



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙ-  
ΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ ΣΧΟ-  
ΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*“ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ*

*ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ*

—

*Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΩΣ  
ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ”*

Της φοιτήτριας ΣΟΦΙΑΣ ΝΥΦΟΔΩΡΑΚΗ

(ΑΜ 4713)

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Γεώργιος Απλαδάς

Ηράκλειο 2011

Περιεχόμενα.....σελ:1

Περίληψη.....σελ:4

Εισαγωγή.....σελ:5

## **Κεφάλαιο 1**

1.1.	Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού.....σελ:6
1.2.	Ο ορισμός του τουρίστα.....σελ:8
1.3.	Η τουριστική Βιομηχανία στην Ελλάδα:Το έδαφος σαν προιον...σελ:11
1.4.	Τα χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουρισμού.....σελ:13
1.4.1	Ελληνική τουριστική πολιτική.....σελ:15
1.4.2	Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης.....σελ:19
1.4.3	Τουριστικός προορισμός Ελλάδα.....σελ:20
1.4.4	Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών.....σελ:24

## **Κεφάλαιο 2**

2.1.	Ο Συνεδριακός τουρισμός.....σελ:26
2.2.	Το συνέδριο και τα είδη του.....σελ:28
2.2.1.	Διάκριση συνεδρίων.....σελ:28
2.2.2.	Τύποι συνεδρίων.....σελ:29
2.3.	Ορισμοί των κυριότερων μορφών του συνεδριακού τουρισμού....σελ:31
2.3.1.	Οργάνωση και ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων.....σελ:33
2.4.	Εξοπλισμός στα συνέδρια.....σελ:33
2.4.1.	Υποδομές.....σελ:38
2.5.	Εκπαίδευση και εξειδικευμένα στελέχοι(οργανωτές, σύνεδρο- ι).....σελ:42
2.5.1.	Ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων(EFAPCO).....σελ:42
2.6.	Προτεραιότητα ο Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα:τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.....σελ:43

## **Κεφάλαιο 3**

3.1. Γεωγραφικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά.....σελ:46	
3.2. Οικονομική κατάσταση – Φορείς ανάπτυξης.....σελ:48	
3.3. Στοιχεία τουριστικού προϊόντος.....σελ:53	
3.3.1.Στοιχεία συνεδριακού προϊόντος.....σελ:54	
3.4. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα στην διοργάνωση συνεδρίων.....σελ:55	
3.5. Κριτήρια που χρησιμοποιούνται στην επιλογή του Νομού Ηρακλείου.....σελ:57	
3.6. SWOT ANALYSIS.....σελ:58	
3.6.1. Δυνατά σημεία.....σελ:58	
3.6.2. Αδύνατα σημεία.....σελ:60	
3.6.3. Ευκαιρίες.....σελ:63	
3.6.4. Απειλές.....σελ:67	
3.7. Προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου.....σελ.:70	

## **Κεφάλαιο 4**

Έρευνα με ερωτηματολόγιο

Εισαγωγή

4.1.Καθορισμός των ερευνητικών στόχων.....σελ:72	
4.2. Έρευνα με ερωτηματολόγιο.....σελ:72	
4.3. Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου.....σελ:72	
4.4. Περίοδος και διάρκεια του ερωτηματολογίου.....σελ:73	
4.5. Ερευνητικοί Περιορισμοί.....σελ:73	
4.6. Παρουσίαση του ερωτηματολογίου για ξενοδοχεία.....σελ:73	
4.7. Συμπεράσματα.....σελ:97	

## **Παράρτημα 1**

Παρουσίαση του ερωτηματολογίου.....σελ.:101	
---	--

## **Παράρτημα 2**

Παρουσίαση των ξενοδοχειακών μονάδων.....σελ:113	
--	--

## **Παράρτημα 3**

Πίνακας οριοθέτησης εννοιών τουρίστας – τουρισμός .....σελ:129	
--	--

## **Παράρτημα 4**

Πίνακας για την Οργάνωση και τα ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδ-  
ρων.....σελ: 131

## **Βιβλιογραφία**

Ελληνική βιβλιογραφία.....σελ:132

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....σελ:132

Ηλεκτρονική αρθρογραφία .....σελ:133

## 1. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια από τις πιο κερδοφόρες μορφές τουρισμού. Αυτό οφείλεται κυρίως στο κοινωνικοοικονομικό προφίλ των ατόμων που συμμετέχουν στα συνέδρια, δηλαδή άτομα με μεσαίο βιοτικό επίπεδο που είναι συνηθισμένα να απολαμβάνουν μεσαίο επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Η μορφή αυτή σχετίζεται με την οργάνωση συνεδρίων – εκδηλώσεων πολιτιστικών, κοινωνικών, πολιτικών, επιστημονικών και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Είναι μια παρεχόμενη υπηρεσία που μπορεί να προσφέρει τη μέγιστη αξιοποίηση κάθε ξενοδοχειακού χώρου κατά την διάρκεια ολόκληρης της ημερολογιακής χρονιάς, προσφέροντας έτσι ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών μορφών παροχής υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την σωστή προώθηση και οργάνωση όσο και με την ευαισθητοποίηση των φορέων του Νομού Ηρακλείου. Η Ελλάδα διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα για την διεκδίκηση ενός μεγάλου μεριδίου της συνεδριακής αγοράς. Ο συνεδριακός τουρισμός συνδέεται κυρίως με την περιήγηση αξιοθεάτων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων πράγμα που μας ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα.

Υπάρχουν αρκετά συνέδρια τα οποία διεξάγονται στην Ελλάδα και την Κρήτη και το ίδιο συμβαίνει και με το Νομό Ηρακλείου που φιλοξενεί τις ημερίδες και τις συνελεύσεις. Όπως προκύπτει και παρακάτω η Κρήτη γενικά αλλά και ο Νομός Ηρακλείου δεν έχουν προβληθεί επαρκώς ως εκθεσιακός προορισμός. Μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει σωστή οργάνωση και προγραμματισμός για μια καλή προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου. Πραγματοποιήσαμε εμπειρική έρευνα με θέμα το συνεδριακό τουρισμό στο Νομό Ηρακλείου και τις προοπτικές ανάπτυξης του στο μέλλον καλώντας εμπλεκόμενους επαγγελματίες αλλά και φορείς να συμβάλουν καθοριστικά με την συμμετοχή τους στην επιτυχή διεξαγωγή της μελέτης μας. Η έρευνα πραγματοποιείται κυρίως μέσω έντυπων φυλλαδίων και έχει ως στόχο αρχικά την καταγραφή και αξιολόγηση των περιπτώσεων ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου. Τα συμπεράσματα της έρευνας που προκύπτουν από την ανάλυση και επεξεργασία όλων των αποτελεσμάτων είναι τα εξής:

- Έλλειψη χώρων εκδηλώσεων/ αίθουσες φορέων
- Έλλειψη εξυπηρέτησης στους χώρους εστίασης ,ποιότητας προϊόντων, στην καλή ποιότητα υποδομών και στα διαλλείματα συνεδριάσεων
- Έλλειψη υπηρεσιών διερμηνείας, ενημέρωσης, ψυχαγωγίας
- Έλλειψη αμφιθεάτρων
- Έλλειψη κυριότερων μορφών συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου
- Έλλειψη εξοπλισμού στα συνέδρια
- Έλλειψη επιπέδου προβολής

# ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΩΣ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν εδώ και χρόνια. Όπως είναι γνωστό στην Ελλάδα λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει είναι σε θέση με ορθολογικό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέλκυση σημαντικών διεθνών αλλά και εθνικών συνεδρίων με τ' ανάλογα ασφαλώς συναλλαγματικά, τουριστικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, και πολιτικά οφέλη. Υπάρχουν κάποια βέβαια πλεονεκτήματα τα οποία κάνουν την Ελλάδα ελκυστικότερη όσο αφορά άλλες χώρες, αυτά τα πλεονεκτήματα έχουν να κάνουν κυρίως με τις κλιματολογικές συνθήκες και η υψηλή μέση μηνιαία θερμοκρασία σε σχέση με αυτή που επικρατεί σε άλλες χώρες της Ευρώπης, κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μαρτίου – Μαΐου και Σεπτεμβρίου – Νοεμβρίου για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας. Η πολιτιστική κληρονομιά και ειδικότερα η σύνδεση με ιστορικά πρόσωπα και γεγονότα αποτελεί κίνητρο για την οργάνωση συνεδρίων στις περιοχές αυτές, με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στους τόπους αυτούς. Η σημαντική γεωγραφική θέση της Ελλάδας που αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική. Επίσης το γεγονός ότι η Ελλάδα ανήκει στα Βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας που καθιστά την χώρα κέντρο οργάνωσης συνεδρίων ευρωπαϊκών, μεσογειακών, διαβαλκανικών χωρών της Ε.Ο.Κ. Ακόμη, σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί το ειρηνικό κλίμα, εσωτερικό και εξωτερικό το γεγονός ότι όλα αυτά συνυπάρχουν μαζί στην ίδια χώρα αποτελεί σημαντικό κίνητρο για να αναδειχθεί η Ελλάδα σε διεθνές συνεδριακό κέντρο ιδιαίτερης σημασίας.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό που διαθέτει η Ελλάδα για να αναδειχθεί σε διεθνές συνεδριακό κέντρο είναι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συνθέτουν ένα πρότυπο αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης. Οι σημαντικότερες μορφές του είναι ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο φυσιολατρικός και περιπατικός, ο ορειβατικός, ο χειμερινός, ο θαλάσσιος, ο αθλητικός, ο εκπαιδευτικός, ο συνεδριακός, ο τουρισμός υγείας κ.λπ

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## 1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός υπάρχει από την αρχαιότητα. Στην αρχαία Ελλάδα οι διάφορες γιορταστικές εκδηλώσεις, διάφορων πόλεων, οι ολυμπιακοί αγώνες και οι θρησκευτικές πανηγύρεις, αποτελούσαν μια αιτία για τις τουριστικές εξορμήσεις των αρχαίων Ελλήνων. Στην τελευταία περίοδο της ρωμαϊκής δημοκρατικής εποχής και κατά την αυτοκρατορική εποχή, ο τουρισμός ήταν αρκετά διαδομένος κύρια στις ευπορότερες τάξεις.

Η κατάσταση στον Μεσαίωνα άλλαξε. Η καταστροφή του οδικού δικτύου και η ανασφάλεια των ταξιδιών, μετά την πτώση της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, ήταν για πολλούς αιώνες σχεδόν αξεπέραστα εμπόδια για την επανεμφάνιση του φαινομένου, που επέζησε όμως με τη μορφή κύρια της επίσκεψης με θρησκευτικό χαρακτήρα (π.χ. στους Άγιους Τόπους).

Από την Αναγέννηση κι έπειτα εμφανίζεται με σκοπό την ανακάλυψη αρχαιολογικών λειψάνων στην Ευρώπη. Κατά το 18ο αιώνα, η αύξηση του εισοδήματος σε μερικές χώρες (Μ. Βρετανία), η σχετική ασφάλεια στα ταξίδια, η βελτίωση των οδικών δικτύων κι η εμφάνιση μεταφορικών μέσων όλο και περισσότερο άνετων και γρήγορων δημιούργησαν το σύγχρονο τουρισμό που, περιορισμένος αρχικά σε λίγους προνομιούχους, απλώθηκε προοδευτικά και κατά το 19ο αιώνα καθώς και τον 20ο, ώστε να διαδοθεί σ' όλα τα κοινωνικά στρώματα και να γίνει σήμερα μαζικό φαινόμενο. Στην Ελλάδα από το 1929 λειτουργεί ο Ε.Ο.Τ. (ελληνικός οργανισμός τουρισμού) και είναι ημικρατική οργάνωση που έχει ως σκοπό την προσέλκυση ξένων από όλο τον κόσμο στην Ελλάδα. Όμως δεν μπορούμε να πούμε πως σήμερα, ανάλογα με τις προϋποθέσεις της χώρας μας, είναι και η τουριστική της κίνηση. Αυτό συμβαίνει, γιατί εκτός από τα μεγάλα κέντρα, δεν υπάρχουν παντού άνετοι δρόμοι κι ανάλογα ξενοδοχεία. Αποτέλεσμα των προσπαθειών του Ε.Ο.Τ. είναι η τεράστια αύξηση του αριθμού των ξένων τουριστών που επισκέφτηκαν τη χώρα μας μετά την ίδρυση του παραπάνω οργανισμού. Επίσης υπάρχουν πάρα πολλές τοπικές εορτές και πανηγύρια, που είναι χαρακτηριστικές για τον τόπο μας και έχουν μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον. Κάθε τουριστική κίνηση βοηθά τους ανθρώπους να μορφωθούν και να συνδεθούν μεταξύ τους. Επίσης όταν ξένοι κινούνται στην Ελλάδα εισάγεται από το εξωτερικό πολύ συνάλλαγμα κι αυτό μπορεί να καλύψει ως ένα σημείο το έλλειμμα του εμπορικού μας ισοζυγίου. Όσον αφορά τον τουρισμό, είναι σκόπιμο να εξηγηθεί η έννοιά του: «ο Τουρισμός αναφέρεται στις μετακινήσεις προσώπων από τόπο σε τόπο, για επίσκεψη ιστορικών, θρησκευτικών, αρχαιολογικών μνημείων ή και για ψυχαγωγία και ξεκούραση. είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, που δεν έχουν σκοπό την άμεση εργασία». Όμως δεν θεωρούνται τουριστικές οι μετακινήσεις ατόμων για εμπορικούς, εκπαιδευτικούς κλπ. λόγους. Η λέξη τουρισμός είναι πια διεθνής όρος, και από αυτή προέρχεται η λέξη τουρίστας. Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του τουρισμού της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια τον τοποθετεί ήδη σαν μια από τις σημαντικότερες δραστηριότητες της οικονομίας. Δύο

πολύ σημαντικοί φορείς – οργανισμοί που στηρίζουν και έχουν ως άμεσο στόχο την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) και το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ). Γενικά ο τομέας του τουρισμού είναι από εκείνους που στηρίζουν αποτελεσματικά την εθνική οικονομία. Η ισχυρή δυναμική του τομέα αυτού, τον κατέστησε, κύριο μοχλό οικονομικής ανάπτυξης όπως καταγράφεται στο μερίδιό του στο ΑΕΠ. Η επιστημονική προσέγγιση της τουριστικής δραστηριότητας απαιτεί ακριβή και σε βάθος γνώση των μηχανισμών που διέπουν τη λειτουργία του τουριστικού τομέα, σε διεθνές, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, και κατ' επέκταση την οικονομική τους ανάλυση. Οι μηχανισμοί που τον πλαισιώνουν, ιδίως όσον αφορά τον ελληνικό τουρισμό, φαίνεται να είναι ανεπαρκείς και αδυνατούν να ερμηνεύσουν την πραγματική του διάσταση και σημασία στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας.

Ένας τόπος για να έχει προοδευμένο τουρισμό πρέπει να παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

- φυσικές ομορφιές
- αρχαιολογικά μνημεία
- εορτές και πανηγύρεις με κέντρο ήθη κι έθιμα των κατοίκων
- υγιεινό του κλίμα
- ιαματικές του πηγές.
- πρόσβαση σε παραλία

Όλα αυτά μπορούν να γίνουν προσιτά στους τουρίστες κι οι κάτοικοι να εκμεταλλευτούν την υπεροχή του τόπου τους, μόνο όταν υπάρχουν δύο άλλο απαραίτητα στοιχεία:

- η καλή συγκοινωνία και
- η άνετη διαμονή (π.χ. εξοπλισμός σε ξενοδοχεία).
- Σπουδαίο ρόλο παίζει επίσης στην ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης ενός τόπου και η συμπεριφορά των κατοίκων προς τους ξένους. ([www.livepedia.gr/index.php/τουρισμός](http://www.livepedia.gr/index.php/τουρισμός))



## 1.2. Ο ορισμός του τουρίστα

Διάφορες προσεγγίσεις από τον περασμένο αιώνα έως σήμερα προσπάθησαν να "ορίσουν", αλλά ταυτόχρονα και να οριοθετήσουν την έννοια του τουρίστα. Αυτές πραγματοποιήθηκαν είτε από ειδικούς επιστήμονες είτε από διεθνείς οργανισμούς. Μετά τη χρησιμοποίηση του όρου "tourist" το 1800 στην Αγγλία, το Παγκόσμιο Λεξικό του 19ου αιώνα (1876) ορίζει τους τουρίστες ως τα άτομα που ταξιδεύουν από περιέργεια και απραξία, για την ευχαρίστηση του ταξιδεύειν. Ο 20ός αιώνας όμως μετατρέπει, σύμφωνα με την έκφραση του David-Herbert Lawrence(36), την ανθρωπότητα σε "touristy". Πολλοί επιστήμονες επιδίωξαν να ορίσουν την έννοια του τουρίστα και του τουρισμού. Οι σημαντικότεροι απ' αυτούς είναι: Glücksmann (1929), Schwink (1929), De Magistris (1933), Borman, Mariotti (1950), Hunziquer και Krapf (1942) κ.λπ. Μία από τις πιο επιστημονικές προσεγγίσεις του τουρισμού, όπου η τουριστική παραγωγή τείνει να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες, δόθηκε από τους Hunziquer και Krapf το (1942). Σύμφωνα με αυτούς: "Ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και της παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας".

Δύο κύριες έννοιες οριοθετούν "τρόπον τινά" τον πρώτο επιστημονικό ορισμό του τουρισμού, το "κίνητρο" και η "μετακίνηση". Ωστόσο, η δυνατότητα μίας ευρείας ερμηνείας τους οδήγησε στην αποδοχή διαφόρων ορισμών. Στο διεθνές Λεξικό του Τουρισμού, το οποίο εκδόθηκε το 1953 από τη Διεθνή Ακαδημία του Τουρισμού, ορίζεται η συνθετότητα του τουρισμού, καθώς και το ευρύ φάσμα των δυνατοτήτων του. Σύμφωνα μ' αυτό τουρισμός είναι: "Όρος χρησιμοποιούμενος στα ταξίδια αναψυχής. Σύνολο των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων ενεργοποιούμενων προκειμένου να πραγματοποιηθεί το ταξίδι. Βιομηχανία η οποία συμβάλλει στην ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα". Ο C. Kaspar το 1976 υιοθετεί τον επεξεργασμένο ορισμό της A.I.E.S.T. (Association Internationale d' Experts Scientifiques de Tourisme). Σύμφωνα μ' αυτόν ο τουρισμός είναι "το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή των ατόμων, για τα οποία ο τόπος παραμονής δεν είναι ούτε η αρχική και μόνιμη κατοικία ούτε ο συνήθης τόπος εργασίας". Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000), "ελλιπής θεώρηση του ορισμού του τουρισμού και των μεθόδων μέτρησής του (αφίξεις στα σύνορα) εκ μέρους ενός αριθμού κρατών που επιδίωκαν να αναλύσουν το διεθνή τουρισμό και να τον ερμηνεύσουν ως οικονομικό φαινόμενο ώθησαν πολλούς διεθνείς οργανισμούς (Π.Ο.Τ., Ο.Ο.Σ.Α., Ε.Ε.) να εμπλακούν σε μία διαδικασία ομογενοποίησης των στατιστικών του τουρισμού, της επιστημονικής θεώρησής του και της βαθύτερης γνώσης του. Η Κοινωνία των Εθνών και τα Ηνωμένα Έθνη (40) επιδίωξαν στη συνέχεια να προτείνουν όρους και ορισμούς ευρείς και εύχρηστους, προκειμένου να γίνουν αποδεκτοί από τις διάφορες χώρες. Αυτή η αρκετά σύνθετη και επώδυνη προσπάθεια, παρ' όλη την αναμφισβήτητη επιτυχία της, συνεχίζεται μέχρι σήμερα, χωρίς ωστόσο να έχει επιτύχει ακόμα τους αρχικούς στόχους της παγκόσμιας εναρμόνισης των ορισμών και των στατιστικών". Η χρονολογική παρουσίαση των σταδίων που διανύθηκαν παρατίθενται παρακάτω: Το 1937 η επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών προτείνει στα κράτη-μέλη της να υιοθετήσουν τον ακόλουθο ορισμό του τουρίστα: "4ς τουρίστας ορίζεται κάθε άτομο

σε μετακίνηση, διάρκειας τουλάχιστον είκοσι τεσσάρων ωρών, εκτός του τόπου στον οποίο βρίσκεται η κύρια κατοικία του". Κατ' αυτό τον τρόπο θεωρεί τουρίστες:

- Τα άτομα που πραγματοποιούν ένα ταξίδι αναψυχής ή ταξιδεύουν για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας κ.λπ.
- Τα άτομα τα οποία συμμετέχουν σε συνέδρια ή αποστολές (επιστημονικές, διοικητικές, διπλωματικές, θρησκευτικές κ.λπ.).
- Τα άτομα που πραγματοποιούν επαγγελματικά ταξίδια.
- Τα άτομα που συμμετέχουν σε θαλάσσιες κρουαζιέρες, ακόμα και αν η διάρκεια παραμονής τους είναι μικρότερη των είκοσι τεσσάρων ωρών. Το 1953 η επιτροπή των στατιστικολόγων των Ηνωμένων Εθνών ορίζει ως τουρίστα "τον μη κάτοικο, που έχει την πρόθεση να παραμείνει εντός της χώρας ένα έτος το πολύ, χωρίς να εξασκήσει αμειβόμενο επάγγελμα". Το 1954 η Σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με τις τελωνειακές ρυθμίσεις προς όφελος των τουριστικών μετακινήσεων, ορίζει ως τουρίστα "κάθε άτομο το οποίο διαμένει από είκοσι τέσσερις ώρες μέχρι έξι μήνες σε μία ξένη χώρα και του οποίου το κίνητρο του ταξιδιού χαρακτηρίζεται "νόμιμο" και είναι διαφορετικό της μετανάστευσης". Το 1957 η Διεθνής Ένωση των Επισήμων Οργανισμών Τουρισμού (U.I.O.O.T.) επαναφέρει τον ορισμό του τουρίστα που είχε επεξεργαστεί η επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών το 1937 με μερικές τροποποιήσεις: "Οι ξένοι φοιτητές θεωρούνται τουρίστες, ενώ οι ταξιδιώτες σε transit με χρόνο παραμονής μικρότερο των είκοσι τεσσάρων ωρών καθώς και οι εκδρομείς δε θεωρούνται". Το 1963 η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια, η οποία πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη από τις 21 Αυγούστου έως τις 5 Σεπτέμβρη, ορίζει ως επισκέπτη "κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μία άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβόμενου επαγγέλματος". Ο ορισμός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών, τους τουρίστες και τους εκδρομείς, οι οποίοι ορίζονται με τον ακόλουθο τρόπο:

• **Τουρίστες** είναι οι προσωρινοί επισκέπτες, οι οποίοι παραμένουν τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα και των οποίων τα κίνητρα είναι:

- (α) Αναψυχή, θρησκεία, σπορ, σπουδές, υγεία κ.λπ.
- (β) Επαγγελματικά ταξίδια, αποστολές, οικογένεια κ.λπ.

• **Εκδρομείς** χαρακτηρίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες των οποίων η παραμονή δεν υπερβαίνει τις είκοσι τέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα.

Το 1967 η ομάδα των στατιστικολόγων του διεθνούς τουρισμού της Επιτροπής Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών διακηρύσσει σε όλες τις χώρες-μέλη τη χρήση του ορισμού του "επισκέπτη" όπως αυτός είχε οριστεί τέσσερα έτη πριν στη Συνδιάσκεψη της Ρώμης. Κατ' αυτό τον τρόπο η επιτροπή τουρισμού του Ο.Ο.Σ.Α. θα αποφασίσει την υιοθέτηση του συγκεκριμένου ορισμού από το 1970, εφόσον ο U.I.O.O.T. τον είχε υιοθετήσει από το 1968. Το 1971 η C.N.U.C.E.D., σε συνεργασία με το γραφείο στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών και τον U.I.O.O.T., επεξεργάζεται μία σειρά "κατευθυντήριων γραμμών για την παρουσίαση των στατιστικών του τουρισμού", που είχε ήδη προετοιμάσει και εκδώσει με τη μορφή εγχειριδίου το 1968 ο U.I.O.O.T. Οι ακριβέστεροι και πλέον επεξεργασμένοι ορισμοί του τουρισμού, οι οποίοι αντανακλούν τον πολυσύνθετο και ταυτόχρονα ευρύ του χαρακτήρα, ο οποίος καλύπτει μία πληθώρα δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον ελεύθερο

χρόνο, την αναψυχή, την οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό κ.λπ., είναι εκείνος του U.I.O.O.T. (1957) και των Ηνωμένων Εθνών (1963). Η ίδια φιλοσοφία των προηγούμενων ορισμών διέπει και σήμερα τον ορισμό που αποδέχεται και συνιστά ο Π.Ο.Τ., ο οποίος υιοθετήθηκε από την Επιτροπή Στατιστικών Στοιχείων των Ηνωμένων Εθνών το Μάρτιο του 1993. Σύμφωνα μ' αυτόν, ως τουρίστας ορίζεται κάθε άτομο το οποίο ταξιδεύει σε μία χώρα εκτός εκείνης της μόνιμης διαμονής του, για χρονική περίοδο διάρκειας είκοσι τεσσάρων ωρών το ελάχιστο και ενός έτους το μέγιστο και ο σκοπός επίσκεψης του οποίου δεν έχει σχέση με την άσκηση οιασδήποτε αμειβόμενου δραστηριότητας στη χώρα επίσκεψης. Αυτός ο ορισμός περιλαμβάνει τα άτομα που ταξιδεύουν για αναψυχή, επισκέψεις φίλων και συγγενών, για επαγγελματικούς, θρησκευτικούς και άλλους λόγους.

(Βαρβαρέσος, 2000).\_\_ (<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/papoutsakikl/eio/attached-document-1268897887-978035-12135/papoutsaki2010.pdf>)

Όμως με τον νεώτερο και τελευταίο ορισμό του WTO (2005) όπου : “Τουρίστας είναι οποιοδήποτε άτομο που πραγματοποιεί μια μετακίνηση πέραν του συνήθους περιβάλλοντος του, για λιγότερο από ένα χρόνο.” ([www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org) 2005), καθορίζεται μόνο ο μέγιστος χρόνος παραμονής και δεν διευκρινίζεται ο ελάχιστος χρόνος παραμονής, με αποτέλεσμα Τουρίστας να χαρακτηρίζεται ο οποιοσδήποτε μετακινηθεί από τον τόπο διαμονής του για μη επαγγελματικούς λόγους, χωρίς όμως να χρειάζεται να διανυκτερεύσει στον τόπο προορισμού ([www.mtadigest.com.mt](http://www.mtadigest.com.mt), 2006). Δηλ. ο οποιοσδήποτε μετακινηθεί από τον τόπο διαμονής του για ορισμένες ώρες (π.χ. για μια ημερήσια εκδρομή) θεωρείται με τον τελευταίο ορισμό τουρίστας.

### 1.3. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΤΟ ΕΛΑΦΟΣ ΣΑΝ ΠΡΟΙΟΝ

Θεωρητική ανάλυση του Τουρισμού στην καπιταλιστική ανάπτυξη. Παραγωγική ή όχι. Ο ρόλος της Ελλάδας στην Μεσόγειο. Ο τουρισμός σήμερα είναι βιομηχανία, παραγωγή ενός προϊόντος κατανάλωσης της μάζας, που προσπαθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη του εργαζομένου για διασκέδαση στον ελεύθερο χρόνο του. Η τουριστική βιομηχανία έχει επέλθει πάνω στο έδαφος που το μετασχημάτισε σε εμπόρευμα και προκάλεσε φαινόμενα με χαρακτήρα οικονομικοκοινωνικό. Τα οικονομικά φαινόμενα φαίνονται στην αύξηση της τιμής της γης, εκεί που εμφανίζονται τουριστικά ενδιαφέροντα. Έτσι γίνεται το καλό εμπόρευμα γιατί προσφέρει μεγαλύτερο εισόδημα όταν χρησιμοποιείται για τουριστικές εγκαταστάσεις, παράδειγμα η παραλία από το Φάληρο μέχρι το Σούνιο. Οι επιδράσεις κοινωνικού χαρακτήρα φαίνονται στην αλλαγή της απασχόλησης των κατοίκων διαφόρων περιοχών, από την απασχόληση στην γεωργία, κτηνοτροφία και αλιεία πέρασαν στην απασχόληση με τον τουρισμό. Οι αιτίες που συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου έχουν χαρακτήρα υποκειμενικό, όπως η ανάγκη του ανθρώπου για αλλαγή περιβάλλοντος, η επιθυμία του να γνωρίσει διαφορετικούς τρόπους ζωής, καινούργιους ανθρώπους, την ιστορία και τις συνήθειες άλλων λαών, ενώ οι αντικειμενικές αιτίες είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η καλύτερευση των συγκοινωνιών, η καλύτερευση των αποδοχών και το δικαίωμα ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων, η απλοποίηση των τυπικών διαδικασιών για τους τουρίστες, διάφορες διευκολύνσεις στις πληρωμές, η αύξηση του πληθυσμού, η αύξηση του μέσου όρου ζωής και η αλλαγή νοοτροπίας. Η πρώτη χώρα στη Μεσόγειο, που δέχτηκε το τουριστικό φαινόμενο είναι η Ιταλία αργότερα εμφανίστηκαν η Ισπανία, η Γιουγκοσλαβία, η Ελλάδα και αργότερα ακόμα η Τυνησία και το Μαρόκο. Η Ελλάδα αρχίζει να δέχεται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα από το 1950, όμως δεν είναι μια καινούργια χώρα για τον τουρισμό, γιατί εκτός από τον ήλιο και την θάλασσα προσφέρει τον πολιτισμό και την ιστορία της. Η Ρόδος και η Κέρκυρα εξωπλισμένες από την Ιταλική κατοχή δέχτηκαν τα πρώτα ρεύματα και ακολούθησαν άλλες περιοχές της χώρας ιστορικού ενδιαφέροντος. Η Ελλάδα προσφέρει πλούσιο παραλιακό τουρισμό και είναι σημαντικό το ότι ακόμα και σήμερα υπάρχουν ζώνες που δεν τις έχει αγγίξει ο τουρισμός της μάζας, όπως η Δ. Πελοπόννησος η Νότια Κρήτη και τα νησιά κοντά στην Τουρκία. Ιστορική εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας. Από τον εσωτερικό τουρισμό σε όλη τη χώρα του 1900 στον παραλιακό της μεταπολεμικής περιόδου. Από τα αρχαία χρόνια υπάρχει ο ομαδικός τουρισμός στην Ελλάδα με αφορμή τις γιορτές και τα προσκυνήματα. Οι πρώτες οργανωμένες εκδρομές αρχίζουν το 1900 όμως οι δύο πόλεμοι εξαφάνισαν αυτές τις διοργανώσεις. Το 1950 η Ελλάδα τελείως εξαντλημένη από τους πολέμους βρίσκεται χωρίς πρόγραμμα, η βιομηχανοποίηση απαιτεί χρόνο και έτσι ο τουρισμός δίνει γρήγορες λύσεις στο οικονομικό πρόβλημα της χώρας που διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις όπως το καλό κλίμα, τις φυσικές καλλονές, την τέχνη και την ιστορία. Από το 1950 με την βοήθεια του κράτους αρχίζει η τουριστική ανάπτυξη, κατασκευάζονται δρόμοι καλύτερευουν οι επικοινωνίες και αρχίζουν οι δανειοδοτήσεις για την κατασκευή ξενοδοχείων, BANGALOUS, MOTELS, CAMPINGS και ιδρύονται σχολές τουριστικών επαγγελματιών, διοργανώνονται κρουαζιέρες στα νησιά, φεστιβάλ και αρχίζει η

παραγωγή έργων Λαϊκής Τέχνης. Από το 1953 αρχίζει μια συνεχής αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα που σταθεροποιείται από το 1965 και μετά. Το 1963 αναπτύσσεται και ο εσωτερικός τουρισμός που βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη. Ο εξωτερικός τουρισμός εξαρτάται από την νοοτροπία και τις συνήθειες των τουριστών, αν κάθε περιοχή προσπαθεί να προσαρμοσθεί στην ζήτηση, για να προσφέρει τις κατάλληλες συνθήκες στους τουρίστες που δέχεται. Η ανάπτυξη του παραλλιακού τουρισμού παίρνει μεγάλες διαστάσεις και αρχίζει η χώρα να αξιοποιεί με κατάλληλες εγκαταστάσεις τις παραλίες της τις οποίες εκμεταλλεύονται. Τύποι των τουριστικών επιχειρήσεων και λειτουργίες των. Η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας σε δύο στοιχεία: στις μεγάλες επιχειρήσεις και τους **TOURS OPERATORS**. Υπάρχουν 4 τύποι επιχειρήσεων α. *Οι πολυεθνικές β. Οι μεγάλες εθνικές τουριστικές επιχειρήσεις. Οι μικρές επιχειρήσεις και δ. Μικρές οικογενειακού επιπέδου επιχειρήσεις*. Όσον αφορά τα Ελληνικά πρακτορεία ταξιδιών και δεν είναι τίποτε άλλο από αντιπρόσωποι των μεγάλων διεθνών πρακτορείων και χαρακτηρίζονται από την διαίρεση σε πολλά μικρά πρακτορεία που αντιμετωπίζουν μεγάλο συναγωνισμό και έλλειψη συνεργασίας **Οι TOURS OPERATORS** είναι επιχειρήσεις με συγκεντρωμένα κεφάλαια, παρουσιάζονται στην Ευρώπη το 1960 και δημιουργούν μονοπώλια που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού εμπορίου. Η κρατική πολιτική στις εγκαταστάσεις και στα δάνεια. Το κράτος ελέγχει άμεσα τις κρατικές και δημόσιες επενδύσεις, έμμεσα δε τις ιδιωτικές επενδύσεις. Η πολιτική στον τουριστικό τομέα έχει εξακολουθήσει την αρχή της συγκέντρωσης της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών. Οι δημόσιες κρατικές επενδύσεις προορίζονται για την κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων, συνήθως στα ήδη αναπτυγμένα τουριστικά κέντρα. Από το 1960 γίνεται μια προσπάθεια προγραμματισμού για την εξάπλωση του τουρισμού σε όλη την χώρα με βασικό στόχο την περιφερειακή ανάπτυξη.

#### **Το εργατικό δυναμικό**

Το μεγαλύτερο μέρος του εργατικού δυναμικού που απασχολείται με τον τουρισμό απορροφάται από τα ξενοδοχεία. Το τουριστικό φαινόμενο είναι εποχιακό, δεν προσφέρει σιγουριά στον εργαζόμενο και λύνει μόνον ένα μικρό ποσοστό του προβλήματος της ανεργίας και της μετανάστευσης. Οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις χωρίζονται σε 2 κατηγορίες στους μόνιμους και σε εκείνους που εργάζονται κατά την περίοδο του καλοκαιριού. Τα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι κατοχυρωμένα και οι επιχειρηματίες προτιμούν το ανειδίκευτο προσωπικό για λόγους καθαρά οικονομικούς, ενώ παράλληλα προσπαθούν να το περιορίσουν σε αριθμό όσο το δυνατόν περισσότερο. Διάρθρωση των τουριστικών πόλεων και παραλιακά μοντέλλα. Στα μεγάλα αστικά κέντρα, με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, παρατηρήθηκε η αύξηση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων Α' κατηγορίας που κτίστηκαν χωρίς σχεδόν κανένα αρχιτεκτονικό ή πολεοδομικό περιορισμό, προκάλεσαν δε γρήγορη ανάπτυξη της γύρω περιοχής τους και αύξηση τιμών των οικοπέδων. Άλλο φαινόμενο που παρουσιάστηκε είναι τα τουριστικά χωριά. Ακόμα σε περιοχές με μικρή τουριστική κίνηση οι επιχειρήσεις οικογενειακού επιπέδου εξαπλώνονται ταχύτατα τόσο οριζόντια όσο και κάθετα. **Συμπεράσματα** : Η φύση του τουριστικού φαινομένου δεν επιτρέπει ώστε τούτο να γίνει το κλειδί για την καλύτερευση της οικονομικοκοινωνικής κατάστασης ενός κράτους. Δεν μπορεί όμως κανείς να αμφισβητήσει ότι με κατάλληλο προγραμματισμό θα μπορούσε να προσφέρει πάρα πολύ μεγάλα οφέλη και να εξαφανισθούν οι αρνητικές πλευρές του.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα χρησιμοποιήθηκε, σαν την πιο εύκολη και γρήγορη λύση στα οικονομικά προβλήματα, από τους ιδιώτες και από το κράτος.

Έλενα Καρακουλέκα(<http://www.akx.gr/12-04.asp>)

## **1.4. Τα Χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού**

Ο τουρισμός (ειδικά μετά το 1970), είναι από τους πιο βασικούς και δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, τόσο στο επίπεδο της απασχόλησης, όσο και στη διαμόρφωση του εισοδήματος (Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π. 1999: 21), και παράλληλα παρουσιάζει στο διεθνές περιβάλλον δυναμική πορεία ανάπτυξης στην τρέχουσα δεκαετία (W.T.O 1992: 176-177 , W.T.O.1993: 3 - 8) . Ο τουρισμός (ειδικά για την Ελλάδα) είναι κλάδος της οικονομίας με καθοριστική σημασία. Η συμμετοχή του τουρισμού στην διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (Α.Ε.Π.) ξεπερνά το 7%, ενώ απασχολεί περίπου 500.000 άτομα και βάση εκτιμήσεων κατά την περίοδο τουριστικής αιχμής, οι άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας ανέρχονται μέχρι και τις 800.000. Η συμβολή του κλάδου στην διαμόρφωση των δεικτών απασχόλησης και ανεργίας σε ορισμένες περιοχές της χώρας, είναι ενδεικτική. Εκτιμάται ότι π.χ. στα Ιόνια νησιά το ποσοστό ανεργίας τον Ιανουάριο ανέρχεται σε 30,1%, ενώ τον Αύγουστο μειώνεται σε 13,7%, στα νησιά του Αιγαίου τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 35,3% και 9,1%, ενώ στην Κρήτη είναι 20,5% και 6,1% αντίστοιχα. Η εξέλιξη όλων αυτών των μεγεθών δείχνει, ότι πέρα από την εσωτερική διαφοροποίηση του τουριστικού ρεύματος στην Ευρώπη, διαμορφώνεται και ένας ανταγωνισμός από τρίτες χώρες ή άλλους μακρινούς προορισμούς, που διεκδικούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο του παγκόσμιου τουρισμού, με τιμές ιδιαίτερα ανταγωνιστικές. (Υπουργείο Ανάπτυξης 1998: 1-2) . Μια δεύτερη εκτίμηση αρκετά σημαντική που αφορά στο τουριστικό προϊόν είναι αυτή του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, το 2003, και υποστηρίζει ότι το μερίδιο του «τουριστικού τομέα» στο ελληνικό Α.Ε.Π. θα ανέλθει στο 4,5%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης θα ανέλθει στο 5% (205.000 θέσεις εργασίας). Με ευρύτερη προσέγγιση, τα στοιχεία προέρχονται από τον ίδιο οργανισμό, η πραγματική επίδραση του τουρισμού στο σύνολο της οικονομίας και της κοινωνίας θα είναι μεγαλύτερη. Συγκεκριμένα, το 2003, η πραγματική επίδραση της τουριστικής οικονομίας στο ελληνικό Α.Ε.Π. θα ανέλθει στο 14,6%, ενώ το μερίδιο της συνολικής απασχόλησης θα ανέλθει στο 16,8% (687.000 θέσεις απασχόλησης). Σύμφωνα δε με νεώτερα αλλά προκαταρκτικά στοιχεία μελέτης του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού, ο ελληνικός τουρισμός έχει σημαντική συνεισφορά στην εθνική οικονομία και οι επενδύσεις στον τομέα αυτό αναμένεται να ανέλθουν το έτος 2006 στα 5,7 δισ. Ευρώ και να παρουσιάσουν άνοδο έως το έτος 2016 με ρυθμό 5,4% το χρόνο (περ. Τουρισμός & Ανάπτυξη:6-7). Για το έτος 2006 το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού εκτιμά ότι στην Ελλάδα θα απασχολούνται και δραστηριότητες σχετικά με τον κλάδο 698.700 άτομα, αριθμός που αντιστοιχεί στο 15,9% της απασχόλησης, ενώ αναμένεται να καταγραφεί ετήσια αύξηση 1,5% για την επόμενη δεκαετία. Όσο για τις εισπράξεις από τον τουρισμό αυτές εκτιμώνται στα 28,6 δισ. Ευρώ (15,1% του ΑΕΠ) και οι οποίες θα αυξάνουν κατ' εκτίμηση κάθε χρόνο και για τα επόμενα 10 χρόνια κατά 5,4% (περ. Τουρισμός & Ανάπτυξη:6-7).

<u>ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ</u> <u>ΣΤΟ ΑΕΠ Άμεση</u>	Έμμεση	
Συμβολή στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν	4,5%	14,6%
Συμβολή στην απασχόληση	5,0%	16,8%
Συμβολή στις επενδύσεις	22,5%	

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Πηγή: WTTC, The 2003 Travel and Tourism Economic research: Greece. (υπολογισμοί για το 2003)

Βάση λοιπόν των ανωτέρω στοιχείων, η αναπτυσσόμενη τουριστική μας οικονομία δημιουργεί, άμεσα αλλά κυρίως έμμεσα, νέες θέσεις εργασίας βοηθώντας έτσι την συνολική οικονομία (Υπουργείο Ανάπτυξης 2003: 11-12 και Παυλόπουλος Π. 1999: 28-30) :

- Αυξάνει άμεσα την απασχόληση στις επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού (αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, κ.λ.π.).
- Αυξάνει έμμεσα την απασχόληση στους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω κλάδους, όπως είναι η γεωργία, μεταποίηση, επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, κ.ά.).
- Αυξάνει έμμεσα την απασχόληση στο δημόσιο τομέα στους τομείς που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες.

Στις δε νησιωτικές και παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης, συμβάλλοντας στη συγκράτηση του πληθυσμού, αλλά και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων που δρουν συμπληρωματικά με τον τουρισμό και γενικότερα στην ενδογενή περιφερειακή ανάπτυξη. (Υπουργείο Ανάπτυξης 2003: 11-12 και Παυλόπουλος Π. 1999: 28-30) .Με βάση τα χαρακτηριστικά και δεδομένα της τουριστικής αγοράς στην χώρα μας, διαγράφονται νέες τάσεις που ωθούν στην αναγκαιότητα προσφοράς ειδικών - νέων τουριστικών προϊόντων στον καταναλωτή. Οι νέες παρεχόμενες τουριστικές μορφές βελτιώνουν το σημερινό πακέτο προϊόντο και συγχρόνως λειτουργούν παράλληλα και προσθετικά στην προσέλκυση τουριστών ή στην επιμήκυνση της περιόδου διακοπών των ήδη υφιστάμενων τουριστών μας. Και στην μία και στην άλλη μορφή, η ωφέλεια στα τουριστικά μεγέθη είναι προφανής (αύξηση διανυκτερεύσεων, αύξηση τουριστικής καταναλωτικής δαπάνης, κ.λ.π.).

Οι ειδικές μορφές τουρισμού που έχουν αρχίσει και αναπτύσσονται στην χώρα μας, ενδεικτικά είναι :

- Αγροτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός

- Ιαματικός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός

Οι διάφορες ειδικές μορφές, καλούνται να δώσουν απάντηση στις νέες τουριστικές ανάγκες, μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο, όπου ο τουρισμός περικλείει ένα πολύπλοκο σύστημα, με συνδυασμό πολλών διαφορετικών δραστηριοτήτων. Επηρεάζει και επηρεάζεται από αισθητικές τάσεις, πολιτιστικές αξίες, περιβαλλοντολογικές παραμέτρους, οικονομικές μεταβλητές, διεθνείς επικοινωνίες. Ο τουρισμός είναι ταυτόχρονα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. (Ηλιόπουλος Σ 1990: 136) & (Προκάκη Χαρίκλεια – Σοφία πτυχιακή ‘Συνεδριακος τουρισμός στην Κέρκυρα)

### **1.4.1 Ελληνική τουριστική πολιτική**

Η Ελληνική τουριστική πολιτική μεταπολεμικά κινήθηκε κυρίως σε δύο άξονες:

1. Την συνεχή αύξηση του τουριστικού συναλλάγματος για να καλύπτονται τα ελλείμματα του εμπορικού ισοζυγίου της Χώρας μας. Η επιδίωξη αυτού του στόχου ήταν και είναι ολοένα και πιο κρίσιμη τις τελευταίες δεκαετίες που παρατηρείται μείωση του μεταναστευτικού και ναυτιλιακού συναλλάγματος.
2. Την - μέσα από τον τουρισμό - άσκηση μιας ευρύτερης πολιτικής περιφερειακής ανάπτυξης στην ύπαιθρο που απέβλεπε στην ανακοπή του ρεύματος της μετανάστευσης και στην τοπική οικονομική ανάπτυξη (Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π. 1999: 27 - 28).

Το τουριστικό προϊόν συμμετέχει σήμερα στο εθνικό Α.Ε.Π. κατά το ποσοστό το οποίο αγγίζει το 20 %, ενώ το 1960 η συμμετοχή του ήταν μόλις της τάξης του 3 %. Κατά την τελευταία 40ετία η συνεισφορά του τουρισμού στην αύξηση του Α.Ε.Π. ήταν της τάξης του 21,6 % έναντι 15,4 % του βιομηχανικού τομέα. Οι αριθμοί αυτοί καταδεικνύουν τον πρωταγωνιστικό ρόλο του τουριστικού τομέα στην αναπτυξιακή τροχιά της ελληνικής οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα, το αποκτώμενο ετησίως τουριστικό συνάλλαγμα εκτιμάται ότι είναι της τάξεως των 9 δις δολαρίων, ενώ η συμπεριφορά της τουριστικής οικονομίας στο Α.Ε.Π. ανέρχεται σε ποσοστό 18-20 %. Επίσης, η βελτίωση της κατανομής του περιφερειακού εισοδήματος κατά την τελευταία 30ετία οφείλεται κυρίως στην τουριστική δραστηριότητα. Ο τουρισμός είναι ο μοχλός ανάπτυξης της Ελλάδας. Ο τομέας των υπηρεσιών στον τουρισμό είναι εκείνος ο τομέας που δημιούργησε και που θα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Στην χώρα μας ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 6 % της συνολικής απασχόλησης. Κατά την περίοδο 1981-1997 η αύξηση της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία ήταν 87,5 % (έναντι της αύξησης της συνολικής απασχόλησης κατά 9,2 %). Στην



πραγματικότητα, όμως, ο τουρισμός συμβάλλει πολύ περισσότερο, αφού μεγάλος αριθμός άλλων τομέων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό, όπως οι μεταφορές, οι υποδομές, η γεωργία, η κατασκευαστική βιομηχανία, η προστασία και ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς (Παυλόπουλος Π. 1999: 45 - 49). Η ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ανταγωνιστικότητά του, γεγονός το οποίο απαιτεί τεχνοκρατικό μακροχρόνιο προγραμματισμό, με εστίαση σε βασικούς άξονες όπως: η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, η διαφοροποίησή τους, η μοναδικότητά τους, κ.λ.π.

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από την δεκαετία του 70 σαν χώρα με μαζικό τουρισμό και χαμηλή μεσαία ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών, γεγονός που άμεσα και αντίστοιχα επηρεάζει και το προφίλ των τουριστών που προσελκύει. (Προκάκη Χρικλεια – Σοφία `` Συνεδριακος τουρισμός στην Κέρκυρα) .Σύμφωνα δε και με το Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού για τα επόμενα χρόνια έως το 2010 (ΣΕΤΕ 2003), τα βασικά χαρακτηριστικά:

### 1. Η βασική σύνθεση των πλεονεκτημάτων της Χώρας παραμένει η

ίδια. Η μεγάλη μάζα των επισκεπτών που στηρίζει τον τουρισμό έρχεται στην Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων, διακινείται δηλαδή για παραθερισμό σε παραλιακές περιοχές και νησιά και μάλιστα διακινείται οργανωμένα - **προϊόν: «Ήλιος + Θάλασσα»**. Η ζήτηση αυτή κυριαρχεί, ενώ μικρά μόνο έως μηδαμινά τμήματα ζήτησης διακινούν οι νέες ή ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

• **Συνέπεια:** Στην εξυπηρέτηση αυτής της ζήτησης είναι στραμμένο το μεγαλύτερο τμήμα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς (κορμός της τουριστικής οικονομίας). Υπάρχει κίνδυνος εύκολης υποκατάστασης από άλλες χώρες.

2. Σταδιακή μετάβαση από την κυρίαρχη αυτή μορφή (χαμηλής σχετικά για τη Χώρα απόδοσης) σε ζήτηση παραθεριστικού τουρισμού υψηλότερου επιπέδου ή και σε ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

• **Συνέπεια:** απειλή επικράτησης ανταγωνιστικών (γειτονικών) προορισμών. Η διαρκής βελτίωση της ποιότητας που είναι όμως σε περιορισμένο βαθμό εφικτή και απαιτεί μακροχρόνια προσπάθεια και πόρους.

### 3. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.

• **Συνέπεια:** περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού

### 4. Σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών. Εξάρτηση από την Ευρώπη.

• **Συνέπεια:** Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος.

### 5. Αυξανόμενη συμμετοχή του εσωτερικού τουρισμού.

- **Συνέπεια:** Δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του τομέα και χρονικής κατανομής της ζήτησης.

### 6. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.

- **Συνέπεια:** Άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και ανωδομών.

### 7. Ολιγοπωνιακή διάθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους tour-operators.

- **Συνέπεια:** Ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές.

### 8. Ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα:

- - Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας
- - Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση
- **Συνέπεια:** Αδυναμία διαπραγματεύσεως με τους ισχυρούς tour-operators.

### 9. Μικρό μέγεθος των μη - ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

- **Συνέπεια:** Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

### 10. Μικρό μέγεθος των μη - ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

- **Συνέπεια:** Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

**11. Νέα κατάσταση:** Μετά το κτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, την οικονομική κρίση στην Ιαπωνία, τις λατινικές χώρες, τη σχετική οικονομική κρίση στη Γερμανία, αλλαγή κλίματος και διάθεσης για τουρισμό από ξένους επισκέπτες.

- **Συνέπεια:** Τόνωση προβολής - Αναζήτηση νέων αγορών. (Υπουργείο Ανάπτυξης 2003: 9-11 και [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)/Τουριστική Πολιτική 2002-2006) .Κατά συνέπεια για να παραμείνει το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας ανταγωνιστικό, απαιτείται η υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης και ευέλικτης πολιτικής που να έχει ως στόχο:

α) τον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ,

β) την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ,

γ) την δημιουργία ειδικευμένων και σταθερών θέσεων απασχόλησης ,

δ) την προσέλκυση επενδυτικών προγραμμάτων ανάπτυξης και

ε) τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής υποδομής.

Σε ομιλία του στον ΣΕΤΕ, στην κλειστή συνεδρίαση του Συνδέσμου (Μάιο 2006 – [www.in.gr/news/](http://www.in.gr/news/)), ο ίδιος ο πρωθυπουργός, κ. Κώστας Καραμανλής παρατήρησε ότι με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση τουριστών υψηλού επιπέδου, προωθούνται παρεμβάσεις που αφορούν την αναβάθμιση της διοικητικής υποστήριξης για την τουριστική ανάπτυξη σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, τη σύσταση μηχανισμών ελέγχου και παρακολούθησης της τουριστικής αγοράς, αλλά και τη βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού που εμπλέκεται με τα τουριστικά πράγματα. Βασικές προτεραιότητες της κυβέρνησης είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, η προβολή του τουρισμού με σύγχρονο μάρκετινγκ, ο επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος σε κάθε αναπτυξιακό θύλακα, αλλά και ο εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος με νέες μορφές τουρισμού. Στον άξονα των επενδύσεων, ο πρωθυπουργός ανέφερε ότι στον τομέα του τουρισμού ήδη έχουν υποβληθεί περίπου 480 επενδυτικά σχέδια και έχουν εγκριθεί περισσότερα από τα μισά με προϋπολογισμό που ξεπερνά τα 560 εκατ. ευρώ. Ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ, κ. Στ. Ανδρεάδης επισήμανε δε, την απουσία στατιστικής παρακολούθησης και ενημέρωσης για την ελληνική τουριστική οικονομία, τονίζοντας την ανάγκη δημιουργίας «δορυφόρου λογαριασμού τουρισμού». Ως πρώτη προτεραιότητα έθεσε την εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού, που θα καλύπτει τόσο την πολιτική ζήτησης όσο και την πολιτική προσφοράς. Θα αναφέρεται στις αναγκαίες συνεργασίες με άλλα υπουργεία, με τον ευρύτερο δημόσιο τομέα και με τον ιδιωτικό τομέα. Το στρατηγικό σχέδιο, εκτός από σαφείς κατευθύνσεις, πρέπει να έχει και μετρήσιμους στόχους, σημείωσε χαρακτηριστικά (Μάιος 2006 - [www.in.gr/news/](http://www.in.gr/news/)). Η Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης επισήμανε, ότι προωθείται η διαμόρφωση ενός σύγχρονου νομικού και θεσμικού πλαισίου με λιγότερη γραφειοκρατία και απλοποιημένες διαδικασίες. Στον τομέα των τουριστικών επενδύσεων, επισήμανε ότι το υπουργείο επιταχύνει την υλοποίηση επενδύσεων που εντάσσονται στο Γ' ΚΠΣ και τον αναπτυξιακό νόμο και εκπονείται ένα σύγχρονο επιχειρησιακό πρόγραμμα, ώστε ο τουρισμός να έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στα επενδυτικά κεφάλαια του Δ' ΚΠΣ. Παράλληλα, τονίστηκε ότι «κλειδιά» για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι η δημιουργία νέων υποδομών, η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών με έμφαση στην σχέση κόστους – ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και η ενίσχυση της προβολής του τουρισμού στην εγχώρια και διεθνή αγορά(Μάιος 2006 – [www.in.gr/news](http://www.in.gr/news) & [www.gnto.gr/τουριστική](http://www.gnto.gr/τουριστική) πολιτική 2002,2006).

### 1.4.2. Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης

Μεταπολεμικά διαμορφώθηκαν στον ελλαδικό χώρο τα εξής πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης:

#### 1. Πρότυπο Οργανωμένου Μαζικού Τουρισμού Διακοπών

Αυτό το πρότυπο διακοπών παρουσιάζει αλματώδη αύξηση μετά το 1970 και συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη πολλών περιοχών και κρατών παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, η οποία κατατάσσεται στις τουριστικές χώρες με μαζικό τουρισμό αλλά χαμηλή ή μεσαία ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών. Η οργάνωση, η ασφάλεια, η προσιτή τιμή αυτών των ταξιδιών (κυρίως διακοπών) επέτρεψαν σε πολύ περισσότερο κόσμο να ταξιδέψει, αλλά παράλληλα δημιούργησαν και ένα πρότυπο τουρισμού που θεωρείται υπεύθυνο για πολλές από τις προβληματικές επιπτώσεις στην κοινωνική δομή των περιοχών υποδοχής τουριστών. (Τσάρτας Π. 1999: 5), και που κατά τον Αποστολόπουλο Ε. (1990: 17 - 21) ήδη από την δεκαετία του `70 εμφανίζονται τα πρώτα περιβαλλοντικά προβλήματα καθώς κατά κανόνα δεν υπήρξε παράλληλη ανάπτυξη της μαζικής τουριστικής υποδομής και των τεχνικών δικτύων υποδομής .

#### 2. Πρότυπο Αστικού Τουρισμού και Τουρισμού Υπαίθρου

Το πρότυπο αυτό είναι ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο και διακρίνεται σε δύο μορφές τουρισμού:

**α )τουρισμό, δηλ. τον τουρισμό πόλεως** , που οι λόγοι ζήτησης για τέτοιου είδους ταξίδια είναι τα θέλγητρα που παρουσιάζουν οι σημερινές πόλεις (μεγαλουπόλεις, μητροπόλεις) όπως κουλτούρα, πολιτιστικές εκδηλώσεις, πολιτιστικά μνημεία, αθλητικές εκδηλώσεις, συνεδριακές εκδηλώσεις, εκθέσεις, ψυχαγωγία, shopping και **β) στον τουρισμό υπαίθρου** που στη χώρα μας λειτουργεί κατά κανόνα είτε ως τυπικός παραθεριστικός τουρισμός (και ιδιαίτερα όταν αναφερόμαστε σε παράλιες περιοχές) είτε ως ειδική μορφή τουρισμού με συγκεκριμένες υπαίθριες δραστηριότητες όπως ορειβασία - πεζοπορία σε μια ορεινή περιοχή ή αγροτουριστικές δραστηριότητες σε μια κατάλληλη προς τούτο μονάδα (Κοκκώσης Χ. - Τσάρτας Π. 1999: 90).

