

22.09.2018

Αφιέρωμα: Τουριστική εκπαίδευση

ΚΕΙΜΕΝΑ: ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΛΑΚΑΣΑΣ, ΒΙΚΗ ΤΡΥΦΩΝΑ

ΤΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΘΕΛΟΥΜΕ;

*Η υψηλού επιπέδου εκπαίδευση των εργαζομένων είναι το στοίχημα που πρέπει να κερδηθεί για ένα ανταγωνιστικό ελληνικό τουριστικό προϊόν.*

Οι αριθμοί είναι αποκαλυπτικοί. Το 2016, περί τα 24 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα το πρώτο δεκάμηνο, ενώ το 2018 ο αριθμός αναμένεται να ξεπεράσει τα 30 εκατομμύρια. Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ελάχιστους τομείς όπου η χώρα μας εξακολουθεί να διαθέτει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, κατατάσσοντάς τη στους κορυφαίους προορισμούς παγκοσμίως. Πώς όμως μπορούμε να ενισχύσουμε την ποιότητα στις υπηρεσίες; Μπορεί η Ελλάδα να ανοιχτεί σε επισκέπτες υψηλής αγοραστικής δύναμης, να αναπτύξει νέα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες; Διαθέτει το προσωπικό για να καθιερωθεί ως κορυφαίος τουριστικός προορισμός 365 ημέρες τον χρόνο; Η επίτευξη των στόχων περνά σαφώς μέσα από την εκπαίδευση των επαγγελματιών του κλάδου. Μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι από την εμπειρική παροχή υπηρεσιών των δεκαετιών του 1960 και του 1970 έχουμε περάσει στους επαγγελματίες με τεχνικές γνώσεις και ανεπτυγμένες κοινωνικές ικανότητες;

Η ελληνική εκπαίδευση στον τουρισμό κουβαλά τις στρεβλώσεις και τις παθογένειες του ελληνικού Δημοσίου. Δημιουργούνται βαρύγδουπες εκπαιδευτικές δομές με προγράμματα σπουδών που δεν λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες της αγοράς. «Ασφαλώς υπάρχει πλήθος πανεπιστημιακών τμημάτων σε πεδία που βρίσκουν εφαρμογή στις τουριστικές επιχειρήσεις (π.χ. e-business, διοίκηση επιχειρήσεων), αλλά αυτά στην καλύτερη περίπτωση απλώς περιλαμβάνουν ένα δυο μαθήματα επιλογής σχετιζόμενα με τον τουριστικό κλάδο», αναφέρεται, μεταξύ άλλων, σε έρευνα του Ινστιτούτου Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), εντοπίζοντας ένα βασικό πρόβλημα των τουριστικών σπουδών στη χώρα. Την ίδια στιγμή, οι μελέτες του ΙΝΣΕΤΕ δείχνουν ότι το υπάρχον προσωπικό στα ξενοδοχεία και στα ενοικιαζόμενα καταλύματα αφορά θέσεις όπως η υποδοχή, η κουζίνα, η φροντίδα των ορόφων.

Ειδικότερα, στον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων της Ελλάδας λειτουργούν 36.787

επιχειρήσεις τουριστικών καταλυμάτων (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.ά.), 4.397 τουριστικά γραφεία και 6.466 γραφεία ενοικιαζόμενων οχημάτων. Ως προς τη μεγάλη κατηγορία των τουριστικών καταλυμάτων, υπάρχουν συνολικά 492.109 δωμάτια, εκ των οποίων τα 336.270 σε ξενοδοχειακές μονάδες και τα 155.839 ως αυτόνομα ενοικιαζόμενα.

Πρόσφατη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ για τις εκπαιδευτικές ανάγκες στον τουρισμό έδειξε ότι οι εργαζόμενοι στην εξυπηρέτηση πελατών, στον επισιτισμό και στο μάρκετινγκ -τους τομείς πρώτης γραμμής για το τουριστικό προϊόν- έχουν τη μεγαλύτερη ανάγκη για επιπλέον κατάρτιση, με ποσοστά 55%, 53% και 41% αντίστοιχα.

