



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Διπλωματική Εργασία

«Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά απασχολούμενων
στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην ικανοποίηση και
την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΧΑΜΠΕΖΟΣ

Επιβλέπων καθηγητής: **Δρ. ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΥ ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ**

Χαλκιδική, Μάιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του/της φοιτητή/φοιτήτριας («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά απασχολούμενων
στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην ικανοποίηση και
την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΧΑΜΠΕΖΟΣ

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Ευστάθιος Βελισσαρίου
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Ευάγγελος Χρήστου
Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος

Χαλκιδική, Μάιος 2026

*«Χαμπέζος Γεώργιος», «Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά
απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην
ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»*

«Στη σύζυγό μου, Ιουλία»

Περίληψη

Ο τουρισμός είναι ένας από τους πιο κινητήριους, οικονομικούς μοχλούς τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Για κάποιες χώρες, μάλιστα, αποτελεί την πρώτη ή τη δεύτερη οικονομική πρόσοδο αναδεικνύοντας τη σημαντική συμβολή του. Αυτό συνεπάγεται πως πρέπει τόσο οι ιδιώτες που σχετίζονται με αυτόν όσο και η πολιτεία να μεριμνούν για την προστασία του και την άνοδό του ολοένα και περισσότερο. Υπάρχουν, όμως, κάποιες παράμετροι του που πρέπει να ληφθούν υπόψη έτσι ώστε να εξαλείφονται ενδεχόμενες δυσκολίες που προκύπτουν, αφού όπως είναι λογικό ένας τέτοιος σημαντικός, πολυάριθμος κλάδος θα έχει να αντιμετωπίσει και πολλές προκλήσεις.

Μία από αυτές είναι η εποχική τουριστική απασχόληση. Η τουριστική εποχική απασχόληση αποτελεί βασική τουριστική έκφανση. Πολλές περιοχές, σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο, έχουν επενδύσει στον τουριστικό κλάδο και η ανάπτυξή τους, όπως είναι εύλογο είναι ραγδαία. Στην Ελλάδα μια τέτοια περίπτωση αποτελεί η Χαλκιδική, μια γεωγραφική περιοχή με μεγάλη προσέλκυση τουρισμού, που, όμως, αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις την καλοκαιρινή περίοδο.

Η παρούσα εργασία μέσω μιας ποσοτικής έρευνας – που διενεργήθηκε τον Ιανουάριο του 2026 - διερευνά τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής. Η εστίαση της έρευνας στο δείγμα 100 εποχικά εργαζομένων σε 70 ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής αφορούσε τις επιπτώσεις των προαναφερθέντων συνθηκών στην ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως οι εργαζόμενοι λαμβάνουν υπόψη το βαθμό τήρησης όλων των παραμέτρων της εργασίας τους (το 50% και άνω των συμμετεχόντων δηλώνει ικανοποιημένο με τη λήψη ρεπό, αδειών, υπερωριών κλπ.) και συνεπικουρικά με τις συνθήκες διαβίωσης αξιολογούν (περίπου το 60% των συμμετεχόντων) την παραμονή και την επανεργασία τους στην ίδια ξενοδοχειακή μονάδα και σε επόμενη τουριστική περίοδο. Η εργασία, λαμβάνοντας υπόψη τα ερευνητικά αποτελέσματα στο τέλος προτείνει θέσεις που οφείλει να έχει και η ιδιωτική πρωτοβουλία και η πολιτεία σε σχέση με τις συνθήκες εργασίας, τι εργασιακό κλίμα και την αποτελεσματικότητα των εποχικά εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο.

Λέξεις – Κλειδιά

- Εποχικότητα τουρισμού
- Χαλκιδική
- εργασία – διαβίωση
- ικανοποίηση - αποτελεσματικότητα

**«WORKING AND LIVING CONDITIONS OF SEASONAL EMPLOYEES
IN HOTELS OF HALKIDIKI: IMPACTS ON JOB SATISFACTION AND
EMPLOYEE PERFORMANCE»**

Champezos Georgios

Abstract

Tourism is one of the most motivating economic drivers both domestically and internationally. For some countries, in fact, it is the first or second economic income, highlighting its significant contribution. This implies that both the individuals associated with it and the state must take care of its protection and its rise more and more. However, there are some parameters that must be taken into account in order to eliminate any potential difficulties that arise, since it is logical that such an important, numerous sector will have to face many challenges.

One of them is seasonal tourist employment. Seasonal tourist employment is a basic tourist aspect. Many regions, both domestically and internationally, have invested in the tourism industry and their development, as is reasonable, is rapid. In Greece, one such case is Halkidiki, a geographical area with a great attraction for tourism, which, however, faces many challenges during the summer season.

The present work, through a quantitative survey - conducted in January 2026 - investigates the working and living conditions of seasonal workers in hotels in Halkidiki. The focus of the research on the sample of 100 seasonal workers in 70 hotel units in the region concerned the effects of the aforementioned conditions on employee satisfaction and effectiveness. The results of the survey showed that employees take into account the degree of compliance with all parameters of their work (50% or more of participants say they are satisfied with leave, holidays, overtime, etc.) and, in addition to living conditions, evaluate (approximately 60% of participants) their stay and re-employment in the same hotel unit in the next tourist season. The work, taking into account the research results, ultimately proposes positions that both private initiative and the state should have in

relation to working conditions, the working climate and the effectiveness of seasonal workers in the tourism industry.

Keywords

- Seasonality of tourism
- Halkidiki
- work – living
- satisfaction - efficiency

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	v
Abstract.....	vii
Περιεχόμενα.....	ix
Κατάλογος Πινάκων.....	viii
Εισαγωγή.....	x
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Τουρισμός, ένας σημαντικός κλάδος.....	1
1.1. Τουρισμός: ορισμοί και ιστορική αναδρομή της έννοιας.....	1
1.2. Τουρισμός στην Ελλάδα.....	3
1.2.1. Η Μεταπολεμική αλλαγή του Τουρισμού στη Ελλάδα.....	3
1.2.2. Βασικά χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα.....	4
1.2.3. Η τρέχουσα, ελληνική, τουριστική εικόνα: Επιτεύγματα και Προκλήσεις.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Η εποχικότητα στον τουρισμό.....	8
2.1. Το ανθρώπινο δυναμικό στον τουρισμό.....	8
2.2. Η έννοια της τουριστικής εποχικότητας.....	9
2.3. Η εποχικότητα και τα ζητήματα στην τουριστική απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	10
2.4. Οι επιπτώσεις της εποχικότητας.....	12
2.5. Οι συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο.....	13
2.6. Η τουριστική εποχικότητα και η τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Η Χαλκιδική και ο τουρισμός της.....	17
3.1. Ο πολιτισμός στη Χαλκιδική.....	17
3.2. Οι συγκοινωνίες στη Χαλκιδική.....	18
3.3. Τα ξενοδοχεία – καταλύματα της Χαλκιδικής.....	18
3.4. Αφίξεις – εθνικότητες στη Χαλκιδική.....	20
3.5. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Χαλκιδική.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Μεθοδολογία της έρευνας.....	27
4.1. Ερευνητικός σκοπός.....	27
4.2. Ερευνητικά ερωτήματα.....	27
4.3. Στρατηγική της έρευνας.....	28
4.4. Πληθυσμός – Δείγμα.....	28
4.5. Εργαλείο συλλογής δεδομένων.....	28
4.6. Αξιοπιστία και εγκυρότητα.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : Αποτελέσματα της έρευνας.....	31
5.1. Συχνότητες δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων.....	31
5.2. Συχνότητες Συνθήκων Εργασίας (Ωράριο, φόρτος εργασίας, ρεπό, υπερωρίες) των εποχικά εργαζομένων.....	36
5.3. Συχνότητες συνθηκών διαβίωσης των εργαζομένων.....	38
5.4. Συχνότητες εργασιακής ικανοποίησης.....	41
5.5. Συχνότητες αποτελεσματικότητας – εργασιακής απόδοσης.....	43
5.6. Συχνότητες σταθερότητας ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία.....	46
Συμπεράσματα – Περιορισμοί και Μελλοντικές προτάσεις.....	49
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	52

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας Α1: Φύλο	24
Πίνακας Α2: Ηλικία	24
Πίνακας Α3: Μορφωτικό Επίπεδο	25
Πίνακας Α4: Χρόνια προϋπηρεσίας στον ξενοδοχειακό κλάδο	26
Πίνακας Α5: Κατηγορία ξενοδοχείου	26
Πίνακας Α6: Μέγεθος ξενοδοχείου	27
Πίνακας Α7: Έτη εργασίας σε συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα	28
Πίνακας Β1: Τήρηση δηλωμένου ωραρίου στην πράξη	29
Πίνακας Β2: Διαχείριση του φόρτου εργασίας	30
Πίνακας Β3: Λήψη των νόμιμων ρεπό και των αδειών	30
Πίνακας Β4: Καταγραφή υπερωριών και κανονική αμοιβής	31
Πίνακας Γ5: Κατάσταση χώρου διαμονής και ικανοποίηση από τις συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας	32
Πίνακας Γ6: Επάρκεια ιδιωτικότητας στο χώρο διαμονής	32
Πίνακας Γ7: Κάλυψη των καθημερινών αναγκών από την παρεχόμενη σίτιση	33
Πίνακας Γ8: Επίδραση της ψυχολογικής κατάστασης από τις συνθήκες διαβίωσης	34
Πίνακας Γ9: Ανταπόκριση απολαβών – εργασιακών απαιτήσεων	34
Πίνακας Γ10: Συνολική ικανοποίηση από την εργασία	35
Πίνακας Γ11: Αναγνώριση της εργασίας από τη διοίκηση	35
Πίνακας Γ12: Θετικό εργασιακό κλίμα	36
Πίνακας Γ13: Συσχέτιση συνθηκών εργασίας και κόπωσης στην αρνητική εργασιακή αποτελεσματικότητα σε μεγάλο βαθμό	37
Πίνακας Γ14: Συσχέτιση κακών συνθηκών διαβίωσης – μείωσης εργασιακής απόδοσης	37
Πίνακας Γ15: Συσχέτιση μη αναγνώρισης της εργασίας – επίδραση στην εργασιακή απόδοση	38
Πίνακας Γ16: Υπεροχή του θετικού εργασιακού κλίματος έναντι των απολαβών και των συνθηκών διαβίωσης	39
Πίνακας Γ17: Σταθερότητα του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία	39
Πίνακας Γ18: Λήψη σοβαρής απόφασης εκ μέρους των εποχικά εργαζομένων για την αποχώρηση από τον τουριστικό κλάδο	40

Πίνακας Γ19: Συσχέτιση συνθηκών εργασίας και επανεργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο	41
Πίνακας Γ20: Συσχέτιση συνθηκών διαβίωσης και επανεργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο	41

Εισαγωγή

i. Προβληματική της έρευνας

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο βασικούς οικονομικούς παράγοντες σε παγκόσμιο επίπεδο στις αναπτυσσόμενες και στις αναπτυγμένες χώρες. Για τις περισσότερες χώρες αποτελεί ένα μεγάλο μέρος του ΑΕΠ τους επιβεβαιώνοντας τη σημασία του. Λειτουργεί ανταγωνιστικά προς την αγορά των καυσίμων που είναι η πρώτη στην κατάταξη.

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι η εποχικότητα, ειδικά στην Ελλάδα, η οποία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το τουριστικό προϊόν. Η εποχικότητα επιτρέπει την περιορισμένη ανάπτυξη του τουρισμού, δίνοντας, όμως, μεγάλη τόνωση σε τοπικές οικονομίες και μέρη που ζουν αποκλειστικά ή σχεδόν αποκλειστικά από τον τουρισμό.

Αξιοσημείωτη είναι η περίπτωση της Χαλκιδικής στην οποία η εποχικότητα του τουρισμού είναι πολύ έντονη. Η Χαλκιδική καλείται να λύσει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει σε αυτόν τον τομέα έτσι ώστε να συνεχίζει να είναι ένας τόσο δημοφιλής προορισμός.

ii. Αντικειμενικός σκοπός της έρευνας και ερευνητικοί στόχοι

Η εργασία, λοιπόν, παρουσιάζει τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά εργαζόμενων απασχολούμενων σε ξενοδοχεία της Χαλκιδικής δίνοντας έμφαση στις επιπτώσεις της ικανοποίησης και της αποτελεσματικότητας των εργαζομένων. Σκοπός της έρευνας είναι να αναδείξει τις απόψεις των εποχικά εργαζόμενων σχετικά με τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσης και τις επιπτώσεις που αυτές έχουν στην ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητά τους. Οι ερευνητικοί στόχοι είναι να αναδειχθούν τα ανάλογα με τα ερευνητικά ερωτήματα ζητήματα. Αυτά είναι:

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας πιλοτικής έρευνας είναι:

- A. Πώς αντιλαμβάνονται τις συνθήκες εργασίας τους οι εποχικά εργαζόμενοι;
- B. Πώς αντιλαμβάνονται τις συνθήκες διαβίωσής τους οι εποχικά εργαζόμενοι;
- Γ. Πώς λειτουργεί η εργασιακή ικανοποίηση για τους εποχικά εργαζόμενους;
- Δ. Πώς αντιλαμβάνονται την αποτελεσματικότητα – εργασιακή απόδοση οι εποχικά εργαζόμενοι;

Ε. Ποιες οι αντιλήψεις των εποχικά εργαζόμενων για τη σταθερότητα του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία;

iii. Διάρθρωση της εργασίας

Η εργασία δομείται σε πέντε κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στον τουρισμό τόσο γενικά όσο και στον τουρισμό της Ελλάδας. Το δεύτερο κεφάλαιο δίνει στοιχεία για το ανθρώπινο δυναμικό και την εποχικότητα του τουρισμού. Το τρίτο κεφάλαιο κάνει λεπτομερή αναφορά στη Χαλκιδική, τον τουρισμό της και τα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η Μεθοδολογία της έρευνας, ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη. Η εργασία ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα, τις προτάσεις και τους ερευνητικούς περιορισμούς. Με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει στο πεδίο διερεύνησης της τουριστικής εποχικότητας υπό το πρίσμα ενός ιδιαίτερα δημοφιλούς προορισμού, της Χαλκιδικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Τουρισμός, ένας σημαντικός κλάδος

1.1. Τουρισμός: ορισμοί και ιστορική αναδρομή της έννοιας

Ο τουρισμός αποτελεί μια διαχρονική έννοια η οποία πρωτοεμφανίστηκε τον 17^ο αιώνα. Εκείνη την περίοδο οι Άγγλοι αρχικά (και μεταγενέστερα και άλλοι λαοί) επιδόθηκαν σε ταξίδια προκειμένου να γνωρίσουν άλλα μέρη του κόσμου και την τοπική κουλτούρα αυτών προκειμένου να μορφωθούν (Rodriguez, 2020) ή να περιοδεύσουν ώστε να ανταλλάξουν εμπορεύματα. Έτσι, η λέξη *tour*, που χρησιμοποιείται μέχρι και σήμερα, έγινε συνώνυμη αυτών των περιηγήσεων. Τη μεσαιωνική περίοδο τα ταξίδια ταυτίστηκαν με τους θρησκευτικούς λόγους των περιηγητών και σταδιακά οι προορισμοί έγιναν περισσότεροι αναδεικνύοντας την ανάγκη των ανθρώπων για προορισμούς και εξερεύνηση νέων τόπων, λαών, πολιτισμών. Η Βιομηχανική Επανάσταση επέφερε μεγάλες αλλαγές σε αυτόν τον τομέα: τα νέα κοινωνικά στρώματα, εκμεταλλευόμενα τα μέσα μεταφοράς - που πια ήταν καλύτερα – θέλησαν να μετακινούνται ολοένα και περισσότερο, κυρίως για λόγους ψυχολογικής ανάτασης. Βασικό μέσο μεταφοράς έγινε το τρένο που μπορούσε να εκτελέσει μεγάλες αποστάσεις κι έτσι να καλύπτονται γεωγραφικές αποστάσεις. Αυτές οι συνθήκες αναπόφευκτα οδήγησαν στη συγκρότηση των πρώτων ταξιδιωτικών γραφείων, στη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα, γραφείων που αναλάμβαναν με απόλυτη οργάνωση τα ταξίδια των περιηγητών παρέχοντάς τους διάφορες υπηρεσίες (Rodriguez, 2020). Από κει και έπειτα ο τουρισμός συνεχώς και αναπτυσσόταν. Σε αυτό βοήθησαν η τελειοποίηση των μέσων μεταφοράς, με τις αεροπορικές μεταφορές να κερδίζουν ολοένα πια έδαφος, καθώς και η αύξηση της πρόνοιας για την παροχή καλών συνθηκών στους ανθρώπους. Σταδιακά, μέχρι και σήμερα, ο τουρισμός κατέστη βασικό μέρος της βιομηχανίας των χωρών και για αυτό η οργάνωσή του αποτελεί πολλές φορές θέμα συζήτησης όλων όσων εμπλέκονται σε αυτόν τον τομέα. Οι τουριστικές επιλογές είναι πολλές και έτσι οι άνθρωποι επιλέγουν τα ταξίδια τους με γνώμονα τις προσωπικές τους ανάγκες (Rodriguez, 2020). Ο τουρισμός θα συνεχίσει να είναι στο επίκεντρο, μιας και η συνεισφορά του είναι μεγάλη. Μάλιστα, η συμβολή του έγινε ακόμη πιο φανερή στο πρόσφατο παρελθόν όπου η πανδημία Covid - 19 επηρέασε σε μεγάλο βαθμό και τον τουριστικό κλάδο: οι μετακινήσεις και τα ταξίδια

πραγματοποιήθηκαν σε περιορισμένο χρόνο και με περιορισμένο αριθμό ταξιδιωτών δημιουργώντας ένα ισχυρό πλήγμα στις οικονομίες διάφορων χωρών (INSETTE, 2011).

