



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Διοίκησης Και Οικονομίας
Τμήμα Διοίκησης Ξενοδοχείων Και Τουρισμού

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΩΣ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΣ
ΧΩΡΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: ΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΙΣ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ
ΞΕΝΟΔΟΧΟΫΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΜΕΤΑ ΤΗΝ
ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID-19**

Πωλίνα Παναγιώτου

Λεμεσός, Δεκέμβριος 2022

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μεταπτυχιακή διατριβή

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΩΣ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ: ΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΙΣ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ
ΞΕΝΟΔΟΧΟΫΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΜΕΤΑ ΤΗΝ
ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID-19

της

Πωλίνας Παναγιώτου

Λεμεσός, Δεκέμβριος 2022

Έντυπο έγκρισης

Μεταπτυχιακή διατριβή

Ξενοδοχειακή βιομηχανία ως ελκυστικός χώρος εργασίας: Ερευνώντας τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπάλληλων, στην Κύπρο μετά την πανδημία Covid-19

Παρουσιάστηκε από

Πωλίνα Παναγιώτου

Επιβλέπων καθηγητής: κα. Σωτηρούλα Λιασίδου

Υπογραφή _____

Μέλος επιτροπής:

Υπογραφή _____

Μέλος επιτροπής:

Υπογραφή _____

Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Λεμεσός, Δεκέμβριος 2022

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα

09/12/2022

Λεμεσός,

Εγώ, η Πωλίνα Παναγιώτου, βεβαιώνω ότι η παρούσα διπλωματική μελέτη και το έργο που παρουσιάζεται σε αυτή είναι δικό μου επίτευγμα.

1. Σε κάθε περίπτωση όπου έχω συμβουλευτεί δημοσιευμένο έργο άλλων δημιουργών αυτό δηλώνεται πάντα με σαφή τρόπο.
2. Σε κάθε περίπτωση όπου έχω χρησιμοποιήσει αποσπάσματα από το έργο των άλλων δημιουργών η πηγή αναφέρεται. Με την εξαίρεση των εν λόγω αποσπασμάτων αυτή η διπλωματική μελέτη είναι αποκλειστικά δικό μου έργο.
3. Έχω αναφέρει όλες τις βασικές υποστηρικτικές πηγές.
4. Εάν η έρευνα μου απορρέει από προηγούμενες εργασίες ή είναι μέρος ενός μεγαλύτερου έργου ερευνητικής συνεργασίας, έχω καταστήσει σαφές τι ακριβώς υλοποιήθηκε από άλλους και σε τι ακριβώς έχω συμβάλει εγώ ο ίδιος.
5. Έχω μελετήσει και κατανοήσει τις κυρώσεις που απορρέουν από την λογοκλοπή.

Πωλίνα Παναγιώτου

Αρ. Φοιτητικού Μητρώου: 1902

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Copyright © Όνομα επίθετο φοιτητή, έτος ολοκλήρωσης διατριβής

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της μεταπτυχιακής διατριβής από το Τμήμα Διοίκησης Ξενοδοχείων Και Τουρισμού του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αδιαμφισβήτητά χωρίς την επίβλεψη, παρουσία, υποστήριξη και ανεκτικότητα κάποιων ανθρώπων δεν θα ήταν δυνατή η ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

Πρωτίστως, ιδιαίτερα ευγνώμων είμαι στην επιβλέποντα Επίκουρη Καθηγήτρια του Τμήματος Διοίκησης Ξενοδοχείων και Τουρισμού, κα. Σωτηρούλα Λιασίδου που καθ' όλη την διάρκεια εκπονήσεως της παρούσας διατριβής μου προσέφερε την επιστημονική, πνευματική και ηθική της υποστήριξη. Πάντα ήταν πρόθυμη να με βοηθήσει ακόμα και εάν οι συνθήκες την πανδημίας δεν μας επέτρεψαν να συναντηθούμε από κοντά. Δεν έχασε ποτέ κλήση και μήνυμα μου και πάντα ήταν έτοιμη να μου δώσει της καίριες παρατηρήσεις, τις πολύτιμες συμβουλές της και καθοδήγηση. Την ευχαριστώ θερμά ακόμη μια φορά για την υποστήριξη, εμπιστοσύνη αλλά και για την άψογη συνεργασία που είχαμε όχι μόνη σαν καθηγήτρια αλλά και σαν άνθρωπος.

Ανεκτίμητη ήταν η οικειοθελής βοήθεια της καθηγήτρια του Τμήματος Διοίκησης Ξενοδοχείων και Τουρισμού, κα. Κατερίνας Περικλεούς. Η καθοδήγηση της στο στατιστικό κομμάτι της έρευνας ήταν μείζον σημασίας. Θα ήθελα να την ευχαριστήσω, για την θερμή και άμεση βοήθεια και καθοδήγηση της.

Οφείλω επίσης να ευχαριστήσω από καρδιάς την οικογένεια και τους φίλους μου για την απεριόριστη αγάπη αλλά και ενθάρρυνση που καθ' όλη την διάρκεια της συγγραφής της παρούσας διατριβής. Είμαι ευγνώμων για την συλλογική τους ψυχολογική υποστήριξη αλλά και την κατανόηση που έδειξαν τα τελευταία χρόνια! Οφείλω ξεχωριστά να ευχαριστήσω τους γονείς μου Μαίρη και Γιώργο για την πιστή τους σε έμένα και περισσότερο για τον άνθρωπο που με έκαναν. Δεν θα μπορούσα να παραλείψω τα δύο αγαπημένα άτομα στην ζωή μου, τις λατρεμένες μου αδελφές Άννα και Βάσια για την αστείρευτη τους αγάπη και παντοτινή τους υποστηρίζει.

Ένα ακόμα σημαντικό άτομο στην ζωή μου, που θέλω να ευχαριστήσω είναι ο σύντροφος μου, Αντώνης, που με τη συνεχή εμπύχωση και την αδιάλειπτη κατανόησή του, ιδιαίτερα στις δύσκολες ώρες της συγγραφής μου, κατάφερα να φέρω με επιτυχία την παρούσα έρευνα. Τον ευχαριστώ από καρδιάς!

Δεν μπορώ να παραλείψω δυο από τα σημαντικότερα άτομα που πέρασαν από την ζωή μου, τον παππού μου Παμπο και την γιαγιά μου Ξενια, που πάντα βρίσκονται στο πλευρό μου. Είμαι σίγουρη ότι η υποστήριξη τους από εκεί ψηλά είναι τεράστια.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έρευνα σκοπό έχει την αξιολόγηση του αντίκτυπου της πανδημίας στην ξενοδοχειακή βιομηχανία και πιο συγκεκριμένα στην ελκυστικότητα της ως χώρος εργασίας. Τα τελευταία τρία χρόνια με την εμφάνιση της πανδημίας παρατηρήθηκε αβεβαιότητα σε ολόκληρο τον πλανήτη. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία είδαμε ότι πλήγηκε σε πολλούς και αστάθμητους παράγοντες λόγω του COVID-19, και ένας από αυτούς ήταν η ελκυστικότητα του κλάδο ως χώρος εργασία και ως εργοδότης. Η πανδημία έχει φέρει νέες καταστάσεις, νέες προτεραιότητες και αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι ξενοδόχοι να δίνουν έμφαση σε αυτά αφηφώντας τις ανάγκες του εργατικού δυναμικού τους. Συνδυαστικά με τις νέες συγκυρίες που επέφερε η πανδημία επηρέασε ψυχολογικά, επαγγελματικά, αλλά και προσωπικά τους περισσότερους υπαλλήλους που εργάζονται στην συγκεκριμένη βιομηχανία. Έτσι, η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στην ανάδειξη τρόπων με τον οποίο ο κάθε ξενοδοχειακός οργανισμός μπορεί να συντείνει στην μεγιστοποίηση της ελκυστικότητας σε κάθε δυσμενή περίοδο. Για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε ως μελέτη περίπτωσης το νησί μας, η Κύπρος, καθώς επίσης η μέθοδος της τριγωνοποίησης η οποία συμπεριλαμβάνει ποσοτική αλλά και ποιοτική έρευνα. Αναλυτικότερα, διεξάχθηκαν 11 ημι-δομημένες συνεντεύξεις σε ξενοδοχοϋπαλλήλους σε όλη το νησί καθώς επίσης διανεμήθηκαν εκατοντάδες ερωτηματολόγια σε άτομα που εργάζομαι στο ξενοδοχειακό κλάδο σκιαγραφώντας έτσι τις δικές τους απόψεις στο θέμα αυτό. Η έρευνα έδειξε ότι με το κατάλληλο και ένα ορθολογικά δομημένο σχέδιου αντιμετώπισης, ανάπτυξης αλλά και ανέλιξης του προσωπικού θα μπορέσει η βιομηχανία να ορθοποδήσει και ταυτόχρονα να αυξήσει την ελκυστικότητα βιομηχανία ως εργοδότης αλλά και την αποτελεσματικότητά της.

Λέξεις κλειδιά: ξενοδοχειακή βιομηχανία, πανδημία, COVID-19, ελκυστικότητα, εργοδότης, εργατικό δυναμικό

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	xii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	xiii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	xiv
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	xv
1 Εισαγωγή.....	1
2 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	4
2.1 Ξενοδοχειακή βιομηχανία και οι αντιλήψεις των εργαζομένων ως προς την ελκυστικότητα της, σαν χώρος εργασίας.....	4
2.2 Ξενοδοχειακή Βιομηχανία και COVID-19	12
2.3 Ξενοδοχειακή Βιομηχανία και Κύπρος	16
3 Μεθοδολογία	22
3.1 Εισαγωγή – Σκοπός Μελέτης	22
3.2 Αιτιολόγηση της επιλεγείσας μεθοδολογίας.....	23
3.2.1. Μελέτη Περίπτωσης – Η Περίπτωση της Κύπρου.....	26
3.3 Διαδικασίες Έρευνας.....	27
3.3.1 Δειγματοληψία.....	29
3.3.2 Ερευνητικά Εργαλεία	31
3.3.3 Ανάλυση Δεδομένων	37
3.4 Ζητήματα Ηθικής.....	38
3.5 Συμπεράσματα.....	39
4 Ανάλυση δεδομένων.....	40
4.1 Εισαγωγή – Ποιοτική Έρευνα.....	40
4.1.1 Ανάλυση Δεδομένων Ποιοτικής Έρευνας.....	42
4.1.2 Συμπεράσματα Ποιοτικής Έρευνας.....	53

4.2	Εισαγωγή – Ποσοτική Έρευνα	55
4.2.1	Περιγραφική Στατιστική - Δημογραφικά Χαρακτηριστικά	56
4.2.2	Περιγραφική Στατιστική - Μερους Α.....	60
4.2.3	Περιγραφική Στατιστική - Μέρος Β	64
4.3.4	Στατιστικές συσχετίσεις, Pearson.....	74
4.3.5	Στατιστικές συσχετίσεις, Anova	79
5	<i>Συμπεράσματα</i>	82
5.1	Εισαγωγή.....	82
5.2	Συμπεράσματα Ερευνητικών Ερωτημάτων.....	83
5.2.1	Ελκυστικές θέσεις εργασίας.....	83
5.2.2	Συνθήκες εργασίας.....	84
5.2.3	Ικανοποίηση προσωπικού.....	87
5.2.4	Ανέλιξη	87
5.3	Συμπεράσματα Κύριου Στόχου	89
5.4	Περιορισμοί.....	90
5.5	Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	91
6	<i>Βιβλιογραφία</i>	92
7.	<i>Παραρτήματα</i>	98

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Αριθμός κενών θέσεων εργασίας.....	19
Πίνακας 2: Αφίξεις τουριστών στους αερολιμένες της Κύπρου 2019 - 2022	26
Πίνακας 3: Στάδια εκπόνησης Μεταπτυχιακής διατριβής	29
Πίνακας 4: Δομή Ερωτηματολογίου	33
Πίνακας 5: Ποιοτική Έρευνα, Συμμετέχοντες προσωπικών συνεντεύξεων	36
Πίνακας 6: Δομή Ποιοτικής Έρευνας	40
Πίνακας 7: Επίπεδο Σπουδών Συμμετεχόντων	41
Πίνακας 8: Ανάλυση Ποιοτικής Έρευνας	54
Πίνακας 9: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Γ Δημογραφικά στοιχεία.....	56
Πίνακας 10: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Α.....	60
Πίνακας 11: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Β	64
Πίνακας 12: Pearson Correlation I.....	75
Πίνακας 13: Pearson Correlation II.....	76
Πίνακας 14: Pearson Correlation III	76
Πίνακας 15: Pearson Correlation IV	77
Πίνακας 16: Pearson Correlation V.....	77
Πίνακας 17: Pearson Correlation VI	78
Πίνακας 18: Pearson Correlation VII.....	78
Πίνακας 19: Pearson Correlation VIII.....	79
Πίνακας 20: Anova Correlation I.....	80
Πίνακας 21: Anova Correlation II.....	80
Πίνακας 22: Anova Correlation III	81

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Αφίξεις Περιηγητών και Έσοδα,.....	17
Διάγραμμα 2: Αφίξεις Τουριστών, Οκτώβριος 2022	20

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: QR code ερωτηματολογίου	34
--	-----------

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

EKE	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
QWL	Ποιότητα Επαγγελματικής Ζωής Quality of Working Life
QoL	Γενική Ποιότητα Ζωής Overall Quality of Life
WLF	Ισορροπία Εργασίας Και Προσωπικής Ζωής Work life balance
HR	Ανθρώπινο Δυναμικό Human Resources
SPSS	Statistical Package for Social Sciences.

1 Εισαγωγή

Με βάση τους Hepple, Kirps and Thomson (1990) η έννοια φιλοξενία χρησιμοποιείται από διάφορες ομάδες ατόμων αλλά και με διαφορετικούς τρόπους. Γενικά ο όρος φιλοξενία όμως αναφέρετε την υποδοχή αλλά και την ψυχαγωγία επισκεπτών με καλή θέληση (Hepple, Kirps, & Thomson, 1990). Εξετάζοντας την έννοια της φιλοξενίας η προαναφερόμενη έρευνα κατέληξε στα ακόλουθα χαρακτηριστικά.

1. Φιλοξενία επισκέπτη
2. Συνεύρεση παρόχου και παραλήπτη (αλληλεπίδραση)
3. Μείγμα υλικών και άυλων παραγόντων
4. Ο οικοδεσπότης πρέπει να παρέχει ασφάλεια, ψυχολογική άνεση και φυσιολογική άνεση σε κάθε επισκέπτη.

Ο κάθε παραλήπτης πρέπει να αντιλαμβάνεται την φιλοξενία του παρόχου, - το κάθε ξενοδοχείο, σαν ένα περιβάλλον που μοιάζει με το σπίτι του (King, 1995). Φιλοξενία πρέπει να νιώθουν τόσο οι πελάτες αλλά τόσο και οι υπάλληλοι στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Το κάθε ξενοδοχείο πρέπει να είναι το δεύτερο σπίτι για κάθε υπάλληλο και να αισθάνονται ασφάλεια σε αυτό, ιδιαίτερα στις μέρες μας, που υπάρχει πολύ ανασφάλεια λόγω της πανδημίας.

Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν γενικά οι επιχειρήσεις είναι η πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και δεξιότητες (Blomme, Rheede, & Tromp, 2013). Η ξενοδοχειακή βιομηχανία όμως δυσκολεύετε να βρει προσωπικό που να κατέχει τα παραπάνω και ταυτόχρονα να είναι πρόθυμο να αντιμετωπίζει τις προκλήσεις και τις ιδιαιτερότητες που κλάδου. Εκτός των άλλων, στην ξενοδοχειακή βιομηχανία παρατηρείται μεγάλος αριθμός αποχωρήσεων (turnover) (Fayyazi & Aslani, 2015), και σημαντικό είναι να εντοπιστούν οι λόγοι για τις τόσο συχνές αποχωρήσεις των εργαζομένων. Έρευνα έδειξε ότι αυτό οφείλεται σε διάφορες παραμέτρους και μία από αυτές είναι ότι οι προσδοκίες των εργαζομένων που δεν μπορούν να εκπληρωθούν από τις διοικήσεις των ξενοδοχείων (Blomme, Rheede, & Tromp, 2013). Στις μέρες μας όμως, παρουσιάστηκε ένας φυσικός κίνδυνος – ένα επικίνδυνο γεγονός που επηρεάζει την ανθρωπότητα - η πανδημία του COVID-19 ή αλλιώς κορονοϊός, που προκάλεσε και ακόμα προκαλεί ποικίλες αρνητικές επιδράσεις

στην ανθρωπότητα. Οι επιπτώσεις των φυσικών κινδύνων και καταστροφών, έχουν αναπόφευκτη επίδραση στην οικονομία, και κατά συνέπεια στις επιχειρήσεις.

Ένας κλάδος που επηρεάστηκε άμεσα από τον κορονοϊό είναι η ξενοδοχειακή βιομηχανία και η παρούσα έρευνα θα ερευνήσει τις πιθανών μεταβολές στις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων σε σχέση με την ελκυστικότητα του κλάδου ως εργοδότης μετά την εμφάνιση της. Η μελέτη αυτή θα συμβάλει στην ανάλυση των προαναφερόμενων, καθώς επίσης θα προβάλλει καινοτόμες μεθόδους που θα συμβάλλουν στη βελτίωση της ελκυστικότητας του κλάδου και κατά συνέπεια σε ένα υγιές και ασφαλές εργασιακό περιβάλλον για τον κάθε υπάλληλο, στην Κύπρο.

Ένα ακόμα σημαντικό κομμάτι της έρευνας είναι η ανάλυση των παρακάτω ερευνητικών ερωτημάτων, όπου θα αναφερθούν στα επόμενα κεφάλαια:

1. Είναι ελκυστικές οι θέσεις εργασίες που προσφέρονταν κατά την περίοδο της πανδημίας;
2. Πως οι συνθήκες εργασίας των υπαλλήλων στην ξενοδοχειακή βιομηχανία θα μπορούσαν να βελτιωθούν;
3. Το εργασιακό περιβάλλον και οι σχέσεις μεταξύ υπαλλήλων επηρεαστήκαν κατά την περίοδο της πανδημίας;
4. Ποιος είναι ο βαθμός ικανοποίησης του προσωπικού με βάση οικονομικές απολαβές, κίνητρα και αρμοδιότητες;
5. Είναι επαρκείς οι μέθοδοι ανέλιξης του προσωπικού;

Η παρούσα έρευνα αρχίζει με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, στο Κεφάλαιο 2, η οποία χωρίζεται σε τρεις επιμέρους κατηγορίες, έχοντας ως εξής:

1. Ξενοδοχειακή βιομηχανία και αντιλήψεις εργαζομένων για την ελκυστικότητα της ως χώρος εργασίας
2. Ξενοδοχειακή βιομηχανία και η πανδημία του COVID-19
3. Ξενοδοχειακή βιομηχανία και Κύπρος

Για την κάθε κατηγορία ξεχωριστά διεξάχθηκε έλεγχος της παγκόσμιας βιβλιογραφίας αναφορικά στα ζητήματα που σχετίζονται με την ξενοδοχειακή βιομηχανία και έγινε μια

συλλογή απόψεων και ερευνών για περαιτέρω ενίσχυση των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας.

Ακολούθως στο Κεφάλαιο 3 επεξηγείτε εις βάθος ο σκοπό την έρευνας, η μεθοδολογία που επιλέχθηκε για την υλοποίηση της καθώς επίσης τα ερευνητικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την ποιοτική αλλά και ποσοτική έρευνα.

Έπειτα, ακολουθεί η ανάλυση των ερευνητικών αποτελεσμάτων στο Κεφάλαιο 4 με τη χρήση του προγράμματος SPSS για την ποσοτική έρευνα και για την ανάλυση ευρημάτων ποιοτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκε η θεματική ανάλυση.

Κλείνοντας την παρούσα μελέτη τα συμπεράσματα καταγράφηκαν στο Κεφάλαιο 5 καθώς επίσης στο ίδιο κεφάλαιο έγινε παράθεση εισηγήσεων και τρόπων σωστής αντιμετώπισης του εργατικού δυναμικού σε μια περίοδο κρίσης. Επίσης αναφέρθηκαν μέθοδοι βελτίωσης της ικανοποίησης του εργατικού δυναμικού, κατατάσσοντας έτσι στο μυαλό του κάθε υπαλλήλου τη ξενοδοχειακή βιομηχανία ως ελκυστικό χώρο εργασίας.

2 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

2.1 Ξενοδοχειακή βιομηχανία και οι αντιλήψεις των εργαζομένων ως προς την ελκυστικότητα της, σαν χώρος εργασίας.

Οι αντιλήψεις των εργαζομένων σχετικά με το εάν η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι ελκυστικός χώρος εργασία ποικίλουν ανάλογα με τις προσωπικές εμπειρίες και προσδοκίες κάθε ατόμου (Bhatnagar & Shanker, 2010).

Σύμφωνα με τους (Wong & Ko, 2009) κάποια από τα κύρια χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου, είναι το απαιτητικό εργασιακό του περιβάλλον, οι εξαντλητικές ώρες εργασίας, η εποχικότητα του κλάδου καθώς και οι διασπάσεις βάρδιας (split shifts) των υπαλλήλων. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά, προκαλούν άγχος στους ξενοδοχοϋπαλλήλους, καθώς αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην προσπάθεια τους να ισορροπήσουν την εργασία, την οικογένεια, και την προσωπική τους ζωή. Η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (Work Life Balance), στηρίζεται σε παράγοντες που αφορούν το εργασιακό περιβάλλον, το ωράριο, και την εμπλοκή των εργαζομένων, οι οποίοι γίνονται αντιληπτοί και ορίζονται μόνο από το συγκεκριμένο άτομο (Bhatnagar & Shanker, 2010). Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι οι απαιτητικές ώρες εργασίας, θεωρούνται από τους εργαζομένους πολύ φυσιολογικές λόγω της κουλτούρας και των απαιτήσεων της ξενοδοχειακής βιομηχανίας (Wong & Ko, 2009).

Η ισορροπία της εργασίας και της προσωπικής ζωής (WLF) είναι ένα ζήτημα που απασχολεί τα τελευταία χρόνια τους εργαζομένους καθώς επίσης και το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (HR) των οργανισμών. Το WLF αποτελεί πύρινα προβλημάτων για το τμήμα του HR (Bhatnagar & Shanker, 2010), καθώς οι Grzywacz and Carlson (2008, όπ. αναφ. στο Bhatnagar & Shanker, 2010) ανέφεραν ότι το WLF μπορεί να είναι ένα ισχυρό σημείο μόχλευσης για την προώθηση της ατομικής και οργανωτικής αποτελεσματικότητας.

Σύμφωνα με την έρευνα του Κοντογιώργη (2015) «Η οργανωτική κουλτούρα είναι ένας συνδυασμός αξιών, πεποιθήσεων, στυλ εργασίας και ενώσεων που διαφοροποιούν τη μια επιχείρηση από την άλλη». Επίσης τόνισε ότι μια ηθική εργασιακή κουλτούρα

μπορεί να μετατρέψει τον οργανισμό σε ένα φιλόξενο σπίτι εργασίας (Kontoghiorghes, 2015).

Ένας ακόμη παράγοντας που θεωρείτε εξαιρετικά σημαντικός βάσει την Reidhead (2020), είναι η *οργανωτική κουλτούρα* στον κλάδο της τουριστικής και ξενοδοχειακής βιομηχανίας. Αναλυτικότερα, όσο πιο ξεκάθαρη και κατανοητή είναι η κουλτούρα του οργανισμού στους υπαλλήλους, τόσο πιο ικανοποιημένοι είναι. Έχοντας κουλτούρα σαν οργανισμός, το προσωπικό συνδέετε και δρά πάντα με γνώμονα αυτή, με επακόλουθο την ομοιομορφία και την συνέπεια. (Reidhead, 2020). Κύριος στόχος του HR είναι η μετάδοση της κουλτούρα και των αξιών της κάθε εταιρίες, και αυτό θα έχει ως θετικό επακόλουθο την προσεγγίσει και διαχείριση ταλέντων (Kontoghiorghes, 2015). Όταν η κουλτούρα του οργανισμού κατοπτρίζει πλήρως τις αντιλήψεις του ίδιου του ατόμου, τότε φαίνεται να παρουσιάζει μεγαλύτερη δέσμευση και αφοσίωση ως προς τον οργανισμό, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες διεκπεραίωσης όλων των οργανωτικών στόχων της εταιρίας (Reidhead, 2020). Συμπληρώνοντας τόνισε ότι η δημιουργία και η μετάδοση της κουλτούρας και του οράματος του οργανισμού έχει σημαντικό επακόλουθο στην παραμονή των υπαλλήλων στον οργανισμό συνδυαστικά με την μη πρόθεση τους για αποχώρηση από αυτόν. Αυτή η ικανοποίηση των υπαλλήλων έχει ως αποτέλεσμα την δέσμευση τους με τον οργανισμό (Reidhead, 2020). Εκτός απ' αυτού, ο υπάλληλος κατανοεί την ισχυρή δέσμευση με τον οργανισμό, υπό την προϋπόθεση ότι ο χώρος εργασίας αντικατοπτρίζει τις απαιτήσεις και προσδοκίες που είχε αρχικά απ' αυτόν. (Huang, Lawler, & Lei, 2007)

Οι εντυπώσεις και η εικόνα που δημιουργείτε από τα άτομα ως προς την ελκυστικότητα της βιομηχανία, επηρεάζουν και την απόφαση τους να εργαστούν στο συγκεκριμένο κλάδο. Πολλές εταιρίες δεν ενημερώνουν σωστά τους νεοεισερχόμενους υπαλλήλους τους, για ζητήματα που αφορούν τα χαρακτηριστικά του κλάδο και των καθηκόντων τους. Αυτή η μη επαρκής πληροφόρηση, έχει ως επακόλουθο, την ταυτίσει της προσωπικής τους αντίληψης όσο αφορά την ελκυστικότητα του κλάδου με την πραγματική εικόνα του κλάδου (Burmman, Schaefer, & Maloney , 2008).

Η ικανοποίηση των εργαζομένων είναι συναισθηματικά αλληλένδετη με θετικά αλλά και τα αρνητικά στοιχεία της εργασιακής εμπειρίας (Reidhead, 2020). Οι βασικές

προϋποθέσεις που πρέπει να ακολουθήσει ο οργανισμός έτσι ώστε οι υπάλληλοι του να είναι ικανοποιημένοι και να ισορροπήσουν την προσωπική τους ζωή με τον χώρο εργασίας, βάσει των Wong & Ko (2009) είναι οι ακόλουθες:

- (1) Υποστήριξη των υπαλλήλων στα τυχόν οικογενειακά τους θέματα
- (2) Αίσθηση εμπιστοσύνης, ασφάλειας, και αφοσίωσης
- (3) Υιοθέτηση ενός πιο ευέλικτου προγράμματος εργασίας
- (4) Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής
- (5) Πρωτοβουλία οργανισμού στην μείωση των ωρών εργασίας για την κάλυψη προσωπικών τους αναγκών
- (6) Επαγγελματική ανέλιξη

Αυτό θα έχει ως επακόλουθο την ύπαρξη περισσότερου χρόνου για τους εργαζόμενους να ασχοληθούν με τα προσωπικά αλλά και τα οικογενειακά τους ζητήματα (Wong & Ko, 2009).

Μέσα από την βιβλιογραφία τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε μια αύξηση επιστημονικών άρθρων σε ζητήματα που αφορούν την *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη* (ΕΚΕ). Η ΕΚΕ αναφέρεται σε ενέργειες των οργανισμών που αποσκοπούν στην συμβολή διαφόρων κοινωνικό-περιβαλλοντικών ζητημάτων. Οι επιχειρήσεις και συγκεκριμένα οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί αποτελούν οντότητες που είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο και η συμβολή τους σε αυτό θεωρείται ζήτημα μείζων σημασίας. Ο σεβασμός στις αρχές, στις αξίες, στην κοινωνία, στον πολιτισμό, στο περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα σεβασμός στον ίδιο τον άνθρωπο δεν επιφέρει μόνο θετικά αποτελέσματα στον εξωτερικό περιβάλλον αλλά και στο εσωτερικό περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα στους υπαλλήλους. Κύριο χαρακτηριστικό της ΕΚΕ είναι η εθελοντική της συμβολή, προς την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της κάθε χώρας ή περιοχής, καθώς επίσης συνεισφέρει σημαντικά στην ποιότητα ζωής των συμπολιτών της. Η ΕΚΕ δεν αποτελεί νομική υποχρέωση κανενός οργανισμού, αλλά μπορεί να αποτελέσει συνδετικό κρίκο στην βιώσιμη ανάπτυξη της επιχείρησης με υπεύθυνο τρόπο, προσανατολισμένη στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια του και στο σεβασμό προς το περιβάλλον (Cyprus, 2022).

Στις μέρες μας οι περισσότεροι εργαζόμενοι δίνουν όλο και περισσότερη σημασία στο εάν η εταιρεία τους συμμετέχει σε καλά αναπτυσσόμενες ενέργειες ΕΚΕ. Πρόσθεσαν ότι τα διευθυντικά στελέχη των ξενοδοχείων καλό θα ήταν να ενσωματώσουν στην πολιτική τους, ένα φιλόδοξο στυλ ηγεσίας, και υποστηρικτικά προγράμματα κινήτρων. Συνδυαστικά με την ΕΚΕ θα παρατηρήσουν σημαντικά θετικά αποτελέσματα στην ποιότητα επαγγελματικής ζωής των υπαλλήλων τους (Quality of Working Life | QWL) (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018). Σημαντικά ευρήματα μιας έρευνας έδειξαν ότι ένας υπάλληλος για να συστήσει την εταιρεία που δουλεύει σε άλλους δίνει σημασία και στην ευαισθητοποίηση της εταιρείας σε ζητήματα που αφορούν την ΕΚΕ. (Styven, Näppä, Mariani, & Nataraajan, 2022)

Αυτή η προσπάθεια της εταιρείας για βιωσιμότητα, και κατά συνέπεια οι ενέργειες της ΕΚΕ που ακολουθεί δείχνουν ότι η εταιρεία είναι προσανατολισμένη στον άνθρωπο καθώς επίσης ότι προσφέρει καινοτόμα και υψηλής ποιότητας προϊόντα ή/και υπηρεσίες. Οι εργαζόμενοι τέτοιων εταιριών παρατηρείται να νιώθουν οι υπερήφανοι για τον οργανισμό και για τον χώρο που εργάζονται (Styven, Näppä, Mariani, & Nataraajan, 2022). Με ένα καλό σύστημα διαχείρισης των παραπάνω και συνδυαστικά με την υιοθέτηση ανθρωποκεντρικών ενεργειών για ενίσχυση της ΕΚΕ του οργανισμού θα εξισορροπηθεί η επαγγελματική με την προσωπική τους ζωή αλλά και κατ' επέκταση η ικανοποίηση του εργατικού δυναμικού.

Τα ευρήματα μίας έρευνας που εξέτασαν τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων σε ζητήματα που αφορούσαν τις ενέργειες της ΕΚΕ των οργανισμού τους παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον. Τα συσχέτισαν με την επιρροή που είχαν στις αντιλήψεις τους όσον αφορά την ποιότητα της επαγγελματικής του ζωή (Quality of Working Life | QWL) και την γενική ποιότητα ζωής τους (Overall Quality of Life | QoL) (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018). Για την διεκπεραίωση της μελέτης τους, επικεντρώθηκαν σε τέσσερις διαφορετικούς τομείς της ΕΚΕ, το νομικό, τον ηθικό, το φιλανθρωπικό, και τέλος τον οικονομικό. Τα αποτελέσματα έδειξαν οι τομείς της φιλανθρωπίας και των οικονομικών, επηρέασαν θετικά την ποιότητα επαγγελματικής ζωής των υπαλλήλων (QWL) (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018).

Οι ίδιοι υποστήριξαν ότι οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί θα πρέπει να προσπαθήσουν να είναι καλοί εταιρικοί πολίτες, όχι μόνο για το επαγγελματικό του περιβάλλον αλλά και για το εσωτερικό τους περιβάλλον. Πρόσθεσαν ότι καλό θα ήταν να συμμετέχουν ενεργά σε πράξεις ή/και σε προγράμματα προώθησης της ευημερίας των εργαζομένων τους (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018).

