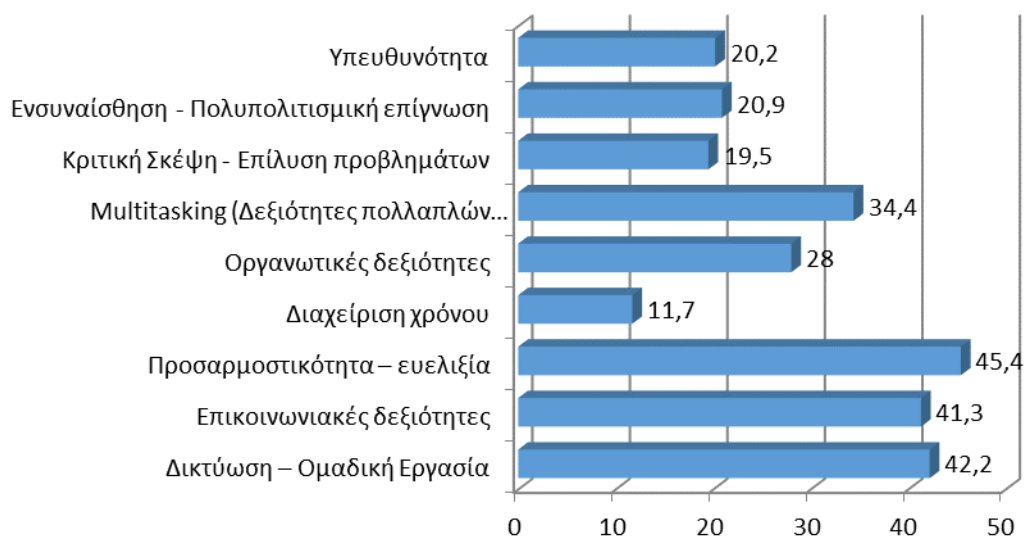
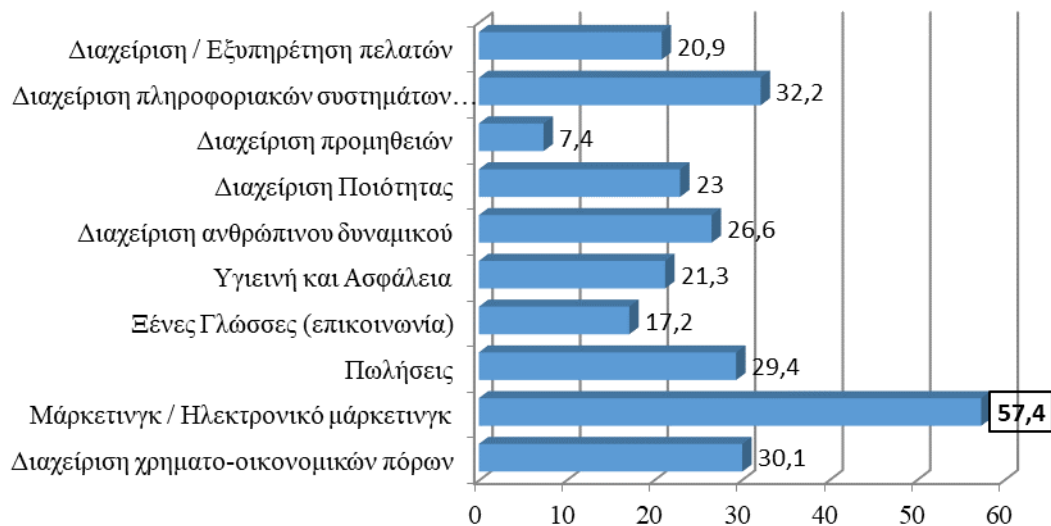


Έρευνα ΕΛΜΕΠΑ: «Οι Ανάγκες των Τουριστικών Επιχειρήσεων της Περιφέρειας Κρήτης»