#### 3. Πρότυπο Παραθερισμού

Σε μικρή χρονική απόσταση από τις μεγαλουπόλεις αναπτύχθηκαν οργανωμένες περιοχές παραθερισμού μέσα από την λογική του σύγχρονου ατόμου να αποκτήσει παραθεριστική - εξοχική κατοικία . Ο σύγχρονος τρόπος ζωής στις μεγαλουπόλεις, η ραγδαία αύξηση των οικονομικών εισοδημάτων των ανθρώπων - εργαζομένων στις πόλεις και η αναγκαιότητα για συχνές αποδράσεις καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου έχουν οδηγήσει σε μια εντυπωσιακή καταγραφή κοντινών παραθεριστικών περιοχών από τις πόλεις προέλευσης (Τσάρτας Π. 1999: 5).

#### 4. Πρότυπο Τουριστικής Ανάπτυξης σε Θύλακες

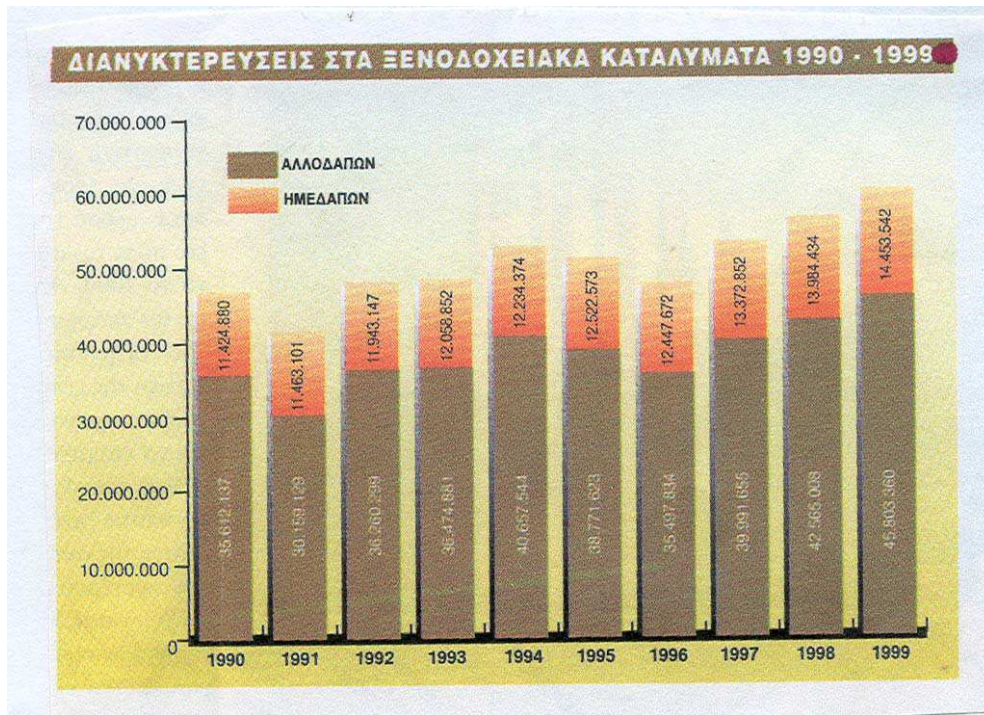
Είναι πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που έχει δυναμική παρουσία τα τελευταία χρόνια σε περιοχές οργανωμένου τουρισμού διακοπών. Ο τουριστικός “θύλακας” εμπεριέχει μια οργανωμένη - αναπτυγμένη υποδομή του τουριστικού προϊόντος από άποψη λειτουργιών και υπηρεσιών για τουρίστες ανωτέρων κοινωνικοοικονομικών τάξεων (Κοκκώσης Χ. - Τσάρτας Π. 1999: 90).

#### 5. Πρότυπο Εναλλακτικού Τουρισμού

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες αναζητήθηκαν διεθνώς νέα - συμπληρωματικά προϊόντα για να ικανοποιηθεί ο καταναλωτής / τουρίστας, με αποτέλεσμα να αναπτυχθούν νέες υποδομές και υπηρεσίες σε νέους τουριστικούς προορισμούς της υπαίθρου που όμως διέθεταν πλούσιους πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους. Κατ' αυτόν τον τρόπο γεννήθηκαν νέοι τουριστικοί προορισμοί στην περιφέρεια που ανέπτυξαν μια άλλη μορφή τουρισμού την επονομαζόμενη εναλλακτική μορφή όπως π.χ. ο αγροτουρισμός . Άλλες φορές πάλι , σε κάποιες περιοχές, αναπτύχθηκαν παράλληλα περισσότερες από μια εναλλακτικές μορφές τουρισμού π.χ. αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, πολιτιστικός κ.λ.π. (Lane B. 1993 , Weiler B. - Hall M.C. 1992) (Προκάκη Χαρίκλεια – Σοφία πτυχιακή ‘Συνεδριακός τουρισμός στην Κέρκυρα)

#### 1.4.3. Τουριστικός προορισμός Ελλάδα

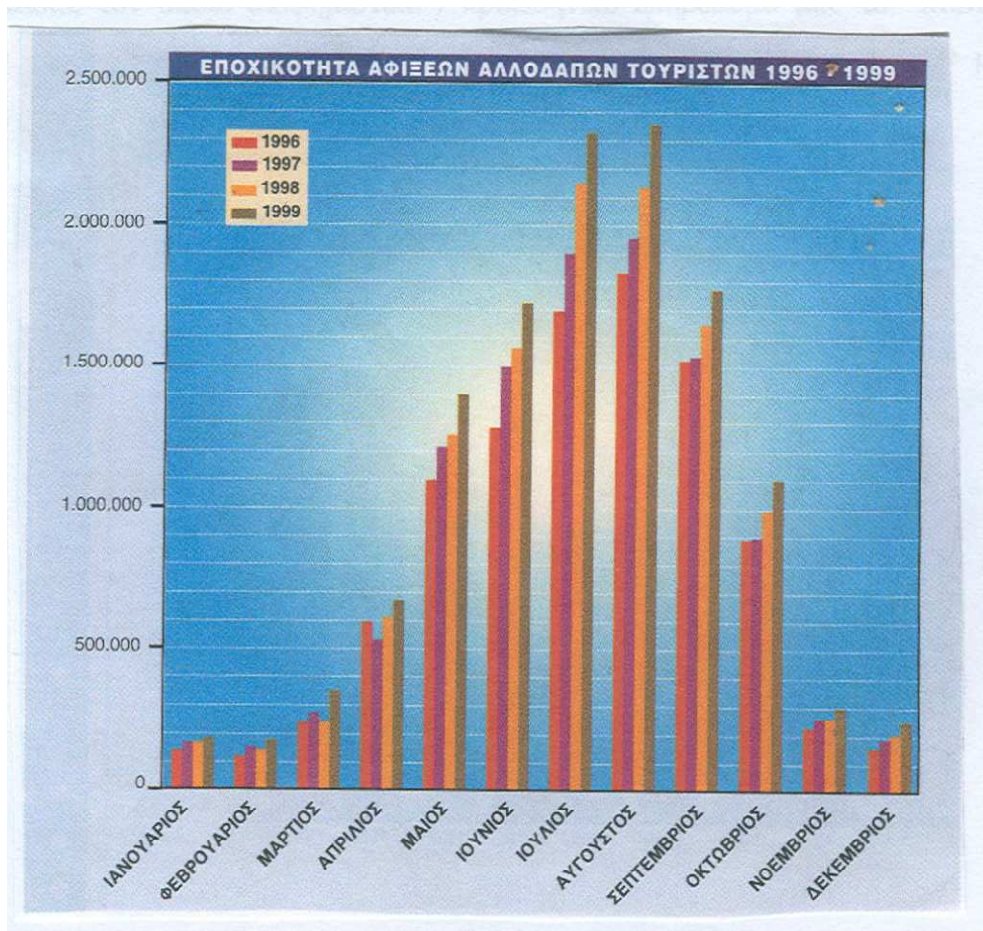
Ο τουριστικός προορισμός “Ελλάδα” που προσφέρει ανταγωνιστικά μια σειρά θέλητρων ( ήλιος, ήπιο κλίμα, φυσικές ομορφιές, ιδανική θάλασσα, αρχαιότητες, ιστορικά μνημεία, κουλτούρα, κ.λ.π.) δίνει απάντηση – λύση στις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών για διακοπές ξεκούρασης, φυγής / απόδρασης από την καθημερινότητα, κάτι του νέου / αλλιώτικου/ επιθυμητού, της φαντασίας τους, της πολιτιστικής αναζήτησης, κ.λ.π. Οι τουρίστες που βρίσκονται διεσπαρμένοι σε μεγάλο αριθμό κρατών (χώρες προέλευσης) καλύπτονται από το τουριστικό προορισμό “Ελλάδα”, γεγονός που πιστοποιείται από μια σταθερή διαχρονική αύξηση των αφίξεων στη χώρα μας καθώς και των αντίστοιχα ετήσια αύξηση των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

(ΠΗΓΗ : Στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος,2002) Έντονο χαρακτηριστικό των διακοπών στη χώρα μας αποτελεί η εποχικότητα των αφίξεων, αφού το συντριπτικό μέρος των αλλοδαπών τουριστών έρχονται στην χρονική περίοδο Μαΐου - Οκτωβρίου, με μήνα αιχμής τον Αύγουστο (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2)

ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ(1996 - 1999)

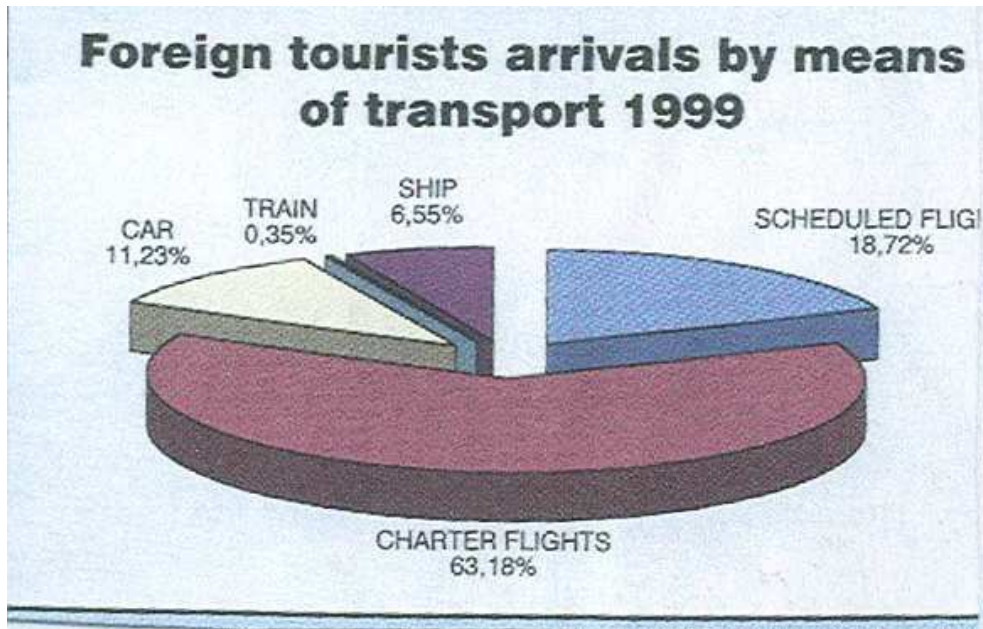


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

(ΠΗΓΗ : Στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος,2003)

Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό είναι το μεταφορικό μέσο που επιλέγεται για τον προορισμό “Ελλάδα”. Το μέσο που κυριαρχεί στον τουρισμό μας είναι το αεροπλάνο όπου ξεπερνά το 80 % των τουριστικών αφίξεων είτε μέσω κανονικών είτε μέσω charter πτήσεων (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3)

ΑΦΙΞΕΙΣ ΒΑΣΗ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ  
(1999)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

(Πηγή : [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr),2003)

Οι τουρίστες που έρχονται στη χώρα μας κυρίως από τις Ευρωπαϊκές χώρες επιλέγουν τον προορισμό “Ελλάδα” λαμβάνοντας υπόψη τις οικονομικές τους δυνατότητες, την οικογενειακή τους κατάσταση, το κοινωνικοοικονομικό τους πλαίσιο, τον όποιο διαφημιστικό / προωθητικό επηρεασμό από τα Μ.Μ.Ε., κ.λ.π. Ενώ, τέλος, αισθάνονται ασφάλεια, ηρεμία και απολαμβάνουν μιας εξαιρετικής φιλοξενίας.

(Προκάκη Χαρίκλεια – Σοφία πτυχιακή ΄Συνεδριακός τουρισμός στην Κέρκυρα)

#### 1.4.4. Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών



Κατά τον Β. Πατσουράτη (2001:68), η έντονη εποχικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητά του. Θεωρείται ότι το 85 % του συνόλου που επισκέπτονται την χώρα μας συσσωρεύονται την θερινή περίοδο Μαΐου - Οκτωβρίου. Το τουριστικό αυτό πρότυπο επηρεάζει αρνητικά την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού του κλάδου, που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων και την κατανομή του κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες Μεσογειακές Χώρες στην Ελλάδα παρατηρείται υψηλότερη εποχικότητα αφίξεων αλλοδαπών και το οποίο οφείλετε καθαρά στις τουριστικές υποδομές της χώρας μας (Βαρβαρέσος Στ. 2000: 51 - 55). Βασικές διαφορές στις υποδομές μεταξύ της Ελλάδας και των άλλων χωρών είναι :

- Ανά ένα εκατομμύριο τουρίστες στην χώρα μας αντιστοιχούν 0,4 γήπεδα γκολφ, στην Γαλλία 6,6 γήπεδα, στην Ισπανία 4 και στην Ιταλία 3,2 γήπεδα.
- Η Ελλάδα διαθέτει 15 μαρίνες, έναντι 84 της Ισπανίας, 45 της Ιταλίας, και 16 της Τουρκίας. Μόνο η Πορτογαλία υστερεί καθώς διαθέτει μόλις 8 μαρίνες.
- Η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων δείχνει ότι η Ελλάδα δεν υστερεί σε κλίνες πέντε και τεσσάρων αστέρων, εμφανίζει όμως υπερ-προσφορά κλινών ξενοδοχείων ενός και δύο αστέρων. Για να αντιμετωπισθεί λοιπόν η εποχικότητα πρέπει, να δοθεί έμφαση στο θεματικό τουρισμό, έτσι ώστε να εμπλουτιστεί το τουριστικό προϊόν με νέες υπηρεσίες, που θα στοχεύουν στην εξυπηρέτηση ειδικών καταναλωτικών προτιμήσεων όπως π.χ. η μεθοδευμένη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Οι ανταγωνίστριες χώρες και προορισμοί της Ελλάδας που διαθέτουν αντίστοιχα ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία, έχουν αρχίσει κυρίως την τελευταία 20ετία να αναπτύσσουν ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού ώστε να ανταποκριθούν στις προτιμήσεις των επισκεπτών – τουριστών σε αντίθεση με το ελληνικό τουριστικό προϊόν, το οποίο επί χρόνια στηριζόταν και στηρίζεται στο μοντέλο “θάλασσα - ήλιος – διακοπές” και το οποίο δείχνει “κουρασμένο” με αποτέλεσμα να μην είναι πλέον ιδιαίτερα αποτελεσματικό στις κατηγορίες τουριστών που ανήκουν σε υψηλές εισοδηματικές τάξεις ή έχουν “ειδικά” ενδιαφέροντα.

Σε σχέση με τον ανταγωνισμό ο Σ.Ε.Τ.Ε (2003: 10) υποστηρίζει, ότι μέχρι το 1990 η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα ήταν ταχύτερη από ότι στην υπόλοιπη Ευρώπη και στον κόσμο. Όμως στην δεκαετία 1990 - 2000 παρατηρείται στην Ελλάδα μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων μεγαλύτερη συγκριτικά από την αντίστοιχη στην Ευρώπη και Παγκοσμίως. Αυτό κατά το Σ.Ε.Τ.Ε (2003: 10) σηματοδοτεί ότι η Ελλάδα είναι πλέον ένας “ώριμος” - με την έννοια του κύκλου ζωής προϊόντος - τουριστικός προορισμός, ο οποίος κινδυνεύει να εισέλθει σε περίοδο στασιμότητας που φυσικά θα ακολουθηθεί από άγνωστης διάρκειας πτωτική περίοδο, εκτός και αν η Ελλάδα αντιδράσει δυναμικά.

	Παγκόσμια	Μεταβολή ανά δεκα- ετία	Ευρώπη (σε εκ.)	Μεταβολή ανά δεκα- ετία	Ελλάδα (σε χιλ.)	Μεταβολή ανά δεκα- ετία
1950	25,3		18,6		33,30	
1960	69,3	174,11%	50,4	199,70%	399,40	1098,33%
1970	15,8	139,25%	117,3	133,01%	1.609,20	302,87%
1980	268,0	72,50%	188,3	60,50%	5.271,10	227,56%
1990	457,2	59,86%	282,7	50,13%	8.873,00	68,33%
	696,8	52,41%	402,5	42,38%	13095,5	47,59%

### ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Πηγές : WTO (2002), Ε.Ο.Τ.(2003)

Απ' ότι όμως φαίνεται και σύμφωνα με τον κ. Ανδρεάδη Στ πρόεδρο του ΣΕΤΕ (Βεγίρη Β. 2005: 12), οι προσπάθειες για την τουριστική ανάκαμψη της χώρας βρίσκονται φέτος (το έτος 2005) σε θετική κατεύθυνση, γιατί βάση ενδείξεων η φετινή τουριστική κίνηση παρουσίασε άνοδο σε σχέση με τις αρνητικές επιδόσεις των τελευταίων ετών. Παρά ταύτα η τουριστική κίνηση εμφανίζεται αντιφατική μεταξύ των επί μέρους προορισμών καθώς και μεταξύ των επιχειρήσεων του ίδιου προορισμού. Αυτό οφείλετε κατά την άποψη του ανωτέρω, στο ότι ο καταναλωτής επιλέγει με πολύ μεγαλύτερη προσοχή την ποιότητα του προϊόντος που αγοράζει (Προκάκη Χαρίκλεια – Σοφία πτυχιακή ‘‘Συνεδριακός τουρισμός στην Κέρκυρα’’)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα :

Όνειρο ή πραγματικότητα;

Ο Συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια από τις πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού. Αποτελεί θέμα ύψιστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Βλέπουμε ότι εδώ και δεκαετίες ο Συνεδριακός τουρισμός έχει ανάγκη να αναπτυχθεί ορθολογικά και αποτελεσματικά όμως παρ' όλα αυτά παραμένει στάσιμος. (<http://www.traveldailynews.gr>)

## **2.1. Συνεδριακός Τουρισμός**

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κ.τ.λ. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια 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 η πιθανότητα παράτασης τους για μεγαλύτερο διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του συνεδριακού επισκέπτη. (<http://www.skiathos.gr/clorida-panida>)

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων , εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων , υποδομών για καφέ και εστίαση , υπηρεσίες διερμηνείας κ.α. Όσο αφορά το θέμα των υποδομών βλέπουμε ότι την τελευταία περίοδο υπάρχει έντονη κινητικότητα για να καλυφθούν οι ελλείψεις από τα προηγούμενα χρόνια. Για αυτό το λόγο υπάρχει η δυνατότητα για λειτουργία του Μητροπολιτικού Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου στην Αθήνα το οποίο υπολογίζεται ότι θα είναι έτοιμο σε δυο χρόνια. Το συνεδριακό αυτό κέντρο συνδυάζει το συνεδριακό τουρισμό με τα αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό π.χ ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κ.α. Στην Ελλάδα η μορφή αυτή τουρισμού έχει πάρα πολλές πιθανότητες ανάπτυξης.

Οι αθλητικές εγκαταστάσεις που υπάρχουν ήδη εκεί από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 θα μπορούν να αξιοποιηθούν εποικοδομητικά στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού γιατί οι ξένοι αθλητές επωφελούνται από τον καλό κλίμα , και έτσι θα μπορούν να προετοιμάζονται για μεγάλα αθλητικά γεγονότα στην χώρα μας.

Παρ' όλα αυτά όμως βλέπουμε ότι μετά την διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων δεν έχουμε καταφέρει ακόμα να πουλήσουμε το κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού στις άλλες χώρες για αυτό το λόγο θα πρέπει να αντιδράσουμε γρήγορα και

ουσιαστικά στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί και να τις αξιοποιήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο προς όφελος δικό μας. Ο Σύνδεσμος Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων ( HAPCO) στην πρόσφατη γενική συνέλευση των μελών του περιέγραψε χαρακτηριστικά το περιβάλλον ανάπτυξης του κλάδου και ανέφερε τρεις σημαντικές αναφορές :

**1.** Τα θετικά δεδομένα της μεταολυμπιακής περιόδου όπως είναι η διεθνής προβολή της χώρας, η ενίσχυση σχέσεων με τα τουριστικά δίκτυα διανομής και η βελτίωση των υποδομών σε συνδυασμό με την εμπειρία

**2.** Το νέο, αυτοτελές θεσμικό πλαίσιο στη Νέα Κυβέρνηση με την ίδρυση του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και την δρομολόγηση νέας τουριστικής πολιτικής

**3.** Την ενίσχυση του ρόλου του συνεδριακού τουρισμού στο συνολικό τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας υπόψη την στροφή της διεθνούς αγοράς στις μορφές θεματικού τουρισμού, την υπόδειξη του Συνεδριακού τουρισμού ως δυναμικής συνιστώσας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την υιοθέτηση του συνεδριακού τουρισμού από την Ελληνική Περιφέρεια. Ο HAPCO αποτελεί αυτή την στιγμή τον πιο δραστήριο φορέα στον τομέα του τουρισμού – με την ευκαιρία του θετικού κλίματος για μια δυναμική ανάπτυξη στον κλάδο, το άνοιγμα της νέας πολιτικής ηγεσίας στους φορείς του τουρισμού και την προοπτική δημιουργίας του Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα έχει θέσει κάποιους στόχους όπως : Να ενισχύσει το Συνεδριακό Τουρισμό ως μια σημαντική συνιστώσα Τουριστικής Ανάπτυξης της χώρας

- Να συμβάλλει στην πλειοψηφία και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην προσέλκυση τουρισμού με υψηλό εισοδηματικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο.
- Να προβάλλει την πληρότητα, την επάρκεια και την αξιοπιστία των μελών του κλάδου.
- Να διεκδικήσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών στην Ελληνική και Διεθνή αγορά.
- Να εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών για τα μέλη του προβάλλοντας τις υπηρεσίες τους στην εγχώρια και διεθνή συνεδριακή αγορά και να καλλιεργήσει την αλληλεγγύη και την συνεργασία μεταξύ τους ώστε να διασφαλίσει την προαγωγή των κοινών επαγγελματικών και οικονομικών τους συμφερόντων.
- Να παράσχει έγκυρη πληροφόρηση και εκπαίδευση σε θέματα συνεδριακού τουρισμού.

Οι παραπάνω στόχοι είναι πολύ σωστοί και ελπιδοφόροι και αν υλοποιηθούν σωστά αποτελούν ενέργειες που θα έπρεπε να είναι μέσα στο προφίλ των Convention & Visitor Bureau (CVBs). Στην Ελλάδα λειτουργεί ήδη το CVB της Θεσσαλονίκης από το 2000 και της Αθηνάς από το 2004, ενώ έχει εξαλλαχθεί και η δημιουργία του εθνικού CVB από τον Υπουργό Τουριστικής Ανάπτυξης Δημήτρη Αβραμόπουλο, και της Αττικής από την δήμαρχο Ντόρα Μπακογιάννη. Τα δυο πρώτα δεν φαίνεται να έχουν πείσει ακόμα για την αποτελεσματική λειτουργία τους ενώ τα δυο εξαγγελθέντα περιμένει όλη η αγορά πότε θα ιδρυθούν και θα τεθούν σε λειτουργία.

Ο Δρ. Δημήτρης Κουτουλάς που έχει μελετήσει σε βάθος το θέμα των CVBs αναλύει στο Travel Daily News το θέμα των CVBs και την πορεία τους μέχρι σήμερα. (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή ΄΄Συνεδριακός τουρισμός –Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων.)

## **2.2. Το συνέδριο και τα ειδή του**

Συνέδριο είναι ένα προγραμματισμένο και οργανωμένο γεγονός στο οποίο οι παρευρισκόμενοι καλούνται να συζητήσουν ένα θέμα κοινού ενδιαφέροντος και ενδεχομένως την λήψη αποφάσεων ( Ηγουμενικής, Ν.,Κραβαριτης,Κ., Λυτρας,π., 1998-1999). Όπως έχουμε αναφέρει το συνέδριο και ο τουρισμός συσχετίζονται γιατί οι σύνεδροι που συμμετέχουν σε αυτό δεν είναι πάντα εφικτό να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο αλλά κάνουν χρήση των ίδιων υπηρεσιών όπως ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρίες, εστιατόρια κ.α. προκειμένου να εξυπηρετηθούν. Το συνέδριο εντάσσεται στον επαγγελματικό τουρισμό και για να καθοριστεί πρέπει να ξέρουμε την διάρκεια του η οποία μπορεί να είναι από μερικές ώρες έως και μερικές μέρες και το μέγεθος του που μπορεί να ανέρχεται σε δέκα , εκατό ή χίλια άτομα, ή από την διεθνή ή εθνική συμμετοχή των συνέδρων.( Κραβαρίτης Κ 1992 Επαγγελματικός τουρισμός συνεδρίων- κινήτρων-εκθέσεων)

### **2.2.1Διάκριση Συνεδρίων**

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα :

- Με το αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται σε επαγγελματικά, επιστημονικά, πολιτιστικά, πολιτικά, κοινωνικά κτλ. Με την συχνότητα με την οποία συνέρχονται στα συνέδρια ή ημερίδες , που τελούνται σε συνδυασμό με εκθέσεις, και σε μη σταθερά, περιοδικά και μη περιοδικά συνέδρια, όσα δηλαδή δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα ούτε σταθερότητα.
- Με την χρονική διάρκεια. Η διάρκεια του συνεδρίου εξαρτάται από το πρόγραμμα που θα ακολουθήσει . Έτσι, τα διακρίνουμε σε ημερησία, ολιγοήμερα κ.α. Συνήθως όμως, οι σύνεδροι φτάνουν στον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου μια μέρα πριν την έναρξη . Ωστόσο , συχνά οι σύνεδροι παρατείνουν την παραμονή τους για κάποιες ημέρες μετά την διεξαγωγή του συνεδρίου, ιδιαίτερα αν ακολουθεί Σαββατοκύριακο.
- Με το γεωγραφικό τους χαρακτήρα ο οποίος μπορεί να έχει τοπική, περιφερειακή, εθνική και διεθνή εμβέλεια.
- Με τον αριθμό των συμμετεχόντων σε ολιγομελή ή πολυάριθμα.

Ανάλογα με τον τύπο και το θέμα του συνεδρίου, οι συμμετέχοντες είναι επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, ειδικοί επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων κ.α (Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων ΄΄Σημειώσεις μαθήματος κ. Σαατσάκη)

### **2.2.2. Τύποι Συνεδρίων**

Τα συνέδρια, υπηρετούν την ανάγκη ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων και ιδεών: αποτελούν επίσης χώρο σειράς κοινωνικών δραστηριοτήτων που, φυσικά, σχετίζονται με το κύριο θέμα (ή θέματα) του συνεδρίου. Οι βασικοί τύποι συνεδρίων εμφανίζονται στον ακόλουθο πίνακα.

- Επιστημονικά
- Εμπορικά – Επαγγελματικά συνέδρια
- Πολιτικά – Κομματικά και κοινωνικά συνέδρια
- Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών
- Συσκέψεις
- Σεμινάρια

### **Επιστημονικά συνέδρια**

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανούνται από επιστημονικές ενώσεις ή εταιρείες, στα οποία συνδυάζεται η εκπαίδευση – ενημέρωση με τη διασκέδαση. Τα συνέδρια υπηρετούν την ανάγκη της διαρκούς συνεχιζόμενης εκπαίδευσης των επιστημόνων και, για το λόγο αυτό, υπάρχουν πολλές διευκολύνσεις για την παρακολούθησή τους, όπως εκπαιδευτικές αδειες και χρηματοδότηση, καθώς και μοριοδότηση και βαβαιώσεις συμμετοχής, για εμπλουτισμό του βιογραφικού τους σημειώματος.