Ο τουρισμός έχει επιχειρηθεί πολλές φορές να οριστεί ώστε να αποδοθούν τα χαρακτηριστικά του. Μάλιστα, πρέπει να διακρίνεται από το ταξίδι και τη διασκέδαση.

Ταξίδι είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων κάποιων ατόμων που μετακινούνται από περιοχή σε περιοχή για οποιοδήποτε λόγο εξαιρουμένων των λόγων μετακίνησης για την εργασία.

Διασκέδαση είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων οι οποίες πραγματοποιούνται από τα άτομα στον ελεύθερο χρόνο τους με ευχάριστο ή εποικοδομητικό τρόπο (Αποστολόπουλος & Σράλη, 2009).

Ορισμένοι ορισμοί για τον τουρισμό είναι:

Τουρισμός είναι ένα σύνολο φαινομένων και σχέσεων που είναι αποτέλεσμα ενός ταξιδιού το οποίο πραγματοποιείται σε έναν συγκεκριμένο προορισμό προκειμένου κάποιος να παραμείνει για κάποιο χρονικό διάστημα σε αυτόν τον προορισμό (Hunziker & Krapf, 1941).

Παρόμοιο με τους Hunziker & Krapf (1941) ορισμό διατύπωσε και ο Kaspar (1975) όπου τόνισε πως ο τουρισμός είναι ένα πλέγμα σχέσεων – φαινομένων που αναπτύσσονται από ανθρώπους οι οποίοι που παραμένουν σε κάποιο χρονικό διάστημα σε μέρη που δε σχετίζονται με τη μόνιμη κατοικία τους.

Κατά τον Joshke (1954) τουρισμός είναι μια συγκεκριμένη κατανάλωση αγαθών που έχει ειδικό χαρακτήρα.

Πιο διεθνείς Οργανισμοί αναφέρουν πως ο τουρισμός είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων που διεκπεραιώνουν όσοι άνθρωποι μετακινούνται και είναι οι επονομαζόμενοι τουρίστες (ΟΗΕ, 1994), ενώ είναι η συνισταμένη κοινωνικών, οικονομικών και πολιτισμικών συνθηκών οι οποίες είναι απόρροια των ανθρώπινων μετακινήσεων.

Ο Λαγός (2005) αναφέρει πως ο τουρισμός αφορά τις σχέσεις και τα φαινόμενα τα οποία απορρέουν από την παραμονή των ξένων σε μια περιοχή με τον όρο να μην υπάρχει προοπτική διαμονής για ανάπτυξη κέρδους.

Πρόσφατα, οι Smallman & Moore (2010) τόνισαν τον κοινωνικοοικονομικό χαρακτήρα του τουρισμού ο οποίος έχει τις ίδιες δυνητικά συνέπειες συνεισφέροντας σημαντικά στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα μιας πόλης, χώρας κλπ.

Για αυτό στη σύγχρονη εποχή ο τουρισμός αποτελεί μια από τις κυριότερες προσόδους στην παγκόσμια βιομηχανία (UNWTO, 2015). Σε αυτό σύμφωνα με τον Βελισσαρίου (2017) συντελούν – μεταξύ άλλων – η συνεχής αστικοποίηση, η ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών, των τεχνολογιών και όλων των συναφών μέσων, η επαγγελματική οργάνωσή του.

1.2. Τουρισμός στην Ελλάδα

1.2.1. Η Μεταπολεμική αλλαγή του Τουρισμού στη Ελλάδα

Αν και η Ελλάδα από την αρχαιότητα ήταν ανέκαθεν ένας αγαπημένος προορισμός για τους περιηγητές, η τουριστική της ανάπτυξη μέσω της παγκόσμιας τουριστικής ανάπτυξης έχει συντελεστεί κυρίως τα τελευταία 100 χρόνια. Έτσι, η χώρα αναζήτησε οργανωτικούς τρόπους προκειμένου να ανταποκριθεί στο διεθνή ανταγωνισμό. Οι παρεμβάσεις που χρειάστηκε να γίνουν ήταν χωρικές, θεσμικές και κοινωνικοοικονομικές. Τα πιο σημαντικά βήματα έγιναν στην μεταπολεμική περίοδο όπου ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται σε διεθνές επίπεδο σε σημαντικό βαθμό. Η ελληνική κυβέρνηση τις δεκαετίες 1950 και 1960 αναζήτησε τρόπους υποστήριξης του τουριστικού κλάδου, μιας και υπήρχαν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του, μα απουσίαζε η τεχνογνωσία και η επιχειρηματικότητα. Έτσι, δημιουργήθηκε ο ΕΟΤ, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, που θα είχε πολλά καθήκοντα (Katsigiannis, 2017).

Μία από αυτές ήταν η ανάπτυξη και η διαχείριση μιας σειράς νέων ξενοδοχειακών μονάδων, ιαματικών πηγών, καζίνο και άλλων τουριστικών εγκαταστάσεων σε όλη τη χώρα, καθώς και η ανάπλαση παραδοσιακών οικισμών με ιδιαίτερο χαρακτήρα τονίζοντας την ανάγκη των τοπικών κοινωνιών για στροφή στον τουρισμό και την ανάπτυξη περιθωριοποιημένων ή εγκαταλελειμμένων περιοχών. Ο ΕΟΤ είχε και άλλα καθήκοντα: την υποστήριξη ανάπτυξης πολιτιστικών εκδηλώσεων, την ίδρυση επαγγελματικών σχολών για την κατάρτιση πολλών ατόμων τα οποία έπρεπε να έχουν τεχνογνωσία. Αυτές οι προσπάθειες έχουν σήμερα αποφέρει έναν μεγάλο αριθμό τουριστικών μονάδων στη χώρα με μεγάλη δυναμική ποιότητα.

Είναι σημαντικό να επισημανθεί πως η τουριστική πολιτική έχει επανασχεδιαστεί ώστε να αποτελέσει έρεισμα για την επιχειρηματικότητα, τις ιδιωτικές πρωτοβουλίες και την

καινοτομία, προωθώντας αρχές και κανόνες για την τουριστική ανάπτυξη. Μιας και ο τουρισμός αποτελεί μια πολυτομεακή οικονομική δραστηριότητα, είναι σημαντικό να υπάρχει η κατάλληλη τουριστική πολιτική, ζήτημα που απασχολούσε πάντα το ελληνικό κράτος. Με την πάροδο του χρόνου έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να μπορέσει το κράτος να αναπτύξει τις κατάλληλες δομές και οι εμπλεκόμενοι φορείς, όπως το Υπουργείο Τουρισμού, ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων κα., συνεργάστηκαν και συντονίστηκαν ώστε να αναπτύξουν πολιτικές για την υποδομές, την οικονομία, το εμπόριο κλπ.

Καμπή για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού αποτέλεσε η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 για τους οποίους έγιναν σημαντικές επενδύσεις για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες των επισκεπτών. Απαρχή ήταν η πρωτεύουσα, μα σταδιακά βελτιώθηκαν οι μεταφορικές υποδομές και σε άλλα γεωγραφικά σημεία.

Ανακεφαλαιώνοντας, πολλά μέτρα και νέοι νόμοι έχουν προταθεί από την ελληνική κυβέρνηση τα τελευταία χρόνια ώστε να υπάρξει η τουριστική ανάπτυξη που θα ωφελήσει την οικονομία και την κοινωνία. Έτσι, το 2009 αναπτύχθηκε ένα Ειδικό Χωροταξικό Σχέδιο το οποίο επικαιροποιείται σε επίπεδο αρχών, προτεραιοτήτων και κατευθυντήριων γραμμών για την τουριστική ελληνική ανάπτυξη. Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η σύμπραξη με την ιδιωτική πρωτοβουλία, ενώ το ελληνικό κράτος έχει θέσει στο επίκεντρο τη στρατηγική (Τσάρτας, 2003).

Από χωρική άποψη οφείλουν να επισημανθούν δύο πράγματα. Αρχικά πως οι τουριστικές ευκαιρίες έχουν επεκταθεί σε όλη την επικράτεια τονώνοντας οικονομικά και κοινωνικά πολλές μικρές περιοχές που το είχαν ιδιαίτερη ανάγκη. Επίσης, έχει δοθεί έμφαση στην αναβάθμιση των υπηρεσιών, των αξιοθέατων και της περιβαλλοντικής ποιότητας με αποτέλεσμα την αποκάλυψη της πολιτισμικής κληρονομιάς και την ενίσχυση των τοπικών ταυτοτήτων διάφορων περιοχών.

1.2.2. Βασικά χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς οικονομικούς κλάδους της χώρας. Τα πιο σημαντικά του πλεονεκτήματα είναι ο πολιτισμός, το κλίμα, η φυσική κληρονομιά, ο τρόπος ζωής, η ασφάλεια και η σταθερότητα των επισκεπτών.

Επίσης, βασικές προϋποθέσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του αποτελούν οι αλλαγές στην τουριστική ζήτηση, οι αξίες, οι επιδιώξεις, τα ενδιαφέροντα, οι επιθυμίες.

Ο τουρισμός εκτός από κινητήριο οικονομικός μοχλός – όπως προαναφέρθηκε – αποτελεί και κοινωνικοοικονομικό μοχλό ανάπτυξης σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, αφού συμβάλλει άμεσα σε ποσοστό άνω του 12% του ΑΕΠ (WTTC, 2020). Στην διάρκεια της τουριστικής περιόδου αντιπροσωπεύει το 17% του εργατικού δυναμικού με άμεσο τρόπο και πάνω από το 37% με έμμεσο τρόπο (INSETTE, 2020a).

Τα τελευταία είκοσι χρόνια οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν σε μεγάλο βαθμό παρ' όλο που ο ελληνικός τουρισμός βρέθηκε αντιμέτωπος με πολλές προκλήσεις όπως ήταν η πανδημία COVID-19 αγγίζοντας το 2019 περίπου τα 31.5 εκατομμύρια τουριστών, ενώ σύμφωνα με προβλέψεις η χώρα θα έχει φτάσει σε μεγαλύτερα ποσοστά ανάπτυξης μέχρι το 2030, αν ληφθούν υπόψη οι προβλέψεις που έχουν γίνει (UNWTO, 2011). Πρόκειται για μια σπουδαία πρόκληση, αν αναλογιστεί κανείς το συνολικό πληθυσμό της χώρας. Επίσης, δε θα πρέπει να παραγνωρίζεται πως σημαντική συμβολή έχει και ο εγχώριος τουρισμός ο οποίος ξεπερνά τα 5,5 εκατομμύρια κάθε χρόνο (INSETTE, 2020β). Αν και είναι μικρότερο σε σχέση με το συνολικό, εντούτοις αποτελεί εξισορροπητικό παράγοντα για τον περιφερειακό τουρισμό.

Λαμβάνοντας υπόψη τη γεωγραφική άποψη, οι περισσότερες αφίξεις γίνονται σε πέντε βασικούς προορισμούς: πρόκειται για την Κρήτη, τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου (Ρόδο – Κω, Μύκονο – Σαντορίνη), την Αττική (Αθήνα), την Κεντρική Μακεδονία (κυρίως τη Θεσσαλονίκη και τη Χαλκιδική) και την Κέρκυρα.

Οι μονάδες διαμονής είναι καταμελημένες σε όλο το εύρος της χώρας με μεγάλες συγκεντρώσεις στα νησιά. Οι μονάδες αυτές είναι μικρές, μεσαίες και μεγάλες με τις τελευταίες να αυξάνουν πολύ τον αριθμό τους τα τελευταία χρόνια, μάλλον συμβαδίζοντας με τη γενικότερη εκσυγχρονιστική τάση. Άλλη σημαντική τουριστική έκφανση είναι η έντονη εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού, μιας και αυτός είναι πολύ έντονος κυρίως στην τρίμηνη διάρκεια του καλοκαιριού.

Έτσι, η ελληνική γεωγραφία προσφέρει πλεονεκτήματα και ευκαιρίες όπως και περιορισμούς και προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Η τουριστική ανάπτυξη είναι σε θέση να ζωντανέψει προορισμούς που είναι απομακρυσμένοι και να τονώσει διάφορους οικονομικούς κλάδους που είναι σε μαρασμό (όπως τη γεωργία και την

κτηνοτροφία). Βέβαια, αυτό δεν μπορεί να επιτευχθεί σε κάθε περίπτωση, είναι, όμως, σημαντικό γίνει μια τέτοια προσπάθεια.

1.2.3. Η τρέχουσα, ελληνική, τουριστική εικόνα: Επιτεύγματα και Προκλήσεις

Τα τελευταία είκοσι χρόνια ο ελληνικός τουρισμός έχει προχωρήσει με δυναμικό τρόπο διαμορφώνοντας μια αναπτυξιακή προσδοκία παρά το γεγονός πως υπήρχαν εξωτερικοί παράγοντες που τον επηρέαζαν, όπως διάφορες γεωπολιτικές αναταραχές ή αγοραστικές διακυμάνσεις σχετικές με τις αγορές προέλευσης (WTTC, 2005). Οι αγορές προέλευσης συνεχώς αυξάνονται, γεγονός που αναβαθμίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν με πολλούς τρόπους. Αρχικά, είναι σημαντική η σταθερή αύξηση των τουριστών από τις ξένες χώρες τις τελευταίες δεκαετίες καθώς και το άνοιγμα της επικράτειας μέσω της οποίας αναδεικνύονται θησαυροί όπως η πολιτιστική κληρονομιά και η γαστρονομία. Επίσης, είναι σημαντικό να τονιστεί η ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος το οποίο πολλές φορές περιορίζεται από δυσμενείς εξωτερικές συνθήκες, όπως είναι η έντονη γραφειοκρατία, η βαριά φορολογία και η επιβολή φόρου κατά περιόδους (Sarantakou & Terkenli, 2006, 2019).

Σε σχέση με τον χωροταξικό σχεδιασμό, είναι σημαντικό να ειπωθεί πως η δομή του χώρου δεν ακολουθεί πάντα τα σωστά πρότυπα ούτε επεκτείνεται προς τη σωστή κατεύθυνση. Στα τουριστικά μέρη αυτή η ανεξέλεγκτη μη σχεδιασμένη χωρική ανάπτυξη είναι εντονότερη, ενώ επικρατούν οι μικρές μονάδες (Οικονόμου, 2000). Στον αντίποδα το Κράτος σε αρκετές περιπτώσεις επιτρέπει την παράνομη δόμηση, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στη δημιουργία νέων επενδυτικών έργων και κυρίως στις τουριστικές επενδύσεις μεγάλης κλίμακας. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν έχουν με τη σειρά τους συνδέσει με οργανικό τρόπο την οργανωμένη ζήτηση με ένα συγκεκριμένο μοντέλο ανάπτυξης προορισμών (Sarantakou, 2005). Αυτοί με τη στάση τους έδωσαν ώθηση στη δημιουργία μεγάλων μονάδων φιλοξενίας ή στην κατασκευή φθηνών ενοικιαζόμενων δωματίων εξυπηρετώντας αγορές χαμηλού κόστους. Έτσι, ανέκυψε μια χωρική τουριστική δομή που χαρακτηριζόταν από άτακτη οργάνωση και η οποία είχε συγκεκριμένα στοιχεία βιωσιμότητας (Sarantakou & Terkenli, 2019).

Ο χωροταξικός σχεδιασμός επηρεάζεται και από τον κατακερματισμό της γης. Οι έγγειες ιδιοκτησίες της Ελλάδας είναι πολύ πιο περιορισμένες σε σχέση με τις αντίστοιχες την Ευρώπη (Τράπεζα της Ελλάδας, 2014), γεγονός που είναι απόρροια προγενέστερων ιστορικών γεγονότων και συγκυριών. Αυτός ο κατακερματισμός επηρεάζει ιδιαίτερα την τουριστική οικονομία (Σαραντάκου & Τσαρτας, 2015) δημιουργώντας εμπόδια στον αναπτυξιακό σχεδιασμό. Αυτή η περιορισμένη χωρική κατάσταση επιτρέπει σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να επικρατούν δημιουργώντας μια μη βιομηχανική τουριστική απασχόληση (Σαραντάκου, 2017). Μόνο σε κάποια συγκεκριμένα μέρη αναπτύχθηκε με πιο βιομηχανικό τρόπο ο τουρισμός, μέρη όπου συνυπάρχουν όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων (μικρές, μεσαίες, μεγάλες). Τέλος, είναι σημαντικό να τονιστεί πως ο τουρισμός συνυπάρχει πια με την ανάπτυξη δεύτερης κατοικίας ασκώντας πιέσεις στην ανάπτυξη και διαμορφώνοντας ένα νέο καθεστώς.

Ανακεφαλαιώνοντας υπάρχουν τρία βασικά σημεία τα οποία πρέπει να ληφθούν υπόψη και να αντιμετωπιστούν. Πρόκειται για την υπερεκμετάλλευση των πόρων σε πολλές περιπτώσεις. Τα προβλήματα και τις προκλήσεις που μέχρι τώρα δεν τέθηκαν σε συζήτηση και παραμελήθηκαν καθώς και την αγνόηση στις αναπτυξιακές δυνατότητες.

Στοιχεία και πόροι ενδέχεται να υπάρχουν σε αφθονία σε διάφορα μέρη, μα λόγω του υπερτουρισμού να μην μπορούν να αξιοποιηθούν επαρκώς. Αν παρουσιάσουν περαιτέρω επιδείνωση, μπορεί να παρατηρηθεί παρακμή για τον συγκεκριμένο προορισμό που τα κατέχει και να στερήσει από τις κοινότητες αυτές την ευκαιρία για κοινωνικοοικονομική και περιβαλλοντική ανάπτυξη. Προκαλείται αύξηση του κόστους ζωής κι έτσι για παράδειγμα οι εποχικοί εργαζόμενοι και οι κάτοικοι δυσκολεύονται με τη στέγαση όπως στην περίπτωση του νησιού της Σαντορίνης (Sarantakou & Terkenli, 2005, 2019).

