



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ: ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ ΤΗΣ
ΑΓΟΡΑΣ»**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΣΑΧΙΝΗ ΔΙΚΑΙΑ

ΑΜ: 7142

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: κα ΕΙΡΗΝΗ ΔΗΜΟΥ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Δικαία Σαχίνη, 2017

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να πω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην επιβλέπον καθηγήτριά μου Ειρήνη Δήμου που με την καθοδήγησή της και την εμπιστοσύνη προς το πρόσωπό μου κατάφερα να ολοκληρώσω την παρούσα εργασία. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου που δέχθηκαν παρά τον φόρτο εργασίας που είχαν, να μου παραχωρήσουν μία συνέντευξη ώστε να πραγματοποιήσω το ερευνητικό κομμάτι της εργασίας. Μετέπειτα, είμαι ευγνώμων στους καθηγητές μου που με το μεράκι τους για διδασκαλία κατάφεραν να μου μεταδώσουν γνώσεις απαραίτητες για να συνεχίσω επαγγελματικά αλλά και σαν άνθρωπος στη ζωή μου. Τέλος, ένα ευχαριστώ στην οικογένεια και τους φίλους μου που είναι δίπλα μου στηρίζοντάς με όλα αυτά τα χρόνια σε όλες τις καταστάσεις.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα ερευνητική εργασία έχει στόχο να παρουσιάσει την υπάρχουσα κατάσταση σε ότι αφορά τις συνεργασίες μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας στον τουριστικό και ξενοδοχειακό τομέα.

Στα αρχικά κεφάλαια αυτής, γίνεται μία αναφορά πάνω στον τουρισμό σαν γενική έννοια, τι είναι ο τουρισμός και ποιοι οι επιμέρους κλάδοι του. Αποτυπώνεται το εκπαιδευτικό σύστημα στον τουρισμό, οι σχολές και τα τμήματα που προσφέρουν προγράμματα σπουδών στη διοίκηση ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων, ενώ παρουσιάζονται και παραδείγματα που αφορούν στις συνεργασίες που πραγματοποιούνται κατά καιρούς ανάμεσα στους επιχειρηματίες της τουριστικής αγοράς και τα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Προχωρώντας στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η στάση της αγοράς απέναντι στην ανάπτυξη των τουριστικών σπουδών καθώς και οι τρόποι και τα μέσα με τα οποία οι απόφοιτοι θα μπορέσουν να κατοχυρώσουν μία θέση εργασίας πάνω στο αντικείμενο που έχουν επιλέξει, αλλά παράλληλα να ανταποκρίνονται και στις απαιτήσεις της αγοράς εργασίας.

Στη συνέχεια ακολουθεί το σημαντικότερο κομμάτι της εργασίας αυτής, η έρευνα. Παρουσιάζεται η μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας και καταγράφεται η διαδικασία μέσα από την οποία οι αντιπρόσωποι της τουριστικής αγοράς εξέφρασαν τις απόψεις τους γύρω από το θέμα της συνεργασίας μεταξύ τριτοβάθμιων ιδρυμάτων που παρέχουν τουριστικές σπουδές και τουριστικής αγοράς.

Τέλος, τα αποτελέσματα που προέκυψαν, συλλέχθηκαν, αποκωδικοποιήθηκαν και αναλύθηκαν με σκοπό να γίνει κατανοητό το επίπεδο της συνεργασίας των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς του τουρισμού αλλά και τα περιθώρια βελτίωσής της.

ABSTRACT

“DEVELOPING COOPERATION STRATEGY BETWEEN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AND THE TOURIST MARKET: THE VIEWS OF MARKET REPRESENTATIVES”

This research paper aims at presenting the current state of collaborations between institutions of higher education and the labour market as the tourist industry is concerned.

In its initial chapters it references tourism in general, identifying it and classifies its separate branches. It establishes the educational sector's interest in tourism, the different school and departments, as well as examples of various collaborations that occur between businesses in the tourist industry and institutions of higher education.

Additionally, it presents the market's stance towards the development of touristic studies, as well as the means with which graduate students can secure employment in the sector while meeting the requirements of the labour market.

Following that is the central part of this paper, which entails the research conducted with the active participation of representatives of the tourist industry who expressed their opinions.

Finally, the conclusions to which it arrives were collected, interpreted, and analysed, in order to clarify the level of collaborations between institutions of higher education and the tourist industry, as well as opportunities for improvement.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

COPYRIGHT.....	II
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	III
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	14
1.3. ΤΟ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	18
1.4. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΣ	27
1.5. Η ΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
ΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	
2.1. ΔΑΣΤΑ – ΓΡΑΦΕΙΑ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ – ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ...36	
2.2. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	45
2.3. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ....48	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	
ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	

3.1. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑΣ.....	52
3.2. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ – ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. «ΕΡΕΥΝΑ» - ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗ ΛΕΞΗ.....	69
4.2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ.....	70
4.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	70
4.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	72
4.5. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ.....	72
4.6. ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ.....	73
4.7. ΟΙ ΦΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	74
4.8. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	75
4.9. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ.....	77
4.10. ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	78
4.11. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	80

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	82
5.2. ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	83
5.3. ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ.....	86
5.4. ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ.....	88
5.5. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΡΓΟΔΟΤΩΝ ΣΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ.....	90
5.6. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	92
5.7. ΥΠΟΘΕΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	93
5.8. ΓΕΝΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ.....	98

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	99
6.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ.....	101
6.3. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	102
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

(Α) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΑ ΤΕΙ.....	111
(Β) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ Α.Σ.Τ.Ε.....	112
(Γ) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΑ ΙΕΚ.....	113
(Δ) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΕ ΣΧΟΛΕΣ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	115

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1. - ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	15
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2. - Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	16
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3. - ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ.....	17
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4. - ΟΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΙΕΚ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.5. - ΠΟΛΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΤΑ ΙΕΚ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. - ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΕΠΙΤΕΥΧΘΟΥΝ.....	44
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2. - ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ.....	51

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1. - ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	17
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1. - ΕΙΣΑΚΤΕΟΙ ΑΣΤΕ – ΤΕΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	43
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2. - ΕΙΣΑΚΤΕΟΙ ΙΕΚ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	44
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.3. - ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	47

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΓΡΑΦΗΜΑ 1.1. - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ.....	17
---------------------------------------	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έννοια του τουρισμού από μόνη της είναι αρκετά δύσκολο να προσδιοριστεί λόγω του πολυδιάστατου χαρακτήρα της. Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από την δράση και αντίδραση των παραγόντων (Mckintosh & Goeldner, 1990):

- Τουρίστας επισκέπτης
- Κοινωνία προορισμού
- Τουριστική επιχείρηση
- Κράτος

Ο Αιγινίτης αναφέρει ότι: “Τουρισμός καλείται η από χώρα σε χώρα ή από πόλη σε πόλη μετάβαση ατόμων ομαδικά ή μεμονωμένα για λόγους βραχείας ή μακράς, πάντως όχι μονίμου διαμονής, για αναψυχή, αποκλειόμενης της εργασίας επιφερούσης άμεσον όμελος, πλην εκείνης η οποία δύναται να έχει ως σκοπόν ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση”.

Ο Βαρβαρέσος (2000), αναφέρει ότι η προσφορά οικονομικά ορίζεται ως η ποσότητα των αγαθών και των υπηρεσιών που μπορούν να διοχετευτούν στην αγορά σε μία συγκεκριμένη τιμή. Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον καταναλωτή, για να ικανοποιήσει μια σειρά αναγκών που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές (Πάττας, 2009).

Ο τουρισμός ασφαλώς και αποτελεί ένα προϊόν το οποίο επιφέρει ένα μεγάλο κέρδος από το ΑΕΠ της χώρας. Η παρούσα εργασία πέραν του θεωρητικού κομματιού που αφορά τον τουρισμό, την εκπαίδευση και την απορρόφηση των φοιτητών από την αγορά εργασίας, περιλαμβάνει και την πρωτογενή έρευνα των συνεργασιών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας του τουριστικού κλάδου.

Το θεωρητικό κομμάτι της παρούσας εργασίας περιλαμβάνει τέσσερα (4) βασικά κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει την τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα αναπτύσσοντας θέματα που σχετίζονται με τον τουρισμό σαν γενική έννοια, τα τμήματα που υπάρχουν σε αυτόν στον τομέα της εκπαίδευσης, αλλά και την στάση της αγοράς εργασίας απέναντι στους απόφοιτους των τουριστικών σπουδών.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι δομές και οι διασυνδέσεις των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με την τουριστική αγορά, καθώς γίνεται και αναφορά για τα γραφεία διασύνδεσης, τις δυνατότητες απασχόλησης των αποφοίτων του τουρισμού και τρόπους σύνδεσης της αγοράς και της εκπαίδευσης.

Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο του θεωρητικού κομματιού της εργασίας, λόγος γίνεται στα προγράμματα συνεργασίας και τις καλές πρακτικές συνεργασίας που ήδη λαμβάνουν χώρα και στους οργανισμούς που συμμετέχουν σε τέτοιου είδους συνεργασίες.

Στο ερευνητικό μέρος της παρούσας εργασίας το οποίο αποτελεί το τέταρτο κεφάλαιο, στόχος είναι να απαντηθούν ερωτήματα που αφορούν τις ήδη υπάρχουσες συνεργασίες και αν αυτές είναι αρκετές ώστε να επιφέρουν αποτελέσματα, αν οι εργοδότες είναι ευχαριστημένοι από την κατάρτιση την πρακτική άσκηση και την αποτελεσματικότητα των αποφοίτων, τρόποι με τους οποίους θα μπορούσαν να βελτιωθούν οι σχέσεις συνεργασίας με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τι είναι διατεθειμένοι να δώσουν οι εργοδότες για να επιτευχθεί ένα άρτιο αποτέλεσμα και τέλος προτείνονται προγράμματα σπουδών που κατά τη γνώμη των ερωτηθέντων θα ήταν αποτελεσματικά, αλλά και κίνητρα συμμετοχής περισσότερων μελών στα προγράμματα σπουδών από σπουδαστές ακαδημαϊκούς και εργοδότες.

Το πέμπτο κεφάλαιο είναι αυτό κατά το οποίο αποτυπώνονται τα αποτελέσματα της έρευνας όπου χωρίστηκαν και σε επτά ομάδες με κριτήριο το θέμα των ερωτήσεων και κατά πόσο αλληλοεξαρτώνται μεταξύ τους. Στην πρώτη ομάδα έγινε η τοποθέτηση μίας καλής περίπτωσης συνεργασίας εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και αγοράς, στη συνέχεια αναφέρθηκαν οι ήδη υπάρχουσες συνεργασίες, στην Τρίτη ομάδα έγινε λόγος για την πρακτική άσκηση και τα αποτελέσματά της και στην τέταρτη ομάδα αναφέρθηκαν τρόποι με τους οποίους θα μπορούσαν οι εργοδότες να συμμετάσχουν σε προγράμματα σπουδών.

Προχωρώντας παρακάτω, στην Πέμπτη ομάδα ερωτήσεων καταγράφηκαν δραστηριότητες ενδυνάμωσης της συνεργασίας των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας, ενώ στην έκτη ομάδα οι συμμετέχοντες έπρεπε να σχεδιάσουν ένα υποθετικό πρόγραμμα συνεργασίας που κατά τη γνώμη τους θα είχε επιτυχία μετέπειτα. Στην τελευταία ενότητα οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να εκφράσουν ορισμένα σχόλια και προβληματισμούς τα οποία θα βοηθήσουν στην έρευνα και τα αποτελέσματα αυτής.

Το έκτο κεφάλαιο και τελευταίο της εργασίας γίνεται αναφορά στα συμπεράσματα που έχουν προκύψει από την έρευνα, προτάσεις ανάπτυξης συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και αγοράς και τέλος προτάσεις για μελλοντικές έρευνες που μπορούν να γίνουν και να επιφέρουν περισσότερα αποτελέσματα σε ένα μείζων θέμα όπως είναι οι συνεργασίες εκπαίδευσης και αγοράς.

Συνοψίζοντας η εκπόνηση της εργασίας αυτής προσδίδει μία σφαιρική εικόνα του τουρισμού, της εκπαίδευσης και τις συνεργασίες που υπάρχουν μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και αγοράς αλλά και τι παραπάνω θα έπρεπε να γίνει ώστε οι σχέσεις αυτές πέρα από τα πλαίσια της συνεργασίας να γίνουν εμπιστευτικές και αποτελεσματικές σε ότι αφορά το μέλλον των φοιτητών που τελειώνουν μία τέτοια σχολή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το πρώτο πράγμα που έρχεται στο μυαλό κάποιου όταν ακούει την λέξη τουρισμός είναι η ψυχαγωγία και οι στιγμές χαλάρωσης που σου προσφέρονται στα πλαίσια αυτού. Παράλληλα όμως ο τουρισμός σχετίζεται με μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντική πηγή εισόδων για τις χώρες που αποτελούν πόλο έλξης για εκατομμύρια τουρίστες. Μέσα στη λίστα αυτών των χωρών κατατάσσεται και η Ελλάδα η οποία κάθε χρόνο καταρρίπτει το ρεκόρ αφίξεων της περασμένης χρονιάς ανεβάζοντας τον πήχη ακόμα ψηλότερα, καλύπτοντας ένα μεγάλο μέρος των εισφορών και του ΑΕΠ, που αποτελεί αρκετό ποσοστό αυτού. Ο τουρισμός σαν οικονομική δραστηριότητα όταν προβάλλεται θετικά μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη στις αναπτυσσόμενες χώρες αλλά και στις αναπτυσσόμενες.

Το γεγονός ότι σαν έννοια περιγράφεται σαν πολύπλευρος τομέας, ο ορισμός του παρουσιάζει εξαιρετικές δυσκολίες ώστε να αναλυθεί και να ερμηνευτεί από τους μελετητές του. Αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι πρέπει να περιλαμβάνει την συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών χαρακτηριστικών. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την γαλλική λέξη *tour* και την αγγλική *touring* που σημαίνουν γύρος, περιήγηση. Και οι δύο λέξεις προέρχονται από την λατινική λέξη *turnus*. Αρκετές φορές ταυτίστηκε με τον περιηγησμό ο οποίος αποτελεί μια στενότερη έννοια από αυτή του τουρισμού, γεγονός το οποίο προκύπτει ότι περιηγούμεναι σημαίνει περιοχή. (Αιγινήτης, 1990)

- Αρχικά, μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο σχέσεων και γεγονότων, σε συνάφεια με τη μετακίνηση και την παραμονή των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους και χωρίς οικονομικά κίνητρα (Βλάχος, 2013)
- Επιπρόσθετα, είναι εφικτό να εννοηθεί ως μια εξίσωση της μορφής «ελεύθερος χρόνος + ικανό εισόδημα + θετικές επιπτώσεις σε τοπικό επίπεδο», ως μια μορφή κοινωνικής αποδοχής και καταξίωσης την οποία κερδίζει ο τουρίστας όταν ταξιδεύει και προς την οποία τον ενθαρρύνει ο κοινωνικός του περίγυρος (Walker & Carr, 2013)
- Ακόμη, ως τουρισμό μπορούμε να ορίσουμε την εμπορευματοποίηση του χώρου, του πολιτιστικού τοπίου, των ανθρώπων και των σχέσεών τους (Greenwood, 1989)

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

1. Τους Τουρίστες: Που είναι άτομα τα οποία επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές, διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
2. Τους εκδρομείς: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

Αν κατηγοριοποιήσουμε τον τουρισμό θα προκύπτανε οι εξής βασικές κατηγορίες (Harsseel,1986) :

- *Οικοτουρισμός*, κατά τον οποίο οι τουρίστες απολαμβάνουν την ομορφιά της φύσης.
- *Πολιτισμικός τουρισμός*, κατά την διάρκεια του οποίου ο τουρίστας γνωρίζει άλλους πολιτισμούς ήθη και έθιμα.
- *Κοινωνικός τουρισμός*, όπου ο τουρίστας έρχεται σε επαφή με πολλούς ανθρώπους άλλης εθνικότητας.
- *Διαδραστικός τουρισμός*, σε αυτή την περίπτωση ο επισκέπτης ενδιαφέρετε να γνωρίσει καλύτερα τον εαυτό του αλλά και την περιοχή στην οποία κάνει τουρισμό.
- *Τουρισμός αναψυχής*, εδώ ο τουρίστας επιθυμεί να κάνει πράγματα για να ψυχαγωγηθεί όπως camping, να συμμετάσχει σε παιχνίδια και να μάθει καινούριες δεξιότητες.
- *Αθλητικός τουρισμός*, σε αυτή της κατηγορία ο συμμετέχων πραγματοποιεί δραστηριότητες οι οποίες έχουν να κάνουν με αθλητισμό και λαμβάνει μέρος σε διάφορες αθλητικές διοργανώσεις και αθλητικούς αγώνες.
- *Εξειδικευμένος τουρισμός*, αποτελείτε από ένα μικρό μέρος ανθρώπων μαζί οι οποίοι ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν για ένα συγκεκριμένο θέμα-σκοπό.

- *Θρησκευτικός τουρισμός*, πηγάζει από την ανάγκη των πιστών να γνωρίσουν την μεγαλοπρέπεια της πίστης τους.
- *Τουρισμός υγείας και ευεξίας*, προσελκύει άτομα τα οποία επιθυμούν να βελτιώσουν την φυσική τους κατάσταση.
- *Εθνοτουρισμός*, αναφέρεται σε άτομα τα οποία επιστρέφουν στις ρίζες τους και επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για τους προγόνους τους.

Πλεονεκτήματα του τουρισμού:

1. Σημαντικός παράγοντας κοινωνικής προσέγγισης ανθρώπων από άλλες χώρες, θρησκείες, γλώσσα κλπ.
2. Παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης.
3. Καλύτερη κατανόηση των μεν και των δε και μείωση πολιτικών εντάσεων.
4. Θεραπευτικό μέσω στην υγεία των ανθρώπων λόγω αλλαγής χώρων και κλίματος.

Μειονεκτήματα τουρισμού:

1. Εποχιακός τουρισμός.
2. Μαζικός τουρισμός κυρίως σε νησιά και όχι σε όλη την χώρα
3. Έλλειψη εγκαταστάσεων και υποδομών που θα καλύπτουν και άλλα είδη τουρισμού.

1.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με θεαματική δυναμική κυρίως τα τελευταία χρόνια. Με περισσότερα από 16.000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά, η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες που επιθυμούν να κάνουν τις διακοπές τους, όχι μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες, αλλά και ολόκληρο τον χρόνο και αυτό γιατί με τις ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον των άλλων χωρών για εξερεύνηση των ηθών και εθίμων, των γεύσεων, διαφόρων event και διοργανώσεων που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα και παρουσιάζουν όλο και μεγαλύτερη άνθηση τα τελευταία χρόνια. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται ορισμένα θέματα τουρισμού που διαδραματίζονται στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια με ακμαία τη συμμετοχή τουριστών από όλο τον κόσμο (Enterprise Greece, 2008).

Πίνακας 1 .1. Θεματικός Τουρισμός

Αγροτουρισμός - τουρισμός υπαίθρου	Ιατρικός τουρισμός
Αρχαιολογικός τουρισμός	Επαγγελματικός τουρισμός
Αρχιτεκτονικός τουρισμός	Αθλητικός τουρισμός
Γαστρονομικός τουρισμός	Οινοτουρισμός
Εκπαιδευτικός τουρισμός	Πολιτιστικός τουρισμός
Θαλάσσιος τουρισμός	Τουρισμός υγείας και ευεξίας

Πηγή: altertourism.gr

Από τον παραπάνω πίνακα γίνεται αντιληπτό ότι οι μορφές του τουρισμού στην Ελλάδα δίνουν μία πληθώρα κινήτρων στον εν δυνάμει τουρίστα να επισκεφθεί την χώρα αφού προκύπτουν δραστηριότητες οι οποίες ικανοποιούν μεγάλη αριθμό ενδιαφερόντων ενός τουρίστα.

Ορισμένες από τις δραστηριότητες που προκύπτουν είναι οι εξής:

- Canyoning
- Caving
- Parapente (αλεξίπτωτο πλαγιάς)
- Rafting
- River trekking
- Wind surfing
- Αναρρίχηση
- Θαλάσσιο σκι
- Θαλασσοθεραπεία
- Ιππασία
- Ιστιοπλοΐα
- Κατάδυση
- Κρουαζιέρες
- Ορεινό τρέξιμο
- Παρατήρηση οικοσυστήματος
- Ποδηλασία βουνού

Για το λόγο αυτόν η Ελλάδα προσφέρει μία ποικιλία προτάσεων σε κάποιον που επιθυμεί να κάνει τις διακοπές του διαδραστικά και όλα αυτά παρά τις αντίξοες συνθήκες που δημιουργούν την ύφεση και αυτό έχει ως αντίκτυπο στην αποδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, γεγονός που προκαλείται από τις χρόνιες αδυναμίες, στα γεγονότα της εποχής και στις φορολογικές επιβαρύνσεις. Παραταύτα, κάθε χρόνο σημειώνετε νέο ρεκόρ κρατήσεων από τουρίστες που επιθυμούν να κάνουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα.

Ο ελληνικός τουρισμός στα χρόνια αυτά της ύφεσης κατάφερε να επιδείξει εντυπωσιακή άνοδο μεγεθών και να συμβάλλει με καταλυτικό τρόπο στην ελληνική οικονομία. Πέρα από το γεγονός ότι καλύπτει ένα μέρος του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών της χώρας, ο τουρισμός δημιουργεί και μια σειρά από νέες θέσεις εργασίας όπου κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες -που αποτελούν μήνες αιχμής στον τομέα- εξαλείφει ένα μεγάλο ποσοστό ανεργίας η οποία μαστίζει τη σημερινή εποχή (CNN Greece, n.d).

Για όλα τα προαναφερόμενα, όλο και περισσότεροι νέοι επιλέγουν να κάνουν τις σπουδές τους πάνω στον τουρισμό, αφού η απορρόφηση σε αυτό τον κλάδο θα είναι άμεση από την αγορά. Από την άλλη, οι εργοδότες του τουριστικού κλάδου δηλώνουν πρόθυμοι και ένθερμοι υποστηρικτές των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που προσφέρουν προγράμματα στον τουρισμό ώστε να αποφοιτούν από αυτά άτομα καταρτισμένα και με πρακτικές γνώσεις με απώτερο σκοπό να απαρτίζουν τα ξενοδοχεία και γενικότερα τις επιχειρήσεις του τουρισμού, αξιόλογα και πιο έτοιμα άτομα.

Πίνακας 1.2. Η οικονομική σημασία του τουρισμού συνιστάται (μεταξύ άλλων):

- | |
|---|
| • Στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας |
| • Στη δημιουργία εισοδήματος – εσόδων |
| • Στην πραγματοποίηση επενδύσεων για ανάπτυξη υποδομών |
| • Στη συμμετοχή της τουριστικής παραγωγής στο ΑΕΠ |
| • Στη συνεισφορά της τουριστικής δραστηριότητας στους εθνικούς φορείς |

Πηγή: CNN Greece

Το προϊόν που παράγεται και πωλείται στην χώρα μας από τις τουριστικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζεται από (Πάττας, 2009):

Γράφημα 1.1. Τουριστικό Προϊόν.



Η επιδιωκόμενη αύξηση των αφίξεων και των εσόδων από τον εισερχόμενο και από τον εσωτερικό τουρισμό στην Ελλάδα θα προσδιοριστεί κατά κύριο λόγο από τον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καθώς και τον ρυθμό αύξησης της προσφοράς διεθνώς ανταγωνιστικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα και σε μικρότερο βαθμό από τη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών.

Πίνακας 1.3. Τράπεζα της Ελλάδος, τουριστικό ισοζύγιο (Απρίλιος 2016)

Χώρες	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις	Μέση διάρκεια	Έσοδα	Έσοδα/ ταξιδιώτη	Έσοδα/ διανυκτ.
Στοιχεία 2015	26.114.200	188.012.000	7,2	14.125.800	541	75
Στόχος 2021	34.800.000	250.000.000	7,2	19.600.000	563	78

Πηγή:SETE Intelligence.

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζεται με αριθμούς ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα από το 1995 έως το 2015.

Διάγραμμα 1.1.



Πηγή : UNWTO

1.3. ΤΟ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η τριτοβάθμια εκπαίδευση αποτελεί το ανώτατο επίπεδο του εκπαιδευτικού συστήματος. Στην Ελλάδα με βάση το Ν. 2916/2001 η τριτοβάθμια εκπαίδευση προκύπτει από τα Πανεπιστήμια και από τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΤΕΙ). Από το έτος 1997/98 θεσμοθετήθηκε το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ). Με διάταξη του Συντάγματος, η επαγγελματική και η ειδική εκπαίδευση, παρέχονται στις σχολές Ανώτερης βαθμίδας εκπαίδευσης και τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι πλήρως αυτοδιοικούμενα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου.

Σχετικά με την εισαγωγή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση ενδέχεται να εξαρτάται από προϋποθέσεις διαφόρων τύπων. Όλοι οι υποψήφιοι σπουδαστές είναι υποχρεωμένοι να διαθέτουν τουλάχιστον ένα πιστοποιητικό ολοκλήρωσης της ανώτερης δευτεροβάθμιας

εκπαίδευσης. Παρόλα αυτά ισχύουν και άλλες ειδικές απαιτήσεις πέρα από τον γενικό αυτό κανόνα.

- Ο αριθμός των εισακτέων είναι συγκεκριμένος ανά σχολή και καθορίζεται σε εθνικό επίπεδο.
- Ορισμένα ιδρύματα ενδέχεται να περιορίσουν τον αριθμό διδασκόντων, με βάση τον αριθμό θέσεων που διαθέτουν σε ορισμένα ή σε όλα τα τμήματά τους. Σε αυτό καθοριστικό παράγοντα έχει η χρηματοδότηση με βάση τον προϋπολογισμό της προηγούμενης χρονιάς και χρόνο με τον χρόνο αυτό μπορεί να αλλάζει.
- Ένα άλλο φαινόμενο είναι τα Ιδρύματα να επιλέγουν τους σπουδαστές με βάση τις ικανότητές τους. Αυτό συμβαίνει κυρίως σε σχολές με καλλιτεχνική, τεχνική ή ιατρική φύση.
- Τέλος, ενδέχεται να απαιτείται μόνο το πιστοποιητικό που χορηγείται με την επιτυχή ολοκλήρωση του κύκλου της ανώτερης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ή ισότιμο τίτλο σπουδών, όπου εκεί η εισαγωγή είναι απόλυτα ελεύθερη και τα Ιδρύματα δέχονται όλους τους υποψήφιους.

Τα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα στην Ελλάδα έχουν ως εξής:

Πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Στον τομέα αυτό δίνεται έμφαση στη εκπαίδευση υψηλής ποιότητας, σύμφωνα με τις απαιτήσεις της επιστήμης, δίνοντας στο μελλοντικό επιστήμονα μία σφαιρική κατάρτιση. Στην **Ανώτατη Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση** ανήκουν τα Πανεπιστήμια, τα Πολυτεχνεία, η Ανώτατη Σχολή Καλών Τεχνών και το Εναλλακτικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Στην Ελλάδα λειτουργούν 20 Πανεπιστήμια σε διαφορετικές πόλεις οι οποίες με την σειρά τους διαιρούνται σε τμήματα και αυτά σε αντίστοιχους τομείς. Οι τίτλοι σπουδών που παρέχονται είναι:

- Ανθρωπιστικές Νομικές και Κοινωνικές Επιστήμες.
- Θετικές Επιστήμες.
- Επιστήμες Υγείας.
- Τεχνολογικές Επιστήμες.
- Επιστήμες Οικονομίας και Διοίκησης.

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Το πρόγραμμα σπουδών στο **Ε.Α.Π.** βασίζεται στη μέθοδο της εξ αποστάσεως διδασκαλίας. Οι φοιτητές χρειάζεται να οργανώσουν κατάλληλα το χρόνο τους ώστε να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της μελέτης που επιβάλλει αυτή η διδακτική μέθοδος. Το

Ε.Α.Π. παρέχει πτυχίο ισότιμο με το πτυχίο των "παραδοσιακών" Πανεπιστημίων. Οργανώνει προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών, καθώς και προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης ή μετεκπαίδευσης που οδηγούν σε πιστοποιητικά παρακολούθησης ή επιμόρφωσης.

Τέλος, στα περισσότερα Πανεπιστήμια και Τ.Ε.Ι. της χώρας λειτουργούν Γραφεία Διασύνδεσης (Γ.Δ.), τα οποία αποτελούν γέφυρα επικοινωνίας ανάμεσα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση και την αγορά εργασίας. Μέσα από τη στενή συνεργασία με παραγωγικούς φορείς βοηθούν τους απόφοιτους και τελειόφοιτους να μεταβούν ομαλά στον κόσμο της παραγωγής. (ΓραΣΕΠ, 2017)

Παραδείγματα λειτουργίας Πανεπιστημίων πάνω στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων:

Α) Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Νέο Τμήμα Οργάνωση και Διοίκηση Τουρισμού.

Το νέο αυτό Τμήμα εντάσσεται στη Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών και Διεθνών σπουδών και σαν μέλημά της έχει να προάγει την επιστήμη με την έρευνα και αναζήτηση ώστε να συμβάλλει στη δημιουργία επιστημόνων υψηλού επιπέδου με ολοκληρωμένη εκπαίδευση σε θέματα που αφορούν τον τουρισμό και τη φιλοξενία. Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος απευθύνεται στους φοιτητές που επιθυμούν να κατακτήσουν θέσεις σε ανώτερα κλιμάκια οργανισμών και επιχειρήσεων.

Τα μαθήματα αναδεικνύουν κυρίως πεδία της Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, της Διοίκησης Παραγωγής, του Μάρκετινγκ καθώς και άλλα μαθήματα παρόμοιας φύσης. Το Τμήμα επιδιώκει την παροχή θεωρητικής και πρακτικής εκπαίδευσης σε θέματα που αφορούν τη διοίκηση επιχειρήσεων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα. Η ποικιλία των παροχών που καλύπτονται ανταποκρίνονται σε ένα ευρύ φάσμα για πιθανότητες σταδιοδρομίας. Ορισμένες από αυτές είναι:

- Η Βιομηχανία
- Οι Τράπεζες
- Οι Εμπορικές επιχειρήσεις
- Αυτοαπασχόληση
- Δημόσια Διοίκηση
- Τουριστικές Επιχειρήσεις
- Μεταφορικές επιχειρήσεις

Επιπρόσθετα, η στοχευόμενη εκπαίδευση που έχουν λάβει οι απόφοιτοι, τους βοηθάει να χειριστούν πολύπλοκες πληροφορίες οι οποίες σε οικονομικά ιδρύματα αλλά και άλλα μέρη που είναι απαραίτητο, πρέπει να αναλύονται σοβαρά.

Το πρόγραμμα ακολουθεί τις διεθνείς δραστηριότητες του Πανεπιστημίου με ανταλλαγές εκπαιδευτικού προσωπικού και των φοιτητών μέσω προγραμμάτων της Ευρωπαϊκή Ένωσης (ERASMUS) και διαπανεπιστημιακών συμφωνιών με άλλα διεθνή ακαδημαϊκά ιδρύματα.

Ασφαλώς οι φοιτητές μπορούν να προβούν στα γραφεία Δομής Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας (ΔΑΣΤΑ) ώστε να γνωρίσουν το περιβάλλον της μελλοντικής τους επαγγελματικής σταδιοδρομίας και παράλληλα να αποκτήσουν γνώσεις όπως και δεξιότητες που θα τους δώσουν τη δυνατότητα να εισέλθουν δυναμικά στον επαγγελματικό στίβο. Τα ΔΑΣΤΑ του Πανεπιστημίου Πειραιώς περιλαμβάνει τις εξής υπηρεσίες για να ενισχυθεί η βοήθεια απέναντι στους φοιτητές και απόφοιτους του εκπαιδευτικού ιδρύματος:

- Γραφείο Διασύνδεσης, για την ένταξη των φοιτητών και απόφοιτων στην αγορά εργασίας μέσω πληροφόρησης, συμβουλών και της συνεχές ενημέρωσης.
- Μονάδα Καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, όπου αναπτύσσεται η επιχειρηματική κουλτούρα και νοοτροπία.
- Γραφείο Πρακτικής Άσκησης, για να αποκτήσουν οι φοιτητές τις πρώτες εμπειρίες και την ανάλογη προϋπηρεσία στον κλάδο που έχουν επιλέξει να ακολουθήσουν, αφομοιώνοντας έτσι ουσιαστικότερα την επιστημονική γνώση που λάβανε μέσω των θεωρητικών μαθημάτων που διδάχτηκαν (ΠαΠει, 2017).

B) Πανεπιστήμιο Αιγαίου – Νέο Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού (Χίος)

Το Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης του Τουρισμού στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, έδρα έχει τη Χίο και εντάσσεται στη σχολή Επιστημών της Διοίκησης. Αποστολή έχει να συνθέτει, να εξελίσσει και να ολοκληρώνει όλους τους επιστημονικούς κλάδους οι οποίοι περιστρέφονται γύρο από την τουριστική ανάπτυξη και διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων καθώς και την παροχή ποιοτικής και σύγχρονης εκπαίδευσης στους φοιτητές της ώστε να εξασφαλίσουν μία θέση στον επαγγελματικό στίβο στους κλάδους του τουρισμού (AlfVita, 2017).

Το Τμήμα έχει ως στόχο να:

- Παρέχει ποιοτική εκπαίδευση στους υποψηφίους που μελετούν την ανάπτυξη του τουρισμού

- Παράγει νέα γνώση στις επιστήμες που εξετάζουν το τουριστικό φαινόμενο μέσω έρευνας
- Ενισχύσει και να υποστηρίξει το επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό.

Οι απόφοιτοι του Τμήματος Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού θα αποτελούν ικανά άτομα να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες της διεθνούς αγοράς σε ότι αφορά θέματα οικονομίας και τουρισμού. Ως επί το πλείστον μπορούν να απασχοληθούν ως:

- Στελέχη Τουριστικών επιχειρήσεων
- Στελέχη του ευρύτερου δημόσιου τομέα
- Στελέχη κλαδικών φορέων τουρισμού
- Σύμβουλοι αναπτυξιακών εταιριών και μελετητικών γραφείων

Στο τέλος των σπουδών τους οι απόφοιτοι θα αποκομίσουν γνώσεις, διοίκησης, οργάνωσης και λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων, έρευνας και ανάπτυξης νέων τουριστικών προϊόντων, προώθηση και πώληση τουριστικών προϊόντων, δημόσια διοίκηση, σχεδιασμός και πολιτική τουριστικών πακέτων και τέλος διασφάλιση ποιότητας παροχής τουριστικών προϊόντων.

Το Πρόγραμμα σπουδών αποτελεί ένα καινοτόμο πρόγραμμα που προβλέπονται διεθνοποιημένες ακαδημαϊκές, εκπαιδευτικές και ερευνητικές δράσεις αλλά και μία ποικιλία συνεργασιών με σημαντικούς φορείς του τουρισμού προς όφελος των φοιτητών και αποφοίτων και εν κατακλείδι στην ανάπτυξη της χώρας γενικότερα.

Ασφαλώς για την αφομοίωση των γνώσεων και τη μέγιστη δυνατή επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία, το τμήμα αναπτύσσει μια σειρά δραστηριοτήτων με σκοπό να συνδέσει τους φοιτητές με οργανισμούς και επιχειρήσεις στους οποίους θα μπορούσαν να τους απορροφήσουν μελλοντικά. Πιο συγκεκριμένα προσφέρεται δωδεκάμηνη πρακτική άσκηση σε φορείς της τουριστικής βιομηχανίας, υπηρεσίες του δημόσιου τομέα και τοπικές αυτοδιοικήσεις για την άμεση σύνδεση των θεωρητικών και εργαστηριακών – πρακτικών σπουδών των φοιτητών. Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν είναι τα ακόλουθα:

- Γνωριμία φοιτητών με μελλοντικούς εργοδότες
- Απόκτηση εμπειρίας και προϋπηρεσίας
- Ανάλυση ευθυνών και απόκτηση εμπειρίας σε θέματα που σχετίζονται με τον κλάδο

Η επιτροπή είναι εκείνη η οποία συνδέει το Τμήμα με τις Τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς και ο Τμηματικός Υπεύθυνος της Πρακτικής Άσκησης εργάζεται πάνω

στην παροχή πληροφοριών σχετικά με τη δράση τουριστικών οργανισμών σε Ελλάδα και εξωτερικό (Πα.Πει. Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, 2012):

Ανώτατη Τεχνολογική Εκπαίδευση (ΤΕΙ)

Σε ότι αφορά την **Ανώτατη Τεχνολογική Εκπαίδευση**, δίνεται έμφαση στην εκπαίδευση υψηλής ποιότητας αλλά και εφαρμογής του χαρακτήρα της επιστήμης. Η εκπαίδευση είναι προσαρμοσμένη στην αφομοίωση και μεταφορά των δεδομένων της επιστήμης, στην εφαρμογή. Τα ΤΕΙ σε σχέση με τα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα διαφέρουν στο ότι τα πρώτα έχουν περισσότερο εφαρμοσμένο χαρακτήρα, παρόλα αυτά το πρόγραμμα σπουδών τους περιλαμβάνει επαρκή αριθμό θεωρητικών μαθημάτων ώστε οι πτυχιούχοι να μπορούν να προσαρμόζονται εύκολα και αποτελεσματικά στις μεταβαλλόμενες επαγγελματικές και κοινωνικές απαιτήσεις της καθημερινότητας. Η Ελλάδα απαριθμεί δέκα πέντε (15) Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Παρέχονται ογδόντα ένα (81) εξειδικεύσεις στους τομείς των (ΓραΣΕΠ,2017):

- Γραφικών Τεχνών και Καλλιτεχνικών Σπουδών.
- Διοίκησης και Οικονομίας.
- Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας.
- Τεχνολογικών Εφαρμογών.
- Τεχνολογίας Τροφίμων και Διατροφής.
- Τεχνολογίας Γεωπονίας
- Μουσικής Τεχνολογίας.