Οι καλά τοποθετημένες πρακτικές της ΕΚΕ μπορούν να αποτελέσουν θετικό οίονό, που οδηγεί στην βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος των εργαζομένων αλλά και της ποιότητας ζωής τους εντός και εκτός του ξενοδοχείου (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018). Επιπρόσθετα, διαπιστώνεται θετικός αντίκτυπος στις τοποθετημένες πρακτικές της ΕΚΕ δημιουργώντας έτσι μακροπρόθεσμα κερδοφορία και αύξηση των αποδόσεων στις πωλήσεις (Rhoua & Singalb, 2020).

Ένα ακόμα ζήτημα που αναφέρεται πολύ στην ξενοδοχειακή βιβλιογραφία είναι οι αποχωρίσεις εργαζομένων (*turnover*) από τους οργανισμούς αλλά και από τον κλάδο γενικά. Η συνεχής εναλλαγή ξενοδοχοϋπαλλήλων έχει ως επακόλουθο τη μείωση της απόδοσης και της αποδοτικότητας των υπάλληλων, και αυτό αντανακλάτε στην αποτελεσματικότητα του οργανισμού. Η θέληση των εργαζομένων για αποχώριση, έχει ως επακόλουθο τις επαγγελματικές συγκρούσεις, χάσιμο ενδιαφέροντος για ενασχόλησή, καθώς παρατηρείται και αλλαγή στάσης της συμπεριφοράς τους (Fayyazi & Aslani, 2015).

Ο Lei και Lui (2021) διαπίστωσαν ότι η πίεση στον χώρο εργασίας αυξάνει τον δείκτη αποχώρησης του προσωπικού και κατά συνέπεια μειώνει την αποτελεσματικότητα και την απόδοση τους. Από την άλλη όμως τόνισαν ότι η πίεση στον χώρο εργασίας και ο δείκτης αποχωρήσεων δεν έχουν καμία επίδραση στην αφοσίωση των εργαζομένων (Lee & Liu, 2021).

Οι αντιλήψεις των ατόμων όσο αφορά την ελκυστικότητα του κλάδου επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις ξενοδοχειακές μονάδες. Οι αντιλήψεις αυτές, σε πολλές περιπτώσεις, επηρεάζονται από τη θετική ή αρνητική εικόνα της βιομηχανίας και ιδίως εάν αυτή η αίσθηση προέρχεται από *μεγάλες επωνυμίες* (Burmam, Schaefer, & Maloney, 2008).

Συνοψίζοντας, μια αρνητική εικόνα επωνυμίας μπορεί να οδηγήσει σε αρνητική εικόνα του ευρύτερου κλάδου (Burmam, Schaefer, & Maloney , 2008).

Είναι πλέον αδιαμφισβήτητο ότι η ικανοποίηση των εργαζομένων επηρεάζεται από εσωτερικούς και εξωγενούς παράγοντες. Έρευνα έδειξε ότι οι εργαζόμενοι που είναι ικανοποιημένοι από τα εξωγενή εργασιακά χαρακτηριστικά, όπως συνθήκες εργασίες, σχέση με συναδέλφους και προϊσταμένους κ.α., τείνουν να είναι ικανοποιημένοι με την επαγγελματική τους σταδιοδρομία και επιθυμούν να παραμείνουν στην βιομηχανία (Zoriat, Theocharous, & Constanti, 2018). Στην συνέχεια οι Ζωπιάτης κ.συν. (2018) πρόσθεσαν, ότι η ικανοποίηση των υπαλλήλων επηρεάζεται θετικά όταν τα άτομα ξεκινούν την καριέρα τους στο ξενοδοχειακό κλάδο. Αυτοί οι υπάλληλοι σε βάθος χρόνου παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα ευχαρίστησης στην εργασία και την καριέρα τους.

Η Badawi (2019) ανέφερε ότι η ελκυστικότητα του εργοδότη καθορίζεται από του εξής παράγοντες:

1. Από την προσαρμογή του υπαλλήλου ως προς το εργασιακού περιβάλλοντος
2. Από το πόσο ικανοποιημένος είναι ο υπάλληλος
3. Από τις προθέσεις του υπαλλήλου να παραμείνει ή ακόμα και να εισέλθει στον οργανισμό και τέλος
4. Από την διαμεσολάβηση του εργοδότη στην προσαρμογή του περιβάλλοντος ώστε ο υπάλληλος να επιθυμεί να παραμείνει ή να ενταχθεί στον οργανισμό.

Η ελκυστικότητα του κλάδου καθορίζεται επίσης από την ψυχική ευημερία του ατόμου. Έρευνες έδειξαν ότι τα επίπεδα άγχους στον τουριστικό και ξενοδοχειακό τομέα είναι πολύ υψηλά και σε συνδυασμό με την εξουθένωση (Burnout) του προσωπικού, επηρεάζει έμμεσα την πρόθεση τους να αποχωρήσουν από τον οργανισμό (Wen, Zhou, Hu, & Zhang, 2020)

Ο όρος *εξουθένωση* του προσωπικού (Job burnout) είναι μια ορολογία που βλέπουμε συχνά στην βιβλιογραφία του τουρισμού και της ξενοδοχειακής βιομηχανίας. Τον όρο αυτόν, τον χρησιμοποιούμε για να δείξουμε είτε τη σωματική είτε την ψυχολογική εξάντληση των εργαζομένων, που δημιουργείται από υπερβολικό άγχος. Αυτή η εξουθένωση μειώνει την παραγωγικότητα και απορροφά πολύ ενέργεια από τον

οργανισμό των ανθρώπων οδηγώντας τους στην απελπισία (Anthony, Mensah, & Amissah, 2021).

Οι υπάρχουσες έρευνες στον τομέα του τουρισμού έχουν δείξει ότι πολλοί οργανισμοί αδιαφορούν για την εργασιακή εξουθένωση του προσωπικού τους αλλά άθελα τους αγνοούν το γεγονός ότι αυτό μπορεί να διαταράξει την ομαλή λειτουργία ακόμα και των πιο εξελιγμένων οργανισμών. Αυτό συμβαίνει γιατί δεν αναγνωρίζουν το πρόβλημα και επίσης πιστεύουν ότι αυτό μπορεί να λυθεί από τα ίδια τα άτομα. Αυτή η εξουθένωση και η εξάντληση του προσωπικού είναι ζήτημα μείζων σημασίας και ιδιαίτερα για την ανώτατη διοίκηση που πρέπει πρώτα να αναγνωρίσει τα συμπτώματα και να παρέμβει στην επίλυση τους, προστατεύοντας έτσι τον οργανισμό αλλά και τα μέλη του (Zoriatas & Orphanides, 2009). Αυτό το γεγονός αναμφισβήτητα επηρεάζει τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων αλλά και την ελκυστικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου.

Ερευνητές στην εκπόνηση της έρευνάς τους σχετικά με την ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας αλλά και την καταλληλότητα του κλάδου για καριέρα κατέληξαν σε τρεις διαστάσεις. Η πρώτη είναι η ελκυστικότητα του κλάδου, η δεύτερη το κύρος του κλάδου και τέλος η φύση του κλάδου, όπου τις ανέλυσαν ως εξής:

Για την μέτρηση της πρώτης διάστασης που σχετίζεται με την ελκυστικότητας του ξενοδοχειακού κλάδου, είχε γίνει ανάλυση των ακόλουθων παραγόντων:

1. Περιορισμένες ευκαιρίες για γνωριμίες με νέους ανθρώπους
2. Κακή ευκαιρία δικτύωσης
3. Προσφέρει αδιάφορες εμπειρίες
4. Έλλειψη ευκαιριών για περαιτέρω εκπαίδευση
5. Περιορισμένη επαγγελματική εξέλιξη σταδιοδρομίας
6. Περιορισμένη χρήση ακαδημαϊκών γνώσεων και δεξιοτήτων (Anthony, Mensah, & Amissah, 2021)

Στην συνέχεια οι ίδιοι ανέφεραν πως η δεύτερη διάσταση, το κύρος του κλάδου περιλαμβάνει τους εξής παράγοντες:

1. Επίπεδο δυσκολίας μετακίνησης σε άλλο κλάδο
2. Χαμηλή διανοητική πρόκληση
3. Χαμηλές θέσεις για πτυχιούχους

4. Μη αναγνωρισμένη καριέρα

Και τέλος την φύση του κλάδου που αποτελείτε από:

1. Χαμηλές αποδοχές
2. Άγχος
3. Χαμηλός σεβασμός από την κοινωνία
4. Προσφέρει λιγότερο χρόνο για την οικογένεια και προσωπική ζωή
5. Προσφέρει λιγότερο χρόνο για κοινωνική ζωή

Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι τα περισσότερα άτομα της παραπάνω έρευνας διαφωνούσαν απόλυτα με τα αρνητικούς παράγοντες όσο αφορά την ελκυστικότητα (πρώτη διάσταση) ενώ την ίδια στιγμή συμφώνησαν απολυτά στους παράγοντες που περιλαμβάνει η φύση του κλάδου όπως υψηλό άγχος, περιορισμένη ώρα για κοινωνικές αλλά και προσωπικές στιγμές (Anthony, Mensah, & Amisah, 2021). Αυτά τα στοιχεία μας δείχνουν ότι ο κλάδος ναι μεν αποτελείτε από σημαντικά θετικούς παράγοντες που καθορίζουν την ελκυστικότητα αλλά από την άλλη οι ξενοδοχοϋπάλληλοι κατανοούν τις δυσκολίες του κλάδου.

Οι ερευνητές Wong & Ko (2019) κατέληξαν στα ακόλουθα βήματα που μπορούν να ακολουθήσει η διεύθυνση του ξενοδοχείου για να κατανοήσει τις αντιλήψεις των εργαζομένων της, όσο αφορά την *ισορροπία της εργασίας και της προσωπικής τους ζωής* και κατά συνέπεια την αντίληψή για ότι αφορά την ελκυστικότητα του κλάδου. Προτείνουν να ξεκινήσουν μαθαίνοντας τις διάφορες και ποικίλες ανάγκες των εργαζομένων τους, για το λόγο ότι η συλλογή προτάσεων από τους υπάλληλους, δημιουργεί μια διαφανή και υγιή κουλτούρα διαχείρισης στο χώρο εργασίας. Στην συνέχεια σημαντική θεωρείτε η υποστήριξη σε θέματα που αφορούν διαφορά οικογενειακά ζητήματα καθώς και η παροχή περισσότερο ελεύθερου χρόνου και ευελιξία των ωραρίων. Αυτοί οι παράγοντες συνδυαστικά είτε και όχι, εάν δεν εφαρμοστούν θα αποτελέσουν ισχυρά εμπόδια που προκαλούν οικονομικές επιπτώσεις αλλά και μετασχηματισμό της υφιστάμενης κουλτούρας (Wong & Ko, 2009). Ιδιαίτερα στον κλάδο της ξενοδοχειακής βιομηχανίας που πολλοί από τους υπαλλήλους έχουν δύο βάρδιες ανά ημέρα, και ο χρόνος για προσωπική ζωή είναι περιορισμένος. Ο κλάδος της

φιλοξενίας, πρέπει να έχει ως επίκεντρο την ικανοποίηση και ευχαρίστηση του προσωπικού που αυτό θα έχει άμεσο επακόλουθο την ευχαρίστηση του πελάτη.

Έρευνες έχουν δείξει διάφορες περιπτώσεις που ενδέχεται να αυξήσουν την πιθανότητα παραμονής του υπαλλήλου στο υφιστάμενο του εργοδότη. Στο μυαλό του υπαλλήλου, η ελκυστικότητα του εργοδότη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την συμβαλλόμενη κοινωνική προσφορά του, ειδικά όταν το περιβάλλον εργασίας είναι έντονο και αγωγικό. Στη συνέχεια τα ποικίλα εργασιακά καθήκοντα καθώς και οι νέες ευκαιρίες για εκμάθηση τα οποία συσχετίζονται άμεσα με την δημιουργικότητα και την καινοτομία φαίνεται να αυξάνουν την πιθανότητα παραμονής του υπαλλήλου. Από την άλλη πλευρά η χαμηλή οικονομική αξία που αντιλαμβάνονται οι ξενοδοχοϋπάλληλοι, μειώνει τις προθέσεις τους να παραμείνουν στον συγκεκριμένο οργανισμό. Η οικονομική αξία δεν είναι μόνο το επίπεδο μισθού αλλά και η αναμενόμενη αύξηση του μισθού με την πάροδο του χρόνου, οι συνθήκες εργασίας - εννοώντας τις βάρδιες, τα Σαββατοκύριακα, την μερική απασχόληση, και τέλος την πρόσληψη μόνο σε περιόδους σεζόν (Styvén, Näppä, Mariani, & Nataraajan, 2022).

2.2 Ξενοδοχειακή Βιομηχανία και COVID-19

Δεν είναι η πρώτη φορά που μια πανδημία αιφνιδιάζει όχι μόνο την δημόσια υγεία αλλά και όλους τους τομείς και κλάδους του πλανήτη. Στην δεκαετία του 2000 ο όρος κορονοϊός απασχόλησε ξανά την υφήλιο. Τότε η πανδημία SARS εξαπλώθηκε από την Κίνα σε όλο τον κόσμο αλλά με πολύ μικρότερα ποσοστά θνησιμότητας. Τώρα, η πανδημία του COVID-19 εξαπλώθηκε με τρομακτικούς ρυθμούς σε όλο τον πλανήτη προκαλώντας αλόγιστες ζημιές (Jamal & Budke, 2020). Εμφανίστηκε το Δεκέμβριο του 2019 στην πόλη Wuhan, επαρχία Hubei στην Κίνα και από τότε έχει μαστιγώσει με αμέτρητους παράγοντες την κοινωνία, την οικονομία, τον ίδιο τον άνθρωπο αλλά και ολόκληρο τον πλανήτη.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι η παρόν έρευνα ξεκίνησε κατά την διάρκεια της πανδημίας, όπου οι καθημερινοί θάνατοι ήταν δεδομένοι καθώς και η ραγδαία ακόμη εξάπλωση του ιού, αποτελώντας έτσι απειλή μείζον σημασίας. Αναμφίβολα ο COVID-19 επηρέασε και θα συνεχίσει να επηρεάζει το παγκόσμιο. Ένας τομής που πλήγηκε

σημαντικά είναι η τουριστική και ξενοδοχειακή βιομηχανία που πολύ πιθανόν είναι να ορθοποδήσει τελευταία. Άγνωστοι είναι ακόμη οι τρόποι επιβίωσης αλλά και επανεκκίνησής της βιομηχανίας (Baum & Thanh Hai, 2020). Η πανδημία παρέλυσε τον τουριστικό και τον ξενοδοχειακό κλάδο σε παγκόσμιο επίπεδο δημιουργώντας σοβαρές επιπτώσεις σε οικονομικό αλλά και σε λειτουργικό τομέα (Sigala, 2020) , μεταξύ όλων των επιχειρήσεων, οι τουριστικές επιχειρήσεις βρέθηκαν στην πιο ευάλωτη θέση (Huynh, και συν., 2021).

Πρόσφατες ερευνητικές μελέτες επισημαίνουν ότι τα μεγάλα σε ηλικία άτομα, ειδικά εργαζόμενοι στην ξενοδοχειακή βιομηχανία αντιμετωπίζουν διαφορές προκλήσεις στην υγεία όσο αφορά την ψυχολογία τους. Προκλήσεις όπως, μοναξιά, κατάθλιψη αλλά και ψυχαναγκαστική συμπεριφορά είναι αποτελέσματα της πανδημίας (Yan, et al., 2021) (Bruine de Bruin, 2020). Από την άλλη όμως, αυτό δεν ισχύει για όλους τους ξενοδοχοϋπαλλήλους. Δεν αντιλαμβάνονται όλοι το επίπεδο κινδύνου της πανδημίας στον ίδιο βαθμό (Ding, και συν., 2020), αυτό αντικατοπτρίζεται από την προσωπική αντίληψη του κάθε ατόμου όσο αφορά την βαρύτητα ενός κίνδυνου.

Ο κίνδυνος είναι ένας όρος που επηρεάζει πολύ τους ανθρώπους στις μέρες μας, σε επαγγελματικό αλλά και προσωπικό επίπεδο. Οι Ding και συν (2020) ανέφεραν ότι η αντίληψη κινδύνου χωρίζεται σε δυο κατηγορίες, η πρώτη κατηγορία είναι ο «συναισθηματικός κίνδυνος», ο οποίος είναι απόλυτα υποκειμενικός και συχνά θεωρείτε παράλογος από πολλούς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αυξάνει το άγχος αλλά και την ανησυχία στο άτομο αυτό. Από την άλλη όμως ο «γνωστικός κίνδυνος» βασίζεται κυρίως στην ορθολογική και λογική κρίση του ατόμου, στηριγμένος όμως σε επιστημονικές θεωρίες. Αυτό σημαίνει ότι η αντίληψη του κινδύνου όσο αφορά την υγεία συνδέεται άρρηκτα με την αντίληψη του ατόμου και κατά συνέπεια η αντίληψη του κινδύνου είναι υποκειμενική. Εάν οι γενικοί διευθυντές αλλά και όλο το διευθυντικό προσωπικό, μειώνοντας τον γνωστικό κίνδυνο θα καταφέρουν ταυτόχρονα να μειώσουν τις ανησυχίες και το άγχος των εργαζομένων τους (Ding, και συν., 2020).

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις του κινδύνου αλλά ταυτόχρονα και να επηρεάζει τις προσδοκίες των ξενοδοχοϋπαλλήλων όσο αφορά τον κλάδο είναι η αντιμετώπιση των γενικών διευθυντών. Η πανδημία, μέσα

από έρευνες, έδειξε ότι μέσω αυτής της κατάστασης οι γενικοί διευθυντές ενδέχεται να συνεισφέρουν θετικά, μέσω της ηγεσίας, της διαχείρισης του άγχους, των κρίσεων αλλά ακόμα και της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής αλλά και προσωπικής ζωής κ.α. Πρέπει να γίνει ξεκάθαρο σε αυτούς ότι, με τις σημερινές συνθήκες που βρισκόμαστε, οι υποψήφιοι υπάλληλοι δεν χρειάζονται την παραδοσιακή ηγεσία. Εν αντιθέσει πρέπει να χρησιμοποιηθούν καινοτόμοι μέθοδοι παρακίνησης για να αισθάνονται οι υπάλληλοι ασφάλεια να δουλεύουν στον οργανισμό (Gioumpasoglou, Marinakou, & Zoriatas, 2021).

Σύμφωνα με τους Sthapit και Shrestha (2020) σημαντική σχέση υπάρχει μεταξύ των οικονομικών απολαβών και της παραμονής των υπαλλήλων στον οργανισμό. Αυτό το βλέπουμε συνήθως σε άτομα με υψηλόβαθμη θέση στην εταιρεία που θεωρούν κίνητρο να μείνουν την εταιρεία λόγω του μισθού (Sthapit & Shrestha, 2020).

Η αυξημένη πίεση και το εργατικό άγχος που δημιουργήθηκε στον κόσμο κατά στην διάρκεια της πανδημίας, ο φόβος κι η ανασφάλεια των υπαλλήλων για τις δουλειές τους, για το εισόδημα τους, για την δόση του δανείου (Sigala, 2020) είναι απολύτως λογικό και χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στη διαχείριση του προσωπικού. Η πανδημία προκάλεσε και προκαλεί άγχος και ανησυχίες, όχι μόνο στους υπαλλήλους αλλά και στους ιδιοκτήτες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί επηρεάζονται άμεσα και είναι από τους πρώτους κλάδους που προσαρμόζονται στα νέα μέτρα και περιορισμούς για την εξάλειψη του COVID-19 (Baum & Thanh Hai, 2020).

Επίσης, ένα άλλο κομμάτι του τουριστικού κλάδου που έχει επηρεαστεί από τον COVID-19 είναι ο τομέας της εκπαίδευσης. Εκτός από τις αναβολές μαθημάτων και τις διαδικτυακές διδασκαλίες, οι απόφοιτοι του τουρισμού αντιμετωπίζουν προβλήματα στην εύρεση εργασίας λόγω της παγοποίησης που έγινε στις προσλήψεις καθώς επίσης και στις χορηγίες και πρακτικές των φοιτητών. Ο τουριστικός τομέας βασιζόταν σε μεγάλο βαθμό στις πρακτικές ασκήσεις των φοιτητών όπου κάλυπταν σε μεγάλο μέρος την ζήτηση για προσωπικό κατά τη διάρκεια των σεζόν. (Sigala, 2020).

Έρευνες έδειξαν ότι η αντίληψη των φοιτητών σε ό,τι έχει να κάνει με την ξενοδοχειακή βιομηχανία, την ελκυστικότητα της, και τον αντίκτυπο που θα έχει πανδημία, δεν έχουν

αλλάζει και ακόμη εξακολουθούν να θεωρούν τον κλάδο σημαντικό και πιθανό εργοδότη. Οι φοιτητές από την άλλη έχουν πλήρη επίγνωση ότι η βιομηχανία έχει πληγεί σοβαρά από την πανδημία καθώς γνωρίζουν επίσης τις πιθανές επιπτώσεις της πανδημίας στις απολαβές και στο εργασιακό περιβάλλον. Αν και η εικόνα του κλάδου έχει πληγεί, η ευαισθητοποίηση των φοιτητών με βάση την ανθεκτικότητα της βιομηχανίας αντικατοπτρίζεται από το μεγάλο αριθμό φοιτητών του κλάδου. Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο στα ξενοδοχειακά και τουριστικά εξέφρασαν την απροθυμία να εργαστούν σε χαμηλού επιπέδου θέσεις. Επιπρόσθετα η ίδια έρευνα έδειξε ότι οι φοιτητές του ξενοδοχειακού και τουριστικού κλάδου αισθάνονται μεγάλο ανταγωνισμό για την εξασφάλιση θέσης εργασίας και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι μειώθηκαν οι ευκαιρίες απασχόλησης λόγω της πανδημίας (Shah, Chowdhury, & Gupta, 2021).

Ακόμα ένα επακόλουθο του κορονοϊού είναι η αναγκαστική χρήση μάσκας προσώπου. Οι επαγγελματίες της φιλοξενίας, σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, λόγω των αυξημένων κρουσμάτων, ήταν αναγκασμένοι να φορούν μάσκα προσώπου κατά την διάρκεια εργασίας και εξυπηρετήσεις πελατών. Αν και οι ξενοδοχοϋπάλληλοι έχουν εξουθενωθεί με την χρήση μάσκας, ωστόσο, έρευνες έδειξαν ότι οι ερωτηθέντες συμφωνούν ότι η χρήση μάσκας είναι μια χειρονομία από τη βιομηχανία της φιλοξενίας για να δείξει την απαραίτητη φροντίδα και επαγγελματισμό σε ζητήματα που αφορούν την υγεία των πελατών τους (Kong, Oh, & Lam, 2021). Πέρα των παραπάνω πρακτικών δυσκολιών της χρήσης μάσκας προσώπου, φαίνεται να υπάρχουν ψυχοκοινωνικά ζητήματα, όπως δυσκολία στην επικοινωνία μεταξύ υπάλληλων αλλά και πελατών, την αποστασιοποίηση μεταξύ τους όπου αυτά συνδέονται με συναισθήματα «φόβου» (Christou & Savva, 2021).

Πέρα της υποχρεωτικής μάσκας προσώπου τα περιοριστικά μέτρα ήταν και άλλα όπως, 24 ή 48 ώρα τεστ αντιγόνου (rapid test), οι εμβολιασμοί, οι απολυμάνσεις, οι αποστάσεις ασφαλείας αλλά και πολλά άλλα, είχαν σαν αποτέλεσμα την εξουθένωση του προσωπικού. Ωστόσο, κανείς δεν αμφισβήτησε την σημαντικότητα τους στον περιορισμό εξάπλωσης του ιού (Christou & Savva, 2021).

Στην παρούσα φάση η Κύπρος αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις με επίκεντρο τη βιωσιμότητα και την αειφορία. Το νησί μας ακόμα βρίσκεται σε ένα μεταβατικό στάδιο όσο αφορά την βιωσιμότητα του. Πέρα από αυτές τις προκλήσεις όμως, η Κύπρος αντιμετωπίζει επιπρόσθετες απειλές λόγω της πανδημίας. Οι περισσότεροι άνθρωποι πλέον τείνουν να προτιμούν τα ταξίδια σε βιώσιμους προορισμούς, διασφαλίζοντας έτσι την ασφάλεια του ταξιδιού του. Για να μπορέσει ένας τουριστικός προορισμός σαν την Κύπρο να περάσει με επιτυχία τις προκλήσεις που προκάλεσε αλλά και προκαλεί η πανδημία του COVID – 19, επιβάλλεται να είναι αειφόρος προορισμός (Garanti & Berjozkina, 2021) .

2.3 Ξενοδοχειακή Βιομηχανία και Κύπρος

Η Κύπρος θεωρείται διάσημος τουριστικός προορισμός για δυο σημαντικούς λόγους, τον ήλιο και την θάλασσα. Η Στατιστική Υπηρεσία της Κύπρου (2021), αναφέρει ότι σχεδόν 4 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν το νησί μας το 2019. Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι οι τουρίστες είναι τέσσερις φορές περισσότεροι από τους μόνιμους κάτοικους του νησιού, που δεν υπερβαίνουν το 1 εκατομμύριο. Η Κύπρος είναι ένα νησιώτικος προορισμός που βρίσκεται στην Ανατολική Μεσόγειο (Zoriatis, Theocharous, & Constanti, 2018)

Η πανδημία του COVID-19 μπορεί να μην θεωρείται κατά τον όρο οικονομική κρίση αλλά έχει δημιουργήσει εκτεταμένα προβλήματα σε όλους τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας (Burlea-Schioroiu, Baldo, & Idowu, 2022). Μια από τις σημαντικότερες πηγές εισοδημάτων, στο νησί μας είναι ο τουρισμός παίζοντας έτσι σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού. Σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία της Κύπρου (2022), τα έσοδα από τον τουρισμό είχαν ως εξής:

1. Τον Αύγουστο 2022 τα έσοδα έφτασαν τα €399,7 εκ,
2. Τον Αύγουστο του 2021 έφτασαν τα €272,5 εκ.
3. Τον Αύγουστο του 2020 έφτασαν τα €71,1 εκ.
4. Τον Αύγουστο του 2019 έφτασαν τα €431,6 εκ.

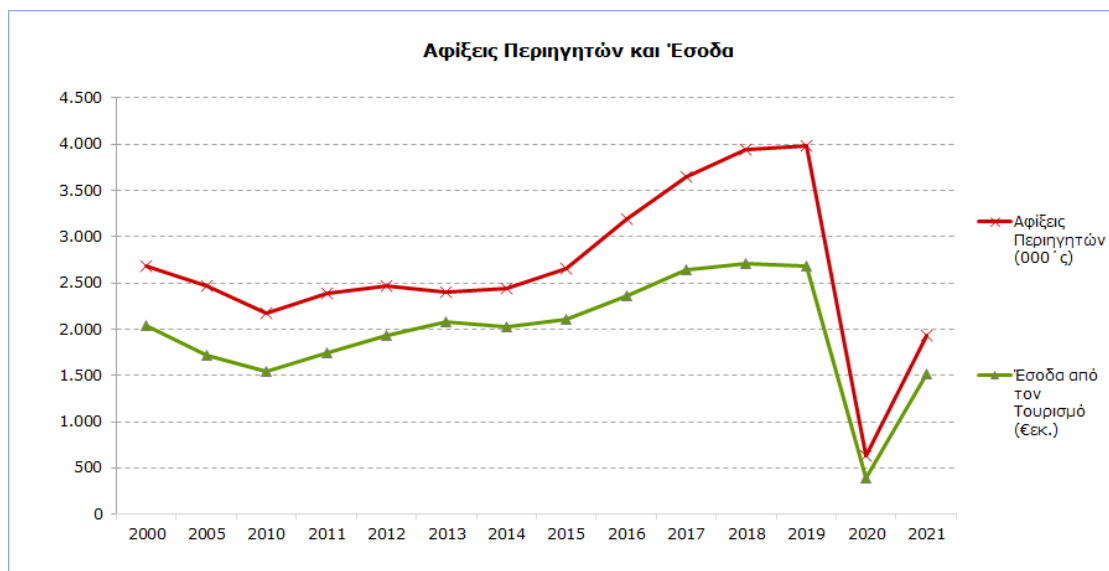
Πιο αναλυτικά, υπήρχε αύξηση 46,7% από το έτος 2020 στο 2022 και αύξηση ποσοστό ύψους 283,3% από το 2020 στο 2021.

Τα έσοδα από τον τουρισμό κατά την περίοδο Ιανουάριου – Αυγούστου υπολογίζονται ως εξής:

1. Τον Ιανουάριου – Αυγούστου 2022 ανήλθαν στα €1.617,1 εκ.
2. Τον Ιανουάριου – Αυγούστου 2021 ανήλθαν στα €777,0 εκ.
3. Τον Ιανουάριου – Αυγούστου 2020 ανήλθαν στα €235,6 εκ.
4. Τον Ιανουάριου – Αυγούστου 2019 ανήλθαν στο €1.856,8 εκ.

Με τα παραπάνω δεδομένα φαίνεται ότι το τουριστικό προϊόν της Κύπρου, ακόμα προσπαθεί να φτάσει τα έσοδα που είχε πριν την πανδημία. Ο παρακάτω πίνακας δείχνει την αναλυτική πορεία των εσόδων και περιηγητών από το 2020 μέχρι το 2021 (Στατιστική Υπηρεσία, 2022)

Διάγραμμα 1: Αφίξεις Περιηγητών και Έσοδα,



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου

Ο αιεφόρος τουρισμός στην Κύπρο είναι ένα ζήτημα μείζων σημασίας του προβληματίζει όχι μόνο τους ερευνητές αλλά και τα ξενοδοχειακά καταλύματα. Φαίνεται ότι το νησί μας εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προκλήσεις για το πως θα φτάσει στην βιωσιμότητα. Η βιωσιμότητα μπορεί να γίνει παράγοντας ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας της Κύπρου σε διεθνές επίπεδο. Ορισμένοι τομείς έχουν υψηλά περιθώρια ζήτησης και ευκαιριών προς ανέλιξη, γι' αυτό το λόγο πρέπει να δοθεί η κατάλληλη προσοχή στα ζητήματα που αφορούν την βιωσιμότητα στην Κύπρο, έτσι ώστε το νησί μας να καταταχθεί στους ευρωπαϊκούς προορισμούς με αιεφορία.

Πρωταρχικός παράγοντας, που επηρεάζει την απόφαση του ταξιδιώτη είναι η ασφάλεια. Γι' αυτόν τον λόγο πρέπει να βρεθούν καινοτόμες μέθοδοι, για να μπορέσει το νησί μας να περάσει με επιτυχία τις προκλήσεις της πανδημίας. Τόνισαν ότι, θα βρεθούν πρωτοπόροι τρόποι για ανέλιξη, υπό την προϋπόθεση ότι θα διερευνηθούν οι νέες τάσεις του αειφόρου τουρισμού. Κλείνοντας, οι ίδιοι ερευνητές αναφέρθηκαν στην ανταγωνιστικότητα και ελκυστικότητα του κλάδου και πως αυτά επηρεάζονται από την αειφορία και βιωσιμότητα της χώρας, εξηγώντας ότι η «βιωσιμότητα είναι τάση και υπεύθυνος τρόπος για τις διακοπές» (Garanti & Berjozkina, 2021) .