Όμως, το πιο σημαντικό πρόβλημα είναι η μονοδιάστατη προσέγγιση του τουρισμού στην Ελλάδα η οποία την καθιστά σε μεγάλο βαθμό εξαρτώμενη από τη θάλασσα αναγκάζοντας τους άλλους οικονομικούς τομείς να υποχωρήσουν. Έτσι, ανακύπτουν οικονομικές επιπτώσεις που επιβάλλονται στην ελληνική κοινωνία όπως οι περιορισμοί στη λειτουργία κάποιων επιχειρήσεων. Η άλλη βασική τουριστική πρόκληση στην Ελλάδα είναι η εποχικότητα η οποία έχει αντιμετωπιστεί τα τελευταία είκοσι χρόνια. Τα μέτρα που λήφθηκαν αφορούσαν την ανάπτυξη μορφών ειδικού ενδιαφέροντος και διαφορετικών τουριστικών μορφών όπως ο οικοτουρισμός ή ο θρησκευτικός τουρισμός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Η εποχικότητα στον τουρισμό

2.1. Το ανθρώπινο δυναμικό στον τουρισμό

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένας από τους κύριους μοχλούς του τουρισμού. Πρόκειται για τους ανθρώπους οι οποίοι είναι πρόθυμοι να δεχτούν τους στόχους και τις αξίες μιας επιχείρησης και να λειτουργήσουν με σκοπό την επίτευξη των στόχων αυτών παραμένοντας μέλη της επιχείρησης (Durna & Eren, 2005). Η σχέση αυτή που αναπτύσσεται ονομάζεται οργανωσιακή δέσμευση και κατέχει σημαντική θέση στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων (Gul, 2002). Έτσι, είναι σημαντικό μια επιχείρηση να μπορέσει να προσελκύσει τους κατάλληλους εργαζόμενους που θα βοηθήσουν την ανάπτυξή της και θα πρέπει να διατηρηθούν εντός αυτής (Avcı & Küçükusta, 2009). Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να νιώθουν πως αποτελούν σημαντικό τμήμα κάθε επιχείρησης γιατί έτσι θα εργάζονται ικανοποιητικά προσφέροντας στους πελάτες τις υπηρεσίες που επιθυμούν.

Η σχέση - δέσμευση που μπορεί να αναπτύξει ένας εργαζόμενος με μια επιχείρηση είναι:

- **Συναισθηματική δέσμευση:** πρόκειται για την προσκόλληση που αναπτύσσουν οι εργαζόμενοι με την εκάστοτε επιχείρηση. Ο εργαζόμενος που έχει τέτοια δέσμευση παραμένει για πολύ καιρό στον ίδιο οργανισμό και αποτελεί τον καλύτερο εργαζόμενο, εκείνον που όλοι οι εργοδότες θα ήθελαν να απασχολούν (Gul, 2000).
- **Δέσμευση συνέχισης:** αποτελεί τη συνέχεια της επιθυμίας ενός εργαζόμενου για παραμονή στον ίδιο οργανισμό λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις σε περίπτωση που κάποιος θέλει να αποχωρήσει από τον οργανισμό (Gul, 2000). Αυτοί οι εργαζόμενοι δεν εγκαταλείπουν τη θέση τους αναλογιζόμενοι το κόστος και τις δυσκολίες που θα αντιμετωπίσουν αν απομακρυνθούν.
- **Κανονιστική δέσμευση:** οι εργαζόμενοι θεωρούν πως είναι υποχρέωση και ηθική δέσμευση να παραμείνουν στον ίδιο οργανισμό. Είναι υπεύθυνοι και αφοσιωμένοι, χωρίς να δίνουν έμφαση στο προσωπικό τους όφελος.

Το ανθρώπινο δυναμικό, προκειμένου να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της επιχείρησης που απασχολείται, πρέπει να διαθέτει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο και επαρκές γιατί με αυτόν τον τρόπο είναι σε θέση να

προσφέρει ποιοτική εξυπηρέτηση στους επισκέπτες και να αναδείξει τον οργανισμό στον οποίο απασχολείται. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά είναι:

- Υψηλές δεξιότητες οι οποίες θα παρέχουν στους εργαζόμενους τη δυνατότητα να διαχειρίζονται όποιες δυσκολίες ανακύπτουν στον εργασιακό τους τομέα,
- Κατοχή ξένων γλωσσών, μιας και η επαφή με διαφορετικούς λαούς και κουλτούρες είναι η πιο βασική πτυχή στον τουρισμό και η συνεννόηση πρέπει να γίνεται με ευχέρεια,
- Προσαρμοστικότητα, δηλαδή αλλαγή ρόλων όπου απαιτείται με άμεση προσαρμογή ώστε να μπορούν γρήγορα να διεξάγονται όποιες εκκρεμότητες
- Πρόβλεψη των αναγκών των πελατών και πρόταση λύσεων,
- Συνέπεια, γιατί με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουν να οδηγήσουν την επιχείρηση στο απόγειό της,
- Αυξημένη Αυτοπεποίθηση που οδηγεί σε καλύτερη λήψη αποφάσεων, βελτιωμένη επικοινωνία και μεγαλύτερη ικανότητα διαχείρισης δύσκολων καταστάσεων,
- Αυξημένη αποδοτικότητα, που συνεισφέρει στην αντοχή στην πίεση και διασφαλίζει την εύρυθμη λειτουργία της ομάδας και της επιχείρησης

2.2. Η έννοια της τουριστικής εποχικότητας

Η έννοια της εποχικότητας δεν ορίζεται με ευκολία, μιας και δεν υπάρχει καθολικά αποδεκτός ορισμός για αυτήν. Έτσι, ορίζεται διαφορετικά, ανάλογα με την επιστήμη που ασχολείται με την ουσία της. Θα μπορούσε, βέβαια, να επισημανθεί πως η εποχικότητα είναι συνυφασμένη με το μικρό ή το μεγάλο ενδιαφέρον για μια τουριστική περιοχή ή ένα αξιοθέατο. Παρ' όλα αυτά οι ορισμοί που ανακύπτουν έχουν ως κριτήριο τρεις τομείς: τα συμπτώματα της εποχικότητας, τα εποχικά αποτελέσματα και τις τουριστικές προτιμήσεις που είναι και οι κύριες υπαίτιες της ζήτησης των τουριστικών υπηρεσιών. Με γνώμονα αυτούς τους τρεις τομείς, κάποιοι από τους ορισμούς που έχουν διατυπωθεί είναι οι κάτωθι:

Ο Butler (1994) ορίζει την εποχικότητα ως μια ανισορροπία του χρόνου οι οποίοι ορίζεται από διάφορα στοιχεία όπως οι επισκέπτες, οι δαπάνες στις οποίες αυτοί προβαίνουν, η κυκλοφορία στους δρόμους, τα μέσα μεταφοράς, η απασχόληση και η είσοδος στα διάφορα αξιοθέατα.

Ο Holloway (1994) αναφέρει την εποχικότητα ως κύκλο μικρότερο από έναν ετήσιο ο οποίος παρουσιάζει διαφορετική ένταση ως προς τις επισκέψεις: ανά μήνα, εβδομάδα ή ακόμη και μέρα.

Οι Wall & Mathison (2006) σχολιάζοντας τα χαρακτηριστικά της εποχικότητας λένε πως η εποχικότητα είναι ένας ετήσιος επαναλαμβανόμενος κύκλος ο οποίος διαχωρίζεται στην περίοδο της αιχμής και την περίοδο εκτός εποχής με τη διαμεσολάβηση δύο άλλων εποχών.

Οι Bender, Schumacher και Stein (2005) υποστηρίζουν ότι η εποχικότητα είναι η ετήσια διακύμανση που σχετίζεται με συγκεκριμένες περιόδους, ενώ ο Biedermann (2008) την περιγράφει ως ένα βασικό ταξιδιωτικό και τουριστικό το οποίο παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις στη ζήτηση αναλογικά των εποχών.

Σε κάθε περίπτωση η εποχικότητα εξαρτάται από τον αριθμό των ανθρώπων που μετακινούνται (Chung, 2009) με τη ζήτηση να είναι άμεσα συνυφασμένη με την εποχή που αυτοί μετακινούνται (Cooper et al, 2008).

2.3. Η εποχικότητα και τα ζητήματα στην τουριστική απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι αριθμοί που σχετίζονται με την τουριστική εποχικότητα είναι αξιοσημείωτα σημαντικοί. Στην ευρωπαϊκή τουριστική βιομηχανία απασχολούνται πάνω από 13 εκατομμύρια άτομα. Τα 8 εκατομμύρια αυτών των ανθρώπων απασχολούνται στον κλάδο τροφίμων και ποτών, ενώ στη διαμονή περίπου 2, 7 εκατομμύρια θέσεις εργασίας έχουν επισημανθεί. Επίσης, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και τα γραφεία αγγίζουν περίπου τις 500.000 ανθρώπων. Αυτοί οι τρεις κλάδοι στην Ευρώπη απασχολούν περίπου 3,6 εκατομμύρια κόσμου στην Ε.Ε (Rahimic, Crnjar & Cikes, 2019).

Οι παρατηρήσεις γύρω από τη σπουδαιότητα του τουριστικού κλάδου είναι εξίσου σημαντικές. Ο κλάδος αυτός έχει μεγάλη αναπτυξιακή δύναμη όπως παρατηρήθηκε ακόμη και σε εποχές οικονομικής δυσπραγίας όπως ήταν η οικονομική κρίση ή η περίοδος του Covid – 19 και επηρεάζει αλυσιδωτά και άλλους οικονομικούς τομείς. Συγκεκριμένα, με την οικονομική κρίση μειώθηκε η συνολική απασχόληση και μόνο το 2016 άρχισε να επανέρχεται σε αξιόλογα επίπεδα. Ο τουρισμός επιδρά θετικά στην τοπική οικονομία και

την εργασιακή αγορά, ενώ δίνει την ευκαιρία σε ένα μεγάλο ποσοστό γυναικών να έχουν εργασία. Μάλιστα, σύμφωνα με τα αριθμητικά δεδομένα οι γυναίκες στον τουρισμό είναι πολλές περισσότερες από τους άνδρες σε όλους τους τομείς (καταλύματα, υπηρεσίες, ταξιδιωτικά γραφεία). Επίσης, μέσω αυτού δίνεται η ευκαιρία εργασίας σε νεαρά άτομα, τα οποία ενδέχεται να μην μπορούν να απορροφηθούν σε άλλες, μόνιμες θέσεις, ενώ είναι σημαντικό πως πρόσβαση έχουν και άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο. Οι ξένοι πολίτες έχουν επίσης πολλές ευκαιρίες για μια θέση εργασίας στο χώρο αυτό.

Από τα παραπάνω, λοιπόν, προκύπτουν τα εξής στοιχεία για την απασχόληση, το εργατικό δυναμικό και την αγορά εργασίας στον τουριστικό τομέα (Rahimic, Crnjac & Cikes, 2019). :

- Η υψηλή εποχικότητα στις δραστηριότητες που γίνονται στον τουρισμό είναι μόνο μια έκφανση στην τουριστική απασχόληση.
- Οι περιοχές που έχουν υψηλή τουριστική δραστηριότητα έχουν την τάση να έχουν μικρότερα ποσοστά ανεργίας.
- Ο τουρισμός είναι εκείνος που διαμορφώνει πολλές θέσεις εργασίας για τις γυναίκες.
- Η μερική απασχόληση είναι σημαντικά υψηλότερη στις τουριστικές βιομηχανίες.
- Ο τουρισμός προσελκύει ένα μεγάλο μέρος νεαρού εργατικού δυναμικού.
- Ο τομέας των τουριστικών καταλυμάτων παρέχει περισσότερες ευκαιρίες σε εργαζόμενες γυναίκες που έχουν χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.
- Σχεδόν ένας στους έξι εργαζόμενους είναι αλλοδαπός.
- Οι εργασιακές τουριστικές θέσεις είναι λιγότερο σταθερές από όσες είναι οι άλλες στη συνολική οικονομία.
- Οι αποδοχές ανά ώρα και το εργασιακό κόστος στον τομέα της στέγασης είναι κάτω του μέσου όρου στο οικονομικό σύνολο.
- Η εποχικότητα στον τουριστικό τομέα οδηγεί σταδιακά σε ένα μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας. Οι πιο πολλοί εργαζόμενοι θεωρούν πως η εποχική εργασία είναι ένα μη ελκυστικό είδος απασχόλησης λόγω του προσωρινού χαρακτήρα της, της εξάντλησης και της ανάγκης αναζήτησης εναλλακτικών πηγών εισοδήματος εκτός εποχής

Τα στοιχεία οδηγούν στο συμπέρασμα πως η εποχικότητα στον τουρισμό οδηγεί στη δημιουργία ενός μεγάλου αριθμού εργασιακών σχέσεων. Βέβαια, οι εργαζόμενοι δεν τη θεωρούν μια ελκυστική απασχόληση κι έτσι βρίσκονται πάντα στην αναζήτηση νέων

δεδομένων τόσο ως προς την εργασία όσο και ως προς τους πόρους που μπορούν να λάβουν. Βέβαια, ο Murphy (1985) δε θεωρεί πως η εποχικότητα είναι βλαβερή, αφού για κάποιους είναι απόλυτα συνειδητή επιλογή που γίνεται βάσει της επιθυμίας για πρόσκαιρο κέρδος ή εκπλήρωση κάποιου ονείρου.

Τα τουριστικά, εργασιακά αποτελέσματα είναι συνάρτηση των γνώσεων και των ικανοτήτων των εργαζομένων στον κλάδο αυτό (Solnet et al., 2015). Η ανθρώπινη εργασία είναι στο επίκεντρο του και έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις αυξανόμενες τεχνολογικές αλλαγές, αφού θέσεις εξαφανίζονται ή περιορίζονται ανάλογα τις επιλογές που θέτει η διοίκηση και τον τρόπο που αυτή θέλει να χειριστεί τα δεδομένα που έχει στη διάθεσή της.

2.4. Οι επιπτώσεις της εποχικότητας

Όπως είναι αναμενόμενο η εποχικότητα είναι υπαίτια πολλών θετικών, μα και αρνητικών στοιχείων στον τουριστικό τομέα. Οι πιο βασικές είναι οι οικονομικές επιπτώσεις που σε πολλές περιπτώσεις έχουν αρνητικό πρόσημο. Αυτό συμβαίνει γιατί παρατηρείται ακανόνιστο ετήσιο εισόδημα, χαμηλή κεφαλαιακή απόδοση, υψηλός επενδυτικός κίνδυνος, δυσκολίες στη διαχείριση των πάγιων εξόδων, έλλειψη ζήτησης την περίοδο της αιχμής, χωρητικότητα η οποία μένει ανεκμετάλλευτη την περίοδο που δεν υπάρχει η εποχικότητα (Higman & Hitch, 2002, Kizielewicz & Lucovic, 2015). Μεταξύ των οικονομικών παραγόντων συγκαταλέγονται και οι άνθρωποι παράγοντες, μα επειδή αποτελούν κομβικό κεφάλαιο συζητούνται μεμονωμένα. Είναι ιδιαίτερα κρίσιμοι για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, συχνά μένουν μετέωροι λόγω της εποχικής εργασίας και της μερικής απασχόλησης, στοιχίζουν στους οργανισμούς λόγω αυτής της εναλλαγής, δημιουργούν στους υπαλλήλους άγχος, ανασφάλεια, χαμηλό ηθικό, ενώ επηρεάζουν σημαντικά το πλεόνασμα του οργανισμού.

Οι επιδράσεις εκτός από οικονομικές (που είναι και η εύλογη κατηγορία) είναι και οικολογικές και κοινωνικοπολιτισμικές.

Όσον αφορά την οικολογική διάσταση, παρατηρούνται περιβαλλοντική συμφόρηση, εκτεταμένος θόρυβος και ρύπανση, με τις διαστάσεις να είναι άμεσα συνδεδεμένες με τους ανθρώπους που μετακινούνται και τους τουρίστες.

Από την άλλη οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις εμπεριέχουν αυξημένη συμφόρηση, κίνδυνο διάπραξης ανεπιθύμητων συμβάντων, αυξημένο αριθμό τροχαίων, αρνητική επίδραση στον τρόπο διαβίωσης των ντόπιων, έλλειψη κοινωνικού κεφαλαίου και χαμηλότερη ποιότητα ζωής ειδικά λόγω των μετακινήσεων των νέων ανθρώπων οι οποίοι αναζητούν άλλες διεξόδους σε σχέση με τον τουριστικό κλάδο.

2.5. Οι συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά εργαζόμενων στον τουριστικό κλάδο

Μιας και ο κινητήριος μοχλός του τουριστικού κλάδου είναι το ανθρώπινο δυναμικό, είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι συνθήκες που βιώνουν στην εργασία τους οι εργαζόμενοι (κυρίως οι εποχιακά εργαζόμενοι) να είναι τέτοιες που τους επιτρέπουν να εργαστούν σωστά, παρέχοντας τις υπηρεσίες τους σε συνθήκες πίεσης και άγχους.

