



Καθημερινά, μέσα στο συμφερό της οικονομικής κρίσης, το πρόβλημα της απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού στις τουριστικές επιχειρήσεις και ειδικά στη...

διαμονή και την εστίαση, διογκώνεται.

Σε συνέχεια της προηγούμενης αναφοράς μου, φτάνει μόνο όσα ανέφερα (κουλτούρα, παιδεία, ηθική κλπ) ή και ο τρόπος με τον οποίο διαχειριζόμαστε τις επιχειρήσεις; Ειδικά, η διαχείριση των εσόδων και της πληρότητας (revenue management), μας προκαλεί τεράστια οικονομικά προβλήματα. Ως απόρροια αυτών, αδυνατούμε να είμαστε «υγιείς» και ο εργαζόμενος αποτελεί «αποδιοπομπαίο τράγο», σε μια επιχείρηση που η τύχη της μάλλον έχει ξεφύγει από το τιμόνι της διοίκησης.

Σε έναν μοναδικό προορισμό όπως τα Μετέωρα, ο επικείμενος επισκέπτης δεν θα προβληματιστεί ιδιαίτερα εάν πληρώσει 60 ευρώ αντί για 50 ευρώ, η διαφορά όμως αυτή ισούται με ποσοστιαία αύξηση των εσόδων κατά 20%, μέγεθος που επιτρέπει στην επιχείρηση να καλύψει διάφορα σταθερά και μεταβλητά κόστη, μεταξύ των οποίων και το κόστος εργασίας. Γενικά, κάθε επιχείρηση, σύμφωνα με τον στρατηγικό της σχεδιασμό, επιλέγει το μοντέλο διαχείρισης. Είναι πολύ σημαντικό και ηθικό να σέβεται το επιχειρείν που υπηρετείς...

Για παράδειγμα, η επιθυμία παροχής ποιοτικών υπηρεσιών ή η αναβάθμιση ενός καταλύματος σε 4 ή 5 αστέρια ή κλειδιά, επιβάλλει τον καθορισμό και την εφαρμογή μίας τιμολογιακής πολιτικής με την οποία θα μπορεί να ανταποκριθεί στην απαιτούμενη δομή και λειτουργία.

Περιπτώσεις κατά τις οποίες η επιχείρηση «αναβαθμίζεται» μειώνοντας παράλληλα τις τιμές ή ακολουθώντας τις τιμές άλλων καταλυμάτων με μόνο κριτήριο την «αρπαγή» των πελατών τους, τότε δεν επιδεικνύει σεβασμό προς τον κλάδο, δεν έχει ηθική προσέγγιση και δεν συμβάλλει στην ομαλή λειτουργία της αγοράς. Μία τέτοια πολιτική οδηγεί σε αφαίμαξη της αγοράς προκαλώντας

οικονομική ζημία σε όλη την τοπική οικονομία με αλυσιδωτές αρνητικές κοινωνικές συνέπειες.

Αποτέλεσμα αυτής της παραβατικής διαχείρισης, είναι, η επιχείρηση να μην μπορεί να ανταποκριθεί σε κάλυψη βασικών υποχρεώσεων (κόστος εργασίας, ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, λοιπές οικονομικές υποχρεώσεις) με αποτέλεσμα να οδηγείται ο κλάδος στο άνοιγμα των «ασκών του Αιόλου».

Η χώρα μας πέρασε και περνάει πολλές κρίσεις, οικονομικές και κοινωνικές. Οι καλύτερες λύσεις έναντι όλων αυτών των προβλημάτων είναι η έγκαιρη διάγνωση του προβλήματος, η άμεση προσαρμογή στα νέα δεδομένα και η ρεαλιστική διαχείριση κρίσεων και καταστάσεων. Οι όποιες οικονομικές ενισχύσεις όπως τα διάφορα επενδυτικά προγράμματα, δεν αρκούν από μόνα τους να αποτελέσουν σανίδα σωτηρίας και μοχλό ανάπτυξης εάν δεν υπάρχει όραμα, επιχειρηματικό σχέδιο και αυτογνωσία.

Ας μην ξεχνάμε ότι σε μία υγιή τουριστική κοινωνία, η τιμή δεν αποτελεί το πρώτο κριτήριο, αρκεί να ικανοποιείς τις προσδοκίες του πελάτη και να επενδύεις στην εξαιρετική εξυπηρέτηση...

Σπυρίδων Δημ. Νικολογιάννης
Οικονομολόγος MSc in Finance and Tourism Management