

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ -
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

Διπλωματική Εργασία

**Διακρίσεις στον εργασιακό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων: Η
μεταβλητή του φύλου**

Καραγεωργίου Γαλατιανή Μαρία, ΔΕΜΤ 2208

Επιβλέπων καθηγήτρια: Δρ. Χυτήρη Παρασκευή Αλεξάνδρα

Πειραιάς, Νοέμβριος 2024

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο:

«Διακρίσεις... στην... Εργασιακό... χώρο... των... Τουριστικών... Επιχειρήσεων: Η μεταβίβαση του φύλου»
 έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδικτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή

Όνοματεπώνυμο

Καρφωργίου..... Γαλακίανη - Μαρία

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη διερευνά τις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων, με έμφαση στη μεταβλητή του φύλου. Ο τουρισμός είναι η πιο ισχυρή βιομηχανία της χώρας μας, αντιπροσωπεύοντας πάνω από το ένα πέμπτο της συνολικής οικονομικής παραγωγής και προσφέροντας απασχόληση σε περίπου το ένα τέταρτο του εργατικού δυναμικού, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού. Αν και ο τουριστικός κλάδος παρέχει μεγάλες ευκαιρίες για ενδυνάμωση και επαγγελματική ανάπτυξη, υπάρχουν σημαντικές ανισότητες στα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Ένα από τα χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η σύνθεση του εργατικού δυναμικού στον τομέα του τουρισμού, που αποτελείται κυρίως από γυναίκες. Για την εύρεση πιθανών εξηγήσεων και λύσεων στο ζήτημα των διακρίσεων, είναι απαραίτητο να μελετήσουμε πώς αυτές εμφανίζονται στον εργασιακό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, εξετάζοντας τη μεταβλητή του φύλου. Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει πώς η διάκριση φύλου στις τουριστικές επιχειρήσεις αποτυπώνεται στον χώρο εργασίας των εργαζομένων. Μέσα από αυτή την ανάλυση, επιδιώκεται η κατανόηση για τους λόγους και τους τρόπους με τους οποίους οι διακρίσεις επηρεάζουν τις γυναίκες στον τουριστικό κλάδο, και να προταθούν μέτρα που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη μείωση αυτών των ανισοτήτων.

Λέξεις κλειδιά: Διακρίσεις φύλου, Διακρίσεις, Τουρισμός, τουριστικός κλάδος, τουριστικές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις φιλοξενίας, ανθρώπινα δικαιώματα

Abstract

This study investigates workplace discrimination within tourism businesses, with a focus on the gender variable. Tourism is the most robust industry in our country, accounting for over one-fifth of the total economic output and providing employment for approximately one-quarter of the workforce, according to the World Travel & Tourism Council. Although the tourism sector offers significant opportunities for empowerment and professional development, notable inequalities persist in its qualitative characteristics. A characteristic example is the composition of the workforce in the tourism sector, which predominantly consists of women. To identify potential explanations and solutions to the issue of discrimination, it is essential to examine how these disparities manifest in the workplace of tourism businesses in Greece, with emphasis on gender. The aim of this paper is to analyze how gender discrimination in tourism businesses is reflected in employees' workplaces. Through this analysis, the goal is to understand the reasons and ways in which discrimination impacts women in the tourism sector and to propose measures that could contribute to reducing these inequalities.

Keywords: Gender discrimination, Discrimination, Tourism, Tourism sector, Tourism businesses, Hospitality businesses, Human rights

Περιεχόμενα

Περίληψη	3
Διακρίσεις στον εργασιακό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων: Η μεταβλητή του φύλου	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
Κεφάλαιο 2 ^ο Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη	13
2.1. Ο Τουρισμός και τα χαρακτηριστικά του	13
2.2. Ο Τουρισμός σε Διεθνές επίπεδο.....	14
2.3. Τουρισμός σε ευρωπαϊκό, βαλκανικό επίπεδο και στη λεκάνη της Μεσογείου	16
2.4. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	20
2.5. Η τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα.....	22
2.6. Η έννοια της Τουριστικής επιχείρησης.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Διακρίσεις στην εργασία	27
3.1. Η εννοιολογία των διακρίσεων	27
3.2. Η ισότητα των φύλων	28
3.3. Η έννοια της «διπλής παρουσίας» των γυναικών και η τουριστική εργασία	29
3.4. Γενικά στοιχεία διακρίσεων στην τουριστική εργασία & φύλο	31
3.6. Επαγγελματικός διαχωρισμός φύλου στα τουριστικά επαγγέλματα	34
3.7. Άτυπη εργασία & πρόσληψη και τουριστικές επιχειρήσεις	35
3.8. Γυάλινη οροφή, sticky ground & τουριστική εργασία	37

3.9. Πρότυπα ομορφιάς και τουριστική εργασία	40
3.10. Σεξουαλική παρενόχληση.....	41
ΚΕΦΆΛΑΙΟ 4 ^ο Μεθοδολογία	44
4.1.Πληθυσμός και Δείγμα	44
4.2. Μεθοδολογική Προσέγγιση και Εργαλεία.....	45
4.3. Διαδικασία	48
4.4. Ανάλυση.....	50
ΚΕΦΆΛΑΙΟ 5 ^ο Αποτελέσματα & Συζήτηση	51
5.1. Δημογραφικά αποτελέσματα	51
5.2. Ανάλυση των εργασιακών κατηγοριών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης των συμμετεχόντων	53
5.3. Ανάλυση των εργασιακών κατηγοριών σε σχέση με τις επιπτώσεις των διακρίσεων στους συμμετέχοντες.....	55
5.4. Ανάλυση των δημογραφικών μεταβλητών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης των συμμετεχόντων	56
5.5. Ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών σε σχέση με τις επιπτώσεις των διακρίσεων στους συμμετέχοντες.....	59
5.6. Ανάλυση της εμπειρίας των διακρίσεων και των εργασιακών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων.	61
ΚΕΦΆΛΑΙΟ 6 ^ο Συμπεράσματα	63
6.1. Περίληψη & Συμπεράσματα.....	63

6.2. Περιορισμοί	65
6.3.Ερμηνεία και Συμπεράσματα (Implications)	65
6.4. Μελλοντική έρευνα.....	67
Βιβλιογραφία	69

Διακρίσεις στον εργασιακό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων: Η μεταβλητή του φύλου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κλάδος του τουρισμού και της φιλοξενίας αποτελεί μια από τις πιο δυναμικές και απαιτητικές βιομηχανίες παγκοσμίως, επηρεάζοντας εκατομμύρια ανθρώπους τόσο ως εργαζόμενους όσο και ως πελάτες (World Travel & Tourism Council, 2023). Η επιτυχία σε αυτόν τον τομέα δεν βασίζεται μόνο στις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και στην αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων (Eurofound, 2022). Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, η κοινωνική υποστήριξη είναι απαραίτητη, είτε εκφράζεται μέσω συναισθηματικής ενθάρρυνσης, πληροφόρησης, είτε οργανωτικών μέσων. Παρά τις απαιτήσεις αυτές, ωστόσο, το οργανωτικό πλαίσιο στον κλάδο της φιλοξενίας αποτελεί συχνά πηγή προβλημάτων (ILO, 2021). Πολλοί υποστηρίζουν ότι το περιβάλλον εργασίας χαρακτηρίζεται από κακή οργάνωση, υψηλή εργασιακή πίεση, χαμηλή δυνατότητα αυτονομίας και συχνά κακή μεταχείριση ευάλωτων εργαζομένων, γεγονός που πλήττει την αποδοτικότητα και την ψυχική ευημερία των ατόμων που εργάζονται σε αυτόν τον τομέα (World Travel & Tourism Council, 2023). Αυτό είναι ιδιαίτερα αισθητό στον συγκεκριμένο κλάδο λόγω του υψηλού επιπέδου αλληλεπίδρασης με τους πελάτες, της υψηλής πίεσης και της αρχής «Customer is the king» που χρησιμοποιούν πολλές επιχειρήσεις φιλοξενίας και τουρισμού (Zhou et al., 2021).

Επιπλέον, αυτές οι δυσμενείς συνθήκες μπορούν να επιδεινωθούν από την ύπαρξη διακρίσεων στον χώρο εργασίας, γεγονός που μπορεί να πλήξει ακόμα περισσότερο την ομαλή συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων και να αυξήσει την ένταση στο εργασιακό περιβάλλον. Σύμφωνα με πρόσφατες αναλύσεις της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ILO), το 60-70% των

εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας αποτελείται από γυναίκες. Παρ' όλα αυτά, οι γυναίκες εξακολουθούν να αμείβονται με χαμηλότερους μισθούς και είναι πολύ λιγότερο πιθανό να καταλάβουν διευθυντικές θέσεις συγκριτικά με τους άνδρες. Αυτή η ανισότητα υπογραμμίζει το παράδοξο ότι, ενώ οι γυναίκες αποτελούν την πλειοψηφία των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα, συγκαταλέγονται στις πιο ευάλωτες ομάδες όσον αφορά τις συνθήκες εργασίας και τις επαγγελματικές ευκαιρίες (ILO, 2019, Hotel Management

Μια έρευνα της McKinsey αναδεικνύει ότι οι γυναίκες είναι υπεύθυνες για το 70% των αποφάσεων αγοράς που σχετίζονται με τον τουρισμό. Ωστόσο, οι διακρίσεις στο χώρο εργασίας συνεχίζουν να περιορίζουν τις ευκαιρίες τους για επαγγελματική εξέλιξη. Επιπλέον, χώρες όπως η Τανζανία, που εξαρτώνται από τον τουρισμό, παρουσιάζουν έντονες ανισότητες φύλου, με τις γυναίκες να περιορίζονται σε χαμηλόμισθες θέσεις και να αποκλείονται από ανώτερα διοικητικά πόστα (McKinsey, 2021). Ορισμένα χαρακτηριστικά του κλάδου, όπως η ασταθής εργασία, ο κατακερματισμός του κλάδου και οι ακανόνιστες ώρες εργασίας θέτουν πρόσθετες προκλήσεις για τις εργαζόμενες. Επιπλέον, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να βιώσουν στο χώρο εργασίας διαφορές μορφές διακρίσεων. Ωστόσο, έρευνες που διεξήχθησαν στη Νέα Ζηλανδία αποκαλύπτουν ότι οι επαγγελματίες στον τομέα της φιλοξενίας δεν διαθέτουν βαθιά γνώση αυτού του ζητήματος (Hamad & Tanova, 2021). Αυτό το παράδοξο αναδεικνύει την ανάγκη για περαιτέρω έρευνα και ανάλυση, με στόχο την κατανόηση των αιτίων και των μηχανισμών που οδηγούν σε αυτές τις διακρίσεις, καθώς και την ανάπτυξη στρατηγικών για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας και την προώθηση της ισότητας των φύλων στον τουριστικό κλάδο.

Ο τουρισμός λειτουργεί ως καθοριστικός παράγοντας στην επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης και στην προώθηση της ισότητας των φύλων. Μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, κυρίως για γυναίκες, ο κλάδος συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική

ενδυνάμωση και την ενίσχυση της ισότητας των φύλων (Zhou et al., 2021). Επιπλέον, βοηθά στη μείωση των ανισοτήτων, καθώς προσφέρει ευκαιρίες στις γυναίκες και άλλες ευάλωτες ομάδες, κάτι που προάγει την οικονομική ανάπτυξη και την αξιοπρεπή εργασία (ILO, 2010). Η αυξανόμενη συμμετοχή των γυναικών στον τουριστικό τομέα ενισχύει τις προσπάθειες για την καταπολέμηση των ανισοτήτων και την προώθηση ίσων συνθηκών εργασίας (Hamad & Tanona, 2021).

Παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί, υπάρχουν ακόμη πολλές προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν για την επίτευξη καθολικής ισότητας. Η βιωσιμότητα στον τουρισμό συνδέεται άρρηκτα με την εξασφάλιση αξιοπρεπούς εργασίας, την ισότητα των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών, καθώς αυτοί οι παράγοντες ενισχύουν την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική δικαιοσύνη. Όταν οι γυναίκες έχουν πρόσβαση σε ίσες ευκαιρίες στον τουρισμό, όχι μόνο προωθείται η προσωπική τους ενδυνάμωση, αλλά ενισχύεται επίσης η συμμετοχή τους σε διαδικασίες βιώσιμης διαχείρισης και κοινωνικής ευημερίας (Zhou et al., 2021). Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, είναι απαραίτητο να ξεπεραστούν τα περιστατικά και οι ανισότητες που σχετίζονται με το φύλο και που εξακολουθούν να υφίστανται σε πολλούς οργανισμούς, στην οικογένεια και στην κοινωνία γενικότερα (ILO, 2010). Η έρευνα στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού στη βιομηχανία φιλοξενίας είναι κρίσιμη, καθώς αυτό θα βοηθήσει στην κατανόηση και την αντιμετώπιση των προκλήσεων που αφορούν στην ισότητα των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών. Συμπερασματικά, η προώθηση της ισότητας των φύλων στον τομέα του τουρισμού δεν είναι μόνο ζήτημα δικαιοσύνης, αλλά και απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Η συνεχής έρευνα και οι πρωτοβουλίες για την ενδυνάμωση των γυναικών μπορούν να διασφαλίσουν ένα πιο βιώσιμο και δίκαιο μέλλον για όλους. (Hamad & Tanona, 2021, UNWTO, 2024)

Με αφορμή αυτό το γεγονός, η παρούσα έρευνα θα εστιάσει στο πως οι διακρίσεις παρουσιάζονται στις τουριστικές επιχειρήσεις. Μέσα από αυτή την ανάλυση, επιδιώκουμε να κατανοήσουμε τους λόγους και τους τρόπους με τους οποίους οι διακρίσεις επηρεάζουν τους εργαζόμενους, ιδιαίτερα τις γυναίκες, στον τουριστικό κλάδο και να προτείνουμε μέτρα που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη μείωση αυτών των ανισοτήτων. Η παρούσα έρευνα υποθέτει ότι οι γυναίκες εργαζόμενες στις τουριστικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν υψηλότερα επίπεδα διακρίσεων σε σύγκριση με τους άνδρες συναδέλφους τους. Αυτή η υπόθεση θα διερευνηθεί μέσω της συλλογής και ανάλυσης ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων, προκειμένου να κατανοηθούν οι μηχανισμοί που οδηγούν σε αυτές τις διακρίσεις και να αναπτυχθούν στρατηγικές για την αντιμετώπισή τους.

Η μελέτη δομείται σε έξι κεφάλαια: το κεφάλαιο 2 παρέχει μια βιβλιογραφική ανασκόπηση των σχετικών ερευνών στον τομέα του τουρισμού, καταγράφοντας τις υπάρχουσες γνώσεις και θεωρίες σχετικά με τις διακρίσεις και την ισότητα των φύλων. Το κεφάλαιο 3, το οποίο αποτελεί τον πυρήνα της έρευνας, εξετάζει τις μορφές και τις εκδηλώσεις των διακρίσεων με βάση το φύλο στις τουριστικές επιχειρήσεις, παρουσιάζοντας συγκεκριμένα παραδείγματα και περιπτώσεις. Το κεφάλαιο 4 περιγράφει αναλυτικά τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη συλλογή και την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας, συμπεριλαμβανομένων των εργαλείων και των διαδικασιών που χρησιμοποιήθηκαν. Στο κεφάλαιο 5 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των δεδομένων, με τη βοήθεια γραφημάτων, πινάκων και στατιστικών αναλύσεων. Το κεφάλαιο 6 περιλαμβάνει τη συζήτηση των ευρημάτων, συγκρίνοντας τα αποτελέσματα της έρευνας με τις προϋπάρχουσες μελέτες και αναλύοντας τις ομοιότητες και τις διαφορές. Τέλος, το κεφάλαιο αυτό καταλήγει στα συμπεράσματα της έρευνας και προτείνει κατευθύνσεις για μελλοντικές έρευνες, καθώς και πρακτικές συστάσεις

για την αντιμετώπιση των ανισοτήτων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Μέσα από αυτή τη δομημένη προσέγγιση, η έρευνα φιλοδοξεί να συμβάλει στην κατανόηση και την επίλυση των ζητημάτων ανισότητας στον τουριστικό κλάδο, προάγοντας την ίση μεταχείριση και τις ίσες ευκαιρίες για όλους τους εργαζόμενους

Κεφάλαιο 2^ο Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη

2.1. Ο Τουρισμός και τα χαρακτηριστικά του

Τόσο η ελληνική όσο και η ξένη λογοτεχνία έχουν εξετάσει διάφορες πτυχές του τουρισμού, προσφέροντας ποικίλους ορισμούς για αυτήν την έννοια. Ένα κοινό χαρακτηριστικό ανάμεσα σε αυτούς τους ορισμούς είναι η αναγνώριση του τουρισμού ως δραστηριότητας που συνδέεται με την ανθρώπινη επικοινωνία, την αναψυχή και τη δημιουργία νέων εμπειριών μέσω των ταξιδιωτικών προορισμών.

Ένας από τους πιο ευρέως αποδεκτούς ορισμούς προέρχεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΕ), ο οποίος περιγράφει τον τουρισμό ως τις δραστηριότητες ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε τόπους διαφορετικούς από το καθημερινό τους περιβάλλον για αναψυχή. Αυτές οι δραστηριότητες επιτρέπουν στους ανθρώπους να απομακρυνθούν από τις πιέσεις της καθημερινότητας, να εξασκηθούν και να αναπτύξουν επιχειρηματικές δραστηριότητες, με συνήθως μια διάρκεια λιγότερη του ενός έτους. Συνολικά, ο τουρισμός καλύπτει μια εκτεταμένη γκάμα δραστηριοτήτων και υπηρεσιών όπως μεταφορές, διαμονή, ψυχαγωγία, αθλητικές δραστηριότητες, εστιατόρια και αγορές, που συμβάλλουν στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινοτήτων. Επιπλέον, ο τουρισμός ενθαρρύνει τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την οικονομική ανάπτυξη μέσω της αύξησης των επενδύσεων.

Σε γενικές γραμμές, έχει ξεχωριστά οικονομικά χαρακτηριστικά που τον ξεχωρίζουν από άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας. Προκειμένου να κατανοηθεί η επίδραση του τουρισμού στην τοποθεσία υποδοχής, είναι σκόπιμο να αναφερθούν αυτά τα χαρακτηριστικά, όπως αναλύθηκαν από τους Ηγουμενάκη και Κραβαρίτη (2004). Το αρχικό χαρακτηριστικό είναι ότι ο τουρισμός δεν παράγει απτά προϊόντα που μπορούν να εξαχθούν μεταξύ των χωρών. Αντίθετα, οι τουρίστες αποκτούν άμεσα ή έμμεσα άυλα τουριστικά προϊόντα, όπως τουριστικές

υπηρεσίες, τα οποία καταναλώνονται στον τόπο προέλευσής τους για να εκπληρώσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες. Το δεύτερο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι ότι οι τουρίστες περιμένουν από έναν τουριστικό προορισμό να διαθέτει την κατάλληλη τουριστική υποδομή για την παροχή υψηλού επιπέδου τουριστικών υπηρεσιών, όχι μόνο από την άποψη της ποσότητας, αλλά κυρίως από την άποψη της ποιότητας. Τέλος, το τρίτο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι ότι είναι ένα σύνθετο προϊόν που επηρεάζεται άμεσα και έμμεσα από διάφορους άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας (Ηγουμενάκη & Κραβαρίτης, 2004).

Βασική πτυχή του τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα του, που είναι καθοριστικό χαρακτηριστικό. Επιπλέον, επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες όπως οι οικονομικές κρίσεις, η πολιτική σταθερότητα, οι κλιματικές συνθήκες, οι διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών και η ειρήνη του καθεστώτος μιας χώρας. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός είναι ευαίσθητος στις διακυμάνσεις της τιμής και του εισοδήματος, καθώς ακόμη και μικρές προσαρμογές σε αυτές τις πτυχές μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη ζήτηση για τουρισμό (Ηγουμενάκη & Κραβαρίτης, 2004).