«Παρατηρούμε ότι το προσωπικό δεν είναι καταρτισμένο στις βασικές θέσεις, εκείνες δηλαδή που έρχονται σε απευθείας επαφή με τον πελάτη. Μπορεί λοιπόν ως χώρα να έχουμε ένα υπέροχο τοπίο που κεντρίζει τους τουρίστες, ωστόσο απαιτείται βελτίωση στο κομμάτι των υπηρεσιών», αναφέρει υψηλόβαθμο στέλεχος ξενοδοχείου, τονίζοντας τη σημασία της συνεχούς επικαιροποίησης των προγραμμάτων σπουδών των εκπαιδευτικών δομών, καθώς και της ενδοεπιχειρησιακής κατάρτισης.

Ενδεικτικά, στη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ για τα προβλήματα της τουριστικής εκπαίδευσης τονίζεται, μεταξύ άλλων, ότι απουσιάζουν μηχανισμοί διασύνδεσης των εκπαιδευτικών προγραμμάτων με τις ανάγκες του τουριστικού τομέα, καθώς και μηχανισμός συστηματικής συλλογής πληροφόρησης σχετικά με την ποσοτική και την ποιοτική επάρκεια σπουδαστών.

Από την άλλη, στο σημαντικότερο κομμάτι της πρακτικής εφαρμογής της θεωρητικής γνώσης υπάρχουν ελλείψεις, «με αποτέλεσμα να υπάρχει ασυμβατότητα μεταξύ των προσόντων που δημιουργεί και εκείνων που χρειάζεται ο τουριστικός τομέας, ενώ ο σχεδιασμός των προγραμμάτων στηρίζεται σε τυποποιημένες διαδικασίες και όχι σε μεταβολές που συντελούνται στην αγορά ή στον κλάδο διεθνώς».

Τέλος, ο θεωρητικός προσανατολισμός, ειδικά της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, στην Ελλάδα, σε συνδυασμό με την υστέρηση στον εμπλουτισμό και στον εκσυγχρονισμό των προγραμμάτων σπουδών, καθώς και η έλλειψη πλαισίων αξιολόγησης που εξασφαλίζουν το επίπεδο ποιότητας σπουδών δημιούργησαν μια αναντιστοιχία μεταξύ τίτλων σπουδών και των γνώσεων και δεξιοτήτων που κατέχουν οι απόφοιτοι σε σχέση με τις ανάγκες της αγοράς.

// Εκπαίδευση και επιχειρηματικότητα οφείλουν να έρθουν πιο κοντά //

Λία Ζαμπέτογλου

Διευθύντρια

Εκπαίδευσης του ΙΝΣΕΤΕ

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα θα πρέπει να προβούν σε ουσιαστική «γνωριμία» με τις επιχειρήσεις του κλάδου, κάτι που θα τους επιτρέψει, πρώτον, να εξοικειωθούν με τις ανάγκες του, δεύτερον να λειτουργήσουν αποδοτικά ως μοχλός διασύνδεσης ανάμεσα σε αυτόν και στους σπουδαστές τους και, τρίτον, να αναβαθμίσουν τα προγράμματα σπουδών τους και να προσφέρουν επιλογές εξειδίκευσης σε σύγχρονες και δυσεύρετες γνώσεις και δεξιότητες. Οι επιχειρήσεις, από την πλευρά τους, θα πρέπει να δημιουργούν ένα περιβάλλον διά βίου μάθησης, ανάπτυξης και εξέλιξης για τους εργαζομένους τους, αντιλαμβανόμενες τον ουσιαστικότερο ρόλο τους ως συνεχιστές της εκπαιδευτικής διαδικασίας και του δρόμου που έχουν να διανύσουν οι νέοι απόφοιτοι μέχρι τη μετάβασή τους σε ολοκληρωμένα στελέχη μιας τουριστικής επιχείρησης.