Τα Τ.Ε.Ι. όμως σε αντίθεση με τα Πανεπιστήμια πέρα από τα γενικά μαθήματα στο χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων και γενικών γνώσεων γύρω από τον τουρισμό, περιλαμβάνουν και πολλά μαθήματα ειδικότητας. Υπάρχουν εξειδικευμένα εργαστηριακά μαθήματα τα οποία δίνουν στον φοιτητή μια πιο σφαιρική εικόνα του επαγγέλματος και δίνεται έμφαση στην εξάμηνη πρακτική άσκηση αφού εκπληρωθεί ο αριθμός των υποχρεωτικών μαθημάτων. Με αυτό τον τρόπο γίνεται μία καλύτερη προετοιμασία για ευδόκιμη δράση στον τουριστικό κλάδο.

Τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα που αφορούν τον τουρισμό, σκοπό έχουν οι απόφοιτοί τους να μπορούν να καλύψουν τις επαγγελματικές εξειδικεύσεις στον χώρο της ξενοδοχείας και εστίασης, της πρακτόρευσης του τουρισμού αλλά και τους επιστημονικούς χώρους του τουρισμού που θα έχουν σαν αρμοδιότητα να κρίνουν, να αξιολογούν, να ερευνούν αλλά και να σχεδιάζουν την ανάπτυξη και τη διοίκηση του τουρισμού στη χώρα, ως συνολικό φαινόμενο. Τα περισσότερα Τ.Ε.Ι. πέρα από ένα

προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών που παρέχουν, προσφέρουν τη δυνατότητα διά βίου μάθησης στους σπουδαστές με μεταπτυχιακά προγράμματα πάνω στον τουρισμό, είτε αυτά είναι το εξωτερικό, είτε στο εσωτερικό. Το βασικό μέλημα είναι να αναδειχθούν ικανά στελέχη τα οποία να έχουν τη δυνατότητα να προγραμματίζουν, να οργανώνουν, να διευθύνουν και να ελέγχουν παραγωγικές δραστηριότητες των τουριστικών επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα δύο είναι οι βασικοί στόχοι του προγράμματος σπουδών:

1. Η εκπαίδευση και ανάπτυξη στελεχών τουριστικής βιομηχανίας με εξειδικευμένο προφίλ επιστημονικών γνώσεων και τεχνολογικών δεξιοτήτων στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων
2. Η εκπαίδευση στελεχών του ευρύτερου δημόσιου τομέα, της τοπικής αυτοδιοίκησης καθώς και των συμβούλων αναπτυξιακών εταιριών και μελετητικών γραφείων σε θέματα σχεδιασμού, τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης.

Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.) τουριστικής εκπαίδευσης υπάρχουν στις παρακάτω περιοχές της χώρας (edu.klimaka, 2017):

- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Αθήνας
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Πάτρας
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Πειραιά (Σπέτσες)
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Κρήτης
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Ιονίων νησιών (Αργοστόλι)
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Λαμίας Άμφισσα
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Λάρισας
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Ηπείρου (Ηγουμενίτσα)
- Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Γρεβενά

(βλ. Παράρτημα 1,α)

Το πρόγραμμα σπουδών των Τ.Ε.Ι. διαρκεί τέσσερα (4) έτη μέσα στα οποία οι φοιτητές λαμβάνουν θεωρητική γνώση αλλά και εργαστηριακή και στο τελευταίο εξάμηνο (Η) πραγματοποιούν την πτυχιακή και πρακτική τους άσκηση.

Σε κάθε περίπτωση, οι απόφοιτοι που τελειώνουν κάποιο Τ.Ε.Ι. του τουρισμού έχουν όλες τις απαραίτητες επιστημονικές, τεχνολογικές γνώσεις αλλά και δεξιότητες ώστε να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν σε τομείς του τουρισμού όπως είναι:

- Ο σχεδιασμός και η διοίκηση ολόκληρης της τουριστικής επιχείρησης διαφόρων μεγεθών με την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την οργάνωση και τη λειτουργία της.
- Ο σχεδιασμός, η διοίκηση και η πολιτική του τουρισμού σε εθνικό περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
- Για την διαχείριση, εκπαίδευση και ανάπτυξη των ανθρωπίνων πόρων των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Στον τομέα παραγωγής του ξενοδοχειακού προϊόντος.
- Στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών γενικότερα, της τουριστικής βιομηχανίας.
- Στη σύνταξη μελετών για την ίδρυση, λειτουργία, εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Στον συλλογικό σχεδιασμό και εφαρμογής προγραμμάτων για την ανάπτυξη διαφόρων μορφών τουρισμού.
- Και τέλος είναι ικανά άτομα να ασχοληθούν με την διασφάλιση ποιότητας παροχής τουριστικών υπηρεσιών και συμμόρφωσης του τελικού τουριστικού προϊόντος με τα σχετικά πρότυπα (π.χ. HACCP, ISO).

Οι απόφοιτοι των Τ.Ε.Ι. του τουρισμού με την απόκτηση του πτυχίου τους μπορούν να ασκούν το επάγγελμα ή σαν στελέχη μονάδων, ή ως αυτοαπασχολούμενοι επιχειρηματίες. Τέλος, μπορούν να συμμετέχουν σε διαγωνισμούς του ΑΣΕΠ για θέσεις του δημοσίου με την ειδικότητα Τ.Ε. Διοικητικού - Λογιστικού.

Α.Σ.Τ.Ε. (Ανώτερη Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών)

Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης με προσανατολισμό τη Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων. Η διάρκεια φοίτησης είναι 7 εξάμηνα και περιλαμβάνει 9 μήνες αμειβόμενη και εποπτευόμενη πρακτική άσκηση. Οι προϋποθέσεις και η διαδικασία εισαγωγής καθορίζεται από το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων ανάλογα με το εκάστοτε ισχύον εθνικό σύστημα εισαγωγής στην Τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Σκοπός των ανώτερων σχολών τουριστικής εκπαίδευσης είναι η ανάδειξη ικανών στελεχών τουριστικών επαγγελματιών με άρτια επαγγελματική και τεχνική κατάρτιση. Στόχο έχουν να μπορούν οι απόφοιτοι να προγραμματίζουν, να οργανώνουν, να διευθύνουν και να ελέγχουν παραγωγικές δραστηριότητες του τουριστικού κλάδου. Η διάρκεια των

σπουδών αποτελείται από τρία (3) χρόνια κατά τα οποία εντάσσεται τρίμηνη πρακτική εξάσκηση και οι εξετάσεις που πραγματοποιούνται δύο (2) φορές τον χρόνο.

Η εισαγωγή των ενδιαφερόμενων, ορίζεται από το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων ανάλογα με το εκάστοτε ισχύον Εθνικό Σύστημα Εισαγωγής στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση ανάλογα με το εκάστοτε ισχύον εθνικό σύστημα εισαγωγής στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (Βλ. Πανελλήνιες εξετάσεις) και τα μαθήματα που θα πρέπει να επιλέξουν οι υποψήφιοι για να εξετασθούν πανελλαδικά είναι μία ξένη γλώσσα και οι Αρχές Οικονομικής Θεωρίας (ΑΟΘ) πέρα των άλλων υποχρεωτικών μαθημάτων που καλούνται να εξετασθούν.

Η διάρκεια φοίτησης είναι επτά (7) εξάμηνα και κάθε εκπαιδευτικό έτος περιλαμβάνει δύο (2) κύκλους σπουδών:

1. Ο *Θεωρητικός*, κατά τον οποίο η έναρξη πραγματοποιείται το μήνα Οκτώβρη και ακολουθεί η λήξη, τον μήνα Ιούνιο του επόμενου έτους.
2. Ο *Πρακτικός*, ο οποίος αποτελεί την συνέχεια του θεωρητικού με τη συνέχεια της εκπαίδευσης αρχίζοντας το μήνα Ιούνιο κατά τον οποίο οι φοιτητές τοποθετούνται με μέριμνα του Υπουργείου Τουρισμού, για πρακτική άσκηση σε επιλεγμένες Ξενοδοχειακές και Τουριστικές Επιχειρήσεις, λήγοντας τον μήνα Σεπτέμβριο.

Δύο είναι οι εκπαιδευτικές μονάδες οι οποίες λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα σαν Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης:

1. Ανώτερη Σχολή Τουριστικής Εκπαίδευσης Ρόδου (Α.Σ.Τ.Ε.Ρ.)
2. Ανώτερη Σχολή Τουριστικής Εκπαίδευσης Κρήτης (Α.Σ.Τ.Ε.Κ.)

Οι απόφοιτοι των ΑΣΤΕ με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους, ασχολούνται αυτοδύναμα, είτε σε συνεργασία με άλλους επιστήμονες σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, όπως αυτός ορίζεται από τις διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά, ή ως αυτοαπασχολούμενοι με τη μελέτη, έρευνα και εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας στην τουριστική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα, στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης με την άσκηση διοίκησης σε διάφορες τουριστικές μονάδες και ταξιδιωτικά γραφεία.

Οι επαγγελματικές προοπτικές οι οποίες αναδεύουν μετά την αποφοίτηση και οι θέσεις εργασίας οι οποίες μπορούν να καλυφθούν ανάλογα με τον τομέα και την εξειδίκευσή τους αποτελούν τα εξής επαγγέλματα:

- Τουριστικά γραφεία ταξιδιών.
- Αεροπορικές ή ναυτιλιακές εταιρίες.
- Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.
- Κρουαζιερόπλοια.
- Τηλεοπτικοί σταθμοί.
- Κέντρα ψυχαγωγίας.
- Τροφοδοσία ξενοδοχείων και επισιτιστικών μονάδων.
- Προμήθεια τροφίμων, ποτών και εξοπλισμού τουριστικών μονάδων.
- Προγραμματισμό επιχειρηματικής δραστηριότητας τουριστικών επιχειρήσεων.
- Έρευνα αγοράς πωλήσεων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.
- Σχεδιασμός και σύνθεση τουριστικών πακέτων.

(βλ. παράρτημα 1,β)

Αντιληπτό γίνεται το γεγονός ότι οι απόφοιτοι των Α.Σ.Τ.Ε. μπορούν να καλύψουν θέσεις που αφορούν την διοίκηση αλλά και θέσεις υψηλότερης βαθμίδας όπως είναι αυτές της διεύθυνσης ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αλλά και άλλων κλάδων (Υπουργείο Τουρισμού, Α.Σ.Τ.Ε., 2017).

Σε σύγκριση τώρα με το πρόγραμμα σπουδών των Τ.Ε.Ι., το πρόγραμμα σπουδών των Α.Σ.Τ.Ε. χαρακτηρίζεται από έντονο επαγγελματικό χαρακτήρα και τον στενότερο προσανατολισμό, δίνοντας έμφαση στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και όχι στις τουριστικές επιχειρήσεις γενικά. Οι ώρες εργασίας κατά κύριο λόγο αφορούν μαθήματα με προσανατολισμό τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και όχι τις τουριστικές και δίνεται μεγάλη έμφαση στην πρακτική άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες μήνες θερινής περιόδου και στην εν μέρη οικοτροφειακή οργάνωση των Α.Σ.Τ.Ε. που οδηγεί σε μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης στον ξενοδοχειακό κλάδο και αμεσότερη επαφή με την πραγματικότητα.

1.4. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΣ

Ο όρος εκπαίδευση σε ότι αφορά έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας σε εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό, αναφέρεται σε προγράμματα τα οποία η διδακτέα ύλη περιλαμβάνει δύο κατηγορίες μαθημάτων.

1. Τα μαθήματα τα οποία σχετίζονται στενά με ένα επάγγελμα και μία ειδικότητα, και αποβλέπουν στην εκμάθηση ειδικών γνώσεων ή την απόκτηση ορισμένων δεξιοτήτων

- δεξιοτεχνιών οι οποίες έχουν περιορισμένη χρησιμότητα πέρα από τον χώρο εργασίας, δηλαδή την καθημερινή ζωή.
- 2. Τα μαθήματα γενικής παιδείας τα οποία δεν αφορούν την καθαυτού ειδικότητα – επάγγελμα αλλά αποσκοπούν στην απόκτηση γνώσεων και συνοδεύεται με καταξιωμένα γνωστικά πεδία των βασικών επιστημών, των γραμμάτων και των τεχνών. Αναβαθμίζουν την στάθμη της παιδείας ενός ατόμου και τον καθιστούν εν δυνάμει αποδοτικότερο στην εργασία του.

Ο όρος κατάρτιση τώρα, αναφέρεται σε προγράμματα τα οποία το μεγαλύτερο μέρος της διδακτέας ύλης συνοδεύεται στενά με την άσκηση ενός επαγγέλματος ή μίας ειδικότητας και αποβλέπει στην προετοιμασία του καταρτιζόμενου για την άσκηση του επαγγέλματος. Το πρόγραμμα κατάρτισης στον τουρισμό διακρίνεται σε δύο κατηγορίες (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, p. 79):

1. Την αρχική επαγγελματική κατάρτιση, η οποία αναφέρεται σε άτομα τα οποία συνήθως είναι νεαρής ηλικίας και δεν έχουν εισέλθει ακόμη στο εργατικό δυναμικό ή έχουν εργασθεί μόνο περιστασιακά. Η διάρκεια της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισής ξεκινάει από ένα εξάμηνο έως τρία χρόνια. Περιλαμβάνει την έκταση της πρακτικής άσκησης στο εκπαιδευτήριο ή σε κάποια παραγωγική μονάδα.
2. Τη συνεχιζόμενη κατάρτιση ή αλλιώς επανακατάρτιση. Σε αυτή την περίπτωση κατάρτισης ενός ατόμου, η διάρκεια είναι μικρότερη και συνήθως έχει τη μορφή σεμιναρίων. Τα προγράμματα αυτά απευθύνονται κυρίως σε εργαζόμενους με στόχο την παροχή περισσότερων γνώσεων σχετικά με το επάγγελμα ή την ειδικότητα με την οποία απασχολούνται.

Σε ότι αφορά αυτές τις δύο διακρίσεις παρατηρείται ότι η διαχωριστική γραμμή μεταξύ τουριστικής εκπαίδευσης και τουριστικής κατάρτισης, είναι πολύ λεπτή και πολλές φορές δεν είναι σαφής στα εκπαιδευτικά προγράμματα του τουρισμού που προκύπτουν ανά καιρούς. Είναι πολύ σημαντικό να γίνεται λόγος για τουριστική εκπαίδευση ως μία δραστηριότητα που μπορεί να καλύπτει και την απόκτηση συγκεκριμένων επαγγελματικών προσόντων, τα οποία χρειάζεται ο τουριστικός τομέας όπως λ.χ. του ξενοδοχειακού στελέχους ή του γλωσσομαθή, αλλά εκτείνεται πολύ πέρα από αυτήν και συμβάλλει στη δημιουργία αποδοτικότερου ανθρώπινου δυναμικού για τον τομέα και την ανάπτυξή του.

Η αναβάθμιση της ποιότητας γνώσεων και κατάρτισης των ατόμων που απαρτίζουν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα του τουρισμού αποτελούν καταλύτη στην τουριστική αγορά. Στη σύγχρονη οικονομική συγκυρία έχει ιδιαίτερη σημασία η διεύρυνση των

δυνατοτήτων εκπαίδευσης, κατάρτισης με εμπλουτισμό των γνώσεων, δεξιοτήτων και προσόντων, ενίσχυση των ευκαιριών απασχόλησης για τους εργαζόμενους στον τουρισμό και ιδιαίτερα τους νέους παραγωγικούς ανθρώπους. Ένας ολοκληρωμένος εργαζόμενος πρέπει να έχει:

- Γενική παιδεία
- Τεχνικές γνώσεις
- Βασικές κοινωνικές ικανότητες

Η εκπαίδευση αποτελεί προϋπόθεση μίας οργανωμένης κοινωνίας. Η πρώτη πολιτική που θα πρέπει να υλοποιηθεί είναι αυτή της εκπαίδευσης η οποία να ανταποκρίνεται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες της ζήτησης και προσφοράς της τουριστικής βιομηχανίας και να είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να:

- Ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς
- Να δοθεί περισσότερη σημασία σε θέματα τεχνογνωσίας
- Και να αξιοποιηθούν οι σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορικής.

Όλα αυτά για να επιτευχθούν αναγκαία είναι η μετάδοση και κατανόηση της γνώσης και η ανάπτυξη των δεξιοτήτων του εργαζόμενου. Για να πετύχει κάτι τέτοιο, καθοριστικό παράγοντα αποτελεί το εκπαιδευτικό σύστημα και συνεργασία εκπαιδευτικών μεταξύ τους αλλά και με την αγορά του τουρισμού. Διαβαθμίζοντας την τουριστική εκπαίδευση τα πεδία σχολών που προκύπτουν είναι τα εξής:

Τα Πανεπιστήμια και Τ.Ε.Ι. τα οποία αποτελούν μονάδες του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος και τα προγράμματα τουριστικής εκπαίδευσης που προσφέρονται από αυτά αποτελούν αρμοδιότητα του Υπουργείου Παιδείας. Ο παρεχόμενος τίτλος αναγνωρίζεται επίσημα από το κράτος και σε αρκετές περιπτώσεις κατοχυρώνεται νομικά για την κατάληψη ορισμένων θέσεων ή συγκεκριμένων εργασιακών ιδιοτήτων, ο σχετικός τίτλος ορίζεται ως προϋπόθεση.

Τα ιδιωτικά και δημόσια Ι.Ε.Κ. και οι μονάδες που εξομοιώνονται με αυτά, όπως Σ.Τ.Ε. και οι σχολές του Υπουργείου Τουρισμού καθώς και προγράμματα συνεχιζόμενης κατάρτισης και επανακατάρτισης, οι τίτλοι και τα πιστοποιητικά που προέρχονται δεν αναγνωρίζονται επίσημα και δεν κατοχυρώνονται νομικά. Οι πιστοποιημένοι τίτλοι δεν έχουν αποκτήσει ακόμα νομική ισχύ, ήδη όμως ασκούνται σχετικές πιέσεις και είναι πιθανόν η αξία τους στο μέλλον να έχει κάποιο βαθμό νομικής κατοχύρωσης. Για τους απόφοιτους των ιδιωτικών και δημόσιων Ι.Ε.Κ. ευθύνη έχει το Υπουργείο Παιδείας καθώς και για την εποπτεία αυτού. Οι απόφοιτοι των Ι.Ε.Κ. λαμβάνουν από το Ινστιτούτο τους "Βεβαίωση Επαγγελματικής Κατάστασης" η αξία της οποίας εξαρτάται από την εκτίμηση

της αγοράς. Για την απόκτηση “Διπλώματος Επαγγελματικής Κατάρτισης” οι απόφοιτοι των Ι.Ε.Κ. υποβάλλονται σε εξετάσεις που διεξάγει η Κεντρική Εξεταστική Επιτροπή δύο φορές τον χρόνο.

Στις εποπτικές Αρχές του Συστήματος αρμόδιοι είναι (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος,ρ 83-85):

- Το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, για τα Πανεπιστήμια, τα Τ.Ε.Ι. και μέσω του Οργανισμού Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Ε.Ε.Κ.), για τα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (Ι.Ε.Κ.), δημόσια και ιδιωτικά.
- Το Υπουργείο Ανάπτυξης (Τομέας τουρισμού), για τις Σχολές Τουριστικών Επαγγελμάτων (Σ.Τ.Ε.) και σε δευτεροβάθμιο επίπεδο τα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (Κ.Ε.Κ.) τα οποία καταλαμβάνουν ένα σημαντικό μέρος του συνόλου των σπουδαστών του τουριστικού τομέα εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Το Υπουργείο Ανάπτυξης για τα Κέντρα Ελευθέρων Σπουδών (Κ.Ε.Σ.).
- Το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων μέσω του Εθνικού Κέντρου Πιστοποίησης (Ε.Ι.Ε.ΠΙΣ.) για τα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (Κ.Ε.Κ.) καθώς και μέσω του Υπουργείου Τουρισμού. για τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες του Οργανισμού αυτού.

Σε ότι αφορά τώρα το περιεχόμενο προγραμμάτων σπουδών και τα μαθήματα τα οποία διδάσκονται, στο πτυχιακό πλαίσιο σπουδών παρουσιάζει μεγάλη συγγένεια με τα προγράμματα σπουδών της διοίκησης επιχειρήσεων. Η πρακτική άσκηση που αποτελεί τον κανόνα σε προγράμματα σπουδών για τον τουρισμό, στην περίπτωση των Πανεπιστημίων σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες μαζί και η Ελλάδα δεν γίνεται ή υπάρχει σε περιορισμένο χρονικό διάστημα. Έτσι δημιουργείται η εικόνα πως οι απόφοιτοι δεν αποκτούν με τη ζώσα πραγματικότητα του τουριστικού κλάδου και με την μόρφωση που λαμβάνουν προορίζονται περισσότερο για τη στελέχωση κρατικών υπηρεσιών που έχουν σαν αντικείμενο τον κλάδο, παρά για στελέχη παροχής τουριστικών υπηρεσιών.

Το Υπουργείο Τουρισμού προσφέρει τις εξής Επαγγελματικές Τουριστικές Σχολές:

Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση. Σχολές ξεναγών. Απευθύνεται σε απόφοιτους λυκείου και η διάρκεια φοίτησης αποτελείται από 5 εξάμηνα. Η εισαγωγή γίνεται κατόπιν εξετάσεων, με μέριμνα του Υπουργείου Τουρισμού και δίνεται η δυνατότητα σε απόφοιτους Τμημάτων, Αρχαιολογίας, Ιστορίας, Ιστορίας και Αρχαιολογίας, Κοινωνικής Ανθρωπολογίας, Ιστορίας Αρχαιολογίας και Διαχείριση Πολιτισμικών Αγαθών και Ιστορίας και Εθνολογίας Πανεπιστημίων της ημεδαπής και αναγνωρισμένων της αλλοδαπής, να

παρακολουθήσουν σε συνεργασία με τα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα της χώρας Ταχύρρυθμα προγράμματα διάρκειας δύο μηνών, να καταρτισθούν στο επάγγελμα του Ξεναγού.

Μεταδευτεροβάθμια επαγγελματική κατάρτιση. Η φοίτηση διαρκεί 4 εξάμηνα και αποσκοπεί σε 6 μήνες αμειβόμενη και εποπτευόμενη πρακτική άσκηση σε επιλεγμένες ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις.

Συνεχιζόμενη Επαγγελματική Κατάρτιση, Μετεκπαίδευση. Οι μετεκπαιδευόμενοι έχουν την δυνατότητα να συστηματοποιήσουν και να εκσυγχρονίσουν τις τεχνικές ικανότητές τους και να αποκτήσουν τις απαραίτητες θεωρητικές γνώσεις, προκειμένου να βελτιώσουν την απόδοσή τους στην παροχή υπηρεσιών.

Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ). Απαρτίζονται από γραφεία διασύνδεσης που έχουν συμβουλευτικό και ενημερωτικό χαρακτήρα. Ο ρόλος των Γραφείων Διασύνδεσης είναι συμβουλευούν και να ενημερώνουν τους ενδιαφερόμενους του τουριστικού κλάδου. Σκοπός τους είναι η υποστήριξη και η διευκόλυνση των εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο, των σπουδαστών - μαθητών καθώς και αποφοίτων των τουριστικών σχολών για το σχεδιασμό της γενικότερης επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας, είτε με την προώθησή τους στην αγορά εργασίας (TravelDailyNews, 2016). Οι σχολές του Υπουργείου τουρισμού προσφέρουν στους σπουδαστές τους:

- Δωρεάν φοίτηση.
- Δυνατότητα διαμονής και διατροφής στα οικοτροφεία του.
- Σύγχρονα εργαστήρια πρακτικών εφαρμογών.
- Προγραμματίζεται επίσης η πιλοτική λειτουργία ψηφιακών βιβλιοθηκών, στις οποίες θα παρέχεται η δυνατότητα πρόσβασης σε ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης σε κάθε ενδιαφερόμενο επαγγελματία του κλάδου.
- Εργαστήρια πληροφορικής. Αμειβόμενη Πρακτική άσκηση σε επίλεκτες ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις.
- Προγράμματα πρακτικής άσκησης σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του εξωτερικού.
- Σύμβαση με την τουριστική αγορά μέσω του Γραφείου Διασύνδεσης, για την επαγγελματική αποκατάσταση των αποφοίτων του.
- Επιπλέον προγραμματίζεται η δημιουργία δικτύου δομών υποστήριξης σε όλες τις εκπαιδευτικές μονάδες του Υπουργείου Τουρισμού. για την καλύτερη κάλυψη των επιχειρήσεων σε περιφερειακό επίπεδα.

- Συμμετοχές σε εκθέσεις, συνέδρια και διαγωνισμούς δεξιοτήτων στην Ελλάδα και το εξωτερικά.
- Υποτροφίες σε αποφοίτους τουριστικής εκπαίδευσης για περαιτέρω σπουδές σε Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμια και Τουριστικές Σχολές.
- Προγράμματα επιμόρφωσης και παροχή τεχνικής βοήθειας σε αναπτυσσόμενες χώρες, στα πλαίσια διακρατικών συμφωνιών, σε συνεργασία με τα Υπουργεία Τουριστικής Ανάπτυξης και Εξωτερικών.

Οι απόφοιτοι των σχολών του Υπουργείου Τουρισμού, συνήθως ασχολούνται με το πρακτικό κομμάτι ενός ξενοδοχείου και όχι τόσο στο κομμάτι της διοίκησης και της διεύθυνσης, αυτό συνεπάγεται με θέσεις στο εστιατόριο ενός ξενοδοχείου, το service, αλλά και την εποπτεία των ορόφων, παρά με το διοικητικό και οικονομικό κομμάτι του ξενοδοχείου.

Διμερείς και διακρατικές σχέσεις

Το Υπουργείο Τουρισμού πραγματοποιεί Διμερείς και Διακρατικές σχέσεις και έως σήμερα έχουν καταγραφεί πάνω από 60 συμφωνίες τουριστικής συνεργασίας με Υπουργεία ή Εθνικούς οργανισμούς άλλων χωρών. Οι συμφωνίες αυτές προβλέπουν την ενίσχυση της συνεργασίας επιχειρήσεων και οργανισμών μεταξύ των χωρών στον τομέα του τουρισμού, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας και πρακτικής εμπειρίας μεταξύ των οργανισμών και ιδρυμάτων ανά χώρα. Τέλος επιδιώκουν τη συνεργασία στον τομέα της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Οι σχολές οι οποίες λειτουργούν υπό την εποπτεία του Υπουργείου τουριστικής ανάπτυξης, ακολουθούν το ελβετικό μοντέλο σπουδών και παρέχουν στους σπουδαστές βάσεις για μία νέα καριέρα στο εξωτερικό. Οι στόχοι δράσεις οι οποίοι επιδιώκουν είναι:

- Η συστηματική παρακολούθηση των συνθηκών που διαμορφώνονται στην αγορά εργασίας και την προσαρμογή του εκπαιδευτικού έργου στις ανάγκες της.
- Η διαμόρφωση πολιτικής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με ενιαία πρότυπα και υψηλή ποιότητα.
- Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και τη δυναμική ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων
- Τη διασύνδεση της εκπαίδευσης και της αγοράς για την άμεση απορρόφηση των απόφοιτών τους.
- Την ενίσχυση της συνεργασίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με τους τουριστικούς και εκπαιδευτικούς φορείς.

Ι.Ε.Κ. (Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης)

Τα Ι.Ε.Κ. που αφορούν τον τουριστικό κλάδο παρέχουν επαγγελματική κατάρτιση σε απόφοιτους της τυπικής μη υποχρεωτικής Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, Γ.Ε.Λ. και ΕΠΑ.Λ. αλλά και των ΕΠΑ.Σ. , Σ.Ε.Κ. . Αρμόδιος φορέας αποτελεί το Υπουργείο Τουρισμού. Στόχος αυτών αποτελεί η υψηλού επιπέδου εκπαίδευση και κατάρτιση των σπουδαστών, σε συνδυασμό με την κατάκτηση εμπειρικών εφαρμογών για να ανταπεξέλθουν στην αγορά εργασίας και της επαγγελματική τους σταδιοδρομία επιτυχώς. Σκοπός είναι η επαγγελματική αποκατάσταση ανά ειδικότητα, στις ανάγκες της εθνικής αλλά και διεθνούς αγοράς εργασίας.

Πίνακας 1.4. Οι ειδικότητες των Ι.Ε.Κ.

Τεχνικός Τουριστικών μονάδων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας(Υπηρεσία Υποδοχής – Υπηρεσία Ορόφων – Εμπορευματογνωσία).
Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef).
Τεχνικός Αρτοποιός – Ζαχαροπλαστικής

Πηγή:Υπουργείο Τουρισμού

Πίνακας 1.5. Πόλης κατάρτισης ΙΕΚ τουρισμού

Ανάβυσσος, Αττικής	Κέρκυρα
Θεσσαλονίκη, Περαία Θερμαϊκού	Άργος, Πελοποννήσου
Ηράκλειο, Κρήτης	Γαλαξίδι
Ρόδος	Αλεξανδρούπολη

Πηγή:Υπουργείο Τουρισμού

(βλ.παράρτημα 1,γ)

Η διαδικασία της εισαγωγής, το πλήθος των εισακτέων και οι σχετικές λεπτομέρειες, ορίζονται στην “Προκήρυξη εισαγωγής καταρτισμένων” που δημοσιεύεται κατά τους θερινούς μήνες κάθε έτους. Η φοίτηση διαρκεί πέντε (5) εξάμηνα και επιμερίζεται σε τέσσερα (4) εξάμηνα θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης συνολικής διάρκειας 1200 ώρες ανά ειδικότητα.

Από τα Ι.Ε.Κ. αποφοιτούν άτομα τα οποία μπορούν να ασχοληθούν και με το πρακτικό κομμάτι σε ένα ξενοδοχείο αλλά και σε θέματα διοίκησης αυτού, ανάλογα την ειδικότητα που ο καθένας έχει επιλέξει να φοιτήσει. Σε κάθε περίπτωση εξασφαλίζεται βεβαίωση επαγγελματικής κατάρτισης και οι απόφοιτοι καλούνται να συμμετάσχουν σε

εξετάσεις πιστοποίησης επαγγελματικής κατάρτισης οι οποίες διεξάγονται από τον Εθνικό Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων και Επαγγελματικού Προσανατολισμού (Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.) για την απόκτηση του διπλώματος επαγγελματικής ειδικότητας, επιπέδου 4 (αρ. 25 ν. 4186/2013 (ΦΕΚ 193/Α).

ΕΠΑ.Σ. – Επαγγελματικές Σχολές

Οι Επαγγελματικές σχολές δίνει την ευκαιρία σε άτομα να φοιτήσουν μέσα σε ένα εκπαιδευτικό σύστημα το οποίο συνδυάζει τη θεωρητική και εργαστηριακή εκπαίδευση και αποτελούν δημόσιο φορέα. Η φοίτηση στις ΕΠΑ.Σ. διαρκεί τέσσερα (4) εξάμηνα και οι μαθητές τις πρωινές ώρες πραγματοποιούν την πρακτική τους άσκηση ενώ τις απογευματινές παρακολουθούν θεωρητικά μαθήματα και εργαστήρια της ειδικότητάς τους. Οι απόφοιτοι μπορούν να πραγματοποιήσουν την πρακτική τους άσκηση σε:

- Μικρομεσαίες επιχειρήσεις
- Ελεύθερους επαγγελματίες
- Ιδιωτικές επιχειρήσεις
- ΔΕΚΟ
- Δήμους και στον Δημόσιο τομέα.

(βλ.παράρτημα, δ)

1.5. Η ΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Ότι αφορά την ανάπτυξη και αναβάθμιση των τουριστικών σχολών σε θέματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, καταλυτικό ρόλο είχε το κρατικό ενδιαφέρον παρά η αγορά εργασίας. Αυτό γιατί το κρατικό ενδιαφέρον είναι αποτέλεσμα της αναγνώρισης της αύξουσας σημασίας της εκπαίδευσης και της κατάρτισης ως μέσων αύξησης της αποδοτικότητας του εργατικού δυναμικού. Κυρίως στις χώρες οι οποίες ειδικεύονται στον τουρισμό το κράτος θεωρούσε ότι με την αναβάθμιση του εκπαιδευτικού τομέα στον τουρισμό θα ενίσχυε την ανταγωνιστικότητα της χώρας μέσα από την επένδυση της κατάρτισης του εργατικού δυναμικού της το οποίο αποτελούσε βασική προτεραιότητα. Έτσι αφού έγινε αντιληπτό το γεγονός ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαία και εξελίσσεται διαρκώς προσέφεραν προγράμματα σπουδών στοχευόμενα στον τουρισμό και τις ανάγκες του κλάδου.

Από την πλευρά της αγοράς εργασίας τώρα, αντιμετωπίζουν την έννοια της εκπαίδευσης του τουρισμού με δισταγμό και δίνουν περισσότερη έμφαση στην εμπειρία και η νοοτροπία στον τομέα δεν στρέφεται προς τα εκπαιδευτικά προσόντα. Η στάση αυτή είναι αποτέλεσμα των εξής παραγόντων :

1. Των εμπειριών μεγάλου ποσοστού των διευθυντικών στελεχών. Κυρίως στις μικρές μονάδες στις οποίες ο κλάδος διοικείται από αυτοδημιούργητους ανθρώπους χωρίς τουριστική εκπαίδευση, δεν αναγνωρίζεται η ανάγκη υποστήριξης τουριστικών σπουδών και η βελτίωση του γενικού επιπέδου του τομέα.
2. Των περιορισμένων οικονομικών δυνατοτήτων των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις συνήθως δεν έχουν την δυνατότητα να υποστηρίξουν οικονομικά τέτοια προγράμματα σπουδών.
3. Το δοκιμαστικό φαινόμενο το οποίο χαρακτηρίζει πολλά προγράμματα σπουδών και το ενδεχόμενο αδυναμιών των σπουδών από την άποψη της διδασκαλίας και της ποιότητας των διδασκόντων.
4. Της όχι υψηλής στάθμης των εκπαιδευόμενων, που είναι αποτέλεσμα του χαμηλού κοινωνικού γοήτρου πολλών τουριστικών επαγγελματιών.
5. Της φύσης πολλών τουριστικών επαγγελμάτων των οποίων η απόδοση συνδέεται λιγότερο με ειδικές τεχνικές γνώσεις που προέρχονται από τα σύγχρονα εκπαιδευτικά συστήματα αλλά και με ιδιότητες του εργαζόμενου (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, p 45-46).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.

2.1. ΔΑΣΤΑ – ΓΡΑΦΕΙΑ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ – ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ

Για να επιτευχθεί μια σύνδεση καθώς και επαφή των φοιτητών και της αγοράς εργασίας, θεωρείται απαραίτητο όργανο το γραφείο διασύνδεσης μιας σχολής ώστε να μπορέσουν πιο εύκολα αυτές οι δυο πλευρές να επικοινωνήσουν και στη συνέχεια να συνεργαστούν. Η αποτελεσματική επικοινωνία καθιστά αναγκαίο το γεγονός της συνεργασίας και από την πλευρά των σχολών που εκπαιδεύουν φοιτητές ώστε να είναι αποτελεσματικοί στην αγορά εργασίας, αλλά και την αναγκαία συμμετοχή των επιχειρήσεων.

Δ.Α.ΣΤΑ.

Ως Δομή Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας νοείται η Δομή εκείνη του τριτοβάθμιου εκπαιδευτικού ιδρύματος, η οποία έχει ως στόχο να διασφαλίζει τη διαμόρφωση στρατηγικής του ιδρύματος σε θέματα απασχόλησης και σταδιοδρομίας, με την ενεργό συμμετοχή των επιμέρους Δομών (Γραφείο Διασύνδεσης, Γραφείο Πρακτικής Άσκησης), των φοιτητών και απόφοιτων, καθώς και όλων των εμπλεκόμενων φορέων του ιδρύματος.

Βασικός ρόλος της ΔΑΣΤΑ είναι ο συντονισμός των δύο (2) πράξεων που αναφέρθηκαν (Γραφείο Διασύνδεσης και Πρακτικής Άσκησης) καθώς και η διασύνδεση με άλλους πιστοποιημένους οργανισμούς της περιφέρειας αλλά και της χώρας γενικότερα. Η συντονιστική Επιτροπή της ΔΑΣΤΑ καταρτίζει το σχέδιο της γενικής στρατηγικής της σχολής στα επιμέρους θέματα:

- 1) Διαμορφώνει το γενικό πλαίσιο των παρεμβάσεων.
- 2) Αποφασίζει σε θέματα που εμπίπτουν στις αρμοδιότητές της.

Τα Γραφεία Διασύνδεσης αποτελούν μία καινούρια σχετικά έννοια στην ανώτατη ελληνική εκπαίδευση αφού για πρώτη φορά έκαναν την εμφάνισή τους στα Ανώτατα Πανεπιστημιακά εκπαιδευτικά Ιδρύματα στις αρχές του 1990. Τα Γραφεία Διασύνδεσης είναι χρηματοδοτούμενα από το Α' Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης (Α' ΚΠΣ) και στη συνέχεια από το Β' ΚΠΣ κατά το οποίο δημιουργήθηκαν σε όλα σχεδόν τα Ιδρύματα της Ανώτατης Εκπαίδευσης τα οποία έχουν αναπτύξει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων με σκοπό την στήριξη την Πανεπιστημιακής κοινότητας και κατά κύριο λόγο, των φοιτητών και απόφοιτων στον αγώνα για μία θέση στην αγορά εργασίας.

Ο σύμβουλος σταδιοδρομίας είναι αυτός που βοηθάει τους φοιτητές – απόφοιτους και είναι υπεύθυνος να τους συμβουλέψει ώστε να κατασταλάξουν σε θέματα που αφορούν την επαγγελματική τους κατάρτιση και την επαγγελματική τους αποκατάσταση άμεσα. Τα Γραφεία Διασύνδεσης στη τριτοβάθμια εκπαίδευση άρχισαν να λειτουργούν στο πλαίσιο του επιχειρηματικού προγράμματος “Εκπαίδευση και Αρχική Επαγγελματική Κατάρτιση” του Υπουργείου Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων και η χρηματοδότηση σε όλη τη διάρκεια της λειτουργίας πραγματοποιήθηκε από τα επιχειρησιακά προγράμματα του Υπουργείου Παιδείας. Κάποια Ιδρύματα τα έχουν εντάξει κιόλας στο οργανόγραμμά τους, τα χρηματοδοτούν από τον τακτικό προϋπολογισμό τους και στελεχώνονται από δικούς τους υπαλλήλους (Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου Δ.Α.Σ.Τ.Α. 2012).

Τα Γραφεία Διασύνδεσης αποτελούν κομβικό σημείο για τους φοιτητές και απόφοιτους, στο επόμενο στάδιο της επαγγελματικής τους καριέρας. Για αυτό τον λόγο πρέπει να αποτελούν σταθερά, οργανωτικό μέρος της ακαδημαϊκής κοινότητας. Τα ΓΔ λειτουργούν σαν γέφυρα ανάμεσα στην εκπαίδευση και την αγορά και οι σύμβουλοι που εργάζονται μέσα σε αυτές τις μονάδες βοηθούν τους ενδιαφερόμενους να φέρουν στην επιφάνεια τα θέλω τους, τις αξίες και τις ικανότητές τους, για να προσεγγίσουν δυναμικά τους στόχους τους σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες που προκύπτουν, τις απειλές που παρουσιάζονται εγχώρια και διεθνώς.

Τα τελευταία χρόνια λόγω των συγκυριών που καλείτε η χώρα να αντιμετωπίσει και των κοινωνικοοικονομικών θεμάτων τα ΓΔ επισκέπτονται φοιτητές από τα πρώτα κιόλας έτη των σπουδών τους, είτε για να επιλέξουν τον ιδανικό κλάδο με βάση τα ενδιαφέροντα και την απορρόφηση που έχει ή για λόγους συνθηκών επιθυμούν να επανασχεδιάσουν την σταδιοδρομία τους. Η εξυπηρέτηση που προσφέρεται στα ΓΔ είναι δωρεάν, μέσα από ενέργειες συμβουλευτικής και πληροφόρησης σε συνεργασία με οργανισμούς και επιχειρήσεις του κλάδου.

Οι δράσεις διαφέρουν ανάλογα με την πολιτική του κάθε Ιδρύματος και ορισμένες από αυτές είναι (Πανεπιστήμιο Πειραιά, Γραφείο Διασύνδεσης, 2017):

- Οι ατομικές συναντήσεις.
- Τα βιωματικά εργαστήρια επαγγελματικής ανάπτυξης.
- Τα δίκτυα μεντόρων.
- Ειδικές εκδόσεις – Οδηγοί.
- Ημέρες σταδιοδρομίας.

- Δικτυακές πύλες πληροφόρησης.

Η ΔΑΣΤΑ έχει μια σειρά από δράσεις οι οποίες περιστρέφονται γύρω από την σύνδεση της εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας. Πιο συγκεκριμένα αποτελεί συνδυαστικό κρίκο των μελών της κοινότητας του τριτοβάθμιου εκπαιδευτικού ιδρύματος, με την παραγωγή και την αγορά εργασίας. Παράλληλα συλλέγει, φιλτράρει και μεταδίδει πληροφορίες για όλα τα θέματα που απασχολούν την επαγγελματική σταδιοδρομία των φοιτητών και πτυχιούχων. Επιπροσθέτως έχει συμβουλευτική αρμοδιότητα απέναντι στους φοιτητές για θέματα που αφορούν την αγορά και την επαγγελματική προοπτική. Ολοκληρώνοντας η ΔΑΣΤΑ μέσω της συνεργασίας της με πολυάριθμες επιχειρήσεις παρέχει στους πτυχιούχους πρόσβαση για την κάλυψη θέσεων εργασίας, πρακτικής άσκησης και παρακολουθεί τις τάσεις και ανάγκες που αναδύουν και σχετίζονται με την αγορά εργασίας.

Ένα πρόβλημα που μαστίζει ολοένα και περισσότερο την κοινωνία, αποτελεί η δυσκολία των φοιτητών να βρουν εργασία και να απορροφηθούν σε θέσεις που αρμόζουν στις δεξιότητές τους. Η ΔΑΣΤΑ έχει ως στόχο να καλύψει τις ανάγκες του πληθυσμού – στόχου που είναι οι φοιτητές, πτυχιούχοι, μεταπτυχιακοί, διδάκτορες και να τους ενημερώσουν, να συμβουλέψουν, να διευρύνουν ορίζοντες, να κάνουν προτάσεις μετεκπαίδευσης και εξειδίκευσης, προϋπηρεσίας και επαφών με φορείς. Για να επιτύχει αυτό θα πρέπει αφενός να υπάρξουν κοινές δράσεις, συντονισμός και συνεργασία των επιχειρήσεων του τουρισμού και αφετέρου να παρέχονται από τη ΔΑΣΤΑ υπηρεσίες και στρατηγικές κατευθύνσεις που να είναι κοινές με τους στόχους και το όραμα των εκπροσώπων της αγοράς. Η ευαισθητοποίηση, η ενημέρωση, η καθοδήγηση αλλά και η άμεση επαφή με παραγωγικούς φορείς είναι οι πιο κρίσιμες ανάγκες των νέων σήμερα που ή θα είναι αρκετά χρονοβόρο να υλοποιηθούν ή στη χειρότερη των περιπτώσεων, αδύνατο.

Σε γενικά πλαίσια οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα career offices είναι οι ακόλουθες (Πολυτεχνείο Κρήτης,2017):

1. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΓΙΑ ΣΠΟΥΔΕΣ

- Αίτηση μεταπτυχιακών σπουδών / υποτροφιών
- Αυτοπεριγραφική έκθεση
- Ερευνητική πρόταση
- Συστατική επιστολή

- Βιογραφικό σημείωμα για σπουδές
 - Συνέντευξη επιλογής για μεταπτυχιακές σπουδές
2. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΓΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
- Οργάνωση αναζήτηση εργασίας
 - Τεχνικές αναζητήσεις εργασίας
 - Βιογραφικό σημείωμα
 - Ευρωπαϊκό βιογραφικό σημείωμα
 - Συνοδευτική επιστολή
 - Συνέντευξη επιλογής
3. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ ΣΤΟ ΓΔ
- Ατομική Συμβουλευτική
 - Ομαδική Συμβουλευτική
 - Συμβουλευτική Σταδιοδρομίας για ευπαθείς κοινωνικές ομάδες
 - Έντυπα συμβουλευτικής
 - CD - ROM
4. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
- Δράσεις ενημέρωσης μαθητών
 - Δράσεις ενημέρωσης γονέων
 - Και συμβούλων σχολικού επαγγελματικού προσανατολισμού
 - Πληροφορίες για τα γνωστικά πεδία Ιδρυμάτων και επαγγελματικές διεξόδους
5. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ – ΗΜΕΡΙΔΕΣ
- Workshops
 - Σεμινάρια με θέμα την αγορά εργασίας
 - Ημέρες σταδιοδρομίας
 - Επιλογές μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών
6. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
- Ομαδικά σεμινάρια
 - Κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών
7. ΕΡΕΥΝΕΣ
- Κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών
 - Βελτίωση υπηρεσιών

Τα γραφεία διασύνδεσης αποτελούν έναν πολύ σημαντικό κρίκο ανάμεσα στους φοιτητές και την αγορά εργασίας και απευθύνονται σε όλο και μεγαλύτερο πλήθος σπουδαστών και φοιτητών και υπό αυτό το πρίσμα, η διερεύνηση της προοπτικής συνέχισης και λειτουργίας τους στα εκπαιδευτικά ιδρύματα την καθιστά απαραίτητη.

Γραφείο Διασύνδεσης

- Ως Γραφείο Διασύνδεσης νοείται η δομή εκείνη του τριτοβάθμιου εκπαιδευτικού ιδρύματος που στηρίζει τη σύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγική διαδικασία. Στο πλαίσιο αυτό μεσολαβεί μεταξύ των φοιτητών, αποφοίτων των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των εργοδοτικών οργανώσεων ή εργοδοτών που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του με σκοπό την κάλυψη υπάρχουσών θέσεων εργασίας.
- Ως Εργοδοτική Οργάνωση νοείται το νομικό πρόσωπο τα μέλη του οποίου μπορούν να συμβληθούν ως εργοδότες με φοιτητές και απόφοιτους.
- Ως Εργοδότης νοείται οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο απασχολεί ή ζητεί να απασχολήσει φοιτητές ή απόφοιτους, είτε με σύμβαση εξαρτημένης εργασίας, είτε με σύμβαση έργου, είτε με οποιαδήποτε άλλη μορφή υπό την προϋπόθεση ότι για την εργασία αυτή δίδεται αποζημίωση.

Τα οφέλη που προκύπτουν από ένα Γραφείο Διασύνδεσης είναι τα εξής:

- 1) Ο φοιτητής έχει την δυνατότητα να ενημερώνεται για τις ανοιχτές θέσεις εργασίας και την ολοκλήρωση της πρακτικής τους άσκησης σε διάφορα μέρη της χώρας.
- 2) Για την εύρεση και την ενημέρωση μόνιμης εργασίας.
- 3) Ενημερώνεται για υποτροφίες που “τρέχουν” σε εσωτερικό και εξωτερικό.
- 4) Σε ότι αφορά τη δια βίου μάθηση του ατόμου υπάρχει άμεση ενημέρωση για σεμινάρια, προγράμματα Erasmus+ .
- 5) Ενημέρωση για εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα αλλά και για σημαντικά γεγονότα που αφορούν τον επιχειρηματικό χώρο αλλά και τις επιστήμες (Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τι είναι ΔΑΣΤΑ).

Γραφείο Πρακτικής άσκησης.

Ως Γραφείο Πρακτικής άσκησης νοείται η Δομή εκείνη του Εκπαιδευτικού Ιδρύματος που προάγει την πρακτική άσκηση των φοιτητών του Ιδρύματος σε επιχειρήσεις και φορείς του Δημόσιου ή Ιδιωτικού τομέα, με σκοπό οι φοιτητές να αξιοποιήσουν τις

γνώσεις που αποκόμισαν από τη σχολή τους και να ανταπεξέλθουν καλύτερα στο παραγωγικό σύστημα της χώρας.

Η πρακτική άσκηση από μόνη της αποτελεί θεσμοθετημένη υποχρεωτική διαδικασία των προγραμμάτων σπουδών αφού συνδέει τους φοιτητές με τον εργασιακό χώρο και φυσικά την εκπαίδευση με τους παραγωγικούς φορείς του Δημόσιου ή Ιδιωτικού τομέα που δραστηριοποιούνται σε αντικείμενο συναφή με τον επιστημονικό προσανατολισμό κάθε τμήματος, διαθέτοντας το κατάλληλο προσωπικό για την επίβλεψη των φοιτητών.

Στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014 – 2020 η πρακτική άσκηση των φοιτητών υποστηρίζεται από το έργο “Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης” που περιλαμβάνει δράσεις για την αποτελεσματική και ποιοτική εκπαίδευση των φοιτητών του ιδρύματος.

Σε ότι αφορά τους φορείς απασχόλησης της πρακτικής άσκησης ενός φοιτητή, υποχρεούνται να εξασφαλίσουν στους φοιτητές συνθήκες εργασίας όμοιες με αυτές των υπολοίπων εργαζόμενων σε θέματα ασφάλειας, υγιεινής, μεταχείρισης και σεβασμού της προσωπικότητάς τους. Ακόμα επιβάλλεται η ύπαρξη εκπαιδευτικού και επαγγελματικού χαρακτήρα από την πλευρά του φορέα αλλά και ίση μεταχείριση με τους άλλους εργαζόμενους ώστε να αποκτήσει ο φοιτητής επαγγελματική συνείδηση. Τέλος, οι εργοδότες εφόσον έχουν αναλάβει κάποιο φοιτητή μέσα από πρόγραμμα πρακτικής άσκησης που υποστηρίζεται από το Γραφείο Διασύνδεσης, υποχρεούνται να παρέχει προβλεπόμενες ειδικές άδειες εξετάσεων ώστε οι εργαζόμενοι φοιτητές να μην αντιμετωπίζουν προβλήματα και δυσκολίες στις ακαδημαϊκές τους υποχρεώσεις. Αυτό βέβαια θα παρέχεται κατόπιν σχετικής βεβαίωσης που εκδίδεται από την Γραμματεια του τμήματος και επιβεβαιώνει την συμμετοχή του εν λόγω φοιτητή στις εξετάσεις της σχολής.

Γραφείο Διασύνδεσης σε Τ.Ε.Ι.

Τα περισσότερα πλέον ΤΕΙ των τουριστικών επιχειρήσεων διαθέτουν ένα γραφείο Διασύνδεσης κατά το οποίο οι φοιτητές και οι απόφοιτοι του τμήματος έχουν τη δυνατότητα να αντλήσουν πληροφορίες σχετικά με το τουριστικό επάγγελμα και τρόπους ασφαλώς που θα έρθουν σε επαφή με την αγορά. Σκοπός είναι η άμεση ένταξή τους στην αγορά μέσω πολύπλευρης στήριξης του προγράμματος σχεδιασμού της σταδιοδρομίας του φοιτητή.

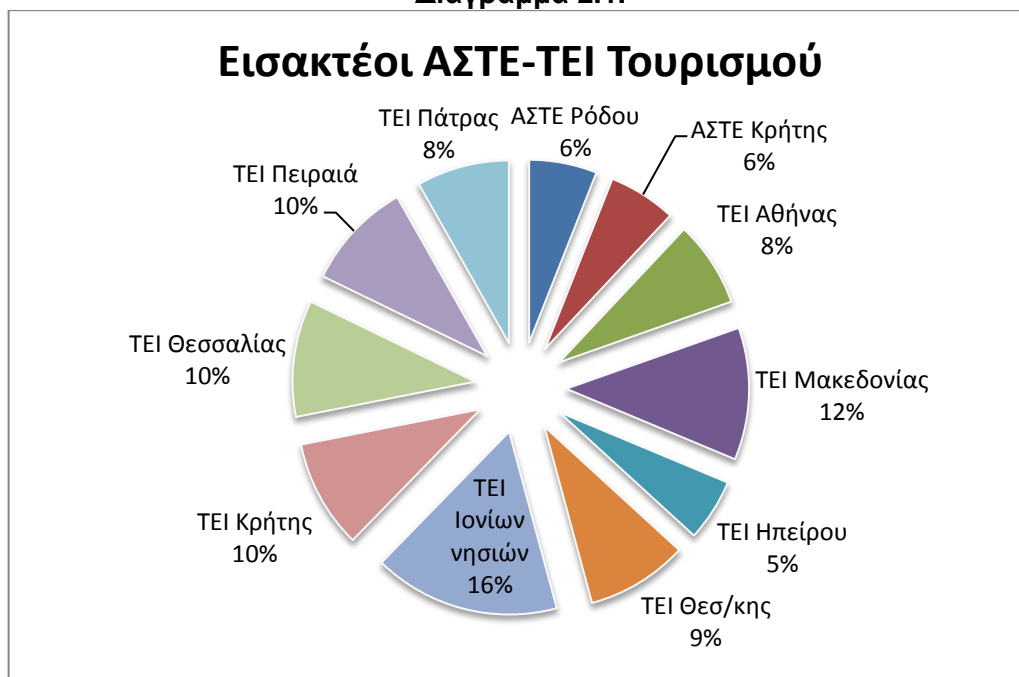
Γραφείο Διασύνδεσης Α.Σ.Τ.Ε.

Πιο συγκεκριμένα, η ΑΣΤΕ Ρόδου έχει οργανώσει και λειτουργεί Γραφείο Διασύνδεσης με τις επιχειρήσεις, το οποίο έχει ως αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών στους απόφοιτους κάθε βαθμίδας, στους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς αλλά και επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα. Προσφέρονται πολυσύνθετες υπηρεσίες που περιλαμβάνουν την ενημέρωση για την προσφορά και ζήτηση εργασίας, τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για υποαπασχόληση, προγράμματα και σεμινάρια εξειδίκευσης στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Επιπρόσθετα παρέχει εξατομικευμένη συμβουλευτική κατεύθυνση όσων αναζητούν εργασία. Τέλος μέσω συστηματικής επικοινωνίας και μηχανισμού αλληλοενημέρωσης, συνδέει απόφοιτους και αγορά του τουριστικού τομέα (Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, Γενικά για τη σχολή).

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται τα ποσοστά των εισακτέων ανα ΤΕΙ και ΑΣΤΕ του Τουρισμού για το έτος 2016 - 2017. Πιο συγκεκριμένα οι εισακτέοι με νούμερα είναι:

- ΑΣΤΕ Ρόδου, 90 εισακτέοι.
- ΑΣΤΕ Κρήτης, 90 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Αθήνας, 110 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Μακεδονίας, 170 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Ηπείρου, 80 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, 130 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Ιονίων νησιών, 240 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Κρήτης, 140 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Θεσσαλίας, 150 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Πειραιά, 140 εισακτέοι.
- ΤΕΙ Λάρισας, 120 εισακτέοι.

Διάγραμμα 2.1.



Πηγή: edu-klimaka

Χαρακτηριστικά των Γραφείων Διασύνδεσης των Ι.Ε.Κ. του Τουρισμού.

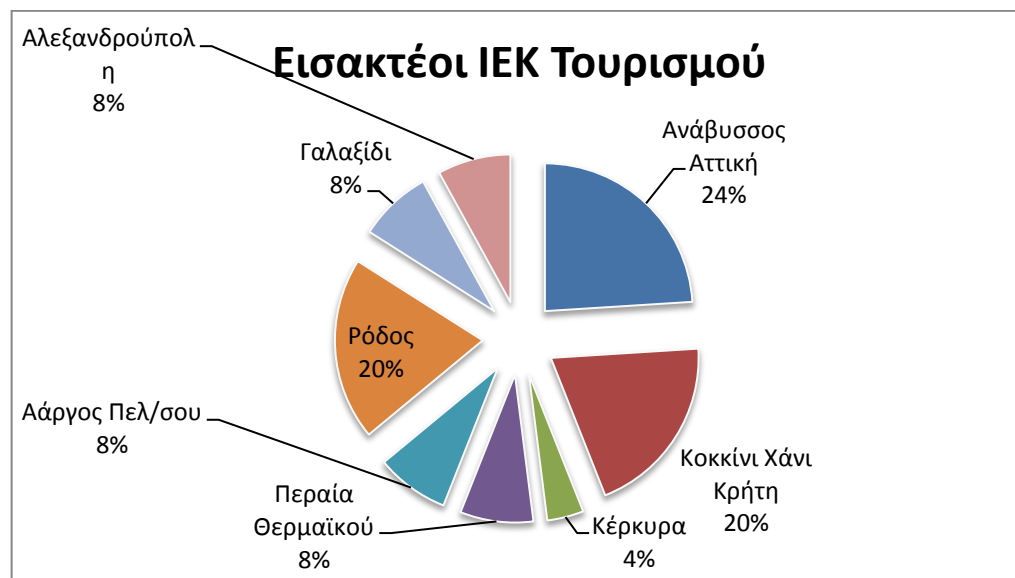
Στα Ι.Ε.Κ. του τουρισμού υπάρχουν ειδικοί σύμβουλοι που γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι δεξιότητες των φοιτητών μπορούν να γίνουν καρποφόρες στην αγορά εργασίας. Μέσω αυτής της διαδικασίας δίνεται η ευκαιρία στο φοιτητή να ανακαλύψει τα ταλέντα του και να τα αξιοποιήσει με άμεσες και κατάλληλες αποφάσεις για τις σπουδές του στο επάγγελμα που του ταιριάζει, τόσο κατά την διάρκεια των σπουδών, όσο και μετά την αποφοίτηση του υποψήφιου φοιτητή για την άμεση επαγγελματική του αποκατάσταση.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζονται τα ποσοστά των εισακτέων στα ΙΕΚ του τουρισμού για το έτος 2015 – 2016 για το σύνολο των ειδικοτήτων που διδάσκονται στο κάθε ένα Ινστιτούτο και πιο συγκεκριμένα οι αριθμοί των εισακτέων ήταν (DikaiologitikaNews, 2014):

- Ανάβυσσος Αττικής, 150 εισακτέοι.
- Κοκκίни Χάνι Κρήτης, 125 εισακτέοι.
- Κέρκυρα, 25 εισακτέοι.
- Πειραιά Θεσσαλονίκης, 50 εισακτέοι.
- Άργος Πελοποννήσου, 50 εισακτέοι.
- Ρόδος, 125 εισακτέοι.

- Γαλαξίδι, 50 εισακτέοι.
- Αλεξανδρούπολη, 50 εισακτέοι

Διάγραμμα 2.2.



Πηγή: Dikaiologitika news

Πίνακας 2.1. Χρήσιμες Συνδέσεις που μπορούν να επιτευχθούν

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων	(http://sete.gr)
Ελληνικό Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο	(www.grhotels.gr)
Σύνδεσμος των Εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων	(www.hatta.gr)
Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων	(www.hapco.gr)
Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων	(www.hhf.gr)
Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνώμων Θαλαμηγών	(www.hyba.gr)
Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων	(www.itep.gr)

Πηγή:SETE

2.2. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει απόλυτα κατανοητό ότι για την αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, το ανθρώπινο δυναμικό και η κατάρτιση αυτού έχουν πρωταρχικό ρόλο. Το Υπουργείο του Τουρισμού με βάση αυτό δημιουργεί ένα σύγχρονο πλαίσιο εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης στον τομέα του τουρισμού που θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα του τόπου. Για τον εμπλουτισμό των ατόμων που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με τον τουρισμό παρέχεται μία σειρά δράσεων από το Υπουργείο Τουρισμού όπου:

1. Ενισχύονται οι προσπάθειες για την αναδιάρθρωση των προγραμμάτων σπουδών ΑΕΙ στον τομέα του τουρισμού.
2. Σε συνεργασία με το ΥΠΠΕΘΠΑ αναβαθμίζονται τα προγράμματα σπουδών των Ανώτερων Σχολών τουριστικής Εκπαίδευσης και δημιουργείται επαγγελματική σχολή τριετούς φοίτησης που προσφέρουν εκπαίδευση υψηλής ποιότητας σε Έλληνες και ξένους σπουδαστές.
3. Αναθεωρούνται τα προγράμματα σπουδών των σχολών μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (ΙΕΚ, ΕΠΑΣ).
4. Ενισχύονται τα Προγράμματα Σπουδών Κατάρτισης και Διά Βίου Εκπαίδευσης, σε διάφορους τομείς του τουρισμού για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες της σύγχρονης αγοράς και ελληνικής κοινωνίας με σκοπό να διευρυνθούν και να εμπλουτιστούν οι δεξιότητες των νέων και απασχολούμενων με τον τουρισμό. Τα προγράμματα αυτά, θα δίδονται στους σπουδαστές μέσω νέων δομών διά βίου μάθησης και εκπαίδευσης που έχουν συγκροτηθεί από το ΥΠΠΕΘΠΑ. Στα πλαίσια αυτού και με την συνεργασία του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, διαμορφώνονται νέα προγράμματα κατάρτισης με την μέθοδο εξ αποστάσεως εκπαίδευσης δίνοντας τη δυνατότητα στους επαγγελματίες του τουρισμού να αποκτήσουν εξειδικευμένες γνώσεις χωρίς την μετακίνησή τους.
5. Το Υπουργείο υλοποιεί ήδη Πρόγραμμα Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης για εργαζόμενους, εποχιακά εργαζόμενους, αυτοαπασχολούμενους και επιχειρηματίες, που δραστηριοποιούνται σε επιχειρήσεις στο χώρο του τουρισμού. Το πρόγραμμα αυτό χρηματοδοτείται από τον ΕΣΠΑ μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου με προϋπολογισμό, 4,5 εκατ. Ευρώ και στοχεύει στην κατάρτιση 2.875 ωφελούμενων.
6. Το Υπουργείο σε συνεργασία με την Παγκόσμια ομοσπονδία Ενώσεων Ξεναγών (wftga) εργάζεται για την διατήρησης βιώσιμων σχολών Ξεναγών και στοχεύει στον διεθνή εκπαιδευτικό χώρο, προσελκύοντας εκπαιδευόμενους από άλλες χώρες.

7. Δημιουργείται μηχανισμός για την ανάλυση θεμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης σε συνεργασία με φορείς του τουρισμού, ώστε να αναδειχθούν νέα προγράμματα σπουδών και να προσδιοριστούν οι ανάγκες ανάπτυξης επαγγελματικών δεξιοτήτων. Το υπουργείο Τουρισμού βρίσκεται ήδη σε συνεργασία με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και έχουν προσδιοριστεί οι ανάγκες της τουριστικής ειδικότητας. (Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, ο κλάδος του τουρισμού και γενικότερα της εστίασης περιλαμβάνει 122.000 επιχειρήσεις συμπεριλαμβάνοντας τα εστιατόρια, τα κέντρα διασκέδασης, τις καφετέριες κλπ στα οποία απασχολούνται 500.000 εργαζόμενοι. Συγκεκριμένα οι 300.000 είναι υπάλληλοι και οι 200.000 είναι μέλη ιδιοκτητών. Παρόλα αυτά αναμένεται μεγάλη άφιξη της ζήτησης το επάγγελμα και ιδιαίτερα στις ειδικές μορφές του τουρισμού (ΣΕΤΕ, 2015, 2016). Όλο αυτό οδηγεί σε νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται με την προϋπόθεση ότι το κράτος, η ιδιωτική πρωτοβουλία και η κοινωνική συμβολή θα συμμετάσχουν στην προώθηση μέτρων απελευθέρωσης της αγοράς, την κατάργηση των εμποδίων και τη διευκόλυνση των επενδύσεων. Οι επενδύσεις στον τουρισμό δεν στηρίζουν απλώς την άμεσα συνδεδεμένη με τον τουρισμό απασχόληση, αλλά δημιουργούν ευκαιρίες για απασχόληση σε μία πλειάδα άλλων δραστηριοτήτων.

Η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών αλλά και στο μεταβατικό στάδιο κατάρτισης και εξειδίκευσης είναι η πιο σημαντική παράμετρος στην προσπάθεια παροχής ποιοτικών υπηρεσιών και βελτίωσης της παραγωγικότητας.

Η ΣΕΤΕ θέτει μια σειρά προτάσεων για την τουριστική εκπαίδευση η οποία περιλαμβάνει:

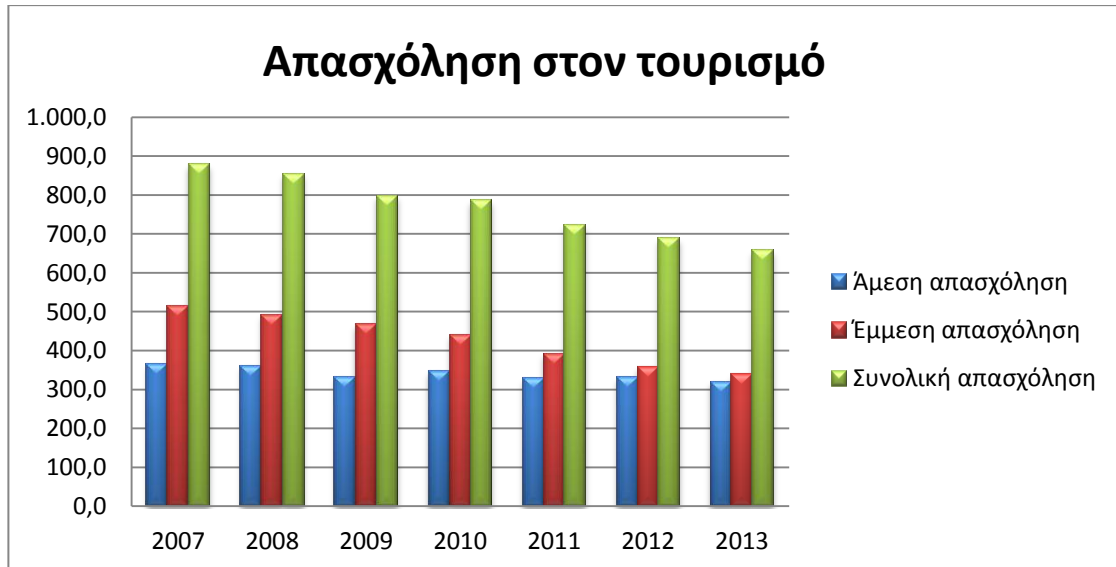
- Ίδρυση Πανεπιστημιακών Προπτυχιακών Σπουδών στην Ελλάδα.
- Συντονισμός των επιπέδων και φορέων τουριστικής εκπαίδευσης.
- Συνεχής κατάρτιση των τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών επαγγελματιών.
- Καταγραφή των αναγκών της αγοράς και η σύνδεσή τους με την εκπαίδευση.

Ο κλάδος του τουρισμού θεωρείται ελκυστικός, λόγω της επάρκειας του διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού. Η ελκυστικότητα αυτή διαμορφώνεται από την πολιτεία, τη γενικότερη στάση της αλλά και από την επιχειρηματική πρακτική του ιδιωτικού τομέα στον οποίο αναλογίζεται ευθύνη να αναλάβει τις δέουσες πρωτοβουλίες οι οποίες είναι:

A) Η συνεχής κατάρτιση των επιχειρηματιών, στελεχών και εργαζόμενων

- Β) Η ουσιαστική βοήθεια στο εκπαιδευτικό σύστημα, δημόσιο και ιδιωτικό
 Γ) Η τάση για προτίμηση προσλήψεων των απόφοιτων των τουριστικών σχολών στις προσλήψεις προσωπικού

Διάγραμμα 2.3.



Πηγή: ΣΕΤΕ

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η ΣΕΤΕ πάνω σε προγράμματα δράσεων και δια βίου εκπαίδευσης πάνω στον τουριστικό κλάδο που η ίδια οργάνωσε σε συνεργασία με την αγορά, προέκυψαν κάποια πολύ χρήσιμα αποτελέσματα. Κάποια συμπεράσματα είναι τα παρακάτω (ΣΕΤΕ, 2015, 2016)

- Το 78% των καταρτισμένων και των επιχειρήσεων δήλωσε ότι είναι πρόθυμο να αναλάβει το κόστος σε θέματα κατάρτισης, πωλήσεων και αναβάθμιση υπηρεσιών στον κλάδο.
- Υψηλός βαθμός ικανοποίησης από εργασιακό περιβάλλον και δυνατότητες ανάπτυξης δεξιοτήτων και ικανοτήτων.
- Μειωμένη συμμετοχή σε σεμινάρια (διά βίου) εστίασης κυρίως σε θέματα management.

Προτάσεις της ΣΕΤΕ:

- Περισσότερες συνεργασίες με έμπειρους και αναγνωρισμένους εκπαιδευτικούς φορείς όπως για παράδειγμα:
 1. Ελληνική εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (Ε.Ε.Δ.Ε. , www.eede.gr).
 2. Gastronomy Essentials (www.cucina.gr/semldex.php).
 3. Κέντρο Βιώσιμης Ανάπτυξης – Εξέλιξης (www.excelixi.org).
 4. Hotel Brain – Braining Center (www.hotelbrain-edu.com).

- Ανανεωμένο Branding & Marketing Strategy
- Ψηφιακή δήλωση συμμετοχής και εσωτερικής διαχείρισης συμμετοχών από το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.
- Συνεργασία και συνδιοργάνωση σεμιναρίων με τοπικούς φορείς του τουρισμού σε όλη την Ελλάδα.

Το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ συνεργάζεται και με φορείς και με εκπαιδευτικά Ιδρύματα στα πλαίσια διοργάνωσης Σεμιναρίων και μπορεί να απευθυνθεί σε αυτό οποιοδήποτε φυσικό πρόσωπο το οποίο εκπροσωπείται με μία ομάδα ή ομάδες εργαζομένων ή επιχειρήσεις του τουρισμού.

2.3. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Αρχικά για να έρθουν πιο κοντά και να υπάρξει συνεργασία μεταξύ ιδρυμάτων, φοιτητών και βιομηχανίας του τουρισμού θα πρέπει (Υπουργείο Τουρισμού, 2017 επίσημο site κατηγορία εκπαίδευση):

- Από την πλευρά των επιχειρήσεων να:

Υπάρξει μια σειρά από εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που θα προσφέρουν τα ιδρύματα όπως εργαστήρια, ερευνητικά κέντρα, συμβουλευτικές υπηρεσίες κλπ. ώστε να έχουν πρόσβαση οι επιχειρήσεις σε απόφοιτους του τουριστικού κλάδου οι οποίοι θα έχουν ένα υψηλό επίπεδο γνώσεων για την κάλυψη προσωρινών ή μόνιμων θέσεων σε αυτούς. Βασικό στοιχείο σε όλο αυτό είναι οι επιχειρηματίες να ενημερώνονται για σχετικά προγράμματα και να επιδιώκουν συνεργασία μέσω αυτών.

- Από την πλευρά των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων να:

Παρέχονται πληροφορίες σε φοιτητές – απόφοιτους για τις ανάγκες και τις τάσεις που έχει η βιομηχανία του τουρισμού και να υπάρχει η συμβολή τους στην εκτέλεση εκπαιδευτικών προγραμμάτων με καλεσμένους επιχειρηματίες του χώρου και εκπαιδευτικές εκδρομές.

- Από την πλευρά των φοιτητών να:

Εκμεταλλεύονται της ευκαιρίες που δίδονται από την σχολή ώστε να αποκτήσουν άμεση επαφή με τους επιχειρηματίες του τουρισμού, να συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που αφορούν την επιχειρηματικότητα ώστε να αποκτήσουν αποτελεσματικά δίκτυα συνεργασίας για καλύτερες προοπτικές απασχολησιμότητας στο μέλλον.

Αρκετά συχνά τα εκπαιδευτικά Ιδρύματα υλοποιούν συνεργασίες με φορείς, πέρα από την αγορά εργασίας, για την χρηματοδότηση προγραμμάτων που θα φέρουν κοντά φοιτητές με αγορά. Καθώς γίνεται λόγος για τις συνεργασίες, δεν θα μπορούσαν να παραληφθεί η συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα προγράμματα που προσφέρονται με σκοπό την αναβάθμιση της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Δύο πολύ χαρακτηριστικά τέτοια προγράμματα είναι το ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης) το οποίο χρηματοδοτεί καινοτόμες ιδέες και επιχειρηματικά σχέδια για την υλοποίησή τους. Το δεύτερο πρόγραμμα το οποίο είναι στα πλαίσια συνεργασίας εκπαίδευσης και αγοράς, είναι αυτό του Erasmus+ κατά το οποίο φοιτητές από διάφορες χώρες του κόσμου, συνεργάζονται μέσω της διαδικασίας ανταλλαγής φοιτητών. Ποιό αναλυτικά:

i. ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης)

Πρόκειται για ένα ταμείο που συγχρηματοδοτείται από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους, δηλαδή χρήματα τα οποία προορίζονται για την ανάπτυξη της χώρας. Πρώτα από όλα τα ΔΑΣΤΑ και η πρακτική άσκηση, σε ορισμένες επιχειρήσεις, εντάσσεται στο πλαίσιο ΕΣΠΑ 2014 - 2020 η οποία περιλαμβάνει δράσεις για την αποτελεσματική ποιότητα της εκπαίδευσης των φοιτητών του Ιδρύματος. Στόχος είναι να αξιοποιηθεί η πρακτική άσκηση προς την κατεύθυνση της ουσιαστικότερης σύνδεσης εκπαίδευσης και παραγωγής και η αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης των πτυχιούχων της κάθε σχολής του τουρισμού. Πολλά γραφεία διασύνδεσης χρηματοδοτούνται εξ ολοκλήρου από τον ΕΣΠΑ μέσω του επιχειρηματικού προγράμματος “Εκπαίδευση & Δια Βίου Μάθηση” σύμφωνα με το οποίο χρηματοδοτούνται δράσεις για την εκπαίδευση σε όλες τις βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος, τη σύνδεση εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας, τη διά βίου μάθηση και την έρευνα.

Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ 2014 - 2020 αναπτύσσονται αρκετά επιχειρησιακά προγράμματα με σκοπό την εκπαίδευση, την ανάπτυξη του Ανθρώπινου δυναμικού και τη διά βίου μάθηση. Ο διαδικτυακός τόπος του ΕΣΠΑ ανανεώνει και αναρτά σε συχνή βάση σχετικά προγράμματα και προσκλήσεις που αφορούν την εκπαίδευση - κατάρτιση και είναι υπό την επιμέλεια του.