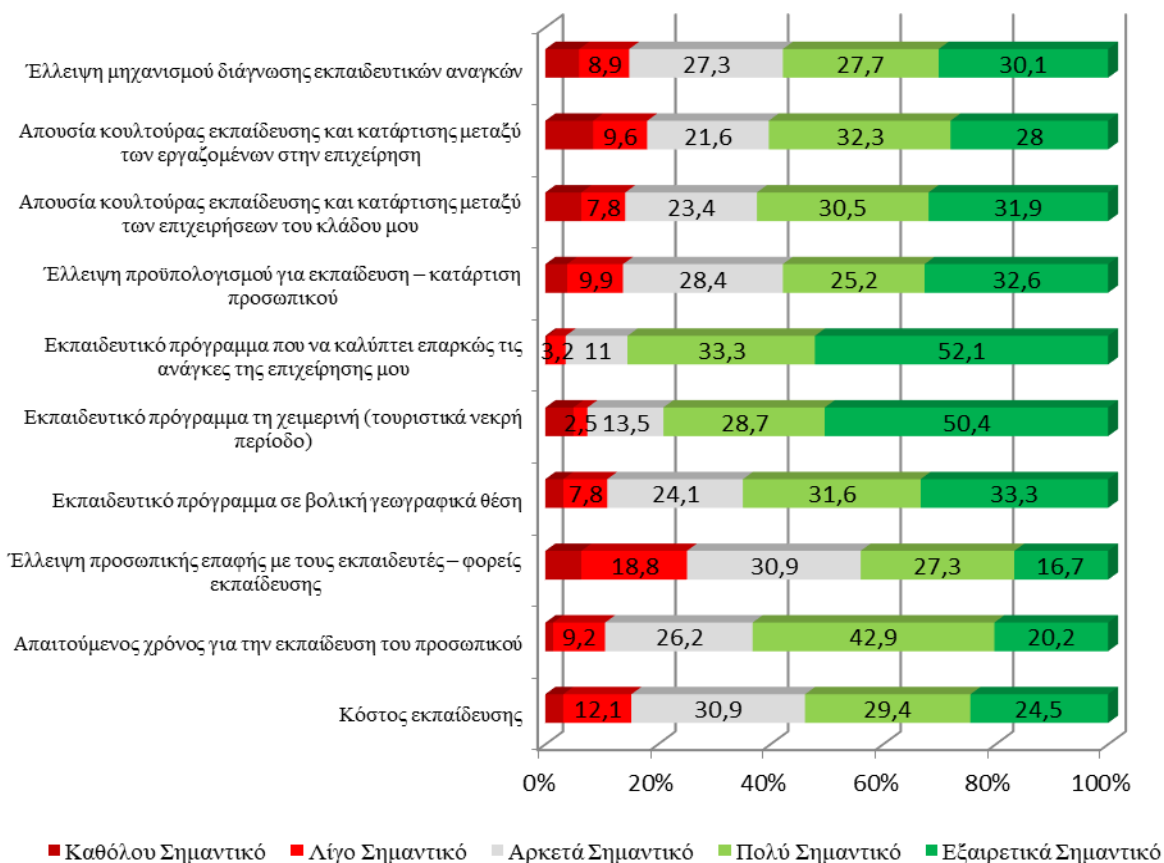
Πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε απο το θεσμοθετημένο εργαστήριο Τουρισμού και Επιχειρηματικότητας του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του ΕΛΜΕΠΑ, στο πλαίσιο της προγραμματικής σύμβασης με την Περιφέρεια Κρήτης για το «Παρατηρητήριο Τουρισμού Περιφ. Κρήτης», κατέδειξε οτι για τις οριζόντιες γνώσεις (soft skills) οι επιχειρηματίες του τουρισμού εστιάζουν στην ανάγκη να βρουν εργαζομένους με μεγάλη προσαρμοστικότητα και ευελιξία, υψηλές επικοινωνιακές δεξιότητες και την ικανότητα να λειτουργούν ως μέρος μια ομάδας ή ενός δικτύου. Αναφορικά με τις πρακτικές γνώσεις (hard skills) οι συμμετέχοντες εστιάζουν στην ανάγκη γνώσης και χρήσης νέων τεχνολογιών και συστημάτων (μάρκετινγκ και ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, πληροφοριακά συστήματα) από τους εργαζόμενους για να προσδώσουν μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία στην επιχείρησή τους.

