

Εύρεση και διαχείριση ανθρώπων στον ξενοδοχειακό κλάδο: Μια ενδιαφέρουσα πρόκληση



Μάνος Τσιγκάκος
Human Relations
& Business Unit Manager
Lamway Hotel Management Group
Tutor / New York College

Όσο θυμάμαι τον εαυτό μου, πάντα επιθυμούσα να είμαι με κόσμο. Να ακούω προβλήματα, απόψεις... Αυτός είναι ένας από τους βασικούς λόγους που επέλεξα να ασχοληθώ με τον Τουρισμό και την Φιλοξενία.

Για να λειτουργήσει ποιοτικά και σε βάθος χρόνου μια συνταγή-σχέση μεταξύ πελάτη και ξενοδόχου σε μια εμπειρία διακοπών, πρέπει να υπάρχει ένα βασικό συστατικό: Το κατάλληλο προσωπικό.

«Πρώτος πελάτης μας ο εργαζόμενος», μας έλεγαν στη σχολή.

Η δυσκολία στην εύρεση προσωπικού δεν είναι σύγχρονη. Πάντα υπήρχε. Και τα τελευταία χρόνια έχει εξαπλωθεί σε πολλές χώρες, και σε ποικίλους επαγγελματικούς κλάδους.

Το σύμπλεγμα αιτιών της δυσκολίας αυτής είναι τριμερές: Κράτος - Ξενοδόχος - Εργαζόμενος.

Το Κράτος

Αναζητάμε επαγγελματίες με τεχνική κατάρτιση σε ένα κράτος που δεν έχει αναγνωρίσει όπως θα έπρεπε τον σημαντικό ρόλο της τεχνικής κατάρτισης. Σε ένα κράτος που δεν στοχεύει σε ξεκάθαρο αναπτυξιακό χαρακτήρα για κάθε περιοχή, έτσι ώστε να είναι ελκυστική σε κάθε άτομο που θέλει να περάσει εκεί 5,6,7,10 δύσκολους μήνες εργασίας, μακριά από τον μόνιμο τόπο κατοικίας του.

Από την άλλη, το επίπεδο και η ποιότητα ζωής στον προορισμό που ο υποψήφιος καλείται να εργασθεί, δεν είναι ικανό να τον κρατήσει ή να τον κάνει να ξαναγυρίσει.

Όταν ένας εργαζόμενος αλλάζει κάθε χρόνο τόπο εργασίας, δεν φταίει απαραίτητα ο ξενοδόχος. Αναρωτηθήκαμε ποτέ πώς και πού περνάει τα υπόλοιπα 2/3 του 24ώρου του ο εργαζόμενος;

Προβληματίζομαι και ανησυχώ όταν σκέπτομαι την τουριστική/ξενοδοχειακή εκπαίδευση στην Ελλάδα. Προέρχομαι από πολύ καλή δημόσια ξενοδοχειακή σχολή, η οποία μετά βίας λειτουργεί. «Ο τουρισμός είναι η βαριά μας βιομηχανία». Με τι εξοπλισμό και τι μηχανές στηρίζεις αυτό το βάρος;

Ο Ξενοδόχος

Έχουμε περάσει στον νόμο των εργαζομένων, όπου αυτοί επιλέγουν τον εργοδότη τους. Το αντίθετο γινόταν πριν χρόνια. Αντιστράφηκαν οι ρόλοι. Το ζούμε στις «Ημέρες Καριέρας», το βλέπουμε και το ακούμε καθημερινά.



Υπάρχουν ξενοδοχειακές μονάδες όπου υπάρχει έλλειψη ξεκάθαρων περιγραφών εργασίας, οράματος, προτύπων, και κανονισμών. Δεν υπάρχει ούτε χώρος, ούτε χρόνος για εκπαίδευση και προσαρμογή των εργαζομένων. Αποτέλεσμα; Εργαζόμενοι χωρίς ιδιαίτερη κουλτούρα φιλοξενίας (hospitality-oriented) να παραμένουν σε μια ξενοδοχειακή ομάδα εργασίας λόγω μη δυνατότητας αντικατάστασής τους, δημιουργώντας κακό κλίμα και τοξικές συνθήκες εργασίας.

Όλα αυτά τα χρόνια, που πάντα λέγαμε "Next please!", δεν μεριμνήσαμε για την φροντίδα, διατήρηση, και ανάπτυξη του αφοσιωμένου εργατικού δυναμικού. Δεν φροντίσαμε να εξασφαλίσουμε ένα μακροπρόθεσμο πρόγραμμα υγιούς διαμονής και εκπαίδευσης των «πιστών» μας υπαλλήλων. Αποτέλεσμα; Brain Drain, αλλαγή επαγγέλματος. Οι hospitality-oriented εργαζόμενοι γύρισαν την πλάτη στην έλλειψη αναγνώρισης της προσπάθειάς τους, και υγιώς αποχώρησαν.

Train the Trainer/Manager of People - Leadership: Αλήθεια, ένας πολύ έμπειρος Food & Beverage Manager ή Hotel Manager, έχει την ικανότητα να εκπαι-



δεύσει; Να εμπνεύσει; Να πάρει έναν υπάλληλο πρώτης γραμμής και σε 3 χρόνια να τον κάνει supervisor?

“I am a very good seller, you can see my name on Tripadvisor”. So, what? Can you inspire? Can you lead a team? Can you be the example? Can you do what you expect others to do?” μας έλεγε ένας πολύ καλός καθηγητής στο Πανεπιστήμιο.

Οι νέοι εργαζόμενοι έχουν ανάγκη από πρότυπα. Ο μισθός μπορεί να ξοδευτεί σε μια ημέρα, ένα σωστό ή λανθασμένο πρότυπο προϊσταμένου όμως, θα ακολουθεί έναν εργαζόμενο μια ζωή. Ίσως να είναι η αιτία να αποχωρήσει από το επάγγελμα, ή να το αγαπήσει παράφορα!

Ο εργαζόμενος

«Θα δώσω τον καλύτερό μου εαυτό αλλά θέλω ελευθερία και πρωτοβουλία», είπε η 22χρονη Αλεξάνδρα, κόρη πολύ καλής μου φίλης.

Τι ζητούν οι εργαζόμενοι σήμερα; Ποιος είναι ο παλμός της Gen Z; Τον ακούμε;

Πολλά από τα άτομα σε αυτή την γενιά, δεν μπορούσαν να εξασφαλίσουν πρακτική άσκηση ή συνεργασίες κατά την



διάρκεια της πανδημίας. Με το άνοιγμα των επιχειρήσεων, προσλήφθηκαν ήδη έμπειροι υπάλληλοι και όχι άτομα να ξεκινήσουν την πρακτική τους.

«Πώς μπορώ να αποκτήσω εμπειρίες, αν δεν με προσλάβει κανείς»;

Η Gen Z, με ακραία διαδικτυακή παρουσία (αν δεν έχετε δει το Social Dilemma στο Netflix, παρακαλώ να το δείτε) με 4-5 ώρες παθητικής ενασχόλησης με οθόνες καθημερινά, δίνει μάχη με προβλήματα ψυχικής υγείας και αδυνατεί να βρει την κατάλληλη δουλειά.

Τι το τόσο κακό όμως κάνουν οι οθόνες; Διαπιστωμένα από έρευνες πλέον, συμπεραίνεται ότι η υπερβολική χρήση των social media από τους νέους αυξάνει τα συμπτώματα κατάθλιψης, έλλειψης παραγωγικότητας, και μείωσης βασικής αντίληψης.

FOMO (Fear Of Missing Out): Ο φόβος της απώλειας, ενισχύει το συνεχόμενο scroll, το οποίο γίνεται ολοένα πιο εξαρτησιογόνο και δελεαστικό. Έτσι, επηρεάζεται η σκέψη, τα συναισθήματα, αυξάνοντας τα αισθήματα αποκλεισμού, μοναξιάς, ή άγχους.

Πριν συγκρουστούμε λοιπόν κατά μέτωπο με την νέα γενιά, ας αναρωτηθούμε

τι βίωσε μέχρι την ενηλικίωσή της.

Αυτό που εμείς είχαμε δεδομένο, ήταν και για εκείνη; Ήταν ζητούμενο ή μήπως άπιαστο όνειρο;

Η πρώτη της σκέψη είναι η άρνηση και η μη συνεργασία σε διαπραγματεύσεις, δύσκολους διαλόγους, και συζητήσεις. Τι φταίει; Το διδάχθηκε; Όχι, διότι και τα «πρότυπά» της αποκοινωνικοποιήθηκαν, επιλέγοντας την αποφυγή πόνου, ευθύνης, φροντίδας, και κατανόησης των ιδιαιτεροτήτων της.

Τι κάνουμε;

Υπάρχει άραγε θεραπεία; Πιστεύω πως ναι. Προσπαθώ να σκέπτομαι αισιόδοξα. Όπως είπαμε παραπάνω, το πρόβλημα είναι πολυσύνθετο, και δεν λύνεται εν μια νυκτί. Υπάρχουν όμως λύσεις.

Το κράτος

■ Πρέπει να λάβει σοβαρά υπ' όψιν του τα προβλήματα των ξενοδόχων, να μειώσει τους φόρους, και να δώσει επιπρόσθετες ελαφρύνσεις.



■ Να αναβαθμίσει την ποιότητα, τις παροχές, τις γνώσεις, και τον εξοπλισμό των δημόσιων ξενοδοχειακών σχολών. Να γίνουν πρότυπα εκπαίδευσης, θεωρητικής και πρακτικής.

■ Να μεριμνήσει για το κτίσιμο στέγης και παροχής φαγητού και άλλων ανέσεων, σε όλους τους προορισμούς που εργάζονται υπάλληλοι σεζόν.

■ Να ενεργήσει έτσι ώστε να διευρυνθεί η εποχιακή σεζόν μέσω προώθησης χειμερινών προορισμών, και αύξηση πτήσεων από το εξωτερικό. Δεν είναι δυνατόν σε μια χώρα με 300 ημέρες ηλιοφάνειας, και χιλιάδες μνημεία και σημεία φυσικού και ιστορικού ενδιαφέροντος, να υπάρχει τουρισμός για 6 μήνες.

■ Να αυξήσει την διάρκεια του εποχικού επιδόματος ανεργίας των ξενοδοχουπαλλήλων.

■ Κάποια στιγμή, η αυθαίρετη και ανεξέλεγκτη μαστίγα των βραχυχρόνιων κατοικιών μίσθωσης πρέπει να σταματήσει. Να χρηματοδοτούνται από το κράτος και να δι-

αμένουν σε αυτά υπάλληλοι. Περισσότεροι ξενοδοχειακοί υπάλληλοι σε έναν τουριστικό προορισμό = περισσότερη κατανάλωση = περισσότερα κρατικά έσοδα = περισσότερη επένδυση στο εργατικό προσωπικό κ.ο.κ.

Οι επαγγελματίες του ξενοδοχειακού κλάδου

■ Καλούνται να παράσχουν περισσότερη ψυχολογική ασφάλεια στους εργαζομένους δημιουργώντας κουλτούρα μάθησης και ανάπτυξης.

■ Πρέπει να επενδύσουν σε μια πιο ελκυστική επωνυμία εργοδότη (employer branding) που θα αυξήσει την πιθανότητα να ελκύσει περισσότερους υποψηφίους (έρευνες έχουν δείξει ότι το 86% των ανθρώπων δεν θα έκαναν αίτηση να εργαστούν ή να συνεχίσουν να εργάζονται σε μια κακόφημη εταιρεία). Η ενδυνάμωση της εμπειρίας επωνυμίας μειώνει τα ποσοστά εναλλαγής εργαζομένων.

■ Να εκπαιδεύσουν τους εκπαιδευτές, προϊσταμένους, και διευθυντές τους. Εκτός από τα τεχνικά χαρακτηριστικά της εργασίας τους, πρέπει να έχουν soft skills απαραίτητα προς διαχείριση των ομάδων τους.

Οι εργαζόμενοι

■ Να ασχοληθούν με τον εαυτό τους, επενδύοντας στην γνώση, την κατάρτιση, και την καριέρα τους.

■ Να εγγραφούν σε πλατφόρμες (LinkedIn κ.ά.) έτσι ώστε να έρθουν σε επαφή με επαγγελματίες του κλάδου και να συνάψουν γνωριμίες.

■ Να παρακολουθήσουν στοχευμένα σεμινάρια, αναφορικά με τον κλάδο που θέλουν να ασχοληθούν.

■ Να απομακρύνουν τις ψηφιακές οθόνες, όσο και όταν είναι δυνατόν, και να επιλέγουν πολύ προσεκτικά τις πηγές από τις οποίες αντλούν πληροφορίες για την αγορά εργασίας.



■ Να προσπαθήσουν να απομακρύνουν από τη ζωή τους την μαστίγα της αναβλητικότητας («και αύριο μέρα είναι»), και να συνειδητοποιήσουν ότι η επιτυχία έρχεται σταδιακά και όχι απότομα. Σημασία έχει να κάνεις κάτι με πάθος, και όχι να γίνεις Manager. Δεν υπάρχουν μαγικές συνταγές.

■ Ξέρουν τι ζητούν; Κάνουν αυτοαξιολόγηση; Γνωρίζουν πώς να προετοιμαστούν και να συμπεριφερθούν σε μια συνέντευξη; Κάνουν personal development / career plan;

■ Να φτιάξουν το πλάνο της καριέρας τους: αναγνωρίζοντας τις επιλογές που έχουν, βάζοντας προτεραιότητες, κάνοντας συγκρίσεις, βάζοντας έξυπνους και θαρραλέους στόχους, μιλώντας με συμβούλους καριέρας και ανθρώπους της αγοράς εργασίας, έτσι ώστε να τους συμβουλέψουν για τις επιλογές τους.

■ Να μην τα παρατούν ποτέ, ιδιαίτερα σε κάτι που τους παθιάζει και τους αρέσει.

Εύχομαι πραγματικά να εξυγιανθεί η κατάσταση στον ξενοδοχειακό κλάδο.

Βρισκόμαστε σε ένα κομβικό σημείο μεγάλων αλλαγών και ανακατατάξεων στην αγορά εργασίας, όχι μόνο του τουρισμού αλλά και γενικότερα. Η αλλαγή είναι υγεία, και η δυσκολία που υπάρχει τώρα υγιώς συμβαίνει, για να ξεκαθαρισθεί το τοπίο και να έχουμε επί τέλους ένα καινοτόμο, βιώσιμο, αναπτυξιακό ανθρώπινο πλάνο φιλοξενίας στην χώρα μας. ■

