



ΠΡΑΞΗ:

«ΘΑΛΗΣ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-

Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας»

Κωδικός MIS **380421**

ΥΠΟΕΡΓΟ:

«Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας» και α/α «01»

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ:

«Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» (Ε.Π.Ε.Δ.Β.Μ.) 2007-2013  
Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 11:

«Ενίσχυση του ανθρώπινου κεφαλαίου για την προαγωγή της έρευνας και της καινοτομίας στις 3 Περιφέρειες Σταδιακής Εξόδου»

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΑΞΗΣ:

«ΘΑΛΗΣ»

Η Πράξη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) και από εθνικούς πόρους, μέσω του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (Π.Δ.Ε.) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων

**Παραδοτέο**

Παραδοτέο Π4.5.8: Πρώτη εκδοχή (1<sup>st</sup> draft) σχετικού κεφαλαίου για το συλλογικό τόμο

ΥΔ4.5: Συγκριτική επισκόπηση των μελετών περίπτωσης - εξαγωγή συμπερασμάτων

Δράση 4: Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Συντάκτες : Σκορδίλη Σοφία, Μελισσοργός Γεώργιος

Για την εκπόνηση του παραδοτέου απασχολήθηκαν τα κάτωθι μέλη της ομάδας έργου :

**ΜΕΛΗ ΚΥΡΙΑΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ (Κ.Ε.Ο.)**

ΣΚΟΡΔΙΛΗ ΣΟΦΙΑ

**ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ (Ο.Ε.Σ.)**

ΜΕΛΙΣΣΟΥΡΓΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Θεσσαλονίκη, 30/11/2015



2

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση(Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

### Ερευνητικό Πρόγραμμα ΘΑΛΗΣ

Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας.

### ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ 4

#### Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Σκορδίλη Σοφία

Μελισσουργός Γεώργιος

### Δ4. Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών

#### Παραδοτέο Π4.5.8: Πρώτη εκδοχή (1st draft) σχετικού κεφαλαίου για το συλλογικό τόμο



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 4.5.8

**Ανθρώπινο δυναμικό και τουρισμός: Διερευνώντας κρίσιμα ζητήματα για την τοπική ανάπτυξη στο Ρέθυμνο και τη Νάξο**

**Γιώργος Μελισσουργός**

**Πρώτη εκδοχή κεφαλαίου που θα δημοσιευτεί σε συλλογικό τόμο.**



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

# Ανθρώπινο δυναμικό και τουρισμός: Διερευνώντας κρίσιμα ζητήματα για την τοπική ανάπτυξη στο Ρέθυμνο και τη Νάξο<sup>1</sup>

Γιώργος Μελισσουργός

## 1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός θεωρείται ως ένας από τους κυριότερους πυλώνες της εθνικής οικονομίας. Σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις, η συνεισφορά του στο εγχώριο προϊόν και την απασχόληση στο σύνολο της χώρας για το 2013 ανήλθε στο επίπεδο του 16,4% και 18,3% αντίστοιχα (ΣΕΤΕ, 2013). Ωστόσο, κατά την τελευταία δεκαετία αναπτύσσεται έντονη συζήτηση σχετικά με τα σημεία κάμψης που εμφανίζει η τουριστική ανάπτυξη σε σχέση με τις αμέσως προηγούμενες δύο δεκαετίες, εξαιτίας τόσο της όξυνσης του ανταγωνισμού σε επίπεδο Μεσογείου όσο και των διαρθρωτικών προβλημάτων τα οποία είναι εγγενή στον κλάδο αλλά και στο εγχώριο πρότυπο ανάπτυξης. Η πρόσφατη οικονομική κρίση έχει συντελέσει στην εντατικοποίηση της συζήτησης, θεωρώντας ότι η δυναμική και ο «εξαγωγικός» χαρακτήρας της δραστηριότητας συνηγορούν για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης ως όχημα εξόδου από την κρίση. Αυτό τον στρατηγικό στόχο φαίνεται να μοιράζονται –ίσως περισσότερο επιτακτικά από ποτέ– τόσο οι εμπλεκόμενοι παραγωγικοί φορείς όσο και η κεντρική και τοπική διοίκηση. Έτσι επανέρχεται δυναμικά στο προσκήνιο η επιστημονική συζήτηση για τη συμβολή και τις πολυδιάστατες επιπτώσεις του τουρισμού στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Δίνεται έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, στην αναγκαιότητα αναβάθμισης υποδομών και υπηρεσιών, στις ειδικές-εναλλακτικές μορφές τουρισμού και στο μάρκετινγκ.

Ο ρόλος του ανθρώπινου δυναμικού στην τουριστική ανάπτυξη αποτελεί ένα σχετικά παραγνωρισμένο τμήμα της συζήτησης αυτής τόσο στην ελληνική και ξενόγλωσση βιβλιογραφία όσο και στα επίπεδα των δημοσίων πολιτικών και της

<sup>1</sup> Ευχαριστώ τη Σοφία Σκορδίλη, Αναπλ. Καθηγήτρια Χαροκόπειου Πανεπιστημίου, για τη συμβολή της στο σχεδιασμό της έρευνας.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

δημόσιας συζήτησης. Με δεδομένη την ένταση εργασίας που χαρακτηρίζει την μεγάλη πλειονότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων στους προορισμούς καθώς και την κυριαρχία των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, η ελλιπής μελέτη της σημασίας που έχει το ανθρώπινο δυναμικό –τόσο από τη μεριά της απασχόλησης όσο και από αυτή της επιχειρηματικότητας–αποτελεί ένα καίριο ζήτημα. Ανταποκρινόμενο σε αυτή την ανάγκη, το παρόν κεφάλαιο στοχεύει στην ανάδειξη κρίσιμων πτυχών της σχέσης ανάμεσα στο ανθρώπινο δυναμικό και την τουριστική ανάπτυξη. Με αυτό τον τρόπο αποπειράται η καταγραφή ορισμένων παραμέτρων της σημασίας που έχει το ανθρώπινο δυναμικό στην αναπτυξιακή δυναμική και η οποία αποτελεί το αντικείμενο του Ερευνητικού Προγράμματος ΘΑΛΗΣ-HIDDEN. Με βάση την οργανωτική δομή του τελευταίου, το παρόν κεφάλαιο υιοθετεί την ερευνητική στρατηγική της μελέτης περίπτωσης εστιάζοντας στην περίπτωση του τουρισμού. Επιχειρεί την ανάδειξη πτυχών του ανθρώπινου δυναμικού στην τομή τουρισμού και τοπικής ανάπτυξης μέσα από την εμπειρική διερεύνηση δύο τοπικών προορισμών, του Ρεθύμνου και της Νάξου, βασιζόμενο σε επιτόπια έρευνα και εστιάζοντας σε ανάλυση ποιοτικού χαρακτήρα. Κατ' αυτό τον τρόπο, το κεφάλαιο δρα συμπληρωματικά στις λοιπές προσεγγίσεις που υιοθετεί το ανά χείρας βιβλίο και συνολικότερα το Πρόγραμμα ΘΑΛΗΣ για την ερμηνεία του ρόλου που έχει το ανθρώπινο δυναμικό στην περιφερειακή ανάπτυξη. Παράλληλα, συμπληρώνει άλλες κριτικές ερμηνευτικές προσεγγίσεις που απαντάμε στην βιβλιογραφία και οι οποίες εξετάζουν τις ποικίλες όψεις της τουριστικής ανάπτυξης.

Το κεφάλαιο αρθρώνεται σε έξι ενότητες. Η πρώτη αποτυπώνει το μεθοδολογικό πλαίσιο για τη διεξαγωγή της έρευνας, τεκμηριώνοντας παράλληλα την επιλογή των δύο συγκεκριμένων περιοχών για την έρευνα πεδίου. Η δεύτερη ενότητα επιχειρεί μια σύνοψη ορισμένων πτυχών της σχέσης ανάμεσα σε τουριστική ανάπτυξη και ανθρώπινο δυναμικό στην περίπτωση της Ελλάδας. Οι ενότητες που ακολουθούν παρουσιάζουν τα ευρήματα της έρευνας πεδίου. Η τρίτη ενότητα σκιαγραφεί τις περιπτώσεις του Ρεθύμνου και της Νάξου, αναπτύσσοντας μια προβληματική με βάση κοινά γνωρίσματα και προβληματισμούς για τις διαφορετικές αυτές περιοχές. Η τέταρτη ενότητα αποτελεί την εμπειρική εξέταση της σχέσης ανάμεσα σε τουρισμό, επιχειρηματικότητα και ανθρώπινο κεφάλαιο, ενώ η πέμπτη εστιάζει στη διασύνδεση ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή. Το κεφάλαιο καταλήγει με μια συμπερασματική θεώρηση.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) – Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

## 2. Η μεθοδολογία της έρευνας

Ο κύριος ερευνητικός άξονας είναι η διερεύνηση του ρόλου που έχει ο ανθρώπινος παράγοντας στην λειτουργία και αναδιάρθρωση των τουριστικών επιχειρήσεων και –διαμέσου της σημασίας του ανθρώπινου παράγοντα– η εξέταση της σχέσης ανάμεσα στη δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων αυτών και την τοπική ανάπτυξη. Σε αυτό το πλαίσιο διατυπώνονται μια σειρά από καίριες υποθέσεις και ερωτήματα που αποσαφηνίζουν το βασικό ερώτημα. Οι επιμέρους αυτοί άξονες αποτελούν τις διακριτές θεματικές διερεύνησης της επιτόπιας έρευνας.

Ο πρώτος άξονας αφορά στην επιχειρηματικότητα και στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Για την πρώτη, θα εξετάσουμε ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά όπως το ιστορικό και τα κίνητρα του επιχειρηματία, τις επιρροές του περιβάλλοντος και τις επιδράσεις στο περιβάλλον επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, διερευνώντας με αυτό τον τρόπο πόσο "τοπική" είναι η τοπική επιχειρηματικότητα και τη σύνδεσή της με την τοπική ανάπτυξη. Ακολουθώντας, λαμβάνοντας υπόψη τη συμβατική θεώρηση περί ανθρώπινου κεφαλαίου και τα χαρακτηριστικά του εσωτερικού καταμερισμού εργασίας στις τουριστικές επιχειρήσεις (πλειονότητα θέσεων μέσης-χαμηλής ειδίκευσης, πρακτική εκπαίδευση, σημασία της άτυπης εργασίας), διερευνάται ο ρόλος της εκπαίδευσης και της κατάρτισης του προσωπικού στη λειτουργία της επιχείρησης.