Αρχικά, η εργασία τους σε πολλές περιπτώσεις έχει συναισθηματική ένταση. Οι εργαζόμενοι καλούνται αρκετές φορές να αντιμετωπίσουν τη λεκτική επίθεση που δέχονται από τους πελάτες ωε εκείνοι που αποδέχονται τα παράπονα αυτών. Η λεκτική αυτή επίθεση πολλές φορές έχει υποτιμητικό και αγενή χαρακτήρα, ενώ διαφέρει σε ένταση, βαθμό και ποιότητα (Demerdash & Said, 2018). Παρ' όλη την αγενή συμπεριφορά του πελάτη, ο εργαζόμενος καλείται να τον αντιμετωπίσει με ευγένεια και να ανταποκριθεί στα παράπονα που του θέτει. Προκύπτει, όμως, έτσι μια συναισθηματική ανισότητα η οποία φέρει τον εργαζόμενο σε συναισθηματική φόρτιση και εντέλει εξάντληση η οποία έχει πολλαπλά, δυσμενή αποτελέσματα: ο εργαζόμενος περιορίζει την αυτοεκτίμησή του, βλάπτει τη σωματική του υγεία, χάνει την αποδοτικότητά του και την όρεξη για δουλειά σκεφτόμενος πολλές φορές ακόμη και να εγκαταλείψει τη θέση στην οποία απασχολείται (Demerdash & Said, 2018). Σε ακραίες περιπτώσεις ενδέχεται να οδηγείται κατάθλιψη, ακόμη και σε εκδικητική συμπεριφορά για όσα έχει βιώσει.

Υπάρχουν, βέβαια, και εργαζόμενοι οι οποίοι απασχολούνται στις θέσεις πρώτης γραμμής οι οποίες θεωρούνται θέσεις με μεγαλύτερη ποιότητα σε σχέση με άλλες. Εντούτοις, και στη δική τους περίπτωση αναφέρουν ζητήματα στην εργασία τους όπως είναι οι χαμηλότεροι μισθοί σε σχέση με ανάλογους σε άλλες εργασιακές θέσεις, τα ωράρια τα οποία πέρα από τον εξαντλητικό τους χαρακτήρα δε συνάδουν με όσα έχουν εξ αρχής

συμφωνηθεί, οι περιορισμένες δυνατότητες εξέλιξης (Guldetti et al., 2020). Μάλιστα, σε περίπτωση που κάποιος δεν μπορέσει να ανταπεξέλθει συναισθηματικά στην εργασιακή του κατάσταση είτε εκδηλώνει χαμηλή αφοσίωση σε αυτήν είτε φτάνει στο σημείο να την εγκαταλείψει (Pabel et al., 2022).

Έπειτα, βασική παράμετρος της τουριστικής απασχόλησης πρέπει να θεωρείται η αξιοπρεπής εργασία. Σύμφωνα με την Eurofound (2013) μία στις πέντε δουλειές που προσφέρονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι χαμηλής ποιότητας και προσφέρει περιορισμένη ευελιξία στον εργαζόμενο. Οι θέσεις εργασίας σε πολλές περιπτώσεις είναι μη – εξειδικευμένες και για αυτό το λόγο δεν παρέχουν κάποια εργασιακή δυνατότητα στον απασχολούμενο. Σχετίζονται με αντικοινωνικά ωράρια, χαμηλούς μισθούς, λιγότερες παροχές και συγκεκριμένα καθήκοντα. Έτσι, ο εργαζόμενος δε διαθέτει καμία δημιουργικότητα ή καινοτομία ενεργώντας αυτοματοποιημένα και αδυνατώντας να γίνει διαφορετικά προσαρμοστικός. Αυτή, όμως, η στάση του επιφέρει επιπτώσεις, αφού είναι ο συνδυασμός κρίκος επιχείρησης – καταναλωτή και έτσι θα πρέπει να είναι ευπροσάρμοστος σε όσα πρέπει να γίνουν (Stacey, 2015). Ο ίδιος ο Stacey επισημαίνει πως ο τουρισμός γίνεται ολοένα και πιο περίπλοκος με αποτέλεσμα σε κάποιες περιπτώσεις να μην είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες του.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός έχει θέσει Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης στην Ατζέντα του 2030 με κυρίαρχο την αξιοπρεπή εργασία η οποία οφείλει να είναι το κύριο μέλημα όλων όσων εμπλέκονται στον τουριστικό κλάδο. Οι ίδιοι οι εργαζόμενοι δεν διεκδικούν συλλογικά τα δικαιώματά τους λόγω της φύσης της εργασίας που καλούνται να διεκπεραιώσουν. Σε αυτό συνηγορεί η επισφαλής φύση της τουριστικής εργασίας η οποία δεν καθιστά τον εργαζόμενο αδύναμο απέναντι σε όποια αυθαίρετη συμπεριφορά περιορίζοντας τη δυνατότητά του να διαπραγματευτεί όλα όσα είναι απαραίτητα για τον ίδιο και τις εργασιακές συνθήκες του (Bluestein et al., 2016).

2.6. Η τουριστική εποχικότητα και η τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα

Ο τουρισμός στην Ελλάδα παρουσιάζει έντονη εποχικότητα όπως συμβαίνει σε πολλές μεσογειακές παράκτιες περιοχές (Krabokoukis & Polyzos, 2019). Άρα, υπάρχουν πολλές προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Σε πολλές περιφερειακές ενότητες παραδοσιακοί ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί όπως η Χαλκιδική και το Ηράκλειο θεωρούνται πια κορεσμένοι, ενώ και άλλοι νησιώτικοι προορισμοί έχουν δύσκολη προσβασιμότητα (κυρίως την περίοδο του χειμώνα), περιορισμένη τοπική αγορά και μεγάλη εξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες (Andriotis, 2005).

Επίσης, είναι σημαντικό να επισημανθεί πως η εποχικότητα του εσωτερικού τουρισμού είναι σε μεγάλο βαθμό μικρότερη από εκείνη του συνολικού, μέγεθος που επιδεινώνεται με την πάροδο των ετών. Όμως, η εποχικότητα του εισερχόμενου τουρισμού είναι σαφώς πιο έντονη από εκείνη των χωρών με τις οποίες υπάρχει ανταγωνισμός όπως για π.χ. η Ιταλία και η Ισπανία. Μάλιστα, χώρες με υψηλό αριθμό αφίξεων έχουν υψηλή εποχικότητα, ενώ χαμηλή εποχικότητα έχουν οι χώρες με μικρότερο αριθμό τουριστικών αφίξεων (όπως η Κίνα).

Για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο της εποχικότητας έχουν γίνει κάποιες σχετικές προτάσεις (ΙΤΕΠ, 2014). Σε αυτές συμπεριλαμβάνονται τα εξής κομβικά σημεία:

- Η ενίσχυση των εναλλακτικών τουριστικών μορφών,
- Η προσέλκυση και άλλων κοινωνικών ομάδων οι οποίες δεν είναι οι κατ' εξοχήν μετακινούμενες ομάδες του καλοκαιριού όπως είναι οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας,
- Η προσέλκυση τουριστών που μετακινούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους όπως είναι όσοι προέρχονται από την Κίνα, τον Καναδά κλπ.,
- Η πραγματοποίηση Ειδικών Συμφωνιών Εποχικότητας οι οποίες θα συνάπτονται μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων τουριστικών φορέων ώστε να διαμορφωθεί ένα προϊόν ευρείας κατανάλωσης και όχι ένα αποκλειστικά καλοκαιρινό τουριστικό προϊόν.

Από την άλλη η εποχική απασχόληση στην Ελλάδα είναι εξίσου έντονη. Οι εργαζόμενοι, αν και συνάπτουν συμβάσεις διάρκειας μέχρι έξι μήνες αναλαμβάνοντας διαφορετικές θέσεις εργασίας στις οποίες καλύπτουν πολλές ώρες απασχόλησης, προτιμούν – ειδικά οι νεότεροι σε ηλικία εργαζόμενοι – να προβούν σε μια τέτοια επαγγελματική επιλογή.

Πολλές φορές, όμως, έρχονται αντιμέτωποι με δεδομένα που δεν τα περιμένουν. Τέτοια είναι:

- οι δύσκολες εργασιακές συνθήκες καθώς και οι συνθήκες διαμονής,
- η εργασιακή αβεβαιότητα και ο οικονομικός μετεωρισμός,
- το άγχος ως απόρροια της εργασιακής πίεσης,
- η αποδοχή απρεπών συμπεριφορών,
- η έλλειψη ελεύθερου, προσωπικού χρόνου,
- η περιορισμένη αποδοχή από τους υψηλά υφισταμένους και το κοινό (Γρέβιας, 2026).

Εντούτοις, η τουριστική απασχόληση εξακολουθεί να είναι ένας υψηλός οικονομικός δείκτης ο οποίος έχει βαρύνουσα σημασία για την Ελλάδα και για αυτό θα πρέπει να προσφέρει καλές αμοιβές και συνθήκες εργασίας και διαβίωσης στους απασχολούμενους, εκπαίδευση, κίνητρα για να γίνονται ολοένα και πιο αποδοτικοί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Η Χαλκιδική και ο τουρισμός της

Η Χαλκιδική είναι μακεδονική χερσόνησος η οποία αποτελεί την απόληξη της Κεντρικής Μακεδονίας στο Αιγαίο Πέλαγος. Στο νότιο τμήμα της σχηματίζονται τρεις επιμήκεις χερσόνησοι: της Κασάνδρας, της Σιθωνίας και του Άθω. Οι μεγαλύτερες της πόλεις είναι η Νέα Καλλικράτεια και τα Νέα Μουδανιά. Πρόκειται για μια πλούσια περιοχή τόσο γεωγραφικά όσο και από άποψη κοιτασμάτων, αφού αυτά τα κοιτάσματα δίνουν στους κατοίκους της την ευκαιρία να τα εκμεταλλευτούν και να μπορέσουν να έχουν οικονομικές προσόδους. Το υπέδαφός της, πλούσιο, είναι γνωστό για τις εξορύξεις του. Η Χαλκιδική είναι μια αμιγώς τουριστική περιοχή που συγκεντρώνει ένα μεγάλο μέρος των τουριστικών περιηγητών κάθε χρόνο.

3.1. Ο πολιτισμός στη Χαλκιδική

Ο τουρισμός στη Χαλκιδική είναι ποικίλος με βασικές εκφάνσεις του τον πολιτισμικό τουρισμό. Ειδικότερα, ο επισκέπτης στη Χαλκιδική έχει τη δυνατότητα να επισκεφτεί τον αρχαιολογικό χώρο των Αρχαίων Σταγείρων, της γενέτειρας του Αριστοτέλη, του σπουδαίου αυτού φιλοσόφου και δασκάλου του Μεγάλου Αλεξάνδρου, μα και το άλσος του Αριστοτέλη, του θεματικού πάρκου το οποίο περιλαμβάνει πρωτότυπα διαδραστικά πειραματικά όργανα και εργαλεία σχετικά με το έργο του φιλοσόφου μέσα σε ένα υπέροχο φυσικό περιβάλλον (INSETE, 2014 – 2020).

Επίσης, υπάρχει ο αρχαιολογικός χώρος της Ολύνθου, της πόλης που δημιουργήθηκε με βάση το Ιπποδάμειο πολεοδομικό σύστημα, το σπήλαιο των Πετραλώνων που χαρακτηρίζεται από φυσική ομορφιά και έντονο ανθρωπολογικό και παλαιοντολογικό ενδιαφέρον, όπως και αρχαία ιερά, πύργοι, μνημεία, μοναστήρια, μουσεία.

Δε θα μπορούσε να παραλειφθεί το Άγιο Όρος που συνδυάζει τον πολιτιστικό με τον θρησκευτικό χαρακτήρα: πρόκειται για τη μεγαλύτερη και σπουδαιότερη μοναστική πολιτεία του Ορθόδοξου Χριστιανισμού και ο δεύτερος πιο σημαντικός προσκυνηματικός τόπος (INSETE, 2014 – 2020)..

Τα καλοκαίρια στη Χαλκιδική είναι πολλές οι εκδηλώσεις, τα πανηγύρια και τα φεστιβάλ που διεξάγονται όπως το Φεστιβάλ της Κασσάνδρας.

Όλα τα παραπάνω προς το παρόν έχουν περιορισμένη αξιοποίηση και απήχηση (πλην του Αγίου Όρους) παραγκωνίζοντας τη διεθνή φήμη και την αναγνωσιμότητα που θα μπορούσαν να έχουν.

3.2. Οι συγκοινωνίες στη Χαλκιδική

Η συνδεσιμότητα και η προσβασιμότητα στη Χαλκιδική γίνονται με διάφορα μέσα, αεροπορικά και οδικά. Αεροπορικά υπάρχει εγγύτητα με το διεθνές Αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης μέσω του οποίου πραγματοποιούνται διεθνείς αφίξεις. Σύμφωνα, μάλιστα, με τα στοιχεία της Fraport Greece, οι αφίξεις εσωτερικού και εξωτερικού στη Θεσσαλονίκη έχουν σημειώσει άνοδο το 2025 έναντι του 2024, γεγονός που προφανώς ευνοεί τις αφίξεις και στη Χαλκιδική που είναι ένας από τους δημοφιλείς συνδυασμούς προορισμούς με τη συμπρωτεύουσα. Οδικά υπάρχει πρόσβαση μέσω της εθνικής οδού Αθήνας – Θεσσαλονίκης – Ευζώνων, της Εγνατίας Οδού και αυτοκινητοδρόμων (INSETE, 2014 – 2020).

Παρ' όλα αυτά τα μέσα, παρατηρούνται αδυναμίες στην ενδοπεριφερειακή συνδεσιμότητα και στις δημόσιες συγκοινωνίες, αφού υφίσταται μικρός αριθμός και συχνότητα δρομολογίων καθώς και περιορισμένη χωρητικότητα.

Επίσης, απουσιάζει η ακτοπλοϊκή και σιδηροδρομική συνδεσιμότητα που θα μπορούσε να ευνοήσει και άλλο τα δεδομένα των περιοχής.

3.3. Τα ξενοδοχεία – καταλύματα της Χαλκιδικής

Η Χαλκιδική προσφέρει στους επισκέπτες της ένα μεγάλο αριθμό ξενοδοχείων και καταλυμάτων που μπορούν να καλύψουν όποια επιλογή. Στις τρεις χερσονήσους της ο επισκέπτης βρίσκει από πεντάστερα ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν όλες τις ανέσεις και ένα πλήθος υπηρεσιών μέχρι οικονομικά στούντιο και παραδοσιακούς ξενώνες για εκείνον που θέλει να διατηρεί την επαφή με την παράδοση του τόπου.

Ενδεικτικά, στα μεγάλα ξενοδοχεία των πολλών παροχών, όπου συνήθως ισχύει το πακέτο all inclusive (στην τιμή διαμονής περιλαμβάνονται γεύματα και υπηρεσίες) ανήκουν το Sani Resort στην Κασσάνδρα και το Blue Lagoon στις Καλύβες Πολυγύρου.

Ξενοδοχείο σε γραφικά μέρη είναι το Rigas Boutique Hotel & Spa στην Άφυτο, ενώ υπάρχουν και πολλά οικονομικά studios ή μικρά ξενοδοχεία ή πανσιόν για εκείνους που απλά θέλουν ένα κατάλυμα για τον ύπνο τους χωρίς πρόσθετες ανέσεις.

Σύμφωνα με τα στατιστικά του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου για το έτος 2024 η Χαλκιδική διαθέτει:

- 44 μονάδες πέντε αστέρων με 7224 δωμάτια και 15821 κλίνες,
- 60 μονάδες τεσσάρων αστέρων με 5664 δωμάτια και 15821 κλίνες,
- 109 μονάδες τριών αστέρων με 4380 δωμάτια και 8893 κλίνες,
- 132 μονάδες δύο αστέρων με 3339 δωμάτια και 6563 κλίνες,
- 151 μονάδες ενός αστεριού με 3304 δωμάτια και 6394 κλίνες.

Έτσι, συνοψίζοντας οι μονάδες ανέρχονται σε 496, τα δωμάτια σε 23911 και οι κλίνες σε 49069. Συγκρίνοντας αυτά τα νούμερα με τα αντίστοιχα της Περιφέρειας της Κεντρικής Μακεδονίας η Χαλκιδική βρίσκεται στην πρώτη θέση της κατάταξης του ξενοδοχειακού δυναμικού με μεγάλη απόκλιση από τη δεύτερη Πιερία. Ακολουθούν η Θεσσαλονίκη, η Πέλλα, οι Σέρρες, η Ημαθία και το Κιλκίς.

Μάλιστα, είναι σημαντικό να επισημανθεί πως αν κάποιος επισκεφθεί την επίσημη ιστοσελίδα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου των Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, μπορεί να βρει μεταξύ άλλων αναρτημένη μελέτη για την Κεντρική Μακεδονία. Μέσω αυτής, οι παρατηρήσεις που αφορούν τη Χαλκιδική είναι:

- Από το 2010 έως το 2012 η Χαλκιδική – σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα – κράτησε σχεδόν σταθερό τον αριθμό των διαθέσιμων κλινών,
- Από το 2013 έως το 2017 μείωσε – όχι αισθητά – τις διαθέσιμες κλίνες της,
- Τα έτη 2018 – 2019 τις αύξησε επιστρέφοντας στα μεγάλα νούμερα διαθέσιμων κλινών του διαστήματος 2010 – 2012.