Η πανδημία επηρέασε αρνητικά σε πολλούς αστάθμητους παράγοντες, που αφορούσαν τους τουριστικούς προορισμούς. Παρατηρήθηκε σημαντική μείωση στις αφίξεις αλλά και αναχωρήσεις και κατά συνέπεια τεράστια απώλεια στα έσοδα από τον τουρισμό (Πίνακας 1). Αυτή η ανεπάρκεια στην αξιοποίηση των τουριστικών προορισμών και σε συνδυασμό με την παγοποίηση των πτήσεων επηρέασαν σημαντικά και το ποσοστό ανεργίας. (Huynh, και συν., 2021) . Οι τουριστικοί περιορισμοί και απαγορεύσεις, το κλείσιμο των συνόρων έχουν διαταράξει σημαντικά όχι μόνο τον τουρισμό αλλά και τον ευρύτερο κλάδο αναψυχής (Burlea-Schiopoiu, Baldo, & Idowu, 2022)

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat) (2022), ανέφερε ότι τον Μάιο του 2022 στην Κύπρο η ανεργία μειώθηκε στο 4,85% (22.000 ανέργους), επίσης το ποσοστό ανεργίας για τον Σεπτέμβριο του 2021 ανήλθε στο 5,5% σε σχέση με 9,1% τον αντίστοιχο μήνα του 2020. Η μείωση αυτή ξεκίνησε τον Ιούλιο του 2021.

Χρήζει συζήτησης η απελπισία των ξενοδόχων να βρουν εργατικό δυναμικό, καθώς βλέπουμε την κατηγορία της εστίασης να έχει της περισσότερες κενές θέσεις εργασίας και το ποσοστό μεταβολής των θέσεων αυτών όλο και αυξάνεται (Πίνακας 2). Περαιτέρω ανάλυση του θέματος θα γίνει σε μεταγενέστερα κεφάλαια.

Πίνακας 1: Αριθμός κενών θέσεων εργασίας

Οικονομική Δραστηριότητα	Αριθμός Κενών Θέσεων			% Μεταβολή	
	2 ^ο Τριμ. 2021	1 ^ο Τριμ. 2022	2 ^ο Τριμ. 2022	2 ^ο Τριμ. 2022/ 1 ^ο Τριμ. 2022	2 ^ο Τριμ. 2022/ 2021
Υπηρεσίες Παροχής Καταλύματος και Υπηρεσιών Εστίασης	1.598	4.452	3.625	-18,6%	126,8%

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου

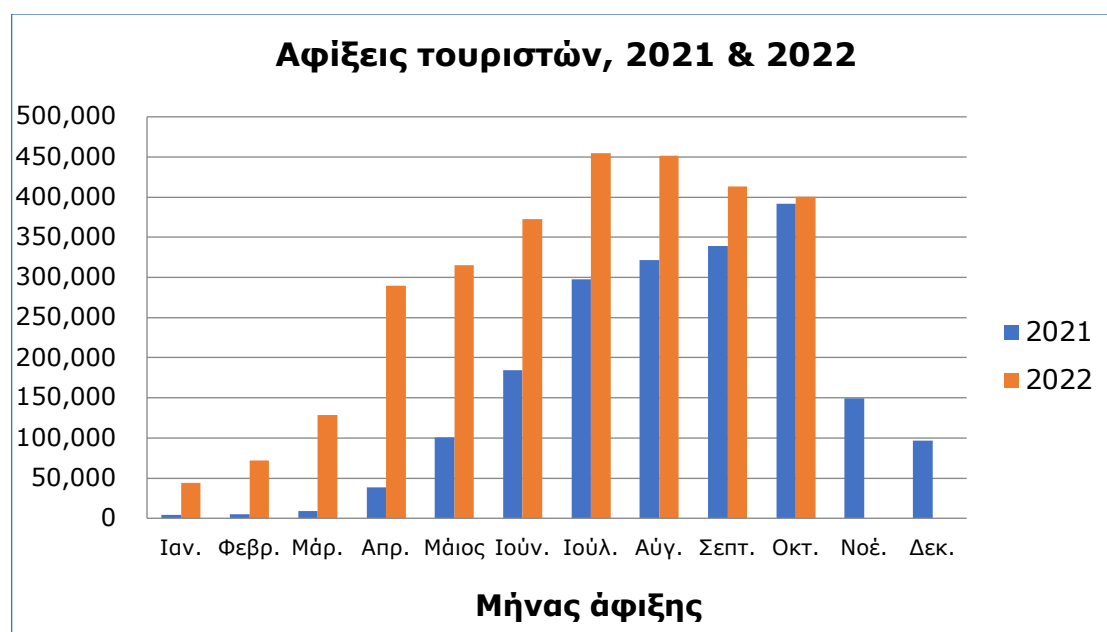
Κλείνοντας το θέμα της ανεργίας, σημαντικό είναι να σημειωθεί ότι βασανίζετε από την έλλειψη προσωπικού σε όλα τα επίπεδα ιεραρχίας και εξαιτίας αυτού αναγκάστηκαν να αναζητούν υπάλληλους από το εξωτερικό (Zoriatas, Theocharous, & Constanti, 2018).

Η ραγδαία εξάπλωση της πανδημίας οδήγησε σε υψηλό κίνδυνο μόλυνσης και καθημερινούς θανάτους, οι κυβερνήσεις αναγκάστηκαν να πάρουν δρακοντιά μέτρα όπως, lockdown, κοινωνική απόσταση (2 μέτρα), εργασία από σπίτι, κλείσιμο επιχειρήσεων για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, επέτρεπαν 2-3 μετακινήσεις την ημέρα από το σπίτι, ακύρωσαν ταξίδια και διαμονές (Burlea-Schiopoiu, Baldo, & Idowu, 2022).

Η πανδημία έχει αλλάξει εντελώς τις αντιλήψεις των ατόμων όχι μόνο για την βιομηχανία αλλά και για τον τρόπο ζωής τους. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αντιμετωπίζει μια από τις πιο σοβαρές επιχειρησιακές, εμπορικές και οικονομικές κρίσης. Ο κάδος αναγκάστηκε είτε να ελαχιστοποιήσει της παροχές των υπηρεσιών του ή ακόμα χειρότερα να τερματίσει εντελώς την λειτουργία του, και σοβαρή επίπτωση είχε στην πλήρη διακοπή των εσόδων του. Αυτό συνέπεια είχε, στο να χάσουν την δουλειά του πολλοί ξενοδοχοϋπάλληλοι, χωρίς να ξέρουν τι τους επιφέρει το επαγγελματικό τους μέλλον και η καριέρα τους, με αποτέλεσμα να στραφούν σε άλλους πιο ασφαλείς κλάδους. Ενδέχεται να χρειαστεί πολύς χρόνος για την πλήρη ανάκαμψη από τις αρνητικές επιπτώσεις που προκάλεσε και συνεχίζει να προκαλεί η πανδημία (Burlea-Schiopoiu, Baldo, & Idowu, 2022).

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι στα μέσα του Μάρτη το έτος 2020, εκδόθηκε Διάταγμα από την Κυπριακή Κυβέρνηση να απαγορευθεί η είσοδος στην δημοκρατία με οποιοδήποτε μέσο. Η λήψη αυτών των μέτρων έγινε για περιορισμό της εξάπλωσης της πανδημίας του κορονοϊού στο νησί μας και είχε ισχύει από τις 15 του Μάρτη μέχρι τις 08 του Ιούνη του 2020. Όπως αναγράφεται στο παραπάνω πίνακα για εκείνη την περίοδο οι αφίξεις τουριστών αλλά και ντόπιων ήταν μηδενικές. Έκτοτε υπήρξε μια σταδιακή άρση των μέτρων και επιτρεπόταν η άφιξη τουριστών από συγκεκριμένες χώρες σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση των χωρών με επιδημιολογικό κινδύνου. Με βάση τον Πίνακα 4 οι αφίξεις τουριστών τον για την περίοδο Ιανουάριου – Οκτώβριου 2022 έφτασαν τους 2.941.182 αφίξεις, ενώ την αντίστοιχη περίοδο του 2021 υπολογίστηκαν στους 612.975 , και του 2019 ήταν 3.697.055 αφίξεις

Διάγραμμα 2: Αφίξεις Τουριστών, Οκτώβριος 2022



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου

Το έτος 2022 μπορεί και να χαρακτηριστεί ένα από τα δυσκολότερα έτη για την ξενοδοχειακή βιομηχανία. Η μείωση εσόδων ύψους 16,5% από έτος 2019, φάνηκε ότι δεν οφείλετε μόνο στην πανδημία αλλά και στις επίπτωσης που προκάλεσε ο πόλεμος Ρωσίας Ουκρανίας που ξέσπασε το Φεβρουάριο του 2022. Τα κτύπημα που δέχονται οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί από τις δύο αυτές κυρίως απειλές, θέτουν σε κίνδυνο πολλά καταλύματα που επιβίωναν από την ρωσική αγορά. Η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία επέφερε αύξηση του κόστους λειτουργίας των επιχειρήσεων λόγω τις ραγδαίας αυξήσεις

στις τιμές ενέργειας, καυσίμων κα., έχοντας σαν αποτέλεσμα την μείωση περιθωρίων κερδών των ξενοδόχων.

3 Μεθοδολογία

3.1 Εισαγωγή – Σκοπός Μελέτης

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση καθώς και η ανάλυση της ελκυστικότητας του κλάδου, μετά την εμφάνιση της πανδημίας του COVID – 19. Πολλά έχουν γραφτεί και ειπωθεί μέχρι στιγμής για την πανδημία αλλά όπως αποδείχτηκε από την βιβλιογραφική ανασκόπηση της παρούσας έρευνας η βιβλιογραφία ακόμα είναι ελλείψεις για τον λόγο ότι η ο COVID-19 εμφανίστηκε στις ζωές μας τα τέλη του 2019. Η πανδημία πλέον είναι στο επίκεντρο κάθε χώρας του πλανήτη μας και αναμφισβήτητα όλοι αναζητούν τρόπους να ανακάμψουν. Αναμφίβολα έχει επηρεάσει ευρύτερα τον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο από πλευράς τουρισμού. Η παρούσας μελέτη θα αναλύσει και θα αποδείξει εάν ακόμα και με αυτές τις συνθήκες η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι καλός εργοδότης. Με ‘φόντο’ όλες αυτές τις ανησυχίες των χωρών αλλά και οργανισμών, χρήσιμη είναι η ανάλυση των αντιλήψεων των υπάλληλων και ακόμα πιο σημαντικοί είναι η εύρεση τρόπων ανακάμψης. Η πανδημία βρίσκει κεφαλίδα όλων των προβλημάτων που βασανίζουν το νησί μας αυτή την περίοδο, και η υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα στην ανάδειξη ενός αιεφόρου τουρισμού, αλλά και στην ελκυστικότητα του κλάδου. Οι Garanti & Berjozkina (2021) διαπίστωσαν ότι η βιωσιμότητα μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας σε διεθνές επίπεδο. Η παρούσας έρευνάς, εξετάζει εάν η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπάλληλων σχετικά με την ελκυστικότητα της βιομηχανίας, και κατά συνέπεια εάν είναι καλός εργοδότης.

Στο παρόν κεφάλαιο αναφέρονται τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας καθώς τεκμηριώνονται οι ερευνητικές στρατηγικές και οι διαδικασίες. Στοχεύει επίσης στην περιγραφή και ανάλυση των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν, αλλά και στην συλλογή και ανάλυση των δεδομένων. Επιπρόσθετα, εξηγούνται οι λόγοι επιλογής του παρόν θέματος και στην συνέχεια αναφέρονται πλήρως επεξηγηματικά η επιλεγείσα μεθοδολογία. Επιπλέον, καλούνται να επεξηγηθούν οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε η Κύπρος ως περιπτώσιακή μελέτη. Στην συνέχεια θα γίνει αναλυτική αναφορά στις διαδικασίες έρευνάς, και πιο αναλυτικά στην δειγματοληψία, τα ερευνητικά εργαλεία και την ανάλυση δεδομένων. Κλείνοντας θα αναφερθούν τα ζητήματα ηθικής της

έρευνας και θα ακολουθήσει μια παρουσίαση των κύριων συμπερασμάτων σχετικά με την μεθοδολογία

3.2 Αιτιολόγηση της επιλεγείσας μεθοδολογίας

Όπως προαναφέρθηκε, η βιβλιογραφία φανερώνει σημαντικές ελλείψεις σε ζητήματα που αφορούν την ικανοποίηση του προσωπικού καθώς επίσης τρόπους για επίλυση τυχών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι ξενοδοχοϋπάλληλοι μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Δεν τίθεται θέμα αμφισβήτησης η σημαντικότητα μέτρησης της ικανοποίησης και ποιότητας εργασίας των εργαζομένων τα τελευταία χρόνια.

Αν και τα τελευταία τρία χρόνια παρατηρήσαμε ραγδαία αύξηση και ποικιλία στην βιβλιογραφία με θέμα την πανδημία, ακόμα παρατηρείται έλλειψη σε έρευνες που σχετίζονται με τις αντιλήψεις των εργαζομένων όσο αφορά την ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας (Efthimiou, Stockwatch, 2022). Έτσι πρωταρχικός σκοπός της έρευνας είναι να καταγράψει τις αντιλήψεις των εργαζομένων σε ζητήματα που αφορούν την πανδημία και πως αυτές επηρέασαν στην ελκυστικότητα του κλάδου. Η παρούσα μελέτη θα απαντήσει με σαφήνεια και στα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

1. Είναι ελκυστικές οι θέσεις εργασίας που προσφέρονταν κατά την περίοδο της πανδημίας;
2. Πως οι συνθήκες εργασίας των υπαλλήλων στην ξενοδοχειακή βιομηχανία θα μπορούσαν να βελτιωθούν;
3. Το εργασιακό περιβάλλον και οι σχέσεις μεταξύ υπαλλήλων επηρεαστήκαν κατά την περίοδο της πανδημίας;
4. Ποιος είναι ο βαθμός ικανοποίησης του προσωπικού με βάση τις οικονομικές απολαβές τους, τα κίνητρα που τους προσφέρονται και τις αρμοδιότητες τους;
5. Είναι επαρκείς οι μέθοδοι ανέλιξης του προσωπικού;

Για την συλλογή στοιχείων διεξάχθηκε πρωτογενής και δευτερογενής μελέτη. Για την διασφάλιση της εγκυρότητας των *πρωτογενή* δεδομένων, χρησιμοποιήθηκαν και οι δύο μέθοδοι έρευνας, η ποσοτική και η ποιοτική. Αυτή η μεικτή προσέγγιση έγινε για να αξιοποιηθούν καλύτερα τα πλεονεκτήματα της κάθε μεθόδου αλλά και από την άλλη πλευρά, να αντισταθμίζουν τυχών λάθη και αδυναμίες της κάθε μεθόδου, διασφαλίζοντας έτσι την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων. Η κάθε μέθοδος έχει εντελώς

αντίθετα πλεονεκτήματα και γι' αυτό το λόγο ο συνδυασμός τους τις περισσότερες φορές, επιφέρει εγκυρότητα δεδομένων (Lakshman, Sinha, Biswas, Charles, & Arora, 2000).

Είναι πλέον γνωστό ότι ο συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας λέγεται τριγωνοποίηση. Ο συνδυασμός των δύο μεθόδων έχει σκοπό την διασφάλιση αξιοπιστίας και εγκυρότητας σε κάθε μελέτη. Εάν χρησιμοποιηθούν σωστά αυτές οι δύο έρευνες και κατά συνέπεια η τριγωνοποίηση, θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στην βελτίωση της πληρότητας και ερμηνείας των δεδομένων (Thurmond, 2001). Αφού τα πλεονεκτήματα της ποσοτικής μεθόδου είναι τα μειονεκτήματα της ποιοτικής έρευνας και με τη χρήση της τριγωνοποίησης, αντισταθμίζονται και τα δύο .

Η *ποιοτική* έρευνα αναλύει και επικεντρώνεται στις εμπειρίες των ανθρωπίνων αντιλήψεων με σκοπό την πλήρη κατανόηση και διερεύνηση των αντιλήψεων των ξενοδοχοϋπαλλήλων. Η ποιοτική έρευνα έγινε σε μορφή συνεντεύξεων παρέχοντας έτσι την δυνατότητα στην άντληση πλουσίων πληροφοριών και ποικίλων αντιλήψεων, στάσεων, συμπεριφορών, προσδοκιών αλλά και συναισθημάτων, ερευνώντας τις εμπειρίες των ατόμων (Lakshman, Sinha, Biswas, Charles, & Arora, 2000).

Η συλλογή των στοιχείων στην *ποσοτική* έρευνα έγινε σε μορφή ερωτηματολογίου. Οι ερωτήσεις διαμορφώθηκαν έτσι ώστε να γίνει συλλογή δεδομένων που μπορούν εύκολα να κωδικοποιηθούν. Τα ποσοτικά αποτελέσματα τείνουν να έχουν υψηλότερα επίπεδα αποτελεσματικότητα και αξιοπιστία (Lakshman, Sinha, Biswas, Charles, & Arora, 2000). Σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι η εύρεση σχέσεων μεταξύ διαφορετικών παραγόντων και απόψεων καθώς επίσης έχει αντικειμενικότερη προσέγγιση με σχέση στην ποιοτική. Για επίτευξη του αντιπροσωπευτικού δείγματος, η συλλογή των δεδομένων στις ποσοτικές έρευνες γίνεται σε ευρύτερο πληθυσμό, καθώς επίσης είναι πιο δομημένες. Κύριο χαρακτηριστικό της ποσοτικής έρευνας είναι η αντικειμενικότητά της, η συλλογή μεγαλύτερου όγκου δεδομένων, οι δομημένες διαδικασίες της και χαρακτηρίζεται από την ακρίβεια της (Lakshman, Sinha, Biswas, Charles, & Arora, 2000).

Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν ηλεκτρονικά με τη βοήθεια της πλατφόρμας Qualtrics, για πιο εύκολη συλλογή αποτελεσμάτων. Το κάθε ερωτηματολόγιο πρέπει να αντικατοπτρίζει πλήρως τους σκοπούς της έρευνας και να είναι εντελώς κατανοητό με το ίδιο τρόπο σε όλους τους αναγνώστες του (Roopa & Rani, 2012). Το ερωτηματολόγιο ήταν δομημένο ώστε να αναλυθούν ξεχωριστά οι εσωτερικοί και οι εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ελκυστικότητα. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να υποδείξουν σε μια κλίμακα Likert πέντε βαθμών σε ποιο βαθμό συμφωνούν με καθεμία από τις δηλώσεις που αφορούσαν το πόσο ελκυστικός εργοδότης είναι η ξενοδοχειακή βιομηχανία.

Όπως προαναφέρθηκε, δημιουργία του ερωτηματολογίου καθώς και η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας Qualtrics, και το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σε άντρες και γυναίκες που εργάζονται σε ξενοδοχεία στην Κύπρο. Στη συνέχεια η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS όπου βγήκαν όλα τα αποτελέσματα, και οι στατιστικές σημαντικότητες. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι για σκοπούς της παρούσας έρευνας ορίστηκε επίπεδο σημαντικότητας το 0.05. Το ερωτηματολόγιο είναι πολύ σημαντικό εργαλείο και οι ερευνητές μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για κάθε είδους έρευνα (Roopa & Rani, 2012)

Οι ημι-δομημένες σε βάθος *συνεντεύξεις* έγιναν μετά την ποσοτική έρευνα και σκοπό είχε τον εντοπισμό των προσωπικών προσδοκιών, αντιλήψεων, και αναγκών των ξενοδοχοϋπαλλήλων. Αυτές οι επιπλέον πληροφορίες αποσκοπούν στην καταγραφή ενός εμπεριστατωμένου συνόλου αναλύσεων και συμπερασμάτων. Η πανδημία δυσκόλεψε τις καταπρόσωπο συνεντεύξεις, γι' αυτό σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι οι πλείστες έγιναν ηλεκτρονικά.

Η *δευτερογενή* μελέτη έγινε με συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση επιστημονικών άρθρων. Η αναδρομική ανάλυση επιστημονικών άρθρων και δεδομένων από άλλες μελέτες, συνέλαβε στην κατάρτιση των επιμέρους στόχων της έρευνας. Πέρα αυτού, βοήθησε στην αναγνώριση τυχών ανεκπλήρωτων αναγκών καθώς επίσης στη δημιουργία νέων προτάσεων βελτίωσης της ελκυστικότητας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας.

3.2.1. Μελέτη Περίπτωσης – Η Περίπτωση της Κύπρου

Είναι ευρύτατα διαδεδομένη η άποψη ότι η πανδημία επέφερε καίριο πλήγμα στην παγκόσμια οικονομία και κατά συνέπεια στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Είναι ένας κλάδος που έχει πληγεί περισσότερο από άλλους και έχει υποστεί σημαντικά οικονομικά προβλήματα καθώς η πανδημία τον ανάγκασε να οδηγηθεί σε μια περίοδο πλήρους παράλυσης και παγοποίησης των υπηρεσιών του. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλά και ολόκληρος ο τουρισμός ήρθε αντιμέτωπος με πρωτόγνωρες δυσκολίες και συνδυαστικά με το εξαιρετικά αβέβαιο μέλλον που προδιαθέτει, πρέπει να καταφέρει να αναγεννηθεί και να δημιουργήσει ένα αειφόρο βιώσιμο τουρισμό για το νησί της. Αποτελεί αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η Κύπρος στηρίζεται σε μεγάλο οικονομικό βαθμό στον τουρισμό και τη ξενοδοχειακή βιομηχανία. Έχει υποστεί οικονομική ασφυξία λόγω της πανδημίας γιατί όπως είναι ευρέως γνωστό τα έσοδα από τον τουρισμό αποτελούν βασικό πυρήνα της εγχώριας οικονομίας μας. Όπως προαναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο η εμφανής μείωση των αφίξεων στον τουρισμό καθώς επίσης και τα έσοδα από το τουρισμό το 2020 ήταν καταστροφικά, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4). Η πανδημία επέφερε στο νησί μας σημαντική απώλεια δισεκατομμυρίων στα έσοδα της. Η Κύπρος είναι μία πολύ ενδιαφέρον περίπτωση μελέτης κυρίως για τον λόγο ότι είναι μια ανεξάρτητη χώρα που αντιμετώπισε τον τελευταίο αιώνα απίστευτες οικονομικές πληγές και καταφέρνει μόνη της κάθε φορά να ορθοποδήσει.

Πίνακας 2: Αφίξεις τουριστών στους αερολιμένες της Κύπρου 2019 - 2022

ΠΕΡΙΟΔΟΣ	Αφίξεις Τουριστών				Έσοδα (€ εκ.)			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	81,970	85,622	3,889	43,944	39.6	40.2	2.8	28,2
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	105,571	105,592	5,047	71,921	52.4	49.5	3.8	39,6
ΜΑΡΤΙΟΣ	169,934	55,342	8,811	128,84	96.6	25.6	8.0	69,1
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	329,308	0	38,226	289,335	186.6	0.0	31.7	185,1
ΜΑΪΟΣ	434,578	0	100,852	315,018	277.6	0.0	76.7	221
ΙΟΥΝΙΟΣ	509,662	9,119	184,159	372,324	350.4	6.7	135.8	292,7

ΙΟΥΛΙΟΣ	550,971	64,914	297,308	454,657	422.0	42.5	245.7	381,7
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	553,845	104,261	321,858	451,133	431.6	71.1	272.5	399,7
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	524,707	87,334	339,242		377.2	63.3	268.2	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	436,509	100,791	391,638		299.4	77.4	310.2	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	169,392	8,952	148,973		95.0	6.6	104.2	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	110,330	9,682	96,928		54.6	9.1	54.0	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	3,976,777	631,609	1,936,931		2,683.0	392.0	1,513.6	
% Μεταβολή	1.0	-84.1	206.7		-1.0	-85.4	286.1	

Πηγή: Κυπριακή Στατιστική Υπηρεσία, 2022

Εάν αφήσουμε στην άκρη το οικονομικό κομμάτι, ένα από τα σημαντικότερα περιουσιακά στοιχεία ενός οργανισμού είναι το προσωπικό του. Όπως προαναφέρθηκε, φιλόξενοι δεν πρέπει να αισθάνονται μόνο οι πελάτες αλλά οι υπάλληλοι. Για να υπάρχουν ευχαριστημένοι πελάτες πρέπει πρώτα είναι ικανοποιημένοι οι εργαζόμενοι.

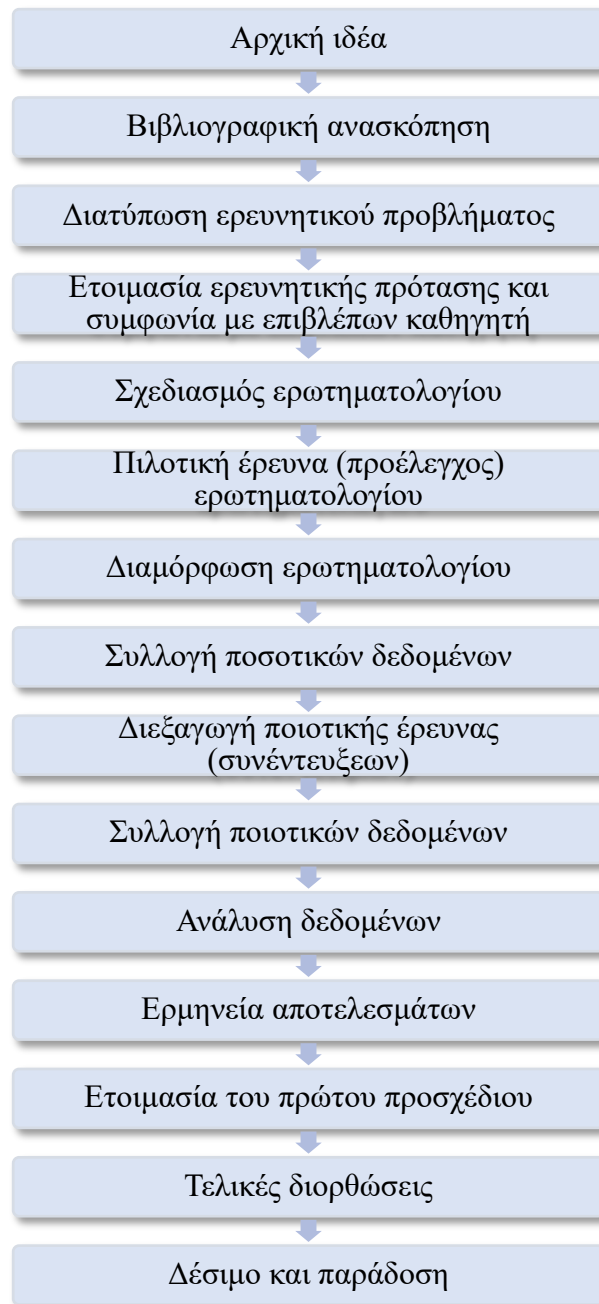
3.3 Διαδικασίες Έρευνας

Η έρευνα ξεκίνησε με την βιβλιογραφική ανασκόπηση, αρχικός σκοπός της ήταν η συμβολή και η εξέλιξη της αρχικής ιδέας του θέματος μέχρι να διαπιστωθούν τα ερευνητικά ερωτήματα και ο κύριος στόχος της μελέτης. Η συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση συνέτεινε επίσης και στην ανάλυση των δευτερογενών στοιχείων της έρευνας αξιοποιώντας έτσι την υπάρχουσα επιστημονική γνώση. Η παρουσίαση των ήδη υφισταμένων επιστημονικών άρθρων παρουσιάζει μια ολιστική εικόνα του θέματος, εξετάζοντας το από όλες τις διαστάσεις του (Siddaway, Wood, & Hedges, 2019). Η συνεισφορά της βιβλιογραφίας, διατυπώθηκε τον τίτλο της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα και σκοπός της. Στη συνέχεια έγινε ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου και ακολούθησε πιλοτική έρευνα για προ-έλεγχο πριν την αποστολή τους. Η συλλογή πρωτογενών δεδομένων καθιστά την κάθε πολύτιμη για την βιβλιογραφία γιατί συμβάλλει στην εξαγωγή νέων και μοναδικών αποτελεσμάτων. Για αυτό το λόγο η πρωτογενής έρευνα είναι πιο χρονοβόρα, κρίσιμη και απαιτητικό.

Αναπόφευκτο στάδιο της μελέτης ήταν η διεξαγωγή πιλοτικού ελέγχου και για την ποιοτική έρευνα που σκοπό είχε την πολύτιμη συλλογή επιπρόσθετων στοιχείων και πληροφοριών σχετικά με τις εμπειρίες και τις αντιλήψεις των υπαλλήλων. Οι συνεντεύξεις έγιναν κατά την διάρκεια συλλογής δεδομένων και στοιχείων της ποσοτικής έρευνας και σκοπό είχαν την κάλυψη κενών του ερωτηματολογίου. Μετά την συλλογή των ποιοτικών στοιχείων και την ολοκλήρωση της ανάλυσης των δεδομένων, έγινε η ερμηνεία τους. Τέλος είχε γίνει ένα προσχέδιο πριν τις τελικές διορθώσεις και την παράδοση.

Τα στάδια που ακολούθησαν στην εκπόνηση της διατριβής απεικονίζονται διαγραμματικά στον Πίνακα 3 1.

Πίνακας 3: Στάδια εκπόνησης Μεταπτυχιακής διατριβής



Πηγή: Συγγραφέας

3.3.1 Δειγματοληψία

Το ιδανικό για κάθε ερευνητή στην διεξαγωγή της έρευνάς του και για την συλλογή έγκυρων στοιχείων θα ήταν να ελέγξει ολόκληρο τον πληθυσμό αλλά αυτό πρακτικά είναι ακατόρθωτο. Για τον λόγο αυτό, γίνεται η επιλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος του συνολικού πληθυσμού. Το δείγμα ορίζεται ως ένα υποσύνολο του πληθυσμού, και ο

λόγος επιλογής του είναι η μείωση του κόστους, του χρόνου, και του κόπου που απαιτείται για την διεξαγωγή μιας έρευνας στο συνολικό πληθυσμό (Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, 2013). Με λίγα λόγια, η δειγματοληψία είναι η διαδικασία που χρησιμοποιείται από έναν ερευνητή, στην οποία επιλέγει ένα μέρος του συνολικού πληθυσμού θεωρώντας το αντιπροσωπευτικό δείγμα για την έρευνα του. Η ορθολογική επιλογή του κατάλληλου δείγματος, οδηγεί στην εγκυρότητα των δεδομένων και συμπερασμάτων. Για την διασφάλιση των έγκυρων αποτελεσμάτων πρέπει να αποφασιστούν προσεκτικά και με ακρίβεια τα χαρακτηριστικά και προϋποθέσεις του πληθυσμού και στην συνέχεια του δείγματος. Υπάρχουν δύο κύριες μορφές δειγματοληψίας,

Η πρώτη είναι η *τυχαία δειγματοληψία* που χαρακτηρίζεται από τις ίσες πιθανότητες επιλογής του κάθε ατόμου από τον ευρύτερο πληθυσμό. Διασφαλίζει την γενίκευση των αποτελεσμάτων της έρευνας με το αντιπροσωπευτικό δείγμα που επιλέχθηκε. Η τυχαία δειγματοληψία περιλαμβάνει την απλή τυχαία δειγματοληψία, τη συστηματική τυχαία δειγματοληψία, τη σωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία, τη δειγματοληψία σε ομάδες, κ.λπ. (Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, 2013).

Η δεύτερη είναι *μη τυχαία δειγματοληψία* χαρακτηρίζεται από την απλότητα της, η οποία δεν καθορίζει επαρκώς το δείγμα του πληθυσμού που θα επιλεγεί. Με την μη τυχαία δειγματοληψία γίνεται πιο εύκολη η συλλογή δεδομένων αλλά οδηγεί σε μεροληψία επιλογής του δείγματος. Η μη τυχαία δειγματοληψία περιλαμβάνει τη δειγματοληψία ευκολίας/σκοπής, τη δειγματοληψία ποσοτώσεων, τη δειγματοληψία με μπάλα χιονιού κ.λπ. (Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, 2013). Έρευνα έδειξε ότι οι στατιστικές υπηρεσίες και οι ερευνητές προτιμάνε να ακολουθούν τη μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας, εν αντιθέσει με τις επιχειρήσεις και εταιρείες που προτιμούν την μη τυχαία δειγματοληψία (Etikan & Bala, 2017).