Ο δεύτερος άξονας εμπεριέχει την υπόθεση ότι η λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης και η εγκαθίδρυση ενός συμπλέγματος επιχειρήσεων, παρά την όποια "επιτυχία", δεν συντελούν αυτόματα στην τοπική ανάπτυξη. Με άλλα λόγια, η τοπική ανάπτυξη που στηρίζεται στον τουρισμό έχει –σε κάθε περιοχή και χρονικό πλαίσιο – ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, περιλαμβάνει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις και η τελική αποτίμησή της οφείλει να περιλαμβάνει ένα ευρύ σύνολο από θεματικούς άξονες σχέσεων. Καθώς ο στόχος του κεφαλαίου δεν είναι μια ολιστική προσέγγιση αυτής της σχέσης, θα εστιάσουμε στο ανθρώπινο δυναμικό, εξετάζοντας το ρόλο που έχουν οι τουριστικοί επιχειρηματίες στην τοπική ανάπτυξη με όρους τοπικής ενθάρτυξης των διασυνδέσεων της παραγωγής, εστιάζοντας στις διασυνδέσεις ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή.

Η διερεύνηση της σχέσης ανάμεσα σε τουρισμό και τοπική ανάπτυξη βασίστηκε, κατ' αρχάς, σε επισκόπηση των δευτερογενών δεδομένων, η οποία περιέλαβε τόσο



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

τη βιβλιογραφία και γενικότερα την επιστημονική συζήτηση όσο και την ευρύτερη δημόσια συζήτηση. Μέρος της επισκόπησης των δευτερογενών πηγών αποτέλεσε και η καταγραφή και αποδελτίωση σχετικών δημοσιευμάτων του ημερήσιου και περιοδικού τύπου, κυρίως μέσα από χρήση διαδικτυακών πηγών. Μέρος της αποδελτίωσης αυτής χρησιμοποιήθηκε αρχικά για τη δημιουργία βάσης δεδομένων, η οποία στα αρχικά στάδια της έρευνας βοήθησε στην οριοθέτηση μιας εμπειρικής ατζέντας και έτσι στην ανάδειξη «από τα κάτω» κρίσιμων θεμάτων συζήτησης στην τουριστική οικονομία. Παράλληλα, έγινε συλλογή και επεξεργασία διαθέσιμων στατιστικών στοιχείων. Τόσο η βιβλιογραφία όσο και τα δεδομένα του τύπου και οι στατιστικές καταγραφές εστιάζουν στις δύο περιοχές της έρευνας πεδίου, βοηθώντας –από κοινού με άλλα, ποιοτικά δεδομένα– στην αποτύπωση της φυσιογνωμίας αυτών των περιοχών και στην ένταξή τους στον ευρύτερο χάρτη της τουριστικής ανάπτυξης.

Η επιτόπια έρευνα, εκτός από τη συλλογή ειδικών δευτερογενών πηγών, περιελάμβανε κυρίως τη διεξαγωγή συνεντεύξεων ανοικτού τύπου με βάση οδηγό συνέντευξης. Οι συνεντεύξεις έγιναν με πληροφορητές-κλειδιά που εμπλέκονται στην παραγωγή του τουρισμού και συγκεκριμένα με: (α) επιχειρηματίες από όλες τις κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων κυρίως από τους κλάδους της προσφοράς καταλύματος και της εστίασης, (β) εκπροσώπους των τοπικών Δήμων, (γ) εκπροσώπους τοπικών φορέων (Σύλλογος Ξενοδόχων, Εμπορικό Επιμελητήριο Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων, Σωματείο Ξενοδοχοϋπαλλήλων κ.α.), (δ) λοιπούς πληροφορητές (επιστήμονες, μέλη κοινωνικών συλλογικοτήτων κ.α.). Συνολικά έγιναν συνεντεύξεις με 23 πληροφορητές και συγκεκριμένα με 13 πληροφορητές για την περίπτωση της Νάξου και με 10 πληροφορητές για το Ρέθυμνο.

Η επιλογή των δύο ως άνω περιοχών εξυπηρετεί την «αντιπροσώπευση» δυο διακριτών τύπων τουριστικής ανάπτυξης, όπως θα αναλυθεί διεξοδικότερα παρακάτω. Έτσι, επιχειρείται μια «συγκριτική» διερεύνηση της σχέσης ανθρώπινου δυναμικού και ανάπτυξης με έμφαση στον τουρισμό, για την οποία έγινε η στρατηγική ερευνητική υπόθεση ότι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού διαφοροποιούνται εντός του τοπικού κάθε φορά πλαισίου τουριστικής ανάπτυξης και του τοπικού θεσμικού περιβάλλοντος. Το Ρέθυμνο αποτελεί έναν ώριμο τουριστικό προορισμό, ο οποίος άρχισε να αναπτύσσεται από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 και χαρακτηρίζεται από τη σημασία των μεγάλων ξενοδοχειακών



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



μονάδων, του εισερχόμενου τουρισμού και του οργανωμένου πακέτου διακοπών. Ο τουρισμός αποτελεί την βασική οικονομική δραστηριότητα στην περιοχή. Στον αντίποδα, η Νάξος αποτελεί έναν «μεσαίου» τύπου και αναπτυσσόμενο προορισμό των Κυκλάδων, όπου το μέγεθος των μονάδων είναι μικρό, ο ημεδαπός τουρισμός έχει μεγάλη σημασία, το πακέτο διακοπών δεν είναι κυρίαρχο, ενώ η τοπική οικονομία εμφανίζεται λιγότερο εξαρτημένη από τον τουρισμό. Και οι δύο περιοχές χαρακτηρίζονται από έντονη χωρική πόλωση στην ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων. Στο Ρέθυμνο η πλειονότητα των επιχειρήσεων (περίπου 80%) είναι εγκατεστημένες στην πόλη και στην ανατολική της πόλης παράκτια έκταση. Στη Νάξο η αντίστοιχη τάση χωροθέτησης αφορά στην Χώρα και την περί αυτής περιοχή (περίπου 84%). Η επιτόπια έρευνα εστίασε σε αυτές τις δύο περιοχές (στην πόλη και τα περίχωρα του Ρεθύμνου και στη Χώρα της Νάξου).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η εμπειρική έρευνα έχει σκοπό την διερεύνηση ορισμένων στοιχείων του ανθρώπινου δυναμικού και της σχέσης του με την τοπική ανάπτυξη. Πρέπει να τονιστεί ότι η διερεύνηση έχει κυρίως ποιοτικά χαρακτηριστικά και έτσι αποτελεί μια αρχική και γενική προσέγγιση στην αποτύπωση και συζήτηση κρίσιμων ζητημάτων (σύμφωνα και με τις δυνατότητες που παρείχε το Πρόγραμμα ΘΑΛΗΣ για την έρευνα των μελετών περίπτωσης). Μια περισσότερο ενδελεχής και ποσοτικού χαρακτήρα διερεύνηση για τα εν λόγω ζητήματα (με διαφορετικές απαιτήσεις οργάνωσης και χρηματοδότησης) θα περιελάμβανε τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε σταθμισμένο δείγμα επιχειρήσεων και εργαζομένων, μέθοδος που θα επέτρεπε την εξαγωγή περισσότερο αντιπροσωπευτικών συμπερασμάτων. Μια άλλη όψη της γενικής εικόνας θα μπορούσε να προέλθει από μια μακρο-ματιά, με τη χρήση στατιστικών στοιχείων και μεθόδων που θα είχαν ως αντικείμενο ευρύτερες χωρικές ενότητες και οι οποίες θα παρείχαν άλλες ερμηνείες της διασύνδεσης ανθρώπινου δυναμικού και ανάπτυξης με βάση τις διαθέσιμες μεταβλητές. Αυτές οι εναλλακτικές στρατηγικές έρευνας ακολουθούνται ευρέως και προσφέρουν συμπληρωματικές ερμηνείες για τα κοινωνικά υπό εξέταση φαινόμενα.

### 3. Τουρισμός, τοπική ανάπτυξη και ανθρώπινο δυναμικό

Η σημασία του τουρισμού δεν εδραιώνεται μόνο στη θετική συμβολή του στην εθνική οικονομία. Εξίσου μεγάλη είναι η συνεισφορά του για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα. Περιθωριοποιημένοι όποιοι –και ιδιαίτερα οι



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

νησιωτικές περιοχές– βρήκαν στον τουρισμό μία σημαντική, ίσως πολλές φορές τη μόνη διαθέσιμη, αναπτυξιακή ευκαιρία (Κομίλης, 1986· Konsolas και Zacharatos, 1992). Από αναπτυξιακή και γεωγραφική σκοπιά αυτό κατέστη δυνατό εξαιτίας τριών παραγόντων: Ποικιλία και χωρική διάχυση φυσικών και πολιτισμικών πόρων, απουσία αστικής ή και βιομηχανικής ανάπτυξης και πρωταρχική ανάπτυξη δημοσίων υποδομών και ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων. Οι παραπάνω προϋποθέσεις συνδυάστηκαν με την ευρωπαϊκή και παγκόσμια τουριστική έκρηξη της ζήτησης καθώς και με την αυθεντικότητα και το πλεονέκτημα κόστους που διέθετε αρχικά η χώρα σε σύγκριση με παρόμοιους και ήδη ανεπτυγμένους προορισμούς. Έτσι ο τουρισμός, ιδιαίτερα από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 κι έπειτα, λειτούργησε ευεργετικά για πολλές λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές της χώρας που μέχρι τότε γνώριζαν παραγωγική απαξίωση και μείωση του πληθυσμού. Σε αυτές τις αναπτυσσόμενες τουριστικά περιφέρειες της χώρας παρατηρούμε συγκράτηση ή και αύξηση του πληθυσμού, αύξηση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ αλλά και των διαφόρων δεικτών ευημερίας, αύξηση της τοπικής απασχόλησης και δημιουργία τοπικών μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων.

