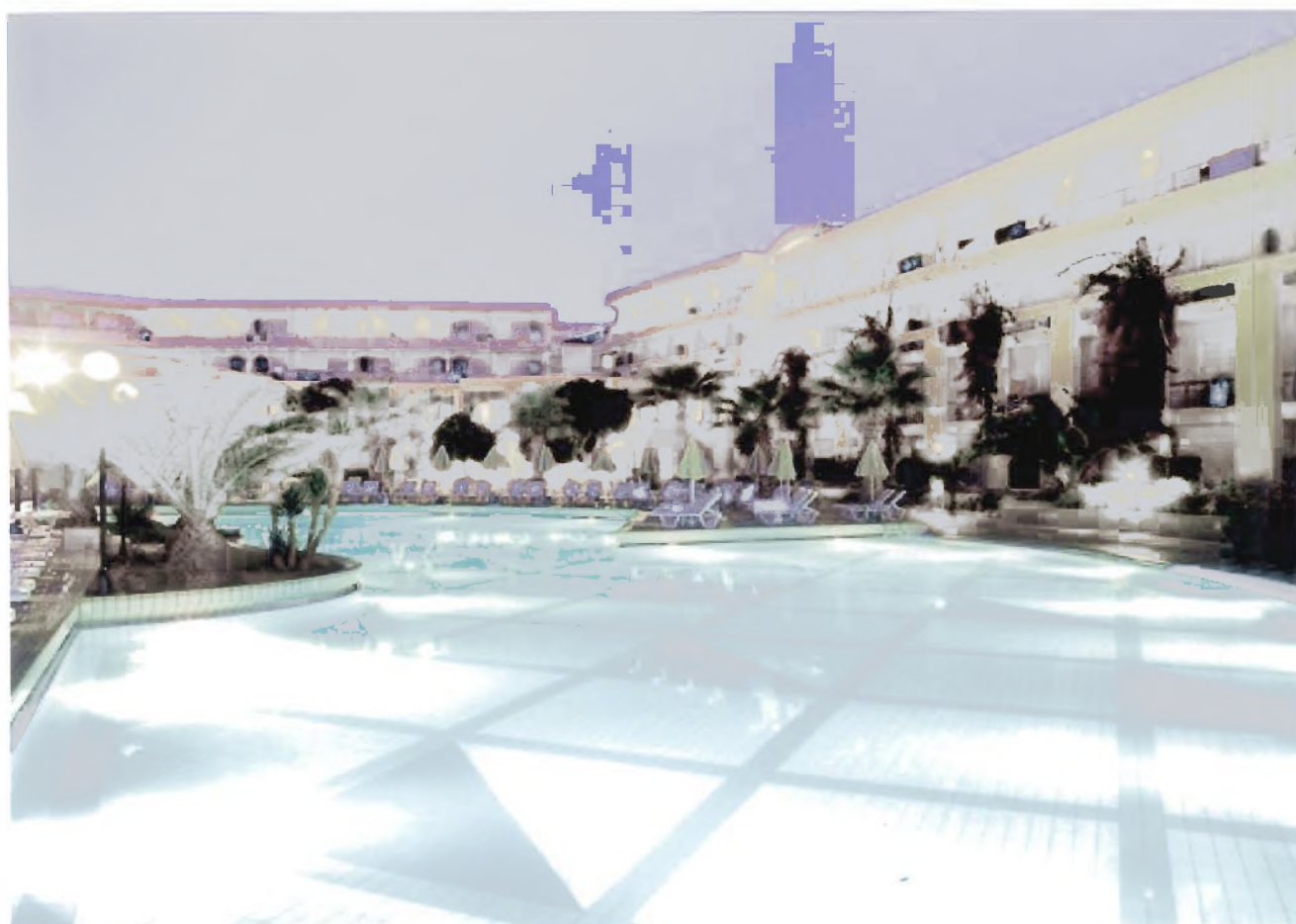


ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Στελεχών Συνεταιριστικών Οργανώσεων και Εκμεταλλεύσεων

**Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**



Δημήτρης Ματσούκας – Θοδωρής Δημητρόπουλος

Μεσολόγγι 2006



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ.
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΜΕΡΟΣ 1^ο	
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
1.1 Η έννοια του τουρισμού.....	7
1.2 Τουρισμός : Ένα Σύγχρονο Κοινωνικό Αγαθό.....	9
1.3 Η Ανάπτυξη του Σύγχρονου Τουρισμού στον Ελληνικό Χώρο.....	10
1.4 Είδη Τουρισμού – Μορφές Τουρισμού.....	20
1.4.1. Ανάλυση Μορφών Τουρισμού.....	21
1.5 Το Μέλλον του Τουρισμού.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
2.1. Το Εννοιολογικό Περιεχόμενο των Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	28
2.2. Διακρίσεις και Μορφές των Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	29
2.3. Η Σύγχρονη Οργάνωση των Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	31
2.4. Ανάλυση Εκπαιδευτικών Αναγκών «Εργαλείο για τις Επιχειρήσεις».....	32
2.5. Νέες Τεχνολογίες στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	33
2.6. Επιλογή και Αξιολόγηση Προσωπικού.....	34

ΜΕΡΟΣ 2^ο

Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

3.1 Ο ρόλος της εκπαίδευσης	37
3.1.1 Ο χώρος της τουριστικής εκπαίδευσης και έρευνας.....	38
3.2 Μορφές εκπαίδευσης.....	39
3.2.1 Η εκπαίδευση των προϊσταμένων	40
3.2.2 Η εκπαίδευση των εκπαιδευτών.....	41
3.2.3 Η Εξ' αποστάσεως εκπαίδευση.....	48
3.2.4 Ανώτατη εκπαίδευση.....	63
3.3 Ιδιωτική Τουριστική Εκπαίδευση σε Σχέση με την Δημόσια Τουριστική Εκπαίδευση.....	65
3.4 Εκπαίδευση και κατάρτιση.....	68
3.5 Αξιολόγηση προσωπικού.....	73
3.5.1 Αξιολόγηση απόδοσης προσωπικού.....	73
3.5.2 Τα οφέλη των εργαζομένων από την αξιολόγηση της απόδοσης τους.....	74
3.6 Η Συμβολή της τουριστικής εκπαίδευσης στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς.....	75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....	77
-----------------------------------	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΑΓΟΣ ΤΟΥ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	79
--	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΙΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	83
-------------------------------------	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ Δ/ΝΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΣΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	87
---	-----------

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	89
------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	92
--------------------------	-----------

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός μας σε αυτήν την μελέτη είναι να προσεγγίσουμε το φαινόμενο της εκπαίδευσης του προσωπικού στις σύγχρονες τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και την επιρροή της στον τουρισμό.

Η εργασία μας θα διαιρείται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος θα επικεντρώσουμε την προσοχή μας στο τουρισμό και στις τουριστικές επιχειρήσεις και στο δεύτερο στην εκπαίδευση του προσωπικού στις επιχειρήσεις όπου θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση.

Τα επιμέρους θέματα που θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε είναι : Ο τουρισμός και η ανάπτυξή του στον ελληνικό χώρο καθώς και το μέλλον του, οι τουριστικές επιχειρήσεις και η σύγχρονη οργάνωσή τους, η εκπαίδευση και η κατάρτιση του προσωπικού, οι μορφές της και κάποιοι κρίσιμοι παράγοντες για το μέλλον της.

Για ορισμένες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ο τουρισμός, γενικά, και ειδικά ο διεθνής τουρισμός, αποτελεί χωρίς άλλο σημαντικότερη οικονομική δραστηριότητα, αφού η συμβολή του στη διαμόρφωση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος δεν μπορεί να αμφισβητηθεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί.

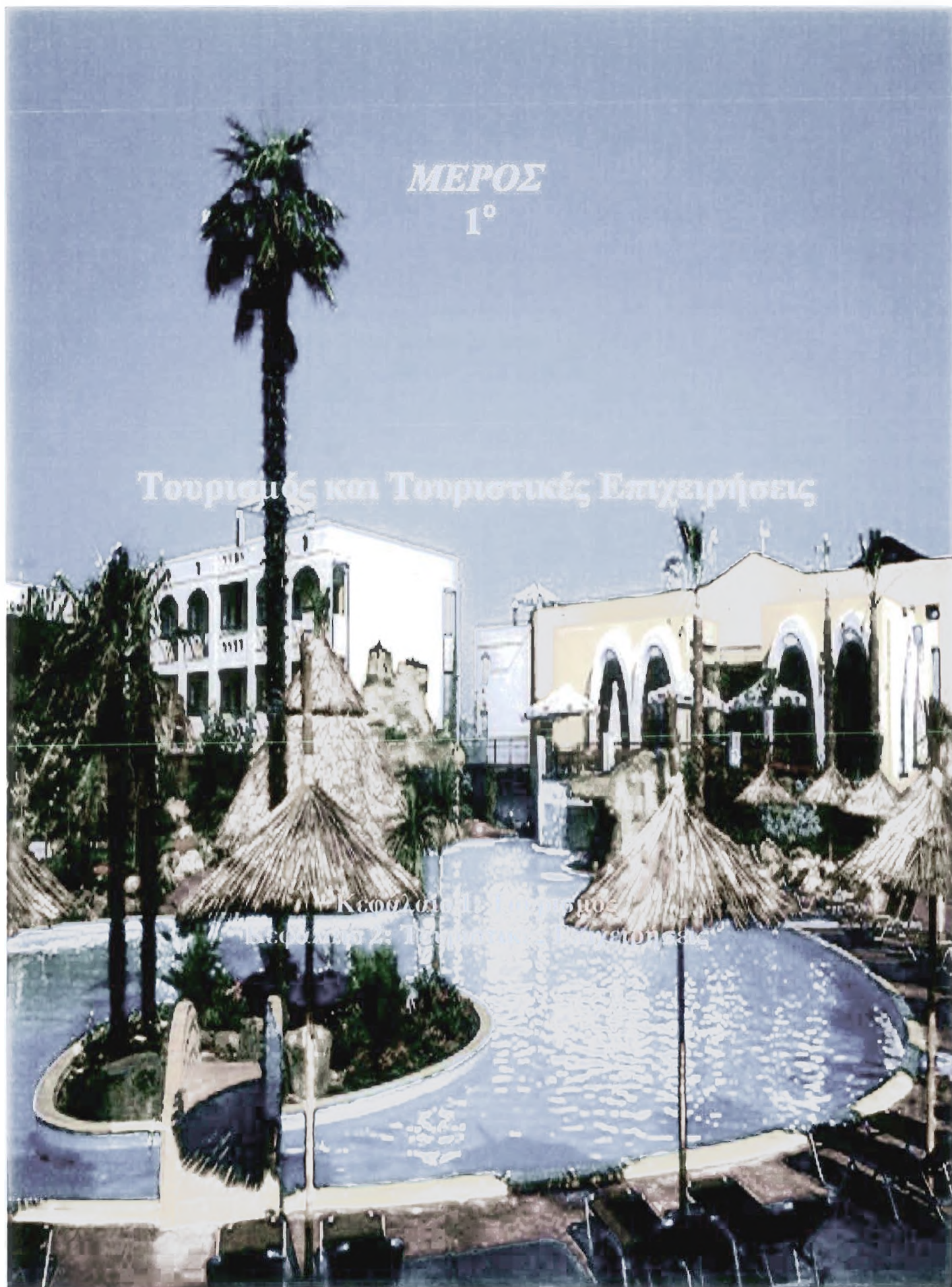
Από τότε που ο τουρισμός άρχισε να αντιμετωπίζεται σαν ένα σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο μεγάλης σημασίας και να γίνεται ολοφάνερη η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, προσέλκυσε, όπως ήταν φυσικό και το επενδυτικό ενδιαφέρον της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Έτσι, λοιπόν, δημιουργήθηκε μεταξύ άλλων και το πρόβλημα της ύπαρξης κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού για τη στελέχωση και "επάνδρωση", με την ευρύτερη έννοια του όρου, των μεγάλων σύγχρονων τουριστικών επιχειρήσεων. Το υπάρχον ανθρώπινο δυναμικό, που ήταν στη μεγάλη του πλειοψηφία ικανό μόνο για την παροχή απλών τουριστικών υπηρεσιών σε μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, δεν ήταν σε θέση να ανταποκριθεί με επιτυχία στις απαιτήσεις των μεγάλων σύγχρονων τουριστικών επιχειρήσεων, οι διοικήσεις των οποίων αλλά και η παροχή τουριστικών υπηρεσιών εκ μέρους τους τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης απαιτούσε πλέον εξειδικευμένες επιστημονικές γνώσεις και επαγγελματικές δεξιότητες. Γνωστικά αντικείμενα, όπως το μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ, οι επικοινωνίες κλπ. ήταν μέχρι τότε, λίγο πολύ, άγνωστα στους απασχολούμενους στον τουρισμό, όπως άγνωστες ήταν σε αυτούς και οι μέθοδοι και τεχνικές, που εφαρμοζόμενες θα μπορούσαν χωρίς άλλο να συμβάλουν αποφασιστικά στην αποδοτικότερη και ανταγωνιστικότερη λειτουργία όλων ανεξαιρέτως των τουριστικών επιχειρήσεων.

Ο ρόλος που διαδραματίζει ο συντελεστής παραγωγής "εργασία" στον κλάδο της τουριστικής οικονομίας και ειδικότερα σε ότι αφορά στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, είναι στην κυριολεξία σημαντικότερος, αφού τα περιθώρια της μηχανοποίησης και αυτοματοποίησης του, στις περισσότερες περιπτώσεις είναι λίγο-πολύ περιορισμένα. Αυτό, άλλωστε, αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι περισσότερες αν όχι όλες οι τουριστικά αναπτυγμένες χώρες, αντιμετωπίζουν μια σοβαρή έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού για την χρησιμοποίηση του σε διάφορες θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία, καθώς επίσης και υψηλού επιπέδου διοικητικών στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων.

Ειδικότερα αν ληφθεί σοβαρά υπόψη το γεγονός ότι ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς, αβίαστα βγαίνει το συμπέρασμα ότι η ποσοτική και ποιοτική σύνθεση της εργασίας έχει άμεσες επιδράσεις στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Αυτό σημαίνει ότι η επίδραση της παραγωγικότητας της εργασίας στην παραγωγική διαδικασία της τουριστικής οικονομίας είναι πραγματικά καθοριστικής σημασίας. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας έντασης κατά το πλείστον εργασίας, που σημαίνει ότι ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί το βασικότερο στοιχείο στην όλη παραγωγική διαδικασία και τον οποίο μόνο σε περιορισμένη έκταση μπορεί να υποκαταστήσει σε μεγάλο βαθμό η σύγχρονη επιστήμη και τεχνολογία.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού, γενικά, σε ορισμένο τόπο και χρόνο, είναι μεταξύ άλλων και η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας όλων αυτών που με οποιοδήποτε τρόπο συμμετέχουν στη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Επειδή, όμως, η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας στον τουρισμό με την εισαγωγή σύγχρονης τεχνολογίας είναι περιορισμένη, λόγω της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, το κύριο βάρος της προσπάθειας για την επίτευξη της πρέπει απαραίτητα να επικεντρώνεται στην παροχή εκσυγχρονισμένης τουριστικής εκπαίδευσης σε όλες τις βαθμίδες της, που οδηγεί στην εξειδίκευση της εργασίας. Πέρα από αυτό, όμως, η τελευταία θα συμβάλει χωρίς άλλο και στην ποιοτική βελτίωση των παραγομένων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους πιθανούς τουρίστες για κατανάλωση ή χρήση.



ΜΕΡΟΣ
1^ο

Τουρισμός και Τουριστικές Επιχειρήσεις

Καθηγήτρια: Κ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ
Εκδόσεις: Τετάρτη, 14 Ιουνίου 2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τουρισμός

1.1. Η Έννοια του Τουρισμού

Ο τουρισμός με τη σύγχρονή του μορφή μπορεί να οριστεί, σε γενικές γραμμές, ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

Όπως μπορεί να διαπιστωθεί, ο ορισμός αυτός του τουρισμού περιλαμβάνει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στη μετακίνηση ανθρώπων για τους τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το «καταναλωτικό» μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση, ενώ το δεύτερο, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων που μετακινούνται πρόσκαιρα για τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το καθαρά «παραγωγικό» μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Τόσο η τουριστική προσφορά όσο και η τουριστική ζήτηση προϋποθέτουν την ύπαρξη κάποιων προϊόντων, που μπορούν να εκφραστούν όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά, η δε κατανάλωση ή χρήση τους να ικανοποιεί τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Τα προϊόντα αυτά υπάρχουν και είναι τα τουριστικά, τα οποία μπορεί να είναι υλικά ή άυλα και ακόμα απλά ή σύνθετα.

Ο τουρισμός διακρίνεται σε εσωτερικό, όταν η μετακίνηση πραγματοποιείται στο εσωτερικό της χώρας, και εξωτερικό, όταν πραγματοποιείται σε ξένη χώρα ή χώρες, σε οργανωμένο, όταν το ταξίδι διοργανώνεται από ταξιδιωτικό γραφείο παρέχοντας συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες στους συμμετέχοντες, και ανοργάνωτο, οπότε το τουριστικό πρόγραμμα διαμορφώνεται από τον ίδιο τον τουρίστα, σε χειμερινό, όταν η μετακίνηση γίνεται κατά τη χειμερινή περίοδο, και θερινό, όταν γίνεται κατά τους θερινούς μήνες, και σε ατομικό, όταν μετακινείται ένα άτομο ή μια παρέα, και ομαδικό (οργανωμένο γκρουπ).

Ο τουρισμός, κατά γενική παραδοχή, θεωρείται ότι είναι από τις σημαντικότερες δραστηριότητες πολλών αναπτυσσόμενων χωρών που υπόσχεται οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

Αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία σε διεθνές επίπεδο και αυτό αποδεικνύεται από τα παγκόσμια τουριστικά στατιστικά στοιχεία (αφίξεις τουριστών, συναλλαγματικές εισπράξεις, απασχόληση κ.λπ.) που δείχνουν το μέγεθος και τη σημαντικότητα του.

Οι σύγχρονες εξελίξεις της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμιο επίπεδο, η προοπτική της Ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, η νέα αντίληψη για διακοπές, η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και οι αλλαγές των τουριστικών προτύπων, αναμένεται να συμβάλλουν στην περαιτέρω διεύρυνση της τουριστικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο τουρισμός για την Ε.Ε. αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική δραστηριότητα η οποία αντιπροσωπεύει περίπου το 5,5% του ΑΕΠ της Ένωσης, το 8% της τελικής ιδιωτικής κατανάλωσης, το 4,5% του συναλλάγματος και το 6% του συνόλου των απασχολούμενων.

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και για πολλές εθνικές οικονομίες η πρωταρχική παραγωγική διαδικασία που λειτουργεί σα βασική πηγή εισοδήματος. Καλύπτει σχεδόν όλα τα εισοδηματικά στρώματα και προσπαθεί να ικανοποιήσει τη βασική πλέον ανάγκη του ανθρώπου που είναι η δυνατότητα αλλαγής περιβάλλοντος και τρόπου ζωής, για ένα χρονικό διάστημα, που σε ποιότητα και ποσότητα ποικίλλει ανάλογα με τη διάθεση και το μέγεθος της δαπάνης που ο κάθε άνθρωπος έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει.

Η χώρα μας διαθέτει ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν που στηρίζεται στα αναμφισβήτητα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα διαθέτοντας μια μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά, αξιόλογες φυσικές ομορφιές και έναν τρόπο ζωής ιδιαίτερα επιθυμητό στους επισκέπτες μας.

Οι πρώτες μετακινήσεις του ανθρώπου για λόγους τουριστικούς, με τη σημερινή έννοια του όρου, άρχισαν να εμφανίζονται στην περίοδο της αρχαίας Ελλάδας. Η μετακίνηση σε άλλους τόπους μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους πραγματοποιείτο για λόγους εμπορικούς, θρησκευτικούς, αθλητικούς και ικανοποίησης της έμφυτης περιέργειας του ανθρώπου για κάτι νέο.

Στην αρχαία Ελλάδα το αίσθημα της ξενίας ήταν έντονα αναπτυγμένο. Αυτό το παρατηρούμε στα πολλά γραπτά κείμενα των αρχαίων συγγραφέων όπου οι αναφορές για ταξίδια είναι πάρα πολλές. Ο Ηρόδοτος έκανε περιηγήσεις στις ελληνικές πόλεις, ταξίδεψε στη Συκελία, στην Αίγυπτο και σ' άλλες χώρες με σκοπό να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα τους, τα ιστορικά μνημεία, τον πολιτισμό τους κ.ά. Πολλά άτομα επίσης ταξίδευαν για ευχαρίστηση αλλά και για να γνωρίσουν νέες φιλοσοφικές δοξασίες, άλλους ανθρώπους, νέες τεχνικές και γενικά να γνωρίσουν τον τρόπο ζωής άλλων κοινωνικών ομάδων που στηριζόταν σ' άλλα συστήματα.

1.2. Τουρισμός : Ένα Σύγχρονο Κοινωνικό Αγαθό

Η θεσμική κατοχύρωση της άδειας μετ' αποδοχών ως μίας από τις κατακτήσεις του σύγχρονου κοινωνικού κράτους συνδέθηκε άμεσα με την απόδοση στο τουριστικό ταξίδι των χαρακτηριστικών ενός «κοινωνικού αγαθού» που αποτέλεσε προϊόν και αποτέλεσμα των πολιτικών που εφάρμοσε το κοινωνικό κράτος της μεταπολεμικής περιόδου. Ο τουρισμός γίνεται υπό αυτή την έννοια μια «κατάκτηση» του σύγχρονου εργαζόμενου που αποσκοπεί στην ξεκούραση και την ψυχαγωγία του ώστε να μπορεί να διατηρεί ή και να αυξάνει την παραγωγικότητα του. Αυτό το κοινωνικό αγαθό προσφέρεται υποχρεωτικά και σχεδόν δωρεάν σε ένα σημαντικό αριθμό εργαζομένων μετά την καθιέρωση του 13ου αλλά και του 14ου μισθού στους εργαζομένους καθώς και των τεσσάρων και πέντε εβδομάδων αδειάς. Την πολιτική αυτή του κράτους ακολουθούν άλλωστε και πολλές ιδιωτικές εταιρείες και οργανισμοί του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που προσφέρουν διαφόρων τύπων ταξίδια στους εργαζομένους είτε για λόγους εκπαιδευτικούς ή επιστημονικούς (συνέδρια, ταξίδια κινήτρων κτλ.), είτε ως δώρο ή πριμ (κοινωνικός τουρισμός, εκπαιδευτικός τουρισμός). Το περιεχόμενο του τουρισμού γίνεται υπό αυτήν την έννοια ίδιο με κάθε υπηρεσία που ο μέσος πολίτης θεωρεί ότι πρέπει να του προσφέρεται από το κράτος αλλά και από τον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας και προσμετράται στην έννοια του «κοινωνικού μισθού». Παράλληλα εκτός από τη θεσμική και κοινωνική σημασία που ο τουρισμός προσέλαβε κατά την μεταπολεμική περίοδο, αποτελεί και ένα αγαθό το οποίο ο σύγχρονος μαζικός πολιτισμός προβάλλει και συγκροτημένα προάγει ως μία από τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, ιδιαίτερα δε του κατοίκου των μεγαλουπόλεων που πιέζεται και συνθλίβεται από τους έντονους ρυθμούς της ζωής και της εργασίας. Με αυτόν τον τρόπο η χρήση αυτού του αγαθού αποκτάει έναν σχεδόν «καταναγκαστικό» χαρακτήρα για τους κατοίκους των αναπτυσσόμενων χωρών που επηρεάζονται από τις συλλογικές συμπεριφορές που τείνουν να επικρατήσουν στις κοινωνίες αυτές και κατατάσσουν τον τουρισμό ως ένα από τα πλέον δημοφιλή νέα καταναλωτικά αγαθά.

1.3. Η Ανάπτυξη του Σύγχρονου Τουρισμού στον Ελληνικό Χώρο

Ο τουρισμός σήμερα εξελίσσεται σε βασικό πυλώνα της εθνικής μας οικονομίας σε μια περίοδο που στην ευρωζώνη η ανταγωνιστικότητα και η πραγματική σύγκλιση αναδεικνύονται πλέον σαν πρώτης προτεραιότητας στόχοι στην νέα τουριστική εποχή που εισερχόμαστε (και λόγω της οικονομικής ύφεσης και ενδεχομένων νέων εξωγενών γεγονότων) ο ανταγωνισμός εντείνεται στην λεκάνη της Μεσογείου ιδιαίτερα από τις εξωκοινοτικές χώρες. Σε αυτή λοιπόν την περίοδο αναδεικνύονται για την εθνική οικονομία ιδιαίτερα όμως για τον Τουρισμό, δύο μείζονες κατευθύνσεις :

- ✓ Η ανάπτυξη της Ανταγωνιστικότητας και
- ✓ Η ανάπτυξη της Βιωσιμότητας και της επιχειρηματικότητας .

Η μακροχρόνια έλλειψη πολιτικής και στρατηγικής για τον Ελληνικό τουρισμό τα προηγούμενα χρόνια οδήγησαν σε μια παρατεταμένη κρίση και πτωτική πορεία σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας με ακόμα μεγαλύτερη πτώση των τουριστικών εσόδων . Η νέα διακυβέρνηση με ταχύτατους ρυθμούς συγκρότησε τους μηχανισμούς και προώθησε τις παρεμβάσεις που συνθέτουν το νέο σχέδιο ανασύστασης του Ελληνικού Τουρισμού με τομές και δράσεις, μέσω του οποίου το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και η κυβέρνηση γενικότερα επιχειρούν να ανακτήσουν το χαμένο έδαφος των τελευταίων ετών και να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τη διαρθρωτικού χαρακτήρα κρίση που μαστίζει τον κλάδο δημιουργώντας ταυτόχρονα μια νέα αισιόδοξη προοπτική.

Ο τουρισμός στη χώρα μας έχει οδηγηθεί πλέον σε μια νέα πορεία προς την ανάδειξη της Ελλάδας ως πρώτου προορισμού υψηλής ποιότητας τουρισμού παγκόσμια .Οι βασικοί στόχοι της τουριστικής πολιτικής που υλοποιείται σήμερα, εντοπίζονται στην αναβάθμιση της ποιότητας καθώς και στη διεύρυνση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος . Ο ζωντανός πολιτισμός του λαού μας, όπως έχει διαμορφωθεί μέσα από την ιστορία και τις εμπειρίες , θα πρέπει να εκφραστούν και να προσδώσουν την ιδιαιτερότητα στο τουριστικό μας προϊόν .

«Τρεις είναι οι πυλώνες της κυβερνητικής πολιτικής για τον τουρισμό : ανάπτυξη – πολιτισμός - περιβάλλον. Η νέα τουριστική πολιτική με ριζική αναδιάταξη , αναδεικνύει μια νέα τουριστική ταυτότητα που κατοχυρώνει τη μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών και εξασφαλίζει τη διεθνή αναγνωρισιμότητα τους.

Σήμερα , οι τοπικές κοινωνίες σέβονται τον επισκέπτη και οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αναβαθμίζουν ποιοτικά τις υπηρεσίες τους και επανασυνθέτουν την προσφορά τους. Προσπαθούμε να ενισχύουμε την ανταγωνιστικότητά μας, γεγονός που προϋποθέτει ποιότητα, υποδομές και ζεστή φιλοξενία. Προσπαθούμε να προωθήσουμε όχι απλά διακοπές αλλά "μοναδικές εμπειρίες" που θα μετατρέψουν ακόμη και τον πλέον σκεπτικιστή επισκέπτη σε θαυμαστή της χώρας μας. Ο παράγοντας των Ολυμπιακών αγώνων επηρέασε και επηρεάζει την προοπτική του Ελληνικού Τουρισμού .

Το κορυφαίο αυτό αθλητικό γεγονός αξιοποιείται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης τουριστικά , με ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα συστηματικής παρέμβασης για μεγάλο χρονικό διάστημα , που περιλαμβάνει την Αξιοποίηση της τεράστιας δημοσιότητας και προβολής υπέρ του τουριστικού μας προϊόντος με νέους τρόπους και μεθόδους, παράλληλα με τα κλασικά μέσα καθώς και την Διαμόρφωση και υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων Marketing για την προβολή των τουριστικών μας πόρων. Η Ελλάδα σήμερα εκσυγχρονίζει τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα εκτιμώντας ότι μπορούν να δημιουργηθούν νέα δεδομένα στον έντονο ανταγωνισμό που υφίσταται ο τουριστικός τομέας, υλοποιώντας δράσεις όπως :

- Επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ανά περιφέρεια ,νομό και περιοχή ,ώστε κάθε περιοχή να αναπτύξει εκείνο το εξειδικευμένο και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν που της αρμόζει καλύτερα με την δική της ενιαία ταυτότητα αναγνώρισης και προβολής .
- Με την άμεση επένδυση πάνω από 60 εκατ. Ευρώ στη διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας (με νέο δημιουργικό και λογότυπο) , ένα ποσό τέσσερις φορές μεγαλύτερο από κάθε παλαιότερη κυβερνητική επένδυση (από τις δημόσιες επενδύσεις) πάνω στη διαφήμιση .
- Έγκαιρη κύρια εκστρατεία για τη μέγιστη αξιοποίηση της μεταολυμπιακής περιόδου με συγκεκριμένη στόχευση σε όλες τις κύριες αγορές και εκθέσεις του πλανήτη , καθώς και σε νέες αναπτυσσόμενες αγορές (Κίνα) .
- Συμπληρωματικές δράσεις προβολής στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού (Μένουμε Ελλάδα) και σε συγκεκριμένους στόχους όπως ο συνεδριακός τουρισμός , ο αθλητικός τουρισμός , ο πολιτιστικός τουρισμός κ.α.

- Αναβαθμισμένη και εντυπωσιακή παρουσία της χώρας μας στις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις με θετικά μηνύματα και επαίνους από όλους τους τουριστικούς φορείς της χώρας.
- Αύξηση της επιχορήγησης στις νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις κατά 50% σε σχέση με παλαιότερα, ενώ ήδη έχει ξεκινήσει η καμπάνια της διαφημιστικής εκστρατείας για το 2006. Η επικοινωνιακή πολιτική προχωρά πλέον με ένα συγκροτημένο τρόπο και για τον λόγο αυτό προκηρύχθηκε διαγωνισμός για διεθνή στρατηγικό σύμβουλο marketing του τουρισμού καθώς και διαγωνισμός για την σχεδίαση και κατασκευή σύγχρονης διαδικτυακής πύλης (portal), η οποία θα παρέχει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών και υπηρεσιών.

Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι εκτός από τις επιχειρήσεις του κλάδου από την διαφημιστική καμπάνια ωφελούνται χιλιάδες Μ.Μ.Ε και εκατοντάδες χιλιάδες εργαζόμενοι στον τουρισμό που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική Περιφέρεια στηρίζοντας την οικονομικά. Ένα σύγχρονο πλαίσιο υποστήριξης των πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα μέσω του νέου Αναπτυξιακού Νόμου που ήδη έχει ενεργοποιηθεί, με προμετωπίδα την αναβάθμιση της ποιότητας των καταλυμάτων, την διεύρυνση του φάσματος των τουριστικών επιχειρήσεων που ενισχύονται, την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού και την απλούστευση των διαδικασιών ένταξης. Ήδη παρατηρείται ιδιαίτερη κινητικότητα στον επενδυτικό τομέα και αυξημένο ενδιαφέρον σε τομείς, όπως είναι τα νέα ξενοδοχεία, η θαλασσοθεραπεία, οι ιαματικές πηγές, το γκολφ, οι μαρίνες, κ.α.

Με βάση τα τελευταία στοιχεία του ΥΠΟΙΟ, περίπου το 28% των εγκεκριμένων επενδυτικών έργων που υπάγονται στον Αναπτυξιακό Νόμο αφορούν τουριστικές επενδύσεις, επιβραβεύοντας με αυτόν τον τρόπο τον άριστο σχεδιασμό που έγινε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Άμεσα εκδίδεται ΚΥΑ με το Υπουργείο Οικονομικών, με την οποία θα ξεπερνιούνται τα εμπόδια που σχετίζονται με γεωγραφικούς περιορισμούς για την ίδρυση και επέκταση ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων. Παράλληλα το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, βάζει τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων ειδικών μορφών τουρισμού όπως θεματικά πάρκα, προπονητικά κέντρα κ.λ.π.

Η οριζόντια συνεργασία με τα άλλα αρμόδια Υπουργεία μέσω επιτροπών (που προβλέφθηκε στον Τουριστικό Νόμο της ίδρυσης του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης) για τις εμπλεκόμενες αρμοδιότητες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν και απαιτούν διευθετήσεις όπως π.χ., των υφισταμένων πολεοδομικών εκκρεμοτήτων των ξενοδοχείων , της απλούστευσης της διαδικασίας έκδοσης αδειών των τουριστικών καταλυμάτων με μείωση των δικαιολογητικών , της απόσυρσης παλαιών μονάδων και αλλαγής χρήσης , τις τουριστικές κατοικίες , την στρατηγική αερομεταφορών , τις κολυμβητικές δεξαμενές , την χρήση στρατιωτικών αεροδρομίων για τουριστικές πτήσεις Charter, την αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και την νομοθετική τακτοποίηση όλων των εκκρεμοτήτων.

Παράλληλα διαμορφώνονται τα εναλλακτικά τουριστικά προϊόντα σε συνεργασία με τα άλλα υπουργεία , καθώς κανείς μέχρι σήμερα δεν είχε επεξεργασθεί το πλαίσιο εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ως παράδειγμα αναφέρονται τα προγράμματα Leader που αν και είχαν περάσει τρία, ποτέ δεν καθορίστηκαν οι προδιαγραφές και η πιστοποίηση για αγροτουριστικές δραστηριότητες. Σήμερα υπάρχει έτοιμο το νομοσχέδιο για τον Αγροτουρισμό και τον τουρισμό Υπαίθρου, καταθέτεται το νομοσχέδιο για τον ιαματικό τουρισμό , ενώ και πάλι σε συνεργασία με τις διϋπουργικές επιτροπές επεξεργάζεται το θεσμικό πλαίσιο για τον αθλητικό τουρισμό , τον ιατρικό-θεραπευτικό τουρισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό.

Πρόσφατα ψηφίστηκε το νομοσχέδιο για τον καταδυτικό τουρισμό αποτέλεσμα της συνεργίας αυτής . Προωθείται από κοινού με το ΥΠΕΧΩΔΕ, το νομοθετικό πλαίσιο για το χωροταξικό του τουρισμού που προσδιορίζει τις προτεραιότητες της τουριστικής ανάπτυξης στις περιοχές της χώρας και ξεκαθαρίζει το τοπίο για τις επενδύσεις στον τουρισμό , συμβάλλοντας παράλληλα στην τοπική , περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη. Προωθούνται τροπολογίες που έχουν σχέση με πολεοδομικά θέματα των τουριστικών εγκαταστάσεων, ενώ έχουν ήδη προωθηθεί ρυθμίσεις για την απλοποίηση των μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Παράλληλα δημιουργήθηκε η εκτελεστική γραμματεία του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού μια μεγάλη εκπροσώπηση των τουριστικών φορέων η οποία με την θεσμική της ιδιότητα παρεμβαίνει με συμβουλευτικό ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης .

Ήδη έχουν δημιουργηθεί θεματικές ομάδες εργασίας της Εκτελεστικής Γραμματείας του εθνικού συμβουλίου τουρισμού και του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και έχουν πραγματοποιηθεί συσκέψεις εργασίας με την επιτροπή τουρισμού της ΕΝΑΕ και ΚΕΔΚΕ ενώ προγραμματίστηκε συνάντηση της από κοινού με την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης με τους Γενικούς Γραμματείς των Περιφερειών. Δημιουργήθηκαν οι νέες οργανωτικές και διοικητικές δομές του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης .

Με τον νέο οργανισμό του Υπουργείου , δημιουργήθηκε η νέα Διεύθυνση Τουριστικών Επενδύσεων καθώς και η Διεύθυνση Χωροταξικού Σχεδιασμού προκειμένου να εφαρμοσθούν σύγχρονοι μηχανισμοί εξυπηρέτησης στους ενδιαφερόμενους επενδυτές και να επιβάλλονται οι αναγκαίες ρυθμίσεις και η λήψη σχετικών μέτρων για την άρση διοικητικών εμποδίων και αντικινήτρων για τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα. Ειδικότερα με το νέο τμήμα Ειδικών Μορφών Τουρισμού που δημιουργήθηκε, μπαίνει για πρώτη φορά σε λειτουργία ο διοικητικός μηχανισμός του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης για την εισήγηση των αναγκαίων μέτρων, ενεργειών και παρεμβάσεων για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού όπως του θαλάσσιου τουρισμού, του τουρισμού υγείας ,του αθλητικού τουρισμού , του θρησκευτικού τουρισμού κ.α. και η αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου .

Συστάθηκαν σε κάθε Περιφέρεια , Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) υπό τον ΕΟΤ με όλες τις αρμοδιότητες που μετεβιβασθήκαν από τα Γραφεία Υποστήριξης Τουρισμού των Περιφερειών , υλοποιείται επίσης η δυνατότητα να ανοίξουν Γραφεία Τουρισμού σε όλες τις πόλεις και τους τουριστικούς προορισμούς όπου δεν υπάρχουν. Τα αποτελέσματα αυτής της πολιτικής είναι ήδη ορατά. Νέα ανακαινισμένα γραφεία στην Θεσσαλονίκη, στην Τρίπολη και στις άλλες πόλεις της Ελλάδας βρίσκονται στην εξυπηρέτηση του κάθε ενδιαφερόμενου, διεκπεραιώνοντας εκκρεμείς υποθέσεις και χρονίζοντας φακέλους .

Η Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΠΑΝ με την προκήρυξη νέων προγραμμάτων συνολικής δαπάνης 67 εκατ. Ευρώ τα οποία αφορούν νέες δράσεις κατάρτισης, ανταλλαγές ξενοδοχειακών υπαλλήλων , στη δημιουργία τουριστικών clusters, στην προώθηση της ελληνικής κουζίνας, στο τουριστικό επάγγελμα συνοδών.

Αναμόρφωση του ΕΠΑΝ με την εξειδίκευση και στόχευση των μέτρων σε νέες μορφές τουρισμού (οικοτουρισμός ,αγροτουρισμός, ιαματικός ,θαλάσσιος, αστικός τουρισμός).

Συνολικά τα ενταγμένα έργα στην ενίσχυση των Μ.Μ.Ε, εξελίσσονται με ταχύτατους ρυθμούς με σημαντικότερη αύξηση στο ποσοστό εντάξεων 106%, μεγαλύτερο από τον συνολικό προϋπολογισμό του έργου (40 εκ ευρώ).

Στις ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής υπάρχουν εντάξεις που φτάνουν το 94%, ενώ και στις άλλες δράσεις σημειώνεται ουσιαστική άνοδος από πλευράς απορρόφησης. Με ταχύτατες διαδικασίες ξεπεράστηκαν τα προβλήματα που υπήρχαν στο πρόγραμμα Ελληνική Κουζίνα και πλέον με την νέα πρόσκληση που θα βγει πριν το τέλος του έτους, οι επιχειρηματίες θα μπορούν να συμμετάσχουν και να πιστοποιηθούν με το ειδικό σήμα του ΕΟΤ, αλλά και να προβούν σε δαπάνες με στόχο την βελτίωση των επιχειρήσεών τους. Τέλος στα πλαίσια του θαλάσσιου τουρισμού διαπιστώνεται σημαντική πρόοδος στην κατασκευή 10 τουριστικών αγκυροβολιών συνολικού προϋπολογισμού 27 εκατ. Ευρώ.

Η Σύσταση επιτροπής για τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου τουριστικής κατάρτισης και εκπαίδευσης καθώς και η Ένταξη νέων ειδικοτήσεων και σχολών. Δημιουργήθηκαν νέα ΙΕΚ Θαλασσοθεραπείας - SPA, ορεινού τουρισμού και Λουτροθεραπείας για ειδικότητες Συνοδού Βουνού, Ειδικών Λουτροθεραπείας και Θαλασσοθεραπείας καθώς και τεχνικούς Μαγειρικής Τέχνης στην Κέρκυρα, Ρόδο, Ανδρίτσαινα, Καστανιά Ιτάμου, Καρδίτσας, Σταυρούπολη Ξάνθης, Σάμο, Αιδηψό και Ανάβυσσο Αττικής. Τέλος αναβαθμίζεται η τουριστική εκπαίδευση με την ίδρυση πανεπιστημιακής πλέον Τουριστικής Σχολής μετά από απόφαση της κυβερνητικής επιτροπής.

Η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης ολοκλήρωσε το στρατηγικό σχέδιο για τον επιχειρησιακό σχεδιασμό των ετών 2005-2006. Στόχος είναι η διασφάλιση ενιαίας τουριστικής πολιτικής της χώρας, κάτω από τον άξονα της πολιτικής του Υπουργείου και της κυβέρνησης, για την αξιοποίηση της τουριστικής περιουσίας του κράτους, που οδηγεί στην τουριστική ανάπτυξη με επενδύσεις, προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού και ειδικών υποδομών.

Μηνύματα αισιοδοξίας και σταδιακής ανάκαμψης του Ελληνικού τουρισμού δείχνουν μια σειρά στοιχείων που καταγράφουν διάφοροι τουριστικοί φορείς. Ήδη η εικόνα της Ελλάδας έχει αλλάξει και παρατηρείται σημαντική αύξηση της επισκεψιμότητας στην χώρα μας. Τα ενθαρρυντικά συμπεράσματα αφορούν και την αγορά των ΗΠΑ, όπου η χώρα μας είχε τεράστια τουριστική πτώση στο παρελθόν, ενώ σήμερα η στοχευμένη μεταολυμπιακή προβολή έχει λειτουργήσει ιδιαίτερα θετικά τόσο στο επίπεδο της αύξησης της ελκυστικότητας του προορισμού όσο και στο ιδιαίτερο σημαντικό επίπεδο της δημιουργίας της εικόνας, ότι η Ελλάδα είναι μια ασφαλής και φιλόξενη χώρα με ποιοτική προσφορά τουριστικών υπηρεσιών που μπορεί να έχει τουρισμό και τους 12 μήνες του χρόνου.

Η προώθηση μιας σύγχρονης και αποτελεσματικής πολιτικής για τον Τουρισμό(όπως προηγουμένως αναφέραμε) αποτελεί αναντίρρητη προτεραιότητα, για την αντιμετώπιση των χρόνιων προβλημάτων παθογένειας που ταλανίζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, αναστέλλουν την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη της χώρας μας σε τουριστικό προορισμό πρώτης επιλογής.

Σήμερα προχωρεί η αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων που έχουν δημιουργηθεί στην Μεταολυμπιακή εποχή και συνεχίζεται σε δράσεις όπως :

- ❖ Την διεργασία και επαφές για άνοιγμα 49 νέων Γραφείων Τουρισμού σε νέες αγορές όπως η Τουρκία, η Ινδία, η Αργεντινή, το Ντουμπάϊ κ.λ.π. Ήδη έχει ανοίξει το Γραφείο ΕΟΤ στο Πεκίνο το οποίο αποφέρει και τα πρώτα θετικά αποτελέσματα.
- ❖ Τον Νέο σχεδιασμό τουριστικών φυλλαδίων πληροφοριών και καταλόγων και τον νέο σχεδιασμό HI-TEC των γραφείων τουριστικών πληροφοριών.
- ❖ Την τουριστική εκμετάλλευση όλων των αθλητικών και πολιτιστικών γεγονότων που θα πραγματοποιηθούν στην Ελλάδα (Eurovision, champions league, Europe corporate games κ.λ.π.)
- ❖ Την δημιουργία σε όλες τις πρωτεύουσες των Νομών της Χώρας Γραφείων Πληροφοριών καθώς και της αξιοποίησης των ΚΕΠ για την παροχή τουριστικών πληροφοριών.
- ❖ Την σύναψη διμερών συμφωνιών για την τουριστική συνεργασία(Βαλκανικές χώρες, Τσεχία κ.α) την επεξεργασία νέων συνεργασιών (Λιβύη – Ντουμπάϊ- Αίγυπτος) και την υλοποίηση του προγράμματος εκπαιδευτικής βοήθειας στην Αρμενία.
- ❖ Την Προετοιμασία Ελληνοϊαπωνικού φόρουμ στο Τόκυο .Μάρτιος 2006
- ❖ Την Προετοιμασία Ελληνοϊταλικού φόρουμ στην Αθήνα για κοινή στρατηγική στις μακρινές αγορές (Κίνα-Ιαπωνία – Λατινική Αμερική κ.λ.π.)Νοέμβριος 2005
- ❖ Την κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας και το θεσμικό πλαίσιο για την λειτουργία των τουριστικών γραφείων.
- ❖ Επανεξέταση και εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου που αφορά στην κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων με βάση το σύστημα των αστεριών.
- ❖ Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού - ενίσχυση υποδομών και προβολή.»

[4^ο Συνέδριο Τουρισμού Και Ανάπτυξης, Λιάσκος Α., Υφυπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης (2006)]

Ο τομέας που κατά κύριο λόγο ωφελείται από την τουριστική ανάπτυξη είναι η απασχόληση, γεγονός που σχετίζεται με την οργάνωση του τουρισμού που αναμφίβολα μπορεί να θεωρηθεί κλάδος έντασης εργασίας. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον κλάδο είναι πολλών ειδών και τύπων: άμεση απασχόληση στις κάθε είδους τουριστικές επιχειρήσεις του κλάδου, συμπληρωματική απασχόληση με διάφορες μορφές (άτυπη, περιστασιακή κτλ.) στις τουριστικές επιχειρήσεις και έμμεση απασχόληση σε επιχειρήσεις που η λειτουργία τους εξαρτάται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό (εμπόριο, οικοδομή, βιομηχανίες τροφίμων και ποτών κ.ά.). Στις περισσότερες περιοχές όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός διακοπών, κοινό χαρακτηριστικό της απασχόλησης είναι η εποχικότητα που αποτελεί και ένα σημαντικό πρόβλημα για τους απασχολούμενους στον κλάδο. Η αύξηση της απασχόλησης στον κλάδο σε πολλές αγροτικές τουριστικές περιοχές οδήγησε στην εγκατάλειψη και υποβάθμιση των άλλων κλάδων της τοπικής οικονομίας. Τα υψηλότερα εισοδήματα που προσφέρει ο τουρισμός, αλλά και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών είναι οι κυριότερες αιτίες αυτής της γενικευμένης τάσης.

Το αποτέλεσμα είναι συχνά ο τουρισμός να μετατρέπεται σταδιακά σε κυρίαρχο κλάδο της τοπικής οικονομίας. Αυτό μπορεί να αποδειχθεί ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα στις τουριστικές περιοχές ή χώρες που έχουν υψηλό ποσοστό εξάρτησης από αλλοδαπούς τουρίστες, γιατί ο τουρισμός επηρεάζεται από πολιτικές και οικονομικές συγκυρίες (π.χ. πολιτικές αναταραχές, ανεργία κ.ά.). Διαφέρουν οι εκτιμήσεις για τη θετική ή μη συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών και το ζήτημα συσχετίζεται με την ιστορική φάση της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και τη δυνατότητα της τοπικής οικονομίας να διαφοροποιήσει την παραγωγική της βάση υποκαθιστώντας μέρος των εισαγομένων ειδών που είναι αναγκαία για την τουριστική ανάπτυξη με είδη παραγόμενα στη χώρα.

Αναμφίβολα σε βραχυπρόθεσμη βάση το κράτος ωφελείται από την τουριστική ανάπτυξη, ενώ οι γενικότερες θετικές ποικίλλουν ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης της χώρας αλλά και με τη μέθοδο μέτρησης. Η δυνατότητα επίσης να εκτιμηθεί πλήρως η δυνατότητα που έχει ο τουρισμός να διαφοροποιήσει εκσυγχρονιστικά την παραγωγική βάση μιας περιοχής είναι μικρή. Ο τουρισμός βελτιώνει αναμφισβήτητα τις υποδομές και υπηρεσίες των τουριστικών περιοχών, συμβάλλοντας στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων τους. Μεγάλο ποσοστό των εισοδημάτων που δημιουργεί όμως στρέφεται σε καταναλωτικές δαπάνες ή κερδοσκοπικές επενδύσεις στο χώρο των υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να μην διευρύνεται σημαντικά, ούτε να εκσυγχρονίζεται η παραγωγική βάση των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα δε αυτών που βρίσκονται στην ύπαιθρο.

Από όσα προηγήθηκαν η αντίθεση ανάμεσα στις θετικές επιδράσεις στην απασχόληση και τα εισοδήματα με τις αμφιλεγόμενες ή αρνητικές επιδράσεις στον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής βάσης ή στην πρόσδεση των υπόλοιπων κλάδων της οικονομίας σε έναν κλάδο αναμφίβολα ασταθή, όταν είναι εξωγενής προσδιορισμένος, μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μια γενικότερη «θετική» ή «αρνητική» αποτίμηση του τελικού οφέλους μίας οικονομίας από την τουριστική ανάπτυξη μπορεί να γίνει μόνον υπό όρους και προϋποθέσεις. Ο κυριότερος από αυτούς τους όρους είναι η αναλυτική καταγραφή όλων των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων του τουριστικού εισοδήματος στις τουριστικές περιοχές που ακολουθούν διαφορετικά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης.

Για την Ελλάδα, ο τουρισμός είναι η σημαντικότερη και από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες δραστηριότητες του τριτογενή τομέα η οποία διαθέτει ακόμα ανεκμετάλλευτες αναπτυξιακές δυνατότητες. Δημιουργεί πολλαπλές επιπτώσεις στην οικονομία, στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Ακόμα, συμβάλλει στην ισόρροπη περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη.

Συγκεκριμένα, αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που αντιπροσωπεύει το 7-10% του ΑΕΠ, δημιουργεί το 11-18% των θέσεων εργασίας. Καλύπτει το 35% των αδήλων πόρων σε συνάλλαγμα και το 6,4% των επενδύσεων παγίου κεφαλαίου.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εμπειρογνομόνων της τουριστικής βιομηχανίας, τα προσεχή χρόνια, οι προοπτικές εξέλιξης της τουριστικής δραστηριότητας αναμένονται να είναι ευοίωνες, γεγονός που ενθαρρύνει κυβερνήσεις και φορείς της ιδιωτικής πρωτοβουλίας να προωθήσουν τον τουρισμό. Βέβαια, αυτό είναι συνάρτηση και των νέων τάσεων που διαγράφονται στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Όπως είναι φυσικό, για να συνεχιστεί απρόσκοπτα η τουριστική ανάπτυξη και μάλιστα κατά τρόπο συμβατό με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον πρέπει οι φυσικοί πόροι που την στηρίζουν να συνεχίσουν να είναι διαθέσιμοι (π.χ. μαγευτικά τοπία, καθαρές θάλασσες) και να γίνεται ορθολογική χρήση τους με βάση τις αρχές της αεί-φορίας.

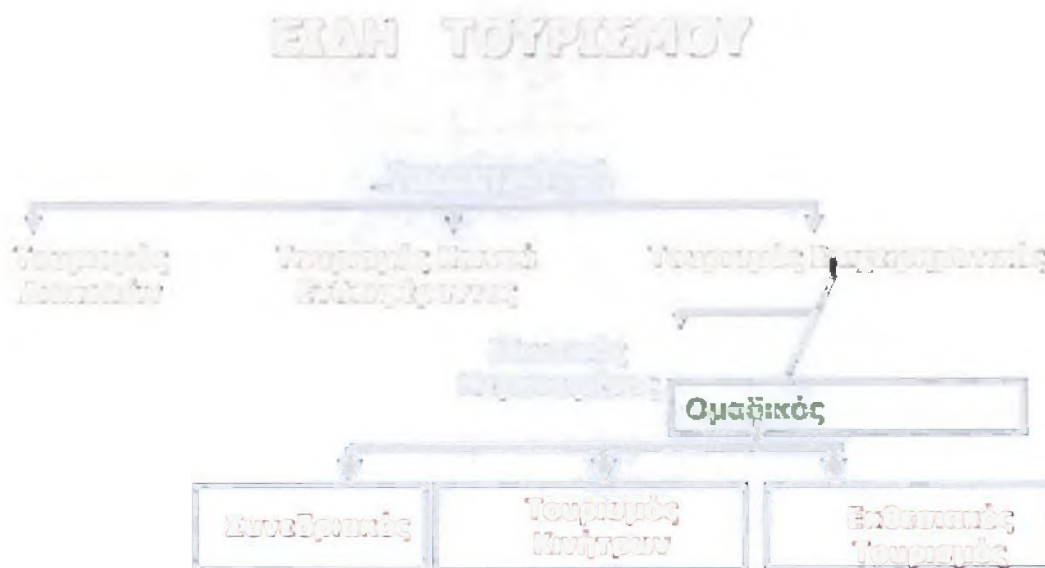
Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, διεθνώς, καθώς ετησίως δέχεται περισσότερους από 14 εκ. τουρίστες, γεγονός που την τοποθετεί στη 15η θέση της παγκόσμιας κατάταξης των χωρών υποδοχής (σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού). Έτσι, τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αναπτυχθεί μεγαλύτερης ή μικρότερης κλίμακας, πολύμορφες και σύγχρονες τουριστικές υποδομές, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις και τις ανάγκες διαμονής κάθε επισκέπτη.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανέρχεται σε περίπου 8.900 μονάδες με συνολική δυναμικότητα περίπου 670.000 κλινών, που κατανέμονται σε 352.000 δωμάτια. Επιπλέον, στις περισσότερες τουριστικές περιοχές υπάρχει σημαντικός αριθμός ενοικιαζόμενων δωματίων, που φέρουν το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ., ενώ επίσης σ' όλη τη χώρα λειτουργούν περισσότερα από 340 campings με 30.000 θέσεις κατασκήνωσης και 2.500 οικίσκους.

Τα περισσότερα από τα τουριστικά καταλύματα έχουν ανακαινιστεί και εκσυγχρονιστεί πρόσφατα και διαθέτουν σύγχρονες εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών. Είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. και ανήκουν στους ακόλουθους τύπους:

- Ξενοδοχεία (κλασικού τύπου, παραδοσιακοί ξενώνες, αγροτουριστικά καταλύματα κ.α.).
 - Ενοικιαζόμενα δωμάτια
 - Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα
 - Αυτοτροφοδοτούμενα τουριστικά καταλύματα (τουριστικές κατοικίες και τουριστικές επαύλεις)
 - Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης (camping)
 - Ξενώνες νεότητας (youth hostels)

1.4. Είδη Τουρισμού – Μορφές Τουρισμού



Μορφές Τουρισμού

- ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ
- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
- ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ
- ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
- ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΛΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΗΡΩΝ

1.4.1. Ανάλυση Μορφών Τουρισμού

➤ ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών-αναψυχής ,όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς ,αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή την επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή.

➤ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού ,στην οποία τα άτομα έχουν ως κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές ,γενικά εκδηλώσεις ,όπως επισκέψεις ιστορικών μνημείων ,αρχαιολογικών χώρων ,μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών ,θεατρικών παραστάσεων.

➤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Ο τουρισμός εκθέσεων ουσιαστικά αποτελεί μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο .Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις ,που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα ,ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού ,όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης ,μορφωτικό τουρισμό κ.τ.λ.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ**

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός ,όπως ονομαζόταν παλαιότερα, εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού ,τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν ως κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωση τους από διάφορες ασθένειες κ.τ.λ.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ**

Ο τουρισμός άθλησης έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος ,όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία ,η ιππασία, το τένις ,η πεζοπορία ,το γκολφ ,η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κ.τ.λ.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ**

Ο τουρισμός πόλης αποτελεί μια μορφή τουρισμού που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για μερικές ημέρες ,συνήθως δε τρεις ως τέσσερις.

➤ **ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις ,όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο ,δηλαδή τοπικό ,περιφερειακό ,εθνικό ή διεθνές.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ**

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου ,του άγνωστου και της έκπληξης .Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις, σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κ.τ.λ., αποτελούν μερικά από τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα.

➤ **ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ**

Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε ,όπως είναι φυσικό ,και την τρίτη ηλικία ,που συνήθως διαθέτει ελεύθερο χρόνο ,σταθερό εισόδημα ,υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής ,μα πάνω από όλα μεγάλη επιθυμία για τα ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ**

Ο τουρισμός χειμερινών σπόρ είναι μια δυναμική μορφή του τουρισμού ,που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειας τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως δε υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ**

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

➤ **ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο ορεινός τουρισμός ,αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ ,σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς .Αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό.

➤ **ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός ,όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

➤ **ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο.

➤ **ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο του έτους κάθε χρόνο.

➤ **ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους οι οποίοι βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να πάνε κάποιο τόμα που είχαν κάνει κ .τ .λ.

➤ **ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής τάξης. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα είτε τα φτιάχνουν όπως αυτά ακριβώς τα θέλουν.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ**

Είναι πακέτα τα οποία δημιουργούνται από μεγάλες εταιρείες με σκοπό να χρησιμοποιηθούν από τα στελέχη τους για ολιγοήμερη ξεκούραση.

➤ **ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου είναι αυτό εφικτό. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κ.τ.λ.

➤ **ΛΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αυτή αποτελείται από άτομα που κατά το πλείστον είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμη ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα.

➤ **ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο.

➤ **ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ως κοινωνικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων.

➤ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΗΡΩΝ**

Είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων, που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των αναπήρων τουριστών

1.5. Το Μέλλον του Τουρισμού

Απ' όσα εκτέθηκαν μέχρι τώρα, γίνεται ολοφάνερο ότι ο τουρισμός έχει σήμερα αναπτυχθεί σε τέτοιο επίπεδο, ώστε εκτός από σημαντική οικονομική δραστηριότητα να αποτελεί ταυτόχρονα και σημαντικό παράγοντα επηρεασμού των κοινωνικών αλλαγών που πραγματοποιούνται στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Αναμφίβολα η ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα υπήρξε εντυπωσιακή από το 1950 και έπειτα. Παρ' όλα αυτά όμως οι μέσοι ετήσιοι αναπτυξιακοί ρυθμοί μελλοντικά δεν μπορούν να είναι τόσο υψηλοί, όπως στις δεκαετίες του '50, '60, και '70. Η εκτίμηση αυτή ισχύει εντελώς ιδιαίτερα για τον μαζικό διεθνή τουρισμό. Η αύξηση της οικονομικής ευημερίας στις αναπτυγμένες χώρες έχει επιβραδυνθεί αισθητά και οι οικονομολόγοι κάθε άλλο παρά βέβαιοι είναι αν και κατά πόσο μια συνεχής βελτίωση της υλικής ευημερίας των κοινωνιών είναι εφικτή ή ακόμα και επιθυμητή.

Όπως είναι γνωστό, ο κόσμος ολόκληρος και κατά συνέπεια και ο τουρισμός διανύουν μια περίοδο ταχύρρυθμων μεταρρυθμίσεων, που χαρακτηρίζονται μεταξύ άλλων και από τη μετάβαση ορισμένων χωρών από μια βιομηχανική κοινωνία σε μια μεταβιομηχανική, καθώς επίσης σε αλλαγές τρόπων ζωής και αξιών των λαών τους. Είναι φυσικό λοιπόν να διερωτάται κανείς ποιες επιδράσεις θα έχουν οι αλλαγές αυτές στην επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν για τουριστικούς λόγους.

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι οι πρόοδοι της τεχνολογίας και τα υπάρχοντα αποθέματα ενέργειας θα συμβάλουν καθοριστικά στην αλλαγή των μορφών ταξιδιού μελλοντικά. Σε αυτό θα συμβάλει οπωσδήποτε και η αναμενόμενη εξέλιξη στα μέσα αερομεταφορών, που εκτιμάται να είναι εντυπωσιακή και να αποτελεί πραγματικότητα στις αρχές του 21ου αιώνα.

Εξελιξείς πρέπει να αναμένονται και στις θαλάσσιες μεταφορές, όπου έρευνες γίνονται για τον περιορισμό του πραγματικού κόστους των θαλάσσιων ταξιδιών για τουριστικούς λόγους και όχι μόνο, αλλά και της διάρκειας τους. Στον τομέα των κρουαζιερόπλοιων, παρατηρείται μια τάση κατασκευής ολοένα μεγαλύτερων και πολυτελέστερων σκαφών, που δεν έχουν τίποτε να ζηλέψουν σε πολυτέλεια και ανέσεις από ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων.

Στο χώρο των χερσαίων μεταφορών μεγάλη πρόοδο σημείωσαν οι σιδηροδρομικές μεταφορές. Οι υπερταχείες αμαξοστοιχίες στις αρχές του 21ου αιώνα θα μπορούν να κινούνται με πολύ μεγαλύτερες ταχύτητες από αυτές που κινούνται σήμερα σε ορισμένες χώρες και οπωσδήποτε να προσφέρουν μεγαλύτερες ανέσεις στους επιβάτες τους.

Στην Ιαπωνία μάλιστα οι ταχύτητες που θα αναπτύσσουν οι υπερταχείες αμαξοστοιχίες του μέλλοντος θα αγγίζουν, σύμφωνα με πορίσματα ερευνητικών μελετών και πειραματικών δοκιμών που έχουν γίνει, τα 500 περίπου χιλιόμετρα την ώρα και θα αποτελούν πραγματική απειλή για τα αεροπορικά δρομολόγια σε χερσαίες αποστάσεις μέχρι και 1600 περίπου χιλιόμετρα.

Όπως ήδη αναφέρθηκε νωρίτερα, εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο και κυρίως στις αναπτυγμένες χώρες ταξιδεύουν στο εξωτερικό για διακοπές και άλλους τουριστικούς λόγους. Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις ο αριθμός τους θα αυξάνει ολοένα και περισσότερο, εκτός βέβαια αν η οικονομική τους κατάσταση για οποιουδήποτε λόγους χειροτερέψει και κατά συνέπεια το διακριτικό τους εισόδημα δεν τους επαρκεί πια και για την πραγματοποίηση τουριστικών ταξιδιών.

Σημαντικές μεταβολές θα πρέπει να περιμένει κανείς μελλοντικά και στο χώρο της τουριστικής βιομηχανίας, μια και αυτή θα επηρεαστεί σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό από τις αλλαγές που αναμένονται στην αγοραστική και καταναλωτική συμπεριφορά των πιθανών τουριστών, καθώς επίσης στις αξίες που εκφράζουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Έτσι λοιπόν ο αριθμός των γυναικών, που θα ταξιδεύουν για τουριστικούς ή επαγγελματικούς λόγους, εκτιμάται ότι θα αυξηθεί σημαντικά, γεγονός το οποίο θα αναγκάσει τους παραγωγούς υπηρεσιών φιλοξενίας και όχι μόνο να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους στις ειδικές ανάγκες των τουριστριών, ώστε να κερδίσουν την πελατειακή υποστήριξη του συγκεκριμένου τμήματος της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής οπωσδήποτε θα επηρεάσουν τους τύπους των τουριστικών καταλυμάτων, που θα προσφέρουν υπηρεσίες φιλοξενίας στους επισκέπτες τουριστικών προορισμών. Σήμερα υπάρχει η τάση να προτιμώνται από τους τουρίστες άνετα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, επειδή τους επιτρέπουν να κανονίσουν τι, πώς, πότε και πού θα φάνε, θα διασκεδάσουν, θα ψυχαγωγηθούν, θα μετακινηθούν κλπ. Η τάση αυτή θα συνεχιστεί, σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις που υπάρχουν μέχρι σήμερα, σε βάρος των ξενοδοχείων κυρίως αλλά και άλλων τύπων τουριστικών καταλυμάτων, εκτός αν αυτά μπορούν να γίνουν ελκυστικότερα στην πιθανή πελατεία τους, με το να παρέχουν σε αυτή μια ευρεία κλίμακα πρόσθετων υπηρεσιών και ανέσεων χωρίς όμως να την επιβαρύνουν με πρόσθετα έξοδα.

Εξάλλου η πρόοδος που θα σημειωθεί και στον τομέα των κρατήσεων με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, θα κάνουν δυνατό οι πιθανοί τουρίστες να επιλέγουν από τα σπίτια τους τουριστικούς προορισμούς που επιθυμούν να επισκεφτούν, τα μεταφορικά μέσα που θέλουν να χρησιμοποιήσουν για την τουριστική τους μετακίνηση, τα καταλύματα στα οποία θέλουν να μείνουν κατά την πρόσκαιρη βραχυχρόνια παραμονή τους στους τουριστικούς προορισμούς και τις υπηρεσίες φιλοξενίας που θέλουν να τους παρασχεθούν, το τράνσφερ κλπ. και ακόμα να φτιάχνουν το δικό

τους τουριστικό πακέτο, όπως αυτοί το θέλουν. Επίσης θα έχουν τη δυνατότητα να πληρώνουν τις τουριστικές υπηρεσίες που αγοράζουν, χρεώνοντας απευθείας τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς και πιστώνοντας ταυτόχρονα τους αντίστοιχους αυτών που τις παράγουν ή/και πουλούν.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι οι μελλοντικές εξελίξεις στις οικονομίες των διάφορων χωρών, σε συνδυασμό με αυτές του διακριτικού εισοδήματος των μόνιμων κατοίκων τους, τις αλλαγές που αναμένονται στην αγοραστική και καταναλωτική τους συμπεριφορά και τα εκτιμώμενα επιτεύγματα της τεχνολογίας σε ότι αφορά στα εναέρια, θαλάσσια και χερσαία μεταφορικά μέσα που θα χρησιμοποιούνται από τους ανθρώπους όταν μετακινούνται μεμονωμένα ή ομαδικά για να επισκεφτούν τουριστικούς προορισμούς της αρεσκείας τους και τέλος η πρόοδος των συστημάτων κρατήσεων με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, που θα επιτρέπουν στους πιθανούς τουρίστες να αγοράζουν από τα σπίτια τους μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες ή πακέτα τουριστικών υπηρεσιών που αυτοί θέλουν, θα προκαλέσουν αναπόφευκτα μεταξύ άλλων ποσοτικές και ποιοτικές αλλαγές στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Και ακόμα ότι η αύξηση του αριθμού των διεθνών και ντόπιων τουριστών εκτός απρόοπτου θα συνεχιστεί τουλάχιστον μέχρι το 2010 με σταθερό ετήσιο ρυθμό της τάξης του 4% ή ελαφρώς περισσότερο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Τουριστικές Επιχειρήσεις

2.1. Το Εννοιολογικό Περιεχόμενο των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι οικονομικές μονάδες μικρού, μεσαίου ή μεγάλου μεγέθους, απλής ή σύνθετης δραστηριότητας με νομική ή χωρίς νομική προσωπικότητα οι οποίες παράγουν και εκμεταλλεύονται τουριστικά προϊόντα (αγαθά και υπηρεσίες).

Οι αποφάσεις που παίρνονται από τους φορείς διοίκησης των τουριστικών επιχειρήσεων σχετίζονται κυρίως με τα είδη, τις ποσότητες, την ποιότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που θα παραχθούν, καθώς και με την παραγωγική διαδικασία που θα ακολουθήσουν προκειμένου τα παραγόμενα προϊόντα να ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των τουριστών - καταναλωτών.

Οι τουριστικές αποφάσεις που παίρνονται έχουν ως αντικειμενικό σκοπό τη μεγιστοποίηση των κερδών της τουριστικής επιχείρησης. Αυτό αποτελεί τη βασική τους επιδίωξη και επιτυγχάνεται με τη χρήση κάθε δυνατού τρόπου και μέσου που έχουν στη διάθεση τους. Ο τόπος όπου γίνεται η παραγωγή των τουριστικών αγαθών ή η παροχή των τουριστικών υπηρεσιών μπορεί να είναι το ξενοδοχείο, το εστιατόριο, μια αίθουσα ψυχαγωγίας, το ταξιδιωτικό / τουριστικό γραφείο ή μια αλυσίδα ξενοδοχειακών μονάδων ή ταξιδιωτικών / τουριστικών γραφείων.

Η τουριστική επιχείρηση είναι μια οικονομική οντότητα που μπορεί να έχει την όποια οργανωτική δομή είναι αναγκαία, αλλά και να έχει την όποια νομική μορφή - προσωπικότητα που κρίνεται θεσμικά και λειτουργικά αναγκαία για την επίτευξη των στόχων της.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις, για να λειτουργήσουν πρέπει να πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις (π.χ. οι τουριστικές επιχειρήσεις να έχουν τεχνικές προδιαγραφές, οι ξενοδόχοι να έχουν τα προβλεπόμενα από το νόμο προσόντα) και να έχουν άδεια λειτουργίας από τα αρμόδια όργανα του κράτους (π.χ. ΕΟΤ) η οποία έχει τη μορφή χορήγησης ειδικού σήματος λειτουργίας (π.χ. ξενοδοχειακά καταλύματα).

2.2. Διακρίσεις και Μορφές των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται, ανάλογα με το αντικείμενο δράσης τους, στις παρακάτω κατηγορίες:

- 1) Τουριστικά καταλύματα π.χ. ξενοδοχεία, μοτέλ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα, χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικίσκους
- 2) Τουριστικά πρακτορεία π.χ. εσωτερικού τουρισμού, γενικού τουρισμού, ναυλομεσιτικά γραφεία.
- 3) Μεταφορικές τουριστικές επιχειρήσεις π.χ. τουριστικών λεωφορείων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ενοικίασης σκαφών, αεροπορικών εταιριών, κρουαζιερόπλοιων.
- 4) Επισιτιστικές επιχειρήσεις και κέντρα διασκέδασης π.χ. εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, καφετερίες, νυκτερινά κέντρα.
- 5) Διάφορες επιχειρήσεις άμεσης ή έμμεσης εξυπηρέτησης των τουριστών π.χ. συνεδριακά κέντρα, καζίνο, επιχειρήσεις πώλησης αναμνηστικών δώρων, επιχειρήσεις φύλαξης αποσκευών.

Παρακάτω βλέπουμε τις κυριότερες μορφές τουριστικών επιχειρήσεων με νομική ή χωρίς νομική προσωπικότητα.

Τουριστικές Επιχειρήσεις

ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ

- 1) Ανώνυμη τουριστική εταιρεία
- 2) Ομόρρυθμη τουριστική εταιρεία
- 3) Ετερόρρυθμη τουριστική εταιρεία
- 4) Τουριστικός συνεταιρισμός

ΧΩΡΙΣ ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ

- 1) Συμμετοχική ή Αφανής Τουριστική Εταιρεία
- 2) Ατομική Τουριστική Επιχείρηση

Αναλυτικότερα, κάθε μορφή τουριστικής επιχείρησης έχει ως ακολούθως:

1) Τουριστικές επιχειρήσεις με νομική προσωπικότητα.

A. Ανώνυμη τουριστική εταιρία

Ανώνυμη τουριστική εταιρία είναι η εταιρία της οποίας το κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μερίδια, τα οποία λέγονται μετοχές, οι οποίες είναι δυνατόν να μεταβιβάζονται και οι μέτοχοι" τους ευθύνονται μέχρι της ονομαστικής αξίας της μετοχής τους.

B. Ομόρρυθμη τουριστική εταιρία

Ομόρρυθμη τουριστική εταιρία είναι η σύμβαση μεταξύ δύο ή περισσότερων προσώπων για τη διενέργεια τουριστικών πράξεων με εταιρική επωνυμία, τα οποία πρόσωπα ευθύνονται, για τα χρέη της εταιρίας, αλληλέγγυα, απεριόριστα και σε ολόκληρο και με την ατομική τους περιουσία.

Γ. Ετερόρρυθμη Τουριστική Εταιρία

Η Ετερόρρυθμη Τουριστική Εταιρία μπορεί να είναι Απλή ή κατά Μετοχές Εταιρία. Η Απλή Ετερόρρυθμη Τουριστική Εταιρία είναι όπως η Ομόρρυθμη Εταιρία, αλλά έχει έναν τουλάχιστον ομόρρυθμο και έναν τουλάχιστον ετερόρρυθμο εταίρο. Ο ετερόρρυθμος εταίρος ευθύνεται για τα χρέη της εταιρίας ως και τις ζημιές, μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς του ή και με μεγαλύτερο ποσό αν αυτό προβλέπεται από το καταστατικό της εταιρίας, αλλά όχι με όλη του την περιουσία, όπως ο Ομόρρυθμος.

Δ. Τουριστική Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης

Τουριστική Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης είναι η εταιρία της οποίας το κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μερίδια που δεν έχουν χαρακτήρα αξιόγραφου και οι εταίροι της ευθύνονται για τα χρέη της εταιρείας, μόνο μέχρι του ποσού του μεριδίου τους.

Ε. Τουριστικός Συνεταιρισμός

Ο Τουριστικός Συνεταιρισμός, είναι η ένωση προσώπων τα οποία λέγονται συνεταίροι και αποβλέπει με την από κοινού συνεργασία και σύμπραξη στην οικονομική και κοινωνική προαγωγή των μελών του. Χαρακτηριστικά του συνεταιρισμού είναι ότι σε κάθε στιγμή είναι δυνατή η μεταβολή του ποσού του κεφαλαίου του και του αριθμού των μελών του.

2) Τουριστικές επιχειρήσεις χωρίς νομική προσωπικότητα.

A. Ατομική τουριστική επιχείρηση.

Η ατομική τουριστική επιχείρηση είναι η απλούστερη οικονομική μονάδα και έχει ως φορέα - ιδιοκτήτη ένα φυσικό άτομο. Το κύριο πλεονέκτημα αυτής της τουριστικής επιχείρησης είναι η απόλυτη ελευθερία δράσης του ιδιοκτήτη και με μειονεκτήματα την απεριόριστη ευθύνη του απέναντι σε τρίτους, την συγκεντρωτική οργάνωση, τα περιορισμένα κεφάλαια της και η Περιορισμένη δανειοληπτική της ικανότητα.

B. Συμμετοχική ή αφανής τουριστική εταιρία.

Η συμμετοχική ή αφανής τουριστική εταιρία υπάρχει ως εταιρία μόνο για τις σχέσεις μεταξύ των εταίρων που διέπονται από τη μεταξύ τους γραπτή συμφωνία και όχι από κάποιο καταστατικό περιέχει τους όρους συγκρότησης και λειτουργίας της. Σε ότι αφορά την ευθύνη απέναντι τρίτων δεν υπάρχει εταιρία που να την καλύπτει, αλλά μόνο οι εταίροι, γι' αυτό και χαρακτηρίζεται ως αφανής τουριστική εταιρία.

2.3. Η Σύγχρονη Οργάνωση των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου είχε ως αποτέλεσμα τη συνύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού ετερογενών επιχειρήσεων βιομηχανικής ή βιοτεχνικής μορφής στις κύριες χώρες υποδοχής των τουριστών. Ο μεγάλος κατακερματισμός του τουριστικού τομέα συνέβαλε στη δημιουργία εύθραυστων ισόρροπων μεταξύ της τουριστικής ζήτησης και της τουριστικής προσφοράς, εμπόδισε τη χρήση νέων τεχνολογιών, καθιστώντας κατ' αυτό τον τρόπο προβληματικό τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων έναντι των απαιτήσεων της αγοράς και διαμόρφωσε ένα τουριστικό προϊόν περισσότερο άκαμπτο στις διακυμάνσεις της τουριστικής ζήτησης.

Η αύξηση των οργανωμένων ταξιδιών, ο χαρακτηρισμός όλων σχεδόν των χωρών ως χωρών υποδοχής των τουριστών και η απελευθέρωση των αερομεταφορών συνέβαλαν στη δημιουργία συνθηκών άκρατου ανταγωνισμού. Ο ανταγωνισμός γίνεται περισσότερο ορατός μεταξύ των επιχειρήσεων των χωρών υποδοχής, όταν αυτές λειτουργούν μέσα από συνθήκες Υπερπροσφοράς και εμπορικοποίησης του παραγομένου τουριστικού προϊόντος, από ισχυρούς tour-operators των χωρών προέλευσης των τουριστών.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις σ' ένα σημαντικό ποσοστό αδυνατούν να προσφέρουν ένα "στάνταρ προϊόν" που να ανταποκρίνεται στις ταχύτατες μεταβολές των τουριστικών αγορών, καθώς και στις στρατηγικές και οικονομικές επιδιώξεις των tour operators.

Στα πλαίσια της προσέγγισης των υπαρχουσών τάσεων και της προσαρμοστικότητας των μεταβλητών της τουριστικής προσφοράς στις εξελίξεις της ζήτησης, οι τουριστικές επιχειρήσεις τείνουν να εξειδικευτούν σε σχέση με το προϊόν που παράγουν και το τεχνικοοικονομικό τους περιβάλλον. Η εξειδίκευση των τουριστικών επιχειρήσεων επιβάλλει τη διάκριση τους σε μεγάλες κατηγορίες, ανάλογα με την οργανωτική τους δομή και τις συγκεντρωτικές τάσεις που παρουσιάζει η παραγωγική τους λειτουργία.

2.4. Ανάλυση Εκπαιδευτικών Αναγκών «Εργαλείο για τις Επιχειρήσεις»

Η ανάλυση εκπαιδευτικών αναγκών είναι ένα εργαλείο που βοηθάει τις επιχειρήσεις να εντοπίσουν τους ακριβείς τομείς στους οποίους το προσωπικό τους χρειάζεται εκπαίδευση. Εκτός αυτού η ανάλυση εκπαιδευτικών αναγκών προσφέρει την ευκαιρία στην επιχείρηση να βεβαιωθεί ότι οι εκπαιδευτικές και αναπτυξιακές της πρωτοβουλίες συμβαδίζουν με τους στόχους και την κουλτούρα νοοτροπία της επιχείρησης. Η κάθε εταιρία σε συνεργασία με την διοίκηση της εκάστοτε επιχείρησης ακολουθώντας την παρακάτω διαδικασία επιτυγχάνει να δώσει όλες αυτές τις πληροφορίες στην διοίκηση της εταιρίας και από κοινού μετά να αποφασίσουν τους τομείς που τα άτομα (προσωπικό) της επιχείρησης θα εκπαιδευτούν.

- Θέτονται οι προτεραιότητες «κλειδιά» της επιχείρησης και ξεκαθαρίζονται οι στόχοι της.
- Ανάλυση των εκπαιδευτικών μεθόδων και προγραμμάτων που είχε ακολουθήσει η επιχείρηση (παρελθόν).
- Σε αυτό το σημείο προτείνεται μια “Mystery guest” έρευνα προκειμένου να εξακριβωθούν σε καθημερινές-πραγματικές συνθήκες εργασίας κατά πόσο τηρούνται οι προδιαγραφές που έχει θέσει η επιχείρηση και να αξιολογηθεί το προσφερόμενο service (άρα να εξακριβωθούν οι πιθανές εκπαιδευτικές ανάγκες του προσωπικού).
- Με την χρήση ειδικής μεθοδολογίας ερευνώνται οι εκπαιδευτικές ανάγκες κάθε εργαζομένου ξεχωριστά, (λαμβάνονται υπόψη και αξιολογούνται: το εκπαιδευτικό υπόβαθρο του εργαζομένου, η θέση που κατέχει στην επιχείρηση, η άποψη και επιθυμία του ιδίου, η άποψη του προϊσταμένου του, οι ανάγκες της επιχείρησης)
- Συλλογή αποτελεσμάτων και επεξεργασία τους προκειμένου να υιοθετηθεί ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες τόσο της επιχείρησης όσο και του προσωπικού που θα βοηθήσει στην ανάπτυξη και εξέλιξη τους.

2.5. Νέες Τεχνολογίες στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Το τουριστικό προϊόν και οι υπηρεσίες έχουν σημαντικές ιδιαιτερότητες και ιδιομορφίες οι οποίες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό επιμέρους ζητήματα που σχετίζονται με την διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων και των λειτουργιών τους. Συγκεκριμένα, η παροχή τουριστικών υπηρεσιών απαιτεί την συνύπαρξη τουριστών - παραγωγών και την άμεση επαφή των πρώτων με τα συστήματα παροχής και παραγωγής υπηρεσιών, με αποτέλεσμα οι τουρίστες να συμμετέχουν και να επηρεάζουν ενεργά την παραγωγή και την κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών. Η συμμετοχή αυτή εισάγει επίσης και έναν μεγάλο βαθμό μεταβλητότητας, αβεβαιότητας και ετερογένειας στην λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και των συστημάτων τους, τα οποία σε συνδυασμό με την άγλη και πολιτισμική-διεθνή φύση των τουριστικών υπηρεσιών δυσχεραίνουν την διοίκηση, μέτρηση και βελτίωση της ποιότητας και απόδοσης των επιχειρησιακών λειτουργιών. Η αποτελεσματική διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων θα πρέπει επίσης να αναπτύξει και να εφαρμόσει πολιτικές που θα μειώνουν την πολυπλοκότητα και τα προβλήματα που δημιουργούνται λόγω της σύντομης απαξίωσης των τουριστικών υπηρεσιών. Τέλος, καθώς η πληροφορία αποτελεί ζωτικό παράγοντα και στοιχείο του τουριστικού προϊόντος, οι εφαρμογές σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας (και ιδιαίτερα του Διαδικτύου) αποτελούν αποφασιστικά εργαλεία αύξησης της αποτελεσματικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων και εργαλεία στήριξης της στρατηγικής τους διοίκησης.

2.6. Επιλογή και Αξιολόγηση Προσωπικού

Κατανοώντας την εξέχουσα σημασία του Ανθρώπινου Κεφαλαίου στο σημερινό συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, εταιρίες όπως η ALPHA PLAN CONSULTANTS εντείνουν τις προσπάθειές τους προκειμένου να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να επιτύχουν ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα διαμέσου του Ανθρώπινου Δυναμικού τους διεξάγοντας:

- Έρευνα αγοράς εργασίας προς κάλυψη αναγκαίων θέσεων
- Επιλογή και Αξιολόγηση Ανθρώπινου Δυναμικού
- Μεθοδολογία Διάγνωσης Προβλημάτων Ανθρωπίνων Πόρων
- Προγραμματισμός των αναγκών της επιχείρησης σε στελέχωση
- Αξιολόγηση κάθε εργαζομένου σε σχέση με τις ανάγκες της θέσης εργασίας

Η εταιρεία αναγνωρίζοντας τον καθοριστικό ρόλο του Ανθρώπινου Δυναμικού στην κατάκτηση και διατήρηση μιας ανταγωνιστικής θέσης στο παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον, θεωρεί την επένδυση στην ανάπτυξη και επιμόρφωση με συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού των επιχειρήσεων και των οργανισμών ως ζήτημα "επιβίωσης". Για το λόγο αυτό αναλαμβάνει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων και σεμιναρίων κατάρτισης τόσο σε ενδοεπιχειρησιακό όσο και σε διεπιχειρησιακό επίπεδο. Το σημαντικό πλεονέκτημα στην θεωρητική κατάρτιση που προσφέρουν εταιρίες σαν αυτή είναι ότι συνοδεύονται από την συμβουλευτική τους υποστήριξη και consulting σε πρακτικό επίπεδο και με συγκεκριμένες εφαρμογές με αποτελέσματα ορατά και μετρήσιμα.

Οι θεματικοί άξονες στους οποίους παρέχουν την παραπάνω μεθοδολογική προσέγγιση είναι:

- Μάνατζμεντ
- Χρηματοοικονομικό Μάνατζμεντ
- Μάρκετινγκ
- Πωλήσεις - Εξυπηρέτηση Πελατών
- Μάνατζμεντ Ανθρώπινου Δυναμικού
- Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων
- Ποιότητα
- Στρατηγική
- Πληροφοριακά Συστήματα

Μεγάλο μέρος της εκπαιδευτικής τους δραστηριότητας υλοποιείται σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ), αξιόπιστο φορέα εκπαίδευσης και διάδοσης των αρχών του Σύγχρονου Μάνατζμεντ.

ΜΕΡΟΣ

2^ο

Η Εκπαίδευση του Προσωπικού των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Κεφάλαιο 3: Εκπαίδευση

Κεφάλαιο 4: Επιχειρηματικότητα και Τουριστική Εκπαίδευση

**Κεφάλαιο 5: Η Τουριστική Εκπαίδευση και το Άγος του Ελληνικού
Εκπαιδευτικού Συστήματος**

**Κεφάλαιο 6: Κρίσιμοι Παράγοντες Για Το Μέλλον Της Τουριστικής
Εκπαίδευσης**

**Κεφάλαιο 7: Απόψεις Και Προτάσεις Των Δ/Ντων Ξενοδοχείων Στην
Τουριστική Βιομηχανία**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Εκπαίδευση

3.1. Ο Ρόλος της Εκπαίδευσης

Η εκπαίδευση στα ξενοδοχεία και στις τουριστικές επιχειρήσεις γενικώς παρέχεται στη χώρα μας από τη Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και από τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Η ανάπτυξη και η αύξηση του τουρισμού έφερε σημαντικές αλλαγές στην αντίληψη της οργάνωσης και λειτουργίας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτές είτε είναι μικρές είτε είναι μεγάλες αναζητούν αρχικά υποψηφίους για να επανδρώσουν τα τμήματα τους από τις Σχολές αυτές. Στη συνέχεια με μικρή ειδική εκπαίδευση τους προσαρμόζουν στη δική τους οργάνωση. Εδώ πρόκειται για μία αναπτυσσόμενη πορεία της ξενοδοχειακής επιχείρησης που περιλαμβάνει εκτός από τις κεκτημένες ακαδημαϊκές γνώσεις και τις πρακτικές ικανότητες του υπαλλήλου. Η εκπαίδευση επίσης περιλαμβάνει ακόμη και μία διερεύνηση για το πώς λειτουργεί, τι επιδιώκει και ποιος είναι ο στόχος και ο σκοπός της επιχείρησης.

Τέλος η ξενοδοχειακή εκπαίδευση αποτελεί ένα ανοικτό και ενδιαφέρον θέμα σε παγκόσμια κλίμακα. Οι δυσκολίες που παρουσιάζει ποικίλουν ανάλογα με το κοινωνικό σύνολο, με τα ενδιαφέροντα του ατόμου και τέλος με τις ανάγκες κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης. Κατά τη λειτουργία οποιουδήποτε ξενοδοχείου παρουσιάζονται ορισμένα φαινόμενα ή σημεία που, οπωσδήποτε, η αντιμετώπιση τους χρειάζεται κάποια εκπαίδευση.

Τα σημεία αυτά είναι:

1. Αργό και ανορθόδοξο σερβίρισμα.
2. Οι διαφορές ή και προστριβές ακόμα ανάμεσα στους εργαζομένους των διαφόρων τμημάτων όπως είναι η αιώνια διαμάχη μεταξύ μαγείρων και σερβιτόρων.
3. Τα παράπονα των πελατών είτε αυτά προέρχονται από δυσαρέσκεια του χαμηλού βαθμού εξυπηρέτησης είτε από ψυχολογικούς λόγους.
4. Τα σπασίματα και φθορές.
5. Το ανίκανο προσωπικό.
6. Οι καθ' υπέρβαση κρατήσεις. (overbooking).
7. Η ανικανότητα στο να συντελέσουν στην εξασφάλιση κέρδους που στοχεύει η επιχείρηση.

Ευνόητο είναι ότι η εκπαίδευση από μόνη της δε λύνει όλα τα παραπάνω προβλήματα. Εάν ένα ξενοδοχείο είναι χτισμένο σε λάθος τοποθεσία και κατηγορία, η εκπαίδευση του προσωπικού του όσο μεγάλη και να είναι δεν μπορεί να προσφέρει και πολλά πράγματα.

Επειδή το προσωπικό που εργάζεται σε ξενοδοχεία έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες, εάν δεν είναι σωστά εκπαιδευμένο, μία αδέξια κίνηση στην εξυπηρέτηση μπορεί να συντελέσει στο να χάσουμε τον πελάτη για πάντα. Είναι λοιπόν πάρα πολύ σημαντικό όχι μόνο να γνωρίζουν πώς θα κάνουν το κάθε πράγμα αλλά και τι πρέπει να κάνουν. Η ξενοδοχειακή τέχνη περιλαμβάνει συνεχώς νέες τεχνικές οι οποίες με την εκπαίδευση θα μπορούσαν να εφαρμοστούν άμεσα. Η εκπαίδευση θα βοηθήσει τον υπάλληλο να λύνει αμέσως όλα τα σημαντικά προβλήματα που ενδεχομένως θα προκύψουν και θα τον καταστήσει πιο άξιο και πιο πολύτιμο απ' ότι ήταν πριν.

Θα αναφέρουμε ένα παράδειγμα:

Κάποιος υπάλληλος πλυντηρίου ποτηριών πλένει επί χρονιά ποτήρια. Κάποια στιγμή τα ποτήρια βγήκαν από το πλυντήριο ραγισμένα και κατά το σκούπισμα έσπαζαν. Επί πολλές μέρες δεν παρακολουθούσε τη θερμοκρασία του νερού του πλυντηρίου ποτηριών που, λόγω βλάβης του θερμοστάτη, η θερμοκρασία του ανέβηκε πάνω από 90°, πράγμα ανεπίτρεπτο για τα λεπτά ποτήρια. Αυτός ήταν και ο κυριότερος λόγος της ζημιάς. Ο ημειδικευμένος υπάλληλος δεν ενδιαφερόταν ή δεν ήταν σε θέση να γνωρίζει τις λεπτομέρειες για το πλύσιμο των ποτηριών.

Το συμπέρασμα είναι ότι η εκπαίδευση όπου εφαρμόζεται επιφέρει καλύτερα αποτελέσματα και μεγαλύτερη αποδοτικότητα μέσα σε κάθε επιχείρηση.

3.1.1. Ο χώρος της τουριστικής εκπαίδευσης και έρευνας

Στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες από τη δεκαετία του '60 και μετά ιδρύθηκαν πανεπιστημιακές σχολές με αντικείμενο τις τουριστικές σπουδές ή τμήματα πανεπιστημίων π.χ. γεωγραφίας, οικονομίας, χωροταξίας, κοινωνιολογίας, ελεύθερου χρόνου, όπου ο τουρισμός διδάσκεται ως αυτόνομο μάθημα. Το ίδιο συνέβη και με ερευνητικά κέντρα ή ινστιτούτα τα οποία ιδρύθηκαν είτε ως αυτόνομα κέντρα έρευνας και μελέτης διαφόρων πλευρών του τουριστικού φαινομένου, είτε ως κέντρα έρευνας θεμάτων ελεύθερου χρόνου στα οποία προεξάρχοντα ρόλο έπαιξε ο τουρισμός. Τόσο στις πανεπιστημιακές σχολές όσο και στα κέντρα ερευνών η έρευνα, ανάλυση και διαχείριση του τουρισμού αποτέλεσε αντικείμενο πολυεπιστημονικής προσέγγισης εδώ και αρκετά χρόνια.

Αναμφίβολα αυτό το γεγονός αφενός ενίσχυσε τον επιστημονικό διάλογο ανάμεσα σε επιστήμονες που προέρχονται από χώρους με πολύ διαφορετικές θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις και αφετέρου διαμόρφωσε ένα πολυεπιστημονικό πλαίσιο ανάλυσης του τουρισμού που επηρέασε ιδιαίτερα όσους προήλθαν από παρόμοιες σχολές ή ερευνητικά κέντρα και ασχολούνται κατά κύριο λόγο με τη σχεδίαση και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και με την εκπαίδευση ή την έρευνα σε αυτά τα ζητήματα.

Ιδιαίτερα στο χώρο της ανώτατης εκπαίδευσης στον τουρισμό διαπιστώνεται ότι ο τουρισμός λειτουργεί ως επιστημονικό αντικείμενο, του οποίου η ανάλυση και ερμηνεία χρήζει διαφορετικές επιστημονικές προσεγγίσεις. Με αυτόν τον τρόπο προβάλλεται ο αυτόνομος ρόλος των διαφορετικών επιστημών οι οποίες τον αναλύουν (οικονομία, γεωγραφία, ψυχολογία, κοινωνιολογία, ιστορία, ανθρωπολογία κ.ά.), ενώ παράλληλα ο φοιτητής αντιλαμβάνεται ότι η ερμηνεία του συνόλου των δυναμικών σχέσεων που συνθέτουν το τουριστικό φαινόμενο απαιτεί μια σύνθετη και συστηματική ανάλυση, όπου η κάθε επιστήμη έχει τη θέση της και τις ιδιαιτερότητες της.

Σε κάποιο βαθμό ο χώρος της ανώτατης εκπαίδευσης του τουρισμού, καθώς και ο χώρος των ερευνητικών κέντρων πρωτοπορούν στην προσπάθεια να αποκτήσει ο τουρισμός τα επιστημονικά, θεσμικά και οργανωτικά χαρακτηριστικά μιας συγκροτημένης κοινωνικής επιστήμης. Σε αυτήν την προσπάθεια ο ρόλος των επιστημών που έχουν παράδοση στη μελέτη των διαδικασιών της ανάπτυξης καθώς και όσων συνδέονται με εφαρμοσμένη έρευνα για την επίλυση προβλημάτων κοινωνικής πολιτικής είναι καθοριστικός. Αυτό εξηγεί και γιατί επιστήμες όπως η οικονομία, η κοινωνιολογία, η χωροταξία, η γεωγραφία και η οικολογία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην πορεία διαμόρφωσης του τουρισμού σε κοινωνική επιστήμη.

3.2. Μορφές Εκπαίδευσης

Η Εκπαίδευση περιέχει τις ακόλουθες μορφές:

- 1) Εκπαίδευση προϊσταμένων
- 2) Εκπαίδευση Εκπαιδευτών
- 3) Εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευση και
- 4) Ανώτατη εκπαίδευση

3.2.1. Η Εκπαίδευση των Προϊσταμένων

Ο Γενικός Προϊστάμενος (Διευθυντής) μαζί με το επιτελείο του, τους προϊσταμένους των τμημάτων: υποδοχή, λογιστήριο, κουζίνα, ορόφους κ.λ.π. κρατάνε στα χέρια τους τις τύχες της επιχείρησης και των εργαζομένων. Η ευθύνη τους αυτή απαιτεί μια ειδική εκπαίδευση με την οποία θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες, που θα τους επιτρέπουν να είναι σε θέση να φέρουν εις πέρας οτιδήποτε έχει σχέση με τους στόχους της επιχείρησης.

Οι περισσότερες εργασίες στα ξενοδοχεία είναι τεχνικές, γι' αυτό και η εκπαίδευση σ' αυτές θεωρείται περισσότερο σημαντική. Στις βασικές αρχές της εκπαίδευσης πρέπει να περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι δραστηριότητες και λειτουργίες που εκτελούνται από την επιχείρηση για να εξασφαλίζουν μία αποδοτική οργάνωση και επικερδή επιβίωση.

Σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση ο Γενικός διευθυντής μπορεί ν' αναλάβει ο ίδιος την εκπαίδευση των προϊσταμένων των τμημάτων. Εάν αυτό δεν είναι εφικτό, τότε δύναται ν' αναλάβει την εκπαίδευση τους κάποιος Οργανισμός έξω από την επιχείρηση.

Με την εκπαίδευση ο κάθε υπεύθυνος προϊστάμενος γίνεται περισσότερο αποδοτικός και αποτελεσματικός στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Ο προϊστάμενος, εν συνεχεία, θα κληθεί να εκπαιδεύσει τους υφισταμένους του.

Έχει γίνει πλέον κτήμα στις σύγχρονες επιχειρήσεις ότι η εκπαίδευση των διευθυντικών στελεχών και γενικά η εκπαίδευση του προσωπικού αποτελεί το Α και το Ω της επιτυχίας. Μερικά ξενοδοχεία για να εκπαιδεύσουν τους προϊσταμένους των τμημάτων χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους. Αρκεί η μέθοδος που θα επιλέξουν να επιφέρει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Παραθέτουμε παρακάτω μερικές μεθόδους εκπαίδευσης των προϊσταμένων.

1. Παρακολούθηση ειδικών σεμιναρίων.
2. Μέθοδος επιτροπών.
3. Εναλλαγή της εργασίας στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου.
4. Ειδικά προγράμματα επιτροπών.
5. Μέθοδος της ευαισθησίας.
6. Μέθοδος της ανάλυσης ή προγύμνασης.
7. Γεύμα εργασίας με συζητήσεις.
8. Διαλέξεις.
9. Συζητήσεις σαν μέλη επαγγελματικών συλλόγων.
10. Επαγγελματικά συνέδρια.
11. Μελέτες επαγγελματικών εργασιών.

12. Παρακολούθηση κινηματογραφικών φιλμς κ.λ.π.

3.2.2. Η Εκπαίδευση των Εκπαιδευτών

Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των εργαζομένων συνεχίζει να είναι ένα από τα μεγαλύτερα θέματα σε πολλές επιχειρήσεις και οργανισμούς ανεξάρτητα από την μορφή τους ή το μέγεθός τους. Το ερώτημα για τις επιχειρήσεις σήμερα είναι «πως θα γίνουν πιο αποτελεσματικές» και όχι «αν θα πρέπει να γίνουν». (Βαρελάς Α., 1999)

Οι όροι εκπαίδευση και ανάπτυξη χρησιμοποιούνται μαζί. Αν θελήσουμε να τους ξεχωρίσουμε θα λέγαμε ότι ο όρος *εκπαίδευση* αναφέρεται στην διδασκαλία ή μετάδοση συγκεκριμένης γνώσης και στην απόκτηση των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εκτέλεση της παρούσας ή μελλοντικής εργασίας του εργαζόμενου. Ο όρος *ανάπτυξη* είναι ευρύτερος και συμβάλλει στην βελτίωση των γνώσεων και των ικανοτήτων του εργαζόμενου καθώς και στην προετοιμασία του για εργασίες υψηλότερου επιπέδου και απαιτήσεων.

Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν διευθυντές, στελέχη και προϊστάμενοι στη νέα χιλιετία είναι:

1. Μεγάλες αποκλίσεις στο εργατικό δυναμικό
2. Την ανάγκη της συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων τους
3. Την εμπύχωση (empowerment) των εργαζομένων, με έμφαση στις αυτο-κατευθυνόμενες ομάδες και
4. Την ομαδική Εργασία (teamwork).

Οι αποκλίσεις και οι διαφορές στο Ανθρώπινο Δυναμικό εντοπίζονται:

- Στη Φυλή
- Στο γένος
- Στις συμπεριφορές
- Στην εκπαίδευση
- Στην συναισθηματική σταθερότητα
- Στις δεξιότητες
- Στα φυσικά χαρακτηριστικά και
- Στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας.

Ο προϊστάμενος πρέπει να καταλαβαίνει και να κατανοεί τους συνεργάτες του. Πάνω δε απ' όλα θα πρέπει να σέβεται τις διαφορές τους.

Οι αρχές της επιχειρηματικής εκπαίδευσης δεν έχουν αλλάξει πολύ τα τελευταία χρόνια. Η βασική ιδέα είναι ο «εντοπισμός των αναγκών» των εργαζομένων. Με ιδιαίτερη έμφαση στην κατανόηση των εργαζομένων.

Τα προγράμματα που θα βοηθήσουν σ' αυτό είναι εκείνα των:

- Ανθρωπίνων Πόρων και
- Της Ηγεσίας, τα οποία έχουν σχεδιαστεί για την αλλαγή των συμπεριφορών. Η διδασκαλία θα συμβάλλει στην μεταφορά γνώσης και στην βελτίωση των δεξιοτήτων.

Οι εισηγητές σεμιναρίων προσπαθούν να:

- Αναπτύξουν και
- Να βελτιώσουν τις ηγετικές ικανότητες των προϊσταμένων και εκείνες των διευθυντών των διαφόρων επιπέδων στην ιεραρχία της επιχείρησης.

Πολύ λίγες επιχειρήσεις είναι ικανοποιημένες με την απόδοση των εργαζομένων, των εργοδηγών και των προϊσταμένων τους. Μια πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι η απόδοση των εργαζομένων κυμαίνεται μεταξύ 50 - 65%. σύμφωνα με τις αξιολογήσεις των προϊσταμένων τους.

Οι σημαντικότεροι λόγοι γι' αυτό το περιορισμένο ποσοστό φαίνεται να ήταν:

- Η έλλειψη της βασικής κατανόησης. Τι περιμένουν από μένα;
- Οι εργαζόμενοι δεν γνωρίζουν τι πρέπει να κάνουν.
- Η έλλειψη της κατάλληλης συμπεριφοράς και η παρακίνηση από τους προϊσταμένους τους για να παρακινηθούν και να αποδώσουν καλύτερα.
- Οι γνώσεις και οι δεξιότητες, οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση της εργασίας τους.

Ποιες από τις παραπάνω αιτίες μπορεί να διορθωθούν από την αποτελεσματική εκπαίδευση, την επιμόρφωση ή την ανάπτυξη; Ο πρώτος και ο δεύτερος λόγος είναι θέμα επικοινωνίας, όχι εκπαίδευσης. Μπορεί να διορθωθούν με την σαφή, πλήρη και αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων, των προϊσταμένων, των διευθυντών και της διοίκησης. Ο τρίτος λόγος μπορεί να διορθωθεί μέσα από την εκπαίδευση και την ανάπτυξη. Ο τέταρτος λόγος είναι σίγουρο ότι μπορεί να διορθωθεί από την αποτελεσματική εκπαίδευση. Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη παίζουν σημαντικό ρόλο στη βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων. Οι γνώσεις, οι δεξιότητες και οι συμπεριφορές μπορεί να βελτιωθούν. Η βελτίωση αυτή αναμένεται να αλλάξει τη συμπεριφορά τους προς την εργασία και να πετύχουν καλύτερη απόδοση και αποτελέσματα.

Πολλές φορές, όταν τα παραπάνω δεν συμφωνούν με τις πολιτικές, τις διαδικασίες και τις πρακτικές της επιχείρησης, οι εργαζόμενοι και οι προϊστάμενοι δεν είναι ενθουσιασμένοι και στην αξιολόγηση της εκπαίδευσης αντιδρούν με σχόλια της μορφής: «Καλές οι ιδέες που ακουστήκαν στο σεμινάριο, αλλά δεν είναι δυνατόν να εφαρμοστούν στη δική μας επιχείρηση». (Βαρελάς Α., 1999)

Αν η διοίκηση της επιχείρησης θέλει να μάθει τις στάσεις και τις προτάσεις των εργαζομένων και των προϊσταμένων απέναντι στην εταιρεία, πρέπει να κάνει κάποια έρευνα και προσωπικές συνεντεύξεις. Κατά την διάρκεια αυτών των επαφών, όπου υπάρχει ελευθερία έκφρασης, μπορούμε να υποβάλλουμε τις εξής ερωτήσεις:

1. Πως αισθάνεστε σχετικά με την εργασία σας;
2. Πως αισθάνεστε απέναντι στην εταιρεία;
3. Ποια είναι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζετε κατά την εκτέλεση της εργασίας σας;
4. Τι προτείνετε για να βελτιωθούν κάποια πράγματα στην επιχείρηση;

Οι απαντήσεις μπορεί να μας δείξουν απογοητεύσεις και χαμηλό ηθικό από την πλευρά των εργαζομένων ή αρνητική συμπεριφορά από τους προϊσταμένους τους. Όλα αυτά αντανακλώνται στην συμπεριφορά τους και στην απόδοση τους. Στις περιπτώσεις αυτές η συμπεριφορά των εργαζομένων, σε συνδυασμό με τις γνώσεις τους και τις δεξιότητες τους πρέπει να βελτιωθούν, αν θέλουμε να δούμε το ηθικό τους και την παραγωγικότητα τους να βελτιώνονται.

Αν οι διαπιστώσεις αυτές είναι σωστές, τότε γίνονται φανερά τρία (3) σημεία τα οποία αφορούν την εκπαίδευση και την ανάπτυξη των εργαζομένων:

1. Οι συμπεριφορές των προϊσταμένων μπορεί να έχουν σημαντική επίδραση στην αποτελεσματικότητα του προγράμματος της εκπαίδευσης.
2. Οι αρνητικές συμπεριφορές των προϊσταμένων θα πρέπει να αλλάξουν αν θέλουμε να βελτιωθεί η απόδοση των υφισταμένων τους και να αυξηθεί η παραγωγικότητα της επιχείρησης.
3. Οι αρνητικές συμπεριφορές δεν είναι δυνατόν να διορθωθούν στην αίθουσα που γίνεται η εκπαίδευση ιδιαίτερα, αν προέρχονται από μη ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας όπως χαμηλές αποδοχές, λιγότερα εργατικά χέρια, κακές πολιτικές και διαδικασίες, καθυστερήσεις στην παραλαβή πρώτων υλών ή υπερβολική πίεση για αυξημένη παραγωγή.

Η μεγαλύτερη έμφαση στην εκπαίδευση και στην ανάπτυξη των εργαζομένων θα πρέπει να δοθεί στη βελτίωση της απόδοσης τους στην τρέχουσα εργασία τους. Αν η εργασία ενός εργαζόμενου αλλάζει ταυτόχρονα με τις αλλαγές που γίνονται μέσα στην επιχείρηση, τότε υπάρχει ανάγκη για εκπαίδευση και ανάπτυξη. Το περιεχόμενο αυτής της εκπαίδευσης πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις τεχνικές και τις διοικητικές πλευρές της εργασίας του κάθε εργαζόμενου.

Στον τεχνικό τομέα, ένας εργαζόμενος πιθανόν να χρειάζεται να μάθει περισσότερα για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα αυτόματα μηχανήματα, τον έλεγχο της ποιότητας, τις εργατικές συμφωνίες, τις πρώτες ύλες, τις παραγωγικές διαδικασίες και τα τεχνικά θέματα τα σχετικά με την εργασία του ή το τμήμα του.

Στα διοικητικά θέματα, η εκπαίδευση μπορεί να εστιαστεί στις πιο πρόσφατες και καλύτερες προσεγγίσεις, σε τομείς ηγεσίας, παρακίνησης, εμπύχωσης, λήψης αποφάσεων, αξιολογήσεις εργαζομένων, βελτίωση της ποιότητας, ομαδική εργασία, συμμετοχή και εμπλοκή των εργαζομένων. Καινούργια εκπαίδευση θα χρειαστεί στην περίπτωση που ο εργαζόμενος προορίζεται για μια υψηλότερη θέση στην επιχείρηση. Η εκπαίδευση αυτή θα πρέπει να είναι ανάλογη με την θέση για την οποία προορίζεται ο εργαζόμενος. Στα μεσαία διευθυντικά κλιμάκια, οι τεχνικές ανάγκες μπορεί να είναι περισσότερες γνώσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών, αυτοματοποίηση, εσωτερικοί έλεγχοι, κλπ.

Στα διοικητικά θέματα μπορεί να περιλαμβάνονται θέματα επιχειρησιακής ανάπτυξης, σχεδιασμός προσωπικού, ανάθεση, στυλ ηγεσίας, λήψη αποφάσεων και στρατηγικός σχεδιασμός. Πέρα από τα θέματα αυτά χρειάζεται καλύτερη κατανόηση της παρακίνησης, της επικοινωνίας, της ανάπτυξης των υφισταμένων, της ποιότητας της εργασιακής ζωής, κλπ. Όσο υψηλότερο το επίπεδο ενός στελέχους τόσο μεγαλύτερη έμφαση πρέπει να δίνεται στις διοικητικές ικανότητες σε αντιστοιχία με τις τεχνικές γνώσεις.

Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των εργαζομένων χρειάζεται για τρεις κυρίως λόγους:

1. Η Εκπαίδευση μπορεί να βελτιώσει τις Συμπεριφορές, τις Γνώσεις και τις Δεξιότητες και να συμβάλλει στην βελτίωση της αποτελεσματικότητας της προσωπικής και αυτής του τμήματος του εργαζόμενου.

2. Οι εργασίες των περισσότερων εργαζομένων θα είναι διαφορετικές στο μέλλον. Συνεπώς, απαιτούνται καινούργιες γνώσεις - τεχνικές και διοικητικές - ούτως ώστε να συνεχίσουν να αποδίδουν ικανοποιητικά.

3. Καθώς μερικοί εργαζόμενοι προάγονται, η εκπαίδευση και η ανάπτυξη μπορεί να τους προετοιμάσει για καλύτερη απόδοση στην καινούργια θέση. Τα οφέλη τα οποία μπορεί να προκύψουν για τον εργαζόμενο είναι τα εξής:

- Βελτιωμένες συμπεριφορές
- Γνώση
- Δεξιότητες
- Απόδοση
- Ανταμοιβή.

Τα οφέλη που αναμένονται για την επιχείρηση περιλαμβάνουν τα εξής:

- Αυξημένη παραγωγικότητα
- Βελτιωμένη ποιότητα
- Μειωμένο κόστος
- Βελτιωμένο ηθικό και
- Μεγαλύτερη κερδοφορία.

A. Η ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΙΣΗΓΗΣΗΣ - ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Το σεμινάριο πρέπει να δομηθεί γύρω από τον κύκλο της προσωπικής μάθησης ή προσωπικής ανάπτυξης, (ανάπτυξη του μοντέλου).

Οι τομείς πυρήνας για την δομή ενός θέματος εκπαίδευσης βασίζονται στον κύκλο της μάθησης. Θα αναλύσουμε τους εξής τομείς προετοιμασίας του εκπαιδευτή για την εισήγηση του σε ένα θέμα εκπαίδευσης:

1. Ανάλυση του θέματος
2. Σχεδιασμός του θέματος
3. Η Παράδοση
4. Η Αξιολόγηση
5. Η Γενική Εκτίμηση.

Άλλα στοιχεία που μπορεί να χρησιμοποιηθούν κατά την εισήγηση είναι:

- Case Studies. οι οποίες θα συμβάλλουν και θα καταδείξουν πως μια τεχνική ή μια διαδικασία λειτουργεί στην πράξη.
- Watch Out! Τομείς οι οποίοι υποθάλπουν ή κρύβουν δυνητικές παγίδες.
- Συμβουλές από εμπειρογνώμονες, οι οποίες τονίζουν σημαντικά σημεία.
- Διαγράμματα τα οποία απεικονίζουν κάποιες ιδέες, οι οποίες θα διευκολύνουν την κατανόηση του θέματος.
- Ερωτηματολόγια τα οποία αξιολογούν το παρόν επίπεδο των γνώσεων και τονίζουν τους τομείς που ο εργαζόμενος χρειάζεται βελτίωση.

B. ΤΙ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Ο ΚΑΘΕ ΕΝΑΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΕΝΤΕ ΤΟΜΕΙΣ

1. Η ΑΝΑΛΥΣΗ

Αυτός είναι ο τομέας από τον οποίο πρέπει να αρχίζει η εκπαίδευση. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να προλαμβάνει τις ανάγκες πριν ακόμα εμφανιστούν και τις συνδέει άμεσα με τις υπηρεσιακές ή τις ατομικές ανάγκες.

Η θεματολογία πρέπει να καλύπτει τα εξής:

- Πότε θα πρέπει να γίνεται η ανάλυση των αναγκών για μάθηση
- Ο προγραμματισμός ενός σχεδίου των αναγκών αυτών
- Ο εντοπισμός των κενών που υπάρχουν στην απόδοση
- Οι μέθοδοι που είναι διαθέσιμες για την ανάλυση των αναγκών και πότε θα χρησιμοποιηθεί η κάθε μία
- Ο σχεδιασμός και η δοκιμαστική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου για την ανάλυση των αναγκών μάθησης
- Η ανάλυση του ερωτηματολογίου
- Τα τεχνικά τεστ
- Η συνέντευξη για την ανάλυση των αναγκών μάθησης και
- Οι ομάδες που θα εστιαστεί η προσοχή μας.

2. Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Από την ώρα που το στέλεχος θα έχει μια ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με την ανάλυση των αναγκών για μάθηση ή εκπαίδευση θα πρέπει να σχεδιάσει την εκπαιδευτική παρέμβαση του ίδιου ή να καλέσει τον εξωτερικό εισηγητή.

Το επόμενο στάδιο στην διαδικασία της διδασκαλίας είναι ο σχεδιασμός της διαδικασίας την οποία προτίθεται να ακολουθήσει για να καθορίσει την μέθοδο με την οποία θα μεταδώσει το συγκεκριμένο αντικείμενο. Με άλλα λόγια: Τι θα μάθουν και πως θα το μάθουν οι εκπαιδευόμενοι.

Περιοχές που θα πρέπει να καλυφθούν είναι οι εξής:

- Η θεωρία η οποία θα συμβάλλει στον σχεδιασμό της εκπαίδευσης
- Τα μοντέλα μάθησης
- Ο Σχεδιασμός των εκπαιδευτικών στυλ και των προσεγγίσεων
- Ο μηχανισμός παράδοσης και οι εκπαιδευτικές μέθοδοι
- Ο Σχεδιασμός για την μεγιστοποίηση της μετάδοσης και μεταφοράς της μάθησης
- Η αξιολόγηση του σχεδίου και
- Η δράση πάνω σ' αυτό το σχέδιο.

3. Η ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Αυτή είναι η πραγματική «παράσταση», η ώρα που θα σταθούμε μπροστά από το ακροατήριο μας και θα υλοποιήσουμε την εκπαίδευσή μας. Αναφέρονται κάποιοι τομείς οι οποίοι χρειάζονται προσοχή:

- Η δημιουργία της ιδανικής κατάστασης για μάθηση
- Το κτίσιμο της εμπιστοσύνης και της ανθρώπινης σχέσης (Rapport)
- Οι προσπάθειες για να κολλήσει και να μείνει η μάθηση
- Η χρήση των διαφόρων μέσων στις εκπαιδευτικές περιόδους
- Η διήγηση γεγονότων και η αναφορά σε ιστορίες
- Η μετάβαση του εαυτού μας σε μια θετική κατάσταση
- Παροχή ανατροφοδότησης και
- Διευκόλυνση της κατάστασης και των γεγονότων με την ελεύθερη ανταλλαγή

απόψεων και γνώμων μεταξύ των εκπαιδευομένων.

4. Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Μετά τον σχεδιασμό και την παράδοση της εκπαίδευσης φθάνει η ώρα της ανασκόπησης και της αξιολόγησης του οφέλους από την υλοποίηση του προγράμματος. Πως πρέπει να γίνει αυτό; Ποιες παγίδες υπάρχουν; Ποιες αποδείξεις θα πρέπει να αναζητήσουμε;

Ο τομέας αυτός, μέσα από τις αντιφατικές γνώμες, θα μας οδηγήσει στην καρδιά του προβλήματος:

- Τα μοντέλα αξιολόγησης
- Η επιλογή των αντικειμενικών στοιχείων
- Η επιλογή μιας μεθόδου αξιολόγησης
- Η συλλογή των στοιχείων για την αξιολόγηση
- Η ανάλυση και η ερμηνεία των στοιχείων
- Ο υπολογισμός της απόδοσης της επένδυσης και
- Η αξιολόγηση των soft δεξιοτήτων.

5. Η ΓΕΝΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται κατά κόρον τα τεστ μέσα στον χώρο της μάθησης. Ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος για να μετρήσουμε την μάθηση; Πως μπορούμε να αποφανθούμε ότι ένα τεστ είναι αξιόπιστο, δίκαιο και έγκυρο; Πότε θα πρέπει να γίνονται τα τεστ; Το θέμα αυτό μπορεί να γίνει ναρκοπέδιο;

Πριν όμως φθάσουμε εκεί ο εκπαιδευτής θα πρέπει να διευκρινίσει τα εξής:

- Η μέτρηση της μάθησης κατά την διάρκεια της εκπαίδευσης
- Η εκτίμηση της γνώσης
- Η εκτίμηση των δεξιοτήτων
- Η εκτίμηση των συμπεριφορών
- Η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας
- Οι διάφορες τεχνικές εκτιμήσεων και
- Η αξιολόγηση των μακροπρόθεσμων αποτελεσμάτων.

[Σ.Τ.Ε. Σεμινάριο «Η εκπαίδευση Των Εκπαιδευτών.» (1990)]

3.2.3. Η Εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευση

Η ιστορική ανάπτυξη της ΕξΑΕ (Εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευσης) μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρεις διαδοχικές φάσεις, οι οποίες αντανακλούν την αντίστοιχη ανάπτυξη της τεχνολογίας: τις σπουδές δι' αλληλογραφίας, τις σπουδές μέσω τηλεδιάσκεψης, και τις σπουδές με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών (Garrison, 1989).

Η ανοικτή και εξ αποστάσεως εκπαίδευση αποτελεί στην Ελλάδα μια πολύ πρόσφατη εξέλιξη στο χώρο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, παρόλο που οι σπουδές με την μέθοδο αυτή έχουν μακρά ιστορία σε άλλες χώρες. Η ανάπτυξη και διάδοση των εξ αποστάσεως σπουδών σε τριτοβάθμιο επίπεδο στην Ευρώπη υπήρξε ταχύτατη κατά τη δεκαετία 1970-80 και ήταν κυρίως αποτέλεσμα των κοινωνικών, πολιτικών και εκπαιδευτικών κινητοποιήσεων της δεκαετίας 1960-70 (Λιοναράκης, 1998). Το Ανοικτό Πανεπιστήμιο (Open University) της Μεγάλης Βρετανίας ιδρύθηκε το 1969 και έδωσε ώθηση στην ευρύτερη εξάπλωση της ΕξΑΕ στο χώρο τόσο της προπτυχιακής όσο και της μεταπτυχιακής εκπαίδευσης. Στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκτός από αντίστοιχα εξειδικευμένα στην ΕξΑΕ Ανοικτά Πανεπιστήμια, σπουδές εξ αποστάσεως προσφέρονται πλέον και από διάφορα τμήματα και σχολές παραδοσιακών πανεπιστημίων.

Στην Ελλάδα η αναγνωρισμένη και ποιοτικά εγγυημένη ανοικτή και εξ αποστάσεως προπτυχιακή και μεταπτυχιακή εκπαίδευση αποτελεί μια ιδιαίτερα πρόσφατη εξέλιξη. Το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ) θεσπίστηκε νομοθετικά μόλις το 1992 (άρθρο 27 του ν.2083/92) ενώ τα πρώτα του εκπαιδευτικά προγράμματα άρχισαν να λειτουργούν μόλις το 1998 (Λυκουργιώτης, 1998).

Ακριβώς όπως και η εξ αποστάσεως εκπαίδευση, η τριτοβάθμια τουριστική εκπαίδευση αποτελεί έναν δυναμικά αναπτυσσόμενο χώρο. Στο σύγχρονο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον, η πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων απαιτεί ανθρώπινους πόρους οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει τουλάχιστον ένα πρόγραμμα προπτυχιακών σπουδών (Mariger & Miller, 1999). Ακόμα, η πολυπλοκότητα της δομής και της λειτουργίας της τουριστικής βιομηχανίας σε συνδυασμό με τις αυξανόμενες ανάγκες για νέες προσεγγίσεις στο μάνατζμεντ των τουριστικών επιχειρήσεων, αναμένεται ότι θα εξακολουθήσει να απαιτεί από τα στελέχη της τη διαρκή αναβάθμιση των γνώσεων τους (Partlow & Gregorie, 1994, Fayos-Sola, 1995).

Η έκταση της χρήσης της εξ αποστάσεως τουριστικής εκπαίδευσης κατά κανόνα καθορίζεται από τις διαθέσιμες τεχνολογικές δυνατότητες των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων. Όμως, η επιλογή της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης εκ μέρους των φοιτητών συνήθως καθορίζεται από προσωπικές ιδιαιτερότητες και ανάγκες.

Η πλειοψηφία των παραδοσιακών φοιτητών συνήθως δείχνει πολύ μικρό ενδιαφέρον για την εξ αποστάσεως εκπαίδευση, ενώ οι μη παραδοσιακοί φοιτητές (επαγγελματίες του τουριστικού χώρου, τουριστικές επιχειρήσεις που στοχεύουν στη βελτίωση των ανθρώπινων πόρων τους κ.α.) θεωρούν την εξ αποστάσεως εκπαίδευση σαν μια ιδιαίτερα προσιτή λύση συγκρινόμενη με τους περιορισμούς της παραδοσιακής εκπαίδευσης (Iverson, 1996).

Η εκπαίδευση από απόσταση, σε πανεπιστημιακό επίπεδο, για αντικείμενα σχετικά με τον τουρισμό και τη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών, εξαπλώνεται γοργά στις Ευρωπαϊκές χώρες (Swarbrooke, 1995). Στην Ελλάδα, η ανάπτυξη της ΕξΑΕ προβλέπεται να είναι ραγδαία κατά τα επόμενα χρόνια. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αναμένεται να υπάρξει για εκπαιδευτικά προγράμματα στο χώρο του τουρισμού (Χρήστου, 1999).

Οι κυριότεροι λόγοι για την αναμενόμενη υψηλή ζήτηση των εν λόγω προγραμμάτων συνοψίζονται στους παρακάτω:

- Ανεπάρκεια μεταπτυχιακών προγραμμάτων τουριστικής κατεύθυνσης. Το πρώτο σχετικό πρόγραμμα λειτούργησε στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου μόλις το φθινόπωρο του 1998. Έκτοτε, έχει ξεκινήσει η λειτουργία ενός μόνο άλλου ανάλογου προγράμματος στο Πανεπιστήμιο Πειραιά.

Το 2000 άρχισε να λειτουργεί από το ΕΑΠ και το πρώτο μεταπτυχιακό πρόγραμμα τουριστικής κατεύθυνσης με τη μέθοδο της ΕξΑΕ.

- Αρκετοί εργαζόμενοι σε διάφορους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας επιθυμούν να αναβαθμίσουν τις γνώσεις τους (Christou, 1999) και να αποκτήσουν ένα πανεπιστημιακό τίτλο (σε προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο). Οι πλειοψηφία των ανθρώπων αυτών δεν έχει τη δυνατότητα, για λόγους οικονομικούς ή λόγω έλλειψης ελεύθερου χρόνου, να διακόψει την εργασία της ώστε να παρακολουθήσει κάποιο παραδοσιακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα συνεχούς φοίτησης.
- Πολλοί άνθρωποι οι οποίοι εργάζονται σε τομείς εκτός της τουριστικής βιομηχανίας επιθυμούν να αλλάξουν επάγγελμα και να δραστηριοποιηθούν στο χώρο του τουρισμού αλλά διστάζουν ή αδυνατούν να το κάνουν λόγω περιορισμένων γνώσεων ή και επειδή δεν έχουν κάποιο σχετικό τυπικό προσόν.
- Ένα σημαντικό ποσοστό ανθρώπων δεν έχει τη δυνατότητα να σπουδάσει παρακολουθώντας ένα παραδοσιακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα, εξαιτίας οικογενειακών υποχρεώσεων ή λόγω του ωραρίου εργασίας τους.
- Οι κάτοικοι απομακρυσμένων και παραμεθωρίων περιοχών (οι οποίες, μάλιστα, συχνά είναι ανεπτυγμένες τουριστικά) στερούνται της δυνατότητας για εύκολη πρόσβαση σε κάποιο ίδρυμα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.
- Συχνά, αρκετοί εργαζόμενοι στη τουριστική βιομηχανία οι οποίοι έχουν περιορισμένη μεταλλυκειακή εκπαίδευση, νιώθουν φόβο και ανασφάλεια στο ενδεχόμενο να πραγματοποιήσουν σπουδές σε κάποιο παραδοσιακό εκπαιδευτικό ίδρυμα (Prinianaki-Tzorakoleftheraki, 1993, 1994).
- Μια ολοένα αυξανόμενη μερίδα τουριστικών επιχειρήσεων επιθυμεί να προσφέρει στους ανθρώπινους πόρους της ολοκληρωμένα εκπαιδευτικά προγράμματα χωρίς όμως αυτοί να εγκαταλείψουν την εργασία τους.
- Η φιλοσοφία της δια βίου μάθησης και της συνεχούς προσωπικής βελτίωσης αρχίζει να γίνεται ολοένα και περισσότερο επιθυμητή από το κοινωνικό σύνολο (Christou & Eaton, 1997).
- Η διαρκώς αυξανόμενη έμφαση στην αναβάθμιση των επαγγελματικών και προσωπικών δεξιοτήτων των εργαζομένων στη τουριστική βιομηχανία (Christou & Karamanidis, 1999).

Το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο προσφέρει από το 2000 ένα καινοτομικό για τα ελληνικά δεδομένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών (Master) στην Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών. Το πρόγραμμα αυτό αποτελείται από τέσσερις Θεματικές Ενότητες (www.eap, 2000):

α) Τουριστικός τομέας,

β) Γενικές αρχές μανάτζμεντ, τουριστική νομοθεσία και οργάνωση εργοδοτικών και συλλογικών φορέων,

γ) Διοίκηση τουρισμού και τουριστικών επιχειρήσεων, και

δ) Τουριστικό μάρκετινγκ φορέων, οργανώσεων και επιχειρήσεων.

Οι σπουδές γίνονται με εξ αποστάσεως διδασκαλία και περιλαμβάνουν (www.eap, 2000):

α) μελέτη ειδικού έντυπου υλικού,

β) συμβουλευτικές συναντήσεις με καθηγητές - συμβούλους,

γ) επικοινωνία εξ αποστάσεως με τον καθηγητή – σύμβουλο,

δ) γραπτές εργασίες, και

ε) τελικές εξετάσεις στο τέλος κάθε Θεματικής Ενότητας.

Το διδακτικό υλικό αποτελείται από ειδικά βιβλία, οδηγό σπουδών, ηχητικές κασέτες και φάκελο δραστηριοτήτων και γραπτών εργασιών.

Η επίδραση της τεχνολογίας στην εκπαίδευση δεν δείχνει να εξαρτάται από την τεχνολογία αυτή καθ' αυτή, αλλά από τον τρόπο χρησιμοποίησής της στην εκπαιδευτική διαδικασία (Collis, 1995). Η στάση των εκπαιδευτών ως προς την εκπαιδευτική τεχνολογία που χρησιμοποιούν, οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που εφαρμόζουν και ο βαθμός ελέγχου που ασκούν στην τεχνολογία επηρεάζουν άμεσα τα αποτελέσματα της εκπαίδευσης (Webster & Hackley, 1997). Ένας σημαντικός αριθμός ερευνητών έχει επισημάνει ότι η επιτυχής χρήση διαφορετικών μεθόδων επικοινωνίας, παραδοσιακής (π.χ. αλληλογραφία) και σύγχρονης (π.χ. ηλεκτρονικό ταχυδρομείο), μεταξύ εκπαιδευτών και εκπαιδευόμενων στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση, επηρεάζεται άμεσα από το κοινωνικό περιβάλλον του εκπαιδευόμενου (Fulk, Schmitz & Steinfield, 1990, Schmitz & Fulk, 1991, Fulk, 1993).

Η αμφίδρομη επαφή και η επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτών και εκπαιδευόμενων είναι το κλειδί της επιτυχίας στην εξ αποστάσεως τουριστική εκπαίδευση (Dillon & Gunawardena, 1995), ειδικά όπου χρησιμοποιούνται εκπαιδευτικά πολυμέσα (Collis, 1995) αλλά και άλλες εκπαιδευτικές τεχνολογίες στην ΕξΑΕ (Borbely, 1994). Χωρίς διαρκή επικοινωνία, οι φοιτητές αποσπώνται εύκολα από τις σπουδές τους (Gowan & Downs, 1994) επειδή η εξ αποστάσεως εκπαίδευση προαπαιτεί υψηλότερο βαθμό συγκέντρωσης και αυτογνωσίας από ότι η παραδοσιακή εκπαίδευση (Kydd & Ferry, 1994).

Κατά συνέπεια, η αμφίδρομη εκπαιδευτική επικοινωνία καθίσταται απαραίτητη για την επιτυχή εφαρμογή της ΕξΑΕ στον τουριστικό (και μη) κλάδο (Nahl, 1993, Schwartz, 1995).

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης υποδεικνύουν την ανάγκη για μεγαλύτερη έμφαση σε στρατηγικές ανάμιξης και ενεργής συμμετοχής των φοιτητών στην εκπαιδευτική διαδικασία από ότι στην παραδοσιακή εκπαίδευση (Dillon, Hengst & Zoller, 1989).

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα που ασχολούνται με ΕξΑΕ εστιάζουν την προσοχή τους όχι τόσο στα είδη της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν για να έρθουν σε επαφή με τους απομακρυσμένους γεωγραφικά φοιτητές, αλλά στην ενεργή ανάμιξη των φοιτητών στη διαδικασία της μάθησης. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στην ΕξΑΕ πρέπει να επιλέγονται πολύ προσεκτικά, και το εκπαιδευτικό προσωπικό να είναι επαρκώς καταρτισμένο όχι μόνο στη χρήση τους αλλά και στις ιδιαιτερότητες της ΕξΑΕ (Barkett & Holley, 1996).

Ο έλεγχος της χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας από τον εκπαιδευτή επηρεάζει κρίσιμα τα εκπαιδευτικά αποτελέσματα της ΕξΑΕ (Dillon & Gunawardena, 1995, Leidner & Jarvenpaa, 1993).

Οι πιθανές πηγές προβλημάτων προέρχονται κυρίως από τη μη επιτυχή χρησιμοποίηση του τεχνολογικού εξοπλισμού (Gowan & Downs, 1994), πράγμα το οποίο όταν συνδέεται με τεχνικά προβλήματα οδηγεί τους φοιτητές σε καταστάσεις αυξημένου εκπαιδευτικού άγχους και μειωμένου ηθικού (Leidner & Jarvenpaa, 1993). Έχει αποδειχθεί ότι οι φοιτητές στην ΕξΑΕ εμφανίζουν πολύ θετικότερα αποτελέσματα στο τέλος της εκπαιδευτικής διαδικασίας στις περιπτώσεις όπου ο έλεγχος της τεχνολογίας από τους εκπαιδευτές είναι υψηλός (Webster & Hackley, 1997). Ακόμα, η αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτών στην ΕξΑΕ επηρεάζεται άμεσα κατά τους Cyr & Smith (1988) από ιδιαίτερους παράγοντες όπως: η οργάνωση και η παρουσίαση των εκπαιδευτικών θεματικών εννοιών, η χρήση άρτιου έντυπου υλικού, οι επικοινωνιακές δεξιότητες των εκπαιδευτών, η χρήση ολοκληρωμένων οδηγιών σπουδών και η διοικητική υποστήριξη της όλης διαδικασίας από τις υπηρεσίες του εκπαιδευτικού ιδρύματος.

Η παρούσα έρευνα στόχευε στην εξέταση και τον εντοπισμό της χρησιμοποίησης της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης για προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης σε τριτοβάθμιο επίπεδο στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο κύριος ερευνητικός στόχος που τέθηκε ήταν η μελέτη της έκτασης κατά την οποία η ΕξΑΕ χρησιμοποιείται στην τουριστική εκπαίδευση, καθώς και η εικόνα των προγραμμάτων αυτών. Ακόμα, συλλέχθηκαν χρήσιμα στοιχεία σχετικά με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις που πρέπει να κατέχει το εκπαιδευτικό προσωπικό που μετέχει σε προγράμματα ΕξΑΕ. Η παρούσα έρευνα είχε ως σημείο εκκίνησης και συγκριτικής αναφοράς μια αντίστοιχη μελέτη η οποία είχε ολοκληρωθεί (Χρήστου & Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη, 1999).

Έτσι, έγινε εφικτός ο σαφής εντοπισμός και προσδιορισμός των σχετικών εξελίξεων σε πανευρωπαϊκό επίπεδο κατά την τελευταία διετία.

Ο υπό μελέτη πληθυσμός αποτελείται από όλα τα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα οποία προσφέρουν προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης. Ο συνολικός αριθμός των εν λόγω εκπαιδευτικών ιδρυμάτων ανέρχεται σε 81 (εξαιρουμένης της Ελλάδας). Σαν πλαίσια προσδιορισμού του πληθυσμού χρησιμοποιήθηκαν δύο διεθνώς αναγνωρισμένες και έγκυρες πηγές: η έκδοση *World Directory of Tourism Education* του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (W.T.O., 1992), και η έκδοση *Guide to College Programs in Hospitality and Tourism* του International Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (C.H.R.I.E., 2000). Παράλληλα, επιπρόσθετα στοιχεία αντλήθηκαν από τις σελίδες στο διαδίκτυο δύο αναγνωρισμένου κύρους διεθνών οργανισμών: του European Association for Tourism & Leisure Education (<http://www.atlas-euro.org>) και του Council on Hospitality Management Education (<http://www.chme.org>).

Εξαιτίας του σχετικά μικρού μεγέθους του υπό εξέταση πληθυσμού, αποφασίστηκε να επιλεγεί ως δειγματοληπτική μέθοδος η απογραφή. Έτσι, καταβλήθηκε προσπάθεια να διερευνηθούν οι απόψεις όλων των μελών του πληθυσμού, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων.

Το ερευνητικό εργαλείο αποτελείται από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο το οποίο περιλάμβανε μόνο κλειστές ερωτήσεις. Το ερωτηματολόγιο αυτό κατασκευάστηκε λαμβάνοντας υπόψη όλες τις σχετικές ερευνητικές αρχές, ώστε να διασφαλιστεί η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων (Χρήστου, 1999). Ακόμα, διενεργήθηκε πιλοτική δοκιμή στο 10% του πληθυσμού πριν την εκτέλεση της τελικής έρευνας, ώστε να εντοπισθούν τυχόν προβλήματα και ατέλειες του ερωτηματολογίου και να διορθωθούν.

Για λόγους ταχύτητας, ευκολίας και ευελιξίας, η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την επικοινωνία με τον υπό μελέτη πληθυσμό ήταν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail). Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν σαν συνημμένα έγγραφα (Word2000 attachments) σε προσωπικά ηλεκτρονικά μηνύματα τα οποία απευθύνονταν στους προϊσταμένους τμημάτων (ή σχολών) τουριστικής κατεύθυνσης των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που εξετάστηκαν. Το πρόγραμμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που χρησιμοποιήθηκε ήταν η τελευταία σχετική έκδοση της Microsoft (Outlook Express 5.5).

Το ποσοστό ανταπόκρισης στην παραπάνω έρευνα πλησίασε το 83,9% (68 άτομα). Το ποσοστό αυτό κρίνεται υπέρ του δέοντος ικανοποιητικό για την εξαγωγή αξιόπιστων αποτελεσμάτων στο χώρο της κοινωνικής έρευνας, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι η δειγματοληπτική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της απογραφής.

Συγκριτικά, στην αντίστοιχη έρευνα που έγινε προ διετίας, το ποσοστό ανταπόκρισης ήταν 88,9% (72 άτομα από τα 81 του πληθυσμού).

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται συνοπτικά στους πίνακες που ακολουθούν παρακάτω. Για λόγους συγκριτικής πληρότητας, σε κάθε πίνακα παρουσιάζονται και τα αποτελέσματα της αντίστοιχης προγενέστερης έρευνας των Χρήστου & Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη (1999) που αποτύπωσαν την υπάρχουσα κατάσταση κατά το έτος 1998.

Πίνακας 1: Τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα που προσφέρουν προπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Σύνολο ιδρυμάτων που απάντησαν:	72 (88,9%)	68 (83,9%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>προπτυχιακά</i> προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ	11 (15,2%)	17 (25%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>πλήρες</i> πρόγραμμα προπτυχιακών σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ (δηλ. για το σύνολο της διάρκειας των σπουδών)	4 (5,5%)	4 (5,9%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>μη πλήρες</i> πρόγραμμα προπτυχιακών σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ (δηλ. για κάποιες μόνο θεματικές ενότητες από το σύνολο της διάρκειας των σπουδών)	9 (12,5%)	17 (22,1%)

Σημείωση: Κατά το 1998, δύο εκπαιδευτικά ιδρύματα προσέφεραν τόσο πλήρη προγράμματα όσο και μεμονωμένες θεματικές ενότητες με την χρήση της ΕξΑΕ. Κατά το 2001, τέσσερα εκπαιδευτικά ιδρύματα προσέφεραν τόσο πλήρη προγράμματα όσο και μεμονωμένες θεματικές ενότητες με την χρήση της ΕξΑΕ.

Πίνακας 2: Τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα που προσφέρουν μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Σύνολο ιδρυμάτων που απάντησαν:	72 (88,9%)	68 (83,9%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>μεταπτυχιακά</i> προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ	23 (31,9%)	31 (45,5%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>πλήρες</i> πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ (δηλ. για το σύνολο της διάρκειας των σπουδών)	19 (26,4%)	24 (35,3%)
Ιδρύματα που προσφέρουν <i>μη πλήρες</i> πρόγραμμα	23 (31,9%)	31 (45,5%)

μεταπτυχιακών σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ (δηλ. για κάποιες μόνο θεματικές ενότητες από το σύνολο της διάρκειας των σπουδών)		
--	--	--

Σημείωση: Το 1998, τέσσερα εκπαιδευτικά ιδρύματα προσέφεραν τόσο πλήρη προγράμματα όσο και μεμονωμένες θεματικές ενότητες με την χρήση της ΕξΑΕ. Το 2001, επτά προσέφεραν τόσο πλήρη προγράμματα όσο και μεμονωμένες θεματικές ενότητες με την χρήση της ΕξΑΕ.

Πίνακας 3: Αριθμός φοιτητών μερικής φοίτησης (part-time) σε προπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Διάστημα αριθμού φοιτητών	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων
0	23,0	12,2
1-50	47,5	53,7
51-100	18,0	22,4
101-200	8,2	9,7
201-300	3,3	2,0
300 και άνω	0,0	0,0
Σύνολο	100	100

Πίνακας 4: Αριθμός φοιτητών συνεχούς φοίτησης (full-time) σε προπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Διάστημα αριθμού φοιτητών	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων
0	0,0	0,0
1-50	44,8	48,4
51-100	31,6	33,2
101-200	17,7	11,3
201-300	6,0	7,1
300 και άνω	0,0	0,0
Σύνολο	100	100

Πίνακας 5: Αριθμός φοιτητών μερικής φοίτησης (part-time) σε μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Διάστημα αριθμού φοιτητών	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων
0	0,0	0,0
1-50	68,8	71,1
51-100	21,3	20,3
101-200	8,2	5,8
201-300	9,9	2,8
300 και άνω	0,0	0,0
Σύνολο	100	100

Πίνακας 6: Αριθμός φοιτητών συνεχούς φοίτησης (full-time) σε μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	1998	2001
Διάστημα αριθμού φοιτητών	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων	Ποσοστό (%) θετικών απαντήσεων
0	0,0	0,0
1-50	14,5	49,6
51-100	77,4	45,1
101-200	6,1	4,4
201-300	2,0	0,9
300 και άνω	0,0	0,0
Σύνολο	100	100

Πίνακας 7: Δεξιότητες οι οποίες είναι επιθυμητό να έχουν οι εκπαιδευτές σε προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Σημείωση: Οι παρακάτω δεξιότητες ζητήθηκε να βαθμολογηθούν στην κλίμακα 1-5, όπου το 1 χαρακτηρίζει τις λιγότερο σημαντικές δεξιότητες, και το 5 τις περισσότερο σημαντικές.

	1998	1998	2001	2001
(Δεξιότητες, σε φθίνουσα διάταξη, από την σημαντικότερη στην λιγότερο σημαντική, αποτελέσματα της έρευνας του 2001)	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Τεχνικές προφορικής επικοινωνίας	4,37	1,11	4,39	1,16
Γνώση του διδακτικού περιεχομένου	4,28	1,10	4,26	1,09
Άρτια χρήση σύγχρονων	4,15	1,09	4,22	1,10

εκπαιδευτικών τεχνολογιών για την ΕξΑΕ				
Τεχνικές έγγραφης επικοινωνίας	4,16	1,11	4,21	1,17
Τεχνικές συζήτησης	4,17	1,09	4,15	1,11
Γνώση (βασική) σύγχρονων επικοινωνιακών τεχνολογιών	4,06	1,21	4,15	1,19
Δεξιότητες ανατροφοδότησης (feedback) προς τους φοιτητές	4,07	1,12	4,09	1,14
Οργανωτικές δεξιότητες	4,06	1,17	4,09	1,12
Κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων των φοιτητών που επιλέγουν την ΕξΑΕ για σπουδές	3,96	1,16	4,05	1,13
Δεξιότητες αξιολόγησης των φοιτητών	4,02	1,16	4,02	1,16
Πνεύμα συναδελφικότητας και ομαδικότητας	3,99	1,10	3,99	1,17
Ακρίβεια στην τήρηση προθεσμιών	3,85	1,11	3,97	1,04
Γνώση χρησιμοποίησης σχετικών υπηρεσιών υποστήριξης	3,96	1,10	3,92	1,07
Στρατηγικές και μοντέλα διδασκαλίας στην ΕξΑΕ (γνώση και χρήση εναλλακτικών)	3,95	1,16	3,90	1,11
Φιλικότητα προς τους φοιτητές και ψυχολογική συμπαράσταση	3,81	1,09	3,86	1,10
Κατανόηση της θεωρίας της μάθησης στην ΕξΑΕ	3,87	1,17	3,82	1,13
Αντικειμενικότητα στην βαθμολόγηση των φοιτητών	3,83	1,12	3,82	1,12
Γνώση χρήσης εκπαιδευτικών πολυμέσων	3,79	1,21	3,80	1,24
Κατανόηση των προσδοκώμενων αποτελεσμάτων της ΕξΑΕ	3,77	1,19	3,71	1,19
Γενικές συμβουλευτικές δεξιότητες	3,75	1,18	3,66	1,13
Γενικές γνώσεις παιδαγωγικής	3,79	1,32	3,52	1,21
Στρατηγικός σχεδιασμός της εκπαιδευτικής διαδικασίας	3,70	1,11	3,50	1,08

Όπως προαναφέρθηκε, η παρούσα έρευνα είχε ως σημείο εκκίνησης και συγκριτικής αναφοράς μια αντίστοιχη μελέτη. (Χρήστου & Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη, 1999). Κρίνεται επομένως απαραίτητο να αναλυθούν συνοπτικά τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, με στόχο, στη συνέχεια, να συγκριθούν τα δεδομένα της νέας έρευνας και να καταδειχτούν οι εξελίξεις, τάσεις και αλλαγές που έλαβαν χώρα στο διάστημα που μεσολάβησε.

Α. Σχολιασμός της αρχικής μελέτης

Το 1998, η ερευνητική μελέτη είχε καταδείξει ότι η εξ αποστάσεως τριτοβάθμια τουριστική εκπαίδευση είναι αρκετά διαδεδομένη στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ιδιαίτερα σε ότι αφορά τις μεταπτυχιακές σπουδές. Περίπου το ένα τρίτο των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που ανταποκρίθηκαν στην εν λόγω έρευνα προσφέρουν μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών με τη μέθοδο της ΕξΑΕ, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό από αυτά (15,2%) προσφέρουν συναφή προπτυχιακά προγράμματα (Πίνακας 1). Αν λάβουμε υπόψη τις δυσκολίες που παρουσιάζει η τουριστική εκπαίδευση σε προπτυχιακό επίπεδο σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ATLAS, 1995, ATLAS, 1998), σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η ΕξΑΕ είναι μια σχετικά πρόσφατη εξέλιξη στον τομέα των τουριστικών σπουδών (ATLAS, 1995, Christou, 2001), το ποσοστό αυτό κρίνεται σημαντικό και αποτελεί μια ιδιαίτερα ενθαρρυντική εξέλιξη στο χώρο της τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης στην Ευρώπη.

Ειδικότερα, όπως φαίνεται στον Πίνακα 2, από το σύνολο των ιδρυμάτων που απάντησαν στην προηγούμενη έρευνα το 31,9% προσέφεραν μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι εννέα από τα έντεκα ιδρύματα προσέφεραν μη πλήρη προγράμματα σπουδών, τέσσερα προσέφεραν πλήρη προγράμματα σπουδών και μόνο δύο προσέφεραν τόσο πλήρη προγράμματα όσο και μεμονωμένες θεματικές ενότητες.

Τα αποτελέσματα της ερευνητικής μελέτης που ολοκληρώθηκε το 2001 αποτελούν ένα χρήσιμο οδηγό για την διαμόρφωση μιας πληρέστερης εικόνας σχετικά με την εξέλιξη των προγραμμάτων σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με τη χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Τα κεντρικά ζητήματα που προέκυψαν από την έρευνα εντάσσονται σε τρεις κύριους άξονες:

- α) την πορεία των τουριστικών σπουδών με τη χρήση της ΕξΑΕ,
- β) την βαθμίδα των προγραμμάτων σπουδών (προπτυχιακά ή μεταπτυχιακά) και,
- γ) τις γνώσεις και τις δεξιότητες των εκπαιδευτικών των προγραμμάτων σπουδών ΕξΑΕ τουριστικής κατεύθυνσης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας σε ότι αφορά τις εξελίξεις που έλαβαν χώρα στην ανάπτυξη και χρησιμοποίηση της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης για προγράμματα τουριστικών σπουδών. Κατ' αρχήν, επιβεβαιώνεται η αρχική εκτίμηση ότι η ζήτηση για προγράμματα τουριστικής εκπαίδευσης τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο είναι και θα είναι ανοδική, όπως και η εκτίμηση ότι οι αυξανόμενες ανάγκες για επιμόρφωση και εξειδίκευση δημιουργούν νέες προοπτικές για το θεσμό της ανοικτής και εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (Χρήστου, 1999).

Ειδικότερα, τα αποτελέσματα που αφορούν στα τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα που προσφέρουν κατά το 2001 προπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με τη χρήση ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, παρουσιάζουν μια αύξηση της τάξης του 10% περίπου, σε σύγκριση με τα προ διετίας αποτελέσματα. Η αυξητική αυτή τάση παρουσιάζεται κυρίως στα μη πλήρη προπτυχιακά προγράμματα (μεμονωμένες θεματικές ενότητες) και αυτό ενδεχομένως υποδηλώνει μεγαλύτερη ζήτηση των προγραμμάτων αυτών σε σύγκριση με τα πλήρη προπτυχιακά προγράμματα των οποίων το ποσοστό παραμένει σχεδόν αμετάβλητο.

Η έμφαση στα μεταπτυχιακά προγράμματα, η οποία παρατηρήθηκε στην έρευνα του 1999, επιβεβαιώνεται με την παρούσα μελέτη. Τα ιδρύματα που προσφέρουν μεταπτυχιακά προγράμματα παρουσιάζουν μεγαλύτερη αύξηση σε σύγκριση με τα προπτυχιακά. Η αύξηση είναι της τάξης του 13.6% και του 8.9% αντίστοιχα για τα μη πλήρη (μεμονωμένες θεματικές ενότητες) και τα πλήρη προγράμματα. Και στην περίπτωση αυτή, ο ρυθμός ανάπτυξης μη πλήρων προγραμμάτων μεταπτυχιακών σπουδών είναι υψηλότερος από αυτόν των προγραμμάτων πλήρων σπουδών. Η τάση αυτή ίσως να συνδέεται με την ανάγκη των στελεχών της αγοράς εργασίας για επιμόρφωση σε συγκεκριμένα θέματα, ή ακόμα και άλλων ατόμων τα οποία δεν έχουν ποτέ στο παρελθόν πραγματοποιήσει σπουδές τουριστικής κατεύθυνσης και επιθυμούν να εξειδικευτούν στον τουριστικό τομέα. Πιθανώς, επίσης, να συνδέεται και με την αλλαγή της νοοτροπίας, εκ μέρους των στελεχών του τουρισμού, για δια βίου εκπαίδευση (Christou & Eaton, 1997).

Ένα ενδιαφέρον συμπέρασμα το οποίο επιβεβαιώνεται και από τις δύο έρευνες αφορά στον αριθμό των φοιτητών μερικής φοίτησης (part-time) και συνεχούς φοίτησης (full-time) σε μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών τουριστικής κατεύθυνσης με χρήση της ΕξΑΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όπως φαίνεται στους Πίνακες 5 και 6, η συντριπτική πλειοψηφία των φοιτητών (68.8% και 71.1% για τα έτη 1998 και 2001 αντίστοιχα), επιλέγουν προγράμματα μερικής φοίτησης. Επίσης, παρά τη μεγάλη αύξηση του αριθμού των φοιτητών διαρκούς φοίτησης το 2001 (49.6%) σε σχέση με το 1998 (14,5%) στο διάστημα αριθμού φοιτητών 1-50 η προτίμηση των προγραμμάτων της μορφής μερικής φοίτησης παραμένει σημαντική.

Το αποτέλεσμα αυτό πρέπει ενδεχομένως να προβληματίσει τα ιδρύματα που παρέχουν προγράμματα ΕξΑΕ ως προς τον προσδιορισμό ευέλικτων χρονοδιαγραμμάτων που αφορούν στις υποχρεώσεις των εκπαιδευομένων φοιτητών σε συνδυασμό με αποτελεσματικές μεθόδους ελέγχου και παρακολούθησης της προόδου των σπουδών.

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 7, οι επιθυμητές γνώσεις και δεξιότητες που πρέπει να κατέχει το εκπαιδευτικό προσωπικό σε προγράμματα τουριστικής κατεύθυνσης με τη χρήση της ΕξΑΕ είναι πολυδιάστατες και ιδιαίτερα σημαντικές για την επιτυχία των προγραμμάτων. Η ιδιαίτερα υψηλή βαθμολογία που δόθηκε από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα στο σύνολο των είκοσι τριών επιλεγμένων ενοτήτων, καταδεικνύει τη σημαντικότητά τους, αλλά κυρίως την πολυδιάστατη φύση των γνώσεων και δεξιοτήτων που συνθέτουν το προφίλ του κατάλληλου εκπαιδευτικού για συμμετοχή σε προγράμματα ΕξΑΕ.

Ειδικότερα, από τη σύγκριση των δεδομένων των δύο ερευνών που αφορούν στην αξιολόγηση των γνώσεων και δεξιοτήτων που πρέπει να κατέχει το εκπαιδευτικό προσωπικό που μετέχει σε προγράμματα ΕξΑΕ στον τουρισμό, οι τεχνικές προφορικής επικοινωνίας, η γνώση του διδακτικού αντικειμένου, η άρτια χρήση σύγχρονων εκπαιδευτικών τεχνολογιών, οι τεχνικές έγγραφης επικοινωνίας και οι τεχνικές συζήτησης κατέχουν τις πρώτες θέσεις. Ακόμα, η εξειδίκευση του εκπαιδευτικού προσωπικού στο γνωστικό αντικείμενο εκπαίδευσης και οι παραδοσιακές αλλά και οι σύγχρονες τεχνικές επικοινωνίας αναδεικνύονται ως βασικά προσόντα (μέση τιμή 4.22).

Έπονται στον πίνακα αξιολόγησης, με μικρή διαφορά, δεξιότητες, γνώσεις και ικανότητες που σηματοδοτούν την αναγκαιότητα βαθιάς κατανόησης όλων των παραμέτρων που συνθέτουν το θεωρητικό υπόβαθρο της ανοικτής και εξ αποστάσεως εκπαίδευσης και εξασφαλίζουν τις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική εφαρμογή της. Επίσης, από τη σύγκριση των δεδομένων των δύο ερευνών που αφορούν στο θέμα της αξιολόγησης των γνώσεων και δεξιοτήτων του εκπαιδευτικού προσωπικού που μετέχει σε προγράμματα ΕξΑΕ τουριστικής εκπαίδευσης, δεν προκύπτουν αξιοσημείωτες διαφορές. Αυτό ήταν αναμενόμενο δεδομένου ότι, στο πρόσφατο παρελθόν, δεν έχουν παρατηρηθεί ριζικές εξελίξεις και αλλαγές στην ΕξΑΕ οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν τα κριτήρια αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων του εκπαιδευτικού προσωπικού.

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, η ανοικτή και εξ αποστάσεως τριτοβάθμια τουριστική εκπαίδευση δείχνει να κερδίζει ταχύτατα έδαφος στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η μεγάλη ανάπτυξη των μεταπτυχιακών σπουδών στον τουρισμό, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα την προσφορά υπερδιπλάσιων σχετικών προγραμμάτων σε σύγκριση με τα προπτυχιακά προγράμματα. Ενδεχομένως αυτό να οφείλεται στο γεγονός ότι μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων που εργάζεται στην τουριστική βιομηχανία έχει μόνο προπτυχιακό τίτλο σπουδών και ενδιαφέρεται να αναβαθμίσει τόσο τις γνώσεις της όσο και τα τυπικά της προσόντα (Christou, 1999).

Ακόμα, δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό των παραπάνω ιδρυμάτων προσφέρουν είτε ολόκληρα προπτυχιακά προγράμματα σπουδών είτε ορισμένες μόνο θεματικές ενότητες (για τις οποίες η ζήτηση συνεχώς αυξάνεται) χρησιμοποιώντας την εξ αποστάσεως εκπαίδευση. Η αυξανόμενη ζήτηση για τη μελέτη μεμονωμένων θεματικών ενοτήτων μπορεί να οφείλεται σε δύο συμπληρωματικούς παράγοντες:

α) στην αυξανόμενη ζήτηση για δια βίου εκπαίδευση στον Ευρωπαϊκό χώρο, και

β) στο γεγονός ότι κάποιες από τις θεματικές ενότητες ΕξΑΕ προσφέρονται στα πλαίσια ευέλικτων προγραμμάτων σπουδών που συνδυάζουν τόσο παραδοσιακές όσο εξ αποστάσεως μορφές εκπαίδευσης, έτσι ώστε οι φοιτητές να έχουν την δυνατότητα να εργάζονται κατά την διάρκεια των σπουδών τους.

Επίσης, οι ερευνητικές δραστηριότητες που περιγράφηκαν παραπάνω βοήθησαν στην συλλογή χρήσιμων στοιχείων σχετικά με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις που πρέπει να κατέχει το εκπαιδευτικό προσωπικό που μετέχει σε προγράμματα ΕξΑΕ τουριστικής κατεύθυνσης.

Αξίζει να επισημανθούν οι πολυδιάστατες γνώσεις και δεξιότητες που πρέπει να έχουν οι εκπαιδευτικοί, με ιδιαίτερη όμως έμφαση στις νέες επικοινωνιακές τεχνολογίες.

Είναι πολύ πιθανό στο μέλλον να αρχίσουν να προσφέρονται και στην Ελλάδα σπουδές εξ αποστάσεως και από τμήματα των υπάρχοντων παραδοσιακών τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων. Κριτικός παράγοντας για την επιτυχημένη ανάπτυξη της ΕξΑΕ, εκτός από την ύπαρξη ενός σημαντικού κοινού-αποδέκτη, αποτελεί η ποιότητα των παρεχομένων σπουδών. Ανεξάρτητα από τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης, με βάση την εμπειρία των συγγραφέων, οι συνιστώσες που αναμένεται να επηρεάσουν την ποιότητα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης στο μέλλον συνοψίζονται στις παρακάτω:

- Επαρκής χρηματοδότηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων.
- Δυνατότητα πρόσβασης σε αναγκαία τεχνολογικά και επικοινωνιακά συστήματα τόσο για τους διδάσκοντες όσο και για τους διδασκόμενους.
- Συνεργασία μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για την μεταφορά και περαιτέρω εξέλιξη της σχετικής τεχνογνωσίας.

- Αποδοχή από τα ενδιαφερόμενα εκπαιδευτικά ιδρύματα της φιλοσοφίας που διαμορφώνει το πλαίσιο της ΕξΑΕ και προσήλωση στους επιμέρους στόχους της εξ αποστάσεως διδασκαλίας και μάθησης.

- Ανάπτυξη υψηλής ποιότητας ειδικού υλικού σπουδών, με βάση τις απαιτήσεις που προσδιορίζουν οι ανάγκες της εκπαίδευσης από απόσταση.

- Εκπαίδευση και αξιοποίηση κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού, τόσο για την ανάπτυξη του παραπάνω υλικού όσο και για την υποστήριξη της διδασκαλίας από απόσταση.

Όμως, η ίδρυση και η επιτυχημένη λειτουργία του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου αναμένεται να ανατρέψει το υπάρχον εκπαιδευτικό πλαίσιο και να δημιουργήσει νέα δεδομένα στο χώρο της τριτοβάθμιας προπτυχιακής και μεταπτυχιακής εκπαίδευσης, γεγονός το οποίο ήδη διαφαίνεται. Η ποιότητα των παρεχομένων από το ΕΑΠ προγραμμάτων σπουδών διασφαλίζεται μέσω της σωστής οργάνωσης και της περαιτέρω ανάπτυξης σημαντικής σχετικής τεχνογνωσίας, την ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού ειδικά σχεδιασμένου για σπουδές από απόσταση, τη σωστή ακαδημαϊκή οργάνωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και τη στελέχωση με ειδικά καταρτισμένους ανθρώπινους πόρους. Για παράδειγμα, το μεταπτυχιακό πρόγραμμα του ΕΑΠ στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων εκτιμάται ότι θα ικανοποιήσει με επιτυχία τις προσωπικές ανάγκες πολλών εργαζομένων αλλά και άλλων ανθρώπων που δεν έχουν δυνατότητα πρόσβασης στην παραδοσιακή μεταπτυχιακή εκπαίδευση. Παράλληλα, το πρόγραμμα αυτό συμβάλει στην αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας με τελικό αποτέλεσμα τη σταδιακή βελτίωση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η χώρα.

3.2.4. Ανώτατη Εκπαίδευση

Ξέρουμε πως ο τουρισμός είναι ένας από τους βασικούς άξονες της ελληνικής οικονομίας και βασική της «βιομηχανίας».

Χρειάζεται όμως αυτή η βιομηχανία ανώτερη εκπαίδευση:

Σύμφωνα με δεκάδες έρευνες ο τουρισμός αποτελεί την πιο επιθετική βιομηχανία, με τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης παγκοσμίως. Για να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν οι τουριστικές βιομηχανίες κάθε χώρας πρέπει να αναπτύξουν καινούργια προϊόντα και να αναβαθμίσουν τις υπάρχουσες υποδομές σε ένα περιβάλλον αδρός ανταγωνιστικό. Άρα και η υποδομή του ανθρώπινου παράγοντα πρέπει να βελτιωθεί.

Ανώτερη εκπαίδευση στο τουρισμό ή εκπαίδευση για το τουρισμό;

Έρευνα της Marion Stewart καταδεικνύει την ύπαρξη δυο τάσεων όπως διαγράφονται από τους «στόχους» των προγραμμάτων (aims).

- I. Πανεπιστημιακή εκπαίδευση για ακαδημαϊκούς σκοπούς που εξετάζει τον τουρισμό ως κοινωνικό φαινόμενο, που εξετάζει τις πολιτιστικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιπτώσεις, που διεξάγει έρευνες για τις καταναλωτικές συνήθειες των τουριστών, και τις επερχόμενες τάσεις, που ερευνά τα μακροοικονομικά μεγέθη του τουρισμού και τις επιπτώσεις τους στην οικονομία και δίνει κατευθύνσεις για την χάραξη πολιτικών.
- II. Εκπαίδευση που στοχεύει στην προετοιμασία φοιτητών για καριέρα στον τουρισμό και επάνδρωση των επιχειρήσεων που παράγουν το τουριστικό προϊόν που τους εξειδικεύει σε διάφορους τομείς όπως διοίκηση ξενοδοχείων, εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σχεδίαση τουριστικών προϊόντων, διοίκηση εστίασης, διοίκηση μεταφορών αναψυχής.

Εμείς τι χρειαζόμαστε;

Η Ελλάδα έχει συγκεκριμένα πλυθησιακά μεγέθη και συγκεκριμένες ανάγκες ανθρώπινου δυναμικού σε κάθε τομέα του τουρισμού. Θα πρέπει αυτές πρώτα να μετρηθούν και μετά να αποφασίσουμε ίσως τι θέλουμε.

Πως θα εξασφαλίσουμε ότι οι πτυχιούχοι θα απορροφηθούν από την βιομηχανία?

1. Θα επενδύσουν σε αυτόν οι επιχειρήσεις προσλαμβάνοντας τους πτυχιούχους η θα δημιουργήσουμε και άλλους ανέργους πτυχιούχους;
2. Πρέπει ο ρόλος του ανθρώπινου παράγοντα στην αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος να γίνει κατανοητός από την βιομηχανία.
3. Οι επιχειρήσεις εξορισμού να επενδύουν όταν προσβλέπουν σε οφέλη. πρέπει όμως να πεισθούν για προσδοκόμενα οφέλη.
4. Κατ' αρχήν πρέπει να γίνει κατανοητός ο ρόλος της ποιότητας του ανθρώπινου παράγοντα από αυτές και βεβαία να δημιουργήσουμε που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της.
5. Να λάβουμε υπ'οψιν την δομή του ελληνικού τουρισμού, το 50% των ελληνικών ξενοδοχείων είναι μονάδες με λιγότερα από 50 δωμάτια. ο ελληνικός τουρισμός βασίζεται σε μεγάλο ποσοστό στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις.
6. Θα πρέπει τα όποια προγράμματα να προάγουν την επιχειρηματικότητα
7. Οι στατιστικές δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις και τα στελέχη τους δείχνουν ότι θεωρούν απαραίτητη την πρακτική κατάρτιση και των ανώτερων στελεχών.

Η επιλογή των υποψηφίων φοιτητών θα λαμβάνει υπ'οψην της την προσωπικότητα τους η θα γίνεται μόνο με βάση τα ακαδημαϊκά κριτήρια;

Τα προγράμματα πρέπει να δομηθούν έτσι ώστε να μην απαξιωθούν οι σχολές που θα δημιουργηθούν, με το ανάλογο οικονομικό κόστος για την οικονομία και χωρίς αποτέλεσμα στην αναβάθμιση του προϊόντος.

Πως θα πείσουμε το σύνολο της ελληνικής κοινωνίας και τις οικογένειες των μελλοντικών φοιτητών αλλά και τους επαγγελματικούς κλάδους σε κάποιες περιπτώσεις ότι ο τουρισμός έχει μέλλον και η πανεπιστημιακή εκπαίδευση είναι αναγκαία:

Όλοι έχουμε δει πρωτοσέλιδα του τύπου «σερβιτόροι» της Ευρώπης και τα συναφή, με υποτιμικές αναφορές.

Γιατί όχι «σερβιτόροι»; Αλλά τι «σερβιτόροι»;

Η απάντηση δίνεται από το ίδιο το τουριστικό προϊόν και την κατανόηση του. Τι πιστεύουμε ότι πουλάει ο τουρισμός; *Υλικά ή Εμπειρίες;*

Αν νομίζουμε το πρώτο τότε μιλάμε για «σερβιτόρους», απλούς μεταφορείς φαγητού τους οποίους «εκπαιδεύουμε» (όταν το κάνουμε και αυτό) να ξυρίζονται και να γυαλίζουν τα παπούτσια τους. Γι' αυτό δεν χρειαζόμαστε πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Αν πιστεύουμε το δεύτερο και τους θεωρούμε αντιπροσώπους της χώρας ή της επιχείρησης και πρέσβεις του προϊόντος τότε ας γίνουμε καλοί «σερβιτόροι». Ως «σερβιτόρους» βεβαία εννοούμε όλες τις βαθμίδες των τουριστικών επαγγελματιών.

Πως θα πείσουμε τους νέους ότι ο τουρισμός έχει μέλλον?

Όταν αρχίσει η ενημέρωσή τους και ο τουρισμός εμφανίζεται στις στατιστικές και τα σχετικά άρθρα για τον επαγγελματικό προσανατολισμό ως καλή επιλογή καριέρας, όταν οι σχολές έχουν καταξιωθεί και δεν φθάσουμε στο σημείο να εισέρχονται σε αυτές φοιτητές με μέσο όρο κάτω της βάσης. [Τέμπερας Χ. (1990)]

3.3. Η Ιδιωτική Τουριστική Εκπαίδευση σε Σχέση με τη Δημόσια Εκπαίδευση

Μια βασική προϋπόθεση της ποιότητας στον τουρισμό, είναι το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών το οποίο εξαρτάται άμεσα από την ποιότητα εκπαίδευσης του προσωπικού που έρχεται σε συνεχή επαφή με τον πελάτη, αλλά και από πλευράς διοικήσεως της επιχείρησης, το έντονο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας επιβάλλει την ύπαρξη καλά εκπαιδευμένων στελεχών που να γνωρίζουν τις διεθνείς εξελίξεις και να προσαρμόζουν τα δεδομένα των επιχειρήσεων σε αυτές.

Στο χώρο της τουριστικής βιομηχανίας, ο οποίος χαρακτηρίζεται από ένα ταχύτατα μεταβαλλόμενο επιχειρησιακό περιβάλλον, αυτοί που δεν έχουν πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας εκπαίδευση στερούνται επιλογής και δεν συνεισφέρουν στην περαιτέρω ανάπτυξη.

Η ποιότητα της εκπαίδευσης έχει θεμελιώδη σημασία για την τουριστική ανάπτυξη των εργαζομένων σε όλες τις βαθμίδες της τουριστικής βιομηχανίας. Σε μια χώρα όπως η Ελλάδα, όπου αφ' ενός η τουριστική βιομηχανία παίζει ρόλο καθοριστικό στην εθνική οικονομία, την απασχόληση και στην οικονομική επιβίωση περιοχών, που χωρίς την τουριστική κίνηση θα είχαν προ πολλού ερημώσει, αφ' ετέρου θα περίμενε κανείς να έχει αναπτυχθεί το κατάλληλο σύστημα εκπαίδευσης, μετεκπαίδευσης και επιμόρφωσης σε όλες τις βαθμίδες μια και η ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, αποτελούν βασικά στοιχεία βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας και, της επιβίωσης του.

Όμως τα πράγματα δεν είναι ακριβώς έτσι. Το υφιστάμενο σύστημα, ιδίως της δημόσιας εκπαίδευσης στον τουρισμό εμφανίζει ποικίλα προβλήματα, τα οποία θα καταγράψουμε στην συνέχεια.

Θα πρέπει να τονίσουμε καταρχήν ότι, οι υπάρχουσες μορφές τουρισμού πρέπει να προσαρμοστούν στις σύγχρονες μεθόδους οργάνωσης, διοίκησης και διαχείρισης και οι νέες μορφές θα πρέπει να υποστηριχθούν από το κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό.

Η δημόσια τουριστική εκπαίδευση, πρέπει να έχει στόχο, την εκπαίδευση βασικού προσωπικού σε επίπεδα κυρίως λειτουργικά (operations). Στόχος που είναι εξίσου σημαντικός με αυτόν που υπηρετούν οι Ανώτερες τουριστικές σχολές.

Η καλή λειτουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας, για παράδειγμα, χρειάζεται ένα άψογα εκπαιδευμένο προσωπικό ορόφων, εστιατορίου, μπαρ κτλ. Το προσωπικό αυτό πρέπει να εκπαιδεύεται σε σχολές βασικής εκπαίδευσης με έμφαση τις τεχνικές δεξιότητες (skills). Εκεί λοιπόν ο ρόλος και η συμβολή των ΣΤΕ (Σχολές Τουριστικών Επαγγελμάτων) είναι σημαντικοί παράγοντες.

Παράλληλα, όμως, οι αυξημένες ανάγκες για σωστό μάνατζμεντ απαιτούν εκπαίδευση που να συνδυάζει και να εμπλουτίζει τους μαθητές ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς, της φύσης του εκάστοτε τουριστικού προϊόντος, των νέων τάσεων του διεθνούς πελάτη, του ανταγωνισμού κ.α. Εδώ ακριβώς η ευελιξία στην επιλογή του περιεχομένου της εκπαίδευσης είναι το πλεονέκτημα της ιδιωτικής ανώτερης πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, που εκπαιδεύει στελέχη με επαρκείς γνώσεις στα λειτουργικά θέματα και πλήρεις γνώσεις στο management, στα οικονομικά, την επικοινωνία της ψυχολογίας, την έρευνα, το marketing. Γνώσεις που παρέχονται μέσω ενός Επίσημου Ευρωπαϊκού Πανεπιστημιακού Προγράμματος.

Τα στελέχη αυτά, διαθέτοντας τις κατάλληλες γνώσεις και εφόδια, συμβάλλουν καθοριστικά τόσο στην ποιοτική αναβάθμιση των επιχειρήσεων στις οποίες εργάζονται όσο και στην συνολικότερη αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος στην χώρα μας.

Η δημόσια και ιδιωτική εκπαίδευση πρέπει, βέβαια, να έχουν τον ίδιο στόχο: την υψηλή εκπαίδευση του σπουδαστή και την άμεση απορρόφηση του από την τουριστική αγορά εργασίας.

Στην τουριστική ανώτερη ιδιωτική πανεπιστημιακή εκπαίδευση θα ήταν ίσως σκόπιμο να γινόταν ο ποιοτικός έλεγχος με κρατική παρέμβαση, όμως τον πραγματικό ποιοτικό έλεγχο διενεργεί η ίδια η αγορά! Εκεί βρίσκεται και η ουσία του ανταγωνισμού, ο οποίος πάντα λειτουργεί θετικά. Είναι διεθνώς γνωστό και αποδεδειγμένο, ότι η ιδιωτική Τουριστική Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση βρίσκεται σε συνεχή επαφή με την αγορά, αφουγκράζεται τις ανάγκες και προσαρμόζεται γρήγορα και αποτελεσματικά.

Η ιδιωτική Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση έχει την ευελιξία και τη δυνατότητα να ενισχύσει τα εκπαιδευτικά της προγράμματα με γνωστικά αντικείμενα άμεσης προτεραιότητας και ανάγκης και να συνεργάζεται εποικοδομητικά με τους αρμόδιους φορείς.

Επίσης έχει το προνόμιο να ελέγχεται και να πιστοποιείται συνεχώς έστω και αν πρόκειται για την αλλαγή ενός από τα διδασκόμενα μαθήματα. Είναι πιο ευέλικτη στους νεωτερισμούς και τις καινοτομικές πρωτοβουλίες.

Η ιδιωτική Πανεπιστημιακή Τουριστική Εκπαίδευση, μέσω διεθνών προσανατολισμών μπορεί να εξελιχθεί ως το κέντρο της τουριστικής εκπαίδευσης σε όλα τα επίπεδα. Μπορεί να λειτουργήσει άριστα σαν "φυτώριο" εξειδικευμένου προσωπικού υψηλής ποιότητας. Είναι εμφανές από την Ελληνική εμπειρία ότι το δημόσιο Ελληνικό Πανεπιστήμιο, μέχρι σήμερα, δεν έχει πετύχει τη συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα, δημιουργώντας ένα ευδιάκριτο χάσμα.

- ❖ Η αποτελεσματική και υψηλών προδιαγραφών ιδιωτική πανεπιστημιακή εκπαίδευση στον τουρισμό πρέπει να κινείται στις ακόλουθες βασικές αρχές:
- ❖ Ανταγωνιστικά εκπαιδευτικά Ευρωπαϊκά προγράμματα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της σύγχρονης τουριστικής επιχείρησης με εμπειρίες από όλο το κόσμο και χωρίς να περιορίζονται μόνο στις Ελληνικές εμπειρίες.
- ❖ Εγκαταστάσεις και εξοπλισμό σπουδών που επιτρέπουν στον σπουδαστή να αποκτήσει πρακτικές γνώσεις και δεξιότητες και όχι μόνο θεωρητική γνώση. Επίσης και επαφές με τις σχετικές επιχειρήσεις τις αγορές
- ❖ Διδακτικό προσωπικό που ελέγχεται και ανανεώνεται ταχύτατα όταν δεν ανταποκρίνεται στις αναγκαίες απαιτήσεις υψηλών προδιαγραφών διδασκαλίας με σύγχρονα μέσα, δεν περιορίζονται σε ένα σύγγραμμα και δεν περιορίζεται στην μονόπλευρη ελληνική βιβλιογραφία.
- ❖ Την καλή γνώση και χειρισμό της αγγλικής γλώσσας και τη συμφιλίωση των σπουδαστών με τη συγγραφή εργασιών, και τα 2 πολύ χρήσιμα για την εργασιακή ένταξη του φοιτητή αργότερα
- ❖ Τάξεις με μικρό αριθμό σπουδαστών, έτσι ώστε να μπορεί να καλλιεργηθεί κλίμα συνεργασίας μεταξύ διδασκόντων και φοιτητών

Για μια χώρα όπως η Ελλάδα που επιδιώκει την ταχεία τουριστική ανάπτυξη, ιδίως μετά την έμφαση που έδωσε η κυβέρνηση στη σημασία του τουρισμού το σύστημα τουριστικής εκπαίδευσης πρέπει να αποτελείται από διαφορετικά επίπεδα, τα οποία να επικοινωνούν αλλά και να ανταγωνίζονται μεταξύ τους, ώστε να τροφοδοτούν την ελληνική αγορά με άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό. Πρέπει να συνδυαστεί μια μακροχρόνια πολιτική ανάπτυξης της χώρας με πολιτική στην τουριστική εκπαίδευση.

Πρέπει να λυθούν τα πολλαπλά προβλήματα που έχουν συσσωρευτεί στη δημόσια εκπαίδευση: κτίρια που απωθούν, ελλιπή παρουσία νέων τεχνολογιών στο μάθημα, πολλές φορές έλλειψη σύγχρονης βιβλιογραφίας, δηλαδή ένα σύγγραμμα για κάθε μάθημα, απουσία ουσιαστικού ερευνητικού έργου που θα μπορούσε να δώσει δυναμική στα ιδρύματα.

Αρνητικά λειτουργεί και η «αιώνια» φοίτηση. Οι τέσσερις στους δέκα φοιτητές στα Ελληνικά Πανεπιστήμια έχουν ξεπεράσει τον κανονικό χρόνο ολοκλήρωσης των σπουδών τους. Η ανώτατη Δημόσια Τουριστική Εκπαίδευση θα πρέπει να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις παραπάνω δυσκολίες που αυξάνονται από την συσσώρευση σπουδαστών και την πίεση της αγοράς τουριστικής εργασίας.

Από την άλλη πλευρά και η ιδιωτική εκπαίδευση θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη σημασία σε παράγοντες όπως:

1. Την επιλογή ενός καλού αξιόπιστου Ευρωπαϊκού Προγράμματος Σπουδών
2. Την εγκυρότητα και την πείρα ενός καλού συνεργαζόμενου ξένου Πανεπιστημίου
3. Την σωστή συνεργασία του ξένου ιδρύματος με το Ελληνικό
4. Τον έλεγχο της ποιότητας των προσφερόμενων προγραμμάτων όχι μόνο από τον ανταγωνισμό αλλά και από ειδικούς φορείς με συμμετοχή σχετικών ειδικών φορέων αλλά και του κράτους.

Με αυτές τις προϋποθέσεις, θα μπορούσε να πει κανείς ότι η ιδιωτική εκπαίδευση αποτελεί συμπλήρωμα της δημόσιας τουριστικής εκπαίδευσης και οι δυο μαζί αποτελούν αναγκαία προϋπόθεση της σωστής και αποτελεσματικής τουριστικής πολιτικής της χώρας.

3.4. Εκπαίδευση και Κατάρτιση



Τα ξενοδοχεία όπως όλες γενικά οι επιχειρήσεις έχουν αλλάξει μορφή. Παλιά η δουλειά μάθαιναν από τον πατέρα στο γιό ή δίπλα στο μάστορα. Αυτή ήταν μία άτυπη εκπαίδευση. Τα ξενοδοχεία άλλαξαν μορφή. Ο δε τρόπος εξυπηρέτησης επίσης διαφοροποιείται. Η μεγάλη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μας επέβαλε νέες μορφές φιλοξενίας. Το ξενοδοχείο, με τις πολυσύνθετες προσφερόμενες υπηρεσίες λειτουργεί πλέον σαν μία βιομηχανία. Η νέα αυτή βάση προσφοράς υπηρεσίας απαιτεί και την ύπαρξη κατάλληλου προσωπικού διοικητικού και εργατικού που θα πλαισιώσουν τα ξενοδοχεία. Το προσωπικό το οποίο ήταν κατάλληλο για τα μικρά παραδοσιακά και οικογενειακά ξενοδοχεία, δεν είναι σε θέση ν' ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των μεγάλων, σύγχρονων και πολυσύνθετων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Η οργάνωση των μεγάλων αυτών ξενοδοχείων απαιτεί προσωπικό με εξειδικευμένες γνώσεις.

Υπάρχουν νέα αντικείμενα στις απαιτούμενες γνώσεις: ξένες γλώσσες, κοστολόγιο, προγραμματισμός, προϋπολογισμός, μάρκετινγκ, δημόσιες σχέσεις, προβολή και διαφήμιση, ηλεκτρονικός υπολογιστής κ.λ.π. Κρίθηκε λοιπόν αναγκαία η δημιουργία κατάλληλων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τη μόρφωση ή ακόμη και την επιμόρφωση του ανώτερου και κατώτερου προσωπικού. Και πραγματικά δημιουργήθηκαν πάρα πολλά προγράμματα τα οποία βοηθούν όλους τους εργαζομένους στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ν' αποκτήσουν όλες αυτές τις απαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες.

Ας δώσουμε τώρα τον ορισμό της εκπαίδευσης. Εκπαίδευση λέμε την οργανωμένη διαδικασία σύμφωνα με την οποία οι άνθρωποι αποκτούν γνώσεις και επιδεξιότητες για ένα ορισμένο σκοπό.

Η εκπαίδευση λοιπόν βοηθά τα άτομα που εκπαιδεύονται ν' αποκτήσουν και να βελτιώσουν τις ικανότητες τους, ν' αναπτυχθούν πνευματικά και τέλος ν' αποκτήσουν τέτοιες γνώσεις, οι οποίες θα τους βοηθήσουν στη λύση όποιων προβλημάτων παρουσιαστούν.

Η εκπαίδευση κατά κανόνα ασχολείται με τρία επίπεδα μόρφωσης και αλλαγής στον άνθρωπο.

- Την απόκτηση γνώσεων.
- Τις ανθρώπινες σχέσεις και,
- Τις τεχνικές ικανότητες.

Η ικανότητα για την απόκτηση γνώσεων είναι αυτή που έχει σχέση με τις ιδέες και γνώσεις που διδάσκονται στα σχολεία. (Δημοτικά - Γυμνάσια - Λύκεια - Πανεπιστήμια). Όλες αυτές οι γνώσεις είναι αφηρημένες .

Η ικανότητα που πρέπει να έχει κάποιος για να επηρεάζει τα αισθήματα τόσο τα δικά του όσο και των άλλων, παίζει σημαντικό ρόλο κυρίως στη σχέση ανάμεσα στον πελάτη και στον υπάλληλο αλλά και στην τεταμένη ατμόσφαιρα που υπάρχει στην υψηλή περίοδο σ' ένα γεμάτο ξενοδοχείο. Οι τεχνικές ικανότητες σχετίζονται με τη λειτουργία των επαναλαμβανόμενων ενεργειών σε μία δουλειά όπως είναι για ένα ξενοδοχείο το τμήμα υποδοχής. Εδώ φαίνεται καθαρά η σημασία των ανθρωπίνων ικανοτήτων. Στη διοίκηση οι αποκτώμενες γνώσεις και ικανότητες για τη λήψη αποφάσεων αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις κατανόησαν ότι μόνο η εκπαίδευση μπορεί να παρέχει τις ευκαιρίες εκείνες οι οποίες συμβάλουν στη διεύρυνση της προσωπικότητας και του διοικητικού και του απλού εργάτη και την προσαρμογή του στην εργασία.

Οι ξενοδοχειακές και επισιτιστικές επιχειρήσεις απαιτούν σήμερα ειδικευμένα άτομα σ' όλα ανεξαρτήτων τα τμήματα της λειτουργίας του. Μόνο τα ειδικά εκπαιδευμένα άτομα αντιμετωπίζουν καλύτερα και δίνουν λύσεις στα παρουσιαζόμενα προβλήματα κατά τη διάρκεια της εργασίας τους.

«Καθώς αναγνωρίζεται σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό, ότι η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση τείνει να αυξάνει την παραγωγικότητα των εργαζομένων, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πολύ γρήγορη εξάπλωση της εκπαίδευσης και κατάρτισης σε τουριστικά επαγγέλματα στις περισσότερες χώρες..

Αυτό είναι εν μέρει αποτέλεσμα και της διστακτικότητας της εργοδοσίας να προσλάβει άτομα με τουριστικές σπουδές και της αρκετά έντονης ακόμη προτίμησης προς τους εμπειροτέχνες.

Συνδέεται όμως σαφώς και με την πολύ μεγάλη ποικιλία και ανομοιογένεια προγραμμάτων σπουδών και το συγκριτικά χαμηλό επίπεδο σπουδών που επιτυγχάνεται σε πολλές περιπτώσεις. Η απόκτηση των αναγκαίων προσόντων δηλ. των βασικών γνώσεων που απαιτούνται, ανάλογα με το επάγγελμα ή την ειδικότητα, τεχνικών γνώσεων όπως οι ξένες γλώσσες και ο χειρισμός ηλ. υπολογιστών και των ιδιοτήτων συμπεριφοράς όπως λ.χ. η ευγενική και φιλική συμπεριφορά, η ικανότητα χειρισμού αντιπαραθέσεων, η ευελιξία, το πνεύμα ομαδικής εργασίας, η ικανότητα ανάπτυξης πρωτοβουλιών, κλπ.. θεωρείται ότι στις περισσότερες περιπτώσεις επιτυγχάνεται καλύτερα μέσω ενός συνδυασμού σχολικής εκπαίδευσης και πρακτικής εξάσκησης. Η συμβολή του σχολείου κρίνεται γενικά περιορισμένη σε θέματα της τρίτης από τις κατηγορίες προσόντων που μόλις αναφέρθηκαν ενώ είναι πολύ σημαντική από την άποψη των ξένων γλωσσών, της ικανότητας διατύπωσης και της γνώσης των διοικητικών διαδικασιών. Η πρακτική εξάσκηση θεωρείται ότι μπορεί να συμβάλει σε πολύ σημαντικό βαθμό ως προς όλα τα προσόντα, με εξαίρεση τις ξένες γλώσσες, την ικανότητα διατύπωσης και τη γνώση ηλ. υπολογιστών.

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται μια πρώτη εκτίμηση του μεγέθους και της σύνθεσης της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα κατά επάγγελμα ή ειδικότητα για το 2002, που έχει προκύψει από συνδυασμό στατιστικών πηγών . Από το σύνολο των 250 περίπου χιλ. απασχολούμενων σύμφωνα με τον Πίνακα αυτόν, υπολογίζεται, με βάση και τα δεδομένα της διεθνούς εμπειρίας ότι το ένα τρίτο περίπου εκτελούν καθήκοντα που προϋποθέτουν σημαντική εξειδίκευση. Τα υπόλοιπα δυο τρίτα σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό εκτελούν σχετικά απλούστερα καθήκοντα, η εκμάθηση των οποίων μπορεί να συντελείτε εμπειρικά και κατά την άσκηση τους χωρίς να απαιτείται συστηματική εκπαίδευση ή κατάρτιση σημαντικής διάρκειας.

Συνολική Απασχόληση κατά ειδικότητα ή επάγγελμα στον τουρισμό 2002			
Ειδικότητα ή επάγγελμα	Άτομα	Σύνθεση	
		%	Αθριστ.
Σερβιτόροι	41.656	16,62	16,62
Ιδιοκτήτες-διαχειριστές ενοικιαζομένων δωματίων	40.000	15,96	32,58
Καμαριέρες	25.896	10,33	42,91
Εστιάτορες και υπάλληλοι εστιατορίων και μπαρ	23.000	9,18	52,09
Receptionist και βοηθοί	19.222	7,67	59,75
Υπάλληλοι ταξιδιωτικών γραφείων	18.568	7,41	67,16
Μάγειροι	18.076	7,21	74,37
Βοηθητικό προσωπικό καταστημάτων εστίασης	9.000	3,59	77,96
Καταστηματαρχες τουριστικών ενθυμίων	7.043	2,81	80,77
Λοιποί ξενοδοχειακοί υπάλληλοι	4.789	1,91	82,69
Ξενοδόχοι- επιχειρηματίες λοιπών κατηγοριών ξενοδοχείων (πλην ΑΑ και Α)	4.298	1,71	84,40
Λογιστές και βοηθοί λογιστές	4.181	1,67	86,07
Υπάλληλοι καταστημάτων ενθυμίων και πωλητές	4.173	1,66	87,73
Τεχνικοί και εργάτες συντήρησης	3.887	1,55	89,28
Ταξιδιωτικοί συνοδοί, φροντιστές και ξεναγοί	3.632	1,45	90,73
Ταξιδιωτικοί πράκτορες-επιχειρηματίες	3.200	1,28	92,01
Λάντζα	2.851	1,14	93,15
Γκρουμ	2.762	1,10	94,25
Καθαριστές	2.015	0,80	95,05
Μαιτρ – σου μαιτρ	1.974	0,79	95,84
Διευθυντικά στελέχη ξενοδοχείων ΑΑ και Α κατηγορίας	1.927	0,77	96,61
Υπάλληλοι γραφείου και γραμματείς	1.627	0,65	97,26
Προϊστ. Ορόφων και βοηθοί	1.328	0,53	97,79
Πωλητές	1.221	0,49	98,27
Προϊστ. Υποδοχής και βοηθοί	888	0,35	98,63
Πλύντες	645	0,26	98,89
Ζαχαροπλάστες	619	0,25	99,13
Προϊστ. Εστίασης και βοηθοί	593	0,24	99,37
Τηλεφωνητές	590	0,24	99,61
Σεφ – σου σεφ	531	0,21	99,82
Προϊστ. Συντήρησης	461	0,18	100,00
Σύνολο	250.653	100,00	

Στη μελέτη παρουσιάζονται εκτιμήσεις για τους αναγκαίους αριθμούς θέσεων στο σύστημα τουριστικής εκπαίδευσης ή κατάρτισης και αποφοίτων από το σύστημα αυτό συνολικά και χωριστά για τις κυριότερες ειδικότητες, έτσι ώστε σταδιακά έως και το 2015 να καταστεί δυνατή η αύξηση της προσφοράς εκπαιδευμένων ατόμων σε επίπεδα που να ικανοποιούν τη συνολική ζήτηση για εξειδικευμένα στελέχη στον τουριστικό τομέα.

Οι απαιτούμενες θέσεις σύμφωνα με τους υπολογισμούς αυτούς είναι υπερδιπλάσιες από εκείνες που διαθέτει το σύστημα στην παρούσα φάση. Καθώς όμως από την άλλη μεριά η ζήτηση εκπαιδευμένων στελεχών υπολείπεται κατά πολύ των δυνατοτήτων της προσφοράς από το υφιστάμενο σύστημα στη φάση αυτή δεν κρίνεται αναγκαία ή σκόπιμη η περαιτέρω σημαντική αύξηση της χωρητικότητας του συστήματος. Ύστερα από μια περίοδο γρήγορης ποσοτικής επέκτασης, βασικό ζητούμενο για το προσεχές μέλλον είναι η βελτίωση της ποιότητας και η καλύτερη προσαρμογή των εκροών του συστήματος στις ανάγκες του τουριστικού τομέα.

Είναι ανάγκη να καταβληθεί μια συνολική προσπάθεια σε όλες τις βαθμίδες τουριστικής εκπαίδευσης για αναθεώρηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης του σκέλους της πρακτικής εξάσκησης τόσο με την έννοια του εκπαιδευτικού χρόνου που αφιερώνεται σ' αυτήν σε σύγκριση με τη θεωρητική διδασκαλία όσο και με την έννοια της ποιότητας της. Είναι επίσης ανάγκη το σκέλος της πρακτικής εξάσκησης να μην αποτελεί απλή προϋπόθεση για τη συμμετοχή στις εξετάσεις και την απόκτηση του τίτλου αλλά να καταστεί οργανικό τμήμα του μηχανισμού των εξετάσεων, με τη θέσπιση των κατάλληλων δοκιμασιών, που θα έχουν σκοπό να μετρήσουν τα αποτελέσματα της.

Η πολιτεία παρέχει δωρεάν παιδεία ακόμη και σε άτομα που σπουδάζουν στα ΑΕΙ, παρά την μεγάλη υπεροχή της ζήτησης για τέτοιου είδους σπουδές σε σχέση με την προσφορά. Προκειμένου όμως για την επαγγελματική κατάρτιση η σημασία της οποίας για την παραγωγικότητα είναι άμεση και για την οποία η ζήτηση από την πλευρά των υποψηφίων δεν είναι τόσο έντονη χρεώνονται δίδακτρα ακόμη και στα δημόσια ιδρύματα. Σε καλά σχεδιασμένα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης πρέπει να δίνεται προτεραιότητα και η ανάλογη οικονομική μεταχείριση των σπουδαστών τους.» (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών Και Προβλέψεων, Αθήνα, 26 Μαΐου 2004).

3.5. Αξιολόγηση Προσωπικού

3.5.1. Αξιολόγηση Απόδοσης Προσωπικού

Όλες οι επιχειρήσεις στην ελεύθερη οικονομία έχουν θέσει σαν στόχο τους την επιδίωξη κερδών. Η επίτευξη των στόχων της επιχείρησης πραγματοποιείται κατά κάποιο τρόπο με την απόδοση του προσωπικού της επιχείρησης. Δηλαδή όσο μεγαλύτερη είναι η απόδοση των εργαζομένων τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να πραγματοποιηθούν οι προκαθορισμένοι στόχοι.

Είναι λοιπόν αναγκαίο να καθορίζουμε το βαθμό απόδοσης κάθε υπαλλήλου όχι για να επιρρίψουμε ευθύνες στους υπαλλήλους αλλά για να βελτιώσουμε την παραγωγικότητα τους.

Με την αξιολόγηση των εργαζομένων η επιχείρηση καθώς και οι εργαζόμενοι ωφελούνται.

Εξετάζονται διάφορα προβλήματα που προέκυψαν από διάφορους εξωπηρεσιακούς παράγοντες.

Η αξιολόγηση ακόμη πραγματοποιείται και τα μέτρα που λαμβάνονται για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών.

Αξιολόγηση λοιπόν θα λέμε την κατά τακτικά διαστήματα εκτίμηση του εργαζομένου όσον αφορά την απόδοση εργασίας σε σχέση με τις απαιτήσεις αυτής της ίδιας της εργασίας.

Κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση χρησιμοποιεί κάποιο σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης των εργαζομένων. Η καλύτερη μέθοδος είναι αυτή που εξασφαλίζει τη μικρότερη επιπλοκή και τη μεγαλύτερη δυνατή αντικειμενικότητα. Επίσης πρέπει κατά την αξιολόγηση να ληφθεί υπόψη και το διάστημα της αξιολόγησης του συστήματος.

Τέλος το σύστημα που θα υιοθετήσουμε για να είναι αποτελεσματικό, πρέπει να γίνει αποδεκτό από το σύνολο των εργαζομένων. Επίσης πριν καταλήξουμε σε κάποιο σύστημα αξιολόγησης θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας και το μέγεθος της επιχείρησης. Στο μικρό ξενοδοχείο οι σχέσεις μεταξύ των προϊσταμένων και των υφισταμένων είναι φιλικές και πιο ζεστές και ένα σύστημα αξιολόγησης θα επηρέαζε τις υγιείς μεταξύ τους σχέσεις.

Όσο απλό ή ακόμη και περίπλοκο αν είναι το σύστημα αξιολόγησης που πρόκειται να υιοθετηθεί, είναι ανάγκη να εκπληρώνει τις παρακάτω λειτουργίες:

1. Να είναι τελείως αντικειμενικό και η βαθμολόγηση να είναι διαφανής.
2. Να προσδιορίζει ακριβώς τα αποτελέσματα σε σχέση με τους προκαθορισμένους στόχους.
3. Να υποδεικνύει ακριβώς τις βελτιώσεις που χρειάζονται να γίνονται για κάθε περίπτωση.
4. Να υποδεικνύει επίσης πιο είναι το πιο κατάλληλο σύστημα εκπαίδευσης.
5. Να περιέχει ευκρινώς το μέτρο που θα προσδιορίζει την αμοιβή του αξιολογούμενου.

6.Τέλος δε, πρέπει να υποδεικνύει τον τρόπο που θα αξιολογείται ο κάθε υποψήφιος για να τύχει προαγωγής.

3.5.2. Τα οφέλη των Εργαζομένων από την Αξιολόγηση της απόδοσής τους

Όπως προαναφέραμε οποιοδήποτε σύστημα αξιολόγησης των εργαζομένων έχει καθοριστεί από την επιχείρηση και το έχουν αποδεχτεί οι εργαζόμενοι, δεν μπορεί παρά να αποκομίσει οφέλη τόσο στην επιχείρηση όσο και στους εργαζομένους. Είναι ανάγκη, να καταλάβουν οι εργαζόμενοι ότι από ένα σύστημα αξιολόγησης θα ωφεληθούν σημαντικά. Θα τους ωφελήσει και άμεσα στην εργασία τους και μελλοντικά στην καριέρα τους. Ακόμα πρέπει να καταλάβουν ότι οι προϊστάμενοι τους θα τους αξιολογήσουν αντικειμενικά, θα τους αναλύσουν την απόδοση τους έναντι των προσδοκώμενων στόχων και θα τους γνωστοποιήσουν τη δυνατότητα τους για μελλοντική εξέλιξη.

Κατά την αξιολόγηση πρέπει να βρεθεί και η επιθυμία του υπαλλήλου. Πρέπει να βρεθεί ποια είναι η φιλοδοξία του και ο στόχος του. Έτσι αν θα ικανοποιηθούν αυτοί οι στόχοι, η εταιρεία θα ωφεληθεί. Ο μεν εργαζόμενος θα ικανοποιήσει το εγώ του, η ψυχική του διάθεση θα είναι σε υψηλό βαθμό και κατά συνέπεια, θα ανεβάσει την απόδοση του. Η δε εταιρεία θα εμπεδώσει το κύρος της. Θα εξακολουθεί να έχει υγιείς σχέσεις η διοίκηση με τους υπαλλήλους με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών της.

Μετά την αξιολόγηση οι εργαζόμενοι θα ωφεληθούν ακόμη και μέσα στην ομάδα εργασίας που εργάζονται διότι θα προβληθούν οι ικανότητες τους μαζί με δεξιότητες τους. Αφού λοιπόν μάθουν τα αδύνατα σημεία τους και αναλυθούν, είναι πολύ πιθανόν και σχεδόν βέβαιο, για τους καλούς υπαλλήλους, ότι θα βελτιωθούν πολύ πάνω στην ανατεθείσα σ' αυτούς εργασία.

Τέλος δε, θα διαπιστώσουν αν είναι δυνατόν να γίνει γρήγορα ή αργότερα η προαγωγή τους. Η προαγωγή πρέπει να γίνεται στους καλούς υπαλλήλους της εταιρείας και σε ευνοϊκά διαστήματα διότι αν η φιλοδοξία ή η προσδοκία τους παρεμποδίζεται τότε είτε συνειδητά είτε ασυνείδητα γίνονται αρνητικοί και κατά συνέπεια θα ενεργούν εναντίον των συμφερόντων της επιχείρησης.

3.6. Η συμβολή της τουριστικής εκπαίδευσης στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς

Εξαιτίας των υφισταμένων αδυναμιών του απασχολούμενου στον τουρισμό ανθρώπινου δυναμικού λόγω έλλειψης επαρκών γνώσεων, κρίθηκε αναγκαία η δημιουργία σύγχρονων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την κατάλληλη μόρφωση και επιμόρφωση του προσωπικού και των στελεχών των τουριστικών επιχειρήσεων προς απόκτηση των απαιτούμενων εξειδικευμένων επιστημονικών γνώσεων και επαγγελματικών δεξιοτήτων.

Έγινε επιτέλους κατανοητό στις πολιτικές εξουσίες των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών ότι οσοδήποτε σύγχρονες τουριστικές μονάδες και αν δημιουργηθούν, θα αποτύχουν οι διοικήσεις τους στην προσπάθεια τους να αναβαθμίσουν ποιοτικά τις παρεχόμενες στην πελατεία τους τουριστικές υπηρεσίες, αν δεν διαθέτουν το κατάλληλα εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό για να τις παράγει στο επιθυμητό ποιοτικό επίπεδο. Με άλλα λόγια, συνειδητοποιήθηκε από τους κρατούντες ότι η παραγωγή και προσφορά υψηλής στάθμης τουριστικών υπηρεσιών προϋποθέτει απαραίτητα καλά επιστημονικά εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό. Αυτό, όμως, προϋποθέτει πάλι την ύπαρξη μιας καλά οργανωμένης τουριστικής εκπαίδευσης στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού συστήματος των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Τα ερωτήματα που φυσιολογικά γεννιούνται είναι αν και κατά πόσο η τουριστική εκπαίδευση:

- ✓ Μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των καιρών;
- ✓ Μπορεί να βασιστεί σε αυτήν η τουριστική βιομηχανία για την εκπαίδευση και κατάρτιση του αναγκαίου ανθρώπινου δυναμικού για την στελέχωση και "επάνδρωση", με την ευρύτερη έννοια του όρου, των τουριστικών επιχειρήσεων;
- ✓ Σε τι υπερτερεί και σε τι υστερεί αυτή συγκριτικά με αυτήν άλλων χωρών;
- ✓ Ποιες παρεμβάσεις πρέπει να γίνουν εκ μέρους των πολιτικών εξουσιών τους ώστε να ξεπεραστούν ενδεχόμενες αδυναμίες της και να καταστεί αυτή αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη;
- ✓ Ποιος πρέπει να είναι ο φορέας της;

Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι οι προσπάθειες τόσο της ποιοτικής βελτίωσης όσο και της ποσοτικής αύξησης των παραγομένων και προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών σε ξένους και ντόπιους τουρίστες, είναι προκαταβολικά καταδικασμένες να αποτύχουν, αν δεν υπάρχει σε επάρκεια το κατάλληλα επιστημονικά εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό για να στελεχώσει και "επανδρώσει" τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Η σπουδαιότητα, κατά συνέπεια, της τουριστικής εκπαίδευσης και η συμβολή της στην παραγωγή και διάθεση υψηλής στάθμης τουριστικών υπηρεσιών θα εξαρτηθεί από τα εξής:

- ✓ Από τη φύση και το περιεχόμενο της τουριστικής εκπαίδευσης, καθώς επίσης από τον τρόπο με τον οποίο θα παρέχεται αυτή, θα εκπαιδεύεται, καταρτίζεται και εξειδικεύεται το ανθρώπινο δυναμικό εκείνο, που θα στελεχώνει και "επανδρώνει" τις τουριστικές βιομηχανίες στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Όσο πιο υψηλότερο είναι το επίπεδο της παρεχομένης τουριστικής εκπαίδευσης τόσο πιο θετικά θα είναι τα αποτελέσματα της.
- ✓ Από την ποιοτική αναβάθμιση της παρεχομένης τουριστικής εκπαίδευσης θα εξαρτηθεί η αποφασιστική συμβολή της στην καλύτερη εκπαίδευση, κατάρτιση και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού που θα στελεχώνει και "επανδρώνει" τις τουριστικές επιχειρήσεις, κατ' επέκταση δε και στην ποιοτική αναβάθμιση των παραγομένων και προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών, εξαιτίας δε αυτής και σε μια αύξηση της ζήτησης τους εκ μέρους των ξένων και ντόπιων τουριστών.
- ✓ Από τον εκσυγχρονισμό και την ορθολογιστική οργάνωση της τουριστικής εκπαίδευσης θα εξαρτηθεί η εκπαίδευση, κατάρτιση και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού που έχει ανάγκη η τουριστική βιομηχανία και που θα τη βοηθήσουν να ανταποκριθεί και στις πλέον σύνθετες απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης από οπουδήποτε και αν αυτή προέρχεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

Επιχειρηματικότητα και Τουριστική Εκπαίδευση

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να καταλάβουμε τις ανάγκες και τις προοπτικές της τουριστικής εκπαίδευσης. Θα ξεκινήσουμε με μία πολύ σύντομη και επιγραμματική αναφορά στους στόχους της Τουριστικής Εκπαίδευσης μέχρι σήμερα. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι με εξαίρεση την Πανεπιστημιακή εκπαίδευση, κυρίαρχοι στόχοι της Τουριστικής Εκπαίδευσης σε όλες τις άλλες βαθμίδες είναι η ανάπτυξη επαγγελματικών δεξιοτήτων στον Τουριστικό τομέα και η απόκτηση γνώσεων σχετικά με το Τουριστικό φαινόμενο.

Όμως δεν αγγίζονται συστηματικά δύο βασικά αντικείμενα.

1. Το πρώτο είναι **η αναζήτηση εργασίας** και
2. Το δεύτερο είναι **η ανάπτυξη επιχειρηματικότητας**.

Σε ότι αφορά το πρώτο θα πρέπει να ξεκαθαρίσουμε τι εννοούμε λέγοντας *αναζήτηση εργασίας*.

Αναζήτηση εργασίας δεν είναι μόνο η γνώση σύνταξης ενός βιογραφικού σημειώματος και η έρευνα εργασίας μέσω των γραφείων διασύνδεσης αλλά **ένα πλέγμα γνώσεων, μεθόδων και στρατηγικών αναζήτησης θέσεων εργασίας και η κατάλληλη προβολή των προσόντων και των ικανοτήτων**.

Συγκεκριμένα η σύνταξη διαφόρων μορφών βιογραφικού, η πολυμορφική αναζήτηση εργασίας, η σωστή προβολή των προσόντων κατά την διάρκεια της συνέντευξης, η προσέγγιση των κατάλληλων ανθρώπων κ.ά.

Σε ότι αφορά το δεύτερο αντικείμενό μας, αυτό δηλαδή της *ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας*, οι εκπαιδευτικές ανάγκες είναι ακόμη συνθετότερες.

Στο σημείο αυτό είναι απαραίτητο να επισημάνουμε ότι με τον όρο αυτό δεν αναφερόμαστε τόσο στις μεθόδους οργάνωσης και λειτουργίας μικρών ή μεσαίων επιχειρήσεων όσο **στην απόκτηση θετικής στάσης απέναντι στην λήψη απόφασης για δράση (επιχειρώ) και στην ανάπτυξη όλων εκείνων των απαραίτητων κοινωνικών δεξιοτήτων (soft skills) για την πραγματοποίηση αυτής της δράσης**.

Με βάση τα παραπάνω η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας προϋποθέτει καταρχήν κοινωνικές δεξιότητες όπως η διαπραγμάτευση (παροχές), η επικοινωνία (κατανόηση εξωλεκτικών σημάτων-γλώσσα σώματος, φωνολογικό ύφος), η συνεργατικότητα ή ικανότητα συνεργασίας (με συνεργάτες, πελάτες κ.α), η ικανότητα λήψης απόφασης κάτω από συνθήκες πίεσης, η ανάπτυξη πρωτοβουλιών (διαπίστωση προβλήματος και πρόταση λύσης του) κ.ά.

Επιπλέον προϋποθέτει δεξιότητες λύσης προβλημάτων στο χώρο εργασίας (δημιουργία και ανάπτυξη ενός σχεδίου δράσης project).

Η ανάπτυξη όλων αυτών των δεξιοτήτων δεν μπορεί να γίνει μέσα από την είσοδο ενός νέου ή κάποιων νέων μαθημάτων αλλά με την αλλαγή των τρόπων διδασκαλίας.

Συγκεκριμένα η ανάπτυξη των κοινωνικών δεξιοτήτων μπορεί να γίνει με την υιοθέτηση της ομαδοσυνεργατικής μεθόδου εκπαίδευσης στα περισσότερα από τα μαθήματα, σε συνδυασμό με την υιοθέτηση της στρατηγικής της συμβουλευτικής στην διδασκαλία.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τα νέα αντικείμενα που θεωρούμε ότι είναι απαραίτητα σε όλες τις βαθμίδες της Τουριστικής Εκπαίδευσης δεν είναι νέα γνωστικά αντικείμενα ή επέκταση των ήδη υπάρχοντων αλλά οι κοινωνικές δεξιότητες που θα βοηθήσουν τους εκπαιδευόμενους στην αναζήτηση εργασίας και στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Αυτές μπορούν να «διδασθούν» μέσα από νέες στρατηγικές διδασκαλίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η Τουριστική Εκπαίδευση και το Άγος του Ελληνικού Εκπαιδευτικού Συστήματος

Το θέμα της τουριστικής εκπαίδευσης παραμένει πάντα επίκαιρο. Σε όλες τις αναλύσεις, προτάσεις, σχέδια και προγράμματα για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας, η τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση αναφέρεται ως ένας από τους κύριους συντελεστές αναβάθμισης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, δηλαδή βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής μας οικονομίας (βλ. λ.χ. ΣΕΤΕ: Απαραίτητος ο σχεδιασμός του μέλλοντος με σύγχρονα εργαλεία μάρκετινγκ, TDN, Δευτέρα, 22 Μαΐου 2006, και ΣΕΤΕ: Η πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος, TDN, Παρασκευή, 17 Φεβρουαρίου 2006). Στο Travel Daily News έχουν αναφερθεί εκτενώς στην κατάσταση στο σύστημα της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης στη χώρα μας, ιδίως στην τριτοβάθμια, και ο αναγνώστης παραπέμπεται εκεί

- http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=827&permanent_id=2
- <http://www.kpad.gr/text/thesis/tour2.htm>.

Είναι παραδεκτό ότι όταν το σύνολο ενός θεσμού, όπως είναι η εκπαίδευση, δε λειτουργεί ικανοποιητικά, για να χρησιμοποιήσουμε ένα σχήμα λιτότητας, τότε πάσχουν και τα υπόλοιπα στοιχεία του. Εν προκειμένω, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για αποτελεσματική τουριστική εκπαίδευση όταν το όλο εκπαιδευτικό σύστημα αντιμετωπίζει δομικά προβλήματα. « Ένας κούκος δεν φέρνει την άνοιξη ».

Είναι γνωστό ότι τουριστική εκπαίδευση, σε τριτοβάθμιο, προπτυχιακό επίπεδο παρέχεται μόνον από τα Τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων σε 7-8 Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και από δυο Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης στη Ρόδο και τον Άγιο Νικόλαο στην Κρήτη. Εδώ και αρκετά χρόνια, από πολλούς φορείς, τόσο επαγγελματικούς όσο και τοπικούς, καταβάλλεται προσπάθεια ίδρυσης πανεπιστημιακών τμημάτων τουριστικής εκπαίδευσης και εφόσον πρόκειται για τοπικούς φορείς αυτό είναι κατανοητό. Προσπαθούν να ενισχύσουν την τοπική οικονομία και κοινωνία με τονωτικές ενέσεις που πληρώνονται από τον απύθμενο κρατικό κορβανά.

Στο κάτω-κάτω, μένει μόνο η Άνω Ραχούλα, παραπονεμένη γιατί οι τοπικοί άρχοντες και εκπρόσωποί τους δεν κατόρθωσαν μέχρι τώρα να φέρουν το Πανεπιστήμιο (κατά προτίμηση) ή το ΤΕΙ στον τόπο τους. Αυτό, όπως προαναφέραμε, είναι κατανοητό, αν και απαράδεκτο, και δείχνει την παθογένεια του Ελληνικού πολιτικού συστήματος και την ανευθυνότητα των αρχόντων μας, που φέρνει στο νου τη ρήση «το ψάρι βρωμάει από το κεφάλι».

Αυτό όμως που δεν είναι κατανοητό, είναι οι έμμονες ιδέες ορισμένων ηγετικών προσώπων του τουριστικού κυκλώματος να επαναλαμβάνουν συνεχώς και κατά κόρον, την ανάγκη ίδρυσης πανεπιστημιακών τμημάτων τουριστικής εκπαίδευσης. Το επιχείρημά τους είναι ότι δεν επιτρέπεται μια τουριστική χώρα να στερείται τουριστικής εκπαίδευσης ανώτατου επιπέδου, τη στιγμή που ο τουρισμός είναι ο σημαντικότερος παραγωγικός κλάδος της οικονομίας. Στα παρακάτω, θα επιχειρηματολογήσουμε κατά της παραπάνω αντίληψης, επισημαίνοντας, εκ των προτέρων, ότι η ίδρυση τέτοιων πανεπιστημιακών τμημάτων δεν είναι ούτε ικανή ούτε αναγκαία προϋπόθεση για την προαγωγή του Ελληνικού τουρισμού, ιδίως αν λάβουμε υπόψη την πανθομολογούμενη οικτρή κατάσταση που επικρατεί, λίγο ή περισσότερο, σε όλα τα πανεπιστήμια της χώρας μας

Κατ' αρχή, ένας εξίσου σημαντικός με τον τουρισμό κλάδος, ίσως σημαντικότερος, γιατί αναπτύχθηκε αυτόνομα, χωρίς επιδοτήσεις και πάσης μορφής κρατικές ενισχύσεις, είναι αυτός της εμπορικής μας ναυτιλίας. Είναι γνωστό ότι η ναυτική μας εκπαίδευση, όσον αφορά τα πληρώματα των εμπορικών πλοίων, δεν παρέχεται μέχρι στιγμής από πανεπιστημιακά ιδρύματα. Τι σημαίνει λοιπόν αυτό; Ότι η εμπορική μας ναυτιλία, δεν είναι ανταγωνιστική; Αντίθετα, ο υπό Ελληνική ιδιοκτησία στόλος είναι πρώτος στον κόσμο, προσφέροντας στην εθνική μας οικονομία πολύτιμες υπηρεσίες και πόρους. Είναι γνωστό, ότι πέρσι το ναυτιλιακό συνάλλαγμα υπερέβη αυτό των τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων. Αντίθετα, το γεγονός ότι υπάρχουν πολλά πανεπιστημιακά τμήματα γεωπονίας και ολόκληρο γεωργικό πανεπιστήμιο δεν έφερε την άνοιξη στη πολύπαθη και κατά βάση μη ανταγωνιστική γεωργία μας.

Και μια που επαναλαμβάνεται κατά κόρον ότι ως τουριστική χώρα χρειαζόμαστε τουριστική εκπαίδευση πανεπιστημιακού επιπέδου θα αναφέρουμε το παράδειγμα της Κύπρου, που ενώ διαθέτει ένα πολύ καλό Πανεπιστήμιο, και, αναλογικά, ο τουρισμός της είναι σημαντικότερος για την Κυπριακή οικονομία από ότι ο αντίστοιχος για την Ελληνική οικονομία, και σε όρους συμμετοχής στο σχηματισμό του ΑΕΠ και απασχόλησης, εν τούτοις δε διαθέτει πανεπιστημιακό τμήμα τουριστικής εκπαίδευσης.

Αντίθετα η Κύπρος, που είναι γνωστή για το επιχειρηματικό πνεύμα και την ανταγωνιστικότητα, διαθέτει ιδιωτικά, κερδοσκοπικά κολλέγια πανεπιστημιακού επιπέδου και κύρους.

Η όλη επιχειρηματολογία για την ίδρυση πανεπιστημιακών τμημάτων, εκτός του ότι πάσχει λογικά, όπως αποδείχτηκε, συνοπτικά, παραπάνω, υποκρύπτει ένα εκπαιδευτικό ρατσισμό, όπως έχει τονιστεί σε προηγούμενα δημοσιεύματα στο TDN, με τίτλο: Προτάσεις για την αναμόρφωση της τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα, υποτιμώντας τα ΤΕΙ και το ρόλο τους στην ανώτατη εκπαίδευση. Εκτός από τον εκπαιδευτικό ρατσισμό, υποκρύπτονται, σαφώς, επενδυμένα συμφέροντα διαφόρων προσώπων και κύκλων που θέλουν να βολέψουν διάφορες καταστάσεις, όπως είναι το σύνθημα στην γνωστή για την έλλειψη διαφάνειας και ευθυκρισίας Ελληνική κοινωνία.

Ναι στα πανεπιστημιακά τμήματα τουριστικής κατεύθυνσης, μόνον υπό την προϋπόθεση να σταματήσει η απαράδεκτη τακτική εκ μέρους της πολιτείας που διαχωρίζει τα «πρόβατα» από τα «ερίφια». Εδώ και τώρα αναβάθμιση των ιδρυμάτων όχι στα χαρτιά (τα ΤΕΙ βάσει του νόμου χαρακτηρίζονται ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα) αλλά στην πράξη, με τα ακόλουθα προτεινόμενα μέτρα:

1. Αλλαγή του ονόματος των ΤΕΙ σε τεχνολογικά πανεπιστήμια, κατ' ανάλογο τρόπο όπως έγινε με τα Polytechnics στο Ηνωμένο Βασίλειο ή τουλάχιστον, όπως συνέβη λ.χ. στην Ολλανδία με τα Hogeschools, που διεθνώς αποκαλούνται Universities of Professional Education και τα Fachhochschulen της Γερμανίας που ο διεθνής τίτλος τους είναι τώρα Universities of Applied Sciences.
2. Δικαίωμα αυθύπαρκτων, χωρίς πατρονάρισμα των πανεπιστημίων, μεταπτυχιακών σπουδών.
3. Ισοτίμηση των διδασκόντων στα ΤΕΙ με τις αντίστοιχες βαθμίδες των ΔΕΠ των πανεπιστημίων.
4. Κατοχύρωση επαγγελματικών δικαιωμάτων των πτυχιούχων των ΤΕΙ, όπως ισχύουν και για τους πτυχιούχους αντίστοιχων σχολών και τμημάτων του εξωτερικού.
5. Ισότιμη επιχορήγηση των ΤΕΙ με τα πανεπιστήμια, τα οποία λαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος των ανεπαρκών, βεβαίως, κονδυλίων για έρευνα και επενδύσεις.
6. Αύξηση εκπαιδευτικού προσωπικού μέσω προσλήψεων με αδιάβλητες διαδικασίες, δηλαδή με εξωτερικούς, αντικειμενικούς κριτές.
7. Ριζοσπαστικά μέτρα, που θα βελτιώσουν την κατάσταση σε όλα τα ιδρύματα, πανεπιστήμια και ΤΕΙ όπως, εντελώς ενδεικτικά, αναφέρονται ακολούθως:
 - Μείωση του αριθμού των φοιτητών με απολύτως υποχρεωτική παρουσία στα μαθήματα
 - Ολική κατάργηση των μετεγγραφών

- Κατάργηση της δωρεάν διανομής του ενός συγγράμματος και εισαγωγή της πολλαπλής βιβλιογραφίας, όπως ισχύει διεθνώς. Κατά προτεραιότητα ίδρυση και αναβάθμιση των βιβλιοθηκών και δωρεάν διανομή υπολογιστών με δωρεάν πρόσβαση στο διαδίκτυο.
- Κατάργηση της εκλογής των διοικητικών οργάνων ή, τουλάχιστον, μείωση του υπερβολικά μεγάλου βάρους της ψήφου των φοιτητών (δηλ. των εκπροσώπων των κομματοποιημένων φοιτητικών συλλόγων).
 - Εξοβελισμός της βλαπτικής παρουσίας των κομμάτων από τα ιδρύματα.
 - Καθιέρωση του θεσμού του ανεξάρτητου μάνατζερ στα ανώτατα ιδρύματα με αυξημένες αρμοδιότητες να διαχειρίζεται τα χρήματα των Ελλήνων φορολογουμένων.
 - Κατάργηση του πανεπιστημιακού ασύλου, με την έννοια που του έχουμε δώσει στις μέρες μας.
- Αξιολόγηση και πιστοποίηση των ιδρυμάτων από ανεξάρτητους φορείς, με την προϋπόθεση ότι θα υλοποιηθούν τα μέτρα που προτείνονται παραπάνω, αλλιώς θα διαπιστώνεται η μιζέρια του πάσχοντα δομικά εκπαιδευτικού συστήματος σε όλο το φάσμα του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Κρίσιμοι Παράγοντες Για το Μέλλον Της Τουριστικής Εκπαίδευσης

Η παροχή τουριστικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, λόγω της φύσης της, εξαρτάται άμεσα από τον ανθρώπινο παράγοντα. Κατά συνέπεια, η διαρκής ικανοποίηση των αναγκών της Ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας για σωστά καταρτισμένο ανθρώπινο στελεχιακό δυναμικό είναι αναγκαία προϋπόθεση για την περαιτέρω ανάπτυξη και αναβάθμισή της.

Πολλές προσπάθειες εκ μέρους της ακαδημαϊκής και εκπαιδευτικής κοινότητας στοχεύουν στην διαρκή αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και την προσαρμογή της στις σύγχρονες απαιτήσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

Όμως, εκτός από τις προσπάθειες της εκπαιδευτικής κοινότητας, η μελλοντική πορεία της τουριστικής εκπαίδευσης αναμένεται να επηρεαστεί σημαντικά από ορισμένες κρίσιμες εξωγενείς παραμέτρους, οι οποίες σχετίζονται τόσο άμεσα όσο και έμμεσα με την τουριστική βιομηχανία αλλά και το ευρύτερο παραγωγικό και κοινωνικό σύνολο.

Αυτές οι παράμετροι, στο σύνολό τους, μπορούν να ενταχθούν σε δύο κύριες κατηγορίες:

- 1) Τις αλλαγές στο περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας, και
- 2) Τις μεταβολές στο ευρύτερο πλέγμα της τουριστικής εκπαίδευσης.

Αλλαγές στο περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας σύμφωνα με αρκετές ερευνητικές προσπάθειες, στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες, οι παράγοντες οι οποίοι θα διαμορφώσουν σε μεγάλο βαθμό τις μελλοντικές ανάγκες και απαιτήσεις για ανθρώπινους πόρους στην βιομηχανία του τουρισμού είναι οι παρακάτω:

Η ανάγκη για προσωπική δια βίου βελτίωση και ανάπτυξη του συνόλου των εργαζομένων σε όλες της βαθμίδες των τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και του ευρύτερου τουριστικού χώρου.

Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα την ιδιαίτερα αυξημένη ζήτηση τόσο για εξειδικευμένη συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση όσο και για γενικότερη ακαδημαϊκή επιμόρφωση υψηλού επιπέδου στον τομέα του τουρισμού και του σχεδιασμού, της οργάνωσης και διοίκησής του.

Η ραγδαία ανάπτυξη του Internet και του "ηλεκτρονικού επιχειρείν" (e-business) στον χώρο του τουρισμού δημιουργεί νέες εκπαιδευτικές απαιτήσεις, τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Η άρτια γνώση και χρησιμοποίηση σε τακτικό και σε στρατηγικό επίπεδο των δυνατοτήτων και των εφαρμογών των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών καθίσταται αναγκαία για όλους τους εμπλεκόμενους στην τουριστική αγορά.

Ακόμα, κρίνεται κρίσιμη η κατανόηση της θέσης του τουρισμού στο περιβάλλον της "Νέας Οικονομίας", των εικονικών τουριστικών επιχειρήσεων του διαδικτύου, της μεταβαλλόμενης δομής της διανομής του τουριστικού προϊόντος και των νέων εφαρμογών του τουριστικού μάρκετινγκ στο διαδίκτυο.

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και η ήδη παγκοσμιοποιημένη τουριστική βιομηχανία παρέχουν ένα νέο πλαίσιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Οι μάνατζερ των τουριστικών επιχειρήσεων του μέλλοντος αλλά και όσοι ασχολούνται με τον σχεδιασμό και την πολιτική τουριστικών προορισμών θα πρέπει να αντιλαμβάνονται πλήρως τις ευκαιρίες και τις απειλές που υπάρχουν στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, να λαμβάνουν υπόψη τις επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης σε όλες τις αποφάσεις που λαμβάνουν, και να είναι σε θέση να χειριστούν ανθρώπινους πόρους και να εργαστούν σε ένα όλο και περισσότερο πολυπολιτισμικό περιβάλλον. Η ευέλικτη εργασία και οι συχνές μετακινήσεις προσωπικού μεταξύ διαφορετικών τουριστικών επιχειρήσεων (ακόμα και μεταξύ διαφορετικών χωρών).

Τα μελλοντικά στελέχη των τουριστικών επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι προετοιμασμένα κατάλληλα ώστε να μπορούν να "διοικούν την επαγγελματική τους ανάπτυξη", να έχουν ανεπτυγμένες ικανότητες επαγγελματισμού αλλά και δυνατότητες σύντομης προσαρμογής σε διαφορετικές επιχειρηματικές και οργανωσιακές κουλτούρες και δομές.

Η διαρκής ανάπτυξη, τουριστική και μη, και η βελτίωση των υποδομών απαιτείται να συμβαδίζει με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές πολιτικές και πρακτικές. Αυτές μπορούν να προέρχονται είτε από εθνικές και διεθνείς νομοθεσίες, είτε από σχετικές οργανωμένες ομάδες πίεσης. Κατά συνέπεια, οι μάνατζερ του μέλλοντος θα πρέπει να είναι κατάλληλα καταρτισμένοι και ευαισθητοποιημένοι ώστε να μπορούν να δραστηριοποιούνται στις νέες συνθήκες περιβαλλοντικών απαιτήσεων της τουριστικής βιομηχανίας.

Καθώς η εγκληματικότητα παρουσιάζει σταθερή άνοδο σχεδόν σε όλες τις χώρες του κόσμου, το ζήτημα της ασφάλειας αναμένεται να αποτελέσει στο μέλλον έναν κρίσιμο παράγοντα για την ανάπτυξη τόσο των τουριστικών προορισμών ανά τον κόσμο όσο και μεμονωμένων τουριστικών επιχειρήσεων. Κατά συνέπεια, οι εργαζόμενοι σε όλες τις συνισταμένες της τουριστικής βιομηχανίας θα πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι αλλά και ευαισθητοποιημένοι.

Το θέμα της ποιότητας των υπηρεσιών και της βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος ήταν κρίσιμο ζήτημα κατά την περασμένη δεκαετία. Όμως, πολιτικές, στρατηγικές, και τακτικές εφαρμογές που σχετίζονται με την διαρκή βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και την διασφάλιση της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων αναμένεται ότι θα κυριαρχήσουν μεταξύ των προτεραιοτήτων της τουριστικής βιομηχανίας κατά την επόμενη δεκαετία.

Ειδικά για την Ελληνική τουριστική βιομηχανία, δύο πρόσθετοι παράγοντες αναμένεται ότι θα επηρεάσουν τις απαιτήσεις της από την τουριστική εκπαίδευση: Η ιδιαίτερα αυξημένη ζήτηση για μεταπτυχιακές σπουδές αλλά και για προπτυχιακές πανεπιστημιακές σπουδές τουριστικής κατεύθυνσης.

Στην Ελλάδα λειτουργούν επιτυχημένα μεταπτυχιακά προγράμματα (όπως για παράδειγμα του Πανεπιστημίου Αιγαίου) τα οποία έχουν ήδη καταξιωθεί τόσο σε ακαδημαϊκό επίπεδο όσο και από την τουριστική βιομηχανία. Όμως, υπάρχουν σαφείς ενδείξεις (μεταξύ άλλων και ο πολύ μεγάλος αριθμός Ελλήνων φοιτητών σε μεταπτυχιακά και σε προπτυχιακά προγράμματα τουριστικών κατευθύνσεων σε πανεπιστήμια του εξωτερικού) που υποδηλώνουν ότι η ζήτηση για εξειδικευμένες στον τουρισμό σπουδές υπερβαίνει σημαντικά την προσφορά.

Έχει ήδη εκπονηθεί αναλυτική μελέτη σχετικά με την αναγκαιότητα ίδρυσης στην Χίο ενός Τμήματος Τουρισμού από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Η μελέτη αυτή έχει κατατεθεί στο Υπουργείο Παιδείας και εκκρεμεί η έγκρισή της.

Το Πανεπιστήμιο Αιγαίου έχει έτοιμη την αναγκαία υποδομή (υλικοτεχνική, κτηριακή, αλλά και ειδικευμένων καθηγητών) αλλά και την βούληση, ώστε να ιδρύσει Τμήμα Τουρισμού μόλις εγκριθεί η σχετική μελέτη που κατατέθηκε στο Υπουργείο Παιδείας.

Εκτός από τις αλλαγές στο περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας, μια σειρά εξελίξεων στον ευρύτερο χώρο της εκπαίδευσης αναμένεται να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό και κάποια από τα χαρακτηριστικά της τουριστικής εκπαίδευσης.

Οι σημαντικότερες από τις εξελίξεις αυτές είναι:

- Η ευρεία ανάπτυξη της ευέλικτης μάθησης.

Η δια βίου εκπαίδευση βρίσκει άριστη εφαρμογή μέσω της αξιοποίησης ευέλικτων μορφών μάθησης και φοίτησης σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, ιδιαίτερα για ανθρώπους οι οποίοι είναι εργαζόμενοι, ή έχουν αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις, ή έχουν ηλικία πολύ μεγαλύτερη από αυτή των παραδοσιακών φοιτητών.

➤ Η ανάπτυξη της εκπαίδευσης μέσω του διαδικτύου (e-learning).

Η εφαρμογή εκπαιδευτικών τεχνικών (ακόμα και ολόκληρων εκπαιδευτικών προγραμμάτων) μέσω του Internet αναμένεται να αναπτυχθεί ευρύτατα κατά τα επόμενα χρόνια. Έτσι, θα συντελεσθεί μια μικρή επανάσταση (ποιοτικού αλλά και ποσοτικού χαρακτήρα) στις εκπαιδευτικές διαδικασίες που χρησιμοποιούνται τόσο στην εξΑΕ όσο και στην παραδοσιακή τουριστική εκπαίδευση.

➤ Η αξιοποίηση των νέων εκπαιδευτικών τεχνολογιών.

Η ανάπτυξη ολοένα και περισσότερο εξειδικευμένων και αποτελεσματικών τεχνολογιών εκπαιδευτικού χαρακτήρα (εκπαιδευτικού λογισμικού) αναμένεται να ωφελήσει πολλαπλά και να βελτιώσει δραστικά την προσφερόμενη τουριστική εκπαίδευση. Θα πρέπει όμως η ακαδημαϊκή και εκπαιδευτική κοινότητα να προβεί εγκαίρως στην κατάλληλη και αποτελεσματική αξιοποίηση των νέων εκπαιδευτικών τεχνολογιών. Η δια βίου εκπαίδευση των εκπαιδευτικών, καθώς το περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας διαρκώς μεταβάλλεται, όπως επίσης και οι εξελίξεις στην τεχνολογία αλλά και τις εκπαιδευτικές πολιτικές και τακτικές, καθίσταται αναγκαία η διαρκής ανάπτυξη των γνώσεων και των ικανοτήτων των εκπαιδευτικών. Αυτό αποτελεί ήδη πάγια πρακτική στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. *(Σιγάλα Μαριάννα, Λέκτορας Οργάνωσης Διοίκησης Παραγωγής, στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου. «Κρίσιμοι Παράγοντες Για Το Μέλλον Της Τουριστικής Εκπαίδευσης. »)*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Απόψεις Και Προτάσεις Των Δ/ντων Ξενοδοχείων Στην Τουριστική Βιομηχανία

«Η ποιότητα ίσον εκπαίδευση και η εκπαίδευση ίσον ποιότητα. Με αυτή την αρχή η Πανελλήνια Ομοσπονδία Δ/ντών Ξενοδοχείων πιστεύει ότι η εκπαίδευση παίζει πρωτεύοντα ρόλο στην Ξενοδοχεία.

Πρέπει να δημιουργηθούν ηγέτες στον χώρο που να οραματίζονται να είναι δημιουργικοί αλλά και πρόθυμοι να παρέχουν ποιότητα στις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Θα θέλαμε λοιπόν να επισημάνουμε προτάσεις αλλά και απόψεις:

1. Άμεση στέγαση των Τ.Ε.Ι. και Ι.Ε.Κ. σε Ξενοδοχειακές μονάδες προκειμένου να μην υστερούν στην τεχνική και πρακτική της Ξενοδοχείας. Είναι χαρακτηριστικό ότι από στατιστικά στοιχεία οι Δ/ντές Ξενοδοχείων είναι απόφοιτοι 65% από ΣΤΕ, 30% απόφοιτοι Ξενοδοχειακών Σχολών εξωτερικού οι Ιδιωτικές Σχολές και μόνο 5% από Τ.Ε.Ι. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί ότι μετά από έρευνα προτίμησης προσωπικού Ξενοδοχείου το 72% αφορά τις Σ.Τ.Ε., το 20% αφορά Σχολές εξωτερικού και μόνο το 8% αφορά Τ.Ε.Ι.
2. Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της βασικής εκπαίδευσης Σ.Τ.Ε. κυρίως στα τμήματα Μαγειρικής και Ζαχαροπλαστικής αλλά και σε άλλες εξειδικευμένες ειδικότητες και οι εισακτέοι να είναι απόφοιτοι Λυκείου.
3. Αναβάθμιση των Σ.Τ.Ε. Ανώτερης Εκπαίδευσης με άξιους, ικανούς και έμπειρους αλλά και καλά αμειβόμενους καθηγητές, προγράμματα τα οποία να είναι προσαρμοσμένα στην σύγχρονη Ξενοδοχεία (Revenue Yield Management, Event Management κλπ.), εξειδικευμένα μαθήματα F&B, Rooms Division, Housekeeping, Accounting αλλά και Συνεδριακού Τουρισμού, Εκθεσιακού και όλων των εναλλακτικών μορφών του Χειμερινός, Ιαματικός, Θαλασσοθεραπείας κλπ.

Οι απόφοιτοι των ΑΣΤΕ να μπορούν να συνεχίσουν Πανεπιστημιακές Σπουδές ΒΑ, ΜΑ με υποχρεωτική επαγγελματική εμπειρία 8-10 ετών. Διδασκαλία και γνώσεις τουλάχιστον 2 ξένων γλωσσών εκτός της μητρικής.

Διαλέξεις και παρουσιάσεις, ημερίδες στους χώρους των ΑΣΤΕ από Ανώτερα και Ανώτατα Ξενοδοχειακά στελέχη.

Επαφές και συνεργασία των σπουδαστών των ΑΣΤΕ με την Ξενοδοχειακή αγορά και συνεχείς επισκέψεις σε εταιρείες Ξενοδοχειακού εξοπλισμού, προμηθειών καθώς και σε πολυτελή μεγάλα, μεσαία και μικρά Ξενοδοχεία.

Να δοθεί μεγάλη προσοχή στην χαλαρότητα των σπουδαστών εντός των Σχολών ως προς την εμφάνιση, την συμπεριφορά, την πειθαρχία, την υπευθυνότητα διότι τα τελευταία χρόνια παρατηρούνται φαινόμενα που δεν ταιριάζουν στον επαγγελματισμό, πολύ καλή γνώση των πιο σημαντικών προγραμμάτων software των Ξενοδοχείων, υποχρεωτικά πρακτική εξάσκηση για ένα τουλάχιστον χρόνο στην αλλοδαπή σε διεθνούς φήμης Ξενοδοχεία, αναβάθμιση των οικονομικών μαθημάτων.

- Δημιουργία Πανεπιστημιακών Σχολών αφού ολοκληρώσουμε την αναβάθμιση, οργάνωση και εκσυγχρονισμό των ΑΣΤΕ, προκειμένου να εξασφαλίσουμε ικανά στελέχη στο middle management. Το πρόβλημα είναι της επαγγελματικής αποκατάστασης των αποφοίτων Πανεπιστημίων αλλά και των ειδικοτήτων τις οποίες θα αποκτήσουν διότι είναι περιορισμένες στα μεγάλα και οργανωμένα Ξενοδοχεία όπως Sales, Marketing, Human Resources, Finance. Πρέπει να τονίσουμε ότι οι Πανεπιστημιακές Σχολές που αφορούν Ξενοδοχεία πρέπει να έχουν τον τίτλο του Hospitality Management.
- Επιδοτούμενα ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης και μετεκπαίδευσης του προσωπικού των Ξενοδοχειακών μονάδων προς ενίσχυση της παροχής υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών χωρίς περιορισμούς, μικρού ή μεσαίου μεγέθους Ξενοδοχειακών Μονάδων.
- Δημιουργία περιφερειακών Σχολών υποχρεωτικής παρακολούθησης, κατάρτισης και εκμάθησης ιδιόκτητων μικρών Ξενοδοχείων.» (ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΝΟΝΗΣ Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Διευθυντών Ξενοδοχείων.)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια οι θέσεις και ο αριθμός των σπουδαστών στο σύστημα τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης αυξήθηκαν με ρυθμούς πολύ γρηγορότερους σε σύγκριση με το ρυθμό αύξησης της τουριστικής απασχόλησης, παρατηρήθηκε μια μετατόπιση των σπουδών από τις κατώτερες προς τις ανώτερες βαθμίδες, δημιουργήθηκαν θέσεις και ευκαιρίες για τουριστικές σπουδές σε πολύ περισσότερες πόλεις απ' ό,τι παλαιότερα, διευρύνθηκε το φάσμα των προσφερόμενων ειδικοτήτων και σημειώθηκε σημαντική πρόοδος σε θέματα που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη βελτίωση της ποιότητας των σπουδών, με τα συστήματα πιστοποίησης που δημιουργήθηκαν για τα ΙΕΚ και σε μικρότερο βαθμό και για τα ΚΕΚ.

Παρά την πρόοδο όμως που σημειώθηκε, όχι μόνο δεν λύθηκαν όλα τα παλαιότερα προβλήματα αλλά δημιουργήθηκαν και νέα. Η δομή του συστήματος παρουσιάζει ακόμη σοβαρά κενά και επικαλύψεις, οι μηχανισμοί για ικανοποιητική διασύνδεση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων με τις ανάγκες του τουριστικού τομέα ακόμη ελλείπουν, η πρακτική εξάσκηση και η εργαστηριακή πλευρά της εκπαίδευσης παρουσιάζουν σοβαρές αδυναμίες, ο σχεδιασμός των προγραμμάτων σπουδών στηρίζεται σε παραδοσιακές διαδικασίες χωρίς να λαμβάνονται επαρκώς υπ' όψη οι μεταβολές που συντελούνται ή εκκολάπτονται στον τουριστικό τομέα διεθνώς και τα θέματα της εκπαίδευσης των εκπαιδευτών δεν έχουν ακόμη τύχει της προσοχής που χρειάζεται.

Η ταχύτατη εξάπλωση της τουριστικής εκπαίδευσης και της εκπαίδευσης και κατάρτισης σε τουριστικά επαγγέλματα στα πρόσφατα χρόνια τείνει να οδηγήσει σε υπερπροσφορά αποφοίτων σε αρκετές χώρες και στη δική μας.

Ύστερα από μια περίοδο γρήγορης ποσοτικής επέκτασης, βασικό ζητούμενο για το προσεχές μέλλον είναι η βελτίωση της ποιότητας και η καλλίτερη προσαρμογή των εκροών του συστήματος στις ανάγκες του τουριστικού τομέα.

Η διαδικασία βελτίωσης της ποιότητας των τουριστικών σπουδών μπορεί να επιταχυνθεί με μεθοδεύσεις και μέτρα όπως τα εξής:

- Η ικανοποιητική πληροφόρηση για την ξένη εμπειρία ιδιαίτερα σε χώρες όπου κατά τεκμήριο οι επιδόσεις από άποψη ποιότητας εμφανίζονται ικανοποιητικότερες
- Η συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα άλλων που προσφέρουν προγράμματα τουριστικών σπουδών τόσο σε επίπεδο διδασκόντων όσο και με την ανταλλαγή σπουδαστών

- Η διοχέτευση μέρους των πόρων που διατίθενται από το δημόσιο για την τουριστική εκπαίδευση στην προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας των σπουδών σε επιλεγμένες μονάδες ή τμήματα του όλου συστήματος
- Η αξιολόγηση των προγραμμάτων σπουδών με κριτήρια καθαρά εκπαιδευτικά
- Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων με την παρακολούθηση του βαθμού ικανοποίησης της εργοδοσίας από τους αποφοίτους
- Η συνεχής αναβάθμιση των διαδικασιών πιστοποίησης έτσι ώστε οι σχετικές εξετάσεις να συλλαμβάνουν την ουσία
- Η φροντίδα για τη βελτίωση της ποιότητας των εκπαιδευτών σε ένα τομέα όπου σημαντικό μέρος τους δεν παράγεται για το σκοπό αυτό από το εκπαιδευτικό σύστημα, όπως συμβαίνει με τη γενική παιδεία και όπου το μέρος αυτό καλείται να διδάξει ειδική ύλη και να χρησιμοποιήσει μεθόδους που διαφέρουν από εκείνες που προσιδιάζουν στη γενική παιδεία.

Επίσης για την αναβάθμιση των τουριστικών σπουδών μπορούν να ληφθούν και τα εξής μέτρα :

Τα μέτρα αυτά είναι:

(α) Να γίνονται δεκτά για φοίτηση σε σχολές της βασικής, μεταλυκειακής, ανώτερης και τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης μόνο άτομα που συνειδητά έχουν αποφασίσει να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον τουρισμό.

(β) Να αναβαθμιστούν οι σπουδές στις σχολές, κυρίως, της βασικής, μεταλυκειακής και ανώτερης τουριστικής εκπαίδευσης και να βελτιωθεί, τόσο σε αυτές όσο και στις σχολές της τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης, η υλικοτεχνική τους υποδομή και να αυξηθούν ακόμα περισσότερο τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα των διδασκόντων.

(γ) Να αναλάβουν τη λειτουργία των βασικών τουριστικών σχολών οι μεγάλες ενώσεις ξενοδόχων και τουριστικών πρακτόρων των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ώστε να έχουν αυτές την απόλυτη ευθύνη για την ποιότητα της παρεχόμενης βασικής τουριστικής εκπαίδευσης, αλλά ταυτόχρονα και την υποχρέωση απορρόφησης και παραγωγικής απασχόλησης των αποφοίτων των σχολών αυτών στις επιχειρήσεις των μελών τους.

(δ) Να πάψουν οι ασκούμενοι στην τουριστική βιομηχανία τελειόφοιτοι τουριστικών σχολών, όλων των βαθμίδων της τουριστικής εκπαίδευσης, να αποτελούν αντικείμενο εκμετάλλευσης από την εργοδοσία, δηλαδή να βλέπονται και να αντιμετωπίζονται εκ μέρους της σαν φθηνά εργατικά χέρια.

(ε) Να καθιερωθεί ο θεσμός της υποχρεωτικής δια βίου εκπαίδευσης και κατάρτισης των απασχολουμένων στην τουριστική βιομηχανία.

(στ) Να αυξηθεί ο αριθμός των χορηγούμενων κρατικών υποτροφιών για μεταπτυχιακές τουριστικές σπουδές και σπουδές εξειδίκευσης στο εξωτερικό.

(ζ) Να τηρηθούν με μεγάλη αυστηρότητα οι νόμοι και τα διατάγματα, που υποτίθεται ότι κατοχυρώνουν τα επαγγελματικά δικαιώματα των αποφοίτων της βασικής, μεταλυκειακής, ανώτερης και τριτοβάθμιας τουριστικής εκπαίδευσης.

(η) Να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και κυρίως με την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού, έτσι ώστε να περιοριστεί στο ελάχιστο δυνατό η διάρκεια της νεκρής τουριστικής περιόδου, κατ' επέκταση δε και αυτή της ανεργίας των απασχολούμενων στον τουρισμό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία:

- ✓ Λιοναράκης, Α. (1998) Ιδρύματα Ανοικτής και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης, στο βιβλίο Βεργίδης, Δ., Λιοναράκης, Α., Λυκουργιώτης, Α., Μακράκης, Β. & Ματραλής, Χ. (1995) Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση - Θεσμοί και Λειτουργίες. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- ✓ Λιοναράκης, Α. & Λυκουργιώτης, Α. (1998) Ανοικτή και Παραδοσιακή Εκπαίδευση, στο βιβλίο Βεργίδης, Δ., Λιοναράκης, Α., Λυκουργιώτης, Α., Μακράκης, Β. & Ματραλής, Χ. (1995) Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση - Θεσμοί και Λειτουργίες. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- ✓ Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη, Ε. (1997) Τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις: η σημασία της ποιότητας των υπηρεσιών. Τουρισμός και Οικονομία, Ιούνιος, σελ. 102-103.
- ✓ Χρήστου, Ε. (1999α) Ανοικτή και εξ αποστάσεως τριτοβάθμια τουριστική εκπαίδευση. Τουρισμός και Οικονομία, Ιούλιος-Αύγουστος, σελ. 117-120.
- ✓ Χρήστου, Ε. (1999β) Έρευνα Τουριστικής Αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- ✓ Χρήστου, Ε. & Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη, Ε. (1999) Αξιοποίηση της εξ αποστάσεως εκπαίδευση στην τριτοβάθμια τουριστική εκπαίδευση: πανευρωπαϊκές διαστάσεις. Συνέδριο για την ανοικτή και εξ αποστάσεως εκπαίδευση, Τ.Ε.Ι. Ηπείρου, Ηγουμενίτσα, 12-14 Δεκεμβρίου.
- ✓ Βαρελάς Α., «Εκπαίδευση εκπαιδευτών», «ΕΠΤΕΑ Α.Ε», 1999
- ✓ Κολτσιδόπουλος Γεώργιος Δημ., «Τουρισμός, Θεωρητική Προσέγγιση», Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, 2000
- ✓ Ελληνικός Τουρισμός, 1996
- ✓ Ηγουμενάκης Νίκος Γ. «Τουρισμός και Ανάπτυξη», Εκδόσεις Interbooks, 2000
- ✓ Πάρις Τσάρτας «Τουρίστες , Ταξίδια , Τοπία , Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό», Εξάντας 1996
- ✓ Ηγουμενάκης Νίκος Γ. , Κραβαρίτης Κώστας Ν. , Λύτρας Περικλής Ν. «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, 1999
- ✓ Κιμέρης Θ. «Επιχειρηματικότητα και Τουριστική Εκπαίδευση» ΤΕΙ Άμφισσας, (2001)

- ✓ Κανόνης Γ. «Απόψεις και Προτάσεις Των Δ/νων Ξενοδοχείων Τουριστικής Βιομηχανίας», (2005)
- ✓ Μαυροδόνης Θ. «Τουριστική Εκπαίδευση Και Το Άγος Του Ελληνικού Εκπαιδευτικού Συστήματος». ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, (2006)
- ✓ Τέμπερας Χ. «Ανώτατη Εκπαίδευση στο τουρισμό η Εκπαίδευση για το τουρισμό?», (1990)
- ✓ Τσιτσιρίγγου Ε. «Ιδιωτική Τουριστική Εκπαίδευση Σε Σύγκριση Με Την Δημόσια Τουριστική Εκπαίδευση», (2002)

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία:

- ✓ ATLAS (1995) *European Tourism and Leisure Education: Trends and Prospects*, ed. G. Richards. Tilburg: Tilburg University Press.
- ✓ ATLAS (1998) *Developments in the European Tourism Curriculum*, ed. Greg Richards. Tilburg: Tilburg University Press.
- ✓ Barket, R. & Holley, C. (1996) Interactive distance learning: perspective and thoughts.
- ✓ Borbely, E. (1994) *Challengew and Opportunities in Extending the Classroom and the campus via Digital Compressed Video*. In Mason, R. & Bacsich, P., *ISDN: Applications in Education & Training*. London: Institution of Electrical Engineers. *Business Communication Quarterly*, Vol.59, No.4, pp.88-98.
- ✓ CHRIE, (2000) *A Guide to College Programs in Hospitality and Tourism*. Washington, DC: International Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education.
- ✓ Christou, E. (1999) Hospitality management education in Greece: an exploratory study. *Tourism Management*, Vol.20, No.6, pp.683-692.
- ✓ Christou, E. & Eaton, J. (1997) Hospitality management competencies for graduate trainees: the view of employment. *Journal of European Business Education*, Vol. 7, No.1. pp. 60-68.
- ✓ Christou, E. & Karamanidis, I. (1999) Hospitality management competencies revisited: industry and graduates' contemporary perspectives. *CHME/EuroCHRIE Conference proceedings, University of Surrey*, Vol.1, pp. 52-68.

- ✓ Collis, B. (1995) Anticipating the impact of multimedia in education: lessons from the literature. *Computers in Adult Education and Training*, Vol.2, No.2, pp.136-149.
- ✓ Dillon, C., Hengst, H. & Zoller, D. (1989) Instructional strategies, distance education and student involvement. *Selected papers from the 17th World Congress of the International Council for Distance Education, U.K.*, Vol.2, pp.348-351.
- ✓ Fayos Sola (1995) *Education and training in the new age of tourism the vision of the World Tourism Organisation*. In: Richards G. (ed.) *European Tourism and Leisure Education: Trends and Prospects*. Tilburg: Tilburg University Press.
- ✓ Fulk, J., Schmitz, J. & Steinfield, C. (1990) *A Social Influence model of Technology Use*. Newbury Park, CA: Sage.
- ✓ Garrison, D. (1989) *Understanding Distance Education*. London: Routledge.
- ✓ Gowan, J. & Downs, J. (1994) Video conferencing human-machine interface: a field study. *Information Management*, Vol.27, No.6, pp.341-356.
- ✓ Iverson, K. (1996) Exploring student interest in hospitality distance education. *Hospitality Research Journal*, Vol.20, No.2, pp.31-43.
- ✓ Kydd, C. & Ferry, D. (1994) Case study: managerial use of video-conferencing. *Information and Management*, Vol.27, No.8, pp.369-375.
- ✓ Leidner, D. & Jarvenpaa, S. (1993) The information age confronts education: case studies on electronic classrooms. *Information Systems Research*, Vol.4, No.1, pp.24-54.
- ✓ Nahl, D. (1993) Communication dynamics of a live interactive television system for distance learning. *Journal for Education of Library & Information Science*, Vol.43, No.10, pp.200-217.
- ✓ Partlow, C. & Gregorie, M. (1994) Is graduate hospitality and tourism education relevant? Ask the graduates. *Hospitality & Tourism Educator*, Vol.6, No.3, pp.13-16.
- ✓ Swarbrooke, J. (1995) *The Future Role of Distance Learning in European Tourism and Leisure Education*, in Richards, G. (ed.) (1995) *European Tourism and Leisure Education: Trends and Prospects*. Tilburg: Tilburg University Press.
- ✓ Webster, J. & Hackley, P. (1997) Teaching effectiveness in technology mediated distance learning. *Academy of Management Journal*, Vol.40, No.6, pp.1282-1309.

Ιστοσελίδες internet :

- ✓ www.hellasairlines.gr
- ✓ www.tourism.gov.gr
- ✓ www.greka.gr
- ✓ www.greekairports.gr
- ✓ www.motels.gr
- ✓ www.k.gr
- ✓ www.greca.gr
- ✓ www.hellas.gr