### **Εμπορικά – Επαγγελματικά συνέδρια**

Τα εμπορικά και επαγγελματικά συνέδρια αποτελούν παρεμφερείς δραστηριότητες, γι' αυτό και παρουσιάζονται στη βιβλιογραφία ως ενιαία κατηγορία, με ποσοστό αλληλοεπικάλυψης. Οργανώνονται από εμπορικές και επαγγελματικές ενώσεις και φορείς και απευθύνονται σε ποικιλία πιθανών συμμετεχόντων. Επιδίωξη των διοργανωτών, που αντικατοπτρίζεται στο περιεχόμενο των συνεδρίων, είναι μεταξύ των άλλων, η αύξηση της παραγωγικότητας, η αύξηση των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς, η ανάλυση των νέων τάσεων, η πολύπλευρη ενημέρωση των συμμετεχόντων και η παρουσίαση νέων προϊόντων και υπηρεσιών των εταιριών που συμμετέχουν.

### **Πολιτικά, κομματικά και κοινωνικά συνέδρια**

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανώνουν πολιτικά κόμματα και ενώσεις, κομματικοί φορείς (π.χ. νεολαίες) και κοινωνικές ενώσεις (π.χ. εργατικές ενώσεις και γυναικείες οργανώσεις), με σκοπό τον απολογισμό του έργου τους και την διαμόρφωση στρατηγικής, καθώς και συζήτηση πάνω σε θέματα λειτουργίας, οργάνωσης και ιδεολογίας. Για την διοργάνωσή τους είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα, πιο συχνή είναι όμως η χρήση σταδίων, πανεπιστημιακών αμφιθεατρών και άλλων χώρων χαμηλού κόστους.

### **Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών**

Πρόκειται για συνέδρια οργανώσεων ή οργανισμών, όπως της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού ή του Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής. Οι οργανώσεις αυτές πραγματοποιούν τακτικές ή έκτακτες συναντήσεις των εκπροσώπων των κρατών – μελών τους, κατά τις οποίες αξιολογούν την πορεία τους, χαράσσουν πολιτική, προσαρμόζουν την πολιτική τους ανάλογα με τις διεθνείς συγκυρίες και εξελίξεις και, συνολικά, συντελούν στην εξέλιξη και ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας. Συχνά, αντι του όρου συνέδριο, χρησιμοποιούνται οι όροι διεθνής διάσκεψη ή συνδιάσκεψη.

Χαρακτηριστικά αυτών των συνεδρίων είναι το μεγάλο μέγεθος και η διοργάνωση από τις κρατικές υπηρεσίες του κράτους – μέλους του οργανισμού. Το κράτος – μέλος ιδίως τα τελευταία χρόνια, αναλαμβάνει την πλήρη ευθύνη και φροντίδα διεξαγωγής του συνεδρίου, για δύο λόγους : πρώτον, λόγω του μεγέθους του εγχειρήματος και δεύτερον, λόγω της παρουσίας υψηλών προσκεκλημένων, με ιδιαίτερες απαιτήσεις ασφαλείας.

### Συσκέψεις

Πρόκειται για συγκεντρώσεις υψηλόβαθμων στελεχών, ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης. Έχουν μικρή διάρκεια, έως δύο μέρες, και συνήθως διενεργούνται σε πολυτελείς χώρους. Στις πολυεθνικές εταιρείες είναι συχνό φαινόμενο οι μεγάλες μετακινήσεις των στελεχών, που γίνονται ακόμα και σε άλλη χώρα. Σκόπος των ευρείων αυτών συσκευσεων είναι η ανταλλαγή απόψεων, η ενημέρωση των συνεδρων και η λήψη σημαντικών αποφάσεων για την επιχείρηση. Οι συναντήσεις γίνονται σε ιδιαίτερα εξοπλισμένους χώρους, με δυνατότητες πραγματοποίησης συνεχούς και πασης φυσικής επικοινωνίας, με την επιχείρηση και τους πελάτες. Οι συνέδριοι μπορεί να αριθμούν από λίγες δεκάδες έως και εκατοντάδες άτομα, ενώ οι συσκευσεις συνδυάζονται με γεύματα εργασίας και πρόγραμμα ψυχαγωγίας. Η οργανωτική διαδικασία είναι ιδιαίτερα απαιτητική, ενώ οι προσεγμένες ποιοτικές λεπτομερείες στοχεύουν στη μείωση της έντασης μεταξύ των συνεδρων, ώστε να διευκολυνθεί η λήψη σημαντικών αποφάσεων.

### Σεμινάρια

Πρόκειται για εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις, στις οποίες παρουσιάζονται εξειδικευμένα επιμορφωτικά θέματα. Στο σεμινάριο επιδιώκεται να αναπτυχθεί μια φιλική και οικογενειακή ατμόσφαιρα, που δημιουργεί τις προϋποθέσεις ανάπτυξης επαγγελματικού πνεύματος και στενών σχέσεων μεταξύ των συμμετεχόντων. Τα σεμινάρια είναι γεγονότα που αφορούν τόσο τον επιστημονικό όσο και τον επαγγελματικό κλάδο, στα οποία οι συμμετεχόντες συναντώνται σε συγκεκριμένο τόπο, χώρο και χρόνο, με στόχο τη συμπληρωματική μορφωση ή εξειδίκευσή τους. Στον επιστημονικό κλάδο, ο διοργανώτης συχνά είναι μια επιστημονική ένωση (αλλά και οι μικρότεροι οργανισμοί, όπως μια κλινική, ένα εργαστήριο, μια πανεπιστημιακή έδρα κ.τ.λ.), που προσφέρεται να εκπαιδεύσει συγκεκριμένους επιστήμονες, πάνω σε θέματα στα οποία έχει υψηλή εξειδίκευσή. Η συμμετοχή είναι συχνά με πληρωμή, ενώ τα σεμινάρια αυτά είναι δυνατόν και να επιδοτούνται. (Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων 'Σημειώσεις μαθήματος κ. Σαατσάκη) & (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία 'Συνεδριακός τουρισμός- Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

### **2.3. Ορισμοί των κυριότερων μορφών του συνεδριακού τουρισμού**

Οι πιο συνηθισμένοι και ευρύτερα χρησιμοποιημένοι όροι στο συνεδριακό τουρισμό είναι οι εξής:

#### **ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ**

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές σαν "round table conferences" δηλαδή συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης. Ο όρος αυτός υποδηλώνει ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα, με την καθοδήγηση δε ενός προέδρου καταλήγουν, σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό σώμα ή εκτελεστικό. Συσκέψεις πραγματοποιούνται από φορείς τόσο επιχειρησιακού χαρακτήρα όσο και μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

#### **ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΙΣ**

Είναι συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας, μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της διοίκησης της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.

#### **ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ – ΟΜΙΛΙΕΣ**

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την απόλυτα δομημένη παρουσίαση της. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ενδιαφέροντος ή ειδικού, όπως επίσης και να επακολουθεί ή όχι συζήτηση στο τέλος. Τα μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει. Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη, και λιγότερη επιστημότητα.

#### **ΗΜΕΡΙΑΔΕΣ**

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν <<γενέθλιες >> επετείους του φορέα που τις πραγματοποιεί. Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά, συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, ημερήσιας διάρκειας.

#### **ΦΟΡΟΥΜ (FORUM)**

Είναι συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό γνώρισμα τους είναι ότι επακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το



ακροατήριο με ερωτήσεις που υποβάλλει ή και με απαντήσεις σε αυτές. Ο συντονιστής της όλης διαδικασίας ομαδοποιεί θέσεις, απόψεις και προβλήματα και οδηγεί ανάλογα την διαδικασία. Οι συμμετέχοντες συνήθως κάθονται σε διατάξεις τραπεζιών ή εδράνων και σπανιότερα σε διατάξεις μόνο καθισμάτων.

### **ΣΥΜΠΟΣΙΑ**

Τα συμπόσια είναι συνώνυμο του <<φόρουμ>> αφορά <<πνευματική τροφή>> που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο. Ο όρος χρησιμοποιείται και με την μεταφορική του έννοια για να υποδηλώσει την λαμπρότητα σε καθαρά επισιτιστική εκδήλωση.

### **ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ**

Τα σεμινάρια είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να συνδέσει τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας άσχετα αν χρησιμοποιούνται σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και βοηθήματα και αποσκοπεί στην συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο ο όρος αυτός συγκεκριμενοποιεί το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας η οποία εμφανίζεται με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του συμποσίου και του <<φόρουμ>>. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάρια είναι μικρός. Αντίθετα συμμετοχές σε συμπόσιο ή <<φόρουμ>> είναι πολυπληθέστερες.

### **<<WORK SHOPS>>**

Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειρισταωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά μεγέθη των 15-30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο λύνοντας και συζητώντας σχετικά προβλήματα.

### **MEETINGS (ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ)**

Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με την στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες <<εταιρικές>> ή επιχειρησιακές συναντήσεις.

### **ΔΙΑΣΚΕΨΗ**

Είναι μια μορφή συνεδρίου μεγάλης διάρκειας η οποία απαιτεί την ενεργή συμμετοχή συνέδρων. Μπορεί να έχει τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα.

### **ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ**

Η τηλεδιάσκεψη είναι η δορυφορική σύνδεση δυο ή περισσότερων σημείων, λ.χ. αιθουσών, όπου υπάρχουν σύνεδροι, που έχουν την δυνατότητα να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο με άλλους συνέδρους, ευρισκόμενους σε απομακρυσμένο χώρο, μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και γιγαντο-οθονών.

### **ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ**

Το εργαστήριο είναι η συνάντηση όπου ενθαρρύνονται η έκφραση και ανταλλαγή απόψεων και εξετάζονται διάφορες μέθοδοι και η εφαρμογή τους σε συγκεκριμένους τομείς. Συνήθως λειτουργεί παράλληλα και με το συνέδριο.

### **ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ**

Είναι η συγκέντρωση ατόμων μιας εταιρείας με σκοπό την συζήτηση πάνω σε ένα θέμα ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος. Οι συναντήσεις αυτές μπορεί να γίνονται έκτακτα ή σε προγραμματισμένα τακτά διαστήματα.

### **ΣΥΝΕΔΡΙΟ**

Είναι η τακτική συνάθροιση πολυμελούς ομάδας για την παρουσίαση και ανάπτυξη συγκεκριμένων θεμάτων. Τα συνέδρια διαρκούν αρκετές μέρες και συνοδεύονται από παράλληλες συνεδρίες. Πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση ,κατά κανόνα η συχνότητα των εθνικών συνεδρίων είναι ετήσια, ενώ των διεθνών υπολογίζεται σε τρία χρόνια.

### **ΣΥΝΟΔΟΣ**

Είναι η συνάθροιση υψηλά ιστάμενων προσώπων, για παράδειγμα μελών της κυβέρνησης. Οι συνοδοί δεν έχουν τακτική συχνότητα.( Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων 'Σημειώσεις μαθήματος κ. Σαατσάκη) & (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία 'Συνεδριακός τουρισμός –Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

### **2.3.1. Οργάνωση και Ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων**

Η διοργάνωση των συνεδρίων είναι μια απαιτητική ενέργεια που απαιτεί επαγγελματισμό αλλά και εξειδίκευση. Για να γίνει λοιπόν ένα συνέδριο πρέπει να ακολουθηθεί μια πορεία ως προς την διεξαγωγή του.( Βλέπε παράρτημα 4)

### **2.4. Εξοπλισμός στα συνέδρια**

Ο εξοπλισμός που αφορά τον χώρο των συνεδρίων σε ένα ξενοδοχείο αφορά την επίπλωση κυρίως τους διάφορους τύπους καθισμάτων, τραπεζιών, εδράνων και αναλογιών και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό του συνεδριακού χώρου.

Η αρχική επιλογή θα πρέπει να καλύπτει ορισμένες προϋπόθεσης όπως :

- Αντοχή και στερεότητα
- ευκολία αποθήκευσης
- ευκολία και ελαστικότητα στην χρήση (πολλαπλή χρήση)

Η χρησιμοποίηση τραπεζιών διάφορων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.

## **ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ**

Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια, έχουν διαστάσεις 46X46 cm με 43 cm ύψος. Οι στοιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες, που δεν προσδίδουν βέβαια ιδιαίτερη επισημότητα, έχουν διαστάσεις μεγαλύτερες (51X51X43). Οι αναδιπλούμενες, όπως και οι στοιβαζόμενες, είναι εύκολες στην μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι όμως άνετες ούτε πάντα σταθερές. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να επιλέγονται με προσοχή και να είναι καλής ποιότητας. Τα καθίσματα του τύπου 46X46X43 χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνεστιάσεις.

Τα τραπέζια έχουν ύψος συνήθως 76cm. Οι διαστάσεις του κλασικού τετράγωνου τραπέζιού είναι 76X76X76. Ενώ τα 76- 78cm θεωρούνται τυπικό πλάτος, το μήκος είναι δυνατόν να είναι μεγαλύτερο, όποτε έχουμε τραπέζια τύπου παραλληλόγραμμου. Τα τραπέζια με πλάτος(βάθος) 45-46 cm είναι του τύπου τραπέζια-έδρανα και χρησιμοποιούνται μόνο από την μια τους πλευρά κυρίως για συσκέψεις. Η πρακτική οδήγησε στη λύση, για εξοικονόμηση χώρου, ακόμα μικρότερης διάστασης στα τραπέζια- έδρανα, αυτής των 38-40 cm. Τραπέζια με το κλασικό πλάτος των 76cm χρησιμοποιούνται σαν τραπέζια της <<κεφαλής>> του συνεδρίου. Αυτού του πλάτους τραπέζια χρησιμοποιούνται επίσης σαν βάσεις εκθεμάτων. Τα στρογγυλά τραπέζια χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνεστιάσεις και ποικίλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20m παρέχει δυνατότητα εστίασης για 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για 10-12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης και μικρές ομάδες εργασίας(work shops). Μια μικρή ποσότητα ημικυκλικών τραπεζιών βοηθά ιδιαίτερα σε πρωτότυπες διατάξεις. Τραπέζια τύπου <<σερπαντίνας>> μας δίνουν τη δυνατότητα για πρωτότυπη και λειτουργική διάταξη σε εστιάσεις τύπου μπουφέ.

## **ΕΞΕΔΡΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΟΓΙΑ**

Οι εξέδρες, που διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μεγεθών και τύπων, που χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν είτε το τραπεζιτών τιμώμενων προσώπων σε συνεστίαση, είτε σε θέση των ομιλητών στα συνέδρια. Ατέλειες ή μικροφυές καλύπτονται με χαλί ή μοκέτα. Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για τυχόν ατυχήματα(σημαντικό ύψος χωρίς σκαλοπάτια, μοκέτα ή χαλί που αναδιπλώνει). Ειδικοί τύποι χρησιμοποιούνται σε επιδείξεις μόδας (πασαρέλες)

Τα αναλογία διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τύποι αναλογιών που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο(ή εξέδρα) και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο με τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο λαμπτήρα και έτοιμες

καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων, που να απολήγουν όταν χρειαστεί σε πρίζες.

Οι πιστές χώρου, ιδιαίτερα σε αίθουσες που είναι στρωμένες με μοκέτα είναι απαραίτητες. Οι συναρμολογούμενες πιστές αποτελούνται από κομμάτια πλακών που συνδέονται εύκολα και δεν καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην αποθήκευση.

## **ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

Βασικό στοιχείο στη διεξαγωγή ενός συνεδρίου είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός. Υπάρχουν ξενοδοχεία που χωρίς να διαθέτουν τέτοιο εξοπλισμό συμμετέχουν στην αγορά συνεδρίων. Στην περίπτωση αυτή έχουν τη δυνατότητα να υποδείχνουν στον οργανωτή ειδικές επιχειρήσεις- γραφεία, που νοικιάζουν τέτοιο εξοπλισμό, διαθέτοντας και το κατάλληλο προσωπικό. Διευθύνσεις τέτοιων γραφείων και πρόσφατες προσφορές τιμών τους θα πρέπει να παρέχονται από τον ξενοδόχο στον οργανωτή. Οι κύριοι λόγοι που συνήθως ξενοδοχειακές μονάδες δε διαθέτουν το σύνολο ή τμήμα του αναγκαίου εξοπλισμού είναι οι εξής :

- υπάρχει ελάχιστη συνεδριακή πελατεία και η απόσβεση τέτοιας δαπάνης είναι αμφίβολη. Προμήθεια τέτοιου εξοπλισμού, που η τεχνολογική πρόοδος σε ελάχιστα χρόνια τον καθιστά ξεπερασμένο, κρίνεται οπωσδήποτε ασύμφορη.
- Δεν υπάρχει ο απαιτούμενος αποθηκευτικός χώρος,
- Υπάρχουν πολλές δυνατότητες ενοικίασης εξοπλισμού σε χαμηλές τιμές.

Πρέπει να τονίσουμε ότι η ύπαρξη οπτικοακουστικού εξοπλισμού στην μονάδα, εξασφαλίζει ευκολότερα συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων. Τα είδη του σχετικού εξοπλισμού που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα είναι τα εξής :

## **ΗΧΗΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ**

Τα μικρόφωνα , οι βάσεις τους, οι ενισχυτές και τα ηχεία είναι τα απαραίτητα. Η καλή απόδοση τους και η σωστή διανομή του ήχου μέσα στο χώρο είναι βασική. Όταν υπάρχει προβολή θα πρέπει να καταβάλλεται μέριμνα ώστε η ένταση του ήχου να βρίσκεται κοντά στην οθόνη, γιατί έχει αποδειχθεί ότι οι άνθρωποι καταλαβαίνουν καλύτερα, όταν εικόνα και ήχος προέρχονται από την ίδια κατεύθυνση. Όταν δεν διαθέτουμε ασύρματα μικρόφωνα απαιτούνται προεκτάσεις στις καλωδιώσεις. Είναι απαραίτητο, εφόσον επιλέγεται ενσύρματο σύστημα, οι καλωδιώσεις να εφαρμόζονται στο δάπεδο με τη βοήθεια αυτοκόλλητων ταινιών. Ο έλεγχος των εγκαταστάσεων πριν από συνέδριο είναι απαραίτητος.

## **ΦΩΤΙΣΜΟΣ**

Εάν η εξέδρα βρίσκεται σε μόνιμη θέση είναι εύκολο να γίνει προμήθεια και τοποθέτηση με την βοήθεια ειδικών, προσθέτου φωτισμού σε σταθερά σημεία. Σε περιπτώσεις αλλαγών των θέσεων της εξέδρας χρησιμοποιούνται πρόσθετα κινητά

στοιχεία φωτισμού. Γενικά, ο φωτισμός πρέπει να είναι επαρκής χωρίς να κουράζει, να πλησιάζει το φυσικό φως της ημέρας και καθ' όλη την διάρκεια του συνεδρίου να ελέγχεται από ειδικούς.

### **ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

Προτιμούνται ή οι εντελώς λευκές ή αυτές με αργυρόχρωμη μεταλλική επιφάνεια, που τοποθετούνται στον τοίχο σε ειδικά άγκιστρα. Οι τυλιγμένες σε ρόλο που στηρίζονται σε τρίποδα και είναι ενσωματωμένες μαζί του είναι δύσχρηστες και για καθαρά πρακτικούς λόγους πρέπει να αποφεύγονται.

### **ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ SLIDES**

Υπάρχουν πολλοί τύποι και το γεγονός ότι ο κάθε τύπος έχει δικό του δίσκο για slides, δημιουργεί πρόβλημα. Ο τύπος Carousel της Kodak(2X2 ή 35mm) λόγω της μεγάλης διάδοσης του, μειώνει το πρόβλημα αυτό. Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου, διευκολύνει το χρήση του. Η σύνδεση του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση κάνει πιο <<ζωντανή>> και αποτελεσματική τη χρήση του

### **ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

Η χρήση τους κατά την διάρκεια των συνεδρίων έχει αρχίσει να μειώνεται. Οι ταινίες των 16 χιλ.(που είναι συνήθως το μέγεθος των κινηματογραφικών ταινιών) κάνουν για οποιαδήποτε μηχανή προβολής .

### **ΕΠΙΔΙΑΣΚΟΠΙΟ**

Είναι μηχανήμα που προβάλλει οτιδήποτε απαιτείται, αφού πρώτα τυπωθεί σε διαφάνεια. Ειδικοί τύποι επιδιασκοπίων μπορούν να συνδέονται σε ηλεκτρονικό υπολογιστή του οποίου η οθόνη προβάλλεται μέσω του μηχανήματος αυτού στον τοίχο.

### **VIEW- GRAPH**

Προβάλλει τις σημειώσεις του ομιλητή που γράφονται τη στιγμή της ομιλίας με ειδικό μολύβι πάνω στην γυάλινη οθόνη του μηχανήματος.

### **VIDEO(ΚΑΣΕΤΕΣ -ΔΟΥΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ**

Η χρήση του Video έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό γιατί αποτελεί την πιο εύχρηστη και ασφαλή μέθοδο προβολής. Χρησιμοποιείται συνήθως σε ολιγομελείς ομάδες και η προβολή γίνεται μέσω της οθόνης της τηλεόρασης. Τελευταία, όμως με την συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας, έχουν κυκλοφορήσει στο εμπόριο τεράστιες οθόνες τηλεόρασης που χρησιμοποιούνται και για μεγαλύτερες ομάδες ατόμων. Ακόμη, υπάρχει το σύστημα της βιντεοπροβολής, που επιτρέπει στον ομιλητή να προβάλλει

την εικόνα του στην οθόνη της τηλεόρασης μέσω μιας κάμερας που τον κινηματογραφεί και μεταδίδει ταυτόχρονα. Μέσω της δορυφορικής τηλεόρασης παρέχεται η δυνατότητα ταυτόχρονου διάλογου και οπτικής επαφής ατόμων που βρίσκονται σε αλλά σημεία της Γης. Καθιερώθηκε με τον όρο <<τηλεδιάσκεψη>>. Σε πολλές εκδηλώσεις γίνεται η χρήση μόνιτορ και κλειστού κυκλώματος τηλεόρασης.

## **ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ**

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια. Ο αριθμός των γλωσσών – καναλιών καθορίζει το κόστος της εγκατάστασης αλλά και τη δυνατότητα να αναλάβει το ξενοδοχείο συνέδρια μεγάλων απαιτήσεων. Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει :

- μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνέδρου και σύστημα επιλογής του καναλιού(γλώσσας) επιθυμίας του, διακόπτη αυξομείωσης του ήχου.
- Ειδικές καμπίνες για τους μεταφραστές,
- Τεχνικό κέντρο με τα μηχανήματα συντονισμού

Ο αριθμός των γλωσσών που χρησιμοποιούνται σε μεγάλα διεθνή συνέδρια είναι 9-12. Για κάθε γλώσσα απαιτείται ο αντίστοιχος μεταφραστικός θάλαμος με την κατάλληλη ηχομόνωση. Το σύστημα διατίθεται είτε σαν ασύρματο είτε με καλωδιώσεις.

## **ΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΑ,ΓΡΑΦΟΜΗΧΑΝΕΣ,ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ**

Μέρος του κινητού εξοπλισμού που χρησιμοποιείται για μαγνητοφωνήσεις ομιλιών, δακτυλογράφηση κειμένων και αναπαραγωγή έντυπου υλικού. Η μονάδα, όπως και σε άλλες περιπτώσεις, εφόσον δεν μπορεί να προσφέρει τέτοια υπηρεσία, δίνει στον οργανωτή διευθύνσεις, τηλεφώνά και πρόσφορες ειδικών γραφείων.

## **ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕ ΑΣΥΡΜΑΤΗ Η ΕΝΣΥΡΜΑΤΗ ΜΕΘΟΔΟ**

Τα συστήματα επικοινωνίας και τηλεφώνου, γενικότερα, θεωρούνται σημαντικά σε μεγάλα και σύνθετα συνέδρια ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα οι παρευρισκόμενοι (ομιλητές, συνέδρου, προσωπικό κ.λπ.). Οι ανοικτές γραμμές και οι συσκευές που κτυπούν σε άλλο χώρο μόλις σηκώσει ο ομιλητής το ακουστικό και χωρίς να επιλέξει νούμερο, όπως και τα ασύρματα ή επαναφορτιζόμενα τηλέφωνα, έχουν μεγάλη χρήση και χρησιμότητα. Στο σημείο αυτό αναφέρουμε την απαραίτητη ύπαρξη telex-telefax και μεγάλου αριθμού τηλεφωνικών εξωτερικών γραμμών. Η υποδομή αυτή διευκολύνει την επικοινωνία των συνέδρων (με την έδρα της δραστηριότητας τους) και των εκπροσώπων του Τύπου που πιθανόν να καλύπτουν το συνέδριο για λογαριασμό εφημερίδας ή περιοδικών.

## **ΛΟΙΠΟΣ ΣΥΝΑΦΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

Είναι απαραίτητο για την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων η μονάδα να διαθέτει :

- μαυροπίνακες ή πίνακες <<εμαγιέ>> (συρόμενες ή σταθερούς),
- κιμωλίες ή ειδικούς μαρκαδόρους,
- μολύβια, στυλό, μπλοκ σημειώσεων με την φίρμα της επιχείρησης και

πίνακες ανακοινώσεων. .( Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων "Σημειώσεις μαθήματος κ. Σαατσάκη) & (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία "Συνεδριακός τουρισμός –Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

### 2.4.1. Υποδομές

Όλοι οι συνεδριακοί χώροι σε ένα ξενοδοχείο που αφορούν την συνεδριακή πελατεία, οφείλουν να καλύπτουν ορισμένες ανάγκες. Οι χώροι αυτοί πρέπει να απεικονίζονται στο διαφημιστικό έντυπο της μονάδας, για την συνεδριακή της αγορά. Οι χώροι αυτοί κατατάσσονται σε : **α)** χώρους συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών) **β)** χώρους εκθέσεων και **γ)** χώρους συνεστιάσεων (δεξιώσεων, συγκεντρώσεων , μπουφέ, καλωσορίσματος κ.α.).

Η διάθεση των χώρων αυτών από ξενοδοχείο για την καλύτερη οργάνωση του συνεδρίου προϋποθέτει την απόλυτη γνώση των χώρων του ξενοδοχείου με κάθε λεπτομέρεια. Οι διαστάσεις των χώρων αυτών, η χωρητικότητα τους σε άτομα και η χρήση του χώρου είναι στοιχεία που ανάλογα με το είδος, το μέγεθος και το πρόγραμμα του κάθε συνεδρίου, βοηθούν τη μονάδα να μεγιστοποιήσει το κέρδος της και να προσφέρει τις καταλληλότερες υπηρεσίες της. Η συνεδριακή αίθουσα είτε αποτελεί μόνιμη εγκατάσταση με καθίσματα εντοιχισμένα σε σταθερή διάταξη, είτε όχι θα πρέπει να τηρούν τις βασικές κατασκευαστικές αρχές που συνίστανται σε : **α)** σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει

- το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι του ξενοδοχείο
- την δημιουργία πρόσθετων εισόδων – εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι με προσπέλαση είτε απευθείας από το δρόμο είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου
- την απρόσκοπτη κυκλοφορία – μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού **β)** δημιουργία βεστιαρίων, τουαλετών και προθάλαμου( για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής των συνέδρων **γ)** δημιουργία Χωλ εισόδου που εξυπηρετεί πολλούς σκοπούς όπως για παράδειγμα χώρους συγκέντρωσης και αναμονής και χώρους σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών **δ)** εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με την δημιουργία των κατάλληλων εισόδων εξόδων και διαδρόμων **ε)** πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου **στ)** πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών **ζ)** κατάλληλη διακόσμηση **η)** σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και εξοπλισμού **θ)** δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του που ορισμένες φορές δημιουργείται αυτή η ανάγκη όταν στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στην συνέχεια

κινηματογραφική προβολή η διάλεξη ή και μπουφές. Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για την οργάνωση ενός συνεδρίου είναι η διευθέτηση των χωρών με καθίσματα (καρέκλες, καρεκλοπολυθρόνες και πολυθρόνες) έδρανα ή και τραπέζια, εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατεθειμένης αίθουσας. Τα καθίσματα χρησιμοποιούνται όταν οι σύνεδροι είναι πολλοί ή όταν η αίθουσα είναι μικρή. Οι διατάξεις μπορούν να είναι θεατρικού τύπου ή ακροατηρίου. Σε αυτές τις διατάξεις πρέπει να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης που για περίπου 400 σύνεδρους ή και περισσότερους θα πρέπει να έχουν πλάτος 1,80 – 2 m, αν οι σύνεδροι είναι λιγότεροι από 400 άτομα οι διάδρομοι πρέπει να έχουν πλάτος 1,20- 1,60 m. Επίσης σημαντικό είναι το διάστημα δηλαδή η απόσταση μεταξύ των διπλανών καθισμάτων που πρέπει να είναι τουλάχιστον 5 cm, επίσης η απόσταση που πρέπει να έχει το ένα κάθισμα από το άλλο δηλαδή 85 cm ενώ όταν χρησιμοποιούνται καρεκλοπολυθρόνες ή πολυθρόνες το διάστημα θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο από 5 cm και να φτάνει στα 8 – 10 cm. Η πρώτη σειρά των καθισμάτων πρέπει να απέχει τουλάχιστον 1,80 cm από την μπροστινή πλευρά της εξέδρας ή την πλευρά του τραπέζιου των επικεφαλής. Οι διατάξεις που αναφέραμε παραπάνω χωρίζονται σε 3 κατηγορίες :

## **A) ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ**

### **ΚΛΑΣΣΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ**

Χαρακτηρίζεται από την διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η πρώτη σειρά απέχει από την εξέδρα 1,80 m. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο. Τα διαστήματα των καθισμάτων πρέπει να είναι 5 cm, η απόσταση 85 cm. Οι διάδρομοι προσπέλασης για περισσότερα από 400 άτομα απαιτούν πλάτος 1,80- 2 m, ενώ για λιγότερα από 400 άτομα 1,20- 1,60 m.

### **ΗΜΙΚΥΚΛΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ**

Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων (μεταξύ των διαδρόμων προσπέλασης) είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική. Οι πρώτες σειρές καθισμάτων πρέπει να απέχουν 3,70 m. Τα διαστήματα και οι αποστάσεις είναι ίδια με τον κλασικό θεατρικό τύπο. Οι διάδρομοι προσπέλασης απαιτούν μικρότερο πλάτος απ'ότι στον κλασικό θεατρικό τύπο.

### **ΚΥΚΛΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ**

Η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ η αναγκαιότητα για οριζόντιους διαδρόμους αποκτά εκ των πραγμάτων δευτερεύουσα σημασία. Ισχύουν οι ίδιες αποστάσεις, διαστήματα και αριθμητικά δεδομένα, που ισχύουν και για τον ημικυκλικό τύπο.

### **ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΥΠΟΥ V**



Όπως και οι προηγούμενοι δυο τύποι διατάξεων (ημικυκλικός και κυκλικός) δεν παρέχει δυνατότητα στο χώρο για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων. Κατά τα ισχύει, ότι και για τους δυο προηγούμενους τύπους.

### ***B) ΔΙΕΘΕΥΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ***

Τα έδρανα έχουν πλάτος 45- 46 cm. Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ότι τα καθίσματα. Θα πρέπει και εδώ, όπως και στην διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, με κάπως μεγαλύτερο πλάτος όμως. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά – πίσω) θα πρέπει να είναι 1-1,10 , ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς των εδράνων από την εξέδρα πρέπει να είναι 2,50-3,50 m. Η χρήση των τραπεζιών – εδράνων παρέχει μικρή απόδοση του χώρου, γιατί χρησιμοποιούνται μόνο από τη μια πλευρά του. Με τον τρόπο αυτό εξυπηρετούνται συνέδρια με μικρό αριθμό συμμετεχόντων. Η διάταξη των εδράνων είναι γνωστή σαν σχολικό στυλ. Στα έδρανα τοποθετούνται καράφες νερού με ποτήρια και σταχτοδοχεία για κάθε 4 άτομα( έναντι 3 για διάταξη μόνο με καθίσματα), καθώς και μολύβια και μπλοκ σημειώσεων για κάθε άτομο.

### ***Γ) ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ***

Σε αυτήν την διευθέτηση τα τραπέζια που χρησιμοποιούνται έχουν πλάτος 76cm. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διάταξης τους που ποικίλουν με τη χρήση του χώρου. Τα τραπέζια, όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων, εξοικονομούν χώρο γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δυο πλευρές τους σε αντίθεση με τα τραπέζια-έδρανα. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και σχετικής οικειότητας. Στη συνέχεια θα αναλύσουμε τους πιο σημαντικούς σχηματικούς τύπους διατάξεων τραπεζιών. Οι ίδιες διατάξεις λειτουργούν και για παραθέσεις γευμάτων-δείπνων. Οι πλάτες των καθισμάτων πρέπει να απέχουν από τον τοίχο, ή από οποιοδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1-1,30m, για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους σύνεδρους και για τους τραπεζοκόμους.

## **ΣΧΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ II**

Είναι πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων. Απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο θεωρείται αυτός των 60 cm. Στα τραπέζια της <<κεφαλής>>, δεν τοποθετούνται από την εσωτερική πλευρά καθίσματα.

## **ΠΕΤΑΛΟ**

Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου <<σερπαντίνας>>.

## **Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ Π**

Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα, εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι- <<κεφαλής>>. Συχνότερη χρήση του έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπέζιων δεν τοποθετούνται καθίσματα.

## **Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΠΕΤΑΛΟΥ**

Είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού τύπου Π, που εξυπηρετεί κι αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.

## **Ο ΤΥΠΟΣ Τ**

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40- 50 ατόμων

## **Ο ΤΥΠΟΣ Ε**

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου Ε αποτελεί ο τύπος <<κτένα>>, όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπέζιων. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.

## **Ο ΤΥΠΟΣ Ι**

Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.

## **ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΩΝ ΤΥΠΟΥ <<ΣΕΡΠΑΝΤΙ-ΝΑΣ>>**

Η χρησιμοποίηση τραπέζιων διαφόρων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.(Κώστας Κραβαρίτης Έπαγγελματικός Τουρισμός συνεδρίων-κινήτρων-εκθέσεων)

## **2.5. Εκπαίδευση και εξειδικευμένα στελέχη(οργανωτές-σύνεδροι)**

Η εκπαίδευση των συνέδρων είναι ένα άλλο μεγάλο θέμα που μας απασχολεί γιατί πρέπει το ελληνικό συνεδριακό προϊόν να γίνει ανταγωνιστικό αλλά και να βελτιωθεί όσο αφορά την εικόνα της Ελλάδας στις άλλες χώρες. Γιαντό το λόγο έχουν κάνει ειδική κατεύθυνση σπουδών για την δημιουργία στελεχών τέτοιων που να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις δυνατότητες αυτές. Τα α στελέχη αυτά ονομάζονται

οργανωτές-συνεδροί και έχουν υψηλή ιεραρχική θέση για τους φορείς , τις οργανώσεις , τις ενώσεις , τους συλλόγους , τις επιχειρήσεις και έχουν την δυνατότητα να συναποφασίσουν για την διεξαγωγή , τον τόπο και τον χρόνο του συνεδρίου και στοχεύουν και οι δυο στην επιτυχία του συνεδρίου και φυσική στην ικανοποίηση των συνέδρων.

Οι ιθύνοντες έχουν κάποιες συγκεκριμένες απόψεις για το πώς θα διεξαχθεί ένα συνέδριο όπως την επιθυμία να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό δηλαδή στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, την έμφαση να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και εορταστικά γεύματα και την επιδίωξη μιας οικογενειακής ατμόσφαιρας, για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων και την αύξηση της συνοχής τους. Επιδιώκουν δηλαδή την προβολή τους μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου.

Οι οργανωτές του συνεδρίου μπορεί να ανήκουν σε διάφορες κατηγορίες όπως επιδοτημένο επιτροπή από την διοίκηση του φορέα αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις του ίδιου χαρακτήρα. Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημόσιων σχέσεων είτε γενικού χαρακτήρα είτε ειδικευμένου στην οργάνωση συνεδρίων, ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρία στο συνεδριακό τουριστικό πακέτο έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση συνεδρίων κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημόσιων σχέσεων. (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία ΄΄Συνεδριακός τουρισμός – Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

### **2.5.1 Ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO)**

Ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στην Ευρώπη είναι η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO) με 7 Συνδέσμους ιδρυτικά μέλη μεταξύ των οποίων και οι HAPCO, 31 συνδεδεμένα και 14 υποστηρικτικά. Πρόεδρος του EFAPCO για την διετία 2004-2006 εξελέγη ο κος Ζαχαρίας Καπλανίδης, βασικός στόχος της EFAPCO είναι η προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη, η ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ των μελών της και η αναγνώριση και πιστοποίηση του επαγγέλματος των οργανωτών συνεδρίων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία ΄΄Συνεδριακός τουρισμός –Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

### **2.6. Προτεραιότητα ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα**

⋮

#### **Τα οικονομικά και κοινωνικά του οφέλη.**

Η συμβολή στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ ό τι κανείς μπορεί να συμπεράνει κρίνοντας μόνο από τους αριθμούς και αυτό γιατί :

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 την τουριστική κίνηση. Λόγω όμως της ομαλότερης εποχικής κατανομής σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με την συνολική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή και μεγαλύτερη έκταση τους βαθμούς των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από την συνεδριακή κίνηση.

Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η βελτίωση αυτής 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 σχετική 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 την ανάπτυξη είναι αρκετά μεγάλα, ακριβώς επειδή η έως τώρα πρόοδος υπήρξε περιορισμένη.

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 πιθανή δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης, η οποία δημιουργείται με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό. Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά πλεονεκτήματα για την 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 πλεονέκτημα. Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων, σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνεδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτισμικές του ρίζες.

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 πιθανή δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης, η οποία δημιουργείται με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό. Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά πλεονεκτήματα για την 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 πλεονέκτημα. Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς

διοργάνωσης συνεδρίων, σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνεδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτισμικές του ρίζες.

Επιπροσθέτως, οι περισσότερες τουριστικές ανεπτυγμένες 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 φταίει. 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.

## **1.ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

### **Οι Σύνεδροι:**

- Είναι στελέχη μεγάλων οργανισμών και επιχειρήσεων
- Βρίσκονται σε παραγωγική ηλικία(35 έως 65 ετών)
- Ταξιδεύουν συχνά και έχουν εμπειρία αντιστοιχών γεγονότων
- Εκτιμούν την ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτονται
- Λειτουργούν ως διαμορφωτές γνώμης επηρεάζοντας θετικά ή αρνητικά το περιβάλλον

### **ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

- 1 στους 5 επιχειρηματικούς ταξιδιώτες είναι σύνεδρος
- Ο ετήσιος τζίρος κυμαίνεται στα \$300 δις ετησίως
- Ο κλάδος εμφανίζει αυξητική τάση 8-10% ετησίως

Τα επόμενα χρόνια για τον συνεδριακό τουρισμό :WTTC (World Travel and Tourism Council)πρόβλεψη εσόδων 2001 \$175 δις για την Ευρώπη- \$ 485 δις Παγκοσμίως.

## **2.ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΑΠΟΛΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

### **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. (Αμαλία Λιόντου πτυχιακή εργασία "Συνεδριακός τουρισμός –Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **3.1. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ**

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και το 5ο μεγαλύτερο στη Μεσόγειο. Πρωτεύουσα καθώς και μεγαλύτερη πόλη της είναι το Ηράκλειο. Η Κρήτη εκτείνεται περίπου 160 χλμ νότια της ελληνικής ηπειρωτικής χώρας εκτεινόμενη κατά διεύθυνση Ανατολή - Δύση, νότια του Αιγαίου πελάγους, του οποίου και αποτελεί το νότιο φυσικό όριο και βόρεια του Λιβυκού. Στην Κρήτη άκμασε, περίπου από το 3000 π.Χ.-1.400 π.Χ., ένας από τους πρώτους πολιτισμούς της Ευρώπης, ο Μινωικός. Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί στην Ελλάδα και το δεύτερο μεγαλύτερο (μετά την Κύπρο) της ανατολικής Μεσογείου. Βρίσκεται στο νότιο άκρο του Αιγαίου πελάγους και καλύπτει μια περιοχή 8.336 km<sup>2</sup>. Ο πληθυσμός της είναι 601.131 άνθρωποι (απογραφή 2001). Έχει μήκος 260 χλμ και ποικίλλει στο πλάτος με ένα μέγιστο 60 χλμ (από το ακρωτήριο Δίον έως το ακρωτήριο Λίθινο), σε ένα ελάχιστο 12 χλμ στον ισθμό Ιεράπετρας στην ανατολική Κρήτη. Η ακτογραμμή της παρουσιάζει βαθύ γεωγραφικό διαμελισμό, ο οποίος παρουσιάζει στην Κρήτη πάνω από 1.000 χλμ ακτών.

Η Κρήτη είναι ένας από τους δημοφιλέστερους ελληνικούς προορισμούς διακοπών. Το 15% των συνολικών αφίξεων, λιμένα και αερολιμένα, στη χώρα γίνονται μέσω της πόλης του Ηρακλείου<sup>1</sup> Το 2006, οι ναυλωμένες πτήσεις στο Ηράκλειο, αριθμούσαν το 20% του συνόλου των πτήσεων ναύλωσης στη χώρα και συνολικά, περισσότεροι από δύο εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Κρήτη κατά το έτος αυτό. Η αύξηση, αυτή στον τουρισμό απεικονίζεται στον αριθμό κλινών των ξενοδοχείων, ο οποίος αυξήθηκε στην Κρήτη κατά 53% από το 1986 ως το 1991, ενώ το υπόλοιπο της Ελλάδας παρουσίαζε αύξηση των 25%. Η σημερινή τουριστική υποδομή στην Κρήτη εξυπηρετεί μεγάλο εύρος προτιμήσεων, από μεγάλα, πολυτελή ξενοδοχεία, με όλες τις προδιαγεγραμμένες εγκαταστάσεις (πισίνες, εγκαταστάσεις αθλητισμού και αναψυχής κλπ), έως μικρότερα ιδιόκτητα οικογένεια διαμερίσματα ή οργανωμένες κατασκηνώσεις. Η πρόσβαση των επισκεπτών στο νησί γίνεται αεροπορικώς μέσω του διεθνούς αερολιμένα στο Ηράκλειο και των κρατικών αερολιμένων στα Χανιά και στη Σητεία, ή ακτοπλοϊκώς στους λιμένες Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Σητείας και Καστελίου Κισσάμου. Σαν πρωτεύουσα το Ηράκλειο είναι η πέμπτη μεγαλύτερη σε πληθυσμό (159.046 κάτοικοι-απογραφή 2001) και σε έκταση (συνολική επιφάνεια 120 τετραγωνικών χιλιομέτρων) πόλη της Ελλάδας μετά την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, τον Πειραιά και την Πάτρα. Από τις 7 Νοεμβρίου 2010 σύμφωνα με τα νέα σχέδια για τις περιφερειακές διοικήσεις και το σχέδιο Καλλικράτης, ο πληθυσμός του νέου διευρημένου Δήμου Ηρακλείου ανέρχεται σε 159.046 κατοίκους. Διαθέτει το αεροδρόμιο "Νίκος Καζαντζάκης", ένα από τα σημαντικότερα σε κίνηση αεροδρόμια της χώρας και διαθέτει το μεγαλύτερο λιμάνι του νησιού με μεγάλη κίνηση επιβατών και εμπορευμάτων. Κύριοι οικονομικοί άξονες της πόλης του Ηρακλείου είναι ο τουρισμός, η γεωργία και το εμπόριο ενώ διαθέτει βιομηχανική περιοχή (ΒΙΠΕ) 4 χιλιόμετρα νοτιοανατολικά του κέντρου της. Η πόλη του Ηρακλείου βρίσκεται κοντά στα ανάκτορα της Κνωσού που κατά την περίοδο του μινωικού πολιτισμού παρουσίαζε τη μεγαλύτερη συγκέντρωση πληθυσμού στο νησί. Κτίστηκε το 824 όταν Σαρακηνοί πειρατές υπό τον Αμπού Χαφέζ κατέλαβαν τις ακτές του και έχτισαν μεγάλο οχυρωματικό έργο με πλατιά περιμετρική τάφρο που γύρω της αναπτύχθηκε η πόλη, λαμβάνοντας την αρχική της ονομασία Χάνδαξ. Οι Σαρακηνοί κατέστησαν την πόλη ως πρωτεύουσά τους και ορμητήριο πειρατικών δραστηριοτήτων, πράξη που προκάλεσε την οργή της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας.

Το 961 οι Βυζαντινοί επιτέθηκαν στην πόλη, οδηγώντας στη λεηλασία και στην ολοσχερή πυρπόληση, σφαγιάζοντας παράλληλα το Σαρακηνό πληθυσμό της. Αφού την ξανάκτισαν απ' την αρχή διατήρησαν την κυριαρχία της για τα επόμενα 243 χρόνια.



Μέρος των ενετικών τειχών του Ηρακλείου



Το φρούριο Κουλέ στο λιμάνι του Ηρακλείου

Το 1204 η πόλη αγοράστηκε από τους Ενετούς εν μέσω πολιτικής συμφωνίας που συμπεριελάμβανε μεταξύ άλλων την επανατοποθέτηση στον θρόνο της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας του Ισαάκιου Β' Αγγέλου από τους Σταυροφόρους της 4ης Σταυροφορίας. Το όνομα της πόλης από *Handaq* μεταβλήθηκε στο ιταλικό *Candia*. Ένα από τα σημαντικότερα έργα των Ενετών αποτέλεσε η βελτίωση των οχυρώσεων της πόλης, χτίζοντας τεράστιο τείχος, πάχους έως 40μ κατά τόπους και του οποίου το μεγαλύτερο μέρος διασώζεται μέχρι και σήμερα.

Το 1647 μ.Χ. ξεκίνησε η πολιορκία της πόλης από τους Οθωμανούς Τούρκους, διάρκειας συνολικά 22 χρόνων, με απώλειες 30,000 Κρητικών και 120,000 Τούρκων. Έληξε με την κατάκτηση της πόλης το 1669 από τον Κιοπρουλού Φαζίλ Αχμέτ. Κατά την περίοδο της τουρκοκρατίας η πόλη έγινε γνωστή και ως “Μεγάλο Κάστρο” ή “Κάστρο”.

Η πόλη ελευθερώθηκε το 1898, ονομάστηκε Ηράκλειο από τον Μινωικό οικισμό που εμφανίστηκε εκεί ήδη από τον 7ο π.Χ. αιώνα, ακόλουθα με τα "Γεωγραφικά" του Στράβωνος ("... έχει για επίγειο η Κνωσός το Ηράκλειο") και αποτέλεσε μέρος



της αυτόνομης Κρητικής Πολιτείας που με τη σειρά της ενώθηκε με την Ελλάδα το 1913.

### ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

- Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου
- Ιστορικό Μουσείο Κρήτης
- Μουσείο Φυσικής Ιστορίας
- Μουσείο Μάχης της Κρήτης
- Αρχαιολογικός χώρος Κνωσου([www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org))

## 3.2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ – ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η Κρήτη, τα τελευταία χρόνια στον τομέα του τουρισμού ακολούθησε μια δυναμική πορεία και κατέγραψε την πρώτη θέση, στην τοπική οικονομία. Σήμερα ο τουριστικός τομέας συμμετέχει στη δημιουργία του ακαθάριστου εισοδήματος, σε επίπεδο Κρήτης κατά 5,2 % και απασχολεί άμεσα το ίδιο ποσοστό εργατικού δυναμικού. Αξιοσημείωτη είναι η οικονομική ανάπτυξη και η αύξηση του πληθυσμού, των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών της Κρήτης, με εντυπωσιακότερο το Νομό Ηρακλείου, όπου η πληθυσμιακή αύξηση καταγράφηκε σε ποσοστό 39,7% μεταξύ των ετών 1951-1991, όταν στην Κρήτη την ίδια περίοδο κατεγράφη αύξηση 16,9 %. Είναι βέβαιο ότι η Κρήτη έχει καθιερωθεί στη συνείδηση του Ευρωπαίου Πολίτη, ως τουριστικός προορισμός και αυτό το οφείλει στο εξαιρετικό φυσικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό της δυναμικό, δηλαδή τις φυσικές ομορφιές της, την ιστορία της και την παράδοσή της. Ο Νομός Ηρακλείου έχει το μεγαλύτερο αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων, ποσοστό 35,6 % σε επίπεδο Κρήτης, και κλινών, ποσοστό 45,5%, συγκεντρώνει δε και το μεγαλύτερο ποσοστό διανυκτερεύσεων 50,5% των αλλοδαπών επισκεπτών και το 41,1 % των ημεδαπών. Παρά τη θέση όμως αυτή, ο τομέας σήμερα αντιμετωπίζει έντονες πιέσεις και διαρθρωτικά προβλήματα που οφείλονται, αφενός στις διεθνείς συγκυρίες (οικονομική κρίση) όπως και σε εσωτερικά ζητήματα και εγγενείς αδυναμίες, με αποτέλεσμα μετά το 2001, έτος σταθμό όπου η Κρήτη προσέγγισε τα 3 εκατ. επισκέπτες, να καταγράφεται μια συνεχής πτωτική πορεία στις αφίξεις, αλλά και ανάλογα στις διανυκτερεύσεις και στους οικονομικούς απολογισμούς... Βεβαίως ανάλογα είναι τα μεγέθη, ίσως και αρνητικότερα, άλλων ελληνικών προορισμών και της χώρας γενικότερα. Συμπερασματικά δεν αμφισβητείται πλέον από κανέναν, ότι πρόκειται για μια δομική κρίση και τούτο πιστοποιείται από το γεγονός, ότι ενώ ο παγκόσμιος τουρισμός σημείωσε αύξηση 12% τους πρώτους 8 μήνες το 2004 και ο ευρωπαϊκός αντίστοιχα 4%, σύμφωνα με τις μετρήσεις που κατέγραψε η έρευνα της Wall Travel Market, και ενώ οι γείτονές μας (Τουρκία,

Βουλγαρία, Κροατία) σημείωσαν ρεκόρ αυξήσεων, εμείς είμαστε η μοναδική χώρα στην Ευρώπη με ανάλογη τουριστική υποδομή, που σημειώσαμε αρνητικούς δείκτες και στις αφίξεις και την οικονομία και την απασχόληση. Όλα αυτά σε μια μεταολυμπιακή περίοδο χρονική, καθόσον η πατρίδα μας οργάνωσε τότε και πραγματοποίησε τους καλύτερους και ασφαλέστερους κατά γενική ομολογία, Ολυμπιακούς Αγώνες και επομένως διέθετε συγκριτικό πλεονέκτημα. Σήμερα μπορούμε να πούμε καθαρά, ότι τα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού οφείλονται μεν και στις διεθνείς συγκυρίες και εξελίξεις, οι οποίες επηρεάζουν όλους τους τουριστικούς προορισμούς, όμως οι ξένοι προορισμοί, κατά κανόνα, ανέκαμψαν και σημείωσαν θετικά αποτελέσματα, σε αντίθεση μ' εμάς, όπου η κρίση όχι μόνο υποβόσκει αλλά έχει αρχίσει να μας απειλεί. Ο ελληνικός τουρισμός, από τους πιο υγιείς και δυναμικούς τομείς της οικονομίας μας, έχει εισέλθει σε περίοδο κλυδωνισμών και έχει ανάγκη τη δυναμική στήριξη όλων μας, διαφορετικά ο κίνδυνος περαιτέρω απώλειας μεριδίου της αγοράς που δικαιούμαστε, είναι πολύ μεγάλος. Ο διεθνής ανταγωνισμός και η ανάπτυξη της αγοράς, (παγκοσμιοποιημένης πλέον και στον τομέα του τουρισμού) η κατάσταση στις αγορές (πηγές) π.χ. αυξανόμενος ανταγωνισμός, όλο και μεγαλύτερες προσφορές, χαμηλότερες τιμές, μείωση επαναλαμβανόμενων επισκέψεων, πολιτικές διεκδίκησης (μάρκετινγκ) και η μη έγκαιρη προσαρμογή των ελληνικών επιχειρήσεων, στις συνθήκες ανταγωνισμού, θα μας οδηγήσουν σε πολύ δυσάρεστα αποτελέσματα. Οι λύσεις στα καταγεγραμμένα προβλήματά μας, θα προέλθουν από εμάς τους ίδιους και δεν είναι άλλες από :

- Την ανάδειξη επώνυμου και ταυτοποιημένου τουριστικού προϊόντος, το οποίο θα στηρίζεται στην ποιότητα και τα ασύγκριτα ελληνικά χαρακτηριστικά στοιχεία, της πιο όμορφης χώρας του κόσμου, πράγμα που προϋποθέτει υποδομές στο χώρο, υποδομές στην τεχνολογία, υποδομές στον ανθρώπινο παράγοντα. Αυτό πολύ απλά σημαίνει:
- Αναβάθμιση των υποδομών και του περιβάλλοντος.
- Ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών.
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων
- Έγκαιρη και διαρκής προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στη σύγχρονη τουριστική ζήτηση. Διαφοροποίηση και εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού, ο οποίος θα επεκτείνει το χώρο και τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- Επιστημονική προσέγγιση στο σχεδιασμό και την κλιμάκωση της τουριστικής διαφήμισης και προβολής.
- Βελτίωση των ελεγκτικών μηχανισμών που διαθέτουμε για τον έλεγχο της αγοράς και την πάταξη φαινομένων και συμπεριφορών, διαφόρων συντεχνιών, που δυσφημούν τη χώρα και το προϊόν μας.
- Αύξηση της αστυνόμευσης (τουριστική αστυνομία) η οποία στην κυριολεξία έχει υποβαθμιστεί και στην πράξη δεν υφίσταται.
- Αύξηση της αποτελεσματικότητας των υπηρεσιών του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης- ΕΟΤ. Σήμερα μπορούμε να πούμε ότι η εικόνα της χώρας στις διεθνείς εκθέσεις που συμμετέχει, είναι σαφώς βελτιωμένη. Σε ένα, λοιπόν, διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού, οι τοπικές κοινωνίες καλούνται να παίξουν ένα αυτόνομο και σημαντικό ρόλο, καθοριστικό όμως για την αναπτυξιακή τους πορεία. Στο πλαίσιο αυτό, οι φορείς του κάθε τόπου με τις πρωτοβουλίες και το δυναμισμό που αναπτύσσουν, καθορίζουν και τον τρόπο,

αλλά και τις προτεραιότητες με τις οποίες η κάθε περιοχή θα εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται προς όφελος των ανθρώπων της. Με τον τρόπο αυτό, θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, στην προβολή του τόπου και των προϊόντων του, στην ανάδειξη ευκαιριών δικτύωσης για τη διευκόλυνση των εμπορικών συναλλαγών και την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων. Σε μία εποχή, μάλιστα, αυξημένης συνειδητοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων της μόλυνσης του πλανήτη, ο Τουρισμός θεωρείται ένας από τους κύριους ενόχους. Ο Τουρισμός δεν αποτελεί μία φιλική προς το περιβάλλον βιομηχανία και γι' αυτό ενοχοποιούνται οι μεταφορές, η τοπική υπερανάπτυξη και η εξάντληση των φυσικών πόρων. Τα Διεθνή Συνέδρια που εστιάζουν σ' αυτό το θέμα έχουν διατυπώσει αρκετές προτάσεις, που συχνά συνοψίζονται με τον όρο «Περιβαλλοντικός Τουρισμός» και αναφέρονται σε όρους όπως ο εναλλακτικός Τουρισμός (φυσιολατρία και παρατήρηση άγριας ζωής), ο Οικολογικός Τουρισμός (προαγωγή και προστασία περιοχών φυσικού κάλους από τον μαζικό Τουρισμό και την υπερανάπτυξη) και ο Αγροτουρισμός (εκπαιδευτικές εκδρομές στην ύπαιθρο και επιμόρφωση του αγροτικού πληθυσμού). Η θεωρία υιοθετείται εύκολα και οι τουριστικοί πράκτορες, οι τοπικές επιχειρήσεις και οι επισκέπτες εκτιμούν και σέβονται τα πολιτιστικά και φυσικά χαρακτηριστικά της περιοχής όπου δραστηριοποιούνται, όμως υπάρχουν δυσκολίες στην πρακτική εφαρμογή της. Η ιδέα αρμονικής σύνδεσης των επισκεπτών με την φύση και το περιβάλλον δεν είναι καινούργια. Η μακροχρόνια και επιτυχημένη συμμετοχή κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο είχε σαν αποτέλεσμα να χαρακτηριστούν ως αγροτικά, τουριστικά θέρετρα τουριστικοί προορισμοί, όπως οι οινοπαραγωγικές περιοχές της Ευρώπης και των Ηνωμένων Πολιτειών. Πολλές τέτοιες κοινότητες προέβλεψαν τις μελλοντικές κατευθύνσεις του Τουρισμού περισσότερο από ένστικτο παρά με βάση κρατικές οδηγίες και συνήθως με σημαντικές ίδιες επενδύσεις, ώστε να επιτύχουν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα. Οι τουρίστες επιδιώκουν συχνά να βρεθούν σε ένα τοπίο που δεν έχει απολύτως καμία σχέση με αυτό που έχουν συνηθίσει, για να βιώσει ένα διαφορετικό τρόπο ζωής. Οι κοινότητες που βασίζονται στον Τουρισμό θα έπρεπε να έχουν σαν στόχο να διατηρήσουν την πολιτιστική τους κληρονομιά και ένα καθαρό περιβάλλον. Η υπέρ - εμπορευματοποίηση μπορεί να καταστρέψει τον χαρακτήρα μίας κοινότητας σε λίγα χρόνια, αφήνοντας πίσω της φαστφουντάδικα και πάγκα υδάτινης αναψυχής. Διακοπές αφιερωμένες στην εξερεύνηση της υπαίθρου και γραφικών χωριών, στην εξοικείωση με την τοπική κουζίνα και την λαϊκή τέχνη μπορεί να αποτελέσουν ένα δροσερό και απολαυστικό διάλειμμα από το αστικό περιβάλλον, που οι περισσότεροι βιώνουν καθημερινά. Ο ενημερωμένος ταξιδιώτης μπορεί επίσης να συμβάλλει άμεσα στην προσπάθεια ανάπτυξης του περιβαλλοντικού τουρισμού, αν υποστηρίξει τις κοινότητες που εργάζονται για την διατήρηση των τοπικών τους παραδόσεων. Στην Κρήτη, προτείνονται ήδη, διάφορες μορφές περιβαλλοντικού Τουρισμού, από μονοήμερες επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους ή σε ελαιοτριβεία, παραδοσιακά χωριά και λαογραφικά μουσεία, μέχρι πολυήμερες εκδρομές στη φύση και εκδρομές, ενώ υπάρχουν και ξενοδοχεία που λειτουργούν σε οικολογική βάση με κήπους βιολογικής καλλιέργειας και καταφύγια πουλιών.