Στον αντίποδα, ένα βασικό πρόβλημα που χαρακτηρίζει την περιφερειακή κλίμακα της τουριστικής ανάπτυξης είναι μία χρονικά σταθερή χωρική πόλωση. Για παράδειγμα, το 1993 ποσοστό 54% των δηλωμένων κλινών συγκεντρώνεται σε έξι μόνο νομούς (Αττική, Δωδεκάνησα, Ηράκλειο, Κέρκυρα, Κυκλάδες και Χαλκιδική). Ως κύρια αιτία για την πόλωση αυτή αναφέρεται η κυριαρχία του μοντέλου “ήλιος, άμμος, θάλασσα”, η οποία πριμοδοτεί την ανάπτυξη παράκτιων και νησιωτικών περιοχών υπό την οργανωτική ηγεμονία του μαζικού τουρισμού, καθώς και η προσπελασιμότητα ορισμένων μόνο περιοχών βάσει της εφαρμοζόμενης πολιτικής δημοσίων επενδύσεων και αναπτυξιακών κινήτρων, η οποία ενίσχυσε κατά το διάστημα 1950-1980 την τάση για ανάπτυξη των ήδη ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών (Σπιλάνης, 2000). Αντίστοιχη εικόνα αποτυπώνεται αρκετά χρόνια αργότερα σε έρευνα του ΞΕΕ για την περιφερειακή κατανομή της δαπάνης του εισερχόμενου τουρισμού (ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, 2014): το 89% της τουριστικής δαπάνης το 2013 συγκεντρώνεται σε τέσσερις μόλις περιφέρειες της χώρας, από το οποίο το 54,5% στις περιφέρειες Ν. Αιγαίου και Κρήτης.

Η χωρική πόλωση συμβαδίζει και με την χρονική πόλωση της ζήτησης και συνεπάγεται την εποχική απασχόληση στον τουρισμό, με τη μορφή τόσο της μισθωτής απασχόλησης –πολλές φορές σε άτυπο πλαίσιο– όσο και της ανάπτυξης



μίας ντόπιας μικρο-μεσαίας επιχειρηματικότητας (βλ. παρακάτω)Σημαντικό γνώρισμα της τελευταίας αποτελεί η εκμετάλλευση της εγγείου ιδιοκτησίας, η οποία – από κοινού με την απουσία μηχανισμών ελέγχου και πιστοποίησης– ευθύνεται και για τη γενικευμένη ανάπτυξη του άτυπου κλάδου παροχής καταλύματος (γνωστού και ως παραξενοδοχία). Το κομμάτι αυτό της αγοράς, όντας σημαντικό κομμάτι της συνολικής παροχής τουριστικών υπηρεσιών, παρουσιάζει πλεονεκτήματα όπως προσαρμοστικότητα στις τάσεις της ζήτησης, προσωπικές σχέσεις με πελάτες και προμηθευτές και ευελιξία στην απασχόληση (Buhalis, 1999) και ανταποκρίνεται σε ένα συγκεκριμένο, χαμηλής κατηγορίας τμήμα της συνολικής ζήτησης. Συγχρόνως όμως δρα ανταγωνιστικά ως προς το τυπικό σκέλος της προσφοράς, ενώ συγχρόνως επιδρά καθοριστικά στην υποβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αυτό το τελευταίο χαρακτηριστικό, ενισχυόμενο από την απουσία τουριστικής πολιτικής, έχει οδηγήσει σε έναν φαύλο κύκλο χαμηλού επιπέδου υπηρεσιών και προσέλκυσης ζήτησης χαμηλών εισοδημάτων (Τσάρτας, 2010).

Σε ό,τι αφορά την οργάνωση του κλάδου, η ελληνική τουριστική αγορά είναι σε μεγάλο βαθμό εξαρτημένη από τον εισερχόμενο μαζικό τουρισμό διακοπών και την οργανωτική του μορφή του ελέγχου της αγοράς από τις ευρωπαϊκές εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών(touroperator). Η ολιγοπωλιακή δομή της αγοράς, σε συνδυασμό με την υπερπροσφορά στον προορισμό, φέρνει τις εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών σε ισχυρή διαπραγματευτική θέση απέναντι στις τουριστικές επιχειρήσεις. Συγχρόνως, η κυριαρχία των ΜΜΕ στο ντόπιο παραγωγικό κύκλωμα συχνά αναγνωρίζεται ως δομική αδυναμία της εγχώριας αγοράς στην τρέχουσα φάση της ώριμης τουριστικής ανάπτυξης (Buhalis, 2001).Παράλληλα, κύριο αίτημα για τη αναζωογόνηση των προορισμών αποτελεί η επιμήκυνση της περιόδου μέσα από την διαφοροποίηση και συμπληρωματικότητα του κυρίαρχου προϊόντος του οργανωμένου τουρισμού διακοπών. Επιδιώκεται έτσι η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Κοκκώσης κ.α., 2011) που, αν και συνήθως θεωρούνται κατ' αντιδιαστολή με τον κυρίαρχο μαζικό τουρισμό, στην πραγματικότητα επιτρέπουν την ανάπτυξη πολλαπλών νέων αγορών και τη διασύνδεση αυτών με τον μαζικό τουρισμό, ανταποκρινόμενες έτσι στα αιτήματα του σύγχρονου, πολυκινητρικού τουρίστα (Τσάρτας, 2014).

Ωστόσο η πραγματική ανάπτυξη αυτών των δυνατοτήτων βρίσκεται ακόμα σε πολύ αρχικό στάδιο. Γενικότερα, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η ελλειμματική ανταπόκριση του κλάδου στις ευκαιρίες και προκλήσεις της αγοράς, καθώς και η



γενικότερη μείωση της καταναλωτικής δαπάνης που η πρόσφατη κρίση έχει ενισχύσει, αποτελούν τις αιτίες πίσω από την οικονομική στενότητα ή και το κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων. Το 2011 καταγράφηκε ως η πρώτη χρονιά κατά την οποία ο αριθμός των ξενοδοχείων που άνοιξαν υπολείπεται του αριθμού των ξενοδοχείων που έκλεισαν, με αποτέλεσμα να μειωθεί ο συνολικός αριθμός των ξενοδοχείων κατά 80 μονάδες, σύμφωνα με στοιχεία από το μητρώο του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου (ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, 2013). Κυριότερη έκφανση της δυσπραγίας στην οποία έχουν περιέλθει πολλές επιχειρήσεις του κλάδου είναι η συρρίκνωση της απασχόλησης και της κερδοφορίας, που με τη σειρά της έχει οδηγήσει στην επιδείνωση της σχέσης ποιότητας-τιμής και άρα στην περαιτέρω πτώση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Οι ανησυχητικές αυτές τάσεις και οι συνέπειές τους μπορούν σε μεγάλο ποσοστό να αποδοθούν στην τρέχουσα οικονομική κρίση, είτε αυτή αφορά στην παγκόσμια τουριστική αγορά – η συρρίκνωση της οποίας παρατηρείται ήδη από το 2008– είτε στο ειδικότερο περιβάλλον της κρίσης στη χώρα μας, όπου οι πολιτικές λιτότητας πλήττουν αφενός το διαθέσιμο εισόδημα (και άρα τον εγχώριο τουρισμό με δεδομένη την ελαστικότητα εισοδήματος της τουριστικής κατανάλωσης) και αφετέρου την παραγωγή του τουρισμού, μέσω της επιδείνωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (κυρίως σε ό,τι αφορά τον τραπεζικό δανεισμό). Στο πεδίο της απασχόλησης σε τουριστικά καταλύματα και εστίαση, η οικονομική κρίση έχει σοβαρές αρνητικές συνέπειες σε εθνικό επίπεδο, καθώς έχει οδηγήσει σε συνολική πτώση της απασχόλησης κατά 19,5% κατά την περίοδο 2008-2013 (με βάση τα στοιχεία της Eurostat). Σημαντική μείωση της απασχόλησης καταγράφεται ιδιαίτερα σε περιοχές που φιλοξενούν έλληνες τουρίστες. Συγκρίνοντας τον Αύγουστο του 2012 με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους, οι περιοχές Ηπείρου και Θεσσαλίας παρουσιάζουν συρρίκνωση της απασχόλησης κατά 21,3% και η Πελοπόννησος κατά 16% (ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, 2013).

Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα έχουν αναδείξει μια σειρά από κρίσιμα γνωρίσματα της απασχόλησης και ειδικότερα της επιχειρηματικότητας και του ανθρώπινου κεφαλαίου στον τομέα του τουρισμού. Η έντονη εποχικότητα σε ζήτηση και προσφορά συνοδεύεται από σημαντικά διαρθρωτικά προβλήματα στην απασχόληση, με μόνο ένα μικρό ποσοστό του συνολικού δυναμικού να απασχολείται σε ετήσια βάση. Η εποχική απασχόληση ενισχύεται με τη συρρίκνωση της διάρκειας της τουριστικής περιόδου, ενώ παράλληλα αυξάνεται η ανειδίκευτη και η



παραοικονομική απασχόληση (Τσάρτας, 2010). Το μικρό μέγεθος και ο οικογενειακός χαρακτήρας της πλειονότητας των επιχειρήσεων σε ξενοδοχεία και εστίαση συντελούν στη δημιουργία αυτών των ιδιόμορφων διπλών ή και τριπλών αγορών εργασίας, στις οποίες η άτυπη επιχειρηματική δραστηριοποίηση καθώς και η συμπληρωματική απασχόληση για περιστασιακή και αδήλωτη εργασία κυρίως νέων και γυναικών έχει ιδιαίτερη βαρύτητα.

