

Ανάλυση

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΔΟΥΛΕΙΑ,
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΞΙΑ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

ΤΟΥ ΓΙΑΝΝΗ ΡΕΤΣΟΥ*

Ο τουρισμός καθ' όλη τη διάρκεια της κρίσης αποτέλεσε ισχυρό πυλώνα της εθνικής οικονομίας, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας σε δεκάδες επαγγέλματα. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι η συμμετοχή του τουρισμού στην απασχόληση ανήλθε από 7,5% το 2008 σε 10,4% το 2017, ποσοστό ρεκόρ τα τελευταία 10 χρόνια, ενώ κατά την αιχμή της περιόδου υπολογίζεται ότι απασχολείται το 17% του ιδιωτικού τομέα. Μάλιστα, η παρατηρούμενη αύξηση της μερικής απασχόλησης στον τουρισμό μετά την ανάκαμψή του το 2013 έρχεται να προστεθεί στην αύξηση της πλήρους απασχόλησης, δίνοντας μια διέξοδο μερικής-έστω- απασχόλησης σε δεκάδες χιλιάδες εργαζομένους.

Ως γενική διαπίστωση, αυτό που παρατηρήσαμε κατά τη διάρκεια της κρίσης είναι ότι προσφέρθηκαν ευκαιρίες απασχόλησης σε ομάδες του πληθυσμού που δεν έχουν απαραίτητα εύκολη πρόσβαση στην αγορά εργασίας, όπως είναι οι νέοι, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το ποσοστό των απασχολούμενων γυναικών στον τουρισμό είναι σημαντικά μεγαλύτερο συγκριτικά με άλλους κλάδους της οικονομίας.

ΡΥΘΜΙΣΜΕΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η αγορά εργασίας αποτελεί σήμερα ένα από τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα που έχει η Ελλάδα, για την ανάπτυξη της στα επόμενα έτη. Ο ΣΕΤΕ επιδιώκει με ενεργητικό τρόπο την εξασφάλιση των προϋποθέσεων για την αύξηση των βιώσιμων θέσεων εργασίας στη χώρα, το δικαίωμα των εργαζομένων για αξιοπρεπείς συνθήκες, όρους και αμοιβές εργασίας και τη βελτίωση των εισοδημάτων όλων των συμμετεχόντων στην παραγωγική διαδικασία. Κάτι που πρέπει να γίνεται με βάση την παραγωγικότητα, την αύξηση της διεθνώς ανταγωνιστικής παραγωγής, καθώς και την ανάγκη για ενίσχυση της εγχώριας αποταμίευσης. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφέρουμε την εργασιακή ειρήνη που έχει επιτευχθεί σε μεγάλους κλάδους του τουρισμού, καθώς δίνουμε έμφαση στην κουλτούρα συνεργασίας και στον διάλογο.

Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα αναφέρω ότι εργοδότες και εργαζόμενοι στον ξενοδοχειακό κλάδο, με την υπεύθυνη στάση που κράτησαν, στήριξαν τον θεσμό των συλλογικών διαπραγματεύσεων στα χρόνια των μνημονίων, διατηρώντας σε ισχύ τη μεγαλύτερη

κλαδική συλλογική σύμβαση εργασίας, με τους μισθούς να κυμαίνονται σε υψηλότερα επίπεδα από τον κατώτατο. Σε κάθε περίπτωση είναι σημαντικό να διατηρηθεί αυτή η καλή κουλτούρα διαπραγμάτευσης στον κλάδο και γενικότερα στον τομέα, να επανεξετασθεί το ιδιαίτερο υψηλό μη μισθολογικό κόστος, αλλά και να θεοπιστούν περαιτέρω οικονομικά -και όχι μόνο- κίνητρα σε σχέση με τους νεοεισερχομένους στην αγορά.

Οι εταιρείες που διακρίνονται για το εργασιακό τους περιβάλλον παγκοσμίως ξεχωρίζουν, όχι μόνο για τα αποτελέσματα της δραστηριότητάς τους, αλλά και για τον τρόπο με

τον οποίο φροντίζουν και συμβάλλουν στην εξέλιξη των εργαζομένων τους. Ο ΣΕΤΕ δίνει ιδιαίτερη έμφαση, μέσω του ΙΝΣΕΤΕ (Ινστιτούτου του ΣΕΤΕ), στην ενδυνάμωση και την ανάπτυξη των δεξιοτήτων, των ικανοτήτων και της κουλτούρας των ανθρώπων του τουριστικού τομέα.

ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Ειδικότερα, ο εκπαιδευτικός πυλώνας του ΙΝΣΕΤΕ σχεδιάζει και υλοποιεί στοχευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα που απαντούν ξεκάθαρα στις ανάγκες του σύγχρονου επαγγελματία, καθώς έχουν διαμορφωθεί αποκλειστικά για αυτόν.



ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ
ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
ΣΤΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ
ΚΛΑΔΟ, ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΣΤΑΣΗ ΠΟΥ ΚΡΑΤΗΣΑΝ,
ΣΤΗΡΙΞΑΝ ΤΟΝ ΘΕΣΜΟ
ΤΩΝ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΩΝ
ΣΤΑ ΧΡΟΝΙΑ
ΤΩΝ ΜΝΗΜΟΝΙΩΝ

Ακόμη, εποπτεύει και υποστηρίζει επιστημονικά το σύνολο των δράσεων κατάρτισης που υλοποιούνται από το ΙΝΣΕΤΕ στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων και συμμετέχει ενεργά στην εδραίωση της ποιοτικής διάστασης σε υπηρεσίες και επαγγέλματα του τομέα, μέσα από τη διαμόρφωση σχημάτων πιστοποίησης.

Πιστεύουμε ότι οι άνθρωποι του τουρισμού είναι ο καθρέφτης της χώρας μας στο εξωτερικό και το σημείο που «σκοράρουμε» ψηλά έναντι των ανταγωνιστικών μας. Αυτό καταδεικνύεται και από πρόσφατη έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ με τίτλο «Αξιολόγηση του brand "Ελλάδα" και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Νότια Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών» που ανέδειξε ότι η φιλικότητα των κατοίκων και οι πολύ θετικές επιδόσεις στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών από το ανθρώπινο δυναμικό στα καταλύματα, στα καταστήματα εστίασης, στα μουσεία, στις δημόσιες μεταφορές, αλλά και η αίσθηση ασφάλειας και η καλή σχέση ποιότητας - τιμής είναι οι βασικοί άξιοι παράγοντες που καθιστούν τη χώρα μας εξαιρετικά ανταγωνιστική ως τουριστικό προορισμό.

ΖΗΤΗΜΑ ΑΙΧΜΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΩΡΑ

Η αντιμετώπιση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης αποτελεί ένα ζήτημα αιχμής για τη χώρα μας, καθώς παρατηρείται ότι αποτελεί ένα φαινόμενο που «πλήττει» όλες τις ελληνικές περιφέρειες, ανεξαρτήτως της τουριστικής ανάπτυξης που εμφανίζουν. Παράλληλα, παρατηρούμε μεγάλο αριθμό εργαζομένων να μετακινείται κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών σε εποχικές λειτουργίες επιχειρήσεις.

Κύρια αιτία του φαινομένου της εποχικότητας είναι

ότι το βασικό προϊόν μας (ήλιος και θάλασσα), από πλευράς δαπάνης, είναι έντονα εποχικό. Βασική προϋπόθεση για την άμβλυση της εποχικότητας είναι η υιοθέτηση ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου που προϋποθέτει σημαντικές στρατηγικές μεταρρυθμίσεις και απεμπλοκή από αποσπασματικές ενέργειες, εξαρτώμενες από θεσμικές ή άλλες αλλαγές, με σαφή και μοναδικό προσανατολισμό στη δημιουργία ισχυρής τουριστικής ταυτότητας των προορισμών. Ειδικότερα, για την αντιμετώπισή του θα πρέπει να αναπτυχθούν νέα προϊόντα, που θα έχουν ζήτηση εκτός της αιχμής της τουριστικής σεζόν. Η εμβέλεια αυτής της στρατηγικής οριοθετείται από τη ζήτηση για τα προϊόντα αυτά και από τη ζήτηση σε νέες αγορές στις οποίες μπορούν να προσφερθούν.

Για παράδειγμα, η ανάπτυξη προϊόντος με στόχευση τον πολιτισμό μπορεί να έχει καλύτερα αποτελέσματα αν πέρα από την ευρωπαϊκή αγορά προωθηθεί και στην ασιατική. Επίσης, θα πρέπει να επιδιωχθεί η ανάπτυξη συμπληρωματικών δραστηριοτήτων για τις μη τουριστικές περιόδους, όπως για παράδειγμα στους τομείς της αγροτικής παραγωγής και στην εκπαίδευση.

Από την πλευρά της, η Marketing Greece ενισχύει την προσπάθεια, αναλαμβάνοντας δράσεις για τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, καθώς βασικός σκοπός της εταιρείας είναι η βελτίωση των χαρακτηριστικών της ζήτησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, η βελτίωση των ποιοτικών, δηλαδή, χαρακτηριστικών, με πρωτίτως μεγαλύτερη δαπάνη ανά τουρίστα, άμβλυση της εποχικότητας, αλλά και καλύτερη γεωγραφική κατανομή.

* Ο Γιάννης Ρέτσος είναι πρόεδρος του ΣΕΤΕ