2.2. Ο Τουρισμός σε Διεθνές επίπεδο

Ο τουρισμός είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία πολλών οικονομιών σε όλο τον κόσμο. Ακριβώς για αυτό, έχουν αναφερθεί πολλοί τρόποι με τους οποίους ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, τη μείωση της φτώχειας και την ενθάρρυνση δραστηριοτήτων που παράγουν εισόδημα προς όφελος των τοπικών κοινοτήτων στις περιοχές προορισμού (García-Rodríguez, et al.). Επιπλέον, ισχύει τα έσοδα της οικονομίας, δημιουργεί χιλιάδες θέσεις εργασίας, αναπτύσσει τις υποδομές μιας χώρας και καλλιεργεί μια αίσθηση

πολιτιστικής ανταλλαγής μεταξύ τουριστών-επισκεπτών και πολιτών. (Yehia, 2019). Μάλιστα, σε πολλές χώρες λειτουργεί ως μοχλός ανάπτυξης μέσω των κερδών σε ξένο συνάλλαγμα και της δημιουργίας άμεσης και έμμεσης απασχόλησης (WTO,2023), έτσι, συνεισφέρει το 5% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 7% των θέσεων εργασίας παγκοσμίως. (Pololikashvili, 2019). Πιο συγκεκριμένα, η συνεισφορά του τουρισμού ανέρχεται σε 8,9 τρις δολάρια (2019) ή στο 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Ταυτόχρονα, τα έσοδα από τον τουρισμό (ως δείκτης εξαγωγών) ανήλθαν σε 1,815 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2019 (data.worldbank.org, 2020)

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρεται η άμεση και έμμεση επιρροή που έχει ο τουρισμός ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ. Οι τιμές του ΑΕΠ είναι τρέχουσες και δηλωμένες σε δολάριο (WTTC, 2024).

Έτος	Παγκόσμιο ΑΕΠ (Τρισεκατομμύρια δολάρια)	Άμεση Επιρροή (Τρισεκατομμύρια δολάρια)	Έμμεση Επιρροή (Τρισεκατομμύρια δολάρια)
2010	66.1	2.38	6.15
2011	73.0	2.70	6.94
2012	74.4	2.83	7.15
2013	76.3	2.98	7.47
2014	78.9	3.08	7.81
2015	75.4	2.87	7.39
2016	76.2	2.82	7.32
2017	80.7	3.15	8.07

2018	85.3	3.41	8.71
2019	87.6	3.59	9.12
2020	84.5	1.61	4.14
2021	94.1	2.35	6.31
2022	101.5	3.15	8.24
2023	105.7	3.81	9.51

Πίνακας 1: Τουριστική βιομηχανία ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ 2010-2023

Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού αναφέρονται στους διάφορους τρόπους με τους οποίους ο τουρισμός μπορεί να επηρεάσει τα συστήματα αξιών, την ατομική συμπεριφορά, τη δυναμική της οικογένειας, τον συλλογικό τρόπο ζωής, την ηθική συμπεριφορά, τις δημιουργικές εκφράσεις, τις παραδοσιακές τελετές και τις κοινοτικές δομές. Αυτές οι επιπτώσεις φαίνονται στους ανθρώπους των κοινοτήτων υποδοχής μέσω των άμεσων και έμμεσων αλληλεπιδράσεων τους με τους τουρίστες. Η μέτρηση της πλήρους έκτασης αυτών των κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων του τουρισμού αποτελεί αφορμή για μετέπειτα έρευνα (Pizam & Milman, 1986).

2.3. Τουρισμός σε ευρωπαϊκό, βαλκανικό επίπεδο και στη λεκάνη της Μεσογείου

Ο τουρισμός σε ευρωπαϊκό, βαλκανικό και μεσογειακό επίπεδο αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς τομείς της οικονομίας για πολλές χώρες, συμβάλλοντας όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και στην πολιτιστική ανταλλαγή και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Οι περιοχές αυτές προσφέρουν ποικιλία τουριστικών προορισμών που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο, είτε αυτοί επιδιώκουν να γνωρίσουν την πλούσια ιστορία και τον πολιτισμό είτε επιθυμούν να απολαύσουν τη φυσική ομορφιά και τη χαλάρωση.

a) Ευρωπαϊκός τουρισμός

Η Ευρώπη είναι η κορυφαία τουριστική περιοχή στον κόσμο, φιλοξενώντας τον μεγαλύτερο αριθμό διεθνών τουριστικών αφίξεων, οι οποίες ανέρχονται σε εκατοντάδες εκατομμύρια κάθε χρόνο. Η σημασία του τουρισμού για την ευρωπαϊκή οικονομία είναι τεράστια, καθώς συμβάλλει σε ποσοστό 10% στο ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και υποστηρίζει πάνω από 27 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα. Ο τουρισμός προσφέρει απασχόληση σε διάφορους τομείς, από τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια μέχρι τις μεταφορές και τις τουριστικές υπηρεσίες, ενώ η εισροή ξένου συναλλάγματος από τους επισκέπτες έχει καθοριστική σημασία για την οικονομική σταθερότητα πολλών ευρωπαϊκών χωρών (Eurostat, 2022).

Ο πολιτιστικός και ιστορικός τουρισμός είναι αναμφισβήτητα από τους πιο σημαντικούς κλάδους του ευρωπαϊκού τουρισμού. Οι μεγάλες πόλεις όπως το Παρίσι, η Ρώμη, το Λονδίνο και η Αθήνα, με τα παγκοσμίου φήμης πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία τους, αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς για εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο. Ειδικά ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει στην οικονομική ευημερία των περιοχών αυτών, αφού τα έσοδα που προκύπτουν από τα μουσεία, τα ιστορικά μνημεία και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις στηρίζουν και τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (UNWTO, 2023). Παράλληλα, η αύξηση του οικοτουρισμού και του αγροτουρισμού έχει συμβάλει στην προώθηση περιοχών που δεν ήταν παραδοσιακά τουριστικοί προορισμοί, προσφέροντας οικονομικά οφέλη σε αγροτικές και απομακρυσμένες περιοχές.

b) Βαλκανικός τουρισμός

Ο τουρισμός στα Βαλκάνια έχει σημειώσει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, με τις χώρες της περιοχής να προσφέρουν μοναδικούς προορισμούς τόσο για φυσιολάτρες όσο και για λάτρες της ιστορίας και του πολιτισμού. Ο βαλκανικός τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία της περιοχής, με χώρες όπως η Κροατία, η Σερβία, η Βουλγαρία και το Μαυροβούνιο να βασίζονται όλο και περισσότερο στις τουριστικές αφίξεις για την οικονομική τους ανάπτυξη. Στην Κροατία, για παράδειγμα, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει πάνω από το 20% του ΑΕΠ, γεγονός που την καθιστά μία από τις χώρες με τη μεγαλύτερη εξάρτηση από τον τουριστικό τομέα στην Ευρώπη (Balkan Insight, 2023).

Ο φυσικός πλούτος των Βαλκανίων, με τα βουνά, τις λίμνες και τα ποτάμια, προσφέρει μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη του οικοτουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού. Οι δημοφιλείς δραστηριότητες περιλαμβάνουν την πεζοπορία, την ορειβασία και τα θαλάσσια σπορ, ενώ οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν παραδοσιακές κοινότητες και να βιώσουν αυθεντικές πολιτιστικές εμπειρίες. Παράλληλα, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένας αυξανόμενος κλάδος στη βαλκανική χερσόνησο, με ιστορικά μοναστήρια και ναούς που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο (EIGE, 2022). Οι πόλεις στα Βαλκάνια, όπως το Σαράγεβο και τα Σκόπια, έχουν πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, με μνημεία και κτίρια που αντικατοπτρίζουν τις επιρροές διαφόρων πολιτισμών. Αυτές οι περιοχές αποτελούν σημαντικούς τουριστικούς πόλους και ενισχύουν την τουριστική κίνηση στην περιοχή, προσφέροντας ταυτόχρονα και οικονομικά οφέλη στις τοπικές κοινότητες.

c) Τουρισμός στη Μεσόγειο

Ο τουρισμός στη Μεσόγειο έχει τεράστια σημασία για τις χώρες της περιοχής, καθώς είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως για καλοκαιρινές διακοπές. Οι μεσογειακές χώρες, όπως η Ελλάδα, η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία, αντλούν μεγάλα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό, με τον παραθαλάσσιο τουρισμό να αποτελεί τη βάση της τουριστικής τους βιομηχανίας. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 20% του ΑΕΠ της Ελλάδας, και η Ισπανία είναι η δεύτερη πιο δημοφιλής τουριστική χώρα στον κόσμο μετά τη Γαλλία (WEF, 2023).

Οι παραθαλάσσιες περιοχές, όπως η Κόστα Μπράβα στην Ισπανία, η Γαλλική Ριβιέρα, τα ελληνικά νησιά και οι ακτές της Τουρκίας, προσελκύουν εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο, δημιουργώντας θέσεις εργασίας και ενισχύοντας την τοπική οικονομία. Οι κρουαζιέρες στη Μεσόγειο είναι επίσης πολύ δημοφιλείς, καθώς δίνουν στους τουρίστες την ευκαιρία να επισκεφθούν πολλούς προορισμούς μέσα από μία μόνο ταξιδιωτική εμπειρία, προσφέροντας παράλληλα σημαντικά οικονομικά οφέλη στις τοπικές οικονομίες μέσω τουριστικών εξόδων σε λιμάνια όπως η Βενετία, η Σαντορίνη και η Κωνσταντινούπολη (UNWTO, 2023). Η τουριστική βιομηχανία στη Μεσόγειο περιλαμβάνει επίσης τον πολιτιστικό και αρχαιολογικό τουρισμό, με αξιοθέατα όπως η Ακρόπολη στην Αθήνα, η Πομπηία στην Ιταλία και η αρχαία πόλη της Εφέσου στην Τουρκία. Τα αρχαιολογικά μνημεία προσελκύουν τουρίστες με ενδιαφέρον για την ιστορία και τον πολιτισμό, ενώ ταυτόχρονα αποτελούν σημαντικούς πόλους οικονομικής ανάπτυξης για τις περιοχές όπου βρίσκονται.

d) Οικονομικές προκλήσεις και ευκαιρίες

Παρά τη θετική συμβολή του τουρισμού στις οικονομίες, οι περιοχές αυτές αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις. Ο υπερτουρισμός έχει δημιουργήσει σοβαρά προβλήματα σε

δημοφιλείς προορισμούς, όπως η Βαρκελώνη, η Βενετία και η Σαντορίνη, όπου η πληθώρα των επισκεπτών υπερβαίνει τις υποδομές και δημιουργεί ζητήματα φθοράς και καταστροφής του περιβάλλοντος και των μνημείων (UNWTO, 2023). Επιπλέον, η εξάρτηση πολλών χωρών από τον τουρισμό δημιουργεί ευπάθειες σε περιόδους κρίσεων, όπως κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, όπου οι τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν δραματικά, πλήττοντας σφοδρά την οικονομία.

Η προώθηση βιώσιμων πρακτικών τουρισμού είναι ζωτικής σημασίας για το μέλλον του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη, τα Βαλκάνια και τη Μεσόγειο. Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού, του πολιτιστικού τουρισμού και του αγροτουρισμού προσφέρει νέες ευκαιρίες για τουριστική ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες, ενώ ταυτόχρονα μειώνει τις επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού. Η ενίσχυση των επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές, η διασφάλιση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών και η προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων είναι απαραίτητα βήματα για να διασφαλιστεί ότι ο τουρισμός θα συνεχίσει να αποτελεί σημαντικό πυλώνα οικονομικής ανάπτυξης στις περιοχές αυτές.

2.4. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός αναγνωρίζεται ευρέως ως μία από τις κύριες οικονομικές δραστηριότητες στην Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια, συγκεκριμένα, έχει παρατηρηθεί ότι ο ρυθμός ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα ξεπερνά το παγκόσμιο ΑΕΠ. Σύμφωνα με έρευνα του UNWTO, οι διεθνείς αφίξεις το 2020 ξεπέρασαν τα 2,6 δισεκατομμύρια και αναμένεται να διπλασιαστούν την επόμενη δεκαετία περίπου. Μάλιστα, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 25η από τις 140 χώρες όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα στον Δείκτη Ταξιδιών και Τουρισμού, όπως αναφέρει το

Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ το 2019. Είναι, επίσης, μεταξύ των 10 πιο δημοφιλών προορισμών στην Ευρώπη για το 2017, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ. Αυτό δείχνει ότι η Ελλάδα έχει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ως προς αυτό.

Έρευνες έχουν δείξει ότι περισσότεροι από το ένα τέταρτο των Ευρωπαίων ταξιδιωτών με υψηλή εκπαίδευση ενδιαφέρονται για τουριστικά αξιοθέατα και υπηρεσίες πέρα από τον ήλιο, τη θάλασσα και τη φιλοξενία. Η Ελλάδα είναι σε θέση να εκπληρώσει αυτές τις επιθυμίες μέσω των απίστευτων φυσικών τοπίων, των άφθονων πόρων, της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς και της ακμάζουσας ιστορίας της. Επιπλέον, το επιχειρηματικό πνεύμα της χώρας ανοίγει νέες και γόνιμες επενδυτικές προοπτικές. Τους μήνες Ιανουάριο έως Μάιο 2013, η Ελλάδα υποδέχτηκε πάνω από 3 εκατομμύρια τουρίστες, όπως αναφέρει η Τράπεζα της Ελλάδος. Αυτή η αύξηση στις ταξιδιωτικές εισπράξεις μπορεί να αποδοθεί στην ταυτόχρονη αύξηση των αφίξεων κατά 9,5% και στην αύξηση των μέσων ταξιδιωτικών εξόδων κατά 5,4%. Συγκεκριμένα, οι καθαρές εισπράξεις από ταξιδιωτικές υπηρεσίες αντιπροσώπευαν το 31,6% των συνολικών καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες, συμβάλλοντας στη μείωση του εμπορικού ελλείμματος κατά 15,4%. Η Ελλάδα αναμφίβολα αποτελεί έναν ιδιαίτερα ελκυστικό ταξιδιωτικό προορισμό, ιδιαίτερα κατά τη θερινή περίοδο, λόγω των άφθονων φυσικών πόρων και του ευχάριστου κλίματος. Η χώρα μπορεί να υπερηφανεύεται για έναν εντυπωσιακό αριθμό νησιών, ακτών και παραλιών, παρέχοντας στους επισκέπτες πολλές επιλογές για δραστηριότητες όπως η ιστιοπλοΐα και η κρουαζιέρα. Επιπλέον, η Ελλάδα προσφέρει ταξίδια κινήτρων που απευθύνονται σε εξειδικευμένες επιχειρήσεις, παρέχοντας μοναδικές προοπτικές και προσοδοφόρες ευκαιρίες. Άνθρωποι από όλο τον κόσμο ελκύονται στην Ελλάδα για τις παρθένες παραλίες, τα μαγευτικά βουνά, τα πλούσια πολιτιστικά τοπία και τη διάσημη φιλοξενία (Καλόγηρος, 2023).

Ωστόσο, μία από τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η χώρα είναι ο ιδιαίτερα εποχιακός χαρακτήρας του τουρισμού, ο οποίος μπορεί να επηρεάσει τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος. Το θετικό είναι ότι η τουριστική βιομηχανία συμβάλλει σημαντικά στα έσοδα της χώρας και δημιουργεί πολλές ευκαιρίες απασχόλησης, ιδιαίτερα στον τομέα των υπηρεσιών. Αυτό οδηγεί, επίσης, στην ανάπτυξη συναφών βιομηχανιών, όπως η βιοτεχνία και τα ξενοδοχειακά καταλύματα, δημιουργώντας έτσι πρόσθετες ευκαιρίες απασχόλησης. Επιπλέον, οι βελτιώσεις σε έργα υποδομής που στοχεύουν στη διευκόλυνση της τουριστικής κίνησης ενισχύουν επίσης την ποιότητα ζωής των κατοίκων της περιοχής, κάτι που αποτελεί σημαντική πτυχή για τους πολίτες (Βαγενά, 2015)

2.5. Η τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, ο τουρισμός παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην απασχόληση, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες απασχόλησης. Ο εκτιμώμενος αριθμός των απασχολουμένων στον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα είναι 678 χιλιάδες, που αντιπροσωπεύει περίπου το 17% της συνολικής απασχόλησης. Ωστόσο, όταν ληφθούν υπόψη οι πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις του τουρισμού, η συνολική άμεση και έμμεση απασχόληση που δημιουργείται μπορεί να κυμαίνεται μεταξύ 37,6% και 45,2% (Ικκος & Κουτσός, 2020).

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα έχουν σημαντική σημασία και υπάρχουν χώρες όπου ο τουρισμός δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένες εποχές, αλλά ευδοκιμεί όλο το χρόνο. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα, όπως και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σε εποχικούς και έκτακτους εργαζομένους, πολλοί από τους οποίους είναι νέοι κάτω των 35 ετών. Επιπλέον, ένα σημαντικό ποσοστό αυτών των εργαζομένων είναι γυναίκες και μετανάστες από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμα,

αυτές οι θέσεις εργασίας βρίσκονται συχνά σε περιοχές χωρίς άλλες ευκαιρίες απασχόλησης και θεωρείται ότι απαιτούν χαμηλότερα επίπεδα δεξιοτήτων. Επιπλέον, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι αυτές οι ευκαιρίες απασχόλησης μπορεί να είναι διαθέσιμες σε απομονωμένες νησιωτικές περιοχές και ότι σε αρκετές χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας, οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας διαδραματίζουν ρόλο στην τουριστική βιομηχανία, συμβάλλοντας στην κοινωνική ένταξη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα του WTTC για τον ελληνικό τουρισμό, όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.3, η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση το 2013, η οποία περιλαμβάνει άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας που υποστηρίζονται από τον τουρισμό, ήταν 18,2%, που αντιστοιχεί σε 657.100 θέσεις εργασίας. Το ποσοστό αυτό αυξήθηκε στο 17,3% το 2014, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν 699.000 θέσεις εργασίας. Το 2015 η συνεισφορά ανήλθε στο 23,1% και το 2016 σημείωσε μικρή άνοδο, φτάνοντας στο 23,4% και έδωσε απασχόληση σε 860.500 άτομα. Το 2017, ο αριθμός των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα έφτασε τους 934.500, αντιπροσωπεύοντας το 24,8% του συνολικού εργατικού δυναμικού στην Ελλάδα. Το 2018, το ένα τέταρτο της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα αποδόθηκε στον τουρισμό, με 988.600 θέσεις εργασίας. Συγκεκριμένα, ένας στους τέσσερις εργαζόμενους απασχολούνταν σε κλάδους που σχετίζονται με τον τουρισμό (Wade, 2015).

Σύμφωνα με την Διευθύνουσα Σύμβουλος Τζούλια Σίμπσον, η ελληνική ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία επιστρέφει σε τροχιά πλησιάζοντας γρήγορα τα προ του Covid (2019) επίπεδα και πρόκειται να δημιουργήσει περισσότερες από 17.000 θέσεις εργασίας φέτος, φτάνοντας το 2019 το ανώτατο όριο των 820.000 απασχολουμένων στον κλάδο. Τα επόμενα 10 χρόνια, η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας θα μπορούσε να απασχολήσει

περισσότερους από 1,02 εκατομμύρια ανθρώπους, ή μία στις τέσσερις θέσεις εργασίας (WTTC Chief, 2023).

