



## ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΚΡΗΤΗΣ

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:**

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΗΤΗΣ: ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ**

**ΟΝΟΜΑ:** *Ευγενία*

**ΕΠΩΝΥΜΟ:** *Δοξαστάκη*

*ΙΟΥΝΙΟΣ 2010*

## **ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΗΤΗΣ: ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ**

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πιο δυναμικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Τα οφέλη του τουρισμού αναφορικά με την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι δεδομένα. Η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει κατά 18-20% στο ΑΕΠ, ενώ πηγές της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, φανερώνουν ότι ο επαγγελματικός τουρισμός συμβάλλει περίπου κατά 15% (από το σύνολο του τουριστικού τομέα) στα συνολικά έσοδα της χώρας<sup>1</sup>. Ο συνεδριακός τουρισμός έχει αποδείξει χρόνια τώρα ότι λόγω της φύσης του είναι μια μορφή τουρισμού που δεν είναι επιρρεπής στους εκάστοτε κλυδωνισμούς της αγοράς και δίνει το περιθώριο στις επιχειρήσεις αλλά και στην ευρύτερη αγορά των προορισμών που τον φιλοξενούν να λειτουργούν υγιώς ακόμα και σε περιόδους κρίσης όπως την παρούσα. Παρακάτω θα μελετηθεί εκτενώς σε ποιο σημείο βρίσκεται τώρα η Κρήτη ως προς το συγκεκριμένο είδος τουρισμού και το κατά πόσο υπάρχουν οι δυνατότητες να προχωρήσει ένα βήμα παραπέρα προς την καθιέρωση της ως συνεδριακό προορισμό.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>
<b>1.1 Τι είναι τουρισμός .</b>
<b>1.2 Συνεδριακός τουρισμός και είδη συνεδριακών εκδηλώσεων.</b>
<b>1.3 Διοργάνωση συνεδρίων.</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>
<b>Κρήτη</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>
<b>Σκοπός – Διαδικασία έρευνας</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>
<b>Αποτελέσματα.</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b>
<b>5.1 Πρότυπα πιστοποίησης.</b>
<b>5.2 Είδη συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στη Κρήτη και παγκοσμίως .</b>
<b>5.3 Αριθμός συμμετεχόντων ανά συνέδριο.</b>
<b>5.4 Δημοφιλέστεροι μήνες για τα συνέδρια</b>
<b>5.5 Επαναλαμβανόμενη διεξαγωγή συνεδρίων στον ίδιο τόπο.</b>
<b>5.6 Δυνατά και αδύναμα σημεία της Κρήτης.</b>
<b>5.7 Ζήτηση και πορεία της Κρήτης – Μέλλον συνεδριακού τουρισμού στη Κρήτη.</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>
<b>Οικονομική κρίση – Λύσεις – Προοπτικές .</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### 1.1. Τι είναι τουρισμός

Ο **τουρισμός** είναι ένα σύνολο βιομηχανιών που εμπλέκει τη φυσική κίνηση των τουριστών με τοποθεσίες διαφορετικές από τους τόπους διαμονής τους και περιλαμβάνει τουριστικές ανάγκες και κίνητρα, τουρισμό επιλεκτικής συμπεριφοράς και προορισμούς, φυσικά ταξίδια μακριά από το σπίτι καθώς και αγοραστικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ εκείνων που εφοδιάζουν με αγαθά και υπηρεσίες για την ικανοποίηση των τουριστών<sup>2</sup>.

Ανάλογα τώρα με το σκοπό του ταξιδιού μπορούμε να διαιρέσουμε τον τουρισμό σε διάφορες κατηγορίες όπως αναψυχής, ιαματικό, θρησκευτικό, αθλητικό κλ. Όταν ο σκοπός του ταξιδιού αφορά στο επάγγελμα αυτού που ταξιδεύει και το ταξίδι συνδυάζει και τουριστικές δραστηριότητες τότε μιλάμε για επαγγελματικό τουρισμό. Υποδιαίρεση του επαγγελματικού τουρισμού είναι και ο συνεδριακός τουρισμός όταν σκοπός του τουριστικού ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε συνέδριο.

### 1.2. Συνεδριακός τουρισμός και είδη συνεδριακών εκδηλώσεων

Ο συνεδριακός τουρισμός δύναται να εκδηλωθεί με ποικίλες μορφές όπως:

1. **Συνέδρια (Conventions/Congresses):** Συνάντηση ατόμων με κοινή ιδιότητα προς ανάλυση θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος.
2. **Διασκέψεις–Συνδιασκέψεις (Conferences):** Όπως και ανωτέρω περιγράφεται, αλλά απαιτείται ενεργός συμμετοχή και η διάρκεια είναι μεγαλύτερη.
3. **Συνελεύσεις:** Σκοπός τους η ενημέρωση και η ανταλλαγή απόψεων, διοργανώνονται δε συνήθως από άτομα του επιχειρηματικού, εκπαιδευτικού ή συνδικαλιστικού χώρου.

4. **Σεμινάρια:** Συναντήσεις μικρού συνήθως αριθμού συμμετεχόντων με εκπαιδευτικό χαρακτήρα.
5. **Διαλέξεις–Ομιλίες:** Παρουσίαση συγκεκριμένου θέματος, από εξειδικευμένα στον τομέα τους άτομα.
6. **Ημερίδες:** Εκδηλώσεις, συνήθως εορταστικές, διάρκειας μιας ημέρας.
7. **Φόρουμ (Forum):** Συναντήσεις με ιδιαίτερο τους χαρακτηριστικό τη διαδραστικότητα μεταξύ ακροατηρίου και panel.
8. **Συμπόσια:** Όρος ταυτόσημος με το Forum, με τη διαφορά ότι διοργανώνονται συνήθως από “ανθρώπους του πνεύματος”.
9. **Work-shops:** Συναντήσεις 15-30 ατόμων, εκπαιδευτικού χαρακτήρα, που μπορεί να συμπεριλαμβάνουν και πρακτική εξάσκηση.
10. **Συσκέψεις (Round Table Conferences):** Μικρή ομάδα συμμετεχόντων, οι οποίοι συμμετέχουν ισότιμα και καθοδηγούνται από πρόεδρο.
11. **Meetings (Συναντήσεις):** Επιχειρησιακές συναντήσεις, χωρίς συνεδριακό ύφος.

### 1.3. Διοργάνωση συνεδρίων

Το που θα πραγματοποιηθεί το συνέδριο είναι μια απόφαση που προκύπτει μετά από εξέταση πολλών παραγόντων που θα είναι καθοριστικοί για την επιτυχία ή όχι αυτού .Για την επιλογή ενός τόπου προορισμού αρχικά εξετάζονται η εύκολη πρόσβαση , η κατάλληλη συνεδριακή υποδομή ,η ύπαρξη γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα , οι καλές κλιματολογικές συνθήκες, η ασφάλεια και το κατάλληλα εξειδικευμένο προσωπικό. Αφού επιλεγεί ο τόπος προορισμού θα πρέπει να βρεθεί και ο καταλληλότερος χώρος που να μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας τέτοιας εκδήλωσης<sup>3,4</sup> .

Ο χώρος πρέπει να βρίσκεται σε σημείο όπου οι σύνεδροι να έχουν πρόσβαση τόσο στο κέντρο της πόλης (με καλές συγκοινωνιακές συνδέσεις) όσο και σε διάφορα αξιοθέατα , να διαθέτει επαρκή αριθμό καταλυμάτων (και αν όχι να υπάρχουν σε κοντινή απόσταση εγκαταστάσεις που να μπορούν να εξυπηρετήσουν) όπως και επαρκείς χώρους στάθμευσης. Οι κυριότεροι χώροι που φιλοξενούνται συνέδρια είναι θέατρα , αρένες , συναυλιακοί χώροι , συνεδριακά κέντρα , ξενοδοχεία , πανεπιστήμια και τέλος κρουαζιερόπλοια <sup>3,4,5</sup>.

Ο φορέας οφείλει ακόμα να αποφασίσει για το **πότε** θα λάβει χώρα το συνέδριο (ποια εποχή του χρόνου) καθώς και για τη χρονική διάρκεια αυτού. Μια άλλη παράμετρος σχετική με το χρόνο είναι η περιοδικότητα διεξαγωγής της διοργάνωσης (ετήσια, εξαμηνιαία κλπ).

Ένα συνέδριο για να λάβει χώρα απαιτεί τη συμμετοχή πολλών ανθρώπων που είτε συμμετέχουν σε αυτό όπως οι σύνεδροι , οι εισηγητές και οι επίσημοι είτε είναι υπεύθυνοι για τη διοργάνωση τους όπως οι φορείς , οι οργανωτές , το προσωπικό, είτε εμπλέκονται εμμέσως π.χ. συνοδοί , δημοσιογράφοι , χορηγοί.

Πιο συγκεκριμένα οι **σύνεδροι** είναι αυτοί για τους οποίους διοργανώνεται το συνέδριο , αυτοί που συμμετέχουν σε αυτό και που σε μεγάλο ποσοστό απ αυτούς και από το κατά πόσο μαζικά συμμετέχουν και ευχαριστημένοι μείνουν κρίνεται η επιτυχία του συνεδρίου. Αυτό δεν είναι εύκολο να επιτευχθεί αφού οι σύνεδροι είναι συνήθως απαιτητικοί καθώς μέσα από τη συμμετοχή στα συνέδρια έχουν αποκτήσει μέτρα σύγκρισης υψηλών προδιαγραφών .Το έργο επίσης της ικανοποίησης των συνέδρων κρίνεται ακόμα δυσκολότερο αφού πρόκειται συνήθως για άτομα υψηλού κοινωνικού status<sup>7</sup> .

Μια άλλη ομάδα που εμπλέκεται στα συνέδρια και που αναφέρθηκε παραπάνω είναι οι **οργανωτές** των συνεδρίων που ασχολούνται με την οργάνωση των αυτών .Τον ρόλο αυτό συνήθως παίζουν είτε οι ίδιοι οι φορείς των συνεδρίων είτε τα Συνεδριακά Κέντρα ή τέλος οι οργανωτές ταξιδιών και οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων.

Για να πραγματοποιηθεί όμως ένα συνέδριο απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρξουν αυτοί που θα αποφασίσουν τη διοργάνωσή του αλλά και θα αναλάβουν τη χρηματοδότηση του να γίνουν δηλαδή οι **φορείς** του συνεδρίου. Οι φορείς διακρίνονται σε δημόσιους, ιδιωτικούς και σε εκείνους που ανήκουν σε τοπικούς, εθνικούς, ευρωπαϊκούς ή παγκόσμιους οργανισμούς<sup>6</sup>.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΚΡΗΤΗ

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί στην Ελλάδα και το δεύτερο μεγαλύτερο (μετά την Κύπρο) της ανατολικής Μεσογείου, με μήκος **257 χιλιόμετρα** και ακτές συνολικού μήκους **1.046 χιλιομέτρων**. Η Κρήτη ανήκει στη Μεσογειακή κλιματολογική ζώνη που προσδίδει τον κύριο κλιματικό χαρακτήρα της ο οποίος χαρακτηρίζεται ως εύκρατος.

Η οικονομία της Κρήτης, η οποία βασιζόταν κυρίως στη γεωργία, άρχισε να αλλάζει ορατά κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70. Ενώ διατηρείται η παραδοσιακή έμφαση στη γεωργία και στην κτηνοτροφία, λόγω του κλίματος και της έκτασης του νησιού, παρουσιάζεται μια μεγάλη αύξηση στην παροχή υπηρεσιών, κυρίως σχετικών με τον τουρισμό.

Η Κρήτη είναι ένας από τους δημοφιλέστερους ελληνικούς προορισμούς διακοπών, κάτι που μπορεί να καταλάβει κανείς από τον αριθμό των κλινών των ξενοδοχείων. Η σημερινή τουριστική υποδομή στην Κρήτη ικανοποιεί το σύνολο των προτιμήσεων. Υπάρχει στέγαση κάθε πιθανής κατηγορίας, από μεγάλα, πολυτελή ξενοδοχεία, με όλες τις προδιαγεγραμμένες εγκαταστάσεις (πισίνες, εγκαταστάσεις αθλητισμού και αναψυχής κλπ.), έως μικρότερα ιδιόκτητα οικογένεια διαμερίσματα ή οργανωμένες κατασκηνώσεις. Η πρόσβαση των επισκεπτών στο νησί γίνεται αεροπορικώς μέσω του διεθνούς αερολιμένα στο Ηράκλειο και των κρατικών αερολιμένων στα Χανιά και στη Σητεία, ή ακτοπλοϊκώς στους λιμένες Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Σητείας και Καστέλιου Κισσάμου<sup>7,8</sup>.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

#### **Σκοπός – Διαδικασία Έρευνας**

Η παρούσα έρευνα στοχεύει στην ανάλυση των προοπτικών ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη. Συγκεκριμένα, θα αξιολογηθεί η υπάρχουσα προσφορά και ζήτηση, η αξιολόγηση της Κρήτης ως συνεδριακός προορισμός, θα αναδειχθούν δυσχέρειες ανάπτυξης της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή και τελικά θα προταθούν λύσεις για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας συντάχθηκε ερωτηματολόγιο , το οποίο απάντησαν οι υπεύθυνοι για τα συνέδρια των ξενοδοχειακών μονάδων (Astoria Capsis Hotel ,Lato Boutique Hotel , Amirantes , Atrion Hotel , Anissa Beach Hotel , Lyttos Beach Hotel , Creta Maris , Atlantis , Movenpick , Afroditi Beach Hotel , Fodele Beach) .

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 31 ερωτήσεις .Η ανάλυση έγινε μέσω του προγράμματος Microsoft Excel.

### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

#### **ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΗΤΗΣ: ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ**

#### **Α. ΠΡΟΦΙΛ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ**

1.Παρακαλώ συμπληρώστε τα ακόλουθα στοιχεία

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ/ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΚΕΝΤΡΟ.....

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ.....

ΤΗΛΕΦΩΝΟ.....



2. Σε ποια κατηγορία ανήκει το ξενοδοχείο;

Deluxe  A' Class  B' Class

3. Ποια είναι η δυναμικότητα του ξενοδοχείου σε δωμάτια; ..... δωμάτια.

4. Πόσες συνεδριακές αίθουσες διαθέτετε; ..... αίθουσες.

5. Ποιος είναι ο μέγιστος αριθμός των συνέδρων που δύναται να φιλοξενήσει το ξενοδοχείο/ συνεδριακό κέντρο; ..... συνέδροι.

6. Πόσα χρόνια ασχολείστε με το συνεδριακό τουρισμό; ..... χρόνια.

7. Με ποιους τρόπους πιστοποιείτε την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχετε;

ISO 9001  I4001  HACCP  Καμία  SA 8000

8. Έχετε ενταχθεί στον τροποποιημένο Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004 “Κίνητρα οικονομικών επενδύσεων για την οικονομική ανάπτυξη και την περιφερειακή σύγκλιση” για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού;

Ναι  Όχι

9. Εάν ναι, σκοπεύετε να προχωρήσετε στην ανάλογη επένδυση;

Ναι  Όχι

Εάν όχι, γιατί; .....

## **B. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΚΙΝΗΣΗ**

10. Χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από το 1 έως το 5 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγα, 3=αρκετά, 4=πολλά και 5=πάρα πολλά), σημειώστε με X το είδος των συνεδριακών εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα στις εγκαταστάσεις σας.

<b><u>ΕΙΔΟΣ</u></b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Συνέδρια					
Διασκέψεις					
Ημερίδες					
Συμπόσια					
Διαλέξεις – Ομιλίες					
Σεμινάρια					

Work-Shops					
Forum					
Άλλο .....					

11. Ποιος είναι ο αριθμός των συνεδρίων που λαμβάνουν χώρα στη μονάδα σας ετησίως (κατά προσέγγιση); ..... συνέδρια.

12. Χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από το 1 έως το 5 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγα, 3=αρκετά, 4=πολλά και 5=πάρα πολλά), σημειώστε τι είδους συνέδρια διοργανώνονται συνήθως στις εγκαταστάσεις σας.

<b>ΕΙΔΟΣ</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ιατρικά					
Επιστημονικά					
Τεχνολογικά					
Επιχειρηματικά					
Εκπαιδευτικά					
Οικονομικά					
Γεωργικά					
Διοικητικά					
Μεταφορών &					
Τοπικής Αυτοδιοίκησης/Τοπικών Φορ					
Άλλο .....					

13. Ποιος είναι κατά μέσο όρο ο αριθμός των συμμετεχόντων σε κάθε συνέδριο;

- Έως 100 άτομα   
 100-250 άτομα   
 250-450 άτομα   
 450-800 άτομα  
 Πάνω από 800 άτομα

14. Ποιος είναι κατά προσέγγιση ο αριθμός των συνοδών ανά άτομο; ..... συνοδοί.

15. Πόσο συχνά συγκεκριμένοι φορείς επιλέγουν τον ίδιο συνεδριακό χώρο για διαδοχική ή επαναληπτική διοργάνωση συγκεκριμένων συνεδρίων;

- Πότε   
 Σπάνια   
 Καμιά φορά   
 Συχνά   
 Πάντα

16. Σημειώστε με X στην αντίστοιχη στήλη για να χαρακτηρίσετε τη συνεδριακή κίνηση που εκδηλώνεται κάθε μήνα.

<b><u>ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΚΙΝΗΣΗ</u></b>			
<b><u>ΜΗΝΑΣ</u></b>			
	<b><u>ΥΨΗΛΗ</u></b>	<b><u>ΜΕΤΡΙΑ</u></b>	<b><u>ΧΑΜΗΛΗ</u></b>
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ			
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ			
ΜΑΡΤΙΟΣ			
ΑΠΡΙΛΙΟΣ			
ΜΑΪΟΣ			
ΙΟΥΝΙΟΣ			
ΙΟΥΛΙΟΣ			
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ			
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ			
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ			
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ			
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ			

17. Ποια είναι συνήθως η εθνικότητα των συνέδρων και σε τι ποσοστό; (κατά προσέγγιση)

- Μόνο Έλληνες .....%       Περισσότερο Έλληνες .....%  
 και Έλληνες και Αλλοδαποί .....%       Περισσότερο Αλλοδαποί .....%  
 μόνο Αλλοδαποί .....%

Ποιες είναι οι κυριότερες χώρες προέλευσης για τους αλλοδαπούς συνέδρους και σε τι ποσοστό; (κατά προσέγγιση) .....

18. Σε τι ποσοστό (κατά προσέγγιση) είναι οι φορείς των συνεδρίων

- Εθνικοί .....%  
Διεθνείς .....%

19. Τα συνέδρια διοργανώνονται:

- Κυρίως απευθείας από τους ίδιους τους φορείς τους  
 Κυρίως μέσω γραφείων συνεδρίων

Τόσο από τους ίδιους τους φορείς τους όσο και από γραφεία συνεδρίων

20. Ποιες από τις ακόλουθες συμπληρωματικές υπηρεσίες ζητούνται και παρέχονται στα συνέδρια που διοργανώνονται στις εγκαταστάσεις σας; Απαντήστε χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1= ποτέ, 2=σπάνια, 3=καμιά φορά, 4=τις περισσότερες φορές και 5=πάντα).

ΕΙΔΟΣ	1	2	3	4	5
Επισιτιστικές υπηρεσίες (γεύματα κ.λπ.)					
Γραμματειακή υποστήριξη					
Στολισμός – Ειδική διακόσμηση					
Πρόγραμμα ψυχαγωγίας συνεδρίων (εκδρομές κλπ)					
Δεξιώσεις υποδοχής					
Δεξιώσεις αποχαιρετισμού					
Άλλο .....					
Άλλο .....					

#### **Γ. ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΥΦΕΣΗΣ**

21. Ο αριθμός των συνεδρίων που λαμβάνουν χώρα στις εγκαταστάσεις σας ετησίως

- Αυξάνεται κατά ποσοστό .....%
- Μειώνεται κατά ποσοστό .....%
- Παραμένει σταθερός σε ποσοστό .....%

22. Χρησιμοποιώντας μία κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1=καθόλου ικανοποιητική, 2=ελάχιστα ικανοποιητική, 3=ικανοποιητική, 4=πολύ ικανοποιητική και 5=πάρα πολύ ικανοποιητική, χαρακτηρίστε την πορεία του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη κυκλώνοντας τον αντίστοιχο αριθμό.

1      2      3      4      5

23. Γενικότερα, θα χαρακτηρίζατε τη ζήτηση του συνεδριακού προϊόντος στην Κρήτη ως :

- Υψηλή     Μέτρια     Χαμηλή

24. Πριν την οικονομική κρίση θα χαρακτηρίζατε τη ζήτηση του συνεδριακού προϊόντος στην Κρήτη ως:

Υψηλή       Μέτρια       Χαμηλή

#### **Δ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ**

25. Χρησιμοποιώντας μία κλίμακα από το 1 έως το 5 αξιολογήστε την Κρήτη ως προς τα παρακάτω:

Α) Συνεδριακή και Ξενοδοχειακή υποδομή

Ανεπαρκής 1 2 3 4 5 Επαρκής

Β) Ευκολία πρόσβασης

Δύσκολη 1 2 3 4 5 Εύκολη

Γ) Γενικότερη υποδομή νομού

Ανεπαρκής 1 2 3 4 5 Επαρκής

Δ) Εξειδικευμένο προσωπικό – Συνεδριακό management

Ανεπαρκές 1 2 3 4 5 Επαρκές

Ε) Κλιματολογικές συνθήκες

Μη - ευνοϊκές 1 2 3 4 5 Ευνοϊκές

Στ) Ασφάλεια χώρας

Υψηλή 1 2 3 4 5 Χαμηλή

Ζ) Εξειδικευμένη προβολή

Ανεπαρκής 1 2 3 4 5 Επαρκής

Η) Κόστος διεξαγωγής

Υψηλό 1 2 3 4 5 Χαμηλό

Θ) Πρόσθετες υπηρεσίες (ψυχαγωγικές κ.λπ.)

Ανεπαρκείς 1 2 3 4 5 Επαρκείς

26. Σε ποια από τα παρακάτω χαρακτηριστικά θεωρείτε ότι υπερέχει η Κρήτη έναντι των άλλων συνεδριακών προορισμών; (σημειώστε μέχρι και 3 χαρακτηριστικά).

- Αναγνωρισιμότητα της Κρήτης ως συνεδριακού προορισμού
- Συνεδριακή υποδομή
- Εύκολη πρόσβαση
- Κλιματολογικές συνθήκες
- Πρόσθετες δραστηριότητες (αθλητικές, χαλάρωσης, κ.λπ.)
- Κόστος διεξαγωγής
- Ξενοδοχειακή υποδομή
- Ασφάλεια
- Άλλο .....
- Άλλο .....

#### **Ε. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

27. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι οι ακόλουθοι παράγοντες αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη; Απαντήστε στην ερώτηση χρησιμοποιώντας μία κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1=καθόλου σημαντικός παράγοντας, 2=λίγο σημαντικός παράγοντας, 3=σημαντικός παράγοντας, 4=πολύ σημαντικός παράγοντας και 5= πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

- Έλλειψη συνεδριακών κέντρων
- Έλλειψη γραφείων συνεδρίων
- Έλλειψη γενικότερης υποδομής
- Απουσία επίσημου φορέα που να ασχολείται με τα συνέδρια
- Κλιματολογικές συνθήκες
- Δύσκολη πρόσβαση στο νησί
- Ανεπαρκής προβολή, δημοσιότητα, διαφήμιση του νησιού
- Υψηλό κόστος διεξαγωγής
- Ανεπαρκές προσωπικό(απουσία συνεδριακού management)
- Έλλειψη κινήτρων και στήριξης για το κράτος
- Άλλο.....
- Άλλο .....

28. Επιλέξτε τους 3 πιο σημαντικούς τρόπους στους οποίους στηρίζεται το marketing του συνεδριακού προϊόντος σας.

- Προσωπικές πωλήσεις στους φορείς των συνεδρίων
- Προσωπικές πωλήσεις στα γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων
- Παρουσία στο Σύνδεσμο Διοργανωτών Συνεδρίων
- Διαφήμιση στο Internet
- Site στο Internet
- Διαφήμιση στον Τύπο
- Εκπτώσεις – Προσφορές
- Αποστολή διαφημιστικών φυλλαδίων

- Συνεργασία με οργανωτές συνεδρίων στην Ελλάδα
- Συνεργασία με οργανωτές συνεδρίων στο εξωτερικό
- Παρουσία σε εκθέσεις συναφούς / συνεδριακού αντικειμένου
- Άλλο .....

### **ΣΤ. ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**

29. Πιστεύετε ότι μέσα στα επόμενα χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός στην Κρήτη θα παρουσιάσει:

- Σημαντική αύξηση
- Αύξηση
- Σταθεροποίηση
- Σχετική μείωση
- Μείωση

30. Κατά τη γνώμη σας, οι δυνατότητες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο νησί είναι:

- Δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης
- Λίγες
- Αρκετές
- Πολλές
- Πάρα πολλές

31. Τι ποσοστό των κερδών σας προέρχεται από το συνεδριακό τουρισμό (κατά προσέγγιση);

.....%<sup>9</sup>

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΣΑΤΕ.**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

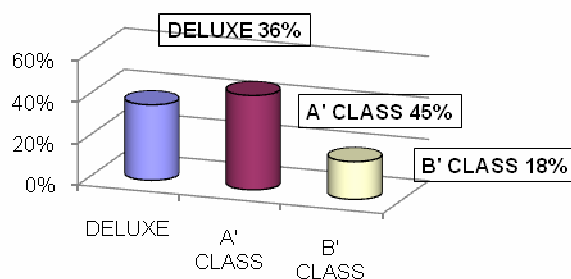
Τα ξενοδοχεία που έλαβαν μέρος στην έρευνα είναι ανήκουν ως επί το πλείστον στην Α κατηγορία 45% , ένα 36% είναι deluxe , και τέλος ένα 18% είναι κατηγορίας Β.

Τα ξενοδοχεία του νομού μας σε γενικά πλαίσια παρέχουν όλες τις απαραίτητες εγκαταστάσεις για να διοργανώσουν ανάλογες εκδηλώσεις και οι χώροι φιλοξενίας τους είναι σε υψηλό επίπεδο κάτι που αποτελεί πλεονέκτημα μιας και οι σύνεδροι είναι άνθρωποι με ταξιδιωτική και τουριστική εμπειρία και άρα απαιτητικοί έχοντας μέτρα σύγκρισης.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΕΛΑΒΑΝ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
DELUXE	4	36%
A' CLASS	5	45%
B' CLASS	2	18%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΕΛΑΒΑΝ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ**



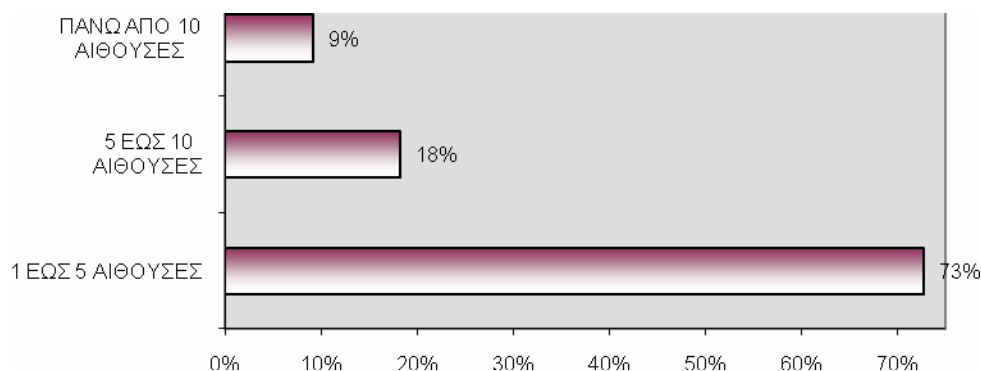
Από τα ξενοδοχεία που απάντησαν στην ερώτηση για το αν παρέχουν κάποιου είδους πιστοποίηση προέκυψε ένα 64% που απάντησε θετικά και ένα 18% αρνητικά.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ**

		<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
<b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ</b>	11	82%
<b>ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ</b>	7	64%
<b>ΔΕΝ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ</b>	2	18%

Η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχείων διαθέτουν 1 έως πέντε συνεδριακές αίθουσες δηλαδή το 73%, από 5 έως 10 το 18% και μόνο το 9% διαθέτει πάνω από 10 αίθουσες.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2: ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΑΙΘΟΥΣΩΝ**

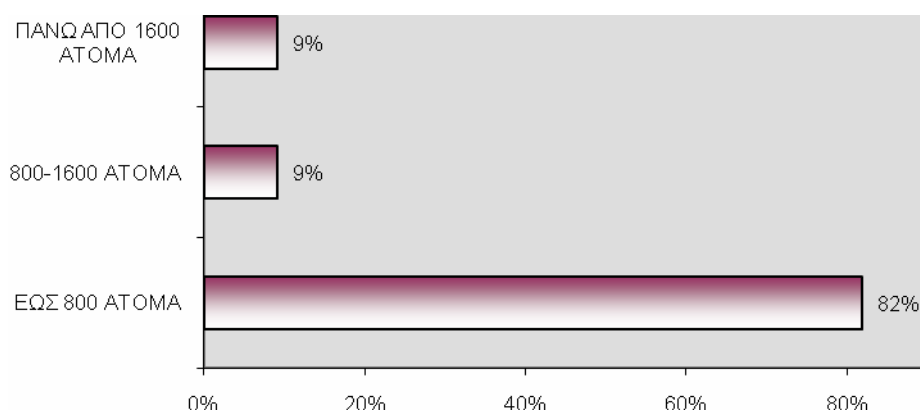


Όπως μπορούμε να δούμε και από τον παρακάτω πίνακα και το διάγραμμα σχεδόν όλα τα ξενοδοχεία δύνανται να φιλοξενήσουν μέχρι 800 άτομα ενώ ελάχιστα (στο δείγμα μας μόνο 2 ξενοδοχεία) μπορούν να εξυπηρετήσουν συνέδρια περισσότερων ατόμων. Αυτό είναι απόλυτα κατανοητό αφού όπως θα δούμε παρακάτω, από την έρευνα προκύπτει πως μέσος όρος των συμμετεχόντων ανά συνέδριο σπάνια ξεπερνάει τα 250 άτομα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ		
ΑΤΟΜΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΩΣ 800 ΑΤΟΜΑ	9	82%
800-1600 ΑΤΟΜΑ	1	9%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1600 ΑΤΟΜΑ	1	9%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3: ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

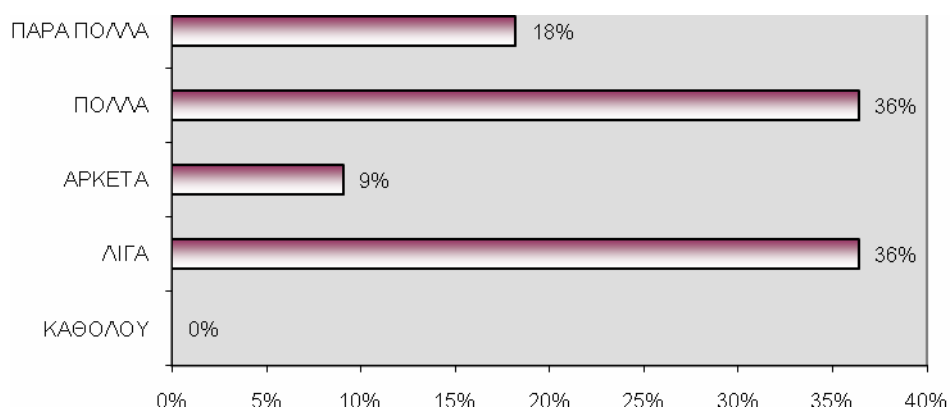


Τα είδη των συνεδριακών εκδηλώσεων έχουν αναφερθεί παραπάνω ,εδώ θα δούμε μέσα από τα διαγράμματα τη συχνότητα διεξαγωγής της κάθε κατηγορίας .Παρακάτω φαίνονται αναλυτικά τα αποτελέσματα όπως μας απάντησαν τα ξενοδοχεία και ακολουθεί επεξήγηση μέσω των διαγραμμάτων.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4: ΕΙΔΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ**

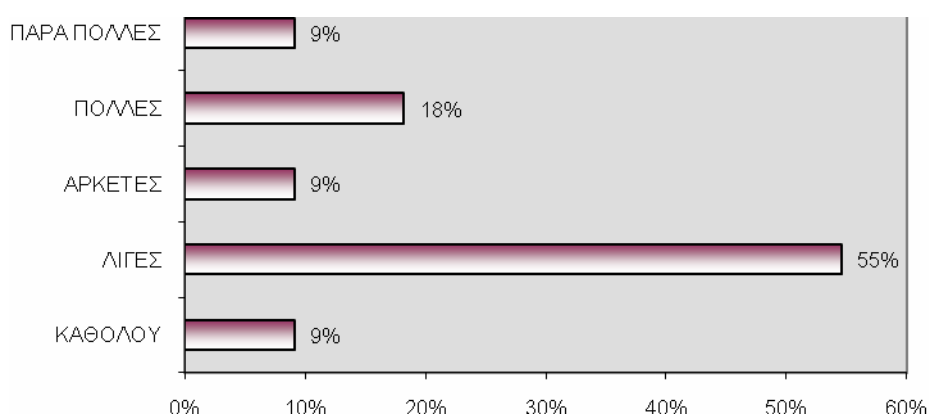
ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ	ΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΣΥΜΠΟΣΙΑ	ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ-ΟΜΙΛΙΕΣ	ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	WORKSHOPS	FORUM	ΑΛΛΟ
5	5	5	4	5	5	5	5	1
2	2	2	3	4	4	3	3	1
2	2	2	2	2	2	2	2	1
4	2	4	4	3	3	5	2	1
4	2	1	1	4	3	1	1	1
3	4	5	3	5	5	2	2	1
2	3	2	1	1	2	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	1
5	1	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	1
4	2	4	3	2	4	2	1	1

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



Η συχνότητα διεξαγωγής των συνεδρίων κρίνεται ικανοποιητική αλλά σαφώς υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης μιας και ισοδύναμα ποσοστά της τάξης του 36% απάντησαν ότι διοργανώνουν λίγα και πολλά συνέδρια .Ωστόσο ένα ικανό 18% δηλώνει ενθαρρυντικά ότι διοργανώνει πάρα πολλά.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΣΚΕΨΕΩΝ**

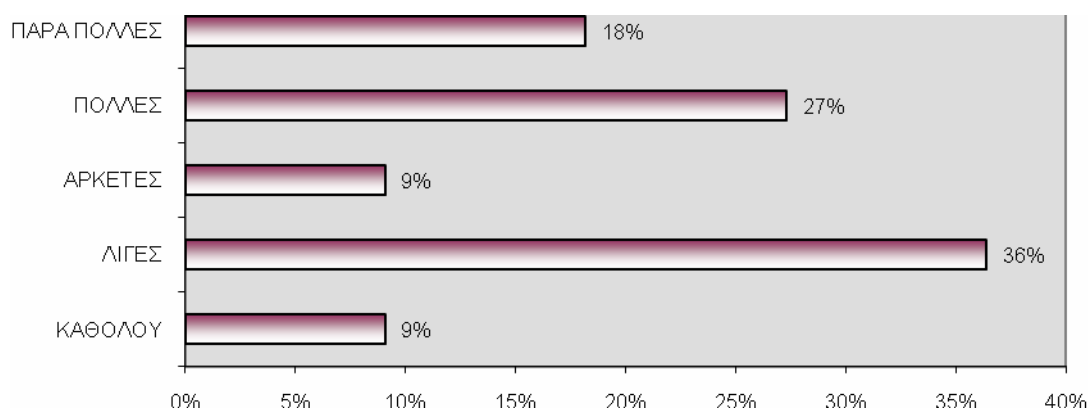


Σε ότι αφορά στη διοργάνωση διασκέψεων δε φαίνεται να υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον μιας και το 64% απάντησε ότι διοργανώνει από καθόλου έως λίγα.

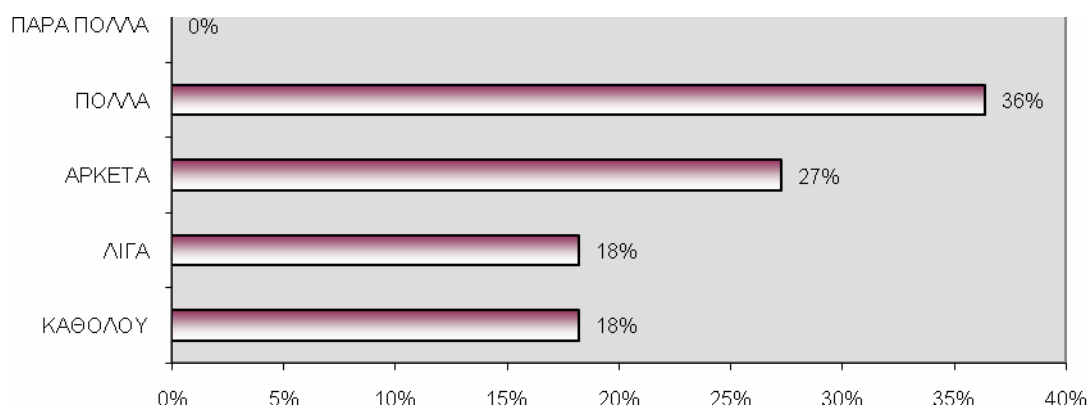
Στο παρακάτω διάγραμμα μπορούμε να δούμε ότι ανάμεσα στις ερωτηθείσες επιχειρήσεις υπάρχει μια «ασυμφωνία» καθώς σε όλες τις απαντήσεις αναφέρονται 20

ικανά ποσοστά , τα δύο μεγαλύτερα δε, αναφέρονται σε αντίθετα αποτελέσματα με ένα 36% να διοργανώνει λίγες ημερίδες και ένα 27% πολλές.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΗΜΕΡΙΔΩΝ**

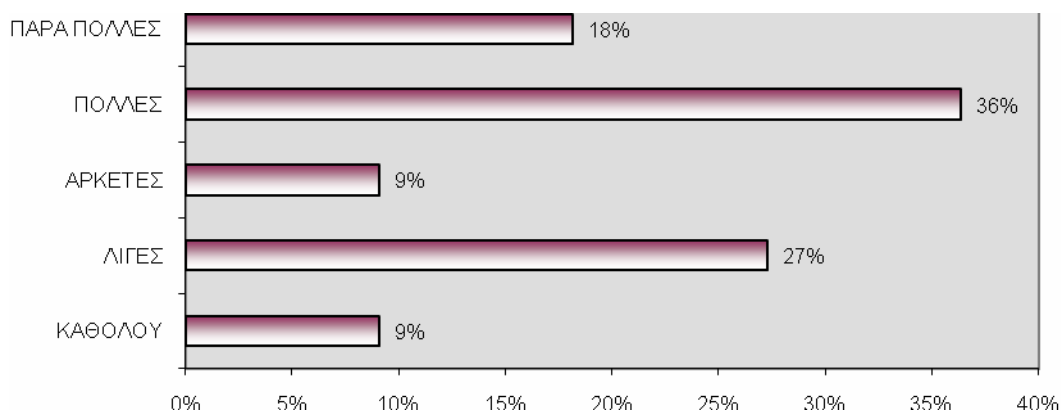


**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΜΠΟΣΙΩΝ**

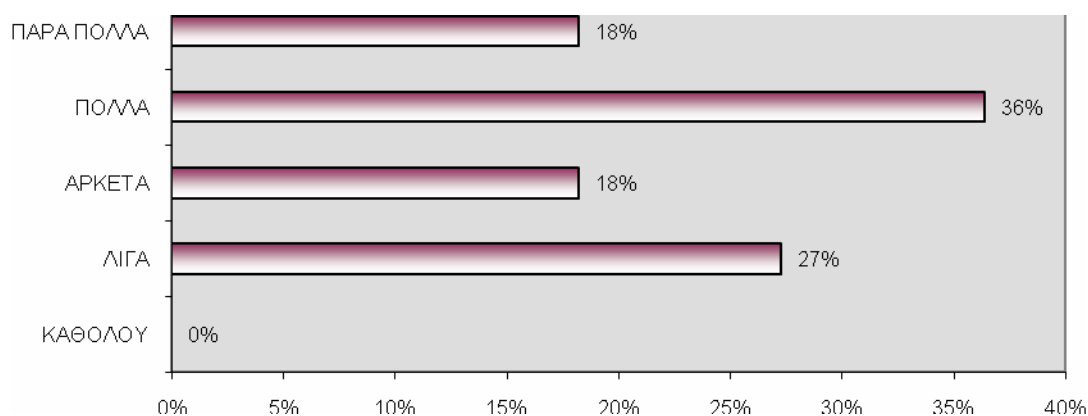


Τα συμπόσια διαγράφουν ικανοποιητική πορεία ως προς τη συχνότητα διεξαγωγής τους καθώς το 63% διοργανώνει από αρκετά έως πολλά συμπόσια.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΛΕΞΕΩΝ-ΟΜΙΛΙΩΝ**

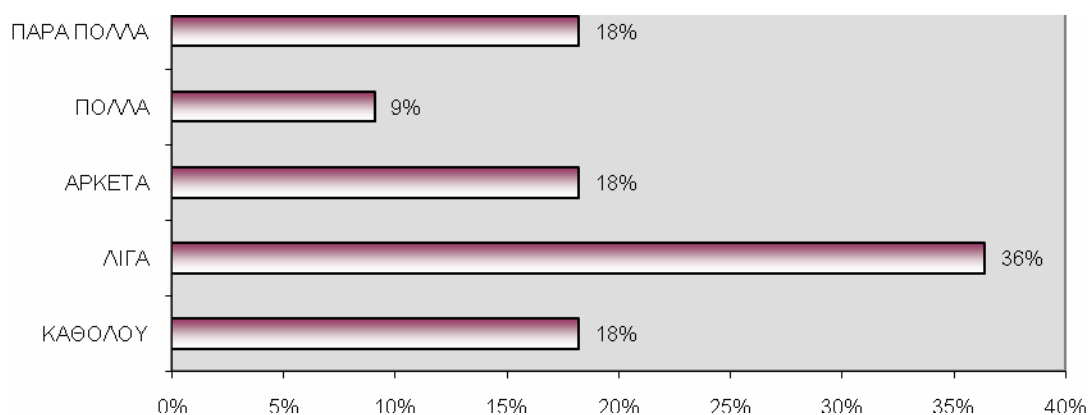


**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ**

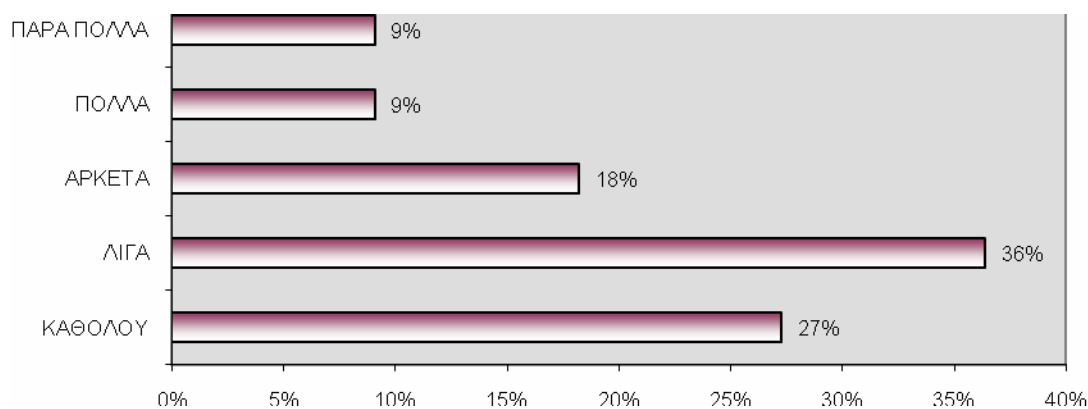


Σε ότι αφορά στις διαλέξεις , στις ομιλίες και στα σεμινάρια υπάρχει διασπορά αποτελεσμάτων και στις δύο ωστόσο περιπτώσεις η πλειοψηφία του 36% απαντά ότι διοργανώνονται πολλά .

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ WORKSHOPS**

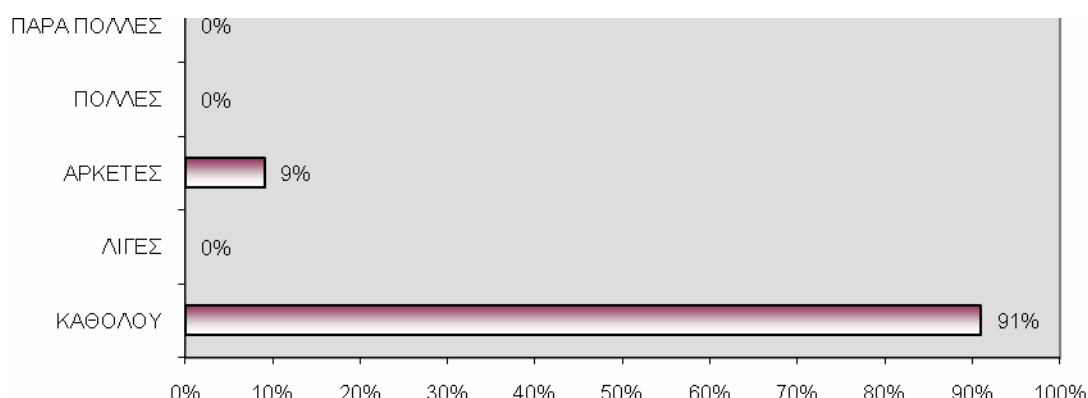


**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ FORUM**



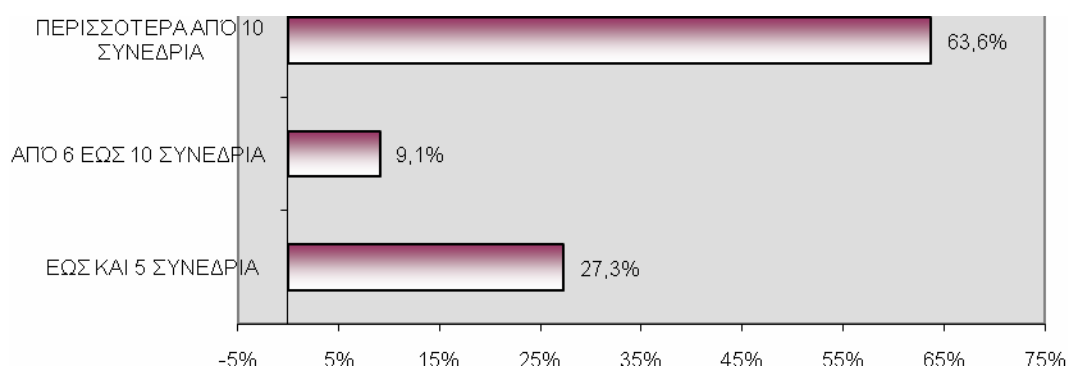
Αντίθετα με παραπάνω εδώ υπάρχει διασπορά με το μεγαλύτερο ποσοστό (36%) να δηλώνει ότι διοργανώνονται λίγα forum και workshops. Τέλος σπάνια διοργανώνονται άλλου είδους εκδηλώσεις, και αυτές αφορούν κυρίως σε δεξιώσεις γάμων.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΑΛΛΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**



Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε ότι το 27,3 % διοργανώνει μόνο έως και 5 συνέδρια και το 9,1 από 6 έως 10. Η συντριπτική πλειοψηφία (63,6%) ωστόσο φιλοξενεί πάνω από 10 συνέδρια ετησίως. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία διότι όταν αναφερόμαστε στο συνεδριακό τουρισμό, αναφερόμαστε παράλληλα και στη λύση ενός από τα μεγαλύτερα προβλήματα στον τουρισμό του νησιού και γενικότερα της Ελλάδος. Τα συνέδρια όπως θα δούμε και παρακάτω διοργανώνονται κυρίως την άνοιξη και το φθινόπωρο, σε περιόδους δηλαδή χαμηλής κίνησης για τα ξενοδοχεία, με τη διοργάνωση λοιπόν των συνεδρίων αυτών αντιμετωπίζεται σημαντικά το πρόβλημα της εποχικότητας.

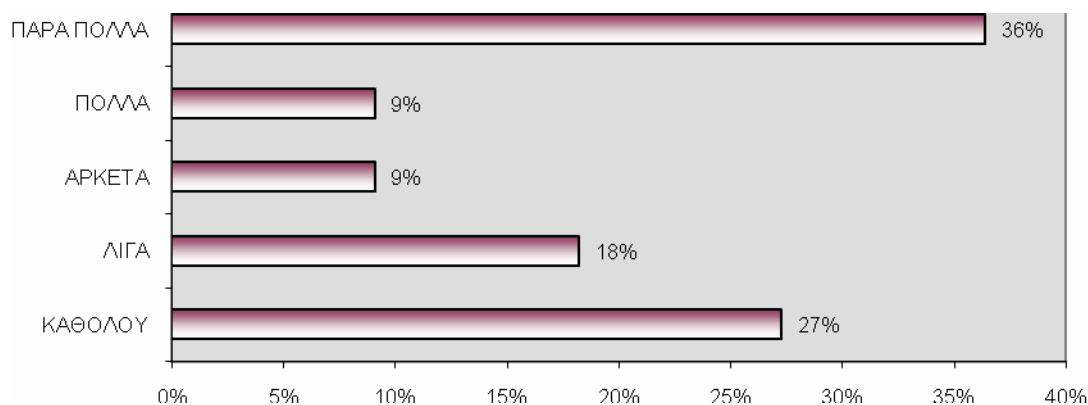
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13: ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



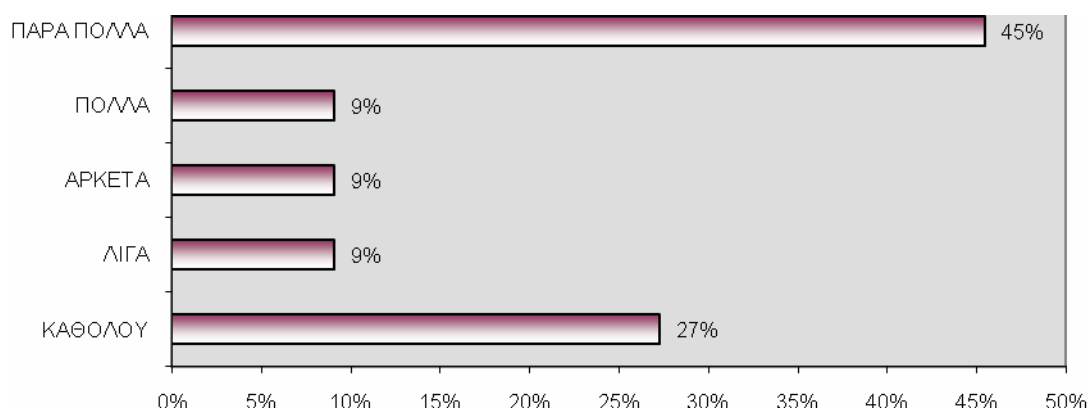


Παρακάτω βλέπουμε τη συχνότητα που προκύπτει ανά είδος συνεδρίων .

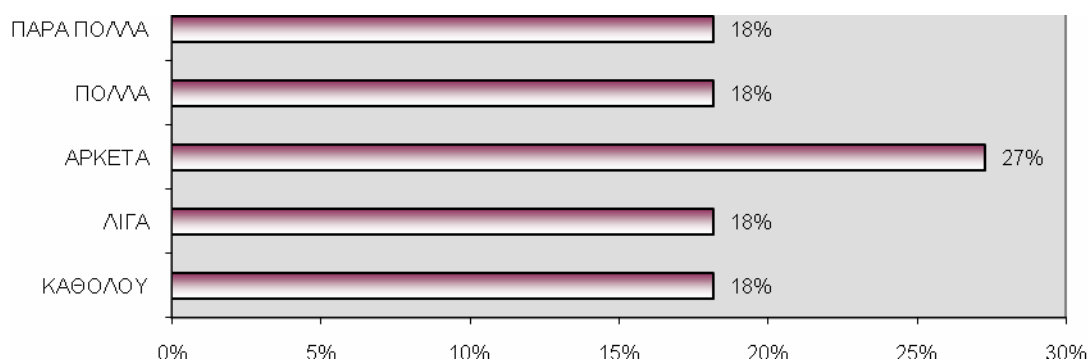
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΙΑΤΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



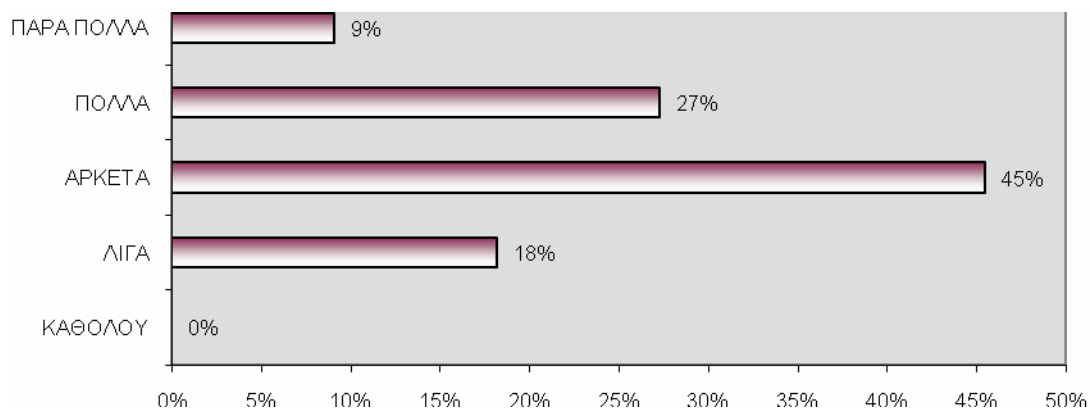
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



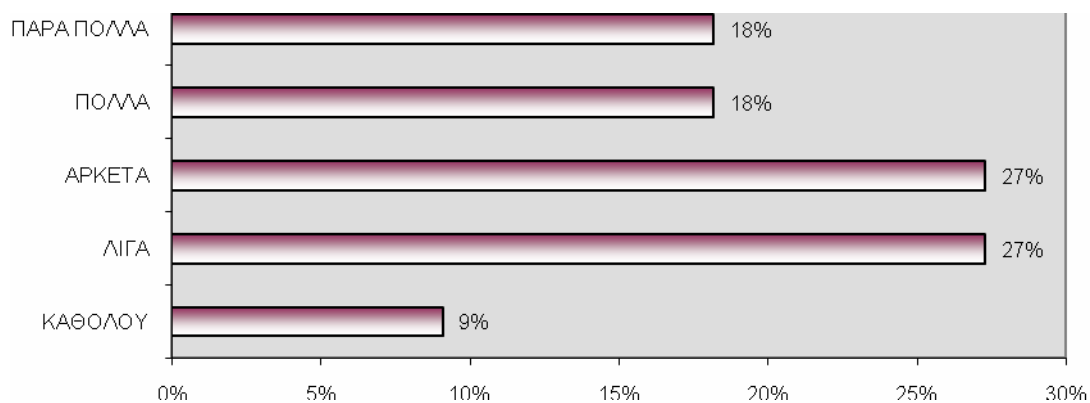
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



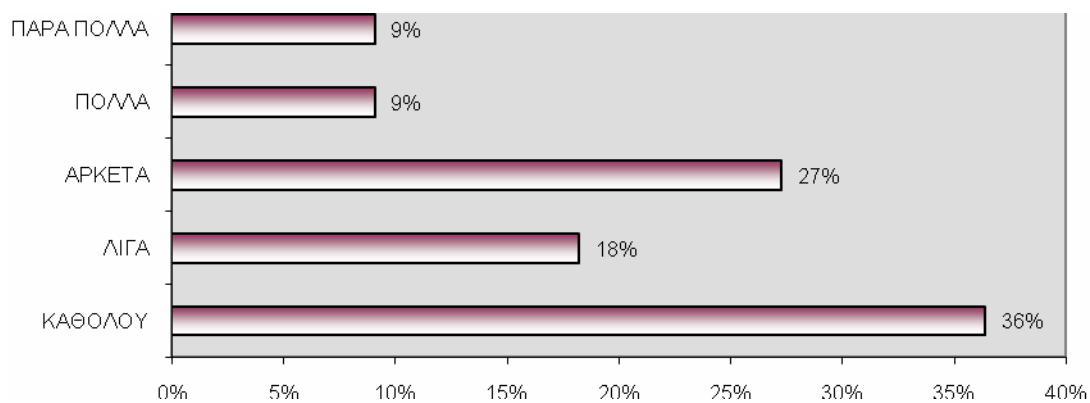
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



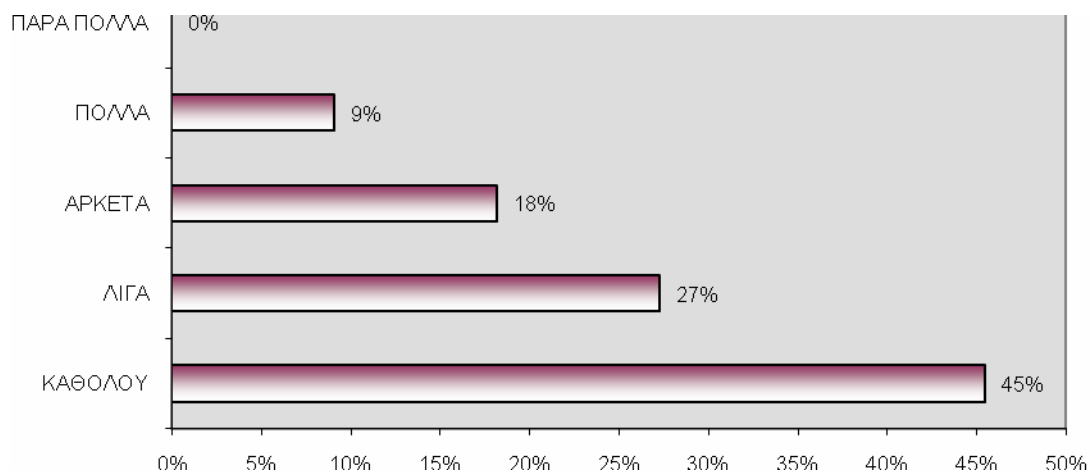
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



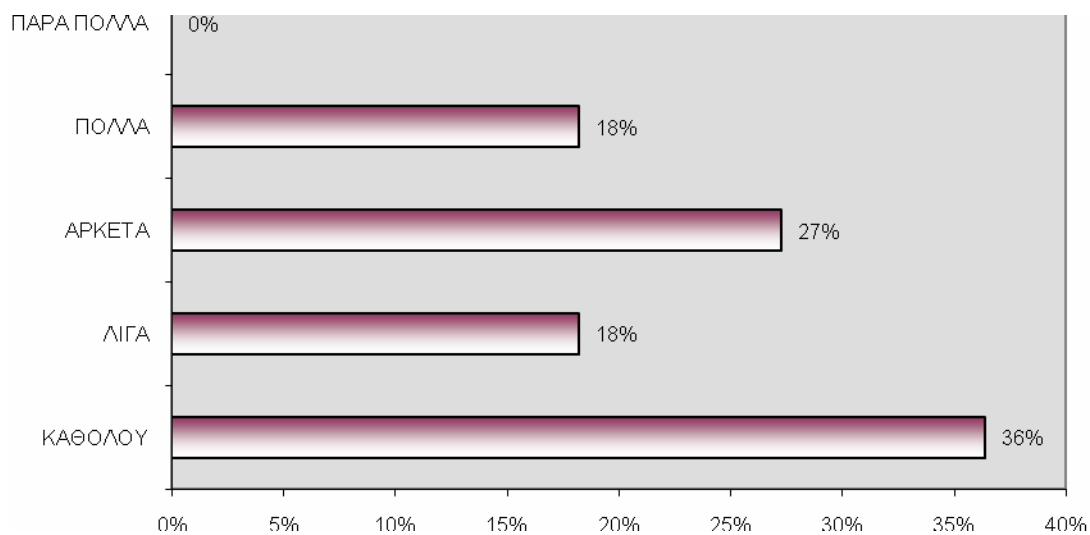
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



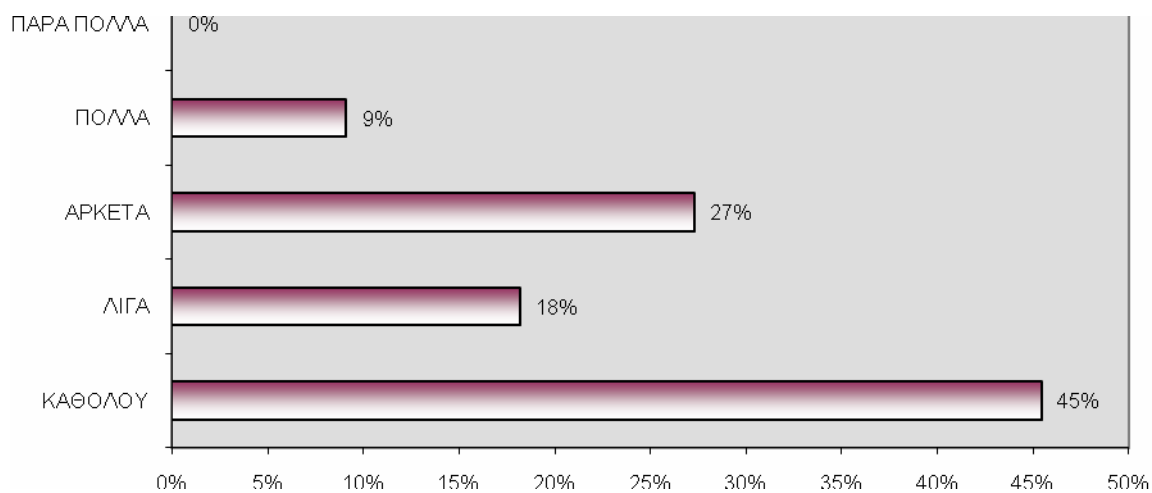
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 20: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



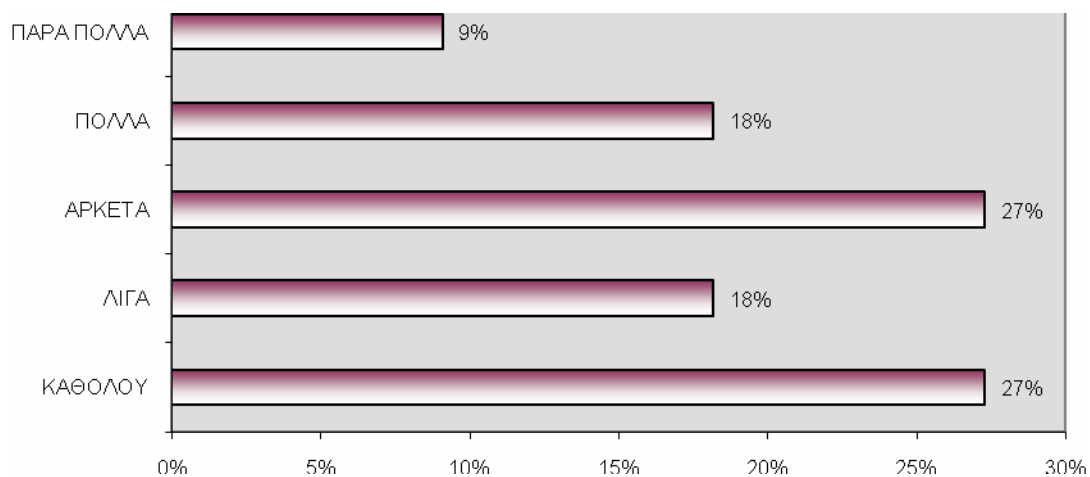
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ21: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



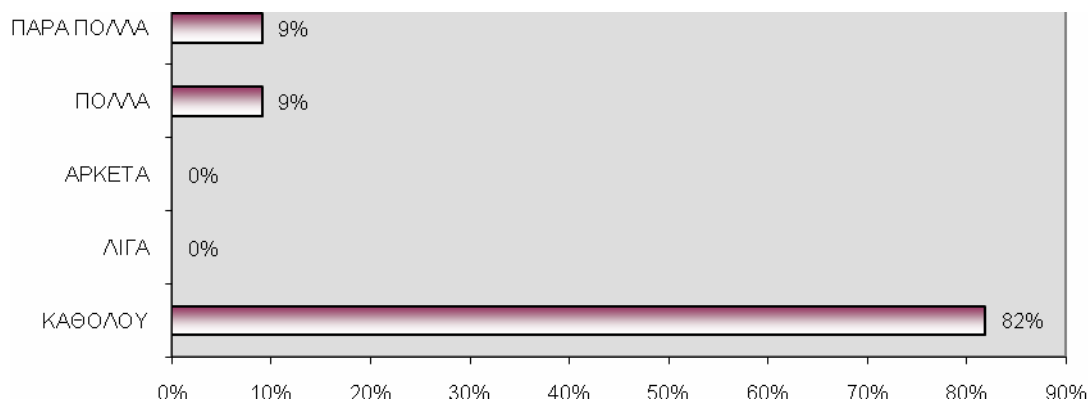
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 22: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 23: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ / ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 24: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΑΛΛΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



Τα συνέδρια που διοργανώνονται συχνότερα είναι τα επιχειρηματικά και τα επιστημονικά με τα ιατρικά, τα εκπαιδευτικά και τα τεχνολογικά έχουν επίσης μεγάλα ποσοστά και τα υπόλοιπα να ακολουθούν.

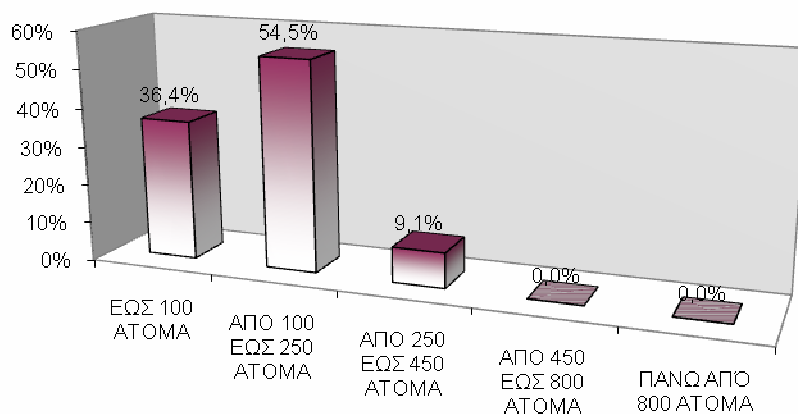
**ΠΙΝΑΚΑΣ 5: ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΩΣ 100 ΑΤΟΜΑ	4	36,4%
ΑΠΟ 100 ΕΩΣ 250 ΑΤΟΜΑ	6	54,5%
ΑΠΟ 250 ΕΩΣ 450 ΑΤΟΜΑ	1	9,1%
ΑΠΟ 450 ΕΩΣ 800 ΑΤΟΜΑ	0	0,0%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 800 ΑΤΟΜΑ	0	0,0%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100,0%</b>

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε ότι το 90,9% των επιχειρήσεων φιλοξενούν έως και 250 άτομα, το 9,1% από 250-450 (δηλαδή μια και μόνο επιχείρηση στην

περίπτωσή μας) και κανένα ξενοδοχείο δεν υποδέχεται εκδηλώσεις με αριθμό συμμετεχόντων πάνω από 450 άτομα.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 25: ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ**



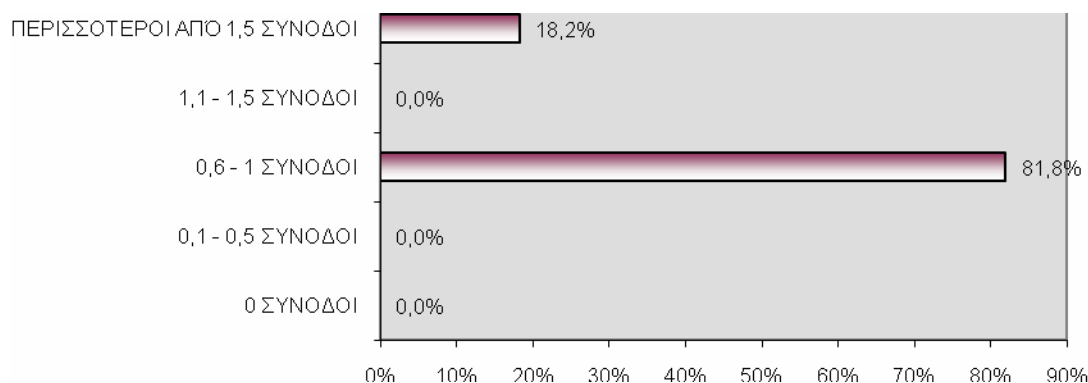
**ΠΙΝΑΚΑΣ 6: ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΟΔΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΟΔΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
0 ΣΥΝΟΔΟΙ	0	0,0%
0,1 - 0,5 ΣΥΝΟΔΟΙ	0	0,0%
0,6 - 1 ΣΥΝΟΔΟΙ	9	81,8%
1,1 - 1,5 ΣΥΝΟΔΟΙ	0	0,0%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΑΠΟ 1,5 ΣΥΝΟΔΟΙ	2	18,2%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100,0%</b>

Ο αριθμός των συνοδών των συνέδρων είναι βαρύνουσα σημασία για τις επιχειρήσεις αφού αυτοί έχουν όλο το χρόνο ελεύθερο για κάθε είδους τουριστικές δραστηριότητες άρα είναι αυτοί που κατά πάσα πιθανότητα θα καταβάλουν και τις

μεγαλύτερες δαπάνες .Στον πίνακα βλέπουμε ότι ο μέσος όρος των συνοδών των συνέδρων όπως προέκυψε από τις απαντήσεις είναι 0,6-1 συνοδοί. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι συχνότερα οι σύνεδροι συνοδεύονται από ένα συνοδό αλλά δε είναι λίγοι και αυτοί που ταξιδεύουν μόνοι.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 26: ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΟΔΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ**



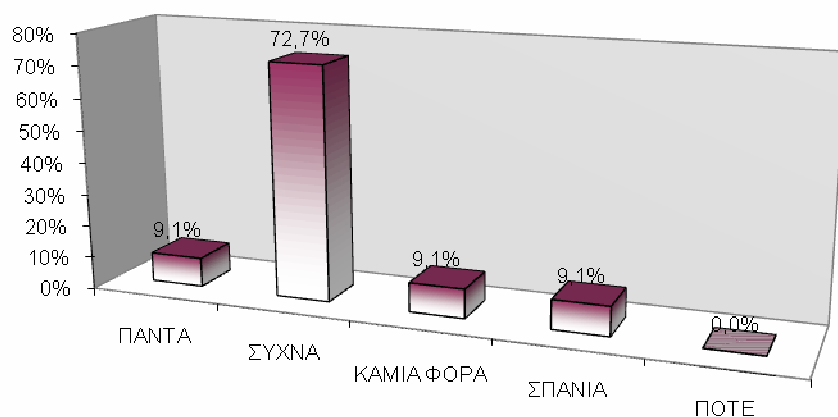
**ΠΙΝΑΚΑΣ 7: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟ ΤΟΠΟ**

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΙΔΙΟΥ ΤΟΠΟΥ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ		
ΠΑΝΤΑ	1	9,1%
ΣΥΧΝΑ	8	72,7%
ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	1	9,1%
ΣΠΑΝΙΑ	1	9,1%
ΠΟΤΕ	0	0,0%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100,0%</b>

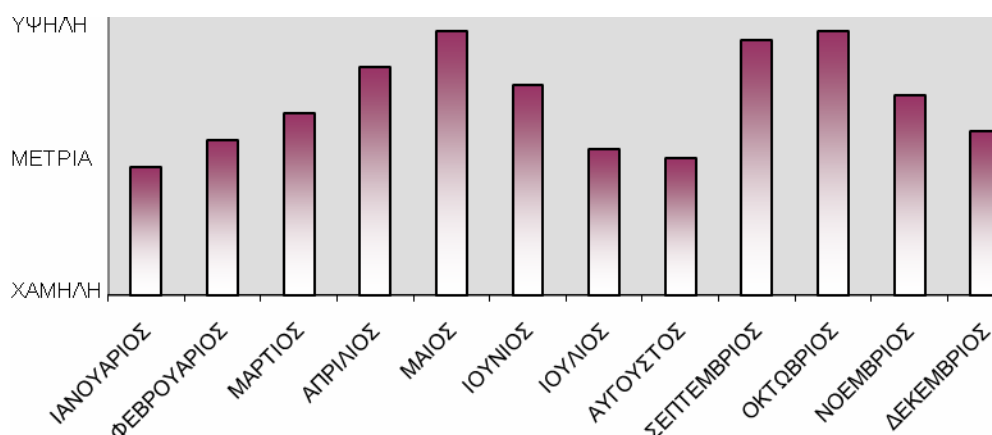
Ο πίνακας πάνω μας δείχνει ένα πολύ σημαντικό δεδομένο για την αξιολόγηση μίας επιχείρησης ως προς τον τομέα των συνεδρίων, την συχνότητα διεξαγωγής συνεδρίων στον ίδιο τόπο .Το κατά πόσο δηλαδή οι φορείς επαναλαμβάνουν τη διοργάνωση των εκδηλώσεών τους στο ίδιο μέρος , καταλαβαίνουμε συνεπώς κατά πόσο ευχαριστημένοι μένουν από αυτό.

Στο διάγραμμα βλέπουμε πως το 81,8% δηλώνει ότι συχνά έως και πάντα επιλέγεται εκ νέου ο ίδιος τόπος για τη διεξαγωγή συνεδρίων, μπορούμε λοιπόν να βγάλουμε ασφαλώς το συμπέρασμα ότι η εικόνα των επισκεπτών για τον προορισμό σχηματίζεται καλή τόσο σε επίπεδο περιοχής όσο και σε επίπεδο εγκαταστάσεων.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 27: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΙΑΙΟ ΤΟΠΟ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 28: ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΑΝΑ ΜΗΝΑ**

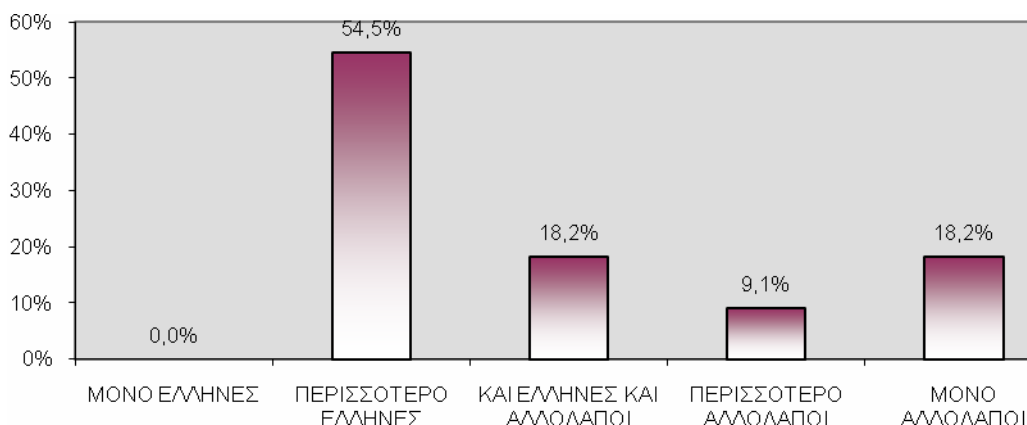


Όσο αφορά στη συνεδριακή κίνηση ανά μήνα αυτή όπως προκύπτει από την έρευνα συμπίπτει εν πολλοίς με τα παγκόσμια δεδομένα, βλέποντας στην πρώτη θέση τόσο

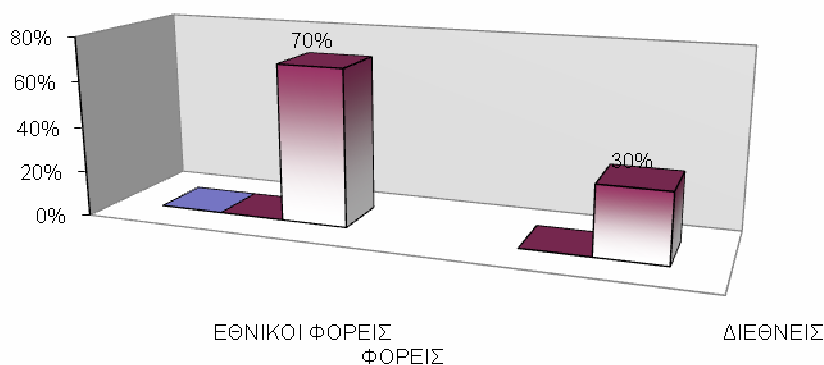


των Οκτώβριο όσο και το Μάιο, ακολουθεί ο Σεπτέμβριος και ο Απρίλιος .Πράγματι, και σύμφωνα με τις παγκόσμιες στατιστικές το φθινόπωρο και η άνοιξη συγκεντρώνουν την πλειονότητα των συνεδρίων καθώς έτσι από τη μια αποφεύγονται οι ακραίες καιρικές συνθήκες του καλοκαιριού και του χειμώνα και από την άλλη η πολυκοσμία του μαζικού τουρισμού στις περιόδους αιχμής.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 29: ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



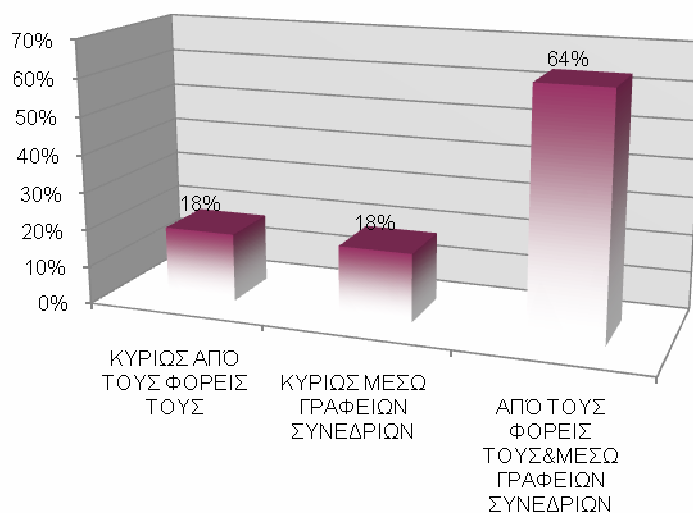
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 30: ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



Τα παραπάνω διαγράμματα εκτός από το προφανές αποτέλεσμα , ότι δηλαδή η πλειονότητα των συνεδρίων που φιλοξενούνται στα ερωτηθέντα ξενοδοχεία είναι Έλληνες καθώς και ότι οι φορείς που τα διοργανώνουν είναι κυρίως ελληνικοί μας

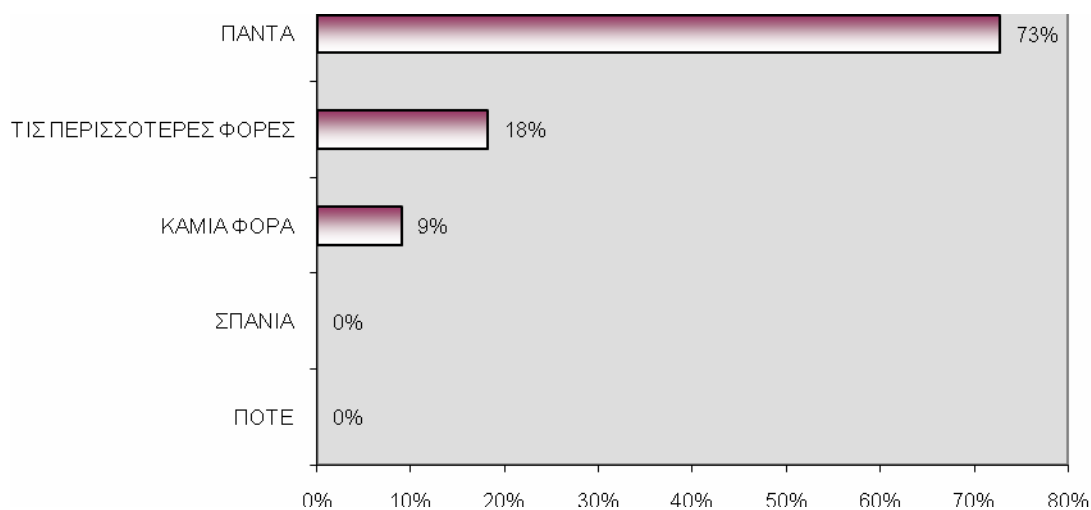
δίνει επίσης και τροφή για σκέψη και προβληματισμό . Θα πρέπει δηλαδή να σκεφτούμε μήπως χρειάζονται επιπλέον μέτρα προώθησης στο εξωτερικό ή να δημιουργηθούν καλύτερες δημόσιες σχέσεις με τους διοργανωτές συνεδρίων, ώστε να επιτευχθεί η προσέλκυση ενδιαφέροντος από τους φορείς εκεί και η ευνοϊκότερη συνεργασία με τους διοργανωτές ,μιας και αυτοί οι δύο έχουν τη δύναμη να διαμορφώνουν τις εξελίξεις στη συγκεκριμένη αγορά και όπως βλέπουμε παρακάτω και οι δύο έχουν ισόποσα στατιστικά μερίδια διοργάνωσης των συνεδρίων.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ31: ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

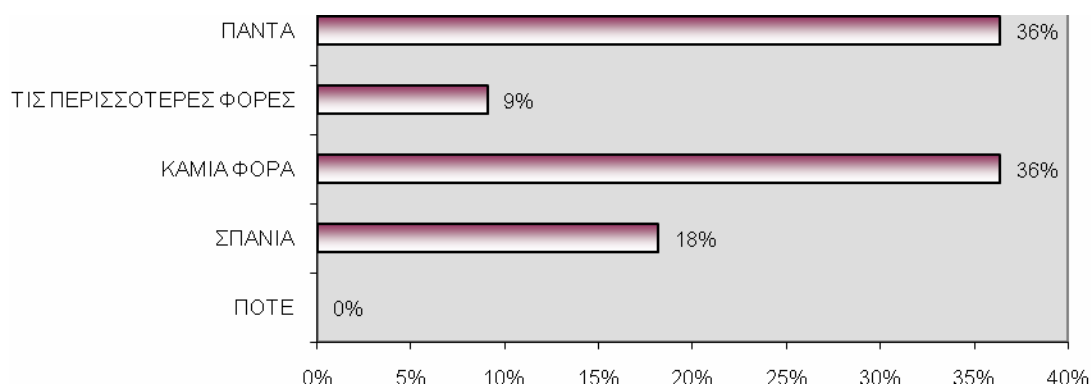


Παρακάτω διερευνάται το ποιες υπηρεσίες έχουν περισσότερη ζήτηση κατά τη διάρκεια των συνεδρίων.

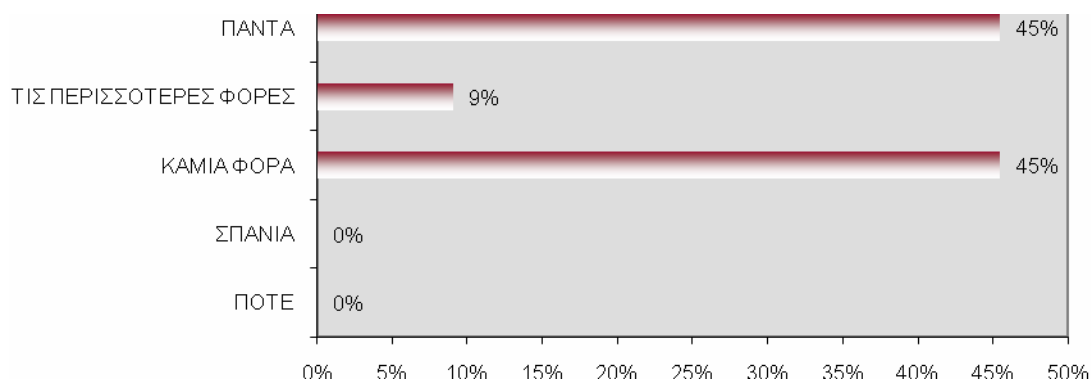
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 32: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΠΙΣΤΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**



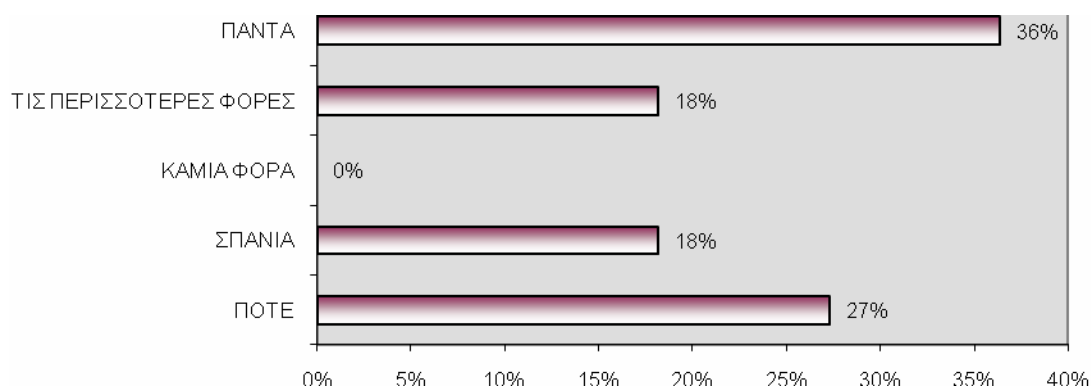
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ33: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ**



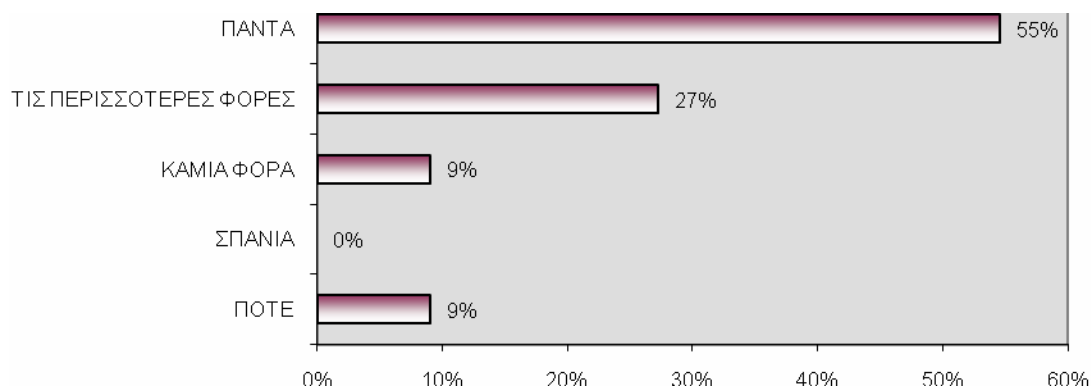
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 34: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΤΟΛΙΣΜΟΥ-ΕΙΔΙΚΗΣ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ**



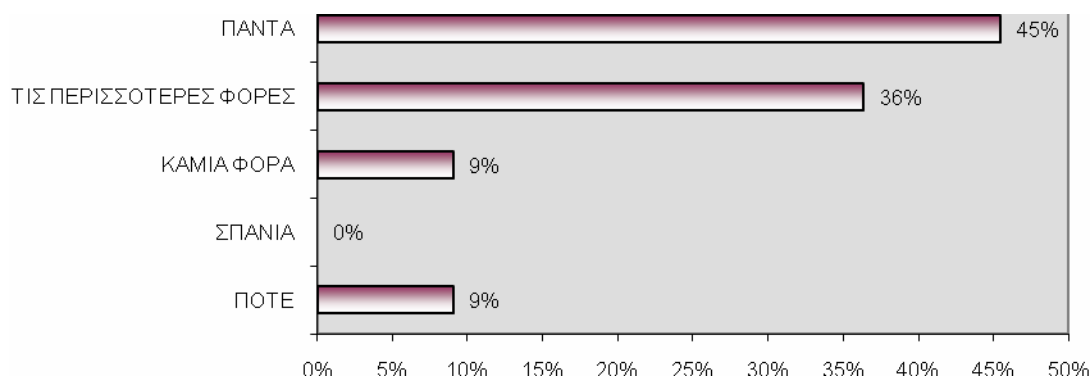
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ35: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΩΝ**



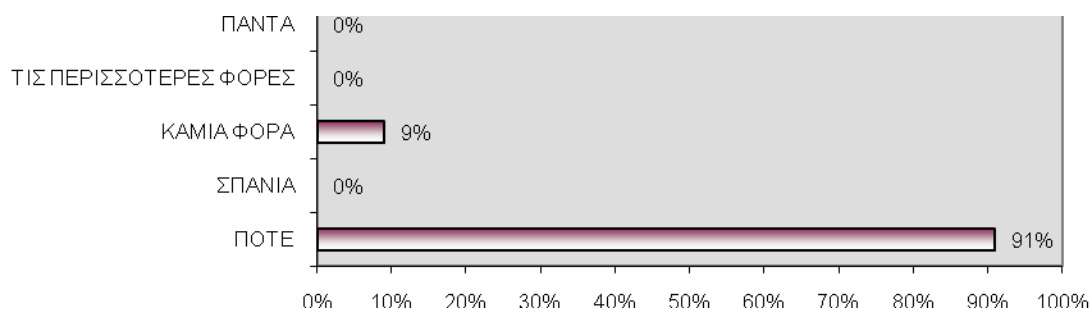
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 36: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΛΕΞΙΩΣΕΩΝ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 37: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΛΕΞΙΩΣΕΩΝ ΑΠΟΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΥ**

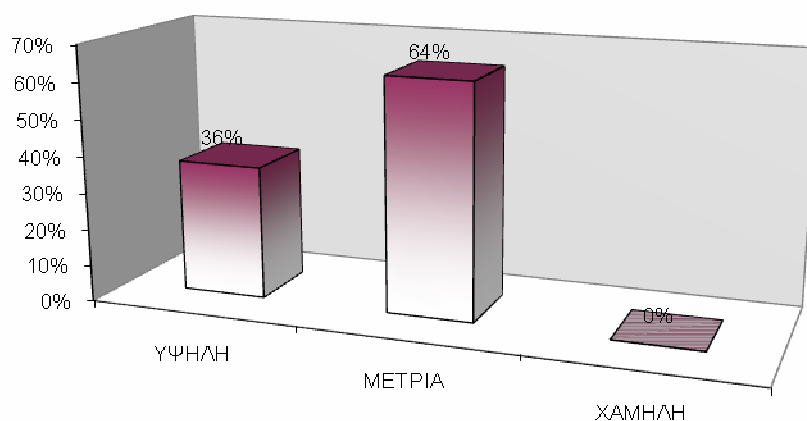


**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ38: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΑΛΛΩΝ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**



Όπως είδαμε και στα διαγράμματα που αποτυπώνουν τις απαντήσεις των υπευθύνων για τα συνέδρια των ξενοδοχείων οι υπηρεσίες που ζητούνται συχνότερα στα ξενοδοχεία από τους φορείς και τους διοργανωτές προς τέρψιν των συνέδρων, είναι οι επισιτιστικές, οι δεξιώσεις υποδοχής και οι δεξιώσεις αποχαιρετισμού.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 39: ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΡΗΤΗΣ**



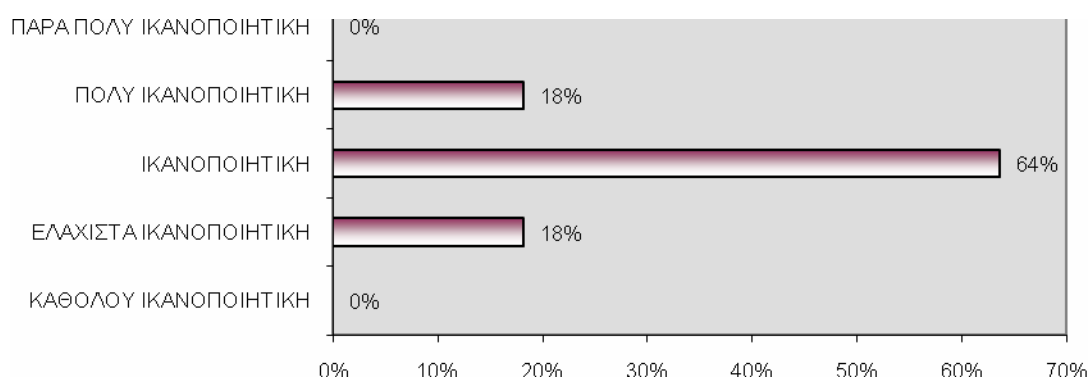
Η συνεδριακή ζήτηση στην Κρήτη χαρακτηρίζεται μέτρια από το 64% των ερωτηθέντων και υψηλή από το 36%, κανείς ωστόσο δεν τη χαρακτήρισε χαμηλή, γεγονός ενθαρρυντικό και ελπιδοφόρο δεδομένων των οικονομικών συνθηκών που επικρατούν ειδικά σε συνδυασμό με το επόμενο αποτέλεσμα του πίνακα, όπου όπως δηλώνεται πλειοψηφικά από τους υπευθύνους ο αριθμός των συνεδρίων ετησίως παραμένει σταθερός.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8: ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΥΞΑΝΕΤΑΙ	2	18,2%
ΜΕΙΩΝΕΤΑΙ	1	9,1%
ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΣΤΑΘΕΡΟΣ	8	72,7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11</b>	<b>100,0%</b>

Τα παραπάνω ενισχύονται και από τις απαντήσεις στην ερώτηση για την πορεία του συνεδριακού τουρισμού. Το 82% απάντησε ότι η πορεία του συνεδριακού τουρισμού είναι ικανοποιητική έως πολύ ικανοποιητική.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 40: ΠΟΡΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**

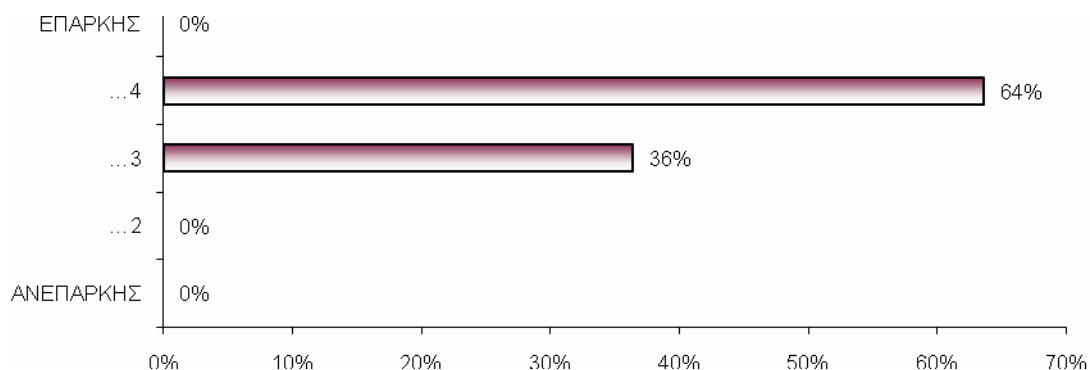


**ΠΙΝΑΚΑΣ 9: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ**

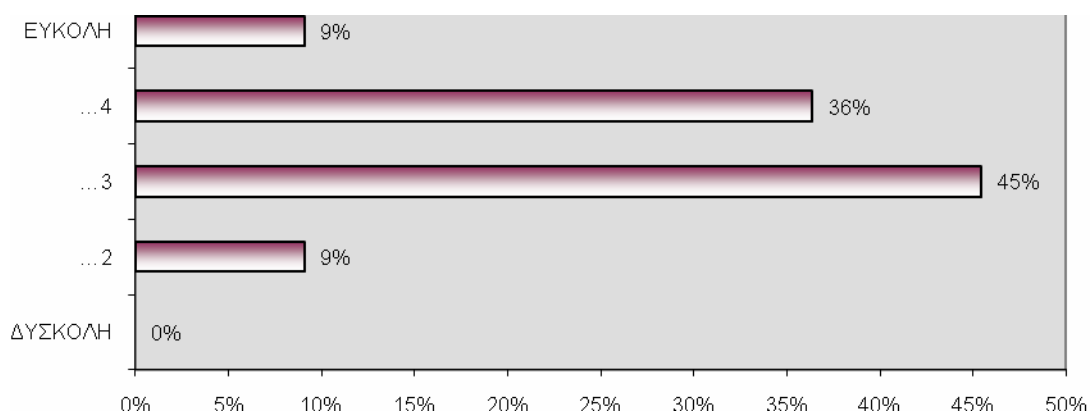
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ ΤΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ&ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ	3,64	4	4	0,50
ΕΥΚΟΛΙΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ	3,45	3	3	0,82
ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΝΟΜΟΥ	3,18	3	3	0,98
ΕΞΕΙΔ.ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ (ΣΥΝΕΔΡ.ΜΑΝAGEMENT)	3,27	3	3	0,90
ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	4,64	5	5	0,67
ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΝΗΣΙΟΥ	4,27	4	4	0,65
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΠΡΟΒΟΛΗ	2,91	3	3	0,83
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ	2,73	3	3	0,65
ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΚΤΛ)	3,36	3	3	0,67

Ο πίνακας 8 μας παρουσιάζει συγκεντρωτικά όπως επεξεργάστηκε στο excel, την εκτίμηση των υπευθύνων ανάλογα με τους παράγοντες αξιολόγησης της Κρήτης ως συνεδριακός προορισμός. Στα παρακάτω διαγράμματα το βλέπουμε αναλυτικότερα.

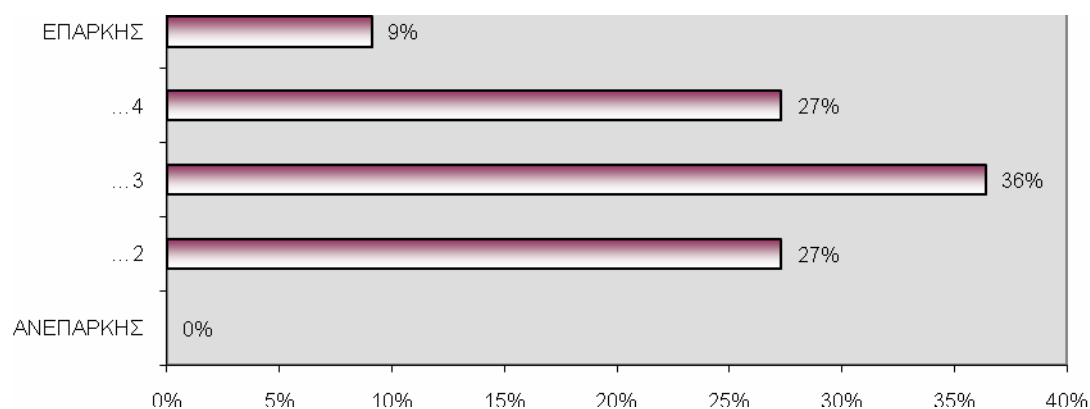
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ41: ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 42: ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ**

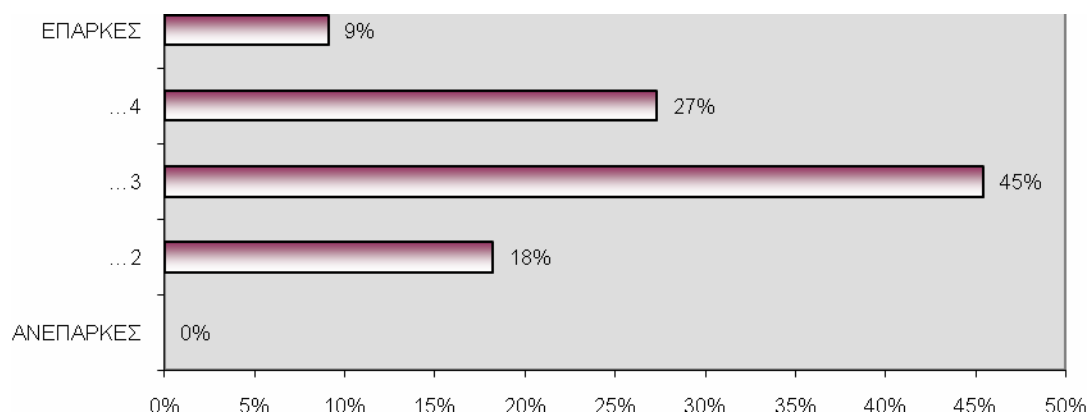


**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 43: ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΝΟΜΟΥ**

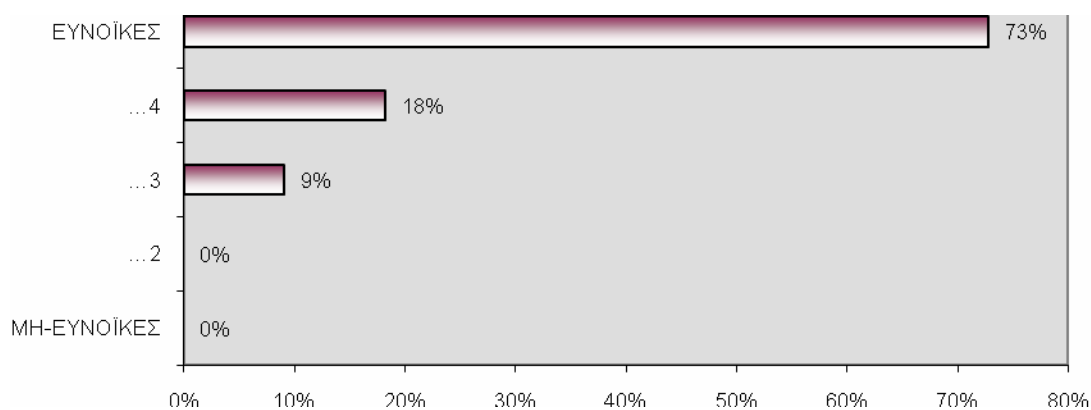




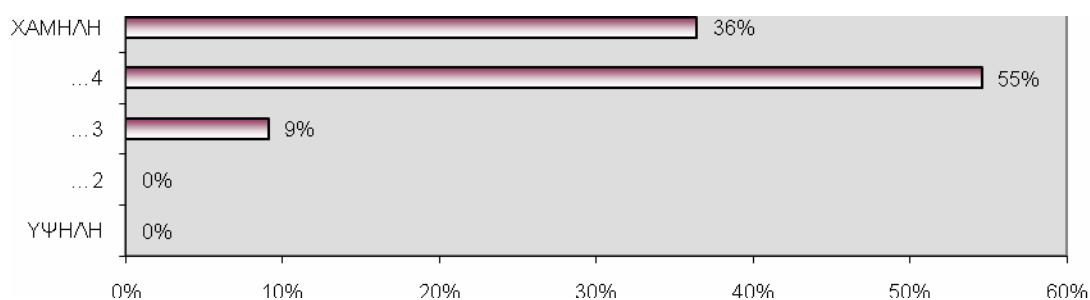
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 44: ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ MANAGEMENT**



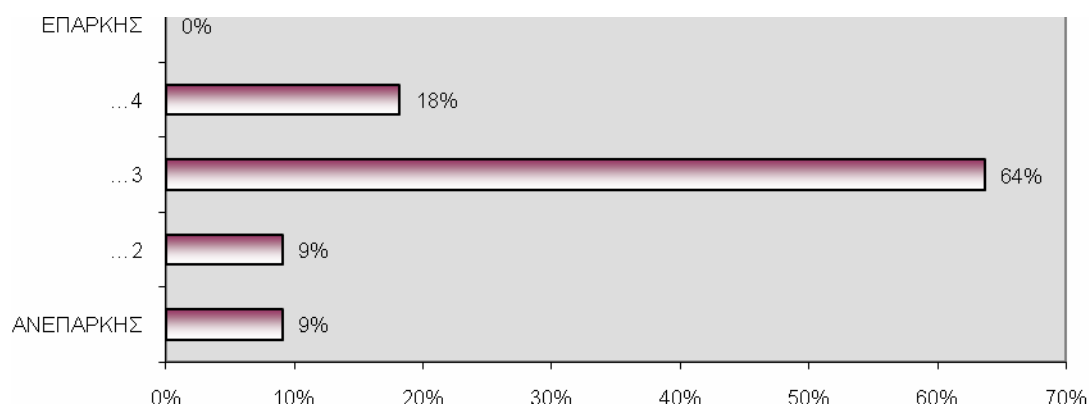
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 45: ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ**



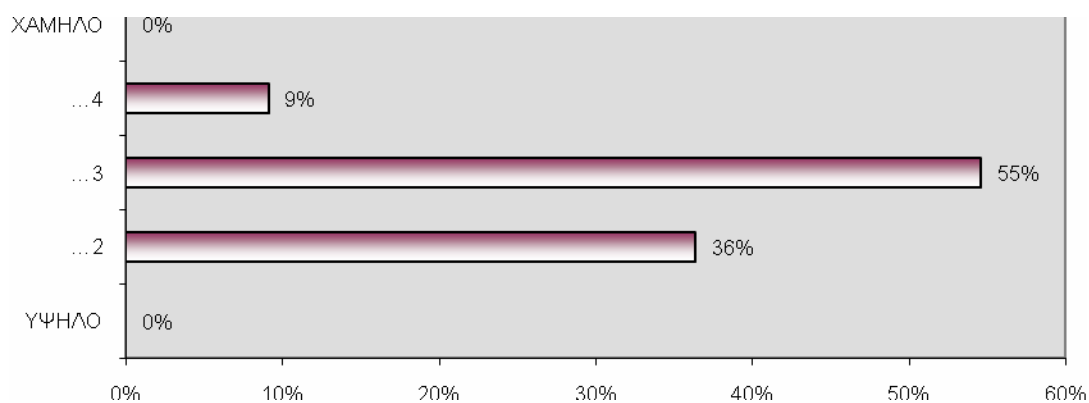
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 46: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΝΗΣΙΟΥ**



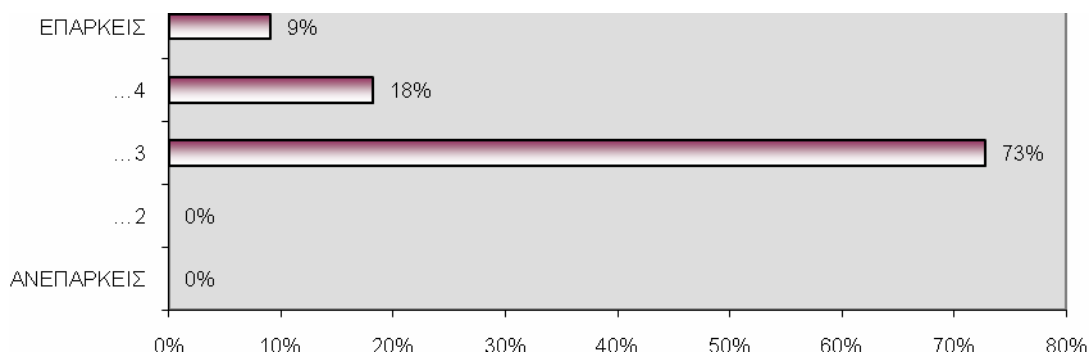
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 47: ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ**



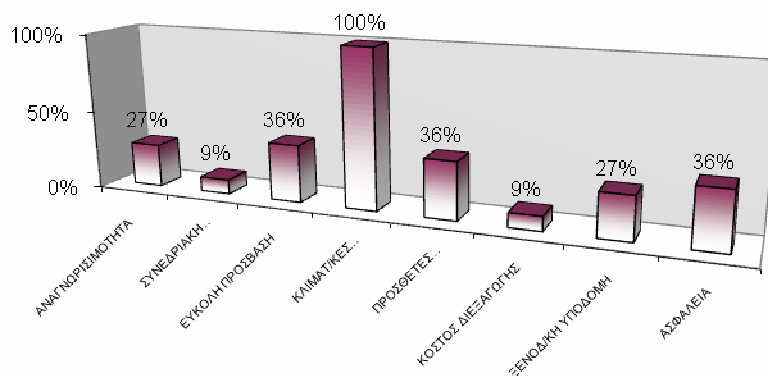
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 48: ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟ ΝΗΣΙ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 49: ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΚΤΛ.)**



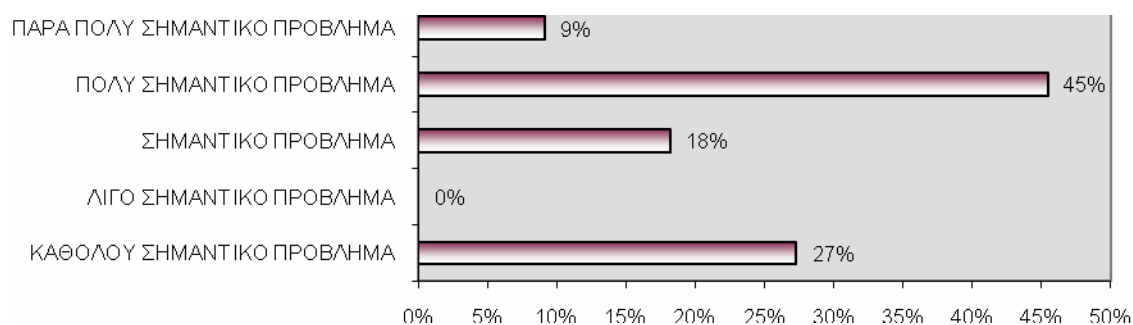
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 50: ΣΗΜΕΙΑ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΑΛΛΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ**



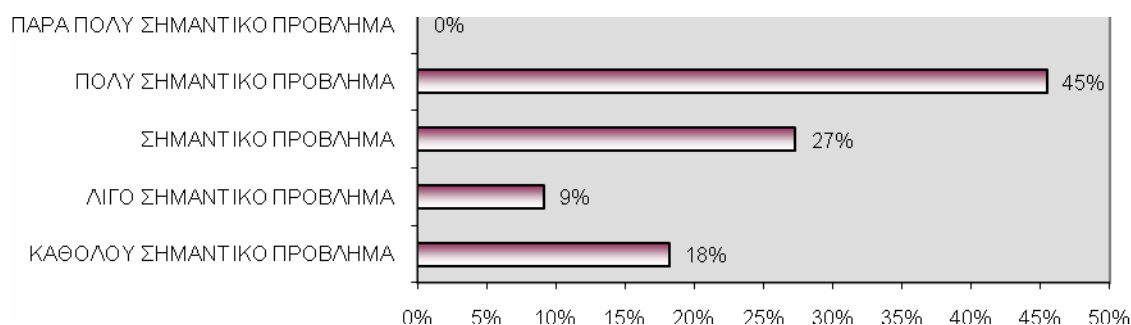
Ως δυνατά χαρτιά της Κρήτης μπορούμε σίγουρα να χαρακτηρίσουμε σύμφωνα με την έρευνα το κλίμα και την ασφάλεια καθώς και τις πρόσθετες δραστηριότητες. Ακολουθούν, η εύκολη πρόσβαση, η ξενοδοχειακή υποδομή, και η αναγνωρισιμότητα.

Στα διαγράμματα 48-57 αναλύονται τα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η Κρήτη στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού, για να είναι ανταγωνιστική.

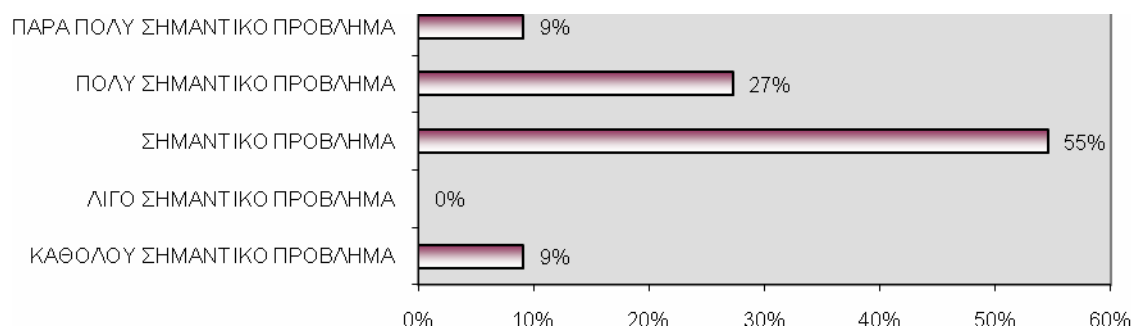
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 51: ΕΛΛΕΙΨΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ**



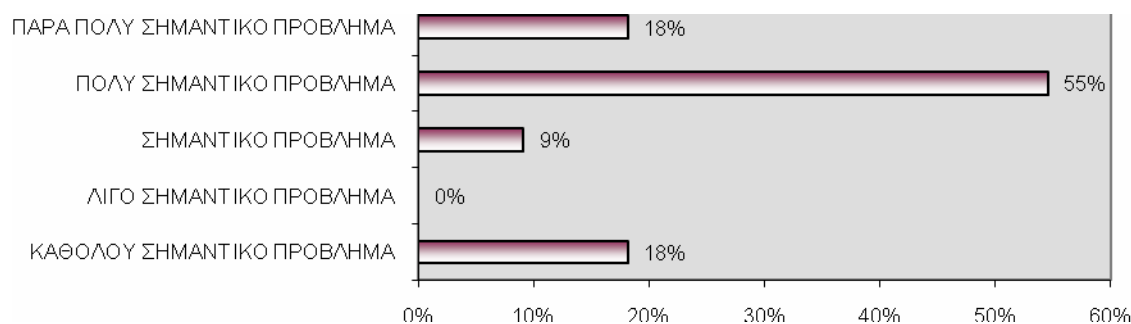
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 52: ΕΛΛΕΙΨΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



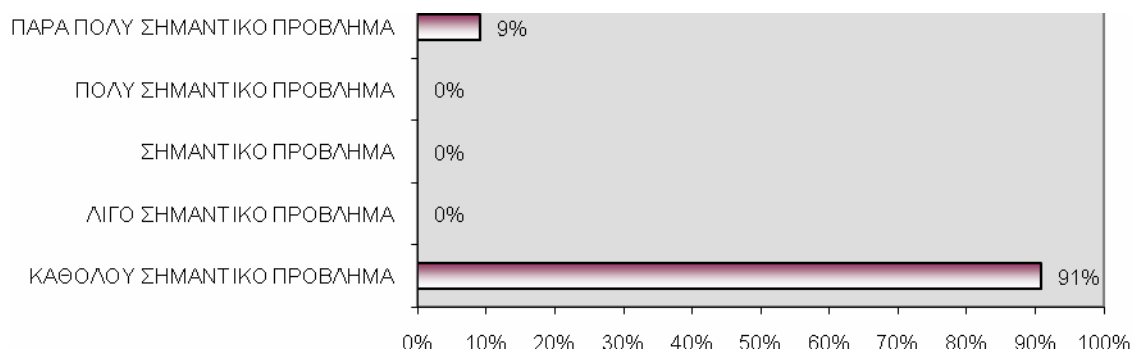
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 53: ΕΛΛΕΙΨΗ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ**



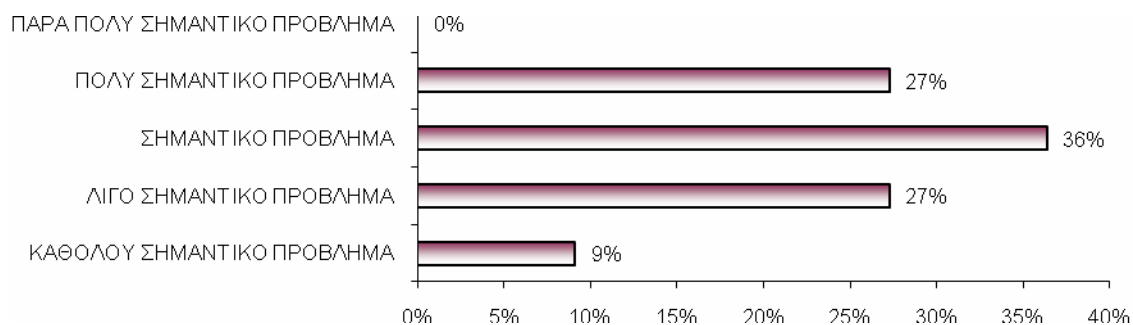
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 54: ΑΠΟΥΣΙΑ ΕΠΙΣΗΜΟΥ ΦΟΡΕΑ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ**



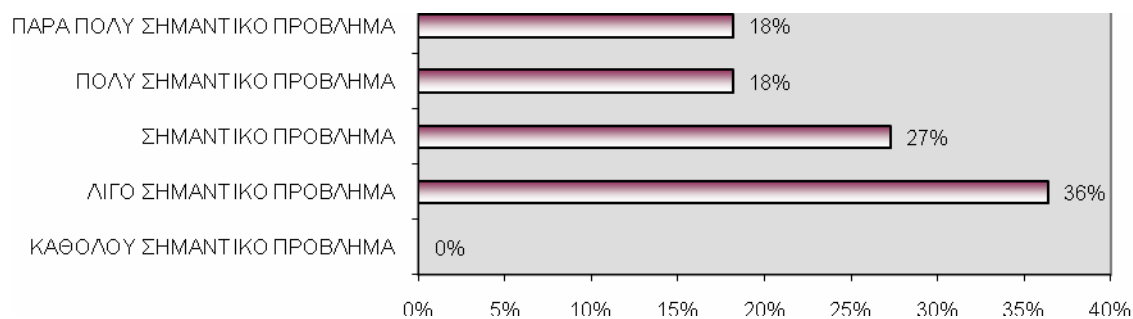
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 55: ΚΑΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ**



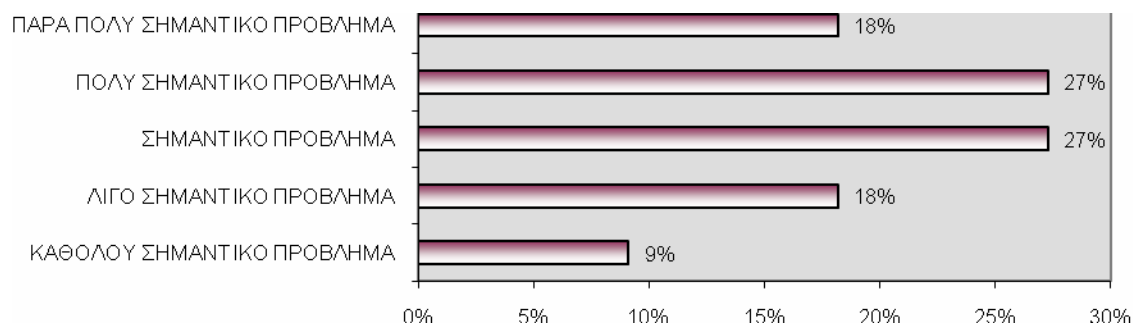
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 56: ΔΥΣΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ**



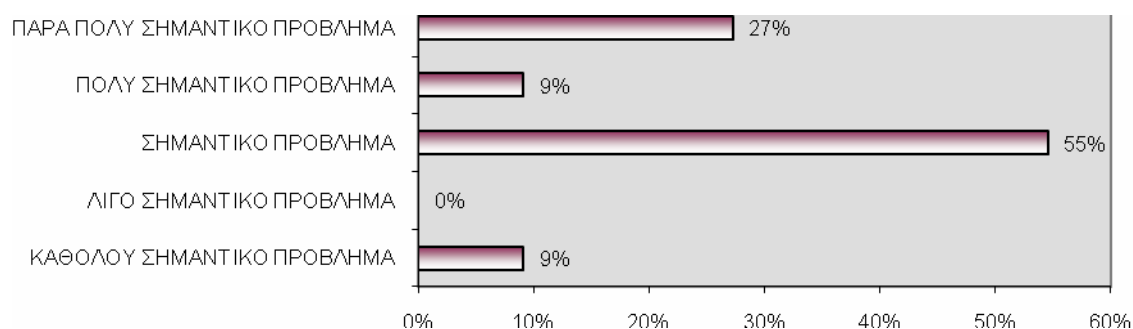
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 57: ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗ-ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ**



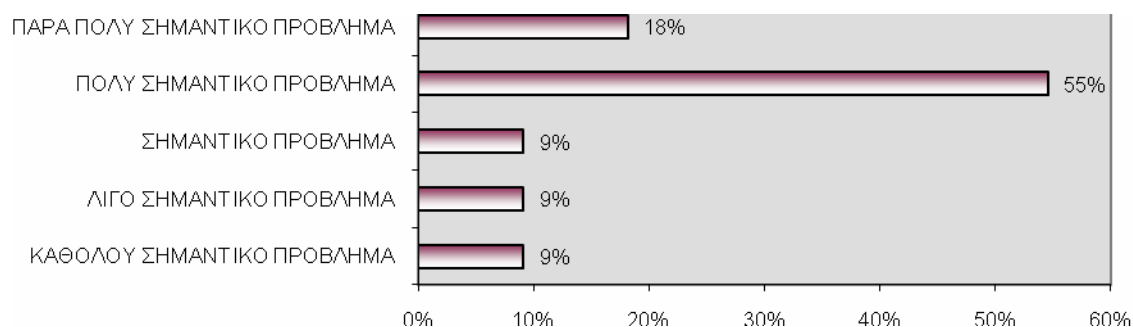
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 58: ΥΨΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 59: ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ (ΑΠΟΥΣΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ MANAGEMENT)**



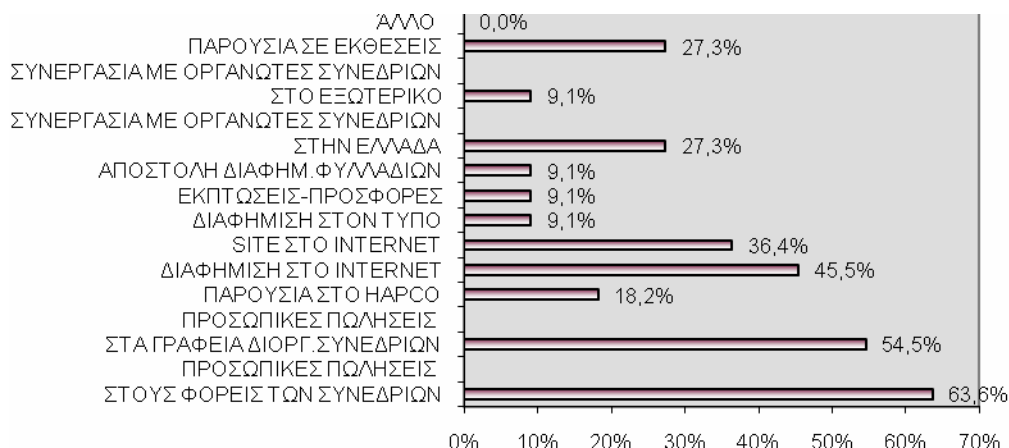
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ60: ΕΛΛΕΙΨΗ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ**



Τα κύρια προβλήματα της Κρήτης ως προς τον συνεδριακό τουρισμό είναι η απουσία επίσημου φορέα ενασχόλησης με τα συνέδρια και η έλλειψη κινήτρων και στήριξης από το κράτος .Ως σημαντικά επίσης προβλήματα χαρακτηρίζονται το ανεπαρκές

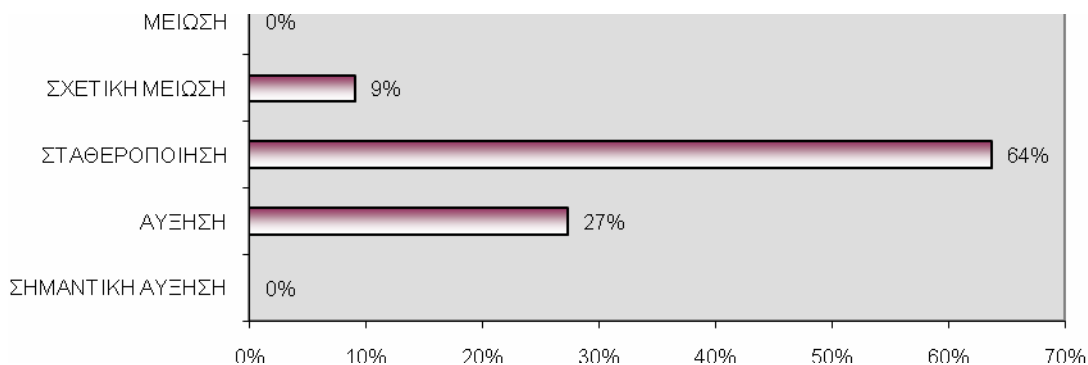
προσωπικό και η έλλειψη συνεδριακού management καθώς και γενικότερης υποδομής.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 61: ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**



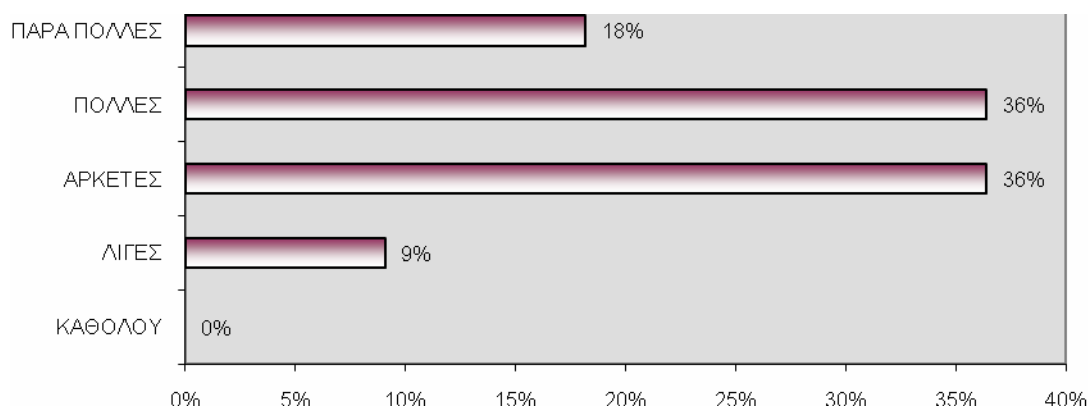
Οι κυριότεροι μέθοδοι στους οποίους βασίζεται το marketing των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι οι προσωπικές πωλήσεις στους φορείς των συνεδρίων και στα γραφεία διοργάνωσης. Ακολουθούν η διαφήμιση και τα site στο internet και με μικρότερα αλλά σημαντικά ποσοστά η συνεργασία με οργανωτές συνεδρίων στην Ελλάδα και η παρουσία σε εκθέσεις.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 62: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**



Όσο για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη είναι ελπιδοφόρο μιας και οι υπεύθυνοι προβλέπουν στην πλειοψηφία τους σταθεροποίηση παρά την παγκόσμια οικονομική κρίση, χαρακτηρίζοντας μάλιστα τις δυνατότητες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στον τόπο από αρκετές έως και πάρα πολλές .

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 63: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**



**ΠΙΝΑΚΑΣ 10: ΧΡΟΝΙΑ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	ΧΡΟΝΙΑ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
1	3
2	10
3	3
4	25
5	10
6	25
7	30
8	4
9	10
10	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ
11	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ
<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ</b>	<b>13,30</b>

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα μετράνε εμπειρία 13,3 χρόνων και 6 από τις 9 απαντήσεις που δόθηκαν αναφέρουν εμπειρία μεγαλύτερη ή ίση των 10 ετών.



Από την ερώτηση αναφορικά με την ένταξη στον αναπτυξιακό νόμο, δημιουργείται έντονος προβληματισμός ως προς τον ρόλο του κράτους, αφού μόνο 1 ξενοδοχείο δηλώνει ότι έχει ενταχθεί.

Τέλος, στην ερώτηση που αναφέρεται στα κέρδη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις, λήφθηκαν εξαιρετικά λίγες απαντήσεις, γι' αυτό και η ανάλυση τους θεωρήθηκε άσκοπη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι ένα βασικό στοιχείο-εργαλείο για τη διεξαγωγή συμπερασμάτων ,ας δούμε όμως τώρα τα αποτελέσματα αυτά ποιο αναλυτικά και συγκεντρωτικά περιγράφοντας κάποια βασικά στοιχεία εκτενέστερα και έχοντας υπόψη μας παγκόσμια στατιστικά στοιχεία έτσι ώστε να αποκτήσουμε γνώση της υφιστάμενης κατάστασης στο νησί και να σχηματίσουμε εμπειριστατωμένη άποψη για το μέλλον του στο συνεδριακό τουρισμό.

#### 5.1 Πρότυπα πιστοποίησης

Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ότι το 82% των ξενοδοχείων παρέχουν κάποιου είδους πιστοποίηση , γεγονός που δείχνει ότι οι επιχειρήσεις στο νησί τηρούν έξυπνη αλλά και υπεύθυνη στάση απέναντι στο κοινό .Έξυπνη γιατί τηρώντας τις μελετημένα οριοθετημένες διαδικασίες που ορίζουν τα πρότυπα πιστοποίησης όσον αφορά τα στάδια από την παραγωγή μέχρι και την κατανάλωση , διασφαλίζουν τη μέγιστη απόδοση των συντελεστών παραγωγής αλλά και την αποφυγή πιθανών λαθών που θα κοστίσουν. Επιπρόσθετα ,οι εν δυνάμει πελάτες πλέον ποιο ενημερωμένοι από ποτέ προτιμούν τις επιχειρήσεις που θα τους παρέχουν τη διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος-υπηρεσίας που θα αγοράσουν . Τέτοιο πρότυπο πιστοποίησης είναι παραδείγματος χάρη το ISO,που διασφαλίζει το επίπεδο ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας .Υπάρχει μια σειρά από τέτοια πρότυπα όπως το ISO 22000 που είναι σύστημα διασφάλισης ποιότητας των τροφίμων , το ISO 9001 πρότυπο για την διασφάλιση ποιότητας και ποιοτικής διαχείρισης επιχειρήσεων , το 14000 που αφορά στη ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλούν οι επιχειρήσεις στο περιβάλλον κλ. <sup>9</sup>.

Άλλος πρότυπο πιστοποίησης είναι το SA 8000 Αποτελεί ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα πρότυπα διεθνώς, το οποίο περιέχει τις απαιτήσεις για Σύστημα Διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ,στόχος του η διαρκής βελτίωση των εργασιακών συνθηκών της επιχείρησης. Το πρότυπο εκδόθηκε για πρώτη φορά από τον SAI (Social Accountability International) το 1997, αναθεωρήθηκε το 2001 και εκδόθηκε για τρίτη φορά το 2008 <sup>10</sup>.

50

Ένα τρίτο και ευρέως διαδεδομένο πρότυπο πιστοποίησης είναι το ευρέως διαδεδομένο HACCP που αφορά στη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων εξασφαλίζοντας την υγιεινή και την ασφάλειά τους.

## **5.2 Τα ειδή των συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στην Κρήτη και παγκοσμίως .**

Τα συνέδρια ,τα σεμινάρια , οι ομιλίες και οι διαλέξεις λαμβάνουν συχνότερα χώρα στις ξενοδοχειακές μας επιχειρήσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες συναφείς εκδηλώσεις και ποιο εξειδικευμένα σύμφωνα με την έρευνα αυτά που διοργανώνονται συχνότερα είναι τα επιστημονικά , τα επιχειρηματικά , τα ιατρικά και ακολουθούν τα τεχνολογικά με τα υπόλοιπα να σημειώνουν μικρότερα ποσοστά .Βλέπουμε λοιπόν ότι σύμφωνα και με τα στοιχεία τις ICCA <sup>11</sup> παγκοσμίως που φέρνουν στη πρώτη θέση τα ιατρικά , στη δεύτερη τα τεχνολογικά και τα επιστημονικά και τα βιομηχανικά στην τρίτη και στην τέταρτη αντίστοιχα , το νησί μας ουσιαστικά ακολουθεί τις διεθνείς τάσεις .

## **5.3 Αριθμός συμμετεχόντων ανά συνέδριο**

Σύμφωνα με την έρευνα το νησί μειονεκτεί ως προς τα παγκόσμια δεδομένα της ICCA σε ότι αφορά τον αριθμό των συνέδρων ανά εκδήλωση καθώς ο μέσος όρος ανά συνέδριο ανέρχεται στους 638 συμμετέχοντες<sup>11</sup> (σημείωσε αύξηση της τάξης του 20% από το 2007) και το μεγαλύτερο ποσοστό 27% των εκδηλώσεων φιλοξενεί από 250-500 σύνεδρους (στην έρευνα όπως παρατέθηκε και παραπάνω το 54,5% απάντησε ότι διοργανώνει ως επί το πλείστον συνέδρια 100-250 ατόμων).

## **5.4 Οι δημοφιλέστεροι μήνες για συνέδρια**

Ο Μάιος πρώτος και ο Ιούνιος δεύτερος στην παγκόσμια κατάταξη συχνότητας συνεδριακών διοργανώσεων με τον Σεπτέμβρη και τον Οκτώβριο τρίτο και τέταρτο αντίστοιχα σύμφωνα με την ICCA.Τα αποτελέσματα αυτά λίγο διαφέρουν από την

έρευνα στο νομό Ηρακλείου που τα πρωτεία έχει επίσης ο Μάιος μαζί με τον Οκτώβριο και ακολουθούν ο Σεπτέμβρης και ο Απρίλης .Η απουσία του Ιουνίου από την έρευνά μας δικαιολογείται αν σκεφτεί κανείς ότι στη χώρα μας ο συγκεκριμένος μήνας βρίσκεται σε περίοδο αιχμής της τουριστικής κίνησης γεγονός "απωθητικό" για το συνεδριακό τουρισμό. Το ότι προτιμώνται αυτοί οι μήνες για τα συνέδρια είναι ένα ακόμα συν για το συνεδριακό τουρισμό που βοηθάει στην πληρότητα των ξενοδοχείων σε περιόδους ύφεσης της τουριστικής κίνησης.

### **5.5 Επαναλαμβανομένη διεξαγωγή συνεδρίων**

Το εντυπωσιακό 72,7% των υπευθύνων που απάντησε ότι συχνά επιλέγεται ξανά και ξανά το ίδιο μέρος για τη διοργάνωση συνεδρίων είναι πολύ ποιο σημαντικό από όσο προφανώς φαίνεται αν σκεφτεί κανείς ότι το 2008 το 49,5% των συνεδρίων που επαναλαμβάνοντουσαν προτίμησαν να διεξαγάγουν τη διοργάνωση σε διαφορετικά μέρη , χάριν της τάσης που επικρατεί προκειμένου να προσελκύεται το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων , συνδυάζοντας τα συνέδρια με την τουριστική εμπειρία στα διαφορετικά αυτά μέρη<sup>11</sup>.

### **5.6 Δυνατά-αδύναμα σημεία της Κρήτης**

Οι παράγοντες που αξιολογήθηκαν θετικά από τους υπευθύνους ως προς τον συνεδριακό προορισμό Κρήτη είναι οι κλιματολογικές συνθήκες και η ασφάλεια του νησιού αλλά και η συνεδριακή και ξενοδοχειακή υποδομή .Επίσης δυνατά χαρτιά χαρακτηρίστηκαν και η ευκολία στην πρόσβαση καθώς και η αναγνωρισιμότητα .

Αντίθετα ως προβλήματα διαγνώστηκαν η απουσία επίσημου φορέα ενασχόλησης με τα συνέδρια , η έλλειψη κινήτρων και στήριξης από το κράτος καθώς και η απουσία του κατάλληλου προσωπικού που θα εφαρμόσει το συνεδριακό management.

### **5.7 Ζήτηση και πορεία της Κρήτης - μέλλον συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη.**

Η πλειοψηφία (64%) κρίνει την πορεία του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη ικανοποιητική ωστόσο η ζήτηση για τη διοργάνωση συνεδρίων στον νησί χαρακτηρίζεται μέτρια (64%) με ένα σημαντικό όμως ποσοστό που αγγίζει το 36% να τη χαρακτηρίζει υψηλή. Ακριβώς τα ίδια ποσοστά προέκυψαν όσον αφορά στη

ζήτηση και σε ερώτηση που τέθηκε για το πώς θα τη χαρακτήριζαν προ της οικονομικής κρίσης .Σύμφωνα με παραπάνω , μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι η πληγή στη αγορά δεν επηρέασε το συνεδριακό τουρισμό ,γεγονός που δείχνει τη σημασία της ανάπτυξης αυτού σε ένα τόπο ,μιας και δεν είναι τόσο επιρρεπής στις κατά καιρούς κρίσεις .

Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη παρόλη τη δυσχερή οικονομική κατάσταση που επικρατεί στη παγκόσμια αγορά είναι ελπιδοφόρο.

Όπως προκύπτει από την έρευνα , οι υπεύθυνοι των οποίων η γνώμη έχει βαρύνουσα σημασία καθώς είναι επαγγελματίες με εμπειρία , αναμένεται σταθεροποίηση (έτσι απάντησε το 64%) στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού , ενώ υπάρχει και ένα 27% που περιμένει αύξηση καθώς είναι πεποίθηση τους ότι το νησί έχει από πολλές έως πάρα πολλές δυνατότητες ανάπτυξης (όπως δηλώνει το 91%).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ-ΛΥΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.

Δε θα ήταν δυνατό όταν μελετάται ένας τομέας της αγοράς ,αυτή την περίοδο ,να μην γίνει αναφορά στην οικονομική κρίση.

Τα νέα δεδομένα που προκύπτουν σε συνδυασμό με τα στοιχεία παθογένειας που ήδη έπλητταν την Ελλάδα χρήζουν άμεσης και σοβαρής αντιμετώπισης προκειμένου να σωθεί η μόνη βαρεία βιομηχανία της Ελλάδας και εν προκειμένω της Κρήτης .

Η νέα κατάσταση διαμορφώνεται από χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης , πτώση του ποσοστού αφίξεων , μειωμένες πωλήσεις και πληρότητα που επιτυγχάνεται με στάσιμες ή μειωμένες τιμές (άρα έχουμε πρόβλημα ρευστότητας) και υποβάθμιση του κοινωνικοοικονομικού προφίλ του τουρίστα, δυσκολία πρόσβασης σε τραπεζικό δανεισμό ,αναζήτηση ευκαιριών και προσφορών , καθυστέρηση στα bookings,ταξίδια σε μικρή απόσταση από τον τόπο κατοικίας ,προτιμήσεις προορισμών με χαμηλή συναλλαγματική ισοτιμία ,στροφή στον εσωτερικό τουρισμό και φυσικά το αίσθημα ανασφάλειας που επικρατεί αυξάνει την τάση για αποταμίευση.

Κάτω από αυτό το καθεστώς είναι απαραίτητο να τηρηθεί υπεύθυνη στάση από όλους τους παράγοντες του τουρισμού και εφαρμοστούν στρατηγικές εξυγίανσης.

Το κράτος είναι αρχικά αυτό που θα πρέπει να πάρει τα απαραίτητα μέτρα για να αντιμετωπιστεί και να ξεπεραστεί αυτός ο σκόπελος .Θα πρέπει κατ αρχήν να χαραχτεί μια στρατηγική όπου θα προκύψει μετά από εμπειριστατωμένη διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης , των προβλημάτων και των λύσεων που θα κάνουν τη διαφορά .Αυτή η στρατηγική όμως θα πρέπει να έχει προοπτική και διάρκεια και να μην αλλάζει και αυτή με την αλλαγή της όποιας κυβέρνησης. Η μείωση της γραφειοκρατίας στις επενδυτικές προσπάθειες καθώς και η παροχή κινήτρων για επενδύσεις υψηλών προδιαγραφών είναι επίσης βαρύνουσας σημασίας .Αρμόδιο είναι επίσης το κράτος για τη βελτίωση των υπηρεσιών των αεροδρομίων καθώς και για την ανάπτυξη των βασικών υποδομών .Η ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού χωρίς αυτό βέβαια να σημαίνει την υποβάθμισή του κλασσικού τουρισμού

και τέλος η προώθηση των προορισμών της χώρας μας μέσω μιας καλά οργανωμένης καμπάνιας είναι υποχρεώσεις που θα πρέπει να φέρει εις πέρας το κράτος προκειμένου να εδραιώσει και να σταθεροποιήσει τους προορισμούς μας παγκόσμια μιας και είναι προορισμοί με δυνατότητες.

Σε ότι αφορά τον ιδιωτικό τομέα θα πρέπει να βελτιωθούν οι ειδικές υποδομές (να γίνουν άρτια συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα ευεξίας κλ.) προκειμένου έτσι να προσελκυστεί πιο ποιοτικός τουρισμός . Το προσωπικό των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων επιβάλλεται να μπορεί να ανταποκριθεί στους στόχους της επιχείρησης και να τους υιοθετεί στην καθημερινή του πρακτική. Θα πρέπει να εφαρμοστούν τεχνικές marketing που να αποτυπώνουν στο μυαλό του κοινού που απευθύνονται τον προορισμό όχι απλά θα τον υπενθυμίζουν-marketing που θα απευθυνόταν σε γειτονικές χώρες μετά από μελέτη των αγορών τους , θα είχε πολλές προοπτικές απόδοσης μιας και το κοινό εκεί δεν έχει το εμπόδιο της πρόσβασης -.

Γενικότερα στόχος θα πρέπει να είναι η ικανοποίηση του πελάτη, η καλή σχέση ποιότητας τιμής , η διαφοροποίηση του προϊόντος που θα το κάνει να ξεχωρίσει από τα άλλα ομοειδή του.

Τέλος είναι συμφέρον των μελών του ιδιωτικού τομέα η μεταξύ τους συνεργασία για την πραγματοποίηση των κοινών τους στόχων .

Ως προς τον συνεδριακό τουρισμό , οι εκτιμήσεις αναφέρουν ότι είναι περισσότερο ανθεκτικός από τον τουρισμό αναψυχής. Πιο συγκεκριμένα για αυτό το είδος τουρισμού τα μέτρα που είναι απαραίτητο να παρθούν κάτι που θα έπρεπε καιρό να έχει γίνει ανεξάρτητα της οικονομικής κρίσης είναι η θεσμοθέτηση του επαγγέλματος των οργανωτών συνεδρίων για τη διασφάλιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και δημιουργία εθνικού μητρώου συνεδρίων. Επίσης οι επιχειρήσεις καλό θα ήταν να φροντίσουν για την παροχή πρόσθετων ποιοτικών δραστηριοτήτων στους συνέδρους ανάλογα με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτών.

Ειδικότερα για την Κρήτη η δημιουργία ενός γραφείου συνεδρίων που θα αναλάβει την προώθηση του τόπου ,την προσέλκυση και διεκδίκηση συνεδρίων καθώς και την ευθύνη για την έγκυρη πληροφόρηση τόσο των τοπικών φορέων όσο και των φορέων , διοργανωτών και συνέδρων ,θα ήταν σίγουρα ένα μεγάλο βήμα για τη καθιέρωση του νησιού στον παγκόσμιο χάρτη του συνεδριακού τουρισμού<sup>12,13</sup>.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μόνο προς όφελός μας μπορεί να λειτουργήσει, τονώνοντας την αγορά (η κατά κεφαλήν δαπάνη σε αυτό το είδος είναι πολύ μεγαλύτερη από αυτήν του παραθεριστικού τουρισμού), καταπολεμώντας την εποχικότητα, προβάλλοντας τον προορισμό μέσω των υψηλού επιπέδου συμμετεχόντων και της δημοσιότητας που προκύπτει και τέλος με την σταθερότητα που μπορεί να προσφέρει στη συνεδριακή μας αγορά καθώς απευθύνεται σε κοινό που δεν είναι επηρεάζεται σημαντικά από τις κατά καιρούς οικονομικές διακυμάνσεις.

Οι προοπτικές είναι ευοίωνες για τη Κρήτη παρά το αρνητικό κλίμα που επικρατεί στην αγορά , αρκεί οι ιθύνοντες από κάθε τομέα να καταλάβουν τη σημασία της ανάπτυξης του συγκεκριμένου είδους τουρισμού και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες ενός νησιού που αξίζει να εδραιωθεί στις πρώτες θέσεις των πόλεων που φιλοξενούν συνέδρια παγκοσμίως .



## ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.

1. [www.harpcg.gr](http://www.harpcg.gr)
2. *Τουριστική οικονομία*, Ροδάνθη Αλεξανδράκη – Κριτσωτάκη, Εκδόσεις Παπαζήση,σελ 13.
3. Κραβαρίτης Ν. Κώστας *Επαγγελματικός Τουρισμός* Εκδόσεις Interbooks , Αθήνα 1992 σελ 40-41-42.
4. Harry H. Hiller, Conventions as mega-events, a new model for convention – host city relationships, *Tourism Management*, 1995, Vol.16, No.5, pp.375-37.
5. Βελισσάριος Ε., *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*,Τόμος Δ Μανατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού,Ελληνικό ανοιχτό πανεπιστήμιο Πάτρα 2000 σελ. 46.
6. Σφακιανάκης Μανώλης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού* ,εκδόσεις Ελλην, σελ. 112-115.
7. el.wikipedia.org
8. [www.creta-info.gr](http://www.creta-info.gr)
9. Διερεύνηση των δυνατοτήτων και των προοπτικών ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη - Παπαδάκη Ελένη ,Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
10. en.wikipedia.org
11. [www.greece.lrqg.com](http://www.greece.lrqg.com)
12. [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com)
13. [www.intravelreport.gr](http://www.intravelreport.gr)-
14. [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr), τουρισμός: Επιπτώσεις και μαθήματα από την κρίση Τρίτη, 27 Απριλίου 2010-Τατιάνα Ρόκου-Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