Βέβαια η πολυαπασχόληση δεν αποτελεί καινοφανές χαρακτηριστικό, ιδιαίτερα για τους μελετητές του αγροτικού χώρου (βλ. ενδεικτικά Ζακοπούλου, 1999). Στην περίπτωση του τουρισμού, προγενέστερες έρευνες έχουν δείξει τον καταλυτικό ρόλο του τουρισμού στην απορρόφηση απασχόλησης και εισοδήματος έναντι της λιγότερο δυναμικής αγροτικής παραγωγής και τη δημιουργία μιας κυρίαρχης πολυδραστηριότητας, στην οποία ο τουρισμός είναι πολλές φορές αφανής αλλά αποτελεί τον κινητήριο μοχλό αλλαγής και τη σημαντικότερη –από άποψη εισοδήματος– δραστηριότητα (Τσάρτας, 1991, Τσάρτας κ.α., 1995 και για μια συνολικότερη επισκόπηση Τσάρτας, 2010). Άλλες έρευνες έχουν δείξει ότι η πλειονότητα της απασχόλησης στα ελληνικά ξενοδοχεία αφορά θέσεις μέσης και χαμηλής ειδίκευσης, ενώ μόνο το 16% των εργαζομένων απασχολείται σε θέσεις υψηλής ειδίκευσης (Παπανίκος, 2004). Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, υφίσταται ένας ισχυρός καταμερισμός κατά φύλο της απασχόλησης, με τις γυναίκες να καταλαμβάνουν τις θέσεις χαμηλής ειδίκευσης, κυρίως σε σχέση με την καθαριότητα. Ένα πρόσθετο χαρακτηριστικό της απασχόλησης είναι η προσέλκυση οικονομικών μεταναστών και επαναπατριζομένων, με τους πρώτους να καλύπτουν κυρίως τις θέσεις εργασίας που εγκαταλείπονται –λόγω της χαμηλής στάθμης τους– από τους ντόπιους. Οι δεύτεροι, προερχόμενοι τόσο από το εξωτερικό όσο και από τα μεγάλα αστικά κέντρα, έπαιξαν κομβικό ρόλο στις πρώτες φάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, με τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων (Tsartas, 1992). Τα ποσοστά απασχόλησης αλλοδαπών φαίνεται να είναι παρεμφερή ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης. Το 2013 στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις καταλαμβάνουν το 22-24% των θέσεων εργασίας, στις μεσαίες το 20-24% περίπου των θέσεων και στις μεγάλες το 17-19%, ενώ για δεύτερη συνεχή χρονιά παρατηρείται συρρίκνωση του αριθμού των αλλοδαπών απασχολούμενων (ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, 2014). Στην άλλη άκρη του φάσματος, νεοεισερχόμενοι από το εσωτερικό αλλά και από το εξωτερικό κάλυπταν –κατά τη δεκαετία του 1990– τις ανάγκες σε ειδικευμένες διευθυντικές θέσεις μισθωτής απασχόλησης (Andriotis, 2000, Παπαδάκη-Τζεδάκη, 1997). Τέλος, ο



αριθμός απασχολούμενων ανά ξενοδοχειακή μονάδα δίνει μια γενική εικόνα της κλαδικής δομής. Σύμφωνα με στοιχεία της ετήσιας έρευνας πεδίου του ΙΤΕΠ, τον Αύγουστο του 2012 το 12,6% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων απασχολούσε μόνο ένα άτομο, ενώ το 46% απασχολούσε μέχρι 5 εργαζόμενους. Τα στοιχεία αυτά συμβαδίζουν με τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στις τουριστικές επιχειρήσεις της Ε.Ε., όπου 94% των επιχειρήσεων απασχολεί λιγότερο από 10 άτομα(ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, 2013).

#### 4. Η έρευνα πεδίου: Εστιάζοντας στο Ρέθυμνο και τη Νάξο

Όπως είδαμε στην ενότητα της μεθοδολογίας, η επιλογή του Ρεθύμνου και της Νάξου ως περιοχών μελέτης για την επιτόπια έρευνα αντικατοπτρίζει την εξέταση δυο διαφορετικών τύπων τουριστικής ανάπτυξης. Ο Πίνακας 1 αποτυπώνει τις θεμελιώδεις διαφορές της τουριστικής προσφοράς στις δύο αυτές περιοχές με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου. Το 2013 το σχεδόν πενταπλάσιο σε σχέση με τη Νάξο δυναμικό κλινών του Ρεθύμνου κατανέμεται σχετικά ομοιόμορφα στις κατηγορίες δύο έως τεσσάρων αστέρων, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό της υψηλότερης κατηγορίας. Αντιθέτως, το ήμισυ των κλινών στη Νάξο ανήκει σε χαμηλή κατηγορία (δύο αστέρων), ενώ μονάδες στις ανώτερες κατηγορίες κάνουν πρόσφατα την εμφάνισή τους και έχουν περιορισμένο μερίδιο στη συνολική κατανομή των κλινών. Ισχυρή διαφοροποίηση υφίσταται και ως προς τους ρυθμούς μεταβολής. Στην περίπτωση του Ρεθύμνου οι σχετικά ήπιοι ρυθμοί μεταβολής κατά την περίοδο 2005-2009 δίνουν τη θέση τους σε μόλις θετικούς ρυθμούς κατά την περίοδο της κρίσης, οι οποίοι ωστόσο αφορούν σε ενίσχυση της υψηλής κατηγορίας προσφοράς. Οι αντίστοιχοι ρυθμοί στη Νάξο είναι μεγαλύτεροι και σχεδόν τετραπλάσιοι σε σχέση με εκείνους του Ρεθύμνου, γεγονός που φανερώνει τη συνέχιση των τάσεων μεγέθυνσης αλλά και μετατόπισης της προσφοράς προς υψηλότερες κατηγορίες.

*Πίνακας 1 Ξενοδοχειακό δυναμικό σε Ρέθυμνο και Νάξο, κατηγορίες ξενοδοχείων, 2005/2009/2013.*

*Πηγή: ΞΕΕ, ίδια επεξεργασία.*



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση(Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) – Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Η παραπάνω εικόνα συμπληρώνεται από το σχετικά χαμηλό ποσοστό διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στη Νάξο έναντι του Ρεθύμνου. Ενώ στο δημοτικό διαμέρισμα Νάξου το ποσοστό αυτό το 2009 είναι 50,5%, το αντίστοιχο στο Ρέθυμνο είναι 94,2% (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ). Επίσης η οργάνωση του ταξιδιού είναι διαφορετική στις δύο περιοχές. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων των συλλόγων ξενοδόχων, οι επιχειρήσεις στο Ρέθυμνο δουλεύουν προϊόντα allinclusive (30%), ημιδιατροφής (30%) και bed&breakfast (40%). Οι συνεργασίες με τις εταιρίες οργάνωσης ταξιδίων καλύπτουν ποσοστό 90-95% της ζήτησης. Το αντίστοιχο ποσοστό διείσδυσης των πακέτων διακοπών στα ξενοδοχεία της Νάξου είναι περίπου 10%, ενώ μόλις 5 μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες allinclusive.

Οι παραπάνω διαφοροποιήσεις εξηγούνται από την ιστορία της τουριστικής ανάπτυξης στις δύο περιοχές. Στο Ρέθυμνο οι πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες αρχίζουν τη λειτουργία τους στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Κομβικό ρόλο έπαιξε η πρωτοβουλία της ντόπιας μεταπρατικής τάξης, οι οποίοι εκμεταλλεύτηκαν τόσο τους ενδογενείς πόρους (κυρίως την αναξιοποίητη γη και το ιδιωτικό κεφάλαιο) όσο και τις κρατικές ενισχύσεις καθώς και τη δημιουργία των πρώτων βασικών υποδομών μεταφορών, κάνοντας έτσι μια ριζική μεταστροφή από το υπό κρίση εμπόριο του πρωτογενούς τομέα (κυρίως λαδιού) στον άγνωστο μέχρι τότε τουρισμό (Παπαδάκη-Τζεδάκη, 1997). Οι σημαντικές κρατικές ενισχύσεις αποτέλεσαν καθοριστικό παράγοντα για τη δημιουργία μονάδων μεγάλου μεγέθους. Μερικές από εκείνες τις πρώτες επιχειρήσεις αποτελούν σήμερα ηγέτιδες ξενοδοχειακές αλυσίδες της ελληνικής αγοράς. Το μεγάλο μέγεθος των μονάδων, η ήδη υφιστάμενη δραστηριοποίηση των εταιρειών οργάνωσης ταξιδίων και η λειτουργία επαρκών υποδομών (κυρίως το αεροδρόμιο του Ηρακλείου) οδήγησαν εξ αρχής στη διεθνοποίηση της προσφοράς.

Σε σχέση με το Ρέθυμνο, η τουριστική ανάπτυξη στη Νάξο ξεκινά έπειτα από μια περίπου δεκαετία. Η περιορισμένη διαθεσιμότητα μεγάλων εκτάσεων γης, η «εκκλαίκευση» των επενδυτικών κινήτρων, η παραμένουσα σημασία της γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής και η έλλειψη διεθνούς αεροδρομίου συνέβαλαν στη διαμόρφωση ενός σχετικά ηπιότερου ρυθμού ανάπτυξης, με μονάδες κυρίως μικρού μεγέθους οι οποίες αρχικά απευθύνονταν στους τουρίστες-εξερευνητές και στη συνέχεια στην τότε διαμορφωνόμενη εσωτερική ζήτηση. Αυτό εξηγεί και το σημαντικό ποσοστό που καλύπτουν στη συνολική προσφορά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Στο σύνολο των τουριστικών καταλυμάτων του δήμου Νάξου



(ξενοδοχεία, camping, ενοικιαζόμενα δωμάτια / διαμερίσματα), τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα αποτελούν το 75% (στοιχεία του Ξ.Ε.Ε. και του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλάδων, Φεβρουάριος 2015). Το μικρό μέγεθος των μονάδων και η δυσχέρεια της αεροπορικής σύνδεσης είχε ως συνέπεια τον μικρό ρόλο των εταιριών οργάνωσης ταξιδιών. Επίσης η δραστηριοποίηση στον τουρισμό, λόγω και της σχετικά περιορισμένης προσβασιμότητας, αναπτύχθηκε με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς από μια δραστήρια ομάδα ντόπιων αγροτών και εμπόρων.