 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ 							
2025							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΜΑΘΙΑΣ	Μονάδες		4	19	5		28
	Δωμάτια		100	365	160		625
	Κλίνες		207	799	308		1.314
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	Μονάδες	21	37	46	19	27	150
	Δωμάτια	2.445	2.374	2.380	664	687	8.550
	Κλίνες	4.657	4.416	4.632	1.261	1.455	16.421
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΙΛΚΙΣ	Μονάδες		1	8	3	2	14
	Δωμάτια		40	210	125	36	411
	Κλίνες		70	433	372	86	961
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΛΛΑΣ	Μονάδες		10	27	15	11	63
	Δωμάτια		285	571	264	192	1.312
	Κλίνες		590	1.223	591	402	2.806
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	Μονάδες	4	25	78	104	124	335
	Δωμάτια	598	1.418	2.105	2.699	2.469	9.289
	Κλίνες	1.250	3.149	4.391	5.461	5.057	19.308
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΕΡΡΩΝ	Μονάδες		5	20	5	1	31
	Δωμάτια		290	565	131	4	990
	Κλίνες		689	1.099	248	9	2.045
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	Μονάδες	45	58	106	134	151	494
	Δωμάτια	7.330	5.641	4.331	3.459	3.254	24.015
	Κλίνες	15.997	11.378	8.879	6.816	6.273	49.343
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	70	140	304	285	316	1.115
	Δωμάτια	10.373	10.148	10.527	7.502	6.642	45.192
	Κλίνες	21.904	20.499	21.456	15.057	13.282	92.198

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

3.4. Αφίξεις – εθνικότητες στη Χαλκιδική

Οι αφίξεις και οι εθνικότητες που επισκέπτονται τη Χαλκιδική είναι πολλές και όπως έχει παρατηρηθεί στις περισσότερες περιπτώσεις αυξάνονται. Σύμφωνα με τον Τουριστικό Οδηγό Χαλκιδικής (ΤΟΧ) (2025):

«-Οι αφίξεις από την Αγγλία και γενικότερα το Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκαν κατά +15%, υπογραμμίζοντας τη σταθερή απήχηση της Χαλκιδικής στην αγγλική αγορά. Πρόκειται για 5,4 εκατομμύρια αεροπορικές αφίξεις.

-Ποσοστιαία αύξηση κατά 6% καταγράφουν οι αφίξεις από την Ολλανδία, με τις εκτιμήσεις να δείχνουν περαιτέρω ανάπτυξη.

-Η αγορά του Βελγίου παρουσιάζει εντυπωσιακή ανάπτυξη. Υπάρχει αύξηση στις αφίξεις Βέλγων επισκεπτών κατά +25%. Σύμφωνα με τον ΟΤΧ, αυτή η ανοδική πορεία ενισχύεται από τη δεύτερη συνεχόμενη χρονιά που υπάρχουν απευθείας πτήσεις με την Transavia, οι οποίες συνδέουν τη Θεσσαλονίκη με τις Βρυξέλες.

-Σημαντική αύξηση κατά 45% καταγράφουν οι αφίξεις από τη Σουηδία, με την SUNWEB να διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη αυτή, καθιστώντας τη Σουηδία μια από τις πιο δυναμικές αγορές για τη Χαλκιδική. Οι Σουηδοί που φτάνουν στη Θεσσαλονίκη είναι περίπου 15000 έως 25000 και ένα μέρος από αυτούς (κάτω από 15000) καταλήγει στη Χαλκιδική.

-Μέχρι το 2024, οι επισκέπτες από τη Σουηδία ήταν μεμονωμένοι και αριθμητικά λίγοι. Αντίστοιχα αλλά σε μικρότερη κλίμακα, βρίσκεται η Δανία όπου η SUNWEB ξεκινάει φέτος ένα μικρό πρόγραμμα με σκοπό να το μεγαλώσει από το 2026.

-Η Γερμανική αγορά μια από τις παραδοσιακές που στηρίζουν τουριστικά την Χαλκιδική καταγράφει μείωση της τάξης του 5%-7% στις αφίξεις. Ωστόσο, στην γενική εικόνα η Γερμανία παραμένει μια από τις πιο σημαντικές αγορές για τη Χαλκιδική, με στρατηγικές ενέργειες να βρίσκονται σε εξέλιξη.

-Οι αφίξεις Πολωνών δείχνουν μια μικρή πτώση -5%. Ταυτόχρονα όμως η αγορά αυτή μπορεί να ανακάμψει καθώς αναμένεται ενίσχυση της αεροπορικής συνδεσιμότητας. Οι Πολωνικές αερογραμμές LOT εισάγουν απευθείας πτήση από Βαρσοβία στο αεροδρόμιο «Μακεδονία» τον Ιούνιο.»

Επίσης, έχουν αυξηθεί οι πτήσεις από την Ιταλία προς τη Θεσσαλονίκη (2025: 135000, 2026: 164866), γεγονός που ευνοεί και την επισκεψιμότητα στη Χαλκιδική, ενώ με την επέκταση της ελεύθερης ζώνης κυκλοφορίας Σένγκεν θα αυξηθούν τα ποσοστά επισκεπτών από τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία.

Τα πιο αξιόπιστα και συγκρίσιμα στοιχεία για τη Χαλκιδική προέρχονται από το Παρατηρητήριο Τουρισμού του ΙΝΣΕΤΕ και την ΕΛΣΤΑΤ. Ωστόσο, τα πλήρη στοιχεία αφίξεων και διανυκτερεύσεων σε επίπεδο Περιφερειακής Ενότητας δεν δημοσιεύονται πάντα σε ετήσια μορφή από την ΕΛΣΤΑΤ.

Από τα διαθέσιμα στοιχεία της Χαλκιδικής προκύπτει η ακόλουθη εικόνα:

Έτος	Αφίξεις επισκεπτών*	Διανυκτερεύσεις*
2019	~1,55 εκατ.	~10,8 εκατ.
2020	~0,45 εκατ.	~3,6 εκατ.
2021	~0,95 εκατ.	~7,0 εκατ.

Έτος	Αφίξεις επισκεπτών*	Διανυκτερεύσεις*
2022	~1,40 εκατ.	~9,8 εκατ.
2023	~1,60 εκατ.	~11,0 εκατ.
2024 (εκτίμηση βάσει περιφερειακών στοιχείων)	~1,70 εκατ.	~11,5–11,7 εκατ.

*Ξενοδοχεία, κάμπινγκ και ενοικιαζόμενα δωμάτια

Μελετώντας κανείς τα παραπάνω στοιχεία καταλήγει σε κάποια ιδιαίτερα συμπεράσματα. Αρχικά, φαίνεται πως η Χαλκιδική έχει επανέλθει στα επίπεδα του 2019 τα οποία μάλιστα έχει ξεπεράσει. Οι διανυκτερεύσεις στα καταλύματά της αφορούν αλλοδαπούς επισκέπτες με το ποσοστό να είναι συντριπτικό, 85%. Κύριες περιοχές προέλευσης των τουριστών είναι η Σερβία, η Βουλγαρία, η Ρουμανία, η Γερμανία και η Βόρεια Μακεδονία. Τέλος, αξιοσημείωτη είναι η μέση διάρκεια παραμονής στη Χαλκιδική οποία παραμένει από τις υψηλότερες στην Ελλάδα (περίπου 6,5–7 διανυκτερεύσεις ανά άφιξη), γεγονός που εξηγεί γιατί η περιοχή καταγράφει δυσανάλογα μεγάλο αριθμό διανυκτερεύσεων σε σχέση με τις αφίξεις.

Το 2024, η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης κατέγραψε 1,44 εκ. επισκέψεις, έναντι 1,28 εκ το 2023, σημειώνοντας αύξηση +12,7% (Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, 2025).

Σε ό,τι αφορά τα στοιχεία ανά εθνικότητα των επισκεπτών για τη Χαλκιδική, αυτά υπάρχουν, αλλά όχι συνήθως σε επίπεδο «ξενοδοχειακών αφίξεων». Τα πιο αναλυτικά στοιχεία προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζα της Ελλάδος και επεξεργάζονται από το ΙΝΣΕΤΕ, το οποίο δημοσιεύει αφίξεις, διανυκτερεύσεις και εισπράξεις αλλοδαπών ανά Περιφέρεια και χώρα προέλευσης.¹

Για τη Χαλκιδική (που αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος του παραθεριστικού τουρισμού της Κεντρικής Μακεδονίας), οι κυριότερες αγορές των τελευταίων ετών είναι σταθερά:

Κατάταξη 2019	2022	2023	2024*
1 Σερβία	Σερβία	Σερβία	Σερβία
2 Βουλγαρία	Ρουμανία	Ρουμανία	Ρουμανία

¹ <https://transition-pathways.europa.eu/>

Κατάταξη 2019	2022	2023	2024*
3 Ρουμανία	Βουλγαρία	Βουλγαρία	Βουλγαρία
4 Βόρεια Μακεδονία	Βόρεια Μακεδονία	Βόρεια Μακεδονία	Βόρεια Μακεδονία
5 Γερμανία	Γερμανία	Γερμανία	Γερμανία
6 Πολωνία	Πολωνία	Πολωνία	Πολωνία

*με βάση τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα περιφερειακά στοιχεία.

1 Ενδεικτική κατανομή αλλοδαπών επισκεπτών στη Χαλκιδική

Χώρα	Μερίδιο επισκεπτών
Σερβία	20–25%
Ρουμανία	15–20%
Βουλγαρία	15–18%
Βόρεια Μακεδονία	8–12%
Γερμανία	6–10%
Πολωνία	4–6%
Λοιπές χώρες	20–25%

Οι βαλκανικές αγορές αντιπροσωπεύουν πάνω από το 60% της διεθνούς ζήτησης της Χαλκιδικής, γεγονός που διαφοροποιεί σημαντικά την περιοχή από προορισμούς όπως η Κρήτη ή το Νότιο Αιγαίο, όπου κυριαρχούν οι αγορές της Δυτικής Ευρώπης.²

Επίσης, στοιχεία της Ένωσης Ξενοδοχείων Χαλκιδικής για το Πάσχα 2024 έδειξαν ότι οι Ρουμάνοι ήταν η πολυπληθέστερη εθνικότητα, ακολουθούμενοι από Βούλγαρους και Σέρβους, επιβεβαιώνοντας την κυριαρχία των γειτονικών βαλκανικών αγορών (News.Gr,2024).

Στοιχεία για τις διανυκτερεύσεις σε Airbnb και γενικά στη βραχυχρόνια μίσθωση είναι πιο δύσκολο να βρεθούν σε επίπεδο Χαλκιδικής από ό,τι τα ξενοδοχειακά στοιχεία. Τα τελευταία χρόνια η πιο αξιόπιστη πηγή είναι η Eurostat, η οποία συλλέγει δεδομένα απευθείας από πλατφόρμες όπως η Airbnb, η Booking, η Expedia και η Tripadvisor.

² transition-pathways.europa.eu

Για τη Χαλκιδική υπάρχουν κυρίως διαθέσιμα στοιχεία για:

- αριθμό ενεργών καταλυμάτων,
- αριθμό διαθέσιμων κλινών,
- πληρότητα,
- εκτιμώμενες διανυκτερεύσεις βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Οι πιο πρόσφατες εκτιμήσεις δείχνουν ότι:

Έτος Εκτιμώμενες διανυκτερεύσεις βραχυχρόνιας μίσθωσης

2019 ~1,8–2,0 εκατ.

2020 ~0,8 εκατ.

2021 ~1,3 εκατ.

2022 ~2,3 εκατ.

2023 ~2,8–3,1 εκατ.

2024 ~3,2–3,5 εκατ.

Οι διανυκτερεύσεις αυτές αντιστοιχούν περίπου στο 20–25% του συνόλου των τουριστικών διανυκτερεύσεων της Χαλκιδικής, ποσοστό που αυξάνεται συνεχώς. Η βραχυχρόνια μίσθωση είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη σε:

- Κασσάνδρα
- Σιθωνία
- Νέα Προποντίδα

Επιπλέον, η Airbnb εμφανίζει σήμερα περίπου 8.800 ενεργά καταλύματα στη Χαλκιδική, γεγονός που δείχνει το μέγεθος της αγοράς βραχυχρόνιας μίσθωσης στην περιοχή.

Ακόμη ένα ιδιαίτερο στοιχείο είναι η μελέτη των αριθμών της Fraport εστιάζοντας στους πιο πρόσφατους, αυτούς του 2025. Η Θεσσαλονίκη παρουσιάζει τις περισσότερες αεροπορικές αφίξεις και ταξιδιώτες και με άνοδο μάλιστα σε σχέση με το έτος 2024: 2.546.096 ταξιδιώτες έναντι 2.433.486 το 2024 και 23.023 αεροπορικές πτήσεις σε σχέση με 22.553 το 2024 (Fraport, 2025).

Εν κατακλείδι, και συνοψίζοντας βάσει και των επίσημων στοιχείων του INSETTE (2025) την Κεντρική Μακεδονία και κατ' επέκταση τη Χαλκιδική επισκέπτονται τουρίστες από τη Σερβία, τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία, τη Βόρεια Μακεδονία, τη Γερμανία, την Πολωνία κ.α. τονώντας συνεχώς τον τουριστικό της κλάδο.

3.5. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Χαλκιδική

Η Χαλκιδική βρίσκεται αντιμέτωπη πια με μια μεγάλη πρόκληση στον εργασιακό τομέα η οποία αν δεν αντιμετωπιστεί θα απειλήσει άμεσα τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των επιχειρήσεών της. Η περιοχή δέχεται μεγάλη πίεση εξαιτίας της εποχικότητας από την οποία χαρακτηρίζεται, την κυρίαρχη θέση που έχει ο τουρισμός, την έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού και την αδυναμία σύνδεσης μεταξύ εκπαίδευσης και παραγωγής (Τάγκα, 2026).

Η Χαλκιδική παρουσιάζει έντονο έλλειμμα ανθρώπινου δυναμικού, μα και δομικές δυσκολίες, αφού δεν υπάρχουν υποψήφιοι εργαζόμενοι που να είναι σε θέση να καλύψουν τις πολυάριθμες θέσεις που υπάρχουν. Το πρόβλημα μοιάζει να σχετίζεται με την έλλειψη δεξιοτήτων που έχουν αρκετοί υποψήφιοι εργαζόμενοι, αν και οι επιχειρηματίες είναι διατεθειμένοι να κάνουν όσα περνούν από τα χέρια τους για να μπορέσουν να εξοπλίσουν τις επιχειρήσεις τους και να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της νέας σεζόν.

Σύμφωνα, λοιπόν, με το Βαρόμετρο της Οικονομίας του Επιμελητηρίου της Χαλκιδικής, η σημαντικότερη απειλή για τη σεζόν που έρχεται (2026) σχετίζεται με την ακρίβεια (38,9%), τις ελλείψεις σε βασικές υποδομές (18,5%), την έλλειψη κατάλληλου προσωπικού (14,8%) και τις ανεξέλεγκτες βραχυχρόνιες μισθώσεις (13%). Μικρότερα ποσοστά καταγράφονται για τις καιρικές συνθήκες, το διεθνή ανταγωνισμό και την περιβαλλοντική επιβάρυνση.

Επίσης, είναι σημαντικό να επισημανθεί πως στη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών υπάρχει πρόβλημα με το νερό είτε λόγω συχνών διακοπών του είτε λόγω ανεπάρκειας ικανοποιητικών δικτύων άρδευσης (Θεριού, 2025), τις αποχετεύσεις, την έλλειψη διάφορων υποδομών, μιας και οι υπάρχουσες δεν είναι σε θέση να καλύψουν τις ανάγκες που έχουν ανακύψει. Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά το νερό και τη λειψυδρία που είναι ιδιαίτερα έντονη έχει γίνει συζήτηση σχετικά με την υλοποίηση ενός πρότζεκτ ύψους 160 εκατομμυρίων ευρώ το οποίο θα αναλάβει η Εταιρεία Ύδρευσης Αποχέτευσης Θεσσαλονίκης και το οποίο θα ξεκινήσει το 2027. Ταυτόχρονα, ξεκινά και σχετική μελέτη για την αφαλάτωση η οποία θα περιλαμβάνει παρεμβάσεις σε δίκτυα, αντλιοστάσια, εγκαταστάσεις βιολογικών καθαρισμών με στόχο η ευρύτερη περιοχή της Χαλκιδικής να

επιλύσει όσο το δυνατόν γρηγορότερα το ζήτημα της εξασφάλισης των ποσοτήτων νερού που χρειάζεται (Μητράκης, 2026).

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η επιβάρυνση του τόπου τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω του υπερτουρισμού, γεγονός που ωθεί στην αλλοίωση του τόπου και στη δημιουργία μιας πλήρους αντιφατικής εικόνας σε σχέση με τη χειμερινή περίοδο στην οποία οι ντόπιοι κάνουν λόγο για περιορισμένη κίνηση και οικονομικές προσόδους που τους δημιουργούν προβληματισμό. Τα νούμερα είναι αδιάψευστοι μάρτυρες: το χειμώνα οι κάτοικοι είναι περίπου 120000, ενώ το καλοκαίρι ξεπερνούν το 1000000, γεγονός που λειτουργεί πιεστικά τόσο για τις υποδομές όσο και για τα συστήματα άρδευσης και αποχέτευσης. Αναμφίβολα ο υπερτουρισμός οδηγεί σε αύξηση των σκουπιδιών, ενώ πολλές είναι οι αναφορές για μαζικό τουρισμό που είναι υπαίτιος όλων αυτών των ζητημάτων και όχι ποιοτικό τουρισμό που θα προάγει τον τόπο (Έθνος, 2024).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Μεθοδολογία της έρευνας

4.1. Ερευνητικός σκοπός

Ο ερευνητικός σκοπός αποτελεί το βασικό έρεισμα στη διεξαγωγή μιας έρευνας, αφού θέτει εξ αρχής το βασικό ζήτημα που είναι υπό εξέταση. Σκοπός της συγκεκριμένης πιλοτικής έρευνας είναι η διερεύνηση των συνθηκών εργασίας και διαβίωσης των εποχικά απασχολούμενων εργαζομένων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής και η ανάλυση της επίδρασης αυτών των συνθηκών στην εργασιακή ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων.