---

ΠΟΙΑ ΣΧΟΛΗ ΝΑ ΔΙΑΛΕΞΩ;

*Όλες οι επιλογές εκπαίδευσης και κατάρτισης στον τουρισμό· από τα δημόσια και τα ιδιωτικά ΙΕΚ έως τις νέες πανεπιστημιακές σχολές.*

Την τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα διακρίνει η πολυδιάσπαση. Η χώρα διαθέτει ένα σύστημα δαιδαλώδες, που υποθάλλει ή, κατά περίπτωση, αναδεικνύει την προσπάθεια των υπουργείων να διαχειριστούν τα σημαντικά κονδύλια που δίνονται από το ΕΣΠΑ. Ενδεικτικό είναι ότι κάποια δημόσια Ινστιτούτα Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΙΕΚ) εποπτεύονται από το υπουργείο Παιδείας και άλλα από το υπουργείο Τουρισμού. Στο σύστημα εμπλέκεται και ο ΟΑΕΔ με τις δικές του εκπαιδευτικές δομές, ενώ αναμένεται να εισέλθουν στον «χορό» και τα πανεπιστήμια με διετή προγράμματα κατάρτισης. Η ιδιωτική εκπαίδευση περιορίζεται σε ΙΕΚ και κολέγια.

Η διαφορετική φιλοσοφία που υιοθετεί κάθε φορέας για τους στόχους και τον προσανατολισμό που πρέπει να έχει η τουριστική εκπαίδευση επιτείνει το πρόβλημα. Χαρακτηριστικά, το υπουργείο Παιδείας επικρίνεται για συγκεντρωτισμό και πρόθεση επικυριαρχίας στον τομέα, όπου μάλλον τα υπουργεία Εργασίας και Τουρισμού έχουν παράδοση. Από την άλλη, οι ενδιαφερόμενοι δεν μπορούν να αποκτήσουν σαφή εικόνα για τις ευκαιρίες που πιθανόν θα έχουν εάν κάνουν τη μία ή την άλλη επιλογή -ανάμεσα σε ΙΕΚ, Μαθητεία, Επαγγελματικές Σχολές του ΟΑΕΔ, διετή πανεπιστημιακά προγράμματα κατάρτισης κ.ά.-, ενώ το δίλημμα «δημόσιο ή ιδιωτικό» υφίσταται μόνο στην περίπτωση των ΙΕΚ του υπουργείου Παιδείας.

#### Η ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

- Πρόγραμμα μαθητείας του ΟΑΕΔ: Η τουριστική εκπαίδευση ξεκινά από το πρόγραμμα μαθητείας του ΟΑΕΔ για ξενοδοχειακά και επισιτιστικά επαγγέλματα, όπου γίνονται δεκτοί απόφοιτοι της πρώτης τάξης λυκείου.
- Τα επαγγελματικά λύκεια (ΕΠΑΛ) του υπουργείου Παιδείας προσφέρουν επίσης παρόμοιες ειδικότητες. Ωστόσο, χαρακτηριστικό της φιλοσοφίας τους είναι το παράδειγμα των δύο πιλοτικών Επαγγελματικών Σχολών τουριστικών σπουδών, σε Άλιμο και Ηράκλειο Κρήτης, που ολοκλήρωσαν φέτος τον κύκλο τους στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού εκπαιδευτικού προγράμματος Mendī, χωρίς όμως να περάσουν στην επόμενη φάση. Η λειτουργία τους είχε ξεκινήσει τον Σεπτέμβριο του 2013. Οι νέοι μπορούσαν να επιλέξουν μία από τρεις ειδικότητες - μάγειρα, ξενοδοχειακού υπαλλήλου, ειδικού εστιατορίου. Παρακολούθησαν μαθήματα στη σχολή τους χειμερινούς μήνες και, κατά την έναρξη της τουριστικής περιόδου, εργάστηκαν σε επιχείρηση. Συνολικά το 90% των αποφοίτων έχουν προσληφθεί σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις», λέει ο Γεώργιος Φασουλάκης, διευθυντής στη σχολή του ΟΑΕΔ στην Κρήτη. Οι σπουδαστές πληρώνονται το 75% του ημερομισθίου του ανειδίκευτου εργάτη, έχουν ένσημα που επιδοτούνται από τον ΟΑΕΔ και, εάν πληρούν κάποια οικονομικά κριτήρια, δικαιούνται επίδομα σίτισης και στέγασης.
- ΙΕΚ: Η επόμενη κατηγορία είναι τα δημόσια ΙΕΚ, που εποπτεύονται από το υπουργείο Παιδείας, και τα δημόσια ΙΕΚ του υπουργείου Τουρισμού. Ωστόσο, το σχέδιο του υπουργείου Παιδείας είναι τα πανεπιστήμια να δημιουργήσουν διετείς δομές επαγγελματικής κατάρτισης, οι οποίες ανάλογα με το εύρος των σπουδών θα αντικαταστήσουν τα ΙΕΚ.

Παράλληλα, υπάρχουν 11 γνωστά ιδιωτικά ΙΕΚ, που προσφέρουν 12 σχετικές με τον τουρισμό ειδικότητες.

- Κέντρα Διά Βίου Μάθησης: Τα συγκεκριμένα κέντρα έχουν στόχο τη συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση και γενική εκπαίδευση ενηλίκων στην Ελλάδα. Διακρίνονται σε κρατικά και ιδιωτικά. Τα δεύτερα διακρίνονται σε ΚΔΒΜ επιπέδου 1, τα οποία είναι τα πρώην Εργαστήρια Ελευθέρων Σπουδών, και σε ΚΔΒΜ επιπέδου 2, τα οποία είναι τα πρώην Κέντρα Εκπαίδευσης και Κατάρτισης. Τα προγράμματα των ΚΔΒΜ υποβάλλονται στον Εθνικό Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων και Επαγγελματικού Προσανατολισμού (ΕΟΠΠΕΠ) για έγκριση ως προγράμματα κατάρτισης, με κύριο όφελος να αξιολογηθούν και να μπορούν να αντιστοιχίζονται με τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Στο πλαίσιο αυτό, οι κάτοχοί τους μπορούν να τοποθετηθούν στην κλίμακα του εθνικού πλαισίου προσόντων.

Τα ΚΔΒΜ 1 είναι διετή, ετήσια ή ταχύρρυθμα προγράμματα και αφορούν πολλές τουριστικές ειδικότητες, όπως μαγειρική, ζαχαροπλαστική, επαγγελματική μαγειρική, επαγγελματικό μπαρ, οροφοκόμος, ξενόγλωσση ξενοδοχειακή ορολογία, διοίκηση επισιτιστικών επιχειρήσεων, υπάλληλος υποδοχής ξενοδοχείου, διοίκηση ξενοδοχείου κ.ά. Τα ΚΔΒΜ 2 είναι διετή, ετήσια ή ταχύρρυθμα προγράμματα επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Η εξειδίκευση που προσφέρουν πραγματοποιείται σε συνεργασία με διεθνείς φορείς και πανεπιστήμια και τα προγράμματά τους καλύπτουν διοίκηση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, υπηρεσίες φιλοξενίας και τουρισμού, επαγγελματική μαγειρική, επαγγελματική ζαχαροπλαστική, διαχείριση εστίασης κ.ά.

- ΑΣΤΕ: Στη Ρόδο και στην Κρήτη λειτουργούν οι ανώτερες σχολές τουρισμού ΑΣΤΕ, που επί χρόνια έβγαζαν τα ανώτερα στελέχη του ελληνικού τουρισμού. Οι σπουδές στις ΑΣΤΕ καταλήγουν, έπειτα από επιτυχείς εξετάσεις και με την προϋπόθεση ολοκλήρωσης της πρακτικής άσκησης στο επάγγελμα, στην απόκτηση πτυχίου ανώτερης εκπαίδευσης. Τα επαγγελματικά δικαιώματα των αποφοίτων των Ανώτερων Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης είναι τα ίδια με αυτά των τμημάτων ΤΕΙ με το αντίστοιχο αντικείμενο.