Είναι βέβαιο ότι η Κρήτη και ο Νομός Ηρακλείου έχει καθιερωθεί στη συνείδηση του Ευρωπαίου Πολίτη ως Τουριστικός προορισμός και αυτό το οφείλει στο εξαίρετο φυσικό και πολιτιστικό και πολιτισμικό της δυναμικό. Στόχος όμως είναι η

ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών και για ένα ακόμη σοβαρό λόγο. Η γεωργική δραστηριότητα δεν είναι πλέον σε θέση να εξασφαλίσει απασχόληση και ικανοποιητικό εισόδημα για μεγάλο μέρος των πολιτών της υπαίθρου, ενώ το φυσικό περιβάλλον έχει υποβαθμισθεί σημαντικά. Μία ήπια τουριστική – οικολογική αξιοποίηση της ενδοχώρας, σε διάφορες άλλες μορφές Τουρισμού, θα υλοποιήσει τους στόχους μας και θα επιλύσει το πρόβλημα της απασχόλησης σε ένα βαθμό. Σκοπός της ήπιας αυτής τουριστικής-οικολογικής αξιοποίησης της ενδοχώρας του νομού είναι η προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και η οικονομική ανάπτυξη με την διατήρηση της γεωργικής δραστηριότητας, την προώθηση συμπληρωματικών οικονομικών δραστηριοτήτων και εναλλακτικών μορφών απασχόλησης και δημιουργία νέων πηγών εισοδήματος. Όμως, για την διαμόρφωση της στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων της ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, πρέπει, μεταξύ των άλλων να ληφθούν υπόψη και τα παρακάτω:

- Η εδαφική διαμόρφωση με τους ορεινούς όγκους που είναι οι υδροσυλλέκτες κάθε τόπου και τροφοδοτούν με νερό πολλές πηγές και γεωτρήσεις για την άρδευση και ύδρευση, δεν πρέπει να δεχθούν παρεμβάσεις που θα εμποδίζουν τη συλλογή των υδάτων ούτε να μολύνουν τους υδροφορείς.

Οι οικισμοί που υπάρχουν στους ορεινούς όγκους με την ανάπτυξη του τουρισμού υπάρχει κίνδυνος να αναπτυχθούν άναρχα και να παρατηρηθούν τα ίδια φαινόμενα με την ανάπτυξη τουρισμού στις παράκτιες ή πεδινές περιοχές. Απαραίτητη είναι η εκπόνηση πολεοδομικών μελετών, ο χαρακτηρισμός οικισμών ως παραδοσιακών και ο αρχιτεκτονικός έλεγχος των κτισμάτων.

- Ο σχεδιασμός κάθε ενέργειας πρέπει να γίνει προσεκτικά και με την συμμετοχή και αποδοχή των τοπικών κοινωνιών.
- Ο σχεδιασμός των τουριστικών προϊόντων, η διαφήμιση, η προβολή η προώθηση θα πρέπει να γίνει ιδιαίτερα προσεκτικά για την επιτυχή προσέλκυση των επισκεπτών.
- Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην προσέλκυση Ελλήνων και ντόπιων επισκεπτών που τα τελευταία χρόνια προτιμούν αυτή τη μορφή τουρισμού αλλά και λόγω της μικρής απόστασης τους από τους ορεινούς όγκους μπορούν να γίνουν τακτικοί επισκέπτες. Ο κύριος σκοπός δηλαδή είναι η διαμόρφωση και εφαρμογή ενός πλαισίου προστασίας, ανάδειξης και ανάπτυξης της περιοχής που θα συνδυάζει την προστασία και διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος με την ορθολογική αξιοποίηση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων, με την προώθηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τόσο στο πρωτογενή (αγροτικές καλλιέργειες, κτηνοτροφία) όσο και στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα, (βιοτεχνία τουρισμό). Ειδικότερα, για το Νομό Ηρακλείου, το επιχειρησιακό σχέδιο για την ανάπτυξη των Εναλλακτικών αυτών Μορφών Τουρισμού πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω προγράμματα:
- Πρόγραμμα προστασίας και διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος
- Ειδικές δράσεις για την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας.
- Αντιπυρική προστασία
- Εξασφάλιση της φυσικής αναγέννησης δασών αλλά και αναδασώσεις

- Σχέδιο για την αντιμετώπιση φαινομένων διάβρωσης και κατολισθήσεων από επιφανειακά ή υπόγεια νερά του ορεινού όγκου αλλά και προστασία και εμπλουτισμός υδροφόρων οριζόντων
- Πρόγραμμα οικολογικού (προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος) , επιστημονικού(συνέδρια) και θρησκευτικού τουρισμού(επισκέψεις σε μοναστήρια κλπ).
- Δημιουργία δικτύου μονοπατιών και μονοπατιών μελέτης της φύσης ,γεωμονοπατιών, πλήρες σύστημα σήμανσης και διαμόρφωσης θέσεων θέας, παρατηρητήριων της φύσης
- Κατασκευή κέντρων για υποδοχή και διακίνηση επισκεπτών
- Διαμόρφωση χώρων διημέρευσης, υπαίθριας αναψυχής.
- Ανάδειξη και προστασία πηγών και υδροτόπων
- Σχεδίαση πολιτιστικών διαδρομών
- Διαμόρφωση οδικού δικτύου για βελτίωση αγροτικού δικτύου και διευκόλυνση της πρόσβασης στην περιοχή. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού θα βοηθήσει να αμβλυνθούν τα όποια προβλήματα. Όμως ο μαζικός τουρισμός θα παραμείνει κυρίαρχος γι' αυτό θα πρέπει σ' αυτόν να εντάξουμε σιγά-σιγά κάποιες δραστηριότητες από τον εναλλακτικό τουρισμό και να προσπαθήσουμε στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών να αποφύγουμε λάθη που έγιναν στον μαζικό τουρισμό ,να έχουμε στο νου την αειφόρο ανάπτυξη όχι μόνο του τουρισμού αλλά της οικονομίας γενικότερα, την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των περιοχών υποδοχής των επισκεπτών και την κοινωνική και πολιτιστική πρόοδο του τόπου μας. (<http://www.patris.gr/articles/19/2/2010>)

### **3.3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΣΥΝΕΛΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Το νησί είναι εξαιρετικά ορεινό και καθορίζεται από μια υψηλή σειρά βουνών που το διασχίζει την από τη δύση ως την ανατολή, διαμορφωμένη από τρεις διαφορετικές ομάδες βουνών. Αυτές είναι

- τα Λευκά Όρη (2.452 μ).
- η οροσειρά Ίδη (Ψηλορείτης (35.18° Β 24.82° Α 2.456 μ).
- το όρος Δίκη (2.148 μ).

Η Κρήτη ανήκει στη μεσογειακή κλιματολογική ζώνη που προσδίδει τον κύριο κλιματικό χαρακτήρα της, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως εύκρατος. Η ατμόσφαιρα

μπορεί να είναι αρκετά υγρή, ανάλογα με την εγγύτητα στη θάλασσα. Ο χειμώνας είναι αρκετά ήπιος και υγρός, με αρκετές βροχοπτώσεις, ως επί το πλείστον, στα δυτικά τμήματα του νησιού. Η χιονόπτωση είναι σπάνια στις πεδινές εκτάσεις, αλλά αρκετά συχνή στις ορεινές. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, η μέση θερμοκρασία κυμαίνεται στο πλαίσιο των 25-30 βαθμών (Κελσίου). Η χλωρίδα του νησιού απειλείται από τη βαθμιαία ανάπτυξη της κτηνοτροφίας. Οι δυνατότητες πρόσβασης είναι αρκετά ικανοποιητικές με διαφορετικές επιλογές :

### **ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ**

- Το διεθνές αεροδρόμιο Ν. Καζαντζάκης το οποίο παρέχει εναέρια σύνδεση της πόλης με ολόκληρο τον κόσμο.
- Ο λιμένας Ηρακλείου στον οποίο εδράζουν οι δύο Κρητικές ακτοπλοϊκές εταιρίες, Μινωικές Γραμμές (Minoan Lines) και ANEK αποτελεί μείζονα σταθμό στην ευρύτερη περιοχή της Μεσόγειου.
- Ο Βόρειος Οδικός Άξονας της Κρήτης Β.Ο.Α.Κ. ο οποίος παρέχει πρόσβαση στις μεγαλύτερες πόλεις του νησιού.
- Οι εθνικές οδοί Ηρακλείου-Μοιρών και Ηρακλείου-Αρκαλοχωρίου που συνδέουν την πόλη με το εσωτερικό του νομού.
- Το ΚΤΕΛ Κρήτης το οποίο συνδέει το Ηράκλειο με τις υπόλοιπες περιοχές του νησιού.

Το αστικό ΚΤΕΛ Ηρακλείου που πραγματοποιεί δρομολόγια από το κέντρο προς την ευρύτερη πόλη και τις περιβάλλουσες περιοχές.([www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org))

### **3.3.1 Στοιχεία συνεδριακού προϊόντος**

Σ' όλο το μήκος της ακτογραμμής του νησιού είναι διάσπαρτες δεκάδες πανέμορφες παραλίες, από τις οποίες οι 14( το έτος 2009) είναι βραβευμένες με 'Γαλάζιες σημαίες' γεγονός που προσδίδει σημαντικότητα στην ποιότητα των ακτών του νησιού. η Κρήτη εντάχθηκε μέσω της διανομαρχιακής, αστικής, μη κερδοσκοπικής εταιρείας Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας στο Πρόγραμμα Προορισμών Αριστείας του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών. Στόχος του προγράμματος αποτελεί η αποτελεσματική στήριξη του προορισμού για την υλοποίηση των απαραίτητων αλλαγών του τουριστικού προϊόντος και προφίλ της Κρήτης, προκειμένου να αποτελέσει Τουριστικό Προορισμό Αριστείας, πετυχαίνοντας βιώσιμο τουρισμό 12 μήνες το χρόνο. Η ολοκλήρωση του Προγράμματος Προορισμών Αριστείας πραγματοποιήθηκε με την παρουσίαση της Μελέτης Διαχείρισης Προορισμού στο Νομαρχιακό Μέγαρο. Στη μελέτη παρουσιάζονται αναλυτικά οι δράσεις που θα πρέπει να υλοποιηθούν για να αποτελέσει η Κρήτη ένα διεθνή τουριστικό προορισμό αριστείας με βάση επιτυχημένες πρακτικές σε άλλους προορισμούς, οι οποίες θα προσαρμοστούν στις τοπικές ιδιαιτερότητες. Συγκεκριμένα οι δράσεις στοχεύουν:

1. Στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του προορισμού
2. Στην υποστήριξη για την επίτευξη των βιώσιμων στόχων του προορισμού

3. Στην αναβάθμιση & τον εμπλουτισμό της τουριστικής εμπειρίας

4. Στην στρατηγική κατεύθυνση αναφορικά με την ανάπτυξη ,διαχείριση & προώθηση του προορισμού.

Η Κρήτη συμμετείχε στο ειδικό πρόγραμμα αξιολόγησης του CED με την ονομασία «Πρόγραμμα Προορισμών Αριστείας SMED» (System of Measures for Excellence in Destinations) κατά τη διάρκεια της εφαρμογής του «Καλλικράτη» και των μεταρρυθμίσεων που αυτή επέφερε σε όλες τις βαθμίδες της τοπικής αυτοδιοίκησης. Το εν λόγω πρόγραμμα και η αξιοποίηση του στην παρούσα φάση αποτελεί σημαντική πρόκληση για τον τουριστικό τομέα και την ευρύτερη οικονομία της Κρήτης, δεδομένου ότι καταθέτει συγκεκριμένες προτάσεις για την ανάπτυξη, διαχείριση και προώθηση της Κρήτης ως ενιαίου προορισμού. Αναγνωρίζοντας ότι παράγοντες όπως η παρούσα διεθνής οικονομική συγκυρία και ο σκληρός ανταγωνισμός επιβάλλουν την άμεση αξιοποίηση όλων των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της Κρήτης, η συγκεκριμένη πρωτοβουλία βρίσκεται σε απόλυτη αρμονία με τις κατευθύνσεις της Πράσινης Ανάπτυξης και των σύγχρονων μεθόδων προώθησης προορισμών.

Τα οφέλη από την υλοποίηση του συγκεκριμένου προγράμματος στην Κρήτη περιλαμβάνουν:

\* Τη διεθνή αναγνώριση της Κρήτης ως προορισμού αριστείας μέσω ενός παγκόσμιου φορέα.

\* Την κοινωνική συνοχή μέσα από ένα ενιαίο όραμα και στόχους για τη βιώσιμη ανάπτυξη του προορισμού.

\* Τη συνεχή υποστήριξη με σκοπό την άντληση και την απορρόφηση της τεχνογνωσίας για την υλοποίηση του προγράμματος στον προορισμό

\*Τη μεταφορά επιτυχημένων διεθνών πρακτικών σε διάφορους τομείς, προσαρμοσμένων στα δεδομένα της Κρήτης. ([www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org))

### **3.4. Πλεονεκτηματα και Μειονεκτηματα στην διοργανωση συνεδρίων στο Νομο Ηρακλείου.**

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 ΣΤΑ\_ΙΟ) , 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 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. **=ιαμονή:** 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 να 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 **=ιαμονή:** 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:

ΠΙΝΑΚΑΣ Ε						
ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΟΥΣ	ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ		
	ΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΩΝ			ΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΩΝ		
	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΤΑΝΟΜΗ%	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΑΤΑΝΟΜΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ
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
ΣΥΝΟΛΟ	1700	100,0		20.828	100,0	

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. (ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΩΣ ΤΟΠΟ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ – Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ GALAXY ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΚΡΕΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ – ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ ΙΩΑΝΝΑ ΟΚΤΩΜΒΡΙΟΣ 2010)

### **3.5. Κριτήρια που χρησιμοποιούνται στην επιλογή του Ηρακλείου**

Η Ελλάδα είναι ο τέταρτος δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός στην ΕΕ για το 2010, σύμφωνα με την κοινοτική δημοσκόπηση Ευρωβαρόμετρο που δόθηκε

την Τρίτη στη δημοσιότητα. Πρώτος δημοφιλής τουριστικός προορισμός στην ΕΕ είναι η Ισπανία και ακολουθούν η Ιταλία και η Γαλλία. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση, «*πού σκοπεύετε να πάτε διακοπές το 2010*», το 8,3% απάντησε στην Ισπανία, το 6,1% στην Ιταλία, το 5,8% στην Γαλλία και **το 3,9% στην Ελλάδα**.

Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, το 2010 **το 76% των Ελλήνων σκοπεύουν να κάνουν τουρισμό στην Ελλάδα**, ενώ μόνο το 2% σκοπεύουν να επισκεφθούν την Ιταλία και τη Γερμανία.

Επίσης, σύμφωνα με την ίδια δημοσκόπηση, **οι Έλληνες ταξιδεύουν κυρίως για λόγους αναψυχής** 53% (έναντι 37% των Ευρωπαίων), για να επισκεφθούν συγγενείς ή φίλους (17% έναντι 19% των Ευρωπαίων) και για να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα (14% έναντι 17% των Ευρωπαίων).

Τα **κριτήρια για την επιλογή του τουριστικού προορισμού είναι για τους Έλληνες** το τοπικό περιβάλλον και η ομορφιά (37% έναντι 32% για τους Ευρωπαίους), η πολιτισμική κληρονομιά (26%, έναντι 25% για τους Ευρωπαίους) και η διασκέδαση (19%, έναντι 16% για τους Ευρωπαίους).

Επιπλέον, στην πλειονότητά τους οι Έλληνες **οργανώνουν οι ίδιοι τις διακοπές και τα ταξίδια τους** (79%), έναντι 58% των Ευρωπαίων. Σε ταξιδιωτικά γραφεία απευθύνεται μόλις το 9% των Ελλήνων για την οργάνωση των διακοπών τους, έναντι 23% των Ευρωπαίων.

Εξάλλου, το 22% των Ελλήνων, έναντι 18% των Ευρωπαίων της «ΕΕ των 27», δηλώνουν ότι το 2008 και το 2009 **δεν πήγαν διακοπές για οικονομικούς λόγους**. Το 13% των Ελλήνων και των Ευρωπαίων δηλώνουν ότι δεν πήγαν διακοπές, λόγω έλλειψης χρόνου.

Τέλος, σύμφωνα με το ευρωβαρόμετρο, τα ταξίδια είναι περισσότερο δημοφιλή στους Νορβηγούς (84%), στους Φιλανδούς (83%) στους Ολλανδούς (79%) και στους Ιρλανδούς (78%). ([http://www.kyklades.gr/tourism/tour\\_article.jsp?context=1504&categoryid=3951&articleid=14538&lang=el](http://www.kyklades.gr/tourism/tour_article.jsp?context=1504&categoryid=3951&articleid=14538&lang=el))

## **3.6. SWOT Analysis**

### **3.6.1 Δυνατά σημεία**

- **Άριστο κλίμα:** Το κλίμα αποτελεί βασικό θετικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τουρισμού και η Κρήτη εμφανίζει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα καθώς διαθέτει άριστο κλίμα με κύρια χαρακτηριστικά το πολύ υψηλό ποσοστό ηλιοφάνειας, το μεγάλης διάρκειας καλοκαίρι, που ξεκινά τον Απρίλιο και διαρκεί έως τον Οκτώβριο, και ταυτόχρονα τον πολύ ήπιο χειμώνα
- **Ισχυρή γεωγραφική θέση – Νησιωτικός χαρακτήρας:** Η χωροθέτηση της Κρήτης στη μέση της Μεσογειακής λεκάνης, σε συνάρτηση με το μεγάλο μήκος της ακτογραμμής, συνιστούν σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι πολλών

τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Το νησί της Κρήτης είναι το μεγαλύτερο σε έκταση νησί στην Ελλάδα. Πολλοί το χαρακτηρίζουν ως το πιο πρόσφορο έδαφος για ανάπτυξη στην περιοχή όχι μόνο της Ελλάδος αλλά και της Ευρώπης γενικότερα. Αυτή η ανάπτυξη μπορεί να προέλθει με την εκμετάλλευση των ισχυρών σημείων της νήσου, με αποτέλεσμα την προσέλκυση διαφορετικών πηγών επενδυτικού χαρακτήρα. Ως ισχυρό σημείο μπορεί να θεωρηθεί η γεωγραφική θέση της Κρήτης που μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη του εμπορίου των Νομών της π.χ με καταλληλότερες υποδομές όπως μεγαλύτερο διεθνές αεροδρόμιο και λιμάνι το οποίο θα αποτελέσει τη νότια πύλη της Ευρώπης.

- **Υψηλό επίπεδο και επάρκεια φυσικών και ανθρωπογενών πόρων:** Η Κρήτη, και ειδικότερα ο Νομός Ηρακλείου, έχει να επιδείξει ένα μοναδικό και υψηλής οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον (προστατευόμενες περιοχές και περιοχές φυσικού κάλλους, ενδημική πανίδα και χλωρίδα, σπάνια οικοσυστήματα, όμορφες και εξαιρετικά καθαρές παραλίες, άθικτα φυσικά τοπία, καθώς και μεγάλο πλούτο ανθρωπογενών πόρων (παγκόσμιας φήμης και σπουδαιότητας αρχαιολογικά μνημεία, παραδοσιακοί οικισμοί και σύνολα, μοναδικότητα ηθών, εθίμων και φιλόξενη ατμόσφαιρα), στοιχεία που συνθέτουν ένα μείγμα δυνατών πόλων έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

- **Ικανοποιητική παραγωγική δομή:** Ο Νομός Ηρακλείου είναι ιδιαίτερα γνωστός για την παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων<sup>1</sup> και την γαστρονομία του που μπορούν είτε να διατεθούν στην τουριστική αγορά είτε να αποτελέσουν αυτόνομο τουριστικό προϊόν. Σημειώνεται ότι η κρητική κουζίνα απολαμβάνει ιδιαίτερης αναγνώρισης διεθνώς και αποτελεί σημαντικό αλλά ανεκμετάλλευτο έως σήμερα τουριστικό πόρο.

- **Επαρκείς τουριστικές υποδομές διαμονής:** Το Ηράκλειο διαθέτει υψηλής ποιότητας και ποικιλίας ξενοδοχεία και καταλύματα αλλά και εστιατόρια, κέντρα εστίασης και καφενεία, γνωστά για τις άριστες υπηρεσίες που προσφέρουν στην πλειοψηφία τους. Σημειώνεται ότι ενώ για την Ελλάδα το ποσοστό ξενοδοχειακού δυναμικού στις κατηγορίες Α' και Πολυτελείας είναι 31% το αντίστοιχο ποσοστό της Κρήτης είναι υψηλότερο της τάξης περίπου του 40%, ενώ στην Ανατολική Κρήτη (Ν. Ηρακλείου – Ν. Λασιθίου) φθάνει κοντά το 50% (48,68%, 1999). Επίσης, υπάρχει μίγμα κατηγοριών ξενοδοχείων, συμπεριλαμβανομένων των ενοικιαζόμενων δωματίων, το οποίο αντιστοιχεί με το μίγμα κοινωνικοοικονομικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων χωρών, απ' όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία τουριστών.

- **Υψηλή φήμη :** Ο Νομός Ηρακλείου αποτελεί έναν κλασσικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίως με τους επισκέπτες να έχουν διαμορφώσει την εικόνα ενός ασφαλούς και φιλικού προορισμού. Η εικόνα αυτή μεταφέρεται και μεταδίδεται στη χώρα προέλευσής τους γεγονός που συνιστά έμμεση, αλλά ουσιαστική και αποτελεσματική διαφήμιση.

- **Ικανοποιητικό επίπεδο επαναλαμβανόμενου τουρισμού:** Η επαναληψιμότητα της επίσκεψης των τουριστών ξεπερνά το 40%<sup>3</sup>. Ο μέσος όρος προηγούμενων

---

<sup>1</sup> Ορισμένα εκ των οποίων είναι χαρακτηρισμένα ως ΠΟΠ με ιδιαίτερη φήμη όπως το ελαιόλαδο Θραμανού, Αρχανών, Βιάννου, η γραβιέρα Κρήτης, το κρασί Πεζών, Αρχανών (Προϊόν ΟΠΑΠ) κλπ.

επισκέψεων ανέρχεται σε 3,5 φορές και αφορά κυρίως Σκανδιναβούς και Βέλγους. Διαπιστώνεται συνεπώς ένας πυρήνας τακτικών επισκεπτών που παραδοσιακά προτιμούν το Ηράκλειο για τις καλοκαιρινές διακοπές τους. Υψηλό ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών 86%, υψηλή πρόθεση για επαναληπτική επίσκεψη στο μέλλον 83%, πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο 22% και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς 76%.

- **Υψηλή τουριστική ζήτηση:** Ο Νομός Ηρακλείου εμφανίζει πολύ υψηλή τουριστική ζήτηση με αύξηση της τάξης του 10% ανά δεκαετία, με κυριότερες χώρες προέλευσης τις Ευρωπαϊκές. Επιπλέον αποτελεί τον πρώτο τουριστικό προορισμό της Ελληνικής Τουριστικής Αγοράς σε ό,τι αφορά τις διανυκτερεύσεις, με την πληρότητα να κυμαίνεται από 75% έως και 110% κατά την τουριστική περίοδο Απριλίου-Οκτωβρίου. Υψηλό είναι επίσης το ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών<sup>4</sup> (86%) που επισκέπτονται το Ηράκλειο, καθώς και εκείνων που είναι πρόθυμοι (76%) να συστήσουν το Ηράκλειο σε γνωστούς και φίλους ως ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

- **Καταξιωμένος τουριστικός προορισμός:** Το Ηράκλειο και η Κρήτη γενικότερα κατέχει πρωτεύουσα θέση ως μαζικός τουριστικός προορισμός, ιδιαίτερα δημοφιλής για τον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες, μεταξύ άλλων περιοχών με κοινά χαρακτηριστικά στη Μεσογειακή λεκάνη. Η μεγάλη πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως ένα αξιόλογο συγκριτικό πλεονέκτημα. Η κατάλληλη εκμετάλλευση των ήδη υπάρχοντων ιστορικών, αρχαιολογικών και θρησκευτικών μνημείων (με την Κνωσό να αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο σε αριθμό επισκεπτών αρχαιολογικό χώρο της Ελλάδος) μπορεί να επιφέρει ευνοϊκότερο κλίμα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Επίσης η δημιουργία νέων αλλά και η αναστήλωση παλαιών μνημείων μπορεί να συμβάλλει στην διαμόρφωση ενός διαφορετικού χαρακτήρα του νησιού. Δηλαδή δίνοντας ζωή στην ιστορία και κατασκευάζοντας καινούρια μνημεία με βάση την ήδη υπάρχουσα πολιτιστική κληρονομιά δημιουργείται διαφορετικό κλίμα τουριστικής ανάπτυξης και υψηλότερης ποιότητας τουριστικό προϊόν.

- **Κατεξοχήν προορισμός πτήσεων Charters:** Ένα μεγάλο μέρος των αλλοδαπών τουριστών έρχονται με πτήσεις Charter, οι οποίες προσδιορίζονται από χαμηλότερο κόστος συγκριτικά με τις κανονικές, γεγονός το οποίο συνιστά σημαντικό πλεονέκτημα για το κρητικό τουριστικό( [http://www.google.gr/search? ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ I – TRACE ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ INTERREG 2008](http://www.google.gr/search?ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ+I+TRACE+ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ+ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ+INTERREG) )

### **3.6.2. Αδύνατα σημεία**

- **Χαμηλή ποιότητα δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών:** Ο Νομός Ηρακλείου εμφανίζει χαμηλό επίπεδο σε ορισμένες βασικές υποδομές οι οποίες επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ανάπτυξη και τον βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών.

Τέτοιου είδους αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στον τομέα των μεταφορών και αφορούν:

- την κακή οργάνωση των αεροδρομίων και των λιμανιών,
- τις καθυστερήσεις των πτήσεων,
- το χαμηλό επίπεδο ποιότητας των μέσων μαζικής μεταφοράς,
- την κυκλοφοριακή συμφόρηση,
- την ανεπαρκή σήμανση του οδικού δικτύου.