4.2. Ερευνητικά ερωτήματα

Το ερευνητικό ερώτημα είναι μια σαφής δήλωση, υπό ερωτηματική μορφή, η οποία προσδιορίζει τις επιδιώξεις του ερευνητή σχετικά με όσα θέλει να ανακαλύψει (Bryman, 2017). Το ερευνητικό ερώτημα είναι καθοριστικό, αφού η επιρροή του είναι διττή, τόσο για το ερευνητικό πεδίο που επιθυμεί να καλύψει όσο και για τον τρόπο με τον οποίο θα εκπονηθεί η σχετική έρευνα. Έτσι, ορίζει τον τρόπο αναζήτησης της βιβλιογραφίας, ωθεί στη λήψη των αποφάσεων σχετικά με το ερευνητικό σχέδιο που θα εφαρμοστεί, τα δεδομένα που θα συλλεχθούν, την πηγή προέλευσής τους, τον τρόπο ανάλυσής τους και την αναλυτική περιγραφή τους, αποτρέπει από αποκλίσεις και εστιάζει στο ερευνητικό στίγμα το οποίο παρουσιάζει στον αναγνώστη (Bryman, 2017).

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας πιλοτικής έρευνας είναι:

- A. Πώς αντιλαμβάνονται τις συνθήκες εργασίας τους οι εποχικά εργαζόμενοι;
- B. Πώς αντιλαμβάνονται τις συνθήκες διαβίωσής τους οι εποχικά εργαζόμενοι;
- Γ. Πώς λειτουργεί η εργασιακή ικανοποίηση για τους εποχικά εργαζόμενους;
- Δ. Πώς αντιλαμβάνονται την αποτελεσματικότητα – εργασιακή απόδοση οι εποχικά εργαζόμενοι;
- E. Ποιες οι αντιλήψεις των εποχικά εργαζόμενων για τη σταθερότητα του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία;

4.3. Στρατηγική της έρευνας

Η ερευνητική στρατηγική αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο ο ερευνητής θα εκπονήσει την έρευνά του σε σχέση με το ερευνητικό δείγμα που τον αφορά. Η συλλογή του δείγματος ενδέχεται να γίνει βάσει πιθανοτικής ή μη πιθανοτικής δειγματοληψίας. Πιθανοτική δειγματοληψία είναι το δείγμα που επιλέγεται τυχαία και η πιθανότητα επιλογής κάθε πληθυσμιακής μονάδας ανάλυσης είναι γνωστή (Bryman, 2017). Μη πιθανοτική δειγματοληψία είναι η επιλογή του δείγματος που δε γίνεται τυχαία κι έτσι κάποιες πληθυσμιακές μονάδες έχουν περισσότερες πιθανότητες να επιλεγούν. Στην παρούσα πιλοτική έρευνα επιλέχθηκε η μη πιθανοτική δειγματοληψία με τον υποφαινόμενο να έχει εύκολη πρόσβαση στο δείγμα, αφού ζει στον ίδιο τόπο με αυτό και αποτελεί κατ' επέκταση μέρος του αντίστοιχου εργασιακού χώρου.

4. 4. Πληθυσμός – Δείγμα

Ερευνητικός πληθυσμός είναι ένα σύνολο όμοιων μονάδων από τις οποίες επιλέγεται το δείγμα. Στις έρευνες αυτές οι μονάδες είναι οι συμμετέχοντες άνθρωποι. Ερευνητικό δείγμα είναι το πληθυσμιακό μέρος – υποσύνολο που πρέπει να διερευνηθεί. Πληθυσμός της έρευνας ήταν οι εποχικά απασχολούμενοι εργαζόμενοι στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής τα οποία είναι 500 ενεργές ξενοδοχειακές μονάδες με 49000 κλίνες. Το δείγμα περιελάμβανε εκατό εποχικά εργαζόμενους σε εβδομήντα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής.

4.5. Εργαλείο συλλογής δεδομένων

Προκειμένου να διεξαχθεί μια έρευνα είναι απαραίτητο να επιλεγεί ένα κατάλληλο μέσο συλλογής δεδομένων γιατί με αυτόν τον τρόπο θα προκύψουν τα αποτελέσματα που θα τεθούν υπό συζήτηση. Η έρευνα μπορεί να μεταχειριστεί ένα πλήθος τέτοιων εργαλείων ανάλογα το σκοπό της.

Το ερωτηματολόγιο ατομικής συμπλήρωσης ήταν το εργαλείο συλλογής δεδομένων της πιλοτικής έρευνας. Το ερωτηματολόγιο χορηγήθηκε μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στους ενδιαφερόμενους συμμετέχοντες και επιλέχθηκε γιατί πληροί τις ερευνητικές απαιτήσεις: δεν είχε κόστος για τον συνεντεύκτη, η εφαρμογή του έγινε με άμεσο και γρήγορο τρόπο, οι συμμετέχοντες μπορούσαν να το συμπληρώσουν με ευχέρεια χωρίς να επηρεάζονται με οποιοδήποτε τρόπο από τον συνεντεύκτη (Bryman, 2017). Το ερωτηματολόγιο, αφού συντάχθηκε αρχικά βάσει των ερευνητικών ερωτημάτων, διαμορφώθηκε μέσω της εφαρμογής Google Forms και εστάλη στους συμμετέχοντες. Οι συμμετέχοντες αυτοί ήταν εργαζόμενοι – συνάδελφοι του υποφαίνοντα και ανταποκρίθηκαν άμεσα σε σχέση με τη συμμετοχή τους στην έρευνα. Πριν τη συμπλήρωσή του υπήρχε ενημερωτικό σημείωμα σχετικά με το σκοπό της έρευνας, τον τρόπο της συμπλήρωσής του και την εξασφάλιση της ανωνυμίας των δεδομένων των συμμετεχόντων αποκλειστικά για τους ακαδημαϊκούς σκοπούς. Επίσης, δινόταν η επιλογή της συναίνεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα. Η έρευνα διεξήχθη τον Ιανουάριο του 2026.

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από έξι ενότητες. Η πρώτη ενότητα αφορούσε τα αναλυτικά, δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Η δεύτερη ενότητα αφορούσε τις συνθήκες εργασίας και ειδικότερα το ωράριο, το φόρτο εργασίας, τα ρεπό και τις υπερωρίες. Η τρίτη ενότητα διερευνούσε τις συνθήκες διαβίωσης. Η τέταρτη ενότητα αφορούσε την εργασιακή ικανοποίηση, η πέμπτη την αποτελεσματικότητα – εργασιακή απόδοση και η έκτη την σταθερότητα του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία.

Όπως αναφερόταν στην αρχή του ερωτηματολογίου, στις ερωτήσεις κλειστού τύπου χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert, η οποία μέσω διαβαθμίσεων δήλωνε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας των συμμετεχόντων σχετικά με όσα έπρεπε να απαντήσουν. Η κλίμακα Likert μετρά πολλαπλούς δείκτες ή στοιχεία σχετικά με τη στάση που κρατούν οι συμμετέχοντες μιας έρευνας στο θέμα που εξετάζεται. Μέσω των απαντήσεων αποκαλύπτονται τα συναισθήματα κάθε συμμετέχοντα (Bryman, 2017). Κάθε συμμετέχοντας, όταν συμπλήρωνε το ερωτηματολόγιο, καταχωρούσε αυτόματα τις απαντήσεις του στην εφαρμογή Google Forms, η οποία τις συγκέντρωσε όλες σε ένα

υπολογιστικό φύλλο της εφαρμογής Excel. Αυτό το φύλλο ο υποφαινόμενος το χρησιμοποίησε για την ανάλυση των δεδομένων του μέσω του λογιστικού πακέτου SPSS.

4.6. Αξιοπιστία και εγκυρότητα

Σε κάθε έρευνα είναι σημαντικό να υπάρχει τόσο αξιοπιστία όσο και εγκυρότητα ώστε αυτή και τα αποτελέσματά της να έχουν καθολική αποδοχή. Η αξιοπιστία αφορά το βαθμό σταθερότητας της μέτρησης μιας έννοιας, ενώ η εγκυρότητα αφορά τη συζήτηση γύρω από την ακεραιότητα των ερευνητικών συμπερασμάτων (Bryman, 2017). Η αξιοπιστία της συγκεκριμένης πιλοτικής έρευνας προκύπτει από τη δυνατότητα επαναποστολής του ερωτηματολογίου στους συμμετέχοντες, ενώ η εγκυρότητα από τη χρήση του ερευνητικού εργαλείου, του ερωτηματολογίου, το οποίο έχει αξιοποιηθεί σε πολλές έρευνες και διαμορφώθηκε βάσει των στοιχείων της βιβλιογραφίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Αποτελέσματα της έρευνας

Τα δεδομένα που συνέλεξε το υπολογιστικό φύλλο Excel της Google Forms αναλύθηκαν με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου IBM SPSS Statistics 27. Πιο συγκεκριμένα, στους πίνακες που ακολουθούν εμφανίζεται η ανάλυση των συχνοτήτων των μεταβλητών της έρευνας. Ειδικότερα:

5.1. Συχνότητες δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων

Οι πρώτοι επτά πίνακες (A1 – A7) είναι αυτοί με τις συχνότητες των δημογραφικών στοιχείων. Στον Πίνακα A1 που ακολουθεί εμφανίζονται οι συχνότητες του φύλου των συμμετεχόντων. Το 31% των συμμετεχόντων των 70 ξενοδοχειακών μονάδων ήταν γυναίκες και το 69% άντρες, γεγονός που καταδεικνύει τη μεγαλύτερη συμμετοχή ανδρών στον εποχικό τουρισμό.

Επιλέξτε το φύλο σας :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	31	31,0	31,0	31,0
	Γυναίκα	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας A1 στατιστικών στοιχείων βάσει του φύλου των συμμετεχόντων

Στον επόμενο πίνακα (A2) που ακολουθεί εμφανίζονται οι συχνότητες της ηλικίας των συμμετεχόντων. 24% των συμμετεχόντων ήταν άτομα ηλικίας 18 – 25 ετών, 17% άτομα ηλικίας 26 – 35 ετών, 42% άτομα 36 – 45 ετών, 13% άτομα 46 – 55 ετών και 4% των συμμετεχόντων άτομα 56 ετών και άνω. Τα 2/3, λοιπόν, των συμμετεχόντων είναι από 18 έως 45 ετών, ηλικίες που είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν πιο εύκολα στις δύσκολες συνθήκες εργασίας που θα χρειαστεί να αντιμετωπίσουν.

Ποια είναι η ηλικία σας :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	24	24,0	24,0	24,0

«Χαμπέζος Γεώργιος», «Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»

26–35	17	17,0	17,0	41,0
36–45	42	42,0	42,0	83,0
46–55	13	13,0	13,0	96,0
56+	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας Α2 στατιστικών στοιχείων βάσει της ηλικίας των συμμετεχόντων

Στον πίνακα Α3 εμφανίζονται οι συχνότητες του μορφωτικού επιπέδου των συμμετεχόντων. 35% των συμμετεχόντων ήταν απόφοιτοι Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ), 18% των συμμετεχόντων απόφοιτοι της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, 31% των συμμετεχόντων απόφοιτοι της Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (ΙΕΚ/ Κολλέγιο), 14% των συμμετεχόντων κάτοχοι Μεταπτυχιακού τίτλου ή άλλου ανώτερου και 2% των συμμετεχόντων έχει ολοκληρώσει την Υποχρεωτική Εκπαίδευση. Τα ποσοστά αυτά φανερώνουν πως οι μισοί συμμετέχοντες έχουν ανώτατη μόρφωση και κατέχουν μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών.

Ποιο είναι το μορφωτικό επίπεδο σας :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανώτατη Εκπαίδευση (ΑΕΙ/ΤΕΙ)	35	35,0	35,0	35,0
	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Λύκειο)	18	18,0	18,0	53,0
	Μεταδευτεροβάθμια (ΙΕΚ – Κολλέγιο)	31	31,0	31,0	84,0
	Μεταπτυχιακό ή ανώτερο	14	14,0	14,0	98,0
	Υποχρεωτική Εκπαίδευση	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας Α3 στατιστικών στοιχείων βάσει του μορφωτικού επιπέδου των συμμετεχόντων

Οι συχνότητες για τα έτη προϋπηρεσίας στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι αυτές του πίνακα Α4. Δείχνουν ότι το 27% διέθετε προϋπηρεσία 1 – 3 έτη στον ξενοδοχειακό κλάδο, 21% ήταν οι συμμετέχοντες με προϋπηρεσία 4 - 8 έτη, 14% ήταν οι συμμετέχοντες με προϋπηρεσία 9 - 15 έτη, 26% οι συμμετέχοντες με προϋπηρεσία λιγότερη του ενός έτους

και 12% οι συμμετέχοντες με πάνω από 15 έτη. Η προϋπηρεσία, όπως αποδεικνύεται, ποικίλει.

Πόσα χρόνια προϋπηρεσίας έχετε στον ξενοδοχειακό κλάδο :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1–3 έτη	27	27,0	27,0	27,0
	4–8 έτη	21	21,0	21,0	48,0
	9–15 έτη	14	14,0	14,0	62,0
	Λιγότερο από 1 έτος	26	26,0	26,0	88,0
	Πάνω από 15 έτη	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας Α4 στατιστικών στοιχείων βάσει των ετών προϋπηρεσίας στον ξενοδοχειακό κλάδο

Οι συχνότητες της κατηγορίας του ξενοδοχείου (αστέρια) στα οποία εργάζονται ή εργάζονταν οι συμμετέχοντες είναι αυτές του πίνακα Α5. 2% των συμμετεχόντων αναφέρει 1- 2 αστέρια, 27% των συμμετεχόντων αναφέρει 3 αστέρια, 35% των συμμετεχόντων αναφέρει 4 αστέρια, 36% των συμμετεχόντων αναφέρει 5 αστέρια. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι απασχολούνται σε ξενοδοχειακές μονάδες με πολλά αστέρια κι έτσι η γνώμη τους είναι σημαντική για το βαθμό συσχέτισης ποιότητας – ικανοποίησης.

Σε ποια κατηγορία και μέγεθος ανήκει το ξενοδοχείο που εργάζεστε ή εργαστήκατε την τελευταία τουριστική περίοδο;:

Κατηγορία ξενοδοχείου (αστέρια):

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1–2 αστέρια	2	2,0	2,0	2,0
	3 αστέρια	27	27,0	27,0	29,0
	4 αστέρια	35	35,0	35,0	64,0
	5 αστέρια	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας Α5 στατιστικών στοιχείων βάσει της κατηγορίας του ξενοδοχείου στο οποίο εργάζονται ή εργάζονταν οι συμμετέχοντες

Ως προς το μέγεθος των ξενοδοχείων 27% των συμμετεχόντων ανέφερε εργασία σε μεγάλο ξενοδοχείο (151 – 300 δωματίων), 26% των συμμετεχόντων ανέφερε εργασία σε μεσαίο ξενοδοχείο (51 – 150 δωματίων), 37% των συμμετεχόντων ανέφερε εργασία σε μικρό ξενοδοχείο (έως 50 δωμάτια) και 10% των συμμετεχόντων ανέφερε εργασία σε πολύ μεγάλο ξενοδοχείο (άνω των 300 δωματίων).

**Σε ποια κατηγορία και μέγεθος ανήκει το ξενοδοχείο που εργάζεστε ή
εργαστήκατε την τελευταία τουριστική περίοδο; : Μέγεθος
ξενοδοχείου:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μεγάλο (151-300 δωμάτια)	27	27,0	27,0	27,0
	Μεσαίο (51–150 δωμάτια)	26	26,0	26,0	53,0
	Μικρό (έως 50 δωμάτια)	37	37,0	37,0	90,0
	Πολύ Μεγάλο (άνω των 300 δωματίων)	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πίνακας Α6 στατιστικών στοιχείων του μεγέθους του ξενοδοχείου στο οποίο εργάζονται ή
εργάζονταν οι συμμετέχοντες

Οι συχνότητες για τα χρόνια (σεζόν) εργασίας σε συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα αναφέρονται ως (Πίνακας Α7): 25% των συμμετεχόντων δήλωσε 1 έτος εργασίας, 2% των συμμετεχόντων δήλωσε 1 σεζόν εργασίας, 3% των συμμετεχόντων δήλωσε 10 έτη εργασίας, 1% δήλωσε 12 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 13 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 14 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 17 έτη εργασίας, 21% των συμμετεχόντων δήλωσε 2 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 2 σεζόν εργασίας, 13% των συμμετεχόντων δήλωσε 3 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 3 σεζόν εργασίας, 2% των συμμετεχόντων δήλωσε 3 μήνες εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 30 έτη εργασίας, 7% των συμμετεχόντων δήλωσε 4 έτη εργασίας, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 4 μήνες εργασίας, 9% των συμμετεχόντων δήλωσε 5 έτη εργασίας, 4% των συμμετεχόντων δήλωσε 7 έτη εργασίας, 4% των συμμετεχόντων δήλωσε, 1% των συμμετεχόντων δήλωσε 9 μήνες εργασίας και 1% των δήλωσε πως έχει εργαστεί σε τέσσερις διαφορετικές επιχειρήσεις με μία σεζόν σε

«Χαμπέζος Γεώργιος», «Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά
απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην
ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»

κάθε επιχείρηση. Οι συμμετέχοντες έχουν κατά κύριο λόγο λίγο καιρό που απασχολούνται στην ξενοδοχειακή μονάδα τους.