- Τα ΤΕΙ εστιάζουν κυρίως στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων, ωστόσο το ενδιαφέρον γι' αυτά από πλευράς υποψήφιων σπουδαστών είναι χαμηλότερο της εκπαιδευτικής τους βαθμίδας (τριτοβάθμια εκπαίδευση). Σε αυτό συμβάλλει η έδρα τους, που είναι συχνά μακριά από τουριστικές περιοχές, αλλά και οι ελλείψεις τους σε καθηγητές. Όσο για τις νέες

πανεπιστημιακές σχολές τουρισμού στα Πανεπιστήμια Αιγαίου και Πειραιώς, λειτουργούν εδώ και μία διετία, με σημαντικές ελλείψεις σε μόνιμους καθηγητές, εργαστήρια, κ.λπ.

- Μεταπτυχιακές σπουδές: Τέλος, με γοργούς ρυθμούς δημιουργούνται μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών στα οικονομικά τμήματα. Βέβαια, όπως επισημαίνεται από παράγοντες του κλάδου, στην ανώτερη εκπαίδευση οι πτυχιούχοι αποφοιτούν με γενικές γνώσεις, «χάνοντας» ωστόσο το πρακτικό σκέλος. Με αυτόν τον τρόπο, φτάνουμε στο σημείο οι απόφοιτοι να έχουν ένα πανεπιστημιακό πτυχίο με ιδιαίτερα θεωρητικές γνώσεις, αλλά να μη γνωρίζουν τα επιμέρους στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης.

---

## ΤΑ «ΚΛΕΙΔΙΑ» ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

*Τουρισμός δεν είναι μόνο οι υπηρεσίες φιλοξενίας. Οι επιχειρήσεις αναζητούν καταρτισμένο προσωπικό σε πολλούς διαφορετικούς κλάδους.*

Όταν αναφερόμαστε σε Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών, αυτόματα το μυαλό πηγαίνει στον ξενοδοχειακό κλάδο. Και όχι άδικα, αφού η βιομηχανία της φιλοξενίας είναι κυρίαρχη στον τουρισμό. Όμως μια πληθώρα άλλων υπηρεσιών, που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, απαιτούν εκπαιδευτική κατάρτιση τόσο θεωρητική όσο και πρακτική. «Τα πάντα αφορούν το hospitality», επισημαίνει ο Αντώνης Γιαννόπουλος, ακαδημαϊκός διευθυντής του Τμήματος Διοίκησης Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Επιχειρήσεων του BCA College. «Ακόμα και οι υπηρεσίες υγείας στα νοσοκομεία έχουν ένα σημαντικό κομμάτι φιλοξενίας, όπως είναι η διαμονή, η σίτιση, η εξυπηρέτηση πελατών, κ.ά.», εξηγεί. «Το ξενοδοχείο αποτελεί τον “φάρο” στην τουριστική εκπαίδευση. Πέρα από αυτό όμως υπάρχει μια ολόκληρη αλυσίδα αξίας, με πολλές επιχειρήσεις να αναζητούν κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό».

## ΟΙ ΔΗΜΟΦΙΛΕΙΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ

Τη μεγαλύτερη ζήτηση από την πλευρά της αγοράς, και αντίστοιχα στην εκπαιδευτική

διαδικασία όπως είναι επόμενο, έχει ο τομέας δωματίων (Rooms Division) των ξενοδοχείων. Περιλαμβάνει διάφορες θέσεις, από τη ρεσεψιόν, τις κρατήσεις, την επικοινωνία, το concierge, μέχρι την καθαριότητα των δωματίων, την ασφάλεια και την εξυπηρέτηση των πελατών.

Μεγάλο ενδιαφέρον επίσης παρατηρείται στον τομέα F&B (Food & Beverage – Τροφίμων & Ποτών) τόσο για προσωπικό εξυπηρέτησης των πελατών (σερβιτόροι, μπάρμεν, μπαρίστας, κ.λπ.) όσο και για προσωπικό που ασχολείται με την αποθήκη, τις προμήθειες, αλλά και την εκπαίδευση και την οργάνωση του προσωπικού. Φυσικά, υπάρχουν και οι εργαζόμενοι στην κουζίνα (σεφ, μάγειρες, ζαχαροπλάστες), αλλά αυτές οι ειδικότητες εκπαιδεύονται σε διαφορετικές σχολές.