2.6. Η έννοια της Τουριστικής επιχείρησης

Παρόλο που το φαινόμενο του τουρισμού δεν υπάρχει τις τελευταίες μόλις δεκαετίες, κάτι το οποίο αποτελεί πρωτόγνωρο είναι η έκταση του σύγχρονου τουρισμού, το είδος αλλά και η φύση των τουριστικών υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, έχει αλλάξει η οργάνωση και η λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων αφού πλέον δίνετε μεγαλύτερη προσοχή στην τουριστική βιομηχανία τόσο από τις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και από το ίδιο το κράτος. Επομένως, με τον όρο «Τουρισμός» στις μέρες μας νοείτε η επαγγελματική δραστηριότητα της διαμονής, μεταφοράς, εξυπηρέτησης καθώς και διασκέδασης των τουριστών. Αποτελεί, δηλαδή μια τεράστια βιομηχανία της οποία μέρη αποτελούν:

- Τουριστικά καταλύματα, αναφέρονται στις επιχειρήσεις που παροχής διαμονής υποδοχής των τουριστών και άλλων σχετιζόμενων με την διαμονή υπηρεσιών, π.χ. μοτέλ, ξενοδοχεία, ξενώνες, διαμερίσματα, δωμάτια κτλ.
- Επισιτιστικές μονάδες, που αναφέρονται στις επιχειρήσεις κάλυψης διατροφικών αναγκών των τουριστών, όπως τα εστιατόρια, τα μπαρ, οι ταβέρνες κτλ.
- Επιχειρήσεις μεταφοράς, όπου αποτελούν επιχειρήσεις σχετιζόμενες με την μεταφορά των ταξιδιωτών, όπως ακτοπλοϊκές και αεροπορικές υπηρεσίες, υπηρεσίες σχετιζόμενες με την χερσαία μεταφορά μέχρι και γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων.
- Ταξιδιωτικά/ τουριστικά γραφεία, τα οποία αποτελούν την μόνη υπηρεσίες που βρίσκετε στο σημείο προέλευσης και όχι αύξησης του ταξιδιώτη. Ο ταξιδιωτικός

πράκτορας καλείται να επιλύσει τις απορίες του ταξιδιώτη για το ταξίδι και να ενεργήσει για τον ταξιδιώτη σε θέματα που να σχετίζονται με τον σχεδιασμό του ταξιδιού, δηλαδή πράξεις που πρέπει να γίνουν εκ των προτέρων (κράτηση διαμονής και μεταφοράς, άδειες παραμονής, έκδοση εισιτηρίων και διαβατηρίων κ.ο.κ.)

- Μονάδες εγκατάστασης & αναψυχής όπου αποτελείται από μια ποικιλία επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων, όπως ειδικά διαμορφωμένοι χώροι αναψυχής και πάρκα, εκδρομές με ειδικά διαμορφωμένα πλοiάρια, χιονοδρομικά κέντρα, πολιτισμικές εκδηλώσεις κτλ.
- Διάφορες λοιπές επιχειρήσεις, όπου ικανοποιούν δευτερεύουσες ανάγκες των τουριστών π.χ. καταστήματα που πουλούν souvenirs, καταστήματα εμφάνισης φιλμ και φωτογραφικών υλικών κτλ. (Χυτήρης, 1995).

Στο σύνολο του τουριστικού κυκλώματος, τα κύρια χαρακτηριστικά αποτελούν τα καταλύματα και οι τουρίστες οι οποίοι μετακινούνται προς αυτά. Τα καταλύματα και οι λοιπές συμπληρωματικές υπηρεσίες διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν. Επιπρόσθετα, εκτός από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχουν αναφερθεί παραπάνω, οι ταξιδιώτες κάνουν χρήση των υπηρεσιών και των αγαθών που προέρχονται πρωτίστως από τους κάτοικους του προορισμού που έχουν επισκεφθεί π.χ. πρακτορεία τύπου, ταχυδρομεία, πωλήσεις τροφίμων, κομμωτήρια, κινηματοθέατρα κτλ..

Οι μεμονωμένοι τουρίστες, δηλαδή τουρίστες που ταξιδεύουν χωρίς να ανήκουν σε κάποιο γκρουπ, μπορούν να επιλέξουν οι ίδιοι το κατάλυμα διαμονής τους, ενώ τις συμπληρωματικές υπηρεσίες τις διαλέγουν στον τόπο προορισμού κατά την διάρκεια διαμονής

τους. Αντιθέτως, οι τουρίστες που επιλέγουν τις υπηρεσίες κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου, μετακινούνται ομαδικός. Ο τουριστικός πράκτορας δημιουργεί το τουριστικό πακέτο το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει υπηρεσίες διαμονής, μεταφοράς, διατροφής και μπορεί να συμπληρωθεί με υπηρεσίες ξενάγησης ή ψυχαγωγίας. Επιπλέον, αναλαμβάνει την ευθύνη επιλογής των κάθε υπηρεσιών, αφού ο τουρίστας αγοράζει ένα τυποποιημένο και ολοκληρωμένο προϊόν.

Βασιζόμενο σε εκπρόσωπους του τομέα του τουρισμού, η διαμονή αντιπροσωπεύει ένα 40% της συνολικής αξίας ενός μέσου τουριστικού πακέτου.

Ακόμα, ο τουριστικός πράκτορας είναι γνώστης των εναλλακτικών δραστηριοτήτων ενός προορισμού, εκμεταλλεύοντας την διαπραγματική δύναμη των μαζικών αγορών, επιβάλλει τους δικούς του κανόνες με τις χαμηλότερες τιμές στον τουριστικό τομέα. Η ολιγοπωλική διάρθρωση στην παγκόσμια αγορά αποτελεί αποτέλεσμα αυτής της συμπεριφοράς και με αυτόν τον τρόπο αναδεικνύεται ο τουριστικός πράκτορας ως κυρίαρχος στην βιομηχανία του τουρισμού. Ωστόσο, ο τουρίστας στην σήμερον ημέρα, δεν απαιτείται να καταφύγει σε κάποιο πρακτορείο άλλα μέσω της χρήσης του ίντερνετ δημιουργεί το δικό του τουριστικό πακέτο. Επιπλέον, οι τουριστικοί πράκτορες διαθέτουν δικές τους ιστοσελίδες και διαμορφώνουν και προωθούν τα δικά τους τουριστικά πακέτα. Κατά επέκταση, η βαρύτητα των καταλυμάτων γίνεται μεγαλύτερη στον κλάδο, με τους πελάτες να είναι, πλέον, στην θέση να έρθει άμεσα σε επικοινωνία με τους παραγωγούς των τουριστικών προϊόντων (Χυτήρης, 1995).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Διακρίσεις στην εργασία

3.1. Η εννοιολογία των διακρίσεων

Γενικά, οι διακρίσεις στην εργασία μπορούν να συμβούν σε μια μυριάδα περιβάλλοντα, από γραφειακές εγκαταστάσεις μέχρι και αγροτικά χωριά, και αυτή μπορεί να λάβει διαφορετικές μορφές. Επιπλέον, αυτό το φαινόμενο μπορεί να επηρεάσει τόσο άνδρες όσο και γυναίκες λόγω του φύλου τους ή επειδή η φυλή, το χρώμα του δέρματός τους, η εθνική καταγωγή και κοινωνική καταγωγή τους, η θρησκεία ή, ακόμα, και οι πολιτικές απόψεις διαφέρουν από εκείνες της πλειοψηφίας. Μάλιστα, συχνά αποφασίζουν διάφορα κράτη να απαγορεύσουν τις διακρίσεις, ιδιαίτερα για λόγους όπως η αναπηρία, η πάθηση του HIV ή και η ηλικία. Γενικότερα, οι διακρίσεις στην εργασία έχουν ως συνεπεία κάποια άτομα να χάσουν ευκαιρίες και στερεί από τις κοινωνίες τι δυνητικά θα μπορούσαν να συνεισφέρουν αυτοί οι εργαζόμενοι (International Labor Organization, 2020).

Ως έννοια, θα μπορούσε να διακριθεί σε δύο υποκατηγορίες. Συγκεκριμένα, η άμεση διάκριση αφορά την μεταχείριση κάποιου που είναι άδικη ή άνιση στο πλαίσιο της εργασίας με τρόπο που είναι προφανές. Ένα παράδειγμα αυτής την περίπτωσης είναι στην περίπτωση που ένας εργοδότης καφετέριας αρνείται να προσλάβει άντρες. Αντίθετα, η έμμεση διάκριση αναφέρεται στην ύπαρξη κάποιας απαίτησης, κανόνα, πολιτικής, πρακτικής ή διαδικασίας που είναι ίδια για όλους, αλλά έχει ένα αποτέλεσμα που είναι άδικο για μια ή περισσότερες συγκεκριμένες ομάδες. Εκτός εάν η απαίτηση είναι λογική σε σχέση με τις περιστάσεις, ενδεχόμενος πρόκειται για έμμεση διάκριση. Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο μπορεί να απαιτεί από τους πελάτες να χρησιμοποιήσουν την άδεια οδήγησης τους ως την μόνη μορφή απόδειξης

ηλικίας, παρόλο που ο νόμος περί κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών επιτρέπει τη χρήση άλλων μορφών ταυτοποίησης, όπως διαβατήριο ή άλλα έγγραφα. Οπότε, αυτός ο κανόνας ισχύει για όλους του πελάτες. Ωστόσο, ορισμένες κατηγορίες ανθρώπων δεν διαθέτουν δίπλωμα οδήγησης και, επομένως, δεν θα είναι σε θέση να δείξουν την απαιτούμενη μορφή ταυτοποίησης (AHA et al., 2021).

Η εξάλειψη των διακρίσεων ξεκινά με την εξάλειψη των ορίων που σε ορισμένες θέσεις εργασιών και τη διασφάλιση της ισότητας στην πρόσβαση, στην κατάρτιση, την εκπαίδευση, καθώς, και την ικανότητα κατοχής και χρήσης πόρων, όπως περιουσιακά στοιχεία και χρήματα. Στην συνέχεια, πρέπει να δοθεί έμφαση στον καθορισμό προϋποθέσεων για τη σύσταση και τη λειτουργία επιχειρήσεων όλων των τύπων και μεγεθών, καθώς και πολιτικές και πρακτικές που σχετίζονται με προσλήψεις, ανάθεση καθηκόντων, συνθήκες εργασίας, αμοιβές, παροχές, προαγωγές, απολύσεις και τερματισμό εργασιακής απασχόλησης. Τα προσόντα και η ικανότητα να κάνει κάποιος μια δουλειά και όχι άσχετα χαρακτηριστικά, πρέπει να αποτελούν κατευθυντήρια γραμμή. (International Labor Organization, 2020)

3.2. Η ισότητα των φύλων

Η ισότητα των φύλων σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων αποτελεί μία από τις κύριες προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και βασίζεται στη διεθνή συμφωνία για την εφαρμογή της αρχής της ίσης μεταχείρισης ανδρών και γυναικών όσον αφορά την πρόσβαση στην απασχόληση, την επαγγελματική κατάρτιση και την προαγωγή, καθώς και τις συνθήκες εργασίας (Οδηγία Συμβουλίου 76/207/ΕΟΚ). Παρά την καθιέρωση της αρχής της ίσης αμοιβής από το 1957 με τη Συνθήκη της Ρώμης και την ύπαρξη ενός σταθερού νομοθετικού πλαισίου για την ισότητα των φύλων επί δεκαετίες, οι διακρίσεις λόγω φύλου εξακολουθούν να υπάρχουν. Οι

διακρίσεις αυτές εμφανίζονται κυρίως με τη μορφή άμεσης διάκρισης, καθώς οι γυναίκες αμείβονται στατιστικά λιγότερο από τους άνδρες στην ίδια θέση εργασίας, υποδηλώνοντας ότι η εργασία των γυναικών συχνά υποτιμάται.

Αυτό το φαινόμενο παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο, με τους άνδρες να λαμβάνουν υψηλότερους μισθούς από τις γυναίκες. Ενδεικτικά, πριν από 60 χρόνια, οι γυναίκες λάμβαναν 59 σεντς για κάθε δολάριο που λάμβαναν οι άνδρες ανά ώρα εργασίας. Σήμερα, το χάσμα των μισθών έχει μειωθεί κατά 78% (Polachek, Zhang & Zhou, 2015: 78). Εκτός από τις μισθολογικές διαφορές, οι διακρίσεις λόγω φύλου είναι εμφανείς και σε μορφές επαγγελματικού διαχωρισμού, οι οποίες συνδέονται άμεσα με παραδοσιακές αντιλήψεις και στερεότυπα (Kogovsek & Kogovsek, 2015). Σύμφωνα με τη ΔΟΕ (2010), η ισότητα των φύλων σημαίνει την απαίτηση διασφάλισης ίσων συνθηκών τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες- τα πλήρη δικαιώματά τους να επωφελούνται από την οικονομική, πολιτική, πολιτιστική και κοινωνική ανάπτυξη. Ωστόσο, όταν αναφέρεται κανείς για ίσες ευκαιρίες δεν πρόκειται μόνο για την αμεροληψία που αφορά τα άτομα, αλλά για την επιτυχημένη ανάπτυξη της σύγχρονης κοινωνίας. Αν και τα ζητήματα φύλου πηγάζουν από διαφορετικά εθνικά και πολιτισμικά πλαίσια, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές διαφορές στους σύγχρονους χώρους εργασίας σε όλο τον κόσμο (Kogovsek & Kogovsek, 2015).

3.3. Η έννοια της «διπλής παρουσίας» των γυναικών και η τουριστική εργασία

Σε γενικές γραμμές, οι γυναίκες σε όλο τον κόσμο έχουν υποβληθεί σε διάφορους παραδοσιακούς ρόλους με βάση το φύλο που τις καθιστούν υπεύθυνες για τη φροντίδα των οικιακών δουλειών, της φροντίδας των παιδιών, των ηλικιωμένων και της οικογένειας. Τα τελευταία καθήκοντα δεν αναγνωρίζονται με οικονομική αμοιβή. Αυτή η πτυχή θέτει ένα

εμπόδιο στην επαγγελματική σταδιοδρομία των γυναικών, γνωστό ως «διπλή παρουσία», η οποία νοείται ως η ανάγκη να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της μισθωτής εργασίας και της οικιακής-οικογενειακής εργασίας, ταυτοχρόνως. Η ανάγκη ανταπόκρισης σε αυτές τις ευθύνες μπορεί να οδηγήσει σε πολλές επιπτώσεις στην προσωπική ζωή των εργαζομένων. Ο όγκος του χρόνου και της προσπάθειας που αφιερώνεται στις δουλειές του σπιτιού και στην αμειβόμενη εργασία τους αφήνει ελάχιστη ενεργεία για αναψυχή, ξεκούραση και προσωπική φροντίδα. Επιπλέον, η υγεία των εργαζομένων μπορεί να τεθεί σε κίνδυνο λόγω αυτού του φόρτου εργασίας, επηρεάζοντας την ψυχική υγεία και τη ζωτικότητα τους, προκαλώντας γνωστικά και συμπεριφορικά συμπτώματα άγχους (Calvet, et al., 2021).

Αυτή η πραγματικότητα αντανακλάται βαθιά στον αγροτικό τουρισμό ο οποίος βασίζεται στην κοινότητα, τον εθελοντικό τουρισμό ή τις πρωτοβουλίες οικογενειακών επιχειρήσεων, καθώς σε πολλές περιπτώσεις, οι γυναίκες επεκτείνουν την καθημερινή τους φροντίδα στο σπίτι για να προσφέρουν υπηρεσίες στους επισκέπτες. Όπως είναι σύνηθες σε πολλούς πολιτισμούς και περιοχές, ακόμα και σήμερα οι άνδρες της οικογένειας δεν υποστηρίζουν αυτά τα καθήκοντα, ούτε και τα βασικά από αυτά. Για το λόγο αυτό, οι γυναίκες υποφέρουν συχνά από στρεσογόνα επεισόδια λόγω του φόρτου εργασίας που υποβάλλονται. Επιπλέον, η συσχέτιση των οικιακών ευθυνών με τις γυναίκες δεν υφίσταται μόνο στο πλαίσιο των προκλήσεων της συνύπαρξης της επαγγελματικής τους ζωής ή της συνύπαρξης τους σε διαφορετικά καθήκοντα και επαγγέλματα. Έχει, επίσης, μεγάλη βαρύτητα σε πτυχές όπως η πρόσληψη, ο μισθός που λαμβάνεται ή η ικανότητα να μπορέσουν να κινηθούν ιεραρχικά εντός της επιχειρηματικής κλίμακας (Calvet, et al., 2021).

3.4. Γενικά στοιχεία διακρίσεων στην τουριστική εργασία & φύλο

Όσον αναφορά τα χαρακτηριστικά των εργαζομένων, η πλειοψηφία των θέσεων εργασίας στον τουρισμό παγκοσμίως απασχολούνται οι γυναίκες (59%) και ακόμη περισσότερο σε σχέσεις σχετικές με καταλύματα (61%) και, παρομοίως, σε ταξιδιωτικά γραφεία και θέσεις τουριστικών πρακτόρων (64%). Επιπλέον, αυτές οι θέσεις αφορούν ανειδίκευτους ή ημειδίκευτους και, ως συνέπεια, οι απολαβές που λαμβάνοντας είναι χαμηλότερες και οι συνθήκες εργασίας μη ικανοποιητικές. Ωστόσο, σύμφωνα με ερευνητικά δεδομένα η μέση αμοιβή για την ίδια εργασία είναι περίπου $\frac{1}{4}$ μικρότερη για τις γυναίκες από ό,τι θα ήταν για έναν άνδρα εργαζόμενο. Μεταξύ των αιτιών που προκύπτει αυτό, έχει ισχυριστεί πως οι άνδρες εργάζονται σε πιο ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές, όπου οι εργαζόμενοι μπορούν να αμειφθούν καλύτερα. Σε γενικές γραμμές, σε έναν τομέα που χαρακτηρίζεται από εκτεταμένη εναλλαγή θέσεων εργασίας, εποχικότητα, επισφαλείς συμβάσεις και μερική απασχόληση, οι γυναίκες επηρεάζονται ακόμη περισσότερο από αυτές τις συνθήκες από τους άνδρες. Συμπληρωματικά, έχει καταγραφεί πως οι γυναίκες αντιμετωπίζουν πιο συχνά, σε σχέση με τους άντρες, επισφαλείς θέσεις εργασίας, βία στην εργασία, άγχος ή ακόμα και σεξουαλική παρενόχληση (International Labor Organization, 2010, Araújo-Vila et al., 2021).

Από την άλλη πλευρά, υποστηρίζεται πως η ανισότητα των φύλων στην αγορά εργασίας συνδέεται στενά με τον εκπαιδευτικό και επαγγελματικό, κάθετο και οριζόντιο, διαχωρισμό. Συγκεκριμένα, η αγορά εργασίας χωρίζεται σε θέσεις εργασίας γυναικών και ανδρών και ως αποτέλεσμα, οι γυναίκες δυσκολεύονται να έχουν πρόσβαση σε διευθυντικές θέσεις. Επιπρόσθετα, ορισμένες πτυχές των προτύπων απασχόλησης στον τουρισμό τονίζουν την δημιουργία θέσεων εργασίας που να αφορούν το γυναικείο φύλο στην τουριστική βιομηχανία. Πρώτον, ο τουρισμός ως φαινόμενο, συσχετίζεται με την ελευθερία και τη χαλάρωση που

παραδοσιακά αυτές οι έννοιες απεικονίζονται μέσα από το μάρκετινγκ και από τα μέσα ενημέρωσης με εικόνες ελκυστικών νεαρών γυναικών. Αυτή η στερεοτυπική αντίληψη μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο για τους εργοδότες να συγκεντρώσουν εργατικό δυναμικό που κυριαρχείται από γυναίκες, ειδικά σε διαπροσωπικές θέσεις που σχετίζονται με τον πελάτη. Αρκετές, ακόμα, θέσεις εργασίας που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως η καθαριότητα, η φροντίδα και άλλες προσωπικές υπηρεσίες, θεωρούνται ως θηλυκές θέσεις εργασίας (International Labor Organization, 2010).