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 έτος	25,0	25,0	25,0
	1 σεζόν	2,0	2,0	24,0
	10	3,0	3,0	28,0
	12	1,0	1,0	29,0
	13 ετη	1,0	1,0	30,0
	14	1,0	1,0	31,0
	17	1,0	1,0	32,0
	2	21,0	21,0	20,0
	2 σεζον	1,0	1,0	52,0
	3	13,0	13,0	65,0
	3 μηνες	2,0	2,0	2,0
	3 σεζον	1,0	1,0	67,0
	30	1,0	1,0	68,0
	4	7,0	7,0	75,0
	4 μηνες	1,0	1,0	77,0
	5	9,0	9,0	84,0
	7	4,0	4,0	89,0
	9	4,0	4,0	92,0
	9 μήνες	1,0	1,0	94,0
	Έχω εργαστεί σε τέσσερις διαφορετικές επιχειρήσεις με μία σεζόν σε κάθε επιχείρηση	1,0	1,0	97,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Α7 βάσει των στατιστικών στοιχείων των ετών εργασίας σε συγκεκριμένη
ξενοδοχειακή μονάδα στην οποία εργάζονται ή εργάζονταν οι συμμετέχοντες

5.2. Συχνότητες Συνθήκων Εργασίας (Ωράριο, φόρτος εργασίας, ρεπό, υπερωρίες) των εποχικά εργαζομένων

Οι επόμενοι τέσσερις πίνακες συχνοτήτων αφορούν τις Συνθήκες Εργασίας (Ωράριο, φόρτος εργασίας, ρεπό, υπερωρίες) και απαντήθηκαν βάσει της κλίμακας Likert (Απαντήστε με 1 έως 5, όπου 1= Διαφωνώ απόλυτα, 2= Διαφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4= Συμφωνώ, 5= Συμφωνώ απόλυτα).

Στον Πίνακα B1 εμφανίζονται οι συχνότητες για την τήρηση του δηλωμένου ωραρίου στην πράξη. 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 27% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 17% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι μισοί συμμετέχοντες δείχνουν ικανοποιημένοι από την τήρηση του δηλωμένου ωραρίου.

1.Το δηλωμένο ωράριο τηρείται στην πράξη

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6,0	6,0	6,0
	2	19,0	19,0	25,0
	3	27,0	27,0	52,0
	4	31,0	31,0	83,0
	5	17,0	17,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας B1. Στατιστικά στοιχεία βάσει της τήρησης του δηλωμένου ωραρίου στην πράξη

Στον Πίνακα B2 εμφανίζονται οι συχνότητες για το βαθμό διαχείρισης του φόρτου εργασίας. 4% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 20% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 34% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 26% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 16% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Ο φόρτος εργασίας για το 42% είναι διαχειρίσιμος και μόλις το 4% είναι αυτό που πιστεύει πως αυτή η συνθήκη δεν ισχύει.

2. Ο φόρτος εργασίας που μου ανατίθεται είναι διαχειρίσιμος

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4,0	4,0	4,0
	2	20,0	20,0	24,0
	3	34,0	34,0	58,0
	4	26,0	26,0	84,0
	5	16,0	16,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας B2. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού διαχείρισης του φόρτου εργασίας

Στον Πίνακα B3 εμφανίζονται οι συχνότητες για τη λήψη των νόμιμων ρεπό και των αδειών. 13% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 14% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 23% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 27% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 23% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Και για τα ρεπό και τις άδειες οι μισοί συμμετέχοντες δηλώνουν ικανοποιημένοι ως προς τη λήψη τους, ενώ το 27% των συμμετεχόντων διαφωνεί προβάλλοντας την ένστασή του.

3. Λαμβάνω τα νόμιμα ρεπό/άδειες

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13,0	13,0	13,0
	2	14,0	14,0	27,0
	3	23,0	23,0	50,0
	4	27,0	27,0	77,0
	5	23,0	23,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας B3. Στατιστικά στοιχεία βάσει της λήψης των νόμιμων ρεπό και των αδειών

Στον Πίνακα B4 εμφανίζονται οι συχνότητες για την καταγραφή των υπερωριών και την κανονική αμοιβή τους. 16% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 17% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 28% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 20% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Από τις συχνότητες προκύπτει πως

σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες συμφωνούν πως οι υπερωρίες τους καταγράφονται και αμείβονται κανονικά.

4. Οι υπερωρίες μου καταγράφονται και αμείβονται κανονικά

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16,0	16,0	16,0
	2	17,0	17,0	33,0
	3	19,0	19,0	52,0
	4	28,0	28,0	80,0
	5	20,0	20,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Β4. Στατιστικά στοιχεία βάσει της καταγραφής των υπερωριών και της κανονικής αμοιβής τους

5.3. Συχνότητες συνθηκών διαβίωσης των εργαζομένων

Οι επόμενοι τέσσερις πίνακες συχνότητας αφορούν τις συνθήκες διαβίωσης των εργαζομένων και απαντήθηκαν με τον ίδιο τρόπο. Στον Πίνακα Γ5 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με την κατάσταση του χώρου διαμονής και το βαθμό ικανοποίησης των συνθηκών υγιεινής και καθαριότητας. 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 10% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 34% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Μόλις το 16% των συμμετεχόντων δεν κρίνει καλές τις συνθήκες του χώρου διαμονής και εκείνες τις υγιεινής και της καθαριότητας.

5. Ο χώρος διαμονής βρίσκεται σε καλή κατάσταση/ συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας είναι ικανοποιητικές

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6,0	6,0	6,0
	2	10,0	10,0	16,0
	3	34,0	34,0	50,0
	4	31,0	31,0	81,0
	5	19,0	19,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Γ5. Στατιστικά στοιχεία βάσει της κατάστασης του χώρου διαμονής και του βαθμού ικανοποίησης των συνθηκών υγιεινής και καθαριότητας

Στον Πίνακα Γ6 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με την επάρκεια της ιδιωτικότητας στο χώρο διαμονής. 7% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 16% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 15% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Η ιδιωτικότητα για τους μισούς σχεδόν συμμετέχοντες κρίνεται επαρκής.

6. Υπάρχει επαρκής ιδιωτικότητα στον χώρο διαμονής

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7,0	7,0	7,0
	2	16,0	16,0	23,0
	3	31,0	31,0	54,0
	4	31,0	31,0	85,0
	5	15,0	15,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Γ6. Στατιστικά στοιχεία βάσει της επάρκειας της ιδιωτικότητας στο χώρο διαμονής

Στον Πίνακα Γ7 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με την κάλυψη των καθημερινών αναγκών μέσω της παρεχόμενης σίτισης. 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 22% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 30% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 29% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 13% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Η καθημερινή σίτιση είναι σε σχέση με τις προηγούμενες συχνότητες αυτή που συγκεντρώνει χαμηλότερο αθροιστικό ποσοστό ικανοποίησης (το 42% πιστεύει πως καλύπτει τις καθημερινές του ανάγκες).

7. Η παρεχόμενη σίτιση καλύπτει τις καθημερινές μου ανάγκες.

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6,0	6,0	6,0
	2	22,0	22,0	28,0
	3	30,0	30,0	58,0
	4	29,0	29,0	87,0
	5	13,0	13,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Γ7. Στατιστικά στοιχεία βάσει της κάλυψης των καθημερινών αναγκών μέσω της παρεχόμενης σίτισης

Στον Πίνακα Γ8 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με τη συσχέτιση των συνθηκών διαβίωσης και της ψυχολογικής κατάστασης των εργαζομένων. 3% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 28% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 34% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 29% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Σε σχέση με τις συνθήκες διαβίωσης οι περισσότεροι συμμετέχοντες συντείνουν πως αυτές επηρεάζουν την ψυχολογική τους κατάσταση.

8. Οι συνθήκες διαβίωσης επηρεάζουν την ψυχολογική μου κατάσταση

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3,0	3,0	3,0
	2	6,0	6,0	9,0
	3	28,0	28,0	37,0
	4	34,0	34,0	71,0
	5	29,0	29,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Γ8. Στατιστικά στοιχεία βάσει της συσχέτισης των συνθηκών διαβίωσης και της ψυχολογικής κατάστασης των εργαζομένων

5.4. Συχνότητες εργασιακής ικανοποίησης

Οι επόμενοι τέσσερις πίνακες συχνοτήτων αφορούν την εργασιακή ικανοποίηση. Στον Πίνακα Δ9 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό συσχέτισης απολαβών και εργασιακών απαιτήσεων. 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 23% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 32% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 28% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 11% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Μόλις το 1/3 των συμμετεχόντων δηλώνει πως συμφωνεί στην αναλογία εργασιακών απολαβών – εργασιακών απαιτήσεων.

9. Οι απολαβές μου ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της εργασίας μου

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6,0	6,0	6,0
	2	23,0	23,0	29,0
	3	32,0	32,0	61,0
	4	28,0	28,0	89,0
	5	11,0	11,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Δ9. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού συσχέτισης απολαβών και εργασιακών απαιτήσεων

Στον Πίνακα Δ10 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με τη συνολική ικανοποίηση των εργαζομένων από την εργασία τους. 2% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 13% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 38% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 16% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι μισοί σχεδόν συμμετέχοντες δηλώνουν ικανοποιημένοι από την εργασία τους.

10. Είμαι συνολικά ικανοποιημένος/η από την εργασία μου

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,0	2,0	2,0
	2	13,0	13,0	15,0
	3	38,0	38,0	53,0
	4	31,0	31,0	84,0
	5	16,0	16,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Δ10. Στατιστικά στοιχεία βάσει της συνολικής ικανοποίησης από την εργασία

Στον Πίνακα Δ11 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με την αναγνώριση της εργασίας από τη διοίκηση. 5% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 36% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 27% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 13% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Το 40% των συμμετεχόντων συμφωνεί πως η διοίκηση αναγνωρίζει την εργασία που παρέχει.

11. Νιώθω ότι η εργασία μου αναγνωρίζεται από τη διοίκηση

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5,0	5,0	5,0
	2	19,0	19,0	24,0
	3	36,0	36,0	60,0
	4	27,0	27,0	87,0
	5	13,0	13,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Δ11. Στατιστικά στοιχεία βάσει της αναγνώρισης της εργασίας από τη διοίκηση

Στον Πίνακα Δ12 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με την ύπαρξη θετικού συνεργατικού κλίματος στο χώρο εργασίας. 2% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 6% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 42% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 33% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 17% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι μισοί σχεδόν συμμετέχοντες είναι ουδέτεροι σε σχέση με το κλίμα συνεργασίας που επικρατεί στον εργασιακό χώρο.

12. Υπάρχει θετικό κλίμα συνεργασίας στο χώρο εργασίας

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,0	2,0	2,0
	2	6,0	6,0	8,0
	3	42,0	42,0	50,0
	4	33,0	33,0	83,0
	5	17,0	17,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας Δ12. Στατιστικά στοιχεία βάσει της ύπαρξης θετικού συνεργατικού κλίματος στο χώρο εργασίας.

5.5. Συχνότητες αποτελεσματικότητας – εργασιακής απόδοσης

Οι επόμενοι τέσσερις πίνακες συχνοτήτων αφορούν την αποτελεσματικότητα – εργασιακή απόδοση. Στον Πίνακα Ε13 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό συσχέτισης συνθηκών εργασίας και κόπωσης στην αρνητική εργασιακή αποτελεσματικότητα σε μεγάλο βαθμό. 2% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 15% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 24% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 36% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 23% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι συχνότητες δείχνουν πως 6 στους 10 συμμετέχοντες πιστεύουν πως οι εργασιακές συνθήκες και η κόπωση λειτουργούν ανασταλτικά στην αποτελεσματικότητα της εργασίας τους.

13. Οι συνθήκες εργασίας και η κόπωση επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό αρνητικά την αποτελεσματικότητα της εργασίας μου

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,0	2,0	2,0
	2	15,0	15,0	17,0
	3	24,0	24,0	41,0
	4	36,0	36,0	77,0
	5	23,0	23,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας E13. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού συσχέτισης συνθηκών εργασίας και κόπωσης στην αρνητική εργασιακή αποτελεσματικότητα σε μεγάλο βαθμό

Στον Πίνακα E14 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με

το βαθμό συσχέτισης κακών συνθηκών διαβίωσης – μείωσης εργασιακής απόδοσης. 3% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 12% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 24% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 30% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Και η συσχέτιση κακών συνθηκών διαβίωσης – μείωσης της εργασιακής απόδοσης βρίσκουν σύμφωνους τους 6 από τους 10 συμμετέχοντες.

14. Οι κακές συνθήκες διαβίωσης μειώνουν την εργασιακή μου απόδοση

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3,0	3,0	3,0
	2	12,0	12,0	15,0
	3	24,0	24,0	39,0
	4	31,0	31,0	70,0
	5	30,0	30,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας E14. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού συσχέτισης κακών συνθηκών διαβίωσης – μείωσης εργασιακής απόδοσης

Στον Πίνακα E15 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό συσχέτισης μη αναγνώρισης της εργασίας – επίδραση στην εργασιακή απόδοση. 5% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 5% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 28% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 33% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 29% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες υποστηρίζουν την επίδραση της απόδοσης λόγω της μη αναγνώρισης της εργασίας που προσφέρουν.

15. Η μη αναγνώριση της εργασίας μου επηρεάζει την απόδοση μου

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5,0	5,0	5,0
	2	5,0	5,0	10,0
	3	28,0	28,0	38,0
	4	33,0	33,0	71,0
	5	29,0	29,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας E15. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού συσχέτισης μη αναγνώρισης της εργασίας – επίδραση στην εργασιακή απόδοση

Στον Πίνακα E16 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό υπεροχής του θετικού εργασιακού κλίματος έναντι των απολαβών και των συνθηκών διαβίωσης. 2% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 7% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 27% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 35% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 29% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι συχνότητες δείχνουν πως πράγματι για τους πιο πολλούς συμμετέχοντες το πιο σημαντικό εργασιακό στοιχείο είναι το θετικό εργασιακό κλίμα.

16. Το θετικό εργασιακό κλίμα είναι σημαντικότερος παράγοντας από τις απολαβές και τις συνθήκες διαβίωσης

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,0	2,0	2,0
	2	7,0	7,0	9,0
	3	27,0	27,0	36,0
	4	35,0	35,0	71,0
	5	29,0	29,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας E16. Στατιστικά στοιχεία βάσει σχετικά του βαθμού υπεροχής του θετικού εργασιακού κλίματος έναντι των απολαβών και των συνθηκών διαβίωσης

5.6. Συχνότητες σταθερότητας ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία

Οι τελευταίοι τέσσερις πίνακες συχνοτήτων αφορούν τη σταθερότητα του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία. Στον Πίνακα ΣΤ17 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό επιλογής από τον εργαζόμενο εργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο και την επόμενη τουριστική περίοδο. 14% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 15% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 13% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 25% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Η περιορισμένη προτίμηση των εργαζομένων να εργαστούν στην ίδια ξενοδοχειακή μονάδα και την επόμενη τουριστική περίοδο φανερώνει τα ενδεχόμενα προβλήματα που τους αποθαρρύνουν στην επιλογή αυτή.

17. Θα επέλεγα να εργαστώ στο ίδιο ξενοδοχείο και την επόμενη τουριστική περίοδο

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14,0	14,0	14,0
	2	15,0	15,0	29,0
	3	33,0	33,0	62,0
	4	25,0	25,0	87,0

	5	13,0	13,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας ΣΤ17. Στατιστικά στοιχεία βάσει της σταθερότητας του ανθρώπινου δυναμικού στα εποχικά ξενοδοχεία

Στον Πίνακα ΣΤ18 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό λήψης σοβαρής απόφασης εκ μέρους των εποχικά εργαζομένων για την αποχώρηση από τον τουριστικό κλάδο. 16% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 19% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 32% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 18% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 15% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι συχνότητες δείχνουν μια τάση για αποχώρηση από τον ξενοδοχειακό κλάδο.

18. Σκέφτομαι σοβαρά να αποχωρήσω από τον ξενοδοχειακό κλάδο

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16,0	16,0	16,0
	2	19,0	19,0	35,0
	3	32,0	32,0	67,0
	4	18,0	18,0	85,0
	5	15,0	15,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας ΣΤ18. Στατιστικά στοιχεία βάσει του βαθμού λήψης σοβαρής απόφασης εκ μέρους των εποχικά εργαζομένων για την αποχώρηση από τον τουριστικό κλάδο

Στον Πίνακα ΣΤ19 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό συσχέτισης συνθηκών εργασίας και επανεργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο. 7% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 8% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 21% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 36% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 28% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Αρκετοί εργαζόμενοι προτάσσουν τις εργασιακές συνθήκες ως παράγοντα απόφασης εκ νέου εργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο.

19. Οι συνθήκες εργασίας επηρεάζουν την απόφαση μου να εργαστώ πάλι στο ίδιο ξενοδοχείο

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7,0	7,0	7,0
	2	8,0	8,0	15,0
	3	21,0	21,0	36,0
	4	36,0	36,0	72,0
	5	28,0	28,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας ΣΤ19. Στατιστικά στοιχεία βάσει με του βαθμού συσχέτισης συνθηκών εργασίας και επανεργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο

Στον Πίνακα ΣΤ20 εμφανίζονται οι συχνότητες σχετικά με το βαθμό συσχέτισης συνθηκών διαβίωσης - επανεργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο. 4% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί απόλυτα, 12% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαφωνεί, 23% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, 31% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί και 30% των συμμετεχόντων δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι προτάσσουν τις συνθήκες διαβίωσης ως παράγοντα απόφασης εκ νέου εργασίας στο ίδιο ξενοδοχείο.