#### «ΑΓΝΩΣΤΕΣ» ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ

Το άνοιγμα νέων ξενοδοχειακών μονάδων, η είσοδος στην αγορά πολυεθνικών που έχουν υψηλές απαιτήσεις, αλλά και η επιδίωξη των υπαρχουσών μονάδων να βελτιώσουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών τους έχουν οδηγήσει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που απαιτούν –μεταξύ άλλων– εξειδίκευση. Ενδεικτικά:

- **Revenue manager:** Πρόκειται για ειδικότητα που ξεκίνησε από το τμήμα κρατήσεων. Αφορά την εφαρμογή τιμολογιακών στρατηγικών και διαδικασιών, προκειμένου να βελτιωθούν και να βελτιστοποιηθούν τα έσοδα της επιχείρησης. Στη θέση αυτή μπορούν να στοχεύουν απόφοιτοι του Τμήματος Διοίκησης Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, οι οποίοι όμως θα πρέπει να εργαστούν πρώτα στο τμήμα κρατήσεων και στο τμήμα πωλήσεων προκειμένου να αποκτήσουν την απαιτούμενη εμπειρία.
- **Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων:** Μπορεί να εργαστεί είτε εντός της τουριστικής επιχείρησης είτε σε κάποιο πρακτορείο δημοσίων σχέσεων με πελάτες τουριστικές επιχειρήσεις. Η εξειδίκευση ενός αποφοίτου σπουδών επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας και του τουρισμού γενικότερα αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για την επαγγελματική σταδιοδρομία στον συγκεκριμένο χώρο.
- **Digital Marketeer:** Οι στρατηγικές μάρκετινγκ είναι σε γενικές γραμμές κοινές για όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες που καλούνται να διαχειριστούν. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, που το digital marketing γνωρίζει σημαντική άνοδο λόγω της αύξησης των online πωλήσεων, οι φοιτητές σχολών μάρκετινγκ εκπαιδεύονται συστηματικά και σε αυτόν τον κλάδο. Ωστόσο

και εδώ, λόγω των ιδιαιτεροτήτων που έχει ο τουρισμός, η ευρύτερη γνώση της τουριστικής αγοράς που προσφέρουν οι Σχολές Τουριστικών Επαγγελμάτων αποδεικνύονται πολύ χρήσιμες στην επαγγελματική πορεία όσων επιλέξουν να δραστηριοποιηθούν σε αυτόν τον τομέα.

## ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

Η νέα ψηφιακή πραγματικότητα έχει αλλάξει τον τρόπο που εργάζονται και οι πιο παραδοσιακοί επαγγελματίες του τουρισμού, όπως είναι οι τουριστικοί πράκτορες. Δημιουργούν και πωλούν online ταξιδιωτικά πακέτα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των σύγχρονων ταξιδιωτών, οι οποίες πλέον ξεπερνούν την απλή μετάβαση, διαμονή, διατροφή και ξενάγηση στα βασικά αξιοθέατα. Οι ταξιδιώτες στρέφονται σε δραστηριότητες με ειδικά ενδιαφέροντα (φύση, άθληση, ευεξία, πολιτισμός, κ.ά.), έχουν αυξημένες απαιτήσεις σε ό,τι αφορά τη διαμονή και τη μετακίνησή τους, επιθυμούν να γνωρίσουν τη γαστρονομική κουλτούρα του προορισμού που επισκέπτονται και, συχνά, όλα αυτά σε προσιτές τιμές. Ο εργαζόμενος του τουριστικού γραφείου οφείλει να είναι πολύ καλός γνώστης όλων αυτών των παραμέτρων. «Η τάση για δημιουργία εμπειριών στους προορισμούς κάνει επιτακτική την ανάγκη για εργαζομένους που θα έχουν μια ολιστική προσέγγιση του τουρισμού, αλλά θα μπορούν να σκεφτούν και πέρα από την πεπατημένη. Και αυτό ακριβώς προσπαθούμε να δώσουμε στους φοιτητές μας», επισημαίνει ο κ. Γιαννόπουλος.

Αντίστοιχες ανάγκες υπάρχουν και σε τομείς ειδικών μορφών τουρισμού (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, yachting, κρουαζιέρες, κ.λπ.), σε οργανισμούς διαχείρισης προορισμών (Destination Management Organizations), αλλά και σε εταιρείες διοργάνωσης εκδηλώσεων και συνεδρίων.

---

## ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ανέστης Αναστασίου  
Γενικός Διευθυντής AA+partners



«Υπάρχουν δύο διαφορετικές ταχύτητες εργαζομένων σε ξενοδοχεία. Αυτοί που εργάζονται στα ξενοδοχεία που μένουν ανοιχτά όλο τον χρόνο αντιμετωπίζουν την εκπαίδευση και την επιμόρφωση ως επένδυση για την καριέρα τους. Αντίθετα, εκείνοι που εργάζονται στα resorts βλέπουν συνήθως μια ευκαιριακή δουλειά. Ωστόσο, οι καινοτομίες και οι εξελίξεις που υιοθετούνται πλέον από τα ξενοδοχεία απαιτούν εξειδίκευση και έχουν φέρει πολλές αλλαγές στις διάφορες ειδικότητες. Ο υπάλληλος υποδοχής, για παράδειγμα, ανέκαθεν έπρεπε να είναι ευγενικός, να γνωρίζει ξένες γλώσσες και να υποδέχεται τους πελάτες. Τώρα πρέπει να είναι εξοικειωμένος με τις νέες τεχνολογίες, να διαχειρίζεται τα παράπονα των πελατών, να προσφέρει ακόμα και υπηρεσίες online marketing. Αντίστοιχα ο μπάρμαν έγινε mixologist και ο μπουφετζής έγινε barista... Υπάρχουν όμως και αλλαγές έπειτα από νομοθετική απαίτηση. Ο ΕΦΕΤ καθορίζει ότι οι εργαζόμενοι πρέπει να έχουν βασικές γνώσεις (με αντίστοιχη πιστοποίηση) ασφάλειας και υγιεινής, ο πρόσφατος ευρωπαϊκός κανονισμός GDPR απαιτεί γνώσεις για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, επίσης πιστοποίηση χρειάζονται οι ναυαγοσώστες, κ.λπ. Οι πιο δημοφιλείς ειδικότητες εκπαίδευσης αφορούν τους εργαζομένους πρώτης γραμμής (υποδοχή, σερβιτόροι, μπάρμεν, καμαριέρες), ενώ σεμινάρια πραγματοποιούνται για όλες τις ειδικότητες».

Κρίτων Πιπέρας

Πρόεδρος Σωματίου Διπλωματούχων Ξεναγών

«Η σχολή Ξεναγών της Αθήνας άνοιξε πέρυσι ξανά μετά από επτά χρόνια -της Κρήτης, της Ρόδου, της Θεσσαλονίκης και της Κέρκυρας παραμένουν δυστυχώς κλειστές- και φέτος έχει ήδη δημοσιευτεί από το υπουργείο Τουρισμού η πρόσκληση για την πρόσληψη τριάντα ακόμα φοιτητών. Η μόρφωση που παίρνουν οι φοιτητές από τη σχολή υπερκαλύπτει τις ανάγκες που έχουν ως επαγγελματίες. Από εκεί και πέρα, κάθε χρόνο το σωματείο οργανώνει εκπαιδευτικά σεμινάρια. Δεδομένου ότι το 30% των εισακτέων στη συγκεκριμένη σχολή είναι ήδη πτυχιούχοι άλλων σχολών (π.χ. αρχαιολόγοι, ιστορικοί τέχνης, κ.ά.), μπορούν ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους να εξειδικευτούν σε συγκεκριμένες θεματικές ενότητες.

Σε ό,τι αφορά την αγορά εργασίας, το ενδιαφέρον αυτή τη στιγμή επικεντρώνεται στα κινεζικά και τα αραβικά. Η πολιτεία θα πρέπει λοιπόν να εστιάσει στην εκπαίδευση ξεναγών που μιλούν σπάνιες γλώσσες (έχουμε πολλούς αγγλόφωνους και γαλλόφωνους) και να πριμοδοτεί αντίστοιχα με αυξημένα μόρια τους υποψήφιους εισακτέους στη σχολή».

Σίσσυ Λιγνού

Γενική Γραμματέας HAPCO και Διευθύνουσα Σύμβουλος Afea

«Σε ό,τι αφορά τους επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων, η Ελλάδα δεν διαθέτει ειδικότητα congress & events management στις τουριστικές σχολές της. Σε κάποιες προσφέρονται σποραδικά ορισμένα μαθήματα (όπως το επιλογής για τον Συνεδριακό Τουρισμό στο Τμήμα Τουριστικών Σπουδών του ΠΑ.ΠΕΙ.), που όμως στην πράξη αποτελούν απλώς εισαγωγή στο αντικείμενο. Η ειδικότητα υπάρχει μόνο σε σχολές του εξωτερικού.

Ένας από τους βασικούς λόγους που αυτό συμβαίνει είναι η γενικότερη έλλειψη συνεδριακής κουλτούρας και αναγνώρισης της συμβολής του συνεδριακού τουρισμού στην εθνική οικονομία και ανάπτυξη. Πάγιο αίτημα του Συνδέσμου μας είναι η εισαγωγή του μαθήματος στις τουριστικές σχολές, έτσι ώστε οι φοιτητές να γνωρίσουν τον κλάδο και να αποφασίσουν αν θέλουν να τον επιλέξουν. Λόγω της ποικιλομορφίας του αντικειμένου, όσοι εργαστούν στον τομέα δύσκολα αποφασίζουν να τον εγκαταλείψουν.

Η ζήτηση για θέσεις εργασίας θα αυξηθεί αρκετά στο μέλλον, γιατί η Ελλάδα (κυρίως η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη) έχει μπει δυναμικά στον συνεδριακό χάρτη. Αυτή τη στιγμή διεκδικούμε διεθνή συνέδρια ακόμα και για το 2025. Οι θέσεις με τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι οι πωλήσεις και το marketing, το επιστημονικό κομμάτι, αλλά και η οργάνωση ενός συνεδρίου».

Λύσανδρος Τσιλίδης

Πρόεδρος Ομοσπονδίας

Ελληνικών Συνδέσμων

Γραφείων Ταξιδίων & Τουρισμού (FedHATTA)

«Το επίπεδο εκπαίδευσης των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία έχει αυξηθεί σημαντικά. Οι επιχειρήσεις μας απασχολούν έναν ολόκληρο «στρατό» υπαλλήλων με σπουδές στον τομέα των τουριστικών επαγγελμάτων, όπου αποκτούν τόσο τη θεωρητική όσο και την πρακτική γνώση. Στην Ελλάδα, και οι δημόσιες και οι ιδιωτικές σχολές περιλαμβάνουν τον κλάδο των τουριστικών γραφείων, ωστόσο η πρακτική άσκηση περιορίζεται σε μόνο δυόμισι μήνες τον χρόνο, τη θερινή περίοδο. Έτσι, όσοι έρχονται στις επιχειρήσεις μας περνούν από ειδική ταχύρρυθμη εκπαίδευση (κυρίως πάνω στα συστήματα κρατήσεων αεροπορικών

θέσεων - GDS), ενώ και όλες οι πρωτοβάθμιες ενώσεις του κλάδου μας διοργανώνουν κάθε χρόνο σεμινάρια πάνω σε εξειδικευμένα θέματα που αφορούν την εργασία μας. Οι θέσεις εργασίας με τη μεγαλύτερη ζήτηση στα τουριστικά γραφεία είναι οι κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων μέσω GDS, η οργάνωση και η υποδοχή εισερχόμενου τουρισμού, ο προγραμματισμός και οι ναυλώσεις κρουαζιέρας, αλλά και η οργάνωση εκδρομών εξερχόμενου τουρισμού, ειδικότητα που απαιτεί γνώσεις ιστορίας, γεωγραφίας, αλλά και συστήματος κοστολόγησης».

- ΒΙΚΗ ΤΡΥΦΩΝΑ εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ



© 2018, . Για την αναδημοσίευση της είδησης από άλλες ιστοσελίδες είναι απαραίτητη η αναφορά του link προς το άρθρο του sep4u.gr

• 1

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

1

Share