



**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΩΣ ΤΟΠΟ  
ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ: Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ  
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ GALAXY ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ»**

**ΟΙ ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ**

**ΚΡΕΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ**

**ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ ΙΩΑΝΝΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ**

**ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ, 2010**

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	4
 <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι : ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	
1.1. Έννοια του επαγγελματικού τουρισμού.....	11
1.2. Διακρίσεις του επαγγελματικού τουρισμού .....	12
1.3. Χαρακτηριστικά των επαγγελματικών ομάδων.....	15
 <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ : ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	
2.1. Έννοια του συνεδριακού τουρισμού.....	16
2.2. Διακρίσεις του συνεδριακού τουρισμού και χαρακτηριστικά των συνεδρίων.....	16
2.3. Επιλογή τόπου και χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων.....	18
 <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ : ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΕΛΛΑΔΑ</b>	
3.1. Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα – Η παρούσα κατάσταση.....	22
3.2. Τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.....	24
3.3. Συνεδριακοί χώροι – συνεδριακά κέντρα – συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα.....	26
3.4. Εξελίξεις και προοπτικές της Ελληνικής Αγοράς στον συνεδριακό τουρισμό.....	31
3.5. Προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο νομό Ηρακλείου.....	37
3.6. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα στη διοργάνωση συνεδρίων στο νομό Ηρακλείου.....	39
3.7. Προτάσεις.....	41
 <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙV : Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ – ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ</b>	
4.1. Δυνατότητες της ξενοδοχειακής μονάδας σε εγκαταστάσεις, συνεδριακό εξοπλισμό και υπηρεσίες.....	43
4.2. Τιμολογιακή πολιτική.....	48

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ V : CASE STUDY – ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ GALAXY 5STAR ΣΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ**

5.1. Η μελέτη περίπτωσης Hotel Galaxy Iraklion *****	51
5.2. Αποτελέσματα ερωτηματολογίου	53
5.3. Γενικά για το ξενοδοχείο Galaxy	54

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI**

6.1. Επίλογος	64
6.2. Συμπεράσματα	66

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	69
---------------------	----

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ:**

Ερωτηματολόγιο	71
Πίνακας 1 – Συνεδριακά κέντρα της Ελλάδος	76
Πίνακας 2 – Συνεδριακός εξοπλισμός	78
Πίνακας 3 – Συγκριτικός πίνακας ενοικίων αιθουσών για το έτος 2008 μεταξύ των ξενοδοχείων Galaxy, Atlantis Hotel και Astoria Capsis Hotel	79
Πλάνο των αιθουσών του ξενοδοχείου Galaxy στο Νομό Ηρακλείου	80

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Συνεδριακός τουρισμός είναι ένας κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας ο οποίος γνωρίζει μία ταχύτατη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί όχι μόνον έναν πρωτογενές τουριστικό προϊόν αλλά και ένα συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν υπό την έννοια ότι επηρεάζει και επηρεάζεται από τις λοιπές τουριστικές δραστηριότητες σε μια οικονομία η οποία έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη, στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Όταν δε λέμε τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει να είμαστε λίγο πιο σαφείς, εννοούμε την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου τόσο από την πλευρά των υποδομών ή της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, η οποία ζήτηση οπωσδήποτε δεν περιορίζεται στην έμφαση στην προβολή της χώρας αλλά και με πολλά άλλα μέτρα τα οποία συγκλίνουνε προς ένα βασικό στόχο, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμμετέχει και στις δύο αυτές πλευρές της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης και από την άποψη των υποδομών και από την άποψη επιμήκυνσης της τουριστικής κίνησης από πλευράς ζήτησης. Ιδιαίτερα σε μία κοινωνία των παγκοσμιοποιημένων αγορών όπου ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, οι επικοινωνίες και οι συγκοινωνίες γίνονται ταχύτατες, ο συνεδριακός τουρισμός έρχεται, ως παράγωγο αποτέλεσμα αυτής της τάσης, να αποτελέσει ένα βασικό τουριστικό προϊόν.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο τουρισμός βοήθησε πολλαπλά την ανάπτυξη της χώρας και προπαντός υπήρξε σημαντική πηγή συναλλάγματος, που σε κρίσιμες στιγμές στάθηκε ως από μηχανής θεός στο συναλλαγματικό μας έλλειμμα. Αλλά αυτό είναι μια πρώτη ψηλάφηση. Την έχουμε ήδη ξεπεράσει, τώρα πρέπει να αναθεωρήσουμε την πολιτική μας και να επιδιώξουμε με το μικρότερο δυνατό κόστος το μέγιστο δυνατό όφελος. Αναμφίβολα αυτό το μπορούμε. Η συνεχής άνοδος του εισοδήματος στον κόσμο οδηγεί σε αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών.

Αλλά δεν είναι μόνο το συνάλλαγμα και η προσφορά του τουρισμού. Συντελεί επίσης ο τουρισμός στην κινητοποίηση της λοιπής οικονομίας. Σε μια οικονομία που επιδιώκει τη βιομηχανική της ανάπτυξη και αναζητάει εργατικό δυναμικό πρόθυμο για την επάνδρωσή της, ο ανταγωνιστικός τουρισμός φθηνού εργατικού δυναμικού, το εξωραΐζει, το ανεβάζει, το εκλεπτύνει ποιοτικά. Ποιες είναι λοιπόν εκείνες οι παράμετροι που πρέπει να ενεργοποιηθούν για να μπορεί ο τουρισμός να αποδώσει πολύ περισσότερα και όσα μπορεί σε σχέση με τη δική μας χώρα; Πρώτα είναι η

προσέλκυση τουριστών υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου, σε βάρος του μεγάλου αριθμού. Αυτό θα περιορίσει την επέκταση αδρανών επενδύσεων και την υποαπασχόληση του κεφαλαίου, με αποτέλεσμα την μείωση κόστους. Έπειτα είναι η καταβολή προσπάθειας προς μετατροπή του τουρισμού από επιδημικό σε ενδημικό. Στη συνέχεια θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τη διαμόρφωση εστιών μόνιμης προσέλκυσης ξένων, όπως οι επιστημονικές εκδηλώσεις, έδρες οργανισμών κλπ. Η επιδίωξη όχι τόσο του γιγαντιαίου τουρισμού που καταστρέφει το τοπίο και το περιβάλλον και υπονομεύει τα αιτήματα του τουρισμού. Και τέλος νέες ιδέες για τουρισμό υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου. Όλα αυτά τα οποία είναι απλώς εγκύκλιες σκέψεις που καθιστούν ακόμα πιο σαφές ότι ο συνεδριακός τουρισμός θα έπρεπε ήδη να έχει ωριμάσει προ πολλού στη χώρα μας.

Η Ελλάδα είναι μια ιδανική χώρα για τη διεξαγωγή συνεδρίων που μπορεί κάλλιστα να εκμεταλλευτεί αυτή η μορφή τουρισμού και οι λόγοι είναι πολλοί όπως :

- Η σπάνια γεωγραφική της θέση
- Το κλίμα της
- Ο πλούτος των διάσπαρτων αρχαιοτήτων
- Η ιστορική της σχέση με τις τέχνες και τις επιστήμες
- Η δυνατότητα σε πολλές περιοχές της Ελλάδας να εξασφαλιστεί μεγάλος αριθμός ξενοδοχειακών κλινών σε πολύ μικρή ακτίνα από το συνεδριακό κέντρο.

Η Ελλάδα είναι η χώρα που έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης στο συνεδριακό τουρισμό, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα του συνδυασμού ή της οργάνωσης ενός συνεδρίου με επιμόρφωση, ψυχαγωγία, τουρισμό και παράλληλα γνωριμία με τον Ελληνικό πολιτισμό. Ο συνεδριακός τουρισμός εξελίσσεται σε μια από τις σημαντικότερες και πιο ελπιδοφόρες μορφές τουρισμού. Η ανάπτυξή του μπορεί να ενισχύσει αποφασιστικά την ανταγωνιστικότητα της χώρας μας στη διεθνή τουριστική αγορά, βελτιώνοντας παράλληλα και το τουριστικό της προφίλ. Ο συνεδριακός τουρισμός που αρχίζει τώρα να αναπτύσσεται στην Ελλάδα, θα συντελέσει πολύ στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, η χώρα μας θα γίνει ευρύτερα γνωστή και θα ανοίξουν δρόμοι για νέες επενδύσεις και σε άλλους τομείς.

Τα πλεονεκτήματα του συνεδριακού τουρισμού είναι προφανή και αδιαφιλονίκητα. Ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει κατά κεφαλήν το διπλάσιο εισόδημα από τον μαζικό τουρισμό. Κοινό χαρακτηριστικό εκείνων που συμμετέχουν σε συνεδριακές

εκδηλώσεις είναι το υψηλό τους μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο. Πέρα από τη συνεδριακή δραστηριότητα αυτή καθ' εαυτή έχουν ποικίλα ενδιαφέροντα για ενεργητικό τουρισμό, στην ικανοποίηση των οποίων επιδίδονται πριν και μετά τα συνέδρια ( pre and post conference activities). (Canon, 1985)

Ο συνεδριακός τουρισμός παράλληλα, μπορεί να συνδυάζεται με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μνημείων, γεγονός ιδιαίτερης σημασίας, καθώς οι πολιτιστικοί πόροι της Ελλάδας αποτελούν ένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της για την εξέλιξη και την κατάκτηση μεγαλύτερου μεριδίου από την Ελλάδα στον τομέα αυτό. Αυτό, βέβαια, συνδυάζεται άμεσα με την τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας, η οποία στηρίζεται στους ακόλουθους δύο στόχους :

- Στην προσπάθεια προσέλκυσης κάθε χρόνο, όλο και μεγαλύτερου αριθμού αλλοδαπών τουριστών.
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου κατά τους εαρινούς φθινοπωρινούς μήνες, ακόμη και κατά την περίοδο του χειμώνα.

Η συνεδριακή δραστηριότητα προσφέρεται για δωδεκάμηνο τουρισμό. Εν μέρει και σε συνδυασμό με άλλα συνθετικά στοιχεία της τουριστικής προσφοράς, ενισχύει την προσπάθεια και δημιουργία χειμερινών προγραμμάτων, τα οποία ενεργοποιούν ξενοδοχειακές και άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις, καθώς και ανθρώπινο δυναμικό, ιδίως στην περίοδο Νοεμβρίου-Μαρτίου. Ο συνεδριακός τουρισμός, μπορεί να αποδειχθεί ως η κύρια λύση στο πρόβλημα της εποχικότητας που αντιμετωπίζει η χώρα μας.

Δεν αρκεί όμως η αναγνώριση των πλεονεκτημάτων της Ελλάδας αλλά ούτε και η αναγνώριση της σημασίας του συνεδριακού τουρισμού. Για να υπάρξει αποτέλεσμα πρέπει να ικανοποιηθούν ορισμένες απαραίτητες προϋποθέσεις. Πρώτα από όλα οι υποδομές. Πρωταρχικά πρέπει να βελτιωθεί η γενική τουριστική υποδομή της χώρας (δρόμοι, αεροδρόμια, λιμάνια, κ.ά.), η οποία μοιάζει σε πολλές περιπτώσεις να είναι ανύπαρκτη. Όσον αφορά τη συνεδριακή υποδομή, χρειάζονται ακόμα συνεδριακά κέντρα μεγάλα και μικρά, αίθουσες πολλαπλών χρήσεων και άλλες εγκαταστάσεις που να υποστηρίζουν και να διευκολύνουν τη διεξαγωγή μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων, επαγγελματικών εκδηλώσεων, όπως επίσης σεμινάρια και συμπόσια λίγων ατόμων.

Τα παραπάνω είναι απολύτως απαραίτητα αν θέλουμε να μιλάμε για συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα. Επίσης λίγα είναι τα ξενοδοχεία που μπορούν να προσφέρουν ταυτόχρονα συνεδριακή υποδομή και διευκολύνσεις πολλών αστερών. Όμως πάντα και

παντού το μείζον θέμα είναι ο σωστός σχεδιασμός και η οργανωμένη δράση για να προλάβει η χώρα μας να εκμεταλλευτεί την έξαρση σε παγκόσμια κλίμακα του φαινομένου “Συνέδρια”.

Ο σχεδιασμός επιβάλλεται να γίνει με κυρίαρχο στοιχείο την αποκέντρωση και την εκμετάλλευση των μη καλοκαιρινών μηνών του χρόνου, ώστε να μην αμβλυνθούν οι πιθανότητες κορεσμού, όπως συνέβη στη χώρα μας, σε πολλές περιπτώσεις, με τα “κύματα” ταξιδιωτών-τουριστών τις δύο προηγούμενες δεκαετίες. Η αποκέντρωση θα τονώσει οικονομικά τις τοπικές αγορές και θα δώσει την ιδανικότερη ευκαιρία προβολής της χώρας στο σύνολό της.

## SUMMARY

Conference tourism is a branch of the tourist industry which experienced a rapid growth in recent years in Greece. Conference tourism is not only a primary tourism product and a complementary tourism product in that it affects and is affected by other tourist activities in an economy that has put special emphasis on tourism development, the development of tourism industry. When not say tourism development, we should be a little more clear, we mean the development of the tourism industry from both the infrastructure and the supply and the demand side, demand for which is certainly not limited to the emphasis on promotion of the country but and many other measures which converges with a key objective of extending the tourist season. Conference tourism participates in both aspects of tourism development strategy and in terms of infrastructure and in terms of lengthening the tourist demand side. Particularly in a society of global markets where competition is high, communication and transportation are fast, congress tourism comes as a secondary result of this trend, to become a major tourist product.

Tourism also helps to mobilize the rest of the economy. In an economy that seeks to industrial development and seeks workers willing to man of the competitive tourism cheap workforce, whitewashes the raises, the quality tapers. First is to attract tourists a higher level of income at the expense of large numbers. This will limit the expansion of aggregate investment and underemployment of capital, thus reducing costs. Next is to strive to transform the tourism in endemic epidemic. Then we could mention the formation of permanent attract foreign outbreaks, such as scientific events, seats, etc. The search for bodies rather than the giant tourism destroys the landscape and environment and undermines the demands of tourism. And finally, new ideas for tourism are higher for income levels. All those who have simply circular thoughts, make it even clearer, that the congress tourism should already have been cured long ago in our country.

Greece is an ideal place for conferences that can easily take advantage of this form of tourism and the reasons are many as:

- The rare geographical position
- The climate
- The wealth of antiques scattered



- The historical relationship with the arts and sciences
- The possibility in many parts of Greece to ensure a large number of hotel beds in a very small radius from the convention center.

Greece is the country that has great potential for developing tourism in the conference, offering the possibility of combining or organizing a conference on culture, entertainment, tourism and also acquainted with the Greek culture. Conference tourism is becoming one of the largest and most promising forms of tourism. Its development can strengthen decisively our country's competitiveness in the international tourism market, while improving the tourist profile. The conference tourism which is now beginning to develop in Greece, will contribute greatly to the development of the Greek economy, our country will become more widely known and open way for new investment in other sectors.

The advantages of congress tourism are obvious and undisputed. Conference tourism delivers twice the per capita income from mass tourism. A common characteristic of those who participate in conference events is their high educational and income levels. Apart from the conference activity itself, have varied interests in tourism assets in satisfaction of which are served before and after the conferences (pre and post conference activities). (Canon, 1985)

Conference tourism also may be combined with sightseeing attractions and in particular archaeological sites and monuments of great importance, and cultural resources are one of Greece's comparative advantages to develop and build larger share of Greece in this area. This, of course, immediately combined with the development of tourism in our country, is based on the following two objectives:

- In an effort to attract each year, an increasing number of foreign tourists.
- In lengthening the tourist season in spring autumn months, even during winter.

The conference is ideal for business tourism twelve months the year. Partly in conjunction with other components of tourism supply, supports the effort and the creation of winter programs, which trigger hotels and other tourist facilities and manpower, especially in the period November-March. Conference tourism may prove to be the main solution to the problem of seasonality facing our country.

But not enough is the recognition of the advantages of Greece, or the recognition of the importance of convention tourism. To be effective must meet certain prerequisites. First of all is the infrastructure. The principal should improve the overall country's tourism infrastructure (roads, airports, ports, etc.), which seems in many cases is

lacking. Regarding the conference facilities, convention centers still need large and small, multipurpose rooms and other facilities to support and facilitate the conduct of major exhibitions, business events, as well as seminars of few people.

The above are absolutely necessary if we are talking about convention tourism in Greece. Also there are few hotels that can offer both conference facilities and infrastructure of many stars. But always and everywhere the big issue is proper planning and organized action to prevent our country to exploit the rise in global greenhouse “Conference”.

The design should be dominated by elements of decentralization and the holding of non-summer months of the year, not to reduce the chances of saturation, as happened in our country, in many cases, the "waves of tourists travelers" the two previous decades. Decentralization will stimulate local economic markets and will provide an ideal opportunity to promote the country as a whole.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού με κριτήριο διάκρισης αυτό του ταξιδιωτικού σκοπού που καλείται να εκπληρώσει. Αποτελεί μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη μορφή, λόγω της ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας και της διεθνοποίησης της επιχειρησιακής δραστηριότητας σε συνδυασμό με την ανάγκη για στενότερες επαγγελματικές επαφές. Οι περισσότερες επιχειρήσεις, σήμερα, χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό, αυτό το είδος τουρισμού σαν μέσο για την προσέγγιση κάποιων στόχων τους και είναι, πλέον, αποδεδειγμένο ότι τα ταξίδια αυτά συμπίπτουν με την πρόοδο των εργασιών τους. Έτσι, ο επαγγελματικός τουρισμός έχει προκαλέσει την αφύπνιση του ενδιαφέροντος των κρατικών φορέων και των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Επίσης αποτελεί μια δυναμική αγορά, με ιδιαίτερα οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα. Οι επαγγελματίες ταξιδιώτες, που μετακινούνται για να συμμετάσχουν σε συνέδρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων και επιχειρηματικές υποχρεώσεις, είναι ευπρόσδεκτοι επισκέπτες στον τόπο προορισμού, αφού πρόκειται για άτομα υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου: με βάση την προσέγγιση αυτή η Ελλάδα, ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός, οφείλει να αναπτύξει τις κατάλληλες υποδομές και δράσεις, για την προσέλκυση της ιδιαίτερα αποδοτικής αυτής μορφής εναλλακτικού τουρισμού. (Επαγγελματικός Τουρισμός, Κραβαρίτης Ν. Κώστας – Παπαγεωργίου Ν. Αθηνά)

Ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο. Η αγορά αυτή αφορά συνήθως επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει η πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του επισκέπτη-επαγγελματία.

Η περίοδος αιχμής του επαγγελματικού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες Φεβρουάριο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις κτλ.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε ένα τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας κτλ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή μίας έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. Για την εξυπηρέτηση αυτών λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Ελλάδα αυτοτελή ή μέσα σε ξενοδοχεία συνεδριακά κέντρα και συνεδριακές εγκαταστάσεις και εκθεσιακοί χώροι.

## **1.2 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο επαγγελματικός τουρισμός διακρίνεται σε επαγγελματικά ταξίδια, συνεδριακό τουρισμό, εκθεσιακό τουρισμό και αναλύονται παρακάτω ως εξής :

- **Επαγγελματικά ταξίδια (business travels)**

Αυτά τα ταξίδια πραγματοποιούνται στα πλαίσια επαφών, όπως ταξίδια στελεχών, αντιπροσώπων κ.α. απαραίτητη είναι η ύπαρξη Α κατηγορίας , με ποικίλες ανέσεις και εξυπηρετήσεις καθώς και επίσης και οι αίθουσες συνεδριάσεων η meeting εντός του ξενοδοχείου .

- **Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tour)**

Εδώ υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις (συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο). Συνδυάζεται, συνήθως, και με κάποια άλλη μορφή τουρισμού επειδή είναι μικρής χρονικής διάρκειας (δυο έως τέσσερις ημέρες). Η δημιουργία κατάλληλων υποδομών είναι απαραίτητη προϋπόθεση και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων τα οποία είναι τεχνολογικά εξοπλισμένα και με βοηθητικούς χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνεδρίων κ.α. καθώς επίσης και η κατασκευή αιθουσών μεγάλης χωρητικότητας αλλά και ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων.( Κραβαρίτης Κ., 1992 , σελίδα 37)

- **Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism)**

Αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο. Εδώ υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που, συνήθως, οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι

επισκέπτες να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια άλλη μορφή τουρισμού. Η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, δηλαδή σύγχρονοι εκθεσιακοί χώροι οι οποίοι είναι πλήρως εξοπλισμένοι και διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους(καφετέριες, εστιατόρια, ταχυδρομείο κλπ), είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του.

**Οι εκθέσεις χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:** σε γενικές εκθέσεις που απευθύνονται στον καταναλωτή, όπως η έκθεση σύγχρονης κατοικίας, η έκθεση αυτοκινήτου, κτλ., και σε κλαδικές. Στην πρώτη περίπτωση η είσοδος είναι ανοιχτή για το κοινό, ενώ στη δεύτερη η είσοδος επιτρέπεται μόνο σε επαγγελματίες του χώρου, αφού πρόκειται για εκθέσεις επαγγελματικού ενδιαφέροντος.

Μια από τις σπουδαιότερες κλαδικές εκθέσεις που μπορούμε να αναφέρουμε ως παράδειγμα στον χώρο του επαγγελματικού τουρισμού είναι η IMEX: Η έκθεση αυτή γίνεται κάθε χρόνο στο Messe της Φρανκφούρτης και διαρκεί τρεις μέρες. Εκεί συγκεντρώνονται διακεκριμένοι επαγγελματίες του χώρου, οι οποίοι εκθέτουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο.

Πέρα από τη διάκριση των εκθέσεων σε γενικές και κλαδικές, ο Κ. Κραβαρίτης (1992) προτείνει έναν επιπλέον διαχωρισμό με βάση κάποια άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των εκθέσεων:

α) Ανάλογα με το σκοπό στον οποίο αποβλέπουν, σε εμπορικές με στόχο την προβολή των προϊόντων και την αύξηση των πωλήσεων-εξαγωγών τους και σε εκθέσεις γοήτρου-κύρους με στόχο τον εντυπωσιασμό, την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού.

β) Ανάλογα με το περιεχόμενο τους σε γενικές, που περιλαμβάνουν εκθέματα γενικού ενδιαφέροντος και ειδικές, που αφορούν συγκεκριμένους τομείς της τέχνης, της επιστήμης ή της οικονομίας.

γ) Ανάλογα με το χρόνο λειτουργίας τους σε διαρκείς (αυτές που λειτουργούν συνεχώς) σε περιοδικές (αυτές που επαναλαμβάνονται σε ετήσια βάση σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο) και σε έκτακτες.

δ) Ανάλογα με την ευρύτητα του γεωγραφικού χώρου προέλευσης των συμμετεχόντων σε τοπικές, στις οποίες συμμετέχουν εκθέτες του συγκεκριμένου τόπου (πόλη-νομός), σε εθνικές, με τη συμμετοχή οργανισμών, επιχειρήσεων, ιδιωτών από όλη τη χώρα και σε διεθνείς με συμμετοχή φορέων, επιχειρήσεων, ιδιωτών από διάφορες χώρες.

ε) Τέλος ανάλογα με το χώρο, δηλαδή τις εγκαταστάσεις όπου λειτουργούν οι εκθέσεις, τις διακρίνουμε: (1) σε αυτές που λειτουργούν σε ειδικές αίθουσες (οι αίθουσες αυτές συνήθως ανήκουν σε ιδιώτες που τις παραχωρούν σε εκθέτες μεμονωμένους ή σε ομάδες εκθετών έναντι ενοικίου). (2) Σε εκθέσεις που λειτουργούν σε ειδικούς υπαίθριους χώρους όπως πάρκα, πλατείες κλπ. Αυτές οι εκθέσεις είναι γενικές π.χ. έκθεση βιβλίου, φιλοτελισμού, γελοιογραφίας, γλυπτικής, ανθοκομικής κλπ. Έχουν ιδιαίτερη εξάρτηση από τις καιρικές συνθήκες γι' αυτό διεξάγονται συνήθως άνοιξη και φθινόπωρο. (3) Σε εκθέσεις που πραγματοποιούνται σε ξενοδοχεία και (4) σε αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα.

- **Τουρισμός κινήτρων (incentive tourism)**

Ο τουρισμός κινήτρων είναι σχετικά μια νέα και πολλά υποσχόμενη μορφή τουριστικής δραστηριότητας. Ορισμένες επιχειρήσεις, με σκοπό να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων τους, τους προσφέρουν διάφορα κίνητρα όπως κάποιο τουριστικό πακέτο (group inclusive tours), συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος αποδείχτηκε αποτελεσματική, γι' αυτό και έχει εξαπλωθεί, ιδιαίτερα στις Η.Π.Α. , από όπου άρχισε να εφαρμόζεται για πρώτη φορά.(www.traveldailynews.gr )

Ο τουρισμός κινήτρων έχει πέντε βασικούς κανόνες:

- ***Η μοναδικότητα.*** Το κάθε πρόγραμμα πρέπει να είναι διαφορετικό, απρόβλεπτο, γεμάτο εκπλήξεις και ειδικές εκδηλώσεις. Συνίσταται να αποφεύγονται προγράμματα, τα οποία μπορεί κανείς να βρεί σε κοινά ταξιδιωτικά πακέτα.
- ***Η πρωτοτυπία.*** Ο οργανωτής καλείται να καινοτομήσει και να εισαγάγει πρωτότυπες ιδέες και δραστηριότητες στο πρόγραμμα, κάνοντας ελεύθερη χρήση της δημιουργικότητας και της φαντασίας του.
- ***Η εξωτικότητα εμπειριών.*** Οι δραστηριότητες των τουριστών πρέπει να ξεφεύγουν από τα καθιερωμένα πρότυπα και να έχουν μια γεύση εξωτικής εμπειρίας.
- ***Η λεπτομέρεια.*** Η προσοχή μέχρι και την πιο ασήμαντη λεπτομέρεια, έχει ζωτική σημασία για τον οργανωτή. Για παράδειγμα το άψογο σέρβις και η συνέπεια στην οργάνωση, παίζουν κύριο ρόλο στην επιτυχία του προγράμματος.
- ***Η αποκλειστικότητα.*** Στο τέλος του ταξιδιού, οι συμμετέχοντες πρέπει να έχουν την εντύπωση ότι επισκέφθηκαν μέρη, τα οποία δεν θα μπορούσαν να έχουν

πρόσβαση κάτω από άλλες συνθήκες, ότι είχαν ειδική μεταχείριση και συναναστράφηκαν με ανθρώπους, τους οποίους δεν θα είχαν γνωρίσει διαφορετικά. (Λαζάνα Φιλιώ, 2003)

### 1.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

Από τις διακρίσεις του ομαδικού επαγγελματικού τουρισμού, προκύπτουν πολλά και σημαντικά οφέλη από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Τα χαρακτηριστικά λοιπόν των ομαδικών επαγγελματικών ομάδων είναι τα εξής:

- ***Η ομοιογένειά τους.*** Αυτή η ομάδα αποτελείται από άτομα κοινά ενδιαφέροντα, σε αντίθεση με άλλες μετακινούμενες ομάδες οι οποίες αποτελούνται από διαφορετικά άτομα που αναγκαστικά συνυπάρχουν.
- ***Η δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ξανά την ίδια μετακίνηση*** είτε με την ίδια επαγγελματική τους ιδιότητα, είτε με την ιδιότητα αναψυχής με συγγενείς τους ή φίλοι τους.
- ***Η δυνατότητα για πραγματοποίηση υψηλής τουριστικής δαπάνης***
- ***Η έγκαιρη επιλογή του τόπου και του ξενοδοχείου,*** δίνοντας έτσι στον ξενοδόχο όλο τον απαραίτητο χρόνο για τον προγραμματισμό των απαιτούμενων κρατήσεων του της όλης επιχειρησιακής δραστηριότητας.
- ***Ο υψηλός βαθμός εξοικείωσής τους με το άριστο επίπεδο παροχής των τουριστικών παροχών,*** καθώς επίσης και ***ο βαθμός απαίτησής τους για αντίστοιχη ποιότητα.***
- Τέλος, ***η δυνατότητα της κοινωνικοοικονομικής θέσης του κάθε συμμετέχοντα να αποτελεί σημαντικό ρόλο,*** μέσω της διαφήμισης “από το στόμα στο αυτί”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Είναι γνωστή σαν φιλοσοφία “Marketing through services”

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

### ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 2.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο συνεδριακός τουρισμός γενικά, είναι οι μετακινήσεις ή οι εκδηλώσεις που συνδυάζουν σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό την καθαρά παραθεριστική ,ταξιδιωτική ή περιηγητική διάσταση και γενικότερα την αναψυχή, με άλλα ενδιαφέροντα ή παραγωγικές δραστηριότητες που συνδέονται με την ιδιότητα των συμμετεχόντων ως επαγγελματίες ή ως μέλη μιας επιχείρησης ή άλλων οργανώσεων.

Στόχος της συνεδριακής διάστασης των μετακινήσεων αυτών είναι συνήθως η ανταλλαγή απόψεων, η πληροφόρηση, η κατάρτιση, η γνωριμία η ενίσχυση του συναδελφικού πνεύματος γενικότερα ,η προώθηση των συμφερόντων της ομάδας και αλλά συναφή.

Συνέδριο στην Ελληνική γλώσσα σημαίνει σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα.( [www.synedrio.gr](http://www.synedrio.gr) )

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού αλλά και από τις πιο πολυσυζητημένες και ταλαιπωρημένες παράλληλα. Όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές (κράτος, φορείς, επιχειρηματίες) έχουν κατά επανάληψη συμφωνήσει εδώ και δεκαετίες στις ανάγκες που έχει ο Συνεδριακός Τουρισμός για να αναπτυχθεί ορθολογικά και αποτελεσματικά αλλά ακόμα και σήμερα παραμένει στάσιμος εκτός ελαχίστων φωτεινών εξαιρέσεων. (Δώρα Σγάρτσου, Travel Daily News)

#### 2.2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Οι εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα, ανάλογα με τον προορισμό τους, διακρίνονται σε:

1. **Συνέδρια:** Συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα, με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη κάποιων αποφάσεων. Το θέμα του συνεδρίου καθορίζεται σε γενικές γραμμές από την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Η κοινή ουσ



ιδιότητα σχετίζεται με τον φορέα υπό την αιγίδα του οποίου συνέρχονται και αποτελούν μέλη του.

2. **Συσκέψεις:** Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Οι συμμετέχοντες στη σύσκεψη αποτελούν ίσα και ισότιμα μέλη τα οποία καταλήγουν σε διάφορες αποφάσεις και συμπεράσματα κάτω από τη καθοδήγηση ενός προέδρου.
3. **Φόρουμ (forum):** Αφορά συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό του γνώρισμα είναι ότι ακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση κατά την οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο, κάνοντας ερωτήσεις και διαπιστώσεις. Οι συμμετέχοντες κάθονται συνήθως σε διατάξεις τραπεζιών ή εδράνων και σπανιότερα σε διατάξεις μόνο καθισμάτων.
4. **Work Shops:** Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος και αφορά μεγέθη 15 έως 30 ατόμων, οι οποίοι προσπαθούν να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο ή να το επιλύσουν, αναζητώντας σχετικά προβλήματα και λύνοντας τα.
5. **Συναντήσεις (Meetings):** Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος, οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με την στενή έννοια του όρου.

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με τη διάρκεια, το μέγεθος τους, την τοπική/περιφερειακή, εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων, τον τρόπο χρηματοδότησής τους και τέλος την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι σύνεδροι.

Η κοινή ιδιότητα των συνέδρων, φανερώνει, όπως είναι φυσικό, το φορέα υπό την αιγίδα του οποίου συγκαλείται το συνέδριο. Είναι αυτονόητο ότι ισχύει και το αντίστροφο.

Ανάλογα με το θέμα που καλύπτουν διακρίνονται σε επαγγελματικά, οργανωτικά, πολιτικά, κυβερνητικά, αθλητικά κ.α..

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα, ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Ο φορέας έχει την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, αν και σε κάποιες περιπτώσεις τη μεταβιβάζει σε εξουσιοδοτημένα άτομα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως τις εργάσιμες μέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει την διάρκεια του ταξιδιού του, είτε παραμένοντας κάποιες μέρες μετά το τέλος του συνεδρίου είτε

ξεκινώντας νωρίτερα, αξιοποιώντας και το Σαββατοκύριακο. Η κάθε παράταση της διάρκειας παραμονής του συμβάλλει και στην τελική τουριστική δαπάνη.

Άλλη μια διάκριση, είναι το μέγεθος των συνεδρίων. Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθός του αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται, καθορίζει σε κάποιο βαθμό το μέγεθος του συνεδρίου. Ο βαθμός της συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, η προσβασιμότητα του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου, η λειτουργικότητα του συνεδρίου, είναι επίσης στοιχεία που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά το βαθμό συμμετοχής και συμβάλλουν στο τελικό μέγεθος.

Η πλειονότητα των συνεδρίων αφορά συνέδρια μικρού μεγέθους μέχρι 100 ατόμων. Πιο αναλυτικά:

#### *Πίνακας α*

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Το 34,9 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 100 άτομα.</li><li>• Το 28,1 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 101 έως 250 άτομα.</li><li>• Το 16,8 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 250 έως 500 άτομα.</li><li>• Το 8,6 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 501 έως 1000 άτομα.</li><li>• Το 6,8 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 1001 έως 2500 άτομα.</li><li>• Το 3,4 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 2501 έως 5000 άτομα.</li><li>• Το 2,4 % των συνεδρίων αφορά συνέδρια από 5001 άτομα και άνω.</li></ul> |
|---|

Πηγή: Ελληνικός συνεδριακός τουρισμός και η παραπέρα ανάπτυξη της χώρας  
- Αθανάσιος Κληρονόμος εκδόσεις Πάτρα 1996

### **2.3. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΥ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Σημαντικός παράγοντας για την επιτυχή διοργάνωση αλλά και λειτουργία του συνεδρίου αποτελεί ο χρόνος διεξαγωγής του. Για αυτό το λόγο γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στο τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του συνεδρίου και του βαθμού της επαγγελματικής απασχόλησης των υποψηφίων συνέδρων του φορέα, τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Ο Ιανουάριος είναι ο μήνας με το μικρότερο αριθμό συνεδρίων, προφανώς λόγω των εορτών που προηγούνται, ενώ αντίθετα οι μήνες Μάιος και Σεπτέμβριος αποτελούν τους μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια.

Γενικότερα τα συνέδρια ξεκίνησαν ως τρόποι επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, για το λόγο αυτό τα περισσότερα ξενοδοχεία προτιμούν να φιλοξενούν

συνέδρια τους μήνες όπου η τουριστική κίνηση δεν είναι αυξημένη. Για άλλες επιχειρήσεις όμως δεν ισχύει αυτό, εφόσον η εξυπηρέτηση και φιλοξενία του συνεδρίου/ συνέδρων είναι δυνατή.

Όσο αφορά τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου, καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του παίζει ο χώρος μέσα στον οποίο πραγματοποιούνται τα συνέδρια καθώς και ο τουριστικός προορισμός ο οποίος φιλοξενεί τους χώρους των συνεδρίων.

Οι πιο αντιπροσωπευτικοί από αυτούς είναι τα συνεδριακά κέντρα, των οι προδιαγραφές ανέγερσης έχουν θεσπιστεί νομικά. Προς τα πρότυπα αυτά τείνουν και οι λοιποί συνεδριακοί χώροι των ξενοδοχειακών μονάδων.

Ελκυστικοί και κατάλληλοι για τη φιλοξενία συνέδρων και τη διεξαγωγή συνεδρίων είναι τουριστικοί προορισμοί που τηρούν τα παρακάτω κριτήρια:

- Η ύπαρξη υλικοτεχνικής υποδομής, κατάλληλου εξοπλισμού καθώς και υποστήριξη, αποτελεί πολύ σημαντικό κριτήριο από την οπτική γωνία του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.
- Πολιτική ευστάθεια και εγγυημένες υπηρεσίες ασφάλειας.
- Κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό στο συνεδριακό management.
- Υψηλή ποιότητα τουριστικής υποδομής.

Επίσης κριτήρια που συμβάλλουν στην επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων είναι:

- Η εύκολη πρόσβαση σε συνδυασμό με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης του μεγαλύτερου όγκου των συνέδρων.
- Η εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων: τόπος με πολιτιστικό και πνευματικό περιεχόμενο, με επιστημονική έρευνα, επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα, γενικά ένας τόπος ασφαλής, φιλόξενος αλλά και με γραφικό χρώμα.
- Η απόσταση καθώς και ο χρόνος τον οποίο θα πρέπει να πραγματοποιήσει ο σύνεδρος προκειμένου να καλύψει την απόσταση μεταξύ τόπου προορισμού και τόπου προέλευσης του. Πολλές φορές είναι και ο λόγος για τον οποίο αλλάζει και η διάρκεια του συνεδρίου.
- Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής, καθώς και της ειδικότερης, που προσφέρει η χώρα αποτελεί το τουριστικό πακέτο του συνεδρίου, όπως πρόσθετες εκδηλώσεις, ψυχαγωγία και άλλες υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν καλές ξενοδοχειακές μονάδες και σωστά διαμορφωμένα συνεδριακά κέντρα.

- Φυσικά σημαντικό ρόλο παίζουν και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν. Η Ευρώπη δέχεται το 60% του ολικού αριθμού συνεδρίων, αντίθετα με την Αυστραλία που έχει μόλις το 2,2% και η Αφρική το 4,4%.

Ως επί το πλείστον για κάθε ξενοδοχείο η συνεδριακή του πελατεία δεν αποτελεί την κύρια ή βασική του πελατεία αλλά είναι ένα συμπλήρωμα, που δεν παύει και αυτό να είναι πολύ σημαντικό. Γι' αυτό το λόγο λοιπόν, ο ξενοδόχος θα πρέπει να λάβει υπόψη του στην καταγραφή που θα κάνει πόσες διαθέσιμες κλίνες έχει για κάθε βδομάδα, μήνα ή εποχή του έτους. Σε περίπτωση που διατεθούν όλες οι κλίνες του ξενοδοχείου για ένα συνέδριο και φέρει δυσκολία στην υποδοχή της βασικής του πελατείας, αυτό θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με ιδιαίτερη προσοχή.

Τα πλάνα κρατήσεων με βάση τις συμφωνίες του τύπου «allotments»<sup>2</sup> ή «group back to back»<sup>3</sup>, τα ιστορικά στοιχεία που αφορούν τη διαμόρφωση των κρατήσεων, ο βαθμός τήρησης των συμβολαίων, σε συνδυασμό πάντα με την εμπειρία του ξενοδόχου, του επιτρέπουν να κάνει με μικρή απόκλιση, σωστές εκτιμήσεις, για το πότε και κατά πόσο είναι διαθέσιμο το ξενοδοχείο να δεχτεί τη συνεδριακή του πελατεία.

Τα μεγάλα συνέδρια κλείνονται συνήθως πριν από την υπογραφή συμβολαίων του ξενοδοχείου με τα τουριστικά γραφεία και τους «tour operators». Τα μικρότερα συνέδρια που κλείνονται πιο κοντά στις ημερομηνίες διεξαγωγής τους, η αντιμετώπισή τους είναι πιο γρήγορη και αποτελεσματική, διότι οι κρατήσεις του ξενοδοχείου που αφορούν στην βασική πελατεία έχουν ήδη προγραμματιστεί.

Οι σχετικές εκτιμήσεις του ξενοδόχου τότε, επειδή υπολογίζονται μόνο οι πελάτες της τελευταίας στιγμής και οι «walk-in»<sup>4</sup> πελάτες, είναι πολύ πιο εύκολη η παρουσίαση της εικόνας της διαθεσιμότητας.

Σε αυτό το σημείο έχει γίνει η καταγραφή των δυνατοτήτων της ξενοδοχειακής μονάδας για τη φιλοξενία συνεδρίων. Ο ξενοδόχος γνωρίζει πλέον την δυναμικότητα του και ξέρει για ποια συνέδρια το προϊόν του είναι κατάλληλο, γνωρίζει με ακρίβεια τι μπορεί να προσφέρει, πότε, για πόσους και για ποιους μπορεί να καλύψει τις ανάγκες και τις επιθυμίες.

Παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν άμεσα τις επιλογές του ξενοδόχου στην αναζήτηση της πελατείας-στόχου του, είναι η υποδομή του τόπου εγκατάστασης της

---

<sup>2</sup> Διάθεση συγκεκριμένου αριθμού δωματίων για καθορισμένο χρονικό διάστημα σε καθορισμένη τιμή. Συμφωνία που γίνεται με υπογραφή ιδιωτικού συμφωνητικού (συμβόλαιο) μεταξύ ξενοδόχου και τουριστικού γραφείου ή tour operator.

<sup>3</sup> Κρατήσεις δωματίων για ομαδικές διακινήσεις που η άφιξη της μιας ομάδας συμπίπτει με την αναχώρηση της προηγούμενης. Η συμφωνία αυτή γίνεται επίσης με υπογραφή συμφωνητικού.

<sup>4</sup> Αφορά πελάτες που φθάνουν στο ξενοδοχείο χωρίς κράτηση.

ξενοδοχειακής μονάδας του και η υπάρχουσα συγκεκριμένη συνεδριακή υλικοτεχνική υποδομή. Παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν έμμεσα είναι οι γειτονικές του ξενοδοχειακές μονάδες. Αυτές, σε μερικές περιπτώσεις μπορούν να δράσουν ανταγωνιστικά, όμως όσον αφορά τη συνεδριακή πελατεία, μπορούν να δράσουν συμπληρωματικά σε συνεργασία. Με αυτό τον τρόπο, η συγκεκριμένη μονάδα μπορεί να αυξήσει τις δυνατότητες της σαν «συνδυασμένο προϊόν» πλέον, για μεγαλύτερους στόχους.

Ο χρόνος διεξαγωγής των συνεδρίων όπως και ο τόπος είναι από τους πλέον σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας ενός συνεδρίου. Οι παράγοντες είναι πολλοί, μαζί με αυτούς που αναφέρθηκαν παραπάνω, όπως και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή, καθώς και οι επαγγελματικές ασχολίες των υποψηφίων συνέδρων εκείνη τη συγκεκριμένη περίοδο. Οι μήνες με τα περισσότερα συνέδρια είναι ο Απρίλιος, Μάιος, Οκτώβριος και ο Σεπτέμβριος, ενώ αντίθετα ο μήνας με τα λιγότερα είναι ο Ιανουάριος (λόγω του εορταστικού κλίματος που επικρατεί).

*Πίνακας β*

ΣΕΙΡΑ	ΜΗΝΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ '97
12	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2,72	-
10	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	3,39	-
7	ΜΑΡΤΙΟΣ	6,63	+
8	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	6,43	-
4	ΜΑΙΟΣ	9,49	-
3	ΙΟΥΝΙΟΣ	11,35	-
9	ΙΟΥΛΙΟΣ	6,41	-
6	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	6,81	-
1	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	14,11	+
2	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	12,69	+
5	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	8,35	-
11	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	3,10	-

Πηγή : "Διεθνής συναντήσεις και διοργανώσεις", Business & Τουρισμός, Τεύχος 19, Αθήνα 1999, σελ.26

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

### ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

#### 3.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – Η ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Τα τελευταία 6 χρόνια η συνεδριακή υποδομή της Ελλάδας έχει βελτιωθεί σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό, χωρίς αυτό να σημαίνει πάντως ότι δεν πρέπει να συνεχίσουμε και να εντείνουμε τις επενδύσεις λαμβάνοντας υπόψη τα υψηλά επίπεδα του διεθνούς ανταγωνισμού στον κλάδο του Συνεδριακού & Επαγγελματικού Τουρισμού. Η χώρα μας αυτή τη στιγμή καταλαμβάνει μόλις το 0,8% από την πίτα αυτή, με στόχο να αγγίξει το 2-2,5% της παγκόσμιας αγοράς. Από στοιχεία του ICCA προκύπτει ότι ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με ρυθμό 5% ετησίως.

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει, σίγουρα η ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό δεν εξαρτάται μόνο ή κατά κύριο λόγο από τις τιμές. Όλες οι χώρες που προηγούνται της Ελλάδας στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας έχουν γενικά υψηλότερα επίπεδα τιμών. Όμως, προσφέρουν υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών σε σχέση με την τιμή, συνεπώς καλύτερο value for money, που είναι και το σημαντικότερο κριτήριο.

Ακολουθεί πίνακας με την πιθανή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού καθώς και την συμβολή της στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα:

*Πίνακας γ*

<b>Πιθανή Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και η συμβολή της στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, 2000-2010: Αισιόδοξο Σενάριο</b>						
Μέγεθος	Έτος 1999		Έτος 2010		Συμβολή στον ρυθμό Ανάπτυξης του Τουριστικού τομέα	
	Αριθμός (χιλ.)	Μερίδιο %	Αριθμός (χιλ.)	Μερίδιο %	Μέση Ετήσια	Περιόδου 2000-2010
Αλλοδαποί Επισκέπτες (χιλ.) :	12.000	1,5	16.000	3,0	0,22	2,50
Σύνολο Συνεδριακοί	180		480			
Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών (χιλ.) :	120.000	0,75	160.000	1,5	0,11	1,25
Σύνολο Συνεδριακές Διανυκτερεύσεις	180		2.400			
Διανυκτερεύσεις						

Αλλοδαπών σε ξενοδοχεία (χιλ.) :	45.000	2,0	60.000	4,0	0,30	3,30
Σύνολο Συνεδριακές	900		2.400			
Δαπάνη Αλλοδαπών Επισκεπτών (εκ.\$) :	8.500	4,5	11.300	8,8	0,65	7,30
Σύνολο Συνεδριακή	380		1.000			
Απασχολούμενοι σε ξενοδοχεία- Εστιατόρια	243.000	4,5	330.000	8,8	0,65	7,30
Σύνολο Συνεδριακή	10.900		29.000			
Τουριστική Απασχόληση (άμεση και έμμεση)	615.000	4,5	812.000	8,8	0,65	7,40
Σύνολο Συνεδριακή	27.700		72.000			

Πηγή : ICCA 2009

Πάντως είναι παγκοσμίως γνωστό ότι η Ελλάδα διαθέτει πάντα μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού:

- Άριστες κλιματολογικές συνθήκες, μοναδική φυσική ομορφιά, εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, υψηλού επιπέδου φιλοξενία, νυχτερινή διασκέδαση, το αίσθημα ασφάλειας που νοιώθει ο επισκέπτης στην χώρα μας και φυσικά η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδος.
- Σύγχρονες υποδομές και μία σειρά από καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στην Αττική, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Αλεξανδρούπολη και πολλούς άλλους προορισμούς από τη Νησιωτική και Ηπειρωτική Ελλάδα.
- Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από τη χώρα μας, αποτελεί απόδειξη ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να διοργανώσει διεθνείς εκδηλώσεις μεγάλου μεγέθους.
- Η Ελλάδα διαθέτει πλέον κάποια αξιολογικά συνεδριακά κέντρα σε γνωστούς προορισμούς αναψυχής π.χ. Ρόδο, Κρήτη, Κω, Θεσσαλονίκη, Αθήνα, Χαλκιδική, Αλεξανδρούπολη κτλ.
- Ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άψογα ένα συνέδριο, αλλά ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την ψυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία. Οι Έλληνες PCOs διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πολύχρονη εμπειρία και όταν

αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποσπών πάντοτε κολακευτικά σχόλια.(www.traveldailynews.gr : Δημήτρης Μάντζιος )

Πρέπει να αναφέρουμε ότι η χώρα μας βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση σε σχέση με άλλους συνεδριακά αναπτυσσόμενους προορισμούς διότι πρόκειται για έναν ήδη αναγνωρισμένο προορισμό διακοπών και αναψυχής με αποτέλεσμα να υπάρχει άφθονο προϊόν που ικανοποιεί το «pleasure» κομμάτι του Συνεδριακού Τουρισμού. Πρέπει όμως να κάνουμε σημαντικά βήματα προκειμένου να ικανοποιήσουμε και το κομμάτι «business» του Συνεδριακού Τουρισμού. Για την ακρίβεια, ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός είναι μία πολυσύνθετη και πολυδιάστατη μορφή τουρισμού με μεγάλο αριθμό άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων παραγόντων, προσώπων και φορέων, με αποτέλεσμα το τελικό προϊόν να εξαρτάται από την άρτια λειτουργία και τη γενικότερη εικόνα του συνόλου αυτών των παραγόντων.

### **3.2 ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΟΦΕΛΗ**

Η συμβολή στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι κανείς θα μπορούσε εκ πρώτης όψεως να συμπεράνει, κρίνοντας μόνο από τους αριθμούς επισκεπτών, για τους εξής κύριους λόγους:

#### **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ**

- Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντικείμενο, το οποίο και ενδιαφέρει περισσότερο.
- Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά την συνολική τουριστική κίνηση. Λόγω όμως της ομαλότερης εποχικής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή και μεγαλύτερη έκταση τους βαθμούς πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση.

Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η βελτίωση αυτή της πληρότητας μπορεί να έχει κρίσιμη σημασία για τα οικονομικά τους αποτελέσματα και την οικονομική τους υγεία. Με τη σειρά της η ενίσχυση της οικονομικής ευρωστίας των



οικονομικών μονάδων του τομέα επηρεάζει και τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης του, και την αποδοτικότητα του.

Οι συνεδριακές εκδηλώσεις οδηγούν σε πολύ σημαντική δευτερογενή αύξηση της τουριστικής κίνησης. Η σχετικά περιορισμένη εσωτερική ζήτηση για συνεδριακές υπηρεσίες, που συνδέεται με το σχετικά χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας μας και με την έλλειψη μεγάλων επιχειρήσεων, η σχετικά μεγάλη απόσταση της χώρας μας από τα μεγάλα κέντρα από τα οποία προέρχεται το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης και οι όχι πάντοτε ευμενής εντύπωση που δημιουργεί η γενικότερη εικόνα της χώρας μας στους οργανωτές για την ποιότητα των υπηρεσιών που μπορεί να αναμένουν, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι θα χρειαστούν αρκετά μεγάλες προσπάθειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

Από το άλλο μέρος, τα περιθώρια για ανάπτυξη είναι αρκετά μεγάλα, ακριβώς επειδή η έως τώρα πρόοδος υπήρξε περιορισμένη.

#### **ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΟΦΕΛΗ**

Με εύλογες παραδοχές, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αναμένεται να συμβάλει στο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης του τουριστικού τομέα στην περίοδο έως και το 2010 κατά 0,5-0,75 εκατοστιαίες μονάδες, χωρίς να συνυπολογίζεται η πιθανή δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης, η οποία δημιουργείται με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό.

Έσοδα της συνεδριακής αγοράς:

#### **ΑΜΕΣΑ**

- Υψηλότερη Μέση Τιμή δωματίου
- Πρόσθετα έσοδα προερχόμενα από εκμετάλλευση συνεδριακών χώρων, διοργάνωση δεξιώσεων και εκδηλώσεων
- Υψηλότερη Μέση κατά κεφαλή είσπραξη στα τμήματα του ξενοδοχείου

#### **ΕΜΜΕΣΑ**

- Άμβλυνση Εποχικότητας της ζήτησης
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου
- Μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου που επισείει η εστίαση σε μια μόνο αγορά (www.hapco.gr )

Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για τη διεκδίκηση μεγάλου μεριδίου της συνεδριακής αγοράς. Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, πράγμα που μας

ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα. Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων, σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνεδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτιστικές τους ρίζες.

Επιπροσθέτως, οι περισσότερες τουριστικές αναπτυγμένες περιοχές της χώρας μας διαθέτουν αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες με συνεδριακές εγκαταστάσεις κατάλληλες για την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου.

Παρ' όλα αυτά, βρισκόμαστε σε μια απελπιστικά χαμηλή θέση στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών. Προκειμένου να βελτιώσουμε την θέση μας, είναι ανάγκη να εντοπίσουμε "τι και τις πταιει". Αλλά ακόμα πιο σημαντικό είναι να δούμε όλοι μαζί, ο καθένας από τον τομέα ευθύνης του, με συστηματικό και οργανωμένο τρόπο τι πρέπει να κάνουμε για να διεκδικήσουμε και να πάρουμε το μερίδιο της συνεδριακής αγοράς που μπορεί και πρέπει να μας ανήκει.

### **3.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Κάποια από τα συνεδριακά κέντρα της Ελλάδας είναι τα εξής: το Fashion House Hotel, Hilton Athens, King George Palace, Classical Athens Imperial κ.α. στην Αθήνα.

Το Pendelikon Hotel στην Κηφισιά, Amarilia Hotel στην Βουλιαγμένη κ.α. Στα διαμερίσματα Μακεδονίας – Θράκης βρίσκουμε το Classical Makedonia Palace, το Grand Hotel Palace στη Θεσσαλονίκη. Το Porto Carras Grand Resort στην Χαλκιδική, το Thraki Palace Hotel & Conference Center στην Αλεξανδρούπολη. Συνεδριακά κέντρα υπάρχουν επίσης στην Θεσσαλία, στη Στερεά Ελλάδα και Εύβοια, αλλά και στην Ήπειρο. Στην Πάτρα είναι γνωστό το Πολύχωρος Πολιτεία. Υπάρχουν επίσης στην Κέρκυρα από τα νησιά Ιονίου, στα νησιά των Κυκλάδων : Μύκονο, Πάρο, Το και Σαντορίνη, στο βόρειο Αιγαίο και τα Δωδεκάνησα. Στην Κρήτη στο Νομό Ηρακλείου ενδεικτικά αναφέρουμε το ξενοδοχείο Galaxy, Candia Maris και Aquila Atlantis Hotel και στην Λευκωσία της Κύπρου το Expro Cyprus. (βλ. παράρτημα, πίνακας 1)

Κρίνουμε σκόπιμο να παρουσιάσουμε και να αναδείξουμε κάποιους από τους πιο σημαντικούς συνεδριακούς χώρους :

### **Συνεδριακό Κέντρο "Ιωάννης Βελλίδης"**

Το "Ιωάννης Βελλίδης" είναι το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο που υπάρχει σήμερα στην Ελλάδα, με χωρητικότητα 2.400 ατόμων. Διακρίνεται για την λειτουργικότητά του και τη δυνατότητά του να φιλοξενεί κάθε είδους εκδηλώσεις.

Το "Ιωάννης Βελλίδης" διαθέτει πέντε (5) αίθουσες, βοηθητικούς χώρους και χώρους υποδοχής με τον πιο σύγχρονο εξοπλισμό. Το σύνολο των χώρων του είναι κλιματιζόμενο και διαθέτει σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα καλύπτοντας τις ανάγκες μεταγλώττισης για 11 γλώσσες.

Στο συνεδριακό αυτό κέντρο υπάρχει η δυνατότητα οργάνωσης τριών παράλληλων εκδηλώσεων. Επίσης, διαθέτει roof garden που μπορεί να φιλοξενήσει δεξιώσεις 1.000 ατόμων, ενώ ο υπόγειος χώρος στάθμευσης εξασφαλίζει τη στάθμευση 430 αυτοκινήτων.

Το «Ιωάννης Βελλίδης» λειτουργεί όλο το χρόνο και φιλοξενεί τις πολυπληθέστερες εκδηλώσεις της πόλης, καθώς σε αυτό μπορούν να οργανωθούν μεγάλα συνέδρια, ημερίδες, συμπόσια, σεμινάρια, ομιλίες, συνεντεύξεις Τύπου, εταιρικές παρουσιάσεις, συναυλίες κλασικής και σύγχρονης μουσικής, ακόμη και θεατρικές παραστάσεις.

### **HELEXPO PALACE - Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής**

Κτίριο ιδιαίτερης σχεδιαστικής σύλληψης, με σύγχρονη αισθητική και λειτουργική αντίληψη ώστε να προσφέρει ευελιξία και ανέσεις στους χρήστες του (οργανωτές, εκθέτες, επισκέπτες). Σημείο αρχιτεκτονικής αναφοράς στην ευρύτερη περιοχή.

Το πρώτο Εκθεσιακό Κέντρο στην Αττική που σχεδιάστηκε για εκθεσιακή και συνεδριακή χρήση, από γνωστά μελετητικά γραφεία σε συνεργασία με την HELEXPO-ΔΕΘ.

Το πιο προηγμένο τεχνολογικά Εκθεσιακό Κέντρο στην Ελλάδα, κατάλληλο για φιλοξενία τόσο εμπορικών όσο και καταναλωτικών εκθέσεων. Ιδανικό για εταιρικές εκδηλώσεις, με δυνατότητα να φιλοξενεί περισσότερες από μία εκδηλώσεις παράλληλα.

Το HELEXPO PALACE άνοιξε τις πύλες του το Μάρτιο του 2000. Κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2000- Μάιος 2003, στο HELEXPO PALACE πραγματοποιήθηκαν 60 Εκθέσεις και πλήθος Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων.

Είχε ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο στην Εκθεσιακή Αγορά της Αττικής και συνάντησε την γενική αποδοχή τόσο των Εκθετών όσο και των Επισκεπτών του. Η υποδειγματική του λειτουργία έβαλε νέες βάσεις στην αγορά σε θέματα οργάνωσης, διοίκησης, παροχής υπηρεσιών, λειτουργίας εγκαταστάσεων, κλπ.

Τον Ιούνιο του 2003 το HELEXPO PALACE παραχωρήθηκε στην Γ.Γ. Αθλητισμού προκειμένου να μετασκευαστεί και στην συνέχεια να λειτουργήσει ως το Βασικό Κέντρο Τύπου (MPC) των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.

Το HELEXPO PALACE επαναλειτούργησε από τον Ιανουάριο 2005 φιλοξενώντας πλήθος Εκθέσεων, Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων, στις ανακαινισμένες και υπερσύγχρονης τεχνολογίας εγκαταστάσεις του. ([www.harco.gr](http://www.harco.gr))

## **ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ**

Το ιστορικό ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία το οποίο διοικείται από την Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc, είναι ιδιοκτησίας της Λάμψα ΑΕ, Ελληνικών Ξενοδοχείων, μέλος της αλυσίδας Luxury Collections και έχει συμπεριληφθεί για μια ακόμα χρονιά στις δύο πιο γνωστές λίστες με τα καλύτερα ξενοδοχεία στο κόσμο, ενώ έχει μέχρι τώρα φιλοξενήσει μερικές από τις πιο σημαντικές και μεγαλοπρεπείς εκδηλώσεις της Αθήνας.

Όλες οι αίθουσές του διαθέτουν εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας και συγχρόνως πολυτέλεια, όπως η αίθουσα Grand Ballroom με τα σπάνια αντικείμενα Τέχνης, των οίκων Christie's και Sotheby's.

Η αίθουσα Grand Ballroom από τις μεγαλύτερες του ξενοδοχείου, είναι γνωστή και από τις Ολυμπιακές εκδηλώσεις 2004, καθώς φιλοξένησε VIPs από όλο τον κόσμο. Είναι χώρος εκτάσεως 440 τ.μ. που μπορεί να χωριστεί σε μικρότερες αίθουσες, καλύπτοντας τις ανάγκες μέχρι και 600 ατόμων. Ένα μέρος της νέας πτέρυγας στην οδό Βουκουρεστίου, το Golden Room, 300 τ.μ., δυνατότητας μέχρι και 380 ατόμων, μπορεί να χωριστεί σε τέσσερις αίθουσες πλήρους αυτονομίας και να καλύψει απαιτήσεις υψηλού επιπέδου οργάνωσης συνεδρίων.

Το Royal Room, με τα εκπληκτικά βιτρώ, θεωρείται ιδανικότερος χώρος για παρουσιάσεις ή διοργάνωση επαγγελματικών δείπνων. Μπορεί να συνδυαστεί με την αίθουσα Winter Garden δυναμικότητας μέχρι 180 ατόμων.

Η αίθουσα Churchill's Room, 23 τ.μ., χαρακτηριστική για τα λεπτοδουλεμένα περιζώματα και το κλασσικό ύφος της, είναι η μοναδική αίθουσα δεξίωσης 12 ατόμων. Η αίθουσα Cellar, αίθουσα συγκέντρωσης πρωτοτύπων έργων τέχνης και επίπλων του 17ου αι. και από μια συλλογή 3.000 φιαλών κρασιού είναι η πλέον κατάλληλη για ιδιωτικές διοργανώσεις και συσκέψεις.

Οι αίθουσες Boardroom, Chairman's Boardroom και Diplomat's Boardroom, 40 και 27 τ.μ. βρίσκονται στον ημιώροφο του ξενοδοχείου και αποκομμένες από κάθε καθημερινό θόρυβο και περισπασμό.

Η διεύθυνση τμήματος συνεδρίων κατόπιν αιτήματος των διοργανωτών έχει την δυνατότητα να διαθέσει υπηρεσίες μετάφρασης, ενσύρματες και ασύρματες μικροφωνικές εγκαταστάσεις, οθόνες πλάσματος και βίντεο, flip charts, συσκευές αναπαραγωγής και εγγραφής DVD, DVD Cam, επιτραπέζιους και φορητούς Η/Υ, φαξ, φωτοτυπικά, εκτυπωτές, ασύρματα τηλέφωνα, εγκατάστασης βίντεοδιάσκεψης, ασύρματο ίντερνετ κ.ά.

### **KING GEORGE PALACE**

Χτισμένο σ' ένα από τα πιο κεντρικά σημεία της πόλης και με θέα στην πιο αρχοντική πλατεία της Αθήνας, την πλατεία Συντάγματος, το Classical King George Palace βρίσκεται στην καρδιά του επιχειρησιακού κόσμου.

Διαθέτει δύο μεγάλες αίθουσες για την διοργάνωση εκδηλώσεων, εταιρικών συναντήσεων και συνεδρίων. Η αίθουσα Grand Ballroom και η αίθουσα Boardroom μπορεί να φιλοξενήσουν από 15 έως 400 άτομα. Ο υπερσύγχρονος οπτικοακουστικός εξοπλισμός σε συνδυασμό με το εξειδικευμένο προσωπικό αποτελούν την εγγύηση για την επιτυχημένη διεξαγωγή των συνεδρίων σας.

Το ξενοδοχείο κατόπιν συνεννόησης με τους διοργανωτές, παρέχει προβολέα πληροφοριών, υπερυψωμένο προβολέα, προβολέα φωτογραφικών διαφανειών, videwall, video vhs/multi system, videocamera super vhs, dv camera, εγγραφή Video, DVD player, οθόνη, ceiling drop screen, flip chart, εγκατάσταση ήχου, δείκτη laser, μικρόφωνα, cd player/recorder, laptop, εκτυπωτή, fax, δυνατότητα ανοιχτής τηλεφωνικής επικοινωνίας, PSTN/ISDN/ADSL γραμμές, φωτοτυπικό μηχάνημα, δυνατότητα ταυτόχρονης μετάφρασης και τεχνική υποστήριξη.

### **ΘΡΑΚΗ PALACE**

Στο κέντρο της Αλεξανδρούπολης και όχι πολλά χιλιόμετρα από τις μεγάλες πόλεις των Βαλκανίων και την Τουρκία, το Θράκη Palace Conference Center αποτελεί σύγχρονο ξενοδοχειακό και συγχρόνως συνεδριακό κέντρο. Διαθέτει υπερσύγχρονες αίθουσες συνεδρίων, συσκέψεων και εκθέσεων παρέχοντας κατάλληλο εξοπλισμό σύμφωνα πάντα με τις ανάγκες των διοργανωτών.

## PORTO CARRAS

Έχοντας εύκολη πρόσβαση από το Αεροδρόμιο Μακεδονία της Θεσσαλονίκης και από την Βόρεια Δυτική και Ανατολική Ελλάδα μέσω της Εγνατίας οδού, το συγκρότημα Porto Carras αποτελούμενο από τα Μελίτων, Σιθωνία, Village Inn και Βίλα Γαλήνη ανήκει στον όμιλο Ολυμπιακή Τεχνική από το 2000, ενώ βρίσκεται σε μία από τις πλέον προνομιακές θέσεις στο δεύτερο «πόδι» της Χαλκιδικής.

Το συγκρότημα λειτουργεί και πραγματοποιεί συνέδρια όλο το χρόνο, ενώ η συνολική δυναμικότητα όλων των συνεδριακών αιθουσών είναι δυναμικότητας 5000 ατόμων και δυναμικότητας 1000 δωματίων πλήρως ανακαινισμένων.

Πέραν των συνεδριακών αιθουσών που βρίσκονται στα ξενοδοχεία Μελίτων και Σιθωνία, το Porto Carras διαθέτει το Olympic Hall, ένα υπερσύγχρονο συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας 2.180 ατόμων, το οποίο βρίσκεται δίπλα στην ιδιωτική μαρίνα του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο διαθέτει, επίσης, το μοναδικό γκόλφ στην Βόρεια Ελλάδα, ιππικό όμιλο, ακαδημία τένις και 17 διαφορετικές ετικέτες κρασιών δικής του παραγωγής.

Ακολουθεί πίνακας με τις συνεδριακές εγκαταστάσεις κατά μέγεθος στην Ελλάδα:

*Πίνακας δ*

Συνεδριακές Εγκαταστάσεις κατά μέγεθος στην Ελλάδα 1999-2000						
Χωρητικότητα σε Συνέδρους	Συνεδριακές Εγκαταστάσεις			Συνεδριακοί χώροι Ξενοδοχείων		
	Θέσεις Συνέδρων		Αριθμός	Θέσεις Συνέδρων		
	Αριθμός	Κατανομή %		Αριθμός	Κατανομή %	Αριθμός
100-150	2.822	6,94	23	16.298	14,85	132
150-250	3.161	7,77	16	20.987	19,13	98
250-500	6.470	15,91	17	34.168	31,14	96
500-750	3.090	7,60	5	18.348	16,72	34
750-1000	4.378	10,76	5	11.194	10,20	14
1000 +	20.751*	51,02	4	8.740	7,96	6
Σύνολο	40.672	100,00		109.735	100,00	

Πηγή: Compupress, S.A., Professional Guide for Conferences in Greece, 1999, Αθήνα, Region of Attica, The 2001, Travel Professional's of Athens, Attica, Αθήνα

\*Συμπεριλαμβάνεται στο στάδιο Ειρήνης και Φιλίας με 16.000 θέσεις.

### **3.4 ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Από τη μία μεριά τα έργα υποδομής τόσο σε επίπεδο μεταφορικών δικτύων όσο και συνεδριακών αιθουσών ( καθώς πολλά ξενοδοχειακά συγκροτήματα προχώρησαν σε ανακαίνιση για να είναι έτοιμα για τους Ολυμπιακούς) και από την άλλη η τεράστια προβολή που έλαβε η χώρα μας ως διοργανώτρια των Αγώνων και το στοίχημα έχει κερδίσει με αποτέλεσμα να ενισχύσει την αξιοπιστία της και να αποδείξει ότι μπορεί να αντεπεξέλθει στη διοργάνωση μίας εκδήλωσης παγκόσμιας εμβέλειας, φαίνεται ότι συμβάλλουν μακροπρόθεσμα στην περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου και βοηθούν την Ελλάδα να κατακτήσει μία καλύτερη θέση στον παγκόσμιο συνεδριακό χάρτη.

Από την άλλη μεριά, φαίνεται ότι η πολιτεία έχει αρχίσει ολοένα και περισσότερο να αντιλαμβάνεται τη σημασία των ειδικών μορφών τουρισμού για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας μας, καθώς παρατηρούμε ότι έχουν αρχίσει να πραγματοποιούνται συντονισμένες προσπάθειες για την ενίσχυση του κλάδου.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θεωρείται μείζονος σημασίας για την τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της, καθώς αυτή η μορφή ειδικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει εφιαλτήριο για την περαιτέρω ανάπτυξή του, αλλά και να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επίλυσης δύο εκ των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός. Αφενός, να συντελέσει στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και αφετέρου να συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των εισερχόμενων τουριστών. Το γεγονός ότι οι περισσότεροι συνέδροι είναι υψηλής εισοδηματικής στάθμης δίνει τη δυνατότητα να αξιοποιήσουμε τη συγκυρία και να καταστήσουμε το συνέδριο αφορμή για μεμονωμένες διακοπές.

Παρά τη δυναμική του κλάδου και τη σχετική επάρκεια συνεδριακών χώρων, η Ελλάδα κατέχει μικρό μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς, κυρίως λόγω αδυναμιών στους τομείς του μάρκετινγκ και των εσωτερικών αερομεταφορών.

Επίσημα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Συνεδρίων & Διασκέψεων (ICCA) δείχνουν ότι η Ελλάδα κατέχει περί το 1,9% της παγκόσμιας αγοράς, όταν μεμονωμένα η πόλη της Βιέννης έχει μερίδιο μεγαλύτερο του 2,5%. Παράλληλα, δεν υπάρχει διαθέσιμο μητρώο συνεδριακών χώρων και συνεδρίων, ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για την συνεισφορά της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στην οικονομία της χώρας.

Σύμφωνα με τον κ. Ντίνο Αστρά, πρόεδρο της Ένωσης Ελλήνων Διοργανωτών Συνεδρίων (HAPCO), «η Πολιτεία πρέπει να ενσκήψει στα θέματα που απασχολούν τον συνεδριακό τουρισμό και ειδικά στην προβολή του, που έχει αφηθεί στις προσπάθειες και στις πρωτοβουλίες των ιδιωτικών επιχειρήσεων». Συγκεκριμένα, οι βασικές προτάσεις της HAPCO προς την πολιτική ηγεσία, εκτός από την δημιουργία μητρώου, είναι η θεσμοθέτηση του επαγγέλματος του οργανωτή συνεδρίων (PCO - Professional Congress Organiser), η αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης, η στοχευμένη προβολή του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, όπως επίσης και ο σχεδιασμός και η δημιουργία ενός μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα, το οποίο θα προσελκύσει διεθνή συνέδρια, η ανάπτυξη του οποίου κατά τον κ. Αστρά μπορεί να γίνει υπό την μορφή joint-venture.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην διάρκεια συνεδρίου για τον συνεδριακό και επαγγελματικό τουρισμό, πραγματοποιήθηκε και ένα σημαντικό βήμα για την συνεργασία των επαγγελματικών οργανωτών συνεδρίων (PCO). Αναφερόμενη στις εξελίξεις του συνεδριακού τουρισμού στην Κωνσταντινούπολη, η Γενική Διευθύντρια του Γραφείου Συνεδρίων και Επισκεπτών της Τουρκίας τόνισε ότι η συνεργασία μεταξύ βαλκανικών χωρών δημιουργεί ενθαρρυντικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του κλάδου, ενώ από την πλευρά του ο Πρόεδρος του Γραφείου Συνεδρίων και Επισκεπτών της Σερβίας μίλησε για την διαδικασία δημιουργίας ενός κοινού «βαλκανικού Brand Name» που θα απευθύνεται στην παγκόσμια αγορά, ενώ κάποιοι άλλοι φορείς από την πλευρά τους τόνισαν την ανάγκη της εξειδίκευσης του προϊόντος που προσφέρουν με σκοπό να προσελκύσουν συγκεκριμένους πελάτες.

### **ΕΛΛΕΙΨΕΙΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Σε γενικές γραμμές στην Ελλάδα τα συνεδριακά κέντρα από πλευρά υποδομής είναι επαρκή ποσοτικά και ποιοτικά, παράλληλα μέσω του νέου Αναπτυξιακού Νόμου παρατηρούνται αυξημένες επενδύσεις για την δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, ωστόσο σύμφωνα με στατικά στοιχεία περισσότερο από 90% των διεθνών συνεδρίων δεν συγκεντρώνει περισσότερους από 2.000 συνέδρους κάτι που σημαίνει ότι το πρόβλημα εστιάζεται στο κατάλληλο μίγμα marketing και στην οργάνωση των αερομεταφορών.

Οι μέχρι τώρα προσπάθειες που έχει καταβάλει η χώρα μας για την δημιουργία ολοκλήρωση μιας ενιαίας πολιτικής αερομεταφορών έχουν πέσει στο κενό, κάτι που έχει άμεσο και σοβαρό αντίκτυπο και στο συνεδριακό τουρισμό. Θεωρείται δεδομένο ότι πρέπει να προγραμματιστούν απευθείας αεροπορικές πτήσεις και να πυκνώσουν τα



δρομολόγια με τους κύριους τουριστικούς μας προορισμούς όπως είναι η Κέρκυρα, η Αλεξανδρούπολη, η Καβάλα, τα Ιωάννινα, Καστοριά, διαφορετικά ο συνεδριακός τουρισμός θα παραμείνει περιορισμένος μεταξύ Αθήνας, Θεσσαλονίκης και Χαλκιδικής. Αξίζει να τονισθεί και είναι σημαντικό να λάβουν οι αρμόδιοι υπ' όψιν τους ότι η όποια διαφημιστική προσπάθεια για προβολή και προώθηση του προϊόντος θα πρέπει να γίνει παράλληλα με την επίτευξη της προόδου που θα επιτευχθεί στο τομέα των αερομεταφορών.

Ο πρόεδρος της HARCO αναφέρθηκε στην πολλαπλή θετική επίδραση που ο συνεδριακός τουρισμός έχει στην αγορά επισημαίνοντας ότι «ο σύεδρος δαπανά τα επταπλάσια χρήματα σε σχέση με το κοινό τουρίστα», κάτι το οποίο συνιστά μοχλό ανάπτυξης για τους περιφερειακούς συνεδριακούς προορισμούς, λαμβάνοντας υπόψη ότι η εν λόγω μορφή τουρισμού δεν χαρακτηρίζεται από εποχικότητα. Έτσι, παρ' ότι ο τουρισμός γενικά κατέγραψε πτώση 30% σε σχέση με πέρυσι, ο συνεδριακός τουρισμός δεν φαίνεται να κάμπτεται από την κρίση.

Στην Αθήνα μεγάλο μερίδιο από την «πίτα» του συνεδριακού τουρισμού κατέχουν κυρίως τα μεγάλα ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν άρτιες εγκαταστάσεις και τελευταίας τεχνολογίας εξοπλισμό.

#### **ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ - ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Εκδηλώσεις υπό μορφή συνεδρίου, έκθεσης, εκδήλωσης, συνέντευξης τύπου, επίσημο γεύματος κ.λπ. υποστηρίζονται οργανωτικά από επιχειρήσεις PCO (Professional Congress Organisers) ή από DMC (Destination Management Companies), οι οποίοι σύμφωνα με τον κ. Γ. Αδαμαντόπουλο, Sales & Marketing Manager των ξενοδοχείων AKS, λειτουργούν ως συνδετικοί κρίκοι μεταξύ του διοργανωτή και του συνεδριακού χώρου.

Εξειδικευμένες τέτοιες επιχειρήσεις PCO είναι οι: Αμφιτρύων Congress, Τρίαινα Congress, Coldair, Premiere Destination, Congress World, AC&C, Event Makers, Zita Congress, Alvia, ενώ στους DMC συγκαταλέγονται ταξιδιωτικοί πράκτορες που εστιάζουν στη διοργάνωση εκδηλώσεων.

Όσον αφορά στην τεχνική υποστήριξη συνεδρίων (πώληση ή ενοικίαση μεταφραστικών, οπτικοακουστικών, μικροφωνικών συστημάτων), εταιρίες της αγοράς είναι οι:

- ΠΑΝΟΥ ΑΕΒΕ - Η εταιρία υποστηρίζει δραστηριότητες σε τομείς υψηλής τεχνολογίας και υπηρεσιών, ενώ το 2007 κέρδισε τιμητική διάκριση για τις υπηρεσίες της από τον HARCO.

- PODIMATAS AUDIOVISUALS AE - Μέλος των SETE, HAPCO, EFAPCO και ICCA, η εταιρία Κ.Π. Ποδηματάς ΑΕΒΕ υποστηρίζει υπηρεσίες συνεδρίων παρέχοντας εξοπλισμό Η/Υ, εξοπλισμό φωτισμού, υπηρεσίες δημιουργικού, εφαρμογές πολυμέσων κ.λπ.
- ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΑΕΒΕ - Αναλαμβάνει την παροχή μεταφραστικών υπηρεσιών, το σχεδιασμό περιπτέρων, συστήματα ψηφοφορίας, οπτικοακουστικό εξοπλισμό κ.λπ. Άλλες εταιρίες εμπορίας εγκατάστασης, τεχνικής υποστήριξης και ενοικίασης οπτικοακουστικών και ηλεκτρονικού εξοπλισμού είναι οι: Αξαρλής ΟΕ, Alpha Vision, Even - C.A.L, Paradoxvision, TVSAV, Space Vision ΑΕ κ.ά.

### **Προϋποθέσεις ανάδειξης συνεδριακών προορισμών**

Όπως αποδεικνύει η διεθνής αγορά, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού προϋποθέτει κατ' αρχάς ανεπτυγμένο μεταφορικό δίκτυο, άνετες προσβάσεις στο συνεδριακό κέντρο, πολιτιστική υποδομή και άρτια ξενοδοχειακή εξυπηρέτηση.

Συγκεκριμένα, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού προϋποθέτει άρτια μεταφορικά δίκτυα κυρίως όσον αφορά στις αεροπορικές, σιδηροδρομικές και οδικές μετακινήσεις, επομένως η χωροθέτηση συνεδριακών χώρων θα πρέπει να εξασφαλίζει άνετες προσβάσεις με σιδηρόδρομο, αυτοκίνητο, αεροπλάνο και κατάλληλη συγκοινωνία, μετρό, λεωφορεία, ταξί. Παράλληλα, απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάδειξη μίας πόλης ως τουριστικού προορισμού είναι η πολιτιστική της ταυτότητα, καθώς επίσης η άρτια ξενοδοχειακή υποδομή. Στη διεθνή συνεδριακή σκηνή παρατηρείται ότι τα συνεδριακά κέντρα βρίσκονται εντός των πόλεων, αλλά και στην περιφέρεια, πάντα όμως πρέπει να εξασφαλίζουν στους συνέδρους ταχεία πρόσβαση, υψηλή ξενοδοχειακή προσφορά και τουριστική υποδομή, καθώς επίσης να καλύπτουν όλο το εύρος των υπηρεσιών που ζητούν οι σύνεδροι.

Συνοπτικά τα βασικά κριτήρια επιλογής συνεδριακού προορισμού είναι: το κόστος και η μεταφορά -μετακίνηση- εύκολη πρόσβαση στους συνεδριακούς χώρους, η ποιότητα των χώρων και των υπηρεσιών που παρέχουν τα αμιγώς συνεδριακά κέντρα ή τα συνεδριακά κέντρα που λειτουργούν εντός ξενοδοχειακών μονάδων, η ποιότητα των ξενοδοχείων όπου διαμένουν οι σύνεδροι, η γαστρονομία, οι παράλληλες εκδηλώσεις και η κοινωνική υποδομή του προορισμού, η φήμη και η εικόνα του προορισμού και η ασφάλεια. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι ο διεθνής ανταγωνισμός μεταξύ των συνεδριακών προορισμών όσον αφορά στις προσφερόμενες υπηρεσίες και τα πακέτα τιμών είναι ιδιαίτερα οξύς, γεγονός που σημαίνει ότι για την Ελλάδα δεν υπάρχει χώρος και χρόνος για σφάλματα, μη συντονισμένες ενέργειες και καθυστερήσεις.

Στη διεθνή συνεδριακή αγορά, δύο είναι οι τύποι περιοχών που προβάλλουν ως ελκυστικοί συνεδριακοί προορισμοί, τα μητροπολιτικά κέντρα, τα οποία στην πλειοψηφία τους διαθέτουν κατάλληλη αυτοτελή υποδομή με τη μορφή συνεδριακών κέντρων και τα θέρετρα όπου τα συνέδρια διοργανώνονται κατά κανόνα σε ξενοδοχεία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μία μορφή τουρισμού κατά την οποία ο σύνεδρος-τουρίστας συνδυάζει την εργασία με την αναψυχή, με αποτέλεσμα να έχει αυξημένες απαιτήσεις σε ότι αφορά στη συνεδριακή υποδομή, όσο και στις υποδομές γενικότερα.

### **Ενέργειες αναβάθμισης του συνεδριακού προϊόντος της Ελλάδας**

Η Ελλάδα διαθέτει όλα εκείνα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που συντελούν στην καθιέρωση ενός τόπου σε συνεδριακό προορισμό, το κλίμα, τα αξιοθέατα, το φυσικό περιβάλλον, την πολιτιστική ταυτότητα και την τουριστική εικόνα. Ωστόσο, χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερο συντονισμένες προσπάθειες προκειμένου να αξιοποιήσει αλλά και να βελτιώσει την υπάρχουσα υποδομή αλλά και να προχωρήσει σε μία καλύτερη οργάνωση του κλάδου.

### **Χρειάζεται εύστοχο marketing.**

Η δύσκολη κατάσταση στην αγορά έχει επίδραση και στον τομέα των συνεδρίων, εκθέσεων και λοιπών επιχειρηματικών εκδηλώσεων. Η κίνηση έχει ελαττωθεί και η πτώση των τιμών σε όλο τον κόσμο έχει διαμορφώσει ένα πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον. Πολλές εταιρίες αναβάλλουν τις ενέργειές τους περιμένοντας τη βελτίωση στη γενικότερη οικονομική κατάσταση.

Τα γεγονότα του Δεκεμβρίου στην Αθήνα, οι διαδηλώσεις και οι ταραχές, δεν βοήθησαν στη δημιουργία καλής εικόνας για την Αθήνα, ως προορισμού για την φιλοξενία επιχειρηματικών εκδηλώσεων. Δυστυχώς, τα ΜΜΕ διόγκωσαν αυτά τα γεγονότα και πρόβαλαν προς τα έξω μια πολύ αρνητική εικόνα για την Αθήνα. Ο συνεδριακός τουρισμός στην Αθήνα θα μπορούσε να ενισχυθεί κατά πολύ με μια πιο εύστοχη καμπάνια μάρκετινγκ για την πόλη, καθώς και με τη δημιουργία περισσότερων χώρων διεξαγωγής συνεδρίων. Υπάρχουν πολύ λίγοι μεγάλοι χώροι για να φιλοξενήσουν μεγάλες δεξιώσεις ή άλλα μεγάλα events. Η λειτουργία του νέου Μουσείου της Ακρόπολης σίγουρα θα βοηθήσει στην προσέλκυση ενδιαφέροντος, με την προϋπόθεση ότι θα προωθηθεί κατάλληλα σε όλο τον κόσμο.

Το Hilton Αθηνών βρίσκεται στην καλύτερη τοποθεσία και είναι το μόνο κτίριο που διαθέτει τόσο πολλά δωμάτια με θέα στην Ακρόπολη. Όλες οι αίθουσες συνεδρίων, καθώς και οι περισσότεροι χώροι του ξενοδοχείου, έχουν το προτέρημα ότι έχουν

φυσικό φως. Το Hilton Αθηνών μπορεί να φιλοξενήσει από ένα μικρό meeting μέχρι και πολύ μεγάλα συνέδρια. Υπενθυμίζεται ότι υπήρξε επίσημο ξενοδοχείο της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Εκτός από άρτιες υποδομές για συνεδριάσεις, το Hilton διαθέτει το διάσημο εστιατόριο Βυζαντινό, το Milos και το Galaxy Bar με την υπέροχη θέα σε όλη την πόλη. Για χαλάρωση, υπάρχει το Hiltonia Fitness & Wellness Club, με πλήρως εξοπλισμένο γυμναστήριο και εσωτερική θερμαινόμενη πισίνα, ενώ η εξωτερική πισίνα είναι η μεγαλύτερη πισίνα ξενοδοχείου στο κέντρο της Αθήνας. (Victor De Vries, Διευθυντής Επιχειρησιακής Ανάπτυξης – Hilton Αθηνών)

Η συνεδριακή υποδομή της Αττικής και ολόκληρης της χώρας έχει αναβαθμιστεί και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων. Τα μεγάλα έργα που ολοκληρώθηκαν, τα οποία και κρίνονται απαραίτητα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μίας χώρας, αλλά και η κατασκευή κατάλληλης υποδομής τόσο σε ξενοδοχειακούς χώρους όσο και σε αυτόνομα συνεδριακά κέντρα σε όλη τη χώρα έχουν αναβαθμίσει το συνεδριακό προϊόν της. Ωστόσο, η μεγάλη έλλειψη εξακολουθεί να εντοπίζεται σε επίπεδο μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα χωρητικότητας άνω των 7.000 ατόμων, που παρατηρείται σχεδόν μόνο στην Αθήνα σε σχέση με τις πρωτεύουσες της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς. Παρόλο που η κατασκευή του Εκθεσιακού/ Συνεδριακού Κέντρου στο πρώην ανατολικό αερολιμένα στο Ελληνικό έχει δρομολογηθεί, δεν έχουν επισπευσθεί οι διαδικασίες για τη δημιουργία και λειτουργία του, παρά τις πιέσεις που ασκούνται από τις ενδιαφερόμενες πλευρές.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούνται σημαντικές **επενδύσεις από τη μεριά των ιδιωτών** για τη βελτίωση των συνεδριακών υποδομών τους όσον αφορά στον αριθμό των αιθουσών τους, την ποιότητα των χώρων τους, τον κατάλληλο εξοπλισμό, την οργάνωση και γενικότερα τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Παράλληλα, **αυξάνεται ο αριθμός των ξενοδοχειακών συγκροτημάτων στην περιφέρεια** που λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, προκειμένου να προσελκύσουν συνέδρια και εκδηλώσεις σε περιόδους που η τουριστική κίνηση είναι πολύ περιορισμένη έως και μηδενική.

Οι κύριοι συνεδριακοί προορισμοί της χώρας μας είναι αυτοί όπου λειτουργούν ξενοδοχειακές μονάδες με συνεδριακά κέντρα υψηλών, διεθνών προδιαγραφών. Έτσι λοιπόν, η πρωτεύουσα συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης, ενώ σημαντικοί συνεδριακοί προορισμοί είναι επίσης η Θεσσαλονίκη, η Κρήτη, τα Δωδεκάνησα με κύριους πρωταγωνιστές τη Ρόδο και την Κω, η Κέρκυρα και η Χαλκιδική.

Από την άλλη μεριά, **σημαντική είναι η δράση που έχει αναλάβει και η πολιτεία τα τελευταία χρόνια, καθώς έχει αναγνωριστεί η σημασία του συνεδριακού τουρισμού για τη γενικότερη τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας αλλά και τη βελτίωση του εισερχόμενου τουρισμού. Έχει ιδρυθεί και στελεχωθεί το συνεδριακό γραφείο του Ε.Ο.Τ. στο Λονδίνο, το οποίο ενίσχυσε το ενδιαφέρον της βρετανικής αγοράς, είναι υπό δημιουργία ειδικό site για το συνεδριακό τουρισμό, έχουν εκδοθεί ειδικά έντυπα, ενώ υπάρχει ειδικό πρόγραμμα προβολής του συνεδριακού τουρισμού σε συνέργια με τον ιδιωτικό τομέα, ενώ ο συνεδριακός τουρισμός κατέχει σημαντική θέση και στην τακτική καμπάνια του Ε.Ο.Τ..**

Η σημασία της επικοινωνίας της χώρας μας ως συνεδριακού προορισμού κρίνεται μείζονος σημασίας καθώς **η χώρα μας πρέπει να αποποιηθεί της εικόνας που έχει στο εξωτερικό ως καθαρά τουριστικού προορισμού αναψυχής.**

Καθοριστικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού εν γένει και των ειδικών μορφών του, όπως ο συνεδριακός τουρισμός, αναμένεται να διαδραματίσει το Υπουργείο Πολιτισμού, με το οποίο αναγνωρίζεται και αναδεικνύεται η αξία της τουριστικής βιομηχανίας και με το οποίο θα δοθεί ακόμα μεγαλύτερη έμφαση στα οφέλη που αποφέρει στην οικονομία και την απασχόληση της χώρας. (www.kathimerini.gr & www.edessacity.gr )

### **3.5 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

Ο Νομός Ηρακλείου διαθέτει όλα εκείνα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που συντελούν στην καθιέρωση ενός τόπου σε συνεδριακό προορισμό, το κλίμα, τα αξιοθέατα, το φυσικό περιβάλλον, την πολιτιστική ταυτότητα και την τουριστική εικόνα. Ωστόσο, χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερες συντονισμένες προσπάθειες προκειμένου να αξιοποιήσει αλλά και να βελτιώσει την υπάρχουσα υποδομή αλλά και να προχωρήσει σε μία καλύτερη οργάνωση του κλάδου.

Ο τουριστικός τομέας στην ελληνική οικονομία έχει ήδη αποκτήσει διαστάσεις τέτοιες ώστε να είναι πλέον δύσκολο να αναμένονται υψηλοί ρυθμοί ποσοτικής του επέκτασης για μακρά περίοδο στα πρότυπα του παρελθόντος. Είναι αποδεκτή η εκτίμηση ότι η μεν περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα μπορεί να προκύψει μόνο ως συνισταμένη συνδυασμένων προσπαθειών σε πολλά επίπεδα, με έμφαση και στο ποιοτικό στοιχείο. Η δε ανταγωνιστικότητά του προϋποθέτει σταδιακή μετατόπιση από

τουριστικά προϊόντα απλών μορφών και μέτριας ποιότητας , σε σχέση με τα οποία η τιμή είναι το αποφασιστικό στοιχείο για την προσέλκυση πελατείας και η ζήτηση για τα οποία θα τείνει να στραφεί σε λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένες χώρες, με υψηλότερες εισροές ποιοτικών στοιχείων.

Η συμβολή στην ανάπτυξη τουριστικού του τομέα από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι κανείς θα μπορούσε να συμπεράνει εκ πρώτης όψεως, κρίνοντας μόνο από τους αριθμούς επισκεπτών, για τους εξής λόγους :

- Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη
- Η ένταση της εποχικότητας του συνεδριακού τουρισμού είναι αρκετά μικρότερη από το γενικό τουρισμό, το οποίο αποτελεί μεγάλη σημασία για το βαθμό αξιοποίησης του δυναμικού του τομέα και την αποδοτικότητά του
- Οι συνεδριακές εκδηλώσεις δημιουργούν ζήτηση για γενικό τουρισμό με αυξημένη μέση ημερήσια δαπάνη
- Η χωροταξική κατανομή της συνεδριακής κίνησης μπορεί να την καταστήσει αξιόλογο εργαλείο για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών συγκέντρωσης της
- Η συμπεριφορά της ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών διαφέρει από εκείνη του μαζικού τουρισμού αιχμής, ο οποίος αποτελεί και την κυρίαρχη συνιστώσα της συνολικής ζήτησης
- Η κατανομή της συνεδριακής κίνησης στη διάρκεια του έτους είναι σε αρκετά μεγάλο βαθμό συμπληρωματική και όχι ανταγωνιστική με την κατανομή του γενικού τουρισμού. ( περιοδικό 'Τουρισμός και Οικονομία', 'Βήματα χελώνας στο συνεδριακό τουρισμό', τεύχος 227, Αθήνα 1998 )

Από τη μία μεριά τα έργα υποδομής τόσο σε επίπεδο μεταφορικών δικτύων όσο και συνεδριακών αιθουσών (καθώς πολλά ξενοδοχειακά συγκροτήματα προχώρησαν σε ανακαίνιση για να είναι έτοιμα για τους Ολυμπιακούς) και από την άλλη η τεράστια προβολή που έλαβε η χώρα μας ως διοργανώτρια των Αγώνων και το στοίχημα έχει κερδίσει με αποτέλεσμα να ενισχύσει την αξιοπιστία της και να αποδείξει ότι μπορεί να αντεπεξέλθει στη διοργάνωση μίας εκδήλωσης παγκόσμιας εμβέλειας, φαίνεται ότι συμβάλλουν μακροπρόθεσμα στην περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου και βοηθούν την Ελλάδα να κατακτήσει μία καλύτερη θέση στον παγκόσμιο συνεδριακό χάρτη.

Από την άλλη μεριά, φαίνεται ότι η πολιτεία έχει αρχίσει ολοένα και περισσότερο να αντιλαμβάνεται τη σημασία των ειδικών μορφών τουρισμού για την περαιτέρω

ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας μας, καθώς παρατηρούμε ότι έχουν αρχίσει να πραγματοποιούνται συντονισμένες προσπάθειες για την ενίσχυση του κλάδου.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θεωρείται μείζονος σημασίας για την τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της, καθώς αυτή η μορφή ειδικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει εφαλτήριο για την περαιτέρω ανάπτυξή του, αλλά και να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επίλυσης δύο εκ των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός. Αφενός, να συντελέσει στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και αφετέρου να συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των εισερχόμενων τουριστών. Το γεγονός ότι οι περισσότεροι σύνεδροι είναι υψηλής εισοδηματικής στάθμης δίνει τη δυνατότητα να αξιοποιήσουμε τη συγκυρία και να καταστήσουμε το συνέδριο αφορμή για μεμονωμένες διακοπές.

### **3.6 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

Ο Νομός Ηρακλείου, τα τελευταία χρόνια, έχει δείξει ενδιαφέρον όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό.

Έχουν γίνει προσπάθειες εξέλιξης και ανάπτυξης των συνεδριακών υποδομών, ανακαινίσεις ξενοδοχειακών μονάδων και δημιουργία νέων, όπως επίσης και δημιουργία αθλητικών υποδομών (ΠΑΓΚΡΗΤΙΟ ΣΤΑΔΙΟ) , στο πλαίσιο των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Η πόλη του Ηρακλείου είναι όμορφη με πολλές επιλογές σε ξενοδοχεία, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, διασκέδαση, ψώνια και εκδρομές.

#### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:**

**Υποδομές:** Στο Ηράκλειο μπορείς πλέον να βρεις αίθουσες, ξενοδοχειακούς χώρους, χώρους επισκέψεων, άθλησης και ψυχαγωγίας μικρού, μεσαίου και μεγάλου μεγέθους και εκτός των ξενοδοχειακών μονάδων. Είναι ανακαινισμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες με άρτια οπτικοακουστικά συστήματα, ικανές να φιλοξενήσουν και τα πιο απαιτητικά συνέδρια.

**Incentives (κίνητρα):** Η αγορά των κινήτρων στην Κρήτη απευθύνεται και σε εταιρείες που εδρεύουν στην επαρχία αλλά και στο εξωτερικό. Ο νομός Ηρακλείου μπορεί να συνδυάσει τις υπέροχες παραλίες του, με τη νυχτερινή ζωή, την ψυχαγωγία(θέατρα, κινηματογράφος, συναυλίες κτλ) και τους αρχαιολογικούς χώρους.

**Διαμονή:** Με αφορμή τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004, οι ξενοδοχειακές μονάδες και τα παλιά κτίρια ανακαινίστηκαν ή δημιουργήθηκαν νέα. Η ποιότητα, λοιπόν, της διαμονής του συνέδρου(και όχι μόνο) έχει πλέον αυξηθεί κατά ένα μεγάλο ποσοστό.

**Μεταφορές:** Τα τελευταία χρόνια η αντικατάσταση των παλιών μεταφορικών μέσων(ως επί το πλείστον λεωφορείων) έχουν δώσει μια καλύτερη ποιότητα των μεταφορών των πολιτών, των τουριστών και των συνέδρων. Επίσης έχουν τοποθετηθεί φωτεινές επιγραφές όπου αναφέρονται τα δρομολόγια των αστικών λεωφορείων και οι ώρες που αυτά περνάνε από την συγκεκριμένη στάση. Πράγμα που βοηθάει κατά πολύ στην ενημέρωση του τουρίστα σχετικά με τις μεταφορές του. Τέλος, η δημιουργία του παραλιακού δρόμου (και πάλι με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004) ήταν καθοριστική για την μείωση της κίνησης στο κέντρο της πόλης.

#### **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:**

**Υποδομές:** Η έλλειψη κάποιου μεγάλου συνεδριακού κέντρου στο Ηράκλειο είναι ένα από τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα του Νομού. Η εκμετάλλευση ενός αθλητικού κέντρου, ως συνεδριακό, θα έλυσε αυτό το πρόβλημα. Ελπίζουμε το 2013 να είναι έτοιμο το πολιτισμικό κέντρο, το οποίο είναι υπό κατασκευή αυτή τη στιγμή, έτσι ώστε να δίνει τους χώρους του για να δημιουργούνται συνέδρια μεγαλύτερης δυναμικότητας.

**Incentives (κίνητρα):** Η έλλειψη marketing για το Ηράκλειο ως ιδανικός προορισμός. Χρειάζεται παραπάνω προώθηση για τη διοργάνωση ταξιδιών-κινήτρων.

**Διαμονή:** Οι τιμές των ξενοδοχειακών κλινών αυξήθηκαν λόγω της Ολυμπιάδας και έτσι δώσαμε κακές εντυπώσεις στο εξωτερικό. Οι ξενοδόχοι, βέβαια, έκαναν προσπάθειες επαναπροσέλκυσης των τουριστών, με προσφορές και εκπτώσεις.

**Μεταφορές:** Το πρόβλημα των μεταφορικών μέσων στο Ηράκλειο είναι χρόνιο. Δεν υπάρχουν επιλογές κάποιου άλλου μεταφορικού μέσου, εκτός από αυτό του λεωφορείου ή του ταξί. Σε αντίθεση με άλλες πόλεις της Ελλάδας όπου υπάρχουν το τραμ και ο ηλεκτρικός. Επίσης οι συνεχείς αυξήσεις των τιμών στα εισιτήρια όπως και στα κόμιστρα των ταξί, είναι μεγάλο πρόβλημα τόσο για τους ξένους όσο και για τους ντόπιους. Έπειτα τα όχι και τόσο συχνά δρομολόγια, ειδικά την χειμερινή περίοδο και τις νυχτερινές ώρες, δεν είναι θετικό για τη φήμη του τόπου μας. Τέλος η κίνηση στο κέντρο της πόλης, συνήθως συγκεκριμένες ώρες της ημέρας λόγω των μη κατάλληλων δρόμων, είναι ένα όχι και τόσο ευχάριστο αποτέλεσμα.

Ακολουθεί πίνακας με τις Συνεδριακές Εγκαταστάσεις κατά μέγεθος στην Κρήτη:



### Πίνακας ε

Συνεδριακές Εγκαταστάσεις κατά μέγεθος στην Κρήτη, 1999-2000						
Χωρητικότητα σε Συνέδρους	Συνεδριακές Εγκαταστάσεις			Συνεδριακοί χώροι Ξενοδοχείων		
	Θέσεις Συνέδρων			Θέσεις Συνέδρων		
	Αριθμός	Κατανομή %	Αριθμός	Αριθμός	Κατανομή %	Αριθμός
100-150	150	8,82	1	2.370	11,38	19
150-250	260	15,29	2	3.618	17,37	17
250-500	560	32,94	2	3.800	18,24	12
500-750	730	42,94	1	6.340	30,44	15
750-1000	0	0,00	0	2.500	12,00	4
1000 +	0	0,00	0	2.200	10,56	2
Σύνολο	1700	100,00		20.828	100,00	

Πηγή: Compupress, S.A., Professional Guide for Conferences in Greece, 1999, Αθήνα, Region of Attica, The 2001, Travel Professional's of Athens, Attica, Αθήνα

\*Συμπεριλαμβάνεται στο στάδιο Ειρήνης και Φιλίας με 16.000 θέσεις.

### 3.7 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η Ελλάδα, δυστυχώς, εξακολουθεί να υστερεί σημαντικά έναντι άλλων ευρωπαϊκών προορισμών στον τομέα προσέλκυσης διεθνών συνεδρίων, παρότι διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Αν ανατρέξουμε στις αιτίες αυτής της υστέρησης, δεν θα δυσκολευτούμε να τις εντοπίσουμε.

Από τα πλέον βασικά είναι η έλλειψη θεσμοθέτησης του επαγγέλματος του Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού (Professional Congress Organizers – PCO), με αποτέλεσμα την ύπαρξη επικίνδυνου ερασιτεχνισμού, ο οποίος όχι μόνο θέτει σε κίνδυνο το επιτυχές αποτέλεσμα μίας εκδήλωσης, αλλά απλώνει τα πλοκάμια του ακόμη και στην αξιοπιστία της Ελλάδας ως φιλοξενούσα χώρα. Η έλλειψη σχετικής πιστοποίησης των επαγγελματιών οργανωτών συνεδρίων έχει ως αποτέλεσμα το συχνά παρατηρούμενο φαινόμενο, καλά οργανωμένες και καθ' όλα νόμιμες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται συχνά παράτυπους επαγγελματίες και μάλιστα για σημαντικές διοργανώσεις πολλών εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ. Αυτές οι περιπτώσεις είναι επικίνδυνες όχι μόνο για τον επαγγελματία αλλά και για τον πελάτη όσον αφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών που, τελικά, θα εισπράξει, κάτι που επηρεάζει τη συνολική εικόνα της χώρας μας στον τομέα αυτό. Χωρίς αμφιβολία, όχι μόνο η χώρα μας, αλλά και η Ευρωπαϊκή Ένωση, θέλουν και οφείλουν να προστατέψουν τον καταναλωτή, αντιμετωπίζοντας άμεσα αυτή την κατάσταση.

Ακόμα, καθώς ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται πλέον διεθνώς ως μία από τις αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού, η ανάδειξη και προβολή του θα πρέπει να κατέχει περίοπτη θέση στο συνολικό σχεδιασμό και την τουριστική στρατηγική. Αντίθετα, στην Ελλάδα παρατηρείται έλλειψη προβολής του συνεδριακού προϊόντος στη διεθνή αγορά.

Επίσης, χρειάζεται αναβάθμιση στον τομέα της τουριστικής και συνεδριακής εκπαίδευσης. Στις μεγαλύτερες τουριστικές περιοχές της Ελλάδας υπάρχουν συνεδριακά κέντρα και δημιουργούνται ολοένα περισσότερα. Βεβαίως, υπάρχει το ζήτημα των ειδικών συνεδριακών χώρων, που θα μπορούν να φιλοξενήσουν πολύ μεγάλα συνέδρια. Κρίνονται απαραίτητες οι επιχειρηματικές κινήσεις προς την κατεύθυνση αυτή, με δεδομένο ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως η διπλάσια κατά κεφαλή απόδοση εσόδων σε σύγκριση με το μαζικό τουρισμό και ο συνδυασμός των συνεδρίων με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μνημείων κ.ά., που συμπληρώνουν την τουριστική προσφορά.

Ωστόσο πέρα από τις υποδομές και τα σύγχρονα συνεδριακά κέντρα, για να μπορέσει ν' αναπτυχθεί και να επιβληθεί διεθνώς η συνεδριακή δραστηριότητα μίας χώρας, απαιτείται η χάραξη εθνικής συνεδριακής πολιτικής. Παγκοσμίως αυτή η πολιτική διαμορφώνεται από την ύπαρξη των Συνεδριακών γραφείων/ Γραφείων Προβολής Συνεδρίων.

Οι σημερινές συνθήκες στον ελληνικό τουρισμό, όπως και στο διεθνή, είναι ιδιαίτερα δύσκολες, ως αποτέλεσμα του γενικότερου φαινομένου συγκράτησης των τουριστών λόγω οικονομικών προβλημάτων. Υπάρχουν όμως, πολλοί παράγοντες όπως η βελτίωση των συνθηκών στις αερομεταφορές και η δημιουργία μεγάλων συνεδριακών κέντρων που μας επιτρέπουν να αισιοδοξούμε για την πορεία του ελληνικού τουρισμού, κάτω από τις σημερινές αντίξοες συνθήκες.

Στόχος της πολιτικής στον τομέα του τουρισμού θα πρέπει να είναι η μακροπρόθεσμη, υγιής και σταθερή ανάπτυξη, η οποία βασίζεται στην ποιότητα και στον εκσυγχρονισμό της υποδομής, στη σωστή προβολή και διαφήμιση, προσαρμοσμένη στις ιδιαιτερότητες κάθε αγοράς και στα ενδιαφέροντα του σύγχρονου τουρίστα, στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος μας και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Πρόκειται για μία συνεχή διαδικασία ανάπτυξης που εξασφαλίζει θετικό κλίμα για επενδυτικές πρωτοβουλίες και αποτελεί μία μεγάλη πρόκληση για την άνθηση του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV**

### **Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ – ΠΩΛΗΣΗ & ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

#### **4.1 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΕ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ, ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Τα συνέδρια που πραγματοποιούνται κάθε χρόνο στην χώρα φιλοξενούνται κυρίως σε αίθουσες ξενοδοχείων. Αντιλαμβάνεται λοιπόν κανείς πόσο σημαντικός είναι ο συνεδριακός τουρισμός για τον τομέα αυτό. Ένα ξενοδοχείο στο οποίο θα διεξαχθεί ένα συνέδριο θα επωφεληθεί και από το ίδιο το συνέδριο αλλά και από την διαμονή των συνέδρων. Οι σύνεδροι που θα μείνουν στο ξενοδοχείο πέρα από την διανυκτέρευση θα αξιοποιήσουν και τους υπόλοιπους χώρους του ξενοδοχείου (εστιατόριο, bar, πισίνα, κ.α.) Το γεγονός αυτό σημαίνει κέρδη για την επιχείρηση.

Τα συνέδρια δίνουν μια ευκαιρία στα ξενοδοχεία να επεκτείνουν την περίοδο λειτουργίας τους ολόκληρο το έτος. Σε αυτό το σημείο αναφερόμαστε τόσο στα εποχιακά ξενοδοχεία, όσο και στα αστικά που λειτουργούν όλο το έτος αλλά με μειωμένη πληρότητα κάποιες περιόδους.

Πρωταρχική και σημαντικότερη διαδικασία για να μπορέσει η ξενοδοχειακή μονάδα να προσδιορίσει τη συνεδριακή της πελατεία, είναι η καταγραφή και ανάλυση των πραγματικών δυνατοτήτων της. Με αυτό τον τρόπο θα αποφευχθεί απώλεια χρόνου και χρημάτων, αφού το ξενοδοχείο θα απευθυνθεί σε σωστό συνέδριο και γενικότερα θα πλησιάσει εκείνους που τις ανάγκες και τις επιθυμίες μπορεί να ικανοποιήσει.( [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) )

Θα πρέπει δηλαδή να καταγράψει όλα εκείνα τα στοιχεία που συνιστούν το "προϊόν" της σε ότι αφορά την ταυτότητά του από άποψη εγκαταστάσεων, εξοπλισμού, δυνατότητα παροχής συγκεκριμένων υπηρεσιών, σε σχέση πάντα με την αναμενόμενη ή κατά εποχές πληρότητα, καθώς και τις δυνατότητες που παρέχει η γεωγραφική θέση στην οποία βρίσκεται η μονάδα. Η καταγραφή θα πρέπει να αποτυπώσει την πραγματική εικόνα, διότι σε αντίθετη περίπτωση, οι αισιόδοξες και

επιεικείς μετρήσεις, θα οδηγήσουν σε λάθος μετρήσεις με όλες τις επακόλουθες δυσάρεστες συνέπειες.

Η διαδικασία καταγραφής θα πρέπει να είναι ποιοτική και ποσοτική σε ότι αφορά κυρίως τα παρακάτω:

- Διαμονή συνέδρων
- Συνεδριακές αίθουσες
- Χώροι για εκθέσεις
- Πρόσθετος συνεδριακός εξοπλισμός
- Δυνατότητες προσφοράς επισιτιστικών υπηρεσιών
- Δυνατότητες για ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους

#### **Διαμονή των συνέδρων**

Αρχικά πρέπει να προσδιοριστεί ο αριθμός των ατόμων που μπορεί να δεχθεί το ξενοδοχείο :

- Ένα άτομο ανά δωμάτιο
- Δύο άτομα ανά δωμάτιο
- Χρήση δωματίων από περισσότερα άτομα (χρήση τρίκλινων, σουιτών, κλπ.)

Συνήθως στις ξενοδοχειακές μονάδες τα μονόκλινα δωμάτια είναι πολύ λιγότερα σε αριθμό και η διάθεση των δίκλινων δωματίων για μονόκλινα δε συμφέρει από οικονομική άποψη, γι' αυτό ο ξενοδόχος είναι προτιμότερο να αναζητήσει συνέδρια που κάνουν χρήση δίκλινων δωματίων. Στα συνέδρια εκείνα δηλαδή που οι συμμετέχοντες δέχονται να μείνουν στο ίδιο δωμάτιο με ένα φίλο ή ακόμα εάν συνοδεύονται από τις ή τους συζύγους τους.

Κατά την διάρκεια της καταγραφής ο ξενοδόχος πρέπει να λάβει υπόψη του τις προτιμήσεις των συνέδρων όσον αφορά το υπνοδωμάτιο τους:

- Μοκέτα στο δάπεδο
- Τηλέφωνο με απευθείας εξωτερική σύνδεση
- Κλιματισμό
- Ευρυχωρία για την τακτοποίηση των ρούχων και αποσκευών τους
- Χώρο εργασίας (γραφείο)
- Room service, mini bar με αναψυκτικά και ποτά
- Τηλεόραση, ραδιόφωνο και δυνατότητα ασύρματου ή έστω ενσύρματου internet.

### **Συνεδριακές αίθουσες**

Η διαδικασία καταγραφής και αξιολόγησης των διάφορων συνεδριακών χώρων θα βοηθήσει στο να αποκτηθεί σαφής αντίληψη για τη δυνατότητα εξυπηρέτησης συνεδρίων ανάλογα με το μέγεθός τους. Επίσης να κάνει γνωστό στους οργανωτές συνεδρίων τη δυνατότητα και συνδυασμό χρήσης μιας ή και περισσότερων αιθουσών, έτσι ώστε να ρυθμίσουν το πρόγραμμα του συνεδρίου ανάλογα.

Πρέπει λοιπόν να προσδιοριστεί :

- Ο αριθμός των αιθουσών και η δυναμικότητά τους. Η δυναμικότητα των αιθουσών μπορεί να είναι είτε σταθερή, είτε μεταβλητή. Στην περίπτωση που δεν υπάρχει μόνιμη εγκατάσταση θα πρέπει να υπολογιστούν οι εναλλακτικές δυναμικότητες της κάθε αίθουσας, ανάλογα με τη χρήση τραπεζιών, εδράνων ή μόνο καθισμάτων και με τις πιθανές διατάξεις που μπορούν να γίνουν.
- Η δυνατότητα συνδυασμού περισσότερων από μιας αιθουσών.
- Η τμηματοποίηση της κεντρικής συνεδριακής αίθουσας σε μικρότερες.
- Η δυνατότητα ύπαρξης ή δημιουργίας γραφείου εγγραφής και υποδοχής των συνέδρων.
- Η δυνατότητα ύπαρξης χώρου συγκέντρωσης (welcome drink)

### **Χώροι για εκθέσεις**

Σε περίπτωση που κάποιο συνέδριο περιλαμβάνει και έκθεση, αυτή θα πρέπει να γίνει σε κοντινό με την συνεδριακή αίθουσα χώρο. Φυσικά ο ξενοδόχος πρέπει να γνωρίζει τις δυνατότητες αυτού του χώρου. Πιο συγκεκριμένα πρέπει να γνωρίζει:

- Τις διαστάσεις, την επιφάνεια αλλά και τον όγκο του χώρου<sup>5</sup>.
- Το φορτίο που μπορεί να δεχθεί το πάτωμα, κάτι που θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό όταν η έκθεση αφορά βαριά αντικείμενα (μηχανήματα, αυτοκίνητα, κτλ).
- Τη δυνατότητα της χρήσης μέρους του αρχικού χώρου με κινητά χωρίσματα.
- Τη δυνατότητα διάφορων παροχών (τηλεφωνική σύνδεση, παροχή ηλεκτρικής ενέργειας, φωτισμός, κλιματισμός, χρήση internet, κτλ)

### **Πρόσθετος συνεδριακός εξοπλισμός**

Ο συνεδριακός εξοπλισμός μπορεί να αποτελεί πάγιο και σταθερό τμήμα στη συνεδριακή αίθουσα, εφόσον οι εγκαταστάσεις στην αίθουσα είναι μόνιμες και η χρήση

---

<sup>5</sup> Θεωρείται απαραίτητη και η τρίτη διάσταση που επιτρέπει ή απαγορεύει σε υψηλά και ογκώδη εκθέματα να φτάσουν στην αίθουσα και στη συνέχεια να εκτεθούν.

της αίθουσας αποκλειστική για τον σκοπό αυτό. Μέρος ή σύνολο του εξοπλισμού αυτού μπορεί να είναι κινητό.

Τα συμβατά εργαλεία (χάρακας, διαβήτης, σφραγίδες) δεν είναι πλέον επαρκή για την οργάνωση μεγαλεπήβολων συνεδρίων. Γι' αυτό το λόγο πρέπει συνεχώς να αναβαθμίζονται οι παρεχόμενες στα συνέδρια υπηρεσίες, εκμεταλλευόμενοι στο μέγιστο δυνατό βαθμό τις δυνατότητες της τεχνολογίας. Το μέγιστο όφελος των επενδύσεων στην τεχνολογία, προκύπτει απλά από την σύγκριση κόστους και αποδοτικότητας.

Εξοπλισμοί / Τεχνολογία που χρησιμοποιείται σε ένα συνέδριο σήμερα είναι : Εξέδρα-Αναλόγιο, Σκηνικά Εικόνα, Video Conferencing, Ήχος, Εξοπλισμός γραμματείας, Slides Reception, Ασύρματη σύνδεση Internet, Άλλος εξοπλισμός/ μικροσυσκευές, Μεταφραστικά συστήματα και Σύστημα ψηφοφορίας (βλ. παράρτημα, πίνακας 2).

Στην περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν διαθέτει κάποιο τμήμα από τον παραπάνω εξοπλισμό, θα πρέπει να έρθει σε επαφή με ειδικά γραφεία ενοικίασης εξοπλισμού και να πάρει προσφορές.

Πολλές είναι οι εταιρείες σήμερα που προσφέρουν (πωλούν ή συνήθως ενοικιάζουν) τον απαραίτητο για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου εξοπλισμό αλλά και υπηρεσίες υποστήριξης, όπως εγκατάσταση και χειρισμό του εξοπλισμού αυτού καθ' όλη τη διάρκεια του συνεδρίου, σχεδιασμό και υλοποίηση σκηνικών συνεδρίου, χωροθέτηση και κατασκευή stand εταιρειών στην έκθεση του συνεδρίου (όπου υπάρχει).

#### **Δυνατότητες προσφοράς επισιτιστικών υπηρεσιών**

Στην καταγραφή των δυνατοτήτων της ξενοδοχειακής μονάδας θα πρέπει υποχρεωτικά να εντοπιστεί η ποιοτική και ποσοτική δυνατότητα παροχής επισιτιστικών υπηρεσιών. Η ποιότητα και η ποικιλία των εδεσμάτων στα menu όλων των εκδηλώσεων αποτελούν τμήμα των υπηρεσιών προς τους συνέδρους, για το οποίο ο ξενοδόχος μπορεί να πληρωθεί ικανοποιητικά, αλλά και να διαφοροποιήσει το τελικό του συνεδριακό προϊόν από τους ανταγωνιστές του.

Στην καταγραφή αυτή θα πρέπει να προσδιοριστεί :

- Ο αριθμός των συνδαιτυμόνων που μπορούν να φιλοξενηθούν στην αίθουσα εστίασης των συνέδρων ή στο τμήμα του εστιατορίου που μπορεί να διατεθεί γι' αυτούς, σε κάθε περίπτωση κλασικού γεύματος ή δείπνου, μπουφέ, επίσημης δεξίωσης, 'cocktail party'.

- Ο χρόνος που απαιτείται για την αλλαγή της αίθουσας από επισιτιστική σε συνεδριακή και αντίστροφα.
- Η δυνατότητα του προσωπικού των επισιτιστικών τμημάτων να σερβίρουν ταυτόχρονα ένα μεγάλο αριθμό συνέδρων γρήγορα, ικανοποιητικά και ευχάριστα.
- Η δυνατότητα προσφοράς γευμάτων και εκτός από την αίθουσα εστίασης σε άλλους χώρους (π.χ. αίθριο, κήπος, περίπτερο, πισίνα)
- Η δυνατότητα προσφοράς στα διαλείμματα μεταξύ των συνεδριάσεων καφέ, τσάι, βουτημάτων, κ.α. (coffee break)

### **Δυνατότητα για ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους**

Η ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους αποτελεί απαραίτητο στοιχείο στην καταγραφή δυνατοτήτων της ξενοδοχειακής μονάδας γι' αυτό ο ξενοδόχος πρέπει να λάβει υπόψη του όχι μόνο τις δυνατότητες ψυχαγωγίας που παρέχει η επιχείρησή του αλλά και αυτές που προσφέρονται έξω από το ξενοδοχείο του, στην πόλη ή στην ευρύτερη περιοχή.

Ένα άλλο στοιχείο που μπορεί να κάνει το ξενοδοχείο πιο ανταγωνιστικό είναι αυτό της ψυχαγωγίας και απασχόλησης των παιδιών, που πολλές φορές συνοδεύουν τους συνέδρους, ιδίως όταν το συνέδριο μπορεί να συνδυαστεί με ολιγοήμερες οικογενειακές διακοπές.

Η καταγραφή λοιπόν των δυνατοτήτων για ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους (ενηλίκων και παιδιών) που διαθέτει η ξενοδοχειακή μονάδα, η πόλη ή η ευρύτερη περιοχή, θα πρέπει να περιλαμβάνει :

#### **A) Ψυχαγωγία συνέδρων και των συνοδών μέσα στο ξενοδοχείο :**

- Παροχή τοπικού, εθνικού και διεθνή τύπου
- Πισίνα με ειδικά διαρρυθμισμένους χώρους κοντά της
- Bar με όμορφο περιβάλλον και πρωτότυπη διακόσμηση
- Γυμναστήριο, σάουνα, μασάζ
- Κομμωτήριο, περιποίηση προσώπου, κτλ
- Καταστήματα για ψώνια μέσα στο ξενοδοχείο
- Δυνατότητα για babysitting και kid's club
- Αθλητικές εγκαταστάσεις (για tennis, ping pong, golf, mini-golf)

#### **B) Ψυχαγωγία συνέδρων και των συνοδών εκτός του ξενοδοχείου :**

- Ενημέρωση για ψυχαγωγία και αναψυχή που παρέχει η πόλη ή η ευρύτερη περιοχή της, όπως μουσεία, γκαλερί, πινακοθήκες, αρχαιολογικοί χώροι, μοναστήρια, εκκλησίες, θέατρα, νυχτερινά κέντρα, κοσμοπολίτικα εστιατόρια και bars, πολυκαταστήματα, πάρκα, ζωολογικοί κήποι, εθνικοί δρυμοί.
- Πραγματοποίηση ολιγόωρων ή ημερήσιων ατομικών εκδρομών, με προσδιορισμό του σκοπού, της απόστασης καθώς και του απαραίτητου χρόνου και της σχετικής δαπάνης, εάν χρησιμοποιηθεί ενοικιασμένο αυτοκίνητο ή δημόσιο μεταφορικό μέσο. (Κραβαρίτης Κ., Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992)

## 4.2 ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Οι τιμές προσδιορίζονται κυρίως με βάση τον ελεύθερο ανταγωνισμό. Η αγορά έχει διαμορφώσει ορισμένα επίπεδα τιμών που εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες, όπως :

- Την ποσότητα και το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Την ποιότητά τους
- Το χρόνο που ζητούνται και παρέχονται οι συγκεκριμένες υπηρεσίες
- Την όλη επένδυση σε υποδομή και συγκεκριμένες καταστάσεις

Ο ίδιος ο ξενοδόχος είναι αυτός που θα καθορίσει την ευελιξία των τιμών, η οποία προσδιορίζεται από τον χρονικό διάστημα που γίνεται το συνέδριο και από το πόσο υψηλή είναι η πληρότητα του ξενοδοχείου τις μέρες αυτές. Οι τιμές είναι δυνατό να ποικίλλουν ανάλογα με τις εποχές του έτους (high season, medium ή low) και με την πληρότητα.

Η τιμή βασίζεται κυρίως από τον αριθμό των ατόμων που χρησιμοποιούν το κάθε δωμάτιο (ένα, δύο, τρία ή και περισσότερα). Οι τιμές αφορούν :

- Δωμάτιο με πρωινό (BB)
- Με ημιδιατροφή (HB)
- Και με πλήρη διατροφή (FB)

Δεν υπάρχει μια μοναδική προσέγγιση στον καθορισμό μιας συνολικής τιμολογιακής πολιτικής. Ούτε υφίσταται μια μοναδική μέθοδος τιμολόγησης που να μπορεί να εφαρμοστεί αποκλειστικά. Αφενός χρειάζεται να αναπτύξουμε μια τιμολογιακή διάρθρωση που να είναι αποδεκτή από την πελατεία, και αφετέρου θα πρέπει να προσπαθήσουμε να εξασφαλίσουμε την κατάλληλη απόδοση της επένδυσης. Η ισορροπία επιτυγχάνεται μόνο εάν πραγματοποιήσουμε μια συνολική προσέγγιση.



Σε αρκετές περιπτώσεις, μπορούμε να αναπτύξουμε μια αποτελεσματική τιμολογιακή πολιτική στην πράξη, χρησιμοποιώντας την *προσέγγιση δύο τρίτων*. Κατά αυτόν τον τρόπο, μπορούμε κανονικά να ξεπεράσουμε τα εγγενή μειονεκτήματα καθεμιάς μεθόδου και να αναπτύξουμε μια πρακτική προσέγγιση, η οποία θα ικανοποιεί ταυτόχρονα τις προσδοκίες της πελατείας και τις απαιτήσεις της επιχείρησης. Ας εξετάσουμε λοιπόν την προσέγγιση «δύο τρίτων».

- Πρωταρχικές αποφάσεις τιμολόγησης: Υπολογίζουμε τη Μέση Τιμή Δωματίου και τη Μέση Δαπάνη ανά κουβέρ, με σκοπό να καθορίσουμε τις τιμές των δωματίων και του εστιατορίου και για να έχουμε μια εικόνα των εσόδων που απαιτούνται για την κάλυψη των εξόδων και την επίτευξη μιας λογικής απόδοσης του επενδυμένου κεφαλαίου. Στη συνέχεια, υπολογίζουμε τις τιμές των δωματίων και ειδών μενού σε σχέση με τις ανάγκες αγοράς, προσαρμόζοντας τις τιμές προς τα πάνω ή προς τα κάτω, όπου είναι αναγκαίο. Τα παραπάνω αποτελούν στην πραγματικότητα τις πρωταρχικές μας αποφάσεις τιμολόγησης, γιατί καθορίζουν τις γενικές τιμές δωματίων και τιμές χρέωσης μενού που θα πρέπει κανονικά να προσφέρουμε στους πελάτες μας.
- Δευτερεύουσες αποφάσεις τιμολόγησης: Όσο «τέλεια» και να είναι η αρχική προσέγγισή μας, θα παρουσιαστούν περίοδοι – εβδομάδες ή μήνες – με χαμηλή ζήτηση. Τότε οι δευτερεύουσες αποφάσεις τιμολόγησης μπορούν να έχουν μια θετική επίδραση, συνδυάζοντας τις μεθόδους τιμολόγησης αγοράς και περιθωρίου κέρδους, για την παροχή ενός ευέλικτου εργαλείου τιμολόγησης, έτσι ώστε να αντιμετωπίσουμε το πρόβλημα μειωμένης κίνησης. Επειδή οι τιμές είναι ένας σημαντικός παράγοντας στη δημιουργία εσόδων, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την ευελιξία της μεθόδου περιθωρίου κέρδους, για να προσφέρουμε μια ποικιλία κινήτρων τιμών (ειδικές προσφορές τιμών) για την προσέλκυση πρόσθετης πελατείας. Παραδείγματα είναι οι ειδικές τιμές για ομαδικά γεύματα, οι happy hours στο bar τις ώρες πριν το δείπνο κ.λ.π. Η μέθοδος περιθωρίου κέρδους είναι πολύ χρήσιμη, αλλά θα πρέπει να χρησιμοποιείται με ιδιαίτερη προσοχή. Εάν χρησιμοποιηθεί σε μεγάλη έκταση σε σύντομες περιόδους χαμηλής ζήτησης, μπορεί να υπονομεύσει τις πρωταρχικές αποφάσεις τιμολόγησης, εξαιτίας της άρνησης της αγοράς να πληρώσει τις κανονικές τιμές όταν θα γίνουν και πάλι ευνοϊκές οι συνθήκες αγοράς. (Σωτηριάδης Μάριος, Οικονομικό Management Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Προπομπός, 2005)

Οι προφορές ενός ξενοδοχείου πόλεως δεν θα μπορούσαν να είναι ίδιες με αυτές ενός resort hotel. Ένα ξενοδοχείο πόλεως έχει πολύ λιγότερες πιθανότητες να διεξάγει ένα συνέδριο που περιλαμβάνει και πλήρη διατροφή, ενώ ένα ξενοδοχείο resort είναι πολύ σπάνιο να δεχτεί συνέδριο με διαμονή και πρωινό.

Η διαμόρφωση της τιμής δεν επηρεάζεται μόνο από το κόστος του προϊόντος και από το κέρδος που επιθυμεί ο ξενοδόχος. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζει και η δυνατότητα της συνεδριακής πελατείας για το τι μπορεί και θέλει να πληρώσει. Για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου το ξενοδοχείο εκτός από την διαμονή και τις επισιτιστικές υπηρεσίες, παρέχει επίσης και την αντίστοιχη αίθουσα με τον ανάλογο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, πράγματα τα οποία απαιτούν ξεχωριστές επιμέρους τιμές, οι οποίες δίνονται στον πελάτη αναλυτικά. Το ενοίκιο της αίθουσας συνεδρίασης και του εξοπλισμού, σε μερικές περιπτώσεις μπορεί να μην υπάρξει χρέωση, εάν έχουν επιτευχθεί υψηλές τιμές πώλησης των άλλων υπηρεσιών. Αυτό αποφασίζεται από τον ξενοδόχο βάσει των πωλήσεων που έχουν ήδη γίνει έτσι ώστε να μπορέσει να δελεάσει τον συνεδριακό πελάτη με αυτό τον τρόπο. (Κραβαρίτης Κ., Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992)

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ V**

## **CASE STUDY – ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ GALAXY 5STAR ΣΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ**

### **5.1 Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ GALAXY IRAKLION\*\*\*\*\***

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσουμε την μελέτη περίπτωσης που αφορά τον νομό Ηρακλείου. Η έρευνα έγινε σε ξενοδοχειακή επιχείρηση του νομού που έχει εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό. Σκοπός της έρευνας είναι να πάρουμε ένα δείγμα σε τι επίπεδο βρίσκεται ο συνεδριακός τουρισμός στο Ηράκλειο, καθώς και ποιες είναι οι υπάρχουσες υποδομές, οι προοπτικές, τα περιθώρια βελτίωσης – ανάπτυξης κ.τ.λ.

Σαν βασικός τρόπος συλλογής των παρακάτω δεδομένων επιλέχθηκε η μέθοδος της συνέντευξης. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο δόθηκε στην διεύθυνση του ξενοδοχείου Galaxy.

#### **Μεθοδολογία Έρευνας**

Θεωρητικά, οι βασικοί τρόποι επιλογής ενός στατιστικού δείγματος είναι η τυχαία δειγματοληψία ή αλλιώς δειγματοληψία με πιθανότητα (probability sampling) και η μη τυχαία ή κατευθυνόμενη ή αλλιώς δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα (non-probability sampling). Η τυχαία δειγματοληψία συνίσταται στην τυχαία επιλογή των στατιστικών μονάδων ενός πληθυσμού κατά τρόπο μηχανικό και ανεξάρτητο της κρίσης του ερευνητή, ενώ αντίθετα η κατευθυνόμενη δειγματοληψία βασίζεται στην επιλογή του δείγματος με υποκειμενικά κριτήρια (Δρόσος Γ. & Καραπιστόλης Δ., 1994). Με άλλα λόγια, στην πρώτη μέθοδο οι στατιστικές μονάδες ενός πληθυσμού έχουν τις ίδιες πιθανότητες να επιλεγούν στο δείγμα, ενώ στη δεύτερη μέθοδο η πιθανότητα επιλογής είναι αδιάφορη (Oppenheim,1986). Τα τυχαία δείγματα χρησιμοποιούνταν όταν η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος εξυπηρετεί τη γενίκευση των αποτελεσμάτων, σε αντίθεση με τα κατευθυνόμενα, των οποίων τα αποτελέσματα δε μπορούν να γενικευθούν στο σύνολο του πληθυσμού (Sekaran,2003).

Πρακτικά και για τις ανάγκες της παρούσης εργασίας, λόγω των χρονικών και οικονομικών περιορισμών, ο τρόπος με τον οποίο επιλέχθηκε το στατιστικό δείγμα είναι αυτός της μη τυχαίας δειγματοληψίας και θεωρούμε ότι τα αποτελέσματα

αποτελούν σίγουρα, μία αρκετά ολοκληρωμένη και σοβαρή απεικόνιση της πραγματικότητας.

Σε αυτό το σημείο, αξίζει να σημειώσουμε ότι από το σύνολο των υποκειμένων που αφορά την έρευνα στα διεθντικά στελέχη της επιχείρησης δέχτηκε με προθυμία να μιλήσει μαζί μας ο διευθυντής και ιδιοκτήτης του ξενοδοχείου Galaxy, κ. Οικονόμου Ιωάννη παρά το φόρτο εργασίας. Η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε στο μεγαλύτερο μέρος της με προσωπική επαφή.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της μελέτης είναι η συλλογή των παρακάτω πηγών πληροφόρησης:

1. Δευτερογενείς πηγές: Συλλογή στοιχείων που βρέθηκαν έτοιμα από διάφορες πηγές π.χ. περιοδικά, βιβλία, διαδίκτυο.
2. Πρωτογενείς πηγές: Στοιχεία τα οποία συλλέχτηκαν με την χρήση του ερωτηματολογίου καθώς και μια δομημένη συνέντευξη η οποία έχει να κάνει κυρίως με κάποιες διευκρινίσεις σε σχέση με τις απαντήσεις που δόθηκαν.

Για το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου ανατρέξαμε σε βιβλία σχετικά με την έρευνα αγοράς και τις αρχές μάρκετινγκ από τα οποία αντλήσαμε χρήσιμες πληροφορίες για τον τρόπο και για όλα τα κριτήρια που πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν για την οργάνωση και το σχεδιασμό των ερωτήσεων.

Πιλοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε στο αρχικό στάδιο της μελέτης, με σκοπό να διαπιστωθεί αν το εργαλείο που σχεδιάστηκε για την διεξαγωγή της έρευνας είναι κατανοητό από τα άτομα που θα συμμετάσχουν σε αυτή, έτσι ώστε να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Δειγματοληψία δεν έγινε για το λόγο ότι το δείγμα μας ήταν συγκεκριμένο και περιορισμένο σε έκταση.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αντικατοπτρίζουν σε σημαντικό βαθμό την υπάρχουσα κατάσταση που επικρατεί στο ξενοδοχείο Galaxy στο νομό Ηρακλείου όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό. Για να φτάσουμε στο σημείο αυτό έγινε συνδυασμός καθώς και σύγκριση πρωτογενών και δευτερογενών πηγών για να οδηγηθούμε στο σωστό αποτέλεσμα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεθοδολογία αυτή , μας βοήθησε σαν φοιτήτριες και σαν άτομα στο κοινωνικό σύνολο, να αναπτύξουμε την κριτική μας σκέψη ,να ακολουθούμε τους κανόνες της επιστημονικής δεοντολογίας και ακόμα να μπορούμε να αμφισβητούμε αυτά που μας διδάσκονται.

## 5.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Σε αυτό το σημείο θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της μελέτης περίπτωσης του ξενοδοχείου Galaxy, δηλαδή όλες εκείνες τις πληροφορίες που αντλούμε μετά από μία δομημένη συνέντευξη με τον διευθυντή και ιδιοκτήτη κ. Οικονόμου Ιωάννη.

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν διαπιστώσαμε ότι το ξενοδοχείο Galaxy Iraklion διαθέτει έναν μεγάλο αριθμό αιθουσών και κατά συνέπεια έχει την δυνατότητα να ικανοποιήσει τις ανάγκες για συμμετοχή πολλών συνέδρων. Πρέπει να αναφερθεί ότι ανάλογα με τις ανάγκες της εκάστοτε συνεδριακής εκδήλωσης υπάρχει η δυνατότητα, οι αίθουσες αυτές να χωρίζονται σε μικρότερες. Η χωρητικότητα βέβαια εξαρτάται άμεσα και από την διάταξη των θέσεων των συνέδρων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες που βρίσκονται εκτός πόλεως, εμφανίζουν την μεγαλύτερη χωρητικότητα συνέδρων.

Όσον αφορά την υποδομή και τον εξοπλισμό της ξενοδοχειακής μονάδας δήλωσε ότι διαθέτει την απαιτούμενη υποδομή σε υλικοτεχνικό υλικό για την οργάνωση και τέλεση συνεδριακών εκδηλώσεων, όπως πλήρες ηχητικά συστήματα, οθόνες προβολής, slides, μεταφραστικές εγκαταστάσεις, μαγνητόφωνα, Η/Υ, τηλεδιάσκεψη, εξέδρες και αναλόγια, printers, internet, wired/wireless voting system, projectors κ.α.

Στην ερώτηση για τον χαρακτήρα των συνεδριακών εκδηλώσεων, η απάντηση που δόθηκε είναι ότι είναι περισσότερο εθνικός. Τα είδη των συνεδρίων είναι ποικίλα, μερικά από αυτά είναι: επαγγελματικά, πολιτικά, εκπαιδευτικά, εμπορικά, κ.α.

Η διάρκεια ενός συνεδρίου παίζει σημαντικό ρόλο στο μέγεθος των κερδών που θα αποφέρει ένα συνέδριο. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η πλειονότητα των συνεδρίων (60%) έχει διάρκεια 4-5 ημέρες. Ένα 20% έχει διάρκεια πάνω από 6 ημέρες και με το ίδιο ποσοστό διάρκεια 1-3 ημέρες.

Η χρονική περίοδος στην οποία χρησιμοποιούνται αίθουσες για συνεδριακές εκδηλώσεις σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου είναι, ως επί το πλείστον, κατά την διάρκεια των μηνών Απριλίου έως Ιούνιο και από Σεπτέμβριο έως Δεκέμβριο. Το ξενοδοχείο Galaxy μπορεί να διοργανώνει συνεδριακές εκδηλώσεις όλο το χρόνο.

Η συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα διαθέτει ειδικευμένο προσωπικό που ασχολείται με την προσέλευση συνεδριακών οργάνωσης/ εκδηλώσεων καθώς επίσης και ότι συνεργάζεται με κάποιο εξειδικευμένο γραφείο συνεδρίων και φιλοξενίας (αλλά σε ελάχιστες περιπτώσεις). Επίσης κατά την διάρκεια των συνεδρίων αυξάνεται η

Μέση Καταναλωτική Δαπάνη, δηλαδή ότι οι συνέδροι ξοδεύουν παραπάνω χρήματα από τους απλούς τουρίστες.

Όσον αφορά κάποια προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής η απάντηση που δόθηκε ήταν αρνητική.

Το 2009 γενικά αποτέλεσε μια θετική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό. Όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό, η συνολική εικόνα χαρακτηρίζεται θετική αλλά σίγουρα όχι και επιθυμητή. Ο πήχης έχει τοποθετηθεί πολύ ψηλά πράγμα πολλά υποσχόμενο για τα επόμενα χρόνια. Έτσι αναφέρουμε ότι οι συνεδριακές εκδηλώσεις που έλαβαν χώρα κατά το έτος 2009 ξεπέρασαν τις 10 στο ξενοδοχείο Galaxy Iraklion.

Σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο, ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι μέτριος προς θετικός αλλά βέβαια τα τελευταία χρόνια γίνονται φιλότιμες, κυρίως ιδιωτικές προσπάθειες για την βελτίωσή του.

Τέλος, πρέπει να αναφερθεί η άποψη ότι ο συνεδριακός τουρισμός, από την φύση του, αποτελεί μέσω επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου μιας και τα συνέδρια συνήθως λαμβάνουν χώρα σε χρονικές περιόδους όπου δεν έχουμε μεγάλη τουριστική κίνηση, συνήθως άνοιξη και φθινόπωρο. Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη Κρήτη θα αποτελέσει ταυτόχρονα επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Βέβαια στις απαντήσεις που πήραμε κανείς δεν έκανε κάποιες προτάσεις.

### **5.3 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ GALAXY**

Το ξενοδοχείο Galaxy, πρόσφατα ανακαινισμένο, λειτουργεί από τον Ιούλιο του 2008, προσφέρει έναν συνδυασμό από πολυτελείς δραστηριότητες, ζεστό και φιλόξενο περιβάλλον, άψογο service, άνετη τοποθεσία και εξαιρετο φαγητό.

Βρίσκεται στο κέντρο του Νομού Ηρακλείου στην Λεωφόρο Δημοκρατίας 75, με δωρεάν χώρο στάθμευσης για τους ενοίκους του αλλά και για τους επισκέπτες του. Στην περιοχή ,οι πελάτες μπορούν να βρουν χώρους διασκέδασης ,καφετέριες ,super market όπως επίσης και στάση λεωφορείου πολύ κοντά στην επιχείρηση.

Η απόσταση από το κέντρο Ηρακλείου, και συνεπώς και από το αρχαιολογικό μουσείο απέχει μόλις δέκα λεπτά ,χωρίς κάποιο μεταφορικό μέσο. Η απόσταση από τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού στα δεκαπέντε λεπτά με μεταφορικό μέσο. Τα εισιτήρια για το λεωφορείο μπορούν να προμηθευτούν οι πελάτες από την υποδοχή.

Το ξενοδοχείο Galaxy διαθέτει επίσης:

- 127 Superior και Executive δωμάτια και Executive σουίτες. Από αυτά τα 104 είναι Superior (μονόκλινα ,δίκλινα και τρίκλινα), 20 Executive και τρεις Executive σουίτες.
- 2 εστιατόρια: το εστιατόριο Vetri και το Per Se Lounge
- Δωρεάν χρήση του Wellness Club με γυμναστήριο, hammam και ειδικά διαμορφωμένο χώρο για massage
- Μεγάλη πισίνα
- Business center με δωρεάν χρήση Internet
- 9 Αίθουσες συνεδρίων

Αξίζει να σημειωθεί ότι το ξενοδοχείο χωρίζεται σε δωμάτια για καπνίζοντες (στον πρώτο, τέταρτο και πέμπτο όροφο) και σε δωμάτια μη καπνιζόντων (στον δεύτερο, τρίτο και έκτο όροφο).

Το εστιατόριο Vetri λειτουργεί για πρωινό από το πρωί στις επτά έως τις δέκα και μισή και για βραδινό a la carte από τις επτά έως τις έντεκα το βράδυ. Τις υπόλοιπες ώρες της ημέρας, εάν κάποιος από τους ένοικους του ξενοδοχείου, επισκέπτες ή σύνεδρους, επιθυμούν να έχουν κάποιο καφέ ή light lunch/dinner, λειτουργεί το Per Se Lounge Bar. Το Per Se Lounge Bar λειτουργεί καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας από τις εννέα το πρωί έως τη μία το βράδυ. Η κουζίνα του ξενοδοχείου Galaxy μπορεί να χαρακτηριστεί ως μεσογειακή, αλλά σε περίπτωση που ο πελάτης επιθυμεί κάτι διαφορετικό από το μενού που υπάρχει στην κάρτα φαγητού του εστιατορίου Vetri ή του Per Se Lounge Bar, αυτό γίνεται μετά από συνεννόηση του σερβιτόρου με την κουζίνα.

Το ξενοδοχείο Galaxy λειτουργεί από το έτος 1978 και έχει φιλοξενήσει όχι μόνο πολυάριθμους επισκέπτες που έρχονται με επαγγελματικό σκοπό ή για τουρισμό, αλλά και ένα σεβαστό αριθμό από διασημότητες, όπως αρχηγούς της χώρας και άλλες πολύ σημαντικές προσωπικότητες. Στους προηγούμενους αλλά και στους τωρινούς πελάτες του ξενοδοχείου Galaxy συμπεριλαμβάνονται πρωθυπουργοί, πρόεδροι της Δημοκρατίας της Ελλάδος αλλά και από όλο τον κόσμο, ο Οικουμενικός Πατριάρχης Βαρθολομαίος και άλλοι. Το ξενοδοχείο Galaxy με την ιστορία του έχει συμβάλει σε πολύ μεγάλο βαθμό στην κοινωνική, οικονομική και πολιτισμική ζωή της πόλης του Ηρακλείου, παραμένοντας το επίκεντρο της κοινωνικής και συνεδριακής δραστηριότητας.

Το ξενοδοχείο Galaxy πρόσφατα ανακαινισμένο πλήρως, έχει διαμορφώσει κατάλληλα τους χώρους του έτσι ώστε να παρέχει στους πελάτες του την άνεση και την πολυτέλεια που αναζητούν, διατηρώντας πάντα κάτι από το παλιό μοτίβο. Ακόμη και ο πιο απαιτητικός πελάτης, θα βρει έναν πλούτο από την ποιότητα εξυπηρέτησης πελατών, όπου θα του εξασφαλίσει μία άνετη και περισσότερο από ικανοποιητική διαμονή.

#### Παροχές του ξενοδοχείου Galaxy:

- Εκλεπτυσμένη κουζίνα
- Πλήρως εξοπλισμένο Business Centre
- Εξειδικευμένη κάλυψη συνεδρίων και εκδηλώσεων
- Μεγάλη πισίνα
- Γυμναστήριο με hammam
- Γραφείο δημοσίων σχέσεων
- Δωρεάν χώρος στάθμευσης
- Ενοικίαση αυτοκινήτου

Στο ανακαινισμένο Galaxy Hotel προσφέρεται μία σειρά από επιλογές για επαγγελματικές συναντήσεις αλλά και για εκδηλώσεις. Οι πολυτελείς αίθουσες του ξενοδοχείου και ο μοναδικός χώρος της πισίνας ικανοποιούν τις ανάγκες και των πλέον απαιτητικών.

Οι προσωπικές στιγμές είναι οι πιο σημαντικές, γι' αυτό έχουν φροντίσει να παρέχονται οι ιδανικοί χώροι, με πολυτελή διακόσμηση. Το εξειδικευμένο προσωπικό είναι δίπλα στον πελάτη κάθε στιγμή για να βοηθήσει με την προετοιμασία της γαμήλιας δεξίωσης ή της εκδήλωσης μιας βάφτισης ή ακόμη για ένα πάρτι που ετοιμάζει κάποιος. Γνωρίζουν πόσο σημαντικό είναι για κάθε πελάτη ξεχωριστά η επιτυχία μιας τέτοιας βραδιάς και είναι κοντά του για τις γευστικές και όχι μόνο επιλογές. Δίπλα από το δροσερό χώρο της πισίνας και τον έναστρο ουρανό ή μέσα στις υπέροχες αίθουσες με τους κρυστάλλινους πολυέλαιους και τους λαμπερούς καθρέφτες φροντίζουν να χαρίσουν αξέχαστες στιγμές.

Αν επιθυμεί κάποιος να πραγματοποιήσει ένα συνέδριο, ένα σεμινάριο ή μια εταιρική συνάντηση, στο Galaxy Hotel θα φροντίσουν να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Με μία ευρεία γκάμα χώρων που καλύπτουν τις ανάγκες του πελάτη, αλλά και με όλο τον απαραίτητο οπτικό-ακουστικό εξοπλισμό, business centre καθώς και wireless Internet σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους και τις αίθουσες του



ξενοδοχείου μπορούν να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες διεξαγωγής της συνάντησης. Οι περισσότερες αίθουσες διαθέτουν φυσικό φως και κάποιες έχουν πρόσβαση στο χώρο της πισίνας που μπορεί κανείς άνετα να παραθέσει τα διαλείμματα του συνεδρίου του με μία νότα δροσιάς.

Οι συνεδριακοί χώροι του ξενοδοχείου Galaxy αποτελούν ότι ιδανικότερο για όλους τους τύπους συναντήσεων. Το ξενοδοχείο προσφέρει χώρο 700 τετραγωνικών μέτρων σε 9 συνεδριακές αίθουσες, οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν από 10 έως 200 άτομα. Όλοι οι χώροι είναι πλήρως εξοπλισμένοι, με ηχομόνωση, οι περισσότεροι έχουν φυσικό φως, ασύρματο internet και οπτικοακουστικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας.

Οι παροχές του τμήματος συνεδρίων και εκδηλώσεων του ξενοδοχείου Galaxy είναι αυτές ακριβώς που θα χρειαστεί κάποιος για ένα συνέδριο ή μία συνάντηση. Οι κομποί χώροι καθώς και ο άνετος εξωτερικός χώρος περικεντρικά της πισίνας, μπορούν να φιλοξενήσουν περισσότερους από 350 καλεσμένους για κοινωνικές ή επαγγελματικές συναντήσεις.



Αίθουσα Ballroom ξενοδοχείου Galaxy



Αίθουσα Plaza ξενοδοχείου Galaxy

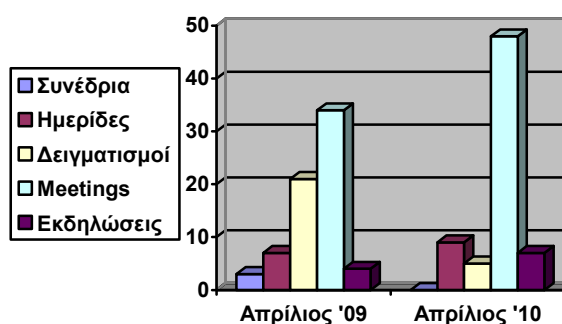
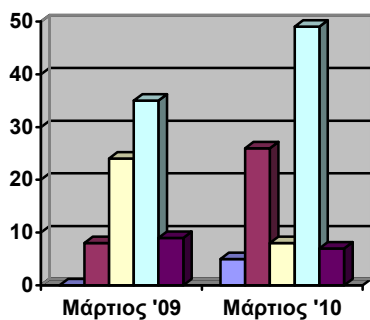
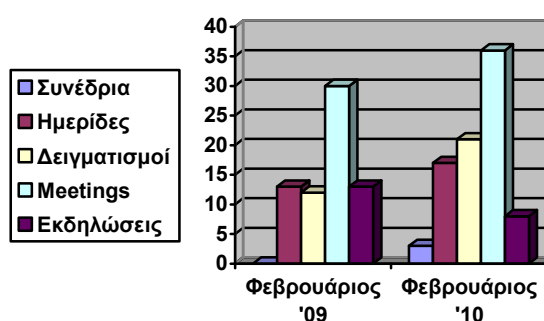
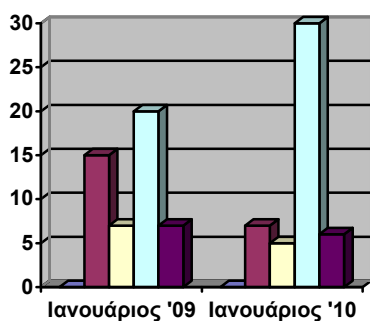


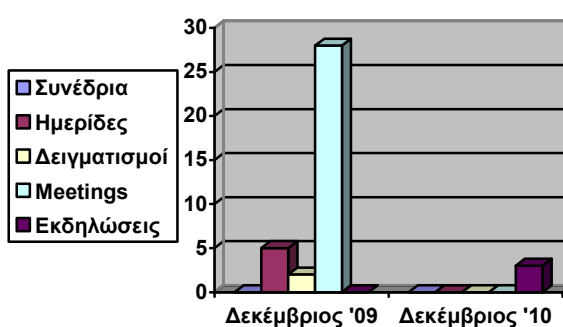
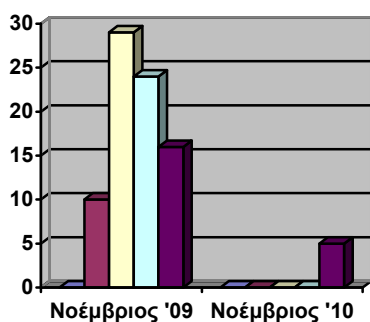
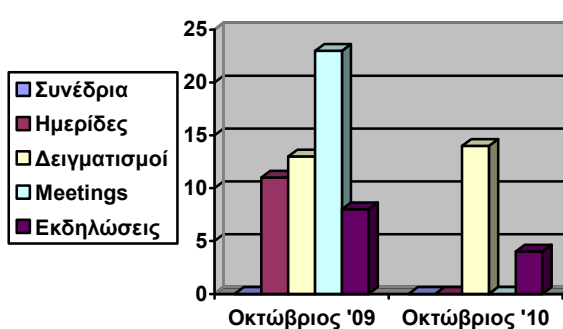
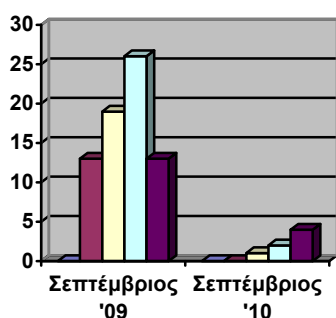
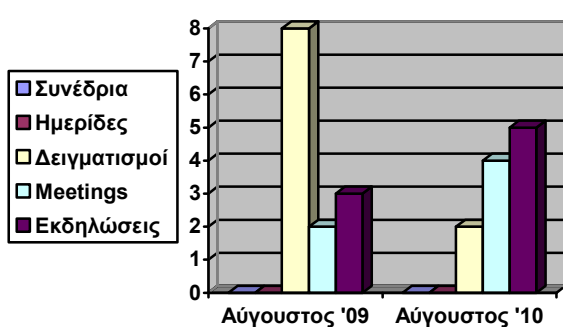
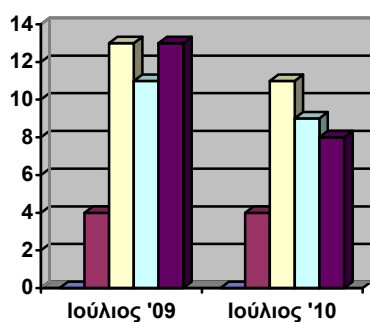
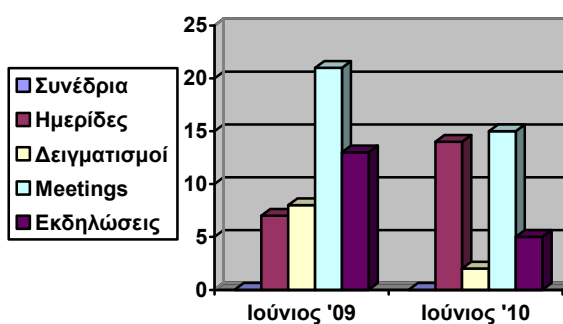
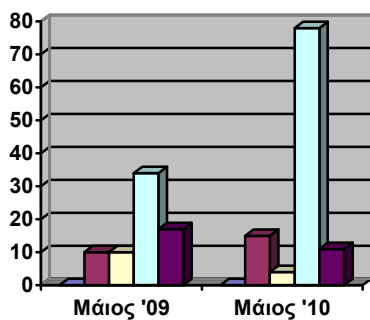
Αίθουσα Park ξενοδοχείου Galaxy

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζουμε τα χαρακτηριστικά της κάθε αίθουσας του ξενοδοχείου Galaxy:

Conference Rooms	Total Sq Mt	Theatre	Classroom	U-Shape	Banquet	Cocktail
MEZZO I	26	20	12	15	10	20
MEZZO II	47	50	26	26	30	30
MEZZO III	32	30	24	21	20	30
MEZZO I + II	73	60	41	41	40	50
MEZZO II + III	79	80	51	45	50	60
MEZZO I + II + III	105	100	65		60	90
<b>BALLROOM</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>105</b>	<b>60</b>	<b>80</b>	<b>180</b>
PHAEDRA I	37	45	33	24	30	40
PHAEDRA II	38	45	33	24	30	40
PHAEDRA I + II	75	90	66	48	60	85
HERMES	130	200	155	60	110	220
PLAZA	167	180	155	60	130	250
PARK	80	100	74	42	60	100
POOL AREA	397				200	350
VETRI RESTAURANT	117				80	120

Ακολουθούν συγκριτικοί πίνακες με τις ενοικιάσεις όλων των αιθουσών του ξενοδοχείου Galaxy για τα έτη 2009-2010:





Οι παραπάνω πίνακες δείχνουν τον αριθμό των συνεδρίων, ημερίδων, δειγματισμών, meetings και εκδηλώσεων ανά μήνα για τα δυο τελευταία έτη 2009 και 2010.

Τον Ιανουάριο του 2010 παρατηρούμε ότι δεν πραγματοποιήθηκαν καθόλου συνέδρια όπως και τον Ιανουάριο του 2009. Ο αριθμός των ημερίδων του ίδιου μήνα

του έτους 2010 έχει μειωθεί αισθητά, σε σύγκριση με αυτές που πραγματοποιήθηκαν το μήνα αυτό του έτους 2009. Οι δειγματισμοί, όπως και οι εκδηλώσεις, κυμαίνονται περίπου στα ίδια επίπεδα για τον Ιανουάριο και των δυο ετών. Αντίθετα, τα meetings είχαν αυξηθεί αισθητά, όσον αφορά τον Ιανουάριο του τελευταίου έτους.

Το Φεβρουάριο του 2010 πραγματοποιήθηκαν συνολικά τρία συνέδρια, ενώ τον ίδιο μήνα του 2009 δεν έγινε κανένα. Όπως παρατηρούμε στο αντίστοιχο διάγραμμα ο αριθμός των ημερίδων, των δειγματισμών και των meetings έχουν αυξηθεί για τον Φεβρουάριο του έτους 2010, σε αντίθεση με τις εκδηλώσεις του ίδιου έτους που παρατηρείται μείωση.

Τον Μάρτιο του 2010 τα συνέδρια είναι πέντε σε αριθμό, ενώ τον ίδιο μήνα του 2009 δεν είχε πραγματοποιηθεί κανένα. Ο αριθμός των ημερίδων, όπως και των meetings, έχουν σημειώσει σημαντική άνοδο τον Μάρτιο του 2010, σε αντίθεση με τον αριθμό των δειγματισμών και των εκδηλώσεων, όπου έχουν μειωθεί σε μεγάλο βαθμό.

Τον Απρίλιο του 2010 δεν πραγματοποιήθηκαν καθόλου συνέδρια, ενώ τον Απρίλιο του 2009 είχαν γίνει τρία. Οι ημερίδες, τα meetings και οι εκδηλώσεις σημειώνουν μικρή αύξηση τον Απρίλιο του τελευταίου έτους. Ο αριθμός των δειγματισμών τον Απρίλιο του 2010 μειώνεται παρά πολύ.

Τον μήνα Μάιο, για το έτος 2010 ο αριθμός των ημερίδων και των meetings αυξάνονται σε πολύ μεγάλο βαθμό, σε σχέση με το Μάιο του 2009, ενώ ο αριθμός των δειγματισμών και των εκδηλώσεων έχει μειωθεί. Συνέδρια εν πραγματοποιήθηκαν.

Οι καλοκαιρινοί μήνες, Ιούνιος, Ιούλιος και Αύγουστος, από άποψη συνεδριακού τουρισμού, για το ξενοδοχείο Galaxy, είναι η «νεκρή» περίοδος. Παρόλα αυτά υπάρχει μια μικρή αύξηση στον αριθμό των ημερίδων για τον Ιούνιο του 2010. Τα meetings, οι δειγματισμοί και οι εκδηλώσεις είναι λιγότεροι τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2010, σε σχέση με τους αντιστοίχους μήνες του έτους 2009. Τον Ιούλιο του 2010 πραγματοποιήθηκαν τρία συνέδρια, ενώ τους μήνες Ιούνιο και Αύγουστο και για τα δυο έτη που εξετάζουμε δεν έγινε κανένα συνέδριο. Ο αριθμός των ημερίδων παραμένει ίδιος για τον Ιούλιο του 2009 και του 2010, και τον Αύγουστο και των δυο ετών δεν έγιναν καθόλου. Τα meetings και οι εκδηλώσεις παρουσιάζουν μια μικρή αύξηση. Τον Σεπτέμβριο του 2010 πραγματοποιούνται ελάχιστα meetings, δειγματισμοί και εκδηλώσεις σε σύγκριση με τον Σεπτέμβριο του 2009.

Για τους υπόλοιπους τρεις μήνες έχουμε ένα μικρό δείγμα για το έτος 2010, όσον αφορά τον επιβεβαιωμένο αριθμό ενοικιάσεων των αιθουσών, στο ξενοδοχείο Galaxy.

Από αυτό το μικρό δείγμα διαπιστώνουμε ότι υπάρχει αισθητή μείωση σε όλα τα είδη συνεδρίων, που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο αυτό.

Στη συνέχεια παραθέτουμε έναν συγκριτικό πίνακα ενοικίων αιθουσών για το έτος 2008 μεταξύ των ξενοδοχείων Galaxy, Atlantis Hotel και Astoria Capsis Hotel (βλ. παράρτημα, πίνακας 3)

Παραθέτουμε ένα παράδειγμα συνεδριακού τουρισμού: Πραγματοποιήθηκε με επιτυχία το 3<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο με θέμα «Tourism & Property in Crete: Προοπτικές του Κρητικού Τουρισμού το 2010» που διοργάνωσε η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου το Σάββατο 20 Φεβρουαρίου στο ξενοδοχείο Galaxy στο Ηράκλειο, σε συνεργασία με τη Real Events A.E.

Η Νομάρχης Ηρακλείου, **κ. Βαγγελιώ Σχοιναράκη – Ηλιάκη**, σε δηλώσεις της, σχετικά με το Συνέδριο, ανέφερε: « Η Κρήτη και ο Νομός Ηρακλείου είναι ένας τόπος ιδιαίτερα ευνοημένος από την σύνθεση τριών ελκυστικών στοιχείων του νησιού: τις φυσικές ομορφιές, το ήπιο κλίμα, και τον τεράστιο πολιτιστικό πλούτο. Το κύριο χαρακτηριστικό της σημερινής κατάστασης και της οικονομίας του νησιού μας είναι ο τουρισμός και λιγότερο η γεωργία και η κτηνοτροφία.

Η γεωργία παρουσιάζει τάσεις συρρίκνωσης επιφέροντας αρνητικές συνέπειες στα εισοδήματα και την απασχόληση του πληθυσμού αλλά το μεγαλύτερο πρόβλημα προκύπτει από τον τουρισμό ο οποίος τα δύο τελευταία χρόνια παρουσιάζει σημαντική πτώση. Αυτά, οδηγούν σε μια οικονομία με επίπεδο ανάπτυξης πολύ χαμηλό σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊκό πλαίσιο.

Ο τουρισμός αντιμετωπίζει μια περίοδο κρίσης και πρέπει η Κρήτη, καθώς στηρίζει μεγάλο μέρος της οικονομικής της ανάπτυξης σε αυτόν, να συμβαδίσει με τους όρους αυτούς και να πραγματοποιήσει μια μεγάλη αλλαγή αναπτύσσοντας ένα νέο τουριστικό πλεονέκτημα.

Προκειμένου να προχωρήσουμε σε αυτή τη νέα περίοδο είναι αναγκαίο ένα νέο στρατηγικό σχέδιο προσαρμοσμένο στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης. Άμεση και εξαιρετικά υψηλή προτεραιότητα η ανάπτυξη, η μεγέθυνση και η βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης, που διαχρονικά θα πρέπει να εστιάζεται στην ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού και στην πράσινη οικονομία.

Η νέα δομή για την τοπική αυτοδιοίκηση με το σχέδιο Καλλικράτης ενισχύει σε αυτή την κατεύθυνση. Πρέπει όμως να ληφθούν υπόψη και οι νέες συνθήκες και οι διεθνείς τάσεις όπως διαμορφώνονται ώστε να μπορέσουμε να διευρύνουμε την χρονική περίοδο και να αυξήσουμε τα μεγέθη αφίξεων των τουριστών.

Το νέο στρατηγικό σχέδιο για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης θα πρέπει να έχει ως αναφορά και κατεύθυνση τους τρεις άξονες:

- Ενίσχυση του Τουριστικού Προϊόντος «Κρήτη»
- Κατεύθυνση προς την πράσινη ανάπτυξη
- Ανάδειξη της Κρητικής Διατροφής

Δεν χωρά καμιά αμφιβολία ότι η Κρήτη διαθέτει υψηλούς τουριστικούς πόρους και συγκριτικά πλεονεκτήματα. Στο χέρι μας είναι λοιπόν να τα μετατρέψουμε σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Για να το πετύχουμε χρειάζεται η αρμονική συνεργασία πολιτείας και αυτοδιοίκησης, θεσμική και οικονομική ενδυνάμωση της αυτοδιοίκησης, εφόσον αποτελεί κύριο μοχλό ανάπτυξης και προβολής του τουρισμού του νομού, αλλά και οριζόντια συνεργασία μεταξύ αυτοδιοικητικών οργανισμών στο πλαίσιο της Ευρώπης των περιφερειών.

Ιδιαίτερα, εδώ στην Κρήτη, επιβάλλεται και εφαρμόζεται μία πολύ στενή συνεργασία των τεσσάρων νομαρχιακών αυτοδιοικήσεων ώστε να προβληθεί το νησί μας ως ενιαίος τουριστικός προορισμός.

Η σημερινή συζήτηση, στο πλαίσιο του Συνεδρίου με θέμα «Προοπτικές Κρητικού Τουρισμού το 2010», είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και εύχομαι ότι θα συμβάλει ουσιαστικά στον καλύτερο συντονισμό και στην αποτελεσματικότερη δράση για την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

### 6.1 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ξεκινώντας με ένα πολύ βασικό θέμα, το θέμα του διεθνούς περιβάλλοντος στον τουρισμό γενικότερα και στον συνεδριακό τουρισμό συμπεραίνουμε πως ο διεθνής ανταγωνισμός εντείνεται και για όσους έχουν μάτια να βλέπουν και αυτιά να ακούν τους ήχους που έρχονται από το μέλλον, ο ανταγωνισμός αυτός θα ενταθεί κατά τρόπους πραγματικά πρωτοφανείς στο άμεσο μέλλον. Το μήνυμα και το συμπέρασμα φαίνεται σαφέστατο. Πρέπει να γίνουμε πιο ανταγωνιστικοί, και ένας από τους βασικούς πυλώνες για ανταγωνιστικότητα είναι η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Ένα δεύτερο μεγάλο θέμα, είναι το θέμα των υποδομών, του θεσμικού πλαισίου στη χώρα μας. Τα τελευταία χρόνια και ειδικότερα εξαιτίας των ολυμπιακών αγώνων, έχουν γίνει θεαματικές βελτιώσεις σε μακροκλίμακα στις υλικές υποδομές στη χώρα μας. Υπάρχουν όμως τεράστιες, σημαντικές ελλείψεις ειδικότερα στην περιφέρεια. Ένα άλλο θέμα είναι αυτό της εκπαίδευσης. Η παιδεία, η τουριστική εκπαίδευση είναι ο μεγάλος ασθενής του κλάδου. Οι υποδομές είναι καλές, τα θεσμικά πλαίσια είναι καλά, εάν δεν υπάρχει όμως το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό, χτίζουμε στην άμμο.

Μία άλλη ενότητα είναι το θέμα της συνεργασίας δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Κοινές δράσεις είτε μεταξύ ιδιωτικών φορέων είτε μεταξύ ιδιωτικών και δημοσίων φορέων πάσης μορφής.

Άλλος ένας σημαντικός τομέας είναι αυτός της προβολής του προϊόντος, συγκεκριμένα του προϊόντος του συνεδριακού τουρισμού. Είναι σφάλμα να τα περιμένουμε όλα από μία απρόσωπη, γραφειοκρατική πολιτεία. Πρέπει οι επαγγελματίες του κλάδου να περάσουν σε μορφές co-op advertising. Δηλαδή μαζί με την διαφήμιση της πόλης του Ηρακλείου σαν τουριστικό προορισμό να φανεί και ο κλάδος που λέγεται Συνεδριακός Τουρισμός και οι επαγγελματίες να συμμετέχουν στην καμπάνια αυτή για να υπάρξει μία εξειδίκευση στο συγκεκριμένο αυτό προϊόν.

Ένα αίτημα του κλάδου είναι η κατοχύρωση του επαγγέλματος και ένα άλλο αίτημα, το αίτημα του συνεδριακού κέντρου. Να φτιαχτεί ένα συνεδριακό κέντρο Μητροπολιτικό, διεθνών προδιαγραφών, το οποίο να αντιμετωπίσει τις ανάγκες τις τωρινές αλλά και της επόμενης εικοσαετίας και τριακονταετίας.



Σχετικά με την τεχνολογία, ένα νέο τοπίο χαρτογραφείται, για προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία ίσως είναι ακόμη άγνωστα. Το τοπίο που διαμορφώνεται δείχνει ευκολίες αλλά και «μυρίζει» δυσκολίες που όμως με τον καιρό θα φέρει αποτέλεσμα στη ζωή και την δραστηριότητα των Ελλήνων.

Για να γίνουν όλα τα παραπάνω όμως, για να γίνει πιο ανταγωνιστικό το ελληνικό προϊόν, και από πλευράς μάρκετινγκ και από πλευράς εκπαίδευσης, πρέπει οι μεγαλύτερες επενδύσεις να γίνουν στην έρευνα.

Όλοι οι εμπλεκόμενοι στη συνεδριακή λειτουργία έχουν να αντιμετωπίσουν ευκαιρίες, έχουν να αντιμετωπίσουν και κινδύνους.

Είναι καιρός να προχωρήσουν με γοργά βήματα όλοι οι φορείς, να πάρουν την ευκαιρία, να συνεργαστούν, να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα σε συνθήκες συντονισμού, συνεννόησης και πάνω από όλα εμπιστοσύνης.

Ας προσπαθήσουμε όλοι για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού γιατί αυτή θα συμβάλλει με θετική επίδραση στην τοπική, στην περιφερειακή και εθνική οικονομία.

Ας ανταποκριθούμε στον διεθνή ανταγωνισμό αξιοποιώντας τα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα με μία στρατηγική και με μία συντονισμένη προσπάθεια του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και να εκμεταλλευτούμε την διεθνή αναγνώριση, ότι η Ελλάδα πουλάει. Μόνο έτσι θα ανέβουμε και βαθμολογικά στην παγκόσμια κατάταξη ως χώρα που σήμερα είμαστε ουραγοί στα συνέδρια, όταν άλλοι κυνηγούν τις πρωτιές είτε στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών, βλέπε Γερμανία, αναρριχήθηκε στην 2<sup>η</sup> θέση μετά τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ή το Λονδίνο, δεύτερο μετά το Παρίσι στην κατάταξη των πόλεων. Εμείς αν εντείνουμε τις προσπάθειες για την αναγνώριση μας διεθνώς ως χώρα συνεδριακού προορισμού. Ας εστιάσουμε το μεγαλύτερο ενδιαφέρον μας στην ζήτηση εκείνων των συνεδρίων τα οποία αριθμούν μέχρι 1000 άτομα καθώς αυτά αποτελούν το 83% του συνόλου των συνεδρίων σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό δεν σημαίνει ότι θα αποκλείσουμε ένα συνέδριο των δύο και των τριών και των πέντε χιλιάδων ατόμων. Αλλά το κύριο βάρος πρέπει να το δώσουμε εκεί που εστιάζεται το 83%. Και ένας πρόσθετος λόγος είναι ότι η χώρα μας είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σε μία Ευρώπη που συγκεντρώνει το 60% των συνεδρίων παγκοσμίως.

## 6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Διανύουμε μία εποχή που οι ρυθμοί της ζωής είναι ταχύτατοι. Τα πάντα αλλάζουν, τροποποιούνται και βελτιώνονται με ακόμα γρηγορότερους ρυθμούς. Συνεπώς και οι άνθρωποι που ζουν μέσα σε αυτήν την έντονα μεταβαλλόμενη καταναλωτική κοινωνία έχουν γίνει ιδιαίτερα απαιτητικοί και “δύσκολοι” όσον αφορά τις προτιμήσεις τους.

Όλη αυτή η κατάσταση πιέζει τους διάφορους παραγωγούς να προσαρμόζουν τα προϊόντα τους ανάλογα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Παρομοίως, ο συνεδριακός τουρισμός αλλά και ο τουρισμός γενικότερα χρειάζεται ανανέωση, αναβάθμιση και εμπλουτισμό των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ο συνεδριακός τουρισμός σε όλες τις χώρες ακόμη και στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής αντιμετωπίζεται όχι μόνο ως οικονομικό αλλά και ως εθνικό κεφάλαιο. Λόγω των πολλών πλεονεκτημάτων που προσφέρει είναι ευνόητο το πως θα έπρεπε να αντιμετωπίζεται στην Ελλάδα ο κλάδος αυτός του τουρισμού μας, σε σχέση με τις κρίσιμες εθνικές ιδιαιτερότητες. Όμως παρά τις καλές προθέσεις των εκάστοτε κυβερνήσεων, υπάρχει μία τραγική καθυστέρηση, τόσο στη δημιουργία της αναγκαίας υποδομής (συνεδριακά κέντρα με διεθνείς προδιαγραφές), όσο και στην προβολή στο εξωτερικό της υποδομής που υπάρχει σε μικρούς συνεδριακούς χώρους σε ξενοδοχεία, εκθεσιακά, πνευματικά κέντρα, κ.α.

Οι διαπιστώσεις αυτές λειτουργούν ανασχετικά στην οργάνωση διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα, παρά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας (κλίμα, φυσικής ομορφιάς, πολιτιστικός πλούτος, κ.α.). Η Ελλάδα βρίσκεται στην ουρά των διεθνών συνεδριακών στατιστικών και αυτό έχει δυσμενείς επιπτώσεις στη χρηματιστηριακή αξία του ελληνικού τουρισμού στις αγορές του εξωτερικού τουρισμού στις αγορές του εξωτερικού. Στις διεθνείς οργανώσεις και συναντήσεις η εικόνα του συνεδριακού τουρισμού για την χώρα μας είναι έντονα διαφημιστική για τον ελληνικό τουρισμό και τον υποβιβάζει στο «διεθνές χρηματιστήριο του τουρισμού», όπου η Ελλάδα λαμβάνει ένα πολύ μικρό μερίδιο που υπολογίζεται σε 2%. Η Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωσή μας ο νομός Ηρακλείου, θεωρείται ένας ελκυστικός προορισμός για την διοργάνωση διεθνών συνεδρίων και θα πρέπει να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά όλες οι προοπτικές ανάπτυξης. Με δεδομένο δε ότι η ζήτηση της αγοράς αυτής είναι σχετικά εποχική με αποκορύφωμα τα διαστήματα μεταξύ Φεβρουαρίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου, ο συνεδριακός τουρισμός βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αν και υπάρχουν σε ορισμένες περιοχές της χώρας υψηλού

επιπέδου ξενοδοχεία με εκτεταμένες συνεδριακές εγκαταστάσεις, εντούτοις θα πρέπει να ενισχυθούν οι προσπάθειες για να υποστηριχθεί η αγορά του συνεδριακού τουρισμού, που ως γνωστόν δίνει μεγάλη σημασία στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Εκτός από την έλλειψη κατάλληλων χώρων που να έχουν τη δυνατότητα να φιλοξενήσουν μεγάλα συνέδρια και συσκέψεις, παράγοντες όπως η έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην πρωτεύουσα, η κατάλληλη υποδομή αεροδρομίων και δικτύου, η χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών υποστήριξης κ.α., συντελούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη της αγοράς αυτής. Παρατηρούμε ότι 3-4 tour operators «ψωνίζουν» το 70% του προϊόντος μας και όλοι καταλαβαίνουμε τους κινδύνους, που εγκυμονεί για τη χώρα αυτή η κατάσταση. Δυστυχώς όμως κανείς δεν αντιδρά με έργα και ενέργειες προώθησης στην κατεύθυνση του συνεδριακού τουρισμού. Δυστυχώς η νοοτροπία των περισσότερων (και σε αυτό ευθύνεται η γενικότερη παιδεία των Ελλήνων), είναι όχι το πως θα ενωθούν όλοι για να γίνουν δυνατοί, αλλά το πως θα εξελιχθεί και αναπτυχθεί ο κάθε ένας από αυτούς ξεχωριστά. Είναι ανάγκη να καθίσουν όλοι οι αρμόδιοι σε ένα τραπέζι και να βρουν τρόπους συνένωσης των δυνάμεων και της τεχνογνωσίας, ώστε η χώρα μας να έχει ένα πολλά υποσχόμενο αύριο.

Οι αρμόδιοι θα πρέπει να λειτουργήσουν με μεγαλύτερη ευθύνη, κερδίζοντας τον χαμένο χρόνο ώστε να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα. Θα πρόκειται για την πιο ανταποδοτική επένδυση, με πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, στην εθνική οικονομία.

Ειδικότερα ο Νομός Ηρακλείου είναι ένας τουριστικός προορισμός ο οποίος ενδείκνυται για δωδεκάμηνο τουρισμό. Ο συνεδριακός τουρισμός έρχεται να λύσει το πρόβλημα της εποχικότητας που αντιμετωπίζει όλη η Κρήτη γενικότερα, αλλά και ο νομός του Ηρακλείου. Το Ηράκλειο έχει να προσφέρει υπηρεσίες υψηλών standards στον δυνητικό σύνεδρο καθώς και ποικιλία αρχαιολογικών και πολιτισμικών στοιχείων. Το Ηράκλειο μπορεί να συνδυάσει το συνέδριο με την ψυχαγωγία και αυτό διότι διαθέτει υπολογίσιμες συνεδριακές εγκαταστάσεις αλλά και όλα εκείνα τα στοιχεία που κάνουν το τουριστικό προορισμό ελκυστικό.

Γενικά θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε στα παρακάτω:

Οι προοπτικές ανάπτυξης για την Ελλάδα και την Κρήτη γενικότερα χαρακτηρίζονται και από αντικειμενικές εκτιμήσεις θετικές. Παρατηρείται μία συνεχόμενη αυξητική τάση γενικά του επαγγελματικού τουρισμού και ειδικά του

συνεδριακού. Διαθέτει τις περισσότερες απαραίτητες προϋποθέσεις για ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού που αναφέρουμε παρακάτω:

- Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή. Συνεχώς βελτιώνονται τα ξενοδοχεία και ποιοτικά αλλά και ποσοτικά και αποκτούν σύγχρονες συνεδριακές εγκαταστάσεις.
- Θετική εικόνα στις κυριότερες αγορές.
- Ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες.
  - Φυσικές ομορφιές διάσπαρτες σε όλη την ελληνική επικράτεια.
  - Ευνοϊκή γεωγραφική θέση.
  - Χαμηλό κόστος ζωής σχετικά με το μέσο κόστος ζωής σε άλλες χώρες της Ε.Ε.

Αποτελεί ήδη καθιερωμένο τουριστικό προορισμό. Η Ελλάδα διαθέτει την υποδομή για τουρισμό και με ποιοτικές επεμβάσεις μπορεί να απευθυνθεί και σε άλλες τουριστικές αγορές και σε άλλες μορφές τουρισμού.

Η χώρα μας διαθέτει αξιόλογο επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό διεθνούς φήμης. Κορυφαίοι έλληνες επιστήμονες και επαγγελματίες συμμετέχουν σε διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις. Με την ιδιότητά τους αυτή μπορούν να επηρεάσουν ώστε να επιλεγούν ελληνικοί προορισμοί. Ακόμα, η ελληνική ομοιογένεια διαθέτει αξιόλογο δυναμικό στις επιστήμες, πολιτική, σε μεγάλους οργανισμούς και γενικότερα στο κοινωνικό περιβάλλον των χωρών που ζουν, που μπορεί, αν ενεργοποιηθεί σωστά, να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ

### Βιβλία:

- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997
- Κραβαρίτης Κώστας, Επαγγελματικός Τουρισμός, συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων: Οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992
- Λύτρα Περικλή, Τουρισμός προς 2000: Θεωρητικές Επισημάνσεις και πρακτικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1989
- Ευάγγελος Σ. Χρήστου, Έρευνα τουριστικής αγοράς, Αθήνα 1999
- Σημειώσεις: Καραγιάννης Στέφανος, Έρευνα Αγοράς-ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο 2004
- Σωτηριάδης Μάριος, Οικονομικό Management Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Προπομπός, 2005

### Περιοδικά:

- Χρήμα και τουρισμός , ‘Ανακαλύπτοντας τον συνεδριακό τουρισμό’, τεύχος 21, Οκτώβριος 1997, ‘Υπόσχεται ένα επιτυχημένο συνέδριο’, τεύχος 32, Αθήνα 1998
- Τουρισμός και Οικονομία, ‘Βήματα χελώνας στο συνεδριακό τουρισμό’, τεύχος 227, Αθήνα 1998
- Business & Τουρισμός, ‘Μακρύς ο δρόμος για τη Διεθνή καταξίωσή μας’ και Ενιαία πολιτική μάρκετινγκ για την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων’, Σεπτέμβριος 1998
- Συνεδριακή Αγορά, ‘Η σημασία των συνεδρίων για τον Ελληνικό Τουρισμό’, τεύχος 2, 1999 και ‘Όραμα για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού’ και ‘Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα’, τεύχος 1, Αθήνα 1999
- SYNEDRIO 2000, ‘Συνέδριο μέσω επικοινωνίας’, Αθήνα 2000
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Δελτίο Τύπου, ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Εξελίξεις Προβλήματα Δυνατότητες και Πολιτική
- Παρουσίαση: «Convention Bureau Ο Ρόλος τους στην προβολή και προώθηση της χώρας, Σημερινή κατάσταση και προοπτικές» Δρ. Δημήτρης Κούτουλας-Σύμβουλος Τουριστικής Ανάπτυξης και Μάρκετινγκ, Διδάσκων Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου

## **ΞΕΝΗ**

### **Βιβλία:**

- Canon John, Conferences, Macmillan Publishing, London, 1985
- Cater Leo, Tourism, Homewood Publishing, London, 1982
- Atherton Jones, Conventions, Macmillan Publishing, London, 1995
- Shenon Havard, How to develop and promote successful seminars and workshops, Published by John Sheridan Wiley and Sons Inc., New York, 1990

### **Περιοδικά:**

- Who is Who, 'Congress and Incentives in Greece', Athens 1996
- Meeting Greece, 'Greece: Increase Interest for the Attraction of Conference Tourism', published by N.O Manoussos, Athens 1998

## **ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ**

- C&C International Conventions & Congresses – [www.c&c.gr](http://www.c&c.gr)
- Hellenic Association of Professional Congress Organizers – [www.hapco.gr](http://www.hapco.gr)
- Daily Travelling News Greece – [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
- Podimatas Audiovisual – [www.podimatas.gr](http://www.podimatas.gr)
- Avitech Audiovisual Technologies – [www.avitech.gr](http://www.avitech.gr)
- Η Έκδοση της Καθημερινής στο Διαδίκτυο - [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)
- Edessa city of waters - [www.edessacity.gr](http://www.edessacity.gr)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΚΑΛΗΜΕΡΑ/ ΚΑΛΗΣΠΕΡΑ ΣΑΣ

*ΕΙΜΑΣΤΕ ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ ΤΟΥ Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΜΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΘΑ ΣΑΣ  
ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΣΑΜΕ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΤΕ ΣΤΟ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

1. Πόσες αίθουσες διαθέτει το ξενοδοχείο για την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων;

1	
2	
3	
4	
5+	

2. Τι χωρητικότητα ατόμων έχει/ έχουν;

50– 100	
101– 150	
151– 250	
251– 500	
501– 750	
751– 1000	
1001+	

3. Το ξενοδοχείο διαθέτει την κατάλληλη υποδομή σε υλικοτεχνικό υλικό για την οργάνωση και τέλεση συνεδριακών εκδηλώσεων;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	

4. Τι παραπάνω διαθέτουν η/ οι αίθουσα/ -ες συνεδριακών εκδηλώσεων;

ΗΧΗΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	
ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ SLIDES	
ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	
ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	
ΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΑ	
Η/Υ	
VIEW GRAPH	
FLIPCHARTS	
ΕΞΕΔΡΕΣ & ΑΝΑΛΟΓΙΑ	

5. Τι χαρακτήρα έχουν τα συνέδρια που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο;

ΤΟΠΙΚΟ	
ΔΙΕΘΝΗ	
ΕΘΝΙΚΟ	
ΚΑΙ ΤΑ ΤΡΙΑ	

6. Ποία είδη συνεδριακών εκδηλώσεων πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο;

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ	
ΠΟΛΙΤΙΚΑ	
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ	
ΆΛΛΑ	
ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΑ	
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΑ	
ΕΜΠΟΡΙΚΑ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ	



7. Διάρκεια συνεδριακών εκδηλώσεων (μέρες);

1-2	
3-4	
5-6	
7+	

8. Ποίους μήνες πραγματοποιούνται συνέδρια στο ξενοδοχείο;

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΜΑΡΤΙΟΣ	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ-ΙΟΥΝΙΟΣ	
ΙΟΥΛΙΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	

9. Υπάρχει στο ξενοδοχείο ειδικευμένο προσωπικό που ασχολείται με την προσέλευση συνεδριακών οργανώσεων/ εκδηλώσεων; Αν ναι, πόσα;

ΝΑΙ		
ΟΧΙ		

10. Για την οργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων, συνεργάζεται το ξενοδοχείο με κάποιο εξειδικευμένο Γραφείο Συνεδρίων και φιλοξενίας; (Convention and Visitors Bureau)

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

11. Οργανώνετε ειδικά προγράμματα ξεναγήσεων/ ψυχαγωγίας και αναψυχής των συνοδών για όσο διάστημα οι σύνεδροι είναι απασχολημένοι;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

12. Κατά την διάρκεια των συνεδρίων αυξάνεται η Μέση Καταναλωτική Δαπάνη;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

13. Ποιες είναι οι κύριες πηγές χρηματοδότησης των συνεδριακών εκδηλώσεων;

ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ/ ΥΠΟΥΡΓΕΙΑ	
ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ	
ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	
ΞΕΝΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	
ΑΛΛΕΣ	

14. Πόσα συνέδρια πραγματοποιήθηκαν το 2009 στο ξενοδοχείο;

ΚΑΝΕΝΑ	
1-3	
4-6	
7-9	
10+	

15. Πώς κρίνετε το βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου;

ΠΟΛΥ ΚΑΛΟΣ	
ΚΑΛΟΣ	
ΜΕΤΡΙΟΣ	
ΚΑΚΟΣ	

16. Με ποιο τρόπο πιστεύετε ότι ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μέσο επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου;  
(Αναπτύξτε ελεύθερα σκέψεις- απόψεις, προτάσεις)


**Πίνακας 1 – Συνεδριακά κέντρα της Ελλάδος**

<b>ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ</b>		
<b>Αθήνα</b>	<b>Γλυφάδα</b>	<b>Σπάτα</b>
FASHION HOUSE HOTEL	OASIS HOTEL APARTMENTS	METROPOLITAN EXPO
ACROPOL	<b>Κηφισιά</b>	<b>Ανάβυσσος</b>
AEGLI	HOTEL PENTELIKON	EDEN BEACH RESORT HOTEL
ALEXANDROS HOTEL	GAIA CENTER	<b>Μαρούσι</b>
BABYGRAND HOTEL	<b>Ν.Ερυθραία</b>	DAIS CULTURAL & ATHLETIC CENTER
BW ESPERIA PALACE	AEXCELIXI	OTE ACADEMY
CLASSICAL ATHENS IMPERIAL	<b>Βαρυμπόμπη</b>	<b>Βουλιαγμένη</b>
CROWNE PLAZA	PENTELIKON ESTATE	AMARILIA HOTEL
ΕΘΝΙΚΟ ΊΔΡΥΜΑ ΕΡΕΥΝΩΝ	ΚΤΗΜΑ ΑΡΙΑΔΝΗ	VOULIAGMENI SUITES
HILTON ATHENS	<b>Καπανδρίτι</b>	<b>Ελευσίνα</b>
KING GEORGE PALACE	ΟΙΝΟΤΡΙΑ ΓΗ ΚΩΣΤΑ ΛΑΖΑΡΙΔΗ	ELEFSINA HOTEL
LEDRA MARRIOTT HOTEL	<b>Παιανία</b>	<b>Πόρος</b>
NOVOTEL ATHENES	ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΜΑΡΚΟΥ	SIRENE BLUE RESORT
OLYMPIA CONFERENCE & SEMINAR HALL	<b>Παλλήνη</b>	
PARTHENON	ΜΟΥΣΕΙΟ ΟΙΝΟΥ	
POLIS GRAND HOTEL		
STRATOS VASSILIKOS HOTEL		
TITANIA HOTEL		
ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ		
VILLAGE PARK 20 CINEMAS		
<b>ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ-ΘΡΑΚΗ</b>		
<b>Θεσσαλονίκη</b>	<b>Καστοριά</b>	<b>Νάουσα</b>
CLASSICAL MAKEDONIA PALACE	LIMNEON RESORT & SPA	VERMION HOTEL
DAIOS	<b>Χαλκιδική</b>	<b>Καβάλα</b>
GRAND HOTEL PALACE	ATHENA PALLAS VILLAGE	LUCY HOTEL
HELEXPO	ISTIION CLUB	<b>Σέρρες</b>
HOLIDAY INN HOTEL	PORTO CARRAS GRAND RESORT	ELPIDA RESORT & SPA
HOTEL NIKOPOLIS	POSSIDI HOLIDAYS	<b>Αλεξανδρούπολη</b>
POLIS CONVENTION CENTRE	SANI BEACH RESORT	ALEXANDER BEACH HOTEL
<b>Θάσος</b>	<b>Έδεσσα</b>	ASTIR HOTEL
ILIOMARE HOTELS & RESORTS	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΕΣ ΕΔΕΣΣΑΣ	EGNATIA GRAND
		THRAKI PALACE HOTEL & CONFERENCECENTER
<b>ΘΕΣΣΑΛΙΑ</b>		
<b>Πήλιο</b>	<b>Βόλος</b>	<b>Σκιάθος</b>
12 MONTHS LUXURY RESORT	DOMOTEL XENIA VOLOU	KASSANDRA BAY
PORTARIA HOTEL & SPA	ΠΑΛΑΙΑ - ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΤΣΑΛΑΠΙΑΤΑ	SKIATHOS PALACE HOTEL
XENIA PALACE	VALIS RESORT	
	VOLOS PALACE	
<b>ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ Κ ΕΥΒΟΙΑ</b>		

<b>Αράχωβα</b>	<b>Αιδηψό</b>	<b>Χαλκίδα</b>
ANEMOLIA	THERMAE SYLLA SPA - WELLNESSHOTEL	PALIRIA HOTEL
<b>Καμένα Βούρλα</b>	<b>Αγία Άννα</b>	
GALINI WELLNESS SPA & RESORT	THALATTA SEASIDE HOTEL	
<b>ΗΠΕΙΡΟΣ</b>		
	<b>Ιωάννινα</b>	
	GRAND SERAI CONGRESS & SPA	
<b>ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ</b>		
<b>Κορινθία</b>	<b>Πάτρα</b>	<b>Πόρτο Χέλι</b>
ALKYON RESORT	ACHAIA BEACH HOTEL	AKS HOTELS
<b>Λουτράκι</b>	ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑ	PORTO HELI CONFERENCE CENTRE
CLUB HOTEL CASINO LOUTRAKI	PORTO RIO HOTEL & CASINO	<b>Καλαμάτα</b>
<b>Λακωνία</b>	<b>Αρκαδία</b>	AKTI TAYGETOS - CONFERENCE RESORT
LIMIRA MARE	ΔΙΑΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟΔΗΜΗΤΣΑΝΑΣ	
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΝ ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ – ΑΙΘΟΥΣΑ ΣΥΜΠΟΣΙΟ		
<b>ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ</b>		
	<b>Κέρκυρα</b>	
	AQUIS CORFU HOLIDAY PALACE HOTEL	
	CORFU PALACE HOTEL	
	MARBELLA BEACH HOTEL	
<b>ΚΥΚΛΑΔΕΣ</b>		
<b>Μύκονος</b>	<b>Πάρος</b>	
MYCONIAN AMBASSADOR	HOLIDAY SUN	
MYCONIAN IMPERIAL RESORT & THALASSO SPA CENTER	<b>Ίος</b>	
MYCONIAN COLLECTION	IOS PALACE HOTEL & SPA	
ROYAL MYCONIAN RESORT & THALASSO SPA CENTER		
MYKONOS GRAND HOTEL & RESORT	<b>Σαντορίνη</b>	
PETASOS	9 MUSES	
PALLADIUM		
ST. JOHN		
<b>ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ</b>		
<b>Μυτιλήνη</b>	<b>Λήμνος</b>	
HELIOTROPE HOTELS	LEMNOS VILLAGE	
<b>ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ</b>		
<b>Κως</b>	<b>Ρόδος</b>	<b>Σάμος</b>
BLUE LAGOON	IBEROSTAR LINDOS IMPERIAL	DORYSSA SEASIDE RESORT
DOUBLETREE BY HILTON	IBEROSTAR LINDOS ROYAL	HYDRELE BEACH

RESORT KOSHELONA		
IBS KIPRIOTIS PANORAMA	RODOS PALACE RESORT HOTEL &CONVENTION CENTER	
IBS PANORAMA FAMILY	SHERATON RHODES	
IBS ODYSSEUS		
NEPTUNE		
PALAZZO DEL MARE		
<b>ΚΡΗΤΗ</b>		
<b>Ηράκλειο</b>	<b>Ρέθυμνο</b>	<b>Αγ. Νικόλαος</b>
ASTORIA CAPSIS HOTEL	IBEROSTAR CRETA MARINE	GRAN MELIA RESORT & LUXURY VILLAS
GALAXY HOTEL	IBEROSTAR CRETA PANORAMA	HERMES
CANDIA MARIS	PLAZA SPA SUITES	IBEROSTAR MIRABELLO
CRETA MARIS	SENSIMAR ROYAL BLUE RESORT & SPA	<b>Ελούντα</b>
AQUILA ATLANTIS HOTEL	PILOT BEACH RESORT	DOMES OF ELOUNDA
<b>Χανιά</b>	RITHYMNA BEACH	ELOUNDA BLUE BAY HOTEL
MINOA PALACE RESORT & SPA	PORTO RETHYMNO	PORTO ELOUNDA DE LUXE RESORT
THALASSA BEACH RESORT		BLUE PALACE RESORT & SPA
<b>ΚΥΠΡΟΣ</b>		
<b>Λευκωσία</b>	<b>Λεμεσός</b>	<b>Λάρνακα</b>
EXPO CYPRUS	ST. RAPHAEL RESORT	LORDOS BEACH

Πηγή: [www.synedrio.gr](http://www.synedrio.gr)

**Πίνακας 2 – Συνεδριακός εξοπλισμός**

<b>ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ</b>	
<b>Εξέδρα – Αναλόγιο</b>	
<b>Σκηνικά</b>	Η κεντρική σκηνή είναι το σημείο εστίασης της εκδήλωσης. Το σημείο που επικοινωνεί το ύψος και τα μηνύματα κάθε event.
<b>Εικόνα</b>	LCD projectors, DLP projectors, Lenses, Slide projectors, Overhead projectors, Screens, Plasma monitors, LCD monitors, Preview monitors, Data switchers, Video switchers, Data amplifiers, Video amplifiers, Digital video – cameras, Beta cameras, Video VHS systems, DVD players, Video beta broadcast, Recorders, Scan converters, Timer led, Vidi walls, Video walls, Fiber optics, Satellite connections, Flip charts
<b>Video Conferencing</b>	
<b>Ήχος</b>	Ηχεία, Ενισχυτές, Κονσόλες, Ασύρματα μικρόφωνα, Ψηφιακά μικρόφωνα, Audio splitters, CD players, Telephone hybrid, intercoms
<b>Εξοπλισμός Γραμματείας</b>	Εκτυπωτές (Ink jet, Laser), Φωτοτυπικά (Ψηφιακά, Αναλογικά), Επιτραπέζιοι ή φορητοί H/Y, Fax
<b>Slides Reception</b>	

<b>Ασύρματη σύνδεση Internet</b>	
<b>Άλλος εξοπλισμός / Μικροσυσκευές (Laser Pointers, USB Storage Devices)</b>	
<b>Μεταφραστικά Συστήματα</b>	Ασύρματα μεταφραστικά συστήματα με δυνατότητα ταυτόχρονης μετάφρασης πολλών γλωσσών
<b>Σύστημα Ψηφοφορίας</b>	Ασύρματα συστήματα ψηφοφορίας που καλύπτουν μεγάλο αριθμό διαφορετικών απαντήσεων

**Πίνακας 3: Συγκριτικός πίνακας ενοικίων αιθουσών για το έτος 2008 μεταξύ των ξενοδοχείων Galaxy, Atlantis Hotel και Astoria Capsis Hotel**

COMPARISON TABLE - ROOM RENTALS 2008											
GALAXY IRAKLIO				ASTORIA				ATLANTIS			
MEETING ROOM	SQ MT	FULL DAY	HALF DAY	MEETING ROOM	SQ MT	FULL DAY	HALF DAY	MEETING ROOM	SQ MT	FULL DAY	HALF DAY
MEZZO I	22	150.00	130.00								
MEZZO II	42	150.00	130.00								
MEZZO III	32	150.00	130.00	DAIDALOS	35	130.00	100.00				
MEZZO I & II	64	230.00	200.00	KELARI	55	230.00	200.00				
MEZZO II & III	74	230.00	200.00								
MEZZO I, II & III	96	250.00	230.00								
BALLROOM	90	300.00	280.00	MOUSES	90	270.00	230.00	MINOS 1	100	X	243.95
PHAEDRA I	40	200.00	170.00								
PHAEDRA II	38	200.00	170.00								
PHAEDRA I & II	78	230.00	200.00								
HERMES	145	280.00	250.00	ARIADNI	170	330.00	265.00	MINOS 2	210		
								PASIPHAE 1	200		
								PASIPHAE 2	150	428.4	X
PLAZA	145	350.00	320.00	ARIADNI-KELARI	225	600.00	530.00	MINOS 1 & 2	310		
								PASIPHAE 1 & 2	370	523.6	X
PARK	90	230.00	200.00								

Ακολουθεί πλάνο των αιθουσών του ξενοδοχείου Galaxy:

