

## 4<sup>ο</sup> Συνέδριο ΣΕΤΕ Τουρισμός και Ανάπτυξη

Στο «κόκκινο» η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού

Η μη διευθέτηση χρόνιων διαρθρωτικών εκκρεμοτήτων στο χώρο του τουρισμού και η καθυστέρηση στη δρομολόγηση λύσεων σε καίρια ζητήματα επιχειρηματικότητας έχουν οδηγήσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν σε μη ανταγωνιστικά επίπεδα, γεγονός που επιβάλλει ταχύτερες πρωτοβουλίες. Αυτό ήταν το κύριο συμπέρασμα της μελέτης για την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και των ομιλιών από το 4ο συνέδριο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, που πραγματοποιήθηκε στον Αστέρα Βουλιαγμένης με την παρουσία κορυφαίων παραγόντων της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν χρειάζεται 4πλάσιο εργατικό κόστος για παραχθεί, απ' ό,τι σε ανταγωνίστριες αγορές και πωλείται σε

ιδιαιτέρα αυξημένες τιμές χωρίς, μέχρι σήμερα, να έχουν αναληφθεί οι πρωτοβουλίες εκείνες που θα ανατρέψουν την εικόνα αυτή.

Αυτό, μεταξύ άλλων, ήταν κύριο

συμπέρασμα του 4ου Συνεδρίου του ΣΕΤΕ για τον Τουρισμό και την Ανάπτυξη, το οποίο φέτος είχε ως κύριο θέμα την Ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος.



Την εικόνα της χαμηλής ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος περιέγραψε και ο πρόεδρος της IFTO M. Brackenburry. Ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας των tour operators υπογράμμισε τη σημαντική καθυστέρηση που έχει επιδειχθεί σε όλους τους τομείς, σημειώνοντας ότι δε θα πρέπει κανείς να επαναπαυτεί στη φετινή, τυχαία, συγκυρία της αύξησης στην τουριστική κίνηση.

Κύριο θέμα του συνεδρίου, από το οποίο προήλθαν και τα σημαντικότερα στοιχεία, ήταν παρουσίαση της μελέτης «Ανάλυση δεικτών ανταγωνιστικότητας σε Μεσογειακούς προορισμούς», που πραγματοποιήθηκε φέτος το καλοκαίρι σε τουριστικούς προορισμούς (πόλεις και παραθεριστικούς) σε Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία, Αίγυπτο, Κροατία, Κύπρο, Πορτογαλία. Η μελέτη έγινε με το συντονισμό του ΣΕΤΕ και της εταιρείας συμβούλων THR (κ. Ε. Bordas) 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. Την προηγούμενη μέρα ο υπουργός Ανάπτυξης Δημήτρης Σιούφας, επίσημος ομιλητής του συνεδρίου, μίλησε για την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής οικονομίας και το ρόλο του τουρισμού.

Τα στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, που σε όλους, βέβαια, είναι γνωστά, παρουσιάστηκαν από τον κ. Ε. Bordas, της εταιρείας THR Barcelona, έναν από τους σημαντικότερους marketiers του διεθνούς τουρισμού.

Αν και φέτος, ο Ισπανός Marketier δε θύμισε τον «περυσινό

καλό εαυτό του», ίσως γιατί το αντικείμενο δεν του έδινε την ίδια άνεση με αυτή της εκπόνησης ενός marketing plan, ωστόσο τα στοιχεία ήταν ιδιαίτερα σημαντικά.

Μεταξύ των κύριων στοιχείων είναι ότι η Ελλάδα σε επίπεδο εργατικού κόστους ξενοδοχείων είναι η ακριβότερη μεταξύ των εξεταζόμενων προορισμών. Μάλιστα, το εργατικό κόστος στα ελληνικά ξενοδοχεία είναι 4πλάσιο του φθηνότερου σε επίπεδο εργατικού κόστους στα ξενοδοχεία προορισμού (Τουρκία).

Την εικόνα της χαμηλής ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος περιέγραψε και ο πρόεδρος της IFTO (International Federation of Tour Operators) M. Brackenburry. Ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας των tour operators υπογράμμισε τη σημαντική καθυστέρηση που έχει επιδειχθεί σε όλους τους τομείς, σημειώνοντας ότι δεν θα πρέπει κανείς να επαναπαυτεί στη φετινή, τυχαία, συγκυρία της αύξησης στην τουριστική κίνηση.

Από την πλευρά της τουριστικής ηγεσίας, ο υφυπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Α. Λιάσκος, εγκαινιάζοντας τις εργασίες του συνεδρίου, αναφέρθηκε στους βασικούς άξονες της τουριστικής πολιτικής και παρουσίασε το σχέδιο ανασύστασης του ελληνικού τουρισμού. Ο κ. Λιάσκος ανέφερε ότι η Ελλάδα σήμερα εκσυγχρονίζει το δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, εκτιμώντας ότι μπορούν να δημιουργηθούν νέα δεδομένα στον έντονο ανταγωνισμό που υφίσταται ο τουριστικός τομέας, υλοποιώντας δράσεις όπως:

- Επαναπροσδιορισμό του τουριστικού προϊόντος
- Άμεση επένδυση πάνω από 60 εκατ. ευρώ στη διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας
- Σύγχρονο πλαίσιο υποστήριξης των πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα μέσω του νέου Αναπτυξιακού

## Τα βασικά στοιχεία της έρευνας

1. Οι τουρίστες που δηλώνουν μη ικανοποιημένοι είναι σε ποσοστό 5% στην Αθήνα, 7% στη Ζάκυνθο και 4% στο Ηράκλειο.
2. Η πολυκοσμία, το κυκλοφοριακό και η έλλειψη φροντίδας του περιβάλλοντος αναδεικνύονται ως τα περισσότερο αρνητικά στοιχεία των ελληνικών προορισμών.
3. Η φιλικότητα και η φιλοξενία των Ελλήνων είναι οι παράγοντες που οι τουρίστες εκτιμούν και αναγνωρίζουν περισσότερο.
4. Τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα δεν επενδύει σε νέα ξενοδοχεία. Ποσοστό περίπου 77% των ξενοδοχείων είναι άνω των 20 ετών.
5. Μόνο το 15% των ξενοδοχείων ανήκουν ή εντάσσονται σε ξενοδοχειακές αλυσίδες.
6. Μεταξύ των μεσογειακών προορισμών, η Αθήνα έχει το υψηλότερο έσοδο ανά διαθέσιμο δωμάτιο το 2004.
7. Η κερδοφορία των ελληνικών ξενοδοχείων είναι χαμηλή, όπως προκύπτει από την ανάλυση των εσόδων.
8. Το 66% των ξενοδοχείων είναι 1 και 2 αστέρων.