Δεύτερον, τα περισσότερα επαγγέλματα στον τουρισμό είναι, επίσης, σχετικά χαμηλής ειδίκευσης. Με άλλα λόγια, οι δεξιότητες που απαιτούνται για την πραγματοποίηση μιας συγκεκριμένης εργασίας αποκτώνται αρκετά γρήγορα. Ως επακόλουθο, ενθαρρύνεται η γρήγορη εναλλαγή των εργαζομένων και οδηγεί σε έλλειψη ενθάρρυνσης για τους εργοδότες να επενδύσουν στην εκπαίδευση. Αυτό το γεγονός ενισχύεται, ιδιαίτερα, στην περίπτωση των γυναικών εργαζομένων, επειδή θεωρείται ότι έχουν περισσότερες διακοπές στην καριέρα τους λόγω των οικογενειακών ευθυνών. Ακόμα, πολλοί τουριστικοί οργανισμοί είναι μικροί και λειτουργούν σε άτυπη βάση, γεγονός που έχει επίσης θεωρηθεί ως εμπόδιο για την είσοδο των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις. Επίσης, ο συνδικαλισμός είναι αρκετά χαμηλός, και σε ορισμένες μελέτες η συμμετοχή σε συνδικάτα έχει συνδεθεί με την ισότητα αμοιβών μεταξύ ανδρών και γυναικών (International Labor Organization, 2010).

Απόσπασμα από τα συμπεράσματα της τριμερούς ΔΟΕ για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, την απασχόληση και την παγκοσμιοποίηση στον τομέα των ξενοδοχείων, της εστίασης και του τουρισμού (2001) αναφέρει: «Περισσότερες γυναίκες θα προσελκύνονταν και θα διατηρούνταν στον κλάδο εάν μπορούσαν να βελτιωθούν οι συνθήκες απασχόλησης και εργασίας, κατάρτισης και επαγγελματικής εξέλιξης. Αυτό θα μπορούσε να

λάβει τη μορφή προσαρμογής των ημερήσιων ωρών εργασίας, διευκόλυνσης της μεταφοράς από και προς το σπίτι σε μονές ώρες και χορήγησης επιδομάτων μητρότητας. Επιπλέον, πρέπει να προσφερθεί στις γυναίκες ειδική κατάρτιση για να διευκολυνθεί η επανένταξή τους στην εργασία μετά από μια περίοδο απουσίας που σχετίζεται με τις ειδικές οικογενειακές τους υποχρεώσεις. Η κατάρτιση για τις γυναίκες θα πρέπει να ενισχυθεί με σκοπό την προετοιμασία τους για διευθυντικές θέσεις, καθώς και την ενίσχυση των ικανοτήτων τους σε όλα τα επίπεδα. Η αξιοπρέπεια και η προσωπική ακεραιότητα των γυναικών πρέπει να προστατεύονται. Ειδικότερα, όλες οι μορφές διακρίσεων και σεξουαλικής παρενόχλησης στον χώρο εργασίας πρέπει να εξαλειφθούν». (International Labor Organization, 2010).

Ωστόσο, υπάρχουν ερευνητικά δεδομένα που αντιτίθενται στις παραπάνω έρευνες. Συγκεκριμένα, τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης δείχνουν ότι η ανισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά τις συνθήκες εργασίας δεν είναι σημαντικά χειρότερη στον τουρισμό από ό,τι στη συνολική οικονομία, κατά μέσο όρο. Έτσι, η βελτίωση της ελκυστικότητας του κλάδου γενικά μπορεί να είναι, επίσης, ένας αποτελεσματικός τρόπος για την ισότητα των φύλων. Αντίθετα, σε πολλές άλλες έρευνες αναφέρεται ότι οι παρατυπίες στην τουριστική απασχόληση είναι χαρακτηριστικό του κλάδου παρά μόνο στην περίπτωση των γυναικών. Για παράδειγμα, στο δείγμα του ισπανικού εργατικού δυναμικού φιλοξενίας, οι ερευνητές καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι χαμηλότεροι μισθοί, που λαμβάνουν οι γυναίκες, οφείλονται στον διαχωρισμό των φύλων ως συνέπεια της δυσανάλογης συγκέντρωσης των γυναικών στις χειρότερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας, σε λειτουργικούς τομείς και σε θέσεις εργασίας χαμηλότερης βαθμίδας ευθύνης και λιγότερο επιθυμητές (Kogovsek & Kogovsek, 2015). Σε παγκόσμιο επίπεδο, προκύπτουν πολλές πρόσθετες δυσκολίες στην εξαγωγή καθολικών συμπερασμάτων. Οι γυναίκες συχνά εργάζονται σε άτυπες θέσεις και ως οικιακές βοηθοί,

γεγονός που τις καθιστά πιο ευάλωτες στην εκμετάλλευση. Επίσης, πολιτιστικοί παράγοντες επηρεάζουν τα πρότυπα απασχόλησης και σε ορισμένα μέρη του κόσμου οι γυναίκες εργαζόμενες αποτελούν μόνο μια μικρή μειοψηφία μεταξύ του εργατικού δυναμικού του τουρισμού (International Labor Organization, 2010).

3.6. Επαγγελματικός διαχωρισμός φύλου στα τουριστικά επαγγέλματα

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός φύλου, ένα ευρέως διαδεδομένο φαινόμενο σε όλο τον κόσμο, αναφέρεται στην άνιση κατανομή γυναικών και ανδρών μεταξύ διαφορετικών θέσεων εργασίας και, ως εκ τούτου, περιορίζει τις ευκαιρίες προαγωγής για τις γυναίκες. Οι συνέπειες του επαγγελματικού διαχωρισμού λόγω φύλου αντανακλώνται στην αντίληψη των ανδρών για τις γυναίκες και ακόμη και στην αντίληψη των γυναικών για τον εαυτό τους, γεγονός που οδηγεί σε υπερεκπροσώπηση των γυναικών σε χαμηλότερη επαγγελματική κατηγορία, χαμηλότερη θέση και εισόδημα (Kogonsek & Kogonsek, 2015). Σε γενικές γραμμές, η τουριστική εργασία συνδέεται με επισφαλείς συνθήκες εργασίας, ευέλικτες συμβάσεις, πολλές και ακανόνιστες ώρες εργασίας και πρακτικές εκμετάλλευσης. Επιπλέον, τα καθήκοντα των γυναικών στην αγορά εργασίας είναι επέκταση των εργασιών που σχετίζονται με την φροντίδα, δηλαδή της οικιακής εργασίας. Ως αποτέλεσμα, οι γυναίκες εργάζονται ως οικονόμοι, καθαρίστριες τουριστικών καταλυμάτων, ρεσέψιονιστ ξενοδοχείων ή ταξιδιωτικοί πράκτορες, μεταξύ άλλων. εργασίες που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή στην καθαριότητα, την προσωπική μεταχείριση και τον προγραμματισμό. Από την άλλη πλευρά, ορισμένες τουριστικές θέσεις εργασίας είναι προσανατολισμένες στους άντρες, καθιστώντας δύσκολη την πρόσβαση των γυναικών σε αυτές, όπως συμβαίνει με τους πιλότους αεροπλάνων ή bellboy (Calvet, et al., 2021).

Ένα συγκεκριμένο παράδειγμα διαχωρισμού κατά φύλο βρίσκεται στις τουριστικές κρουαζιέρες. Τα δεδομένα δείχνουν ότι το 80% των εργαζομένων στην κρουαζιέρα είναι άνδρες επειδή τα καθήκοντα εργασίας θεωρούνται σωματικά απαιτητικές. Ομοίως, εκτιμάται ότι οι γυναίκες που εργάζονται σε κρουαζιέρες πρέπει να έχουν υπόψη ορισμένα φυσικά χαρακτηριστικά όπως η ελκυστικότητα, η έμφυτη ικανότητα για φροντίδα και εξυπηρέτηση, η εξαιρετική προσοχή στη λεπτομέρεια και η δεξιότητα στο να ψυχαγωγεί τους άλλους (Calvet, et al., 2021).

3.7. Άτυπη εργασία & πρόσληψη και τουριστικές επιχειρήσεις

Η άτυπη πρόσληψη, η οποία περιλαμβάνει συμβάσεις προσωρινής απασχόλησης, μερικής απασχόλησης και εξωτερική ανάθεση, είναι ένα σύνολο τύπων που επιδιώκουν να προσαρμόσουν τη διαθεσιμότητα των εργαζομένων στις ανάγκες της εταιρείας, με βάση μια άκρως κυμαινόμενη ζήτηση. Ο Walsh (1991) επισημαίνει ότι οι γυναίκες κάνουν την περισσότερη μερική, προσωρινή και άτυπη εργασία στον κλάδο της φιλοξενίας, επομένως μπορεί να υποστηριχθεί ότι η άτυπη πρόσληψη είναι μια ανισότητα των φύλων στην τουριστική αγορά εργασίας. Όπως αναφέρεται στην επιστημονική βιβλιογραφία, οι προσωρινές συμβάσεις είναι υψηλότερα στις γυναίκες, τους μετανάστες, τα άτομα κάτω των 35 ετών και στις εταιρείες που απασχολούν περισσότερα από 51 άτομα. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν προσωρινές συμβάσεις για να μειώσουν το κόστος μισθών και εργασίας, συχνά μέσω εταιρειών προσωρινής εργασίας. Οι συνέπειες αυτών των συμβάσεων για τους εργαζόμενους είναι ποικίλες: εντατικοποίηση της εργασίας, χαμηλότεροι μισθοί ή/και περιορισμένη πρόσβαση σε κοινωνικά επιδόματα, όπως άδεια ασθένειας ή άδεια μετ' αποδοχών (Calvet, et al., 2021).

Οι λόγοι για τους οποίους οι γυναίκες εκπροσωπούν τις περισσότερες συμβάσεις μερικής απασχόλησης είναι ποικίλοι, αν και γενικά, οφείλονται στην ανάγκη συμφιλίωσης της επαγγελματικής ζωής με τους άλλους ευθύνες όπως καθήκοντα φροντίδας. Έτσι, αυτό το μοντέλο είχε πολλές συνέπειες για μια ομάδα εργασίας που ήταν ήδη επισφαλής. Πρώτον, πολλοί εργαζόμενοι το περιγράφουν ως μια τραυματική διαδικασία που έχει υποβαθμίσει τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσής τους. Δεύτερον, αυτή η ομάδα εργαζομένων έχει υποστεί απώλεια της κατηγορίας εργασίας και έχει λάβει μειώσεις μισθών. Τρίτον, η αβεβαιότητα στις ώρες εργασίας και χρονοδιαγράμματα, αν και προσδιορίζονται από τη σύμβαση, δημιουργεί ανασφάλεια για τους εργαζόμενους κατά τον προγραμματισμό, καθώς και μη γνώση της πραγματικής διάρκειας της σύμβασής τους (Calvet, et al., 2021).

Η μη τυπική εργασία απαγορεύεται από όλες εκείνες τις επιχειρήσεις που δεν έχουν ενσωματωθεί ως νόμιμες οντότητες, ανεξάρτητα από το ποιος τις κατέχει, οι οποίες μπορεί να είναι ένα μόνο πρόσωπο ή περισσότερα από ένα, είτε από την ίδια οικογένεια είτε όχι. Γενικά, άτυπη εργασία απασχολεί περισσότερους άνδρες παρά γυναίκες, 63% και 58,1% αντίστοιχα, είτε στον παγκόσμιο Νότια ή Βόρεια και σε αγροτικά ή αστικά πλαίσια. Ωστόσο, σε χώρες με χαμηλότερο μέσο όρο είναι αξιοσημείωτο ότι η άτυπη εργασία απασχολεί περισσότερες γυναίκες παρά άνδρες. Στη συγκεκριμένη περίπτωση του τουριστικού τομέα, η αντισυμβατική και κατακερματισμένη φύση του ευνοεί την εμφάνιση άτυπης εργασίας, ειδικά σε ενοποιημένους τουριστικούς προορισμούς και την υψηλή περίοδο (Calvet, et al., 2021).

Οι άτυποι εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν μεγαλύτερη φτώχεια και ευπάθεια από τους εργαζόμενους επίσημη απασχόληση (Bonnet, Vanek και Chen, 2019), όπως η έλλειψη κοινωνικής ασφάλισης κάλυψη, κοινωνικές παροχές ή δίκαιο εισόδημα. Μια συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης αφορά αυτή των εργαζομένων στο Baja California Sur, έναν τουριστικό

προορισμό Sun and Beach που βρίσκεται στο Μεξικό. Η τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή αυτή συνοδεύτηκε από ένα μεταναστευτικό φαινόμενο όπου οι γυναίκες βρήκαν την ευκαιρία για οικονομική ένταξη, αν και το εισόδημα που εισπράττουν δεν είναι σταθερό. Ομοίως, η έλλειψη νομικής αναγνώρισης του έργου τους οδηγεί σε εκμετάλλευση των φορολογικών ή αστυνομικών αρχών. Προκύπτουν, επίσης, καταστάσεις αυτοεκμετάλλευσης, λόγω των μακρών ημερών σε δυσμενείς συνθήκες (Calvet, et al., 2021).

3.8. Γυάλινη οροφή, sticky ground & τουριστική εργασία

Ο όρος γυάλινη οροφή εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1970 στις Ηνωμένες Πολιτείες για να περιγράψει τα τεχνητά και αόρατα εμπόδια που δημιουργούνται από συμπεριφορικές και οργανωτικές προκαταλήψεις που εμποδίζουν τις γυναίκες να καταλάβουν διευθυντικές θέσεις. Ένας από τους λόγους για τους οποίους οι γυναίκες βλέπουν να παρεμποδίζεται η προαγωγή τους σε διευθυντικές θέσεις είναι ότι οι εν λόγω θέσεις απαιτούν ισχυρότερο συμβιβασμό και ζήτηση που θεωρούνται ελάχιστα συμβατές με τις οικιακές τους ευθύνες. Επιπλέον, ακόμη και σε γυναίκες που φτάνουν σε διευθυντικές θέσεις, ασκούν τις επαγγελματικές και προσωπικές τους ικανότητες σε ένα αρρενωπό εργασιακό περιβάλλον (Moreno and Cañada, 2018). Ταυτόχρονα, η ηγεσία τους συνδέεται με αξίες κοντά στο παραδοσιακό στερεότυπο του φύλου, όπως η σχεσιακή σκέψη, η συνεργασία, η χωρίς αποκλεισμούς επικοινωνία, το συναίσθημα, η ενσυναίσθηση και η ικανότητα πολλαπλών εργασιών (Medina, 2019).

Οι διευθυντικές θέσεις κυριαρχούνται από άνδρες, παρόλο που οι μελέτες δείχνουν ότι οι εταιρείες με γυναικεία εκπροσώπηση σε διευθυντικές θέσεις έχουν καλύτερες επιδόσεις από εκείνες χωρίς γυναίκες. Όταν καταφέρνουν να φτάσουν σε αυτές τις θέσεις, οι γυναίκες έχουν πολύ μεγαλύτερη πίεση από τους άνδρες. Επιπλέον, οι γυναίκες έχουν λιγότερες ευκαιρίες να

προωθηθούν λόγω των στερεοτύπων και των διακρίσεων λόγω φύλου και του αποκλεισμού των γυναικών από άτυπα δίκτυα που συμβάλλουν στον διαχωρισμό λόγω φύλου. Πιο συγκεκριμένα αντιπροσωπεύουν τις περισσότερες συμβάσεις μερικής απασχόλησης επειδή υπάρχει έλλειψη ευκαιριών για πλήρη απασχόληση ενώ, αντίθετα, οι περισσότεροι άνδρες εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης έχουν επιλέξει αυτή την μέθοδο εργασίας επειδή σπουδάζουν παράλληλα (Araújo-Vila et al., 2021).

Η έκθεση Sun, Sand and Ceilings: Women in the Boardroom in The Tourism Industry, από την Ισότητα στον Τουρισμό (2013), εκθέτει ότι οι εργαζόμενοι της τουριστικής βιομηχανίας στο Ηνωμένο Βασίλειο δεν εκπροσωπούνται στην εκτελεστική σφαίρα στις μεγάλες τουριστικές εταιρείες στον κόσμο. παρά το γεγονός ότι αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού έργου. Από το σύνολο των 78 ερευνών που υποβλήθηκαν, μόνο το 15,8% των διοικητικών συμβουλίων εμπεριέχει μια γυναίκα η οποία κατέχει θέση μέλους διοικητικού συμβουλίου. Για παράδειγμα, στην TUI Travel, μια από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές εταιρείες στον κόσμο, οι γυναίκες αποτελούν το 59% του εργατικού δυναμικού, αλλά μόλις το 13,3% έχουν ηγετικές και διοικητικές θέσεις εργασίας. Ως εκ τούτου, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι η τουριστική βιομηχανία αποτυγχάνει να προωθήσει τις γυναίκες εργαζόμενες σε ανώτερα διοικητικά στελέχη και θέσεις που να σχετίζονται με την λήψη αποφάσεων (Moreno and Cañada, 2018).

Επιπρόσθετα, υποστηρίζεται πως εξακολουθούν να υποεκπροσωπούνται σε διοικητικούς ρόλους λόγω των επίσημων και άτυπων πρακτικών αποκλεισμού και των προκαταλήψεων σχετικά με τα απαιτούμενα ανδρικά χαρακτηριστικά προκειμένου να φέρουν εις πέρας την εργασία με επιτυχία. Όσον αφορά τον ισπανικό ξενοδοχειακό τομέα, η κατάσταση είναι παρόμοια. Σύμφωνα με στοιχεία του 2013, οι θέσεις διεύθυνσης και διοίκησης καταλαμβάνονται κυρίως από άνδρες, συγκεκριμένα στο 67,2% έναντι 32,68% των γυναικών διευθυντών και

διευθυντικών στελεχών. Αντίθετα, κατά την ανάλυση των ενδιάμεσων θέσεων, η κατανομή ανά φύλο είναι πιο ισορροπημένη, με το 52,73% να καταλαμβάνεται από γυναίκες και το 47,27% από τους άνδρες. Συμπληρωματικά, η απασχόληση στις χαμηλότερες θέσεις στην ιεραρχία της εργασίας, όπως το προσωπικό καθαριότητας, οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν περίπου το 90% του εργατικού δυναμικού (Huete, Brotons και Sigüenza, 2016). Αν και ορισμένοι ερευνητές αναφέρουν μεγαλύτερη ηγετική αποτελεσματικότητα των ανδρών, άλλοι μαρτυρούν υπέρ της γυναικείας ηγεσίας που είναι αποτελεσματική σε σύγχρονα εργασιακά περιβάλλοντα (Kogovsek & Kogovsek, 2015).

Το sticky ground ορίζεται ως «μια έκφραση που χρησιμοποιείται ως μεταφορά για να υποδηλώσει ένα μοτίβο εργασίας που εισάγει διακρίσεις που κρατά κυρίως στις εργαζόμενες γυναίκες που βρίσκονται στα χαμηλότερα επίπεδα της επαγγελματικής πυραμίδας, με σπάνια κινητικότητα και αόρατα εμπόδια στην επαγγελματική τους βελτίωση». Αυτό το φαινόμενο συμβαίνει όχι μόνο λόγω του αρσενικοποιημένη επιβολή των περισσότερων διευθυντικών ή ανώτερων θέσεων στην ιεραρχία, αλλά και δεδομένου ότι πολλές από τις θηλυκές εργασίες έχουν πολύ σύντομη επαγγελματική κλίμακα ή η εξέλιξη τους εμφανίζεται σε σπάνιες περιπτώσεις. Η πλειονότητα της γυναικείας παρουσίας στους τομείς των υπηρεσιών διαμονής ή εστίασης, ιδίως μεταξύ των οικονόμων, των καθαριστριών τουριστικών σπιτιών ή του προσωπικού κουζίνας, παρουσιάζουν περιορισμένες δυνατότητες εξέλιξης, φέρνοντάς τις εργαζόμενες, έτσι, σε κατάσταση στασιμότητας.

Αναφορικά, η έκθεση «The sticky ground of women in Barcelona» (2019) παρουσιάζει το φύλο, την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και το να είσαι μετανάστης ως κρίσιμους παράγοντες που επηρεάζουν την επαγγελματική πορεία ενός ατόμου. Πάνω από το ήμισυ (συγκεκριμένα 52,5%) υπόκεινται επαγγελματικά σε αυτό το φαινόμενο στην περίπτωση των

γυναικών, ενώ μόνο το 7,8% αυτών παρουσιάζει ανοδικές τροχιές κινητικότητας. Αυτά τα στοιχεία είναι κυρίως πιο αισιόδοξα όταν εξετάζουμε την πραγματικότητα των ανδρών, οι οποίοι αναπτύσσουν συχνότερα μια καριέρα χωρίς την εμφάνιση αυτού του φαινομένου (Calvet, et al., 2021). Ο Spencer (2019) αναλύει αυτήν την πραγματικότητα μέσα από μια μελέτη ξενοδοχείων στη μητροπολιτική περιοχή του Kingston της Τζαμάικα. Οι γυναίκες που ερωτήθηκαν ισχυρίζονται ότι καταλαμβάνουν θέσεις όπου η κινητικότητα μεταξύ των θέσεων εργασίας δεν είναι εύκολη, όπως ρεσέψιονστ ή οικονόμοι, ενώ οι άνδρες βρίσκονται σε καταστάσεις όπου η κάθετη προαγωγή παρουσιάζεται σχετικά ευκολότερη.

3.9. Πρότυπα ομορφιάς και τουριστική εργασία

Ιστορικά, τα πρότυπα ομορφιάς έχουν τεθεί σύμφωνα με τους δυτικούς κανόνες. Ως εκ τούτου, πτυχές όπως το λευκό δέρμα, τα μακριά μαλλιά, η νεότητα ή το να είναι μια γυναίκα αδύνατη λαμβάνονται θετικά στην πρόσληψη, μεταξύ πολλών άλλων απαιτήσεων (Frederick et al., 2015). Στον τουριστικό τομέα, οι hostess είναι από τις εργασιακές ομάδες που υποφέρουν περισσότερο από αυτές τα στερεότυπα και τις επιβολές. Ακόμα, αεροπορικές εταιρείες απαιτούν από τις αεροσυνοδούς να ντύνονται «ελκυστικά» και να δείχνουν ευπαρουσίαστες, με άλλα λόγια να είναι αδύνατες, νέες και «όμορφες».

Η φυσική εμφάνιση θεωρείται τόσο σημαντική που αεροπορικές εταιρείες, όπως η Emirates ή Qatar Airways, ζητάνε μια ολόσωμη φωτογραφία στο βιογραφικό για να μπορέσει κάποιος υποψήφιος εργαζόμενος να αποκτήσει πρόσβαση σε μια συνέντευξη με την Εταιρία. Στην περίπτωση που μια γυναίκα δεν παρουσιάζει φυσική και σωματική ελκυστικότητα μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις, καθώς στον κλάδο των αεροσυνοδών, οι γυναίκες που

θεωρούνται αισθητικά ελκυστικές έχουν περισσότερα πλεονεκτήματα για την διεκδίκηση μιας θέσης (Padilla, 2001).

3.10. Σεξουαλική παρενόχληση

Η σεξουαλική παρενόχληση είναι μια μορφή διάκρισης, που ορίζεται ως ανεπιθύμητα σεξουαλικά υπονοούμενα, αιτήματα για σεξουαλικές εύνοιες και άλλη σωματική ή λεκτική συμπεριφορά σεξουαλικής φύσεως. Έχει αναφερθεί στην βιβλιογραφία ότι τόσο γυναίκες όσο και άνδρες μπορούν να αντιμετωπίσουν σεξουαλικά παρενόχληση από άτομα του ίδιου φύλου ή του αντίθετου φύλου είτε αυτοί είναι συνεργάτες, πελάτες ή προμηθευτές της επιχείρησης.

Η τουριστική βιομηχανία μπορεί να διευκολύνει τη σεξουαλική παρενόχληση με χαρακτηριστικά όπως υψηλή κοινωνική επαφή στην εργασία, πολλές ώρες εργασίας και η άμεση επαφή με πελάτες, μεταξύ άλλων. Σε συνδυασμό με τις συνθήκες εργασίας που αναφέρονται, προστίθενται και η ποιοτική μεταχείριση που πρέπει προσφέρεται στον τουρίστα. Επομένως, η παρουσία των μεταβλητών αυτών μπορεί να ευνοήσει καταστάσεις εκμετάλλευσης, με τη σεξουαλική παρενόχληση να αποτελεί μία από αυτές. Μάλιστα, ορισμένες θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο, όπως ρεσέψιονιστ, οικονομοί, αεροσυνοδοί, σερβιτόρες νυχτερινών κέντρων ή διασκεδαστές είναι πιο πιθανό να υποστούν καταστάσεις παρενόχλησης, για παράδειγμα υπονοούμενα και σεξουαλικές παρενοχλήσεις από τους πελάτες καθώς, ο ενθουσιασμός και η ευγένεια που ενυπάρχουν στη δουλειά τους, κάνει τους εργαζόμενους περισσότερο ευάλωτος σε τέτοια περιστατικά θυματοποίησης (Calvet, et al., 2021).

Επιπλέον, τα δωμάτια του ξενοδοχείου μπορούν να μετατραπούν σε επικίνδυνες καταστάσεις για τις οικιακές βοηθούς, γι' αυτό και έχουν ληφθεί διάφορα μέτρα για την αποφυγή τέτοιων περιπτώσεων που αφορούν την προστασία τους, όπως εργασία με τις πόρτες των

δωματίων ανοιχτές και την ύπαρξη ενός συναγερμού στον χώρο εργασίας για την άμεση ειδοποίηση κάθε πιθανού κινδύνου. Στην περίπτωση των εστιατορίων, η δυναμική αυτών των επιχειρήσεων οδηγεί στη λεπτή γραμμή μεταξύ κοινωνικής και επαγγελματικής αλληλεπίδραση, διευκολύνοντας τη σεξουαλική παρενόχληση προς τις σερβιτόρες. Σύμφωνα με μια μελέτη του Matulewicz (2015), ο ερευνητής καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η δυναμική ισχύος που υπάρχει στα εστιατόρια μεταξύ εργαζομένων και καταναλωτών και μεταξύ εργαζόμενων και εργοδοτών, σε συνδυασμό με την πολιτογράφηση της εστίασης ως σεξουαλοποιημένου χώρου, εντείνει τη σεξουαλική παρενόχληση. Επίσης, έχει αναφερθεί πως πολλές φορές οι σερβιτόρες αναγκάζονται να συμπληρώσουν τους χαμηλούς μισθούς με φιλοδογήματα, και νιώθουν πίεση να ανεχθούν τα άσεμνα και ακατάλληλα σχόλια και συμπεριφορές ως μέρος της δουλειάς τους. Μια άλλη ομάδα που υποφέρει από σεξουαλική παρενόχληση, όπως αναφέρεται στη μελέτη του Cheung, To Baum and Hsueh (2017), είναι αυτό των tour leaders. Στην περίπτωση αυτών των εργαζομένων στο Ταϊβάν, το 60% δηλώνει ότι έχει υποστεί σεξουαλική παρενόχληση κατά τις ώρες εργασίας του. Ωστόσο, αντιφατικά κυβερνητικά στατιστικά στοιχεία τοποθετούν τη σεξουαλική παρενόχληση στο 1% στους άνδρες και στο 6% στην περίπτωση των γυναικών.

Αν και υπάρχουν πολλές αρνητικές πληροφορίες σχετικά με τις συνθήκες εργασίας του ξενοδοχειακού κλάδου, ειδικοί και ηγέτες στον τομέα της φιλοξενίας υπογραμμίζουν ότι η ευημερία των εργαζομένων και η ανθρώπινη ανάπτυξη είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη και την μετέπειτα προώθηση του κλάδου (Hamad & Tanova, 2021). Με αφετηρία τα ανεπαρκή ερευνητικά ευρήματα των ποιοτικών χαρακτηριστικών της εργασίας και με δεδομένο τους άνισους τρόπους με τους οποίους τα οφέλη του τουρισμού κατανέμονται μεταξύ εργαζομένων, ιδιαίτερα στον αναπτυσσόμενο κόσμο, η παρούσα διπλωματική μελέτη στοχεύει στη διεξαγωγή μιας ολοκληρωμένης ανασκόπησης των διακρίσεων στο χώρο εργασίας στον κλάδο της

φιλοξενίας και του τουρισμού στην Ελλάδα, εξετάζοντας την μεταβλητή του φίλου. Η υπόθεση της έρευνας μας είναι πως οι υπάλληλοι των τουριστικών επιχειρήσεων έχουν νιώσει σημαντικό βαθμό διακρίσεων που συσχετίζεται με το φύλο τους στον χώρο εργασίας και, ως επακόλουθο, έχει αρνητική επίδραση στην ψυχολογία τους. Εκτός από την διερεύνηση της ερευνητικής υπόθεσης, μερικοί, ακόμα, ειδικοί ερευνητικοί στόχοι αυτής της έρευνας είναι: (1) την μελέτη της ύπαρξης των άμεσων και έμμεσων διακρίσεων στον εργασιακό χώρο των εργαζομένων (2) τον εντοπισμό και την περιγραφή μερικών επιπτώσεων στην εργασιακή, συναισθηματική και συμπεριφορική απόδοση των εργαζομένων, (3) σύγκριση με τα διεθνή ευρήματα και (4) να γίνει μια σύνοψη ορισμένων θεμάτων που θα πρέπει να επικεντρωθεί η μελλοντική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο Μεθοδολογία

4.1. Πληθυσμός και Δείγμα

Αρχικά, ο πληθυσμός της έρευνας απαρτιζόταν από εργαζόμενους διαφόρων κλάδων με δείγμα 152 ατόμων κυρίως από την Ελλάδα. Η εύρεση συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, και η επιλογή του δείγματος έγινε με τυχαία δειγματοληψία (random sampling). Λόγω της ιδιαίτερης φύσης του ερευνητικού θέματος (δηλαδή, η ύπαρξη διακρίσεων), επιλέχθηκε αυτή η μέθοδος με σκοπό τη συλλογή πιο ειλικρινών απαντήσεων και την ελαχιστοποίηση αρνητικών συναισθημάτων στους συμμετέχοντες (Μαυρίδης, 2021). Η ανώνυμη συλλογή δεδομένων και η χρήση διαδικτυακών ερευνών διευκολύνουν την ειλικρίνεια των συμμετεχόντων, ενώ η δειγματοληψία ευκολίας επιτρέπει την γρήγορη πρόσβαση σε ευαίσθητους πληθυσμούς, μειώνοντας τα αρνητικά συναισθήματα (DatAnalysis, 2024). Επιπλέον, ο ευαίσθητος σχεδιασμός ερωτήσεων και οι διαβεβαιώσεις για εμπιστευτικότητα εξασφαλίζουν ότι οι συμμετέχοντες αισθάνονται ασφαλείς να μοιραστούν τις εμπειρίες τους (Βασιλείου, 2020).

Συμπληρωματικά, οποιαδήποτε άλλη μορφή έρευνας θα μπορούσε να αποτελέσει πρόκληση για τη συλλογή μεγάλης ποικιλίας συμμετεχόντων από διαφορετικά γεωγραφικά και κοινωνικά περιβάλλοντα στο συντομότερο δυνατό χρονικό διάστημα (Γαλανός, 2023). Η ανώνυμη συλλογή δεδομένων, οι διαδικτυακές έρευνες, η δειγματοληψία ευκολίας, ο ευαίσθητος σχεδιασμός ερωτήσεων και οι διαβεβαιώσεις για εμπιστευτικότητα συνεργάζονται για να ενισχύσουν την ειλικρίνεια και την αξιοπιστία των απαντήσεων, επιτρέποντας την εξαγωγή συνοχών και ακριβών συμπερασμάτων (Δημητρίου, 2021). Εν γένει, το ερωτηματολόγιο είναι ένα οικονομικό και πρακτικό εργαλείο, μειώνοντας το κόστος και τον

χρόνο που απαιτείται για τη συλλογή δεδομένων σε σύγκριση με άλλες μεθόδους έρευνας, όπως η παρατήρηση ή οι συνεντεύξεις (Χριστοδούλου, 2024).

Ακόμα, μερικές λοιπές προϋποθέσεις συμμετοχής στην έρευνα ήταν να είναι κάποιος πάνω από 18 χρονών, να καταλαβαίνει την ελληνική γλώσσα και να έχουν οποιαδήποτε εργασιακή εμπειρία. Δεν υπήρξαν ωστόσο περιορισμοί όσον αναφορά το φύλο, την ηλικία, τις οικονομικές απολαβές και λοιπά δημογραφικά χαρακτηριστικά.

4.2. Μεθοδολογική Προσέγγιση και Εργαλεία

Η ποσοτική μέθοδος επιλέχθηκε διότι είναι ιδανική για την ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων και την εξαγωγή γενικεύσιμων συμπερασμάτων. Όπως αναφέρει ο Creswell (2014), η ποσοτική έρευνα επιτρέπει στους ερευνητές να εξετάσουν τη σχέση μεταξύ μεταβλητών και να μετρήσουν τις αντιλήψεις ή τις συμπεριφορές των συμμετεχόντων με συστηματικό τρόπο. Συγκεκριμένα, σε έρευνες που αφορούν τη μελέτη προτύπων και τάσεων (όπως μπορεί να είναι η οργανωτική δομή ή οι εργασιακές συνθήκες στον τουριστικό κλάδο), η ποσοτική μέθοδος παρέχει αντικειμενικά και μετρήσιμα αποτελέσματα, τα οποία μπορούν να γενικευτούν σε μεγαλύτερο πληθυσμό. Από την άλλη πλευρά, ποιοτική προσέγγιση εστιάζει στην εις βάθος κατανόηση των εμπειριών, των αντιλήψεων και των συναισθημάτων των συμμετεχόντων και χρησιμοποιεί εργαλεία όπως συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης και παρατήρηση για να συλλέξει πλούσια και περιγραφικά δεδομένα. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση μπορεί να περιορίσει τη δυνατότητα γενίκευσης των ευρημάτων σε μεγαλύτερους πληθυσμούς λόγω της εστίασης σε μικρά και συγκεκριμένα δείγματα (Bryman, 2016).

Σε έρευνες που αφορούν τη μελέτη προτύπων και τάσεων, όπως οι εργασιακές συνθήκες ή η οργανωτική δομή στον τουριστικό κλάδο, η ποσοτική μέθοδος προσφέρει ένα συστηματικό

πλαίσιο που επιτρέπει την ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων και την εξαγωγή γενικεύσιμων συμπερασμάτων. Με αυτόν τον τρόπο, η ποσοτική προσέγγιση παρέχει αντικειμενικά και μετρήσιμα αποτελέσματα, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν για τη λήψη αποφάσεων σε ευρύτερη κλίμακα (Creswell, 2014; Bryman, 2016). Η παρούσα έρευνα, σκοπό έχει να κατανοήσει τις σχέσεις μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν την εργασιακή οργάνωση και την ικανοποίηση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα. Η ποσοτική μέθοδος είναι καταλληλότερη σε αυτή την περίπτωση, διότι οι στόχοι της έρευνας περιλαμβάνουν την ανάλυση και μέτρηση παραγόντων που μπορούν να αξιολογηθούν μέσω ερωτηματολογίων και στατιστικής ανάλυσης (AhaSlides, 2024).

Συμπληρωματικά, Cohen, Manion & Morrison (2018) σημειώνουν ότι η ποσοτική έρευνα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τη δοκιμή υποθέσεων και τη μέτρηση συγκεκριμένων μεταβλητών με ακρίβεια, προσφέροντας μια πιο αυστηρή και αναπαραγώγιμη προσέγγιση, κάτι που είναι απαραίτητο για τη δημιουργία αξιόπιστων και αντικειμενικών αποτελεσμάτων. Για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης, επιλέχθηκε η διεξαγωγή έρευνας και η χρήση ερωτηματολογίου. Η χρήση ερωτηματολογίου για τη διεξαγωγή της έρευνας επιλέχθηκε λόγω της δυνατότητάς του να συλλέγει δεδομένα από μεγάλα δείγματα με τρόπο οικονομικό, πρακτικό και αντικειμενικό. Εξασφαλίζει συστηματικότητα στις απαντήσεις, επιτρέπει τη στατιστική ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων και παρέχει ανωνυμία, αυξάνοντας την ειλικρίνεια των συμμετεχόντων (Creswell, 2014; Bryman, 2016; AhaSlides, 2024). Επιπλέον, εξυπηρετεί τον στόχο της έρευνας, που είναι η ποσοτική ανάλυση εργασιακών συνθηκών και οργανωτικών προτύπων στον τουριστικό τομέα, για την εξαγωγή γενικεύσιμων συμπερασμάτων και την υποστήριξη αλλαγών στις εργασιακές πρακτικές.

Το διαδικτυακό ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε με χρήση Google Forms και εμπεριέχει 8 διαφορετικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα περιλαμβάνονται οι εισαγωγικές ερωτήσεις, όπου αποτελούν 5 στο σύνολο με την μορφή πολλαπλής επιλογής, έχουν δημιουργηθεί από τους ερευνητές και αποσκοπούν στον προσδιορισμό του επαγγελματικού προφίλ του συμμετέχοντα. Στην δεύτερη ενότητα, έχουν χρησιμοποιηθεί 13 ερωτήσεις από τις 19, από το ερωτηματολόγιο People Matters Survey, (2021) στην μορφή Likert (1 = Διαφωνώ απόλυτα- 6 = Συμφωνώ απόλυτα) και αποσκοπούν στην διερεύνηση και στον προσδιορισμό των διακρίσεων. Στην συνέχεια, στην τρίτη ενότητα, χρησιμοποιώντας, επίσης, 18 ερωτήσεις από τις 20, στην μορφή κλίμακα Likert (1 = Διαφωνώ απόλυτα- 6 = Συμφωνώ απόλυτα) από το ερωτηματολόγιο People Matters Survey, (2021) που μετράνε την επίπτωση των διακρίσεων στην επαγγελματική και προσωπική ζωή των εργαζομένων.

Έπειτα, στην τέταρτη ενότητα περιλαμβάνονται 13 ερωτήσεις από το ερωτηματολόγιο Gender equality survey, (2019), που αφορούν την αντίληψη των διακρίσεων στο περιβάλλον εργασίας του συμμετέχοντα. Επιλέχθηκαν 13 ερωτήσεις, αντί για το σύνολο των ερωτήσεων, για να επικεντρωθεί η έρευνα σε θέματα που σχετίζονται άμεσα με το ερευνητικό μας ερώτημα και τους στόχους της μελέτης. Οι συγκεκριμένες ερωτήσεις επελέγησαν καθώς παρέχουν τις πιο σχετικές πληροφορίες σχετικά με την ισότητα των φύλων στον εργασιακό χώρο, που αποτελεί το βασικό επίκεντρο της παρούσας έρευνας. Επιπλέον, η συμπερίληψη ολόκληρου του ερωτηματολογίου θα μπορούσε να οδηγήσει σε υπερβολικά ευρεία ανάλυση, απομακρύνοντας την προσοχή από τα κρίσιμα ζητήματα της εργασιακής οργάνωσης και της αντιμετώπισης των εργαζομένων, τα οποία αποτελούν τον κύριο άξονα της μελέτης. Η δήλωση απάντησης στο αναφερόμενο ερωτηματολόγιο γίνεται, ανάλογα την ερώτηση με την μορφή πολλαπλής επιλογής και κλειστής απάντησης, ενώ τρεις από τις ερωτήσεις περιλαμβάνουν την κλίμακα 7 Likert.