Είναι γεγονός ότι οι διαδικασίες και η λειτουργία της Δημόσιας Διοίκησης χαρακτηρίζονται από γενικά αργούς ρυθμούς, στοιχείο που επιφέρει αρνητικές συνέπειες στην ανάπτυξη του τόπου. Η γραφειοκρατία είναι αποτέλεσμα της ελλιπούς οργάνωσης και της έλλειψης σύγχρονων μεθόδων διοίκησης που δρα ως ανασταλτικός παράγοντας στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους πολίτες και τις επιχειρήσεις. Προβλήματα καταγράφονται επίσης στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος με την ανεξέλεγκτη απόθεση απορριμμάτων σε κοινόχρηστους χώρους και παραλίες και την κακή εικόνα σε ότι αφορά την καθαριότητα, στοιχεία που προκαλούν αρνητική εικόνα στους επισκέπτες

• **Έλλειψη υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών:** Ουσιαστικό ρόλο στην εύρυθμη και προσοδοφόρα λειτουργία των τουριστικών μηχανισμών κάθε τουριστικής περιοχής διαδραματίζουν μια σειρά από υποστηρικτικές υποδομές, όπως τα συνεδριακά κέντρα, οι εγκαταστάσεις γκολφ, οι μαρίνες κλπ. που αφενός διαφοροποιούν και εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν και αφετέρου συντελούν στην επέκταση της τουριστικής σαιζόν αμβλύνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας. Το Ηράκλειο εμφανίζεται να υστερεί σημαντικά σε αυτόν τον τομέα την ίδια στιγμή που ανταγωνίστριες περιοχές και χώρες έχουν σημειώσει πολύ μεγάλη πρόοδο διεκδικώντας έτσι σημαντικό μερίδιο στην τουριστική αγορά.

• **Εποχικότητα:** Συνέπεια (α) του μαζικού τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας που περιορίζεται χρονικά το μέγιστο σε 8 μήνες (β) της μη επαρκούς αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της ενδοχώρας, τα οποία είναι ικανά να στηρίξουν έναν τουρισμό 12 μηνών (π.χ. ορεινός τουρισμός, οικοτουρισμός) και (γ) της έλλειψης υποδομών θεματικού τουρισμού, είναι η αδυναμία

επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και συνεπώς η έντονη εποχικότητα που δημιουργεί προβλήματα οριακής βιωσιμότητας σε τουριστικές επιχειρήσεις.

• **Χαμηλή ποιότητα στελεχειακού δυναμικού:** Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας, όσο και από πλευράς ποιότητας. Συνεπώς για την επίτευξη των παραπάνω είναι αναγκαίοι οι απασχολούμενοι στον τουρισμό να χαρακτηρίζονται από επαγγελματική ευσυνειδησία, υψηλή ειδίκευση και επικοινωνιακή ευχέρεια. Δυστυχώς όμως ένα σημαντικό τμήμα του στελεχειακού δυναμικού που απασχολείται στον ευρύτερο τουριστικό κλάδο στο Ηράκλειο αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα στερείται αυτών των προσόντων θέτοντας έτσι το νησί και τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών.

• **Απουσία Τουριστικού Μάρκετινγκ:** Οι προσπάθειες προβολής του κρητικού τουριστικού προϊόντος κρίνονται ανεπαρκείς και αναποτελεσματικές. Αυτό αποδίδεται κατά κύριο λόγο, στην έλλειψη ενός ολοκληρωμένου και μακροπρόθεσμου Σχεδίου Μάρκετινγκ το οποίο θα εφαρμόζεται σε βάθος χρόνου μεθοδικά, συντονισμένα και αποτελεσματικά. Συνέπεια αυτού είναι ότι μέχρι σήμερα πραγματοποιούνταν αποσπασματικές και μεμονωμένες πρωτοβουλίες τουριστικής προβολής από διάφορους φορείς όπως ΕΟΤ, ΝΕΤΠ, Δήμοι, ιδιωτικοί φορείς χωρίς συνεργασία και προηγούμενη συμφωνία μεταξύ τους ως προς τις προτεραιότητες και τους στόχους ώστε να επιτυγχάνεται συμπληρωματικότητα και όχι επικάλυψη.

• **Δυσκολία διείσδυσης σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού:** Πρόκειται για αδυναμία του κρητικού και γενικότερα του ελληνικού προϊόντος να αυξήσει το μερίδιο αγοράς σε χώρες που αποτελούν κατεξοχήν πηγή προσέλκυσης τουριστών όπως είναι η Γερμανία και η Μ. Βρετανία. Επιπλέον καταγράφεται αδυναμία διείσδυσης σε νέες αγορές (Χώρες Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης). Η εν λόγω αδυναμία αποδίδεται στην ανεπαρκή μεθοδολογία προβολής του τουριστικού προϊόντος, καθώς και στους μη ανταγωνιστικούς όρους προσφοράς του

• **Μειωμένη ανταγωνιστικότητα έναντι νέων τουριστικών προορισμών:** Το ελληνικό τουριστικό προϊόν υφίσταται έντονο ανταγωνισμό από νέους τουριστικούς προορισμούς με παρόμοιο προϊόν αλλά με χαμηλότερο κόστος παραγωγής όπως η Τουρκία, η Κροατία, η Βουλγαρία, η Τунησία, το Μαρόκο κλπ

- **Έντονη εξάρτηση από αποφάσεις, επιλογές και πολιτικές μεγάλων τουριστικών πρακτορείων του εξωτερικού:** Το τουριστικό προϊόν του Ηρακλείου είναι ιδιαίτερα ευάλωτο σε εξωτερικές επιδράσεις και εξαρτάται απόλυτα από τις εκάστοτε αποφάσεις των μεγάλων τουριστικών γραφείων της Ευρώπης, λόγω (α) έλλειψης κεντρικού-στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού, (β) έλλειψης συστηματικής κεντρικής τουριστικής πολιτικής και (γ) εξάρτησης από την πρακτική των πτήσεων charters που ελέγχουν κατ' αποκλειστικότητα οι Tour Operators.
- **Χωρική συγκέντρωση υποδομών περιβάλλοντος και τουρισμού και δυσκολία διάχυσης στην ενδοχώρα:** Καταγράφεται συγκέντρωση τουριστικών υποδομών και εξυπηρετήσεων σε παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές του βόρειου άξονα και σε ορισμένους θύλακες των νοτίων παραλίων (εξαιρέσεις αποτελούν ελάχιστες περιοχές της ενδοχώρας που μόλις τώρα αρχίζουν να αναπτύσσονται τουριστικά). Παρατηρείται παράλληλα δημιουργία - λειτουργία τεχνικών (υποστηρικτικών) υποδομών στις ίδιες περιοχές (καθώς εδώ υπάρχουν οι περισσότερες χρήσεις-ανάγκες) ενώ αντίθετα καταγράφονται περιορισμοί ανάπτυξης της ενδοχώρας, λόγω ανεπάρκειας βασικών υποδομών και δυσκολίας διάχυσης της τουριστικής ανάπτυξης από τις τουριστικές περιοχές προς αυτήν, λόγω εγγενών αδυναμιών.
- **Απουσία τουριστικής δραστηριότητας κατά τη χειμερινή περίοδο:** Στοιχείο το οποίο αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα για το τουριστικό προϊόν καθώς πέραν της τουριστικής περιόδου αιχμής, τα πάντα νεκρώνουν (εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων), έτσι ώστε και να θέλει κάποιος επισκέπτης να διαμείνει σε έναν τέτοιο προορισμό δεν έχει επιλογές για ενασχόληση, διασκέδαση κλπ.
- **Απότομη διόγκωση ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας:** Στην περίοδο που το Ηράκλειο αναδείχθηκε ως σημαντικός τουριστικός προορισμός η ανταπόκριση του ιδιωτικού τομέα ήταν άμεση μεν, ανεξέλεγκτη και άναρχη δε. Συνέπεια αυτού ήταν ότι μέσα σε δύο δεκαετίες οι ανεκμετάλλευτες παραλιακές εκτάσεις φιλοξένησαν ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα, καθώς και κάθε άλλου είδους τουριστικές υποδομές, αλλοιώνοντας το κρητικό τοπίο και προξενώντας ανεπανόρθωτες κατά τόπους βλάβες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.
- **Έλλειψη θεσμικού πλαισίου ρύθμισης των γρήσεων γης:** Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού (μόλις πρόσφατα εκπονήθηκε χωροταξική μελέτη) ευνόησε σε πολλές περιπτώσεις την αυθαιρεσία και την αισθητική υποβάθμιση που συνθέτουν

κατά κανόνα την υφιστάμενη εικόνα του οικιστικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

### **3.6.3 Ευκαιρίες**

• **Διοργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων 2004:** Οι Ολυμπιακοί αγώνες έχουν ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα που τους διοργανώνει και για τον τουρισμό ειδικότερα, καθώς η Ολυμπιάδα δεν αποτελεί μόνο ένα ιδιαίτερο αθλητικό γεγονός, που συνιστά κίνητρο επίσκεψης, αλλά κυρίως μια ευκαιρία που ο απόηχός της διαρκεί περίπου δέκα χρόνια, όσο και το διάστημα που ασχολείται η κοινή γνώμη με τη διοργανώτρια χώρα. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν λοιπόν ορόσημο για την περαιτέρω εξέλιξη του τουρισμού. Η Κρήτη και συγκεκριμένα το Ηράκλειο επωφελήθηκε από το γεγονός αυτό καθώς το Ηράκλειο ήταν μία από τις Ολυμπιακές πόλεις στην Ελλάδα το 2004. Το κυριότερο όφελος βρίσκεται αρχικά στο επικοινωνιακό επίπεδο με ζητούμενο τη μετεξέλιξη της δημοσιότητας σε ενεργή ζήτηση για προϊόντα, υπηρεσίες και διαμονή. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την Ολυμπιάδα είναι:

- Η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού προφίλ και η δημιουργία μιας μόνιμης τουριστικής πελατείας,
- Η διαμόρφωση ευνοϊκής εικόνας για την χώρα και τις ολυμπιακές πόλεις,
- Η δημιουργία και ο εκσυγχρονισμός βασικών αλλά και τουριστικών υποδομών,
- Η χρησιμοποίηση των διεθνών μέσων επικοινωνίας για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα για τη μετάδοση διαφόρων μηνυμάτων

• **Δυνατότητες ανάπτυξης θεματικού τουρισμού:** Το Ηράκλειο διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όπως πλούσιο και σε πολλές περιπτώσεις άθικτο φυσικό περιβάλλον, άριστο κλίμα, αξιόλογους πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους, ποιοτικά τοπικά προϊόντα, τοπική παράδοση κλπ, τα οποία αποτελούν το θεμέλιο λίθο και τα απαιτούμενα συστατικά στοιχεία για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού (αθλητικός, φυσιολατρικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός κ.α.), ο



οποίος διεθνώς σημειώνει έντονη ζήτηση. Η προώθηση του θεματικού τουρισμού πρέπει να αποτελέσει πρώτη προτεραιότητα, αφού θα συμβάλλει στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του, στην ανάδειξη και ανάπτυξη αναξιοποίητων αλλά με λανθάνουσα (τουριστική) δυναμική περιοχών της ενδοχώρας του Νομού, λειτουργώντας ανασχετικά στις τάσεις εγκατάλειψής της και συμβάλλοντας στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Με βάση την πρόταση του κ. Κυπριωτάκη (2005)<sup>2</sup> « η Μεσόγειος παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες περαιτέρω ανάπτυξης και θα πρέπει να υπερβούμε το παραδοσιακό πρότυπο Τουρισμού “Ήλιος και Θάλασσα” και να προσανατολιστούμε σε εναλλακτικές μορφές Τουρισμού που θα σηματοδοτήσουν μια νέα περίοδο Τουριστικής Ανάπτυξης και Τουριστικής Πολιτικής για τον Ευρωπαϊκό και Μεσογειακό χώρο»

• **Προώθηση διατροφής και γαστρονομίας ως “νέο τουριστικό προϊόν”:**

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

• **Χρηματοδοτικές Ευκαιρίες για τον τουρισμό:** Στα πλαίσια της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου (Δ' ΚΠΣ) σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο προβλέπεται ενίσχυση δράσεων του τουριστικού τομέα με στόχο τη μείωση της εποχικότητας, την αναβάθμιση της ποιότητας, τη διασύνδεση με τον πρωτογενή και

---

<sup>2</sup> Γ. Κυπριωτάκης (2005) «Πρόταση για την εκπόνηση Master Plan για την ανάπτυξη του Τουρισμού στην Μεσόγειο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου»

δευτερογενή τομέα, τη διασύνδεση με τον πολιτισμό και την παράδοση και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Συγκεκριμένα χρηματοδοτικά κίνητρα δίδονται μέσω των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Αγροτικών Περιοχών και Ειδικών Αγροτικών Περιοχών μέσω του Ε.Π. Αγροτικής Ανάπτυξης και Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου 2007-2013 και του ΠΕΠ Κρήτης αντίστοιχα καθώς και μέσω της Κ.Π. Leader+ και του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα.

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

- **Ολοκλήρωση βασικών έργων τεχνικής υποδομής:** Τεράστιας σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού είναι η ολοκλήρωση βασικών υποδομών, όπως η επίλυση του θέματος των αερομεταφορών (στην Ανατολική Κρήτη). Από την προηγούμενη επίσης προγραμματική περίοδο εκκρεμεί η ολοκλήρωση σημαντικών τεχνικών έργων (βιολογικών, ΧΥΤΑ, έργων ύδρευσης) τα οποία θα αυξήσουν τη φέρουσα ικανότητα των περιοχών που θα εξυπηρετήσουν.

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

- **Αξιοποίηση Ειδικών Τουριστικών Υποδομών:** Από την εποχή ακόμα των ΜΟΠ έως και το Γ' ΚΠΣ χρηματοδοτήθηκαν υποδομές για την ενίσχυση εκτός των άλλων και του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Χρηματοδοτήθηκε για

παράδειγμα η δημιουργία πολιτιστικών και φυσιολατρικών διαδρομών σε πάρα πολλά μέρη του νησιού χωρίς μέχρι σήμερα να έχουν αξιοποιηθεί, ενώ σε πολλές περιπτώσεις έμειναν ημιτελείς ή εγκαταλείφθηκαν.

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

- **Θετική εικόνα του κρητικού τουριστικού προϊόντος:** Ο Νομός Ηρακλείου είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός κυρίως για την ιστορία, τα μνημεία, τον πολιτισμό, τη θάλασσα και τις ακρογιαλιές της. Η εικόνα που έχει διαμορφωθεί για το τουριστικό προϊόν του Νομού είναι ιδιαίτερος θετική και αυτό υπογραμμίζεται από διάφορα στοιχεία όπως: α) θεωρείται ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός β) χαρακτηρίζεται από υψηλό αίσθημα φιλοξενίας και γ) θεωρείται ότι έχει “ταυτότητα” και είναι “Ξεχωριστή”. Αυτό συνεπώς που πρέπει να αποδείξουμε είναι η ποιοτική διάσταση και η διαφορετικότητα του τουρισμού της και να προβάλλουμε εκείνο το προϊόν το οποίο έχουμε έτοιμο και μπορούμε να προσφέρουμε σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.

- **Επικράτηση του Ευρώ:** Η κυκλοφορία του ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσματος στις χώρες της Ευρω-ζώνης, συμπεριλαμβανόμενης και της Ελλάδας, αναμένεται να ενισχύσει την τουριστική δραστηριότητα μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. Η ευκαιρία εντοπίζεται στο ότι με την εισαγωγή του ευρώ αυξάνεται η δυνατότητα της άμεσης τιμολογιακής σύγκρισης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Προκειμένου όμως να αποδειχθεί η εξέλιξη αυτή θετική για την τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει η ποιότητα των υπηρεσιών να είναι αντίστοιχη του ζητούμενου τιμήματος (value for money).

### **3.6.4 Απειλές**

• **Ισχυρός ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο:** Αποτελεί απειλή, αλλά ταυτόχρονα κίνητρο (πρόκληση) για την διαφοροποίηση και ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού στο Ηράκλειο, ο διεθνής ανταγωνισμός που ολοένα μεγαθύνεται και προέρχεται από:

- **τις αναπτυγμένες τουριστικά χώρες** (Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος) που προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος, στο οποίο το Ηράκλειο καλείται να «απαντήσει» με αναβάθμιση των υποδομών και των υπηρεσιών της.

- **τους ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς** (Κροατία, Βουλγαρία, Μαρόκο, Τυνησία κλπ.) που διαθέτουν παρθένο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και προσελκύουν ολοένα αυξανόμενη μερίδα των τουριστών που αναζητούν τη «διαφορετικότητα» στον τόπο που επισκέπτονται. Αποτελεί σημαντική απειλή για την Κρήτη, η οποία οφείλει την τουριστική της ανάπτυξη σε μεγάλο βαθμό στη «διαφορετικότητά της» σε σύγκριση με τους προορισμούς των αναπτυγμένων δυτικών κρατών.

- **το σύμπλεγμα των προορισμών της Μεσογείου**, οι οποίοι διαθέτουν παρόμοιο τουριστικό «προφίλ», αλλά με υψηλότερη ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών και μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά.

• **Υστέρηση σε επίπεδο προβολής:** Ο ανταγωνισμός που υφίσταται η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός από άλλες περιοχές όπως είναι π.χ. η Τουρκία δεν είναι απόρροια μόνο των καλύτερων και πληθέστερων βασικών και υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που διαθέτει αλλά κυρίως είναι αποτέλεσμα της θεαματικής βελτίωσης που παρουσιάζει ως προς τη δαπάνη, τον τρόπο και τις ενέργειες τουριστικής προβολής.

• **Μειωμένη τουριστική συνείδηση:** Καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός ολοένα και περισσότερο καθίσταται φανερή η ανάγκη επίτευξης υψηλότερου επιπέδου επαγγελματισμού και συνέπειας, τόσο από τους επιχειρηματίες όσο και από στελέχη του δημοσίου τομέα και τους εισαγόμενους που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού. Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι η επιβίωση και η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού εξαρτάται από την οργάνωση, τη σοβαρότητα, την ευσυνειδησία, τον επαγγελματισμό, την ευγένεια, την ταχύτητα αντίδρασης, την

ύπαρξη και πιστή εφαρμογή προγραμμάτων Μάρκετινγκ και κυρίως την έγκαιρη και έγκυρη διαφημιστική προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εσωτερικό και εξωτερικό.

• **Εξάρτηση από το μέλλον των αερομεταφορών:** Στοιχείο αποτύπωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο τρόπος έλευσης των επισκεπτών. Το Ηράκλειο αποτελεί κατεξοχήν προορισμό αεροπορικών αφίξεων. Ιδιαίτερα αυξημένο είναι το ποσοστό των πτήσεων τύπου Charter. Είναι γεγονός ότι απαραίτητη προϋπόθεση της ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού είναι η ύπαρξη σύγχρονου διεθνούς αεροδρομίου. Τα προβλήματα που καταγράφονται τόσο στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου, όσο και στις αεροπορικές εταιρείες συνιστούν κίνδυνο και επηρεάζουν άμεσα το δυνητικό ενδιαφέρον διεθνών και εγχώριων επενδυτών και επισκεπτών.

• **Αλλοίωση της οικιστικής ταυτότητας:** Συνέπεια εκτός των άλλων και της τουριστικής ανάπτυξης, η απρογραμματίστη ή και αυθαίρετη πολλές φορές δόμηση τουριστικών υποδομών και εγκαταστάσεων στη λογική του εύκολου και γρήγορου κέρδους, σε συνδυασμό με την έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού και νομοθετικού πλαισίου που να ρυθμίζει χρήσεις γης και προδιαγραφές δόμησης, έχει προκαλέσει τη μερική και, σε πολλές περιπτώσεις, πλήρη αλλοίωση του δομημένου περιβάλλοντος. Οι συνέπειες βαρύνουν τόσο τον ντόπιο πληθυσμό (υποβάθμιση της ποιότητας ζωής) όσο και τον ίδιο τον τουρισμό, δεδομένου ότι υποβαθμίζεται ένας από τους ισχυρότερους τουριστικούς πόρους, το οικιστικό περιβάλλον.

• **Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος:** Η αλόγιστη τουριστική ανάπτυξη δημιουργεί υψηλό κίνδυνο πρόκλησης μη αναστρέψιμων συνεπειών στο φυσικό περιβάλλον εάν δε ληφθεί μέριμνα σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για τον έλεγχο και περιορισμό των τουριστικών δραστηριοτήτων. Η δημιουργία σημαντικών φορέων διαχείρισης σε προορισμούς οικολογικού ενδιαφέροντος με σκοπό την προστασία και ελεγχόμενη τουριστική αξιοποίηση τους καθώς επίσης και η πρόβλεψη μέτρων από τους ΟΤΑ για την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος είναι ενέργειες που δεν επιδέχονται αναβολή ή διαφορετική προσέγγιση. Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να δοθεί άμεση και ιδιαίτερη σημασία στον αποτελεσματικό καθαρισμό κοινόχρηστων χώρων και την αποτελεσματική αποκομιδή των απορριμμάτων. Θα πρέπει να δημιουργηθεί φορέας καθαρισμού των ακτών και των

παράκτιων περιοχών σε επίπεδο νησιού. Θα πρέπει επίσης να θεσμοθετηθούν αυστηροί κανόνες αρχιτεκτονικής τόσο των τουριστικών καταλυμάτων, όσο και άλλων οικοδομημάτων. Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να εξετασθεί η περίπτωση φορέα προστασίας φυσικού τοπίου. Ο φορέας θα ασχολείται κυρίως με την αρχιτεκτονική μορφή και το ύφος των οικοδομημάτων και όχι με άλλα θέματα πολεοδομικής έγκρισης

• **Χαμηλό επίπεδο συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα:** Η αδυναμία αποδοτικής συνεργασίας του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, επιδρά αρνητικά ως προς την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του Νομού. Συνέπεια της απουσίας μιας τέτοιας συνεργασίας είναι να μην έχει γίνει μέχρι σήμερα πράξη, η συντονισμένη και συνολική προβολή του τουριστικού προϊόντος του Ηρακλείου, αντίθετα, οι μεμονωμένες ενέργειες που συνεπάγονται κατακερματισμό των πόρων χωρίς αποτελεσματικότητα, είναι εκείνες που κυριαρχούν. Επίσης αρνητικό στοιχείο της έλλειψης συνεργασίας είναι η μεμονωμένη και πολλές φορές στρεβλή αντιμετώπιση σοβαρών θεμάτων ειδικά σε περιόδους ύφεσης ή κρίσεων με τελικό αποτέλεσμα την υποβάθμιση της εικόνας του Ηρακλείου. Η ανάλυση του τουρισμού μέσω του SWOT analysis ((Strengthen-Weakness-Opportunities- Threats), (Δυνάμεις- Αδυναμίες- Ευκαιρίες- Απειλές)) έδειξε ότι τα σημαντικά πλεονεκτήματα της Κρήτης υπερκαλύπτουν οποιεσδήποτε αδυναμίες τις οποίες έχει. Με την κατάλληλη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που παρέχει το νησί της Κρήτης, καθώς και με την χάραξη ιδιαίτερου στρατηγικού σχεδιασμού οι περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της Κρήτης είναι από τις πλέον αισιόδοξες του ελληνικοχώρου.

[www.google.gr/search?q=ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ](http://www.google.gr/search?q=ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ)

I\_TRACE+ΚΟΙΝΟΤΙΚΗΣ+ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ+INTERREG II (Προγραμμα I-TRACE Κοινοτική Πρωτοβουλία INTERREG III B ARCHIMED 2008)

### **3.7 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 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. \_στόσο, χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερο συντονισμένες προσπά-

θεις 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 τη 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 χελώνα' 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 στοιχείο 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 συντο-

νισμένες 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 εφελκυστήρα 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. (ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΩΣ ΤΟΠΟ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ – Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ GALAXY ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ ΧΡΙΣΤΙΝΑ – ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ ΙΩΑΝΝΑ ΟΚΤΩΜΒΡΙΟΣ 2010)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

#### **Εισαγωγή**

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα πτυχιακή εργασία επικεντρώνεται στο Ηράκλειο της Κρήτης, το οποίο αποτελεί ένα συνεδριακό προορισμό, και προσπαθεί να προσδιορίσει εάν το Ηράκλειο θα έχει μέλλον όσο αφορά το κομμάτι του συνεδριακού προϊόντος. Τα ερωτηματολόγια δόθηκαν στα καταλληλά άτομα σε κάθε ξενοδοχειακή μονάδα που ασχολείται με τον συνεδριακό τουρισμό. Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε το ερωτηματολόγιο και τα αποτελέσματα που προκύπτουν μέσα από την ανάλυση του.

#### **4.1 Καθορισμός των Ερευνητικών στόχων**

Στόχοι της έρευνας για τον συνεδριακό τουρισμό του Ηρακλείου είναι:

- Η διερεύνηση του συνεδριακού τουρισμού αρχικά
- Να προσδιοριστούν οι προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο Ηράκλειο



- Να μελέτησουμε τις υπηρεσίες που παρέχονται στους συνέδρους και
- Να παρουσιάσουμε τους πιθανούς τρόπους προβολής του Νομού

## **4.2 Έρευνα με ερωτηματολόγιο**

Η μέθοδος του ερωτηματολογίου ήταν η πιο κατάλληλη μέθοδος για αυτήν την έρευνα δεδομένου ότι επιτρέπει την διανομή και την ανάκτηση των πληροφοριών σε σύντομο χρονικό διάστημα.

## **4.3 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου**

Δόθηκε 1 ερωτηματολόγιο σε ξενοδοχεία που ασχολούνται με συνέδρια πάρα πολλά χρόνια. Ο λόγος που το ερωτηματολόγιο δόθηκε μόνο σε ξενοδοχειακές μονάδες είναι γιατί στο Ηράκλειο δεν υπάρχουν συνεδριακά κεντρα και έτσι όλα τα συνέδρια γίνονται σε αίθουσες ξενοδοχείων που υπάρχει συνέργεια από φορείς ή ακόμα και από ενώσεις που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό.

## **4.4 Περίοδος και Διάρκεια Διεξαγωγής της Έρευνας**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο Νομό Ηρακλείου το έτος 2010 με διάρκεια 2 μηνών από την αρχή του μήνα Ιουλίου έως και το τέλος του μήνα Αυγούστου .

## **4.5 Ερευνητικοί Περιορισμοί**

Όλη η έρευνα πραγματοποιήθηκε κυρίως προφορικά σε ξενοδοχειακές μονάδες που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό. Αρχικά πήγα στις υποψήφιες ξενοδοχειακές μονάδες για να ρωτήσω αν διέθεταν συνεδριακές μονάδες (γιατί σε κάποια από αυτά είχα μπει σε ηλεκτρονικές διευθύνσεις και είχα δει ότι είχαν συνεδριακά κέντρα ενώ στην πραγματικότητα δεν είχαν γεγονός που με οδήγησε σε παραπληροφόρηση.) Παρευρέθηκα σε αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες για να τους ρωτήσω πότε θα ήταν δυνατό η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου μου. Μερικά ξενοδοχεία απάντησαν άμεσα, ενώ σε κάποια άλλα έπρεπε να αφήσω το ερωτηματολόγιο εκεί. Τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια που τα χρησιμοποίησα και για την δημιουργία των αποτελεσμάτων τα πήρα εγώ προσωπικά και ήταν σε μορφή μικρής συνέντευξης οι συναντήσεις μου με τους υπευθύνους για τα συνέδρια.

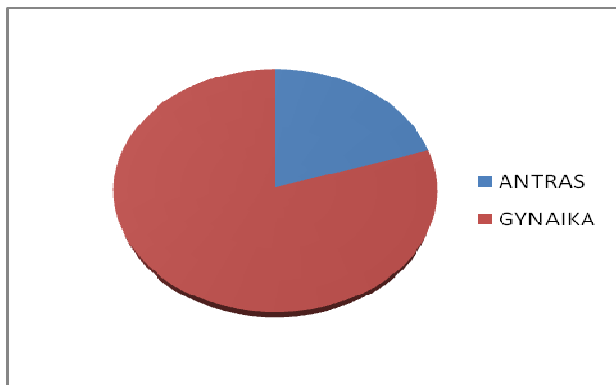
## **4.6 Παρουσία του Ερωτηματολογίου στα Ξενοδοχεία.**

### ***ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ***

Ξεκίνησα με τα στοιχεία των φορέων που πήρα τις πληροφορίες μου και τα παρουσιάζω ακολούθως:

1.