Συνοπτικά, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι το Ρέθυμνο και η Νάξος αποτελούν δύο καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς με διαφορετικά μεγέθη και χαρακτηριστικά. Ωστόσο οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι δύο αυτές περιοχές, έτσι όπως εκφράζονται από εκπροσώπους των τοπικών κοινωνιών, δεν είναι τόσο διαφορετικές όσο ενδεχομένως φαίνεται εκ πρώτης όψευς. Το Ρέθυμνο ως ώριμος και διεθνοποιημένος προορισμός αντιμετωπίζει ζητήματα αναβάθμισης κεντρικών υποδομών, ανάπτυξης συμπληρωματικών προϊόντων ιδίως σε σχέση με τον πολιτισμό και τοπικού ανταγωνισμού λόγω υπερπροσφοράς. Παρόμοια είναι και τα ζητήματα στη Νάξο, μόνο που σε αυτή την περίπτωση οι τοπικοί φορείς κάνουν λόγο για ανάγκη δημιουργίας ενός διεθνούς αεροδρομίου (ριζική επέκταση της υφιστάμενης εγκατάστασης) ή δημιουργίας προβλήτα υποδοχής κρουαζιερόπλοιων στη Χώρα. Και στις δύο περιοχές η πλειονότητα του επιχειρηματικού κόσμου ταυτίζει την επιδιωκόμενη τουριστική ανάπτυξη με τη μεγέθυνση των αφίξεων και θεωρεί ως καταλληλότερο μέσο το μάρκετινγκ και τη κατασκευή δημόσιων υποδομών. Με τα ευρήματα αυτά συμφωνεί και παλαιότερη έρευνα του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλάδων (ΕΤΑΠ Κυκλάδων, 2008), στην οποία ο επιχειρηματικός κόσμος της Νάξου θεωρεί ότι η βελτίωση των υποδομών (λιμάνια, μαρίνες, αεροδρόμιο) είναι ο σημαντικότερος αναπτυξιακός στόχος για το νησί στον τομέα του φυσικού περιβάλλοντος και των τεχνικών έργων. Φαίνεται ότι έχουμε να κάνουμε με αναπαραγωγή παλαιότερων αντιλήψεων, οι οποίες δεν λαμβάνουν υπόψη τα ζητούμενα της τρέχουσας συγκυρίας.

Ωστόσο στις συζητήσεις μας με τους προνομιακούς πληροφορητές διαφάνηκε ότι οι τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες είναι ιδιαίτερα καταρτισμένες σε ό,τι αφορά τις σύγχρονες προκλήσεις για την αναζωογόνηση του προορισμού. Αναγνωρίζουν επιπλέον ότι η επίλυση πολλών προβλημάτων περνά μέσα από συλλογικές πρωτοβουλίες και ότι χρόνια ζητούμενα όπως ο εμπλουτισμός του προϊόντος, η αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και η επιμήκυνση της τουριστικής





περιόδου απαιτούν σημαντικές αλλαγές στον υφιστάμενο μηχανισμό λήψης αποφάσεων. Ωστόσο δεν ήταν πάντοτε ξεκάθαρο ποιες είναι οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθηθούν ή ποια είναι η αιτιακή σχέση και η διασύνδεση των προβλημάτων. Για παράδειγμα στο Ρέθυμνο ο περιορισμός της υψηλής εξάρτησης από τις εταιρίες οργάνωσης ταξιδιών δεν αποτελεί στρατηγικό στόχο. Πρόκειται για μια πραγματιστική προσέγγιση, η οποία θεωρεί δεδομένο το συνολικό μέγεθος της προσφοράς και αδιαμφισβήτητη την κυριαρχία του τουρισμού διακοπών. Στη Νάξο, οι πληροφορητές είχαν επίγνωση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού (π.χ. επάρκεια φυσικών πόρων ή διατήρηση αγροτικού χαρακτήρα), κι ωστόσο το όραμα πολλών είναι η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης που οι ίδιοι επικρίνουν σε άλλα νησιά. Η αναβάθμιση του αεροδρομίου και η συνεπακόλουθη ενίσχυση της μαζικοποίησης των ροών δεν εκλαμβάνονται ως απειλή για το σχετικά ήπιο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθεί το νησί αλλά ως το μέσο για να εκμεταλλευτεί το νησί τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα.

## 5. Η σημασία της επιχειρηματικότητας και του ανθρώπινου κεφαλαίου

Η επιτόπια έρευνα σε Ρέθυμνο και Νάξο αποκάλυψε ορισμένα κρίσιμα χαρακτηριστικά για την επιχειρηματικότητα στον τουριστικό τομέα. Σε αμφότερες τις περιοχές, ένα μεγάλο πλέον ποσοστό των επιχειρηματιών και των ανώτερων στελεχών ανήκει στη λεγόμενη δεύτερη γενιά. Το προφίλ του επιχειρηματία της δεύτερης γενιάς είναι αυτό του άντρα, αποφοίτου τριτοβάθμιας ή ειδικευμένης μεταλυκειακής εκπαίδευσης, ηλικίας 30-50 ετών, ομιλούντα συνήθως δύο ξένων γλωσσών, απασχολούμενου κατ' αποκλειστικότητα (ή σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα) στον τουριστικό τομέα και προερχόμενου από την ίδια περιοχή. Στην περίπτωση των επιχειρηματιών, συνήθως πρόκειται για τον διάδοχο του πατέρα-ιδρυτή της επιχείρησης, ο οποίος σε πολλές περιπτώσεις (σε ξενοδοχειακές μονάδες μικρού και μεσαίου μεγέθους) διατηρεί έναν γενικό εποπτικό ρόλο. Στις μεγάλες μονάδες υπάρχει αυστηρός εσωτερικός καταμερισμός εργασίας, με σαφή διαχωρισμό ανάμεσα στην ιδιοκτησία και τη διοίκηση. Στις ΜΜΕ ο ρόλος του ιδιοκτήτη και του μάνατζερ εξακολουθεί να ταυτίζεται σε ένα πρόσωπο.

Τόσο στον ώριμο προορισμό του Ρεθύμνου όσο και στον αναπτυσσόμενο της Νάξου, η περισσότερο ή λιγότερο μακρά πλέον πορεία της τουριστικής ανάπτυξης διαφοροποιεί τα δομικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας σε σχέση με αυτά



που αναφέρει η βιβλιογραφία και που αφορούν κυρίως τις δεκαετίες 1970 έως 1990. Με άλλα λόγια, φαίνεται ότι η εμπειδωμένη τοπικά πρωτοκαθεδρία της τουριστικής ανάπτυξης κατά την προηγούμενη περίοδο φαίνεται να έχει διαμορφώσει νέα χαρακτηριστικά για την απασχόληση στον τομέα. Πλέον ο επιχειρηματίας ή το στέλεχος της μεγάλης επιχείρησης προέρχονται από την ίδια περιοχή, είχε από νωρίς την επιθυμία να ασχοληθεί με τον τουρισμό, έχει λάβει κατάρτιση στο αντικείμενο στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης (πολλές φορές στο εξωτερικό και πολλές φορές σε επίπεδο μεταπτυχιακής εξειδίκευσης). Κατ' αυτό τον τρόπο το προφίλ της έντονης διατομεακής και διεπαγγελματικής κινητικότητας με βάση τις ευρύτερες ευκαιρίες και κοινωνικές αλλαγές που καθοδηγήθηκαν από τον τουρισμό μοιάζει να μην υφίσταται πλέον. Στη θέση του αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα η επιτυχία τόσο του προορισμού όσο και της τουριστικής ενασχόλησης του στενού και ευρύτερου οικογενειακού περιβάλλοντος. Η εντοπιότητα είναι ένα ακόμα χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί το τρέχον πρότυπο από αυτό του άμεσου παρελθόντος. Για παράδειγμα στο Ρέθυμνο το 1993, η Παπαδάκη-Τζεδάκη (1997: 274) είχε καταγράψει ότι το 78% του συνόλου των εργαζομένων και το 42% των διευθυντών ξενοδοχείων προέρχονται από το Νομό Ρεθύμνου. Πλέον τα ποσοστά αυτά πρέπει να θεωρηθεί ότι είναι πολύ μεγαλύτερα, καθώς το σύνολο των συνομιλητών μας στο Ρέθυμνο έκανε λόγο για εντοπιότητα του συνόλου του προσωπικού κατά 90%-100%.

Περιττό να αναφέρουμε ότι η παραπάνω γενική εικόνα για τη σημασία της δεύτερης γενιάς δεν παραγνωρίζει τους ανθρώπους της πρώτης γενιάς, οι οποίοι εξακολουθούν να έχουν σημαντικό ρόλο. Μάλιστα στην περίπτωση της Νάξου φαίνεται ότι οι εκπρόσωποι της πρώτης γενιάς, λόγω της σχετικά ύστερης τουριστικής ανάπτυξης, έχουν περισσότερο πρωταγωνιστικό ρόλο σε σχέση με το Ρέθυμνο, παρόλο που η δεύτερη γενιά έχει ήδη αναλάβει δυναμικό ρόλο.

Τι είναι όμως αυτό που έχει αλλάξει και τι έχει παραμείνει ίδιο ως προς τις δεξιότητες που απαιτούνται για την απασχόληση και μια καριέρα στον τουρισμό; Συνομιλητής μας στη Νάξο από το χώρο των ξενοδοχείων αποφαινεται ότι «ο τουρισμός είναι απλό πράγμα, δεν είναι επιστημονικό, αρκεί να χαμογελάς, να εξυπηρετείς σωστά, να πουλάς σωστά προϊόντα, να μην βλέπεις τον άλλο σαν τάλιρο». Αυτή την άποψη, και ιδίως τη σημασία της φιλόξενης συμπεριφοράς και ορισμένων απλών αρχών που αποτελούν πυρηνικά στοιχεία μιας επιχειρηματικής νοοτροπίας, ανέδειξαν σε μεγάλο βαθμό όλοι οι συνομιλητές μας και κυρίως όσοι



εκπροσωπούν τη δεύτερη γενιά. «Ξέρω έναν επιχειρηματία βοσκό, αμόρφωτο, ο οποίος όμως όταν αποχαιρετά τον πελάτη του μπορεί και κλείνει το δωμάτιο για την επόμενη χρονιά», δήλωσε άλλος συνομιλητής μας. Η κουλτούρα αυτή αναπτύχθηκε από τους επιχειρηματίες της πρώτης γενιάς και αποτέλεσε ένα ήδη διαμορφωμένο πλαίσιο για τη δεύτερη γενιά. Όπως όμως τόνισε διευθυντής μεσαίας μονάδας στο Ρέθυμνο, η μαζικοποίηση του τουρισμού κατά τη δεκαετία του 1980 επέφερε μια ανατροπή της θετικής κουλτούρας που είχαν διαμορφώσει οι πρωτεργάτες του τουρισμού. «Οι πρώτοι ξενοδόχοι της δεκαετίας του 1970 ήταν ξενοδόχοι με όλη τη σημασία της λέξης, ήξεραν τι σημαίνει αμειβόμενη φιλοξενία και είχαν τουριστική συνείδηση». Κατά την αντίληψή μας, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό στη δεύτερη γενιά είναι η ανάδυση αυτής της προγενέστερης κουλτούρας μέσα από τον επαγγελματισμό.

Σύμφωνα με τους πληροφορητές, η επαγγελματική νοοτροπία και το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης της δεύτερης γενιάς ανταποκρίνεται στις αυξημένες απαιτήσεις για βιωσιμότητα και ανάπτυξη της επιχείρησης στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. «Οι απαιτήσεις δεν είναι όπως παλιά, ο τουρισμός πλέον δεν είναι για χαρτζιλίκι», όπως χαρακτηριστικά μας είπε ιδιοκτήτης-μάνατζερ ξενοδοχείου της δεύτερης γενιάς στη Νάξο. Οι απαντήσεις των συνομιλητών μας στο ερώτημα «τι κάνει διαφορετικά η δεύτερη γενιά» εστιάζουν σε δύο άξονες. Ο πρώτος αφορά στη διοίκηση του ξενοδοχείου ή του εστιατορίου και εστιάζει κυρίως στη διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού. Εδώ η εικόνα είναι προφανώς διαφοροποιημένη ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας. Ο δεύτερος άξονας έχει να κάνει με τη διαμόρφωση μιας εμπειριστατωμένης αντίληψης και γνώση εργαλείων μάρκετινγκ σχετικά με τις πρόσφατες αλλαγές στη ζήτηση. Οι συνομιλητές μας μοιράστηκαν με σαφήνεια και με πολλά παραδείγματα την αντίληψή τους για κομβικά θέματα όπως την τμηματοποίηση της ζήτησης ή την ανάγκη παροχής ειδικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών στον προορισμό.

Όμως το στοιχείο που όλοι συμφώνησαν ότι διαφοροποιεί την τεχνικά καταρτισμένη και μεγαλωμένη μέσα στον τουρισμό δεύτερη γενιά είναι η κοινή αντίληψη ότι η υπερπήδηση πολλών προβλημάτων απαιτεί την ανάληψη συλλογικών πρωτοβουλιών. Αυτές αφορούν τόσο στο μάρκετινγκ του προορισμού, έχουν όμως περισσότερο να κάνουν με την αναγκαιότητα κοινών δράσεων που θα μειώσουν τον τοπικό ανταγωνισμό σε επίπεδο κλάδου, θα ενισχύσουν τη διαμόρφωση μιας ανταγωνιστικής εικόνας-εμβλήματος για τον προορισμό και θα



επιφέρουν βελτιστοποίηση εμπορεύσιμων διακλαδικών και διατομεακών διασυνδέσεων σε τοπικό επίπεδο. Ακόμα ένα πεδίο το οποίο αναγνωρίζεται από όλους ότι απαιτεί κοινές στοχευμένες δράσεις είναι αυτό της υπερπήδησης προβλημάτων στις υποδομές. Η γενικότερη επομένως συνεργασία ανάμεσα στους παραγωγικούς φορείς «είναι το κύριο στοίχημα της δεύτερης γενιάς», όπως μας είπε ιδιοκτήτης ξενοδοχειακής επιχείρησης στο Ρέθυμνο. Η διαμόρφωση μιας τέτοιας νέας αντίληψης είναι πολύ σημαντική, καθώς –όπως μας είπε χαρακτηριστικά στέλεχος εστιατορίου– «ο καθένας κάνει το σταυρό του να ψοφήσει η αγελάδα του γείτονα και όχι να βγάλει η δική του περισσότερο γάλα». Στην πράξη η υπερπήδηση της παλιάς αντίληψης έχει δοκιμαστεί σε μικρά και μεγάλα πράγματα, τις περισσότερες φορές χωρίς ιδιαίτερη επιτυχία. Για παράδειγμα, στο κομβικό ζήτημα της διαμόρφωσης ενός άτυπου κατωφλιού στις τιμές που οι ξενοδόχοι διαπραγματεύονται τα δωμάτια με τις εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών, η προσπάθεια που έγινε πριν από μερικά χρόνια σε έναν από τους δύο προορισμούς από μικρή ομάδα ιδιοκτητών ξενοδοχείων δεν ευδοκίμησε, αφού η συμφωνία που επετεύχθη καταστρατηγήθηκε από ορισμένους από τους συμμετέχοντες το αμέσως επόμενο διάστημα. Το πεδίο όπου έχουν με μεγαλύτερη βεβαιότητα γίνει θετικά βήματα είναι αυτό της συνεργασίας ανάμεσα στις επιχειρήσεις, τους παραγωγικούς φορείς και τις τοπικές αρχές.

Σχετικά με το ανθρώπινο κεφάλαιο και ειδικότερα την εκπαίδευση και κατάρτιση των απασχολούμενων σε εστιατόρια και ξενοδοχεία, όλοι οι προνομιακοί πληροφορητές τόνισαν τη σημασία της εμπειρικής απόκτησης γνώσεων και δεξιοτήτων και της κατάρτισης εντός της απασχόλησης για πολλές από τις θέσεις και επίπεδα απασχόλησης. Σε αυτά η εμπειρία μπορεί να αναπληρώσει την τυπική εκπαίδευση με την προϋπόθεση, όπως μας εξηγεί διευθυντής ξενοδοχείου στο Ρέθυμνο, η θητεία του νέου εργαζόμενου να γίνεται κοντά σε επαγγελματίες «σε μια αγορά που δεν είμαστε όλοι όσο επαγγελματίες νομίζουμε». «Μόνο ένα ποσοστό 8%-10% των εργοδοτών συνειδητοποιούν ότι το κλειδί είναι η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού», δήλωσε ιδιοκτήτης επιχείρησης εστίασης στη Νάξο.

Οι υψηλότερες πλέον απαιτήσεις για κατάρτιση του προσωπικού ιδιαίτερα, αλλά όχι μόνο, στις θέσεις μέσης και υψηλής ειδίκευσης αναδεικνύουν, σύμφωνα με τους πληροφορητές, τη σημασία της τυπικής εκπαίδευσης και της εξειδίκευσης. Η εμπειρία ανώτερης τουριστικής εκπαίδευσης διαφοροποιεί σημαντικά τη νέα γενιά από την προηγούμενη. Τα στελέχη της δεύτερης γενιάς κομίζουν μια υψηλότερη



τεχνική κατάρτιση και συγχρόνως η προσωπική ταξιδιωτική τους εμπειρία έχει διαμορφώσει ένα υψηλό επίπεδο γνώσης. Επισημάνθηκε ότι οι ευκαιρίες σπουδών και το παρεχόμενο επίπεδο εκπαίδευσης στην Ελλάδα είναι είτε χαμηλού επιπέδου (οι σχολές τουριστικών επαγγελματιών) είτε δεν καλύπτουν τις τρέχουσες ανάγκες (ιδιαίτερα για διευθυντικές θέσεις), γεγονός που δεν συμβαδίζει με τη σημασία του κλάδου στην ελληνική οικονομία. Επίσης επισημάνθηκε το γεγονός ότι η πολλαπλότητα των ευκαιριών απασχόλησης στον τουρισμό θα έπρεπε να καλύπτεται από μια περισσότερο διαφοροποιημένη παροχή προγραμμάτων εκπαίδευσης. Αναγνωρίζεται ότι η διοργάνωση από τους συλλογικούς φορείς προγραμμάτων κατάρτισης σε ετήσια βάση για τους εργαζόμενους, πολιτική που ακολουθούν εσωτερικά και σε υψηλό επίπεδο οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, δεν μπορεί να αναπληρώσει την απουσία μιας σύγχρονης δομής εκπαίδευσης.

Η απουσία εκπαιδευτικών δομών και ο εποχικός χαρακτήρας της απασχόλησης αναγνωρίζονται ως οι κυριότεροι λόγοι για τη μέτρια επίδοση του προσωπικού από ιδιοκτήτες και στελέχη επιχειρήσεων. Η μέση «βαθμολόγηση» που δόθηκε κυμαίνεται από 5 έως 8 σε δεκαβάθμια κλίμακα. Τα στελέχη των επιχειρήσεων τονίζουν ιδιαίτερα τη στρέβλωση που επιφέρει η εποχικότητα της απασχόλησης στη δημιουργία κινήτρων για τον εργαζόμενο σχετικά με την εκπαίδευσή του. «Γιατί να σπουδάσει το παιδί όταν ξέρει ότι θα δουλεύει στον τουρισμό μόνο τέσσερις μήνες το χρόνο;», αναρωτήθηκε ο διευθυντής-ιδιοκτήτης μεσαίας ξενοδοχειακής μονάδας. Από την άλλη πλευρά, η εποχική απασχόληση στον τουρισμό, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά την μισθωτή απασχόληση, συνοδεύεται από ιδιαίτερα απαιτητικές συνθήκες εργασίας. Η εντατικοποίηση της εργασίας, η αύξηση των εργασιμων ημερών και του ωραρίου καθώς και η πτώση των μισθών φαίνεται ότι αποτελούν τις κυριότερες μορφές ευελιξίας, οι οποίες επέτρεψαν στις επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στην τρέχουσα οικονομική κρίση.

## 6. Τουρισμός και τοπική αγροτική παραγωγή

Βασικό άξονα διερεύνησης στην έρευνα πεδίου αποτελεί η τοπικότητα των διασυνδέσεων παραγωγής με έμφαση στα προϊόντα του αγροτικού τομέα. Όπως είδαμε παραπάνω, τόσο το Ρέθυμνο (και η Κρήτη γενικότερα) όσο και η Νάξος αποτελούν περιοχές με σημαντική παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών παραγόντων. Κατά πόσο τα τοπικά αγροτικά προϊόντα φτάνουν στο τραπέζι του



τουρίστα; Σε ποιο βαθμό οι διασυνδέσεις ανάμεσα σε αγροτική παραγωγή και τουρισμό ανταποκρίνονται στο γενικό αίτημα για τοπικοποίηση του τουριστικού προϊόντος και ανταπόκριση στις νέες τάσεις της ζήτησης; Σε ποιο βαθμό υφίσταται τοπική ενθάρρυνση των διασυνδέσεων προς-τα-πίσω της παραγωγής και άρα τοπική ολοκλήρωση του παραγωγικού κυκλώματος;

Ένα πρώτο συμπέρασμα της έρευνας πεδίου είναι ότι οι τοπικοί επιχειρηματίες γνωρίζουν σε μεγάλο βαθμό τα αιτήματα του ευρύτερου περιβάλλοντος για ενσωμάτωση της τοπικής κουζίνας και των τοπικών αγροτικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν. Καταβάλλεται ισχυρή προσπάθεια για ενσωμάτωση αυτών των χαρακτηριστικών στο μενού αλλά και την προώθηση –σε επίπεδο τουριστικού μάρκετινγκ – της κρητικής, της ναξιακής και της μεσογειακής κουζίνας (όπως χαρακτηριστικά αποτυπώνεται στους πρόσφατους τοπικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς και τις ιστοσελίδες ξενοδοχείων, εστιατορίων και δημοσίων φορέων).

Πρόκειται για μια κομβική αλλαγή της τελευταίας δεκαετίας, η οποία προέκυψε κατ' αρχήν ως ανταπόκριση στα αιτήματα της ζήτησης και την ανάγκη διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος. Όμως δεν ήταν μια εύκολη αλλαγή. Κυρίως στο Ρέθυμνο αλλά και σε μικρότερο βαθμό στη Νάξο, ο μαζικός χαρακτήρας της τουριστικής ανάπτυξης των προηγούμενων δεκαετιών είχε ως αποτέλεσμα την μη τοπικοποίηση και ομογενοποίηση του τουριστικού διατροφικού προϊόντος με βασικούς άξονες την αναπαραγωγή των διατροφικών επιλογών από τις χώρες προέλευσης των τουριστών και τη μείωση του κόστους. Έτσι υπήρχε μια γενικευμένη παραγνώριση της τοπικής παραγωγής, η οποία είχε επιπλέον ένα συγκριτικό μειονέκτημα κόστους προμήθειας, γεγονός που καθιστά δύσκολη τη διεξόδυσή της τοπικής παραγωγής στο τουριστικό μενού, ιδίως σε ξενοδοχεία και εστιατόρια μεσαίας και χαμηλής κατηγορίας. Επίσης, η τμηματοποίηση ζήτησης και προσφοράς συνεπάγεται ότι οι επιχειρηματίες που απευθύνονται σε υψηλής κατηγορίας ζήτηση είναι εκείνοι με τις μεγαλύτερες δυνατότητες για ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων, τα οποία έχουν υψηλότερο συγκριτικά κόστος. Ακόμα, τμηματοποίηση της προσφοράς σημαίνει ότι τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια υψηλής κατηγορίας έχουν πλέον επιτύχει σημαντική ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων ενώ, στον αντίποδα, χαμηλότερης κατηγορίας μονάδες και οι επιχειρήσεις γρήγορης εστίασης δεν μπορούν να καρπωθούν αυτή τη δυνατότητα.



Ο ρόλος ορισμένων επιχειρηματιών και στελεχών σε ξενοδοχεία και εστίαση, οι οποίοι διείδαν την ανάγκη ενσωμάτωσης της τοπικής κουζίνας, υπήρξε καίριος και αποτέλεσε το πρώτο βήμα για την σταδιακή διάδοση της ενσωμάτωσης της τοπικής διατροφικής παράδοσης. Έτσι υπήρξε η προ δεκαετίας διαμόρφωση αυτής της άτυπης γνώσης και αντίληψης από έναν πυρήνα ανθρώπων σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις και στη συνέχεια η σταδιακή διάχυση αυτής της αντίληψης στην τοπική επιχειρηματική κοινότητα. Πρόκειται για τη δημιουργία εξωτερικών οικονομιών μέσα από κομβικές διαδικασίες διάχυσης άτυπης γνώσης. Ρόλο στη διαμόρφωση της αρχικής αντίληψης αλλά και στην πρόσληψη και περαιτέρω διάχυσή της έπαιξαν η κατάρτιση των στελεχών, η εμπειρία στη δουλειά και οι σχέσεις τους –τυπικές και άτυπες– με φορείς της αγοράς κυρίως στο εξωτερικό, καθώς και τα προσωπικά κίνητρα για διαφοροποίηση του προϊόντος και της επιχείρησης. Μάλιστα τα προσωπικά κίνητρα και η κουλτούρα του επιχειρηματία ή του στελέχους είχαν ιδιαίτερη σημασία. «Είναι άλλο να ξυπνάς στις 6 π.μ. για να ψωνίσεις τα τοπικά προϊόντα που θέλεις και άλλο να ξυπνάς στις 12 μ.μ. και να τηλεφωνείς στον μανάβη», όπως μας είπε σεφ εστιατορίου στο Ρέθυμνο. Ο ίδιος μας είπε ότι «είναι και θέμα χαρακτήρα, εμένα δεν με ενδιαφέρει αν ο διπλανός μου φτιάχνει σνίτσελ», τονίζοντας έτσι ότι η προσωπική κουλτούρα αποτελεί βασικό γνώρισμα αλλαγής, καινοτομίας και απόκλισης από το *modus operandi* των προηγούμενων ετών. Ξενοδόχος στη Νάξο μας είπε ότι έχει μεγάλη σημασία η προώθηση της τοπικής ταυτότητας στο μενού του πρωινού. «Τα προϊόντα μας είναι τοπικά, οι συνταγές είναι οι συνταγές της γιαγιάς μου και δεν πειράζει εάν πληρώνω παραπάνω 1 € το κεφάλι, δεν θα πέσω έξω». Επιπρόσθετα, η προσωπική κουλτούρα, η προσήλωση σε ορισμένες αρχές και η γνώση του αντικείμενου παίζουν κομβικό ρόλο στη διαμόρφωση των εξωτερικών οικονομιών, οι οποίες μπορούν να αποκτήσουν και αρνητικό χαρακτήρα. Όπως μας είπε στέλεχος σε επιχείρηση εστίασης στο Ρέθυμνο:

«Ο άλλος εστιάτορας θα περάσει και θα δει ότι είμαστε γεμάτοι. Θα έρθει να φάει, θα κλέψει τον κατάλογο, θα πει «θα κάνω κι εγώ αυτό το πιάτο». Θα πάρει όμως ιδέες και από το φοιτητικό εστιατόριο και από άλλα μαγαζιά και στο τέλος θα [νομίζει ότι] έχει ένα διεθνές μαγαζί, ενώ στην πραγματικότητα δεν θα έχει τίποτα. Δεν ξέρει τι να κάνει. Κι αφού δεν το κάνει καλά, κάνει ζημιά και σε μένα».

Σε κάθε περίπτωση, η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων και διατροφικών προτύπων αποτελεί πλέον μια σημαντική στρατηγική κατεύθυνση, την οποία συμμερίζονται όλοι οι εμπλεκόμενοι στην



παραγωγή του τουρισμού. Ωστόσο, υφίστανται δύο παράγοντες οι οποίοι δρουν ανασταλτικά ως προς την ουσιαστική πραγμάτωση και εμβάθυνση της παραπάνω αλλαγής. Ο πρώτος αφορά στη γενική μειούμενη καταναλωτική δαπάνη των τουριστών και άρα στη συρρίκνωση της ζήτησης, η οποία οφείλεται τόσο στις γενικές οικονομικές συνθήκες και το διαθέσιμο εισόδημα στις χώρες προέλευσης όσο και στον συνέχιση της προσέλευσης μέσης και χαμηλής εισοδηματικά κατηγορίας τουριστών. Η συρρίκνωση της ζήτησης επιδεινώθηκε σημαντικά κατά την οικονομική κρίση και αφορά τόσο τον εισερχόμενο όσο και τον εγχώριο τουρισμό. Ο δεύτερος ειδικότερος παράγοντας αφορά τα χαρακτηριστικά του κυρίαρχου τουριστικού προϊόντος. Το πακέτο διακοπών και –τα τελευταία χρόνια– τα allinclusiveπακέτα σημαίνουν ότι η δαπάνη που αναλογεί στη διατροφή είναι πολύ περιορισμένη. «Στα γκρουπ χρεώνουν 6 ή 7 € κατά κεφαλή διατροφή, τι να φας μ' αυτά τα λεφτά;», μας είπε χαρακτηριστικά εστίατορας στο Ρέθυμνο. Στη δε περίπτωση των allinclusiveπροϊόντων, το πλαίσιο είναι ακόμα πιο ασφυκτικό κι επίσης περιορίζει σημαντικά την αγορά για τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις εστίασης, αφού η διατροφή καλύπτεται εντός της ξενοδοχειακής μονάδας.

Ποιο όμως είναι το μέγεθος στη διείσδυση των τοπικών προϊόντων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια; Η προμήθεια νωπών προϊόντων γίνεται από την περιοχή σε ποσοστά 90-100% (στην περίπτωση του Ρεθύμνου η τοπική προέλευση περιλαμβάνει, ανάλογα με το προϊόν, το σύνολο της Κρήτης, π.χ. τη Μεσαρά για τα νωπά). Τα ποσοστά αυτά είναι μικρότερα για τα γαλακτοκομικά (20%-60% στο Ρέθυμνο, 50-90% στη Νάξο, ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας). Υφίστανται διαφορές ανάλογα με το προϊόν, καθώς τα τοπικά τυριά έχουν σχετικά περιορισμένη κατανάλωση και δεν αποτελούν αντικείμενο μαζικών προμηθειών ενώ αντιθέτως το τυρί στο φαγητό ή το τοστ «που έχει μεγάλη κατανάλωση έρχεται από την Ολλανδία». «Λέω στους κτηνοτρόφους, φτιάξτε ένα υποδεέστερο προϊόν ώστε τα χρήματα να πηγαίνουν στον Κρητικό και όχι στον Ολλανδό, και μου λένε ότι έτσι θα χαλάσουν τη γραβιέρα», όπως μας είπε διευθυντής ξενοδοχείου μεσαίου μεγέθους στο Ρέθυμνο. Σε ό,τι αφορά το κρέας και το ψάρι, μικρά εστιατόρια στο Ρέθυμνο κάνουν περιορισμένες προμήθειες από τοπικούς παραγωγούς, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό προμηθειών γίνεται εκτός Κρήτης και κυρίως από το εξωτερικό. Στη Νάξο το ποσοστό των τοπικών προμηθειών κρέατος είναι υψηλότερο. Στα μεγάλα ξενοδοχεία του Ρεθύμνου το κρέας και το ψάρι είναι κυρίως εισαγόμενο. Σε κρασί και λάδι οι τοπικές προμήθειες στο Ρέθυμνο αποτελούν το 15-20% των συνολικών





προμηθειών στα ξενοδοχεία. Η έλλειψη μεγάλων μονάδων αντιστρέφει αυτό το ποσοστό στην περίπτωση της Νάξου.

Η παραπάνω καταγραφή είναι ενδεικτική και δεν διεκδικεί χαρακτήρα αντιπροσωπευτικότητας. Διαφαίνεται ωστόσο η σημασία του μεγέθους των επιχειρήσεων, κυρίως σε ό,τι αφορά τα ξενοδοχεία, για την τοπικοποίηση των προμηθειών. Οι δυνατότητες επίτευξης οικονομιών κλίμακας στις προμήθειες αποτελεί χαρακτηριστικό των μεγάλων μονάδων και άρα για αυτές υφίσταται ένα πλεονέκτημα που μερικώς αντισταθμίζει το υψηλότερο συγκριτικά κόστος προμήθειας τοπικών προϊόντων. Αυτό ωστόσο δεν σημαίνει ότι η διείσδυση των τοπικών προϊόντων στις μεγάλες μονάδες είναι μεγαλύτερη από αυτή στις μικρές, με δεδομένα τα χαρακτηριστικά του κυρίαρχου πακέτου διακοπών. Όμως οι μεγάλες μονάδες έχουν ποικίλες δυνατότητες ενσωμάτωσης της τοπικής παραγωγής και, εκτός από οικονομίες κλίμακας στις προμήθειες, έχουν τη κομβική δυνατότητα δημιουργίας οικονομιών κλίμακας στο σχεδιασμό και την προώθηση προϊόντων. Σύμφωνα με στέλεχος μεγάλης ξενοδοχειακής αλυσίδας στο Ρέθυμνο, τα ξενοδοχεία ανώτερης κατηγορίας εφαρμόζουν μια σειρά από πρακτικές όπως συμβολαιακή γεωργία, εισαγωγή τυποποιημένων τοπικών προϊόντων από επιλεγμένους παραγωγούς, δημιουργία τμημάτων à la carte στις υπηρεσίες μαζικής εστίασης (τύπου «κρητική γωνιά»), συνεργασία με μεταποιητικές μονάδες, δημιουργία τοπικών προϊόντωνετικέτας. Γενικότερα ως προς τη σχέση ανάμεσα στην τοπικότητα των προμηθειών και το μέγεθος της επιχείρησης, η επιτόπια έρευνα, παρά το περιορισμένο δείγμα της επιβεβαιώνει τα ευρήματα προγενέστερης έρευνας σε δείγμα επιχειρήσεων της Κρήτης, σύμφωνα με την οποία υφίσταται ισχυρότερη διασύνδεση με την αγροτική παραγωγή για τις μικρές και μεσαίες μονάδες, οι οποίες δεν είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν οικονομίες κλίμακας προμηθειών όπως οι μεγάλες (Andriotis, 2000, 2002). Μπορούμε επίσης να ισχυριστούμε ότι το συνολικό μέγεθος αυτής της διαφοροποιημένης εικόνας παραμένει άγνωστο, καθώς αφενός δεν υφίστανται αναλυτικές καταγραφές για αυτές τις εισροές-εκροές και αφετέρου δεν υπάρχει εκτίμηση, ακόμα και από εκπροσώπους συλλογικών φορέων, για τη συνολική διαφοροποιημένη εικόνα (π.χ. για τη σχετική σημασία ανάμεσα στις τοπικές προμήθειες των εκατοντάδων ΜΜΕ και τις μη τοπικές προμήθειες των λίγων αλλά υψηλής δυναμικότητας μεγάλων μονάδων).

Από τα παραπάνω διαφαίνεται ότι υφίσταται μια διαφοροποιημένη ανά προϊόν, μέγεθος και κατηγορία επιχείρησης τοπικοποίηση των προμηθειών. Πρέπει να



τονιστεί ότι εκτός από τους καθοριστικούς οικονομικούς παράγοντες που έχουν ήδη αναφερθεί, η έρευνα πεδίου ανέδειξε την απουσία συλλογικής δράσης –μια όψη του τοπικού κοινωνικού κεφαλαίου– ως σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα για τη διεύρυνση της διασύνδεσης ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή. Στο ερώτημα της επιτόπιας έρευνας για τις αιτίες που δεν μεγιστοποιούνται οι διασυνδέσεις, οι πληροφορητές, αφού ανέδειξαν κατ'αρχάς τα ζητήματα κόστους, αναφέρονταν στη συνέχεια σε θέματα κλαδικής οργάνωσης και επιχειρηματικής νοοτροπίας. Για τα στελέχη του τουρισμού την ευθύνη φέρουν οι παραγωγοί και αντιστρόφως. Για τους ξενοδόχους, η έλλειψη οργάνωσης της αγροτικής παραγωγής, το μικρό μέγεθος των εκμεταλλεύσεων και η μικρή κλίμακα της μεταποίησης εξηγούν την αδυναμία ανταπόκρισης εκ μέρους των παραγωγών στα αιτήματα του τουρισμού. Παράλληλα, υφίστανται σημαντικά προβλήματα στους τομείς της τυποποίησης, στην ανταπόκριση στην εποχικότητα της ζήτησης και στην εισαγωγή προϊόντων που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες της τουριστικής αγοράς. Για τους παραγωγούς, η ελλιπής διασύνδεση οφείλεται στην κατηγορία τουριστών που προσελκύουν τα ξενοδοχεία και στα πακέτα διακοπών, τα οποία δεν επιτρέπουν στα υψηλότερου κόστους τοπικά προϊόντα να είναι στον μπουφέ των ξενοδοχείων. «Καμία από τις δύο πλευρές δεν κάνει κάποια κίνηση για να έχουμε μια συνεννόηση», παραδέχτηκε διευθυντής ξενοδοχείου στο Ρέθυμνο.

## Βιβλιογραφία

### Ξενόγλωσση

- Andriotis, K. (2000) *Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete*, unpublished PhD thesis, Bournemouth University.
- Andriotis, K. (2002) "Scale of hospitality firms and local economic development: Evidence from Crete", *Tourism Management*, 23(4), 333–341.
- Buhalis, D. (1999) "Tourism on the Greek islands: Issues of peripherality, competitiveness and development", *International Journal of Tourism Research*, 1(5), 341-358.
- Buhalis, D. (2001) "Tourism in Greece: Strategic analysis and challenges", *Current Issues in Tourism*, 4 (5), 440-480.
- Konsolas, N., & Zacharatos, Γ. (1992). "Regionalisation of tourism activity in Greece: problems and policies". Στο J. Van den Straaten & H. Briassoulis (Επιμ.),



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) – Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

*Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues*, Kluwer: Dordrecht.

Tsartas, P. (1992) "Socioeconomic impacts of tourism on two Greek isles", *Annals of Tourism Research*, 19(3), 516-533.

## Ελληνική

ΕΤΑΠ Κυκλάδων (2008). *Καθορισμός της στρατηγικής και των αναπτυξιακών προτεραιοτήτων για τη νήσο Νάξο*, ΕΤ.Α.Π.: Σύρος.

Ζακοπούλου, Ε. (1999). «Πολυαπασχολούμενοι και Γεωργία: προς μια νέα ανίχνευση ενός πολυδιάστατου φαινομένου». Στο Χ. Κασίμης και Λ. Λουλούδης (Επιμ.), *Η Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο Τέλος του Εικοστού Αιώνα* (σσ. 115-147). ΕΚΚΕ & Πλέθρον: Αθήνα.

ΙΤΕΠ-ΞΕΕ (2013). *Εξελίξεις στον τουρισμό και στην ελληνική ξενοδοχία 2012*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων: Αθήνα.

ΙΤΕΠ-ΞΕΕ (2014). *Εξελίξεις στον τουρισμό και στην ελληνική ξενοδοχία 2013*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων: Αθήνα.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Ζήτηση και Προσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού*, Κριτική: Αθήνα.

Κομίλης, Π. (1986). *Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού*. Επιστημονικές Μελέτες Νο 20, ΚΕΠΕ: Αθήνα.

Παπαδάκη-Τζεδάκη, Σ. (1997) *Ενδογενής Τουριστική Ανάπτυξη: Διαρθρωμένη ή Αποδιαρθρωμένη Τοπική Ανάπτυξη; Η Περίπτωση του Ρεθύμνου Κρήτης*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Παπανίκος, Γ. Θ. (2004). *Η Απασχόληση στα Ελληνικά Ξενοδοχεία*, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων: Αθήνα.

ΣΕΤΕ (2013). *Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί*. ΣΕΤΕ: Αθήνα.

Σπιλάνης, Γ. (2000) "Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη: Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου". Στο Π. Τσάρτας (επιμ.), *Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*, Εξάντας: Αθήνα.

Τσάρτας, Π. (1991). *Έρευνα για τα Κοινωνικά Χαρακτηριστικά της Απασχόλησης: Τουρισμός και Αγροτική Πολυδραστηριότητα*. Μελέτη III. ΕΚΚΕ: Αθήνα.

Τσάρτας, Π. (2010). *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη: Χαρακτηριστικά, Διερευνήσεις, Προτάσεις*. Κριτική: Αθήνα.

Τσάρτας, Π. (2014). «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη». Εισήγηση στην Ημερίδα Ζωντανή *Ελληνική Οικονομία*, 15 Οκτωβρίου 2014, WWF: Αθήνα (απομαγνητοφώνηση των συγγραφέων).



Τσάρτας, Π., Θεοδωρόπουλος, Κ., Καλοκάρδου–Κραντονέλη, Ρ., Μανώλογλου, Ε., Μαρούντας, Κ., Παππάς, Π., & Φακιολάς, Ν, (1995). *Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και*



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.