Μετέπειτα, στο πέμπτο μέρος αναφέρεται η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου People Matter Survey (Victorian Public Sector Commission, 2024), όπου αναφέρεται στην εμπειρία των διακρίσεων από τους συμμετέχοντες; « Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών στην τρέχουσα εργασία σας, έχετε βιώσει προσωπικά διακρίσεις στον χώρο εργασίας σας». Αν η απάντηση είναι αρνητική, ο συμμετέχοντας προσπερνά το υπόλοιπο ερωτηματολόγιο και οδηγείται αυτόματα στα δημογραφικά δεδομένα. Αν, όμως, η απάντηση είναι θετική, ο συμμετέχοντας οδηγείται στην συμπλήρωση ολόκληρου του ερωτηματολογίου. Αναφορικά, το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 7 ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών όπου προσπαθεί να γίνει μια προσπάθεια προσέγγισης του προσωπικού περιστατικού διάκρισης που έχει υποστεί ο συμμετέχοντας.

Στο έκτο μέρος, όπου αποτελεί και το τελευταίο γίνεται μια καταγραφή των δημογραφικών χαρακτηριστικών. Αυτά τα χαρακτηριστικά αποτελούν 12 και περιλαμβάνουν το φύλο, την ηλικία, τον σεξουαλικό προσανατολισμό, την οικογενειακή κατάσταση, το εκπαιδευτικό επίπεδο, την παρουσία παιδιών, το θρήσκευμα, το εάν ο συμμετέχοντας είναι φροντιστής κάποιου, την ύπαρξη αναπηρίας, την οικονομική ανεξαρτησία και το εισόδημα.

4.3. Διαδικασία

Αφού ολοκληρώθηκε η ερευνητική μελέτη και η δημιουργία του ερευνητικού εργαλείου , η διαδικασία συλλογής δεδομένων διήρκεσε περίπου από τις 25 Φεβρουαρίου έως τις 5 Απριλίου. Εκ των προτέρων, ακολουθώντας τις αρχές της ευκαιριακής δειγματοληψίας, χρησιμοποιήθηκαν ποικιλίες μέθοδοι για την προσέλκυση και συλλογή συμμετεχόντων. Η ευκαιριακή δειγματοληψία χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα για την ευκολία και την ταχύτητα που προσφέρει στη συλλογή δεδομένων, επιτρέποντας την άμεση πρόσβαση σε διαθέσιμους

συμμετέχοντες, αν και υπάρχει η αναγνώριση ότι τα αποτελέσματα μπορεί να μην είναι πλήρως αντιπροσωπευτικά του συνολικού πληθυσμού. Αυτές οι μέθοδοι περιλάμβαναν: 1) Η διεύθυνση URL του ερωτηματολογίου κοινοποιήθηκε στον επίσημο ιστότοπο του πανεπιστημίου και σελίδας φοιτητών στο Facebook, 2) κοινοποιήθηκε μεταξύ σελίδων Επαγγελματικών και σελίδων Τουρισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, 3) έγινε χρήση λιστών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου φοιτητών και ιδρυμάτων, 4) ο σύνδεσμος στάλθηκε σε γνωστούς και, επιπλέον, τους ζητήθηκε επίσης να στείλουν τη διεύθυνση URL της μελέτης στην οικογένειά τους, τους φίλους και γνωστούς τους, καθώς και να δημοσιεύουν τις πληροφορίες στον Ιστότοπο τους και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Όσον αφορά την πληροφόρηση του συμμετέχοντα μέσω του ερωτηματολόγιο, όλες οι πληροφορίες της έρευνας ήταν και αυτές σε ηλεκτρονική μορφή στην πρώτη σελίδα. Από τη στιγμή που ο συμμετέχων προχωρούσε στην δεύτερη σελίδα του ερωτηματολογίου, αυτό αυτομάτως σήμαινε ότι ο συμμετέχων έδωσε συνειδητά τη συγκατάθεσή του. Ο συμμετέχοντας είχε την επίγνωση πως η συμμετοχή ήταν ανώνυμη και ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν απεριόριστος. Στο τέλος της έρευνας υπήρχαν όλες οι πληροφορίες για την ερευνητική διαδικασία, θέματα δεοντολογίας και εμπιστευτικότητας και στοιχεία επικοινωνίας με τους ερευνητές. Στην περίπτωση όπου ένας συμμετέχων ένιωθε υπερβολικό άγχος, δυσφορία ή αναστάτωση, είχε το δικαίωμα να σταματήσει να συμμετέχει στην έρευνα χωρίς να αναφέρει τον λόγο της απόσυρσης του και τα αρχεία του μπορούσαν να καταστραφούν αυτόματα.

Για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας του εργαλείου μέτρησης, διενεργήθηκε ανάλυση των κλιμάκων με τη χρήση του Cronbach's alpha. Η συγκεκριμένη ανάλυση εξασφαλίζει την εσωτερική συνοχή των κλιμάκων, ενώ η περιεχομενική εγκυρότητα

επιβεβαιώνεται μέσω ανασκόπησης της βιβλιογραφίας και προσαρμογής των ερωτήσεων στον ερευνητικό σκοπό. Στη δεύτερη ενότητα, που αφορά τη διερεύνηση διακρίσεων στον εργασιακό χώρο και περιλαμβάνει 13 ερωτήσεις από το People Matters Survey (2021), το Cronbach's alpha ήταν 0.85, δείχνοντας υψηλή εσωτερική συνοχή. Στην τρίτη ενότητα, η οποία περιλαμβάνει 18 ερωτήσεις για την επίπτωση των διακρίσεων στη ζωή των εργαζομένων, ο δείκτης Cronbach's alpha ήταν 0.83, επίσης υποδεικνύοντας υψηλή αξιοπιστία. Στην τέταρτη ενότητα, που περιλαμβάνει 13 ερωτήσεις από το Gender Equality Survey (2019) για τη μέτρηση της αντίληψης των διακρίσεων λόγω φύλου, το Cronbach's alpha ήταν 0.80, καταδεικνύοντας ικανοποιητική εσωτερική συνοχή.

Η συνολική αξιοπιστία του ερωτηματολογίου ήταν Cronbach's alpha = 0.84, που υποδηλώνει υψηλή εσωτερική συνοχή και δείχνει ότι το εργαλείο είναι αξιόπιστο για τη μέτρηση των σχετικών παραμέτρων στην παρούσα έρευνα. Οι επιμέρους κλίμακες παρουσίασαν υψηλά επίπεδα αξιοπιστίας, διασφαλίζοντας τη σταθερότητα των αποτελεσμάτων.

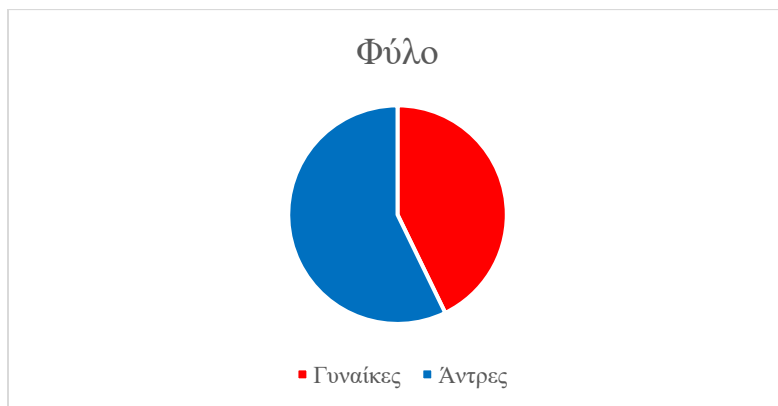
4.4. Ανάλυση

Τα ευρήματα αναλύθηκαν πρωταρχικά χρησιμοποιώντας λογισμικό (SPSS) έκδοση 22.0 για Microsoft Windows και σε δεύτερη φάση με την εφαρμογή Excel, της Microsoft. Οι υποθέσεις της έρευνας εξετάστηκαν με τη χρήση της μονόδρομης Ανοva και της Γραμμικής παλινδρόμησης. Μια τιμή $p < 0,05$ θεωρήθηκε ως στατιστικά σημαντική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο Αποτελέσματα & Συζήτηση

5.1. Δημογραφικά αποτελέσματα

Τους αναφέρθηκε νωρίτερα, αυτή η έρευνα αποσκοπεί στην διερεύνηση τους ύπαρξης διακρίσεων τους εργαζόμενους. Για αυτόν τον σκοπό, 152 συμμετέχοντες συλλέχθηκαν (42.8%= γυναίκες και 57.2%= Άντρες) και μετρήθηκε το επίπεδο τους ύπαρξης των διακρίσεων, ιδιαίτερα με βάση το φύλο και τους επιπτώσεις αυτού στο συναισθηματικό και το εργασιακό του περιβάλλον. Συγκεκριμένα, τα παραπάνω μετρήθηκαν με την χρήση των ερευνητικών ερωτηματολογίων που επιλέχθηκαν για την έρευνα και αξιολογήθηκαν σε σχέση με την ύπαρξη εμπειρίας εργασίας στον τουριστικό κλάδο (42.2% = Εργάζονται τον τελευταίο χρόνο, 31%= Δεν έχουν εργαστεί σε τουριστική επιχείρηση και 27%= Είχαν εργαστεί στο παρελθόν).



Γράφημα 1: Δημογραφική δομή του φύλου του δείγματος



Γράφημα 2: Δημογραφική δομή τους οικογενειακής κατάστασης του δείγματος

Αναφορικά με την εργασιακή κατάσταση των ατόμων, παρατηρούμε τα ακόλουθα αποτελέσματα: Το 46.7% των ατόμων δήλωσε ότι εργάζονται όλο τον χρόνο, ενώ το 33.5% δήλωσε ότι εργάζονται εποχιακά. Μόνο το 3.6% δήλωσε ότι είναι άνεργοι και δεν αναζητούν εργασία, ενώ το 4.8% δήλωσε ότι είναι άνεργοι και αναζητούν εργασία. Αυτά τα αποτελέσματα δείχνουν μια ποικιλομορφία στην εργασιακή κατάσταση των ατόμων που συμμετείχαν στη μελέτη.



Γράφημα 3: Δημογραφική δομή του τύπου εργασίας στο δείγμα

Τα ποσοστά των αναφερόμενων δημογραφικών χαρακτηριστικών βρέθηκαν μέσω Frequences και παρουσιάζονται στο Γράφημα 1 & Γράφημα 2. Η κανονικότητα τους διανομής

δειγμάτων για δύο δημογραφικές μεταβλητές, συγκεκριμένα η ηλικία και το εισόδημα, αξιολογήθηκε χρησιμοποιώντας το τεστ Shapiro-Wilk. Από τα αποτελέσματα διαπιστώθηκε ότι τόσο το φύλο ($W = 0.943, p > 0.05$) όσο και η απασχόληση στην τουριστική εργασία ($W = 0.922, p > 0.05$) δεν αποκλίνουν σημαντικά από μια κανονική κατανομή. Η κατάσταση επιβεβαιώθηκε και οπτικά μέσω της επιθεώρησης των ιστογραμμάτων και των διαγραμμάτων Q-Q, όπου παρατηρήθηκε μια προσέγγιση στο κανονικό σχήμα και για τους δύο μεταβλητές. Κατά συνέπεια, η έρευνα προχώρησε απευθείας στη χρήση των στατιστικών εργαλείων για την εξέταση του ερευνητικού τους ερωτήματος.

5.2. Ανάλυση των εργασιακών κατηγοριών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης των συμμετεχόντων

Για την εξέταση των παραπάνω περιπτώσεων, χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό εργαλείο Linear Model του Spss για ανάλυση δεδομένων, όπου ανεξάρτητη μεταβλητή ήταν τα επαγγελματικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, ενώ εξαρτημένη μεταβλητή ήταν η ύπαρξη του αισθήματος τους διάκριση. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης Univariate αποκαλύπτουν σημαντικά ευρήματα σχετικά με τη σχέση μεταξύ διαφόρων μεταβλητών προγνωστικών για τους διακρίσεις στον χώρο εργασίας.

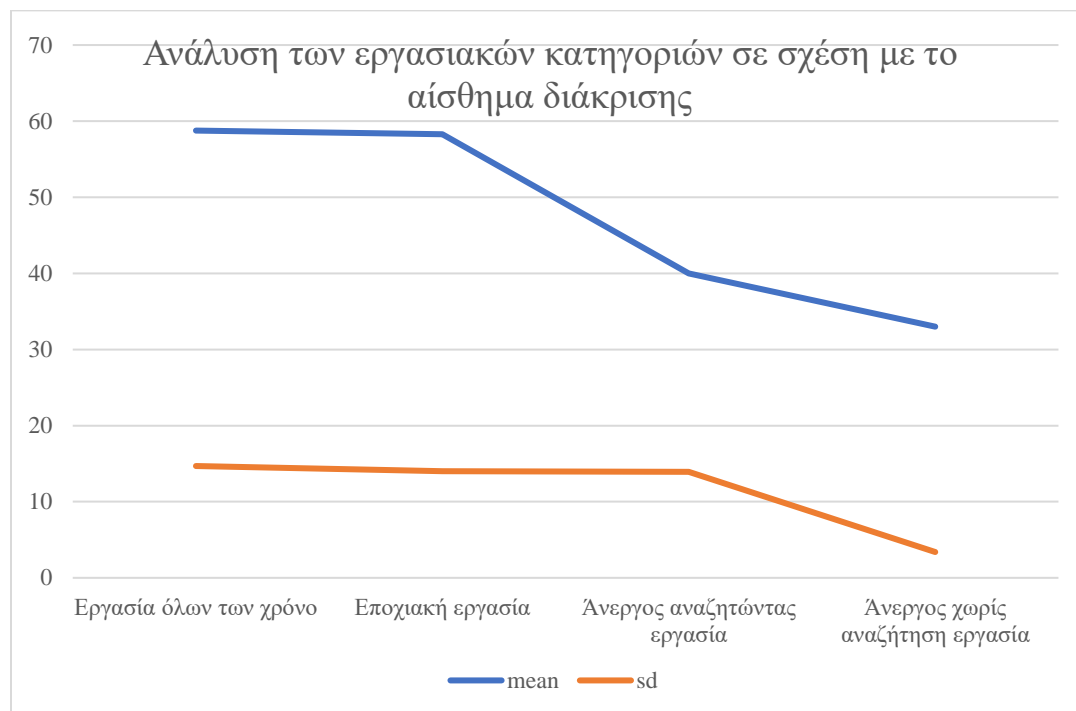
Το προσαρμοσμένο μοντέλο παλινδρόμησης, εξηγεί ένα στατιστικά σημαντικό ποσοστό της διακύμανσης της διακρίσεις στον χώρο εργασίας [$F(81) = 518.025, p = .03$]. Συγκεκριμένα, το μοντέλο παλινδρόμησης παράγαγε ένα άθροισμα των τετραγώνων για την παλινδρόμηση των 13915.083 με 81 βαθμούς ελευθερίας, υποδεικνύοντας ότι οι συμπεριλαμβανόμενοι παράγοντες συλλογικά εξηγούν τη διακύμανση στην εξαρτημένη μεταβλητή. Το διορθωμένο μοντέλο αντιπροσώπευε σημαντικό ποσοστό της διακύμανσης.

(Άθροισμα τετραγώνων Τύπου III = 23004.458, Μέσο τετράγωνο = 284.006). Επιπλέον, η τομή έδειξε μια εξαιρετικά σημαντική επίδραση, [$F(1) = 518.025, p < .001$], υποδεικνύοντας μια σημαντική διαφορά από το μηδέν στο συνολικό μέσο όρο τους εξαρτημένης μεταβλητής. Αυτά τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές που περιλαμβάνονται στην ανάλυση έχουν αξιωσημείωτο αντίκτυπο.

Σε μια μεταγενέστερη ανάλυση αυτών των αποτελεσμάτων για την διερεύνηση σε ποιόν εργασιακών μεταβλητών εμφανίζεται διάκριση, μέσω της ανάλυσης between subject effects, παρατηρήθηκε πως η ομάδα η οποία εμφανίζει μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης αφορά την Εργασιακή κατάσταση (δηλ. Εργασία όλων τον χρόνο, εποχιακή εργασία, άνεργος σε αναζήτηση εργασίας/ χωρίς αναζήτηση εργασίας) [$F(3) = 3.041, p < .035$] και είναι η μόνη που είναι στατιστικά σημαντική. Ακόμα, για ακόμα που φαίνεται πως τα αποτελέσματα τους πλησιάζουν στα στατιστικά σημαντικά είναι αυτή που αφορά τα χρόνια εργασίας των εργαζομένων [$F(5) = 1.563, p < .18$], ενώ αντίθετα οι υπόλοιπες μεταβλητές δεν είναι στατιστικά σημαντικές, τους η εργασία σε τουριστική επιχείρηση [$F(2) = .447, (p < .64)$], τον τρέχοντα ρόλο ή θέση εργασίας [$F(4) = .590, (p < .67)$] και ο τύπος συμβολαίου εργασίας [$F(5) = .259, (p < .93)$].

Σε μια πιο αναλυτική ανάλυση της μεταβλητής αναφορά την εργασιακή κατάσταση, η υποκατηγορία που εμφανίζει μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης είναι αυτή της εργασίας όλων των χρόνων ($m=58.76, sd=14.69$), άμεσος ακολουθεί η εποχιακή εργασία ($m=58.28, sd=14.06$). Στην συνέχεια ακολουθεί οι άνεργοι χωρίς να αναζητούν εργασία ($m=40.000, sd=13.91$) και τέλος είναι οι εργαζόμενοι που είναι σε αναζήτηση εργασίας ($m=33.00, sd=3.39$). Αντίστοιχα, στα χρόνια εργασίας, τα άτομα που παρουσιάζουν μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης είναι αυτά που εργάζονται 16-20 χρόνια ($m=68.75, sd=8.94$) και τα άτομα με 6-10 χρόνια εργασίας ($m=61.11, sd=14.68$). Έπειτα, ακολουθούν τα 11-15 χρόνια ($m=57.88, sd=21.05$) και τα 1-5 χρόνια

($m=57.79$, $sd=14.00$). Τέλος, ο τους χρόνος εργασίας παρουσιάζει τον λιγότερο βαθμό διάκρισης ($m= 50.38$, $sd=15.43$). Για τους υπόλοιπες υποκατηγορίες δεν προχωρήσαμε σε περαιτέρω στατιστική ανάλυση καθώς τα αποτελέσματα δεν είχαν στατιστική σημαντικότητα



Γράφημα 4: Ανάλυση των εργασιακών κατηγοριών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης

5.3. Ανάλυση των εργασιακών κατηγοριών σε σχέση με τις επιπτώσεις των διακρίσεων στους συμμετέχοντες

Η ανάλυση factorial ANOVA δεν έδειξε σημαντικές μεταξύ-ομάδων επιδράσεις στην εξαρτημένη μεταβλητή των επιπτώσεων των διακρίσεων, τους φαίνεται από το διορθωμένο μοντέλο [$F(81) = 1.248$, $p = .178$]. Το σημείο τομής (intercept) έδειξε υψηλά σημαντική επίδραση στην των επιπτώσεων των διακρίσεων [$F(1) = 508.240$, $p < .001$], υποδεικνύοντας σημαντική διαφορά από το μηδέν στη συνολική μέση τιμή τους εξαρτημένης

μεταβλητής. Ωστόσο, καμία από τους ανεξάρτητες μεταβλητές, συμπεριλαμβανομένων τους Εργασιακής κατάστασης, τους εργασίας στον τομέα του τουρισμού, του τύπου τους σύμβασης/συμβολαίου εργασίας), τους τρέχουσα θέση εργασίας, και των χρόνων εργασίας, δεν έδωσαν σημαντικά αποτελέσματα τους επιπτώσεις των διακρίσεων. Αυτά τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι οι παράγοντες που εξετάστηκαν δεν επηρεάζουν σημαντικά τους αντιλήψεις για τους συνέπειες τους διακριτικής συμπεριφοράς στον χώρο εργασίας. Περαιτέρω έρευνα σε τους πιθανούς παράγοντες που επηρεάζουν τους επιπτώσεις των διακρίσεων μπορεί να είναι δικαιολογημένη.

5.4. Ανάλυση των δημογραφικών μεταβλητών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης των συμμετεχόντων

Τα αποτελέσματα τους between-subjects ANOVA δείχνουν μια στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των ανεξάρτητων δημογραφικών μεταβλητών και τους εξαρτημένης μεταβλητής, του αισθήματος τους διάκρισης ($F(24) = 1.654, p = .040$). Το μοντέλο συνολικά εξηγεί ένα σημαντικό ποσοστό τους διακύμανσης του αισθήμα των διακρίσεων, τους αποδεικνύεται από το Σύνολο Τύπου III των Τετραγώνων Συνόλων (Type III Sum of Squares) των 8390.749 και μέσο τετραγωνικό τιμής (mean square) των 349.615. Επιπλέον, ο όρος τους παράστασης (intercept term) είναι στατιστικά σημαντικός ($F(1) = 63.944, p = .000$), υποδηλώνοντας ότι υπάρχει ένα σημαντικό αποτέλεσμα ακόμα και χωρίς να ληφθούν υπόψη οι ανεξάρτητες μεταβλητές. Συνολικά, αυτά τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές συμβάλλουν τους βαθμολογίες διάκρισης, δικαιολογώντας περαιτέρω έρευνα για τους συγκεκριμένους παράγοντες που επηρεάζουν την απόδοση στη διάκριση. Το μοντέλο παλινδρόμησης περιλαμβάνει αρκετές προβλέπουσες μεταβλητές, τους ηλικιακή ομάδα, δημογραφικές κατηγορίες, περιγραφή τους

σεξουαλικής ταυτότητας, οικογενειακή κατάσταση, επίπεδο εκπαίδευσης, παρουσία παιδιών, καθήκοντα φροντιστή στην ευρύτερη οικογένεια, κατάσταση αναπηρίας, χώρα γέννησης, θρησκευτική κατηγορία, οικονομική ανεξαρτησία και ετήσιο εισόδημα. Περαιτέρω εξέταση των ατομικών συντελεστών προβλέποντων και των αντίστοιχων επιπέδων σημαντικότητας απαιτείται για να αποκτηθεί καλύτερη κατανόηση των συγκεκριμένων συμβολεύσεων στο μοντέλο.

Όσον αναφορά τους υποκατηγορίες, η μόνη ομάδα που παρουσιάζει στατιστικά σημαντική διαφορά είναι αυτή του σεξουαλικού προσανατολισμού [$F(1) = 4.981, p = .027$], υποδεικνύοντας πως ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει έντονα το αίσθημα διάκρισης των εργαζομένων. Μια άλλη μεταβλητή που τα αποτελέσματα τους είναι κοντά στο στατιστικά σημαντικά είναι η μεταβλητή τους ηλικιακής ομάδας [$F(4) = 2.373, p = .056$] τους και το ετήσιο εισόδημα, [$F(3) = 2.250, p = .086$]. Στις υπόλοιπες δημογραφικές μεταβλητές τους είναι το φύλο [$F(1) = .135, p = .713$], τους οικογενειακής κατάστασης [$F(3) = 2.128, p = .100$], το εκπαιδευτικό επίπεδο [$F(4) = 1.997, p = .099$], την ύπαρξη παιδιών [$F(1) = .000, p = .987$] κ.ο.κ, δεν παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα.

Ποια αναλυτικά, όσον αναφορά την μεταβλητή που είναι στατιστικά σημαντική, δηλαδή ο σεξουαλικός προσανατολισμός, διαφαίνεται ότι τα ετερόφυλα άτομα ($m = 56.8056, sd = 14.84148$) είναι πιο πιθανό να αισθάνονται διάκριση συγκριτικά με τους ομοφυλόφιλους. ($m = 51.0000, sd = 22.29670$). Στην συνέχεια, αξίζει να αναφερθούν οι μεταβλητές που είναι κοντά στο να είναι στατιστικά σημαντικές. Αρχικά οι ομάδες που παρουσιάζουν μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης είναι αυτή των 55-64 ($m = 73.0000, sd = 2.00000$) και των 45-54 ($m = 62.5556, sd = 13.62086$). Στην συνέχεια ακολουθούν οι ηλικίες 35-44 ($m = 59.7273, sd = 15.29451$), 25-30 ($m = 56.3667, sd = 15.97982$) και 18-24 ($m = 53.6207, sd = 14.45238$). Τέλος, άλλη μια μεταβλητή

που είναι κοντά στο να είναι στατιστικά σημαντική είναι του ετήσιου εισοδήματος. Η κατηγορία εισοδήματος >25.000 (m=60.9333, sd=9.61001) παρουσιάζει μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης, ακολουθώντας 10.000-15000 (m=59.4130, sd=16.36741), 15.000-20.000 (m=58.1579, sd=17.48098) και η μεταβλητή με τον μικρότερο βαθμό διάκρισης είναι <10.0000 (m=53.2778, sd=14.48673)

Μεταβλητή	F-value	p-value	Στατιστική Σημαντικότητα	Μέση Τιμή (m)	Τυπική Απόκλιση (sd)
<i>Σεξουαλικός Προσανατολισμός</i>	F(1) = 4.981	p = .027	Σημαντική	Ετερόφυλοι: m = 56.81	Ετερόφυλοι: sd = 14.84
				Ομοφυλόφιλοι: m = 51.00	Ομοφυλόφιλοι: sd = 22.30
<i>Ηλικιακή Ομάδα</i>	F(4) = 2.373	p = .056	Κοντά σε Σημαντική	55-64: m = 73.00	55-64: sd = 2.00
				45-54: m = 62.56	45-54: sd = 13.62
				Άλλες Ηλικίες: m = 53.62- 59.73	sd = 14.45- 15.29
<i>Ετήσιο Εισόδημα</i>	F(3) = 2.250	p = .086	Κοντά σε Σημαντική	>25.000: m = 60.93	>25.000: sd = 9.61
				<10.000: m = 53.28	<10.000: sd = 14.49
<i>Φύλο</i>	F(1) = .135	p = .713	Μη Σημαντική	-	-
<i>Οικογενειακή Κατάσταση</i>	F(3) = 2.128	p = .100	Μη Σημαντική	-	-
<i>Εκπαιδευτικό Επίπεδο</i>	F(4) = 1.997	p = .099	Μη Σημαντική	-	-

Πίνακας 2: Ανάλυση των δημογραφικών μεταβλητών σε σχέση με το αίσθημα διάκρισης των συμμετεχόντων

5.5. Ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών σε σχέση με τις επιπτώσεις των διακρίσεων στους συμμετέχοντες

Η ανάλυση των μεταξύ ομάδων επιδράσεων στην εξαρτημένη μεταβλητή επιπτώσεις διακρίσεων απέδωσε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα ($F(24, 125) = 2.392, p = .001$). Αυτό υποδηλώνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές εξηγούν συλλογικά ένα σημαντικό μέρος τους διακύμανσης τους επιπτώσεις διακρίσεων. Ειδικότερα, το διορθωμένο μοντέλο κατέγραψε 21637.792 μονάδες διακύμανσης, με κάθε ανεξάρτητη μεταβλητή να συνεισφέρει στην εξηγητική ισχύ του μοντέλου. Επιπλέον, η διεισδυτική έννοια, που αντιπροσωπεύει την αναμενόμενη τιμή των επιπτώσεων λόγω των διακρίσεων, όταν τους οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι μηδέν, επέδειξε σημαντική επίδραση στην εξαρτημένη μεταβλητή ($F(1, 125) = 66.170, p < .001$). Αυτά τα ευρήματα υπογραμμίζουν τη σημασία τους λήψης υπόψη πολλών παραγόντων κατά την εξέταση των αντιλήψεων των συνεπειών, αναδεικνύοντας την πολυπλοκότητα αυτού του φαινομένου μέσα στον εξεταζόμενο πληθυσμό. Η ανάλυση ανάμεσα σε ομάδες επιδράσεων ανέδειξε σημαντικές συνδέσεις μεταξύ τους εξαρτημένης μεταβλητής και των ακόλουθων ανεξάρτητων μεταβλητών: εκπαιδευτικό επίπεδο [$F(4, 125) = 3.064, p = .019$], θρησκεία [$F(2, 125) = 3.002, p = .053$], και ετήσιο εισόδημα [$F(3, 125) = 3.095, p = .029$]. Επιπλέον, σχεδόν στατιστικά σημαντική θα μπορούσε να είναι η οικονομική ανεξαρτησία [$F(1, 125) = 3.489, p = .064$]. Αυτά τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν τη σημασία αυτών των μεταβλητών στην κατανόηση των αντιλήψεων και των επιπτώσεων στον εξεταζόμενο πληθυσμό.

Πιο αναλυτικά, αναφορικά με τους στατιστικά σημαντικές μεταβλητές. Οι περιγραφικές στατιστικές για την εξαρτημένη μεταβλητή των επιπτώσεων ανάλογα με το εκπαιδευτικό επίπεδο αποτυπώνονται ως εξής- οι κάτοχοι πτυχίου Πτυχίο ΑΕΙ/ΑΤΕΙ ($m=69.7885, sd=19.47179$), Μεταπτυχιακού ($m=75.6154, sd=25.81329$) και Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης

($m=78.4286$, $sd=20.4022$). Τον μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης τον παρουσιάζουν τα άτομα με πτυχίο ΙΕΚ/ΔΠΕΚ ($m=86.9615$, $sd= 18.16035$) και πτυχίου ΤΕΙ ($m= 87.3846$, $sd= 19.68307$).

Όσον αναφορά την μεταβλητή τους θρησκεία, φαίνεται πως τα άτομα που έχουν θρησκείες τους εκτός από τον Χριστιανισμό ή τον Αθεϊσμό παρουσιάζουν τον μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης, ($m = 82.0000$, $sd= 38.183$), ακολουθώντας τα άτομα που ασπάζονται τον Χριστιανισμό ($m= 78.7480$, $sd = 20.28252$) και τέλος ο αθεϊσμός: ($m= 67.0476$, $sd= 23.52972$). Η επόμενη μεταβλητή είναι τα άτομα που έχουν οικονομική ανεξαρτησία όπου φαίνεται πώς τα οικονομικά ανεξάρτητα άτομα έχουν μεγαλύτερο βαθμό οικονομικής ανεξαρτησίας ($m= 81.3248$, $sd= 20.1236$) σε σχέση με τα μη ανεξάρτητα άτομα ($m=63.4857$, $sd=20.5030$). Τέλος, σε σχέση με το εισόδημα, φαίνεται τα άτομα με εισόδημα <10.000 : ($m= 72.1944$, $sd = 20.65589$), έπειτα το εισόδημα 15.000-20.000 ($m= 77.8421$, $sd = 23.81704$), το εισόδημα 10.000-15.000 $m= 82.5435$, $sd = 20.97481$) και η ομάδα με τον μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης είναι αυτή με το εισόδημα >25.000 ($m = 84.2000$, $sd= 20.14306$)

Μεταβλητή	F-value	p-value	Στατιστική Σημαντικότητα	Μέση Τιμή (m)	Τυπική Απόκλιση (sd)
<i>Εκπαιδευτικό Επίπεδο</i>	F(4, 125) = 3.064	p = .019	Σημαντική	ΙΕΚ/ΔΠΕΚ: m = 86.96	ΙΕΚ/ΔΠΕΚ: sd = 18.16
				ΤΕΙ: m = 87.38	ΤΕΙ: sd = 19.68
				Δευτεροβάθμια: m = 78.43	Δευτεροβάθμια: sd = 20.40
<i>Θρησκεία</i>	F(2, 125) = 3.002	p = .053	Κοντά σε Σημαντική	Άλλες Θρησκείες: m = 82.00	Άλλες Θρησκείες: sd = 38.18
				Χριστιανισμός: m = 78.75	Χριστιανισμός: sd = 20.28
				Αθεϊσμός: m = 67.05	Αθεϊσμός: sd = 23.53
<i>Οικονομική Ανεξαρτησία</i>	F(1, 125) = 3.489	p = .064	Κοντά σε Σημαντική	Ανεξάρτητα: m = 81.32	Ανεξάρτητα: sd = 20.12

				Μη Ανεξάρτητα: m = 63.49	Μη Ανεξάρτητα: sd = 20.50
<i>Ετήσιο Εισόδημα</i>	F(3, 125) = 3.095	p = .029	Σημαντική	>25.000: m = 84.20	>25.000: sd = 20.14
				<10.000: m = 72.19	<10.000: sd = 20.66

Πίνακας 3: Ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών σε σχέση με τις επιπτώσεις των διακρίσεων στους συμμετέχοντες

5.6. Ανάλυση της εμπειρίας των διακρίσεων και των εργασιακών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων.

Οι δοκιμές μεταξύ ομάδων ανέδειξαν στατιστικά μη σημαντικά αποτελέσματα για την εξαρτημένη μεταβλητή τους πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης στον εργασιακό χώρο ($F(45) = .532, p = .951$). Αυτό υποδηλώνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές δεν εξηγούν σημαντικά τη διακύμανση τους πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης. Επιπλέον, η σταθερή ενδείχθηκε ότι είναι στατιστικά σημαντική ($F(1) = 277.323, p < .000$), υποδηλώνοντας ότι η διεισδυτική έννοια έχει σημαντική επίδραση στην εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτά τα ευρήματα δεν υποστηρίζουν σημαντικές σχέσεις μεταξύ των μελετηθέντων παραγόντων και του επιπέδου κατάχρησης προϊόντων.

Οι δοκιμές μεταξύ ομάδων για την εξαρτημένη μεταβλητή τους πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης δεν ανέδειξαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα ($F(23) = 0.340, p = 0.996$). Αυτό υποδηλώνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές δεν εξηγούν σημαντικά τη διακύμανση στο τους πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης. Ωστόσο, η σταθερή μεταβλητή εμφανίζει σημαντική διαφορά ($F(1) = 20.692, p < 0.000$), υποδηλώνοντας σημαντική επίδραση τους σταθερής μεταβλητής στις πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης. Αυτό σημαίνει ότι άλλοι παράγοντες που δεν ελέγχθηκαν

στο πλαίσιο τους τους μελέτης μπορεί να επηρεάζουν την κατάχρηση προϊόντων, με τη σταθερή παράμετρο να αντιπροσωπεύει έναν από τους. Αυτά τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι, παρά την έλλειψη σημαντικής διαφοροποίησης μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών, η σταθερή μεταβλητή εξακολουθεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην εξήγηση τους πρόσφατης εμπειρίας διάκρισης. Επιπλέον, τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν την ανάγκη για περαιτέρω έρευνα για να κατανοήσουμε καλύτερα τους παράγοντες που σχετίζονται με την κατάχρηση προϊόντων.

Μεταβλητή	F-value	p-value	Στατιστική Σημαντικότητα
<i>Πρόσφατη εμπειρία διάκρισης (ομάδα 1)</i>	F(45) = .532	p = .951	Μη σημαντική
<i>Σταθερή παράμετρος (ομάδα 1)</i>	F(1) = 277.323	p < .000	Σημαντική
<i>Πρόσφατη εμπειρία διάκρισης (ομάδα 2)</i>	F(23) = 0.340	p = 0.996	Μη σημαντική
<i>Σταθερή παράμετρος (ομάδα 2)</i>	F(1) = 20.692	p < 0.000	Σημαντική

Πίνακας 4: Ανάλυση της εμπειρίας των διακρίσεων και των εργασιακών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο Συμπεράσματα

6.1. Περίληψη & Συμπεράσματα

Η τρέχουσα έρευνα προσπάθησε να εξετάσει πώς οι διακρίσεις παρουσιάζονται στους εργαζόμενους των τουριστικών επιχειρήσεων. Στην συνέχεια, πώς οι διακρίσεις εμφανίζονται στις γυναίκες εργαζόμενες. Προηγούμενες έρευνες έχουν υποστηρίξει πως οι γυναίκες αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του εργατικού δυναμικού στον τομέα του τουρισμού, ωστόσο, αντιμετωπίζουν τις πιο ευάλωτες συνθήκες εργασίας. Ορισμένα χαρακτηριστικά του τομέα, όπως η επισφαλής απασχόληση, η κατακερματισμένη αγορά και τα ακανόνιστα ωράρια εργασίας, προσθέτουν επιπλέον δυσκολίες (International Labor Organization, 2010). Έχει, επίσης, σημαντική επίδραση σε τομείς όπως η πρόσληψη, οι αποδοχές και η δυνατότητα ανέλιξης στην επαγγελματική ιεραρχία (Calvet, et al., 2021).

Δεδομένου του γεγονότος ότι προηγούμενες έρευνες μέτρησης των διακρίσεων στον πληθυσμό της Μεσογείου ήταν ανεπαρκής ιδιαίτερα όσον αναφορά την Ελλάδα, καθώς και η παρουσία βιβλιογραφικών ελλείψεων σχετικά με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού, στόχος της παρούσας μελέτης ήταν να καλύψει αυτό το έλλειμμα των προηγούμενων ερευνών. Συγκεκριμένα, εάν εμφανίζονται διακρίσεις στο εργατικό προσωπικό, ιδιαίτερα στις γυναίκες. Η υπόθεση της παρούσας έρευνας δεν επιβεβαιώθηκε, καθώς οι γυναίκες δεν φαίνεται να παρουσιάζουν σημαντικότερο βαθμό διάκρισης σε σύγκριση με τους άντρες συναδέλφους τους.

Το δείγμα της έρευνας μας ήταν ποικίλο από την άποψη ποιοτικών χαρακτηριστικών, όμως σχετικά μικρό σε μέγεθος (152 άτομα). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, παρατηρείται πως ο τύπος εργασίας επηρεάζει σημαντικά την εμφάνιση των διακρίσεων, με τα άτομα με πλήρη εργασία να εμφανίζουν τον μεγαλύτερο βαθμό διακρίσεων συγκριτικά με τα άτομα σε

ημιαπασχόληση και τους ανέργους (είτε αναζητούν εργασία είτε όχι). Αυτό το αποτέλεσμα θα μπορούσε να εξηγηθεί από το γεγονός ότι τα άτομα με πλήρη εργασία έχουν μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία, και επομένως είναι πιθανό να έχουν βιώσει περισσότερες περιπτώσεις διακρίσεων σε σχέση με τους άλλους τρεις τύπους εργασιακής κατάστασης. Επιπλέον, αυτά τα άτομα είναι πιθανότερο να βρίσκονται σε θέσεις με περισσότερη ευθύνη και ορατότητα, γεγονός που μπορεί να αυξάνει την πιθανότητα να αντιμετωπίσουν διακρίσεις.