Διάγραμμα 1: Οριζόντιες και Πρακτικές Γνώσεις|Δεξιότητες



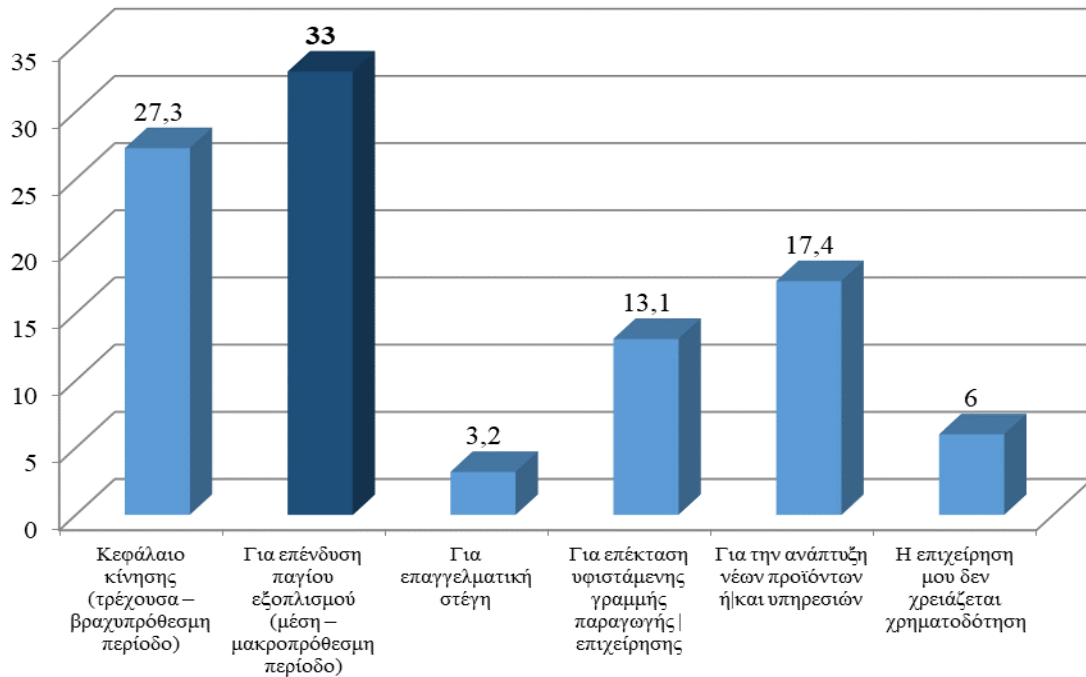
Από την έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε το χειμώνα του 2022 και στην οποία συμμετείχαν 564 επιχειρήσεις απο τον ευρύτερο τουριστικό κλάδο της Περιφέρειας Κρήτης, προέκυψε ότι οι παράγοντες – εμπόδια που δυσχαιρένουν τις προσπάθειες των επιχειρηματιών του τουρισμού να καλύψουν κενά σε οριζόντιες και πρακτικές γνώσεις-δεξιότητες (κατάρτιση – αναβάθμιση δεξιοτήτων) είναι η έλλειψη κουλτούρας δια βίου εκπαίδευσης και κατάρτισης είτε ενδο-επιχειρησιακά (από τους εργαζομένους εντός της επιχείρησης), είτε δια-κλαδικά (μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων). Επίσης, σημαντικοί παράγοντες στη κάλυψη των παραπάνω κενών δεξιοτήτων αποτελούν η χρονική περίοδος πραγματοποίησης της εκπαίδευσης-κατάρτισης, όσο και το κατά πόσο πραγματικά καλύπτουν τις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης. Είναι ενδιαφέρον ότι ο οικονομικός παράγοντας δεν αποτελεί ουσιαστικό εμπόδιο για τους επιχειρηματίες του τουρισμού στο να παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση στο προσωπικό τους.