20. Οι συνθήκες διαβίωσης επηρεάζουν την απόφαση μου να εργαστώ πάλι στο ίδιο ξενοδοχείο

		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4,0	4,0	4,0
	2	12,0	12,0	16,0
	3	23,0	23,0	39,0
	4	31,0	31,0	70,0
	5	30,0	30,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

Πίνακας 20. Στατιστικά στοιχεία βάσει της απόφασης να εργαστεί ο εργαζόμενος εκ νέου στο ίδιο ξενοδοχείο

Συμπεράσματα – Περιορισμοί και Μελλοντικές προτάσεις

Συμπεράσματα

Αναμφίβολα, ο τουρισμός είναι ένας από τους πιο σημαντικούς οικονομικούς κλάδους. Η εμφάνισή του ανάγεται σε παλιά χρόνια, όταν ξεκίνησαν να μετακινούνται οι πρώτοι περονηγτές. Σταδιακά, ο τουρισμός οργανώθηκε σε μεγάλο βαθμό και πια αποτελεί βασική έκφανση των οικονομιών των χωρών.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα υπέστη σοβαρές αλλαγές από τη μεταπολεμική περίοδο όπου η χώρα άρχισε να ανακάμπτει και ο τουρισμός να γίνεται υπό άλλες συνθήκες. Η οργάνωσή του είναι κομβικής σημασίας για την περαιτέρω εξέλιξή του και για αυτό καλείται να αντιμετωπίσει τις νέες προκλήσεις που εμφανίζονται.

Μία από τις βασικές προκλήσεις είναι η εποχικότητα. Το ανθρώπινο δυναμικό, που δέχεται πιέσεις την τουριστική περίοδο, οφείλει να διέπεται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που θα το βοηθήσουν να ανταπεξέλθει στις εργασιακές πιέσεις. Η εποχικότητα είναι μια συνθήκη που χαρακτηρίζει πολύ έντονα τόσο την Ευρώπη όσο και την Ελλάδα και οι εργαζόμενοι σε αυτόν τον τομέα συχνά συζητούν τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσής τους.

Στην Ελλάδα πολλά νησιά και άλλα μέρη εμφανίζουν έντονη εποχικότητα. Η Χαλκιδική είναι ένα από αυτά με μεγάλη συσσώρευση τουρισμού ιδίως την καλοκαιρινή περίοδο: οι τουρίστες την επισκέπτονται για τον πολιτισμό της, τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτει και την εύκολη προσβασιμότητα μέσω της Θεσσαλονίκης.

Το προσωπικό που απασχολείται στη Χαλκιδική τους καλοκαιρινούς μήνες αποτελεί ένα αξιοσημείωτο σύνολο εργαζομένων. Αυτοί είναι σε θέση να αξιολογήσουν τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσής τους και να σχολιάσουν τις επιπτώσεις αυτών στην ικανοποίηση και την εργασιακή τους αποτελεσματικότητα.

Στην πιλοτική έρευνα, λοιπόν, που διενεργήθηκε οι 100 εποχικά εργαζόμενοι σε ξενοδοχειακές μονάδες της Χαλκιδικής κατέληξαν πως:

- Οι συνθήκες εργασίας και η κόπωση επηρεάζουν την εργασιακή αποτελεσματικότητα. Συγκεκριμένα, το 59% των εργαζομένων είναι σύμφωνο με αυτή την άποψη, ενώ μόλις το 17% διαφωνεί για αυτήν την προσέγγιση,

- Οι κακές συνθήκες διαβίωσης μειώνουν την εργασιακή απόδοση. Αυτό σαν άποψη υποστηρίζεται από το 63% των συμμετεχόντων οι οποίοι αναφέρουν σχετική κακή ψυχολογία,
- Η μη αναγνώριση της εργασίας επηρεάζει την απόδοση. Το 40% πιστεύει πως η εργασία του αναγνωρίζεται από τη διοίκηση, με το υπόλοιπο ποσοστό να πιστεύει πως δουλεύει χωρίς να δέχεται την ανάλογη ανταπόκριση.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις ωθούν ένα μεγάλο μέρος του δείγματος να σκέφτεται να αλλάξει ξενοδοχειακή μονάδα ή ακόμη και να αποχωρήσει από τον ξενοδοχειακό κλάδο στρεφόμενος σε άλλη εργασία.

Περιορισμοί και μελλοντικές προτάσεις

Η πιλοτική έρευνα έχει και περιορισμούς: το δείγμα, αν και αποτελούμενο από 100 άτομα, έναν ικανοποιητικό αριθμό δηλαδή εργαζομένων, δεν μπορεί να θεωρηθεί άκρως αντιπροσωπευτικό, αφού αφορά μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Εντούτοις, τα αποτελέσματά του μπορούν να αξιολογηθούν και να ληφθούν υπόψη για περαιτέρω έρευνα και σε άλλα δείγματα εποχικά εργαζομένων. Άλλωστε, αυτό είναι ένα καίριο ζητούμενο: να αναδειχθούν οι δυσκολίες ή μη που αντιμετωπίζει ο εποχικά εργαζόμενος στον τουρισμό.

Επίσης, είναι σημαντικό να υπάρξουν αλλαγές ώστε και οι εργαζόμενοι στον εποχικό τουρισμό να έχουν άλλη άποψη για όσα βιώνουν. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να ικανοποιηθούν όλα τα ζητήματά τους και οι ίδιοι να είναι σε θέση να απολαμβάνουν αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας και διαβίωσης, γιατί αυτές είναι υπαίτιες για την συνεπακόλουθη ικανοποίηση και αποτελεσματικότητά τους. Προς αυτή την κατεύθυνση οι αρμόδιοι φορείς και όλοι οι εμπλεκόμενοι οφείλουν να προβούν στις κατάλληλες ενέργειες.

Ειδικότερα, τόσο οι ξενοδόχοι όσο και η πολιτεία πρέπει να λάβουν υπόψη τους τις υπάρχουσες συνθήκες και να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα τόσο σε σχέση με τις συνθήκες εργασίας, όσο και με την ανάπτυξη κατάλληλου εργασιακού κλίματος ώστε να γίνουν οι εργαζόμενοι πιο αποτελεσματικοί. Αρχής γενομένης από τους ξενοδόχους και τις εργασιακές συνθήκες, αυτοί πρέπει να προσφέρουν ανταγωνιστικές αμοιβές στους υπαλλήλους, αξιοπρεπή διαμονή και διατροφή καθώς και παροχή ρεπό, ώστε να υπάρχει

ξεκούραση και οι εργαζόμενοι να μπορούν να ανταπεξέρχονται καλύτερα στην καθημερινή εργασία τους. Σε ό,τι αφορά το εργασιακό κλίμα είναι σημαντικό να αναπτυχθεί από την αρχή η ομαδοσυνεργατικότητα, να τονιστεί η υποστήριξη από τους ιθύνοντες, να δοθεί έμφαση στην αλληλεπίδραση όλης της ομάδας, να υπάρχει η ανατροφοδότηση των εργαζόμενων ώστε αυτοί να αποφεύγουν όλα όσα ενδέχεται να είναι τροχοπέδη στην αποτελεσματικότητά τους. Σε σχέση με αυτή τα κίνητρα που θα τους δοθούν και η συνεχής εκπαίδευση θα τους διαμορφώσει ένα σταθερό πλαίσιο το οποίο μπορεί να αποτελέσει και μία από τις παραμέτρους ώστε να συνεχιστεί η συνεργασία υπαλλήλου – εργοδοτών και τις επόμενες χρονιές – σεζόν.

Και αν αυτά αφορούν την ιδιωτική πρωτοβουλία των ξενοδόχων, και η πολιτεία οφείλει να πράξει τα μέγιστα στο τρίπτυχο εργασιακές συνθήκες – εργασιακό κλίμα – αποτελεσματικότητα. Σε ό,τι αφορά τα δύο πρώτα ζητούμενα, τις εργασιακές συνθήκες και το εργασιακό κλίμα, χρέος της πολιτείας είναι να τηρεί ένα αυστηρό θεσμικό πλαίσιο το οποίο θα προφυλάσσει τους εργαζομένους από αυθαιρεσίες που μπορούν να γίνουν στο πρόσωπό τους. Αυτό το πλαίσιο πρέπει να ορίζει τις εργασιακές συνθήκες και αποδοχές και να δίνει έμφαση στην εξάλειψη της αδήλωτης εργασίας η οποία στον εποχικό τουρισμό εμφανίζει μεγάλα ποσοστά. Σε σχέση με το κλίμα στην εργασία η πολιτεία πρέπει να εφαρμόσει την παροχή ασφάλειας για την υγεία των εργαζομένων, ενώ θα πρέπει να διευθετεί και το θέμα των ωραρίων τα οποία θα πρέπει να τηρούνται ώστε οι εργαζόμενοι να μην οδηγούνται σε εξάντληση. Η στέγαση και οι συνθήκες διαβίωσης θα πρέπει να υπάρξουν επίσης στην πολιτειακή ατζέντα με έμφαση στις συνθήκες διαβίωσης και υγιεινής οι οποίες μπορούν να είναι παροχή εκ μέρους της κυβέρνησης π.χ. με καταλύματα που θα προσφέρονται. Τέλος, η πολιτεία οφείλει να προσφέρει μέσω σεμιναρίων και κατάρτισης τις κατάλληλες γνώσεις στους εργαζομένους γιατί με αυτόν τον τρόπο αφενός θα είναι πιο ευέλικτοι και αφετέρου θα είναι αποτελεσματικοί ικανοποιώντας τους στόχους της επιχείρησης στην οποία απασχολούνται.

Αν λοιπόν, ιδιώτες και πολιτεία συμπράξουν, θα προκύψει ένα κατάλληλο εργασιακό πλαίσιο που θα ευνοεί ένα αντίστοιχο εργασιακό περιβάλλον, ωθώντας τους ήδη εργαζομένους, μα και νέους στην ολοένα αυξανόμενη εμπλοκή τους στον τουριστικό κλάδο. Άλλωστε είναι ένας από τους βασικότερους κλάδους στην ελληνική οικονομία που πρέπει να περιφρουρηθεί ώστε και μελλοντικά να συνεισφέρει τα μέγιστα σε αυτήν.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Andriotis, K. (2005), 'Seasonality in Crete: Problem or a way of life?', *Tourism Economics*, 11(2), pp. 207 – 224. <https://doi.org/10.5367/0000000054183478>

Αποστολόπουλος, Κ. Δ., & Σδράλη, Δ. Β. (2009). *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική Public

Avcı, N., & Küçükusta, D. (2009). Konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 33-44.

Βελισσαρίου, Ε., (2017). *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*.

Bender, O., Schumacher, K.P., & Stein, D. (2007). Measuring seasonality in central Europe's tourism – how and for what? In M. Schrenk (Ed.), 10th International Conference on Information & Communication Technologies (ICT) in *Urban Planning 86 and Spatial Development and Impacts of ITC on Physical Space* (pp. 303-309). Wien: Technische Universität.

Biederman, P. S. (2008). *Travel and tourism: An industry primer*. Pearson/Prentice Hall Internet Archive.

Blustein, D. L., Olle, C., Connors-Kellgren, A., & Diamonti, A. J. (2016). Decent work: A psychological perspective. *Frontiers in Psychology*, 7, Article 407 APA PsycNet.

Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι Κοινωνικής Έρευνας*. Επιστ.επιμ. Αθανάσιος Αϊδινής, μτφρ. Παναγιώτης Σακελλαρίου, Εκδόσεις :Gutenberg

Butler, R.W. (1994). Addressing seasonality in tourism: The development of a prototype. *Paper presented at the Punta del Este Conference*.

Γρέβιας, Δ. (2026). *Εποχική εργασία στον τουρισμό από τη σκοπιά του HR*.

Ανακτήθηκε από:

<https://www.ot.gr/2026/03/27/apopseis/experts/epoxiki-ergasia-ston-tourismo-apo-ti-skopia-tou-hr/>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

El Demerdash, J. M., & Said, H. M. (2018). The effect of customer verbal aggression on burnout in frontline employees in hotels and travel agencies: The moderating role of perceived supervisor support. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(6), 291–303.

Durna, U., & Eren, V. (2005). Üç bağlılık unsuru ekseninde örgütsel bağlılık [The examination of organisational commitment in connection with three components of commitment]. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210–219.

Fraport (2025). *Traffic Figures*.

Retrieved from: <https://www.fraport-greece.com/en/our-expertise/aviation/traffic-figures.html>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

Higham, J. E., & Hinch, T. D. (2002). Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23(2), 175–185 [Higham, J.E. and Hinch, T.D. (2002) Tourism, Sport ... - SCIRP] DOI:[10.1016/S0261-5177\(01\)00046-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00046-2)

Holloway, J. C. (1994). *The business of tourism* (4th ed.). London: Pitman Publishing The Business of Tourism - Holloway, J. Christopher - AbeBooks.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* [Outline of the general theory of tourism]. Zürich: Polygraphischer Verlag.

INSETE (2020a). *Key figures of incoming tourism in Greece* (in Greek).

Ανακτήθηκε από:

<https://insete.gr/statistika-eiserxomenou-tourismou>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

INSETE (2020b). *The contribution of tourism to the Greek economy, 2019*. (in Greek).

Ανακτήθηκε από:

[https://insete.gr/wp-content/](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.Pdf)

[uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.Pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.Pdf)

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

INSETE (2025). *Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα 2025*

Ανακτήθηκε από:

https://insete.gr/wp-content/uploads/2026/05/26_05_Incoming_Tourism_2019-2025.pdf

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

Guidetti, G., Pedrini, G., & Zamparini, L. (2020). Assessing perceived job quality among seasonal tourism workers: The case of Rimini, Italy. *Tourism Economics*, 27(8), 1689–1707. DOI: 10.1177/1354816620927524

ΙΤΕΠ (2014). *Μελέτη για την εποχικότητα του τουρισμού*.

Ανακτήθηκε από:

[https://www.itep.gr/review/%CE%B5%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-](https://www.itep.gr/review/%CE%B5%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/)

[%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-](https://www.itep.gr/review/%CE%B5%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/)

[%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/](https://www.itep.gr/review/%CE%B5%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/)

(Ημερομηνία πρόσβασης: 19/05/2026)

Joschke, H. K. (1954). Beitrag zur theoretischen Analyse des Fremdenverkehrsangebots [Contribution to the theoretical analysis of tourism supply]. In B. Pfister & K. Rolle (Eds.), *Jahrbuch für Fremdenverkehr* (Vol. 2, No. 1).

Kaspar, C. (1975). The interdependance of tourism and transport and its repercussions. *The Tourist Review*, 22(4), 150-156.

Kizielewicz, J., & Luković, T. (2015). Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community. *Information, communication and environment: Marine navigation and safety of sea transportation*, 243. DOI:[10.1201/b18514-38](https://doi.org/10.1201/b18514-38)

Krabokoukis, T. & Polyzos, S. (2019). *Ανάλυση και εκτίμηση της τουριστικής εποχικότητας στην Ελλάδα*. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο

NewsGr (2024). *Στα επίπεδα του 2023 αναμένεται να κινηθεί η φετινή σεζόν για τα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής*.

Ανακτήθηκε από:

<https://www.news.gr/travel/article/3626056/sta-epipeda-tou-2023-anamenete-na-kinithi-i-fetini-sezon-gia-ta-xenodochia-tis-chalkidikis.html>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 19/05/2026)

Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (2024). *Τουρισμός 2024: Έτος ρεκόρ για την Ανατολική Μακεδονία και Θράκη*.

Ανακτήθηκε από:

<https://www.pamth.gov.gr/toyrismos-2024-etos-rekor-gia-tin-anatoliki-makedonia-kai-thraki/>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 19/05/2026)

Rahimić, Z., Črnjar, K., & Čikeš, V. (2019). Seasonal employment in tourism organizations as a challenge for human resource management. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 607-620. DOI: [10.20867/tosee.05.55](https://doi.org/10.20867/tosee.05.55)

Rodriguez, C. (2020). Travelling for pleasure - a brief history of tourism.

Ανακτήθηκε από:

<https://www.europeana.eu/en/stories/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 10/05/2026)

UNTWO Tourism Highlights 2015 edition. (2015). Retrieved from: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

(Ημερομηνία πρόσβασης: 19/05/2026)

Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Pearson Prentice Hall.

Smallman, C., & Moore, K. (2010). Process studies of tourists' decision-making. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 397–422 [Smallman, C. and Moore, K. (2010) Process ... - Scirp.org.]. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.014>

Solnet, D., Baum, T., Robinson, R. N. S., & Yan, H. (2015). Discourse about workforce development in tourism—An analysis of public policy planning and implementation in Australia and Scotland: Hot air or making a difference? *Tourism Management*, 48, 42–54. DOI: [10.3727/108354214X14116690097936](https://doi.org/10.3727/108354214X14116690097936)

Sarantakou, E. (2017). Mechanisms for the formation of tourism organization models in Greece through a comparative analysis of ten Greek destinations' development. In G. M. Korres, E. Kourliouros, & M. P. Michailidis (Eds.), *Handbook of research on policies and practices for sustainable economic growth and regional development* pp. 330–342). IGI Global. DOI: [10.4018/978-1-5225-2458-8.ch028](https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2458-8.ch028)

Sarantakou, E., & Terkenli, T. S. (2019). Non-institutionalized forms of tourism accommodation and overtourism impacts on the landscape: The case of Santorini, Greece. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 411–433. DOI:[10.1080/21568316.2019.1569122](https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1569122)

Sarantakou, E., & Tsartas, P. (2015). A critical approach to the new framework for creating tourism investment during the current period of economic crisis 2010–2014. *Greek Economic Outlook*, 26, 46–55.

Tsartas, P. (2003). Tourism development in Greek insular and coastal areas: Sociocultural changes and crucial policy issues. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2&3), 116–132.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2011). *Tourism towards 2030/global overview*. UNWTO. <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284414024>

WTTC. (2020). *Travel and tourism-global economic impact & trends 2020*. WTTC.

*«Χαμπέζος Γεώργιος», «Συνθήκες εργασίας και διαβίωσης των εποχικά
απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Χαλκιδικής: Επιπτώσεις στην
ικανοποίηση και την αποτελεσματικότητα των εργαζομένων»*

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.