



Voor de ontwikkeling van de toerismesector is het aanbieden van meer, of betere, toeristische producten en diensten door de private sector, niet voldoende. Toerisme kan niet los gezien worden van de ontwikkeling van en synergie met andere economische- en sociale sectoren, onze zorg voor het milieu, de veiligheid in ons land, en adequate wetgeving. Er moet een nationale visie en strategisch plan komen voor Suriname als 'Tourism Destination'.

Groep Toerisme VSB



Toerisme

Quo Vadis?!



Een luchtvaartmaatschappij die zich specifiek toelegt op toerisme zoals Arkefly (Nederland); een land dat toeristische bestemmingen uitzoekt en meehelpt deze verder te ontwikkelen voor haar burgers zoals het Verenigd Koninkrijk; reisorganisaties in het buitenland; of de individuele toerist onbekend met het land, zullen zich bij hun keuze voor een toeristische bestemming laten leiden door een aantal zaken. Deze kunnen zijn:

- Veiligheid in het land, criminaliteitscijfers;
- Aanwezige wetgeving, normen en standaarden. Dit kunnen bijvoorbeeld zijn milieuwetgeving, bescherming van flora en fauna, standaarden voor touroperators;
- Een schone- en milieuvriendelijke omgeving;
- Principes voor ecotoerisme of duurzaam toerisme;
- Standaarden van gezondheidszorg en voedselveiligheid;
- Liberaal bancaire verkeer, geen ingewikkelde transacties bij valutaverkeer;
- Bereikbaarheid van het land, de in- en uitreis mogelijkheden;
- Toegankelijkheid voor buitenlanders in termen van reiskosten, reisduur en visumverplichtingen;
- Betrouwbaar, betaalbaar en aangenaam verblijf met voldoende entertainment;
- Betrouwbare- en betaalbare keuzes van verblijf en van trips en tours binnen het land;



- Voldoende- en betaalbaar lokaal (openbaar) transport;
- Betrouwbaarheid van nutsvoorzieningen, vooral water en elektra.

De bovenstaande lijst is een willekeurige opsomming en zeker niet onuitputtelijk. Op de website van Arkefly lezen we bijvoorbeeld dat deze luchtvaartmaatschappij duurzame toeristische bestemmingen uitzoekt waarbij rekening wordt gehouden met mens en cultuur, milieu en natuur. Naast de opsomming komen er een aantal minder directe noodzakelijkheden, die veelal meer thuis horen in niche markten als uitingen van cultuur in de vorm zang, dans, muziek, arts & crafts en het culinair gebeuren.

Toeristen zijn, net als vele lokale burgers van heel veel landen, gevoelig voor:

- Vriendelijkheid en gastvrijheid van de lokale bevolking. Een onvriendelijke begroeting bij de eerste aankomst in het land kan toeristen al het gevoel geven dat zij niet welkom zijn. Ze verwachten ook door geïnteresseerde- en klantvriendelijke medewerkers geholpen en/of bediend te worden in handelszaken, winkels, hotels, eetgelegenheden;
- Onnodig lang op een luchthaven moeten rondhangen en/of nodeloos wachten;
- Onveilige situaties, vooral indien er sprake kan zijn van lichamelijk letsel, roof, geweld en/of het verlies van mensenlevens;
- Onveilig verkeer waar je als toerist

passief of actief deel van uitmaakt. Bijvoorbeeld de fietsers die zich een weg moeten banen door het verkeer;

- Onbegaanbare trottoirs of zelfs de afwezigheid van trottoirs. Ook de toerist zie je vaak noodgedwongen door hoog wied lopen of naast het voortrazende verkeer op de weg lopen daar waar trottoirs ontbreken;
- Verwaarloosde karakteristieke houten gebouwen die in vervallen staat verkeren, zoals in de historische binnenstad van Paramaribo, of elders in het land;
- Verontreiniging en vervuiling door mensen door plastics, petflessen, bamibakjes en ander zwerfvuil;
- Zwervers, vooral indien deze opdringerig zijn of zich agressief uiten;
- Mensonwaardig handelen en dierenleed;
- Geluidsoverlast, vooral in de nachtelijke uren, waardoor men niet kan slapen;
- Met landbouwgif en/of zware metalen verontreinigde voeding, verontreinigd water en/of verontreinigde lucht;
- Prijs/kwaliteitsverhoudingen van toeristische producten, goederen en diensten;
- Vrijelijk gebruik van ICT, Social Media, voor het doorgeven van vakantiekiekjes en -ervaringen, inchecken of gewoon contact houden met het thuisfront;
- Lekker koud bier, een goede airco en vooral 's avonds niet in het donker moeten zitten.

Al deze punten laten zien dat het daadwerkelijk tot ontwikkeling brengen van een

duurzame toeristenindustrie complex van aard is. Het gaat niet slechts om méér van hetzelfde. Het gaat ook niet om het louter op zoek gaan naar nieuwe markten voor onze toerisme producten en diensten. De verdere ontwikkeling van onze toerismesector vindt plaats in een tijdsgewricht, dat gekenmerkt wordt door globalisering en toenemende wereldwijde competitie. Dit geldt ook voor de toerismesector. De toerist gaat steeds op zoek naar nieuwe toeristische bestemmingen, mogelijk gemaakt door betere, snellere- en goedkopere reismogelijkheden. De vraag naar duurzaam en verantwoord toerisme neemt toe. Tegelijkertijd vindt 'travel & tourism' plaats onder omstandigheden waarbij wereldwijd de zorg over veiligheids- en gezondheidsvraagstukken, ook toeneemt. Daarbij komt dat er demografische verschuivingen plaats vinden. Ook in Suriname kennen we de 'grijze golf' in toerisme van de *Baby Boomers* uit landen zoals Nederland. Daarnaast zien we echter de opkomst van een nieuwe, jongere generatie toeristen die specifieke eisen stelt aan toeristische bestemmingen.

De complexiteit van de toerismesector dwingt de Overheid tot het formuleren van een uitgesproken, nationale ontwikkelingsvisie en van een strategisch beleid voor de toerisme sector. Een aantal uitgangspunten is hierbij essentieel. Voorop moet staan dat in het totale nationale ontwikkelingsbeleid de sector toerisme een van de potentiële groeisectoren is die een fundamentele bijdrage moet leveren aan de diversificatie van onze economische structuur en een belangrijke bron van inkomsten kan betekenen. Erkend en begrepen moet worden dat daarbij het bedrijfsleven de motor van de economische ontwikkeling is en als zodanig partner moet zijn van de overheid.

"Het bedrijfsleven immers is de leverancier van de toeristische goederen, producten en diensten, op de juiste locatie, op het juiste moment, in de juiste vorm en bij de juiste doelgroep."

Het bedrijfsleven immers is de leverancier van de toeristische goederen, producten en diensten, op de juiste locatie, op het juiste moment, in de juiste vorm en bij de juiste doelgroep. Een intensieve en perfecte afstemming tussen de overheid en het bedrijfsleven is nodig.

De overheid moet de 'interlinkages' tussen de toerismesector, de andere economische sectoren en de sociale sectoren definiëren en daar naar handelen door beleid te formuleren en te faciliteren. Dit klinkt vooral door in die sectoren die primair de verantwoordelijkheid van de overheid zijn, waaronder gezondheidszorg, onderwijs, wetgeving en veiligheid, maar ook in de aanleg van infrastructuur, de zorg voor een goede 'business environment', het aantrekken van binnenlandse- en buitenlandse investeringen en het verzamelen en ter beschikbaar stellen van relevante onderzoeksdata. Het bestuur van toeristische bedrijven en -instituten

moet de overheid echter overlaten aan het bedrijfsleven en dit niet ondergeschikt maken aan politieke wenselijkheden en/of belangen. Helaas vormt dit euvel op dit moment het grootste struikelblok, wat een rem inhoudt op de ontwikkeling van het toerisme. De leiding (bestuur+directie) van de Stichting Toerisme Suriname (STS) wordt niet gedragen door de VSB omdat deze voornamelijk politiek en onstatutair van samenstelling is. Het maar niet tot volle wasdom komen van ressorten vallend onder Stinasu is hier een tweede voorbeeld van, waarbij corruptieve handelingen van overheidsfunctionarissen met porkknokkers te Brownsberg, recentelijk een bijzonder slechte pers hebben gehaald.

De visie en het daarop gebaseerde strategisch plan voor de sector, moeten een aantal, met elkaar samenhangende essentiële kenmerken bevatten.

- De interdependentie tussen de ontwikkeling van de verschillende sectoren vanuit de optiek van de toeristenindustrie, moet goed in kaart worden gebracht: onderwijs, gezondheidszorg waaronder voedselveiligheid, transport, infrastructuur, cultuur, milieubeheer, bank- en verzekeringswezen. Maar ook de ontwikkeling van de mijnbouwsector en de agrarische sector.
- Ruimtelijk beleid. Een goede afstemming tussen de ruimtelijke ontwikkeling van de verschillende sectoren is nodig. Het gaat dan om ruimtelijke ordening en economische zonering opdat er sprake kan zijn van synergie en er zeker geen antagonisme ontstaat. Antagonisme bijvoorbeeld als bezoekers van Brownsberg, op hun wandeling, porkknokkers tegenkomen, het daverend geluid van zware machines te horen krijgen en te maken krijgen met vervuild water. Synergie bijvoorbeeld waarbij het afmijnen en de rehabilitatie van de uitgemijnde gebieden mogelijkheden biedt voor de ontwikkeling van het toerisme. Voor oud werknemers, die de gebieden als geen ander kennen, ontstaan er zo ook mogelijkheden om zich dienstbaar te maken als gids in de toerismesector.
- Nieuwe of aanpassing van wet- en regelgeving met voldoende borging voor duurzame aspecten van het milieu, zowel fysiek, ecologisch als immaterieel. Regulering en standaardisering moeten er ook voor zorgdragen dat informele bedrijvigheden in de sector, die oneerlijke concurrentie met zich mee brengen en soms bijdragen tot een negatieve beeldvorming van toerisme in Suriname, worden geminimaliseerd.
- Bijzondere aandacht moet gegeven worden aan de economische benutting van onze biodiversiteit voor toeristische doeleinden. Costa Rica voert al decennialang een beleid waarbij de beschermde natuurgebieden en ecotoerisme hand in hand gaan. In Trinidad & Tobago groeit het aantal toeristische bezoekers van de mangrovebossen. Suriname heeft vijf bijzondere beheersgebieden in de kust-



vlakke, waaronder Bigi Pan. Het instellen van een PPP beheersstructuur voor Bigi Pan komt echter maar niet van de grond, laat staan van andere bijzondere beheersgebieden of natuurreservaten. Er is bijzonder verwistend omgesprongen met EU-fondsen in het Centraal Suriname Natuurreservaat en er is nauwelijks ontwikkeling omdat de Private Sector stelselmatig uitgesloten wordt bij het nemen van beslissingen en bespreken van duurzame commerciële activiteiten.

- Er dient continue aanpassing en afstemming te komen van het onderwijs zowel op lager-, middelbaar-, voortgezet, hoger beroeps- als universitair niveau, aan de veranderende omstandigheden van de industrie en de wensen van de toeristen. Substantiële investeringen zijn nodig in de opleiding en training van 'human capital' voor de sector.
- Maximalisatie van ICT door betaalbare, of beter nog gratis, maar bovenal snel internet.
- De promotie, marketing en sales van zowel het land, als haar natuur, cultuur, erfgoed en evenementen op een commercieel verantwoorde wijze. De e-marketing dient perfect afgestemd en naadloos aan te sluiten op de marketing en een niet op zich zelf staand gebeuren zijn. Gewaakt moet worden voor een 'lege' website die maandenlang niet wordt geactualiseerd. Dit is uitermate nadelig voor de ontwikkeling van de sector en kan alleen maar leiden tot een afnemend bezoek met alle consequenties van dien.
- Research & Development (R & D) moe-

ten ruime aandacht krijgen. Het verkrijgen van tijdige, relevante en accurate data en statistieken is onontbeerlijk om inzicht in de ontwikkelingen van de sector – zowel nationaal als internationaal – te krijgen om beleid, marketing, ontwikkeling van nieuwe toerisme producten en diensten, en investeringsbeslissingen, daar op te kunnen afstemmen. Er zijn data, echter niet (volledig) betrouwbaar, en er is geen verificatie door bijvoorbeeld het uitvoeren van een Exit Survey. De actualiteit laat eveneens veel te wensen over, de beschikbare cijfers lopen vier (4) - zes (6) maanden achter op de werkelijkheid, waardoor analyse en bijstellen van doelen en strategie niet mogelijk is voor een volgend seizoen, dat zich dan al aandient.

- Net als voor de ontwikkeling van de agrarische sector, dienen er inputs voor de toerisme sector beschikbaar te zijn. Hierbij kan gedacht worden aan invoerrechtenvrijdom op producten en goederen als horeca-equipment, maar meer nog de promotionele inzet van Surinam Airways bij nationale evenementen en het op de juiste wijze beschikbaar stellen van vervoerscapaciteit bij promotie in het buitenland.

Het bedrijfsleven zelf zal als partner een belangrijke rol dienen te spelen, waarbij ook voor het bedrijfsleven een aantal essentiële randvoorwaarden gelden:

- Samenwerken, binnen de eigen sector, met andere sectoren en uiteraard met de desbetreffende overheidsdiensten en ministeries.
- Duurzaam ondernemen, waarbij het

maatschappelijk verantwoord ondernemerschap de boventoon voert.

- Zorgen voor kwalitatief, duurzame- en betaalbare producten en diensten, met adequaat opgeleide en getrainde medewerkers.
- Bij het participeren aan buitenlandse beurzen allereerst gezamenlijk het land presenteren en pas daarna de aandacht van de buitenwereld trekken voor de eigen producten en diensten. Dit uiteraard in een sterke combinatie met sectoren als de agrarische sector, mijnbouw, het bank- en verzekeringswezen en de telecommunicatie.
- Samenwerken met bestaande beurzen om een eigen Surinaamse toerisme beurs op te zetten, waarbij toerisme bedrijven uit de regio moeten staan te popelen om te participeren. Dit vanwege de potentie van de aanwezige bezoekers, die in combinatie met Suriname (Dual Destination, Caribbean & Amazon, Beach & Forest) ook hun land kunnen bezoeken.

De nationale visie over de ontwikkeling van de toeristensector en een Toeristen Master Plan, moeten de basis vormen voor economische groei, sociale vooruitgang en duurzaamheid van het milieu voor de korte, middellange- en langere termijn. Continue afstemming met het bedrijfsleven waarbij implementatie, monitoring, evaluatie en verbetering een onmisbare cyclus vormen, is noodzakelijk. Slechts door een allesomvattende en gezamenlijke inspanning zal Suriname in staat zijn om de volle potentie van toerisme als een rendabele groeisector, te realiseren. --

SHTTC: investeren in Menselijk Kapitaal voor de Toerismesector

De toerismesector is een veelbelovende groeisector. De sector schept werkgelegenheid en biedt ruimte voor het ontwikkelen van creatief en innovatief ondernemerschap. Maar vanuit de sector wordt een grote behoefte aan geschoold, vakbekwaam en competent personeel ervaren. Investeren in menselijk kapitaal is dringend nodig. De missie van de Suriname Hospitality and Tourism Training Centre is dan ook om in deze behoefte te voorzien en daarmee de kwaliteit van de toeristische producten en diensten op een hoger niveau te brengen. – de Redactie



Met dit doel voor ogen is in 2006 de Stichting Suriname Hospitality and Tourism Training Centre (SHTTC) opgezet door inspanningen vanuit de Ministeries van Transport Communicatie en Toerisme (TCT), Arbeid, Technologische Ontwikkeling en Milieu (ATM), Onderwijs en Volksontwikkeling (MINOV) en de Vereniging Surinaams Bedrijfsleven (VSB). In de afgelopen jaren verzorgde SHTTC trainingen voor keukenassistentie, food & beverage, housekeeping, keukenwerkzaamheden en leidinggevende vaardigheden. Sinds kort is er ook een aanvang gemaakt met de kokopleiding niveau 2.

Toerisme sector heeft geschoold en getraind personeel nodig

De Suriname Hospitality and Tourism Training Centre presenteerde in september 2012 de resultaten van het onderzoek 'Toerisme HR Needs Assessment'. Uit de resultaten bleek dat in de toerismesector een nijpend te kort bestaat aan geschoold personeel. Slechts 92 van de 621 ondervraagde werknemers bleek een speciale vakinhoudelijke training te hebben genoten, dus *nog geen* 15%. Het onderzoek nam vier maanden in beslag. Van de veertien (14) beroepen uit de steekproef voldeden slechts vijf gedeeltelijk aan de competentie-eisen die door de sector worden gesteld. Uit de resultaten blijkt verder dat er een grote behoefte bestaat aan personeel op middelbaar scholingsniveau en dat dit personeel breed inzetbaar zal moeten zijn in de subsectoren Touroperating, Food & Beverage en Accommodatie, inclusief vakantieoord en resorts.

De sector heeft in de praktijk, en dat blijkt ook uit het onderzoek, behoefte aan verbe-

terde soft skills (werkattitude en –ethiek en sociale vaardigheden). Deze vaardigheden worden bij de huidige opleidingen of in de praktijksituatie, onvoldoende aangeleerd. Een specifieke didactiek is vereist om medewerkers hierin te bekwalen.

Beroep	Gewenst opleidingsniveau
Leidinggevende	MBO/HBO
Zelfstandig werkende kok	MBO
Hulpkok	MBO
Afwashulp	LBO
Barmedewerker	LBO
Bediening	LBO
Receptionist(e)	MBO
Booking office & marketing	MBO
Housekeeping	LBO
Gids	MBO
Bootsman	LBO
Logistiek medewerker	MBO
Host	MBO
Allround medewerker	LBO
* Voor de rood gearceerde beroepen wordt er momenteel geen opleiding aangeboden in Suriname.	

De Stichting Suriname Hospitality and Tourism Training Centre (SHTTC) is als een van de resultaten van de Suriname Integrated Tourism Development Plan (SITDP) in 2006 tot stand gekomen. SHTTC (het fysieke gebouw) is gefinancierd door fondsen uit het Europees Ontwikkelingsfonds, de sectorfondsen uit de verdragsmiddelen, en de Surinaamse overheid. Financiering vindt nu plaats, naast de eigen inkomsten uit onder meer de cursusgeld, uit subsidie van de ministeries TCT en ATM. De Stichting is opgericht voor onbepaalde tijd door de overheid en is in het bestuur vertegenwoordigd door de Ministeries van TCT, ATM, MINOV en de VSB. Het bestuur bestaat thans uit de leden: de heren. R. Boedha, voorzitter (Ministerie TCT), A. Snijders. Penningmeester (SAO), K. Cyrus. (MINOV), O. Brauwmueller (Stg Toerisme Suriname), D. Ramlal (VSB – TOURS) en de dames J. Simons – Turney, secretaris (IMEAO), I. Nortan – Uden (Nijverheidsschool) en D. Wielingen – Verwey (VSB).

Aan welke beroepen bestaat behoefte?

Uit de 'Toerisme HR Needs Assessment' bleek vooral grote behoefte te bestaan aan 14 opleidingen op middelbaar en lager beroepsniveau.

In 2014 namen 164 studenten deel aan vier SHTTC trainingen. Veertien koks van niveau 2 (assistent kok) mochten hun diploma in ontvangst nemen, in januari 2015 volgen er nog 31. Verder rondden 86 studenten de training Keukenassistent, 17 studenten de training Food & Beverage en 16 studenten de training Housekeeping, succesvol af.

Toekomstplannen

SHTTC start in oktober 2014 in samenwerking met het Regionaal Opleidingen Centrum Amsterdam als twinningspartner, een door het Ministerie van Onderwijs en Volksontwikkeling officieel erkende driejarige opleiding Toerisme. Deze nieuwe opleiding op MBO niveau richt zich op het midden management van de verschillende branches in de sector met als doelgroep geslaagden van het Lager Beroeps Onderwijs, verzorgende stream. Maar ook MULO leerlingen die interesse hebben in een beroep binnen de horeca kunnen zich inschrijven. Deze opleiding zal niet alleen de competenties en soft skills van het personeel versterken maar ook de sector upgraden.

Ook in oktober 2014 start SHTTC de HBO opleiding Koks (niveau 3). Daarnaast zal er indien alles volgens plan verloopt, nog dit jaar een aanvang worden gemaakt met de bouw van een vijf kamer tellend hotel. Dit alles in het kader van het uitbreiden van de opleidingen en het opdoen van praktijkervaring. --