Διάγραμμα 2: Εμπόδια στην Αναζήτηση & Παροχή Γνώσεων & Δεξιοτήτων



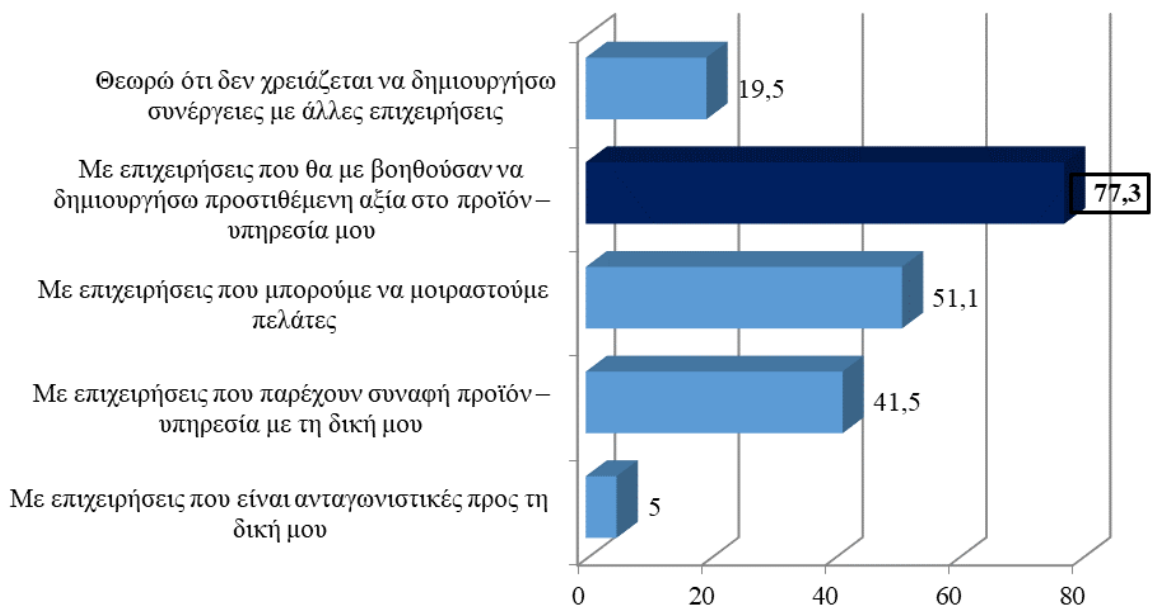
Αναφορικά με τις ανάγκες χρηματοδότησης των επιχειρηματιών του τουρισμού, οι απαντήσεις δείχνουν μια σαφή τάση για χρηματοδότηση τρεχουσών | βραχυχρόνιων και μέσο-μακροπρόθεσμων αναγκών κυρίως. Το συγκεκριμένο εύρημα ενδεχομένως να αποτυπώνει και μια εστίαση σε ένα ευρύτερο πλάνο των επιχειρηματιών του τουρισμού και μια γενικότερη αισιοδοξία για τη μελλοντική πορεία του τουρισμού στην Κρήτη.

Διάγραμμα 3: Ανάγκες Άμεσης Χρηματοδότησης Τουριστικών Επιχειρήσεων



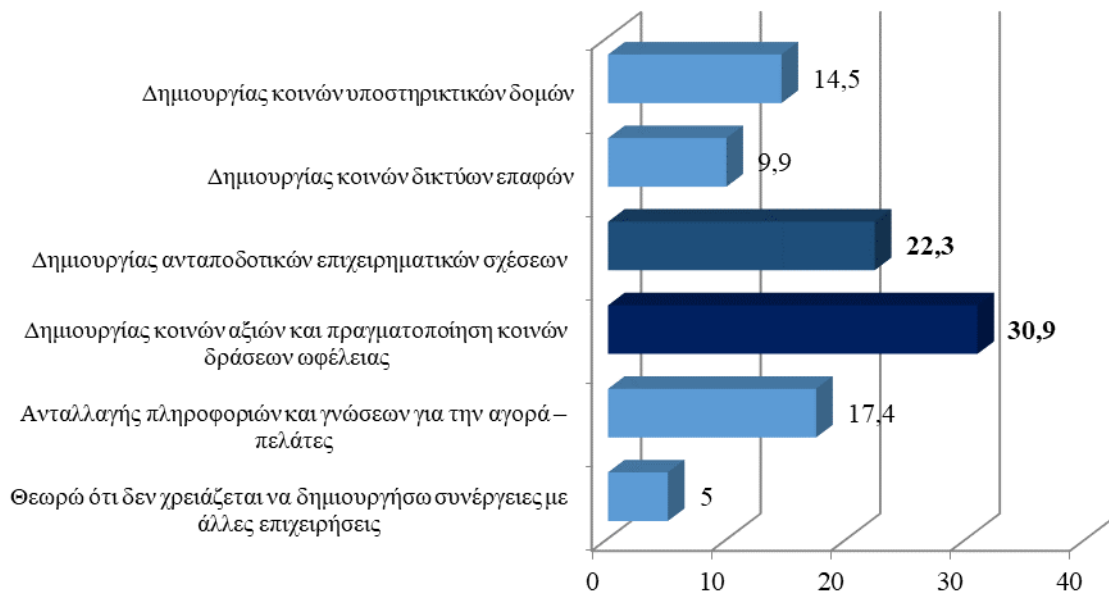
Η έρευνα εξετάσε και το είδος της συνεργασίας που επιθυμούν να συνάψουν οι τουριστικές επιχειρήσεις στην Κρήτη. Με βάση τα δεδομένα που παρουσιάζονται, προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών επιθυμούν τη δημιουργία συνεργειών με επιχειρήσεις που θα προσέθεταν προστιθέμενη αξία στο προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχουν (77.3%) (στρατηγική ανάπτυξης προϊόντος). Στην αμέσως επόμενη θέση έρχονται οι συνέργειες που επιτρέπουν τη συνύπαρξη με εταιρίες που παρέχουν συμπληρωματικά προϊόντα και υπηρεσίες οπότε θα μπορούσαν να μοιραστούν πελάτες με αυτές (51.1%) (στρατηγική ανάπτυξης αγοράς – στόχου).

Διάγραμμα 4: Είδος Συνεργασίες Μεταξύ Τουριστικών Επιχειρήσεων στη Περ. Κρήτης



Εστιάζοντας λίγο παραπάνω στις μορφές – τύπους συνεργασιών μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων, το διάγραμμα 5 αναφέρει ότι περίπου το 1/3 των συμμετεχόντων στην έρευνα (31%) επιθυμεί τη δημιουργία κοινών δράσεων ωφέλειας από τις επιχειρήσεις που θα συνεργάζονται μεταξύ τους. Επίσης υψηλό ποσοστό συγκεντρώνει η επιλογή της δημιουργίας κοινών ανταποδοτικών επιχειρηματικών σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων (22.3%).

Διάγραμμα 5: Είδος Συνεργασίας | Συνεργειών

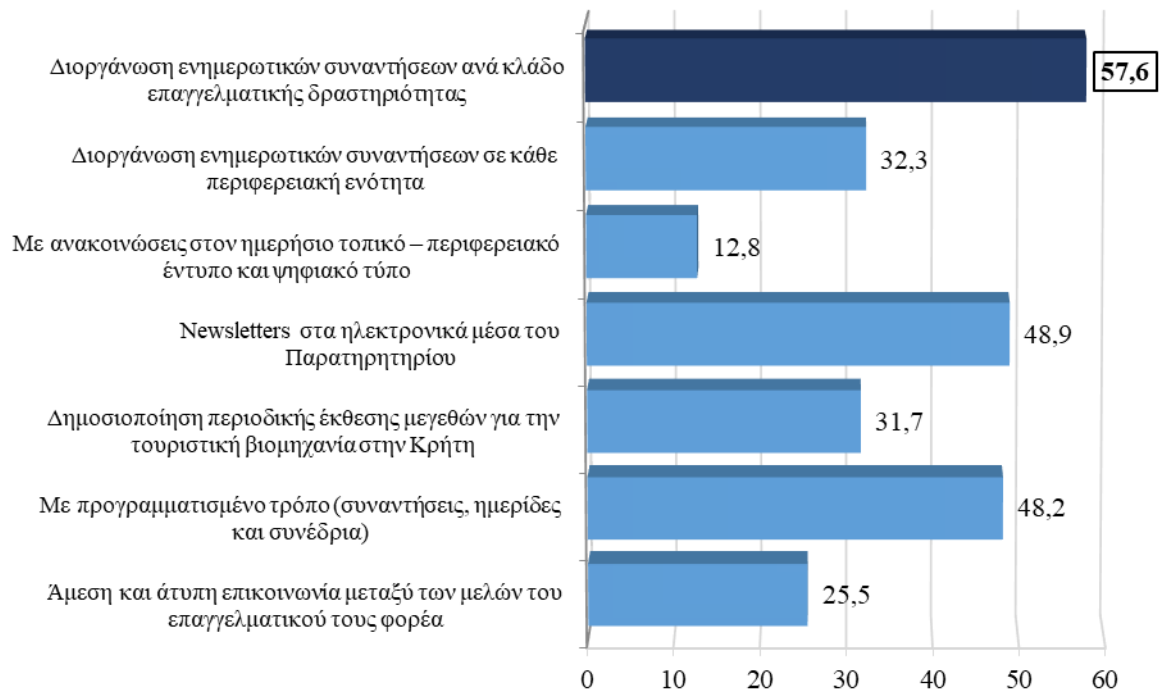


Πρακτικά, τα αποτελέσματα από το διάγραμμα 5 δείχνουν την τάση των επιχειρηματιών να εστιάσουν σε συνέργειες και συνεργασίες που θα έχουν ένα πιο πρακτικό αντίκτυπο για τις επιχειρήσεις τους, ή που θα φέρουν άμεσα αποτελέσματα (κοινές δράσεις ωφέλειας, ανταποδοτικές σχέσεις).

Τέλος, το διάγραμμα 6 παρακάτω σχολιάζει τους τρόπους με τους οποίους θα επιθυμούσαν να υπάρχει ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών μεταξύ τους. Το θέμα της πληροφορίας είναι κάτι που απασχολεί σοβαρά την τοπική τουριστική επιχειρηματική κοινότητα και γι' αυτό το λόγο οι απαντήσεις τους σε αυτήν την ερώτηση αξιολογούνται πολύ προσεκτικά. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες στο κλαδο του τουρισμού θα επιθυμούσαν η ενημέρωση και η ανταλλαγή απόψεων να γίνεται σε κλαδικό – θεματικό επίπεδο (57.6%).

Επίσης, διαφαίνεται μια προσπάθεια απομάκρυνσης από την παραδοσιακή περιχαράκωση μέσω γεωγραφικών ενοτήτων και παράλληλα την ανάγκη προσέγγισης και συνεργασίας μέσα σε καθαρά επαγγελματικά και κλαδικά μοτίβα. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι η επιλογή της ανταλλαγής απόψεων και πληροφοριών σε στενά γεωγραφικά όρια (π.χ., με βάση την περιφερειακή ενότητα) δεν φαίνεται να προσελκύει μεγάλο ενδιαφέρον. Επίσης μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η χρήση του διαδικτύου και πιο συγκεκριμένα η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων του Παρατηρητήριου Τουρισμού της Περιφέρειας Κρήτης (49%), καθώς και η επικοινωνία με επίσημο και προγραμματισμένο τρόπο (π.χ., μέσω προγραμματισμένων συναντήσεων, ημερίδων και συνεδρίων).

Διάγραμμα 6: Τρόπος Ανταλλαγής Απόψεων & Πληροφοριών



©2022, ΕΛΜΕΠΑ

Με την επιφύλαξη παντός δικαιώματος

All rights reserved.

Κύρια Ερευνητική Ομάδα

Αλέξανδρος Αποστολάκης
Μάρκος Κουργιαντάκης
Ιωάννα Βισκαδουράκη
Μάγδα Πιριντζή
Γεώργιος Απλαδάς

Στοιχεία Επικοινωνίας

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού, Σχολή Επιστημών Διοίκησης & Οικονομίας
ΕΛΜΕΠΑ, Εσταυρωμένος,
Ιωάννη Αθητάκη 1,
71004, Ηράκλειο Κρήτης
Τηλ.: 2810379621
Email: tourismobservatory@hmu.gr