Ακόμα, όσον αφορά τα χρόνια εργασίας, παρατηρείται πως όσο περισσότερα χρόνια εργασίας έχει κάποιος εργαζόμενος, τόσο μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης είναι πιθανό να εμφανίζει. Μια πιθανή εξήγηση αυτού του αποτελέσματος είναι πως οι εργαζόμενοι με μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία έχουν καλύτερη ικανότητα να αναγνωρίζουν μοτίβα διάκρισης και να τα αναφέρουν, σε αντίθεση με τους εργαζόμενους με μικρότερη εργασιακή εμπειρία. Επιπλέον, όπως και οι εργαζόμενοι σε πλήρη εργασία, λόγω της μεγαλύτερης χρονικά επαφής τους στον χώρο εργασίας αλλά και της ηλικίας τους, υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα να αντιμετωπίσουν αυτό το φαινόμενο. Οι εργαζόμενοι με πολλά χρόνια στον επαγγελματικό στίβο έχουν πιθανώς βιώσει περισσότερες καταστάσεις όπου η διάκριση μπορεί να εμφανιστεί, και επομένως έχουν μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση και εμπειρία στην αναγνώριση και αναφορά τέτοιων περιστατικών. Αυτή η γνώση μπορεί να τους καθιστά πιο ικανούς στο να αντιληφθούν και να αναφέρουν περιστατικά διάκρισης, κάτι που μπορεί να μην είναι τόσο προφανές σε εργαζόμενους με λιγότερα χρόνια εμπειρίας. Έτσι, η μακροχρόνια εργασιακή εμπειρία φαίνεται να συνδέεται με την αυξημένη αναγνώριση και καταγραφή διακρίσεων στον επαγγελματικό χώρο.

Χαρακτηριστικά όπως η εργασία στον κλάδο του τουρισμού (παροντική ή μελλοντική), η θέση εργασίας (π.χ. προϊστάμενος, υπάλληλος κ.ο.κ.) και ο τύπος συμβολαίου (π.χ. Fulltime,

part-time κ.ο.κ.) δεν εμφανίζουν στατιστικά σημαντικό βαθμό διάκρισης. Με άλλα λόγια, η θέση εργασίας, ο τύπος συμβόλαιου και η εργασία σε τουριστική δεν επηρεάζουν την εμφάνιση των διακρίσεων. Άρα, μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι η υπόθεση μας δεν είναι στατιστικά σημαντική, καθώς φαίνεται πως δεν εξηγεί τον βαθμό διάκρισης. Μερικές πιθανές εξηγήσεις των αποτελεσμάτων είναι πως το δείγμα ήταν σχετικά μικρό (152) και αυτό επηρέασε τα αποτελέσματα. Επιπλέον οι περισσότεροι εργαζόμενοι ήταν υπάλληλοι σε αντίθεση με ποικίλες θέσεις εργασίας και αυτό μπορεί να επηρέασε την σημαντικότητα των αποτελεσμάτων.

6.2. Περιορισμοί

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι τα ερωτηματολόγια της παρούσας μελέτης συμπληρώθηκαν διαδικτυακά από τους συμμετέχοντες, επομένως δεν μπορούσε να εκλεχθούν εξωτερικές επιρροές, όπως θόρυβος, έλλειψη εστίασης κ.λπ. Επιπλέον, κάθε συμμετέχων έλαβε μέρος στην έρευνα σε κατάλληλο χρόνο και τόπο. Επομένως, δεν μπορούσε να ελέγξει εάν τα επίπεδα των εξωγενών παραγόντων ήταν πανομοιότυπα σε όλους τους συμμετέχοντες, δηλαδή κάθε ημέρα και ώρα που ο καθένας συμπλήρωνε τα σχετικά ερωτηματολόγια. Αν και πρόκειται για έρευνα και όχι για πείραμα, η ύπαρξη οποιωνδήποτε εξωτερικών παραγόντων μπορεί να επηρεάσει τη συγκέντρωση και το πόσο μηχανικά ή συνειδητά κάθε συμμετέχων απαντά στα ερωτηματολόγια.

6.3.Ερμηνεία και Συμπεράσματα (Implications)

Τα ευρήματα της έρευνας υπογραμμίζουν κρίσιμες διαστάσεις του ζητήματος των διακρίσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις, προσφέροντας νέες γνώσεις στη σχετική βιβλιογραφία για τον εργασιακό χώρο, τις συνθήκες εργασίας και τις διακρίσεις, ειδικά στην περιοχή της

Μεσογείου. Παρόλο που η υπόθεση της έρευνας – ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν περισσότερες διακρίσεις από τους άνδρες – δεν επιβεβαιώθηκε, αυτό δεν σημαίνει ότι οι διακρίσεις απουσιάζουν ή ότι οι συνθήκες εργασίας είναι ίσες.

Ένα από τα κύρια ευρήματα της μελέτης είναι ότι οι διακρίσεις φαίνεται να σχετίζονται περισσότερο με τον τύπο απασχόλησης και τα χρόνια εργασίας παρά με το φύλο. Συγκεκριμένα, οι εργαζόμενοι με πλήρη απασχόληση και εκείνοι με μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία είναι πιο πιθανό να βιώσουν διακρίσεις σε σχέση με όσους είναι σε ημιαπασχόληση ή άνεργοι. Αυτό το αποτέλεσμα έχει σημαντικές επιπτώσεις για τους εργοδότες και τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να εξασφαλίσουν δίκαιες και ίσες συνθήκες εργασίας. Οι εργοδότες πρέπει να λάβουν υπόψη ότι οι πιο έμπειροι εργαζόμενοι είναι πιθανότερο να αναγνωρίζουν και να αναφέρουν διακρίσεις λόγω της αυξημένης τους ικανότητας να διακρίνουν τέτοια φαινόμενα. Ωστόσο, αυτό μπορεί επίσης να υποδεικνύει ότι οι συνθήκες εργασίας για τους εργαζόμενους με πλήρη απασχόληση είναι περισσότερο επιβαρυνμένες, γεγονός που ενδέχεται να αυξάνει την έκθεσή τους σε διακρίσεις. Επομένως, πολιτικές και προγράμματα κατά των διακρίσεων θα πρέπει να εστιάζουν όχι μόνο στη μείωση των ανισοτήτων με βάση το φύλο, αλλά και στις διαφορές που σχετίζονται με τον τύπο απασχόλησης και την εργασιακή εμπειρία.

Επιπλέον, το γεγονός ότι δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διακρίσεις ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες υποδεικνύει πως οι παραδοσιακές θεωρίες για τις διακρίσεις λόγω φύλου στον τομέα του τουρισμού ενδέχεται να χρήζουν επαναξιολόγησης. Παρά την υπάρχουσα βιβλιογραφία που υποστηρίζει ότι οι γυναίκες στον τομέα του τουρισμού βρίσκονται σε πιο ευάλωτες εργασιακές θέσεις, τα ευρήματα της παρούσας έρευνας υποδηλώνουν ότι η εμπειρία των διακρίσεων μπορεί να μην εξαρτάται αποκλειστικά από το φύλο. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι οι διακρίσεις στο χώρο εργασίας επηρεάζονται εξίσου ή και

περισσότερο από άλλους παράγοντες, όπως η εργασιακή θέση, η εμπειρία και οι ευθύνες που αναλαμβάνει ο εργαζόμενος.

6.4. Μελλοντική έρευνα

Συμπερασματικά, τα αποτελέσματα δεν επιβεβαίωσαν την σημαντική εμφάνιση των διακρίσεων στον χώρο εργασίας. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα ευρήματα της τρέχουσας μελέτης δεν επιβεβαίωσαν την υπόθεση όπου οι γυναίκες εμφανίζουν μεγαλύτερο βαθμό διάκρισης, καθώς δεν ήταν στατιστικά σημαντικό. Περαιτέρω έρευνα σε αυτήν την περιοχή μελέτης ενθαρρύνεται έντονα με την συλλογή δεδομένων από πολυάριθμο και ποικίλο δείγμα έτσι ώστε να εξαχθούν πιο αντικειμενικά αποτελέσματα. Μεγαλύτερα δείγματα θα μπορούσαν να επιτρέψουν πιο αξιόπιστα στατιστικά συμπεράσματα και να καλύψουν ένα ευρύτερο φάσμα εργαζομένων με διαφορετικά ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως η ηλικία, η επαγγελματική εμπειρία, το εκπαιδευτικό επίπεδο και η εργασιακή θέση. Επίσης, θα μπορούσε να εξεταστεί η γεωγραφική κατανομή των εργαζομένων, περιλαμβάνοντας εργαζομένους από διαφορετικές περιοχές ή χώρες της Μεσογείου, ώστε να κατανοηθεί καλύτερα η επίδραση πολιτισμικών και τοπικών παραγόντων στις διακρίσεις.

Επιπλέον θα μπορούσε να μελετηθεί το ίδιο ερευνητικό ερώτημα με την χρήση άλλου στατιστικού εργαλείου. Η χρήση ποιοτικών μεθόδων, όπως συνεντεύξεις ή ομάδες εστίασης, θα μπορούσε να προσφέρει πιο εις βάθος κατανόηση των εμπειριών των εργαζομένων σε σχέση με τις διακρίσεις. Για παράδειγμα, οι εργαζόμενοι θα μπορούσαν να συζητήσουν πώς βιώνουν διακρίσεις στον χώρο εργασίας και ποιες στρατηγικές έχουν υιοθετήσει για να τις αντιμετωπίσουν. Επιπλέον, θα μπορούσε να επικεντρωθεί σε διαφορετικούς τύπους διακρίσεων πέρα από τις διακρίσεις λόγω φύλου, όπως οι διακρίσεις με βάση την ηλικία (ageism), την

εθνικότητα, τη θρησκεία ή τη σεξουαλική προτίμηση. Ειδικά στον τομέα του τουρισμού, όπου το εργατικό δυναμικό είναι συχνά πολυπολιτισμικό, θα ήταν ενδιαφέρον να διερευνηθεί εάν και πώς οι άλλες μορφές διακρίσεων επηρεάζουν την εργασιακή εμπειρία. Τέλος, είναι σημαντικό να γίνει σύγκριση των ευρημάτων αυτής της έρευνας με δεδομένα από άλλους τομείς πέραν του τουρισμού, όπως η βιομηχανία, οι υπηρεσίες υγείας ή ο εκπαιδευτικός τομέας. Αυτή η σύγκριση θα μπορούσε να βοηθήσει να κατανοήσουμε αν οι διακρίσεις στον τουριστικό τομέα είναι μοναδικές ή αν οι ίδιες τάσεις εμφανίζονται και σε άλλους κλάδους. Συμπληρωματικά, θα ήταν ενδιαφέρον να προσθέσουμε τα αποτελέσματα στην υπάρχουσα βιβλιογραφία για να οροθετηθεί ένα καθολικό συμπέρασμα.

Βιβλιογραφία

- AHA, TAA, & Anti-Discrimination. (2021). Anti-discrimination guidelines for Hoteliers - Liquor & Gaming NSW.
https://www.liquorandgaming.nsw.gov.au/documents/gl/hotel_anti-discrimination_guidelines.pdf
- AhaSlides. (2024). Anonymous Surveys: A Guide to Collecting Honest Feedback. Διαθέσιμο στο ahaslides.com
- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avci, T., & Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9-17.
- Araújo-Vila, N., Otegui-Carles, A., & Fraiz-Brea, J. A. (2021, September 29). Seeking gender equality in the tourism sector: A Systematic Bibliometric Review. MDPI.
<https://www.mdpi.com/2673-9585/1/1/3>
- Balkan Insight: Balkan Insight. (2023). Tourism in the Balkans: A growing sector. Balkan Investigative Reporting Network. Retrieved September 20, 2024, from <https://balkaninsight.com>
- Bonnet, F., Vanek, J., & Chen, M. (2019). Women and men in the informal economy: a statistical brief. Manchester: WIEGO
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Calvet, N. A., Conde, C. I., Ballart, A. L., & Almela, M. S. (2021). Gender inequalities in the tourism labour market. *Alba Sud*. <https://www.albasud.org/publ/docs/97.en.pdf>

- Cheung, C., Baum, T., & Hsueh, A. (2017). Workplace sexual harassment: exploring the experience of tour leaders in an Asian context. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1468–1485.
- Cho, M. (2002). An Analysis of Sexual Harassment in Korean Hotels from the Perspective of Female Employees. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 1(3), 11- 29.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). Routledge.
- DatAnalysis. (2024). Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Διαδικτυακής Έρευνας. Διαθέσιμο στο datanalysis.gr
- EIGE: European Institute for Gender Equality. (2022). Tourism and its impact on gender equality. Retrieved September 20, 2024, from <https://eige.europa.eu>
- Eurofound. (2022). Employment and working conditions in the hospitality sector. Available at: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2022/employment-and-working-conditions-in-the-hospitality-sector>
- Eurostat: Eurostat. (2022). Tourism statistics - Statistics Explained. European Commission. Retrieved September 20, 2024, from <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Frederick, D., Forbes, M., Gentle, B., Reynolds, T., & Walters, T. (2015). Beauty standards. In P. Whelehan & A. Bolin (eds.), *The International Encyclopedia of Human Sexuality*. New York: Wiley
- García-Rodríguez, Francisco J., Daniel Dorta-Afonso, and Manuel Gonzalez-de-la-Rosa. "Hospitality diversity management and job satisfaction: The mediating role of

- organizational commitment across individual differences." *International Journal of Hospitality Management* 91 (2020): 102698.
- Gender equality commission. (2021). The Commission for Gender Equality in the public sector. Gender equality Commission. <https://www.genderequalitycommission.vic.gov.au/>
- Data world bank.org (2020). Available at: data.worldbank.org/indicator. Accessed on, 3(01).
- Hamad, H., & Tanova, C. (2021). "Understanding Gender Inequality in the Hospitality Industry: A Study of New Zealand." *Journal of Tourism Research*, 56(2), 145-162.
<https://doi.org/10.1108/JTR-2021-105>
- Hamad, S., & Tanova, C. (2021, May 11). Workplace bullying in the hospitality industry: A hindrance to the employee mindfulness state and a source of emotional exhaustion. *International Journal of Hospitality Management*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921001043#bibliog0005>
- Huete, R., Brotons, M., & Sigüenza, M. (2016). La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 73-87.
- International Labor Organization. (2020). Elimination of discrimination in respect of employment and occupation (declaration). Elimination of discrimination in respect of employment and occupation (DECLARATION).
<https://www.ilo.org/declaration/principles/eliminationofdiscrimination/lang--en/index.htm>
- International Labor Organization. (2010). Ilo Sectoral Brief - International Labour Organization. Hotels, catering and tourism, Gender. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_742023.pdf

International Labour Organization (ILO). (2019). Women and Men in the Informal Economy: A Statistical Picture. Available at:

https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_626831/lang--en/index.htm

International Labour Organization (ILO). (2021). Work in the tourism sector: Opportunities and challenges. Available at: <https://www.ilo.org/global/topics/tourism/lang--en/index.htm>

Kogovsek, M., & Kogovsek, M. (2015). Hospitality and tourism gender issues remain unsolved: A call for research. *Quaestus*, (6), 194.

Matulewicz, K. (2015). Law and the Construction of Institutionalized Sexual Harassment in Restaurants. *Canadian Journal of Law and Society / Revue Canadienne Droit et Société*, 30(3), 401-419.

McKinsey & Company. (2021). Women in the Workplace 2021. Available at:

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>

Medina, M. (2019). Feminismo vs Neoliberalismo: una reflexión crítica sobre el liderazgo empresarial de las mujeres. *Atenea Digital*, 19(2).

Moreno, D., & Cañada, E. (2018). *Dimensions de gènere en el treball turístic*. Barcelona. Alba Sud Editorial, *Informes en Contrast*, núm 4.

Nevada Commission for Women . (2019). Gender Equality Survey.

[https://admin.nv.gov/uploadedFiles/adminnvgov/content/Boards/Women/Meetings/2019/NCFW Women Gender Equality Survey.pdf](https://admin.nv.gov/uploadedFiles/adminnvgov/content/Boards/Women/Meetings/2019/NCFW_Women_Gender_Equality_Survey.pdf)

Padilla, M.T. (2001). Barreras y limitaciones en el desarrollo profesional de la mujer. *Portularia*, 1, 223-234

Pizam, A. & Milman, A., 1986. *The Social Impacts of Tourism*. Tourism Recreation Research.

- Polachek, S. W., Zhang, X., & Zhou, X. (2015). A Biological Basis for the Gender Wage Gap: Fecundity and Age and Educational Hypogamy. (pp. 35-88). Emerald Group Publishing Limited.
- Pololikashvili, Z. (2020). Tourism and the Sustainable Development Agenda: Seizing opportunity in crisis. In International Trade Forum (No. 1, pp. 16-17). International Trade Centre.
- Spencer, A. (2019). Caribbean tourism public perceptions and social realities. A Travel and Tourism in the Caribbean: challenges and opportunities for small island developing states. Cham: Springer.
- Steyn, R., & Jackson, L. (2015). Gender-based discrimination in South Africa: A quantitative analysis of fairness of remuneration. South African Journal of Economic and Management Sciences. https://www.scielo.org.za/scielo.php?pid=S2222-34362015000200004&script=sci_arttext
- UNWTO: World Tourism Organization. (2023). World Tourism Organization (UNWTO). Retrieved September 20, 2024, from <https://www.unwto.org>
- Victorian Public Sector Commission. (2024). People Matter Survey. Victorian Government. Retrieved from <https://vpsc.vic.gov.au/data-and-research/people-matter-survey/>
- Wade, M. (2015). Digital Business Transformation - S-GE. Global center for digital business transformation. https://www.s-ge.com/sites/default/files/static/downloads/digital_business_transformation_framework_i_md_0.pdf
- Walsh, J. J. (1991). Importance of continental margins in the marine biogeochemical cycling of carbon and nitrogen. Nature, 350(6313), 53-55.

WEF: World Economic Forum. (2023). Tourism industry recovery in the Mediterranean.

Retrieved September 20, 2024, from <https://www.weforum.org>

WTO. (2023). World Tourism Organization. UNWTO. <https://www.unwto.org/>

WTTC Chief. (2023, June 29). WTTC chief: Tourism set to create over 17,000 jobs in Greece this year. GTP Headlines. <https://news.gtp.gr/2023/06/22/wttc-chief-tourism-set-to-create-over-17000-jobs-in-greece-this-year/>

World Travel & Tourism Council (WTTC). "World Travel & Tourism Economic Impact Reports." Accessed November 2024. Available at <https://researchhub.wttc.org>.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2023). Economic impact of travel and tourism. Available at: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2023/Economic-Impact-of-Travel-and-Tourism-2023.pdf>

Yehia, Y. (2019). <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a>

Zhou, Q., Zhang, J., & Li, X. (2021). "The Role of Gender in Tourism: Women's Experiences and Empowerment through Hospitality Work." *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103005. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103005>

Zhou, Y., Mistry, T. G., Kim, W. G., & Cobanoglu, C. (2021, October 8). Workplace mistreatment in the hospitality and tourism industry: A Systematic Literature Review and future research suggestions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677021001728>

Βαγενά Ε., Λάγα Ν., Πετρούτσου Χ., Πτυχιακή Εργασία, «Τα Θετικά Και Αρνητικά Στοιχεία Του Τουρισμού, Προϋποθέσεις Σωστής Τουριστικής Ανάπτυξης» (2015)

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2020). Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών-Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών-Τουρισμός και μεταφορές το 2020 και μετά. Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., (2004), Τουρισμός Βασικές Έννοιες, Αθήνα: Interbooks.

Ίγκκος, Α. & Ρασούλη, Γ. (2020). Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός. Αθήνα: INSETE Intelligence

Καλόγηρος, Δ. (2023). Η διαχρονική εξέλιξη του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα- Προβλέψεις (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Μαυρίδης, Γ. (2021). Διακρίσεις στον εργασιακό χώρο: Ανάλυση και προτάσεις. Πάτρα: Εκδόσεις Ρήγας.

Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (2019). *Centres*. World Economic Forum.
<https://www.weforum.org/centres>

Χυτήρης Λ., (1995). «Τουριστικά Γραφεία. Ίδρυση, Οργάνωση, Λειτουργία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα