

Α.Τ.Ε.Ι ΚΡΗΤΗΣ

**ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ -
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ
ΜΟΝΑΔΕΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ»**

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ:

ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΣΤΕΦΑΝΑΚΗ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ:

ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2011**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ.....	3
1.1 Ο Τουρισμός σήμερα.....	3
1.1.1 Η έννοια του τουρισμού	3
1.1.2 Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	4
1.1.3 Περιφέρεια Κρήτης	8
1.1.4 Τυπολογία της τουριστικής ανάπτυξης για την Περιφέρεια της Κρήτης.....	14
1.2 Εκδηλώσεις.....	16
1.2.1 Ορισμός εκδηλώσεων	16
1.2.2 Οι λόγοι που οδηγούν στην οργάνωση εκδηλώσεων	18
1.2.3 Οι επιπτώσεις από την οργάνωση των εκδηλώσεων.....	19
1.3 Η σχέση εκδηλώσεων και τουρισμού	24
1.3.1 Οι λόγοι που οδηγούν στη συμμετοχή των τουριστών στις εκδηλώσεις	24
1.3.2 Η σχέση εκδηλώσεων και τουρισμού.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	27
2.1 Η Αρχή της Χορηγίας.....	27
2.1.1 Η Ιστορία της Χορηγίας.....	27
2.1.2 Ορισμός	28
2.1.3 Πολιτιστική Χορηγία	29
2.2 Σημασία των επιχορηγήσεων	32
2.2.1 Γιατί οι εταιρείες επιλέγουν τη χορηγία	32
2.2.2 Οι στόχοι των φορέων που διοργανώνουν εκδηλώσεις από τη χορηγία	32
2.3 Σχέσεις Προσωπικού – Χορηγών & Πελατών.....	34
2.3.1 Διαχρονική εξέλιξη των σχέσεων προσωπικού – χορηγού και πελατών.....	34
2.3.2 Οι ιδιότητες ενός καλού υπεύθυνου εκδήλωσης	35
2.3.3 Σύγχρονο Προσωπικό Εκδηλώσεων	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	39
3.1 Ο σκοπός της οργάνωσης των εκδηλώσεων.....	39
3.2 Οργάνωση και πραγματοποίηση εκδηλώσεων	41
3.2.1 Σκοπός και περιεχόμενο μιας εκδήλωσης.....	42
3.2.2 Βιωσιμότητα της εκδήλωσης	43
3.2.3 Πακέτα εργασιών	45
3.2.4 Ανθρώπινο δυναμικό	49
3.2.5 Χρονοδιάγραμμα εργασιών.....	49
3.2.6 Διαχείριση Κινδύνου	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ	55
4.1 Οι Εκδηλώσεις στο Νομό Ηρακλείου.....	55

4.1.1 Πολιτιστικά δρώμενα.....	55
4.1.2 Τέχνη.....	56
4.1.3 Κρητική κουζίνα.....	57
4.1.4 Φυσικό Περιβάλλον.....	59
4.1.5 Υποδομές.....	61
4.1.6 Εκπαίδευση.....	62
4.1.7 Εκδηλώσεις Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Ηρακλείου.....	64
4.1.8 Συνεδριακός τουρισμός.....	66
4.2 Προοπτικές Ανάπτυξης των Ξενοδοχειακών Μονάδων για την Οργάνωση Εκδηλώσεων.....	70
4.2.1 Ξενοδοχειακά καταλύματα στο Νομό Ηρακλείου.....	70
4.2.2 Τάσεις στον τομέα του τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου.....	74
4.2.3 Υποστήριξη Τουριστικής Ανάπτυξης.....	76
4.2.4 Προοπτικές – Προτάσεις.....	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	84
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	87

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι να αναδειχθεί ο σημαντικός ρόλος της οργάνωσης των εκδηλώσεων στη βιομηχανία του τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος όπως έχει διαμορφωθεί σήμερα, στις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης και ιδιαίτερα στο νομό Ηρακλείου.

Στο *πρώτο κεφάλαιο* δίνονται στοιχεία για τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Περιφέρεια της Κρήτης, καθώς και επικαιροποιημένα στατιστικά δεδομένα για τις διανυκτερεύσεις, των αριθμών των κλινών, το ξενοδοχειακό δυναμικό και τις αφίξεις στους νομούς της Κρήτης. Επιπλέον δίνεται ο ορισμός των εκδηλώσεων και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους και αναλύεται η σχέση μεταξύ εκδηλώσεων και τουρισμού.

Το *δεύτερο κεφάλαιο* επικεντρώνεται στην επιχορήγηση των εκδηλώσεων. Αναλύεται η έννοια της χορηγίας και η σημασία της για τους διοργανωτές της εκδήλωσης αλλά και τους ίδιους τους χορηγούς. Ακόμα περιγράφεται η διαχρονική εξέλιξη της σχέσης μεταξύ προσωπικού – χορηγών και πελατών και γίνεται αναφορά στα νέα δεδομένα και τις ανάγκες που προκύπτουν στον τομέα αυτό.

Το *τρίτο κεφάλαιο* έχει θέμα την οργάνωση των εκδηλώσεων. Στο κεφάλαιο αυτό προσδιορίζεται αρχικά ο σκοπός της οργάνωσης των εκδηλώσεων και στη συνέχεια εντοπίζονται και αναλύονται τα βασικά στάδια και εργασίες για την επιτυχή και ολοκληρωμένη οργάνωση μιας εκδήλωσης.

Στο *τέταρτο κεφάλαιο* παρουσιάζονται, στο πρώτο μέρος, τα στοιχεία που έχουν συλλεχθεί για την οργάνωση εκδηλώσεων στο νομό Ηρακλείου. Στο δεύτερο μέρος, γίνεται περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης, όσον αφορά στις κατηγορίες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, καθώς και των τάσεων του τουρισμού στο νομό και καταγράφεται το αναπτυξιακό πλαίσιο για τον τουρισμό, όπως ισχύει σήμερα. Λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των στοιχείων γίνονται προτάσεις για την ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων.

Στο *πέμπτο κεφάλαιο* ακολουθούν τα *συμπεράσματα*, όπου συγκεντρώνονται τα στοιχεία που έχουν συλλεχθεί για την οργάνωση των εκδηλώσεων στον τουριστικό τομέα και καταλήγουν στην σημασία των εκδηλώσεων και τις προοπτικές ανάπτυξης στο νομό Ηρακλείου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

1.1 Ο Τουρισμός σήμερα

1.1.1 Η έννοια του τουρισμού

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.-Monte Carlo) ορίζει τον τουρισμό σαν το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες (μετακινήσεις και δραστηριότητες) προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο.

Ο Jacques Gouet λέει ότι «ο τουρισμός είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά άτομα, την περιέργεια του πνεύματος μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ήθη και έθιμα». Οι Hunziker και Krapf (1942) είπαν ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των εκδηλώσεων οι οποίες γεννιούνται από τη διαμονή των ξένων, όταν αυτή καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής. Ο Jean Medecin λέει ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, για ανάπαυση, για πλουτισμό της πείρας του, για ανύψωση του μορφωτικού του επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης (Gartner, 2001:9)

Σύμφωνα με τους Καραγιάννη και Έξαρχο (2006), για να ολοκληρωθεί η έννοια του τουρισμού θα πρέπει να συμπεριληφθούν και οι υπηρεσίες που καλύπτουν την οργάνωση προσέλευσης και υποδοχής των τουριστών, η οργάνωση των οποίων, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση των επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων, έχει αναχθεί σε επιστήμη, την *τουριστική βιομηχανία*. Στον όρο τουριστική βιομηχανία, στεγάζεται το κύκλωμα των εμπορικών και βιομηχανικών επιχειρήσεων φιλοξενίας κάθε τουριστικού προορισμού.

Ο Ηγουμενάκης (1999) θεωρεί ότι ο τουρισμός πρέπει να προσεγγιστεί με βάση τα χαρακτηριστικά του και αναφέρει ότι:

- Τουρισμός νοείται η μεμονωμένη ή η ομαδική μετακίνηση προς εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών από έναν προορισμό σε έναν άλλον όταν η διαμονή στο τόπο προορισμού διαρκεί τουλάχιστον ένα 24ωρο.
- Δύο είναι τα βασικά στοιχεία που εννοούνται ότι συνυπάρχουν με οποιαδήποτε μορφή τουρισμού: *το ταξίδι* (η μετακίνηση δηλαδή προς τον τόπο προορισμού) και *η διαμονή* μαζί βεβαίως με τη διατροφή.
- Η μετακίνηση θεωρείται δεδομένο ότι γίνεται για τουριστικούς και μόνο λόγους και πέραν του μόνιμου τόπου διαμονής των ταξιδιωτών-τουριστών.
- Θεωρείται δεδομένη η επιστροφή των ταξιδιωτών στον τόπο διαμονής τους μετά από την μετακίνηση τους προς ένα τουριστικό επιλεγμένο προορισμό για μικρό χρονικό διάστημα (λίγες μέρες, εβδομάδες ή έστω μήνες).
- Οι λόγοι για τους οποίους ο ταξιδιώτης επισκέπτονται ένα άλλο προορισμό είναι καθαρά για την εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών και δεν έχουν καμία άλλη σχέση με άλλους λόγους όπως π.χ. επαγγελματικούς.

1.1.2 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Στη χώρα μας, από τη δεκαετία του '60, ο τουρισμός στηρίζει την ελληνική οικονομία και σήμερα η σπουδαιότητά του είναι αναγνωρισμένη. Μεταξύ άλλων, αποτελεί την κυριότερη πηγή τουριστικών εισπράξεων, συμμετέχει καθοριστικά στο ΑΕΠ και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης (Πρινιανάκη, 2006).

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στη μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, το 2003 το μερίδιο του τουριστικού τομέα στο ελληνικό ΑΕΠ θα ανέλθει στο 4,5% ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης θα ανέλθει στο 5% δηλ. 205.000 θέσεις εργασίας (WTTC, 2003).

Η αναπτυσσόμενη τουριστική μας οικονομία δημιουργεί, με άμεσο και έμμεσο τρόπο, νέες θέσεις εργασίας στη συνολική οικονομία:

♦ Αυξάνοντας άμεσα την απασχόληση στις επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού (αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία, κ.λ.π.).

♦ Αυξάνοντας έμμεσα την απασχόληση στους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω κλάδους, όπως είναι η γεωργία, η μεταποίηση, επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, κ.λ.π.

♦ Αυξάνοντας έμμεσα την απασχόληση στο δημόσιο τομέα στους τομείς που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες.

Η τουριστική ανάπτυξη, κυρίως των νησιωτικών και παραθαλάσσιων περιοχών της χώρας, αποτελεί σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης, συμβάλλει στη συγκράτηση του πληθυσμού αλλά και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων που δρουν συμπληρωματικά με το τουρισμό και γενικότερα στην ενδογενή περιφερειακή ανάπτυξη.

Τα χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού παρατίθενται ως εξής:

1. Η βασική σύνθεση των πλεονεκτημάτων της χώρας παραμένει η ίδια. Η μεγάλη μάζα των επισκεπτών που στηρίζει τον τουρισμό έρχεται στην Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων, διακινείται δηλαδή για παραθερισμό σε παραλιακές περιοχές και νησιά και μάλιστα διακινείται οργανωμένα (προϊόν: Ήλιος + Θάλασσα). Η επικράτηση του μαζικού τουρισμού είναι δεδομένη, ενώ μικρά έως μηδαμινά τμήματα ζήτησης διακινούν οι νέες ή ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το μεγαλύτερο τμήμα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς είναι στραμμένο στην εξυπηρέτηση αυτής της ζήτησης. Κύριο μέλημα της πολιτείας είναι η στήριξη του βασικού προϊόντος, η ύπαρξη δράσεων διαφοροποίησης και εμπλουτισμού της σύνθεσης καθώς και η διατήρηση και η επαύξηση των μεριδίων στη παγκόσμια τουριστική αγορά.

2. Η σταδιακή μετάβαση από τη κυρίαρχη αυτή μορφή (χαμηλής σχετικά για τη χώρα απόδοσης) σε ζήτηση παραθεριστικού τουρισμού υψηλότερου επιπέδου ή και σε ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Βέβαια υπάρχει και η απειλή της επικράτησης ανταγωνιστικών-γειτονικών προορισμών. Επιπλέον καθίσταται αναγκαία η διαρκής βελτίωση της ποιότητας η οποία

απαιτεί μακροχρόνια προσπάθεια και πόρους. Οι προσπάθειες πρέπει να εστιαστούν στη ταχύτερη αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις αυξημένες απαιτήσεις καταναλωτών υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης και ταυτόχρονα διαφοροποίηση της προσφοράς αυτής, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες της πελατείας των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

3. Αναγνωρίσιμη τουριστική ταυτότητα και υψηλό βαθμό εξάρτησης της τοπικής οικονομίας από τη τουριστική δραστηριότητα. Η ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών, έχει σαν συνέπεια την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού. Ως εκ τούτου, κύρια επιδίωξη είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, η δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών και ανωδομών υψηλής ποιότητας.

4. Η σημαντική μείωση του μεριδίου των Αμερικανών τουριστών και η παράλληλη αύξηση του μεριδίου των Ευρωπαίων τουριστών, κυρίως της Δυτικής Ευρώπης. Αποτέλεσμα αυτής της διαφοροποίησης είναι η απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος γι'αυτό είναι επιτακτική η αναζήτηση νέων αγορών και η ριζική ανασυγκρότηση της προβολής του στις διεθνείς αγορές.

5. Η αυξανόμενη συμμετοχή του εσωτερικού τουρισμού, προσφέρει τη δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του τομέα καθώς και χρονικής κατανομής της ζήτησης.

6. Η έντονη εποχικότητα που καθιστά αναγκαίο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με δραστηριότητες που επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο (προώθηση αστικού τουρισμού, συνεδριακού τουρισμού, τουρισμού γκολφ, κ.λ.π.).

7. Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής υποδομής χαρακτηρίζεται από την άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και ανωδομών.

8. Η διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης με λίγους tour operators, έχει σαν συνέπεια τις ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές. Κύρια επιδίωξη η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας βασισμένης στην ποιότητα και τη νέα αντίληψη ποιότητα προς τιμές (value of money). Νέο μοντέλο ενίσχυσης της διαπραγματευτικής δύναμης, με τριμερή συνεργασία για τη προώθηση και τη προβολή των τουριστικών περιοχών της χώρας και των εναλλακτικών μορφών σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

9. Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές μονάδες και τα καταλύματα, το μεγαλύτερο ποσοστό είναι μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης-χαμηλής ποιότητας, ενώ χαρακτηρίζονται από μικρό βαθμό συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση. Αυτό έχει σαν συνέπεια την αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour operators.

10. Το μικρό μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων (μη ξενοδοχειακών), αντιμετωπίζει προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα. Κύριο μέλημα είναι η ενίσχυση της συμμετοχής στην ανάπτυξη και η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (τεχνολογική ανταγωνιστικότητα, είσοδος στην κοινωνία της γνώσης, κ.λ.π.).

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού από τουριστικούς επενδυτές και φορείς ανάπτυξης που δεν είναι ικανοποιημένοι από τη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης και τις επακόλουθες αρνητικές της συνέπειες. Οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού (και τουρίστα) επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους προορισμούς υποδοχής τουριστών χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα.

Τι εννοούμε όμως όταν αναφερόμαστε στον εναλλακτικό τουρισμό και ποιες μορφές τουρισμού θεωρούνται εναλλακτικές συγκρινόμενες με ποιες άλλες; Μια εξέταση της έννοιας αποκαλύπτει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης και ως εκ τούτου έχει διαφορετικές επιπτώσεις και πρακτικές ανάπτυξης. Συνεπώς οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού είναι αυτοί που αντιτίθενται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης. Ο Cazes (1989), θεωρεί τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης που έχει ερμηνευτεί σε σχέση με άλλες εκφράσεις όπως: «κατάλληλος», «οικο-», «ήπιος», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «χαμηλών προσκρούσεων», «ευγενής», «μικρής κλίμακας», «διαφορετικός», «επιδέξιος», «παρορμητικός», «αντιτουρισμός», «συμμετοχικός» και «πράσινος». Όλες όμως οι παραπάνω εκφράσεις γενικεύουν και δεν μας δίνουν μια ολοκληρωμένη έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, όπως έχει παρουσιαστεί από τον Inskoop (1991) και παρατίθεται παρακάτω:

«Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης καθώς και κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητος και γεμάτος σεβασμό, σε αντίθεση με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα. Συνεπώς ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού, φιλική προς το περιβάλλον, επιτρέποντας θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και από κοινού βιώματα μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνιών». **(Κανδυλάκη Ευαγγελία, 2010)**

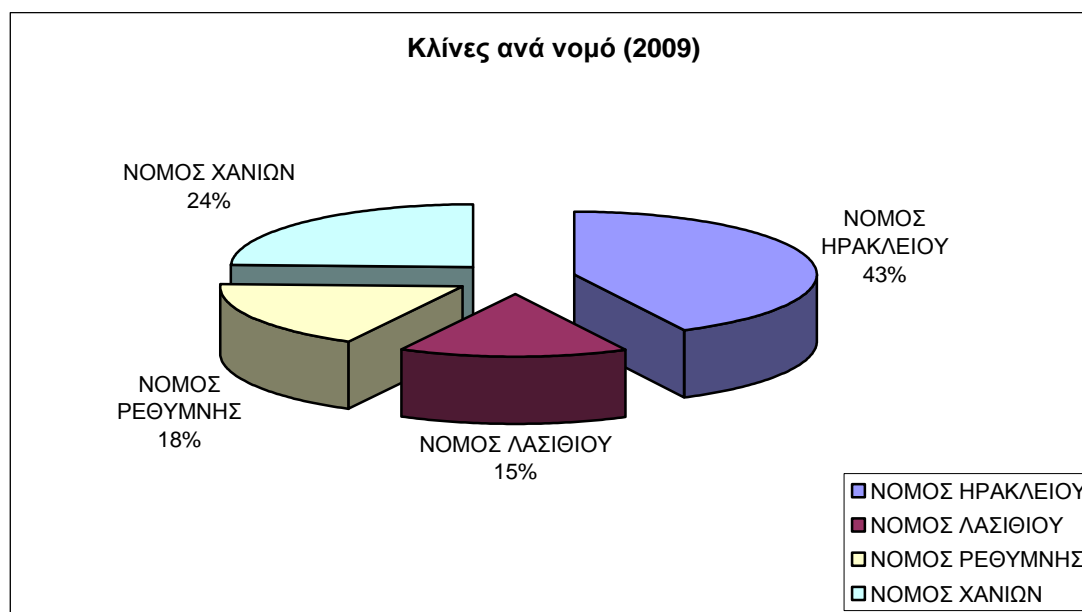
1.1.3 Περιφέρεια Κρήτης

Τα νησιά αποτελούν σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο, ενώ η οικονομική ανάπτυξη σε πολλά από αυτά εξαρτάται πλέον σχεδόν αποκλειστικά από τον τουρισμό. Η ανάπτυξη του τουρισμού στα περισσότερα νησιά βασίζεται στον τοπικό φυσικό και πολιτισμικό πλούτο. Γι' αυτό η σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος θεωρείται ως ιδιαίτερα δυναμική, ιδίως για μικρούς προορισμούς που είναι ευαίσθητοι στις επιπτώσεις του τουρισμού από τον οποίο εξαρτώνται.

Όσον αφορά τη περιφέρεια της Κρήτης, η σπουδαιότητα του τουρισμού γίνεται ιδιαίτερα εμφανής στη μεταπολεμική περίοδο από τη ραγδαία μεταβολή που προκάλεσε στην απασχόληση. Ενώ το 1971 4.206 άτομα είχαν απασχοληθεί άμεσα στον τουρισμό, το 1988 ο αριθμός ανέρχεται σε 188.939 άτομα. Στη δεκαετία του 1990 το 40% του ενεργού πληθυσμού της Κρήτης απασχολείται έμμεσα ή άμεσα στον τουρισμό (Περιφέρεια Κρήτης 1995). Σύμφωνα με την ίδια πηγή, η Κρήτη σε επίπεδο Ελλάδας συμμετέχει με ποσοστό 58% στο τουριστικό συνάλλαγμα που εισρέει στη χώρα, και με 27% στο σύνολο των κλινών lux και Α κατηγορίας. Στη δεκαετία του 1990 η Κρήτη αποτελεί τον κυριότερο τουριστικό προορισμό της χώρας με τον μεγαλύτερο στην Ελλάδα χρόνο λειτουργίας των ξενοδοχείων της (7,5 μήνες), και με αριθμό τουριστών (1994) 2,4 εκατομμύρια. Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού στη Κρήτη αποδεικνύεται και από τον αριθμό των ξενοδοχείων στο νησί ο οποίος αυξήθηκε κατά την περίοδο 1971-1991 από 6.451 σε 77.594, δηλαδή κατά 1.103%. **(Μαρία Κούση, 2000)**

Σε ότι αφορά τη σημερινή κατάσταση του τουρισμού για το νησί της Κρήτης, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας και της ΕΣΥΕ (2009), η Κρήτη διαθέτει το 23% των ξενοδοχειακών μονάδων της Επικράτειας, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 143.654 κλίνες. Υπερισχύει ο νομός Ηρακλείου κατέχοντας το 43% των κλινών του νησιού.

Διάγραμμα 1.1 Κλίνες που λειτουργούν ανά νομό



ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ, 2009

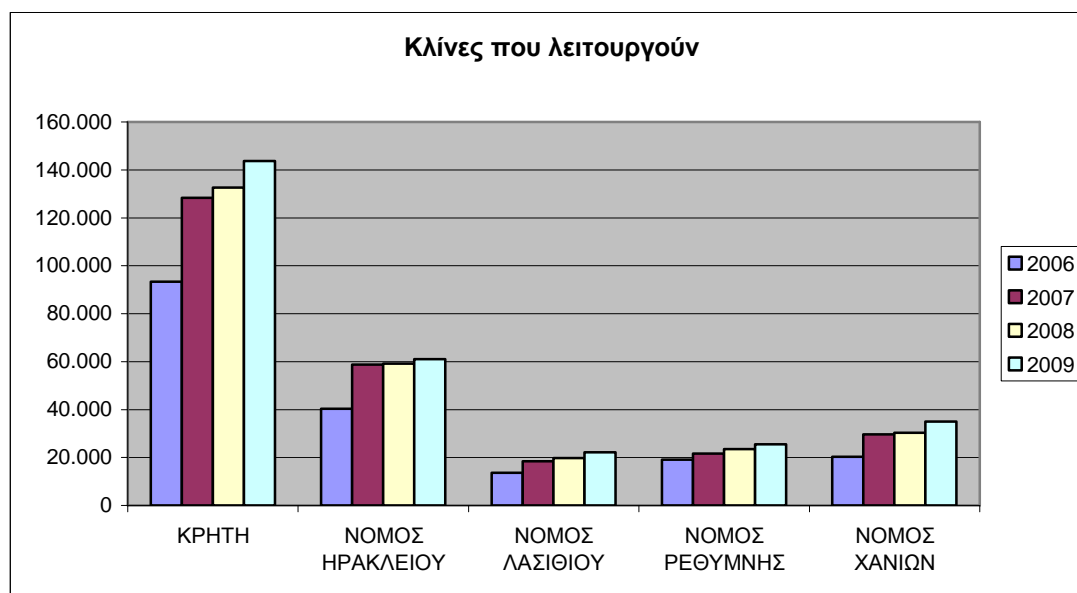
Όπως προκύπτει από τα στοιχεία για την τελευταία τετραετία, παρουσιάζεται αύξηση των κλινών που λειτουργούν τόσο στο σύνολο του νησιού όσο και για κάθε νομό ξεχωριστά. Ειδικά για το νομό του Ηρακλείου, η σημαντικότερη αύξηση εμφανίστηκε κατά το έτος 2007, ενώ για τα επόμενα έτη υπήρξε σταθεροποιητική τάση του αριθμού των κλινών.

Αναλυτικά η εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού στην Κρήτη για τα έτη 2006-2009 παρουσιάζονται στον πίνακα και στο διάγραμμα που ακολουθούν (Πίνακας 1.1).

Πίνακας 1.1 Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού 2006-2009
(κλίνες που λειτουργούν).

	2006	2007	2008	2009
ΚΡΗΤΗ	93.384	128.385	132.641	143.654
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	40.276	58.758	59.123	61.015
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	13.633	18.436	19.721	22.164
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	19.128	21.587	23.457	25.499
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	20.347	29.604	30.340	34.976

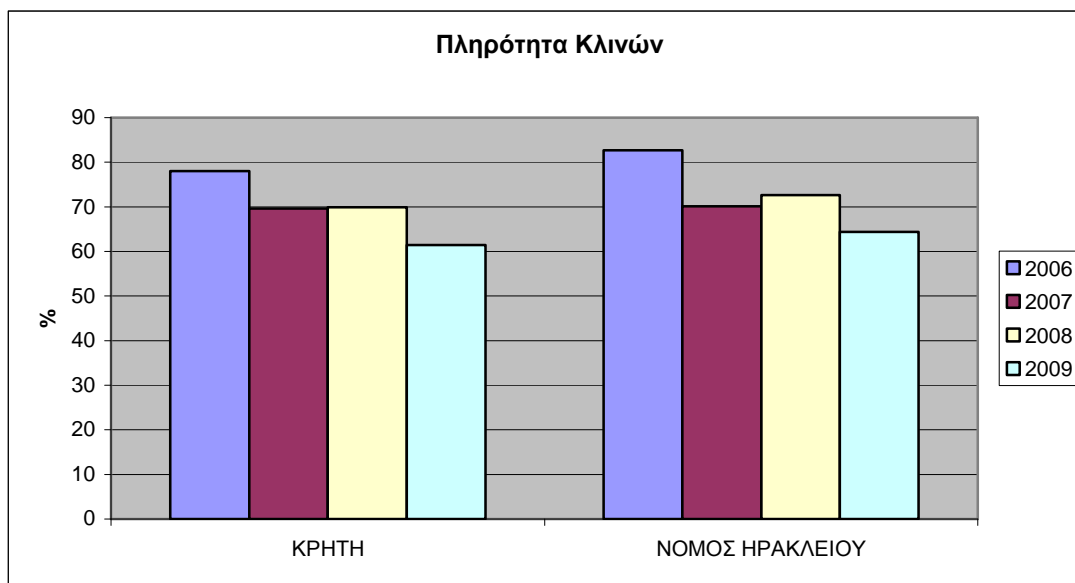
Διάγραμμα 1.2 Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού 2006-2009.



ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Αντιθέτως, σε ότι αφορά την πληρότητα των κλινών, παρουσιάζεται μικρή πτώση τόσο για την Κρήτη συνολικά, όσο και για το νομό Ηρακλείου. Η πτώση αυτή είναι της τάξεως του 20% σε επίπεδο τετραετίας ενώ για την περίοδο 2008-2009 της τάξεως του 10% (Διάγραμμα 1.2).

Διάγραμμα 1.3 Πληρότητα κλινών (2006-2009)



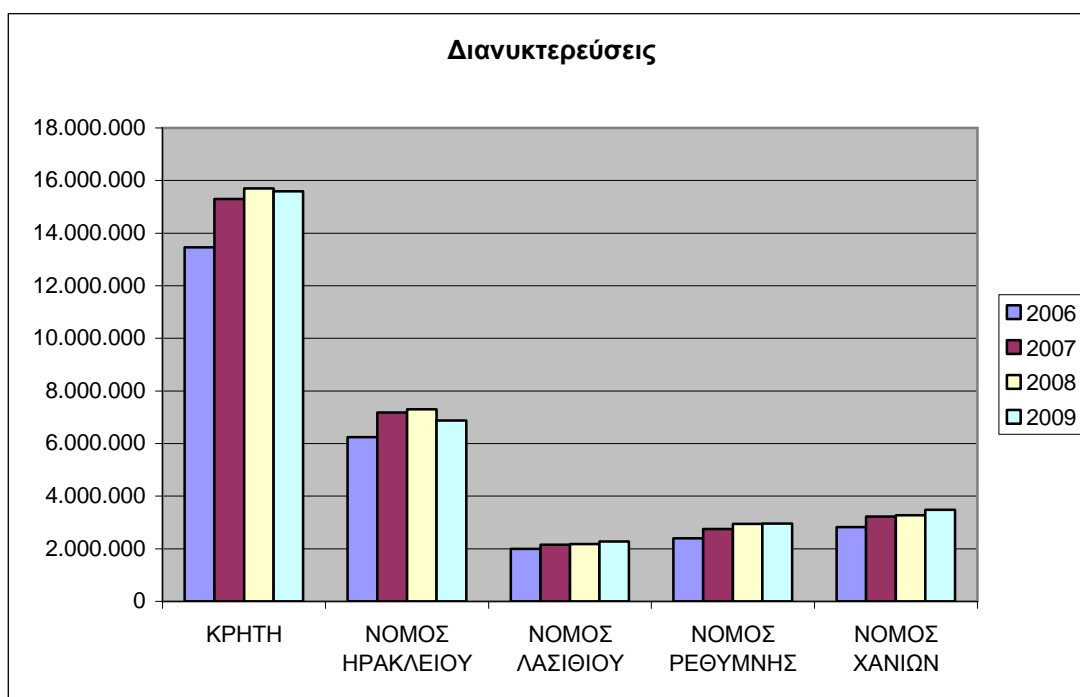
ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Όσον αφορά στον αριθμό των συνολικών διανυκτερεύσεων στα τουριστικά καταλύματα της Χωρικής Ενότητας, οι διανυκτερεύσεις του 2006 σε σχέση με του 2009 εμφανίζουν αύξηση της τάξης του 10%. Εντούτοις, κατά το διάστημα 2008-2009 παρουσιάστηκε μικρή πτώση του αριθμού των διανυκτερεύσεων στην Κρήτη και στο νομό Ηρακλείου ειδικότερα. Για τους υπόλοιπους νομούς της περιφέρειας η πορεία των διανυκτερεύσεων ακολούθησε σταθερούς ρυθμούς (Πίνακας 1.2, Διάγραμμα 1.3).

Πίνακας 1.2 Εξέλιξη διανυκτερεύσεων 2006-2009

	2006	2007	2008	2009
ΚΡΗΤΗ	13.459.538	15.303.232	15.700.939	15.594.281
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	6.247.331	7.175.672	7.302.361	6.876.058
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	1.990.949	2.149.696	2.176.491	2.281.625
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	2.401.787	2.752.309	2.948.409	2.955.478
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	2.819.471	3.225.555	3.273.678	3.481.120

Διάγραμμα 1.4 Εξέλιξη διανυκτερεύσεων 2006-2009

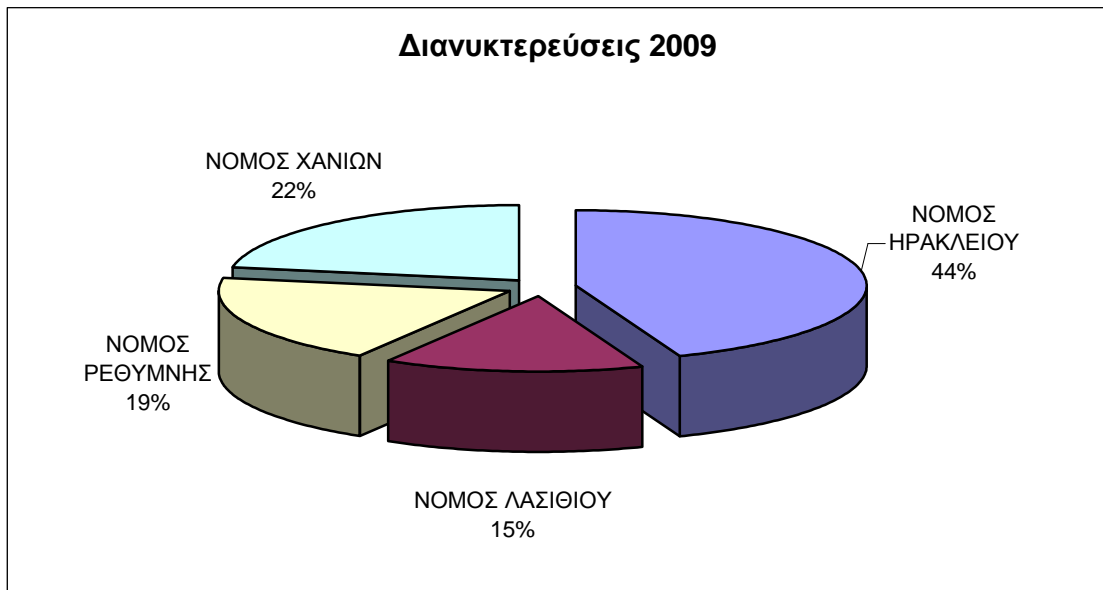


ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Στο ακόλουθο διάγραμμα παρατηρείται ότι ο νομός Ηρακλείου παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό διανυκτερεύσεων, το οποίο φτάνει στο 44% των διανυκτερεύσεων στο νησί για το 2009. Ακολουθεί ο νομός Χανίων με ποσοστό 22% (Διάγραμμα 1.4).

Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στη χωρική ενότητα αντιπροσωπεύουν περίπου τα 2/3 των συνολικών διανυκτερεύσεων της χώρας, γεγονός που από τη μία πλευρά φανερώνει την έντονη εξωστρέφεια του τουρισμού στη χωρική ενότητα, ενώ από την άλλη περιορίζει την τουριστική περίοδο σε λίγους μήνες, προδιαγράφοντας το τουριστικό πρότυπο σε εκείνο των «οργανωμένων διακοπών».

Διάγραμμα 1.5: Ποσοστό Διανυκτερεύσεων ανά νομό (2009)

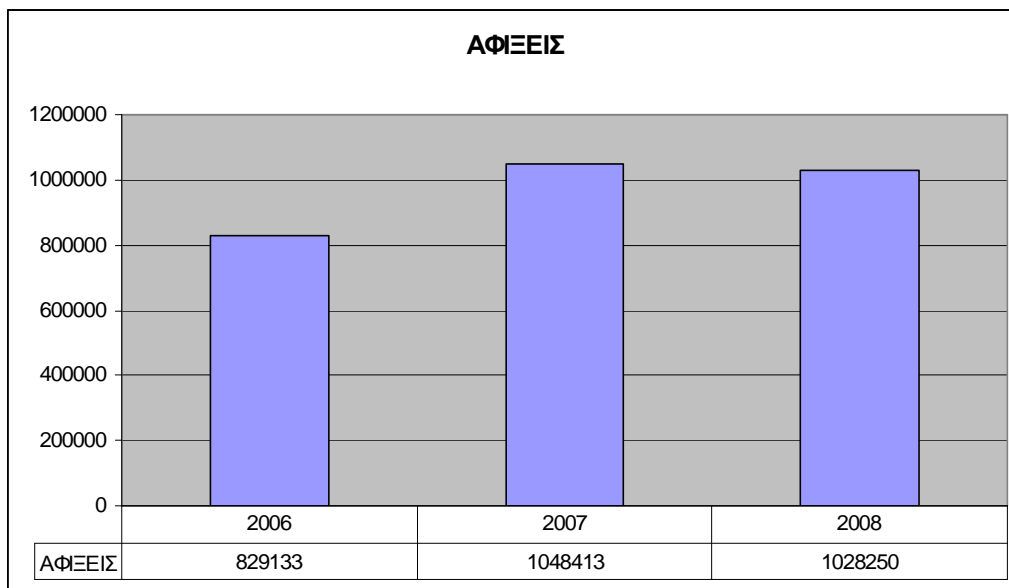


ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Τέλος, αναφορικά με τις αφίξεις στη Χωρική Ενότητα «Κρήτης – Νήσων Αιγαίου» αυτές συνολικά αντιπροσωπεύουν το 29% (2005) σε σύνολο αφίξεων Ελλάδος.

Αναλυτικά η εξέλιξη των αφίξεων για το νομό Ηρακλείου για τα έτη 2006-2008 παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 1.6: Αφίξεις νομού Ηρακλείου για τα έτη 2006-2008



ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

1.1.4 Τυπολογία της τουριστικής ανάπτυξης για την Περιφέρεια της Κρήτης

Σύμφωνα με έρευνα πεδίου για τον εισερχόμενο τουρισμό και το τουριστικό προϊόν της Κρήτης σε συνδυασμό με τη μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Κρήτης (Οκτώβριος 2003, ΕΟΤ) καταδεικνύονται τα ακόλουθα:

Θετική εικόνα του Κρητικού τουριστικού προϊόντος

Η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός κυρίως για την ιστορία, τα μνημεία, τον πολιτισμό, τη θάλασσα και τις ακρογιαλιές της. Η εικόνα που έχει διαμορφωθεί για το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας είναι ιδιαίτερας θετικής και αυτό υπογραμμίζεται από διάφορα στοιχεία όπως: α) θεωρείται ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός β) χαρακτηρίζεται από υψηλό αίσθημα φιλοξενίας και γ) θεωρείται ότι έχει “ταυτότητα” και είναι “Ξεχωριστή”. Αυτό συνεπώς που πρέπει να επιδιωχθεί είναι η προώθηση της ποιοτικής διάστασης και της διαφορετικότητας του τουρισμού της Κρήτης και να προβληθεί η άριστη ποιότητα και η ανταγωνιστική τιμή του (value for money).

Αξιοποίηση αναδυόμενων αγορών

Τα ανεκμετάλλετα τμήματα της ευρωπαϊκής και αμερικανικής αγοράς, αλλά και νέες αγορές όπως της Κίνας και των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης, μπορούν να αποδώσουν σημαντική πρόσθετη τουριστική κίνηση. Προς την κατεύθυνση αυτή είναι αναγκαία η ανάπτυξη μιας συνεχούς και σοβαρής προσπάθειας μέσω ενός αποτελεσματικού μεσομακροπρόθεσμου Σχεδίου Μάρκετινγκ. Αρωγός σε αυτή την προσπάθεια είναι διάφορα ευνοϊκά για το νησί στοιχεία όπως: η γεωγραφική θέση, η οικονομική ανάπτυξη των χωρών αυτών καθώς και το γεγονός ότι γενικότερα η Ελλάδα φαίνεται να εξασκεί μια μέσου επιπέδου έλξη στα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα αυτών των αγορών.

Δυνατότητες ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού

Η Κρήτη διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όπως πλούσιο και σε πολλές περιπτώσεις άθικτο φυσικό περιβάλλον, άριστο κλίμα, αξιόλογους πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους, ποιοτικά τοπικά προϊόντα, τοπική

παράδοση κλπ, τα οποία αποτελούν το θεμέλιο λίθο και τα απαιτούμενα συστατικά στοιχεία για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού (αθλητικός, φυσιολατρικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός κ.α.) ο οποίος διεθνώς σημειώνει έντονη ζήτηση. Η προώθηση του θεματικού τουρισμού πρέπει να αποτελέσει πρώτη προτεραιότητα αφού θα συμβάλει στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του, στην ανάδειξη και ανάπτυξη αναξιοποίητων αλλά με λανθάνουσα (τουριστική) δυναμική περιοχών της Κρητικής ενδοχώρας, λειτουργώντας ανασχετικά στις τάσεις εγκατάλειψής της και συμβάλλοντας στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Προώθηση διατροφής και γαστρονομίας ως “νέο τουριστικό προϊόν”

Τουριστικό προϊόν με υψηλή προστιθέμενη αξία, η γαστρονομία αποκτάει ολοένα και μεγαλύτερη θέση στη διεθνή τουριστική αγορά. Τα Κρητικά προϊόντα και η Κρητική κουζίνα διεκδικούν σημαντικό μερίδιο σε αυτήν, λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής τους ποιότητας και των ευεργετικών επιδράσεων στην ανθρώπινη υγεία. Προϊόντα όπως το λάδι, το κρασί, το μέλι, τα γαλακτοκομικά, κτλ., αλλά και οι μοναδικές γεύσεις της Κρητικής Κουζίνας ανταποκρίνονται στο συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον της διεθνούς Κοινότητας που αναζητά εκτός των άλλων την ποιότητα των τροφίμων και την ιδιαιτερότητα της τοπικής γαστρονομίας. Έτσι ο συνδυασμός αυτός μπορεί να αποτελέσει ένα νέο προϊόν για την Κρήτη με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα τόσο για τον τουρισμό, όσο και για την τοπική παραγωγή.

Τάσεις αύξησης του εγχώριου τουρισμού

Αποτελεί σημαντική εξέλιξη διότι, εκτός των άλλων, ο εγχώριος τουρισμός (μαθητικός, εκπαιδευτικός, τρίτης ηλικίας, οικογενειακός) καταναλώνει περισσότερο κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Ο εγχώριος τουρισμός στην Κρήτη έχει τα περιθώρια να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια διότι: (α) το 95,5% των Ελλήνων παραμένει στη χώρα μας για διακοπές (β) 8 στους 10 Έλληνες προτιμούν διακοπές του ήλιου και της θάλασσας, (γ) το έτος 2000 το 15,2% των αφίξεων στην Κρήτη ήταν ημεδαποί ενώ στην Ελλάδα 1 στους 4 είναι Έλληνες επισκέπτες.

Αυξανόμενη σημασία των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό

Πάγιο αίτημα της εθνικής και κοινοτικής πολιτικής και στρατηγικής η υλοποίηση καινοτόμων δράσεων που βρίσκει απάντηση, εκτός των άλλων, στη διασύνδεση του τουρισμού με τις νέες τεχνολογίες. Η Περιφέρεια Κρήτης διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω της ύπαρξης σπουδαίων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων και υποδομών (ΙΤΕ, Τεχνολογικό Πάρκο, Πανεπιστήμιο, Πολυτεχνείο, ΤΕΙ), τα οποία ήδη έχουν να επιδείξουν σπουδαίο έργο στον τομέα του τουρισμού: πληροφοριακά συστήματα για τον τουρισμό, ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων, πρωτοποριακές δράσεις στον τομέα της υγείας που συνδέονται με τον τουρισμό, ηλεκτρονική προβολή κ.λπ.

(Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Χωρικής Ενότητας Κρήτης – Νήσων Αιγαίου 2007-2013).

1.2 Εκδηλώσεις

1.2.1 Ορισμός εκδηλώσεων

Οι άνθρωποι επιθυμούν πάντα την συμμετοχή τους σε διαφόρων ειδών εκδηλώσεις, ανεξάρτητα από την πολιτιστική, θρησκευτική, κοινωνική ή οικονομική τους ταυτότητα. Οι λόγοι που οι άνθρωποι συνηθίζουν να συγκεντρώνονται και να οργανώνουν εκδηλώσεις μπορεί να είναι για να γιορτάσουν κάποιο γεγονός, να τιμήσουν κάποιον, να θυμηθούν, να αναβιώσουν, να κοινωνικοποιηθούν, να εκθέσουν τη δουλειά τους, να ανταλλάξουν απόψεις σε επαγγελματικά θέματα ή και για θρησκευτικούς λόγους.

Αυτό που χαρακτηρίζει στο σύνολό τους τις εκδηλώσεις είναι, ότι πρόκειται για γεγονότα που έχουν πάντα ομαδικό χαρακτήρα και περιορισμένη διάρκεια. Μπορεί να διαφέρουν σε μέγεθος και σε αντίκτυπο και να είναι διαφορετική η αιτιολογία για την οργάνωσή τους, παρ' όλα αυτά έχουν σύντομη διάρκεια. Στο μικρό αυτό χρονικό διάστημα που διαρκούν επιδιώκουν να συμπεριλάβουν το σύνολο των εμπειριών και γεγονότων μιας εκδήλωσης.

Υπάρχουν διάφοροι τύποι εκδηλώσεων, ανάλογα και με το μέγεθος τους. Τα Ειδικά Γεγονότα (Special Events) λαμβάνουν χώρα μία φορά ή συμβαίνουν σπάνια. Τα Ειδικά Γεγονότα μπορεί να περιλαμβάνουν Μεγάλα γεγονότα (mega events) ή γεγονότα χαρακτηριστικά μιας περιοχής (hallmark events). Τα Μεγάλα γεγονότα μπορεί να επηρεάσουν ολόκληρες κοινότητες, χώρες ή ηπείρους και συχνά απαιτούν εκτεταμένους οικονομικούς ή ανθρώπινους πόρους. Τα γεγονότα που είναι χαρακτηριστικά μιας περιοχής, μπορεί να πραγματοποιούνται μία φορά ή να επαναλαμβάνονται. Επίσης υπάρχουν και οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στα πλαίσια μιας κοινότητας, τα οποία συχνά αναφέρονται και ως Τοπικά Γεγονότα (Local events). Είναι και αυτά περιορισμένης διάρκειας, αλλά οργανώνονται πιο συχνά από τα Ειδικά Γεγονότα. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001, D.Getz 2008)**

Στον Πίνακα 1.3 συνοψίζονται τα βασικά χαρακτηριστικά των Ειδικών και Τοπικών Γεγονότων με κάποια παραδείγματα από το Νομό Ηρακλείου. Η 10η επέτειος της Γιορτής του Καρπουζιού που γίνεται στο Χάρακα του Νομού Ηρακλείου κατά την περίοδο του καλοκαιριού είναι πλέον θεσμός. Ρακί και γλυκό καρπούζι φτιαγμένο από τον ίδιο τον πρόεδρο του συλλόγου, προσφέρονται άφθονα στους παρευρισκομένους. **(Πολιτιστικός Σύλλογος Χάρακας «Ο ΑΓΙΟΣ ΠΑΝΤΕΛΗΜΩΝ», www.harakas.gr)**. Γύρω στα μέσα του Ιουλίου γίνεται η Γιορτή του Αγγειοπλάστη. Η οποία όμως συνοδεύεται από άλλες γιορτές θρησκευτικού περιεχομένου, όπως το προσκύνημα της Αγίας Μαρίνας στη Βόνη. (www.e-thrapsano.gr). Επιπλέον, η καθιερωμένη Γιορτή Κρασιού Δαφνών διοργανώνεται για 34η χρονιά. Είναι μια γιορτή που ξεκίνησε το 1976 και από τότε μέχρι σήμερα πραγματοποιείται ανελλιπώς στην πλατεία του χωριού.(Πολιτιστικός Σύλλογος Δαφνών).

Επίσης θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τα γεγονότα με βάση το είδος τους: **(D.Getz 2008),**

- Πολιτιστικά: φεστιβάλ, καρναβάλια, θρησκευτικοί εορτασμοί, εορτασμοί επετείων
- Πολιτικά: διασκέψεις, πολιτικά γεγονότα, επισκέψεις επισήμων
- Τέχνη και ψυχαγωγία: τελετές απονομής βραβείων, κονσέρτα
- Επαγγελματικά: συνέδρια, συναντήσεις, εμπορικές εκθέσεις
- Εκπαιδευτικά και επιστημονικά: συνέδρια, σεμινάρια

- Αθλητικά: επαγγελματικά και ερασιτεχνικά
- Ιδιωτικά: γάμοι, πάρτυ, κοινωνικές εκδηλώσεις

Πίνακας 1.3 : Βασικά χαρακτηριστικά Ειδικών και Τοπικών Γεγονότων

Είδος	Χαρακτηριστικά	Παράδειγμα
Mega	<ul style="list-style-type: none"> •Επηρεάζουν κοινότητες, χώρες ή ηπείρους •Περιορισμένη διάρκεια •Σημαντικούς πόρους 	<ul style="list-style-type: none"> • Ολυμπιακοί Αγώνες 2004
Hallmark	<ul style="list-style-type: none"> •Εκτεταμένα σε μέγεθος και κλίμακα •Σημαντικά για μία κοινότητα ή περιοχή •Μία φορά ή επαναλαμβανόμενα •Περιορισμένη διάρκεια •Πρωθούν την ελκυστικότητα και την κερδοφορία ένας προορισμού με τη στενή έννοια 	<ul style="list-style-type: none"> • Γιορτή Κρασιού Δαφνών
Local	<ul style="list-style-type: none"> •Περιορισμένης έκτασης και διάρκειας •Συχνότερα από τα Ειδικά Γεγονότα •Εξυμνούν χαρακτηριστικά του τρόπου ζωής και των εθίμων μιας περιοχής 	<ul style="list-style-type: none"> • Γιορτή Καρπουζιού • Γιορτή Αγγειοπλάστη

1.2.2 Οι λόγοι που οδηγούν στην οργάνωση εκδηλώσεων

Υπάρχουν πολλοί λόγοι που οδηγούν στην οργάνωση εκδηλώσεων. Αυτοί μπορεί να οφείλονται σε κοινωνικά, πολιτικά, πολιτιστικά, οικονομικά ή περιβαλλοντικά κίνητρα. Μερικοί σημαντικοί λόγοι για την οργάνωση των εκδηλώσεων είναι:

- Εορτασμός
- Προσέλκυση εσόδων
- Διασκέδαση ή κοινωνικοποίηση
- Φυσικοί πόροι
- Γεωργία
- Τουρισμός
- Πολιτισμός
- Εκπαίδευση

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τη διοργάνωση εκδηλώσεων είναι η επίτευξη εσόδων. Εκδηλώσεις οι οποίες προσελκύουν συμμετέχοντες μπορούν στη συνέχεια να δημιουργήσουν και επιπλέον οικονομικά οφέλη για την τοπική κοινωνία. Η αύξηση των εξόδων των επισκεπτών, η παράταση της διαμονής, η είσπραξη φόρων και η δημιουργία επιπλέον θέσεων εργασίας είναι μερικά από αυτά τα οφέλη.

Ένας ισχυρός λόγος για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων είναι επίσης ο εορτασμός των εθίμων, της ιδιαίτερης κουλτούρας και του τρόπος ζωής μίας τοπικής κοινωνίας. Μέσω των εκδηλώσεων αυτών ενισχύονται οι δεσμοί μεταξύ των μελών της τοπικής κοινωνίας καθώς και το αίσθημα περηφάνιας. Οι εκδηλώσεις παρέχουν τόσο κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη όσο και ψυχολογικές εμπειρίες, που τελικά μπορεί να αποτελούν την κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξή τους.

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά μιας περιοχής, όπως η γεωργία, η τέχνη, τα αθλήματα, το φυσικό περιβάλλον κ.α., είναι παραδείγματα εορτασμού και οργάνωσης εκδηλώσεων για μία κοινωνία. Επιπλέον, μέσω των εκδηλώσεων μπορεί να επιδιώκεται η εκπαίδευση ή διαφορετικά η μύηση των συμμετεχόντων και παράλληλα να προωθείται η κουλτούρα, η κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001)**

Ένα άλλο είδος εκδηλώσεων είναι ο συνεδριακός εκθεσιακός τουρισμός που περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες.

1.2.3 Οι επιπτώσεις από την οργάνωση των εκδηλώσεων

Οι επιπτώσεις των εκδηλώσεων στην τοπική κοινωνία μπορεί να είναι:

- κοινωνικές
- πολιτιστικές
- πολιτικές
- οικονομικές
- επιπτώσεις στο φυσικό και αστικό περιβάλλον και τον άνθρωπο
- επιπτώσεις στον τουρισμό

Μία σημαντική ευθύνη των διοργανωτών είναι να εντοπίσουν και να αξιολογήσουν τις επιπτώσεις των εκδηλώσεων για το περιβάλλον και την τοπική κοινωνία, με στόχο να μειώσουν το αρνητικό κόστος και να αυξήσουν τα θετικά αποτελέσματα.

Το αντίκτυπο από την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης δεν είναι το ίδιο για όλα τα μέλη της τοπικής κοινωνίας. Οι διοργανωτές και οι χορηγοί συχνά επωφελούνται οικονομικά περισσότερο από άλλες ομάδες στην κοινότητα. Αντίθετα, οι κάτοικοι μιας περιοχής, ειδικά όσοι δεν έχουν ενδιαφέρον για το γεγονός, ενδέχεται να ενοχληθούν αισθητά από την κοινωνική αναταραχή που συνεπάγεται η οργάνωση μιας εκδήλωσης (π.χ. έλλειψη πάρκινγκ, αυξημένη κίνηση στους δρόμους και την αγορά, σκουπίδια κτλ).

Οικονομικές επιπτώσεις

Συχνά η επιτυχία μιας εκδήλωσης μετρείται με βάση το κέρδος που αποφέρει στους διοργανωτές και τους χορηγούς καθώς και στην τοπική κοινωνία. Έτσι είναι δεδομένο ότι η βιωσιμότητα μιας εκδήλωσης καθώς και η πιθανότητα επέκτασής της στο μέλλον εξαρτάται από τα οικονομικά οφέλη που προσφέρει.

Σημαντικό κομμάτι στη διοργάνωση των εκδηλώσεων επικεντρώνεται στην προσέλκυση των επισκεπτών/συμμετεχόντων, το οποίο συνεπάγεται επιπλέον οικονομικά κέρδη για την τοπική κοινωνία. Καθώς οι επισκέπτες ξοδεύουν χρήματα σε μια περιοχή, τα έξοδα αυτά δημιουργούν μία σειρά επιπλέον οικονομικών κερδών που περιλαμβάνουν:

- έσοδα για τους διοργανωτές και τις τοπικές επιχειρήσεις
- απασχόληση και μισθούς για τους ντόπιους
- ανάπτυξη επιχειρήσεων
- επενδυτικές ευκαιρίες
- έσοδα για το κράτος
- ανάπτυξη της περιοχής κ.α.

Ωστόσο μπορεί να υπάρχουν και αρνητικές πλευρές από την διοργάνωση μιας εκδήλωσης. Ενδέχεται οι τοπικές κοινωνίες να πρέπει να προσαρμοστούν με τις νέες αυξημένες τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών, τις οποίες οι επισκέπτες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν.

Επιπλέον, κακή διαχείριση των πόρων (ανθρώπινων και οικονομικών) κατά την οργάνωση μιας εκδηλώσεως μπορεί να οδηγήσει σε ένα μέτριο ή κακό αποτέλεσμα και συνεπώς σε περιορισμένα οικονομικά κέρδη.

Επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον

Η πραγματοποίηση εκδηλώσεων είναι πιθανό να επιφέρει αλλοιώσεις στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής. Αυτό μπορεί να σημαίνει:

- καταστροφή της χλωρίδας και πανίδας της περιοχής
- μόλυνσης των υδάτων και του εδάφους
- αλλαγή των χρήσεων γης στην περιοχή
- ατμοσφαιρική ρύπανση
- μείωση των χώρων αναψυχής των ντόπιων
- αλλοίωση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Οι αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον μπορούν να περιοριστούν αν οι εκδηλώσεις διοργανώνονται σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους για τη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού ατόμων, όπως τα στάδια και οι χώροι διασκέδασης. Επίσης, αυτό θα πρέπει να συνδυαστεί με αποδοτικό σχεδιασμό και διαχείριση της κινητικότητας των μεγάλων ομάδων, όπως και με τη διαχείριση των παραγόμενων αποβλήτων από τέτοια γεγονότα.

Οι εκδηλώσεις όμως μπορούν να έχουν και θετικές επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη καλύτερων περιβαλλοντικών μεθόδων και περιβαλλοντικών προτύπων που εισάγουν πρακτικές όπως η ανακύκλωση, η αποτελεσματική διαχείριση των στερεών αποβλήτων και η διαχείριση του πλήθους. Είναι σημαντικό επίσης, ότι οι εκδηλώσεις παρέχουν τη δυνατότητα για ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση γύρω από τα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Επιπτώσεις στο αστικό περιβάλλον

Η οργάνωση εκδηλώσεων μπορεί να αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα στην βελτίωση των υποδομών μιας περιοχής, όπως το οδικό δίκτυο και οι μεταφορές. Η αναβάθμιση των πάρκων αναψυχής, των χώρων πρασίνου και

ξεκούρασης, οι χώροι για παιδιά ενισχύουν επίσης την αισθητική του τοπίου και ανεβάζουν την αξία μιας περιοχής.

Μπορεί όμως ταυτόχρονα να υπάρχουν και απώλειες από την παραπάνω ανάπτυξη σε μία περιοχή, όπως είναι η αναστάτωση του τρόπου ζωής των κατοίκων, οι οποίοι συχνά χάνουν τις ιδιοκτησίες τους και αναγκάζονται να μετακινηθούν.

Πολιτιστικές επιπτώσεις

Οι εκδηλώσεις έχουν σαν πρωταρχική έννοια τον εορτασμό. Η δημιουργικότητα, οι πολιτιστικές ιδιαιτερότητες, οι τοπικές δυνατότητες, τα ήθη και τα έθιμα αποτελούν δομικά στοιχεία του εορτασμού. Με αυτό τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα ανακάλυψης άλλων πολιτισμών και εθίμων και ενθαρρύνεται έτσι η κατανόηση στη διαφορετικότητα των ανθρώπων καθώς και η διατήρηση και αναβίωση μοναδικών πολιτισμών.

Η κακή διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να οδηγήσει στην διακωμώδηση της. Αυτό συμβαίνει όταν οι δραστηριότητες μιας κοινωνίας, αλλάζουν ώστε να ικανοποιούν τις προσδοκίες των επισκεπτών/τουριστών. Ο σωστός σχεδιασμός και η οργάνωση των εκδηλώσεων είναι απαραίτητα για την αποφυγή τέτοιων ενδεχομένων. Σε κάθε περίπτωση η διατήρηση της πολιτιστικής ακεραιότητας πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα έναντι στην επίτευξη κέρδους και την ικανοποίηση των επισκεπτών.

Κοινωνικές επιπτώσεις

Οι θετικές κοινωνικές επιπτώσεις περιλαμβάνουν:

- δυνατότητες για χαλάρωση και ψυχαγωγία
- διεύρυνση των γνώσεων και ανταλλαγή ιδεολογιών και ικανοτήτων
- ενθάρρυνση την ομαδικής συμμετοχής
- βελτίωση της ποιότητας ζωής

Ωστόσο, αν ο σχεδιασμός των εκδηλώσεων δεν γίνει με γνώμονα την τοπική κοινωνία μπορεί να υπάρξουν και αρνητικές επιπτώσεις όπως:

- ενόχληση στις καθημερινές δραστηριότητες των ντόπιων
- αυξημένη κίνηση
- θόρυβος και απορρίμματα

- αύξηση εγκληματικότητας
- εξώθηση στην μετοίκηση των κατοίκων

Πολιτικές επιπτώσεις

Οι εκδηλώσεις μπορούν να έχουν σκοπό να εισάγουν νέες πολιτικές απόψεις, να διαμορφώσουν την υπάρχουσα νοοτροπία και να καθιερώσουν διαφορετικά κοινωνικά πρότυπα. Πολλές φορές επίσης οι εκδηλώσεις χρησιμοποιούνται από τους πολιτικούς για να αυξήσουν το κύρος μιας περιοχής. Αυτό όμως μπορεί να οδηγήσει και στον περιορισμένο έλεγχο των πόρων που διαθέτει μια κοινωνία. Η διοργάνωση μιας μεγάλης εκδήλωσης σε μία περιοχή μπορεί να συνεπάγεται την καταστροφή χώρων πρασίνου για να κατασκευαστούν εγκαταστάσεις.

Επιπτώσεις στον τουρισμό

Η διοργάνωση εκδηλώσεων προσφέρει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για ένα προορισμό και προωθεί την προσέλκυση επισκεπτών. Οι εκδηλώσεις μπορεί να είναι αντικείμενο της διαφήμισης μιας περιοχής, να συμπεριλαμβάνεται σε φυλλάδια και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Αυτό συνεπάγεται αύξηση της επισκεψιμότητας, των διανυκτερεύσεων και φυσικά των εσόδων που προκύπτουν. Η ανάπτυξη των εκδηλώσεων σε μία περιοχή μπορεί επίσης να περιορίσει το πρόβλημα της εποχικότητας που εμφανίζεται συνήθως στους ταξιδιωτικούς προορισμούς. Ιδιαίτερα ελκυστικά είναι τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν, καθώς και άλλες θετικές επιπτώσεις τόσο για τους φορείς, τις τοπικές κοινωνίες και το ευρύτερο κοινό. Ωστόσο μπορεί να υπάρχουν και αρνητικές επιπτώσεις που επηρεάζουν το φυσικό και αστικό περιβάλλον και τις κοινωνικές δομές. Γι' αυτό είναι απαραίτητο ο σχεδιασμός των εκδηλώσεων να περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αξιολόγηση όλων των θετικών και αρνητικών παραμέτρων που προκύπτουν. Η οργάνωση μιας εκδήλωσης παραμένει βιώσιμη όταν προσφέρει οφέλη σε όλες τις ομάδες της κοινωνίας. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001, D.Getz 2008)**

1.3 Η σχέση εκδηλώσεων και τουρισμού

1.3.1 Οι λόγοι που οδηγούν στη συμμετοχή των τουριστών στις εκδηλώσεις

Τα διάφορα γεγονότα που οργανώνονται, όπως περιγράφηκαν παραπάνω, μπορεί να προσφέρουν πολλές δυνατότητες και εμπειρίες. Η χαλάρωση, η ξεκούραση, η ψυχαγωγία και η κοινωνικοποίηση είναι μερικά βασικά κίνητρα για την συμμετοχή των ανθρώπων στις εκδηλώσεις. Επίσης, η δυνατότητα να συμμετέχει κάποιος σε ιδιαίτερες δραστηριότητες, όπως είναι τα τοπικά έθιμα της κάθε περιοχής ή ένα σημαντικό αθλητικό ή πολιτιστικό γεγονός αποτελεί εξίσου σημαντικό κίνητρο.

Αν και η *ξεκούραση* αποτελεί μία υποκειμενική κατάσταση για κάθε άνθρωπο, αφού ο καθένας μπορεί να την επιτυγχάνει με διαφορετικό τρόπο, ωστόσο η επιθυμία για ξεκούραση και χαλάρωση αποτελεί μία από τους κυριότερες αιτίες συμμετοχής σε εκδηλώσεις για το σύνολο των ανθρώπων. Επιπλέον, μέσα από την παρακολούθηση μιας εκδήλωσης δίνεται η δυνατότητα για *απόδραση* από την καθημερινή ρουτίνα και την πίεση.

Ένας ακόμα παράγοντας που καθιστά τις εκδηλώσεις ελκυστικές είναι η δυνατότητα της *παρατήρησης* και *συμμετοχής* στον τρόπο ζωής άλλων κοινωνιών. Οι ιδιαιτερότητες στην κουλτούρα, τα έθιμα, οι εργασίες ή το περιβάλλον είναι στοιχεία που ενισχύουν τη ανάπτυξη εκδηλώσεων. Για ένα σύντομο χρονικό διάστημα, οι συμμετέχοντες γίνονται μέρος αυτής της κουλτούρας και της κοινωνίας. Κάνουν ότι και οι ντόπιοι, ευχάριστα, χωρίς να εμπλακούν πολύ και με περιορισμένη ευθύνη. Ταυτόχρονα όμως οι συμμετέχοντες υποστηρίζουν με αυτό τον τρόπο τις αξίες, τα ήθη και τα έθιμα της τοπικής κοινωνίας.

Η *κοινωνικοποίηση* αποτελεί σίγουρα ανθρώπινη ανάγκη. Έτσι πολλές φορές οι συμμετέχοντες σε μία εκδήλωση επιδιώκουν να γίνουν μέλη μιας ομάδας, να ενισχύσουν τους οικογενειακούς δεσμούς, να συναναστραφούν με φίλους, να επεκτείνουν τις κοινωνικές επαφές τους και εν τέλει να βρεθούν με άλλους ανθρώπους και να διασκεδάσουν.

Η δυνατότητα της *εκπαίδευσης* είναι κι αυτό ένα κίνητρο για τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις. Μπορεί να πρόκειται για την ευαισθητοποίηση και κατανόηση

διαφορετικών πολιτισμών ή για την ανάπτυξη νέων ικανοτήτων και ανταλλαγή επιστημονικών απόψεων.

Η νοσταλγία αποτελεί επίσης συχνά τον κορμό μιας εκδήλωσης. Ο εορτασμός ή η αναβίωση γεγονότων του παρελθόντος ενισχύει τους δεσμούς της κοινωνίας και συνδέει τον παλιό με το σύγχρονο τρόπο ζωής. Ένα άλλο συναίσθημα που χαρακτηρίζει τις εκδηλώσεις είναι η μοναδική ατμόσφαιρα της *ομαδικής συμμετοχής*. Αν και είναι δύσκολο να περιγραφεί είναι απαραίτητο συστατικό για την επιτυχία μιας εκδήλωσης.

Η συμμετοχή στις εκδηλώσεις μπορεί να οφείλεται σε οποιονδήποτε ή σε όλους τους παραπάνω λόγους. Λαμβάνοντας υπόψη το εύρος των διαφορετικών γεγονότων που μπορούν να οργανωθούν και το σκοπό που μπορεί να εξυπηρετούν, μπορεί με ασφάλεια να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι οι συμμετέχοντες σε μία εκδήλωση δεν μπορεί παρά να είναι ένα ετερογενές μίγμα. Η κάθε εκδήλωση συγκεντρώνει διαφορετικές ομάδες ανθρώπων που σκοπό έχουν να ικανοποιήσουν άλλες προσωπικές ανάγκες. Βασικός στόχος των διοργανωτών είναι να αντιληφθούν αυτές τις ανάγκες και να προσπαθήσουν να τις ικανοποιήσουν. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001)**

1.3.2 Η σχέση εκδηλώσεων και τουρισμού

Οι εκδηλώσεις είναι σήμερα αναπόσπαστο μέρος της βιομηχανίας του τουρισμού κι αυτό γιατί αποτελούν ισχυρό κίνητρο για τουρισμό και ταυτόχρονα σημαντικό μέσο προώθησης και ανάδειξης ενός προορισμού. Οι εκδηλώσεις παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και προσελκύουν τους επισκέπτες, γιατί χρησιμοποιούν πρωτότυπα θέματα από την ιδιαίτερη κουλτούρα και την ιστορία της κάθε περιοχής, ενώ αναπτύσσουν και οργανώνουν διάφορες δραστηριότητες. Με αυτό τον τρόπο καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών των τουριστών και είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001, D.Getz 2008)**

Τα χαρακτηριστικά που κάνουν τις εκδηλώσεις ελκυστικές στους επισκέπτες μιας περιοχής μπορεί να είναι:

- ικανοποίηση διαφορετικών αναγκών όπως ο τουρισμός, η ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας, αστική ανάπτυξη, πολιτιστική ευαισθητοποίηση
- ικανοποίηση βασικών αναγκών όπως διαπροσωπικές και ψυχολογικές ανάγκες σε συνδυασμό με ξεκούραση και περιήγηση
- το πνεύμα του εορτασμού όπου οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα να μοιραστούν αξίες, να ενταχθούν σε μια ομάδα και να ψυχαγωγηθούν
- η μοναδικότητα κάθε εκδήλωσης, όπου δημιουργεί στους συμμετέχοντες νέες εμπειρίες και παραστάσεις
- η αυθεντικότητα των τοπικών ή ιστορικών πολιτιστικών αξιών
- η παράδοση, όπου γιορτάζονται και αναβιώνουν γεγονότα από το παρελθόν και τον τρόπο ζωής
- η φιλοξενία που αισθάνονται οι συμμετέχοντες
- ο συμβολισμός των εκδηλώσεων, οι οποίες τιμούν παραδοσιακά τελετουργικά και την ιδιαίτερη σημασία τους
- η άνεση που βιώνουν οι συμμετέχοντες, που συχνά προέρχεται από την αυθόρμητη και μη προγραμματισμένη δυνατότητα χαλάρωσης και ξεκούρασης
- η ευελιξία, γιατί μπορεί να συνδυαστούν αγοραστικές και περιβαλλοντικές ανάγκες

(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001)

Δίνοντας έμφαση τόσο στα χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων όσο και στις ανάγκες των συμμετεχόντων, όπως περιγράφηκαν παραπάνω, μπορεί να προκύψει μία επιτυχημένη διοργάνωση. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα την προσέλκυση και άλλων επισκεπτών, ενώ σε συνδυασμό με τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων που μπορεί να δημιουργούνται, θα αποφέρει οφέλη στο σύνολο της τοπικής κοινωνίας. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001, D.Getz 2008)**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

2.1 Η Αρχή της Χορηγίας

2.1.1 Η Ιστορία της Χορηγίας

1970-1984-Η Εποχή της Ανάπτυξης

Οι περισσότερες χορηγίες σε αυτήν την εποχή παρέχονταν επειδή οι χορηγοί θα μπορούσαν να έχουν δωρεάν έκθεση στην τηλεόραση ή ευκαιρίες φιλοξενίας.

1983-Η έκρηξη της χορηγίας

Απέναντι σε μια κατάσταση με πολύ λίγες πηγές χρηματοδότησης από την κυβέρνηση, ο Peter Ueberroth «πούλησε» χορηγία ύψους 400 εκατομμυρίων δολαρίων για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λος Άντζελες. Αυτό οδήγησε σε μια έκρηξη του μάρκετινγκ χορηγίας. Οι εταιρείες διαπίστωσαν ότι θα μπορούσαν να αυξήσουν τις πωλήσεις μέσω χορηγιών. Οι χορηγίες αυξήθηκαν ραγδαία, και περίπου 40.000 εκδηλώσεις δημιουργήθηκαν κατά τα επόμενα δέκα χρόνια, λόγω της χρηματοδότησης χορηγίας.

1990-Η Εποχή της Προστιθέμενης Αξίας

Όταν η έκρηξη της χορηγίας ήρθε το 1984, οι περισσότεροι χορηγοί ήταν ικανοποιημένοι μόνο και μόνο αν επιτύχαναν καταχωρίσεις στη διαφήμιση και ευκαιρίες φιλοξενίας. Στην δεκαετία του 1990 οι χορηγοί έγιναν πιο σκεπτόμενοι. Πράγματα όπως οι σχέσεις μεταξύ εταιρειών, τα αποτελέσματα της μέτρησης των πωλήσεων καθώς και η παροχή κινήτρων έγιναν όλο και πιο σημαντικά. Η Φιλοξενία και οι καταχωρίσεις ήταν ακόμη ζωτικής σημασίας, αλλά πλέον ήταν επιθυμητά περισσότερα οφέλη (προστιθέμενη αξία).

2000-σήμερα: Η τεχνολογική εποχή

Ακριβώς όπως η τεχνολογία έχει επηρεάσει όλους τους άλλους τομείς της κοινωνίας, είχε μεγάλη επίδραση και στις εκδηλώσεις. Οι Εταιρικοί χορηγοί διαδικτύου έχουν αρχίσει να γίνονται πλέον κοινός τόπος. Στις 17 Ιουλίου, του 2001, το Δίκτυο της Microsoft στο Ηνωμένο Βασίλειο και ο Elton John έγραψαν ιστορία. Η Microsoft χορηγήσε τη συναυλία του Sir Elton από το αρχαίο Αμφιθέατρο της Εφέσου στην Τουρκία, και ο Elton John χορήγησε cast

στο διαδίκτυο από τη συναυλία - επί πληρωμή - για τους ευρυζωνικούς χρήστες μόνο (pay-per-view). **(Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, 2002)**

1B.C.-1600	1631	1924-1970	1970-1984	1984	1990	2000
The Era of Patronage	The Advent of Advertising	The Early Pioneers	The Era of Development	The Sponsorship Explosion	The Era of Added Value	The Technological Era

2.1.2 Ορισμός

Ως **χορηγία** ορίζεται:

«Η καταβολή χρημάτων (ή παροχή αγαθών ή υπηρεσιών) από μια επιχείρηση σ' έναν οργανισμό ή εταιρεία, με σκοπό την προβολή του ονόματος, των προϊόντων ή των αντίστοιχων υπηρεσιών της επιχείρησης.»

Επιπλέον, η χορηγία μπορεί:

- ▶ Να καθιερώσει, να ενισχύσει ή να αποκαταστήσει την εικόνα και την ταυτότητα μιας εταιρείας
- ▶ Να υποστηρίξει τη διαφημιστική στρατηγική της εταιρείας
- ▶ Να αποτελέσει μέρος της πολιτικής της εταιρείας στον τομέα των δημοσίων σχέσεων, καλλιεργώντας αγαθές σχέσεις τόσο ανάμεσα στο προσωπικό της όσο και στο εκτός της εταιρείας ευρύτερο κοινωνικό σύνολο
- ▶ Να προσελκύσει νέο ή ειδικό κοινό
- ▶ Να προωθήσει τις πωλήσεις.

Κύριο χαρακτηριστικό της χορηγίας είναι η έννοια του «ανταλλάγματος». **(Αλεξάνδρα Μπούνια)**

Κατά τα τελευταία 25 χρόνια, υπήρξαν πολλοί ορισμοί της χορηγίας εκδηλώσεων, μερικοί εξ' αυτών παραθέτονται ακολούθως.

- «Αμοιβή που καταβάλλεται για την διενέργεια εκδηλώσεων (συνήθως στον αθλητισμό, τις τέχνες, την ψυχαγωγία) με αντάλλαγμα την

εκμετάλλευση της δυνατότητας διαφήμισης». [International Events Group (IEG) ,Σικάγο]

- «Αμοιβαία επωφελής σχέση συχνά μεταξύ εταιριών και εκδήλωσης, με σκοπό την προώθηση ενός προϊόντος ή εταιρικού της σήματος». [Exordium Group, Cupertino, California]

Ένας άλλος τρόπος να προσεγγίσουμε τη χορηγία είναι όπως και κάθε άλλο είδος marketing, δηλαδή πρόκειται για μια δραστηριότητα που φέρνει αγοραστές και πωλητές σε επαφή, και με τις δύο πλευρές να λαμβάνουν συγκεκριμένα οφέλη. Με άλλα λόγια, αν οι άνθρωποι που έρχονται σε μια εκδήλωσή μπορεί να είναι πιθανοί πελάτες των χορηγών, τότε οι χορηγοί πρόκειται να μείνουν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από την εξέλιξη της συνεργασίας με τον φορέα που διοργανώνει την εκδήλωση.

Ωστόσο, αν και η επίτευξη αυτής της επαφής είναι πολύ σημαντική, εξακολουθεί να μην είναι το πιο σημαντικό πράγμα που ο υπεύθυνος εκδήλωσης (event manager) καλείται να κάνει προκειμένου να πουλήσει τη χορηγία. Τα περισσότερα από αυτά που έχουν γραφτεί ή ειπωθεί για μια επιτυχημένη χορηγία, τονίζουν ότι οι υπεύθυνοι εκδήλωσης πρέπει να εργαστούν για τη δημιουργία των καλύτερων πακέτων, τη συγγραφή των καλύτερων προτάσεων και τη μάθηση των κατάλληλων τεχνικών πώλησης.

Είναι επίσης σημαντικό να δημιουργήσουν μια καλή σχέση με τους χορηγούς και να ερευνήσουν πολύ καλά τη δραστηριότητά τους.

Αλλά το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να θυμάται κανείς πριν καν αποπειραθεί να πωλήσει χορηγία είναι ότι θα πρέπει να δημιουργήσει μια εκδήλωση που είναι καλύτερη των υπολοίπων. **(Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, 2002)**

2.1.3 Πολιτιστική Χορηγία

Αξίζει να γίνει αναφορά στην έννοια της πολιτιστικής χορηγίας μιας και οι δραστηριότητες που αποσκοπούν στην αξιοποίηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, συχνά αποτελούν αντικείμενο και θέμα των εκδηλώσεων. Οι παρακάτω ορισμοί περιλαμβάνονται στην ελληνική

νομοθεσία περι πολιτιστικής χορηγίας. **(ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 3525, 26 -1 - 2007)**

Ως «Πολιτιστική χορηγία» νοείται η χρηματική ή άλλης μορφής οικονομική παροχή σε είδος, σε άυλα αγαθά ή υπηρεσίες από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, ημεδαπά ή αλλοδαπά, για την ενίσχυση συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων ή σκοπών του αποδέκτη της χορηγίας με αντιστάθμισμα την προβολή του κοινωνικού προσώπου και της ευποίας του χορηγού.

Ως «Χορηγός» νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ημεδαπό ή αλλοδαπό, του ιδιωτικού δικαίου που προβαίνει σε πολιτιστική χορηγία.

Ως «Αποδέκτης χορηγίας» νοείται το Δημόσιο, οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης α' και β' βαθμού, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, τα νομικά πρόσωπα του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως αυτός κάθε φορά οριοθετείται, καθώς και τα νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και οι αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες, που επιδιώκουν, κατά το καταστατικό τους, σκοπούς πολιτιστικούς.

Ως «Πολιτιστική δραστηριότητα» νοείται η δραστηριότητα που αποσκοπεί στην προστασία, αξιοποίηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και στην ενίσχυση και προβολή του νεότερου και σύγχρονου πολιτισμού, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε δράση που αποσκοπεί ιδίως στην παραγωγή, καλλιέργεια, προαγωγή και διάδοση των γραμμάτων, της μουσικής, του χορού, του θεάτρου, του κινηματογράφου, της αρχιτεκτονικής, της ζωγραφικής, της γλυπτικής, των εικαστικών τεχνών.

Η πολιτιστική χορηγία διακρίνεται από τις ακόλουθες έννοιες:

Από τη «δωρεά», η οποία αποτελεί παροχή στον δωρεοδόχο ενός περιουσιακού αντικειμένου, χωρίς οποιοδήποτε αντάλλαγμα ή αντιστάθμισμα, από την «επιχορήγηση», η οποία αποτελεί καταβολή από το Δημόσιο χρηματικής ενίσχυσης σε νομικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες κ.λπ., για την πραγματοποίηση συγκεκριμένου έργου ή προγράμματος, από τη «διαφήμιση», η οποία αποτελεί παρουσίαση στο κοινό προϊόντων ή υπηρεσιών και προβολή των πλεονεκτημάτων τους, με σκοπό την παρακίνηση του κοινού να αποκτήσει τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες, από την «προώθηση πωλήσεων», η

οποία αποτελεί κάθε δραστηριότητα, στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας, με στόχο την αύξηση της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών, με τρόπους άλλους πλην της διαφήμισης, οι οποίοι κατά κανόνα βασίζονται στην προσωπική επαφή με τον καταναλωτή, όπως προσφορές, διαγωνισμοί, εκδηλώσεις.

Με τη σύμβαση χορηγίας, τα συμβαλλόμενα μέρη αναλαμβάνουν, ο μὲν χορηγός την υποχρέωση παροχής στον αποδέκτη της χορηγίας χρημάτων, υπηρεσιών, υλικών ή άυλων αγαθών για την υποστήριξη συγκεκριμένου πολιτιστικού σκοπού ή δραστηριότητας, ο δε αποδέκτης της χορηγίας την υποχρέωση δημόσιας γνωστοποίησης της προσφοράς του χορηγού. Αποκλειστικά υπεύθυνος για το σχεδιασμό και την υλοποίηση της πολιτιστικής δραστηριότητας είναι ο αποδέκτης της χορηγίας, ο δε χορηγός δεν έχει δυνατότητα επέμβασης στη μορφή ή το περιεχόμενό της.

Η σύμβαση χορηγίας περιλαμβάνει αναλυτική περιγραφή των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων των μερών. Με τη σύμβαση χορηγίας πρέπει να προβλέπονται, ιδίως, τα ακόλουθα:

- η πολιτιστική δραστηριότητα που αναλαμβάνει να ενισχύσει ο χορηγός με την προσφορά του,
- το είδος της παροχής του χορηγού,
- τα αντισταθμίσιμα υπέρ του χορηγού,
- άλλα δικαιώματα και υποχρεώσεις χορηγού και αποδέκτη της χορηγίας, οι λόγοι καταγγελίας της σύμβασης και οι συνέπειές της,
- το ενδεχόμενο πολλαπλής χορηγίας, συγχορηγίας ή μερικής χορηγίας,
- διάρκεια της σύμβασης χορηγίας.
- Στη σύμβαση χορηγίας καθορίζονται τα αντισταθμίσιμα υπέρ του χορηγού, τα οποία πρέπει να συνάδουν προς τη φύση της πολιτιστικής χορηγίας.

(ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 3525, 26 -1 - 2007)

2.2 Σημασία των επιχορηγήσεων

2.2.1 Γιατί οι εταιρείες επιλέγουν τη χορηγία

- Ανάγκη για πιο ποιοτικές επικοινωνιακές ενέργειες διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων οι οποίες να έχουν απήχηση στο κοινό.
- Το ενδιαφέρον των εταιρειών-χορηγών να ασχοληθούν με τα δρώμενα (πολιτιστικά, αθλητικά, κοινωνικά κλπ.) που συμβαίνουν μέσα στις κοινωνίες που λειτουργούν.
- Η δυνατότητα επικοινωνίας της εταιρείας-χορηγού με διάφορες ομάδες που την ενδιαφέρουν άμεσα και έμμεσα (πελάτες, προμηθευτές, κρατικούς λειτουργούς, επιχειρηματικά στελέχη, κοινή γνώμη, τοπικές κοινωνίες, το προσωπικό της εταιρείας, κ.ο.κ.).
- Η δυνατότητα επίδρασης της χορηγίας στην εταιρική ή προϊόντική εικόνα (ενίσχυση της εταιρικής αναγνωρισιμότητας, ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προϊόντος, βελτίωση της εταιρικής εικόνας, εμπλουτισμός του προϊόντος με πολιτιστικές αξίες).
- Η κάλυψη (ποσοτική και ποιοτική) της επιχειρηματικής χορηγίας από τα Μ.Μ.Ε.

(Αλεξάνδρα Μπούνια)

2.2.2 Οι στόχοι των φορέων που διοργανώνουν εκδηλώσεις από τη χορηγία

- Εξασφάλιση πόρων, χρηματικών και σε είδος, για την υλοποίηση των προγραμμάτων τους.
- Σύναψη της αίγλης και της φήμης του χορηγού με το γεγονός και κατ' επέκταση με τον φορέα.
- Δημιουργία δυνατοτήτων για τον φορέα, ώστε να έρθει σε επαφή με μέλη του πνευματικού, πολιτιστικού και πολιτικού κόσμου που μπορούν να του εξασφαλίσουν νέες συνεργασίες και ενίσχυση του κύρους του, αλλά και με μέλη του επιχειρηματικού κόσμου που μπορούν να εξασφαλίσουν μελλοντικές χορηγίες και άλλες συνεργασίες.

Ο φορέας θα πρέπει να αντιμετωπίζει το θέμα της χορηγίας με απόλυτο επαγγελματισμό και εξειδικευμένη γνώση.

- Να υπάρχει πλήρες αρχείο των επαφών με πρόσωπα του χώρου των επιχειρήσεων (φάκελος των αιτήσεων που υποβάλλονται, αρχειοθέτηση των απαντήσεων, θετικών ή αρνητικών, κριτικός σχολιασμός των επαφών, αρχείο επιχειρήσεων, της πολιτικής τους, των υπεύθυνων για αυτές τις επαφές, και τέλος σχολιασμό των χορηγικών συναλλαγών που πραγματοποιήθηκαν).
- Ο ίδιος επαγγελματισμός απαιτείται και σε θέματα συνεργασίας με τους χορηγούς, μετά το τέλος της χορηγικής συναλλαγής: π.χ. αποκόμματα τύπου που αποστέλλονται στους χορηγούς, σημειώσεις εσωτερικής χρήσης για την αποτίμηση της διαδικασίας, κ.ο.κ.
- Η *εικόνα* του διοργανωτή είναι πολύ σημαντική για τον χορηγό και βαρύνει κατά τη λήψη της απόφασής του. Είναι εξαιρετικά σημαντική παράμετρος στη διαδικασία εξεύρεσης χορηγίας και στις διαπραγματεύσεις για τα ανταλλάγματα που ζητούν οι εταιρείες.
- Τις αποφάσεις επί χορηγικών θεμάτων δεν τις παίρνουν τα διαφημιστικά τμήματα των χορηγών-εταιρειών, αλλά *πρόσωπα σε υψηλές ιεραρχικά βαθμίδες* της εταιρείας.
- Μπορεί να υπάρχει – ή όχι – «*κώδικας δεοντολογίας*» από την πλευρά του διοργανωτή σε σχέση με το πεδίο δραστηριοποίησης της εταιρείας-χορηγού, π.χ. να αποκλείονται οι καπνοβιομηχανίες.
- Οι *μακρόχρονες συνεργασίες*, με την έννοια της δέσμευσης για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα και όχι μόνο ειδικά γεγονότα μπορούν να υπάρξουν, ανάλογα με το αν ο οργανισμός θεωρεί ότι κάτι τέτοιο δεν θα τον πλήξει μελλοντικά ή δεν θα αποτελέσει υπερβολικά σημαντική δέσμευση.

(Αλεξάνδρα Μπούνια)



International Festival of Lent in Maribor, Slovenia

2.3 Σχέσεις Προσωπικού – Χορηγών & Πελατών

2.3.1 Διαχρονική εξέλιξη των σχέσεων προσωπικού – χορηγού και πελατών

Ο Διεθνής Σύλλογος Φεστιβάλ και Εκδηλώσεων (IFEA) σε έρευνα που πραγματοποίησε κατά το 1981 σημείωσε ότι ο μέσος αριθμός προσωπικού για μια εκδήλωση με προϋπολογισμό πάνω από 1 εκατομμύρια δολάρια είναι δύο διοργανωτές-υπεύθυνοι εκδήλωσης. Επίσης η έρευνα αυτή έδειξε ότι οι περισσότερες εκδηλώσεις με τον προϋπολογισμό αυτό δεν είχαν καθόλου προσωπικό, επειδή οργανώνονταν από εθελοντές. Είκοσι χρόνια αργότερα, μια μεταγενέστερη έρευνα έδειξε το μέσο μέγεθος του προσωπικού μεγαλύτερου προϋπολογισμού εκδηλώσεων είχε αυξηθεί σε 17. Επίσης, πολλές άλλες εκδηλώσεις, μερικές με συγκριτικά πολύ μικρούς προϋπολογισμούς, έχουν τουλάχιστον ένα υπεύθυνο εκδήλωσης στο προσωπικό.

Ο βασικός λόγος που οδήγησε σε αυτή την αύξηση είναι η εταιρική χορηγία. Η πώληση των εταιρικών χορηγιών είναι πολύ περίπλοκη. Η πολυπλοκότητα αυτή, σε συνδυασμό με την αυξημένη ανάγκη για εταιρική υποστήριξη, έχει οδηγήσει τις οργανώσεις του κλάδου να προσλάβουν περισσότερο εξειδικευμένα στελέχη ως υπεύθυνους εκδήλωσης. Οι εθελοντές ανακάλυψαν

ότι δεν είχαν ούτε το χρόνο αλλά ούτε τη γνώση για αποτελεσματική πώληση και κυρίως, για να εξυπηρετούν τους χορηγούς.

Όχι μόνο το προσωπικό πωλήσεων για τη χορηγία εκδηλώσεων αυξήθηκε (στις περισσότερες περιπτώσεις, έχουν δημιουργηθεί, επειδή οι περισσότερες εκδηλώσεις δεν είχαν πωλήσει τη χορηγία το 1980), αλλά και ο αριθμός των θέσεων διαχειριστή εκδήλωσης έχει επίσης αυξηθεί.

Οι εταιρικοί χορηγοί έχουν παράσχει εκδηλώσεις από τις οποίες αποκόμισαν κέρδη, αλλά αναμένουν ακόμη περισσότερα από την αύξηση των πωλήσεων σε αντάλλαγμα. Αναμένουν επίσης καλύτερες εκδηλώσεις και εξαιτίας αυτού, οι εκδηλώσεις έχουν προσθέσει προσωπικό σε όλους τους τομείς για να κάνουν τις οργανώσεις τους πιο επιτυχημένες.

Οι περισσότερες εκδηλώσεις έχουν πλέον επαγγελματικό προσωπικό που προσφέρει πακέτα παροχών στους χορηγούς. Υπάρχουν δύο λόγοι ότι είναι δύσκολο για έναν εθελοντή να προσφέρει τα ίδια αποτελέσματα με έναν επαγγελματία διαχειριστή εκδήλωσης:

1. Η πώληση της χορηγίας παίρνει περισσότερο χρόνο από ό, τι οι περισσότεροι εθελοντές έχουν να δώσουν. Αντί μιας συνεδρίασης που χρειαζόταν για να αποφασιστεί μια δωρεά από μια επιχείρηση, τώρα απαιτούνται αρκετές συνεδριάσεις. Η διαδικασία πώλησης χορηγίας δεν τελειώνει ποτέ, και το προσωπικό είναι απαραίτητο για να διατηρεί τη συνεχή επαφή με τον χορηγό.
2. Όπως και οτιδήποτε άλλο στον κόσμο του μάρκετινγκ, η πώληση και η διατήρηση των χορηγών απαιτεί γνώσεις και εμπειρία. Απαιτεί κάποιον που έχει γνώσεις, όχι μόνο των πωλήσεων, αλλά της πώλησης εκδηλώσεων συγκεκριμένα. Αυτός ή αυτή πρέπει να ξέρει πώς να ερευνά μια εταιρεία και να παρέχει την κατάλληλο χορηγό. Ο διαχειριστής εκδήλωσης πρέπει να φροντίζει για μια πληθώρα λεπτομερειών. **(Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, 2002)**

2.3.2 Οι ιδιότητες ενός καλού υπεύθυνου εκδήλωσης

Η εύρεση του κατάλληλου προσώπου για να προωθήσει τη χορηγία για μια εκδήλωση είναι εξαιρετικά δύσκολη διαδικασία. Υπάρχουν πολύ λίγοι

άνθρωποι που έχουν την τεχνογνωσία. Τα χαρακτηριστικά ενός τέτοιου προσώπου συνοψίζονται στα εξής:

- Ένας καλός *διαχειριστής χορηγίας* θα πρέπει να γνωρίζει καλά την αγορά στην οποία πραγματοποιείται η εκδήλωση.
- Αυτός ή αυτή θα πρέπει να έχουν καλή γνώση της βιομηχανίας των εκδηλώσεων. Οι εκδηλώσεις ποικίλουν και πρέπει να καταλάβει κανείς τη βιομηχανία για να μπορέσει να πουλήσει.
- Το πιο σημαντικό, για ένα υπεύθυνο χορηγίας είναι να γνωρίζει πώς να επικοινωνεί με τους πιθανούς χορηγούς και να κατανοεί τις ανάγκες τους. Αυτό απαιτεί έρευνα και την ικανότητα να μάθει όσο το δυνατόν περισσότερα για τις δραστηριότητες του χορηγού.
- Η συγγραφική δεξιότητα είναι σημαντική, καθώς θα υπάρξουν πολλές προτάσεις για την συγγραφή των οποίων θα είναι υπεύθυνος.
- Ένας διαχειριστής θα πρέπει να είναι σε θέση να αναπτύξει και να συντονίσει προγράμματα φιλοξενίας χορηγού.
- Ένας διαχειριστής θα πρέπει να είναι καλός ακροατής. Μπορεί να χρειαστεί να επανατοποθετήσει την πρότασή ώστε να συμμορφωθεί με τις ανάγκες των πιθανών χορηγών.
- Τέλος, ένας διαχειριστής εκδηλώσεων θα πρέπει να διακρίνεται για καινοτομία ιδεών και αποφασιστικότητα.

Να διευκρινιστεί σε αυτό το σημείο ότι ο υπεύθυνος της εκδήλωσης μπορεί να είναι είτε εξωτερικός συνεργάτης, είτε μόνιμο στέλεχος της εταιρείας που επιθυμεί να φιλοξενήσει μια εκδήλωση. Στη πρώτη περίπτωση ο διοργανωτής δεν ανήκει στο προσωπικό του πελάτη – αποδέκτη της χορηγίας. Στη δεύτερη περίπτωση ο πελάτης της χορηγίας και το προσωπικό της εκδήλωσης (διοργανωτές εκδήλωσης) αποτελούν ταυτόσημες έννοιες.

Για παράδειγμα όταν πρόκειται για μια εκδήλωση σε ένα ξενοδοχείο, υπάρχει η περίπτωση στο δυναμικό του ξενοδοχείου να υπάρχει υπεύθυνος εκδηλώσεων ο οποίος να αναλαμβάνει τα καθήκοντα της οργάνωσης εκδηλώσεων - συμπεριλαμβανομένων των καθηκόντων της ευρέσεως χορηγίας - επί μόνιμου βάσεως, αλλά και η περίπτωση αυτά τα καθήκοντα να αναθέτονται σε κάποιο εξωτερικό συνεργάτη που διαθέτει εξειδικευμένο

προσωπικό οργάνωσης εκδηλώσεων. (Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, 2002)

2.3.3 Σύγχρονο Προσωπικό Εκδηλώσεων

Στον σημερινό κόσμο των εκδηλώσεων, η πιο σημαντική συνιστώσα της εμπειρογνωμοσύνης και των ικανοτήτων του προσωπικού, είναι η δυνατότητα να πωλούν και να διατηρούν τους χορηγούς. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι περισσότερες εκδηλώσεις ανήκουν σε μία από δύο παρακάτω κατηγορίες:

1. Φεστιβάλ ή εκδηλώσεις με προϋπολογισμούς νεκρού σημείου (break-even budgets).

Σε περίπτωση που το εισόδημα χορηγίας μιας εκδήλωσης περιοριστεί, τότε υπάρχει σοβαρή πιθανότητα η εκδήλωση να μην επιβιώσει, καθώς δεν θα υπάρχει πλέον ισοσκελισμός εσόδων - εξόδων. Υπάρχουν παραδείγματα εκδηλώσεων υψηλής ποιότητας δραστηριοτήτων, των οποίων τα διοικητικά στελέχη αποτυγχάνουν επειδή δεν διαθέτουν τις αναγκαίες γνώσεις πωλήσεων χορηγίας.

2. Εκδηλώσεις που σχετίζονται με την αιτία (Cause-related events).

Αυτές οι εκδηλώσεις είναι καθορισμένες να αποδίδουν όσο το δυνατόν περισσότερα χρήματα. Συνήθως δεν χρειάζεται να «ανησυχούν» για το αν πρόκειται να αποδώσουν χρήματα παρά μόνο για το ύψος των χρηματικών απολαβών. Ωστόσο, εάν η πώληση της χορηγίας αποτύχει, η εκδήλωση δεν θα μπορέσει να αποδώσει τα αναμενόμενα και να συμμορφωθεί με τα φιланθρωπικά σχέδια για το έτος.

Καθήκοντα Διαχειριστών Εκδηλώσεων ανάλογα με τον αριθμό του προσωπικού

- Ένας διαχειριστής εκδήλωσης: Αυτό το πρόσωπο πρέπει να είναι σε θέση να πωλήσει τη χορηγία και να χειρίζεται διοικητικά καθήκοντα.
- Δύο διαχειριστές εκδήλωσης: Ένα άτομο πρέπει να είναι έμπειρο στην πώληση χορηγίας, το άλλο να είναι σε θέση να χειρίζεται διοικητικά, οικονομικά, και λειτουργικά καθήκοντα.
- Τρεις διαχειριστές εκδήλωσης: Ο πρώτος διευθυντής αναλαμβάνει τη χορηγία, ο δεύτερος χειρίζεται διοικητικά, οικονομικά, και λειτουργικά

καθήκοντα και ο τρίτος τις δημόσιες σχέσεις, την προβολή και το μάρκετινγκ.

- *Τέσσερις διαχειριστές εκδήλωσης:* Ο πρώτος διευθυντής αναλαμβάνει τη χορηγία, ο δεύτερος χειρίζεται διοικητικά και οικονομικά καθήκοντα, ο τρίτος λειτουργικά καθήκοντα και ο τέταρτος τις δημόσιες σχέσεις, την προβολή και το μάρκετινγκ.
- *Πέντε διαχειριστές εκδήλωσης:* Ο πρώτος διευθυντής αναλαμβάνει τη χορηγία, ο δεύτερος χειρίζεται διοικητικά και οικονομικά καθήκοντα, ο τρίτος λειτουργικά καθήκοντα και ο τέταρτος και ο πέμπτος τις δημόσιες σχέσεις, την προβολή, το μάρκετινγκ και την πώληση χορηγιών.
- *Έξι διαχειριστές εκδήλωσης:* Εδώ αρχίζει να αυξάνεται το προσωπικό εντός των προηγούμενων κατηγοριών, ιδίως στον τομέα της χορηγίας.

Είναι σημαντικό να υπάρχουν τόσοι διευθυντές χορηγίας στο προσωπικό όσους απαιτεί το μέγεθος της εκδήλωσης σας. Οι Χορηγοί θέλουν να επικοινωνούν με τους ανθρώπους του προσωπικού, και όχι με εθελοντές. Επίσης μια καλή σχέση χορηγού - πελάτη απαιτεί διευθυντές που εργάζονται με τους χορηγούς σε ετήσια βάση. Ένα στέλεχος που ανήκει στο προσωπικό πρέπει να χρησιμοποιεί νέες και δημιουργικές ιδέες ώστε να εμπλουτίσει την εμπειρία ενός χορηγού με μία εκδήλωση. **(Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, 2002)**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

3.1 Ο σκοπός της οργάνωσης των εκδηλώσεων

Τα προγραμματισμένα γεγονότα/εκδηλώσεις, από τη φύση τους, ελλοχεύουν ρίσκο και απρόβλεπτες καταστάσεις. Στον τομέα των υπηρεσιών, που ανήκει και ο τουρισμός, οι εκδηλώσεις χαρακτηρίζονται από ποικιλία, ανομοιογένεια και ευαισθησία στις αλλαγές (**P.Crowther 2010**). Η οργάνωση μιας εκδήλωσης αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους παράγοντες για την διαχείριση και επιτυχή πραγματοποίηση της εκδήλωσης. Είναι η διαδικασία κατά την οποία συνδυάζονται όλα τα στοιχεία που είναι απαραίτητα για την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Περιλαμβάνει την πρόβλεψη όλων των πιθανών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν και των αντίστοιχων λύσεων. Ωστόσο, επειδή είναι δύσκολο να προβλεφθούν όλα τα προβλήματα που μπορεί να εμφανιστούν, είναι σκόπιμο να θεωρηθεί η οργάνωση σαν μία μέθοδος για τον περιορισμό των πιθανών προβλημάτων. Έτσι ο σκοπός της οργάνωσης μιας εκδήλωσης είναι να σχεδιάσει όλες τις επιμέρους εργασίες που μπορούν να σχεδιαστούν, έτσι ώστε τροποποιήσεις και απρόβλεπτες καταστάσεις να μπορούν να αντιμετωπιστούν με ένα συγκεκριμένο τρόπο.

Επιπλέον, η διαδικασία της οργάνωσης των εκδηλώσεων προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα στους διοργανωτές, τα βασικότερα από τα οποία περιγράφονται παρακάτω:

- ❖ Δημιουργείται μία ολοκληρωμένη προσέγγιση για όλα τα γεγονότα/εκδηλώσεις. Κατά συνέπεια δεν απαιτείται επαναπροσδιορισμός της μεθοδολογίας οργάνωσης για ένα επόμενο γεγονός. Με αυτό τον τρόπο οι διοργανωτές της εκδήλωσης, οι πελάτες, οι φορείς που συμμετέχουν και οι χορηγοί μπορούν να αποκομίσουν σημαντικές γνώσεις από την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης, να εντοπίσουν πιθανές αδυναμίες και να κάνουν βελτιώσεις για την επόμενη φορά. Ο προσδιορισμός των καθηκόντων, των εργασιών και των ευθυνών που προκύπτουν από τη διαδικασία της οργάνωσης δίνει τη δυνατότητα σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη να γνωρίζουν τι έχουν να κάνουν και πότε.

- ❖ Η κάθε εκδήλωση δεν αντανακλά την προσωπικότητα ενός ανθρώπου, αλλά γίνεται υπόθεση όλων.
- ❖ Δημιουργείται κοινή «γλώσσα» επικοινωνίας μεταξύ των διοργανωτών και των φορέων που συμμετέχουν στην οργάνωση μιας εκδήλωσης. Έτσι είναι αποτελεσματικότερη και ευκολότερη η διαδικασία της λήψης αποφάσεων. Επίσης αναπτύσσεται καλύτερη επικοινωνία και μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων της επιχείρησης (πχ ξενοδοχείο) που οργανώνει την εκδήλωση.
- ❖ Ο τρόπος διαχείρισης μιας εκδήλωσης, που προκύπτει από της διαδικασία οργάνωσής της, συμβαδίζει με τα σχέδια διαχείρισης που μπορεί να εφαρμόζονται και σε άλλους τομείς της επιχείρησης.
- ❖ Με την ολοκληρωμένη διαχείριση των εκδηλώσεων, είναι εύκολο να παρακολουθείται η εξέλιξη της οργάνωσης και να προκύπτουν αναφορές προόδου αν απαιτείται από τα εμπλεκόμενα μέρη.
- ❖ Γίνεται αντιληπτή, από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, η έκταση της εργασίας που απαιτείται για την επιτυχή οργάνωση μιας εκδήλωσης.
- ❖ Είναι εύκολη η εκπαίδευση του προσωπικού και των εθελοντών που θα συμμετέχουν στην πραγματοποίηση της εκδήλωσης.
- ❖ Αναπτύσσονται δεξιότητες. Οι δεξιότητες που αποκτούν οι διοργανωτές μιας εκδήλωσης εφαρμόζονται και σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση ολοκληρωμένης διαχείρισης ενός έργου.
- ❖ Δημιουργείται μία κοινή βάση δεδομένων που αφορά σε παρόμοιες εμπειρίες, τεχνικές και γνώσεις. Κατά την οργάνωση μιας εκδήλωσης μπορεί να ληφθούν υπόψη οι παράγοντες επιτυχίας και τα λάθη προηγούμενων περιπτώσεων. **(W. O'Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002, Σ.Βάλβης, Σ.Νατζαρίδης 2009)**

3.2 Οργάνωση και πραγματοποίηση εκδηλώσεων

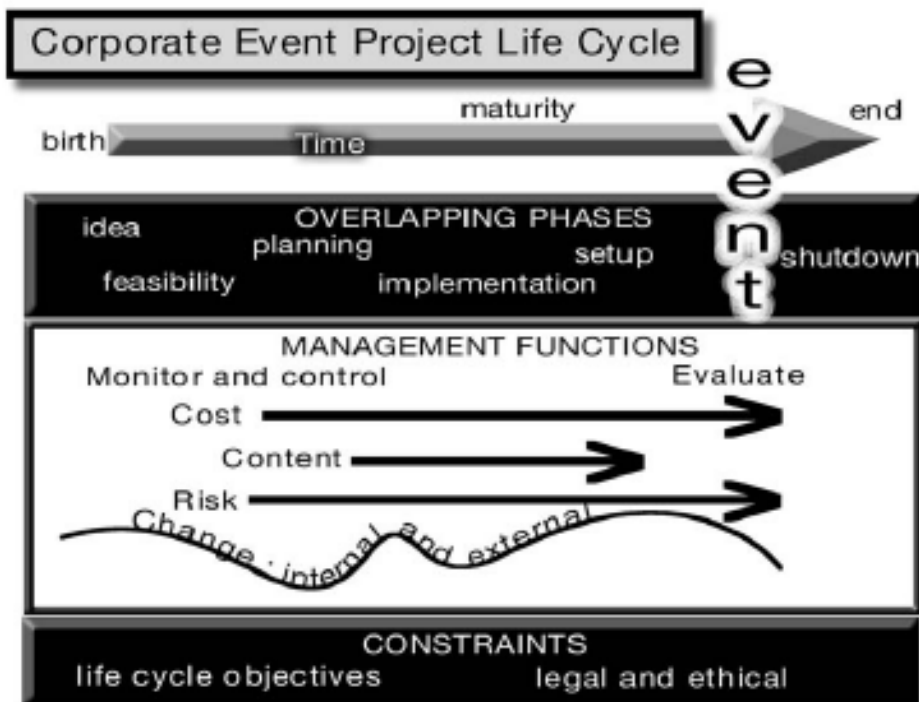
Η αυξημένη περιπλοκότητα στην οργάνωση μιας εκδήλωσης επιβάλλει την τήρηση μιας μεθοδολογίας για την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Το πρώτο στάδιο είναι ο καθορισμός επιμέρους εργασιών και διακριτών σημείων διαχείρισης.

Τα κυριότερα από αυτά είναι:

- ❖ Σκοπός της εκδήλωσης
- ❖ Περιεχόμενο της εκδήλωσης
- ❖ Βιωσιμότητα της εκδήλωσης
- ❖ Προμήθειες/προμηθευτές, χορηγοί
- ❖ Πακέτα εργασιών
- ❖ Ανθρώπινο δυναμικό
- ❖ Χρονοδιάγραμμα εργασιών
- ❖ Διαχείριση κινδύνου

Για κάθε ένα από αυτά τα σημεία απαιτείται η δημιουργία ενός βασικού πλάνου, το οποίο όμως είναι δυνατό να μεταβληθεί αν χρειαστεί. Ωστόσο, η ύπαρξη ενός αρχικού πλάνου δίνει τη δυνατότητα στους διοργανωτές να έχουν ολοκληρωμένη ετοιμότητα των αλλαγών που έχουν προκύψει. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο προϋπολογισμός της εκδήλωσης, ο οποίος αποτελεί το αρχικό πλάνο του κόστους. Λίγες όμως είναι οι περιπτώσεις που μία διοργάνωση ακολουθεί ακριβώς το κόστος που έχει προϋπολογιστεί στην αρχή.

Καθώς μία εκδήλωση προχωράει από το σχεδιασμό στην πραγματοποίηση, οι προτεραιότητες και οι απαιτήσεις για τη διαχείριση της εκδήλωσης αλλάζουν και διαμορφώνονται ανάλογα. Ο κύκλος ζωής μιας διοργάνωσης, δηλ. οι φάσεις και οι λειτουργίες που εναλλάσσονται φαίνονται σχηματικά παρακάτω.



Κύκλος ζωής μιας διοργάνωσης

Όπως φαίνεται και στο παραπάνω σχήμα, η οργάνωση μιας εκδήλωσης ξεκινάει με την γέννηση μιας ιδέας και στη συνέχεια προχωράει με τον έλεγχο της βιωσιμότητάς αυτής της ιδέας και το σχεδιασμό του γεγονότος. Ακολουθεί η πραγματοποίηση και η ολοκλήρωση της διοργάνωσης. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης παρακολουθούνται και διαχειρίζονται τα επιμέρους στάδια, όπως το κόστος, το περιεχόμενο, οι πιθανοί κίνδυνοι, και τέλος γίνεται αξιολόγηση για κάθε ένα από αυτά, ώστε να προσδιοριστεί η επιτυχία της εκδήλωσης. Παράγοντες που επηρεάζουν το σχεδιασμό και την πραγματοποίηση της διοργάνωσης αποτελούν οι αντικειμενικοί στόχοι που έχουν τεθεί καθώς και διάφοροι νομικοί και ηθικοί περιορισμοί.

3.2.1 Σκοπός και περιεχόμενο μιας εκδήλωσης

Ο σκοπός και το περιεχόμενο μιας εκδήλωσης μπορεί να διαφέρει κατά περίπτωση, να ποικίλει από μία απλή ανεξάρτητη διοργάνωση μέχρι πολλαπλές εκδηλώσεις στο πλαίσιο μιας ευρύτερης θεματολογίας. Επίσης,

μια εκδήλωση μπορεί να έχει περισσότερους από έναν σκοπούς. Οι κυριότεροι απ' αυτούς για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης είναι η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, να προωθηθούν νέα προϊόντα/υπηρεσίες, η ευαισθητοποίηση και η κινητοποίηση ή να αναδειχθούν σημαντικά πρόσωπα/καταστάσεις.

Στην αρχή της διαδικασίας οργάνωσης μιας εκδήλωσης είναι σημαντικό να προσδιορίζεται με σαφήνεια ο σκοπός της εκδήλωσης και να λαμβάνονται υπόψη οι απαιτήσεις που θέτει ο πελάτης, είτε πρόκειται για μία επιχείρηση, έναν οργανισμό ή έναν ιδιώτη. Τα στοιχεία που θα χρειαστεί να συγκεντρωθούν αρχικά από τον πελάτη, προκειμένου να καθοριστεί ο σκοπός της εκδήλωσης, είναι ο επιθυμητός προϋπολογισμός, ο τύπος των εκδηλώσεων που θα πραγματοποιηθούν (γιορτή, έκθεση, συνέδριο κτλ) και ο χρονικός ορίζοντας. Επιπλέον, ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία μιας εκδήλωσης, που επηρεάζει άμεσα και το σκοπό και το περιεχόμενο της εκδήλωσης, είναι το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κοινού πρέπει να μελετώνται και τα συμπεράσματα να λαμβάνονται υπόψη για τον καθορισμό των στόχων της διοργάνωσης.

Κατά τη διάρκεια οργάνωσης και πραγματοποίησης της εκδήλωσης θα πρέπει να γίνεται παρακολούθηση των επιμέρους στόχων που έχουν τεθεί στα διάφορα στάδια, ώστε να είναι δυνατός ο εντοπισμός τυχόν αλλαγών του αρχικού σκοπού. Αν έχουν προκύψει παρεκκλίσεις από το αρχικό σχέδιο, θα πρέπει οι διοργανωτές να φροντίσουν ώστε οι αποφάσεις να συμβαδίζουν με το επιθυμητό αποτέλεσμα. Το περιεχόμενο και ο σκοπός μιας εκδήλωσης αποτελούν τον οδηγό για τον επιτυχή σχεδιασμό της.

3.2.2 Βιωσιμότητα της εκδήλωσης

Στο αρχικό στάδιο της οργάνωσης περιλαμβάνεται και ο έλεγχος της βιωσιμότητας μιας εκδήλωσης. Τα βασικά ερωτήματα που χρειάζεται να απαντηθούν είναι αν η εκδήλωση είναι εφικτή και αν αυτή είναι η σωστή προσέγγιση προκειμένου να επιτευχθεί ο επιθυμητός σκοπός.

Η ομάδα που θα ασχοληθεί με την οργάνωση της εκδήλωσης χρειάζεται να εξετάσει τρεις επιμέρους τομείς, την δυνατότητα πραγματοποίησης της

εκδήλωσης, την προσφορά προς τον πελάτη που επιθυμεί να οργανώσει το γεγονός και τις προσφορές προς τους χορηγούς. Οι τρεις αυτοί τομείς αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και γι' αυτό απαιτείται αποτελεσματικός συνδυασμός, ώστε να προκύψει το βέλτιστο αποτέλεσμα.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημανθεί ότι υπάρχει περίπτωση ο διοργανωτής της εκδήλωσης και ο πελάτης που επιθυμεί την πραγματοποίησή της να συμπίπτουν. Μία τέτοια περίπτωση είναι ένα ξενοδοχείο, το οποίο επιθυμεί να οργανώσει μία έκθεση που να απευθύνεται στους πελάτες του ή/και στην τοπική κοινωνία.

3.2.2.1 Σκοπιμότητα/εφικτότητα της εκδήλωσης

Όταν πρόκειται για μία διοργάνωση, τότε προτείνεται να εκπονείται μία έκθεση σκοπιμότητας. Ο σκοπός αυτής της έκθεσης είναι να περιγραφούν διαφορετικές εναλλακτικές λύσεις για την πραγματοποίηση του γεγονότος και να προσδιοριστούν το κόστος και τα οφέλη από κάθε μία απ' αυτές. Το πιο σημαντικό κομμάτι αυτής της έκθεσης είναι η σύγκριση μεταξύ των διαφορετικών προτεινόμενων εναλλακτικών. Τα κριτήρια για την σύγκριση μπορεί να περιλαμβάνουν:

- * το κόστος της εκδήλωσης
- * το κοινό που απευθύνεται
- * τις δυνατότητες προώθησης
- * τους συνεργάτες
- * τους χορηγούς
- * τους πιθανούς κίνδυνους

Δύο βασικοί περιοριστικοί παράγοντες κατά την οργάνωση μιας εκδήλωσης είναι ο χρόνος που πρόκειται να πραγματοποιηθεί και το μέρος.

Υπάρχουν αρκετά εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την εκπόνηση της έκθεσης σκοπιμότητας, όπως ανάλυση αποκλίσεων (gap analysis), ανάλυση κόστους – οφέλους, SWOT¹ ανάλυση. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν βοηθούν στη εξαγωγή των απαραίτητων συμπερασμάτων και στην περιγραφή της τελικής προτεινόμενης λύσης.

¹ SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and treats): ανάλυση των δυνατών σημείων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των κινδύνων των εναλλακτικών

3.2.2.2 Ανάπτυξη προτάσεων – προσφορών

Η πρόταση που απευθύνεται στον πελάτη αποτελεί ένα στοχευμένο κείμενο το οποίο περιλαμβάνει πληροφορίες που περιγράφουν τον τρόπο αντιμετώπισης των απαιτήσεων που έχει θέσει ο πελάτης. Πρέπει μέσα από το κείμενο να φαίνεται η ολοκληρωμένη γνώση του διοργανωτή για το αντικείμενο και η δέσμευσή του να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του έργου που θα αναλάβει.

Ακόμα και στην περίπτωση που ο διοργανωτής είναι και ο πελάτης, μπορεί να αναπτυχθεί μία πρόταση που να προκύπτει από τις εντοπισμένες ανάγκες και ευκαιρίες της ίδιας της επιχείρησης.

Τα κυριότερα στοιχεία που περιλαμβάνει ένας φάκελος για να περιγράψει μια εκδήλωση είναι:

- Κάτοψη με διαστάσεις των χώρων και των εξοπλισμών που παρέχονται
- Φωτογραφίες των χώρων
- Φωτογραφίες των χώρων σε χρήση
- Προεπιλεγμένα μενού (για κάθε περίπτωση)
- Δυνατότητες εκδρομών – διασκέδασης
- Γενικές πληροφορίες για την ευρύτερη περιοχή που πραγματοποιείται η εκδήλωση
- Παρεχόμενα καταλύματα σε περίπτωση αναγκαιότητας διαμονής των συμμετεχόντων
- Επιπρόσθετες πιθανές υπηρεσίες και χώρους που ανάλογα με την περίπτωση μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι συμμετέχοντες (πισίνα , Spa, παιχνίδια), με συνοδεία φωτογραφικού υλικού.

Ο ρόλος των χορηγών για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης, καθώς και η σχέση των διοργανωτών των χορηγών και των πελατών περιγράφεται αναλυτικά στο κεφάλαιο 2.

3.2.3 Πακέτα εργασιών

Έχοντας καταλήξει στην τελική πρόταση για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης, προσδιορίζονται στη συνέχεια με ακρίβεια οι επιμέρους εργασίες που πρέπει να ολοκληρωθούν. Κάποιες από αυτές μπορούν να

ομαδοποιηθούν και να αποτελέσουν ένα ενιαίο πακέτο εργασίας που θα ανατεθεί σε ένα πρόσωπο ή μία ομάδα. Μία συγκεντρωτική καταγραφή των υπευθυνοτήτων μπορεί να γίνεται σε κατάλληλα διαμορφωμένο έντυπο, όπου θα φαίνονται οι εργασίες και οι υπεύθυνοι για την πραγματοποίησή τους. Επιπλέον, προκειμένου να είναι σαφής η επιμέρους ανάθεση των εργασιών και ευκολότερη η παρακολούθησή της ολοκλήρωσής τους από τους υπεύθυνους μπορούν να χρησιμοποιούνται έντυπα που να καταγράφουν τα απαραίτητα στοιχεία. Ένα τέτοιο έντυπο μπορεί να είναι ένα φύλλο εργασίας, όπου θα υπάρχει περιγραφή των εργασιών που αναλαμβάνει κάθε ομάδα ή μεμονωμένος υπεύθυνος, των προβλεπόμενων χρόνων, των συγκεκριμένων αρμοδιοτήτων και ο τελικός έλεγχος ολοκλήρωσης των εργασιών. Πρότυπα τέτοιων εντύπων φαίνονται παρακάτω, Πίνακες 1.4, 1.5

(προσαρμοσμένα πρότυπα από W. O'Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002)

Πίνακας 1.4

Κατάλογος Υπευθύνων – Κατανομή εργασιών				
Ημερομηνία:				
Περιγραφή εκδήλωσης:				
Κωδικός	Εργασία	Υπεύθυνος	Χρόνος Ολοκλήρωσης	Σχόλια

Υπεύθυνος Ομάδας Οργάνωσης

.....

Σελ /

Πίνακας 1.5

Φύλλο εργασίας					
Ημερομηνία:			Εκδήλωση:		
Υπεύθυνος εργασίας:					
Κωδικός	Περιγραφή Εργασίας	Έναρξη	Ολοκλήρωση	Επιμέρους αρμοδιότητες	Έλεγχος

Υπεύθυνος Ομάδας Οργάνωσης

.....

Σελ /

3.2.4 Ανθρώπινο δυναμικό

Η πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης απαιτεί τη συνεισφορά πολλών ατόμων και την επιλογή των κατάλληλων προσώπων για κάθε θέση. Ο υπεύθυνος της διοργάνωσης (event manager) είναι αυτός που αναλαμβάνει να συντονίσει αποτελεσματικά όλα τα συμβαλλόμενα μέρη. Τα κυριότερα καθήκοντα του υπεύθυνου οργάνωσης περιλαμβάνουν:

- Συνολική οργάνωση του γεγονότος και λήψη αποφάσεων
- Επικοινωνία τους προμηθευτές/χορηγούς και άλλους φορείς που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση του γεγονότος
- Επικοινωνία με το εμπλεκόμενο προσωπικό
- Παρακολούθηση της πορείας της διοργάνωσης, ώστε να επιτυγχάνονται οι στόχοι που έχουν τεθεί (κόστους, εσόδων, χρόνου κτλ)
- Αναφορά σε άλλα ενδιαφερόμενα μέρη για την πορεία της διοργάνωσης
- Ανάπτυξη διορθωτικών ενεργειών αν το κρίνει απαραίτητο
- Τελική αξιολόγηση

Επιπλέον, σημαντικό είναι ο υπεύθυνος οργάνωσης να εμπνέει εμπιστοσύνη και αποφασιστικότητα, ώστε να ενθαρρύνει τη συμμετοχή του εμπλεκόμενου προσωπικού, και να είναι άμεσα διαθέσιμος, για οτιδήποτε έκτακτο προκύψει.

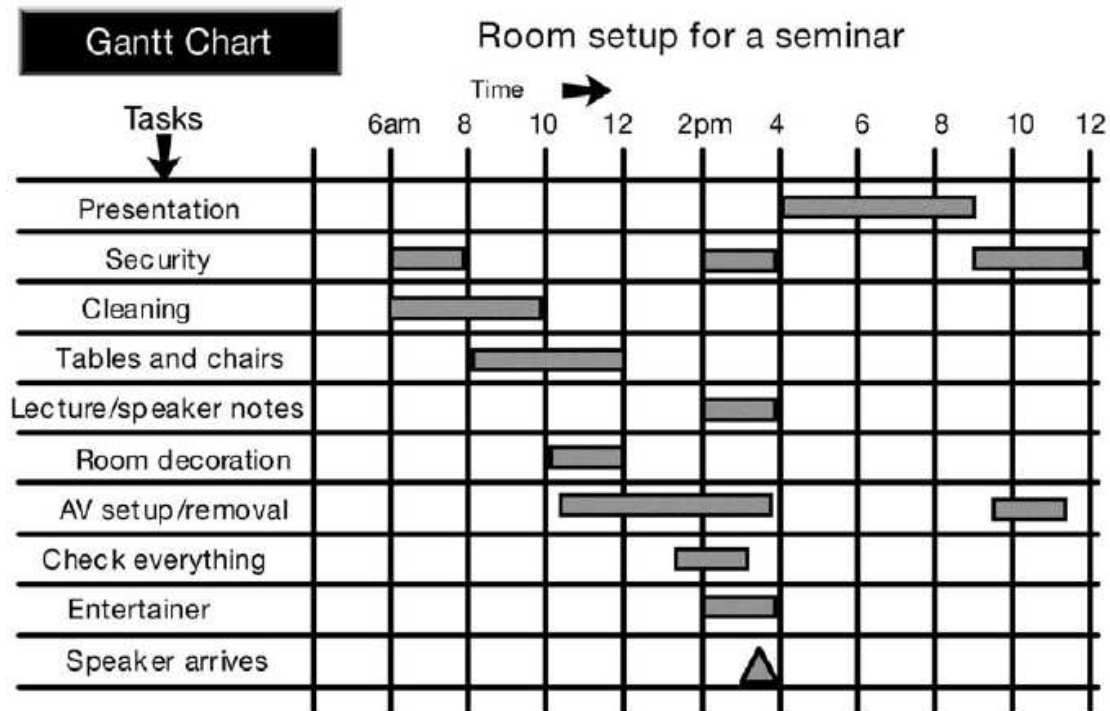
(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001)

Αναπόσπαστο κομμάτι για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης είναι και οι εθελοντές. Η αναλογία των εθελοντών με το έμμισθο προσωπικό είναι συχνά μεγάλη. Η συμμετοχή εθελοντών έχει πολλαπλά οφέλη, η κάλυψη αναγκών για ανθρώπινο δυναμικό, η υποστήριξη μιας διοργάνωσης από την τοπική κοινωνία καθώς και η ανάπτυξη ικανοτήτων και η παροχή θέσεων εργασίας στους ντόπιους είναι κάποια από αυτά. **(N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett 2001)**

3.2.5 Χρονοδιάγραμμα εργασιών

Εκτός από την κατανομή των εργασιών, ιδιαίτερα σημαντική είναι η χρονική αλληλουχία και η χρονική διάρκεια κάθε σταδίου. Στον αρχικό σχεδιασμό της εκδήλωσης θα πρέπει να γίνει εκτίμηση των απαιτούμενων χρόνων. Δεδομένου ότι το χρονοδιάγραμμα των εργασιών πρέπει να είναι γνωστό σε

όλους τους εμπλεκόμενους στην πραγματοποίηση της εκδήλωσης και εύκολα κατανοητό από όλους, οι γραφικές απεικονίσεις συνίστανται. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί ο πίνακας Gantt.



Παράδειγμα Πίνακα Gantt για την περίπτωση διοργάνωσης σεμιναρίου

Επιπλέον, σημαντικό είναι να προσδιοριστούν και τα κρίσιμα σημεία σε μία διοργάνωση. Θα υπάρχουν εργασίες που πρέπει να ολοκληρωθούν στην ώρα τους, χωρίς καθυστερήσεις, ενώ άλλες έχουν περιθώριο απόκλισης. Αυτό σχετίζεται άμεσα και με τις συνέπειες που έχει η καθυστέρηση ολοκλήρωσης μιας εργασίας στο υπόλοιπο πρόγραμμα και την επιτυχία της εκδήλωσης.

(W. O'Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002)

3.2.6 Διαχείριση Κινδύνου

Σκοπός και διαδικασία διαχείρισης κινδύνου

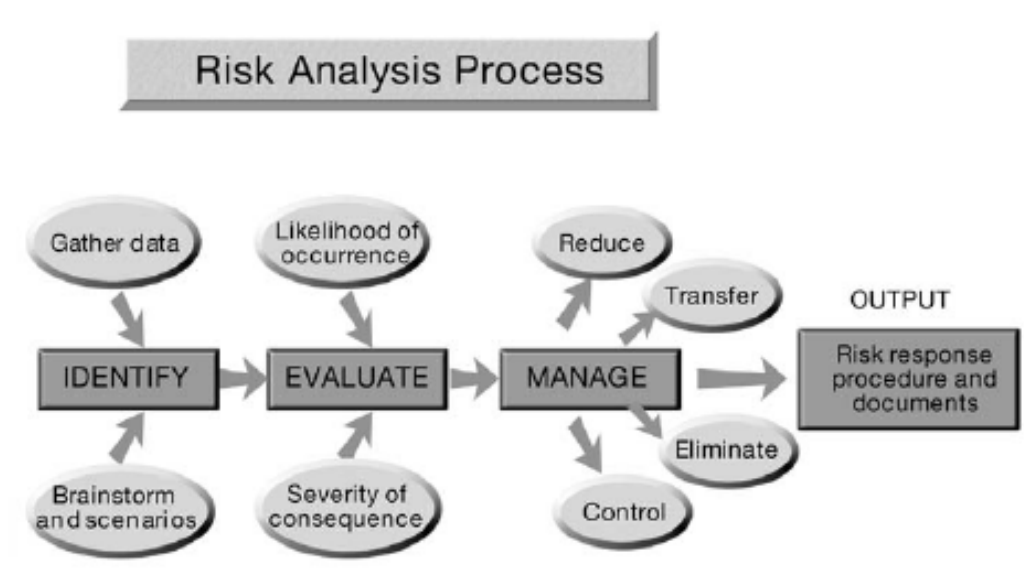
Για τη βιομηχανία των εκδηλώσεων οι κίνδυνοι αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι αυτής, ειδικά για τις ειδικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται μία φορά. Κατά συνέπεια η κατάλληλη διαχείριση είναι επιβεβλημένη. Με την

έννοια κίνδυνος περιγράφεται η πιθανότητα και οι συνέπειες από την αποτυχία επίτευξης ενός καθορισμένου στόχου ενός έργου. Προκειμένου για μία ολοκληρωμένη διαχείριση των κινδύνων που μπορεί να σχετίζονται με ένα έργο, χρειάζεται η εφαρμογή των παρακάτω σημαντικών σταδίων:

- Αναγνώριση
- Ανάλυση
- Αξιολόγηση/ιεράρχηση
- Διαχείριση
- Παρακολούθηση και Ανασκόπηση

Η διαδικασία διαχείρισης κινδύνων αποσκοπεί στην αξιολόγηση των κινδύνων και των πιθανών αρνητικών αντίκτυπων που αυτοί θα έχουν στο έργο, με στόχο τη μείωση των πιθανών απωλειών και τη μεγιστοποίηση των ευκαιριών.

Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την αναγνώριση και την ανάλυση των πιθανών κινδύνων που μπορεί να παρουσιάσει το έργο, καθώς επίσης και τη δημιουργία ενός σχεδίου διαχείρισης των κινδύνων, το οποίο θα αναφέρεται στα κίνητρα που οδηγούν στην αλλαγή, τη σημαντικότητα και την πιθανότητα να συμβεί, στην τυχόν αλλαγή της δομής του χρονοδιαγράμματος του έργου, στην προσέγγιση που θα ακολουθηθεί, και στον έλεγχο και στην αντιμετώπιση τυχόν αλλαγών στις σχέσεις με τους προμηθευτές και τους συμβαλλόμενους του έργου. Επίσης, στη διαχείριση κινδύνων συμπεριλαμβάνονται διαδικασίες ορισμού δυνητικών περιοχών κινδύνου και αποτίμησης πιθανών αρνητικών αντίκτυπων, σύμφωνα με το πώς ένας κίνδυνος επηρεάζει τους στόχους του έργου, τους αντικειμενικούς σκοπούς, τη στρατηγική, τα σχέδια ή τις ατομικές δραστηριότητες της ομάδας έργου. Στο σχήμα που ακολουθεί φαίνεται σχηματικά η διαδικασία ανάλυσης κινδύνων.



Σχηματική απεικόνιση της διαδικασίας ανάλυσης κινδύνων

Μερικές κατηγορίες κινδύνων που πρέπει να εξεταστούν είναι:

- Οικονομικοί
- Πολιτικοί
- Επιχειρηματικοί
- Νομικοί
- Περιβαλλοντικοί
- Φυσικοί
- Κίνδυνοι που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό
- Κίνδυνοι που σχετίζονται με τους χορηγούς/προμηθευτές
- Κίνδυνοι που σχετίζονται με τον εξοπλισμό
- Πολιτιστικοί
- Κίνδυνοι που σχετίζονται με την ασφάλεια
- Κίνδυνοι που σχετίζονται με το χώρο διεξαγωγής

Η διαδικασία της διαχείρισης του κινδύνου είναι μία συνεχής διαδικασία, η οποία εξελίσσεται κατά τη διάρκεια οργάνωσης και πραγματοποίησης ενός γεγονότος. Κάποιοι κίνδυνοι για παράδειγμα, έρχονται στο προσκήνιο μόνο αφού ξεκινήσει η πραγματοποίηση της εκδήλωσης και όχι κατά την οργάνωσή της, ενώ κίνδυνοι με μικρή πιθανότητα μπορεί ξαφνικά να γίνουν σημαντικοί κατά την διεξαγωγή ενός γεγονότος. Η ύπαρξη του σχεδίου διαχείρισης των κινδύνων, στο οποίο περιλαμβάνεται και περιγραφή του τρόπου

αντιμετώπισης τους είναι απαραίτητη. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται άμεση και ολοκληρωμένη αντιμετώπιση των κινδύνων και ταυτόχρονα αποφυγή παραλήψεων ή εσφαλμένων αποφάσεων. **(W. O’Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002, 45th ICCA Congress and Exhibition 2006, Δρ. Π.Παναγιωτίδης 2001)**

Εργαλεία για τη ανάλυση κινδύνου

Για τον εντοπισμό και την αξιολόγηση των δυνητικών κινδύνων από την πραγματοποίηση ενός γεγονότος χρησιμοποιούνται ποικίλες μέθοδοι, όπως για παράδειγμα δέντρα ανάλυσης σφαλμάτων (fault trees), γραφήματα επιπτώσεων κινδύνων, διαγράμματα επιρροής, φύλλα ανάλυσης κινδύνων κ.α. Ένα έντυπο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση κινδύνων μπορεί να περιέχει πληροφορίες όπως η πιθανότητα να συμβεί κάτι, η σοβαρότητα της επίπτωσης του να συμβεί, τρόποι αντιμετώπισης, υπεύθυνος κ.α. Πρότυπο «Φύλλο ανάλυσης κινδύνων» δίνεται στη συνέχεια, Πίνακας 1.6 (προσαρμοσμένα πρότυπα από W. O’Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002)

Ανασκόπηση

Ένα εξίσου σημαντικό κομμάτι στην ορθή διαχείριση των κινδύνων αποτελεί και η ανασκόπηση μετά το τέλος της εκδήλωσης, δηλ. καταγραφή και αξιολόγηση των περιστατικών που συνέβησαν, αξιολόγηση του προσωπικού καθώς και συλλογή άλλων πληροφοριών που σχετίζονται με την εκδήλωση. Αυτό επιτυγχάνεται με φωτογραφίες, βίντεο, συνεντεύξεις προσώπων, συγκέντρωση των εντύπων που χρησιμοποιήθηκαν για την οργάνωση της εκδήλωσης κ.α. Με αυτό τον τρόπο η ομάδα οργάνωσης μιας εκδήλωσης μπορεί να αναπτύξει οδηγίες και διαδικασίες για την πρόληψη και αντιμετώπιση στο μέλλον παρόμοιων περιστατικών καθώς και να εκπαιδεύσει και να καταρτίσει κατάλληλα το εμπλεκόμενο προσωπικό. **(W. O’Toole, P.Mikolaitis, CSEP 2002, 45th ICCA Congress and Exhibition 2006)**

Πίνακας 1.6: Φύλλο ανάλυσης κινδύνων

Φύλλο Ανάλυσης Κινδύνων								
Ημερομηνία:				Εκδήλωση:				
Ομάδα διαχείρισης κινδύνου:								
Κίνδυνοι	Περιγραφή	Πιθανότητα	Σοβαρότητα	Σχέδιο Έκτακτης Ανάγκης	Υπεύθυνος	Αρμοδιότητες	Χρόνος	Κωδικοποίηση

Υπεύθυνος Διαχείρισης Κινδύνου

.....

σελ .../...

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

4.1 Οι Εκδηλώσεις στο Νομό Ηρακλείου

Ο νομός του Ηρακλείου παρουσιάζει ιδιαίτερως σημαντική κίνηση τόσο στο τομέα του τουρισμού, όσο σε πολιτιστικό και πνευματικό επίπεδο. Οι εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στο νομό, δε θα μπορούσαν παρά να ακολουθήσουν τον πολυσύνθετο και ιδιαίτερο χαρακτήρα της περιοχής ο οποίος σχετίζεται άμεσα με τον πολιτισμό, την τέχνη, τις παραδόσεις, το φυσικό τοπίο αλλά και τη γαστρονομία. Η μεγάλη ηλιοφάνεια το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου, το κλίμα και το όμορφο περιβάλλον του νομού ικανοποιούν και τους πιο απαιτητικούς επισκέπτες. Στην ενότητα αυτή λοιπόν, κρίνεται απαραίτητο να γίνει αναφορά στα **συγκριτικά αυτά πλεονεκτήματα του τόπου**, καθώς αυτά **αποτελούν τον βασικό πυρήνα των εκδηλώσεων της περιοχής και κατά συνέπεια αναπόσπαστο κομμάτι του τουριστικού προϊόντος του προάγει**. Οι εκδηλώσεις κατά κύριο λόγο έχουν πηγή έμπνευσης τον πολιτισμό, τη μουσική, τις παραδόσεις αλλά και τα τοπικά προϊόντα. Τέλος δεν θα μπορούσε να μην γίνει αναφορά στο φυσικό περιβάλλον του νησιού το οποίο αναμφισβήτητα αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών.

4.1.1 Πολιτιστικά δρώμενα

Σε πολλά χωριά της Κρήτης, με πρωτοβουλία των πολιτιστικών συλλόγων ή μεμονωμένα, εξακολουθούν να διοργανώνονται πανηγύρια, τα οποία αποτελούν αφορμή συνεύρεσης του τοπικού πληθυσμού, ενώ παράλληλα συμβάλλουν στη διατήρηση των εθίμων και των παραδόσεων του τόπου. Επίσης πλήθος πολιτιστικών εκδηλώσεων διοργανώνονται κάθε χρόνο με αφορμή ιστορικές επετείες, όπως για παράδειγμα οι εκδηλώσεις για τη Μάχη της Κρήτης.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στα αστικά κέντρα διαφέρουν ριζικά από τα πανηγύρια των χωριών. Συνήθως πραγματοποιούνται κατά τη θερινή περίοδο, ενώ η συστηματική ετήσια διοργάνωσή τους αποτελεί ως επί το πλείστον φαινόμενο των τελευταίων δύο δεκαετιών και την ευθύνη

διοργάνωσης και υλοποίησης φέρει ο δήμος. Κατά κανόνα πρόκειται για πολυθεματικές εκδηλώσεις (θέατρο, μουσική, χορός, εκθέσεις), στις οποίες συμμετέχουν ντόπιοι και ξένοι καλλιτέχνες και συνήθως διαρκούν περισσότερες μέρες ή εβδομάδες. Στην κατηγορία αυτή ανήκει ο Μουσικός Αύγουστος (δήμος Ηρακλείου).

Η συντονισμένη διοργάνωση των εκδηλώσεων αυτών και η συστηματική προβολή τους, η οποία μέχρι στιγμής δεν κρίνεται επαρκής, σε συνδυασμό με τον καινοτόμο τους χαρακτήρα, μπορεί να μετατρέψει ορισμένες από αυτές σε αυτόνομο πόλο.

Τα τελευταία χρόνια η πόλη του Ηρακλείου έχει δημιουργήσει μια σημαντική παράδοση, που εκφράζεται μέσα από το Φεστιβάλ "Ηράκλειο - Καλοκαίρι", το οποίο έχει διεθνή ακτινοβολία, λόγω της ποιότητας των εκδηλώσεων του. Το πρόγραμμα του Φεστιβάλ περιλαμβάνει κύκλους θεάτρου, μουσικής, χορού και εικαστικών γεγονότων, με τη συμμετοχή σημαντικών ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών. Το φεστιβάλ πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο στα κηποθέτρα "Ν. Καζαντζάκης" και "Μ. Χατζηδάκης", που βρίσκονται στην τάφρο των ενετικών τειχών, καθώς επίσης στο φρούριο "Κούλε" του ενετικού λιμένα.

Σημαντικό κομμάτι των πολιτιστικών εκδηλώσεων που διοργανώνονται ακόμα στο νησί είναι και οι εκδηλώσεις των γάμων, τα βαφτίσια και άλλες γιορτές που έχουν σχέση με τη θρησκεία και την κοινωνική συγκρότηση.

[\(http://www.nah.gr/\)](http://www.nah.gr/)

4.1.2 Τέχνη

Ο νομός Ηρακλείου στην μακραίωνη ιστορική διαδρομή του, έδωσε θαυμαστά δείγματα αρχιτεκτονικής, γλυπτικής, κεραμικής, γέννησε μεγάλους ζωγράφους και λογοτέχνες και ξεπέρασε τα στενά όρια του νησιού.

Σήμερα παράλληλα με την οικονομική ανάπτυξη το Ηράκλειο έχει αναπτύξει έντονη καλλιτεχνική δράση στον τομέα των περιοδικών εκθέσεων τοπικού, εθνικού αλλά και διεθνούς ενδιαφέροντος σε συνεργασία με πολλούς φορείς στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Όλες οι διοργανώσεις πλαισιώνονται από παράλληλες εκδηλώσεις.

Μουσική

Στο νομό σήμερα, δραστηριοποιείται ένας μεγάλος και δραστήριος καλλιτεχνικός οργανισμός ο οποίος περιλαμβάνει τη Δημοτική Φιλαρμονική, τη

Σχολή Φιλαρμονικής, το Δημοτικό Ωδείο, την Ορχήστρα Εγχόρδων του Δημοτικού Ωδείου και το Κουαρτέτο Εγχόρδων του Δήμου Ηρακλείου. Όλα τα παραπάνω καλλιτεχνικά συγκροτήματα συμμετέχουν στις πολιτιστικές εκδηλώσεις, προάγουν με τις δραστηριότητες τους την πνευματική και καλλιτεχνική ζωή του νομού μας και στοχεύουν στη δημιουργία του απαιτούμενου έμφυχου υλικού για τη συγκρότηση μιας Συμφωνικής Ορχήστρας στην πόλη Ηρακλείου. Από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής φυσιογνωμίας της Κρήτης αποτελεί και η παραδοσιακή μουσική της, η οποία ακόμα και στους νεώτερους χρόνους συντηρείται και αναπτύσσεται. Οι μελωδίες των χορών αποτελούνται από μικρές μελωδικές φράσεις τις λεγόμενες κοντυλιές που με την μέθοδο του αυτοσχεδιασμού μπορούν να συνδυαστούν με ποικίλους τρόπους. Αυτοσχεδιασμός γίνεται και στους χορούς. Παγκρήτια διάδοση έχουν και οι γνωστές σε όλους μας "μαντινάδες". Το γνωστότερο παραδοσιακό μουσικό όργανο με ζωντανή παρουσία ως σήμερα είναι η τρίχορδη αχλαδόσχημη Λύρα.

Η Κρητική μουσική παράδοση θεωρείται η πιο ζωντανή στον ελλαδικό χώρο γιατί, όχι μόνο συνεχίζει να εξελίσσεται και να ενσωματώνει δημιουργικά σύγχρονα μουσικά στοιχεία, αλλά παράλληλα καταφέρνει να εκφράζει και να σχολιάζει με ζωντανό τρόπο την σημερινή πραγματικότητα. Τα βασικά όργανα που χρησιμοποιούνται στην κρητική μουσική είναι η λύρα και το λαούτο. Στην ανατολική και δυτική Κρήτη είναι επίσης διαδεδομένη η χρήση του βιολιού αντί της λύρας. (<http://www.nah.gr/>)

4.1.3 Κρητική κουζίνα

Τα τελευταία χρόνια η κρητική διατροφή και η υγεία των κατοίκων της Κρήτης πήρε διαστάσεις, έγινε θέμα ερευνών, συζητήσεων, συνεδρίων, έγινε πρωτοσέλιδο σε εφημερίδες και ιατρικά περιοδικά. Τα συμπεράσματα των ερευνών στο διάστημα των τελευταίων 60 χρόνων δείχνουν πράγματι, ότι η Κρητική διαίτα βοηθά στη διατήρηση της καλής υγείας.



Η κρητική παραδοσιακή κουζίνα θεωρείται σήμερα μια από τις πλέον υγιεινές του κόσμου. Ο πλούτος και η ποιότητα των προϊόντων του νησιού στο πέρασμα των αιώνων, έχει δημιουργήσει μια κουζίνα με μοναδική γεύση, φρεσκάδα και γνησιότητα.

Η φύση της Κρήτης διαθέτει όλη αυτή την ποικιλία των αναγκαίων πρώτων υλών καθώς και την ανθρώπινη εμπειρία για τη δημιουργία γεύσεων μοναδικών που συνδυάζονται με τις εποχές και το φυσικό περιβάλλον του νησιού σε μια εξαιρετική ενότητα.

Τα τυροκομικά, το μέλι, τα αρωματικά φυτά, τα χορταρικά και τόσα άλλα προϊόντα των κρητικών βουνών, αποτελούν τη βάση για το θαύμα της κρητικής κουζίνας. Η Κρητική διατροφή αναγνωρίζεται σήμερα από την διεθνή επιστημονική κοινότητα σαν το πλέον αντιπροσωπευτικό και ποιοτικό παράδειγμα της ονομαζόμενης Μεσογειακής Διατροφής, η οποία έχοντας σαν βάση τα λαχανικά, όσπρια, φρούτα, δημητριακά σε συνδυασμό με την χρήση του ελαιόλαδου συντελεί στην μακροζωία και ευζωία. Το μυστικό της κρητικής διατροφής βρίσκεται αφ' ενός μεν στην πλούσια ποικιλία των προϊόντων που παράγει η Κρητική γη και αφ' ετέρου στο ελαιόλαδο το οποίο χρησιμοποιείται σε όλα σχεδόν τα πιάτα.

Οι Δρόμοι του Κρασιού

Οι Δρόμοι του Κρασιού Νομού Ηρακλείου μελλοντικά θα είναι ένα ολοκληρωμένο Δίκτυο διαδρομών που θα καλύπτει την οινοποιητική ζώνη του νομού και θα εντάσσεται σε αυτό το σύνολο των επισκέψιμων οινοποιείων.

Σήμερα οι διαδρομές συγκροτούν στο σύνολο τους μία ενιαία πιλοτική διαδρομή που εξασφαλίζει:

- Την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει όσο το δυνατόν περισσότερες αντιπροσωπευτικές αμπελουργικές - οινοπαραγωγικές ζώνες της περιοχής.
- Την ύπαρξη κατά μήκος της ενιαίας διαδρομής, όσο το δυνατόν μεγαλύτερου αριθμού οινοποιείων - μελών του δικτύου.

- Την επίσκεψη σε περιοχές με αξιόλογη παρουσία μνημείων και αρχαιολογικών – ιστορικών χώρων και σε οικισμούς της περιοχής με αξιόλογα δείγματα παραδοσιακής αρχιτεκτονικής.
- Την προσέγγιση χώρων που σχετίζονται με παραδοσιακές οινοπαραγωγικές δραστηριότητες.
- Την ύπαρξη υποδομών πληροφόρησης και ψυχαγωγίας των επισκεπτών καθώς επίσης χώρων διημέρευσης και σίτισης.

Ταυτόχρονα η πιλοτική αυτή διαδρομή δημιουργεί μια κυκλική διάσχιση της ενδοχώρας με αφετηρία και τέλος την αστική περιοχή του Ηρακλείου. Το σύνολο των τμημάτων της ενιαίας πιλοτικής διαδρομής περιλαμβάνει συγκεντρωμένους σε ένα μοναδικό σύνολο χώρους όπου αναδεικνύονται σημαντικές και διαφορετικές ταυτόχρονα, εκφράσεις που συνθέτουν το χαρακτήρα της ευρύτερης περιοχής της ενδοχώρας του νομού Ηρακλείου.

Η περιοχή αυτή αποτελεί ένα χώρο μέσα στον οποίο συνυπάρχουν οι οινοπαραγωγικές – αμπελουργικές δραστηριότητες με άλλες πολιτιστικές – περιβαλλοντικές δραστηριότητες, αδιάσπαστες και συμπληρωματικές η μία με την άλλη. (<http://www.nah.gr/>)

4.1.4 Φυσικο Περιβάλλον

Η μορφολογική ποικιλία του τοπίου του νομού Ηρακλείου, αποτυπώνεται και στις παραλίες του, που ξετυλίγονται κατά μήκος των βόρειων και νότιων ακτογραμμών αποκαλύπτοντας άλλοτε όρμους και απόκρημνες βραχώδεις ακτές, άλλοτε οργανωμένες τουριστικά αμμουδιές, άλλοτε πάλι ερημικούς και κρυμμένους.

Μεγάλου οικολογικού ενδιαφέροντος επίσης είναι το οικοσυστήματα που αναπτύσσονται κατά μήκος των κυριότερων ποταμών και των κοιλάδων τους που διασχίζουν το νομό Ηρακλείου.

Οι κατάφυτες όχθες τους και η παρουσία μεγάλων πληθυσμών ενδημικών και κοινών ειδών ορνιθοπανίδας αναδεικνύουν τα ποτάμια του νομού σε τόπους εξαιρετικού οικολογικού ενδιαφέροντος.

Τα τελευταία χρόνια με την δημιουργία τεχνητών λιμνών και φραγμάτων σε πολλές περιοχές του νομού παρατηρούμε την σταδιακή μετατροπή τους σε χώρους ιδιαίτερα σημαντικών υδροβιοτόπων. Σήμερα σε πολλούς από

αυτούς τους χώρους έχουν γίνει έργα διαμόρφωσης για υπαίθρια αναψυχή και περιβαλλοντικές παρατηρήσεις.

ΠΟΤΑΜΙΑ ΥΔΡΟΒΙΟΤΟΠΟΙ	-ΠΕΡΙΟΧΗ
Αλμυρός	Δήμος Γαζίου
Αποσελέμης	Δήμος Γουβών
Πανδωμάρης	Δήμος Γαζίου
Κουτσουλίδης	Δήμος Ζαρού
Αναποδάρης	Ανατολική Μεσσαρά

ΛΙΜΝΟΔΕΞΑΜΕΝΕΣ- ΦΡΑΓΜΑΤΑ
Φράγμα Φανερωμένης
Φράγμα Πλακιώτισσας
Λίμνη Ζαρού
Λιμνοδεξαμενή Θραψανού
Λιμνοδεξαμενή Σκινιά

Ζώνες με ειδικό καθεστώς προστασίας

Τα Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους του Νομού Ηρακλείου είναι:

1) Δυτικά Αστερούσια (από Αγιοφάραγγο έως Κόκκινο Πύργο).

Η περιοχή αποτελείται από δύο κυρίως τμήματα. Το πρώτο είναι βραχώδες με κρημνούς και φαράγγια. Το δεύτερο περικλείει μια αμμώδη παραλία (όπου ωτοκεί η θαλάσσια χελώνα *Caretta caretta*), καθώς και την εκβολή του ποταμού Γεροπόταμου. Η περιοχή φθάνει ως τον Κόκκινο Πύργο, περιλαμβάνοντας τα δύο τρίτα της ακτογραμμής του κόλπου της Μεσσαράς. Τα φαράγγια παρουσιάζουν συνεχείς εναλλαγές τοπίου, ιδιαίτερα το Αγιοφάραγγο. Υπάρχει μεγάλη ποικιλότητα μικρών φυτοκοινωνιών.

2) Όρος Αστερούσια (Κόφινας).

Η περιοχή περιλαμβάνει την ανατολική έκταση του ορεινού όγκου των Αστερουσίων στη νότια Κρήτη. Η θαλάσσια έκταση καλύπτει λιγότερο από το 1% της περιοχής. Η σημασία της περιοχής συνίσταται στα ενδημικά και

προστατευόμενα φυτικά είδη, στις θέσεις φωλιάσματος που παρέχει το βουνό Κόφινας στα μεγάλα αρπακτικά πουλιά, στην παρουσία της Μεσογειακής φώκιας στις θαλάσσιες σπηλιές, στα ενδιαφέροντα ενδημικά σαλιγκάρια, εννιά από τα οποία είναι ενδημικά της Κρήτης, ενώ το *Albinaria terebra* είναι ενδημικό στα Αστερούσια. Μεγάλη είναι η αρχαιολογική της αξία (η όλη περιοχή περιλαμβάνει πολύ ενδιαφέρουσες σπηλιές με προϊστορικά υπολείμματα, αρχαιολογικά ευρήματα και τέμπλα, Βυζαντινά μοναστήρια κ.λπ.) αλλά και η αισθητική της αξία που οφείλεται στη μορφολογία της.

3) Όρος Δίκη: Ομαλός Βιάννου (Σύμη-Ομαλός)

Η περιοχή είναι ορεινή, εντοπίζεται στη νότια κεντρική Κρήτη και καλύπτει μέρος του ορεινού όγκου της νότιας Δίκης στον Νομό Ηρακλείου. Ορίζεται από το οροπέδιο του Ομαλού και το ρέμα Έργανας σε υψόμετρο 700 έως 800 μέτρα, περιλαμβάνοντας τις νοτιοανατολικές κορυφές και πλαγιές (Τουρλού, Κυνηγού, Γρασπιάσματα κ.λπ.) των βουνών της Δίκης, την έκταση του Άνω Βιάννου στα νότια και τη Σύμη στα νοτιοανατολικά. Η περιοχή έχει μεγάλη οικολογική και αισθητική αξία εξαιτίας της ύπαρξης ενός φάσματος τύπων οικοτόπων, με βλάστηση σε καλή κατάσταση κατά το πλείστον.

4) Το τμήμα του Κρασίου του όρους Δίκη

Η περιοχή βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα της κεντρικής Κρήτης. Χαρακτηρίζεται από μια οροσειρά που αποτελείται από τη Δίκη (2.148 m), το Σελέκανο, το Καθαρό και τη Σελένα, που περικλείουν το μεγαλύτερο οροπέδιο της Κρήτης, το Λασίθι (800 m). Η οικολογική της σημασία και αξία οφείλονται στη μεγάλη ποικιλία οικοτόπων. (<http://www.nah.gr/>)

4.1.5 Υποδομές

Σημαντικό ρόλο στην προσέγγιση ενός προορισμού διαδραματίζουν οι μεταφορές. Τόσο για την πρόσβαση στον προορισμό όσο και για την εσωτερική μετακίνηση σε διάφορα μέρη του.

➤ Αεροδρόμιο

Στο νομό Ηρακλείου υπάρχει διεθνές αεροδρόμιο (Αεροδρόμιο Ν.Καζαντζάκης), το οποίο συνδέει αεροπορικά το νησί με τα περισσότερα αεροδρόμια της χώρας, με πολλές ευρωπαϊκές πόλεις και με την Κύπρο, με κανονικές ή ναυλωμένες πτήσεις (charter), καθώς με μεγάλες πόλεις και των

πέντε ηπειρών. Υπάρχουν ακόμη πολλές ξένες εταιρείες που πραγματοποιούν πτήσεις από το εξωτερικό απευθείας για Ηράκλειο.

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετές ανακαινίσεις και επεκτάσεις στα κτίρια του αεροδρομίου για να μπορεί να αντεπεξέλθει στις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες ενός διεθνούς αερολιμένα. Στο μέλλον πρόκειται να μεταφερθεί το αεροδρόμιο στο Καστέλι, μια πόλη 36 χιλιόμετρα νοτιοανατολικά του Ηρακλείου.

➤ Λιμάνι

Το λιμάνι του Ηρακλείου βρίσκεται σε μία προνομιακή θέση. Είναι στο κέντρο του ανατολικού μέρους της μεσογειακής λεκάνης και έτσι βρίσκεται στη μέση της διεθνούς ακτοπλοϊκής γραμμής Γιβραλτάρ – Σουέζ, Μαύρη Θάλασσα.

Υπάρχουν δύο ελληνικές εταιρείες που διεξάγουν το δρομολόγιο Ηράκλειο – Πειραιά και το αντίστροφο. Σε όλη την διάρκεια του έτους γίνονται και δρομολόγια για Θεσσαλονίκη και Ιταλία. Υπάρχουν ακόμη πολλές μικρότερες εταιρείες που συνδέουν το Ηράκλειο με τα περισσότερα από τα νησιά του Αιγαίου.

➤ Οδικό δίκτυο

Η Κρήτη έχει ένα μεγάλο οδικό δίκτυο που συνδέει τους τέσσερις νομούς της με εθνικές οδούς σε πολύ καλή κατάσταση. Το οδικό δίκτυο της ενδοχώρας διαθέτει μικρότερους δρόμους αλλά είναι σε αρκετά καλή κατάσταση επίσης ενώ τακτικά γίνονται βελτιώσεις στην ασφαλτόστρωση καθώς και επεκτάσεις στις εθνικές οδούς.

Η εθνική οδός ή αλλιώς ο βόρειος οδικός άξονας (ΒΟΑΚ) εκτείνεται κατά μήκος της βόρειας ακτογραμμής του νησιού από τη μία άκρη ως την άλλη. Υπάρχουν τακτικά δρομολόγια υπεραστικών λεωφορείων (ΚΤΕΛ) που συνδέουν τόσο τις πρωτεύουσες των νομών μεταξύ τους, όσο και την ενδοχώρα του κάθε νομού με την πρωτεύουσά του. **(Φράγκου Άννα 2009)**

4.1.6 Εκπαίδευση

Το Ηράκλειο διαθέτει υψηλό επίπεδο ερευνητικών και τεχνολογικών υποδομών σε σχέση με άλλες πόλεις της Ελλάδας. Στο Ηράκλειο βρίσκονται:

- Πανεπιστήμιο Κρήτης
- ΤΕΙ Κρήτης

- Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ)
- Ελληνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών
- Ινστιτούτο ΕΘΙΑΓΕ
- Επιστημονικό Τεχνολογικό Πάρκο
- Ενωδρείο Κρήτης (Θαλασσόκοσμος)

(Άρτεμης Σαϊτάκης 2009)

Το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ) είναι ένα από τα μεγαλύτερα και από τα πιο άρτια οργανωμένα, εξοπλισμένα και στελεχωμένα ερευνητικά κέντρα της χώρας. Αποτελείται από επτά Ερευνητικά Ινστιτούτα που λειτουργούν σε κομβικά σημεία της ελληνικής περιφέρειας: Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Πάτρα και Ιωάννινα. Η έδρα του κέντρου, καθώς και τα γραφεία της Κεντρικής Διεύθυνσης, βρίσκονται στο Ηράκλειο της Κρήτης. Σήμερα το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ), έχει να επιδείξει υψηλές επιστημονικές επιδόσεις, καθώς και μια σπουδαία κοινωνική και οικονομική προσφορά, στοιχεία που το καθιστούν ένα από τα κορυφαία ερευνητικά κέντρα διεθνώς.

Το Ελληνικό Κέντρο Θαλασσίων Ερευνών (ΕΛΚΕΘΕ) παρέχει ευρέου φάσματος εφαρμοσμένες υπηρεσίες. Ορισμένα προϊόντα εφαρμοσμένης έρευνας, για παράδειγμα προϊόντα των υδατοκαλλιεργειών, καθώς και διάφορα προϊόντα και παραγωγές πολυμέσων.

Το Ενωδρείο "CretAquarium" αποτελεί τμήμα του ευρύτερου κτιριακού συγκροτήματος του «ΘΑΛΑΣΣΟΚΟΣΜΟΥ» του ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε. Κρήτης, στο χώρο της πρώην Αμερικανικής Βάσης Γουρνών, 15 χιλιόμετρα από την πόλη του Ηρακλείου. Με το ενωδρείο, τις σύγχρονες εγκαταστάσεις του Ινστιτούτου Θαλάσσιας Βιολογίας και Γενετικής και του Ινστιτούτου Ιχθυοκαλλιεργειών, το σύμπλεγμα του «ΘΑΛΑΣΣΟΚΟΣΜΟΥ» αποτελεί ένα μοναδικό πάρκο έρευνας, εκπαίδευσης, πολιτισμού και αναψυχής, το οποίο σκοπό έχει να προωθή και να διαχέει την γνώση για το θαλάσσιο περιβάλλον.

[\(http://www.nah.gr/\)](http://www.nah.gr/)

4.1.7 Εκδηλώσεις Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Ηρακλείου

Η λαϊκή τέχνη, άμεση αντανάκλαση του πνεύματος του λαού και της ιδιομορφίας του τόπου, αποτελεί τον ισχυρό κρίκο που συνδέει τη σύγχρονη Κρήτη με το απώτερο παρελθόν της.

Οι πολιτιστικοί Σύλλογοι, με τα λαογραφικά μουσεία και τις λαογραφικές συλλογές που δημιουργού έχουν διασώσει έναν μεγάλο αριθμό παραδοσιακών αντικειμένων ενώ παράλληλα με κάθε ευκαιρία παραδοσιακών εορτών και επετείων, αναβιώνουν τα πατροπαράδοτα έθιμα της Κρήτης και τις ιδιαίτερες λαϊκές παραδοσιακές συνήθειες του τόπου τους.

(<http://www.nah.gr/>)

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	
ΣΥΛΛΟΓΟΣ	
ΓΑΛΥΦΑΣ	Θεατρικές Παραστάσεις. Κρητικές και λαϊκές βραδιές
ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ	Πανηγύρι
ΠΥΡΓΟΥ	Θεατρικές Παραστάσεις
ΚΑΣΤΕΛΛΙΟΥ	<u>Γιορτή του Ξενιτεμένου</u> (παραδοσιακά φαγητά, εκθέσεις ζωγραφικής/φωτογραφίας, μουσικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις, παιδικό θέατρο)
ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΥ	Θεατρικές Παραστάσεις, Καραγκιόζη, χορωδίες, πεζοπορία υγείας, Γιορτή Νεολαίας
ΠΑΝΑΣΣΟΥ	Γιορτή Κερασιού
ΚΟΡΦΩΝ	Διαγωνισμό Μαντινάδας
ΑΧΛΑΔΑΣ	Διάφορες παραδοσιακές εκδηλώσεις
ΒΑΓΙΟΝΙΑΣ	Θεατρικά σκέτς και Αρχαίο Δράμα από τα παιδιά του Σχολείου, Μουσικοχορευτικές εκδηλώσεις, Γιορτή Ελαιόλαδου με: 1. Έκθεση με ελαιοκομικά προϊόντα, 2. Διαγωνισμό μαγειρικής, 3. Έκθεση φωτογραφίας με θέμα

	την "Ελιά και τον άνθρωπο", 4. Ημερίδα με θέμα το ελαιόλαδο
ΡΟΥΣΟΧΩΡΙΟΥ	Πανηγύρι Σαμαρείτιδος
ΑΡΜΑΝΩΓΕΙΩΝ	Εκδηλώσεις κατά την καλοκαιρινή περίοδο (συναυλίες, χοροεσπερίδες κλπ.)
ΜΟΥΣΟΥΤΑΣ	Εκδηλώσεις με παραδοσιακή μουσική και θεατρική παράσταση Καραγκιόζη

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	
ΤΥΛΙΣΣΟΥ	Γιορτή Μπακαλιάρου
ΒΑΓΙΟΝΙΑ	Πανηγύρι του Αγ. Μοδέστου (προστάτη των οικόσιτων ζώων)
ΣΜΑΡΙΟΥ	Αναβίωση Χριστουγεννιάτικων εθίμων
ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΥ	Αποσπερίδα σε ρακοκάζανο
ΣΟΚΑΡΑ	Γλέντι τ' Αϊ Γιώργη του Μεθυστή
ΑΝΩ ΚΑΡΟΥΖΑΝΟΥ	Πανηγύρι Αγ. Νεκταρίου
ΚΑΛΛΟΝΗΣ	Μουσική βραδιά
ΘΡΑΨΑΝΟΥ	Κρητική βραδιά
ΕΜΠΑΡΟΥ	Πανηγύρι Τιμίου Σταυρού
ΜΑΓΑΡΙΚΑΡΙΟΥ	Κρητικό γλέντι
ΧΑΡΑΚΑ	Ιπποδρομίες με γεωργαλίδικα άλογα, εορτή του Αγ. Νικήτα. Ετήσιο φεστιβάλ για την φύση (14/09)
ΚΑΙΝΟΥΡΙΟΥ ΧΩΡΙΟΥ	Τοπικό πανηγύρι Τιμίου Σταυρού
ΧΑΡΑΣΟΥ	Εσπερινός Αγ. Ευσταθίου με ψήσιμο παραδοσιακού Χαρασανού καπρικού

4.1.8 Συνεδριακός τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού σε όλο τον κόσμο, κυρίως επειδή προσελκύει επισκέπτες μέσης και ανώτερης εκπαίδευσης και μάλιστα στις εκτός αιχμής περιόδους. Ο χρόνος παραμονής των επισκεπτών κυμαίνεται μεταξύ 3 και 5 ημερών και συνήθως περιλαμβάνει και εκδρομές στον τόπο προορισμού. Βασικό ρόλο για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι η υποδομή σε χώρους, η δυνατότητα πρόσβασης στο τόπο και η δυνατότητα για περιήγηση όσον αφορά αξιοθέατα και άλλα ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά του τόπου.

Ο σύνοδος που επισκέπτεται την Κρήτη αναζητά διαμονή σε ξενοδοχειακή μονάδα που να προσφέρει όλες τις σύγχρονες υπηρεσίες σε συνδυασμό με τον επαγγελματισμό και την ευγένεια, αλλά και την κρητική φιλοξενία. Η ιδιωτική πρωτοβουλία έχει αναπτύξει ένα σημαντικό συνεδριακό τουριστικό προϊόν. Η κυριότερη ξενοδοχειακή συνεδριακή υποδομή στο Νομό Ηρακλείου φαίνεται στον Πίνακα 1.7. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν είναι λίγα τα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα που λειτουργούν εκτός ξενοδοχειακών μονάδων, παρέχοντας ένα εξειδικευμένο προϊόν.

Οι αδυναμίες στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη σχετίζονται κατά κύριο λόγο με τις μεταφορές και στη συνέχεια με τις προσφερόμενες υπηρεσίες και την προώθηση του προϊόντος. Το γεγονός ότι η πρόσβαση στη Κρήτη είναι υποχρεωτικό να γίνεται από αέρος ή θάλασσας δημιουργεί κάποιες δυσκολίες αρχικά όσον αφορά τις καιρικές συνθήκες. Δεν είναι λίγες οι φορές που ματαιώνονται ή αναβάλλονται δρομολόγια πλοίων ή αεροπλάνων λόγω κακών καιρικών συνθηκών. Αυτό προκαλεί μη έγκαιρη ή και καθόλου άφιξη των ενδιαφερομένων στον τόπο προορισμού. Είναι σαφές επίσης ότι οι περιοχές που συνδέονται οδικά είναι πιο ελκυστικές καθώς οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να τις προσεγγίσουν αυτόνομα είτε με ιδιωτικό μέσο μετακίνησης είτε με νοικιασμένο και να μην υποχρεώνονται να ακολουθήσουν συγκεκριμένα δρομολόγια. Επιπλέον οι αεροπορικές συνδέσεις με τις χώρες του εξωτερικού και κυρίως με τις ευρωπαϊκές χώρες που είναι και οι κύριοι τροφοδότες τουριστών επαγγελματικού τουρισμού, είναι περιορισμένη. Οι διεθνείς επισκέπτες φθάνουν στο νησί είτε με charters, τα οποία έχουν ένα εποχικό χαρακτήρα είτε με τακτικές πτήσης μέσω Αθήνας.

Η υποδομή και οι υπηρεσίες στην περιοχή, αν και είναι αρκετά ανεπτυγμένες προς αυτή την κατεύθυνση, χρειάζεται να γίνουν και άλλα βήματα βελτίωσης ώστε να υπάρξει ανάπτυξη σε συγκεκριμένα μεγέθη συνεδριακών χώρων για τη διεξαγωγή μεγάλων συνεδρίων. Επίσης, η συνεχής εκπαίδευση και ενημέρωση για τις νέες εξελίξεις τόσο στον τομέα του τουρισμού αλλά και της τεχνολογίας, πρέπει αν είναι πρωταρχικό μέλημα όλων των εμπλεκομένων στον τουρισμό.

Σπουδαίο ρόλο παίζει η προώθηση της περιοχής που γίνεται τόσο από τις τοπικές ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις όπως είναι τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, όσο και από τους κρατικούς φορείς. Η διαφήμιση αποτελεί σημαντικό κομμάτι του τουρισμού και ειδικά του Συνεδριακού Τουρισμού αφού μέσω αυτής ενημερώνονται οι ενδιαφερόμενοι για την ύπαρξη της υλικοτεχνικής υποδομής. Ένας κλασικός τουριστικός προορισμός όπως η Κρήτη ίσως δεν χρειάζεται πλέον πολλή διαφήμιση γιατί είναι γνωστό το προϊόν που προσφέρει. Επειδή όμως ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος πρέπει να υπάρχει συνεχής ενημέρωση του κοινού για τα νέα δεδομένα. Ένα μεγάλο βοήθημα στα χέρια των κρατικών φορέων είναι οι διάφορες εκθέσεις για τον τουρισμό στο εξωτερικό όπου μπορούν μέσω των ειδικών «περιπτέρων» να ενημερώνουν για τους διάφορους προορισμούς. **(Κανδυλάκη Ευαγγελία, 2010, Αρτεμης Σαϊτάκης 2009)**

Πίνακας 1.7 Κυριότερη ξενοδοχειακή συνεδριακή υποδομή Ν. Ηρακλείου

Συνεδριακό κέντρο - Ξενοδοχείο	Αριθμός αιθουσών	Συνολική έκταση (τ.μ.)	Συνολική δοναμκόπηρα	Μεγαλύτερος ενιαίος συνεδριακός χώρος (τ.μ.)	Μεγαλύτερος ενιαίος συνεδριακός χώρος (άτομα)	Εκθεσιακός χώρος (τ.μ.)	Θέσεις parking	Κόστος εννοιασής χώρου 200 ατόμων (€)	Αριθμός εξειδικευμένου προσωπικού	Αριθμός συνεδρίων 2003-2004
NOMOS ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ										
Aldemar Knossos Royal Village	13	1735	1641	572	450					
AKS Anabelle Village	1	90	70				50	200	5	2
Bella Maris	2	188	200	124	150					
Candia Maris	6	1276	1550	633	900	1021	215	300	162	22
Capsis Beach Hotel & Conference Centre Sofitel Capsis Palace	10	3500	4800	806	1200	1140				
Creta Maris Conference Center	68	6000	5000	1243	1800	1243				39
Aldemare Royal Mare Village	11	890	900	572	450	890	100	600	15	63
Agapi Beach	2	192	210	120	120					
Apollonia	6	1558	1305	430	350					

Beach										
Arina Sand	12	1460	1400	770	1200	620	120	900	45	
Astoria Capsis Hotel	3	315	350	170	180					
Atlantis Hotel	6	850	950	340	400	340	20			
Fobele Beach	3	711	920	310	400	310	180	450	50	14
Galaxy Iraklio Hotel	3	175	170	110		110	10	250	20	50
Marina Hotel	2	403	335	349	310	80	60	200	5	4
AKS Minoa Palace	1	173	120							
Pantheon Palace	2	240	220	140	120					
Santa Marina Beach	2	260	240	190	200					
Silva Maris	1	108	130							
Atrion Hotel	5	300	250	150	130			300	4	200

ΠΗΓΗ: Κανδυλάκη Ευαγγελία, (2010)

4.2 Προοπτικές Ανάπτυξης των Ξενοδοχειακών Μονάδων για την Οργάνωση Εκδηλώσεων

Στην ενότητα που ακολουθεί θα γίνει προσπάθεια προσέγγισης της προοπτικής ανάπτυξης των ξενοδοχειακών μονάδων με σκοπό την οργάνωση περισσότερων εκδηλώσεων. **Θα γίνουν προτάσεις για τη βελτίωση τόσο της υφιστάμενης κατάστασης των ξενοδοχειακών μονάδων όσο και άλλων σημαντικών παραμέτρων (προώθηση προϊόντος, εκπαίδευση προσωπικού κ.α.) που συμβάλλουν εξίσου στην επιτυχημένη διαχείριση των εκδηλώσεων.**

Αρχικά γίνεται περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης, όσον αφορά στις κατηγορίες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στο Νομό Ηρακλείου, καθώς και των τάσεων του τουρισμού στο Νομό. Τέλος καταγράφεται το αναπτυξιακό πλαίσιο για τον τουρισμό, όπως ισχύει σήμερα, και το οποίο αποτελεί το μοχλό ανάπτυξης καθώς και την κρατική οικονομική βοήθεια προς αυτή την κατεύθυνση.

4.2.1 Ξενοδοχειακά καταλύματα στο Νομό Ηρακλείου

Τα **τουριστικά καταλύματα** διακρίνονται σε 4 μεγάλες κατηγορίες, οι οποίες είναι οι εξής:

- Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Τους χώρους οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικισμούς
- Τους ξενώνες νεότητας

Οι δύο όμως πρώτες κατηγορίες διακρίνονται σε επιμέρους λειτουργικές μορφές ή λειτουργικούς τύπους με κριτήρια το είδος και τον προορισμό των χώρων που εκμισθώνουν και τις βασικές υπηρεσίες ή εξυπηρετήσεις που προσφέρουν.

Έτσι, τα **κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα** έχουν τις ακόλουθες λειτουργικές μορφές:

- Ξενοδοχείο Κλασσικού τύπου
- Ξενοδοχείο τύπου Motel

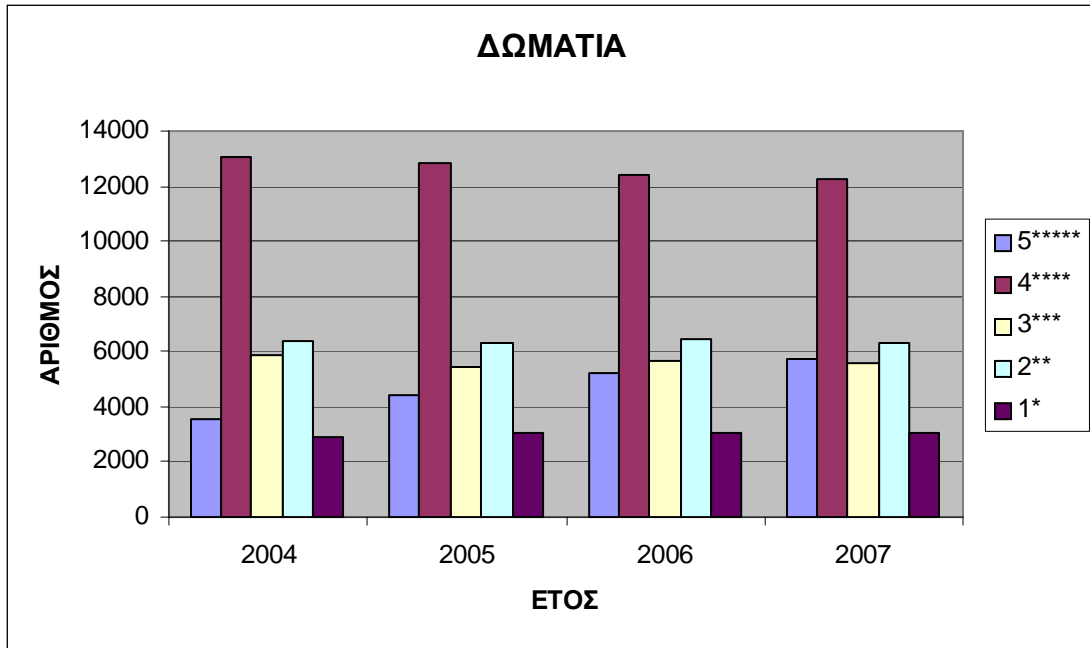
- Ξενοδοχείο Τύπου Επιπλωμένων Διαμερισμάτων
- Ξενοδοχείο Κλασσικού Τύπου και Επιπλωμένων Διαμερισμάτων (Ξενοδοχείο Μικτού Τύπου).

Στην Ελλάδα, μέχρι πρότινος, τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα κατατάσσονταν μεταξύ έξι διαφορετικών κατηγοριών, με κριτήρια που είχαν σχέση περισσότερο με την κατασκευή τους και λιγότερο με την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Επρόκειτο για τις κατηγορίες Πολυτελείας (Lux), Α' τάξης, Β' τάξης, Γ' τάξης, Δ' τάξης και Ε' τάξης. Ενώ σήμερα τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα κατατάσσονται σε κατηγορίες με το σύστημα των αστερών (5*, 4*, 3*, 2*, 1*), σύμφωνα με το ΠΔ 43/02 περί κατάταξης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Η νέα κατάταξη είναι σε συνάρτηση όχι μόνο με παράγοντες που έχουν σχέση με την κατασκευή, αλλά και με το επίπεδο και την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.

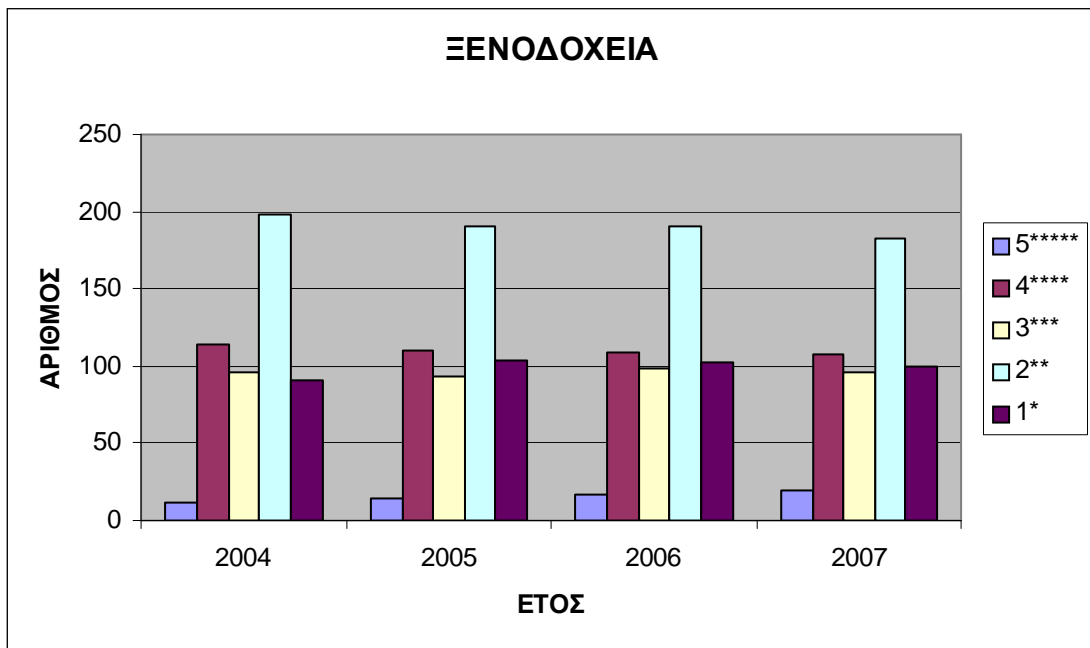
Παράλληλα, στα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα ανήκουν οι εξής λειτουργικοί τύποι:

- Τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα (Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις και τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες)
- Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια
- Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα **(Μ.Κερούλη 2010)**

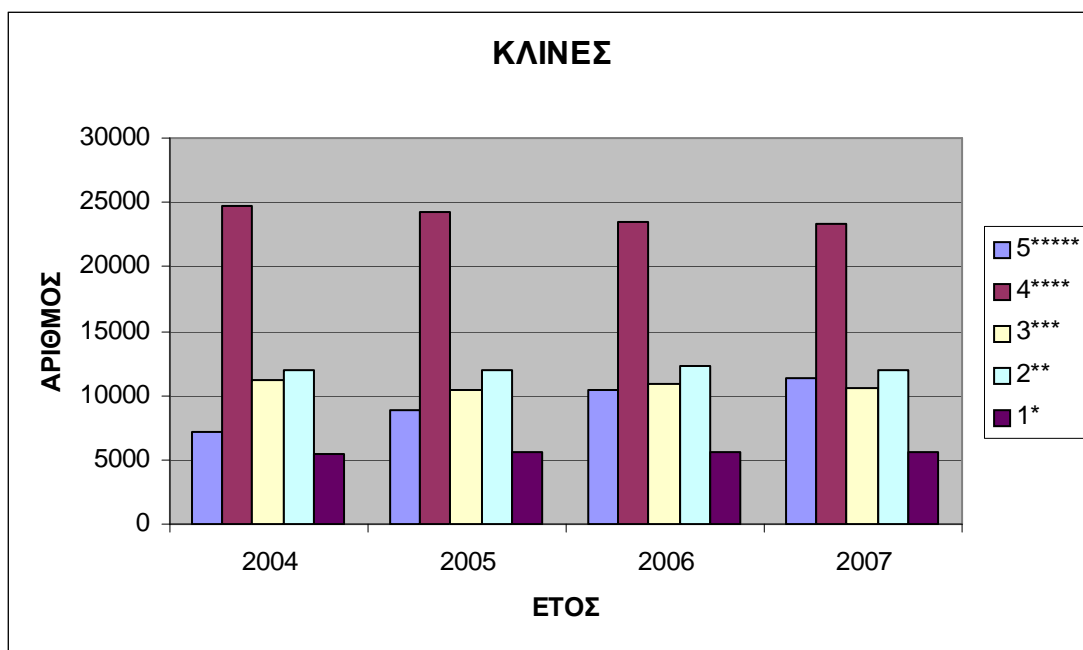
Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία της ΕΣΥΕ για το είδος των τουριστικών καταλυμάτων, για τα έτη 2004-2007, προκύπτει ότι στο Νομό Ηρακλείου το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχουν τα ξενοδοχεία δύο αστερών (2**), ενώ το μικρότερο αντίστοιχα τα ξενοδοχεία πέντε αστερών (5*****). Στα διαγράμματα που ακολουθούν φαίνονται τα στοιχεία για τον αριθμό των δωματίων, των κλινών και των ξενοδοχείων για την περίοδο 2004-2007 στο Νομό Ηρακλείου.



Διάγραμμα 1.7α: Αριθμός δωματίων ανάλογα με την κατηγορία (2004-2007)



Διάγραμμα 1.7β: Αριθμός ξενοδοχείων ανάλογα με την κατηγορία (2004-2007)

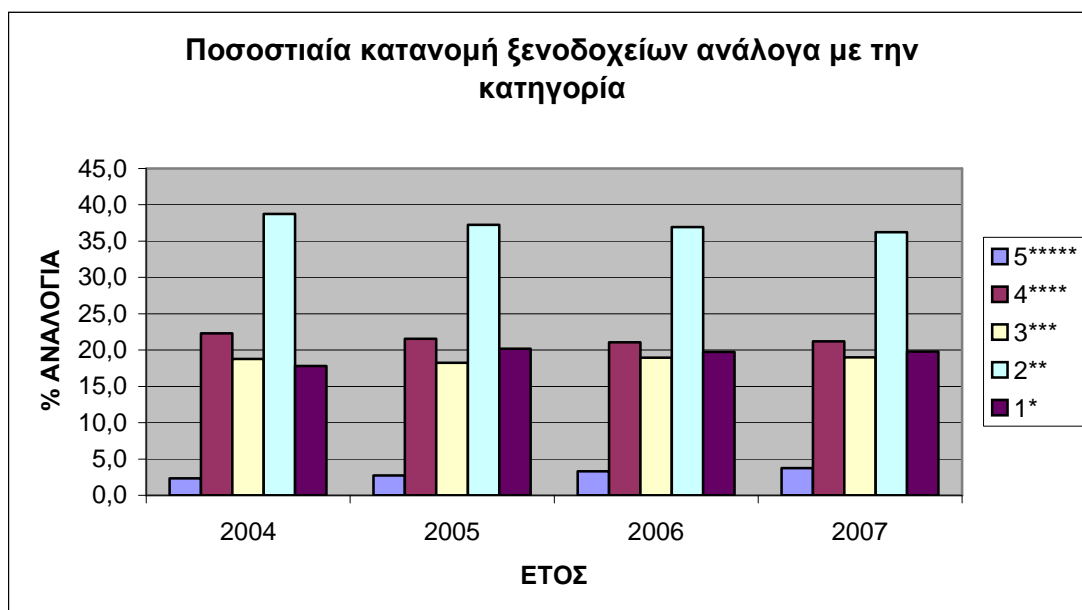


Διάγραμμα 1.7γ: Αριθμός κλινών ανάλογα με την κατηγορία (2004-2007)

Επιπλέον για το Νομό Ηρακλείου παρατηρείται και μια μικρή αύξηση των ξενοδοχείων πέντε αστέρων (5****) κατά την περίοδο 2004-2007. [ΕΣΥΕ]

% ΑΝΑΛΟΓΙΑ				
	2004	2005	2006	2007
Είδος Καταλύματος				
5****	2,3	2,7	3,3	3,8
4****	22,3	21,6	21,1	21,2
3***	18,8	18,2	19,0	19,0
2**	38,7	37,3	36,9	36,2
1*	17,8	20,2	19,7	19,8

ΠΗΓΗ:ΕΣΥΕ



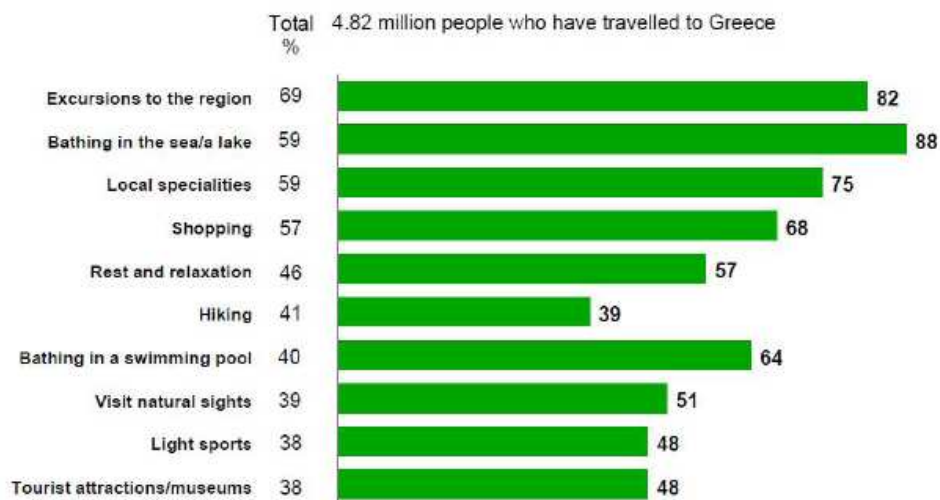
Διάγραμμα 1.8: Ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχείων ανάλογα με την κατηγορία (2004-2007)

Επίσης, από τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ), το Νοέμβριο 2009, προκύπτει ότι στην Περιφέρεια της Κρήτης συνολικά, τα ξενοδοχεία 5***** αποτελούν το 4,2% του συνόλου των ξενοδοχείων, τα ξενοδοχεία 4**** αποτελούν το 14,9% του συνόλου των ξενοδοχείων, τα ξενοδοχεία 3*** αποτελούν το 21,2% του συνόλου των ξενοδοχείων, τα ξενοδοχεία 2** αποτελούν το 45,6% του συνόλου των ξενοδοχείων, τα ξενοδοχεία 1* αποτελούν το 14,1% του συνόλου των ξενοδοχείων. [ΞΕΕ]

4.2.2 Τάσεις στον τομέα του τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον γερμανικό εκδοτικό οίκο, Gruner+Jahr Germany, με θέμα τον ελληνικό τουρισμό και δημοσιεύτηκε το Δεκέμβριο του 2010, φαίνεται ότι οι δημοφιλέστερες δραστηριότητες των επισκεπτών είναι τα μπάνια, οι εκδρομές και η εξερεύνηση των τοπικών γεύσεων (βλ. διάγραμμα 1.9).

Holiday activities in the last three years
(frequently/very frequently) in percent



Διάγραμμα 1.9: Δραστηριότητες διακοπών

Από την ίδια έρευνα προκύπτει επίσης ότι το 38% αυτών που ταξιδεύουν στην **Ελλάδα** ανήκουν στις δύο υψηλότερες κοινωνικό – οικονομικές τάξεις, ενώ 27% των επισκεπτών είναι ζευγάρια μεγαλύτερης ηλικίας χωρίς παιδιά και 20% νεότερα άτομα που δεν είναι παντρεμένα. (M.Borchert 2010)

Η πρόσφατη Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού για την **Κρήτη**, έδειξε ότι το προφίλ του τουρίστα που επισκέπτεται το **Νομό Ηρακλείου** διαφέρει από αυτό στους υπόλοιπους νομούς. Συγκεκριμένα στους υπόλοιπους νομούς της Κρήτης, οι επισκέπτες έρχονται κυρίως με τις οικογένειές τους, ενώ το νομό Ηρακλείου προτιμούν νεότεροι σε ηλικία άνθρωποι (<24 ετών), οι οποίοι έρχονται μόνοι τους ή με φίλους.

Όσο αφορά στο μορφωτικό επίπεδο των τουριστών, σε όλους τους νομούς η κατηγορία Ανώτερη/Ανώτατη εκπαίδευση παρουσιάζει τα υψηλότερα ποσοστά.

Για το Νομό Ηρακλείου οι δημοφιλέστερες εθνικότητες επισκεπτών φαίνονται στον παρακάτω πίνακα, Πίνακας 1.8.

Πίνακας 1.8: Δημοφιλέστερες εθνικότητες στο Νομό Ηρακλείου

ΗΡΑΚΛΕΙΟ	
Ηνωμένο Βασίλειο	18.32%
Γερμανία	17.97%
Ολλανδία	12.91%
Γαλλία	9.20%
Ιταλία	7.54%

Στη συνέχεια, ερευνώντας τους λόγους για τους οποίους οι τουρίστες επέλεξαν ως προορισμό την Κρήτη, φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, 78,01%, επέλεξε το κλίμα και τις φυσικές ομορφιές καθώς και τον πολιτισμό, 34,21%.

Στις δημοφιλέστερες επιλογές των επισκεπτών του Νομού Ηρακλείου συγκαταλέγονται τα κέντρα νυχτερινής διασκέδασης, οι εκδηλώσεις του ξενοδοχείου, οι παραδοσιακές εκδηλώσεις και οι αγορές.

Είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντικό να αναφέρουμε τα συμπεράσματα που προέκυψαν για τον τρόπο ενημέρωσης των τουριστών σχετικά με τις διακοπές τους. Ως κυριότερη πηγή πληροφόρησης είναι το διαδίκτυο (>50%) και το τουριστικό πρακτορείο (σχεδόν 50%), ενώ άλλα ΜΜΕ όπως περιοδικά, εφημερίδες, τηλεόραση κ.α. κατέχουν εξαιρετικά χαμηλό ποσοστό (<5%).

(Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού για την Κρήτη 2010)

4.2.3 Υποστήριξη Τουριστικής Ανάπτυξης

Με γνώμονα τη παροχή κατευθύνσεων, κανόνων και κριτηρίων για τη χωρική διάρθρωση, οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού στον ελληνικό χώρο και των αναγκαίων προς τούτο υποδομών, η Επιτροπή Συντονισμού της Κυβερνητικής Πολιτικής στον τομέα του Χωροταξικού Σχεδιασμού και της Αειφόρου Ανάπτυξης ενέκρινε στις 29/04/2009 **1)** το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και **2)** τη Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό.

Με το εν λόγω Ειδικό Πλαίσιο επιδιώκεται επίσης η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, η εξασφάλιση της προστασίας και της βιωσιμότητας των πόρων, η ενίσχυση των πολιτικών περιφερειακής ανάπτυξης καθώς και η διαμόρφωση ενός σαφέστερου πλαισίου κατευθύνσεων προς τον υποκείμενο σχεδιασμό, τις αδειοδοτούσες αρχές και τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις ενώ διατυπώνεται παράλληλα ένα ρεαλιστικό πρόγραμμα δράσης για την επόμενη δεκαπενταετία (2009- 2024).
(Μ.Κερούλη 2010)

Το «Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης» για τον τουρισμό

Σύμφωνα με το εν λόγω Χωροταξικό Σχέδιο, ο εθνικός χώρος κατηγοριοποιείται με βάση ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία είναι: (α) η ένταση και το είδος της τουριστικής δραστηριότητας, (β) η γεωμορφολογία και (γ) η ευαισθησία των πόρων. Με βάση τη κατάσταση αυτή, προωθούνται στη συνέχεια σημαντικές αλλαγές οι οποίες δύναται να επιφέρουν ραγδαίες διαφοροποιήσεις στην εθνική τουριστική εικόνα και ιδιαίτερα στη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών υποδομών και την επέκταση υφιστάμενων.

Η Κρήτη συμπεριλαμβάνεται στη κατηγορία (Ε) των «Παράκτιων Περιοχών και Νησιών» και συγκεκριμένα στην ομάδα ΙΙ, μεταξύ 47 συνολικά νησιών που είτε εμφανίζουν σημαντική τουριστική δραστηριότητα είτε αναπτύσσονται τουριστικά με ή χωρίς άλλη ιδιαίτερα δυναμική παραγωγική δραστηριότητα και εκμεταλλεύσιμους πόρους.

Ένας βασικός στόχος του Ειδικού Χωροταξικού είναι η χωρική οργάνωση και η περαιτέρω ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, προκειμένου ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην οικονομία της χώρας. Αναφορικά, τα διάφορα είδη τουρισμού είναι τα εξής:

- Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Πολιτισμικός τουρισμός (εμπεριέχεται και ο Θρησκευτικός τουρισμός)
- Αθλητικός τουρισμός (Γκόλφ, Καταδυτικός τουρισμός, Χιονοδρομικός τουρισμός)

- Τουρισμός φύσης (Οικοτουρισμός- αγροτουρισμός)
- Θεραπευτικός- ιαματικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Αστικός τουρισμός

Παράλληλα, γίνεται προσπάθεια, με τη βοήθεια ενός ολοκληρωμένου σχεδίου, ενίσχυσης των τεχνικών και ειδικών υποδομών της χώρας σχετικά με τον τομέα των μεταφορικών υποδομών, τη διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων, τις τηλεπικοινωνίες κ.α. ενώ δίνονται κατευθύνσεις για κατηγορίες χώρου με ειδικό καθεστώς (δάση και γεωργική γη) και την επίλυση συγκρούσεων με άλλες χρήσεις

Επιπρόσθετα, γίνεται λόγος για τις σύνθετες και ολοκληρωμένες τουριστικές υποδομές μικτής χρήσης, δηλαδή για τη συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων διαφόρων λειτουργικών μορφών / τύπων υψηλών προδιαγραφών (4 ή 5 αστέρων), εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (συνεδριακά κέντρα, γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κ.ά.), υπηρεσιών αναψυχής και άθλησης που μπορούν να αναφερθούν ως διακεκριμένα τμήματα των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και προαιρετικά κατοικιών προς πώληση στις οποίες θα προβλέπεται η δυνατότητα παροχής ξενοδοχειακών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. **(Μ.Κερούλη 2010)**

Ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004

Ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004 (ΦΕΚ 261/Α'/23-12-2004), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, είναι ο τρέχων νόμος για τις κρατικές ενισχύσεις των επενδυτικών σχεδίων σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Σκοπός του Αναπτυξιακού Νόμου είναι ο καθορισμός της επενδυτικής, αναπτυξιακής και βιομηχανικής πολιτικής του ελληνικού κράτους. Στον νόμο περιγράφονται και οριοθετούνται οι δαπάνες που επιδοτούνται σε όλους τους τομείς της οικονομίας, δηλαδή στον πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή τομέα και στον τουρισμό, και καθορίζεται η ενίσχυση που δικαιούται ο υποψήφιος επιχειρηματίας ανάλογα με την περιοχή της χώρας στην οποία δραστηριοποιείται, το ποσό της επένδυσης που επιθυμεί να πραγματοποιήσει, τον αριθμό των υπαλλήλων που απασχολεί κ.ο.κ.

Συγκεκριμένα, στον τομέα του τουρισμού, έπειτα από την τελευταία τροποποίηση του Αναπτυξιακού νόμου στις 4-3-2009, παρατηρήθηκαν σημαντικές αλλαγές σε θέματα τουριστικών επενδύσεων. Σήμερα, επιχορηγούνται επενδυτικά σχέδια στον τομέα του τουρισμού στις παρακάτω περιπτώσεις :

1. Για την ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον τριών αστέρων (3*).
2. Για τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων ή ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει τη λειτουργία τους χωρίς στο διάστημα της διακοπής να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου, με τη προϋπόθεση ότι με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία τεσσάρων αστέρων (4*). Επίσης, για τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον τριών αστέρων (3*) για προϋπολογισμό όμως έως 1.000.000 ευρώ, ενώ για κατηγορία τουλάχιστον τεσσάρων αστέρων για προϋπολογισμό άνω του 1.000.000 ευρώ.
3. Για τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων σε κτίρια που χαρακτηρίζονται διατηρητέα ή παραδοσιακά, τα οποία λειτουργούν ή έχουν διακόψει τη λειτουργία τους χωρίς στο διάστημα της αλλαγής να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου, με την προϋπόθεση ότι με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία τεσσάρων αστέρων (4*).
4. Για τον εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακών μονάδων που αφορά στη δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων με τη προσθήκη νέων κοινόχρηστων χώρων, πισινών και αθλητικών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας τεσσάρων αστέρων (4*), με σκοπό τη παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.
5. Για τη μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*).
6. Για τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings) τουλάχιστον Γ' τάξης.

7. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό συνεδριακών και χιονοδρομικών κέντρων.
8. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό αυτοκινητοδρομιών απαραίτητων για τη τουριστική ανάπτυξη της χώρας.
9. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό αξιοποίησης ιαματικών πηγών
10. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό γηπέδων γκολφ, κέντρων θαλασσοθεραπείας, τουρισμού υγείας και κέντρων προπονητικού-αθλητικού τουρισμού.
11. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό τουριστικών λιμένων σκαφών αναψυχής (μαρίνες) για επενδυτικά σχέδια που γίνονται με πρωτοβουλία οποιουδήποτε νομικού ή φυσικού προσώπου ιδιωτικού δικαίου σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 31 του Ν. 2160/1993 (ΦΕΚ 118 Α').
12. Για την ίδρυση, επέκταση και τον εκσυγχρονισμό θεματικών πάρκων που αποτελούν οργανωμένες μορφές τουρισμού οι οποίες διαφοροποιούν ή διευρύνουν το τουριστικό προϊόν και παρέχουν ολοκληρωμένης μορφής υποδομές και υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένων κατ'ελάχιστον των υπηρεσιών στέγασης, σίτισης, στέγασης ψυχαγωγίας και κοινωνικής μέριμνας.

Τα ποσοστά επιχορήγησης των παραπάνω επενδυτικών σχεδίων κυμαίνονται από 15% έως 60% ανάλογα με το είδος του επενδυτικού σχεδίου, την περιοχή της επένδυσης και το μέγεθος της επιχείρησης. Η περιοχή της επένδυσης παίζει σημαντικό ρόλο στα ποσοστά των επιχορηγούμενων επενδυτικών σχεδίων καθώς το πρώτο βήμα στη σύνταξη του Αναπτυξιακού Νόμου, ήταν η διαίρεση της χώρας σε ζώνες ανάλογα με την ανάπτυξη της καθεμίας περιφέρειας. Η Περιφέρεια της Κρήτης ανήκει στη Ζώνη Β. (Μ.Κερούλη 2010)

Πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός»

Το Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας και το Υπουργείο Πολιτισμού & Τουρισμού προκήρυξαν το πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός» Το πρόγραμμα έχει κεντρικό στόχο την βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας των κτιριακών εγκαταστάσεων των επιλέξιμων επιχειρήσεων,

την εξοικονόμηση ενέργειας, τη σωστή και υπεύθυνη διαχείριση του ύδατος και των απορριμμάτων, καθώς και την υλοποίηση διαδικασιών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον ενώ παράλληλα προωθούν την ευαισθητοποίηση των εμπλεκόμενων σε περιβαλλοντικά θέματα.

Το ποσοστό της δημόσιας χρηματοδότησης (επιχορήγηση) του προγράμματος ανέρχεται στο 40% του επιλέξιμου προϋπολογισμού κάθε έργου, για την περιφέρεια Κρήτης. (<http://www.epimlas.gr/chamber.html>)

4.2.4 Προοπτικές – Προτάσεις

Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε από τα στοιχεία που έχουν παρατεθεί στις παραπάνω ενότητες αυτού του κεφαλαίου, ο Νομός Ηρακλείου διαθέτει πλούσιο φυσικό τοπίο με περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους και σημαντική πολιτιστική κληρονομιά. Επιπλέον διαθέτει άρτιες υποδομές και υψηλού επιπέδου εκπαίδευση. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να αποτελέσουν τη θεματολογία για την οργάνωση **πρωτότυπων και ελκυστικών εκδηλώσεων**, οι οποίες θα ξεχωρίσουν και είναι δυνατό να γίνουν θεσμός για την περιοχή και να προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών/τουριστών. Επιπλέον η εύκολη πρόσβαση στο νομό και στις διάφορες περιοχές βοηθάει προς αυτή την κατεύθυνση.

Σημαντικό είναι επίσης να τονίσουμε, ότι ψηλά στις ιδιαίτερες προτιμήσεις των επισκεπτών του Νομού Ηρακλείου βρίσκεται η διασκέδαση και η ψυχαγωγία, κατά συνέπεια η ανάπτυξη στο τομέα των εκδηλώσεων θα είχε θετικά αποτελέσματα για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Ένα ακόμα στοιχείο είναι το υψηλό επίπεδο ερευνητικών και τεχνολογικών υποδομών, το οποίο μπορεί να βοηθήσει στην προώθηση του συνεδριακού και αστικού τουρισμού.

Η κρατική επιχορήγηση είναι τέλος αναπόσπαστο κομμάτι για την ολοκληρωμένη αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

Για να επιτευχθεί πλήρης αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που χαρακτηρίζουν το Νομό Ηρακλείου και να αναπτυχθεί περαιτέρω ο τομέας της οργάνωσης των εκδηλώσεων χρειάζεται να γίνει αναβάθμιση της ζήτησης, που προϋποθέτει τόσο την αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς με τον εκσυγχρονισμό και τον εμπλουτισμό της υφιστάμενης υποδομής όσο και με τη

δημιουργία νέων προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Συγκεκριμένα προτείνεται:

- Αναβάθμιση της κατηγορίας των ξενοδοχείων, κυρίως σε **ξενοδοχεία τύπου υψηλών προδιαγραφών (4 ή 5 αστέρων)**, που θα προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες.
- Ανάπτυξη ολοκληρωμένων τουριστικών υποδομών μικτής χρήσης, δηλαδή για τη συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων διαφόρων λειτουργικών μορφών / τύπων υψηλών προδιαγραφών (4 ή 5 αστέρων), με **εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής** (συνεδριακά κέντρα, αίθουσες εκδηλώσεων, γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, χιονοδρομικά κέντρα κ.ά.) και υπηρεσιών αναψυχής και άθλησης που μπορούν να αναφερθούν ως διακεκριμένα τμήματα των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου καθώς και να υποστηρίξουν τη διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων.
- Απόκτηση **ειδικού εξοπλισμού** για την υποστήριξη των διοργανώσεων, όπως για παράδειγμα οπτικοακουστικά μέσα για την περίπτωση της οργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων.
- **Κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό.** Ο παράγοντας του ανθρώπινου δυναμικού παίζει σημαντικό ρόλο για την επιτυχή διοργάνωση μιας εκδήλωσης και για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Δεν είναι ικανοποιητικό το ποσοστό των τουριστικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν σύγχρονες μεθόδους management αλλά και όσων χρησιμοποιούν εξειδικευμένα στελέχη στην οργάνωση και λειτουργία των εγκαταστάσεών τους και των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Διαφοροποίηση από το μοντέλο του οργανωμένου τουρισμού αποκλειστικά της θερινής περιόδου και η **προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού** με την ανάπτυξη εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (συνεδριακά κέντρα, γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, χιονοδρομικά κέντρα κ.ά.). Κάτι τέτοιο εκτιμάται ότι θα συμβάλλει ουσιαστικά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην μείωση της εποχικότητας του κλάδου.
- **Διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος.** Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετήσουν νέες στρατηγικές διοίκησης και προώθησης πωλήσεων.

Μεγάλο ποσοστό της ζήτησης εξαρτάται άμεσα ή έμμεσα από έναν μικρό σχετικά αριθμό τουριστικών πρακτορείων (tour operators). Επιπλέον η εντατικότερη διαφήμιση της χώρας μας προς το εξωτερικό, μέσα στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για την προώθηση και προβολή των ιδιαιτεροτήτων του ελληνικού τουρισμού στις ξένες αγορές, καθώς και η έγκαιρη πραγματοποίηση αυτής, θα συμβάλλουν σημαντικά στην κατάκτηση νέων αγορών.

- **Ένταξη στα προγράμματα των κρατικών επιχορηγήσεων,** προκειμένου για μία αποτελεσματική και βιώσιμη επένδυση.
- **Αναβάθμιση απαραίτητων τεχνικών υποδομών** (δίκτυο μεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, προστασία φυσικού πλούτου κτλ), ώστε η ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα να μη γίνει εις βάρος του περιβάλλοντος και των τοπικών κοινωνιών.
- **Βελτίωση δικτύου μεταφοράς.** Η καλύτερη σύνδεση του νομού με τις χώρες του εξωτερικού και ιδιαίτερα με της ευρωπαϊκές πόλεις θα αυξήσει τις αφίξεις των επισκεπτών και θα αναβαθμίσει το τουριστικό προϊόν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η επικράτηση του μαζικού τουρισμού στη χώρα είναι έντονη ακόμα και σήμερα, ενώ μικρά τμήματα ζήτησης διακινούν οι νέες ή ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το βασικότερο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι το μοντέλο Ήλιος και Θάλασσα. Η εποχικότητα που συνεπάγεται αυτή η μορφή τουρισμού καθιστά αναγκαίο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με δραστηριότητες που επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο (προώθηση αστικού τουρισμού, συνεδριακού τουρισμού, τουρισμού γκολφ, κ.λ.π.).

Η Κρήτη είναι από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα γεγονός που φαίνεται και από το υψηλό ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων στο σύνολο της Επικράτειας, το οποίο φτάνει το 23%. Στο νησί υπερισχύει ο νομός Ηρακλείου κατέχοντας το 43% των κλινών του νησιού.

Η ιστορία, τα μνημεία, ο πολιτισμός, το φυσικό περιβάλλον και το υψηλό αίσθημα φιλοξενίας αποτελούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα στο νομό Ηρακλείου. Αυτό που προτείνεται είναι η προώθηση της ποιοτικής διάστασης και της διαφορετικότητας του τουρισμού του νομού και η προβολή της άριστης ποιότητας και της ανταγωνιστικής τιμής του (value for money).

Ενισχυτικά προς αυτή την κατεύθυνση μπορεί να λειτουργήσει η οργάνωση εκδηλώσεων. Οι εκδηλώσεις μπορεί να είναι αντικείμενο της διαφήμισης μιας περιοχής, να συμπεριλαμβάνεται σε φυλλάδια και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Αυτό συνεπάγεται αύξηση της επισκεψιμότητας, των διανυκτερεύσεων και φυσικά των εσόδων που προκύπτουν. Η ανάπτυξη των εκδηλώσεων σε μία περιοχή μπορεί επίσης να περιορίσει το πρόβλημα της εποχικότητας. Ιδιαίτερα ελκυστικά είναι και τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν τόσο για τους φορείς, τις τοπικές κοινωνίες και το ευρύτερο κοινό.

Για την επιτυχή οργάνωση μιας εκδήλωσης απαιτείται ο συνδυασμός μιας σειράς παραγόντων. Οι σημαντικότεροι είναι:

- Ο προσδιορισμός του σκοπού και του περιεχομένου της εκδήλωσης
- Η εμπλοκή χορηγών/προμηθευτών
- Ο έλεγχος της βιωσιμότητας της εκδήλωσης και
- Το εξειδικευμένο προσωπικό

Οι προοπτικές ανάπτυξης των ξενοδοχειακών μονάδων για την οργάνωση εκδηλώσεων στην περιοχή είναι αυξημένες. Οι εκδηλώσεις μπορούν να έχουν πηγή έμπνευσης τον πολιτισμό, τη μουσική, τις παραδόσεις αλλά και τα τοπικά προϊόντα. Τέλος δεν θα μπορούσε να μην γίνει αναφορά στο φυσικό περιβάλλον του νησιού το οποίο αναμφισβήτητα αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών. Τα διάφορα γεγονότα που οργανώνονται μπορεί να προσφέρουν πολλές δυνατότητες και εμπειρίες. Η χαλάρωση, η ξεκούραση, η ψυχαγωγία και η κοινωνικοποίηση είναι μερικά βασικά κίνητρα για την συμμετοχή των ανθρώπων στις εκδηλώσεις. Επίσης, η δυνατότητα να συμμετέχει κάποιος σε ιδιαίτερες δραστηριότητες, όπως είναι τα τοπικά έθιμα της κάθε περιοχής ή ένα σημαντικό αθλητικό ή πολιτιστικό γεγονός αποτελεί εξίσου σημαντικό κίνητρο.

Για να αναπτυχθεί όμως ο τομέας της οργάνωσης των εκδηλώσεων χρειάζεται να γίνει αναβάθμιση της ζήτησης, που προϋποθέτει τόσο την αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς με τον εκσυγχρονισμό και τον εμπλουτισμό της υφιστάμενης υποδομής όσο και με τη δημιουργία νέων προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί:

- Αναβάθμιση της κατηγορίας των ξενοδοχείων, κυρίως σε ξενοδοχεία τύπου υψηλών προδιαγραφών (4 ή 5 αστέρων), που θα προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες, και ανάπτυξη ολοκληρωμένων τουριστικών υποδομών μικτής χρήσης. Συγκεκριμένα συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων διαφόρων λειτουργικών μορφών / τύπων, με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής (συνεδριακά κέντρα, αίθουσες εκδηλώσεων, γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, χιονοδρομικά κέντρα κ.ά.) και υπηρεσιών αναψυχής και άθλησης που μπορούν να αναφερθούν ως διακεκριμένα τμήματα των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων.
- Απόκτηση ειδικού εξοπλισμού για την υποστήριξη των διοργανώσεων.

- Κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό, που να διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις για την επιτυχή διοργάνωση των εκδηλώσεων, τη σωστή προώθηση των γεγονότων και την προσέλκυση χορηγών.
- Εντατική και έγκαιρη διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετήσουν νέες στρατηγικές διοίκησης και προώθησης πωλήσεων.
- Ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής (πολιτισμός, τοπικά προϊόντα, φυσικό τοπίο και υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης) και προώθηση ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος με ανεπτυγμένο τον τομέα των εκδηλώσεων. Τα θέματα των εκδηλώσεων, προκειμένου να έχουν τοπικό χαρακτήρα και να είναι ελκυστικά και πρωτότυπα, μπορούν να αντλούνται από τα μοναδικά χαρακτηριστικά του τόπου.
- Ένταξη στα προγράμματα των κρατικών επιχορηγήσεων, προκειμένου για μία αποτελεσματική και βιώσιμη επένδυση.
- Αναβάθμιση απαραίτητων τεχνικών υποδομών (δίκτυο μεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, προστασία φυσικού πλούτου κτλ).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- (1) Bruce E. Skinner, Vladimir Rukavina, (2002), «Event Sponsorship», J.Wiley and Sons Inc.
- (2) N.Douglas, N.Douglas, R.Derrett (2001), “Special Interest Tourism”, J.Wiley
- (3) D.Getz (2008), “Event Tourism: Definition, evolution, and research”, Tourism Management 29, 403-428
- (4) P.Crowther (2010), “Strategic application of events”, International Journal of Hospitality Management 29, 227-235
- (5) W. O’Toole, P.Mikolaitis, CSEP (2002), “Corporate Event Project Management”, J.Wiley and Sons Inc.
- (6) 45th ICCA Congress and Exhibition (2006), Risk Management – Top Ten Tips of Risk Management, Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?flag=0&docid=381>
- (7) M.Borchert (2010), “Greece in the FUR travel analysis 2010”, G+J International Media Sales.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- (8) Κανδυλάκη Ευαγγελία, (2010), Διπλωματική εργασία: «Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα. Υφιστάμενη Κατάσταση, Τάσεις Και Προοπτικές Ανάπτυξης», Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών

- Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/KandylakiEvaggelia/attached-document-1266921847-230647-2993/Kandylaki2010.pdf>
- (9) Μαρία Κούση, (2000), Τουρισμός και περιβάλλον, σελ. 99 – 122, Εξαντας Εκδοτική Α.Ε.
- (10) Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Χωρικής Ενότητας Κρήτης – Νήσων Αιγαίου 2007-2013
http://www.hellaskps.gr/programper4/files/YP_SXEDIA_EP/OP11.pdf
- (11) ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 3525, 26 -1 - 2007, «Πολιτιστική Χορηγία», Διαθέσιμος στην ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://www.yppo.gr/5/g5220.jsp>
- (12) Αλεξάνδρα Μπούνια, Παρουσίαση: «Πολιτιστική Επικοινωνία: Διοίκηση πολιτιστικών οργανισμών». Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση:
www.ct.aegean.gr/people/bantimaroudis/courses/cultural.../management.ppt
- (13) Σ.Βάλβης, Σ.Νατζαρίδης (2009), Παρουσίαση με θέμα «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων – Οργάνωση Έργου», Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://cgi.di.uoa.gr/~pms538/G2%20Presentation.ppt>
- (14) Δρ. Π.Παναγιωτίδης (2001), «Η Επιτυχής Διαχείριση Κινδύνων Εφαρμογών Ολοκληρωμένων Πληροφοριακών Συστημάτων (ERP)», Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.plant-management.gr/index.php?id=11011>
- (15) Φράγκου Άννα (2009), «Συνεδριακός Τουρισμός στο Νομό Ηρακλείου», Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Κρήτης. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση:

http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2009/FrangouAnna/attached-document/frangou_anna.pdf

- (16) Άρτεμης Σαϊτάκης, «Τεχνολογία και έξυπνες πόλεις: Μια πρόκληση για το μέλλον», Ημερίδα: «Πόλεις με ταυτότητα, Δήμος Ηρακλείου», 2009. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: http://www.heraklion.gr/files/404/10498/poleis_me_taytotita_saitakis.pdf?rnd=1258701472
- (17) Βουτσιλάκου Άννα, (2009) Διπλωματική εργασία: «Η τουριστική ανάπτυξη προώθηση και προβολή του Νομού Ηρακλείου», Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2009/VoutsilakouAnna/attached-document/Voutsilakou.pdf>
- (18) Μ.Κερούλη (2010), Διπλωματική εργασία: «Διερεύνηση των διαδικασιών, των επιλογών και των προβλημάτων υλοποίησης επένδυσης για ξενοδοχειακή εγκατάσταση στον Αγ.Νικόλαο Κρήτης», Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών ΕΜΠ. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση: http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/3335/3/keroulim_investigation.pdf
- (19) «Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού για την Κρήτη» (2010), Επιστημονικός Υπεύθυνος: Καθ. Ν.Ματσατσίνης, Εργαστήριο Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Συστημάτων Υποστήριξης Αποφάσεων, Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης http://www.stepc.gr/docs/library_docs/Erevna%20Tourismou_Kritil_Polyt_Kritis.pdf

ΠΗΓΕΣ

- (20) ΕΣΥΕ: <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>
- (21) ΞΕΕ: <http://www.grhotels.gr/GR/Pages/default.aspx>
- (22) Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Λασιθίου:
<http://www.epimlas.gr/chamber.html>
- (23) Περιφέρεια Κρήτης, Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου:
<http://www.nah.gr/>