Ενδεικτική των δυνατοτήτων αξιοποίησης των κονδυλίων ΕΣΠΑ για την εκπαίδευση και κατάρτιση είναι η πρόταση για αλλαγή της αξιοποίησης των κονδυλίων των συγχρηματοδοτούμενων έργων του Υπουργείου Παιδείας

Τα κονδύλια αυτά, σκοπό έχουν την ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού των Πανεπιστημίων και των ΤΕΙ απαρτίζοντάς τα νέοι επιστήμονες προς αποφυγή την έξοδο τους σε άλλες χώρες κρατώντας τους εγκεφάλους εγχώρια. Με βάση τις δυνατότητες που δίνονται από την χρηματοδότηση του Ευρωπαϊκού Κοινοτικού Ταμείου, η εστίαση γίνεται στο ανθρώπινο δυναμικό, σε έναν νέο σχεδιασμό προγράμματος με σκοπό να αλλάξουν οι ομάδες των ανθρώπων που ενισχύοντας με νέα “μυαλά” και απόψεις το εκπαιδευτικό σύστημα και τον τρόπο διδασκαλίας αλλά παράλληλα οι νέοι αυτοί άνθρωποι να αποκτήσουν εμπειρία και να παράγουν ερευνητικό έργο (ΕΣΠΑ,2016).

ii. ERASMUS + (Πρόγραμμα Διά Βίου Μάθησης)

Το πρόγραμμα Διά Βίου Μάθησης/ Erasmus+ είναι ένα Ευρωπαϊκό Εκπαιδευτικό πρόγραμμα κατά το οποίο δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να πραγματοποιήσουν ένα μέρος των σπουδών τους ή ακόμα και της πρακτικής τους άσκησης σε κάποιο άλλο τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα, αλλά και σε κάποιον φορέα αντίστοιχα, της Ευρώπης. Μέσω αυτού δίνεται η ευκαιρία σε αυτά τα παιδιά να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς, ήθη, έθιμα, να μάθουν ξένες γλώσσες ή να βελτιώσουν αυτές που ήδη ξέρουν. Τα άτομα αυτά που τολμούν να κυνηγήσουν αυτή την ευκαιρία, δημιουργούν νέες προοπτικές για επαγγελματική εξέλιξη (ΤΕΙ Κρητης, 2017).

Η χρηματοδότηση του προγράμματος γίνεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω του Εθνικού φορέα Συντονισμού του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.) και το χρηματικό ποσό της μηνιαίας υποτροφίας εξαρτάται από την χώρα προορισμού και από έτος, σε έτος.

Το τμήμα Δημοσίων & Διεθνών Σχέσεων είναι αυτό που πραγματοποιείται στον τομέα των διεθνών σχέσεων για τον συντονισμό όλων των συνεργασιών με άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα, ερευνητικά κέντρα και επιχειρήσεις, στα πλαίσια Ευρωπαϊκών και διεθνών προγραμμάτων. Στόχος αυτού, είναι με την συμβολή της δια βίου μάθησης να αναπτύξει την κοινωνικότητα και να ενισχυθεί η ανταλλαγή, η συνεργασία και η κινητικότητα μεταξύ του συστήματος και της εκπαίδευσης (ΙΚΥ,2017).

Οι φορείς πραγματοποίησης πρακτικής άσκησης μπορεί να είναι οποιοσδήποτε δημόσιος ή ιδιωτικός οργανισμός που δραστηριοποιείται στην αγορά εργασίας ή στους τομείς της εκπαίδευσης της κατάρτισης και της νεολαίας.

Για παράδειγμα:

- Δημόσια ή ιδιωτική, μικρή μεσαία ή μεγάλη επιχείρηση.
- Δημόσιος φορέας σε τοπικό περιφερικό ή εθνικό επίπεδο.
- Ερευνητικό Ινστιτούτο.
- Ίδρυμα ανώτατης/ τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε χώρα του προγράμματος.
- Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση, ένωση (ΜΚΟ).
- Φορέας που παρέχει υπηρεσίες επαγγελματικού προσανατολισμού, επαγγελματικής συμβουλευτικής εκπαίδευσης.

Μέσω ανάρτησης ανακοινώσεων του γραφείου Διεθνών Σχέσεων ΤΕΙ Κρήτης, επισυνάπτονται ορισμένες ιστοσελίδες εύρεσης πρακτικής:

Πίνακας 2.2. Ιστοσελίδες εύρεσης πρακτικής

http://erasmusintern.org
http://www.spain-istership.com/en/
http://www.animafestexperience.com/internships/
http://www.praxisnetwork.eu/
http://globalplacement.com/en/search-intershps
http://www.eurograduate.com
http://graduateland.com/jobs#
http://linkedin.com/studentjobs
http://eu.europa.eu/eures/public/el/homepage

Πηγή:ΤΕΙ Κήτης

Το πρόγραμμα Erasmus+ όπως αναφέρθηκε στοχεύει στην ενίσχυση των δεξιοτήτων και της απασχολησιμότητας καθώς και στον εκσυγχρονισμό των συστημάτων εκπαίδευσης κατάρτισης και νεολαίας στους τομείς δια βίου μάθησης. Το προαναφερόμενο πρόγραμμα δομεί τρεις βασικές δράσεις:

- 1) Βασική Δράση 1 (ΚΑ1/ΒΔ1): Κινητικότητα των ατόμων. Περιλαμβάνει σχέδια που διαχειρίζονται τόσο οι Εθνικές μονάδες, όσο και ο εκτελεστικός οργανισμός Εθνικές μονάδες όσο και ο Εκτελεστικός Οργανισμός Εκπαίδευσης, Οπτικοακουστικών θεμάτων και Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.
- 2) Βασική Δράση 2 (ΚΑ2/ΒΔ2): Συνεργασία για την καινοτομία και την ανταλλαγή καλών πρακτικών. Οι δράσεις που βασίζονται στη συγκεκριμένη κατηγορία αποφέρουν μακροπρόθεσμα θετικά αποτελέσματα για τους συμμετέχοντες φορείς, τα συστήματα πολιτικής καθώς και στα άτομα εκείνα που συμμετέχουν άμεσα ή

έμμεσα στις οργανωμένες δραστηριότητες. Αφορά σχέδια συνεργασίας τα οποία επιτρέπουν στους συμμετέχοντες οργανισμούς να αντιμετωπίζουν από κοινού σημαντικά θέματα, για την ανάπτυξη συνεργασιών και να επεξεργάζονται καινοτόμες πρακτικές.

- 3) Βασική δράση 3 (ΚΑ3/ΒΔ3): Ενίσχυση σε θέματα μεταρρυθμίσεων και ανταλλαγή καλών πρακτικών. Υποστηρίζει τις μεταρρυθμίσεις της δημόσιας πολιτικής των κρατών μελών και προωθεί τη συνεργασία με τρίτες χώρες, ανταλλάσσοντας καλές πρακτικές. Περιλαμβάνει ακόμα, την εφαρμογή Ευρωπαϊκών εργαλείων διαφάνειας, τη διεξαγωγή διασυνοριακών εθνικών προγραμμάτων δράσεις για ανώτατη εκπαίδευση και κατάρτιση.

Διεθνικές Συναντήσεις Συνεργασίας

Οι Διεθνικές Συναντήσεις Συνεργασίας, διοργανώνονται από τις Εθνικές Μονάδες των χωρών που συμμετέχουν στο πρόγραμμα ERASMUS+ και στόχος είναι η βελτίωση της ποιότητας στη συνολική εφαρμογή του προγράμματος, συμβάλλοντας στην αύξηση του αντίκτυπου του προγράμματος σε σημαντικό επίπεδο.

Επιπροσθέτως, αφορά τους τομείς της Σχολικής Εκπαίδευσης, της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και κατάρτισης, της Εκπαίδευσης Ενηλίκων και της νεολαίας με σκοπό τον διάλογο πάνω σε θέματα εθνικών και Ευρωπαϊκών προτεραιοτήτων σαν κοινό ενδιαφέρον, προκαλώντας έτσι την ανταλλαγή ιδεών, πρακτικών προώθησης της ποιότητας εκπαίδευσης των συστηματικών καταστάσεων των συμμετεχόντων χωρών (Υπουργείο Τουρισμού, Διμερείς και Διακρατικές Σχέσεις).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.

3.1. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν ορισμένα προγράμματα συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων του τουρισμού και της αγοράς εργασίας.

1) Employer Programme for Hospitality and Tourism.

Το ερευνητικό πρόγραμμα “Συνεργάτη – Εργοδότη για την Τουριστική και Ξενοδοχειακή Βιομηχανία” διεξάγεται στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού προγράμματος Erasmus+ και συμμετέχει σε αυτό ως ερευνητικός εταίρος το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ της Κρήτης. Το παρόν έργο έχει διάρκεια δύο χρόνια (Σεπτέμβριο 2016 – Αύγουστος 2018), επιχορηγείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και αφορά μία σύμπραξη επτά (7) εταιριών από πέντε (5) Ευρωπαϊκές χώρες οι οποίες είναι, η Κύπρος, η Ελλάδα, η Φινλανδία και η Ισπανία.

Το έργο αυτό σκοπό έχει την ανάπτυξη και συστηματοποίηση της συνεργασίας μεταξύ των ξενοδοχειακών/τουριστικών επιχειρήσεων, των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που προσφέρουν προγράμματα στα ξενοδοχειακά και τον τουρισμό στους φοιτητές τους μέσα από σύγχρονες μεθόδους και αποτελεσματικά προγράμματα “Συνεργάτη – Εργοδότη” κατάλληλα διαμορφωμένα στις ανάγκες της Τουριστικής Βιομηχανίας.

Οι σχέσεις αυτές για να ενδυναμωθούν είναι αναγκαία η συνεχής, συστηματική και σύγχρονη αντιμετώπιση και από τις δύο πλευρές. Για τον λόγω αυτό γίνονται προσπάθειες δημιουργίας μίας ηλεκτρονικής πλατφόρμας που έχει σχεδιασθεί για την παραπάνω προσπάθεια.

Στόχος τώρα του προγράμματος αυτού είναι η διευκόλυνση και φυσικά η συνεχής βελτίωση του εκπαιδευτικού υλικού μέσω μίας συστηματικής μεθοδολογίας. Ακόμα, μέσω του μεγάλου εύρους δραστηριοτήτων που θα υποστηρίζονται από την διαδικτυακή πλατφόρμα, θα βελτιωθεί το πρόγραμμα σπουδών εστιάζοντας στην

αξιολόγηση πράξεων, υποβολή προτάσεων, συμμετοχή επαγγελματιών, εκδρομών σε χώρους εργασίας και βελτίωση των δομών του θεσμού της πρακτικής άσκησης. Η βελτίωση συνεργασίας μεταξύ αγοράς και ακαδημίας θα προκύψει μέσα από:

- Το σχεδιασμό και τη δημιουργία μιας συστηματικής μεθοδολογικής προσέγγισης που θα αναπτύσσει, θα εγκαθιστά και θα αξιολογεί επιτυχημένα προγράμματα εργοδοτών.
- Τον σχεδιασμό της διαδικτυακής πλατφόρμας σαν εργαλείο για την υλοποίηση της παραπάνω μεθοδολογίας.
- Ανάπτυξη έκθεσης στην οποία θα παρουσιάζονται καλές πρακτικές στην Ευρώπη και τον υπόλοιπο κόσμο που θα προκύπτουν από το παρόν ερευνητικό πρόγραμμα.

2) Grow Greek Tourism Online.

Πρόκειται για μία διαδικτυακή πλατφόρμα όπου δίδεται η δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να αναπτύξει τις ψηφιακές του ικανότητες και να βελτιώσει την online παρουσία της τουριστικής επιχείρησής του. Η πρωτοβουλία Grow Greek Tourism Online της Google ταξίδεψε τρία (3) συνεχόμενα χρόνια σε όλη την Ελλάδα με σκοπό να ενισχύσει τις ψηφιακές δεξιότητες των επαγγελματιών του τουρισμού. Με την παροχή δωρεάν επαγγελματικών σεμιναρίων και προσωπικών συναντήσεων οι Online Advisors, ειδικοί σύμβουλοι της Google βοήθησαν στην επιτυχημένη διαδικτυακή παρουσία της επιχείρησής τους. Η πρωτοβουλία αυτή υλοποιείται υπό την Αιγίδα της Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς του Υπουργείου Παιδείας, Του Υπουργείου Τουρισμού και του ΣΕΤΕ και το πρόγραμμα αυτό έχει ξεκινήσει την πορεία του από το 2014 έως και σήμερα (TravelNews,2017).

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι προσφέρει σε Έλληνες φοιτητές τη δυνατότητα να αναπτύξουν τις ψηφιακές τους δεξιότητες πρώιμα. Μέσω δωρεάν σεμιναρίων σε εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας το Grow Greek Tourism Online, αποσκοπεί στην κατάρτιση των σπουδαστών και μελλοντικών επαγγελματιών του τουρισμού πάνω σε ψηφιακά εργαλεία μάρκετινγκ τα οποία τη ήμερων ημέρα έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην καθημερινότητα και την στρατηγική των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου. Η έναρξη και η υλοποίηση του project ξεκίνησε με την συμμετοχή δώδεκα (12) εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη, Ιωάννινα και Σάμο. Πιο

συγκεκριμένα τα πρώτα ομαδικά σεμινάρια πάνω σε σπουδαστές και απόφοιτους οι οποίοι ενδιαφέρονταν για ψηφιακές πλατφόρμες έχουν ως εξής:

- Οικονομικό Παν/μιο Αθηνών και Ελληνικό Ανοικτό Παν/μιο
- Εθνικό Καποδιστριακό Παν/μιο Αθηνών
- Παν/μιο Αιγαίου
- Αριστοτέλειο Παν/μιο Θεσσαλονίκης
- Παν/μιο Μακεδονίας
- HAEC – Hellenic American College
- ΤΕΙ Αθήνας
- Αλεξάνδρεια ΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- Παν/μιο Ιωαννίνων
- Μητροπολιτικό Κολλέγιο
- ΤΕΙ Κρήτης Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Ηράκλειο)
- Εθνικό Καποδιστριακό Παν/μιο Αθηνών
- ALBA Graduate Business school at the American College of Greece

Το 2016 και 2017 η προτεραιότητα του προγράμματος είναι η επένδυση στη διάδοση ψηφιακών δεξιοτήτων και στους μελλοντικούς επαγγελματίες του τουρισμού, εκπαιδεύοντας 8000 φοιτητές σε 34 εκπαιδευτικά ιδρύματα (ΑΕΙ, ΤΕΙ, ΙΕΚ) στους τομείς του τουρισμού, της επιχειρηματικότητας, του μάρκετινγκ και των οικονομικών επιστημών σε 17 πόλεις της Ελλάδας. Τα σεμινάρια έχουν διάρκεια τριών ωρών και διεξάγονται από εξειδικευμένους επαγγελματίες του ψηφιακού μάρκετινγκ οι οποίοι καλούνται να εκπαιδεύσουν τους συμμετέχοντες σε ένα ευρύ φάσμα θεμάτων εκ των οποίων είναι τα απαραίτητα στοιχεία μίας ιστοσελίδας όπως η χρήση της μηχανής αναζήτησης έως και τρόπους με τους οποίους μπορεί να διαφημιστεί μία επιχείρηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή σε άλλες ιστοσελίδες και νέες κατευθύνσεις που απαιτεί η επαγγελματική δραστηριοποίηση στον ψηφιακό κόσμο.

Τα τελευταία χρόνια λόγω του διαδικτύου έχει βελτιωθεί σημαντικά η ποιότητα της συνεργασίας εκπαίδευσης και αγοράς μέσω των προγραμμάτων που προσφέρονται σε ψηφιακές πλατφόρμες. Δίνεται η δυνατότητα να προγραμματιστούν και να υλοποιηθούν

πληθώρα δραστηριοτήτων για τη συνάφεια των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και αναγκών της βιομηχανίας. Ακόμα, διευκολύνουν τη συμμετοχή των προσκεκλημένων ομιλητών από τη βιομηχανία για την πρόσληψη ικανών αποφοίτων για απασχόληση στην επιχείρησή τους. Τέλος, μπορεί να χρησιμοποιηθούν ψηφιακές πλατφόρμες και να εφαρμόζονται δραστηριότητες από χώρες ανά τον κόσμο οποιαδήποτε στιγμή επιτρέποντας συνεργασίες πέρα των εθνικών συνόρων διευρύνοντας έτσι το φάσμα επιλογών και πληροφοριών που μπορεί να εισπράξει ένας φοιτητής με την συμμετοχή του σε τέτοιου είδους προγράμματα.

3.2. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ - ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.

1. ALBA

Το ALBA Graduate Business School ανήκει στο Αμερικάνικο Κολέγιο στην Ελλάδα και ιδρύθηκε το 1992 λειτουργώντας υπό την αιγίδα της Επιχειρηματικής Κοινότητας η οποία είναι μία ένωση επιχειρήσεων και θεσμοθετικών οργανώσεων απαριθμώντας πάνω από 90 μέλη. Χρηματοδοτήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και από συνεισφορές των εταιρικών μελών της. Είναι το κορυφαίο Business School στην Ελλάδα, βάση του επαγγελματικού προσανατολισμού της εκπαίδευσης πάνω στην επιχειρηματικότητα, τα εκτελεστικά in-house προγράμματα σε κορυφαίες εταιρίες, το εξαιρετικά καταρτισμένο προσωπικό του και την τοποθέτηση των αποφοίτων του.

Το ALBA έχει ένα σταθερά αυξανόμενο δίκτυο συνεργατών σε όλο τον κόσμο μέσω των προγραμμάτων ανταλλαγής φοιτητών, δίνοντας έτσι και την ευκαιρία στους φοιτητές να δημιουργήσουν διεθνή δίκτυα επαγγελματικών και κοινωνικών επαφών. Πολύ σημαντικός παράγοντας για την τοποθέτηση σε σημαντικές θέσεις των φοιτητών, αποτελεί η προσωπική καθοδήγηση που προσφέρεται, τα τουλάχιστον 10 εστιασμένα εργαστήρια, οι μέρες καριέρας, η πρακτική άσκηση και οι συνεχείς επισκέψεις σε επιχειρήσεις του κλάδου.

Τα ακαδημαϊκά προγράμματα που προσφέρονται, παρέχουν στο φοιτητή υψηλής ποιότητας εκπαίδευση διοικητικών στελεχών ώστε να καλύψει τις ανάγκες των μεγάλων εγχώριων και διεθνών εταιρικών πελατών. Τα προγράμματα αυτά αποτελούνται από ανοικτά σεμινάρια και προσαρμοσμένες πρακτικές. Προσφέρονται τα εξής:

- Καθοδήγηση σταδιοδρομίας
- Εργαστήρια προετοιμασίας σταδιοδρομίας

- Εκδηλώσεις ανάπτυξης σταδιοδρομίας
- Forum σταδιοδρομίας
- Ευκαιρίες τοποθέτησης εργασίας

Η καθοδήγηση σταδιοδρομίας βοηθάει τον φοιτητή να:

- Ορίσει στόχους για την σταδιοδρομία του
- Αναλύσει και να στοχεύσει την αγορά εργασίας του κλάδου
- Επανασχεδιάσει την καριέρα του.

Ακόμα, καθ' όλη τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους το Career Office διεξάγει διάφορα εργαστήρια για να ενισχύσει την κατανόηση της διαδικασίας πρόσληψης, την ενδυνάμωση των δεξιοτήτων του ατόμου και γενικότερα να τον προετοιμάσει για την είσοδό του στην αγορά εργασίας. Κάποια από αυτά τα εργαστήρια είναι:

- Map out your job search: Είναι ένα εργαστήριο το οποίο παρέχει ζωτικές πληροφορίες για τις ελληνικές και διεθνής αγορές εργασίας ώστε να κατευθύνεται ο φοιτητής σε στοχευμένες εταιρίες με την χρήση των διεθνών εργαλείων πρόσληψης.
- CV & Cover Letter Preparation: Πρόκειται για τον σχεδιασμό ενός καλού βιογραφικού σημειώματος για να υπογραμμίζει και να δίνει στον υπεύθυνο προσλήψεων, μία σαφή εικόνα του υποψήφιου.
- Interview Skills: Προετοιμάζει τους ενδιαφερόμενους πρόσληψης για μελλοντικές συνεντεύξεις, παρέχοντας κατανόηση της διαδικασίας και των κριτηρίων επιλογής.
- The five steps of Effective Networking: Επικεντρώνεται στην αξία της δικτύωσης και παρέχει συμβουλές και κόλπα για το πώς θα δημιουργήσει το άτομο ένα ισχυρό δίκτυο.
- LinkedIn “πώς να κάνετε το δικό σας εμπορικό σήμα”: Πρόκειται για ένα σεμινάριο τριών (3) ωρών με την αξιοποίηση μίας επαγγελματικής πλατφόρμας, για την προώθηση της προσωπικής επωνυμίας για την απόκτηση πρόσβασης σε ευκαιρίες καριέρας.
- Psychometric Testing: αφορά την άσκηση λεκτικής, λογικής και αριθμητικής κρίσης με σκοπό την κατανόηση της διαδικασίας αξιολόγησης.

Πέρα από τα σεμινάρια που διοργανώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα και φέρνουν σε επαφή την αγορά με την εκπαίδευση, το ίδιο το Γραφείο Διασύνδεσης και

Σταδιοδρομίας, διοργανώνει εκδηλώσεις επαγγελματικής εξέλιξης καθ' όλη τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους ώστε να παρουσιάσει στους απόφοιτους μεγάλες εταιρίες της ελληνικής και διεθνούς αγοράς εργασίας ώστε να εξοικειωθούν με αυτές εντός και εκτός χώρας. Οι εκδηλώσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- Πάνελ – Πίνακες καριέρας
- Παρουσιάσεις εταιριών
- Παρουσίαση CEO (διευθύνων συμβούλων)
- Και επισκέψεις σε εταιρίες του κλάδου

Το ετήσιο forum Καριέρας προσελκύει πάνω από 100 εργοδότες του τουριστικού κλάδου και έχει αποδειχθεί ότι είναι ένας επιτυχημένος μηχανισμός προσλήψεων καθώς έχει υψηλή αξιολόγηση και αναγνωσιμότητα από πολλές χώρες του εξωτερικού. Το forum αυτό είναι το μέρος κατά το οποίο, δυνητικοί υπάλληλοι διερευνούν τις δυνατότητες απασχόλησης και η διαδικασία πραγματοποιείται κάθε Σεπτέμβριο. Παράλληλα το forum της ALBA έχει συνεργασθεί με το Παγκόσμιο Δίκτυο EFMD για να προσφέρει μία διεθνή μηχανή αναζήτησης. Αυτό αποτελεί μία παγκόσμια πύλη ταλέντων και μέσω αυτής της πλατφόρμας μπορούν οι φοιτητές να εντοπίσουν θέσεις πρακτικής άσκησης και μεταπτυχιακών σπουδών των ενδιαφερόντων τους, σε όλο τον κόσμο.

Το Γραφείο Διασύνδεσης και Σταδιοδρομίας της ALBA είναι αδιαμφισβήτητα ένα από τα καλύτερα της χώρας, προσφέροντας μια ποικιλία υπηρεσιών υποστήριξης και πληροφόρησης στους απόφοιτους για ότι αφορά την αγορά εργασίας ώστε να είναι έτοιμη για αυτήν.

Στρατηγική Συνεργασία ALBA με τη Costa Navarino.

Το ALBA Graduate Business School at the American College of Greece πραγματοποίησε στρατηγική συνεργασία με τη Costa Navarino με σκοπό τη δημιουργία και υλοποίηση του μεταπτυχιακού προγράμματος Tourism Management. Ο λόγος που οδήγησε σε αυτή τη συνεργασία είναι ο κοινός στόχος προαγωγής ειδικευόμενων επαγγελματιών και μελλοντικών ηγετών του κλάδου, με υψηλές δεξιότητες σε ένα επίπεδο εκτός συνόρων ώστε να εξυψωθεί ο ελληνικός τουρισμός και να ανταγωνίζεται η χώρα διεθνείς φύσης ανταγωνιστές σε υψηλά επίπεδα ποιότητας.

Η Costa Navarino θα διαθέτει θέσεις πρακτικής άσκησης στους φοιτητές του MSc in Tourism Management στις εγκαταστάσεις του, οι οποίες περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, συνεδριακό κέντρο, γήπεδο γκολφ, κέντρα απασχόλησης παιδιών και μία σειρά από άλλες

δραστηριότητες που θα αποσκοπούν στην εξοικείωση του φοιτητή με την αγορά του τουρισμού, αφού ο σκοπός αυτής της συνεργασίας είναι ο συνδυασμός των θεωρητικών γνώσεων με τις πρακτικές δεξιότητες.

Η Costa Navarino έχει αναλάβει πέντε (5) workshops στους εξής τομείς (Καθημερινή, 2014):

- Hospitality Management
- Finance and Cost Accounting
- Managing Service Operations
- Destination Management
- Purchasing and Supply Management

2. Mediterranean College

Το Mediterranean College μαζί με τη συνεργασία ισχυρών πανεπιστημίων του εξωτερικού, αποτελεί ένα ιδιωτικό ίδρυμα ανώτατης εκπαίδευσης εξασφαλίζοντας ηγετικό ρόλο στον τομέα του Τουρισμού προσφέροντας προγράμματα υψηλής ποιότητας. Αποτελεί ένα ισχυρό μεταπτυχιακό σε ένα εφαρμοσμένο αντικείμενο αποτελώντας το πρώτο σε κατάταξη αναγνωρισμένο πτυχίο Βρετανικό Πανεπιστήμιο στις σπουδές του Τουρισμού – Φιλοξενίας.

Το πρόγραμμα στοχεύει στην ολοκλήρωση των εξειδικευμένων στελεχών του κλάδου του Τουρισμού που προορίζονται για υψηλόβαθμες θέσεις σε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις. Το εστιασμένο αυτό πρόγραμμα στοχεύει στις λειτουργίες της Διοικητικής επιστήμης με εφαρμογή στον Τουριστικό κλάδο μέσω διαδικασιών λήψης αποφάσεων προσφέροντας έτσι μία σφαιρική εικόνα των αλληλεπιδράσεων μεταξύ της διοίκησης και του ευρύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Το Mediterranean College έχει αναπτύξει το πρόγραμμα που αφορά τον τουρισμό αναπτύσσοντας συνεργασίες με επιτυχημένες πολυεθνικές επιχειρήσεις φιλοξενίας με σκοπό να προσφέρει αυτό που πραγματικά ζητάει η αγορά εργασίας στον κλάδο. Το πρόγραμμα είναι πιστοποιημένο από το Institute of Hospitality και οι απόφοιτοι έχουν τη δυνατότητα πέρα από το πτυχίο τους να αποκτήσουν την πιστοποίηση του Βρετανικού Οργανισμού NARIC (National Recognition Information Centre) το οποίο είναι αρμόδιο για τον έλεγχο και την πιστοποίηση των Bachelor's και Master's τίτλων παρέχοντας ισότιμα

επαγγελματικά και ακαδημαϊκά δικαιώματα στη Βρετανία με εκείνα των απόφοιτων του ίδιου Βρετανικού Πανεπιστημίου που ολοκληρώνουν τις σπουδές τους στη Βρετανία.

Mediterranean College Employability Scheme (Σχέδιο Απασχολησιμότητας)

Το Employability Scheme αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο αναπροσαρμογής υφιστάμενων προγραμμάτων και υπηρεσιών καθώς και διοργανώσεις δράσεων που στόχο έχουν την ενίσχυση των επαγγελματικών δεξιοτήτων των φοιτητών, προετοιμάζοντάς τους έτσι για την αγορά εργασίας. Το σχέδιο αυτό περιλαμβάνει:

- Ημέρες Καριέρας/ Mc Employability Fair, όπου εργοδότες κορυφαίοι στον τομέα τους πραγματοποιούν συνεντεύξεις πρόσληψης με φοιτητές και απόφοιτους για να απαρτίσουν τις επιχειρήσεις τους.
- Επαγγελματικές Πιστοποιήσεις. Είναι ταχύρυθμα πιστοποιημένα προγράμματα με μειωμένα δίδακτρα.
- Personal Development Planning – Πλάνο Προσωπικής Ανάπτυξης. Μέσω αυτού οι φοιτητές αποκτούν αυτογνωσία των δυνατοτήτων και αδυναμιών τους σε σχέση με το πρόγραμμα επιλογής τους το οποίο μετέπειτα θα αποτελέσει το επάγγελμα που θα ακολουθήσουν.
- Συμβουλευτική Καριέρας. Πρόκειται για μία ατομική και ομαδική συμβουλευτική που ασχολείται με τις τάσεις της αγοράς και το πώς κυμαίνεται αυτή.
- Ομιλίες Επαγγελματιών της Αγοράς.
- Παρουσιάσεις Εταιριών, Οργανισμών και Φορέων. Διεξάγεται ενημέρωση στους φοιτητές για τις υπηρεσίες και η επαγγελματική αποκατάσταση που προσφέρουν στις επιχειρήσεις τους.
- Πρακτική – Εθελοντική Εργασία.
- Επιστημονικά Συνέδρια, Ημερίδες, Σεμινάρια και Διαλέξεις.
- Εκπαιδευτικές Επισκέψεις.
- Student Excellence Conference (Διεπιστημονικό Συνέδριο Φοιτητών): Στα πλαίσια αυτού, έπειτα από υποβολές ερευνητικών προτάσεων των φοιτητών και μετέπειτα την θετική αξιολόγηση αυτών, οι φοιτητές που ξεχώρισαν παρουσιάζουν τις προτάσεις

τους σε Συνέδριο με την παρουσία άλλων συμφοιτητών, καθηγητών και εκπροσώπων της αγοράς.

- Δημοσιεύσεις φοιτητών.
- Συμμετοχή σε διαγωνισμούς.

Όλες οι παραπάνω δράσεις πραγματοποιούνται καθ' όλο το ακαδημαϊκό έτος αλλά κορυφώνονται κατά τη διάρκεια των Employability Weeks και Employability Fair.

- Employability Weeks: Είναι δύο εβδομάδες κατά τη διάρκεια των οποίων το πρόγραμμα σπουδών αφιερώνεται στην προώθηση της απασχολησιμότητας των φοιτητών και αποφοίτων του Κολλεγίου.

- Employability Fair: Αποτελεί έκθεση απασχολησιμότητας και διοργανώνεται κάθε Σεπτέμβριο και υπολογίζεται από επαγγελματικούς Φορείς, Οργανισμούς και Επιχειρήσεις.

Ως επί των πλείστων, το Mediterranean College συνεργάζεται και με την ΜΚΟ και προωθεί τη συμμετοχή των φοιτητών του σε επιδοτούμενα Ευρωπαϊκά Προγράμματα Νέων. Οι φοιτητές που συμμετείχαν στις δράσεις αυτές επισκέφθηκαν τις χώρες: Τουρκία, Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Ουγγαρία, Αυστρία, Κύπρο και Σλοβενία.

Γραφείο Διασύνδεσης του Mediterranean College

Το γραφείο Διασύνδεσης και Καριέρας του Mediterranean College συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες ιδιωτικές επιχειρήσεις, γραφεία επαγγελματικού προσανατολισμού και αναζήτησης στελεχών και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς για να προσφέρει στους φοιτητές και απόφοιτους, σεμινάρια ανάπτυξης δεξιοτήτων, απασχολησιμότητας, θέσεις πρακτικής άσκησης και ευκαιρίες καριέρας. Το Γραφείο Διασύνδεσης υποστηρίζεται από ένα ευρύ δίκτυο συνεργατών του κολλεγίου το οποίο έχει αναλάβει το Employability Fair και το Employability Week.

Οι φοιτητές μέσω του γραφείου Καριέρας έχουν τις έξης παροχές και προσβάσεις:

- Παρακολούθηση σεμιναρίων ανάπτυξης δεξιοτήτων επαγγελματικής δεξιοτήτων επαγγελματικής προσωπικότητας.
- Καθοδήγηση και προετοιμασία βιογραφικού σημειώματος και συνοδευτική επιστολή
- Αποτελεσματική αναζήτηση εργασίας και συνεργασίας με γραφεία επιλογής προσωπικού.
- Προώθηση και βιογραφικό σημείωμα σε συνεργαζόμενες με το Γραφείο εταιρίες.
- Ενημέρωση για συνέχιση σπουδών και επαγγελματικής εξειδίκευσης.

Γραφείο Πρακτικής Άσκησης του Mediterranean College

Η Πρακτική άσκηση είναι προαιρετική για κάποια τμήματα και για κάποια άλλα υποχρεωτική στο πρόγραμμα σπουδών. Σκοπός αυτής όταν πραγματοποιείται είναι η προσομοίωση πραγματικών συνθηκών εργασίας με την οποία οι φοιτητές μπορούν να αποκομίσουν πολύτιμα εφόδια εργατικής εμπειρίας. Το Mediterranean Career Office είναι συνεχώς συνδεδεμένο με εταιρίες και συνεργασίες ώστε να ανακοινώνει τις ανοιχτές θέσεις που προσφέρονται επιλέγοντας φοιτητές κατόπιν τη διαδικασία αξιολόγησης, Το MC Employability Scheme ενθαρρύνει τους φοιτητές να συμμετάσχουν σε προγράμματα πρακτικής άσκησης ώστε να είναι περισσότερο αποτελεσματική στη τουριστική Βιομηχανία μετέπειτα.

Πέρα από την προαιρετική Πρακτική Άσκηση υπάρχει και η υποχρεωτική όπως προαναφέρθηκε η οποία αποτελεί μέρος του προγράμματος σπουδών και είναι υποχρεωτική για όλους τους φοιτητές. Στην περίπτωση αυτή η αξιολόγηση προκύπτει από επόπτες για την απόδοση των υποψηφίων στο χώρο εργασίας και αυτό έχει ως αντίκτυπο και στην ακαδημαϊκή τους πορεία. Ορισμένα προγράμματα σπουδών αναθέτουν στο φοιτητή την αναζήτηση και εύρεση του χώρου όπου θα υλοποιήσουν την πρακτική τους άσκηση και σε άλλες περιπτώσεις αποτελεί υποχρέωση του ίδιου του κολεγίου αλλά και στη μία και στην άλλη η ακαδημαϊκή ομάδα βοηθάει και προετοιμάζει τους φοιτητές πριν την έναρξη αυτής, φέρνοντας στην επιφάνεια προσόντα όπως η συνέπεια, η εργατικότητα και ο επαγγελματισμός.

Το Mediterranean College διαθέτει ένα ευρύ δίκτυο συνεργαζομένων επιχειρήσεων και οργανισμών οι οποίοι προσφέρουν και αναζητούν άτομα να καλύψουν θέσεις εργασίας για πρακτική άσκηση στις επιχειρήσεις τους.

Στρατηγική συνεργασία του Mediterranean College με τη Farantouris Insurance & Financial Advisor.

Πέρα από την πληθώρα συνεργασιών κατά το πέρασμα των ετών που έχει συνάψει το Mediterranean College με ξενοδοχεία και επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες στον τουρισμό και τη φιλοξενία, το MC πραγματοποιεί και συνεργασίες αλληλεγγύης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η συνεργασία του με την εταιρία Farantouris Insurance & Financial Advisor στην οποία το κολέγιο προσφέρει επιταγές εκπαίδευσης 1000 ευρώ σε προγράμματα Bachelor και Master αλλά και σε προγράμματα μετεκπαίδευσης, στους πελάτες του Farantouris και παράλληλα θα δίνει την ευκαιρία στους συγγενείς Α' βαθμού της εταιρίας να σπουδάσουν με προνομιακά δίδακτρα στο MC.

Από την άλλη πλευρά η Farantouris υποστηρίζει όλες τις δράσεις του Career Office του MC που αφορούν τα σχέδια απασχολησιμότητας του κολεγίου για ανοικτές θέσεις σε επίπεδο πρακτικής άσκησης και προσφοράς εργασίας σε φοιτητές και απόφοιτους αλλά στηρίζει και την προσφορά guest lectures ώστε να υλοποιηθούν (CultureNow, 2016)

3. National Centre for Universities and Business

Το Εθνικό Κέντρο Πανεπιστημίων και Επιχειρήσεων (NCUB) έχει την έδρα του στο Ηνωμένο Βασίλειο και βασικό του μέλημα είναι η ανάπτυξη, η υποστήριξη και η προώθηση την συνεργασίας παγκόσμιας κλίμακας ανάμεσα σε πανεπιστήμια και επιχειρήσεις. Στόχος είναι με πρακτικούς τρόπους να αξιοποιηθούν τα talέντα που φοιτούν στα πανεπιστήμια του Ηνωμένου Βασιλείου σε πρωτογενείς έρευνες προς όφελος της οικονομίας και του έθνους. Αυτό επιτυγχάνεται με τον συνδυασμό βασικών ατόμων των επιχειρήσεων και των πανεπιστημίων.

Ο Αντιπρόεδρος του πανεπιστημίου και επιχειρηματίες της χώρας, συμμετέχουν στο Συμβούλιο Ηγεσίας του NCUB το οποίο καθοδηγεί το έργο της Εθνικής Τράπεζας και κινεί τα νήματα της συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων από τα υψηλότερα κλιμάκια (National Centre for Universities and Business, 2017). Το συμβούλιο Ηγεσίας καθορίζει τις προτεραιότητες των συνεργασιών λόγω της συγκέντρωσης έμπειρων ατόμων από το Ηνωμένο Βασίλειο και μέσω μιας σειράς οικονομικών αναλύσεων μπορεί να εντοπίζει τις προκλήσεις και τον τρόπο διασύνδεσης των δύο αυτών πλευρών. Το συμβούλιο Ηγεσίας αποτελεί τον μοναδικό οργανισμό που φέρνει σε επαφή πανεπιστήμια και επιχειρήσεις για να επηρεάσουν την κυβέρνηση ώστε να λυθούν προκλήσεις της χώρας.

Το NCUB έχει διάφορες ομάδες δράσεων (Task Force) όπου συγκεντρώνει τα καλύτερα πανεπιστήμια και επιχειρήσεις με σκοπό να επικεντρωθούν σε ένα συγκεκριμένο οικονομικό τομέα ή ζήτημα ώστε να εντοπίσουν και να επιλύσουν στοχευόμενα προβλήματα μέσω της συνεργασίας. Οι Task Forces παράγουν αναφορές με μελέτες περιπτώσεων και συστάσεις για περεταίρω ενέργειες και αλλαγές πολιτικής και με το Συμβούλιο Ηγεσίας διατυπώνουν συστάσεις για μία σειρά δράσεων και με τη σειρά του το NCUB τις εκτελεί κατόπιν μίας σειράς έργων με προτεραιότητα τα talέντα και την καινοτομία των επιχειρήσεων (National Centre for Universities and Business, 2017) .

Σε ότι αφορά τα talέντα: Αναπτύσσει talέντα που έχει ανάγκη το Ηνωμένο Βασίλειο ώστε να καλύψουν ηγετικές θέσεις. Αυτό υλοποιείται μέσω δημιουργίας

απόφοιτων που μπορούν να ικανοποιήσουν ανάγκες 10.000 επιχειρήσεων, από πολυεθνικές έως μικρές επιχειρήσεις. Αυτό έχουν αναλάβει τα Talent Project τα οποία καλλιεργούν την ανάπτυξη ταλέντων υπό την εποπτεία του δικτύου NCUB (Talent National Centre for Universities and Bussines, talent).

Σε ότι αφορά την καινοτομία: Μέσω της αξιοποίησης της εμπειρίας, ιδεών έρευνας που μπορούν να προάγουν εμπορική αξία στο Ηνωμένο Βασίλειο, την ανατροφοδότηση και την καθοδήγηση προγραμμάτων καινοτομίας, δημιουργούνται βάσεις δεδομένων για συνεργασία μέσω εκτεταμένων ερευνητικών προγραμμάτων.

Εν κατακλείδι, οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται φέρνουν πιο κοντά πανεπιστήμια και επιχειρήσεις συσσωρεύοντας το χάσμα που υπάρχει ανάμεσά τους και επιχειρώντας τη δικτύωση και αξιοποίηση της εμπειρίας για την επίλυση προβλημάτων.

Events

- Annual Lecture: Ομιλίες μέσω της διαδικασίας ερώτησης – απάντησης μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων.
- Chairs 'Breakfast': Φιλοξενούνται μέλη των επιχειρήσεων του Συμβουλίου Ηγεσίας και επικεντρώνονται σε στοχευόμενα ζητήματα.
- Report Events: Παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ερευνών των Task Force και Task Projects στα μέλη και τους εταίρους.

4. Nottingham University

Το Πανεπιστήμιο του Nottingham έχει την έδρα του στο Ηνωμένο Βασίλειο και παραρτήματα στην Κίνα και Μαλαισία. Περιλαμβάνει ένα πλήθος ειδικοτήτων και μέσα σε αυτά αρκετά μεταπτυχιακά προγράμματα τα οποία οδηγούν σε εξειδικευμένης φύσεως γνώσης, αποτελώντας ένα όπλο για τους απόφοιτους βγαίνοντας στην αγορά εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, το μεταπτυχιακό πρόγραμμα Management και διεθνής επιχειρήσεις περιλαμβάνει ισχυρές πρακτικές δεξιότητες ώστε οι απόφοιτοι να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα στο διεθνή χώρο των επιχειρήσεων και να τα ξεπερνούν.

Οι μέθοδοι διδασκαλίας και εκμάθησης επικεντρώνονται σε διαδραστικά σεμινάρια τα οποία απαιτούν τη συμμετοχή του φοιτητή στη χρήση μελετών περίπτωσης, τις συζητήσεις, προσομοιώσεις και ομαδικές δραστηριότητες.

Σαν προοπτικές καριέρας οι απόφοιτοι έχουν εκπαιδευτεί ώστε να μπορούν να κάνουν επαγγελματικές αναλύσεις, να ασχοληθούν σαν οικονομικοί σύμβουλοι, στελέχη

Μάρκετινγκ και σαν ειδικοί εισαγωγών-εξαγωγών. Οι σύμβουλοι σταδιοδρομίας του Πανεπιστημίου διοργανώνουν μια σειρά εργαστηρίων όπου οι φοιτητές με τη βοήθεια μεθόδων και στρατηγικών, μπορούν να πετύχουν αποτελεσματικά τους στόχους της σταδιοδρομίας τους. Οι υπηρεσίες που παρέχουν τα γραφεία απασχολησιμότητας περιλαμβάνουν (MasterStudies, 2017):

- Τον εντοπισμό τοποθέτησης
- Την αυτοαπασχολησιμότητα
- Τον εθελοντισμό
- Περεταίρω συμβουλές για τα μαθήματα

Υπηρεσίες για επιχειρήσεις

Το Πανεπιστήμιο του Nottingham προσφέρει και υπηρεσίες για επιχειρήσεις με την τεχνογνωσία σε αρκετούς κλάδους όπου η ομάδα εταιρικών συνεργασιών προσφέρει μια ειδική υπηρεσία διαχείρισης λογαριασμών για μεγάλες επιχειρήσεις. Η ομάδα αυτή βοηθάει στο να (University of Nottingham, 2017):

- Αναλάβει μια επιχείρηση κάποια έρευνα ώστε να ανακαλύψει λύσεις για προβλήματα που αντιμετωπίζει
- License μιας τεχνολογίας
- Προσλάβει ταλαντούχους φοιτητές από το Πανεπιστήμιο
- Παρέχει εκπαίδευση για αναβάθμιση των γνώσεων του εργατικού δυναμικού

Πλήθος μεγάλων εταιριών απευθύνονται για βοήθεια στο Πανεπιστήμιο και ορισμένες από αυτές είναι η Rolls Royce, η Airbus, η Ford, η E.ON, η GSK, η Siemens, η Unilever και αρκετές άλλες στρέφονται στις υπηρεσίες του Nottingham University.

Τα events που πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους περιλαμβάνουν μεγάλη συμμετοχή από επιχειρήσεις και ακαδημαϊκούς εμπειρογνώμονες μαζί με τους ειδικούς κλάδους παρουσιάζεται μια σειρά θεμάτων για τις επιχειρήσεις δωρεάν.

Με όλα τα παραπάνω γίνεται κατανοητό πως η συνεργατική διάθεση που επικρατεί είναι βασικό στοιχείο του Πανεπιστημίου, προσφέροντας υπηρεσίες και σε φοιτητές αλλά και σε επιχειρήσεις πράγμα που θέτει ακόμα πιο ψηλά τη συνεργατική δύναμη ακαδημαϊκού ιδρύματος και αγοράς εργασίας.

Συνεργασία Nottingham – Rolls Royce

Το Rolls – Royce είναι ένα τεχνολογικό κέντρο που εδρεύει στο Πανεπιστήμιο του Nottingham. Απαρτίζεται από μία διεπιστημονική ερευνητική ομάδα που διερευνά πτυχές της αεροδιαστημικής παραγωγής. Το NUTC ιδρύθηκε το 1999 και είναι μέρος του δικτύου Rolls Royce και προσφέρει προηγμένες ακαδημαϊκές έρευνες με σκοπό να καλυφθούν βιομηχανικές ανάγκες (The University of Nottingham Rolls-Royce University Technology Centre in Manufacturing Technology)

Συνεργασία Nottingham – E.ON. (Δημιουργία Ενεργειακών σπιτιών)

Το έργο αυτό ερευνά την ανακατασκευή μιας τυπικής ανεξάρτητης κατοικίας της δεκαετίας του 1930 με σκοπό την εκμηδένιση του διοξειδίου του άνθρακα που εκπέμπει μία μέση κατοικία στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σκοπός είναι μέσω έρευνας τα νέα σπίτια να έχουν μηδενική εκπομπή άνθρακα και να μειωθεί στα ήδη υπάρχοντα ώστε να είναι ανάλογα της σύγχρονης μορφής ζωής που καλούνται οι κάτοικοι να αντιμετωπίσουν με την μείωση των ρίπων στο περιβάλλον (Univercity of Nottingham, 2017).

5. Συνεργασίες Δημοκράτιου Πανεπιστημίου Θράκης για την οργάνωση ομιλιών – συνεδριών

A. «Τεχνολογίες CERN, επιχειρηματικές ευκαιρίες». Το εν λόγω συνέδριο πραγματοποιήθηκε υπό την αιγίδα της Μονάδας Καινοτομίας και επιχειρηματικότητας της Δομής Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας του Δημοκράτιου Πανεπιστημίου Θράκης και της Τεχνόπολης Θεσσαλονίκης. Στο πλαίσιο αυτής οι ενδιαφερόμενοι ενημερώθηκαν για τη δημιουργία του Business Incubator Center στη Θεσσαλονίκη με σκοπό την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών που έχουν αναπτυχθεί από τη CERN για τη δημιουργία καινοτόμων υπηρεσιών από καινοτόμες επιχειρήσεις. Τέλος, υπογράφηκε μνημόνιο συνεργασίας για τη μεταφορά τεχνογνωσίας από τη CERN στην επιστημονική και ερευνητική κοινότητα του ΔΠΘ (Αποτελέσματα της εκδήλωσης της Μονάδας Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας της Δ.Α.ΣΤΑ. του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης).

B. «Πρόγραμμα επιμόρφωσης ανέργων : Πολιτιστικός Τουρισμός» Το ΔΠΘ με την υποστήριξη του ιδρύματος Σταύρου Νιάρχου υλοποιεί προγράμματα ανέργων πτυχιούχων άνω των 25 και στόχο έχει την κατάρτιση των συμμετεχόντων και τον σχεδιασμό δράσεων που εντάσσονται στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού. Σκοπός αυτού, είναι οι συμμετέχοντες να είναι σε θέση να σχεδιάζουν και να οργανώνουν πολιτιστικές δράσεις

εκμεταλλεύονταν όλα τα παράγωγα που περιλαμβάνονται στον Πολιτιστικό Τουρισμό, τα προϊόντα και τις εκφάνσεις του. Ο Πολιτιστικός Τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού ιδιαίτερη που αναπτύσσεται ραγδαία στη διεθνή αγορά και μπορεί να εμπλακεί και με άλλα είδη τουρισμού. Οι απόφοιτοι άνω των 25 που θα μπορούν να λάβουν μέρος θα είναι από Τμήματα Τουρισμού, Καλών Τεχνών, Φιλοσοφικών σχολών, Κοινωνικών, Παιδαγωγικών καθώς και παρόμοιας φύσης σχολών

6. Στρατηγική συμφωνία συνεργασίας Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Ελληνικά Πετρέλαια και Πολυτεχνείο Κρήτης. (Πανεπιστήμιο Θράκης,,2017)

Τα Ελληνικά Πετρέλαια αποτελούν έναν από τους μεγαλύτερους ομίλους στην Ελλάδα και επενδύει συνεχώς στην εκπαίδευση, την έρευνα και καινοτομία μέσα από συνεργασίες που συνάπτει με Πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα εγχώρια αλλά και στα εξωτερικά. Στην ίδια νοοτροπία υπογράφηκαν δύο συμφωνίες με το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στην ενέργεια του Πανεπιστημίου Πειραιώς και το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Μηχανική πετρελαίου του Πολυτεχνείου Κρήτης.

Με τη συμμετοχή του ομίλου στα μεταπτυχιακά αυτά προγράμματα στηρίζεται ένας σημαντικός αριθμός υποτροφιών ώστε να αναπτύξει επιστημονική και ερευνητική συνεργασία στους τομείς στρατηγικής δικαίου και οικονομικών ενεργειών, παραγωγής και εκμετάλλευσης πετρελαίου. Η έρευνα και η διδασκαλία των Μεταπτυχιακών αυτών προγραμμάτων περιλαμβάνει καινοτόμες μεθόδους που αναπτύσσουν σεμιναριακές συνεδριάσεις, εκπαιδευτικές επισκέψεις, ερευνητικές εργασίες συνδεδεμένες με την αγορά της ενέργειας και τη βιομηχανία του πετρελαίου και διδασκαλία στο πεδίο και στους χώρους λήψης των αποφάσεων με έμφαση στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων και της Ευρώπης όπου και δραστηριοποιείται ο όμιλος.

Η επιλογή των φοιτητών προκύπτει μέσα από αυστηρά κριτήρια σύμφωνα με τον εσωτερικό κανονισμό του Πανεπιστημίου και Μεταπτυχιακού Προγράμματος που υποστηρίζει. Κοινός στόχος και όραμα είναι η συνεργασία αυτή να οδηγήσει σε ένα forum έρευνας και καινοτομίας στο οποίο θα εκφράζονται ιδέες και σκέψεις στελεχών οι οποίοι θα κατέχουν ηγετικές θέσεις στις επιχειρήσεις και τη δημόσια διοίκηση σε διεθνείς οργανισμούς.

Το πρόγραμμα έχει τίτλο «MSc Energy, Strategy, Law & Economics» και το περιεχόμενο και η φιλοσοφία του αφορά την εκπαίδευση ατόμων για την απόκτηση επιστημονικού υπόβαθρου σε όλο το φάσμα των ενεργειακών ζητημάτων και υποθέσεων. Αποσκοπεί στην κατάρτιση και προετοιμασία εξειδικευμένων και ικανών επιστημόνων και

ερευνητών που θα προωθήσουν και θα αναλάβουν τη διαμόρφωση του θεσμικού πλαισίου της Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Πολιτικής. Επιπρόσθετα, μέσω της συνεργασίας ακαδημαϊκής κοινότητας με τον όμιλο ΕΛΠΕ στοχεύει στην αξιοποίηση και διάδοση των πορισμάτων της επιστημονικής έρευνας των ενεργειακών πολιτικών.

Τελικός στόχος αυτού είναι να προάγει την εξωστρέφεια με την προσέλκυση περισσότερων φοιτητών από το εξωτερικό, η ενίσχυση της διασύνδεσης με τη βιομηχανία πετρελαίου μέσω της έλξης εξειδικευμένων επιστημών από εταιρίες και ακαδημαϊκά ιδρύματα, η εκπόνηση εργασιών σε αντικείμενα σχετικά με τη δραστηριότητα των ΕΛΠΕ, ολοκληρώνοντας με την αξιοποίηση υφιστάμενης εργασιακής υποδομής και τεχνογνωσίας (Πρώτο θέμα, 2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. «ΕΡΕΥΝΑ» - ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗ ΛΕΞΗ

“Έρευνα είναι η δημιουργική εργασία που αναλαμβάνεται σε συστηματική βάση με σκοπό την αύξηση του αποθέματος γνώσης. Στην έρευνα μπορεί να μη προσδοκάται η να προσδοκάται η χρήση του αποθέματος γνώσης για την επινώση νέων εφαρμογών” (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2009).

Η μεθοδολογία έρευνας αναφέρεται στις παραμέτρους της ερευνητικής προσπάθειας του ερευνητή, οι οποίες αφορούν γενικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις στις μεθόδους, στις τεχνικές, στα μέσα, στα υλικά και στις διαδικασίες που θα επιλέξει για τη διεξαγωγή της έρευνάς του. (Δημόπουλος, 2004). Εν ολίγοις, μέσω της μεθοδολογίας έρευνας γίνεται κατανοητή η επιστημονική ερευνητική διαδικασία που αφορά το πώς θα σχεδιαστεί μια έρευνα και το πως θα πραγματοποιηθεί (Πανεπιστήμιο Πειραιά Βιβλιοθήκη)

Η παρούσα εργασία αποτελεί μία πρωτογενή έρευνα. Οι πρωτογενείς έρευνες διακρίνονται σε δύο (2) κατηγορίες:

- Ποσοτική έρευνα: Η ποσοτική μέθοδος ονομάζεται συχνά ως εξηγητική ή εμπειρική ή νομοθετική (ονομάζεται έτσι γιατί αφορά την ανακάλυψη και θέσπιση γενικών νόμων ή κανόνων που σχετίζονται με ένα γενικότερο πλαίσιο) μέθοδος, ενώ η ποιοτική μέθοδος προσδιορίζεται ως περιγραφική, κατανοούσα, ιδιογραφική (ονομάζεται έτσι γιατί αναφέρεται στην περιγραφή, ερμηνεία και κατανόηση καταστάσεων και διαδικασιών που αφορούν το άτομο) ή ερμηνευτική (Ίσαρη, Πούρκος, 2015).
- Ποιοτική έρευνα: Στοχεύει στη διερεύνηση και κατανόηση σε βάθος των κοινωνικών φαινομένων παρέχοντας τη δυνατότητα στον ερευνητή να εξετάσει θέματα και να αντλήσει χρήσιμες πληροφορίες (Λήνα Θ. Τσακίρη, n.d.) Η ποιοτική προσέγγιση αποτελεί κατά βάση διερευνητική μέθοδο η οποία αποβλέπει στη διατύπωση ενός προβλήματος με σκοπό την εξέταση και τοποθέτηση υποθέσεων, την ιεράρχηση προτεραιοτήτων και την ανάλυση αποκαλυπτικών καταστάσεων. Ένας τρόπος να οριοθετήσουμε την ποιοτική έρευνα είναι ο εξής:

Η ποιοτική έρευνα είναι μια πλαίσιοθετημένη δραστηριότητα (situated activity), η οποία τοποθετεί τον παρατηρητή στον κόσμο. Αυτή συνίσταται σε ένα σύνολο ερμηνευτικών και υλικών πρακτικών, οι οποίες κάνουν τον κόσμο ορατό. Αυτές οι

πρακτικές μετασχηματίζουν τον κόσμο. Μετατρέπουν τον κόσμο σε μια σειρά από αναπαραστάσεις του εαυτού, συμπεριλαμβανομένων των σημειώσεων πεδίου, των συνεντεύξεων, των συνομιλιών, των φωτογραφιών, των μαγνητοφωνήσεων και των σημειώσεων σε ημερολόγια. Σε αυτό το επίπεδο, η ποιοτική έρευνα περιλαμβάνει μια ερμηνευτική, νατουραλιστική προσέγγιση στον κόσμο. Αυτό σημαίνει ότι οι ποιοτικοί ερευνητές μελετούν τα πράγματα στο φυσικό τους πλαίσιο, επιχειρώντας να δώσουν νόημα ή να ερμηνεύσουν τα φαινόμενα με όρους των νοημάτων που οι άνθρωποι δίνουν σε αυτά (Denzin & Lincoln, 2005: 3).

Ένας τρόπος διαφοροποίησης της ποσοτικής από την ποιοτική έρευνα είναι ο διαχωρισμός μεταξύ αριθμητικών και μη αριθμητικών δεδομένων. Σύμφωνα με την Marecek (2003: 49-67) όσον αφορά τους μύθους για τις σχέσεις μεταξύ των ποιοτικών και των ποσοτικών μεθόδων έρευνας αξίζει να σημειωθούν τα εξής:

1. Η ποιοτική μεθοδολογία και η ποσοτική μεθοδολογία είναι δύο διαφορετικές μεταξύ τους προσεγγίσεις.
2. Το έργο των ποιοτικών προσεγγίσεων δεν είναι επικουρικό σε σχέση με τις ποσοτικές προσεγγίσεις.
3. Καμία έρευνα, είτε ποιοτικού είτε ποσοτικού τύπου, δεν είναι καθαρά επαγωγική ή απαγωγική.
4. Η διάκριση της ποιοτικής από την ποσοτική έρευνα με βάση την αντίληψη ότι η πρώτη είναι εξηγητική ενώ η δεύτερη ερμηνευτική δεν είναι ποτέ τόσο διχοτομική και ξεκάθαρη.
5. Η διάκριση της ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας με βάση την αντίληψη ότι η πρώτη μορφή έρευνας είναι νατουραλιστική, ενώ η δεύτερη μορφή έρευνας παρεμβατική δεν είναι ποτέ τόσο διχοτομική και ξεκάθαρη.
6. Καμία έρευνα, είτε ποιοτικού είτε ποσοτικού τύπου, δεν είναι «προοδευτική» από την ίδια τη φύση της.
7. Το κρίσιμο σημείο που κάνει τις ποιοτικές προσεγγίσεις να διαφέρουν από τις ποσοτικές δεν είναι η χρήση ή όχι των αριθμών και της στατιστικής, αλλά η ιδιαίτερη επιστημολογική τους στάση.

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζεται μία πρωτογενής έρευνα η οποία αντιπροσωπεύει το είδος της ποιοτικής έρευνας καθώς ακολούθησαν συνεντεύξεις με ειδικούς του τουριστικού κλάδου με σκοπό να αντληθούν πληροφορίες για την εξακρίβωση ορισμένων ερωτηματικών που αφορούν την σχέση μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας με το να δοθούν απαντήσεις και τοποθετήσεις περί του θέματος

ώστε να εξαλείφει το χάσμα που υπάρχει ανάμεσα στους δύο αυτούς κόσμους που κοινό παρονομαστή έχουν τον τουρισμό.

4.2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

Η ποιοτική έρευνα σχετίζεται με μία ερμηνευτική φιλοσοφία (Denzin και Lincoln, 2005). Είναι ερμηνευτική καθώς ο ερευνητής χρειάζεται να ερμηνεύσει τα υποκειμενικά και τα κοινωνικώς κατασκευασμένα νοήματα που εκφράζονται για το υπό διερεύνηση φαινόμενο. Μία τέτοια έρευνα μερικές φορές αναφέρεται ως νατουραλιστική, αφού ο ερευνητής πρέπει λειτουργεί μέσα σε ένα φυσικό περιβάλλον ή ερευνητικό πλαίσιο, ώστε να διασφαλίσουν αξιοπιστία, συμμετοχή, πρόσβαση σε έννοιες και κατανόηση σε βάθος. Για την διεκπεραίωση της παρούσας έρευνας χρειάστηκε για την συλλογή των δεδομένων, η πραγματοποίηση των συνεντεύξεων με τους αντιπροσώπους του τουριστικού κλάδου, στον χώρο εργασίας κατά κύριο λόγο με συζητήσεις διάρκειας από είκοσι έως δέκα πέντε λεπτών. Σε περίπτωση ελλιπών απαντήσεων τέθηκαν επιπρόσθετες ερωτήσεις για την συλλογή ολοκληρωμένων αποτελεσμάτων.

4.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Πολλοί τύποι ποιοτικής έρευνας ξεκινούν με μία επαγωγική προσέγγιση, όπου ένας νατουραλιστικός σχεδιασμός χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη πλουσιότερης θεωρητικής άποψης από αυτή που υπάρχει ήδη στη βιβλιογραφία. Ωστόσο, μερικές ποιοτικές ερευνητικές στρατηγικές ξεκινούν με αφαιρετική προσέγγιση με σκοπό τον έλεγχο μιας υπάρχουσας θεωρητικής ποιοτικής προσέγγισης με τη χρήση ποιοτικών διαδικασιών (Yin, 2009). Πρακτικά, οι περισσότερες ποιοτικές έρευνες χρησιμοποιούν απαγωγική προσέγγιση, όπου επαγωγικά συμπεράσματα αναπτύσσονται και αφαιρετικά συμπεράσματα ελέγχονται καθ' όλη τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας. Στην παρούσα φάση, δημιουργήθηκε ένας προβληματισμός για την κατάσταση που επικρατεί ο οποίος πηγάζει από το εξής ερώτημα: Τι απόφοιτοι βγαίνουν από τα εκπαιδευτικά Ιδρύματα και τι είναι αυτό που επιζητούν οι εργοδότες του τουριστικού κλάδου, τι δεξιότητες και τι ακαδημαϊκές και πρακτικές γνώσεις πρέπει να έχουν ώστε να είναι αποτελεσματικοί σε ανάλογα πόστα.

4.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η ποιοτική έρευνα μελετά τις έννοιες των ερωτώμενων και τη μεταξύ τους σχέση με τη χρήση μια ποικιλίας τεχνικών συλλογής δεδομένων και διαδικασιών ανάλυσης για τη δημιουργία ενός εννοιολογικού πλαισίου. Η συλλογή δεδομένων δεν είναι τυποποιημένη ώστε τα ερωτήματα και οι διαδικασίες να μπορούν να αλλάξουν και να προκύπτουν κατά τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας η οποία είναι νατουραλιστική και διακρατική. Η επιτυχία του ρόλου του ερευνητή δεν εξαρτάται μόνο από την απόκτηση φυσικής πρόσβασης στους συμμετέχοντες, αλλά και από τη δημιουργία μιας αρμονικής σχέσης μαζί τους και επίδειξη ευαισθησίας ώστε να αποκτήσει πρόσβαση στα δεδομένα. Όλοι οι ερωτούμενοι ήταν επικοινωνιακοί και ανοιχτοί στο να μοιραστούν τους προβληματισμούς και τις επιπλοκές που αντιμετωπίζουν με τα νέα παιδιά που αναζητούν να πραγματοποιήσουν την πρακτική τους άσκηση και να βγουν στην αγορά εργασίας (Mark Saunders, Philip Lewis, Adrian Thornill, 2014).

4.5. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Η ποιοτική έρευνα σχετίζεται με μία ποικιλία στρατηγικών. Παρόλο που όλες έχουν την ίδια οντολογική και επιστημολογική ρίζα και κοινά χαρακτηριστικά, κάθε στρατηγική έχει συγκεκριμένα σημείο εστίασης και πεδίο εφαρμογής, καθώς και συγκεκριμένο σύνολο διαδικασιών. Μερικές από τις κυριότερες στρατηγικές που χρησιμοποιούνται στην ποιοτική έρευνα είναι (Mark Saunders, Philip Lewis, Adrian Thornill, 2014):

- Η έρευνα δράσης
- Η έρευνα μελέτης περίπτωσης
- Η εθνογραφία
- Η θεμελιωμένη θεωρία
- Και η αφηγηματική έρευνα

Η στρατηγική που εφαρμόστηκε κατά κύριο λόγο ήταν η μελέτη περίπτωσης αφού προέκυψε ο προβληματισμός, η μελέτη αυτού μέσω συζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν και έπειτα η ανάλυση του όγκου των πληροφοριών που συλλέχθηκαν από της αντίστοιχες συνεντεύξεις.

4.6. ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Οι πηγές πληροφόρησης ανάλογα με το επίπεδο εκμάθησης και το βαθμό επεξεργασίας του περιεχομένου τους, διακρίνονται σε τρεις κύριες κατηγορίες (Μπώκος,2001):

1. Πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης. Αποτελούν τα πρότυπα δημοσιεύματα που περιγράφουν γεγονότα ή αναφέρουν τα αποτελέσματα μιας έρευνας. Οι πρωτογενής πηγές αποτελούν πρότυπο υλικό που έχει δημιουργηθεί την περίοδο που έχει εκδηλωθεί ένα γεγονός και δεν έχουν φιλτραριστεί μέσω της αξιολόγησης της ανάλυσης. Σε αυτή την κατηγορία πηγών περιλαμβάνονται (Βιβλιοθήκη Πανεπιστημίου Πειραιά, Ιανουάριος 2014):

- Βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες
- Αυτοβιογραφίες και απομνημονεύματα
- Ημερολόγια και επιστημονικά περιοδικά
- Αρχειακό υλικό και χειρόγραφα
- Κυβερνητικά έγγραφα
- Φωτογραφίες, ταινίες, ηχογραφήσεις
- Έρευνες, ψηφοφορίες και στατιστικές μελέτες

2. Δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης. Θεωρούνται τα επεξεργασμένα αποτελέσματα πρωτογενών δημοσιευμάτων τα οποία με κάποιο τρόπο έχουν δεχθεί επεξεργασία ή έχουν τροποποιηθεί. Οι δευτερογενείς πηγές δίνουν τη δυνατότητα στον ερευνητή να επεκτείνει την έρευνά του και σε άλλα ερευνητικά πεδία σχετικά με το θέμα του. Σε αυτή την κατηγορία πηγών συγκαταλέγονται:

- Επιστημονικά περιοδικά και παρουσίες σε συνέδρια
- Περιοδικά ποικίλης ύλης
- Άρθρα εφημερίδας
- Διαδίκτυο

3. Τριτογενείς πηγές πληροφόρησης: Θεωρούνται τα δημοσιεύματα που βασίζονται σε πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές και στόχο έχουν να καλύψουν ειδικές ανάγκες ή απευθύνονται σε ειδικό κοινό. Πιο συγκεκριμένα στη κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται:

- Γενικές εγκυκλοπαίδειες

- Ειδικές εγκυκλοπαίδειες
- Βιογραφίες
- Θεματικά λεξικά
- Εγχειρίδια

4.7. ΟΙ ΦΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Καθορισμός θέματος: Αρχικά μία έρευνα ξεκινάει με τον καθορισμό θέματος που αφορά την τοποθέτηση των φαινομένων σε ένα συγκεκριμένο γνωστικό πεδίο, ο οποίος προσδιορισμός καταλήγει στη διατύπωση του τίτλου της εργασίας. Ο ερευνητής κατόπιν συνεννόησης με τον επιβλέπων καθηγητή συζητάνε και καθορίζουν το θέμα και το βασικό νόημα της εργασίας – έρευνας.
2. Υποθέσεις εργασίας: Ο προσδιορισμός του θέματος οδηγεί στη διατύπωση υποθέσεων εργασίας. Οι υποθέσεις αυτές οφείλει ο εκπονών να τις μελετήσει και να τις αναλύσει ώστε να επιβεβαιώσει, να διαψεύσει ή να τις τροποποιήσει. Η δυσκολία για τον ερευνητή στο συγκεκριμένο στάδιο είναι να κατανοήσει σε βάθος το θέμα και τι θέλει να διαπιστώσει από αυτό, πράγμα που προκύπτει από τη μελέτη των βιβλιογραφικών πηγών που αφορούν το θέμα της εργασίας.
3. Προσδιορισμός πηγών και μεθόδων προσέγγισής τους. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, η διαπίστωση των υποθέσεων προϋποθέτει την εύρεση των πηγών από τις οποίες θα αντληθούν πληροφορίες, δεδομένα και μεθοδολογικά εργαλεία και αυτές οι πηγές θα είναι ή πρωτογενείς ή δευτερογενείς. Οι δευτερογενείς αφορούν τη βιβλιογραφία και οι πρωτογενείς την κοινωνική έρευνα. Οι πηγές προσεγγίζονται με τις ακόλουθες μεθόδους (Τσέκος, p. 12-16):
 - Συνεντεύξεις
 - Ερωτηματολόγια
 - Μελέτη αρχείων
 - Ανάλυση κειμένων
 - Παρατήρηση
 - Πρωτογενείς μετρήσεις

- Στατιστική ανάλυση και ερμηνεία

Για την εργασία αυτή πραγματοποιήθηκε πρωτογενείς ποιοτική έρευνα μέσω συνεντεύξεων με τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου οι οποίοι καλούνταν να απαντήσουν σε δέκα πέντε (15) ερωτήσεις ανοιχτού τύπου. Δώδεκα (12) επιχειρηματίες συμμετείχαν μέσω συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν εκ των οποίων επτά (7) ασχολούνταν στον τομέα των ξενοδοχείων και της φιλοξενίας και πέντε (5) σε τουριστικά γραφεία. Τα ραντεβού έκλεισαν έπειτα από τηλεφωνική συνεννόηση και μεσολάβηση κάποιων από αυτών από τους καθηγητές, στην Κρήτη και ορισμένων από το νησί της Ρόδου, έπειτα από επικοινωνία του ερευνητή.

4. Σχέδιο έρευνας: Στο στάδιο αυτό καταγράφεται ένα ενδεικτικό σχέδιο έρευνας το οποίο πρέπει να εγκρίνει ο επιβλέπων καθηγητής και στο οποίο αναγράφεται μία βασική περιγραφή της έρευνας.

4.8. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι, με την εφαρμογή κάποιας συστηματικής διαδικασίας να δοθούν απαντήσεις σε ερωτήματα που απασχολούν τον τομέα της εκπαίδευσης και τη συνεργασία της ως με την αγορά εργασίας στον τουριστικό κλάδο. Μέσω της διαδικασίας αυτής δόθηκαν προτάσεις από τους εκπροσώπους της αγοράς εργασίας για το πώς μπορεί να επιτευχθεί καλύτερα μια στρατηγική συνεργασία με τα ακαδημαϊκά ιδρύματα και εξέφρασαν τις προθέσεις τους για συμμετοχή των ίδιων των στελεχών των επιχειρήσεων σε προγράμματα που θα εξυπηρετήσουν την καλύτερη διαδικασία επιμόρφωσης και κατάρτισης από πλευράς πρακτικής γνώσης πάνω στο αντικείμενο που έχουν επιλέξει οι φοιτητές να ακολουθήσουν.

Για την εκπόνηση της μελέτης αυτής θεωρήθηκε σκόπιμο και αναγκαίο να τηρηθούν τα εξής βήματα:

- 1) Ανάλυση του θέματος της εργασίας και κατανόηση των ερωτημάτων και απαντήσεων που επιθυμεί να συλλέξει ο ερευνητής ώστε να προκύψουν ορισμένα χρήσιμα συμπεράσματα.
- 2) Οι ερωτήσεις που υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο λόγω συνεργασίας με άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα βγήκαν από κοινού, επομένως αυτό που έπρεπε να γίνει ήταν η προσεκτική προετοιμασία και κατανόηση σε βάθος των ερωτήσεων ώστε να είναι σε θέση ο ερευνητής που πραγματοποιεί τις συνεντεύξεις να απαντήσει σε τυχών απορίες

των ερωτούμενων. Στο βήμα αυτό χρειάστηκε μεγάλη προσοχή και συγκέντρωση ώστε να μη γίνει παραπληροφόρηση και μεταφερθούν λάθος νοήματα. Να τονισθεί σε αυτό το σημείο ότι πολύ χρήσιμη και απαραίτητη κρίθηκε η βοήθεια της επιβλέπον καθηγήτριας με την οποία πραγματοποιήθηκε συζήτηση πριν ξεκινήσει η διαδικασία των συνεντεύξεων με τους υποψήφιους εργοδότες και έτσι ήταν πιο άρτια προετοιμασμένη η διαδικασία της συνέντευξης μετέπειτα.

- 3) Για την καταγραφή του θεωρητικού τμήματος έγινε χρήση δευτερογενών στοιχείων με πηγές από τον διαδικτυακό χώρο αλλά και η βιβλιογραφία αφορούσε ελληνική και ξένη αναζήτηση.
- 4) Έγινε ανεύρεση των απαιτούμενων δευτερογενών στοιχείων για την κάλυψη των στατιστικών στοιχείων που έχουν καταγραφεί σε προηγούμενα κεφάλαια.
- 5) Πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση ελληνικής και ξένης βιβλιογραφίας για τη μελέτη δημοσιευμένων άρθρων που ήταν χρήσιμα για την εργασία αν και στο συγκεκριμένο σημείο πρέπει να αναφερθεί πως υπήρχαν δυσκολίες στην εύρεσή τους αφού η έρευνα αυτή πραγματοποιείται πρώτη φορά και τα στοιχεία που θα καταγράφονταν θα έπρεπε να είναι πολύ πρόσφατα ώστε να βοηθήσουν πραγματικά στην έρευνα.
- 6) Εκτέλεση πρωτογενούς έρευνας που απαιτούσε τη συλλογή πληροφοριών από τις συνεντεύξεις όπου αντληθήκαν χρήσιμες πληροφορίες, στη συνέχεια επεξεργάστηκαν και αναλύθηκαν ανάλογα με σκοπό την ανεύρεση χρήσιμων συμπερασμάτων και την αποτελεσματική αξιοποίησή τους για να γεφυρωθεί το χάσμα ανάμεσα σε αγορά και εκπαίδευση του τουριστικού κλάδου.

Ο διάλογος είναι το χαρακτηριστικό που διακρίνει μια ημιδομημένη συνέντευξη για τον λόγο ότι δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο δομημένο χαρακτήρα που να καθορίζει τις απαντήσεις και κάθε μη δομημένη συνέντευξη είναι μοναδική όπως και οι εμπειρίες που έχει ο καθένας ερωτώμενος, οι πεποιθήσεις και οι αντιλήψεις του (Μαντζούκας, 2007) . Η συνέντευξη είναι η πιο έγκυρη ερευνητική μέθοδος αφού δίνει τη δυνατότητα στον ερευνητή να ζητήσει διευκρινήσεις και να εμβαθύνει περισσότερο δίνοντάς του έτσι μία πιο σφαιρική εικόνα για το αντικείμενο της έρευνας που πραγματοποιεί.

4.9. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

Δειγματοληψία είναι η τεχνική της επιλογής ενός μέρους του πληθυσμού και θεωρείται επιτυχής όταν το επιλεγμένο δείγμα παράγει αποτελέσματα τα οποία βρίσκονται πιο κοντά στις αντίστοιχες παραμέτρους του ευρύτερου συνόλου (Ζαφειρόπουλος,ρ. 1-2). Οι διαθέσιμες τεχνικές δειγματοληψίας διακρίνονται σε δύο τύπους:

- 1) Δειγματοληψία με πιθανότητες ή αντιπροσωπευτική δειγματοληψία στην οποία πραγματοποιείται σύμφωνα με τους νόμους των πιθανοτήτων και δίνει τη δυνατότητα γενίκευσης των συμπερασμάτων που προκύπτουν από ένα δείγμα.
- 2) Δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα όπου γίνεται σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η δειγματοληψία με πιθανότητες ή όταν ενδιαφέρεται να γίνει γρήγορα με εφαρμογή έρευνας, όπως για παράδειγμα μία πιλοτική έρευνα (Baker, 1988).

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της δειγματοληψίας χωρίς πιθανότητες με την τεχνική της σκοπιμότητας στην οποία ο ερευνητής πρέπει να χρησιμοποιήσει την κρίση του για να επιλέξει τις περιπτώσεις που θα δώσουν τις πιο αντιπροσωπευτικές απαντήσεις οι οποίες θα απαντήσουν στο ερευνητικό ερώτημα. Έτσι είναι γνωστό και σαν δειγματοληψία κρίσης όπου χρησιμοποιείται σε μικρά δείγματα και σε περιπτώσεις που θα πρέπει να επιλεγούν οι περιπτώσεις που θα δώσουν την καλύτερη δυνατή απάντηση (Neuman, 2005).

Η βασική κατηγοριοποίηση του δείγματος έγινε με βασικό θέμα τον τουρισμό και τους εκπρόσωπους αυτού. Κατόπιν, έγινε ο διαχωρισμός μεταξύ ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών γραφείων. Η επιλογή των ατόμων έγινε με κριτήριο τη θέση που καταλάμβαναν η οποία θα έπρεπε να αποτελείται από διοικητικά στελέχη και διευθυντές οι που να έχουν τον κύριο έλεγχο της τουριστικής επιχείρησης και να ασχολούνται ουσιαστικά με τις πρόσληψης προσωπικού νέων φοιτητών που επιθυμούν να ασχοληθούν με το τουριστικό κομμάτι και να μπουν στην αγορά εργασίας. Ακόμα αυτά τα στελέχη είναι που καλούνται να παραδώσουν ομιλίες σε εκπαιδευτικά ιδρύματα και άρα έχουν άμεση συνεργασία με την τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Πιο συγκεκριμένα η έρευνα διεξήχθη σε δώδεκα (12) εκπροσώπους του τουριστικού κλάδου εκ των οποίων οι επτά (7) ήταν διευθυντές σε ξενοδοχειακές μονάδες και οι πέντε (5) σε τουριστικά γραφεία. Ακόμα διαχωρισμός έγινε και σε ότι αφορά την γεωγραφική τοποθεσία αφού εννέα (9) εκπρόσωποι ήταν από την περιοχή του Ηρακλείου της Κρήτης και τρεις (3) από την Ρόδο του Νομού Δωδεκανήσου. Σκοπός ήταν μία

αντιπροσωπευτική προσέγγιση των φορέων του τουριστικού κλάδου ώστε να γίνει κατανοητό:

- Με τι απόφοιτους επιθυμούν να συνεργαστούν στο μέλλον.
- Με ποιους τρόπους θα μπορέσει να επιτευχθεί μία καλή περίπτωση συνεργασίας με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Κατά πόσο θεωρούν την πρακτική άσκηση σημαντική
- Και τέλος πως θα μπορεί να επιτευχθεί μια αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επαγγελματικών φορέων.

4.10. ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κατά κύριο λόγο η πρωτογενής έρευνα βασίζεται στα ερωτηματολόγια με αυστηρή προϋπόθεση να υπάρχει σαφής οριοθέτηση των κατηγοριών προσώπων, δηλαδή της ομάδας στόχου που θα ερωτηθεί. Το δείγμα αυτό θα πρέπει να είναι απόλυτα αντιπροσωπευτικό με το θέμα της έρευνας ώστε να μπορεί να καλύψει τα ερωτήματα που έχουν δημιουργηθεί στον ερευνητή και αναζητά τις απαντήσεις τους. Έτσι οι ερωτώμενοι θα πρέπει να αντανakλούν την αναλογία των απόψεων του πληθυσμού της ομάδας στόχου.

Όταν το δείγμα είναι μεγάλο τότε η επιλογή του θα πρέπει να γίνεται τυχαία και σε άλλες περιπτώσεις η αντιπροσωπευτικότητα των απόψεων απαιτεί το δείγμα να είναι στρωματοποιημένο που σημαίνει ότι έχει μία δομή κατ' αναλογία των υποκατηγοριών στις οποίες υποδιαιρείται ο συνολικός πληθυσμός.

Όταν το δείγμα τώρα είναι μικρό, όπως και σε αυτή την περίπτωση των δώδεκα (12) ατόμων, δεν απαιτείται ιδιαίτερη διασφάλιση τυχαιότητας αλλά και περιορισμός των ερωτήσεων. Για τον λόγο αυτό οι ερωτήσεις είναι ανοικτού τύπου ώστε να κατανοήσει ο ερευνητής επακριβώς τη θέση του ερωτώμενου. Την επιλογή του δείγματος την κάνει ο ερευνητής εμπειρικά αλλά και η ανάλυση των απαντήσεων μπορεί να γίνει χειρογραφικά. Στην αντίθετη περίπτωση αναγκαία προϋπόθεση είναι ο ερευνητής να έχει ειδικές γνώσεις στατιστικής.

Και στη μία και στην άλλη περίπτωση θα πρέπει να αναφέρονται, ο τρόπος συγκρότησης του δείγματος, τα κριτήρια επιλογής και μέσω αυτών να οριοθετείται η αντιπροσωπευτικότητα των ευρημάτων του συγκεκριμένου δείγματος.

Για την επιλογή του δείγματος ο ερευνητής επέλεξε δώδεκα επιχειρηματίες που αντιπροσωπεύουν πλήρως την αγορά του τουρισμού και επέλεξε να διαχωρίσει το δείγμα

αυτό σε δύο κύριες κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά τον τομέα ξενοδοχείας και φιλοξενίας και η δεύτερη αυτόν της πρακτορείας, με τα τουριστικά γραφεία που αποτελούν την πύλη των διακοπών ενός μέσου τουρίστα.

Οι συνεντεύξεις αποτελούν εργαλείο ποιοτικής έρευνας και βασίζονται στη διασφάλιση της εγκυρότητας των πληροφοριών. Ο σχεδιασμός της συνέντευξης είναι καθοριστικό σημείο αυτής για να είναι αποτελεσματική και έτσι πρέπει να τηρείται ο κατάλληλος σχεδιασμός της μέσω ενός σαφή σχεδίου ώστε να αποσπάσει τις απαντήσεις που να είναι χρήσιμες για την έρευνα και να μη κατευθύνεται η συζήτηση προς λάθος κατεύθυνση.

Μια δομημένη συνέντευξη σαν και την παρούσα, στηρίζει τις ερωτήσεις με μία σειρά πάνω σε συγκεκριμένα θέματα που χρίζουν συζήτηση με μία ιεραρχική τοποθέτηση των ερωτήσεων με βάση την σπουδαιότητά τους. Στην περίπτωση αυτή αποκτά μία ευελιξία η συζήτηση πράγμα που δημιουργεί στον ερωτούμενο το συναίσθημα της εμπιστοσύνης και της συνεργασίας με τον ερωτηθέντα. Οι ερωτήσεις δεν πρέπει να είναι πιεστικές και να επαναλαμβάνουν τα ίδια πράγματα ώστε να μην κουράσουν τον συνομιλητή. Η μαγνητοφώνηση κατά κανόνα πρέπει να πραγματοποιείται μόνο με την συγκατάθεση του ερωτώμενου αν και η χρήση του μαγνητοφώνου προτρέπει σε μία πιο επιφυλακτική στάση από ότι παρατηρήθηκε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης.

Το ερωτηματολόγιο της συνέντευξης απαντήθηκε με την άμεση επαφή και απόλυτη συνεργασία ερευνητή και επιχειρηματιών θέτοντας ο ερευνητής τα ερωτήματα και κάνοντας διευκρινήσεις πάνω σε αυτά για την απόλυτη κατανόηση αυτών από την πλευρά του δέκτη. Άλλες περιπτώσεις επικοινωνίας και συλλογής απαντήσεων θα μπορούσε να ήταν η τηλεφωνική επαφή, η ταχυδρομική μέσω γραμμάτων και η ηλεκτρονική με κάποιου είδους mail, Σε αυτή την περίπτωση όλοι οι εθελοντές ήταν πρόθυμοι για μία συνάντηση αυτοπρόσωπος πράγμα που καθιστά τα αποτελέσματα πιο έγκυρα.

Η έρευνα αποτελείται από ημιδομημένες συνεντεύξεις και οι απαντήσεις ανοικτού τύπου που σημαίνει ελεύθερη διατύπωση των συμμετεχόντων, καθιστώντας έτσι δυσκολότερο το έργο του ερευνητή μετέπειτα στην ανάλυση των αποτελεσμάτων. Παρά τη δυσκολία αυτή όμως, αποτέλεσε την πλέον καταλληλότερη μέθοδο λόγω των αδιερεύνητων πεδίων που περιείχε η καταγραφή των στοιχείων. Η ανάλυση ενός μικρού δείγματος σαν και αυτό έγινε χειρογραφικά με μία απλή μορφή στο excel αποτυπώνοντας τις απαντήσεις σε πίνακες ώστε να είναι πιο διακριτά τα αποτελέσματα και να υπάρχει μία διευκόλυνση στην κατανόηση και καταγραφή τους.

4.11. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ξεκάνοντας από τα θετικά της έρευνας θα πρέπει να αναφερθεί πως οι συμμετέχοντες ήταν πρόθυμοι και αρκετά επικοινωνιακοί και ήθελαν να συνεισφέρουν με το δικό τους λιθαράκι ώστε να υπάρχει μελλοντικά μία καλύτερη σχέση και συνεργασία με τον εκπαιδευτικό τομέα του τουρισμού.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας όμως υπήρξαν και ορισμένοι περιορισμοί που έκαναν δυσκολότερο το έργο του ερευνητή. Ο βασικός περιορισμός που υπήρξε από την αρχή κιόλας της έρευνας ήταν η εύρεση των συμμετεχόντων στην έρευνα και ο ορισμός συνάντησης μαζί τους. Αυτό γιατί ο χρόνος τους ήταν περιορισμένος αλλά και επειδή κατά καιρούς έχουν συνεντεύξεις με φοιτητές και αποτελούσε άλλη μία κουραστική διαδικασία για αυτούς.

Παράλληλα σχεδόν σε όλες τις επισκέψεις κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων υπήρχαν πολλές διακοπές λόγω τηλεφωνημάτων επαγγελματικής φύσης, πράγμα που διέκοπτε τη ροή της συνέντευξης και ο ερευνητής έπρεπε να ανακεφαλαιώσει ώστε να επανέλθει ο ειρμός της συζήτησης.

Ακόμα ορισμένοι από τους συμμετέχοντες επιθυμούσαν να γίνει η συζήτηση δίχως τη διαδικασία ερώτησης – απάντησης, αλλά με την ανάγνωση όλων των ερωτήσεων στο συμμετέχοντα και στην συνέχεια με τη μορφή μονολόγου ο ερευνητής θα έπρεπε να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα. Αυτό είχε τον κίνδυνο της έλλειψης κατανόησης του βασικού νοήματος και στη συνέχεια την εκτός τροχιάς συζήτηση.

Επιπρόσθετα, σε ορισμένους από τους συμμετέχοντες ακολούθησαν αρκετά τηλεφωνήματα έως ότου να ορισθεί μια ημερομηνία συνάντησης λόγω έλλειψης χρόνου από πλευράς τους και φόρου εργασίας επομένως υπήρξαν αναβολές και ακυρώσεις δημιουργώντας τις άσκοπες μετακινήσεις του ερευνητή. Στην περιοχή της Κρήτης συγκεντρώθηκαν τελικά στοιχεία από εννέα (9) συνεντεύξεις και λόγω έναρξης θερινής περιόδου ήταν δύσκολο να βρεθούν περισσότερα στελέχη. Έτσι κρίθηκε απαραίτητο να συμπληρωθεί ο επιθυμητός αριθμός των δώδεκα (12) συνεντεύξεων από στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων της Ρόδου, τόπου διαμονής του ερευνητή. Εδώ πρέπει να σημειωθεί πως υπήρχε και πάλι δυσκολία στην εύρεση υποψηφίων λόγω ταυτόχρονης διεξαγωγής συνεδρίων με θέμα τον τουρισμό τόσο στη Ρόδο όσο και εκτός Ελλάδας και πολλοί από τα στελέχη της Ρόδου είχαν προγραμματίσει τη συμμετοχή τους σε κάποιο από αυτά.

Σε κάθε περίπτωση όμως βρέθηκαν τρεις (3) συμμετέχοντες από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες της Ρόδου, με μακροχρόνια εμπειρία στον κλάδο. Οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν, κάλυψαν τις προσδοκίες του ερευνητή σε σχέση με τα ερευνητικά ερωτήματα και τα πλαίσια που είχαν οριοθετηθεί, κατά τον σχεδιασμό της έρευνας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μετά την αποπεράτωση της έρευνας με την ολοκλήρωση της φάσης των συνεντεύξεων με τους εκπροσώπους του τουρισμού σε Ηράκλειο και Ρόδο, ακολούθησε η ανάλυση των αποτελεσμάτων. Για τη διευκόλυνση της ανάλυσης, οι ερωτήσεις ομαδοποιήθηκαν σε επτά (7) ομάδες ερωτήσεων με βάση τη γενική θεματολογία των ερωτήσεων (οι οποίες ήταν δεκαπέντε (15) στο σύνολο)

Η πρώτη ομάδα ερωτήσεων αφορά στην άποψη των εργοδοτών για την κατάσταση που επικρατεί με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και πως θα ορίζανε οι ίδιοι μία καλή περίπτωση συνεργασίας της τουριστικής αγοράς και της εκπαίδευσης.

Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων περιλαμβάνει τις ήδη υπάρχουσες συνεργασίες των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας καθώς και παραδείγματα με τα θετικά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά αυτών.

Η τρίτη ομάδα ερωτήσεων έχει να κάνει με τους απόφοιτους και κατά πόσο θεωρούν οι εργοδότες ότι χρησιμεύει η πρακτική άσκηση στους φοιτητές. Βοηθάει την επιχείρηση ένα άτομο που έχει κάνει πρακτική άσκηση σε σχέση με ένα άλλο που δεν έχει κάνει

Η τέταρτη ομάδα τώρα, περιλαμβάνει μία σειρά ερωτήσεων στις οποίες οι ερωτώντες οφείλουν να απαντήσουν κατά πόσο θα είχαν ποσοστό συμμετοχής σε προγράμματα σπουδών ώστε να βοηθήσουν και εκείνοι με τη σειρά τους να βελτιωθεί ο τρόπος διδασκαλίας και να γίνει πιο ενδιαφέρον για τους φοιτητές το μάθημα αλλά και μεταδοτικό.

Η πέμπτη ομάδα ερωτήσεων αφορά όλες εκείνες τις δραστηριότητες τις οποίες θα επέλεγε ένας εργοδότης ώστε να επιτύχει ένα καλύτερο αποτέλεσμα συνεργασίας με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και κατά πόσο ενεργός θα ήταν και ο ίδιος πάνω σε προγράμματα που θα είχαν σαν αποτέλεσμα ένα πιο άρτιο πρόγραμμα σπουδών.

Η έκτη ομάδα ερωτήσεων τοποθετεί τους συμμετέχοντες σε μία φανταστική υπόθεση στην οποία καλούνται να σχεδιάσουν ένα πρόγραμμα που θα αφορά μία καλή περίπτωση συνεργασίας μεταξύ τριτοβάθμιου εκπαιδευτικού ιδρύματος και τουριστικής βιομηχανίας.

Και τέλος, η έβδομη ομάδα δίνει τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να προσθέσουν τα δικά τους σχόλια πάνω στο θέμα της παρούσας έρευνας.

Από τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν θα μπορούσαν να γίνουν προτάσεις αναφορικά με την ανάγκη αναδιάρθρωσης ή αναβάθμισης των περιεχομένων των συνεργασιών και γενικότερης επικοινωνίας των δύο αυτών τομών του τουρισμού, δηλαδή των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς, με νέες ιδέες και συνεργατικότητα ώστε να «παράγονται» στελέχη ικανά να ανταγωνιστούν αυτά των άλλων χωρών και να ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της τουριστικής αγοράς.

5.2 ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Πιο αναλυτικά τα ερωτήματα που τίθενται στην πρώτη ομάδα είναι τα εξής:

- Πως θα όριζαν οι ερωτούμενοι μια καλή περίπτωση συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα
- Τι οφέλη θεωρούν ότι θα αποκόμιζαν από μία τέτοιου είδους συνεργασία
- Και τι θα ήταν διατεθειμένοι να δώσουν εκείνοι από την πλευρά τους έτσι ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη που θα προέκυπταν από ένα πρόγραμμα συνεργασίας

Οι απαντήσεις που δόθηκαν σχετικά με τον ορισμό μιας καλής περίπτωσης συνεργασίας μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε 2 βασικές απόψεις όπου οι 9 στους 12 απάντησαν πως η χρυσή τομή για μία καλή περίπτωση συνεργασίας είναι οι συχνές συναντήσεις μεταξύ των εκπροσώπων της τουριστικής αγοράς και εκπαίδευσης, διότι ο κλάδος του τουρισμού αναπτύσσεται συνεχώς και προκύπτουν νέα δεδομένα. Τα πράγματα δεν μένουν στατικά άρα θα πρέπει να υπάρχει συνεχής επικοινωνία έτσι ώστε να μπορούν να καλυφθούν οι εκάστοτε ανάγκες ανάλογα με το χρονικό περιθώριο που γίνεται η συζήτηση.

Ακόμα οι συζητήσεις αυτές θα πρέπει να μεταβάλλουν το πρόγραμμα σπουδών ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς, διότι εάν αυτό ισχύει για πολλά χρόνια θα αποτελεί ένα πετपालιωμένο πρόγραμμα το οποίο δεν θα είναι αποτελεσματικό για τις σπουδές των φοιτητών του τουρισμού. Παράλληλα καλό θα ήταν να γινόταν μία έρευνα από πλευράς ιδρυμάτων προς τους εργοδότες του τουριστικού κλάδου ώστε να μη βγαίνουν εκτός θέματος, αντιθέτως να εκπαιδεύονται άτομα με επιχειρηματικό παλμό.

Οι δύο αυτοί πυλώνες θα πρέπει να είναι σαν ένα και εκ των προτέρων να αποφασίζεται από κοινού το πλαίσιο λειτουργίας και σύνδεσης των εκπαιδευτικών

ιδρυμάτων με τα ξενοδοχεία. Πολύ καλή ιδέα ήταν και αυτή με την γενικότερη σύνδεση των τουριστικών επιχειρήσεων με τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα με τους υπεύθυνους και τους διευθυντές να υπάρχει μία αμφίδρομη σχέση σε ότι αφορά τις ανάγκες των μεν και των δε και το πώς μπορούν να προσαρμόσουν κάποια πρακτικά κομμάτια στις ανάγκες των επιχειρήσεων μέσω της σωστής διδασκαλίας των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων. Έτσι και ο επιχειρηματίας θα δέχεται καταρτισμένο προσωπικό αλλά και το εκπαιδευτικό ίδρυμα θα εκτελεί σωστά τον σκοπό για το οποίο είναι προορισμένο.

Ωστόσο οι υπόλοιποι 3 συμμετέχοντες θεωρούν ότι η καλύτερη συνεργασία που θα μπορούσαν να αναπτύξουν με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι ο θεσμός της πρακτικής άσκησης με τον οποίο φοιτητές πραγματοποιούν ένα εξάμηνο σε μία επιχείρηση και μαθαίνουν μέσω αυτού καλύτερα το πώς δουλεύει η αγορά υπό πραγματικές συνθήκες. Σε αυτό το σημείο αναφέρθηκε πως αυτό που λείπει από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι τα πρακτικά μαθήματα διότι διαφέρει αρκετά η θεωρία από την πραγματικότητα μιας επιχείρησης και κυρίως ενός ξενοδοχείου που έχει αρκετά τμήματα που λειτουργούν με κρατικό τρόπο, χρειάζονται υποψήφιοι που να μπορούν να ανταπεξέλθουν σε αυτό και αν είναι έτοιμοι μετέπειτα. Σε αυτό βέβαια δήλωσαν πρόθυμοι οι επιχειρηματίες του τουρισμού να συμμετάσχουν με ομιλίες προς τους φοιτητές ή και πρόσληψη αυτών νωρίτερα από την σεζόν ώστε να δουν κάποιο κομμάτι της δουλειάς με τον απαραίτητο χρόνο που χρειάζονται ώστε να κατανοήσουν το ρόλο τους διότι τους μήνες αιχμής που επικρατεί η πίεση και η ψυχική κούραση είναι πιο επώδυνο για τους φοιτητές.

Τέλος μία πρόταση που έγινε ήταν να έρθουν και άνθρωποι που εργάζονται στον τουριστικό κλάδο, στις σχολές του τουρισμού και να μεταδώσουν ορισμένες από τις εμπειρίες τους σχετικά με την αγορά εργασίας σε μορφή μαθήματος όπως γίνεται και σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

Σε ότι αφορά τώρα τα κέρδη που θα αποκόμιζε κάποιος στην επιχείρησή του από μία τέτοια συνεργασία, 4 στους 12 απάντησαν πως όσο καλύτερη είναι η συνεργασία τους με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τόσο πιο εξειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό θα έχουν μετέπειτα σαν συνεργάτες στις επιχειρήσεις τους άρα και πιο αποτελεσματικό και έμπειρο προσωπικό μελλοντικά. Θεωρούν ότι ένα καταρτισμένο σωστά προσωπικό μόνο όφελος μπορεί να φέρει σε μία επιχείρηση και λόγω της ευκαιρίας που θα έχουν μέσω της πρακτικής θα μπορούν να εκπαιδευτούν σε εξειδικευμένα τμήματα ανάλογα με το τι έχει ανάγκη η αγορά και ο φοιτητής να επιλέξει ένα ποσοστό που πραγματικά θα τον ενδιαφέρει με αποτέλεσμα να κάνει καλύτερα και τη δουλειά του κάνοντάς του το ενδιαφέρον για αυτή, πιο αποδοτικό εργαζόμενο.

Από την άλλη πλευρά 3 συμμετέχοντες θεωρούν ότι οι συνεργασίες που αφορούν την πρακτική άσκηση των φοιτητών, τους αποφέρουν χαμηλότερο κόστος λόγω φθηνού εργατικού δυναμικού και μπορούν να τον διαμορφώσουν στην κουλτούρα της επιχείρησής τους. Στη συνέχεια αυτά τα παιδιά υπάρχει το ενδεχόμενο να τα κρατήσουν και μόνιμα στην επιχείρηση αν επιδείξουν δεξιότητες που θα αποφέρουν όφελος σε αυτή. Επομένως οι συνεργασίες με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα προσφέρουν εξασφάλιση εργατικού δυναμικού με χαμηλότερο κόστος στις επιχειρήσεις του τουρισμού.

Ένας μικρός αριθμός (2 στους 12) πιστεύουν σε βαθύτερα εφόδια που προσφέρονται από τέτοιου είδους συνεργασίες. Χαρακτηριστικά ένας εκπρόσωπος του κλάδου είπε πως το ξενοδοχείο θα είναι κοντά στη σχολή και θα προσκόμιζαν γνώση και μόρφωση από τους καθηγητές οι οποίοι θα έρχονταν σε επαφή με την επιχείρηση αλλά και οι ίδιοι θα ήταν πιο άμεσα συνδεδεμένοι με την αγορά εργασίας πηγαίνοντας σε ξενοδοχεία και πραγματοποιώντας σεμινάρια τα οποία θα ήταν δωρεάν. Επίσης μέσω ανταλλαγής ιδεών των δύο αυτών πλευρών θα δίνονταν λύσεις σε προβλήματα που θα αντιμετώπιζαν η κάθε πλευρά με στόχο την καλύτερη και πιο ομαλή λειτουργία και σχολών αλλά και επιχειρήσεων λόγω αμοιβαίας εξάρτησης που έχουν το ένα με το άλλο.

Υπήρχε τέλος και ένας αριθμός ερωτώμενων (3 στους 12), οι οποίοι ενστερνίζονται και τις τρεις (3) παραπάνω αναφορές, δηλαδή θεωρούν πως μέσω μιας συνεργασίας θα υπάρξει πιο ουσιαστική κατάρτιση των φοιτητών και στη συνέχεια μέσω της πρακτικής άσκησης θα έχουν προσωπικό με χαμηλό κόστος αλλά παράλληλα καταστισμένο με υψηλού επιπέδου γνώσεις και έτσι η ποιότητα της εκάστοτε επιχείρησης ανεβαίνει αυτόματα. Επίσης, αν αντιληφθούν πως υπάρχουν επιχειρηματικά ταλέντα είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν σε αυτά, χρηματοδοτώντας τη συνδρομή αυτών σε σεμινάρια για την επιπλέον επιμόρφωση τους με την προοπτική ότι θα παραμείνουν στις επιχειρήσεις τους και μελλοντικά.

Στο ερώτημα τι θα ήταν διατεθειμένοι οι εργοδότες να δώσουν κάποιοι είχαν ήδη απαντήσει στην προηγούμενη ερώτηση για τα σεμινάρια και οι υπόλοιποι είπαν πως σαν επιχειρήσεις θα μπορούσαν να προσφέρουν ενημέρωση και κίνητρα στους φοιτητές των συνεργαζόμενων ιδρυμάτων. Θα μπορούσαν να γίνονται επισκέψεις στο χώρο των ξενοδοχείων και να παίρνουν μία πρώτη γεύση από τη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Ακόμα ήταν δεκτικοί σε προτάσεις από τα τριτοβάθμια ιδρύματα για τη συμμετοχή σε ημερίδες όχι μόνο των ανώτερων διοικητικών στελεχών αλλά και της ομάδας που απαρτίζουν τις διάφορες λειτουργίες στα ξενοδοχεία (chef, maître, υπεύθυνος

ορόφων, receptionist κ.α.) δίνοντας από τον χρόνο τον δικό τους και του προσωπικού ώστε να υλοποιηθούν τέτοιες δράσεις.

5.3. ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Προχωρώντας στη δεύτερη ομάδα ερωτήσεων οι συμμετέχοντες καλούνταν να απαντήσουν στα εξής:

- Αν γνωρίζουν κάποιου είδους συνεργασία μεταξύ τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που να προσφέρουν προγράμματα σπουδών στον τομέα του τουρισμού και της ξενοδοχείας, με τις επιχειρήσεις του κλάδου.
- Αν ναι να δώσουν τα δυνατά σημεία της συνεργασίας αυτής.
- Αλλά και τα αδύναμά της.

Πάνω σε αυτά σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες (5 στους 12) απάντησαν πως γνωρίζουν και έχουν ακούσει κατά καιρούς τέτοιες συνεργασίες χωρίς να κατονομάσουν κάποια συγκεκριμένη αλλά αναφέρθηκε πολλάκις η πρακτική άσκηση που πραγματοποιούν οι φοιτητές μέσω συνεργασιών με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Πάνω σε αυτό υπήρχε και η άποψη πως τα παιδιά επιλέγουν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες για την ολοκλήρωση αυτής και “χάνονται” μέσα σε αυτά διότι κάνουν περιορισμένες εργασίες σε χαμηλά πόστα χωρίς προοπτικές για να ανέβουν. Από την άλλη όμως υπήρχε και η άλλη άποψη πως οι φοιτητές πρέπει να κάνουν την πρακτική τους άσκηση σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και ομίλους που είναι καταξιωμένοι στο χώρο, πάνω σε εξειδικευμένες θέσεις ή ακόμα να κάνουν δύο πρακτικές σε διαφορετικά πόστα ώστε να κατανοήσουν τι τους αρέσει και τους ενδιαφέρει να κάνουν.

Άλλου είδους συνεργασίες αναφέρθηκαν αυτές των ημερίδων που λαμβάνουν χώρα στα εκπαιδευτικά ιδρύματα σαν ημέρες καριέρας, όπου παρουσιάζονται ξενοδόχοι και επιλέγουν άτομα για το προσωπικό τους σε διάφορες θέσεις ανάλογα με το έτος φοίτησης και τις δυνατότητές τους. Αυτό γίνεται στην ΑΣΤΕ Ρόδου αλλά και στα ΙΕΚ του τουρισμού. Τέλος υπάρχει η διττή εκπαίδευση όπως γίνεται στο γερμανικό επιμελητήριο όπου υπάρχει εκπαίδευση του προσωπικού τους καλοκαιρινούς μήνες, καλύπτοντας θέσεις εργασίας σε ξενοδοχεία.

Οι 4 στους 12 απάντησαν πως δεν γνωρίζουν κάποιου είδους συνεργασία και αντίθετα υπήρχε και η δυσαρέσκεια του ότι οι σχολές του τουρισμού δεν ανταποκρίνονται σε αυτό που οι εργοδότες ζητάνε εκτός από κάποια προσπάθεια που γίνεται από τις τεχνικές σχολές που έχουν περισσότερα πρακτικά μαθήματα και επιζητούν συνεργασία με

τα ξενοδοχεία σε διάφορα τμήματα αυτών. Πάνω σε αυτό έγινε και μία παρατήρηση σε ότι αφορά το ανθρώπινο δυναμικό και τους ακαδημαϊκούς που διδάσκουν στα εκπαιδευτικά ιδρύματα έχουν αντικείμενα άλλα από αυτά του τουρισμού όπως μαθηματικοί κ.α. ενώ θα έπρεπε τα τουριστικά εκπαιδευτικά τριτοβάθμια ιδρύματα να απαρτίζονται από ακαδημαϊκούς με εξειδικευμένες γνώσεις του τουρισμού και μεταπτυχιακά πάνω σε αυτό.

Τέλος ένας μικρός αριθμός συμμετεχόντων (2 από τους 12) είχαν μία πιο γενική φιλοσοφία της συνεργασίας τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και τουριστικής αγοράς μη θέλοντας να αναφέρουν παντελή έλλειψη συνεργασίας αλλά και χωρίς να επικροτούν την παρούσα κατάσταση. Υπήρχε μια γενική απογοήτευση πάνω στο θέμα διότι ο κλάδος είναι πολύ ανταγωνιστικός και δεν λείπει απλά η συνεργασία με τα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα αλλά και με τους ίδιους τους συναδέλφους του τουρισμού.

Σε ότι αφορά τα δυνατά σημεία μιας τέτοιας συνεργασίας οι απαντήσεις των συμμετεχόντων συμφωνούσαν και η κύρια άποψη ήταν πως οι καλές συνεργασίες έχουν αντίκτυπο στους φοιτητές και την κατάρτισή τους. Τα άτομα τα οποία είναι από κάποιο τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα και πραγματοποιούν την πρακτική τους άσκηση στα ξενοδοχεία είναι πιο καταρτισμένα από άτομα που δεν έχουν τελειώσει κάποια σχολή. Ακόμα ένα δυνατό σημείο είναι πως στην πρακτική εκπαιδεύονται άτομα που καλύπτουν τις ανάγκες στοχευόμενα και μπαίνουν κατευθείαν στο πνεύμα της δουλειάς αποδίδοντας αμέσως. Αυτό όμως είναι υποκειμενική υπόθεση του καθενός και έχει να κάνει με τις φιλοδοξίες του και τι ζητάει η επιχείρηση, αν αυτό που θέλει είναι χαμηλό κόστος, αναζητούν συνεχώς φοιτητές λόγω χαμηλού μισθού και αν αναζητούν άτομα να επενδύσουν σε αυτά τα άτομα και την επιμόρφωση αυτών τότε κοιτάνε την ποιότητα του κορμού της επιχείρησης που είναι το εργατικό δυναμικό του.

Σε προηγούμενη ερώτηση αναφέρθηκε και η διπλή εκπαίδευση του γερμανικού επιμελητηρίου όπου τα άτομα παίρνουν μια σοβαρή κατάρτιση θεωρητικό επιπέδου και το καλοκαίρι κάνουν την πρακτική τους μέσα στο ξενοδοχείο κάνοντας αυτά που έμαθαν σε πράξη αλλά από την άλλη και οι εργοδότες έχουν καταρτισμένα άτομα να δουλεύουν με χαμηλό μισθό λόγω του ότι είναι ακόμα μαθητές από την Ελλάδα και όχι από το εξωτερικό όπως συνηθίζεται να καλύπτουν τις θέσεις εργασίας των ξενοδοχείων.

Σε ότι αφορά τώρα τα αδύναμα σημεία των συνεργασιών εκπαιδευτικού ιδρύματος και αγοράς εργασίας του τουριστικού κλάδου, οι συμμετέχοντες απάντησαν και πάλι πως είναι υποκειμενικό θέμα του κάθε ένα, πως το βλέπουν οι επιχειρηματίες και πως οι φοιτητές θα εκμεταλλευτούν τα οφέλη μιας τέτοιας συνεργασίας. Για τους φοιτητές οι

οποίοι επιλέγουν αυτό τον κλάδο και καταλήγουν μετά το πέρας των σπουδών τους να κάνουν κάτι άλλο από αυτό που τελείωσαν, περιορίζει τους εργοδότες και δεν βρίσκουν άτομα με επιχειρηματικό ταλέντο και ζήλο για το επάγγελμα ώστε να επενδύσουν σε αυτά. Ίσως για αυτό φταίει και ο χαμηλός μισθός της πρακτικής που εισπράττουν ο οποίος είναι οξύμωρος με τον όγκο δουλειάς που προσφέρουν. Άρα γι' αυτό πρέπει και οι εργοδότες να δώσουν κίνητρα σε νέα άτομα ώστε να ενθαρρύνουν τους απόφοιτους ώστε να ακολουθήσουν το επάγγελμα που σπούδασαν. Από αυτά τα λεγόμενα κατανοητό γίνεται πως οι σχέση εργοδότη είναι αμοιβαία της προθυμότητας που θα δείξει η κάθε πλευρά.

Μια άλλη εκδοχή είναι αυτή των σχολών που πρέπει να στέλνουν φοιτητές για πρακτική άσκηση νωρίτερα της σεζόν ώστε να προετοιμάζονται σωστά και όχι κεκτημένα. Ακόμα καλύτερα θα ήταν οι σχολές να έχουν περισσότερα εργαστήρια και την προσθήκη ξένων γλωσσών που αποτελούν απαραίτητο εργαλείο του επαγγέλματος. Παράδειγμα που αναφέρθηκε ήταν αυτό των σχολών να λειτουργούν σαν ξενοδοχεία όπως αυτή της ΑΣΤΕ Ρόδου ώστε να έχει γίνει ήδη η εισαγωγή στο νόημα της δουλειάς και τις απαιτήσεις αυτής.

Συμπέρασμα λοιπόν σε ότι αφορά τα αδύναμα σημεία, ήταν πως οι σχολές θα πρέπει να λειτουργούν περισσότερο πρακτικά και να γίνει προσθήκη τμημάτων ώστε οι απόφοιτοι να είναι χρήσιμοι στην αγορά εργασίας και έτσι να είναι και οι εργοδότες πρόθυμοι να συνεργαστούν με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα διότι αυτό είναι ένας κύκλος και θα απορροφούν άτομα ικανά στις επιχειρήσεις τους.

5.4. ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Σε ότι αφορά την τρίτη ομάδα των ερωτήσεων το θέμα ήταν οι απόφοιτοι και η πρακτική άσκηση αυτών. Αρχικά τέθηκε το ερώτημα στους συμμετέχοντες, αν θεωρούν ότι οι απόφοιτοι των τουριστικών και ξενοδοχειακών σπουδών καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς και στη συνέχεια έπρεπε να αξιολογήσουν το θεσμό της πρακτικής άσκησης και το πόσο αποτελεσματικό θεωρούν ότι είναι αυτό για τις επιχειρήσεις και τους φοιτητές.

Μόνο οι 3/12 θεωρούν ότι οι απόφοιτοι των τουριστικών σχολών καλύπτουν τις ανάγκες τους και είναι άτομα καταρτισμένα με θέληση να προσφέρουν στην επιχείρηση αυτά τα οποία διδάχθηκαν. Ακόμα οι συμμετέχοντες είπαν πως τα άτομα αυτά έχουν τη βάση της θεωρίας και επιθυμούν να αναπτυχθούν στον κλάδο και να αναρριχηθούν. Επιπρόσθετα υποστηρίζεται ότι τα άτομα από σχολές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι πιο έτοιμα να αντιμετωπίσουν την πραγματικότητα από ότι αυτά των ιδιωτικών σχολών και

πρέπει να απορροφώνται σε διοικητικές θέσεις ξεκινώντας από την υποδοχή και τις κρατήσεις και πάνω.

Από την άλλη 4/12 έχουν διαφορετική άποψη για τους απόφοιτους των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και το κατά πόσο είναι χρήσιμοι στην αγορά εργασίας. Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε ότι οι απόφοιτοι δεν είναι σωστά καταρτισμένοι και πως υπάρχει έλλειψη στο πρακτικό κομμάτι με αποτέλεσμα οι ξενοδόχοι να πρέπει τους διαπλάσουν οι ίδιοι και με μεγαλύτερο κόστος λόγω του πτυχίου που έχουν. Τέλος υπάρχει η άποψη πως τα τελευταία χρόνια οι σχολές έχουν υποβαθμιστεί και η κρίση επηρεάζει το πρόγραμμα σπουδών το οποίο υστερεί από πρακτικά μαθήματα και εργαστήρια.

Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες είναι πιο ουδέτεροι πάνω στο θέμα λέγοντας πως είναι υπόθεση του κάθε φοιτητή για το πώς θα διαχειριστεί τις γνώσεις του, το πόσο θέλει και του αρέσει το επάγγελμα και εν κατακλείδι να ασχοληθεί πραγματικά και ουσιαστικά με αυτό. Ο τουρισμός δεν είναι μόνο θεωρία αλλά ο συνδυασμός αυτής με τα εργαστήρια των οποίων ο αριθμός δεν είναι ικανοποιητικός και όταν εννοούμε εργαστήρια γίνεται αναφορά από το σέρβις μέχρι και την ρεσεψιόν. Σε όλα αυτά βασικός πομπός είναι και ο υπεύθυνος καθηγητής ο οποίος οφείλει να μεταδώσει πραγματικές εικόνες στις αγορές στους φοιτητές και όχι ψευδαισθήσεις που υπάρχουν σε μία “φανταστική” αγορά εργασίας.

Το ερώτημα που αφορά τώρα την πρακτική άσκηση και κατά πόσο αποτελεσματική είναι, οι απόψεις δίστανται. Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες πιστεύουν πως η πρακτική άσκηση είναι πολύ χρήσιμη και απαραίτητη να γίνεται διότι το επάγγελμα είναι καθαρά τεχνικό, αλλά το θέμα είναι πως θα το εκμεταλλευθεί αυτό ο φοιτητής διότι υπάρχει η τάση να επιλέγουν εύκολες και βολικές θέσεις εργασίας για να ολοκληρώσουν την πρακτική τους και να πάρουν απλά το πτυχίο τους, αλλά υπάρχουν και τα άλλα άτομα που βλέπουν την πρακτική σαν πρώτο σκαλοπάτι που θα τους δώσει την πρόσβαση να εισέλθουν στην αγορά εργασίας πιο εύκολα επενδύοντας εκεί με σκοπό να εξελιχθούν.

Σε άλλες χώρες μάλιστα οι φοιτητές για να ξεκινήσουν να φοιτούν σε μία τουριστική σχολή, βασική προϋπόθεση είναι να έχουν κάνει τουλάχιστον τέσσερις (4) μήνες πρακτικής για να δουν και να αντιληφτούν αν αυτό που έχουν στο μυαλό τους ανταποκρίνεται και στην πραγματικότητα.

Ακόμα οι εργοδότες θα έπρεπε να αντιμετωπίζουν τον φοιτητή σαν μαθητή και να έχουν την όρεξη να του μάθουν κάποια πράγματα χωρίς να τα θεωρούν δεδομένα εκ των προτέρων. Επίσης επειδή οι φοιτητές έχουν ελλιπείς γνώσεις, πολλές φορές γίνονται εύκολα εκμεταλλεύσιμοι από τους εργοδότες και να τους τοποθετούν σε θέσεις πολύ

χαμηλού επιπέδου από πλευράς κατάρτισης όπως τεχνικές δουλειές και όχι διοικητικές θέσεις καταλήγοντας έτσι τα ξενοδοχεία να μην εκπαιδεύουν ανθρώπινο δυναμικό για διοικητικές θέσεις.

Συνοψίζοντας προκύπτει το συμπέρασμα ότι η πρακτική άσκηση είναι χρήσιμη και μάλιστα καλό θα ήταν η αύξηση της χρονικής της διάρκειας. Οι φοιτητές καλό θα ήταν να επιθυμούν να δώσουν σε μία επιχείρηση αλλά από την άλλη και οι εργοδότες να μην τους αντιμετωπίζουν σαν άτομα τα οποία θα καλύψουν χειρονακτικές θέσεις εργασίας με τον ελάχιστο μισθό, αλλά αντίθετα να τους δίνουν ευκαιρίες και να τους μαθαίνουν βασικά πράγματα διοίκησης ανταμείβοντας τους έτσι ανάλογα των υπηρεσιών τους.

5.5 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΡΓΟΔΟΤΩΝ ΣΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Η επόμενη ομάδα των ερωτήσεων έβαλε τους συμμετέχοντες εργοδότες του τουριστικού κλάδου στη θέση να προτείνουν τρόπους με τους οποίους οι ίδιοι θα μπορούσαν να συμμετάσχουν στον σχεδιασμό προγράμματος σπουδών και πως πιστεύουν ότι θα μπορούσαν οι ίδιοι να συμμετάσχουν στην καθημερινή εκπαιδευτική διαδικασία.

Οι απαντήσεις είχαν ως εξής για το πώς θα συμμετείχαν στο σχεδιασμό ενός προγράμματος σπουδών.

Αρχικά όλοι ήταν δεκτικοί στο να συμμετέχουν με όποιον τρόπο σε μία τέτοια ενέργεια αναπροσδιορισμού προγράμματος σπουδών διότι το ήδη υπάρχων το θεωρούν πεπαλαιωμένο και μη αποτελεσματικό. Μετέπειτα όλοι συμφώνησαν στο γεγονός ότι πρέπει να υπάρξει μία πρώτη επαφή των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων ώστε να συζητήσουν και να κατανοήσουν οι μεν τι θέλουν οι δε και το αντίστροφο με σκοπό να επικαλεστούν σε ένα κοινό όραμα που θα εξυπηρετεί συμφέροντα και των δύο αυτών πλευρών.

Θωρείται ακόμα ότι οι σχολές είναι αυτές που θα πρέπει να κάνουν το “πρώτο βήμα” και να προσεγγίσουν τους εργοδότες για τη σύναψη συνεργασίας σε ότι αφορά τα προγράμματα σπουδών. Παράλληλα και οι ίδιοι θέλουν να συμμετέχουν σε πρακτικά μαθήματα που θα γίνονται στις σχολές όπως γίνεται και σε σχολές του εξωτερικού. Θα μπορούσαν δηλαδή όπως οι καθηγητές μπορούν να έρθουν στα ξενοδοχεία ώστε να δουν την κατάσταση στην αγορά, έτσι και οι εργοδότες να έρθουν στις σχολές και να αναφέρουν παραδείγματα και καταστάσεις που συμβαίνουν στην αγορά εργασίας υπό την μορφή μαθήματος.

Τα ακαδημαϊκά ιδρύματα καλό θα ήταν να απευθυνθούν στο σύλλογο ξενοδόχων όπου αποτελείτε από ένα μεγάλο σύνολο εργαζόμενων που ασχολούνται με τον τουρισμό και να προταθούν θέματα που αφορούν την καλύτερη συνεργασία με τις σχολές. Έτσι θα υπάρχει πιο μαζική ανταπόκριση άρα και περισσότεροι συμμετέχοντες από τον κλάδο. Όταν μία προσπάθεια γίνεται μαζικά ακούγονται περισσότερες λύσεις σε προβλήματα.

Όλοι αυτοί οι τρόποι συνεισφοράς και συμμετοχής των εργοδοτών σε προγράμματα σπουδών θα πυροδοτήσει την θέληση για καλύτερη σύνδεση με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι φοιτητές που θα κάνουν την πρακτική τους θα είναι πιο καλά προετοιμασμένοι άρα και καλύτερα καταρτισμένο προσωπικό για την επιχείρηση αποβάλλοντας έτσι το παλαιωμένο πρόγραμμα σπουδών από μουσειακά βιβλία που προσφέρουν απαρχαιωμένες μεθόδους οι οποίοι πλέον δεν χρησιμεύουν πουθενά.

Σε ότι αφορά την καθημερινή εκπαιδευτική διδασκαλία, κάποιιοι είπαν πως αυτό είναι εφικτό αλλά κάποιιοι άλλοι λόγω υποχρεώσεων και περιορισμένου χρόνου το θεωρούν αδύνατο παρά μόνο αν γίνεται κάποιιοι φορές την εβδομάδα. Αυτό μπορεί να γίνει στα πλαίσια μιας ημερίδας η ομιλίας που μπορούν οι ίδιοι να συμμετάσχουν και να μεταδώσουν λίγο από τις εξελίξεις και τις νέες μεθόδους και πρακτικές της αγοράς, στους φοιτητές.

Οι επιχειρηματίες δεν είναι και σαφώς δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τους ακαδημαϊκούς παρά μόνο να συμμετέχουν σε ορισμένα μαθήματα τα οποία υλοποιούνται στα πλαίσια συζήτησης ή παρουσίασης και μέσα σε αυτά να δοθούν πραγματικά παραδείγματα. Άλλη πρόταση ήταν να γίνει μία συνάντηση φοιτητών, ακαδημαϊκών και εργοδοτών στα πλαίσια ερώτησης – απάντησης όπου οι εργοδότες θα δώσουν απαντήσεις σε απορίες και προκαταλήψεις που υπάρχουν για τον κλάδο, μέσα από την πείρα τους, έτσι ώστε να υπάρχει μία πιο ολοκληρωμένη εικόνα για το τι γίνεται έξω από τα ακαδημαϊκά ιδρύματα.

Ασφαλώς τα οφέλη μιας τέτοιας ενέργειας είναι οφθαλμοφανή σε σχέση με την βελτίωση της συνεργασίας εκπαίδευσης και αγοράς. Είναι αναμενόμενο πως όσο πιο συχνές συναντήσεις υπάρχουν μεταξύ αυτών των δύο τόσο πιο δυνατές θα γίνονται οι σχέσεις και θα ωφελούνται οι δύο το ίδιο γιατί ο στόχος είναι ένας, η σωστή κατάρτιση ανθρώπων που θα μπουν στον κλάδο ώστε να υπάρχει ανάπτυξη σε αυτόν μακροχρόνια και η ποιότητα αυτών να είναι καλύτερη από αυτή των ανταγωνιστών ανεβάζοντας έτσι τη χώρα στις προτιμήσεις του τουρίστα. Με τέτοιες ενέργειες μόνο να ενδυναμωθούν μπορούν οι σχέσεις μεταξύ αγοράς και εκπαίδευσης με αποτέλεσμα δυνατούς εν δυνάμει

εργαζόμενους που θα μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες της αγοράς που συνεχώς μεταβάλλονται και εξελίσσονται

5.6. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η ομάδα των ερωτήσεων που ακολούθησε σαν θέμα είχε τις δραστηριότητες που κατά τη γνώμη των συμμετεχόντων θα ενδυνάμωναν τη συνεργασία και την αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ των εργοδοτών και των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων που προσφέρουν προγράμματα σπουδών στον τουρισμό. Τι διαφορετικό θα μπορούσε να γίνει ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις μεταξύ των δύο αυτών πλευρών και για ποιο λόγο αυτές οι δράσεις θα ενδυναμώσουν την συνεργασία και θα πετύχουν το σκοπό τους.

Η πρώτη προσέγγιση και άποψη που κυριάρχησε ήταν πως θα πρέπει να γίνονται συνεχώς δράσεις οποιασδήποτε φύσης, από σεμινάρια μέχρι αλλαγές σε μαθήματα, από κοινού ώστε να βρίσκονται συνεχώς σε επαφή και να συζητάνε. Η επαφή αυτή δημιουργείται με τον καιρό αφού πρέπει να κατανοήσει η μία πλευρά τι ζητάει η άλλη και να προέλθει και η αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ τους.

Το κάλεσμα των επιχειρηματιών στις σχολές ώστε να παρουσιάζουν παραδείγματα σε real time γεγονότα και να ενημερώνουν τους σπουδαστές, είναι μία δραστηριότητα εύκολα υλοποιήσιμη που θα μπορούσε να ξεκινήσει να γίνεται σε συχνή βάση αλλά και οι εκδηλώσεις, και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν βασικά στοιχεία προώθησης των συνεργασιών που λαμβάνουν χώρα. Ακόμα οι φοιτητές θα μπορούσαν πέρα από την πρακτική τους άσκηση να κάνουν εκδρομές σε χώρες τους εξωτερικού και να δουν πως λειτουργούν τα πράγματα και αλλού σε αντίστοιχες επιχειρήσεις με αυτές της Ελλάδας. Με αυτό τον τρόπο θα έρθουν πιο κοντά και θα κατανοήσει ο ένας τις ανάγκες του άλλου.

Για να επιτευχθούν αυτές οι δράσεις κάποια από τις δύο πλευρές πρέπει να πάρει την πρωτοβουλία να κάνει την αρχή για να συνάψει συνεργασία ίσως με ορισμένες προτάσεις οι οποίες θα αποτελούσαν ένα βήμα για ενδεχόμενη συνεργασία. Ασφαλώς απαιτείται η αποδοχή ορισμένων θεμάτων, από την πλευρά των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων αλλά και των εργοδοτών του τουριστικού κλάδου και από εκεί και πέρα μέσα από συζήτηση όλο και περισσότερο θα έρχονται κοντά.

Σε ότι αφορά τώρα την πρακτική άσκηση καλό θα ήταν ανά έτος οι φοιτητές να ανεβαίνουν κλίμακα στα πόστα που θα αναλαμβάνουν κατά τη διάρκεια αυτής. Δηλαδή στο πρώτο έτος και δεύτερο να ασχοληθούν με το σέρβις και με τις υπηρεσίες δωματίων

και μετέπειτα στο τρίτο και τέταρτο να ασχοληθούν με πόστα οικονομικής φύσης όπως είναι το λογιστήριο για παράδειγμα με τις πληρωμές με την διαχείριση οικονομικών θεμάτων του ξενοδοχείου. Αυτό το μοτίβο εκπαίδευσης υπάρχει και λειτουργεί στις σχολές της Ελβετίας και Αμερικής και μας υποδεικνύει ότι πρέπει πρώτα να περάσει ο φοιτητής το αρχικό στάδιο σε ένα ξενοδοχείο και μετά να περάσει στο επόμενο. Μέσω αυτού επιτυγχάνεται η συχνότερη αλληλεπίδραση σχολών και αγοράς αναπτύσσοντας σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης.

5.7 ΥΠΟΘΕΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η έκτη ομάδα ερωτήσεων στηρίζεται σε ένα υποθετικό πρόγραμμα συνεργασίας το οποίο οι συμμετέχοντες καλούνται να σχεδιάσουν αναλύοντας τα βασικά συστατικά στοιχεία και χαρακτηριστικά αυτού, το οποίο στόχο έχει την επίτευξη της συνεργασίας των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας. Μετέπειτα οι ερωτήσεις αναπτύχθηκαν με στοχοποιημένη δομή ώστε να παρθούν συγκεκριμένες απαντήσεις. Αυτές είχαν ως εξής:

- Ποιές θα ήταν οι μεγαλύτερες προκλήσεις που θα καλούσασταν να αντιμετωπίσετε;
- Πως θα τις διαχειριζόσασταν;
- Πως θα μετριόταν η επιτυχία του προγράμματος αυτού ;
- Τι κίνητρα θα προσέφεραν σε εργοδότες – συναδέλφους, ακαδημαϊκούς και φοιτητές ώστε να συμμετάσχουν;
- Και με ποιό τρόπο θα επιτυγχανατε μία αποτελεσματική επικοινωνία ανάμεσα σε συναδέλφους, ακαδημαϊκούς και φοιτητές;

Αρκετοί από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως ένα πρόγραμμα συνεργασίας για να επιτευχθεί θα πρέπει να υπάρχει μια αρχική κίνηση – επαφή της εκπαίδευσης με την αγορά. Αυτό για να γίνει πρέπει κάποια από τις δύο πλευρές να κάνει το πρώτο βήμα και ο δέκτης να είναι ανοικτός σε προτάσεις συνεργασίας. Μετέπειτα αυτό που υποστήριξαν οι περισσότεροι επιχειρηματίες είναι ότι μέσω της δημιουργίας ενός καλού προγράμματος σπουδών και από τους δύο συνεργατικά, το οποίο θα περιλαμβάνει θεωρία, εργαστήρια και πρακτική άσκηση, τα οποία αποτελούν μία καλή αρχή ώστε να ξεκινήσουν οι φορείς να έρχονται σε πιο συχνές επαφές ανά τακτά χρονικά διαστήματα και να συνεργάζονται.

Παράλληλα η σωστή ενημέρωση είναι η απαραίτητη προϋπόθεση για να λειτουργήσει κάτι τέτοιο. Πρέπει δηλαδή οι δύο πλευρές εκατέρωθεν να ενημερωθούν σχετικά με τις ανάγκες του άλλου ώστε να ξέρουν οι μεν τι ζητάνε οι δε και έτσι να δημιουργήσουν ένα πρόγραμμα από κοινού το οποίο θα επιφέρει καρπούς και θα τροφοδοτήσει την καλή τους συνεργασία. Στη συνέχεια αφού γίνει η επαφή και η σωστή ενημέρωση των προσδοκιών του καθενός, θα πρέπει να δημιουργήσουν ένα εντελώς νέο πρόγραμμα σπουδών το οποίο θα περιλαμβάνει θεωρία με τα πρόσφατα δεδομένα του τουρισμού, events, εργασίες, cases studies και πρακτική άσκηση η οποία θα διαρκεί περισσότερο και θα είναι εφαρμοσμένη σε διάφορα τμήματα ενός ξενοδοχείου. Η πρακτική άσκηση θα μπορούσε ακόμα να γίνει και εκτός συνόρων ώστε οι φοιτητές να δούνε τα πράγματα σφαιρικά κατανοώντας πως λειτουργούν και οι άλλες χώρες και φυσικά έτσι επιτυγχάνετε και συνεργασία με φορείς και εκπαιδευτικά ιδρύματα άλλων χωρών.

Για να πραγματοποιηθούν τέτοιου είδους συνεργασίες στις οποίες οι φοιτητές θα επιθυμούν να κάνουν την πρακτική τους άσκηση στο εξωτερικό, χρήσιμο έως και αναγκαίο είναι να διδάσκονται περισσότερες ξένες γλώσσες πράγμα το οποίο από μόνο του θα έπρεπε να γίνεται διότι η φύση της σχολής είναι τέτοια που απαιτεί τα άτομα που θα αποφοιτήσουν και θα γίνουν εργαζόμενοι του τουρισμού, να μιλούν ξένες γλώσσες. Άρα στην από κοινού δημιουργία του νέου προγράμματος σπουδών απαιτείται η προσθήκη ξένων γλωσσών και την πρόσληψη ανθρώπινου δυναμικού που θα είναι σε θέση να τη διδάξει. Επιπρόσθετα οι συμμετέχοντες ανέφεραν πως σε περίπτωση που θα υπήρχε κάποια επιχορήγηση θα δημιουργούσαν νέες υποδομές οι οποίες θα είχαν τη μορφή ξενοδοχείων για την πραγματοποίηση πρακτικών κομματιών πάνω στον τουρισμό, όπως για παράδειγμα μπαρ, εστιατόριο, υποδοχή κλπ. Ωστε να έχει ο φοιτητής μία άποψη για το τι τον περιμένει όταν βγει στην αγορά εργασίας.

Τέλος οι εργοδότες με τα ακαδημαϊκά ιδρύματα θα κάνουν μία προσπάθεια να αναλύσουν την τουριστική αλυσίδα και ποιοι είναι οι τομείς αυτοί που απασχολούν κόσμο και στον βαθμό που αναλογεί στην κάθε "σκάλα" θα καταγράφονται από τους σημαντικούς κρίκους της αλυσίδας, ποιες είναι οι ανάγκες και εκεί πάνω να ορισθούν τα νέα τμήματα. Αφού ολοκληρωθεί και αυτό σειρά θα είχαν μικρά προγράμματα ανά τακτά χρονικά διαστήματα στη διάρκεια των οποίων οι επιχειρηματίες θα πηγαίνουν στις σχολές και να παραδίδουν μια εικονική πραγματικότητα της αγοράς και το πώς λειτουργεί το κάθε πόστο σε μεγάλες αφίξεις, η υποδοχή πως δουλεύει, οι αναχώρηση του πελάτη, οι πληρωμές, το κλείσιμο της ημέρας ακόμα και τα παράπονα ενός πελάτη.

Με όλα αυτά κατανοητό γίνεται το γεγονός πως όσο περισσότερα προγράμματα, επαφές, events γίνονται, τόσο πιο έντονη και στενή θα είναι η επαφή και συνεργασία αγοράς – εκπαίδευσης αναπτύσσοντας την αμοιβαία εμπιστοσύνη.

Προκλήσεις

Οι προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν είναι πολλές είναι αρκετές, αλλά με τη σωστή διαχείριση τους και με προσήλωση στο στόχο, ξεσέρονται, οι προκλήσεις όμως αυτές είναι που κάνουν ένα έργο ενδιαφέρων και το επίπεδο δυσκολίας τους πιο σημαντικό.

Πρώτα από όλα πρέπει να υπάρχει ενδιαφέρων και από την πλευρά ιδρυμάτων – φοιτητών αλλά και από την πλευρά της αγοράς για να λειτουργήσει σωστά κάτι τέτοιο, αλλιώς συνεργασία δεν υφίσταται. Πέρα από αυτό μία πρόκληση θεωρείται οι ανησυχίες, οι απορίες και οι συζητήσεις που θα προέκυπταν με τους φοιτητές κυρίως που είναι μίας άλλης γενιάς και θα έρχονταν ίσως σε αντιπαράθεση με τη νοοτροπία των πιο παλιών που έχουν την εμπειρία τόσων χρόνων στην αγορά εργασίας και έναν άλλο τρόπο αντιμετώπισης κάποιων ζητημάτων, από ότι ενός νέου με καινοτόμες ιδέες και φρεσκάδα με την οποία θα θέλει να πορευτεί.

Επιπρόσθετα πρόκληση θα ήταν η κατανόηση του προγράμματος και του σκοπού του, ο αριθμός των συμμετεχόντων που θα έχουν όρεξη να δουλέψουν πάνω σε αυτό και τέλος η συνεργασία αυτή να έχει θετική επίδραση στους φοιτητές που βγαίνουν από τις σχολές προσδίδοντάς τους υψηλή κατάρτιση σε θεωρητικό και πρακτικό κομμάτι.

Αντιμετώπιση

Όλες αυτές οι προκλήσεις μπορούν να αντιμετωπισθούν με κίνητρα που θα μπορούσαν να δοθούν τα οποία θα προσελκύσουν τον κάθε φορέα να συμμετάσχει σε ένα τέτοιο πρόγραμμα συνεργασίας και ασφαλώς συζητήσεις που θα γίνει κατανοητό μέσα από αυτές ότι όλοι βγαίνουν κερδισμένοι βάζοντας το λιθαράκι τους σε μία τέτοια προσπάθεια να δημιουργηθεί. Με τον συντονισμό και θέτοντας προτεραιότητες αλλά και δουλειά, ένα πρόγραμμα συνεργασίας μπορεί να επιτευχθεί και να είναι αποτελεσματικό.

Επιτυχία του προγράμματος

Αναμφίβολα η επιτυχία ενός προγράμματος φαίνεται μακροπρόθεσμα από τη διάρκειά του και από το αποτέλεσμα που παράγει σε φοιτητές και το πλήθος συμμετοχής σε αυτό. Πόσο δηλαδή αυτοί είναι καταρτισμένοι πόσοι έχουν συνεχίσει στο επάγγελμα αυτό και πόσο έτοιμοι είναι να βγουν στην αγορά εργασίας.

Εν κατακλείδι η επιτυχία ενός προγράμματος φαίνεται και στην απορρόφηση των φοιτητών από την αγορά εργασίας αλλά και μετά την απορρόφηση, την παραμονή του απόφοιτου στη θέση αυτή ανεβαίνοντας σε επίπεδα.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί προηγουμένως οποιαδήποτε προσπάθεια για κάτι νέο, πόσο μάλλον για ένα πρόγραμμα συνεργασίας, απαιτεί τη συμμετοχή μεγάλου πλήθους συσχετιζόμενων των επιχειρήσεων και των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για να πετύχει. Επομένως καλό θα ήταν να δοθούν και ορισμένα κίνητρα ή αλλιώς επιχειρήματα ώστε να συμμετάσχουν φορείς, ακαδημαϊκοί και φοιτητές του τουριστικού κλάδου.

Τα κίνητρα που θα δίδονταν στους εργοδότες θα ήταν τα εξής:

- Φοιτητές για πρακτική στις επιχειρήσεις τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, άρα χαμηλότερο κόστος με καταρτισμένο προσωπικό.
- Φοιτητές στις επιχειρήσεις οι οποίοι έχουν κάνει το ένα βήμα παραπάνω μεταφέροντας σε αυτές καινοτομίες.
- Οι επιχειρηματίες θα έχουν μία δια βίου μάθηση όσο περισσότερο συναναστρέφονται με εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Συμμετοχή σε ταξίδια για συνεργασίες με ιδρύματα και συναδέλφους του εξωτερικού.
- Απόκτηση κύρους της επιχείρησης, αναγνώρισης και αναβάθμισης από την στιγμή που συνεργάζεται με καταξιωμένα εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Εσωτερικά κίνητρα που ίσως καλύπτονται.
- Αν η συνεργασία είναι αποδοτική δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εκπαίδευση ο φοιτητής .
- Πρόσβαση του εργοδότη σε μία δεξαμενή ταλέντων με σκοπό να εργαστούν στις επιχειρήσεις τους.

Τα κίνητρα που θα δίδονταν στους ακαδημαϊκούς θα ήταν τα εξής:

- Η ικανοποίηση που θα έπαιρνε ένας ακαδημαϊκός όταν από τη σχολή στην οποία διδάσκει βγαίνουν άτομα καταρτισμένα τα οποία απορροφώνται άμεσα από την αγορά.
- Θα αποτελούσε μέλος μίας επιτυχημένης αλυσίδας και θα ανταμείβονταν εσωτερικά αλλά και χρηματικά.
- Πραγματική επαφή με την τουριστική αγορά και όχι μόνο με μπουσούλα τα ακαδημαϊκά βιβλία.

- Αναβάθμιση και του ακαδημαϊκού ιδρύματος που συμμετέχει σε ένα επιτυχημένο πρόγραμμα.
- Πιο ευχάριστη διαδικασία της παράδοσης του μαθήματος λόγω περισσότερων πρακτικών εφαρμογών.
- Επιδοτήσεις από τους επιχειρηματίες στα ακαδημαϊκά ιδρύματα άρα δεν θα υπάρξει επιπλέον κόστος που θα είχε αντίκτυπο στους μισθούς των ακαδημαϊκών.

Τα κίνητρα που θα δίδονταν στους φοιτητές είναι τα εξής:

- Περισσότερη πρακτική άσκηση άρα ευκολότερη προσαρμογή στις απαιτήσεις μιας επιχείρησης με ομαλό τρόπο.
- Προετοιμασία για το τι τους περιμένει στο επάγγελμα που έχουν επιλέξει να κάνουν μελλοντικά.
- Οι ίδιοι μετά θα έχουν μία άμεση απορρόφηση και αυτό είναι πολύ σημαντικό εν καιρώ κρίσης όπου η ανεργία μαστίζει την κοινωνία μας.
- Εκδρομές σε ξενοδοχεία εντός και εκτός χώρας βλέποντας τις διαφορές που υπάρχουν με το εδώ σύστημα.
- Υψηλό employability όπου θα τον βοηθήσει να βρει άμεσα εργασία.
- Μεγαλύτερο ενδιαφέρον και προσοχή σε μαθήματα τα οποία πλέον θα είναι πρακτικά.

Σαφώς μία αποτελεσματική επικοινωνία και διασύνδεση εκπαίδευσης και αγοράς μπορεί να επιτευχθεί μόνο με συχνές συναντήσεις και επαφές σύμφωνα με τους εργοδότες του τουρισμού. Ακόμα οι συμμετέχοντες πιστεύουν ότι μόνο με συνεννόηση και κατανόηση των μεν και τον δε επιτυγχάνεται μία διασύνδεση αλλά και με την θέληση που υπάρχει για συνεργασία εξαρτάται και το ποσοστό επιτυχίας της.

Μία άλλη προσέγγιση ήταν αυτή πως η σύνδεση θα πρέπει να γίνεται μέσω συλλόγων όπως π.χ. ο Παγκρήτιος σύλλογος ξενοδόχων ή με την ένωση ξενοδόχων ώστε να γίνει μαζικά η όλη προσπάθεια και να έχει αποτέλεσμα διότι όσο μεγαλύτερη η συμμετοχή στο πρόγραμμα τόσο περισσότερο επιτυχημένο θα είναι αφού θα ακούγονται πολλές διαφορετικές απόψεις, λύσεις και ιδέες.

5.8. ΓΕΝΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Η τελευταία κατηγορία αποτελείται από μία κάθε αυτού ερώτηση στην οποία οι ερωτώμενοι είχαν την ευκαιρία να προσθέσουν πράγματα τα οποία θεωρούσαν πως θα βοηθήσουν στη έρευνα και θα ήταν στα πλαίσια της συζήτησης. Αναφέρθηκαν λοιπόν στη γενικότερη εικόνα του κλάδου, ότι ο τουρισμός είναι απύθμενος και τα πράγματα αλλάζουν συνεχώς άρα πρέπει να υπάρχει σωστή ενημέρωση και άμεση πληροφόρηση και αν αυτό γίνεται συνεργατικά θα παρακολουθούνται πιο άμεσα οι εξελίξεις πάντα μέσα στον παλμό της αγοράς. Τα άτομα που θα επιλέξουν το επάγγελμα αυτό θα πρέπει να το αγαπούν και να είναι διατεθειμένα να δουλέψουν με όρεξη πάνω σε αυτό αλλιώς δεν θα πετύχουν και θα καταλήξουν στην επιλογή κάποιου άλλου επαγγέλματος.

Τέλος τονίσθηκε ιδιαίτερα το θέμα των ξένων γλωσσών σε ότι αφορά το πρόγραμμα σπουδών και πως θα έπρεπε κανονικά να διδάσκονται στις σχολές του τουρισμού αρκετές ξένες γλώσσες κατά κόρων και παράλληλα η πρακτική άσκηση θα έπρεπε να έχει μεγαλύτερη διάρκεια σε συνδυασμό με εργαστήρια που αφορούν τμήματα ενός ξενοδοχείου. Αν οι επιχειρήσεις και τα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα συζητούσαν και εστίαζαν το θέμα της συζήτησης αυτής σε προβλήματα και τρόπους βελτίωσης του ήδη υπάρχων συστήματος, αυτό θα είχε σαν αποτέλεσμα μία καλή ποιότητα απόφοιτων, καταρτισμένων και πιο έτοιμων να βγουν στην αγορά εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στα πλαίσια της εργασίας αυτής παρουσιάστηκαν, ο τουρισμός σαν έννοια, η εκπαίδευση πάνω στο τουριστικό κομμάτι με τις σχολές που περιλαμβάνουν αυτών και οι απορρόφηση των φοιτητών μετά την ολοκλήρωση των ακαδημαϊκών τους υποχρεώσεων. Παρουσιάστηκα ακόμα η πρακτική άσκηση και η χρησιμότητα αυτής, το γεγονός έλλειψης πρακτικών μαθημάτων από την πλευρά των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων αλλά και τις απαιτήσεις των εργοδοτών από φοιτητές και εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Μέσα σε όλα αυτά, πραγματοποιήθηκε και η έρευνα που συμπεριλάμβανε τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου καθώς μίλησαν και απάντησαν σε εύλογα ερωτήματα που υπήρχαν γύρω από την αγορά και τον τουρισμό αλλά και τις περιπτώσεις συνεργασίας με την εκπαίδευση.

Από την έρευνα αυτή προέκυψαν ορισμένα αποτελέσματα τα οποία αναλύθηκαν τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από τους ερωτηθέντες επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου, των οποίων η γενικότερη εικόνα αποτυπώνεται στα παρακάτω συμπεράσματα:

- 1) Θα πρέπει να υπάρχει πιο συχνή και άμεση επικοινωνία μεταξύ των δύο πλευρών, αγοράς και εκπαίδευσης ώστε να ενημερώνονται διαρκώς διότι ο κλάδος του τουρισμού είναι μεταβαλλόμενος και συνεχώς προκύπτουν νέα δεδομένα τα οποία με την συνεργασία θα μπορούν να αναλυθούν καλύτερα και να γίνεται καλύτερη πληροφόρηση ώστε να καλυφτούν. Τέτοιου είδους συνδέσεις μπορούν να επιτευχθούν με συχνές επισκέψεις των ξενοδόχων στις σχολές αλλά και το αντίθετο, ώστε να υπάρχει αμεσότητα και περισσότερη οικειότητα.
- 2) Επιπλέον μία μορφή συνεργασίας η οποία αναφέρθηκε πολλάκις από τους περισσότερους ερωτηθέντες, ήταν αυτή της πρακτικής άσκησης που πραγματοποιούν οι φοιτητές στις επιχειρήσεις του τουρισμού για ένα εξάμηνο και πάνω σε αυτό το κομμάτι οι περισσότεροι επιχειρηματίες και κυρίως όσοι απασχολούνται στον τομέα της ξενοδοχείας και φιλοξενίας επέμεναν πως η πρακτική άσκηση θα έπρεπε να προηγείται της σεζόν και να κρατάει περισσότερους μήνες, ώστε να προκύπτει μία σφαιρική άποψη του φοιτητή για το πώς λειτουργεί ένα ξενοδοχείο, τον φόρτο εργασίας που έχει αλλά και πως αντιμετωπίζουν καταστάσεις υπό πίεση μέσα στην τουριστική σεζόν.

- 3) Αναφορικά με τα οφέλη που προκύπτουν από τέτοιου είδους συνεργασίες, τα γενικότερα συμπεράσματα είναι πως οι επιχειρήσεις βρίσκονται κοντά σε επιχειρηματικά ταλέντα και εν δυνάμει συνεργάτες που μπορούν να επιλέξουν οι ίδιοι για τις επιχειρήσεις τους και το τι άτομα θα τις στελεχώσουν μελλοντικά. Όσο πιο καταρτισμένο είναι το εργατικό δυναμικό μιας επιχείρησης τόσο περισσότερο τη βοηθάει να αναβαθμιστεί και να καινοτομεί με τη βοήθεια νέων ιδεών που παράγονται από φρέσκα μυαλά. Παράλληλα με αυτό και οι ίδιοι επιχειρηματίες επιμορφώνονται αφού βρίσκονται συνεχώς σε επαφή με ακαδημαϊκούς και την εκπαίδευση που προσφέρουν, επομένως αποτελεί ένα επιπλέον όφελος για αυτούς.
- 4) Σε ότι αφορά τον τρόπο που αυτές οι δύο πλευρές, ακαδημαϊκά ιδρύματα και αγορά του τουρισμού, θα έρθουν κοντά οι επιχειρηματίες θεωρούν πως τα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι αυτά που θα πρέπει να κάνουν το πρώτο “βήμα” ώστε να συνδεθούν και μάλιστα η πρόταση να γίνει σε μαζικό επίπεδο όπως για παράδειγμα στο σύλλογο ξενοδόχων, ώστε πολλοί επιχειρηματίες να συμμετάσχουν σε προγράμματα σπουδών και συνεργασίας με τα τμήματα του τουρισμού.
- 5) Το συμπέρασμα που προκύπτει από το πόσο τελικά βοηθάει η πρακτική άσκηση τους φοιτητές είναι πως, σαφώς και βοηθάει και μάλιστα αποτελεί μία “πύρτα” στους φοιτητές για την αγορά εργασίας, αλλά η επιτυχία τους εξαρτάται καθαρά από αυτούς και στο πως θα διαχειριστούν τις προκλήσεις μίας τέτοιας ευκαιρίας. Σε κάθε περίπτωση όμως η πρακτική άσκηση είναι απαραίτητη σε έναν τέτοιο κλάδο όπως αυτόν του τουρισμού και πέρα από αυτή καλό θα ήταν να αυξηθούν τα εργαστηριακά μαθήματα ώστε να προετοιμάζουν τους φοιτητές για την πρακτική τους άσκηση.
- 6) Τέλος, όπως αποτυπώνονται οι απαντήσεις, προκύπτει πως η επιτυχία των προγραμμάτων συνεργασίας αλλά και του σχεδιασμού νέου προγράμματος σπουδών, θα φανεί μακροχρόνια από το αποτέλεσμα που θα επιφέρουν διότι χρειάζεται χρόνος προσαρμογής ώστε να καταλήξουν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα με τις επιχειρήσεις του τουρισμού να συνεννοούνται αποτελεσματικά και το αντίκτυπο να φανεί στους φοιτητές που θα ασχοληθούν με τον τουρισμό.

6.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

Οι συνεργασίες μεταξύ εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων και αγοράς ή ακόμα και κράτους, μπορούν να προκύψουν αρκετά εύκολα ή και τυχαία πολλές φορές αρκεί να υπάρχει θέληση, ενδιαφέρον και προσπάθεια από όλες τις πλευρές αμφίδρομα. Οι δύο – τρεις αυτές πτυχές μπορούν να αναπτύξουν συζητήσεις εκφράζοντας το ενδιαφέρον τους για συνεργασία, μέσα από ημερίδες και να γίνουν οι ανάλογες προτάσεις και η έκφραση ιδεών από την μία πλευρά και η αποδοχή και συναίνεση από την άλλη.

Μια περίπτωση συνεργασίας θα μπορούσε να θεωρηθεί η κίνηση του εργοδότη του τουριστικού κλάδου να επικοινωνήσει με τους αρμόδιους των γραφείων διασύνδεσης και να επιδιώξει μία επικείμενη συνεργασία. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε με κάποια ομιλία που θα ήθελε να πραγματοποιήσει ο εν λόγω επιχειρηματίας με σκοπό να εκφράσει ορισμένες απόψεις ή και να παρουσιάσει την δουλειά του γιατί με αυτόν τον τρόπο θεωρεί ότι θα βοηθήσει μελλοντικούς συναδέλφους να πραγματοποιήσουν την πρακτική τους άσκηση στην επιχείρησή του δίνοντάς του έτσι την ευκαιρία σταδιοδρομίας σε νέους ανθρώπους με όρεξη, να δουλέψουν.

Το ίδιο όμως μπορεί να γίνει και από την αντίθετη πλευρά. Δηλαδή καθηγητές από τμήματα τουρισμού που θεωρούν ότι κάποιος επαγγελματίας είναι αξιόλογος και πετυχημένος, θα μπορούσαν να τον καλέσουν να συμμετάσχει σε κάποιο σεμινάριο που θα διοργανωθεί από το τμήμα, να μιλήσει στους φοιτητές δίνοντας μέσα από αυτό και συμβουλές αλλά παρουσιάζοντας κιόλας εύκολα και δύσκολα σημεία της δουλειάς. Αναφορικά με την πρακτική άσκηση, μέσω του γραφείου διασύνδεσης θα μπορούσε να προταθεί σε εργοδότες που επιθυμούν να προσλάβουν προσωπικό και να το "εκπαιδεύσουν", μία λίστα με φοιτητές οι οποίοι επιθυμούν να πραγματοποιήσουν την πρακτική τους άσκηση μεσολαβώντας έτσι στην διαδικασία εύρεση εργασίας των απόφοιτων της σχολής.

Σε κάθε άλλη περίπτωση τα οφέλη από μία συνεργασία αγοράς και εκπαίδευσης πάνω στον τουριστικό κλάδο μόνο θετικά αποτελέσματα μπορεί να επιφέρει, να κατανοήσει η μία πλευρά τα κενά της άλλης και μέσω της συζήτησης και της από κοινού προσπάθειας να καλυφτούν τα κενά που υπάρχουν από την κάθε μία πλευρά, και αυτή της εκπαίδευσης αλλά και αυτή της αγοράς εργασίας.

6.3. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Οι συνεργασίες των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με την αγορά εργασίας είναι ένα κρίσιμο θέμα που άπτεται των ενδιαφερόντων μας και ιδιαίτερα σε έναν τομέα όπως είναι ο τουρισμός ο οποίος αναπτύσσεται και οι εξελίξεις κινούνται ραγδαία. Για το λόγο αυτό θα ήταν εποικοδομητικό μετά από την παρούσα αυτή έρευνα να ακολουθήσουν κι άλλες ώστε να πάει σε ένα παραπέρα επίπεδο με την εμπλοκή και άλλων φορέων για μία πιο ολοκληρωμένη εικόνα της έρευνας. Πιο αναλυτικά οι προτάσεις που τίθενται για μελλοντική έρευνα είναι οι εξής:

1. Συμμετοχή του κράτους στη διαδικασία της έρευνας και των συνεντεύξεων, ώστε να υπάρξουν και πραγματικά νούμερα των κονδυλίων που ίσως θα μπορούσαν να χορηγηθούν για τη δημιουργία έργων που θα προάγουν την συνεργασία των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς εργασίας πάνω στον τουρισμό.
2. Να πραγματοποιηθεί και ποσοτική έρευνα όπου θα συλλεχθούν ποσοτικά δεδομένα από όλους τους εμπλεκόμενους του τουρισμού και της εκπαίδευσης όπως φοιτητές ακαδημαϊκούς και κράτος.
3. Επανεξέταση προγραμμάτων σπουδών και του εκπαιδευτικού συστήματος για τη δημιουργία στοχευμένων ερωτήσεων που θα γίνουν μελλοντικά σε επιχειρηματίες του τουρισμού οι οποίες ερωτήσεις θα έχουν θέμα την αναβάθμιση των προγραμμάτων συνεργασίες εκπαίδευσης και αγοράς.
4. Εξέταση των πραγματικών αναγκών που υπάρχουν στον τομέα του τουρισμού και μελέτη εις βάθος για την αντιμετώπισή τους, συνεργατικά. Λέγοντας ανάγκες νοούνται θέματα όπως η επικοινωνία μεταξύ εκπαίδευσης και αγοράς που ίσως να μην επαρκεί, κονδύλια που δεν χορηγούνται για την δημιουργία νέων προγραμμάτων σπουδών αλλά και συνεργασιών και νέοι τρόποι και παροχές οι οποίοι θα αναβαθμίσουν την αγορά του τουρισμού.
5. Τέλος, καλό θα ήταν να προηγηθεί ένα χρονικό διάστημα κατά το οποίο θα παρακολουθείται ένα μέρος της αγοράς του τουρισμού, για παράδειγμα οι επιχειρηματίες και ο τρόπος που λειτουργούν στις επιχειρήσεις τους αλλά και το πως αντιμετωπίζουν απόφοιτους και κατά πόσο δεκτικοί είναι σε συνεργασίες, ώστε μετά να διατυπωθεί καλύτερα η έρευνα με συνεντεύξεις σε επιχειρηματίες οι οποίες θα περιλαμβάνουν σαφή ερωτήματα τα οποία και θα έχουν προκύψει από την

παρακολούθηση και την μελέτη των εκπροσώπων του τουρισμού με σκοπό να υπάρξει ένα πιο ολοκληρωμένο αποτέλεσμα που θα προέρχεται από στοχευμένα ερωτήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Αθανασίου, Λ. (2004). *Τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση*. Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.

Αιγινήτης, Ν.(1990). *Τουριστική ψυχολογία*. Αθήνα:Interbooks

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Έννοιες, μεγέθη, δομές*. Αθήνα: Προπομπός.

Βασικά θέματα της Εκπαίδευσης. *Οικονομική ενίσχυση των σπουδαστών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ευρώπη, Τάσεις και αναλύσεις*. Τόμος Α'. Αθήνα: Ευρωπαϊκή επιτροπή.

Βλάχος, Α. (2016). *Τουριστική ανάπτυξη και δημόσιες πολιτικές στη σύγχρονη Ελλάδα (1914-1950)*. *economia*.

Ζαμπετόγλου, (n.d.). *ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ. Αξιολόγηση πιλοτική δράσης και προγραμματισμός δράσεων 2015 & 2016*. Ερευνα

Ζαφειρόπουλος, Κ.(2017). *ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΕΣ*. Εκδόσεις:Κριτική

Ηγουμενάκης, Ν. Κ. (1999). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Ελλάδα: Interbooks.

Λαλούμης, Δ. (2015). *Το φαινόμενο του τουρισμού*. Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών

Μαντζούκας, Σ.,(2007) Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση.

Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ. 2015. Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ. & Τουλούπα, Σ. (2015). *Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη*. Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Ίσαρη, Φ., Πουρκός, Μ., (2015).*Εφαρμογές στην ψυχολογία και στην εκπαίδευση*. Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Airey, D. & Tribe, J., 2011. *An International Handbook of Tourism Education*. 1ST edition. Amsterdam: Elsevier.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S., 1995. *TOURISM: Principles & Practice*. United Kingdom: Pearson Education Limited

Greenwood. (1977). *Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*. Blackwell.

Harsell, J., 1986. *Tourism an exploration*. 1ST edition. Elmsford, NY : National Publishers of the Black Hills.

Greenwood, D. J. (1989). *Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization..* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

MacCannell. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California.

Neuman, L. (2005). *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*. London, Allyn & Bacon.

Taousanidis, I., N. & Antoniadou, M., A., (2007). *Work based learning in greek higher education*, New Horizons in Industry Business and Education. Papadourakis, G. Greece: Technological Education Institute of Crete.

Walker, C., & Carr, N. (2013). *Tourism and archaeology: An introduction*. Walnut Creek: Left Coast Press Inc.

Woodrow McIntosh, R., Goeldner, C., R. & Wiley, J., 1990. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 6th edition. Wiley J.

Saunders, M., Lewis P. & Thornill A., (2014). *Business Methods for Business Students 6th*. Person Education Limited.

Στέφανος Γ. Καραγιάννης Γεώργιος Στ. Έξαρχος, (2007). *Βιβλιοκριτική-Επιθεώρηση Οικονομικών επιστήμων*. Κρήτης Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας (ΚΤΕ)

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Ιωάννου, Σ., (2016). Ευκαιρίες, κίνδυνοι και προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό. (Έρευνα). *CNN Greece Online*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/36685/eykairies-kindynoi-kai-prokliseis-gia-ton-elliniko-toyrismo> [πρόσβαση 1 Μαΐου 2017]

Επενδύοντας στην ελληνική αγορά Τουρισμού, (2013). *Enterprise Greece Invest & Trade*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependyseis/ependytikoitomeis/toyrismos> [πρόσβαση 1 Μαΐου 2017]

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

- Ορισμός του Τουρισμού, (2017). *Wikipedia online*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82> [πρόσβαση 1 Μαΐου]
- Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Σταυριανούδης, Θ. & Πρωΐου, Ε., n.d. *Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/11004/2189_1%CE%B7%20%CE%94%CE%95.pdf [πρόσβαση 3 Μαΐου]
- Ανδρεάδης, Α. Ι., (2016). Ελληνικός Τουρισμός, Εξελήξεις – Προοπτικές. *SETE*, pp 18-27, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://sete.gr/media/5444/periodiki-meleti-ellinikos-tourismos-teyhos-1.pdf> [πρόσβαση 4 Μαΐου]
- Πάττας, Σ., (2009). ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ). *Γενικά στοιχεία του τουρισμού*, pp 1-10, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence=4&isAllowed=y> [πρόσβαση 3 Μαΐου]
- World Tourism Organization (UNWTO), (2017). *European Union Short-term Tourism Trends*. V1, pp 2,4. [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο στο: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418596> [πρόσβαση 4 Μαΐου]
- Γερνά, Π., Πειστικού, Μ. & Παλησιδης, Γ. (n.d.). Η Δημόσια Ελληνική Τουριστική Εκπαίδευση. *TravelDailyNews*, 30 Νοεμβρίου, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο στο: <http://traveldailynews.gr/hypostyles/article/2401> [πρόσβαση 7 Απριλίου]
- European Union, (n.d.). *Greece Higher Education System*. [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο στο: <http://www.euroeducation.net/prof/greeco.htm> [πρόσβαση 7 Απριλίου]
- E-dimosio, (2013). *Προγράμματα κατάρτισης – μετεκπαίδευσης από τον ΟΤΕΚ σε υπηρεσίες τουρισμού*, 14 Ιανουαρίου, [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο στο: <http://www.e-dimosio.gr/ekpedefsi/25340/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%B7%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%B5%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85/> [πρόσβαση 10 Απριλίου]
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος,(2004). *Το Σύστημα Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης στην Ελλάδα*. Κεφ 4^ο pp 82 – 87 [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/DocLib2/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%B7.%20%CE%95%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82,%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%BB%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1,%20%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BA>

<http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/paideia/36223/625-eisakteoi-sta-iek-touristikon-epaggelmaton> [πρόσβαση 13 Απριλίου]

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Αντωνόπουλος, Γ.,(2014). *625 εισακτέοι στα ΙΕΚ τουριστικών επαγγελματιών*. 11 Αυγούστου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/paideia/36223/625-eisakteoi-sta-iek-touristikon-epaggelmaton> [πρόσβαση 10 Μαΐου]

Κροντηρά, Π., (2016). ΕΚΠΑ: Το Γραφείο Διασύνδεσης εκπέμπει SOS. *στοΚαρφί*. 15 Φεβρουαρίου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.tokarfi.gr/ekpa-to-grafio-diasindesis-ekpempi-sos/> [πρόσβαση 18 Μαΐου]

Δρακόπουλος, Γ., Χαμάκος, Γ. & Γιώννα Β. (2003). Τουρισμός και Απασχόληση. *Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων*, pp 23-25, Αθήνα 2003 [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://sete.gr/files/Media/Ebook/Tourismos%20kai%20Apsaxolisi.pdf> [πρόσβαση 18 Μαΐου]

Travelnews.gr,(2017). *Grow Greek Tourism Online: Ενίσχυση ψηφιακών δεξιοτήτων στον τουρισμό*, 15 Μαΐου [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://etravelnews.gr/grow-greek-tourism-online/> [πρόσβαση 1 Ιουνίου]

ALBA,(2014): Στρατηγική συνεργασία με Costa Navarino στο νέο μεταπτυχιακό MSc in Tourism Management. *Η Καθημερινή*. 21 Σεπτεμβρίου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.kathimerini.gr/773192/article/oikonomia/epixeirhseis/alba-strathgikh-synergasia-me-costa-navarino-sto-neo-metaptychiako-msc-in-tourism-management> [πρόσβαση 3 Αυγούστου]

CultureNow,(2016). *Συνεργασία του Mediterranean College με την Farantouris Insurance & Financial Advisors*, 18 Ιανουαρίου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.culturenow.gr/synergasia-toy-mediterranean-college-me-thn-farantouris-insurance-financial-advisors/> [πρόσβαση 1 Ιουνίου]

Πρώτο Θέμα, (2017). *Συμφωνία στρατηγικής συνεργασίας του Ομίλου ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ με το Πανεπιστήμιο Πειραιά και το Πολυτεχνείο Κρήτης*. 7 Μαρτίου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.protothema.gr/greece/article/660377/sumfonia-stratigikis-sunergias-tou-omilou-ellinika-petrelaia-me-to-panepistimio-peiraiia-kai-to-polutehneio-kritis/> [πρόσβαση 2 Ιουνίου]

AlfaVita,(2017). *Ιδρύονται νέα τμήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς*, 30 Ιανουαρίου, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <http://www.alfavita.gr/arhron/ekpaideysi/idryontai-nea-tmimata-sto-panepistimio-aigaiou-kai-sto-panepistimio-peiraios> [πρόσβαση 10 Ιουνίου]

Τσακίρη, Λ. (n.d.). *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία Έρευνας*, [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο : <http://dpms.csd.auth.gr/stuff/eis-meth-er.pdf>

Πανεπιστήμιο Πειραιώς, (2014,). *Πηγές πληροφόρησης: πρωτογενείς, δευτερογενείς, τριτογενείς*. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο:

http://www.lib.unipi.gr/files/Pliroforiakies_Piges/2.%20%CE%A0%CF%81%CF%89%CF%84%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%94%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82%20%CE%A0%CE%B7%CE%B3%CE%AD%CF%8 [πρόσβαση 2 Ιουλίου]

Τσέκος, Ν. Θ. (n.d.). *ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ*. [Διαδίκτυο], Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πελοποννήσου. Διαθέσιμο στο:

<http://www.eclass.teipel.gr/eclass2/modules/document/file.php/MLGOV144/EKPONHSH%20EPISTHMONIKHS%20ERGASIAS.pdf> [πρόσβαση 5 Ιουλίου]

Ζαφειρόπουλος, Κ. (n.d.). *ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ*, [Διαδίκτυο] .Διαθέσιμο στο:

<https://static.eudoxus.gr/books/65/chapter-11765.pdf> [πρόσβαση 5 Ιουλίου]

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ALBA

<http://www.alba.edu.gr/career/career-office-services/>

ALTER TOURISM:

<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikon-morfon-tourismou-kai-drastiriotitwn>

EDU.KLIMAKA

<https://edu.klimaka.gr/tritobathmia-ekpaideysh/turistikwn-epaggelmatwn.html>

MASTERSTUDIES

<https://www.masterstudies.gr/%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CE%B1/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/ALBA-Business/>

<https://www.masterstudies.com/MSc-Management-and-International-Business/United-Kingdom/NTU/>

NATIONAL CENTER FOR UNIVERSITIES AND BUSINESS

<http://www.ncub.co.uk/what-we-do.html>

<http://www.ncub.co.uk/what-we-do/leadership-council.html>

<http://www.ncub.co.uk/what-we-do/task-forces.html>

<http://www.ncub.co.uk/what-we-do/talent.html>

TECHGEAR - THE TECH SIDE OF LIFE

<http://www.techgear.gr/grow-greek-tourism-online-113125/>

UNIVERSITY OF NOTTINGHAM

<http://www.nottingham.ac.uk/studywithus/study-with-us.aspx>

<http://www.nottingham.ac.uk/utc/index.aspx>

<https://www.nottingham.ac.uk/creative-energy-homes/houses/eon-house/eon-house.aspx>

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ

<http://www.career.teithe.gr/to-grafio-diasindesis/>

ΓΡΑΦΕΙΑ ΣΧΟΛΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ ΚΡΑΝΙΔΙΟΥ

http://1lyk-kranid.arg.sch.gr/grasep/html/grafeio_sep.html

ΔΗΜΟΚΡΙΤΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ

<http://duth.gr/events/conf/#>

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ – ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

<http://www.mintour.edu.gr/index.php/2014-09-12-07-30-28>

<http://www.mintour.edu.gr/index.php/2014-09-16-12-52-24>

<http://www.mintour.gov.gr/el/Education/>

ΕΣΠΑ 2014-2020

<https://www.espa.gr/el/pages/newsFS.aspx?item=866>

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ

<https://www.iky.gr/el/erasmusplus>

<https://www.iky.gr/el/tcas>

ΙΕΚ ΠΑΣΤΕΡ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

<http://www.paster.gr/sxoli-iek-paster-thessaloniki/iek-diasindesi-stadiodromia>

ΟΑΕΔ – ΓΡΑΦΕΙΑ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

<http://www.oaed.gr/grapheia-diasyndeses>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ

<http://career.duth.gr/portal/?q=node/41749#.WWuH64TyjIV>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ – ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΠΕΔΙΟΥ

<http://www.ucy.ac.cy/pakepe/el/research-services/research-kind>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ

<http://dasta.uop.gr/dasta>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

<http://www.ode.unipi.gr/index.php/el/undergrad/studservices>

ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ- ΔΟΜΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

<http://dasta.teiath.gr/Articles/125.html>

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ

<https://dasta.teiwm.gr/index.php/grafiopraktikis.html>

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ

<https://praktiki.teicrete.gr/>

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ – ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

<https://www.teicrete.gr/dep/el/%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CF%8D/%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82>

<https://www.teicrete.gr/dep/el/%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82/%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%89%CF%80%CE%B1%CF%8A%CE%BA%CF%8C-%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1-erasmus-employer-programme-hospitality-and-tourism>

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ – ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

<https://www.teicrete.gr/iro/el/>

<https://www.teicrete.gr/iro/el/index.php/programma-dia-biou-mathshs-erasmus>

<https://www.teicrete.gr/iro/el/index.php/13-programma-dia-biou-mathshs-erasmus/genikes-plhrofories-qia-to-programma/420-erasmus>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ

(α) Πρόγραμμα σπουδών των Τ.Ε.Ι.

Το πρόγραμμα σπουδών των Τ.Ε.Ι. είναι διαφορετικό από σχολή σε σχολή, προσεγγιστικά το πρόγραμμα σπουδών των Τ.Ε.Ι. διαμορφώνεται ως εξής:

Πίνακας 1.1. Πρόγραμμα σπουδών Τ.Ε.Ι. Μαθήματα ανά εξάμηνο

Α' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Μικροοικονομία • Αρχές Τουρισμού • Οικονομικά Μαθηματικά • Αρχές Χρηματοοικονομικής Λογιστικής • Διοίκηση Επισιτισμού και Τροφοδοσίας I • Τουρισμός και Κοινωνικές Επιστήμες
Β' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Μακροοικονομία • Αρχές Μάρκετινγκ • Τουριστική Γεωγραφία • Διοικητική Λογιστική Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων • Διοίκηση Επισιτισμού και Τροφοδοσίας II • Εφαρμογές Πληροφορικής
Γ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Οικονομική του Τουρισμού • Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού • Τουριστική Νομοθεσία • Οργάνωση και Λειτουργία Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας I • Στατιστική Επιχειρήσεων • Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων στον Τουρισμό
Δ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Συνεδρίων & Εκδηλώσεων • Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Λήψη Αποφάσεων • Τουρισμός και Ανάπτυξη • Βάσεις Δεδομένων • Οργάνωση και Λειτουργία Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας II
Ε' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Τουριστική Πολιτική • Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας I • Οργανωσιακή Συμπεριφορά • Πληροφοριακά Συστήματα στον Τουρισμό • Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία • Ποσοτικές Μέθοδοι
ΣΤ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Ποιότητας Υπηρεσιών στον Τουρισμό • Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας II • Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στην Τουριστική Βιομηχανία • Διαχείριση Κρίσεων στην Ξενοδοχειακή και τουριστική Βιομηχανία • Διοίκηση Ελεύθερου Χρόνου • Συμπεριφορά Καταναλωτή στον τουρισμό

	<ul style="list-style-type: none"> • Επικοινωνίες και Δημόσιες Σχέσεις στον Τουρισμό
Ζ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Σχεδιασμός & Διαχείριση Τουριστικών Προορισμών • Μεθοδολογία και Τεχνικές Έρευνας στον Τουρισμό • Στρατηγικό Μάρκετινγκ στη Ξενοδοχειακή και Τουριστική Βιομηχανία • Αγγλική Τουριστική Ορολογία • Γαλλική Τουριστική Ορολογία • Γερμανική Τουριστική Ορολογία
Η' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Πτυχιακή Εργασία • Πρακτική Άσκηση

Πηγή: Εκπαιδευτική κλίμακα

(β) Πρόγραμμα σπουδών Α.Σ.Τ.Ε.

Πίνακας 1.2. – Πρόγραμμα σπουδών Α.Σ.Τ.Ε. Μαθήματα ανά εξάμηνο

Α' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή στον Τουρισμό • Μαγειρική • Εστιατοριακή Τέχνη • Υπηρεσία ορόφων • Οικονομικά Μαθηματικά • Αρχές Διοίκησης • Αρχές Οικονομικής
Β' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Μαζική Παραγωγή Φαγητών • Μπαρ – Ποτά – Οινολογία • Εισαγωγή στους Η/Υ • Διαχείριση Τροφίμων και ποτών • Στατιστική επιχειρήσεων • Γενικές Αρχές Λογιστικής
Γ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Οργάνωση και λειτουργία επισιτιστικών μονάδων • Υπηρεσία Υποδοχής • Τουριστική Οικονομία • Αρχιτεκτονική – εξοπλισμός ξενοδοχείων • Λογιστική εταιριών • Στοιχεία Δικαίου <p>Επιλογή στα μαθήματα:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τουριστική Κοινωνιολογία • Τουριστική Ψυχολογία
Δ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Τήρηση λογαριασμών Πελατών • Μηχανοργάνωση ξενοδοχείων • Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας • Εργασιακές σχέσεις • Αγγλική Τουριστική Ορολογία • Δεύτερη ξένη γλώσσα (Τουριστική Ορολογία)
Ε' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Τουριστικό Μάρκετινγκ • Χρηματοοικονομική Διοίκηση

	<ul style="list-style-type: none"> • Ξενοδοχειακή Νομοθεσία • Διοίκηση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων • Συντήρηση εγκαταστάσεων και εξοπλισμών ξενοδοχείων • Διαπολιτισμική Εκπαίδευση και Επικοινωνία στον τουρισμό <p>Επιλογή ανάμεσα στα μαθήματα:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Έρευνα Τουριστικής Αγοράς • Καταναλωτική Συμπεριφορά Τουρίστα
ΣΤ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Επαγγελματικός Τουρισμός • Προώθηση ξενοδοχειακού προϊόντος • Ξενοδοχειακό λογισμικό • Επιχειρηματικότητα στον τουρισμό • Σεμινάριο τελειόφοιτων • Ψυχαγωγία Ξενοδοχείων <p>Επιλογή ανάμεσα στα μαθήματα:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τουριστική Ανάπτυξη • Τουριστική Πολιτική
Ζ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Πτυχιακή εργασία • Πρακτική Άσκηση

Πηγή: Εκπαιδευτική κλίμακα

(γ) Πρόγραμμα σπουδών ΙΕΚ

Τα μαθήματα τα οποία περιλαμβάνει κάθε ειδικότητα ανά εξάμηνο στα ΙΕΚ του τουρισμού είναι:

Πίνακας 1.3. Ειδικότητα Τεχνικός Επιχειρησιακών μονάδων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, Μαθήματα ανά εξάμηνο

Α' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχές Οικονομικής • Τουρισμός • Οργάνωση - Λειτουργία Ξενοδοχείου I • Διοίκηση Επιχειρήσεων I • Αγγλικά, • Γερμανικά • Marketing • Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα
Β' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Οργάνωση - Λειτουργία Ξενοδοχείου II • Διοίκηση Επιχειρήσεων II • Αγγλικά • Γερμανικά • Οργάνωση - Λειτουργία εστιατορίου • Υγιεινή και Ασφάλεια • Bar • Οινολογία • Πρακτική – εφαρμογή στην ειδικότητα.
Γ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρισμός

	<ul style="list-style-type: none"> • Οργάνωση – Λειτουργία Μαγειρείου • Αγγλικά • Γερμανικά • Τροφογνωσία – Εδεσματολόγιο • Ξενοδοχειακές Εφαρμογές με τη χρήση Η/Υ • Λογιστική Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων • Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα
Δ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Αγγλικά • Γερμανικά • Πρακτική Άσκηση

Πηγή:edu.klimaka

Πίνακας 1.4. Ειδικότητα Τεχνικός Μαγειρικής Τεχνικής – Αρχιμάγειρας, Μαθήματα ανά Εξάμηνο

Α' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά, Αρχές Οικονομικής • Τεχνικός Μαγειρικής I • Στοιχεία Ζαχαροπλαστικής I • Τεχνικές Εγκαταστάσεις – Εξοπλισμός • Έλεγχος Εμπορευμάτων • Πρακτική - εφαρμογή στην ειδικότητα
Β' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Οργάνωση – Λειτουργία Εστιατορίου • Κοστολόγια Παρασκευασμάτων • Οινολογία Υγιεινή και Ασφάλεια • Τέχνη Μαγειρικής II • Στοιχεία Ζαχαροπλαστικής II • Πρακτική - εφαρμογή στην ειδικότητα
Γ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Αγγλικά • Τέχνη Μαγειρικής III • Σύνθεση Μενού • Τεμαχισμός Κρεάτων I • Τροφογνωσία – Εδεσματολογία • Διαιτητική • Πρακτική – εφαρμογή στην ειδικότητα
Δ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Αγγλικά • Διακοσμητική Παρασκευασμάτων • Τέχνη Μαγειρικής III • Τεμαχισμός Κρεάτων II • Πρακτική

Πίνακας 1.5. Ειδικότητα Τεχνικός Αρτοποιός – Ζαχαροπλαστικής, Μαθήματα ανά Εξάμηνο

Α' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Αρχές Οικονομικής • Τεχνικές Εγκαταστάσεις • Εξοπλισμός • Έλεγχος Εμπορευμάτων • Πρώτες Ύλες και προϊόντα Αρτοποιίας – Ζαχαροπλαστικής • Ζαχαροπλαστική Τέχνη • Πρακτική – εφαρμογή στην ειδικότητα
Β' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Ζαχαροπλαστική Τέχνη • Αρτοποιητική Τέχνη • Υγιεινή και Ασφάλεια • Κοστολόγιο Παρασκευασμάτων • Στοιχεία Συστημάτων Διαχείρισης της Ποιότητας(HACCP) • Πρακτική – εφαρμογή στην ειδικότητα
Γ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Αγγλικά, • Ζαχαροπλαστική Τέχνη • Αρτοποιητική Τέχνη • Διαιτητική • Αρχές Νομοθεσίας Τροφίμων Επαγγέλματος • Πρακτική – εφαρμογή στην ειδικότητας
Δ' εξάμηνο	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλλικά • Αγγλικά • Ζαχαροπλαστική Τέχνη • Αρτοποιητική Τέχνη • Πρακτική Άσκηση

Πηγή: <http://www.mintour.edu.gr>

Οι προϋποθέσεις, η διαδικασία εισαγωγής και ο αριθμός των εισακτέων ανά μονάδα κατάρτισης ορίζεται κατά τους θερινούς μήνες στην προκήρυξη εισαγωγής καταρτισμένων. Η φοίτηση έχει διάρκεια πέντε εξάμηνα κατά τα οποία τα τέσσερα πρώτα περιλαμβάνουν θεωρητική και εργαστηριακή κατάρτιση διάρκειας 1200 ωρών και το τελευταίο εξάμηνο πραγματοποιείται η πρακτική άσκηση διάρκειας 960 ωρών.

(δ) Πρόγραμμα σπουδών σχολών Υπουργείου Τουρισμού

Οι ειδικότητες μεταξύ των οποίων μπορούν να επιλεγθούν από τον υποψήφιο σπουδαστή από τις σχολές του Υπουργείου Τουρισμού είναι οι εξής:

Πίνακας 1.6. Ξενοδοχειακή Τεχνική

A. Τμήμα Λειτουργίας Υποδοχής	B. Τμήμα Μηχανογράφησης Υποδοχής
• Θυρωρός - Νυκτοθυρωρός	• Υπάλληλος Υποδοχής
• Εξωτερικός Θυρωρός (Dorman)	• Βοηθός Υποδοχής
• Τηλεφωνητής/τρια	• Υπάλληλος Τήρησης Λογαριασμών Πελατών
• Προϊστάμενος ορόφων	• Προϊστάμενος/η Ορόφων
• Γκρούμ	• Αποθηκάριος

Πηγή: Εκπαιδευτική Κλίμακα

Πίνακας 1.7. Εστιατοριακής Τεχνικής

A. Τμήμα Εστιατοριακής Τεχνικής	B. Τμήμα Εστιατοριακής Bar - Οινογνωσίας
• Εστιάρχος (Maitre)	• Εστιάρχος (Maitre)
• Υπεστιάρχος (Sous Maitre)	• Υπεστιάρχος (Sous Maitre)
• Αρχισερβιτόρος (Captain)	• Αρχισερβιτόρος (Captain)
• Σερβιτόρος	• Σερβιτόρος – Σερβιτόρος Bar
• Βοηθός Σερβιτόρου	• Μπάρμαν – Βοηθός Μπάρμαν
• Ταμίας - Ελεγκτής (Ταμπλίστας)	

Πηγή: Εκπαιδευτική Κλίμακα

Πίνακας 1.8. Μαγειρικής Τεχνικής

A. Τμήμα Μαγειρικής Τεχνικής	B. Τμήμα Μαζικής Παραγωγής Φαγητών
• Μπουφειτζής	• Αρχιμάγειρας
• Μπουφειτζής Α	• Μάγειρας Α
• Μάγειρας Γ	• Μάγειρας Γ
• Ψήστης	
• Τηγανιέρης	
• Τεχνικός Πίτσας	
• Κρεατοκόπτης	

Πηγή: edu.klimaka

Πίνακας 1.9. Τομέας Ζαχαροπλαστικής Τέχνης, Ειδικότητες

• Ζαχαροπλάστης – Αρτοποιός
• Τεχνίτης Ζαχαροπλαστικής
• Βοηθός Τεχνίτη Ζαχαροπλαστικής

Πηγή: edu.klimaka

Πίνακας 1.10. Τομέας Οροφοκομίας, Ειδικότητες

• Προϊστάμενος/η Ορόφων
• Προϊστάμενος/η Λινοθήκης και Πλυντηρίου
• Καμαριέρα
• Οροφοκόμος (Βαλές

Πηγή:edu.klimaka

Για την αποδοχή τους οι υποψήφιοι θα πρέπει:

- Να είναι κάτοχοι απολυτηρίου υποχρεωτικής εκπαίδευσης (Δημοτικού). Ισχύει για όσους αποφοίτησαν μέχρι το 1980.
- Να είναι κάτοχοι απολυτηρίου 3τάξιου Γυμνασίου. Ισχύει για όσους αποφοίτησαν μετά το 1981, σύμφωνα με το Π.Δ 739/1.8.80.
- Οι υποψήφιοι κάτοχοι των παραπάνω τίτλων από το εξωτερικό (Έλληνες, Έλληνες το γένος, αλλοδαποί) για τη συμμετοχή τους υποχρεούνται στην κατάθεση πιστοποιητικού ελληνομάθειας επιπέδου Β΄ από το Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας , καθώς και ισοτιμία και αντιστοιχία του τίτλου.
- Για τους πρόσκαιρα άνεργους, η διάρκεια ανεργίας από την ημερομηνία έναρξης του προγράμματος να μην υπερβαίνει τους 6 ½ μήνες (δηλαδή ανεργία από 15/08/12-1/3/13).
- Να είναι ηλικίας έως 55 ετών.
- Να έχουν επιλεγεί από τις Επιτροπές, οι οποίες ορίζονται σύμφωνα με το ν. 1077/80 άρθρο 14 παρ. 1.
- Ο υποψήφιος, να έχει ολοκληρώσει ή νομίμως απαλλαγεί από τις στρατιωτικές του υποχρεώσεις πέραν της τελευταίας 3ετίας.

(Πηγή: www.e-dimosio.gr)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2:ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Q1. Πως θα ορίζατε μια καλή περίπτωση συνεργασίας μεταξύ ενός τριτοβάθμιου εκπαιδευτικού ιδρύματος και εργοδοτών/επιχειρήσεων στον τουριστικό-ξενοδοχειακό τομέα;

PR1. Τι επί μέρους κέρδη θεωρείτε ότι θα αποκοιμίζατε μέσα από ένα πρόγραμμα συνεργασίας, δηλαδή από ένα πρόγραμμα που καλλιεργεί συστηματικές συνεργασίες και χτίζει σχέσεις μεταξύ τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και εργοδοτών στο τουριστικό-ξενοδοχειακό τομέα;

PR2. Τι θα ήσασταν διατεθειμένοι να δώσετε, για να μεγιστοποιήσετε τα οφέλη που θα προέκυπταν από το πρόγραμμα συνεργασίας, για εσάς ως εργοδότες και τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους (ιδρύματα και φοιτητές);

Q2. Γνωρίζετε εάν υπάρχει αυτή τη στιγμή κάποια συνεργασία μεταξύ τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που προσφέρουν προγράμματα σπουδών στο τουρισμό και την ξενοδοχεία, με επιχειρήσεις στον τουριστικό-ξενοδοχειακό τομέα;

Q3. Ποια είναι τα δυνατά σημεία αυτής (της παραπάνω) συνεργασίας;

Q4. Ποια είναι τα αδύναμα σημεία αυτής (της παραπάνω) συνεργασίας;

Q5. Θεωρείτε ότι οι απόφοιτοι τουριστικών και ξενοδοχειακών σπουδών των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς;

PR1. (Εάν όχι) Γιατί; Από ποια άποψη;

Q6. Πώς, με ποίο τρόπο θεωρείτε ότι μπορούν να συμμετέχουν οι εργοδότες στο σχεδιασμό προγραμμάτων σπουδών;

PR1. Πώς θα μπορούσε αυτό (η συμμετοχή των εργοδοτών στην ανάπτυξη προγραμμάτων σπουδών) να συνεισφέρει στη σύνδεση εκπαίδευσης και αγοράς;

Q7. Πώς θεωρείτε ότι θα μπορούσαν οι εργοδότες/επαγγελματίες να συμμετάσχουν στην **καθημερινή** εκπαιδευτική διαδικασία (π.χ., μέσα από παραδόσεις μαθημάτων, guest lectures κ.α.) στα πανεπιστημιακά εκπαιδευτικά ιδρύματα που προσφέρουν σπουδές στον τουρισμό και την φιλοξενία;

- PR1.* Πώς θα μπορούσε αυτό (η συμμετοχή των εργοδοτών στη καθημερινή εκπαιδευτική διαδικασία) να συνεισφέρει στη σύνδεση εκπαίδευσης και αγοράς;
- Q8. Πώς αξιολογείτε το θεσμό της πρακτικής άσκησης; Πόσο αποτελεσματικός είναι;
- PR1.* (Εάν δεν τον θεωρείτε ιδιαίτερα αποδοτικό) Έχετε κάποιες προτάσεις για να βελτιωθεί;
- Q9. Ποιες άλλες δράσεις και δραστηριότητες θα μπορούσαν να ενδυναμώσουν την συνεργασία και την αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ των εργοδοτών / επιχειρηματιών στον τουρισμό και των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που προσφέρουν προγράμματα σπουδών τουρισμού και φιλοξενίας;
- PR1.* Γιατί θεωρείτε ότι αυτές οι δράσεις/δραστηριότητες θα συμβάλουν στη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ ιδρυμάτων και επιχειρήσεων;
- PR2.* Πώς θεωρείτε ότι αυτές οι δράσεις θα επιτύχουν το σκοπό τους;
- Q10. Τώρα φανταστείτε ότι είστε υπεύθυνος/η για το σχεδιασμό ενός προγράμματος συνεργασίας μεταξύ ενός τριτοβάθμιου ιδρύματος και της τουριστικής βιομηχανίας (H&T industry). Ποια θα ήταν τα βασικά συστατικά στοιχεία και χαρακτηριστικά του προγράμματος αυτού;
- PR1.* Ποιες θεωρείτε ότι θα ήταν οι μεγαλύτερες προκλήσεις που πιθανόν θα είχατε να διαχειριστείτε;
- PR2.* Πώς/με ποιο τρόπο θα διαχειριζόσασταν αυτές τις προκλήσεις;
- PR3.* Πώς/με ποιο τρόπο θα μετρούσατε την επιτυχία του προγράμματος σας;
- Q11. Τι κίνητρα θα δίνετε στους εργοδότες/επιχειρηματίες για να τους πείσετε να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα αυτό;
- Q12. Τι κίνητρα θα δίνετε στους ακαδημαϊκούς για να τους πείσετε να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα αυτό;
- Q13. Τι κίνητρα θα δίνετε στους φοιτητές για να τους πείσετε να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα αυτό;
- Q14. Πώς (με ποιόν/ους τρόπο/ους) θα επιτυγχάνατε μια αποτελεσματική επικοινωνία και διασύνδεση μεταξύ ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και επαγγελματικών φορέων;
- Q15. Υπάρχει κάτι άλλο που θεωρείτε ότι θα πρέπει να αναφέρετε στα πλαίσια της συζήτησής μας;