Οι ερευνητές Acharya κ. συν. (2013) υποστηρίζουν ότι κάθε μέθοδος δειγματοληψίας έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και περιορισμούς. Ανέφεραν ότι η τυχαία δειγματοληψία είναι προτιμότερη για το λόγο ότι τα αποτελέσματα της μπορούν να γενικευθούν καθώς επίσης ορίζεται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα. Την χαρακτήρισαν «χρυσό πρότυπο στη μεθοδολογία δειγματοληψίας» (Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, 2013).

Δεδομένου του σκοπού της έρευνας και των ερευνητικών ερωτημάτων, η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την ποσοτική έρευνα είναι η μέθοδος της τυχαίας δειγματοληψίας, για διασφάλιση της γενίκευσης και ακρίβειας των αποτελεσμάτων και την αποφυγή μεροληψίας στην επιλογή του δείγματος.

Κύριο κομμάτι της έρευνας ήταν η συλλογή δεδομένων από τα ερωτηματολόγια τα οποία είχαν απαντηθούν από ξενοδοχοϋπαλλήλους στην Κύπρο. Το δείγμα αποτελείται από υπαλλήλους οι οποίοι εργάζονται στο ξενοδοχειακό τομέα ανεξαρτήτως δημογραφικών χαρακτηριστικών με μοναδική προϋπόθεση να δουλεύουν σε τεσσάρων ή πέντε αστέρων ξενοδοχείο.

Για την διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας και για την συλλογή επιπρόσθετων αλλά και εμπειρικών στοιχείων, το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για τις βάθους προσωπικές συνεντεύξεις αποτελείται από 9 άτομα που εργάζονται στην ξενοδοχειακή βιομηχανία με τις ίδιες προϋποθέσεις.

3.3.2 Ερευνητικά Εργαλεία

Ο Sir Francis Galton, ήταν Βρετανός ανθρωπολόγος, εξερευνητής και στατιστικολόγος που εφηύρε το ερωτηματολόγιο τα τέλη του 1800 και από τότε το κατέστησε ραχοκοκαλιά για κάθε επιτυχημένη έρευνα (Roopa & Rani, 2012). Το ερωτηματολόγιο το χρησιμοποιούμε για συλλογή ποσοτικών πρωτογενών δεδομένων, με τυποποιημένο τρόπο ώστε τα δεδομένα να είναι εσωτερικά συνεπή και να μπορούν να αναλυθούν (Roopa & Rani, 2012).

Για να εντοπιστεί η επίδραση της πανδημίας του COVID-19 στις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων σχετικά με την ελκυστικότητα της βιομηχανίας, επιβάλλεται η ορθολογική επιλογή των καταλλήλων ερευνητικών εργαλείων για την επίτευξη της πλούσιας συλλογή απαραίτητων δεδομένων. Όπως έχει προαναφερθεί το πρώτο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα ήταν ένα καλά δομημένο ερωτηματολόγιο.

Ένα πλεονέκτημα του ερωτηματολογίου σύμφωνα με τους Roopa & Rani (2012) είναι ότι δε χρειάζεται πολλούς πόρους στην δημιουργία του, και η σχεδίαση του τις περισσότερες φορές είναι φθηνή. Ακόμα ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι οι συμμετέχοντες απαντούν με ειλικρίνεια για τον λόγο ότι το ερωτηματολόγιο του καθενός ακόμα και ταυτότητα του είναι εμπιστευτικά.

Σημαντική είναι η *πilotικός έλεγχος* του ερωτηματολογίου σε ένα μικρό δείγμα ερωτώμενων, για σκοπούς ελέγχου εγκυρότητας, αξιοπιστίας, καθώς επίσης και τυχών σφάλματα (Stone, 1993). Ένας ακριβής και προσεκτικά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο βοηθά τον ερευνητή να συλλέξει αξιόπιστες πληροφορίες, γι' αυτό απαραίτητο είναι να δοθεί η μείζων σημασία στον προέλεγχο του ερωτηματολογίου καθώς και στην σωστή συλλογή χρήσιμων πληροφοριών (Roopa & Rani, 2012). Είναι ένα από τα σημαντικότερα στάδια πριν την αποστολή του ερωτηματολογίου, για έλεγχο της αξιοπιστίας αλλά και εγκυρότητας των ερωτήσεων. Ο *πilotικός έλεγχος* διεξάχθηκε σε μορφή προσωπικών συνεντεύξεων για να διαπιστωθούν τυχών ασάφειες, ελλειπείς ερωτήσεις, λάθος διατύπωση και γενικότερα λάθη που σχετίζονται με τις ερωτήσεις. Ένα ακόμη πλεονέκτημα της *πilotικού* σταδίου είναι η μέτρηση του χρόνου που κυμαίνεται να απαντηθεί το ερωτηματολόγιο (Roopa & Rani, 2012), το οποίο έδειξε ότι κυμαίνεται στα 6-8 λεπτά.

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με την συλλογή όλων των απαραίτητων πληροφοριών μέσα από την βιβλιογραφική ανασκόπηση αλλά και με ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης της Κύπρου. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι ένα αναζήτηση και να συλλέξει πληροφορίες σχετικά με τις πεποιθήσεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων σε ξενοδοχεία στη Κύπρο, για ζητήματα που αφορούν την ελκυστικότητα του εργοδότη τους μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Τα δύο πρώτα μέρη του ερωτηματολογίου είναι επικεντρωμένα στην ξενοδοχειακή βιομηχανία και στην πανδημία και το τρίτο μέρος αποτελεί τα δημογραφικά στοιχεία. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει 11 ερωτήσεις και στοχεύει στην συλλογή στοιχείων που αφορούν τις απόψεις ξενοδοχοϋπαλλήλων για γενικά ζητήματα που σχετίζονται με την ξενοδοχειακή βιομηχανία στην Κύπρο μετά την εμφάνιση του COVID-19. Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει 19 ερωτήσεις που είναι επικεντρωμένες στην ελκυστικότητα των

υφιστάμενων εργοδοτών των ερωτώμενων, κατά την περίοδο της πανδημίας. Και τέλος η ενότητα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνει 9 ερωτήσεις.

Οι κυρίες ερωτήσεις δομήθηκαν σε μορφή κλιμάκων *Likert*, κλειστή κλίμακα αναγκαστικής επιλογής. Με την κλίμακα *Likert* οι ερωτώμενοι υποδεικνύουν το βαθμό που συμφωνούν ή διαφωνούν, σε μορφή κλίμακας (Taherdoost, 2019). Η συλλογή των στοιχείων με την βοήθεια την κλίμακας *Likert* συντέινει την εύκολη και συμμετρική ανάλυση των δεδομένων καθώς επίσης πρόσφεραν ποικίλες ‘αποχρώσεις’ και πληροφορίες σχετικά με τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων. Σύμφωνα με τον Taherdoost (2019) η κλίμακα *Likert* είναι από της θεμελιώδεις και δημοφιλέστερες μεθόδους κλιμάκωσης που χρησιμοποιείται στην έρευνα των πολλών κοινωνικών επιστημών. Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακα 4) αναγράφεται λεπτομερώς η δομή του ερωτηματολογίου

Πίνακας 4: Δομή Ερωτηματολογίου

Τμήματα	Είδος Ερωτήσεων	Ερωτήσεις
Μέρος Α Απόψεις για ξενοδοχειακή βιομηχανίας	Κλειστού Τύπου • Κλίμακα <i>Likert</i>	Q1.1 - Q1.11
Μέρος Β: Παρών εργοδότης	Κλειστού Τύπου • Κλίμακα <i>Likert</i> • Κλίμακα με σειρά κατάταξης	Q2.1 – Q2.18 Q2.19
Μέρος Γ: Δημογραφικά	Κλειστού Τύπου • Διαζευκτική (Φύλο) • Απλής Επιλογής (Ηλικία, Μορφωτικό Επίπεδο, Πόλη Εργασίας, Τμήμα, Θέση Εργασίας, Έτη Προϋπηρεσίας Κλάδου, Έτη Προϋπηρεσίας Παρούσας Εργασίας, Μηνιαίες Μεικτές Απολαβές)	Q 3.1 Q3.2 – Q3.9

Πηγή: Συγγραφέας

Τελευταία ερώτηση του δευτέρου μέρους - της ανάλυσης ελκυστικότητας του υφιστάμενου εργοδότη – είναι σε μορφή σειρά κατάταξης η οποία επιτρέπει στους ερωτώμενους να ταξινομήσουν τις επιλογές, σύμφωνα με τις προτιμήσεις τους. Με λίγα

λόγια τους επιτρέπει να αναδιατάξουν και να κατατάξουν τις πολλαπλές επιλογές που τους δίνονται, σε συγκεκριμένη σειρά όπως επιθυμούν.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε ηλεκτρονικά αλλά και με επισκέψεις αυτοπροσώπως σε ξενοδοχεία. Η προσωπικές επισκέψεις έγιναν για διασφαλίσει της κατανομής των ετικετών QR code (παρακάτω εικόνα) σε ξενοδοχοϋπάλληλους που δημιουργήθηκαν για την διευκόλυνση διανομής του ερωτηματολογίου. Επιπρόσθετα το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε ξενοδοχοϋπάλληλους με την βοήθεια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και σε χώρους εστίασεις των υπαλλήλων κάποιων ξενοδοχείων

Εικόνα 1: QR code ερωτηματολογίου



Πηγή: Συγγραφέας

Οι πλατφόρμες που χρησιμοποιήθηκαν στην ηλεκτρονική διανομή του ερωτηματολογίου ήταν το LinkedIn, ηλεκτρονική αλληλογραφία και τα προσωπικά μηνύματα. Δεν μπορεί να παραληφθεί το γεγονός ότι υπήρξαν δυσκολίες στην συλλογή απαντήσεων και κάποιοι από τους λόγους ήταν η πίεση εργασίας αλλά και η μη ανταπόκριση τους στο ερωτηματολόγιο. Συνολικά μαζεύτηκαν 189 ερωτηματολόγια

Το δεύτερο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την διεκπεραίωση του στόχου της έρευνας ήταν οι προσωπικές συνεντεύξεις. Οι συνέντευξης σαν ερευνητικό εργαλείο της ποιοτικής έρευνας, έχει στόχο την συλλογή δεδομένων, για πλήρη κατανόηση των αντιλήψεων των ατόμων (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006).

Σύμφωνα με τους DiCicco-Bloom & Crabtree (2006) οι συνεντεύξεις χρησιμοποιούνται σε πολλούς κλάδους και σκοπό έχουν να συμβάλουν σε ένα σύνολο γνώσεων που στηρίζεται αποκλειστικά στις εμπειρίες ζωής των ερωτώμενων. Η ποιοτική έρευνα στην παρούσα μελέτη έγινε αποκλειστικά για σκοπούς επιπρόσθετης πληροφορίας και δεδομένων. Επιπρόσθετα συνέβαλαν στον εμπλουτισμό με «συναίσθημα» των ποσοτικών δεδομένων που συλλέγηκαν, μέσω των εμπειριών που έχουν οι ξενοδοχοϋπάλληλοι.

Σε πρώτη φάση έπρεπε να γίνει η επιλογή των ερωτωμένων, η οποία έγινε από άτομα τα οποία αποτελούσαν το δείγμα της έρευνας, είχαν τις προϋποθέσεις και τα χαρακτηριστικά καθώς επίσης σημαντικό κριτήριο ήταν και η δυνατότητα προσέγγισης τους. *Επόμενο βήμα*, ήταν η σχεδίαση των βασικών θεματικών αξόνων που συνδυαστικά με το στόχο της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα προσάρμοσαν τους άξονες της συνέντευξης. Οι συνεντεύξεις που διεξάχθηκαν είχαν ημι-δομημένη (ημικατευθυνόμενη) μορφή που σκοπό είχαν την συμπλήρωση κενών του ερωτηματολογίου. Είχαν οριστεί οι γενικοί άξονες σαν κατευθυντήριες γραμμές για εμπλουτισμό των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου και αυτό εξαρτιόταν από τις απαντήσεις και την ροή της συνέντευξης.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι λόγω της πανδημίας και των περιορισμών της, δεν μπορούσαν να διεξαχθούν όλες οι συνεντεύξεις κατά πρόσωπο και έτσι κάποιες έγιναν μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας βιντεοτηλεφωνίας ακόμη και τηλεφωνικός. Όπως και στην ποσοτική έρευνα έτσι και στην ποιοτική, ο πιλοτικός έλεγχος συμβάλλει στον να εντοπιστούν τυχών ατέλειες της διεξαγωγής της συνέντευξης που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την αξιοπιστία και την εγκυρότητα της έρευνας.

Όλοι συμμετέχοντες είχαν πλήρως ενημερωθεί πως, όλα τα στοιχεία είναι πλήρως εμπιστευτικά και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους ερευνητικούς σκοπούς της παρούσας έρευνας.

Στην ποιοτική έρευνα παρουσιάστηκαν κάποιες δυσκολίες και απρόβλεπτες καταστάσεις που δυσκόλεψαν σε κάποιο βαθμό την διεξαγωγή της. Όπως έχει προαναφερθεί τα πλεονεκτήματα της ποσοτικής είναι τα μειονεκτήματα της ποιοτικής έρευνας (Thurmond, 2001), έτσι οι δυσκολίες που παρουσιάστηκα αποτελούσαν τα πλεονεκτήματα της ποσοτικής έρευνας. Η φύση της έρευνας προκάλεσε αναβολή διαφορών συνεντεύξεων καθώς επίσης η πανδημία και τα αυξημένα κρούσματα δεν αποτέλεσαν και τον καλύτερο οίονος στην έρευνα. Στη συνέχεια παρατηρήθηκε έλλειψη ελεύθερου χρόνου από τους συμμετέχοντες καθώς επίσης και σε κάποιες περιπτώσεις κακή διάθεση. Τέλος, αν και είχαν όλοι ενημερωθεί για την πλήρη εχεμύθεια των προσωπικών τους δεδομένων, παρατηρήθηκε παράλειψη κάποιων πληροφοριών.

Η διάρκεια κάθε συνέντευξης ήταν περίπου 13 με 17 λεπτά, ανάλογα με την ροή των συζητήσεων και την διάθεση των συμμετεχόντων. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι κάποιες συνεντεύξεις μαγνητοφωνήθηκαν για την διασφάλιση της ακρίβειας των συνεντεύξεων στα μετέπειτα στάδια της ανάλυσης, μετά την έγκριση των ιδίων

Πίνακας 5: Ποιοτική Έρευνα, Συμμετέχοντες προσωπικών συνεντεύξεων

	Τμήμα	Τίτλος	Θέση
I	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	F&B Coordinator	Εργαζόμενος πρώτης γραμμής (First Line Employee)
II	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	Chef de partie	Επόπτης (Supervisor)
III	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	Events Coordinator	Εργαζόμενος πρώτης γραμμής (First Line Employee)
IV	Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (Human Resource)	HR Manager	Διευθυντικό Στέλεχος (Manager)
V	Τμήμα Οροφοκομίας (Housekeeping)	Housekeeping Coordinator	Εργαζόμενος πρώτης γραμμής (First Line Employee)

VI	Τμήμα Δωματίων (Reservations)	Reservations Officer	Εργαζόμενος πρώτης γραμμής (First Line Employee)
VII	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	Events Manager	Διευθυντικό Στέλεχος (Manager)
VIII	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	Cook A	Επόπτης (Supervisor)
IV	Τμήμα Υποδοχής (Front Office)	Duty Manager	Επόπτης (Supervisor)
V	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	Runner	Εργαζόμενος πρώτης γραμμής (First Line Employee)

Πηγή: Συγγραφέας

Μετά από κάποιες συνεντεύξεις παρατηρήθηκε ότι οι ερωτώμενοι άρχισαν να δίνουν παρόμοια αποτελέσματα, και αποφασίστηκε η διακοπή των συνεντεύξεων λόγω του «πληροφοριακός κορεσμός» (Fusch & Ness, 2015). Οι Fusch & Ness (2015) ανέφεραν ότι ο κορεσμός των δεδομένων επιτυγχάνεται όταν υπάρχουν αρκετά δεδομένα για την μελέτη και έτσι η απόκτηση περαιτέρω πληροφοριών δεν είναι πλέον αναγκαία

Ερευνητές έδειξαν ότι οι μεικτές μέθοδοι – τριγωνοποίηση, μπορούν να παρέχουν μεθοδολογικά ορθούς σχεδιασμούς μελέτης στην συλλογή πρωτογενών δεδομένων, καθώς επίσης τόνισε ότι οι ποιοτικές προσεγγίσεις όπως οι συνεντεύξεις αποτελούν αναπόσπαστο συστατικό μιας εξελισσόμενης διαδικασίας μελέτης με αναδυόμενες ιδέες (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006). Μελέτες έδειξαν ότι η τριγωνοποίηση είναι μία βιώσιμη επιλογή για την λήψη συμπληρωματικών ευρημάτων που βοηθούν στην αύξηση αξιοπιστίας και εγκυρότητας των αποτελεσμάτων (Thurmond, 2001).

3.3.3 Ανάλυση Δεδομένων

Εκτός από την ορθολογική επιλογή των ερευνητικών εργαλείων, μείζονα ρόλο έχει και η επιλογή των καταλλήλων προγραμμάτων για ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων. Παρόλο που πολλά εργαλεία ανάλυσης δεδομένων είναι πολύ δημοφιλή και αξιόπιστα, πολλοί ερευνητές αντιμετωπίζουν δίλημμα στην επιλογή του ορθού και κατάλληλου εργαλείου ανάλυσης των δεδομένων τους, για τον λόγο ότι, η επιλογή του ακατάλληλου

εργαλείο, θα μειώσει την απόδοση και την ακρίβεια του αποτελέσματος της έρευνας (Ong & Puteh, 2017).

Για την παρούσα έρευνα κρίθηκε ορθολογική επιλογή στην ανάλυση δεδομένων με το πρόγραμμα SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Η πρώτη έκδοση του SPSS ήταν το 1967 και λειτουργούσε σε IBM 360 - συστημάτων υπολογιστών - και ονομάστηκε Statistical Package for the Social Science, από όπου πήραν τα αρχικά του. Το SPSS είναι ένα στατιστικό εργαλείο που χρησιμοποιείται από πολλούς ερευνητές και ακαδημαϊκούς, παγκόσμιος. Έχει επισημανθεί επίσης ότι είναι πολύ φιλικό προς το χρήστη καθώς δίνει την δυνατότητα να διεξάγει ποικίλες στατιστικές εντολές (Ong & Puteh, 2017).

Οι ερευνητές Ong & Puteh (2017), επισήμαιναν ότι το στατιστικό λογισμικό της SPSS μπορεί να συγκρίνει τόσων παραμετρικές όσο και μη παραμετρικές αναλύσεις επιπρόσθετα επιτρέπει στους ερευνητές να ελέγξουν τις υποθέσεις της έρευνας τους με τεστ κανονικότητας και τεστ ακραίων τιμών. Πέρα των προηγούμενων, το SPSS πραγματοποιεί αξιόπιστες αναλύσεις συχνοτήτων.

3.4 Ζητήματα Ηθικής

Η ραγδαία αύξηση της βιβλιογραφίας έχει οδηγήσει σε ανησυχίες που σχετίζονται με ζητήματα ηθικής για αυτόν το λόγο δημιουργήθηκαν κατευθυντήριες γραμμές που αποσκοπούν στην ακεραιότητα των επιστημονικών ερευνών. Σκοπό έχουν στην συμμόρφωση των ερευνητών με τα ηθικά πρότυπα για την διεξαγωγή της έρευνας. (Yip, Han, & Sng, 2016).

Η έκθεση Belmont - έκθεση που περιλαμβάνει ηθικές αρχές και οδηγίες για την προστασία των ανθρώπων- ανέλυσε τις τρεις βασικές ανθρωποκεντρικές αρχές που είναι ευρέως αποδεκτές και χρησιμοποιούνται για την ανάλυση της ηθικής για κάθε έρευνα (Miller & Macmillan, 1971).

- Σεβασμός προς τα πρόσωπα (Respect for person)

Η αρχή του σεβασμού των προσώπων χωρίζεται σε δύο ξεχωριστές ηθικές, (1) είναι τα άτομα να αντιμετωπίζονται ως αυτόνομα, και (2) τα άτομα με μειωμένη αυτονομία να έχουν δικαίωμα προστασίας.

- Ευεργεσία (Beneficence)

Η αντιμετώπιση των ατόμων με δεοντολογικό τρόπο δεν είναι μόνο σεβασμός των αποφάσεων τους αλλά και προστασία τους από τυχόν κακόβουλες πράξεις, για την προσπάθεια διασφάλισης της ευημερίας τους. Οι δύο κανόνες για ευεργετικές ενέργειες είναι, (1) να μην κάνετε κακό και, (2) να μεγιστοποιηθούν τα πιθανό οφέλη και ταυτόχρονα να ελαχιστοποιηθούν οι πιθανές κακόβουλες πράξεις.

- Δικαιοσύνη (Justice)

Η αρχή της δικαιοσύνης αποτελείται από ισοτιμία σε ατομικό αλλά και κοινωνικό επίπεδο. Ακολουθούν πέντε ευρέως αποδεκτές διατυπώσεις δικαίου τρόπου κατανομής ισότητας, (1) για κάθε άτομο ίσο μερίδιο, (2) για κάθε άτομο ανάλογα με τις ατομικές ανάγκες, (3) για κάθε άτομο ανάλογα με την ατομική προσπάθεια, (4) για κάθε άτομο ανάλογα με την κοινωνική συνεισφορά και (5) σε κάθε άτομο ανάλογα με την αξία.

3.5 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο έγινε μια λεπτομερή αναφορά στο σκοπό της έρευνας αλλά και στην μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Αιτιολογήθηκαν πλήρως τα ερευνητικά ερωτήματα καθώς επίσης και τα ερευνητικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν. Επιπρόσθετα έγινε αναφορά στο χρηστικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα για ανάλυση των δεδομένων, γιατί οριστική περίπτωση μελέτης η Κύπρος και τέλος αναφέρθηκαν και τα ζητήματα ηθικής. Στο επόμενο κεφάλαιο θα γίνει εξονυχιστική ανάλυση δεδομένων τόσο της ποσοτικής όσο και της ποιοτικής έρευνας.

4 Ανάλυση δεδομένων

4.1 Εισαγωγή – Ποιοτική Έρευνα

Το παρόν κεφάλαιο περιλαμβάνει εξονυχιστική ανάλυση των 9 συνεντεύξεων που έχουν πραγματοποιηθεί για ενίσχυση των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας. Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναφέρονται οι συμμετέχοντες καθώς και η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την εξαγωγή των συμπερασμάτων. Οι ημι-δομημένες προσωπικές συνεντεύξεις είχαν ως σκοπό να ενισχύσουν και να εμβαθύνουν τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων. Σημαντικό είναι να αναφερθεί, ότι όλοι οι συμμετέχοντες στην ποιοτική έρευνα είχαν ήδη απαντήσει το ερωτηματολόγιο και οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την ποιοτική έρευνα συμπλήρωναν την ποσοτική. Αυτό το κεφάλαιο σκοπό έχει να εκπληρώσει το κύριο ερώτημα της μελέτης αυτής, είναι όντως η ξενοδοχειακή βιομηχανία ελκυστικός εργοδότης μετά την εμφάνιση της πανδημίας; Ο σκοπός αλλά και τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας θα απαντηθούν με επιτυχία σε αυτό το κεφάλαιο. Έχει προαναφερθεί ότι η βιβλιογραφία παρατηρείται να έχει ελλείψεις σε μελέτες που αφορούν την ελκυστικότητα σε συνδυασμό με την πανδημία και τα ακόλουθα αποτελέσματα τείνουν να ενισχύσουν αλλά και να συμβάλλουν σημαντικά στον κλάδο. Το πρώτο μέρος των συνεντεύξεων αποτελείται από κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά, και το δεύτερο μέρος χωρίστηκε στις πέντε θεματικές ενότητες της παρούσας μελέτης όπως αναγράφεται στο παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6: Δομή Ποιοτικής Έρευνας

Θεματικές Ενότητες	Ερευνητικά Ερωτήματα	Ποιοτική Έρευνα
<i>Ευκαιρίες Απασχολήσης</i>	Είναι ελκυστικές οι θέσεις εργασίες που προσφέρονταν κατά την περίοδο της πανδημίας;	1. Ελκυστικές θέσεις εργασίας
<i>Συνθήκες Εργασίας</i>	Πως οι συνθήκες εργασίας των υπαλλήλων στην ξενοδοχειακή βιομηχανία θα μπορούσαν να βελτιωθούν;	2. Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (WLB) 3. Περιοριστικά μέτρα 4. Εξουθένωση (burnout)
<i>Εργασιακό Περιβάλλον</i>	Το εργασιακό περιβάλλον και οι σχέσεις μεταξύ υπαλλήλων	5. Σχέσεις να προϊστάμενος και συνάδελφος

	επηρεαστήκαν κατά την περίοδο της πανδημίας;	
<i>Ικανοποίηση Εργαζομένων</i>	Ποιος είναι ο βαθμός ικανοποίησης του προσωπικού με βάση τις οικονομικές απολαβές, τα κίνητρα και τις αρμοδιότητες?	6. Ικανοποίηση με βάση αρμοδιότητες, οικονομικές απολαβές και κίνητρα 7. Ικανοποίηση όσον αφορά τον κλάδο και επιθυμία για αλλαγή αποχώρηση 8. Ικανοποίηση όσον αφορά τον κλάδο και επιθυμία για αποχώρηση από κλάδο
<i>Ανέλιξη</i>	Είναι επαρκές οι μέθοδοι ανέλιξης του προσωπικού	9. Προαγωγές και αυξήσεις 10. Ανέλιξη και στασιμότητα
		11. Ελκυστικότητα βιομηχανίας

Πηγή: Συγγραφέας

Δεν μπορούσε να παραλειφθεί η σημαντικότητα των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στην ποιοτική έρευνα. Όλοι οι συμμετέχοντες είχαν ερωτηθεί το επίπεδο σπουδών τους καθώς επίσης αν οι σπουδές είναι στο κλάδο του τουρισμού ή και της φιλοξενίας. Στον παρακάτω πίνακα αναγράφονται λεπτομερώς αυτά τα στοιχεία, τα οποία βοηθούν και ενισχύουν την μετέπειτα έρευνα.

Πίνακας 7: Επίπεδο Σπουδών Συμμετεχόντων

	Θέση	Επίπεδο Σπουδών	Σπουδές στα Ξενοδοχειακά
I	F&B Coordinator	Μεταπτυχιακό	√
II	Chef de partie	Μεταπτυχιακό	
III	Events Coordinator	Πτυχίο	√
IV	HR Manager	Πτυχίο	√
V	Concierge	Μεταπτυχιακό	√
VI	Reservations Officer	Πτυχίο	√

VII	Events Manager	Μεταπτυχιακό	√
VIII	Cook A	Πτυχίο	

Πηγή: Συγγραφέας

4.1.1 Ανάλυση Δεδομένων Ποιοτικής Έρευνας

Η πρώτη θεματική ενότητα αφορά τις *ευκαιρίες απασχόλησης του κλάδου* πριν αλλά και μετά την πανδημία. Πιο αναλυτικά περιγράφει τις απόψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων όσον αφορά τις θέσεις εργασίας, την ελκυστικότητα των θέσεων αυτών καθώς επίσης την αντιμετώπιση των ανέργων αλλά και μη, για τις θέσεις αυτές. «Ψάχνουν απεγνωσμένα χιλιάδες υπαλλήλους», αυτός ήταν ο τίτλος ενός άρθρου που δείχνει την απελπισία των ξενοδόχων για εύρεση προσωπικού και λύση του προβλήματος της έλλειψης ανθρώπινο δυναμικού στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Μεγάλες είναι οι ανησυχίες των συνδέσμων των ξενοδόχων, του Υπουργείου Εργασίας αλλά και άλλων οργανισμών σε θέματα που αφορούν τις ανεπιτυχές ενέργειες των οργανισμών για αναζήτηση προσωπικού. Τα τελευταία χρόνια η ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προσπαθούν πάση θυσία να βρούμε προσωπικό αλλά απ' ότι φαίνεται αποτυγχάνουν, για τον λόγο ότι δεν υπάρχει το ανάλογο ενδιαφέρον από τους άνεργος. Τα στοιχεία του Υπουργείου Εργασίας αλλά σε συνεργασία με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις φαίνεται ότι η ανάγκη για εργατικό δυναμικό ξεπερνά τις 6000 άτομα για όλα τα τμήματα των ξενοδοχείων (Efthimiou, Stockwatch, 2022).

Το πρόβλημα αυτό το επιβεβαιώνει η ανάλυση των συνεντεύξεων από τους ξενοδοχοϋπαλλήλους και η ομόφωνη άποψή τους όσον αφορά την παραπάνω ανησυχία. Κάποιος απ' αυτούς ανέφερε χαρακτηριστικά:

“Ειδικά μετά την πανδημίας φαίνεται ότι τα ξενοδοχεία «παρακαλούν» τον κόσμο να δουλέψει σε αυτά ενώ πριν την πανδημία οι περισσότερες θέσεις εργασίας ήταν κατειλημμένες. Πιστεύω ότι η πανδημία τους έδωσε μια ευκαιρία να αλλάξουν κλάδο κατά την περίοδο του lockdown και έφυγαν από την βιομηχανία.”

[Συμμετέχοντας III]

“Με την πανδημία υπήρξαν αρκετοί αποθαρρυντικοί παράγοντες που λειτούργησαν αρνητικά προς το εργατικό δυναμικό για να θέλει να δουλέψει στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Όπως βλέπουμε στην Κύπρο υπάρχουν αρκετές θέσεις εργασίες που είναι κενές και η ζήτηση από τους ξενοδόχους είναι αρκετά μεγάλη και αυτό δεν μου προκαλεί έκπληξη. Ο λόγος είναι γιατί τα τελευταία δύο χρόνια λόγω πανδημίας αρκετά άτομα αποφάσισαν να αλλάξουν κλάδο για διάφορους λόγους, αρχικά, οι οικονομικές απολαβές δεν είναι τόσο ελκυστικές όσο άλλες εταιρίες άλλων κλάδων όπως και οι ευκαιρίες ανέλιξης και εξελίξης αλλά και τα μπόνους.”

[Συμμετέχοντας V]

Πολλοί επίσης υποστήριξαν ότι με την αβεβαιότητα που προκάλεσε η πανδημία στον κλάδο επήλθε παγοποίηση και στις προσλήψεις. Σε δηλώσεις του Προέδρου του συνδέσμου ξενοδόχων στην Πάφο κύριος Θάνος Μιχαηλίδη ανέφερε τις προσπάθειες και πρωτοβουλία του γραφείου εργασίας να μαζέψει ανέργους που ενδιαφέρονται να μπουν σε ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλά προς μεγάλη τους έκπληξη η προέλευση δεν έφτασε ούτε στο ένα τρίτο της αναμενόμενης. Ίδιος τόνισε ότι η δημιουργία αυτού του μεγάλου κενού στην αγορά εργατικού δυναμικού θα δυσκολέψει την ομαλή λειτουργία των ξενοδοχείων με αποτέλεσμα να μην μπορέσουν να προσφέρουν τις υπηρεσίες του υποσχέθηκαν.

Βλέπουμε από την αναστάτωση που παρουσιάστηκε στους ξενοδοχοϋπαλλήλους όταν ρωτήθηκαν για την *ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής* και η ομόφωνη δήλωσή τους ήταν οι εξουθενωτικές ώρες αλλά και το μειωμένο προσωπικό.

“Βεβαίως επηρεάστηκε! Αρχικά λόγω του μειωμένου προσωπικού οι υπάλληλοι αναγκαζόμασταν να δουλέψω περισσότερες ώρες χωρίς καν αυτές οι υπερωρίες να πληρώνονται.”

[Συμμετέχοντας I]

“Η διεύθυνση των ξενοδοχείων προσπαθεί με το λιγότερο δυνατό προσωπικό να εξυπηρετηθεί. Αυτό αναγκάζει το προσωπικό να δουλεύει υπερωρίες έτσι

αυτόματα μειώνεται ο χρόνος προσωπική ζωή. Χωρίς κίνητρα η ψυχολογία μας δεν μας βοηθά να συνεχίσουν να προσφέρουν τόσο στον οργανισμό. Βλέπαμε συναδέλφος να εγκαταλείπουν, να μην έχουν δύναμη να προσφέρουν και οι πλείστοι από αυτούς πριν την πανδημία ήταν πολύ ικανοποιημένοι.’’

