

4ο Συνέδριο «Τουρισμός και Ανάπτυξη» του ΣΕΤΕ

«Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας και ο ρόλος του τουρισμού» ήταν το θέμα του 4ου Συνεδρίου «Τουρισμός και Ανάπτυξη» που διοργάνωσε ο ΣΕΤΕ στις 17 και 18 Οκτωβρίου.

Την επανεξέταση και τον εκσυγχρονισμό του νομοθετικού πλαισίου, για την κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων με το σύστημα των «αστεριών» προανήγγειλε ο υφυπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Αναστάσιος Λιάσκος σημειώνοντας ότι έχουν αρχίσει οι σχετικές διεργασίες και η επανεξέταση θα αφορά στο σύνολό του, το θεσμικό πλαίσιο.

Το συνέδριο άνοιξε ο υπουργός Ανάπτυξης Δημήτρης Σιούφας ο οποίος τόνισε ότι «η Ναυτιλία και ο Τουρισμός είναι από τα πιο μεγάλα παραδοσιακά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας». Παρουσίασε τα τελευταία στοιχεία που δείχνουν την άνοδο του ελληνικού τουρισμού, επεσήμανε πάντως ότι απαιτείται διαρκής προσπάθεια σε όλα τα επίπεδα για να διατηρήσουμε τη θετική αυτή τάση και να πετύχουμε ακόμα καλύτερες επιδόσεις. Οι εργασίες του συνεδρίου ήταν χωρισμένες σε τρία μέρη. Το πρώτο θέμα ήταν «Η ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Εμπειρίες και κατευθύνσεις πολιτικής για τουριστικούς προορισμούς & επιχειρήσεις». Εισηγητής ήταν ο κ. H. Harvey, της Monitor Group, ο οποίος τόνισε ότι ο τουρισμός δραστηριοτήτων θα πρέπει να ενταχθεί σε μια συνολική τουριστική στρατηγική, η οποία πρώτα θα έχει αναλύσει τι ακριβώς επιθυμεί ο καταναλωτής. Η ανάπτυξη διαφόρων θεματικών μορφών τουρισμού χωρίς συντονισμό δεν οδηγεί πουθενά.

Ο πρόεδρος της International Federation of Tour Operators M. Brackenbury εξέφρασε την ανησυχία του για την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού, επισημαίνοντας ότι οι ανταγωνίστριες χώρες έχουν πιο σύγχρονες υποδομές καθώς τις ανέπτυξαν πολύ πιο πρόσφατα από την Ελλάδα και έθεσε το ερώτημα αν ο ελληνικός τουρισμός πήγε καλά φέτος επειδή είχαν προβλήματα οι ανταγωνίστριες χώρες ή αν θα διατηρηθεί η άνοδος αυτή. Το δεύτερο θέμα ήταν η «Επανατοποθέτηση τουριστικού προϊόντος μεσογειακών προορισμών: η περίπτωση του Algarve, Πορτογαλία», στο οποίο ο κ. A. Coutts, γενικός διευθυντής της ILM Hospitality & Tourism Advisers της Πορτογαλίας ανέλυσε το μοντέλο της Calvia της Ισπανίας η οποία κατεδάφισε όλα τα κτίρια που είχαν κατασκευαστεί κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60 όπου αναπτύχθηκε ο μαζικός τουρισμός και τα οποία δημιουργούσαν άσχημη εικόνα στην πόλη. Κατόπιν ανέλυσε το μοντέλο της Algarve της Πορτογαλίας, τονίζοντας ότι με συντονισμένη στρατηγική και συνεργασία του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα μπορεί να αναπτυχθεί ο τουρισμός.

Μελέτη

Στην τρίτη ενότητα παρουσιάστηκε η μελέτη «Ανάλυση δεικτών ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού σε σύγκριση με άλλους μεσογειακούς προορισμούς» που έγινε φέτος το καλοκαίρι με το συντονισμό του ΣΕΤΕ και της εταιρείας συμβούλων THR και σε συνεργασία με το Σύνδεσμο Τουριστικών Επιχειρήσεων Κύπρου, το Turkish Tourism Investors Association, το Egyptian Tourism Federation, το Dubrovnik & Neretva County Tourist Board και το Spanish Confederation of Hotels and Tourism Enterprises. Το πρώτο συμπέρασμα της μελέτης είναι ότι πολλά από τα δομικά και διαχρονικά προβλήματα που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού, εξακολουθούν να υφίστανται.

Η έρευνα διεξήχθη σε τουριστικούς προορισμούς (πόλεις και παραθεριστικούς) στην Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία, Αίγυπτος, Κροατία, Κύπρος, Πορτογαλία. Η έρευνα περιλάμβανε τόσο τουριστικούς επιχειρηματίες, όσο και τουρίστες.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των τουριστικών επιχειρηματιών, οι ελληνικοί προορισμοί και επιχειρήσεις έναντι των υπολοίπων που συμμετείχαν στην έρευνα χαρακτηρίζονται από σχετικά γηρασμένα υποδομή, υψηλό κόστος μισθοδοσίας και έντονη εποχικότητα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι Έλληνες τουριστικοί επιχειρηματίες βαθμολογούν πολύ χαμηλά το επιχειρηματικό περιβάλλον και σημειώνουν την έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού.

Από την άλλη μεριά, δηλώνουν πολύ ευχαριστημένοι από την υποστήριξη και εξυπηρέτηση που έχουν από τον κλάδο των προμηθευτών. Από την πλευρά των τουριστών, η βαθμολογία τόσο ως προς τη γενική ικανοποίηση από τις διακοπές, όσο και ως προς το value for money, είναι ικανοποιητική έως πολύ ικανοποιητική, χωρίς όμως να ξεπερνά τον μέσο όρο της αντίστοιχης βαθμολογίας των ανταγωνιστικών προορισμών που εξετάστηκαν.