[Συμμετέχοντας II]

Ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι πολλοί από τους συμμετέχοντες σχολίασαν και τους μήνες που έμεινε το προσωπικό σπίτι, θετικά, αναφορικά με την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Ένας άλλος συμμετέχοντας δήλωσε:

Σίγουρα επηρεάστηκε ισορροπία μετά την πανδημία αλλά όχι και τόσο αρνητικά ιδιαίτερα κατά την περίοδο της πανδημίας για το λόγο ότι πολλοί αναγκάστηκαν να μείνουν σπίτι με την οικογένεια τους. Επηρεάστηκαν αρκετά οικονομικά, αλλά παρόλα αυτά είχαν χρόνο να περάσουν ελεύθερο χρόνο με την οικογένειά τους, να ξεκουραστούν, λόγω του ότι οι συνθήκες στα ξενοδοχεία είναι πολύ έντονες και απαιτητικές. Αλλά βλέπουμε ότι η επιστροφή τους είχε πολλές προκλήσεις, για το λόγο ότι έπρεπε να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες εργασίας, στα περιοριστικά μέτρα, και στα νέα καθήκοντα τους’’

[Συμμετέχοντας V]

Ο κύριος Μιχαηλίδης επίσης τόνισε ότι θα ήταν πολύ μεγάλο λάθος μετά από τα δύο αυτά εξαιρετικά δύσκολα χρόνια που περάσαμε να μην καταφέρουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις ανάγκες της αγοράς λόγω του μειωμένου προσωπικού γιατί αυτό θα είναι πολύ μεγάλη ζημιά στο τουριστικό προϊόν της Κύπρου.

‘‘Η εξουθένωση του προσωπικού ήταν φανερή και στους πελάτες. Προσωπικό που σερβίρει στο πρόγευμα ήταν το ίδιο προσωπικό που σέρβιρε το μεσημεριανό και το βραδινό. Ήταν επίσης το ίδιο προσωπικό που σέρβιρε στην πισίνα, αυτό δεν πέρασε απαρατήρητο στους πελάτες. Είδαμε πολλούς πελάτες να έχουν παράπονα με το service καθώς και με την εξυπηρέτηση τους που αυτά όλα είναι επακόλουθα της εξουθενώσεως του προσωπικού λόγω του μειωμένου αριθμού συναδέλφων που είχαμε’’

[Συμμετέχοντας II]

Οι συμμετέχοντες στην συνέντευξη συμφώνησαν όλοι με το γεγονός ότι η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής αλλά και επίσης η *εξουθένωση* (burnout) του προσωπικού τους δυσκόλεψε περισσότερο κατά την περίοδο του COVID-19 και μετά αλλά δεν αρνήθηκα ότι ακόμα και πριν την πανδημία το προσωπικό υπέφερε από αυτά.

“Αλλά σημαντικό να αναφέρω ότι η μη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής ήταν ένα θέμα το οποίο βασάνιζε πάντα τους ξενοδοχοϋπαλλήλους ακόμα και πριν την πανδημία”

[Συμμετέχοντας I]

Συμπληρωματικά των πιο πάνω, ένας άλλος συμμετέχοντας δήλωσε:

“Χωρίς κίνητρα, χωρίς επιβράβευση, με λιγότερο προσωπικό και με καθημερινές υπερωρίες πολύ λογικό το προσωπικό να εξαντληθεί. Η πανδημία το δυσκόλεψε αυτό λόγω του μειωμένου προσωπικού αλλά επίσης και η ψυχολογία μας λόγω της πανδημίας δεν ήταν και καλύτερη. Ήταν η σωματική εξαντλήσει αλλά και ψυχολογική εξουθένωση.”

[Συμμετέχοντας VIII]

“Συνεπακόλουθά της μη ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής επέφερε την εξουθένωση και την εξάντληση του προσωπικού και πολλές φορές αυτό τους κάνει να νιώθουν ότι αυτή η έξτρα προσπάθεια τους εκτός ότι δεν αμείβεται δεν αναγνωρίζετε. Χωρίς κίνητρα η ψυχολογία μας δεν μας βοηθά να συνεχίσουν να προσφέρουν τόσο στον οργανισμό.”

[Συμμετέχοντας VII]

Εξίσου σημαντική δήλωση που αναφέρθηκε κατά την διάρκεια της συνέντευξης ήταν η εξής:

“Η εξαντλητικές ώρες εργασίας, τα σαββατοκύριακα, οι γιορτές, οι συνεχές πιέσεις, η πανδημία όλα αυτά προκαλούσαν εξαντληθεί στο πρόσωπο. Εκτός από

την έλλειψη προσωπικού η πανδημία δε βοήθησε, γιατί πολλοί συνάδελφοί είχαν covid και έλειπαν δύο βδομάδες απ' το ξενοδοχείο και γι' αυτό η πίεση ήταν μεγαλύτερη.’’

[Συμμετέχοντας VII]

Ένας άλλος συμμετέχοντας συμπλήρωσε ότι η εξουθένωση εκτός των παραπάνω επέρχεται και από την συμπεριφορά και μεταχείριση των διευθυντικών στελεχών:

Από πάντα, η ξενοδοχειακή βιομηχανία είχε το συγκεκριμένο θέμα με το εξουθένωση και πιστεύω μέσα από την εμπειρία μου ότι τα διευθυντικά στελέχη και οι μάνατζερς είναι πολύ παλιοί και δεν ξέρουν να εφαρμόσουν καινοτόμες τακτικές και να δώσουν νέα benefit στους εργαζομένους για να μειώσουν το επίπεδο της εξουθενώσεως τους, πιστεύω από εκεί προέρχονται όλα! ’’

[Συμμετέχοντας V]

Εκτός των παραπάνω οι συμμετέχοντες στην έρευνα φάνηκε να αντιλαμβάνονται την σοβαρότητα των *περιοριστικών μέτρων* κατά της πανδημίας αλλά έδειξαν την δυσαρέσκειά τους. Στην ερώτηση που αφορούσε τα περιοριστικά μέτρα καθώς επίσης αν αυτό δυσκόλεψε την ομαλή λειτουργία των καθηκόντων και αρμοδιοτήτων τους, ένας απ' αυτούς ανέφερε:

‘‘Βεβαίως και μάλιστα σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό! Ήταν πολύ δύσκολο να κάνουμε καθημερινά τα rapid tests, καθώς και η μάσκα δυσκόλεψαν πάρα πολύ τη ζωή μας. Επίσης είδαμε πολλές συγκρούσεις μεταξύ μας λόγω των διαφορετικών πεποιθήσεων που είχε ο καθένας μας. Συγκρούσεις επίσης είχαμε με διάφορους προϊστάμενος οι οποίοι με τον χειρότερο τους τρόπο μας έλεγαν να ανεβάσουμε την μάσκα και όχι μέχρι την μύτη! Δεν καταλάβαιναν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζαμε καθημερινά.’’

[Συμμετέχοντας IV]

Ένας άλλος συμμετέχοντας υποστήριζε τα προαναφερθέντα δηλώνοντας επίσης ότι:

“ Ήταν απάνθρωπο με 40 °C το καλοκαίρι και να πρέπει να φορούμε μάσκα, δε αναπνέαμε, κουραζόμασταν και ακούγαμε συνέχεια παράπονα από τους προϊστάμενους που οι οποίοι ήταν συνέχεια μέσα στον κλιματισμό! Εκτός από αυτά, αποξενωθήκαμε όλοι μεταξύ μας δεν είχαν στενές σχέσεις με αποτέλεσμα να επηρεαστεί και ομαδικότητα αλλά και το αποτέλεσμα που προσφέραμε.”

[Συμμετέχοντας III]

Με γνώμονα τα παραπάνω φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις οφείλουν να προσφέρουν κίνητρα στους υπαλλήλους τους τώρα όσο ποτέ. Οι ασταθείς περίοδοι έχει σιγά-σιγά φτάνει προς το τέλος, και ένας από τους τρόπους να προσελκύσουν αλλά ακόμα και να κρατήσουν το προσωπικό τους είναι να επικεντρωθούμε σε αυτό και να καταλάβουν τις ανάγκες τους. Ένας ακόμη λόγος είναι η δυσαναλογία με βάση τα καθήκοντά τους. Με βάση τις συνεντεύξεις φάνηκε η ομόφωνη δυσαρέσκειά τους όσον αφορά τις *οικονομικές απολαβές* σε σχέση με τις δυσμενείς συνθήκες εργασίας αλλά και τα καθήκοντά τους. Ένας συμμετέχοντας έχει αναφέρει:

“Δεν υπάρχει ανάλογη αμοιβή με βάση τα καθήκοντα που είχαμε, πριν την πανδημία ήμουν ικανοποιημένος, τώρα με τον έξτρα φόρτο εργασίας και τόσο λίγο προσωπικό η δουλειά μας είναι διπλάσια.”

[Συμμετέχοντας II]

“Παγοποιήθηκαν όλα, και οι προαγωγές και οι αυξήσεις, και δεν είδαμε ενδιαφέρον από την εταιρεία να κάνει κάτι γι’ αυτό. Ακόμα και τα tips που περνάμε μειώθηκαν λόγω της πανδημίας.”

[Συμμετέχοντας IV]

“ Όσον αφορά τις οικονομικές απολαβές στη δική μου περίπτωση δεν έγιναν ούτε αύξηση, ούτε περικοπή, ούτε κάποια προαγωγή! Ζητούσα αξιολόγηση για περαιτέρω ανέλιξη μου αλλά δεν μπορούσαν να μου κάνουν λόγω του πιεσμένου φόρτου εργασίας και της έλλειψης προσωπικού, μου είπαν!!”

[Συμμετέχοντας VI]

“ Ένα άλλο σημαντικό θέμα που πρέπει να βρεθεί λύση είναι οι χαμηλοί μισθοί! Εγώ πιστεύω ότι θα αναγκαστούν να αυξήσουν τους μισθούς— όχι γιατί το θέλουν ή θα το κάνουν για εμάς, αλλά γιατί ήρθανε νέα επώνυμα ξενοδοχεία στην Κύπρο που ζητάνε προσωπικό με υψηλό σχετικά μισθό και αυτό είναι μια πρόκληση για εμάς. Επίσης βλέπουμε ότι το επίπεδο αξιολογήσεων, τουλάχιστον στο δικό μου ξενοδοχείο είναι πολύ χαμηλό, τις θεωρώ πολύ βασικές αλλά κι αυτό είναι ένα θέμα πρέπει να δουν τα στελέχη ”

[Συμμετέχοντας V]

Επιπλέον κάποια άλλα από τα σημαντικότερα προβλήματα που είχα αναφέρει στις συνεντεύξεις και έδειξαν φανερά την δυσαρέσκεια τους. ητα ό,τι έχει να κάνει με τα κίνητρα που τους πρόσφεραν οι προϊστάμενοι τους. Συμμετέχοντας απλά δήλωσε αυστηρά:

“Ούτε ένα ευχαριστώ που ερχόμασταν στο ρεπό μας δεν ακούσαμε ούτε πριν ούτε μετά την πανδημία.”

[Συμμετέχοντας III]

Μάλιστα, ένας από τους συμμετέχοντες έθεσε και το θέμα της πίεσης των προϊσταμένων από την διοίκηση του ξενοδοχείου. Κάποιοι δεν φταίνε τους προϊστάμενους αλλά την διοίκηση και αυτό φαίνεται με την παρακάτω δήλωση:

“Αφού οι προϊστάμενοι μας να είχαν πίεση από τους προϊσταμένους τους πως αυτοί με τη σειρά τους να μας προσφέρουν κίνητρα και επιβραβεύσεις αφού δεν ακούνε και δεν παίρνουν κάτι από αυτούς; Οι προϊστάμενοι μετέδιδαν την το άγχος και τις ανησυχίες τους με πίεση σε εμάς. Βέβαια υπήρχαν κάποιοι μάνατζερς από τους οποίους είχαμε κάποιες επιβραβεύσεις αλλά ήταν η μειονότητα.”

[Συμμετέχοντας I]

Κάποια ξενοδοχεία όμως δε σταμάτησαν να επενδύουν στο προσωπικό τους ακόμα και στην περίοδο πανδημίας ένας από τους συμμετέχοντες ανέφερε ότι:

“Στη δική μου εταιρία αν και δεν δίνουν ελκυστικές οικονομικές απολαβές και τόσες επιβραβεύσεις, είναι επικεντρωμένη στους υπαλλήλους της, θα μας πάρουν ταξίδια, τις εκδρομές, sports, δραστηριότητες, μαθήματα ξένων γλωσσών επιχορηγημένα από αυτούς ακόμα και στα παιδιά του προσωπικού, και ένα ακόμη πολύ σημαντικό βοήθημα που μας παρέχουν είναι διαμερίσματα με πολύ προσιτό ενοίκιο.”

[Συμμετέχοντας V]

Οι συνεντεύξεις επιβεβαίωσαν ότι η πανδημία επηρέασε επίσης και τις σχέσεις μεταξύ των υπαλλήλων αλλά και μεταξύ των προϊσταμένων τους

“Οι αλυσιδωτές επιπτώσεις της πανδημίας προφανώς επηρέασαν και τις σχέσεις μεταξύ και προϊσταμένων αλλά και συναδέλφων, λόγω των πιέσεων που αντιμετωπίζαμε. Αλλά γενικότερα, οι συγκρούσεις μεταξύ συναδέλφων και αντιζηλίες υπήρχαν και πριν την πανδημία. Επίσης κάτι άλλο που αντιμετωπίζαμε ήταν, ότι λόγω των περιορισμένων θέσεων για προαγωγές υπήρχαν κόντρες μεταξύ προσωπικού.”

[Συμμετέχοντας IX]

“Γενικά απ’ ότι είδα στη ξενοδοχειακή βιομηχανία, μεταξύ συναδέλφων υπήρχαν αντιζηλίες από πάντα. Προσπαθούσε ο ένας να φανεί καλύτερος από τον άλλον, που αυτό ήταν κάτι που επηρέαζε πάντα τον κλάδο, αλλά και κα’θε κλάδο! Τώρα όσον αφορά την πανδημία οι σχέσεις μεταξύ συναδέλφων άλλαξαν προς το χειρότερο λόγω της αποξένωσης που προκάλεσε η πανδημία μεταξύ μας. Ένιωθες φόβο να μιλήσεις, να είσαι κοντά στους άλλους με αποτέλεσμα να χάσουμε την ομαδικότητα. Κάτι άλλο που παρατήρησα ήταν ότι οι προϊστάμενοι ήξεραν μόνο να υπόσχονται και κανείς τους ποτέ δεν υλοποιούν τις υποσχέσεις τους, αλλά αυτό το βλέπουμε και πριν την πανδημία. Είχε ως αποτέλεσμα όμως να μη θέλουμε να προσφέρουμε στον οργανισμό γιατί δεν βλέπουμε κανένα αποτέλεσμα.”

[Συμμετέχοντας III]

Αυτή η βιομηχανία είναι όποιος μπορεί να επιβιώσει!! Είναι πολύ ανταγωνισμός κλάδος!! Όπως το βλέπω εγώ, χωρίς να ακουστεί ρατσιστικά ήθελα να πω ότι για το λόγο ότι δε βρίσκουν ντόπιο προσωπικό έρχονται πολλοί ξένοι να δουλέψουν! Κάποιος για να φύγει από τη χώρα του να πάει σε άλλη χώρα να δουλέψει σίγουρα είναι πιο ανταγωνιστικός και δεν υπάρχει τόση ομαδικότητα μεταξύ μας. Τις αρκετές ώρες εργασίας και τις απάνθρωπες υπερωρίες οι ξένοι μπορούν να τις φέρουν εις πέρας για τον λόγο ότι δεν έχουν προσωπική ζωή δεν έχουν οικογένεια εδώ και τους δίνει «κίνητρο» να δουλεύουν περισσότερο. Έτσι πιάνουν και υψηλότερες θέσεις εργασίας, και αυτό προκαλεί πολλές αντιζηλίες και συγκρούσεις”

[Συμμετέχοντας V]

Εκτός των παρακάτω λόγω της πανδημίας υπήρχαν κάποια νέα μέτρα που έπρεπε να ακολουθήσει το ξενοδοχείο που αναγκαστήκαν να τα προσθέσουν στην καθημερινή ρουτίνα των εργαζομένων, με αποτέλεσμα οι υπάλληλοι να δυσκολεύονται να φέρουν εις πέρας τα καθήκοντά τους

“Με την πανδημία ήταν φανερό ότι θα μας «φόρτωναν» άλλες υποχρεώσεις και καθήκοντα, που προλαβαίνουμε να τα κάνουμε όλα και έτσι έρχονταν οι υπερωρίες.”

Υπήρχαν και δηλώσεις που έδειχναν την ευαισθητοποίηση του κόσμου όπως:

“Εγώ προσωπικά παρατήρησα ότι είχα την ανάγκη να κάνω τους πελάτες να νιώθουν ασφαλείς κι αυτός σίγουρα ήταν πιο χρονοβόρο για μας. Υπήρχαν βέβαια πελάτες που το εκτιμούσαν αυτό αλλά από την άλλη κάποιοι δεν έδειχναν καθόλου σημασία. Ο κάθε πελάτης ήταν διαφορετικός και αντιμετώπιζε τα θέματα υγείας και τα επακόλουθα της πανδημίας με διαφορετικό τρόπο με αποτέλεσμα αυτό να κάνει πιο περίπλοκη και χρονοβόρα τη δουλειά μας, αλλά σαν προσωπικό έπρεπε να σεβόμαστε τον καθένα προσωπικά”

[Συμμετέχοντας VIII]

Πολύ ενδιαφέρον ήταν οι δηλώσεις κάποιων στην ερώτηση εάν σκέφτηκαν καθόλου να αλλάξουν κλάδων εκτός του ξενοδοχειακού και πως επηρέασε η πανδημία αυτό. Οι περισσότερες όμως είχαν ένα κοινό, απαντήθηκαν θετικά αλλά το ενδιαφέρον ήταν ότι η δικαιολογία διέφερε. Εξέφρασαν τις ανησυχίες τους αλλά ακόμα και τις απόψεις τους όσον αφορά τα παραπάνω, αναφέροντας ότι:

“Ναι σκέφτηκα να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού για πολλούς λόγους αλλά αυτοί οι λόγοι δεν έχουν να κάνουν τόσο με την πανδημία. Ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι απίστευτα απαιτητικός, δύσκολα σου δίνονται ευκαιρίες ανέλιξης – όσο καλός και να ‘σαι! Ο κλάδος αυτό προϋποθέτει να ανέχεσαι τα εξαντλητικά ωράρια, το burnout, την ανισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωή, τα split ωράρια και πολλά άλλα.”

[Συμμετέχοντας I]

“Σκέφτηκα να αλλάξω κλάδο φυσικά, για τον λόγο ότι μετά την πανδημία επηρεάστηκαν όλα σε μεγάλο βαθμό κατά τη γνώμη μου, δεν υπήρχαν ευκαιρίες ανέλιξης και οι απαιτήσεις από τους ξενοδόχους ήταν πολλές. Γιατί να μην αμείβομαι το ίδιο σε μια πιο προσιτή βιομηχανία με πιο ήρεμη ζωή;”

[Συμμετέχοντας VII]

Μια πολύ ενδιαφέρον δήλωση ήταν η εξής:

“Η πανδημία με έκανε πολύ σοβαρά να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο, ιδιαίτερα τον καιρό που όλα ήταν κλειστά και προσπαθούσαμε να βρούμε έναν τρόπο να έχουμε έναν εισόδημα, βρήκα σε άλλους κλάδο και καλύτερο μισθό, περιβάλλον αλλά και ωράριο εργασίας. Μόνο ένας λόγος με κρατά ακόμα στον κλάδο, είναι το πτυχίο μου που είναι επικεντρωμένο στην ξενοδοχειακή βιομηχανία.”

[Συμμετέχοντας III]

Ακόμη μία ενδιαφέρουσα απάντηση ήταν:

“Για να είμαι ειλικρινής ήθελα να φύγω από τον κλάδο αλλά λόγω της αβεβαιότητας που υπήρχε λόγω Covid-19 αλλά και του πολέμου δεν μου έδωσε περιθώρια να σκεφτώ πολύ. Χρειαζόμουν την δουλειά!”

[Συμμετέχοντας IV]

Υπήρχαν και κάποιοι που όντως δεν άντεξαν. Οι αποχωρήσεις που βλέπουμε στον κλάδο όλο και αυξάνονται. Ένας από αυτούς απλά δήλωσε:

“ Έδωσα ήδη παραίτηση! Και έχω ακούσει ότι ακόμα δύο άτομα σκοπεύουν να φύγουν από την κουζίνα μας, κάποιοι για άλλα ξενοδοχεία, εγώ προσωπικά δεν θα πάω σε άλλο ξενοδοχείο”

[Συμμετέχοντας II]

Για το τέλος κλήθηκαν να αξιολογήσουν την ελκυστικότητα της βιομηχανίας ως χώρος εργασίας και πως αυτό επηρέασε και μετά την πανδημία. Δεν δίστασαν να κρύψουν τις ανησυχίες τους για το κλάδο, Η ελκυστικότητα είναι πολύ υποκειμενική, πολλοί τη μετέφρασαν με βάση τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες άλλοι με τις συμπεριφορές που αντιμετώπισαν στην ξενοδοχειακή βιομηχανία, αλλά και κάποιοι την αιτιολόγησαν με τις κενές θέσεις εργασίας του κλάδου. Ένας από αυτούς ανέφερε:

“Για μένα προσωπικά ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι πανέμορφος αλλά είναι πολύ απαιτητικός, πριν αλλά και μετά το COVID-19. Η ελκυστικότητα είναι κάτι πολύ υποκειμενικό αλλά κατά τη γνώμη μου δεν θα τον έλεγα ελκυστικό κλάδο και η πανδημία δεν έχει επηρεάσει και πολύ την γνώμη μου αυτή.”

[Συμμετέχοντας VI]

“Αυτό φαίνεται από την έλλειψη προσωπικού και το γεγονός ότι πλέον τα ξενοδοχεία κάνουν υπεράνθρωπες προσπάθειες να βρουν προσωπικό αλλά δεν υπάρχουν καθόλου αιτήσεις για τις θέσεις εργασίας που προσφέρουν. Με την εμφάνιση του COVID πολλά από τα άτομα που γνωρίζω κατάφεραν να φύγουν από τα ξενοδοχεία και δεν είχαν καθόλου βλέψεις να ξανακερδίσουν τις θέσεις

τους αυτές, προτιμούσαν να μείνουν έξω από τον κλάδο και αυτό νομίζω δείχνει πολλά.”

[Συμμετέχοντας ΙΧ]

Ένα άλλος συμμετέχοντας μόνο με 10 λέξεις απάντησε στην ερώτηση χωρίς να χεριάζετε να προσθέσει κάτι άλλο, ως εξής:

“Προσωπικά δεν θα δούλευα στα ξενοδοχεία εάν είχα άλλη επιλογή!!”

[Συμμετέχοντας ΙΙΙ]

4.1.2 Συμπεράσματα Ποιοτικής Έρευνας

Η ποιοτική έρευνα ενίσχυσε τα αποτελέσματα, εμπλουτίζοντας τα με συναίσθημα, εμπειρίες, και απόψεις. Παρακάτω (Πίνακα 8) αναφέρονται περιγραφικά τα κύρια αποτελέσματα που προέκυψαν από την ποιοτική έρευνα μετά από ανάλυση από τα συμφραζόμενα των συμμετεχόντων της έρευνας.

Πίνακας 8: Ανάλυση Ποιοτικής Έρευνας

Ποιοτική Έρευνα

Ευκαιρίες Απασχόλησης

Ευκαιρίες απασχόλησης

1. Πλέον υπάρχουν περισσότερες θέσεις εργασίας από ότι στην αρχή της πανδημίας
2. Αυξημένες θέσεις και καθόλου ενδιαφέρον για τον κλάδο
3. Παγοποίηση προσλήψεων κατά την περίοδο της πανδημίας
4. Αρκετοί αποθαρρυντική παράγοντας για να μην δουλέψουν στην ξενοδοχειακή βιομηχανία.
5. Οι ξενοδόχοι προσπαθούν με λιγότερο προσωπικό να εξυπηρετηθούν

Συνθήκες Εργασίας

Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (WLB)

6. Λόγω μειωμένου προσωπικού, οι εργαζόμενοι δουλεύουν περισσότερες ώρες με αποτέλεσμα την μη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής
7. Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής απασχόλησαν το ξενοδοχειακό κλάδο ακόμα και πριν την πανδημία

Περιοριστικά μέτρα

8. Δυσκολία καθημερινών αρμοδιοτήτων.
9. Απάνθρωπες συνθήκες εργασίας με τη χρήση μάσκας και ειδικότερα τις πολύ ζεστές θερμοκρασίες του καλοκαιριού.
10. Αποξένωση προσωπικού και πελατών

Εξουθένωση (burnout)

11. Η εξουθένωση του προσωπικού έγιναν πλέον φανερή και στους πελάτες.
12. Απάνθρωπες ώρες εργασίας, υπερωρίες, σπλιτ, μειωμένα κίνητρα και κακή ψυχολογία είναι κάποιοι από τους λόγους που το προσωπικό έχει εξαντληθεί.
13. Λάθος μεταχείριση ιδιαίτερα από τα παλιά διευθυντικά στελέχη. Οι εργαζόμενοι αναζητούν νέα καινοτόμα κίνητρα

Εργασιακό Περιβάλλον

Σχέσεις να προϊστάμενος και συνάδελφος

14. Εντάσεις και συγκρούσεις μεταξύ προϊσταμένων αλλά και μεταξύ προσωπικού

Ικανοποίηση Εργαζομένων

Ικανοποίηση με βάση αρμοδιότητες, οικονομικές απολαβές και κίνητρα

15. Άνιση κατανομή οικονομικών απολαβών και φόρτου εργασίας.
 16. Χωρίς κίνητρα δεν μπορούν να αποδίδουν με το μεγαλύτερο δυνατό τρόπο
 17. Αύξηση αρμοδιοτήτων με την εμφάνιση της πανδημίας
- Ικανοποίηση όσον αφορά τον κλάδο. Επιθυμία για αλλαγή και αποχώρηση
18. Δυσaréσκεια σε θέματα που αφορούν τις απαιτητικές ώρες εργασίας, ευκαιρίες ανέλιξης, ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.
 19. Με το lockdown αναθεώρησαν πολύ τον κλάδο κάποιοι έφυγαν, και πολλοί έχουν σκοπό να φύγουν
 20. Οι τελειόφοιτοι του ξενοδοχειακού κλάδο φαίνεται σε πολλές περιπτώσεις να παραμένουν στα ξενοδοχεία λόγω του πτυχίου τους

Πηγή: Συγγραφέας

Ήταν ομόφωνη η απάντηση στην ερώτηση εάν σκέφτηκα να αποχωρήσουν από την ξενοδοχειακή βιομηχανία. Με βάση το αποτέλεσμα της θεματικής ανάλυσης (Πίνακας 8) παρατηρήθηκε ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τη ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλά αυτό δεν αναιρεί το γεγονός η πλειοψηφία των μειονεκτημάτων της βιομηχανίας παρουσιαζόταν και πριν την πανδημία.

4.2 Εισαγωγή – Ποσοτική Έρευνα

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει πλήρης ανάλυση των αποτελεσμάτων που συλλέχθηκαν από την ποσοτική έρευνα, με την διανομή ερωτηματολογίου σε ξενοδοχοϋπαλλήλους. Υπήρχε μια μικρή απόκλιση από τον αριθμό ερωτηματολογίων που απαντήθηκαν με τον προκαθορισμένο, λόγω δυσκολιών που παρατηρήθηκαν κατά την διάρκεια της έρευνας. Παρόλα αυτά το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού και έγινε με επιτυχία η ανάλυση των δεδομένων. Ο συνδυασμός ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας διασφάλισε την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων και αποδείχτηκε η πιο αξιόπιστη μέθοδος για την παρούσα έρευνα. Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να εξετάσει σε βάθος τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων όσον αφορά την ελκυστικότητα της βιομηχανίας με γνώμονα τον εργοδότη. Θα διαπιστωθεί εάν τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας συμβαδίζουν με τα αποτελέσματα της ποσοτικής. Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου θα επιτεύχθηκε ο στόχος της παρούσας μελέτης και ακολούθως θα γίνουν προτάσεις και εισηγήσεις για την μεγιστοποίηση της ελκυστικότητας αυτής. Σημαντικό είναι να αναφθεί ότι για την επίτευξη και ανάλυση της ποσοτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό SPSS όπως είχε αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο (βλ. Κεφάλαιο 3.3.3). Αναλυτικότερα θα γίνουν οι περιγραφικές στατιστικές για την περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών των μεμονωμένων μεταβλητών. Η στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών αυτό σημαίνει να ελεγχθεί κατά πόσο τα αποτελέσματα δείχνουν ότι μία κατάσταση είναι απίθανο να συμβεί ως αποτέλεσμα τυχαιότητας. Όπως προαναφέρθηκε το επίπεδο σημαντικότητας που ορίστηκε είναι το 0,05 και βάση αυτού θα γίνουν αναλύσεις συσχετίσεων Pearson και ANOVA.

4.2.1 Περιγραφική Στατιστική - Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Περιγραφική στατιστική την βλέπουμε από τα πρώτα στάδια της ανάλυσης δεδομένων μιας έρευνας η οποία περιγράφει τα κύρια χαρακτηριστικά μεμονωμένο μεταβλητών και επισημάνει το μέσον όρο και την ελάχιστη τιμή των μεταβλητών.

Πίνακας 9: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Γ Δημογραφικά στοιχεία

Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Γ Δημογραφικά στοιχεία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Std. Deviation
		Συχνότητα	%	Πραγματικό Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό	Τυπική Απόκλιση
Φύλο	Γυναίκα	73	38,2	41,7	41,7	,495
	Άντρας	102	53,4	58,3	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Ηλικία	18 - 29	70	36,6	40,0	40,0	,928
	30 - 39	71	37,2	40,6	80,6	
	40 - 49	18	9,4	10,3	90,9	
	50 και άνω	16	8,4	9,1	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Μορφωτικό επίπεδο	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Απολυτήριο Λύκειου)	9	4,7	5,1	5,1	,577
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Πτυχίο / Δίπλωμα)	114	59,7	65,1	70,3	
	Μεταπτυχιακές σπουδές	49	25,7	28,0	98,3	
	Διδακτορικό	3	1,6	1,7	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Πόλη εργασίας	Λεμεσός	98	51,3	56,0	56,0	1452
	Πάφος	36	18,8	20,6	76,6	
	Λάρνακα	20	10,5	11,4	88,0	

	Αμμόχωστος	21	11,0	12,0	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Τμήμα	Τμήμα Δωματίων (Reservations)	12	6,3	6,9	6,9	2479
	Τμήμα Υποδοχής (Front Desk)	30	15,7	17,1	24,0	
	Τμήμα Οροφοκομίας (Housekeeping)	7	3,7	4,0	28,0	
	Τμήμα Επισιτισμού (Food and Beverage)	71	37,2	40,6	68,6	
	Τομέας Οικονομικού Ελέγχου (Accounts)	5	2,6	2,9	71,4	
	Τμήμα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων (Sales and Marketing)	5	2,6	2,9	74,3	
	Τμήματα Συντήρησης και Ασφάλειας (Maintenance and Security)	10	5,2	5,7	80,0	
	Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (Human Resource)	10	5,2	5,7	85,7	
	Άλλο	25	13,1	14,3	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		

Θέση εργασία	Εργαζόμενος πρωτης γραμμης (First Line Employees)	67	35,1	38,5	38,5	1099
	Επόπτης (Supervisor)	35	18,3	20,1	58,6	
	Διευθυντικό Στέλεχος (Manager)	47	24,6	27,0	85,6	
	Άλλο	25	13,1	14,4	100,0	
	Total	174	91,1	100,0		
Έτη προϋπηρεσί ας στον ξενοδοχειακ ό και τουριστικό κλάδο	Λιγότερο απο 1 έτος	15	7,9	8,6	8,6	1185
	1ετος - 5 έτη	58	30,4	33,1	41,7	
	6 έτη - 10 έτη	58	30,4	33,1	74,9	
	11 έτη - 15 έτη	16	8,4	9,1	84,0	
	Περισσότερα από 16 έτη	28	14,7	16,0	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Έτη προϋπηρεσί ας στην παρούσα εργασία	Λιγότερο απο 1 έτος	48	25,1	27,4	27,4	,976
	1ετος - 5 έτη	99	51,8	56,6	84,0	
	6 έτη - 10 έτη	13	6,8	7,4	91,4	
	11 έτη - 15 έτη	6	3,1	3,4	94,9	
	Περισσότερα από 16 έτη	9	4,7	5,1	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Που κυμαίνεται το μηνιαίο εισόδημα σας; (Μεικτές απολαβές σε ευρώ)	λιγότερα από 940	7	3,7	4,0	4,0	,961
	941 - 1299	38	19,9	21,7	25,7	
	1300 - 1999	86	45,0	49,1	74,9	
	2000 - 2999	27	14,1	15,4	90,3	
	3000 και άνω	17	8,9	9,7	100,0	
	Total	175	91,6	100,0		
Missing	System	16	8,4			

Total	191	100,0		
-------	-----	-------	--	--

Πηγή: Συγγραφέας

Όπως αναγράφονται στον παραπάνω πίνακα το δείγμα αποτελείται από 189, εκ των οποίων η 73 είναι γυναίκες οι 102 άντρες, επίσης υπήρχε ένα μικρό ποσοστό το οποίο δεν ολοκλήρωσε το ερωτηματολόγιο ύψος των 15 ατόμων. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες ανήκουν στην κατηγορία των 18-29 ετών και 30-39 ετών με ποσοστά συχνότητας 40% και 40,6% αντίστοιχα. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το 65,1% (N= 114) του δείγματος φέρει τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ενώ 128% (N= 49) μεταπτυχιακές σπουδές. Με μια μικρή αναδρομή πίσω στην ποιοτική έρευνα θα δούμε ότι όντως δεν υπήρχαν πολύ συμμετέχοντες οι οποίοι είχαν μεταπτυχιακό στον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο κι αυτό επισημάνθηκε επίσης στην βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, προκαλεί μεγάλες προκλήσεις για τους ξενοδόχους στην εύρεση του κατάλληλου προσωπικού (Blomme, Rheede, & Tromp, 2013). Επιπρόσθετα παρουσιάζεται επίσης απροθυμία να εργαστούν στο ξενοδοχειακό κλάδο. Έρευνες έδειξαν το χαμηλό ενδιαφέρον από φοιτητές να ακολουθήσουν το συγκεκριμένο κλάδο (Shah, Chowdhury, & Gupta, 2021).

Επιπρόσθετα βλέπουμε ότι με μεγάλη διαφορά το τμήμα επισιτισμού έχει τους περισσότερους συμμετέχοντες με ποσοστό 40,6,6% (N=71). Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από άτομα όλων των ιεραρχιών, με πολύ μικρά ποσοστά διαφορές μεταξύ τους. Εργαζόμενοι πρώτης τάξης κατείχαν το 38,5%, οι επόπτες το 20%, τα διευθυντικά στελέχη τα 27% του δείγματος. Αναφορικά με τα έτη προϋπηρεσίας βλέπουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος εργάζεται από 1 - 10 χρόνια στον κλάδο με συνολικό ποσοστό ύψους 66,2%. Επίσης, το δείγμα ρωτήθηκε τα έτη προϋπηρεσίας στην παρούσα εργασία 147 άτομα από το δείγμα εργάζονται από 1 - 5 έτη στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο με συνολικό ποσοστό ύψους 84% και αυτό μπορούμε να πούμε ότι υποδηλώνει ότι οι υπάλληλοι δεν έχουν τάσεις να μένουν πέρα των πέντε ετών σε ένα ξενοδοχείο ακόμα και στον κλάδο γενικότερα. Όπως προκύπτει από την ανάλυση των δεδομένων σχετικά με τις οικονομικές απολαβές του δείγματος βλέπουμε ότι ένα ποσοστό ύψους 49,9% (N= 86) ο μισθός τους κυμαίνεται από 1300 - 1999 €. Πιο συγκεκριμένα 7 άτομα δήλωσαν ότι παίρνουν λιγότερα από 940€, 38 άτομα δήλωσαν

ότι το μηνιαίο εισόδημα τους κυμαίνεται στα 941 - 1299€ και οι υπόλοιποι 44 ο μισθός κυμαίνεται πάνω από 2000 €.

4.2.2 Περιγραφική Στατιστική - Μέρος Α

Αξιοσημείωτο είναι να επισημανθεί πριν την ανάλυση των αποτελεσμάτων ότι οι ερωτήσεις διαμορφώθηκαν έτσι ώστε οι συμμετέχοντες να απαντούν θετικά ή αρνητικά σε ζητήματα που είχαν να κάνουν με την πανδημία και η ουδέτερη απάντηση τους φανερώνει ότι η πανδημία δεν επηρεάζεσαι την άποψη τους αυτή.

Πίνακας 10: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Α

Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Α

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Std. Deviation
		Συχνότητα	%	Πραγματικό Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό	Τυπική Απόκλιση
Πιστεύω ότι πριν την πανδημία υπήρχαν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στον ξενοδοχειακό τομέα	ΣΑ	34	17,8	18,0	18,0	1044
	Σ	59	30,9	31,2	49,2	
	ΟΣΟΔ	63	33,0	33,3	82,5	
	Δ	27	14,1	14,3	96,8	
	ΔΑ	6	3,1	3,2	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Κατά τη γνώμη μου μετά την πανδημία έγινε πιο δύσκολη η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στον ξενοδοχειακό τομέα	ΣΑ	63	33,0	33,3	33,3	,996
	Σ	74	38,7	39,2	72,5	
	ΟΣΟΔ	33	17,3	17,5	89,9	
	Δ	16	8,4	8,5	98,4	
	ΔΑ	3	1,6	1,6	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			

Η πανδημία με ανάγκασε να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού	ΣΑ	52	27,2	27,5	27,5	1296
	Σ	43	22,5	22,8	50,3	
	ΟΣΟΔ	37	19,4	19,6	69,8	
	Δ	44	23,0	23,3	93,1	
	ΔΑ	13	6,8	6,9	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία έχει ελκυστικότερες οικονομικές απολαβές μετά την πανδημία	ΣΑ	7	3,7	3,7	3,7	,960
	Σ	22	11,5	11,6	15,3	
	ΟΣΟΔ	52	27,2	27,5	42,9	
	Δ	88	46,1	46,6	89,4	
	ΔΑ	20	10,5	10,6	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τις προαγωγές στον ξενοδοχειακό κλάδο	ΣΑ	46	24,1	24,3	24,3	,931
	Σ	102	53,4	54,0	78,3	
	ΟΣΟΔ	20	10,5	10,6	88,9	
	Δ	18	9,4	9,5	98,4	
	ΔΑ	3	1,6	1,6	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τις προσλήψεις στον ξενοδοχειακό κλάδο	ΣΑ	28	14,7	14,8	14,8	,999
	Σ	94	49,2	49,7	64,6	
	ΟΣΟΔ	32	16,8	16,9	81,5	
	Δ	31	16,2	16,4	97,9	
	ΔΑ	4	2,1	2,1	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Αισθάνομαι ότι θα τερματιστεί σύντομα η συνεργασία μου με τον ξενοδοχειακό κλάδο λόγω της πανδημίας	ΣΑ	9	4,7	4,8	4,8	,992
	Σ	13	6,8	6,9	11,6	
	ΟΣΟΔ	51	26,7	27,0	38,6	
	Δ	86	45,0	45,5	84,1	
	ΔΑ	30	15,7	15,9	100,0	
	Total	189	99,0	100,0		

Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η πανδημία του COVID-19 προκάλεσε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στον κλάδο της φιλοξενίας	ΣΑ	77	40,3	40,7	40,7	1003
	Σ	70	36,6	37,0	77,8	
	ΟΣΟΔ	25	13,1	13,2	91,0	
	Δ	13	6,8	6,9	97,9	
	ΔΑ	4	2,1	2,1	100,0	
	Total		189	99,0	100,0	
Missing	System	2	1,0			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης	ΣΑ	3	1,6	1,6	1,6	,977
	Σ	18	9,4	9,8	11,4	
	ΟΣΟΔ	56	29,3	30,4	41,8	
	Δ	67	35,1	36,4	78,3	
	ΔΑ	40	20,9	21,7	100,0	
	Total		184	96,3	100,0	
Missing	System	7	3,7			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας επηρεάστηκε αρνητικά με τα περιοριστικά μέτρα κατά της πανδημίας (χρήση μάσκας, rapid test, εμβολισμός, αποστάσεις ασφαλείας κτλ)	ΣΑ	57	29,8	31,0	31,0	1007
	Σ	77	40,3	41,8	72,8	
	ΟΣΟΔ	30	15,7	16,3	89,1	
	Δ	16	8,4	8,7	97,8	
	ΔΑ	4	2,1	2,2	100,0	
	Total		184	96,3	100,0	
Missing	System	7	3,7			
Total		191	100,0			
Θεωρώ πολύ σημαντικό το κάθε ξενοδοχείο να συνεισφέρει στην Εταιρική Κοινωνική	ΣΑ	103	53,9	56,0	56,0	,764
	Σ	59	30,9	32,1	88,0	
	ΟΣΟΔ	19	9,9	10,3	98,4	
	Δ	2	1,0	1,1	99,5	
	ΔΑ	1	,5	,5	100,0	
	Total					

Ευθύνη, στα ανθρωπιστικά και κοινωνικά ζητήματα που δημιουργήθηκαν λόγω πανδημίας.	Total	184	96,3	100,0	
Missing	System	7	3,7		
Total		191	100,0		

Πηγή: Συγγραφέας

Το δεύτερο μέρος της περιγραφικής ανάλυσης αφορά τις απόψεις του δείγματος για την ξενοδοχειακή βιομηχανία κατά τη διάρκεια της πανδημίας του COVID-19. Όπως παρουσιάζεται στον παραπάνω πίνακα 63 άτομα (33,33%) απάντησαν στην ερώτηση εάν υπήρχαν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στον κλάδο πριν την πανδημία ουδέτερα, αυτό σημαίνει ότι κανείς απ' αυτούς δεν πιστεύει ότι οι θέσεις οι ευκαιρίες απασχόλησης μειώθηκαν μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό με ύψους 31,2% απάντησαν ότι συμφωνούν με την παραπάνω δήλωση και αυτές οι δύο απαντήσεις συμφωνούν μαζί με την ποιοτική έρευνα. Φαίνεται ότι οι ευκαιρίες απασχόλησης επηρεάστηκαν σε ένα βαθμό από την πανδημία αλλά επίσης επηρεάστηκαν από την φύση και τις απαιτήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου.

Την δεύτερη δήλωση συμφωνήσαν πάλι με την ποιοτική έρευνα, βλέπουμε ότι ένα ποσοστό ύψους του 89,9% απάντησε θετικά αλλά και ουδέτερα στην ερώτηση που αφορούσε την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (WLB). Αυτός ο όρος είδαμε από την βιβλιογραφική ανασκόπηση ότι χρησιμοποιείται πολύ συχνά στην ξενοδοχειακή βιομηχανία, φαίνεται όντως να επηρεάζει τους ξενοδοχοϋπάλληλους που εργάζονται το νησί μας. Από τις απαντήσεις του δείγματος φάνηκε ότι το 72,5% συμφώνησε ότι το WLB επηρεάστηκε λόγω της πανδημίας για τους λόγους που είδαμε πιο αναλυτικά στην ποιοτική έρευνα. Το 17,5% είχε ουδέτερη στάση που δηλώνει ότι η μη ισορροπία μεταξύ προσωπικής και την επαγγελματικής ζωής υπήρχε και πριν την πανδημία.

Η τρίτη δήλωση σχετίζεται με τις οικονομικές απολαβές και αν οι ξενοδοχοϋπάλληλοι πιστεύουν ότι μετά την πανδημία υπήρχαν ελκυστικότερες οικονομικές απολαβές. Βλέπουμε ότι 88 άτομα διαφώνησαν και 20 άτομα διαφώνησαν απόλυτα συνολικό ποσοστό ύψους 57,2%. Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό δήλωσαν θετικά ότι επηρεάστηκαν

αρνητικά οι προσλήψεις στο ξενοδοχειακό κλάδο (64,5%). Από τα αρνητικά σχόλια που ακούστηκαν στις συνεντεύξεις και από τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων, βλέπουμε, ένα ποσοστό ύψος 61,4% να μην εγκατέλειπε τον ξενοδοχειακό κλάδο λόγω της πανδημίας, σημαντικό όμως είναι να αναφερθεί ότι το 27% ήταν μεγαλύτερο ποσοστό που δείχνει ότι υπάρχει επιθυμία να φύγουν από τον κλάδο αλλά όχι λόγω της πανδημίας. Το υπόλοιπο 11.8% (N=22) φάνηκαν θετικοί στο να εγκατέλειπαν την ξενοδοχειακή βιομηχανία λόγω της πανδημίας.

Όσον αφορά τις απόψεις τους σχετικά με τις επιπτώσεις που είχε η πανδημία στον κλάδο της φιλοξενίας, βλέπουμε ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε θετικά στο ότι επηρεάστηκε η ξενοδοχειακή βιομηχανία λόγω του COVID-19 ποσοστών ύψους του 77,7% και συνολικά 147 άτομα του δείγματος. Επίσης παρατηρήθηκε ένα μεγάλο ποσοστό ύψους 72,8% (N= 134) να συμφωνεί με την δήλωση ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία επηρεάστηκε αρνητικά και από τα περιοριστικά μέτρα κατά πανδημίας. Τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας φαίνεται να ενισχύονται από τις απόψεις των συμμετεχόντων στην ποσοτική, περισσότερο από τους μισούς συμμετέχοντες (N=107) δήλωσαν ότι η πανδημία επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις ως προς την ελκυστικότητα του χώρου ως εργοδότης. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το 30,4% (N=56) παρέμειναν ουδέτερο σε αυτή τη δήλωση και αυτό δείχνει ότι η ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας ως χώρος εργοδότης δεν υπέστη αλλαγής με την εμφάνιση της πανδημίας. Κλείνοντας το πρώτο μέρος 162 άτομα από το δείγμα ποσοστό ύψους 84,8% υποστηρίζουν ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη θεωρείται πολύ σημαντική για αυτούς.

4.2.3 Περιγραφική Στατιστική - Μέρος Β

Κλείνοντας την περιγραφική ανάλυση, το τρίτο μέρος αποτελείται από τις απόψεις του δείγματος σε ζητήματα που σχετίζονται το ξενοδοχείο που εργάζονται μετά την εμφάνιση της πανδημίας.

Πίνακας 11: Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Β

Περιγραφική Στατιστική – Μέρος Β

Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Std. Deviation
-----------	---------	---------------	--------------------	----------------

		Συχνότητα	%	Πραγματικό Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό	Τυπική Απόκλιση
Νιώθω ασφαλής στο ξενοδοχείο, με τα υγειονομικά μέτρα που ακολουθούνται κατά της πανδημίας	ΣΑ	33	17,3	18,8	18,8	1 197
	Σ	63	33,0	35,8	54,5	
	ΟΣΟΔ	22	11,5	12,5	67,0	
	Δ	51	26,7	29,0	96,0	
	ΔΑ	7	3,7	4,0	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Λόγω της πανδημίας το ξενοδοχείο	ΣΑ	12	6,3	6,8	6,8	,855
	Σ	89	46,6	50,6	57,4	
	ΟΣΟΔ	51	26,7	29,0	86,4	
	Δ	21	11,0	11,9	98,3	
	ΔΑ	3	1,6	1,7	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Λόγω πανδημίας έγιναν περικοπές στους μισθούς	ΣΑ	13	6,8	7,4	7,4	1 105
	Σ	30	15,7	17,0	24,4	
	ΟΣΟΔ	41	21,5	23,3	47,7	
	Δ	73	38,2	41,5	89,2	
	ΔΑ	19	9,9	10,8	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Η πανδημία με έκανε να αισθάνομαι φόβο να χάσω τη δουλεία μου	ΣΑ	27	14,1	15,3	15,3	1 256
	Σ	64	33,5	36,4	51,7	
	ΟΣΟΔ	28	14,7	15,9	67,6	
	Δ	38	19,9	21,6	89,2	
	ΔΑ	19	9,9	10,8	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			

Total		191	100,0			
Η επικοινωνία με συναδέλφους και πελάτες, έχει γίνει πιο δύσκολη λόγω πανδημίας	ΣΑ	23	12,0	13,1	13,1	1 058
	Σ	83	43,5	47,2	60,2	
	ΟΣΟΔ	35	18,3	19,9	80,1	
	Δ	26	13,6	14,8	94,9	
	ΔΑ	9	4,7	5,1	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Η πανδημία βοήθησε στο να έχουμε καλύτερες σχέσεις με τους συναδέλφους	ΣΑ	3	1,6	1,7	1,7	,836
	Σ	26	13,6	14,8	16,5	
	ΟΣΟΔ	72	37,7	40,9	57,4	
	Δ	67	35,1	38,1	95,5	
	ΔΑ	8	4,2	4,5	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Η ατμόσφαιρα στο χώρο εργασίας άλλαξε προς το καλύτερο μετά την πανδημία	ΣΑ	5	2,6	2,8	2,8	,932
	Σ	24	12,6	13,6	16,5	
	ΟΣΟΔ	59	30,9	33,5	50,0	
	Δ	72	37,7	40,9	90,9	
	ΔΑ	16	8,4	9,1	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Γίνονται τακτικά αξιολογήσεις στο προσωπικό για περαιτέρω ανάλιση τους μετά την πανδημία	ΣΑ	5	2,6	2,8	2,8	1 129
	Σ	22	11,5	12,5	15,3	
	ΟΣΟΔ	43	22,5	24,4	39,8	
	Δ	48	25,1	27,3	67,0	
	ΔΑ	58	30,4	33,0	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			

Total		191	100,0			
Αισθάνομαι ότι η διεύθυνση του ξενοδοχείου εκτιμά και αναγνωρίζει τη συνεισφορά μου στον οργανισμό μετά την πανδημία	ΣΑ	9	4,7	5,1	5,1	1 074
	Σ	79	41,4	44,9	50,0	
	ΟΣΟΔ	47	24,6	26,7	76,7	
	Δ	23	12,0	13,1	89,8	
	ΔΑ	18	9,4	10,2	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Το ξενοδοχείο που εργάζομαι κατά την πανδημία συνέβαλε σημαντικά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (φιλάνθρωπιες, προσανατολισμένη στο άνθρωπο / προσωπικό κ.α.)	ΣΑ	13	6,8	7,4	7,4	1 251
	Σ	40	20,9	22,7	30,1	
	ΟΣΟΔ	57	29,8	32,4	62,5	
	Δ	24	12,6	13,6	76,1	
	ΔΑ	42	22,0	23,9	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Το ξενοδοχείο που εργάζομαι, μετά την πανδημία επικεντρώθηκε περισσότερο στις ανάγκες των πελατών	ΣΑ	18	9,4	10,2	10,2	,686
	Σ	108	56,5	61,4	71,6	
	ΟΣΟΔ	44	23,0	25,0	96,6	
	Δ	5	2,6	2,8	99,4	
	ΔΑ	1	,5	,6	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Το ξενοδοχείο που εργάζομαι, μετά την πανδημία επικεντρώθηκε περισσότερο στις ανάγκες του προσωπικού	ΣΑ	10	5,2	5,7	5,7	1 105
	Σ	33	17,3	18,8	24,4	
	ΟΣΟΔ	56	29,3	31,8	56,3	
	Δ	51	26,7	29,0	85,2	
	ΔΑ	26	13,6	14,8	100,0	
	Total					

	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η πανδημία προκάλεσε στο προσωπικό του ξενοδοχείου επαγγελματική εξουθένωση (Burnout)	ΣΑ	68	35,6	38,6	38,6	,974
	Σ	54	28,3	30,7	69,3	
	ΟΣΟΔ	41	21,5	23,3	92,6	
	Δ	12	6,3	6,8	99,4	
	ΔΑ	1	,5	,6	100,0	
	Total		176	92,1	100,0	
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Μετά την πανδημία, αναλώνω περισσότερο χρόνο στο ξενοδοχείο με συνέπεια η προσωπική μου ζωή και ο προσωπικός μου χρόνος να έχουν μειωθεί	ΣΑ	55	28,8	31,3	31,3	1 080
	Σ	47	24,6	26,7	58,0	
	ΟΣΟΔ	50	26,2	28,4	86,4	
	Δ	21	11,0	11,9	98,3	
	ΔΑ	3	1,6	1,7	100,0	
	Total		176	92,1	100,0	
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η διεθυντική ομάδα του ξενοδοχείου, ευαισθητοποιήθηκε και κατανοεί τις ανάγκες των υπαλλήλων της, που προκύπτουν από την πανδημίας	ΣΑ	9	4,7	5,1	5,1	1 118
	Σ	46	24,1	26,1	31,3	
	ΟΣΟΔ	51	26,7	29,0	60,2	
	Δ	46	24,1	26,1	86,4	
	ΔΑ	24	12,6	13,6	100,0	
	Total		176	92,1	100,0	
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Πιστεύω ότι η ψυχολογία μου	ΣΑ	19	9,9	10,8	10,8	,950
	Σ	81	42,4	46,0	56,8	

στον εργασιακό τομέα, έχει επηρεαστεί αρνητικά λόγω της πανδημίας	ΟΣΟΔ	44	23,0	25,0	81,8	
	Δ	29	15,2	16,5	98,3	
	ΔΑ	3	1,6	1,7	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Σκοπεύω να μείνω στον υφιστάμενο οργανισμό για όσο περισσότερο μου επιτρέπεται	ΣΑ	26	13,6	14,8	14,8	1 022
	Σ	56	29,3	31,8	46,6	
	ΟΣΟΔ	70	36,6	39,8	86,4	
	Δ	14	7,3	8,0	94,3	
	ΔΑ	10	5,2	5,7	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Θα πρότεινα σε ένα φιλικό / συγγενικό μου άτομο να εργαστεί στον οργανισμό	ΣΑ	22	11,5	12,5	12,5	1 255
	Σ	53	27,7	30,1	42,6	
	ΟΣΟΔ	35	18,3	19,9	62,5	
	Δ	43	22,5	24,4	86,9	
	ΔΑ	23	12,0	13,1	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			

Με ποια σειρά θα κατατάσσετε τα παρακάτω κίνητρα (Ισχυρότερο-1 μέχρι Ασθενέστερο-6)

Αύξηση μισθού	1	62	32,5	35,2	35,2	1 370
	2	39	20,4	22,2	57,4	
	3	35	18,3	19,9	77,3	
	4	24	12,6	13,6	90,9	
	5	13	6,8	7,4	98,3	
	6	3	1,6	1,7	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			

Επιπλέον εκπαίδευση και σεμινάρια	1	8	4,2	4,5	4,5	1 508
	2	22	11,5	12,5	17,0	
	3	24	12,6	13,6	30,7	
	4	42	22,0	23,9	54,5	
	5	33	17,3	18,8	73,3	
	6	47	24,6	26,7	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Επιπλέον κίνητρα (μόνους, επιβράβευση)	1	8	4,2	4,5	4,5	1 445
	2	18	9,4	10,2	14,8	
	3	31	16,2	17,6	32,4	
	4	30	15,7	17,0	49,4	
	5	53	27,7	30,1	79,5	
	6	36	18,8	20,5	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Προαγωγή	1	16	8,4	9,1	9,1	1 677
	2	23	12,0	13,1	22,2	
	3	25	13,1	14,2	36,4	
	4	30	15,7	17,0	53,4	
	5	32	16,8	18,2	71,6	
	6	50	26,2	28,4	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Total		191	100,0			
Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής	1	40	20,9	22,7	22,7	1 613
	2	48	25,1	27,3	50,0	
	3	24	12,6	13,6	63,6	
	4	26	13,6	14,8	78,4	
	5	24	12,6	13,6	92,0	
	6	14	7,3	8,0	100,0	

	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			
Εργασιακό περιβάλλον	1	42	22,0	23,9	23,9	1 739
	2	26	13,6	14,8	38,6	
	3	37	19,4	21,0	59,7	
	4	24	12,6	13,6	73,3	
	5	21	11,0	11,9	85,2	
	6	26	13,6	14,8	100,0	
	Total	176	92,1	100,0		
Missing	System	15	7,9			

Πηγή: Συγγραφέας

Οι συμμετέχοντες αρχικά είχαν να αξιολογήσουν την ασφάλεια που αισθάνονται με τα υγειονομικά μέτρα που ακολουθεί η πανδημία. Είδαμε ότι 86 άτομα απάντησαν θετικά αλλά 58 άτομα απάντησαν αρνητικά αυτό υποδηλώνει ότι κάθε ξενοδοχείο δρα διαφορετικά και θέτει τα δικά του μέτρα. Όσον αφορά τους όρους εργασίας του προσωπικού το 57,4% του δείγματος (N=101) δήλωσε ότι οι όροι άλλαξαν λόγω της πανδημίας εννοώ το 13,6% (N=24), δεν παρουσίασαν κάποια αλλαγή στους όρους εργασίας τους. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι η πανδημία δεν επέφερε σημαντικές περικοπές στο μισθό με βάση τις λεγόμενες του δείγματος. Και συγκεκριμένα το 52,3% (N=92) δε φάνηκε να έχουν κάποια αλλαγή στο μισθό τους ενώ το 24,4% (N=43) τους είχε γίνει περικοπή στους μισθούς. Ενδιαφέρον είναι τα αποτελέσματα στην ερώτηση εάν οι υπάλληλοι αισθάνθηκαν φόβο να χάσουν τη δουλειά τους και με την ανάλυση βγήκε ότι το 13,1% (N=27) συμφώνησε απόλυτα το 36,4% (N=64) συμφώνησε το 21,6% (N=38) διαφωνεί και το 10,8% (N=19) διαφωνεί απόλυτα. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι αισθάνθηκε φόβο να μην χάσει τη δουλειά του αλλά είχαμε επίσης και αρκετά άτομα όπου δεν διαφώνησαν πράγμα που δείχνει για ακόμα μια φορά το κάθε ξενοδοχείο δρα διαφορετικά και αντιμετωπίζει με διαφορετικό τρόπο τους υπάλληλους του.

Σχετικά με την επικοινωνία μεταξύ συναδέλφων και πελατών φαίνεται ότι 60,2% να απάντησε θετικά στην δήλωση ότι αυτή η επικοινωνία επηρεάστηκε αρνητικά λόγω της πανδημίας. Αυτό είδαμε και στην βιβλιογραφική ανασκόπηση που με τα περιοριστικά μέτρα η επικοινωνία τους επηρέασε αρνητικά. Οι συμμετέχοντες του ερωτηματολογίου

κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις που αφορούσαν τις σχέσεις μεταξύ των συναδέλφων τους καθώς και την ατμόσφαιρα στο χώρο εργασίας. Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι η πλειοψηφία δήλωσε ουδέτερη σχετικά με τη βελτίωση σχέσεων μεταξύ συναδέλφων, αυτό επιβεβαιώνεται επίσης και από την ποιοτική έρευνα. Στις συνεντεύξεις αναφέρθηκε ότι υπήρχαν αντιζηλίες και συγκρούσεις μεταξύ συναδέλφων ακόμα και πριν.

Σχετικά με την ατμόσφαιρα στο χώρο εργασίας φάνηκε για ακόμη μια φορά η απελπισία των υπαλλήλων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 50% διαφώνησε στην δήλωση ότι η ατμόσφαιρα στο χώρο εργασίας αλλάζει προς το καλύτερο αλλά και ένα 33,5% μένει ουδέτερο και αυτό δείχνει ότι η πανδημία δεν είχε κάποια επιρροή στην εργασιακή ατμόσφαιρα. Την δυσαρέσκειά τους ακόμα μια φορά έδειξαν στην έλλειψη αξιολογήσεων για ανέλιξη τους. Στην ερώτηση εάν γίνονται τακτικότερες αξιολογήσεις για το προσωπικό για ανέλιξη μετά την πανδημία με ποσοστό ύψος 60% (N=176) να απαντούν αρνητικά, 43 άτομα να απαντούν ουδέτερα και ένα μικρό της τάξης των 15,3% να συμφωνεί.

Παρόλες τις αντίξοες συνθήκες εργασίας, θετικό είναι το γεγονός ότι 50% του δείγματος (N=88), αισθάνεται ότι η διεύθυνση του ξενοδοχείου αναγνωρίζει και εκτιμά την συνεισφορά τους στον οργανισμό. Το 26,7% (N=47) ήταν ουδέτερο και αυτό δείχνει ότι δεν έχει αλλάξει η εκτίμηση από προϊσταμένους από πριν την πανδημία και ένα 23,3% (N=41) διαφωνεί με την παραπάνω δήλωση.

Ο βαθμός συνεισφοράς στην ΕΚΕ επιβεβαιώνει για ακόμα μια φορά ότι το κάθε ξενοδοχείο είναι διαφορετικός οργανισμός και δρα με το δικό του τρόπο. Η ανάλυση έδειξε ότι 30,1% του δείγματος δήλωσε ότι το ξενοδοχείο που εργάζεται συνείσφερε στην ΕΚΕ κατά την περίοδο της πανδημίας. Ένα μεγαλύτερο ποσό στον ύψους 45,6% δήλωσε ότι το ξενοδοχείο τους δε συνεισφέρει στην ΕΚΕ. Το υπόλοιπο 32,4% (N=57) απάντησε ουδέτερα, και αυτό δείχνει ότι το ξενοδοχείο είτε δεν συνεισφέρει καθόλου είτε δεν πρόσφερε επιπρόσθετες δράσεις ΕΚΕ κατά την περίοδο της πανδημίας. Μάλιστα, σε ερώτηση που αφορούσε το κατά πόσο πιστεύουν οι συμμετέχοντες ότι το ξενοδοχείο επικεντρώθηκε στις ανάγκες του προσωπικού και των πελατών βλέπουμε ότι το 43,8% (N=77) δήλωσε ότι το ξενοδοχείο που εργάζεται δεν επικεντρώθηκε στις

ανάγκες του ανάγκες τους το 31,8% (N=56) ήταν ουδέτερο και το 24,5% (N=43) απάντησε θετικά. Από την άλλη όμως βλέπουμε πάνω από 120 άτομα να συμφωνούν στο γεγονός ότι το ξενοδοχείο επικεντρώθηκε περισσότερο τις ανάγκες των πελατών και μόνο έξι άτομα να διαφωνούν, τα υπόλοιπα 44 άτομα δήλωσαν ότι δεν άλλαξε κάτι με την εμφάνιση της πανδημίας. Επενδύοντας στην ΕΚΕ, οι υπαλλήλων αισθάνονται ότι αυξάνετε η ποιότητα επαγγελματικής ζωής τους υπαλλήλων (QWL) (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018).

Είδαμε ομόφωνη σχεδόν απάντηση στην ερώτηση εάν πιστεύουν ότι η πανδημία επέφερε επαγγελματική εξουθένωση. Το 38,6% (N=68) συμφώνησε απόλυτα το 30,7% (N=54) συμφώνησε, το 23,3% (N=41) ήταν ουδέτερο και έναν 7,2% (N=13) διαφώνησε. Η ποσοτική ανάλυση των δεδομένων αυτών, καθώς συνδυαστικά με την ποιοτική έρευνα που διεξάχθηκε δείχνει ότι η πανδημία όντως επέφερε εξουθένωση στο προσωπικό. Τα αποτελέσματα επίσης δείχνουν ότι η εξουθένωση αυτή υπήρχε και πριν την πανδημία, και αυτό το επιβεβαιώνουν και οι συνεντεύξεις.

Όσον αφορά την *ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής* τα αποτελέσματα είναι παρόμοια με την επαγγελματική εξουθένωση βλέπουμε ένα μεγάλο ποσοστό ύψους 58%, συνολικά 102 άτομα να συμφωνούν ότι αναλώνουν περισσότερο χρόνο στο ξενοδοχείο με συνέπεια να μειώνεται ο προσωπικός τους χρόνος. Το 28,4% δηλαδή τα 50 άτομα ήταν ουδέτερα που κι αυτό δείχνει ότι η μη ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής ήταν ένας παράγοντας που υπήρχε στην ξενοδοχειακή βιομηχανία και πριν την πανδημία. Αυξάνετε το WLB με την παροχή περισσότερο ελεύθερου χρόνου και ευελιξία των ωραρίων (Wong & Ko, 2009).

Μία άλλη παράμετρος που φαίνεται να επηρεάζεται και από την πανδημία σε κάποιο βαθμό είναι η κατανόηση και ευαισθητοποίηση του ξενοδοχείου σχετικά με τις ανάγκες του προσωπικού που προέκυψαν από την πανδημία. Η πλειοψηφία στην συγκεκριμένη ερώτηση, το 39,7% (N=72) του δείγματος δήλωσε ότι το ξενοδοχείο δεν κατανοεί τις ανάγκες τους και το 29% (N=51) είχε ουδέτερη στάση και αυτό δείχνει ότι δεν ένιωσαν ευαισθητοποίηση από το από τους προϊσταμένους του. Το 31,5% (N=5) του δείγματος απάντησαν θετικά.

Δεν έπρεπε να λείπει από το ερωτηματολόγιο, ερώτηση σχετική με την *ψυχολογία* του προσωπικού και πως αυτό επηρεάστηκε με την πανδημία 100 άτομα από το δείγμα συμφώνησαν ότι η ψυχολογία της επηρεάστηκε αρνητικά λόγω της πανδημίας, 44 άτομα είχαν ουδέτερη στάση και τα 32 διαφώνησαν.

Ενδιαφέρον είναι τα αποτελέσματα που βγήκαν από την ερώτηση, εάν *σκοπεύουν να μείνουν στον υφιστάμενο οργανισμό* και η πλειοψηφία απάντησε ούτε σύμφωνοι ούτε διαφωνεί αυτό δείχνει την αβεβαιότητα που δείχνουν οι εργαζόμενοι για τον κλάδο. Επίσης 35 άτομα δήλωσαν ότι δε γνωρίζουμε αν θα πρότειναν τον οργανισμό που εργάζονται σε ένα φίλο ή συγγενικό άτομο, 66 άτομα δήλωσαν ότι δεν θα το πρότειναν, 78 άτομα ότι θα το συνιστούσαν.

Στη τελευταία ερώτηση οι συμμετέχοντες έπρεπε να κατατάξουν το βαθμό προσωπικής του σημαντικότητας τις παρακάτω παραμέτρους:

1. Αύξηση μισθού
2. Επιπλέον εκπαίδευση και σεμινάρια
3. Επιπλέον κίνητρα
4. Προαγωγή
5. Ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής
6. Εργασιακό περιβάλλον

Από την ανάλυση αποτελεσμάτων φάνηκε ότι η πρώτη επιλογή για την πλειοψηφία του δείγματος ήταν η αύξηση μισθού, σειρά είχε το WLB, τρίτον το εργασιακό περιβάλλον και για τελευταίες επιλογές η πλειοψηφία επέλεξε τα επιπλέον κίνητρα, την προαγωγή και τέλος στην εκπαίδευση.

4.3.4 Στατιστικές συσχετίσεις, Pearson

Για εμπλουτισμό των αποτελεσμάτων και των ερευνητικών ερωτημάτων έγιναν οι περαιτέρω συσχετίσεις για να αποδειχθεί η στατιστική σημαντικότητα των μεταβλητών.

4.3.4.1 Συνθήκες εργασίας

Για την πρώτη συσχέτιση που έδωσε πιο εμπειριστατωμένα αποτελέσματα στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, που σχετίζετε με τις συνθήκες εργασίας, συγκρίθηκαν οι ακόλουθες ερωτήσεις:

1. Η πανδημία με ανάγκασε να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού
2. Μετά την πανδημία, αναλώνω περισσότερο χρόνο στο ξενοδοχείο με συνέπεια η προσωπική μου ζωή και ο προσωπικός μου χρόνος να έχουν μειωθεί

Βλέπουμε ότι το p-value είναι μικρότερο το 0.05 που έχει οριστεί ως επίπεδο σημαντικότητας. Άρα υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των δύο παραμέτρων. Αφού ο συντελεστής Pearson είναι θετικός, μπορούμε να πούμε ότι όσο δεν υπάρχει ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, οι ξενοδοχοϋπάλληλοι αναγκάζονται να σκεφτούν να αλλάξουν κλάδο.

Πίνακας 12: Pearson Correlation I

Η πανδημία με ανάγκασε να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού	Pearson Correlation	1	,396**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	189	176
Μετά την πανδημία, αναλώνω περισσότερο χρόνο στο ξενοδοχείο με συνέπεια η προσωπική μου ζωή και ο προσωπικός μου χρόνος να έχουν μειωθεί	Pearson Correlation	,396**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	176

Πηγή: Συγγραφέας

Επιπρόσθετα βλέπουμε ότι η πανδημία έκανε πιο δυσμενή το WLB και για αυτό έγινε μια επιπρόσθετη συσχέτιση με την ερώτηση «Κατά τη γνώμη μου μετά την πανδημία έγινε πιο δύσκολη η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στον ξενοδοχειακό τομέα». Και στις δύο ερωτήσεις είδαμε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά αφού το p-value είναι μικρότερο από 0,5. Μεταξύ των παρακάτω μεταβλητών παρατηρείτε πάλι θετική σχέση μεταξύ των δύο ($P = 0,365$). Όταν οι υπάλληλοι αρχίσουν να σκέφτονται να εγκαταλείψουν τον κλάδο παρατηρούνται συγκρούσεις μεταξύ τους,

χάσιμο ενδιαφέροντος για δουλειά και αρνητική αλλαγή στην συμπεριφορά τους (Fayyazi & Aslani, 2015).

Πίνακας 13: Pearson Correlation II

Κατά τη γνώμη μου μετά την πανδημία έγινε πιο δύσκολη η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στον ξενοδοχειακό τομέα	Pearson Correlation	1	,365**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	189	189
Η πανδημία με ανάγκασε να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού	Pearson Correlation	,365**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	189	189

Πηγή: Συγγραφέας

Παρόμοια αποτελέσματα βλέπουμε, και με την εξουθένωση. Στην παρακάτω περίπτωση ο συντελεστής Pearson είναι αρνητικός που μας δείχνει ότι όσο αυξάνεται η εξουθένωση του προσωπικού η ξενοδοχειακή βιομηχανία δεν γίνεται ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης.

Πίνακας 14: Pearson Correlation III

Πιστεύω ότι η πανδημία προκάλεσε στο προσωπικό του ξενοδοχείου επαγγελματική εξουθένωση (Burnout)	Pearson Correlation	1	-,303**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	176	176
Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης	Pearson Correlation	-,303**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	184

Πηγή: Συγγραφέας

Επίσης όσο αυξάνετε η επαγγελματική εξουθένωση οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι δεν θα πρότεινα σε ένα συγγενικό του ατόμου να εργαστεί οργανισμό. Αυτό το

επιβεβαιώνει ο παρακάτω πίνακας που δείχνει ότι το p-value είναι μικρότερο από 0,05 και ο συντελεστής Pearson είναι αρνητικός

Πίνακας 15: Pearson Correlation IV

Θα πρότεινα σε ένα φιλικό / συγγενικό μου άτομο να εργαστεί στον οργανισμό	Pearson Correlation	1	-,365**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	176	176
Πιστεύω ότι η πανδημία προκάλεσε στο προσωπικό του ξενοδοχείου επαγγελματική εξουθένωση (Burnout)	Pearson Correlation	-,365**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	176

Πηγή: Συγγραφέας

4.3.4.2 Εργασιακό περιβάλλον

Έγινε συσχέτιση σε μεταβλητές που αφορούσαν το εργασιακό περιβάλλον των υπαλλήλων,. Είδαμε την στατιστική σημαντικότητα στις παρακάτω μεταβλητές καθώς επίσης και θετική σχέση μεταξύ τους. Όσο οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί κατανοούν τις ανάγκες των υπαλλήλων τόσο και οι σχέσεις μεταξύ τους συναδέλφων γίνονται όλο και καλύτερες. Το p-value είναι 0 άρα μικρότερο του επιπέδου σημαντικότητας που ορίστηκε το 0.05 και ο συντελεστής Pearson είναι ίσος με 0,344.

Πίνακας 16: Pearson Correlation V

Η πανδημία βοήθησε στο να έχουμε καλύτερες σχέσεις με τους συναδέλφους	Pearson Correlation	1	,344**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	176	176
Πιστεύω ότι η διευθυντική ομάδα του ξενοδοχείου, ευαισθητοποιήθηκε και κατανοεί τις ανάγκες των υπαλλήλων της, που προκύπτουν από την πανδημίας	Pearson Correlation	,344**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	176

Πηγή: Συγγραφέας

Θετικά σημαντική στατιστική σχέση είδαμε επίσης στα παρακάτω ερωτήματα. Πιο αναλυτικά με p-value ίσο με 0 και συντελεστή Pearson 0,577 μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι όσον το ξενοδοχείο επικεντρώνεται περισσότερο στις ανάγκες του προσωπικού τόσο το εργατικό δυναμικό σκοπεύει να μείνει στον υφιστάμενο οργανισμό όσο περισσότερο το επιτρέπει. Σημαντικό να επισημανθεί ότι όσο πιο κοντά βρίσκετε στην μονάδα (1) ο συντελεστή Pearson, τόσο πιο σημαντική βλέπουμε την συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών

Πίνακας 17: Pearson Correlation VI

Το ξενοδοχείο που εργάζομαι, μετά την πανδημία επικεντρώθηκε περισσότερο στις ανάγκες του προσωπικού	Pearson Correlation	1	,577**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	176	176
Σκοπεύω να μείνω στον υφιστάμενο οργανισμό για όσο περισσότερο μου επιτρέπετε	Pearson Correlation	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	176

Πηγή: Συγγραφέας

4.3.4.3 Ικανοποίηση

Σχετικά με τις οικονομικές απολαβές η έρευνα έδειξε ότι στατιστικά σημαντική σχέση έχει με την ελκυστικότητα του κλάδου. Με p-value 0 και συντελεστής συσχέτισης Pearson 0,407 διαπιστώνουμε ότι όσον η ελκυστικότητα των οικονομικών απολαβών μειώνεται τόσο μειώνεται και η ελκυστικότητα της βιομηχανίας ως χώρος εργασίας, στο μυαλό των υπάλληλων

Πίνακας 18: Pearson Correlation VII

Πιστεύω ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία έχει ελκυστικότερες οικονομικές απολαβές μετά την πανδημία	Pearson Correlation	1	,407*
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	189	184
Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης	Pearson Correlation	,407**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	184	184

Πηγή: Συγγραφέας

4.3.4.4 Ανέλιξη

Κλείνοντας τις συσχετίσεις Pearson δεν μπορούσε να παραληφθεί ο σχολιασμός του τελευταίου ερευνητικού ερωτήματος το οποίο αναφέρεται στην ανέλιξη των ξενοδοχοϋπαλλήλων. Θετική στατιστικά σημαντική συσχέτιση υπάρχει στην ερώτηση που αφορά τις αξιολογήσεις του προσωπικού με την επιθυμία τους να μείνουν στον κλάδο. Η έρευνα έδειξε ότι όσο αυξάνονται οι αξιολογήσεις για περαιτέρω ανάπτυξη του προσωπικού τόσο σκοπεύουν οι υπάλληλοι να παραμείνουν στο υφιστάμενο κλάδο.

Πίνακας 19: Pearson Correlation VIII

Γίνονται τακτικά αξιολογήσεις στο προσωπικού για περαιτέρω ανέλιξη τους μετά την πανδημία	Pearson Correlation	1	,428**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	176	176
Σκοπεύω να μείνω στον υφιστάμενο οργανισμό για όσο περισσότερο μου επιτρέπετε	Pearson Correlation	,428**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	176	176

Πηγή: Συγγραφέας

4.3.5 Στατιστικές συσχετίσεις, Anova

Εκτός από την στατιστική συσχέτιση κατηγοριών με την Pearson, θεωρήθηκε σημαντικό να ελεγχθεί η ελκυστικότητα με κάποια από τα κύρια δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως το μορφωτικό επίπεδο, το τμήμα και οι οικονομικές απολαβές. Για αριθμητικές με κατηγορικές μεταβλητές περισσότερων των 2 μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε η συσχέτιση Anova.

Έγινε συσχέτιση των τριών παραπάνω δημογραφικών στοιχείων με την ερώτηση «Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης». Στην συσχέτιση με τα μορφωτικό επίπεδο παρατηρήθηκε ότι το p-value να είναι μικρότερο του 0.05 άρα βλέπουμε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών. Αποδείχθηκε ότι τα άτομα με πτυχίο έχουν αντίθετες

απόψεις για την ελκυστικότητα του κλάδου με τα άτομα με διδακτορικό. Με επίπεδο 0.013 που θεωρείτε στατιστική συσχέτιση των δυο αυτών επιπέδων.

Πίνακας 20: Anova Correlation I

ANOVA

Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,527	3	2,842	3,138	,027
Within Groups	154,901	171	,906		
Total	163,429	174			

(I) Μορφωτικό επίπεδο	(J) Μορφωτικό επίπεδο	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Πτυχίο Δίπλωμα)	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Απολυτήριο Λύκειου)	,617	,330	,063	-,03	1,27
	Μεταπτυχιακές σπουδές	,055	,163	,737	-,27	,38
	Διδακτορικό	1,395*	,557	,013	,30	2,49

Πηγή: Συγγραφέας

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το τμήμα του κάθε υπαλλήλου δεν φαίνεται να σχετίζεται με το πόσο ελκυστικό θεωρούν τον κλάδο. Το p-value να είναι μεγαλύτερο από το επίπεδο σημαντικότητας 0.05

Πίνακας 21: Anova Correlation II

ANOVA

Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης / Τμήμα

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,350	8	1,044	1,117	,354
Within Groups	155,078	166	,934		
Total	163,429	174			

Πηγή: Συγγραφέας

Το ίδιο διαπιστώθηκε και με τις οικονομικές απολαβές. Όπως δείχνει ο παρακάτω πίνακας με p-value να είναι μεγαλύτερο από το επίπεδο σημαντικότητας 0.05. Δεν φαίνονται οι οικονομικές απολαβές να έχουν στατιστικά σημαντική σχέση με τις απόψεις των υπαλλήλων για την ελκυστικότητα του κλάδου

Πίνακας 22: Anova Correlation III

ANOVA

Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης / Οικονομικές Απολαβές

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,390	4	,847	,900	,465
Within Groups	160,039	170	,941		
Total	163,429	174			

5 Συμπεράσματα

5.1 Εισαγωγή

Μετά από την ποιοτική και ποσοτική έρευνα που διεξάχθηκε, φάνηκε ότι ο κάθε ξενοδοχειακός οργανισμός για να καταφέρει να έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα πρέπει πρώτα να επικεντρωθεί στο προσωπικό και μετά στο προϊόν και τις υπηρεσίες που διαθέτει. Υπήρχαν δυο ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο που εξέταζαν το ποσοστό της επικέντρωσης του οργανισμού στους πελάτες ή στις ανάγκες του προσωπικού, η πλειοψηφία του δείγματος συμφώνησε με την δήλωση ότι η εταιρεία επικεντρώθηκε στους πελάτες ενώ διαφώνησε με την δήλωση ότι επικεντρώθηκε στις ανάγκες τους. Αυτό δείχνει ότι ο κάθε οργανισμός επικεντρώνεται περισσότερο στο να έχει ευτυχημένους πελάτες παρά να έχει ικανοποιημένο προσωπικό. Ειδικότερα μετά την πανδημία, οι απαιτήσεις των ξενοδόχων αυξήθηκαν ενώ την ίδια στιγμή αυξήθηκαν και οι απαιτήσεις των υπαλλήλων. Ζούμε σε μια εποχή αβέβαιη, και υπάλληλοι χρειάζονται ειδική μεταχείριση. Έχουν δημιουργηθεί περισσότερες ανάγκες και το προσωπικό έχει γίνει πιο ευαίσθητο και απαιτητικό λόγω των συνθηκών, σε επαγγελματικό επίπεδο αλλά και σε προσωπικό. Από την άλλη όμως βλέπουμε τους ξενοδοχειακούς οργανισμούς να αψηφούν αυτές τις ανάγκες και αυτό να έχει ως αποτέλεσμα την απογοήτευση του προσωπικού. Φάνηκε από όλες τις συνεντεύξεις ότι οι ξενοδόχοι εκμεταλλεύτηκαν τις συνθήκες της πανδημίας αλλά και το ίδιο το προσωπικό. Προσπάθησαν με λιγότερο προσωπικό να βγάλουν το επιθυμητό αποτέλεσμα και την τέλεια εξυπηρέτηση αψηφώντας τις απάνθρωπες συνθήκες που περνούσαν οι εργαζόμενοι τους, για την επίτευξη των καθημερινών τους καθηκόντων. Οι ξενοδόχοι πρέπει να αφουγκράζονται τις ανάγκες του προσωπικού, για να επιτύχουν την τέλεια εξυπηρέτηση προς τους πελάτες. Μόνο εάν έχεις ικανοποιημένο προσωπικό θα έχεις και ευχαριστημένους πελάτες, και έτσι θα δημιουργηθεί ένα δυνατό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας έρευνας θα εξεταστούν τα κύρια ευρήματα που διεξάχθηκαν από την ποσοτική αλλά και ποιοτική έρευνα που σκοπό έχουν την επίλυση του κύριου στόχου της έρευνας αλλά και των ερευνητικών ερωτημάτων. Όπως προαναφέρθηκε η παρούσα έρευνα σκοπό έχει την διερεύνηση και ανάλυση της ελκυστικότητας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας μετά την εμφάνιση της πανδημίας του COVID-19 καθώς επίσης η εξεύρεση και προβολή εισηγήσεων για αύξηση της

ελκυστικότητα και κατά συνέπεια ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του ξενοδοχειακού οργανισμού. Το πρώτο μέρος του τελευταίου αυτού του κεφαλαίου θα εξετάσει τα κύρια ευρήματα της έρευνας προσδιορίζοντας έτσι τυχόν προβλήματα. Το δεύτερο μέρος, γίνεται ανάλυση των συμπερασμάτων αυτών και στο τρίτο παρουσιάζετε η συμβολή της έρευνας. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται τυχόν δυσκολίες και περιορισμοί που προέκυψαν στην έρευνα καθώς επίσης θα επισημανθεί αν αυτό επηρέασε τα αποτελέσματα αυτά. Κλείνοντας, το πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται σε προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

5.2 Συμπεράσματα Ερευνητικών Ερωτημάτων

5.2.1 Ελκυστικές θέσεις εργασίας

Ένα από τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζει τώρα η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι οι κενές θέσεις εργασίας και η σχεδόν καθόλου ανταπόκριση για τις θέσεις αυτές. Η πανδημία διόγκωσε το πρόβλημα που αντιμετώπιζαν οι ξενοδόχοι λόγω της ανασφάλειας που αισθάνονται η πλειονότητα των εργαζομένων ως προς την ξενοδοχειακό κλάδο καθώς επίσης το γεγονός ότι, η πανδημία οδήγησε πολλούς να αλλάξουν εργασιακό κλάδο. Αυτό το βλέπουμε κυρίως στους εποχιακούς εργαζόμενους οι οποίοι έσπευσαν να αναζητήσουν εργασία σε άλλους τομείς που δεν ήταν τόσο απαιτητική. Λόγω λοιπόν αυτής της αβεβαιότητας του κλάδου, πολύ στρέφονται σε άλλες βιομηχανίες και δεν επιστρέφουν πίσω στην ξενοδοχειακή. Δε φέρει καμία αμφιβολία ότι κατά την περίοδο της πανδημίας και ειδικότερα κατά την περίοδο του lockdown παγοποιήθηκαν οι προσλήψεις καθώς επίσης υπήρχε έλλειψη θέσεων εργασίας. Τους τελευταίους μήνες βλέπουμε αυξημένες κενές θέσεις εργασίας και ειδικά οι νέοι γνωρίζοντας την απαιτητικότητα του κλάδου αποκλείουν την ξενοδοχειακή βιομηχανία ως χώρο εργασίας. Αυτό θα αλλάξει μόνο όταν οι συνθήκες εργασίας, το εργασιακό περιβάλλον, η ικανοποίηση των εργαζομένων αλλάξουν προς το καλύτερο. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι αναμφισβήτητα το σημαντικότερο συστατικό για ένα επιτυχημένο οργανισμό.

5.2.2 Συνθήκες εργασίας

«Σωστές συνθήκες εργασίας!», πρέπει γίνει πλέον η νέα πρόκληση για τους ξενοδόχους. Πρέπει ο κάθε εργαζόμενος να έχει μια υγιή επαγγελματική καθημερινότητα που αυτό θα φέρει ως επακόλουθο την αύξηση παραγωγικότητας και ακόμα την αφοσίωση του κάθε εργαζομένου στον οργανισμό αυτό. Όντας στην βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των εργαζομένων πρέπει να τεθεί σοβαρά το ζήτημα *πενθήμερης εργασίας* καθώς και επίσης *αυστηρά η οχτάωρη εργασία*. Αυτοί οι δύο βασικοί πυλώνες θα επιτρέψουν στο προσωπικό να έχει μία ισορροπημένη προσωπική αλλά και επαγγελματική ζωή και αυτό χωρίς αμφιβολία θα προσεγγίσει περισσότερα άτομα στον κλάδο αυτό. Η παροχή περισσότερου ελεύθερου χρόνου και ευελιξία των ωραρίων αυξάνει το WLB και κατά συνέπεια βελτιώνει τις συνθήκες εργασίας (Wong & Ko, 2009).

Η παρούσα έρευνα έδειξε ότι το προσωπικό δίνει μεγάλη σημασία στις *συνθήκες εργασίας και στο εργασιακό περιβάλλον*. Ο σεβασμός προς το προσωπικό και ιδιαίτερα στην προσωπική του ζωή είναι ένα ζήτημα μείζονος σημασίας και πρέπει να δίνουν μεγάλη σημασία και όχι να απαξιούν τις ανάγκες τους αυτές. Οι πιέσεις αυτές οξύνουν το δείκτη αποχώρησης του προσωπικού αλλά ταυτόχρονα αμβλύνουν την παραγωγικότητα τους (Lee & Liu, 2021).

Πιο συγκεκριμένα, με την εμφάνιση της πανδημίας το κάθε άτομο έχει τα δικά του προσωπικά προβλήματα και καλό θα ήταν ο κάθε προϊστάμενος να μπορεί να συνεισφέρει σε αυτά πρακτικά αλλά και ψυχολογικά. Οι ψυχολογική υποστήριξη σε προσωπικά και οικογενειακά ζητήματα – εάν βέβαια είναι πρόθυμος να τα μοιραστεί και ο υπάλληλος βελτιώνει την σχέσεις μεταξύ υπαλλήλων και προϊσταμένων (Wong & Ko, 2009). Όσο πιο υποστηρικτικός και κοντά είναι ο εργοδότης στο εργαζόμενο, τον κάνει να νιώθει βεβαιότητα αλλά και ασφάλεια αυτό οι όροι είναι από τους δημοφιλέστερους κατά την περίοδο της πανδημίας. Μαθαίνοντας τις ανάγκες και προβλήματα του προσωπικού, δημιουργείτε ένα πιο υγιές και ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον (Wong & Ko, 2009).

Επιπρόσθετα, ο σχεδιασμός ενός *φιλικού εργασιακού περιβάλλοντος απασχόλησης* του εργαζόμενου θα επιτρέψει σε αυτόν να αφοσιώσει χρόνο στον εαυτό του, στην οικογένεια και στους φίλους του που αυτό στις μέρες μας είναι πολύτιμο. Ο Bhatnagar και Shankar (2010) δήλωσαν ότι η συμφιλίωση επαγγελματικής με προσωπικής ζωής οδηγεί σε θετική αντίληψη της εκάστοτε βιομηχανίας αλλά και στην ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.

Η εκμετάλλευση του προσωπικού επέφερε *εξουθένωση* σε αυτό, με αποτέλεσμα η παραγωγικότητα τους να μειώνεται και η απελπισία τους να αυξάνεται. Η επαγγελματική εξουθένωση δεν είναι εμφανείς μόνο στον ίδιο τον εργαζόμενο αλλά και στον πελάτη μέσω της εξυπηρέτησης αλλά και τις εμπειρίες που λαμβάνει. Πιο συγκεκριμένα κατά την περίοδο της πανδημίας είδαμε αυξημένες αποχωρήσεις εργαζομένων που αυτό ταυτόχρονα αύξησε τα καθήκοντά του υφιστάμενου προσωπικού με αποτέλεσμα την εξουθένωση τους. Εκτός τα υψηλά επίπεδα επαγγελματικής εξουθενώσεως βλέπουμε και συναισθηματική εξουθένωση λόγω της πανδημίας, και αυτό αποτελεί κομβικό σημείο για κάθε επιχείρηση. Η επαγγελματική εξουθένωση πρέπει να μετατραπεί σε επαγγελματική ικανοποίηση με ευχάριστες συνθήκες εργασίας διατηρώντας έτσι τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης πελατών αλλά και υπαλλήλων. Η ικανοποίηση του υπαλλήλου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ικανοποίηση του πελάτη και αυτό με τη σειρά του συνδέεται με τα οικονομικά έσοδα του οργανισμού. Έχοντας λοιπόν ευχαριστημένο υπάλληλο μεγιστοποιούνται τα οικονομικά οφέλη του οργανισμού. Η εξουθένωση επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την ελκυστικότητα του κλάδου καθώς επίσης και την ψυχική ευημερία του ατόμου. Υψηλά επίπεδα εξουθένωσης του προσωπικού, συντείνουν στην πρόθεση τους για αποχώρηση (Wen, Zhou, Hu, & Zhang, 2020)

Ένα *υγιές εργασιακό περιβάλλον*, ειδικά στις μέρες μας είναι απαραίτητο για τον κάθε υπάλληλο, κάθε βιομηχανίας. Ιδιαίτερα στην ξενοδοχειακή βιομηχανία το εργασιακό περιβάλλον αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια για την ικανοποίηση των υπαλλήλων. Στην ποσοτική έρευνα φάνηκε ότι, η πλειοψηφία επέλεξε σημαντικότερα κίνητρα την αύξηση μισθών σειρά είχε το εργασιακό περιβάλλον και ακολούθως μετά η είχε η ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής. Στις συνεντεύξεις αποδείχθηκε ότι η επιθυμία για αύξηση μισθού οφείλεται στο απάνθρωπο εργασιακό περιβάλλον αλλά και στις αντίξοες συνθήκες εργασίας. Ανέφεραν ομόφωνα στην ποιοτική έρευνα ότι

υπάρχει ανισορροπία μεταξύ οικονομικών απολαβών και καθηκόντων. Οι εργαζόμενοι που είναι ικανοποιημένοι με τις συνθήκες εργασίας, τείνουν να είναι ικανοποιημένοι με την επαγγελματική τους σταδιοδρομία (Zoriatas, Theocharous, & Constanti, 2018).

Οι κακές σχέσεις μεταξύ του προσωπικού, δεν οφείλονται μόνο στην επιχείρηση αλλά και στους ίδιους υπαλλήλους. Η επιχείρηση με τον τρόπο της πρέπει να αποφεύγει τις συγκρούσεις μεταξύ του προσωπικού, πόσο μάλλον τις αντιζηλίες μεταξύ τους. Όπως είδαμε η πανδημία έφερε αποξένωση μεταξύ εργαζόμενων, ο κάθε οργανισμός έπρεπε να συνεισφέρει σε αυτό, με διάφορες ομαδικές συναντήσεις, team-building δραστηριότητες καθώς επίσης το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού πρέπει υιοθετήσει νέες μεθόδους. Σημαντικό είναι ο οργανισμός να ακολουθεί νέες, καινοτόμες και μοντέρνες μεθόδους, για να ενώσει το προσωπικό μεταξύ τους αλλά και με την επιχείρηση, υιοθετώντας καινοτόμες πεποιθήσεις, προβάλλοντας τις και στο εργατικό δυναμικό. Επιπρόσθετα θα πρέπει να ασχοληθούν περισσότερο με τα υγειονομικά πρωτόκολλα ιδιαίτερα τώρα κατά την περίοδο της πανδημίας, που οι χώροι πρέπει να είναι πάντα περιποιημένοι και καθαροί. Επίσης πολύ σημαντικό είναι να δοθεί έμφαση στην διατροφή του προσωπικού. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα για κάθε οργανισμό το οποίο γεφυρώνει τις ανάγκες του προσωπικού με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης διατηρώντας έτσι μια αμφίδρομη ισορροπία. Συμβολή του τμήματος διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί κλειδί για την ικανοποίησή του προσωπικού. Επιβάλλεται να χρησιμοποιηθούν καινοτόμοι μέθοδοι παρακίνησης του προσωπικού αυξάνοντας έτσι το αίσθημα εμπιστοσύνης και ασφάλειας (Giousmpasoglou, Marinakou, & Zoriatas, 2021).

Δυστυχώς, βλέπουμε μειωμένες δράσης *εταιρικής κοινωνικής ευθύνης* από τους οργανισμούς, ιδιαίτερα με αυτές τις δυσμενείς συνθήκες. Η έρευνα έδειξε ότι ξενοδοχοϋπάλληλοι δίνουν περισσότερη σημασία σε ένα οργανισμό εάν συμμετέχει σε εθελοντικές δράσεις της ΕΚΕ. Με τις δράσεις αυτές μπορούν να αυξήσουν την ποιότητα επαγγελματικής ζωής του κάθε εργαζόμενου καθώς επίσης την ποιότητα ζωής του. Γι' αυτό ο κάθε οργανισμός πρέπει να συμμετέχει ενεργά στην ΕΚΕ για τον ίδιο, για την κοινωνία αλλά και για τους υπαλλήλους του. Η ποιότητα επαγγελματικής ζωής των υπαλλήλων (QWL) επηρεάζεται θετικά με της ενέργειες του οργανισμού στην ΕΚΕ. (Hyeli, Eunju, Muzaffer, & Nakyung, 2018).

5.2.3 Ικανοποίηση προσωπικού

Η *αύξηση μισθού* είναι ένα από τα κυριότερα κίνητρα για την πλειοψηφία του δείγματος. Μπορεί για τους ξενοδόχους οι μισθοί του προσωπικού να είναι ένα από τα μεγαλύτερα κονδύλια αλλά το σίγουρο είναι ότι εάν το προσωπικό είναι ικανοποιημένο και αφοσιωμένος στον οργανισμό μακροπρόθεσμα αυτό το κόστος θα μειώνεται. Οι συνεχείς αποχωρήσεις που έχουν ως συνέπεια τις συνεχές αλλαγές του προσωπικού επιβαρύνουν τις δαπάνες της επιχείρησης οδηγώντας έτσι στις συνεχείς εκπαιδεύσεις και στην μειωμένη της παραγωγικότητα.

5.2.4 Ανέλιξη

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι ένας ζωντανός οργανισμός που προϋποθέτει και απαιτεί από τους εργαζόμενους της να έχουν υψηλά επίπεδα τεχνογνωσίας αλλά και σωστής μεταχειρίσεις πελατών. Η επιλογή του συγκεκριμένου κλάδου από τους εργαζόμενους πρέπει να προϋποθέτει την συνειδητοποίηση ότι το επάγγελμα αυτό προϋποθέτει τους δύο παραπάνω παράγοντες. Η ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας δεν εξαρτάται μόνο από τους ξενοδόχους αλλά αφορά και τους ίδιους τους εργαζόμενους. Ο κάθε εργαζόμενος πρέπει να κατανοήσει ότι ο συγκεκριμένος κλάδος προϋποθέτει την πλήρη αφοσίωση του προς τον πελάτη καθώς επίσης την σωστή τεχνογνωσία. Σε αυτό όμως μπορεί να βοηθήσει ο ξενοδόχος, με την σωστή επιλογή του εργατικού δυναμικού καθώς επίσης την ακριβής ενημέρωση τους για τα καθήκοντά της θέσης εργασίας. Έτσι αποφεύγονται οι συνέχεις αποχωρήσεις από τον οργανισμό. Πολύ σημαντικό να καταλάβει ο κάθε υπάλληλος την σημαντικότητα της θέσης του, επιπρόσθετα να έχει πλήρη επίγνωση το τι πραγματικά είναι τα καθήκοντά του καθώς επίσης τι θα προσφέρει οργανισμός σε αυτόν στην πραγματικότητα. Σημαντικό ρόλο στην ειδίκευση του προσωπικού παίζουν επίσης οι συνεχείς εκπαιδεύσεις εμπλουτίζοντας έτσι τις γνώσεις που απαιτούνται καθώς επίσης ενισχύει την τεχνογνωσία, αναπτύσσει την ομαδικότητα και ταυτόχρονα μεταδίδει στο προσωπικό του την κουλτούρα του οργανισμού, έτσι ώστε οι στόχοι της ομάδας να είναι για όλους κοινοί. Με αυτό το τρόπο θα υπάρχει ένα ομοιόμορφο αποτέλεσμα και έτσι θα υπάρχει συνοχή, συνέπεια αλλά και σταθερότητα στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Εκτός των

άλλων, το προσωπικό πρέπει να είναι ενημερωμένο για ζητήματα που έχουν να κάνουν με την πανδημία και να μην έρχονται προ εκπλήξεων σε ερωτήσεις πελατών.

Αισθητή ανησυχία έδειξαν οι συμμετέχοντες και στις αξιολογήσεις από τους προϊσταμένους τους. Η πανδημία εκτός από την αβεβαιότητα προκάλεσε παραγωγή σε πολλούς και αστάθμητους παράγοντες τους ξενοδοχειακούς οργανισμούς και ένας απ' αυτούς ήταν οι αξιολογήσεις για ανέλιξη του προσωπικού. Οι αξιολογήσεις είναι πολύτιμες για τον κάθε εργαζόμενο για την προσωπική αλλά και την επαγγελματική του ανέλιξη. Οι αξιολογήσεις πρέπει να γίνονται μία φορά το χρόνο και πρέπει να είναι αξιόπιστες αλλά και δίκαιες πάνω απ' όλα. Κάθε προϊστάμενος πρέπει να αξιολογεί τους υπαλλήλους του ένα προς ένα βοηθώντας τον έτσι να ανελιχθεί. Πολυτιμότερο είναι για ένα οργανισμό να αναπτύσσει και να εξελίσει το υφιστάμενο προσωπικό του παρά να προσλαμβάνει καινούργιο. Φάνηκε ότι οι επιχειρήσεις δεν δίνουν την σημαντικότητα που πρέπει στα άτομα που έχουν δυνατότητες αλλά τα αφήνουν δυστυχώς να εγκαταλείψουν τον οργανισμό. Από τις συνεντεύξεις είδαμε πολλούς εργαζόμενους να έχουν πτυχία αλλά και μεταπτυχιακά εξειδικευμένα στον τουρισμό και στον ξενοδοχειακό κλάδο και οι εργοδότες να μην «εκμεταλλεύεται» σωστά αυτά τα άτομα. Η περαιτέρω εκπαίδευση, τα σεμινάρια αλλά και η σωστή μεταχείριση του προσωπικού θα μείωνε τις αποχωρήσεις από τον κλάδο. Οι οργανισμοί πρέπει να «εκμεταλλευτούν» τα άτομα με δεξιότητες και θέληση να μάθουν δημιουργώντας ένα επαγγελματικό πλάνο για τον κάθε υπάλληλο ξεχωριστά. Έτσι ο κάθε εργαζόμενος θα θέτει προσωπικούς στόχους και η θέληση του προς υλοποίηση αυτών, θα του δίνει κίνητρο για βελτίωση αλλά ταυτόχρονα και περισσότερη αφοσίωση στον οργανισμό. Ειδικά στις μέρες μας που είναι όλα αβέβαια, ένα επαγγελματικό πλάνο θα καθησυχάσει τους εργαζόμενους δίνοντας τους έτσι ώθηση για περισσότερη παραγωγικότητα και ελπίδα για ανέλιξη. Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα για κάθε επιχείρηση για την δημιουργία ενός επαγγελματικού πλάνου, κάποια από αυτά είναι τα ακόλουθα:

1. Το προσωπικό θα είναι επικεντρωμένο στον επαγγελματικό στόχο με αποτέλεσμα αύξηση παραγωγικότητας
2. Πιο αφοσιωμένο προς την επιχείρηση
3. Εργασιακή ικανοποίηση, ικανοποιημένο προσωπικό
4. Λόγω των ενδείξεων εκτίμησης ως προς το υπάλληλο, θα υπάρχει όρεξη για περαιτέρω προσπάθεια για δουλεία.

5. Βελτίωση σχέσεων μεταξύ υπαλλήλων και προϊσταμένων
6. Μείωση συγκρούσεων μεταξύ προσωπικού
7. Αύξηση ομαδικότητας
8. Δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
9. Βελτίωση συνθηκών εργασίας
10. Βελτίωση εργασιακού χώρου
11. Περισσότερη αποδοτικότητα
12. Ειδικευμένο προσωπικό με αποτέλεσμα να μειώνονται λάθη και να χρειάζονται λιγότερη επίβλεψη
13. Το προσωπικό θα αρχίσει να παίρνει πρωτοβουλίες δίνοντας έτσι καινοτόμες και φρέσκες ιδέες σε κάθε οργανισμό
14. Μείωση αποχωρίσεων (turnover)

Όμως, πρέπει να σημειωθεί ότι μόνο του ένα επαγγελματικό πλάνο δεν είναι αρκετό, υπάρχουν τρεις αναγκαίες προϋποθέσεις για να επιτύχει αυτό:

1. Αρχικά πρέπει ο ίδιος ο υπάλληλος να θέλει να ανελιχθεί
2. Δεύτερον η επιχείρηση θα πρέπει να συνεχίζει να δίνει ώθηση και κίνητρα για επίτευξη του στόχου κάθε εργαζομένου καθ' όλη την διάρκεια του αναφερόμενου χρόνου
2. Τέλος, ότι υποσχεθεί ο εργοδότης πρέπει να το προσφέρει, και να μην δώσει ψεύτικες ελπίδες στο προσωπικό του. Εάν δεν γίνει αυτό, όλα θα γυρίσουν μπουμερανγκ στο εργοδότη και όλα τα πλεονεκτήματα θα μετατραπούν σε μειονεκτήματα.

5.3 Συμπεράσματα Κύριου Στόχου

Η παρούσα έρευνα κατάφερε να δώσει αναλυτικές απαντήσεις σε όλα τα ερευνητικά ερωτήματα απαντώντας έτσι και τον κύριο στόχο της έρευνας. Τόσο με την ποσοτική όσο και με την ποιοτική έρευνα φάνηκε ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από την πανδημία COVID-19 και αυτό δεν είχε μόνο επακόλουθο την αποξένωση των υπαλλήλων αλλά και την αποχώρησή τους από τους οργανισμούς. Η πανδημία του COVID-19 έπληξε σημαντικά την ξενοδοχειακή βιομηχανία όχι μόνο το ανθρώπινο δυναμικό της αλλά και την ομαλή λειτουργία του κάθε ξενοδοχείου.

Αδιαμφισβήτητα, το μεγαλύτερο περιουσιακό στοιχείο κάθε επιχείρησης είναι το ανθρώπινο δυναμικό της αλλά αυτό φάνηκε ότι οι ξενοδοχειακή οργανισμοί το απαξιούν. Η χαμηλή ελκυστικότητα του κλάδου οφείλεται στην εκμετάλλευση αλλά και την απαξίωση των βιώσιμων αναγκών κάθε υπάλληλου και για την βελτίωση αυτή, αναγκαίο είναι να παρθούν δραστικά μέτρα. Εμφανή είναι οι χιλιάδες κενές θέσεις εργασίας στο ξενοδοχειακό κλάδο καθώς επίσης εμφανή είναι και η απογοήτευση των υπαλλήλων αλλά και το χαμηλό ενδιαφέρον τους για κάλυψη των θέσεων αυτών. Πρέπει λοιπόν ο κάθε οργανισμός που αντιμετωπίζει το πρόβλημα αυτό με το να επενδύσει περισσότερο στο εργατικό δυναμικό του και να δημιουργήσει ένα ισχυρό εσωτερικό μάρκετινγκ προστατεύοντας έτσι το σημαντικότερο περιουσιακό τους στοιχείο. Αν χρησιμοποιηθούν σωστά οι προαναφερόμενες μέθοδοι και έχοντας πάντα στο μυαλό τους ότι ο ευχαριστημένος πελάτης πηγάζει από το ικανοποιημένο προσωπικό, η ελκυστικότητα της βιομηχανίας θα τείνει να αυξάνετε μέρα με την μέρα.

Ο κάθε οργανισμός προσπαθεί να γίνει βιώσιμος, πρωταρχική προϋπόθεση όμως για αυτό είναι το ικανοποιημένο εργατικό δυναμικό.

Ακρογωνιαίο λίθο αποτελεί ο ξενοδοχειακός κλάδος στον Κυπριακό τουρισμό αλλά και κατ' επέκταση σε ολόκληρη την Δημοκρατία γι' αυτό ζήτημα μείζον σημασίας είναι να συνεργαστούν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς και με αμοιβαίο σεβασμό, να διασφαλίσουν την ικανοποίηση του εργατικού δυναμικού στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Βάζοντας τις σωστές προτεραιότητες θα αναβαθμιστεί η ποιότητα όλων των υπηρεσιών που προσφέρει ο κάθε οργανισμός και κατ' επέκταση του ολόκληρου Κυπριακού ξενοδοχειακού προϊόντος.

5.4 Περιορισμοί

Παρουσιάστηκαν πολλοί περιορισμοί και δυσκολίες λόγω πανδημίας και ένας από τους κυριότερους περιορισμούς ήταν η δυσκολία συλλογής ερωτηματολογίων από το προκαθορισμένου δείγματος. Η εξουθένωση του προσωπικού, υπερωρίες αλλά και αρνητική ψυχολογία οδήγησε στην συμπλήρωση λιγότερων ερωτηματολογίων. Αν και το δείγμα θεωρείται αντιπροσωπευτικό, για την άμβλυνση της αρνητικής επίδρασης που είχε η πανδημία, αποφασίστηκε να διαπραχθεί και ποιοτική έρευνα – τριγωνοποίηση - και αυτό φάνηκε να εμπλουτίζει σημαντικά τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας.

Επίσης η ανωνυμία στα ερωτηματολόγια μπορεί και να αμβλύνει σε μεγάλο βαθμό την έλλειψη ειλικρίνειας κατά την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από τους συμμετέχοντες. Από την άλλη, είδαμε στις συνεντεύξεις έλλειψη ειλικρίνειας λόγω του ότι δεν ήταν ανώνυμες οι συνεντεύξεις. Οι συνεντεύξεις δεν έγιναν αυτοπροσώπως λόγω των αυστηρών μέτρων για περιορισμό του ιού και αυτό ενδεχομένως να επηρέασε τα αποτελέσματα της έρευνας. Οι αυτοπροσώπως συνεντεύξεις έχουν πλεονέκτημα τους την αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων συναισθημάτων αλλά και τον εντοπισμό εκφράσεων που μπορούσαν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο στην έρευνα.

5.5 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Οι τραγικές και θανατηφόρες συνέπειες της πανδημίας οδήγησαν στην παγοποίηση αμέτρητων παραγόντων. Μια αντίστοιχη έρευνα σε ένα μεγαλύτερο δείγμα αλλά και σε περισσότερες αυτοπροσώπως συνεντεύξεις θα μπορούσε να συμβάλει στην διερεύνηση περισσότερο απόψεων και κατά συνέπεια επιπρόσθετων αποτελεσμάτων. Επιπρόσθετες έρευνες θα μπορούσαν να αναλύσουν εις βάθος τις συνθήκες εργασίας πριν την πανδημία και έτσι να γενικευτούν τα αποτελέσματα για να υπάρχει μία καθαρή εικόνα των καταστάσεων πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την πανδημία. Επίσης ο πόλεμος Ρωσίας – Ουκρανίας επέφερε αρνητικές συνθήκες στην Κύπρο και σημαντικό είναι να εντοπιστούν οι συνθήκες και επέφερε στους οργανισμούς και να διαχωριστούν.

6 Βιβλιογραφία

- Acharya, A. S., Prakash, A., Saxena, P., & Nigam, A. (2013). Sampling: Why and How of it? *INDIAN JOURNAL OF MEDICAL SPECIALITIES*, 4(2), 330-333.
- Alniaçık, E., & Alniaçık, Ü. (2012). Identifying dimensions of attractiveness in employer branding: effects of age, gender, and current employment status. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1336-1343.
- Anthony, G., Mensah, I., & Amissah, E. F. (2021). Undergraduate hospitality students' perceptions of careers in the industry: The Ghanaian context. *Research in Hospitality Management*, 11(2), 100-111.
- Badawi, A. (2019). The relationship between employer attractiveness and hospitality students job pursuit intentions in terms of person-environment fit. Texas Digital Library.
- Baum, T., & Thanh Hai, N. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2397-2407.
- Bhatnagar, J., & Shanker, T. (2010). Work Life Balance, Employee Engagement, Emotional Consonance/ Dissonance & Turnover Intention. *Indian Journal of Industrial Relations*, 46(1), 74-87.
- Blomme, R., Rheede, A. V., & Tromp, D. (2013). The hospitality industry : An attractive employer? An exploration of students' and industry workers' perceptions of hospitality as a career field. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 20(2), 6-14.
- Bruine de Bruin, W. (2020). Age Differences in COVID-19 Risk Perceptions and Mental Health: Evidence From a National U.S. Survey Conducted in March 2020. *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(2), 24-29.
- Burlea-Schiopoiu, A., Baldo, M. D., & Idowu, S. O. (2022). The Spirit of Adventure : A Driver of Attractiveness of the Hospitality Industry for

- Young People during a Pandemic Crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 4(19), 1913.
- Burmann, C., Schaefer, K., & Maloney, P. (2008). Industry image: Its impact on the brand image of potential employees. *Journal of Brand Management* 3.500, 15(3), 157-176.
- Christou, P., & Savva, R. (2021). Impacts of the pandemic: the role of ‘face masks’ in hospitality and tourism service provision. *Current Issues in Tourism*, 1-14.
- Constanti, P., & Zopiatis, A. (2007). Human resource challenges confronting the Cyprus hospitality industry. *Euromed Journal of Business*, 2(1), 135-153.
- Cyprus, C. (2022). CSR Cyprus. Ανάκτηση από <https://www.csrcyprus.org.cy/el/eke>
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40, 314–321.
- Ding, Y., Xu, J., Huang, S., Li, P., Lu, C., & Xie, S. (2020). Risk Perception and Depression in Public Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(16), 5728.
- Efthimiou, I. (2022, February 7). Stockwatch. Ανάκτηση από Ξενοδοχεία: Ψάχνουν απεγνωσμένα χιλιάδες υπαλλήλους: <https://www.stockwatch.com.cy/el/article/ergasiaka/xenodoheia-psahnoyn-apegnosmena-hiliades-ypalliloys>
- Efthimiou, I. (2022, March 17). Stockwatch. Ανάκτηση από Πολλαπλά τα κτυπήματα για τους ξενοδόχους: <https://www.stockwatch.com.cy/el/article/toyrismos/pollapla-ta-ktypimata-gia-toys-xenodohoys>
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 215–217.
- Fayyazi, M., & Aslani, F. (2015). The impact of work-life balance on employees’ job satisfaction and turnover intention; the moderating role of continuance commitment. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 51, 33-41.

- Fusch, P. I., & Ness, L. R. (2015). Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 20(9), 1408-1416.
- Garanti, Z., & Berjozkina, G. (2021). Introduction: What are the challenges and opportunities for tourism sustainability in Cyprus? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(13), 691-696.
- Garanti, Z., & Berjozkina, G. (2021). Introduction: What are the challenges and opportunities for tourism sustainability in Cyprus? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(6), 691-696.
- Giousmpasoglou, C., Marinakou, E., & Zopiatis, A. (2021). Hospitality managers in turbulent times: the COVID-19 crisis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Hepple, J., Kipps, M., & Thomson, J. (1990). The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients. *International Journal of Hospitality Management*, 9, 305-318.
- Huang, T.-C., Lawler, J., & Lei, C.-Y. (2007). The effects of quality of work life on commitment and turnover intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(6), 735-750.
- Huynh, D. V., Truong, T. T., Duong, L. H., Nguyen, N. T., Dao, G. V., & Dao, C. N. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies*, 9(4), 172.
- Hyeli, K. L., Eunju, W., Muzaffer, U., & Nakyung, K. (2018). The effects of corporate social responsibility (CSR) on employee well-being in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1584-1600.
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, 6(2), 181-188.
- King, C. (1995). What is hospitality? *International Journal of Hospitality Management*, 14(3-4), 219-234.

- Kong, A., Oh, J.-E., & Lam, T. (2021). Face mask effects during COVID-19: perspectives of managers, practitioners and customers in the hotel industry. *International Hospitality Review*, 35(2), 195-207.
- Kontoghiorghes, C. (2015). Linking high performance organizational culture and talent management: satisfaction/motivation and organizational commitment as mediators. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(16), 1833–1853.
- Lakshman, M., Sinha, L., Biswas, M., Charles, M., & Arora, N. K. (2000). Quantitative Vs Qualitative Research Methods. Department of Pediatrics, All India Institute of Medical Sciences, New Delhi, 67(5), 369-377.
- Lee, Y.-S., & Liu, W.-K. (2021). The Moderating Effects of Employee Benefits and Job Burnout among the Employee Loyalty, Corporate Culture and Employee Turnover. *Universal Journal of Management*, 9(2), 62-69.
- Miller, L., & Macmillan, J. D. (1971). Purification and Pattern of Action of Pectinesterase from *Fusarium oxysporum* f. sp. *vasinfectum*. *Biochemistry*, 10(4), 570-576.
- Ong, M. H., & Puteh, F. (2017). Quantitative Data Analysis: Choosing Between SPSS, PLS and AMOS in Social Science Research. *International Interdisciplinary Journal of Scientific Research*, 3(1), 14-25.
- Reidhead, C. (2020). Impact of Organizational Culture on Employee Satisfaction: A Case of Hilton Hotel, United Kingdom. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 432-437.
- Rhoua, Y., & Singalb, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102330.
- Roopa, S., & Rani, M. (2012). Questionnaire Designing for a Survey. *The Journal of Indian Orthodontic Society*, 46(4), 273-277.
- Shah, C., Chowdhury, A., & Gupta, V. (2021). Impact of COVID-19 on tourism and hospitality students' perceptions of career opportunities and future prospects in India. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 21(4), 359-379.

- Siddaway, A. P., Wood, A. M., & Hedges, L. V. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta-Syntheses. *Annual Review of Psychology*(70), 747-770.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- Sthapit, A., & Shrestha, B. (2020). Dimensions of Attractiveness in Employer Branding for Employee Retention in Nepalese Hospitality Industry. *Nepalese Journal of Hospitality & Tourism Management*, 1(1), 13-26.
- Stone, D. H. (1993). Designa questionnaire. *Public Health Research Unit*, 307, 1264-1266.
- Styvén, M. E., Näppä, A., Mariani, M., & Nataraajan, R. (2022). Employee perceptions of employers' creativity and innovation: Implications for employer attractiveness and branding in tourism and hospitality. *Journal of Business Research*(141), 290-298.
- Taherdoost, H. (2019). What Is the Best Response Scale for Survey and Questionnaire Design; Review of Different Lengths of Rating Scale / Attitude Scale / Likert Scale. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 8(1), 1-10.
- Thurmond, V. A. (2001). The Point of Triangulation. *JOURNAL OF NURSING SCHOLARSHIP*, 33(3), 253-258.
- Wen, B., Zhou, X., Hu, Y., & Zhang, X. (2020). Role Stress and Turnover Intention of Front-Line Hotel Employees: The Roles of Burnout and Service Climate. *Frontiers in psychology*, 11(36).
- Wong, S., & Ko, A. (2009). Exploratory study of understanding hotel employees' perception on work-life balance issues. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 195-203.
- Yan, J., Kim, S., Zhang, S. X., Foo, M.-D., Alvarez-Risco, A., Del-Aguila-Arcentales, S., & Yáñez, J. A. (2021). Hospitality workers' COVID-19 risk perception and depression: A contingent model based on transactional

- theory of stress model. *International Journal of Hospitality Management*, 95.
- Yip, C., Han, N.-L. R., & Sng, B. L. (2016). Legal and ethical issues in research. *Indian journal of anaesthesia*, 60(9), 684.
- Zopiatis, A., & Orphanides, N. (2009). Investigating occupational burnout of food and beverage employees The case of Cyprus. *British Food Journal*, 111(9), 930-947.
- Zopiatis, A., Theocharous, A. L., & Constanti, P. (2018). Career satisfaction and future intentions in the hospitality industry: An intrinsic or an extrinsic proposition? *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 17(1), 98-120.
- Στατιστική Υπηρεσία. (2022, October 31). ΥΣΤΑΤ - Στατιστική Υπηρεσία Κυπρου. Ανάκτηση από Έσοδα από τον Τουρισμό: <https://www.cystat.gov.cy/el/Announcement?id=65406>
- Στατιστική Υπηρεσία. (2022, October 31). ΥΣΤΑΤ - Στατιστική Υπηρεσία Κυπρου. Ανάκτηση από Έσοδα από τον Τουρισμό: <https://www.cystat.gov.cy/el/Announcement?id=65406>

7. Παραρτήματα

Παράρτημα 1: Ερωτηματολογίου Ποσοτικής Έρευνας



Ερωτηματολόγιο

URL: https://cutac.qualtrics.com/jfe/form/SV_6VuVwHMUmtbTbh4?Q_CHL=qr

Ξενοδοχειακή βιομηχανία ως ελκυστικός χώρος εργασίας: Ερευνώντας τις αντιλήψεις των ξενοδοχοϋπαλλήλων, στην Κύπρο μετά την πανδημία COVID-19

Ονομάζομαι Πωλίνα Παναγιώτου και το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί γίνεται στα πλαίσια διατριβής για το Μεταπτυχιακό πρόγραμμα στη Διεθνής Διοίκηση Τουρισμού και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου

Σκοπός του παρόντος ερωτηματολογίου είναι η διερεύνηση και ανάλυση της ελκυστικότητας του ξενοδοχειακού κλάδου, με γνώμονα τις αντιλήψεις των υπαλλήλων μετά την πανδημία.

Όλα τα στοιχεία είναι εμπιστευτικά και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους ερευνητικούς σκοπούς της παρούσας έρευνας.

Ενδεικτική διάρκεια ερωτηματολογίου: 6-8 λεπτά

Μέρος Α: Τι κατά την γνώμη σας ισχύει γενικά στην ξενοδοχειακή βιομηχανία

- Q1.1 - Πιστεύω ότι πριν την πανδημία υπήρχαν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στον ξενοδοχειακό τομέα
- Q1.2 - Κατά τη γνώμη μου μετά την πανδημία έγινε πιο δύσκολη η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής στον ξενοδοχειακό τομέα

- Q1.3 - Η πανδημία με ανάγκασε να σκεφτώ να αλλάξω κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού
- Q1.4 - Πιστεύω ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία έχει ελκυστικότερες οικονομικές απολαβές μετά την πανδημία
- Q1.5 - Πιστεύω ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τις προαγωγές στον ξενοδοχειακό κλάδο
- Q1.6 - Πιστεύω ότι η πανδημία επηρέασε αρνητικά τις προσλήψεις στον ξενοδοχειακό κλάδο
- Q1.7 - Αισθάνομαι ότι θα τερματιστεί σύντομα η συνεργασία μου με τον ξενοδοχειακό κλάδο λόγω της πανδημίας
- Q1.8 - Πιστεύω ότι η πανδημία του COVID-19 προκάλεσε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στον κλάδο της φιλοξενίας
- Q1.9 - Πιστεύω ότι μετά την πανδημία η ξενοδοχειακή βιομηχανία έγινε ελκυστικότερος χώρος εργοδότησης
- Q1.10 - Πιστεύω ότι η ελκυστικότητα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας επηρεάστηκε αρνητικά με τα περιοριστικά μέτρα κατά της πανδημίας (χρήση μάσκας, rapid test, εμβολισμός, αποστάσεις ασφαλείας κτλ.)
- Q1.11 - Θεωρώ πολύ σημαντικό το κάθε ξενοδοχείο να συνεισφέρει στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στα ανθρωπιστικά και κοινωνικά ζητήματα που δημιουργήθηκαν λόγω πανδημίας. (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη - ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στη συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων)

- **Μέρος Β: Τι κατά την γνώμη σας ισχύει στην παρούσα σας εργασία**

- Q2.1 - Νιώθω ασφαλής στο ξενοδοχείο, με τα υγειονομικά μέτρα που ακολουθούνται κατά της πανδημίας
- Q2.2 - Λόγω της πανδημίας το ξενοδοχείο αναγκάστηκε να αλλάξει τους όρους εργασίας του προσωπικού
- Q2.3 - Λόγω πανδημίας έγιναν περικοπές στους μισθούς
- Q2.4 - Η πανδημία με έκανε να αισθάνομαι φόβο να χάσω τη δουλειά μου
- Q2.5 - Η επικοινωνία με συναδέλφους και πελάτες, έχει γίνει πιο δύσκολη λόγω πανδημίας
- Q2.6 - Η πανδημία βοήθησε στο να έχουμε καλύτερες σχέσεις με τους συναδέλφους
- Q2.7 - Η ατμόσφαιρα στο χώρο εργασίας άλλαξε προς το καλύτερο μετά την πανδημία
- Q2.8 - Γίνονται τακτικά αξιολογήσεις στο προσωπικού για περαιτέρω ανέλιξη τους μετά την πανδημία
- Q2.9 - Αισθάνομαι ότι η διεύθυνση του ξενοδοχείου εκτιμά και αναγνωρίζει τη συνεισφορά μου στον οργανισμό μετά την πανδημία

- Q2.10 - Το ξενοδοχείο που εργάζομαι κατά την πανδημίας συνέβαλε σημαντικά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (φιλανθρωπίες, προσανατολισμένη στο άνθρωπο / προσωπικό κ.α.)
- Q2.11 - Το ξενοδοχείο που εργάζομαι, μετά την πανδημία επικεντρώθηκε περισσότερο στις ανάγκες των πελατών
- Q2.12 - Το ξενοδοχείο που εργάζομαι, μετά την πανδημία επικεντρώθηκε περισσότερο στις ανάγκες του προσωπικού
- Q2.13 - Πιστεύω ότι η πανδημία προκάλεσε στο προσωπικό του ξενοδοχείου επαγγελματική εξουθένωση (Burnout)
- Q2.14 - Μετά την πανδημία, αναλώνω περισσότερο χρόνο στο ξενοδοχείο με συνέπεια η προσωπική μου ζωή και ο προσωπικός μου χρόνος να έχουν μειωθεί
- Q2.15 - Πιστεύω ότι η διευθυντική ομάδα του ξενοδοχείου, ευαισθητοποιήθηκε και κατανοεί τις ανάγκες των υπαλλήλων της, που προκύπτουν από την πανδημίας
- Q2.16 - Πιστεύω ότι η ψυχολογία μου στον εργασιακό τομέα, έχει επηρεαστεί αρνητικά λόγω της πανδημίας
- Q2.17 - Σκοπεύω να μείνω στον υφιστάμενο οργανισμό για όσο περισσότερο μου επιτρέπεται
- Q2.18 - Θα πρότεινα σε ένα φιλικό / συγγενικό μου άτομο να εργαστεί στον οργανισμό
- Q2.19 - Με ποια σειρά θα κατατάσσατε τα παρακάτω κίνητρα (Ισχυρότερο-1 μέχρι Ασθενέστερο-6) (Μεταφορά και Απόθεση / Drag & Drop)
 - Αύξηση Μισθού
 - Εργασιακό Περιβάλλον
 - Ισορροπία Επαγγελματικής και Προσωπικής Ζωής
 - Επιπλέον Εκπαιδεύσεις και σεμινάρια
 - Επιπλέον Κίνητρα

Μέρος Γ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

- Q3.1 - Φύλο
- Q3.2 - Ηλικία
- Q3.3 - Μορφωτικό επίπεδο
- Q3.4 - Πόλη εργασίας
- Q3.5 - Τμήμα
- Q3.6 - Θέση εργασία
- Q3.7 - Έτη προϋπηρεσίας στον ξενοδοχειακό και τουριστικό κλάδο
- Q3.8 - Έτη προϋπηρεσίας στην παρούσα σας εργασία
- Q3.9 - Που κυμαίνεται το μηνιαίο εισόδημα σας; (Μεικτές απολαβές σε ευρώ)



Πρωτόκολλο Συνέντευξης:

Εισαγωγή: Δημογραφικά | Σύντομες Προσωπικές Απόψεις

- 1) Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;
- 2) Πόσα χρόνια εμπειρίες έχετε στην ξενοδοχειακή βιομηχανία;
- 3) Σε πιο τμήμα του ξενοδοχείου εργάζεστε;
- 4) Ποιος είναι ο τίτλος σας;
- 5) Πιστεύετε ότι η πανδημία επηρέασε την ξενοδοχειακή βιομηχανία με γνώμονα το προσωπικό

Κύριο Μέρος: Ελκυστικότητα ξενοδοχειακής βιομηχανίας

Ευκαιρίες απασχόλησης

- 1) Πιστεύετε ότι πριν την πανδημία υπήρχαν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στον κλάδο;

Συνθήκες εργασίας

- 2) Πιστεύετε ότι η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής επηρεάστηκε αρνητικά μετά την πανδημία;
- 3) Θεωρείται την χρήση μάσκας τεστ, τον εμβολιασμό, τα rapid test αλλά και γενικότερα τα περιοριστικά μέτρα κατά της πανδημίας να δυσκόλεψαν την ομαλή λειτουργία των καθημερινών σας αρμοδιοτήτων και καθηκόντων;
- 4) Η εξάντληση (Burnout) του προσωπικού είναι ένας όρος που χρησιμοποιείτε αρκετά στον ξενοδοχειακό κλάδο. Τι πιστεύετε ότι το προκαλεί αυτό και σε τι βαθμό κατά την γνώμη σας επηρεάστηκε αυτό την πανδημία;

Περιβάλλον

- 5) Πώς αξιολογείτε την σχέση σας με τους προϊσταμένους σας και πώς με τους συναδέλφους; Μήπως η πανδημία επηρέασε τις σχέσεις σας αυτές;

Ικανοποίηση εργαζομένων

- 6) Στις επόμενες τρεις ερωτήσεις θα ήθελα να μου αξιολογήσετε και να μου βαθμολογήσετε την ικανοποίησή σας καθώς επίσης να αναφέρετε τυχόν αλλαγές πριν αλλά και μετά την πανδημία.
- i) Ικανοποίηση με βάση της αρμοδιότητες αλλά και τα καθήκοντα σας;
 - ii) Ικανοποίηση με βάση τις οικονομικές σας απολαβές;
Περικοπές / Αυξήσεις / Προαγωγές
 - iii) Ικανοποίηση με βάση τα κίνητρα που προσφέρονται
Bonus / Επιβράβευση / Αξιολογήσεις για ανέλιξη / Αναγνώριση
- 7) Μήπως σκεφτήκατε καθόλου να αλλάξετε κλάδο εκτός του ξενοδοχειακού;
Επηρέασε την απόφασή σας καθόλου η πανδημία;

Ανέλιξη ή Στασιμότητα και φόβος να χάσω την δουλειά μου

- 8) Το ξενοδοχείο που εργάζεστε πρόσφερε στους υπάλληλους του προαγωγές και αυξήσεις; Θεωρείτε ότι τα προαναφερόμενα επηρεάστηκαν καθόλου από την πανδημία;
- 9) Δίνονται ευκαιρίες για ανέλιξη; Πιστεύετε ότι είναι κλάδος καριέρας; Η πανδημία επηρέασε σε αυτό;