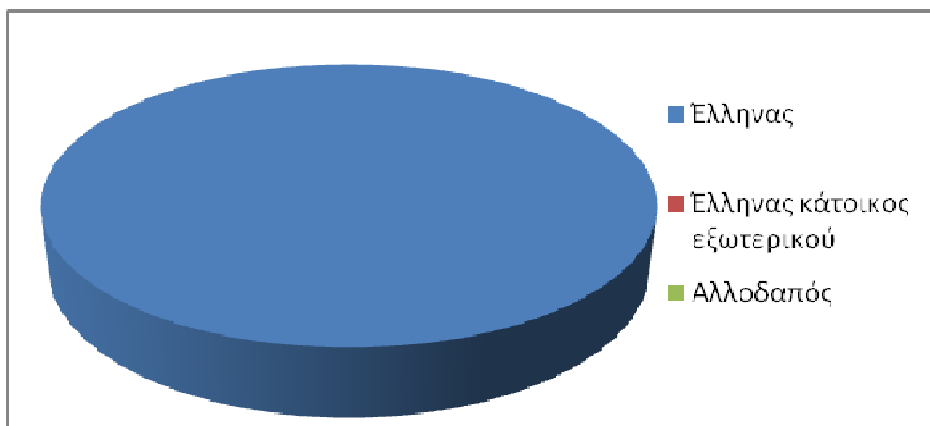
Ανδρας	2
Γυναίκα	8



Βλέπουμε ότι στα περισσότερα ξενοδοχεία που επισκεφθήκα το 80% ήταν γυναίκες εκπρόσωποι του συνεδριακού τουρισμού ενώ οι άντρες κατεχουν μόλις το 20%.

2.

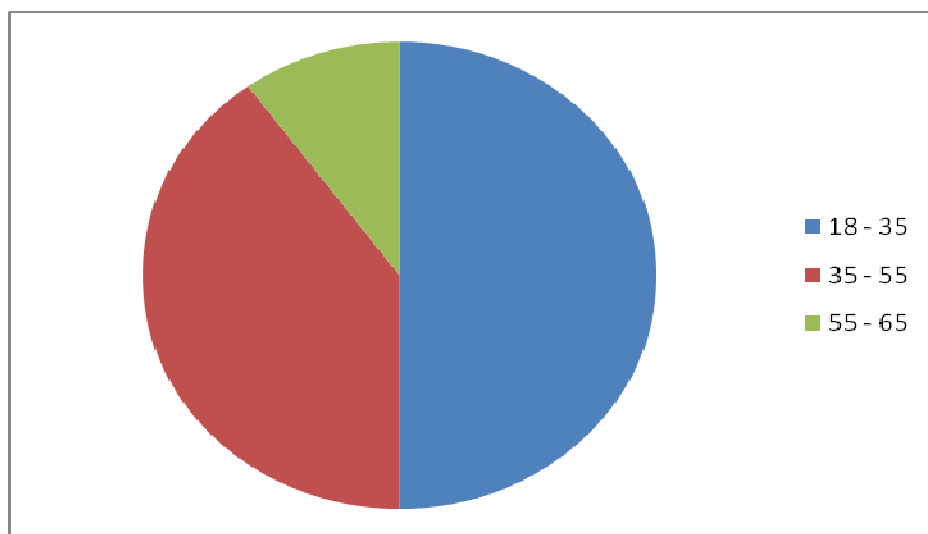
Έλληνας	10
Έλληνας κάτοικος εξωτερικού	0
Αλλοδαπός ....(αναφέρατε χώρα προέλευσης)	0



Επίσης σε όλα τα ξενοδοχεία υπήρχαν έλληνες γεγονός που βοήθησε και εμένα στην περαιτέρω εξέλιξη του ερωτηματολογίου.

### **3. Ηλικία**

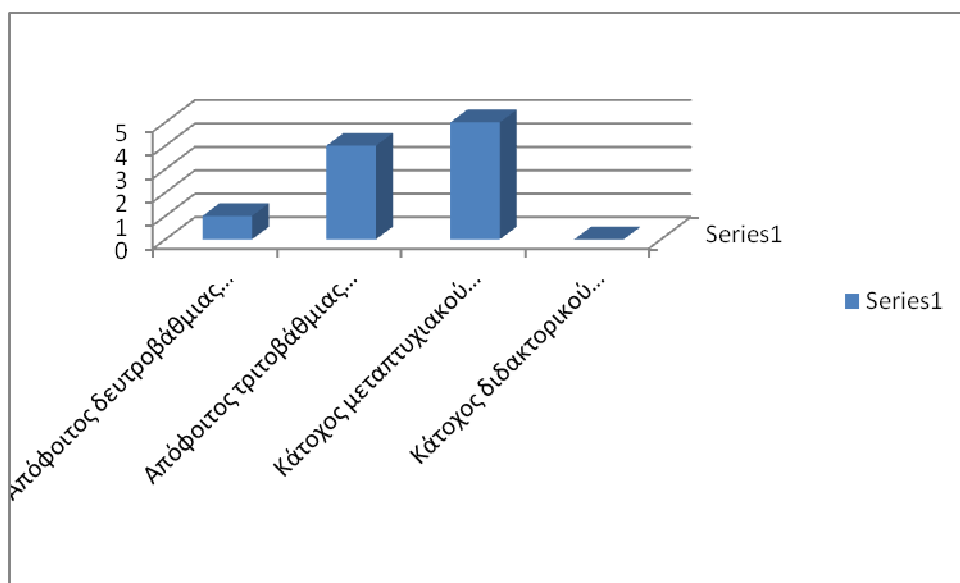
<b>18-35 ετών</b>	<b>5</b>
<b>35-5 ετών</b>	<b>4</b>
<b>55-65 ετών</b>	<b>1</b>



Όσο αφορά την ηλικία των υποψηφίων φορέων παρατηρούμε ότι το 50% είναι απο ηλικίας 18 – 35, το 40% είναι απο ηλικίας απο 35 – 55 ενώ μόλις το 10% είναι απο ηλικίας 55 – 65 χρονών. Άρα οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δεν ασχολούνται πλέον τόσο πολύ με τον συνεδριακό τουρισμό.

### **4. Επίπεδο εκπαίδευσης**

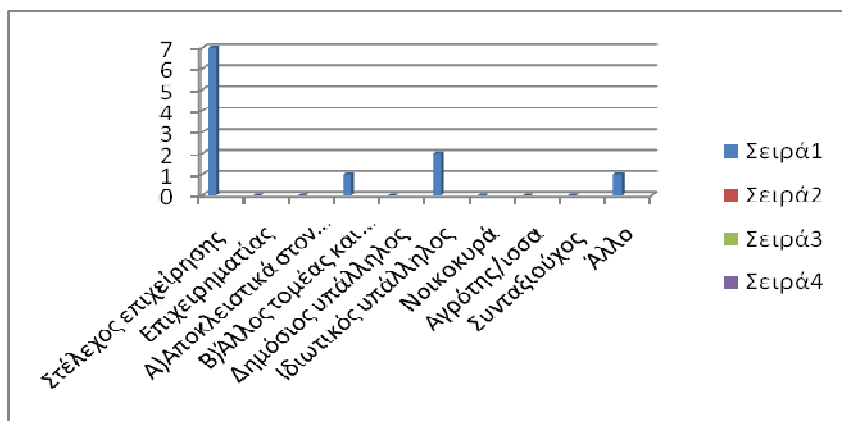
<b>Απόφοιτος/η δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης</b>	<b>1</b>
<b>Απόφοιτος/η τριτοβάθμιας εκπαίδευσης</b>	<b>4</b>
<b>Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος</b>	<b>5</b>
<b>Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος</b>	<b>0</b>



Σε αυτό το σχήμα ο οριζόντιος άξονας μας δείχνει την μεταβλητη επίπεδο εκπαίδευσης ενώ ο κάθετος μας δείχνει τον αριθμό των μεταβλητών που κατεχουν ενα απο τα 4 επίπεδα μόρφωσης. Βλέπουμε λοιπόν ότι 5 είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, 4 απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ενώ μόλις ένας είναι απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και κανένας δεν είναι κάτοχος διδακτορικού διπλώματος.

##### 5. Επάγγελμα: (κύρια απασχόληση)

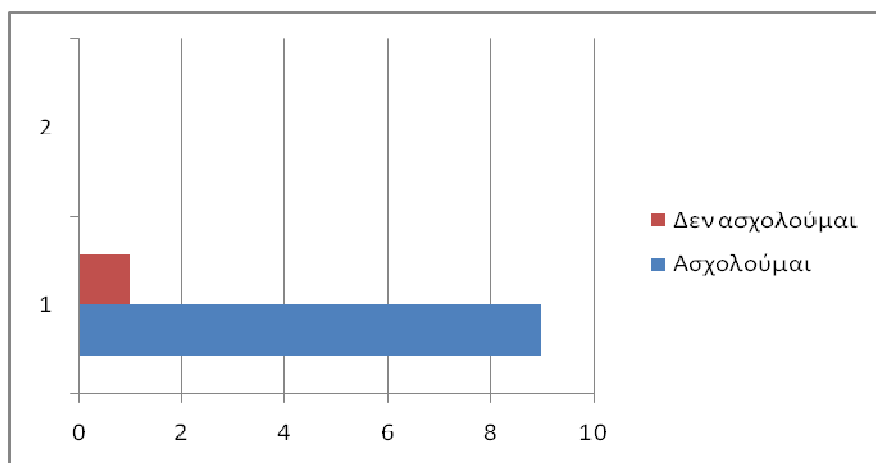
<b>Στέλεχος επιχείρησης</b>	<b>7</b>
<b>Επιχειρηματίας:</b>	<b>0</b>
<b>A) Αποκλειστικά στον τουρισμό</b>	<b>0</b>
<b>B) Άλλος τομέας και τουρισμός</b>	<b>1</b>
<b>Δημόσιος υπάλληλος</b>	<b>0</b>
<b>Ιδιωτικός υπάλληλος</b>	<b>2</b>
<b>Νοικοκυρά</b>	<b>0</b>
<b>Αγρότης/τισα</b>	<b>0</b>
<b>Συνταξιούχος</b>	<b>0</b>
<b>.Άλλο</b>	<b>1</b>



Το σχήμα αυτό έγινε με βάση τον αριθμό των απαντημένων ερωτηματολογίων (10) στον οριζόντιο φαίνονται οι μεταβλητές για το επάγγελμα ενώ στον κάθετο των αριθμο των απαντησεων που δόθηκαν από τους υποψηφίους φορείς. Άρα 7 από τους υποψηφίους είναι στελέχοι επιχειρήσεων μόλις 2 είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι ένας είναι άλλος τομέας και τουρισμός και άλλο.

## 6. Πόσα χρόνια ασχολείστε με το συνέδριο τουρισμό;

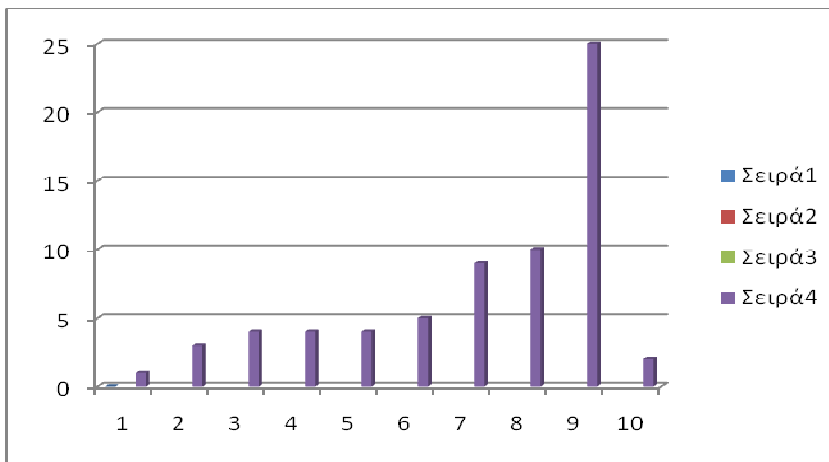
Ασχολούμε	9
Δεν ασχολούμαι	1



Οι μεταβλητε εδώ είναι δυο σχετικά με το αν οι υποψήφιοι ασχολούνται ή όχι με τον συνεδριακό τουρισμό. Μόλις 9 άτομα απάντησαν ότι ασχολούνται ενώ μόνο ένα απαντησε ότι δεν ασχολείται.

Συμπλήρωσα μια ακόμα ερώτηση την οποία την έκανα προφορικά στους υποψηφίους σχετικά με τον χρόνο ασχολίας υπήρχαν διάφορες απόψεις σχετικά με αυτο. Ο μέγιστος χρονος ασχολίας όπως βλέπουμε και παρακατω ήταν τα 25 χρόνια .

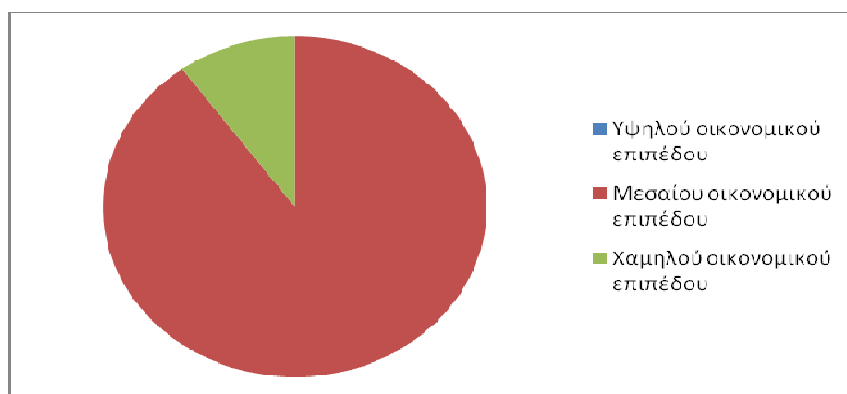
Χρόνος ασχολίας : 1,2,3,4,4,4,5,9,10,25



Ανάμεσα σε 10 ερωτηματολόγια που απάντήθηκαν ο μέγιστος χρόνος ήταν 25 χρόνια, υπήρχαν και κάποιοι άλλοι που ασχολούνται 10 χρόνια( ένα άτομο), 9 χρόνια (ένα άτομο), 5 χρόνια ( ένα άτομο) και 4 χρόνια ( τρία άτομα).

**7. Νομίζετε ότι ο συνεδριακός τουρισμός στο Ν. Ηρακλείου αφορά επισκέπτες :**

Υψηλού οικονομικού επιπέδου	0
Μεσαίου οικονομικού επιπέδου	9
Χαμηλού οικονομικού επιπέδου	1

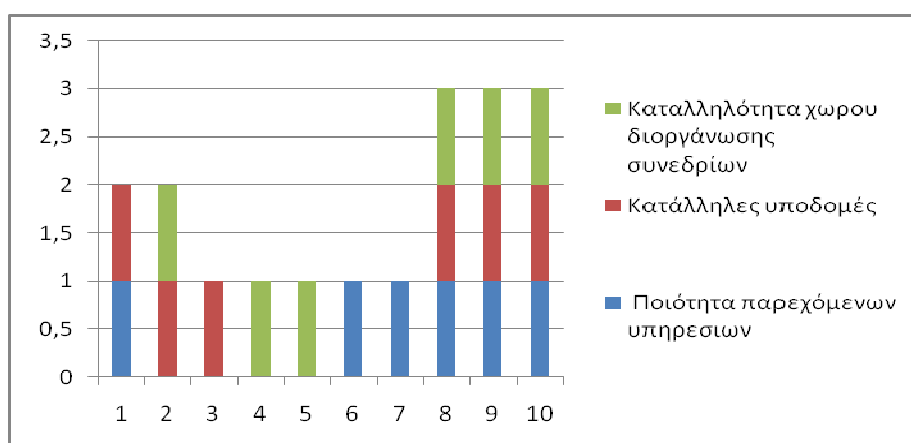


(το σχεδιάγραμμα έγινε με βάση το 10 τον αριθμό των απαντημένων ερωτηματολογίων)

Είναι εμφανές ότι ο συνεδριακός τουρισμός αφορά επισκέπτες κυρίως μεσαίου οικονομικού επιπέδου με ποσοστό 90% ενώ μόλις το 10% αφορά χαμηλού.

### 8. Νομίζετε ότι οι σύνεδροι είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα για

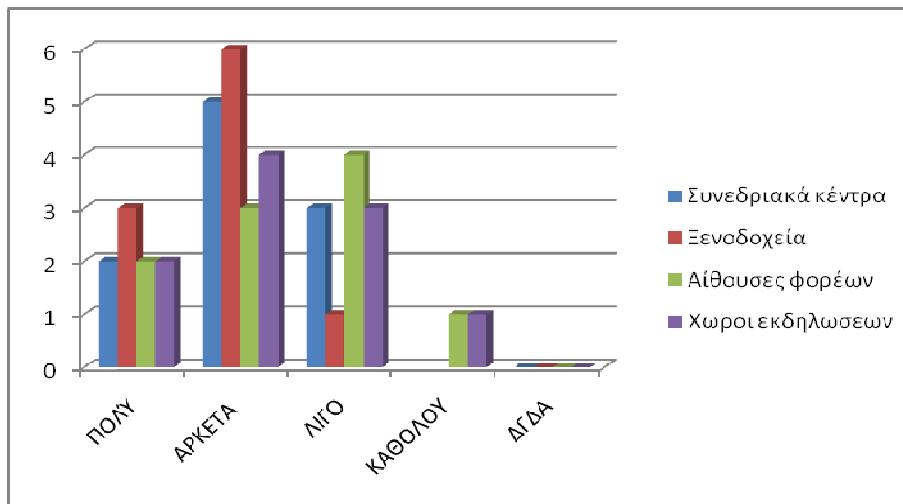
<b>Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών</b>	<b>6</b>
<b>Κατάλληλες υποδομές</b>	<b>6</b>
<b>Καταλληλότητα χώρου διοργάνωσης συνεδρίων</b>	<b>6</b>



Σε αυτό το σχήμα ο οριζόντιος άξονας συμβολίζει τα ερωτηματολόγια, οι χρωματιστες στηλες δείχνουν τις απαντήσεις των ερωτηθέντων (κάθετος άξονας) που απ'τι βλέπουμε ο κάθενας απο αυτούς έχει δώσει διαφορετική απάντηση υπάρχουν μόνο δύο άτομα τα οποία έχουν δώσει και τις τρεις απαντήσεις . Παρόλ 'αυτά σχεδόν όλοι έχουν συμφωνήσει με τις απαντήσεις των άλλων τυχαία.

**9. Νομίζετε ότι οι συνεδριακοί χώροι στο Ν. Ηρακλείου στις οργανώσεις συνεδρίων ανταποκρίνονται:**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
<b>Συνεδριακά κέντρα</b>	2	5	3	0	0
<b>Ξενοδοχεία</b>	3	6	1	0	0
<b>Αίθουσες φορέων</b>	2	3	4	1	0
<b>Χώροι εκδηλώσεων</b>	2	4	3	1	0

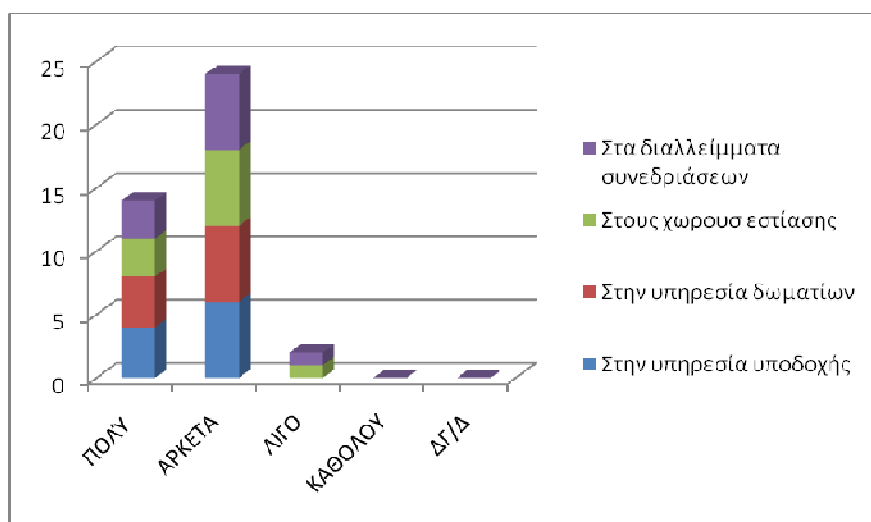


Ανάλογα με τους συνεδριακους χώρους οι υπεύθυνοι φορείς στους 4 πιθανους αυτούς χώρους που είναι πιθανόν να διεξαχθούν συνέδρια πιστεύουν οτι τα ξενοδοχεια όπως και τα συνεδριακά κέντρα ανταποκρίνονται πολύ στις οργανώσεις συνεδρίων.



**10. Τα καταλύματα που εξυπηρετούν τον συνεδριακό Τουρισμό ανταποκρίνονται (κυρίως τα ξενοδοχεία), στο Ν. Ηρακλείου:**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Στην υπηρεσία υποδοχής	4	6	0	0	0
Στην υπηρεσία δωματίων	4	6	0	0	0
Στους χώρους εστίασης	3	6	1	0	0
Στα διαλλείματα συνεδριάσεων	3	6	1	0	0

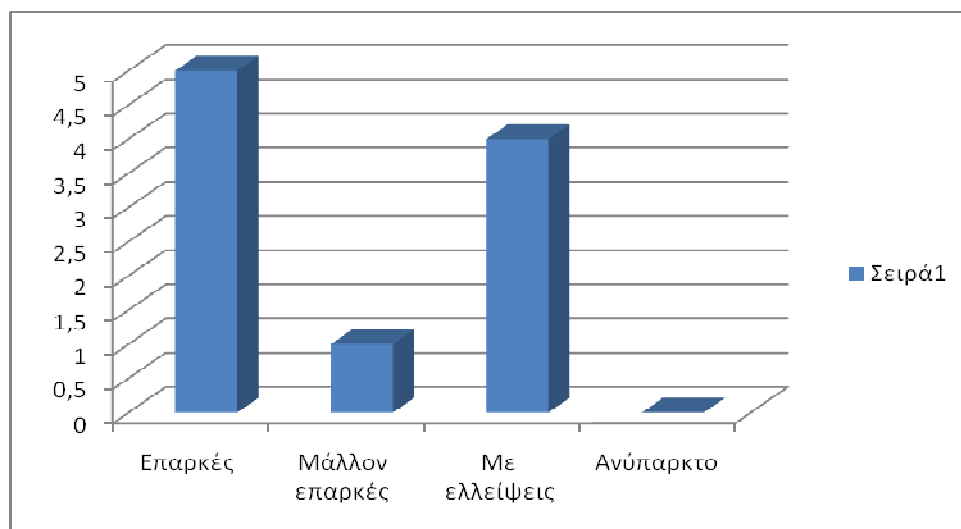


Ανάλογα με τα καταλύματα που εξυπηρετούν τον συνεδριακό τουρισμό, οι υπευθυνοι φορείς έκριναν ότι η υπηρεσία υποδοχής και η υπηρεσία δωματίου εξυπηρετούν καλύτερα τον συνεδριακό τουρισμό.

**11. Θεωρείται το δίκτυο των συγκοινωνιακών διασυνδέσεων στο Ν. Ηρακλείου:**

Επαρκές	5
---------	---

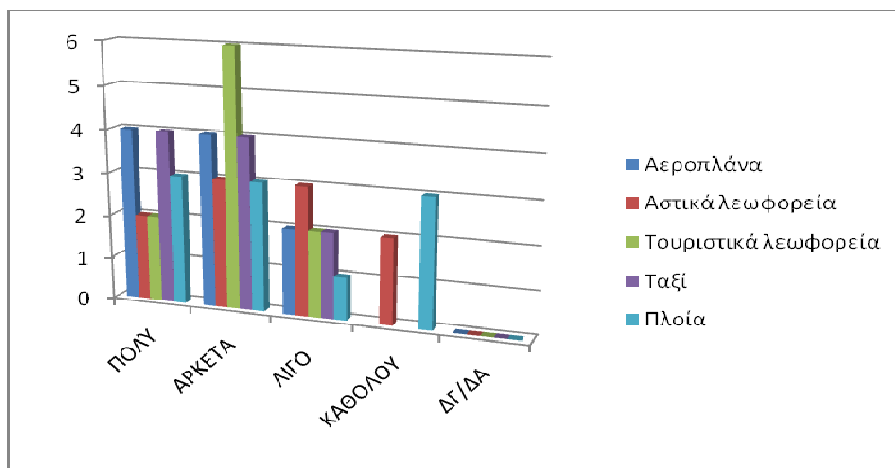
<b>Μάλλον επαρκές</b>	<b>1</b>
<b>Με ελλείψεις</b>	<b>4</b>
<b>Ανύπαρκτο</b>	<b>0</b>



Παρατηρούμε σύμφωνα με το διάγραμμα και βάση των απαντήσεων ότι το δίκτυο συγκοινωνιακών διασυνδέσεων είναι επαρκές.

**12. Τα μέσα μεταφοράς, σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό στο Ν. Ηρακλείου θεωρείται ότι ανταποκρίνεται:**

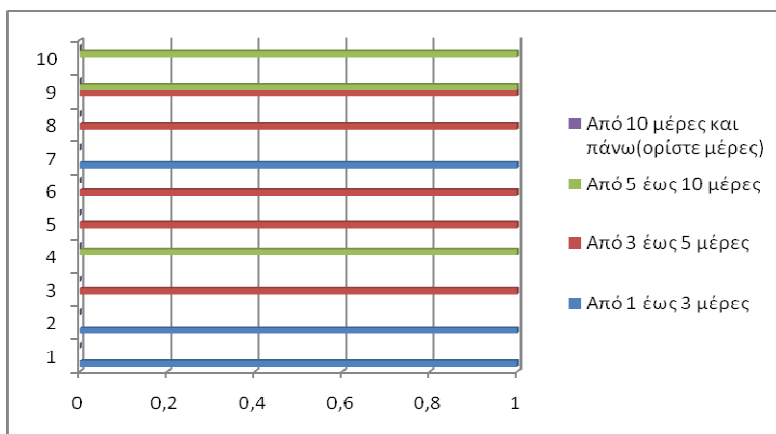
	<b>Πολύ</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Καθόλου</b>	<b>ΔΓ/ΔΑ</b>
<b>Αεροπλάνα</b>	4	4	2	0	0
<b>Αστικά Λεωφορεία</b>	2	3	3	2	0
<b>Τουριστικά Λεωφορεία</b>	2	6	2	0	0
<b>ΤΑΞΙ</b>	4	4	2	0	0
<b>Πλοία</b>	3	3	1	3	0



Τα μέσα μεταφοράς σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό ανταποκρίνονται πολύ τα αεροπλάνα και τα ταξί, αρκετά τα τουριστικά λεωφορεία και λίγο τα πλοία.

### 13. Σε πόσες μέρες πιστεύεται ότι μπορεί να διεξαχθεί ένα συνέδριο:

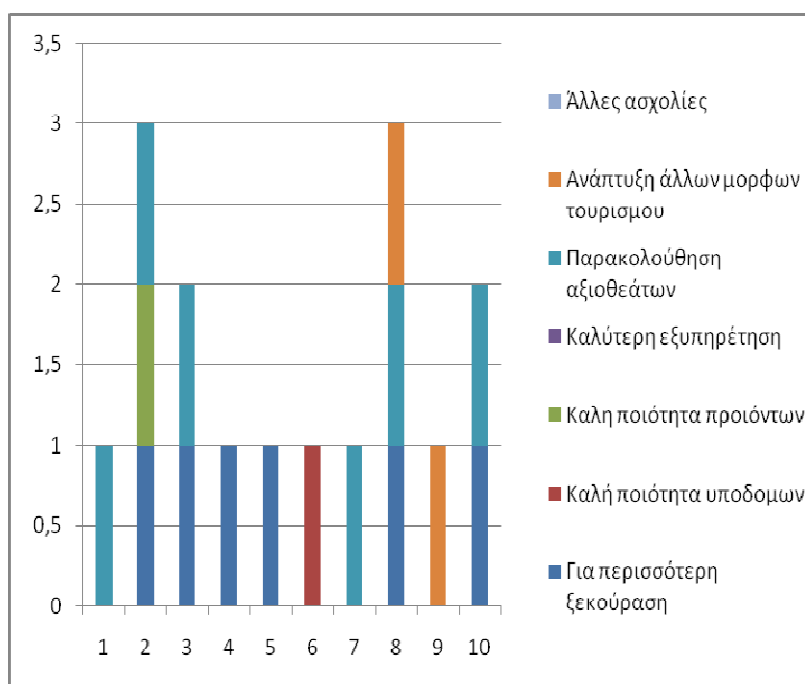
Από 1 έως 3 μέρες	3
Από 3 έως 5 μέρες	5
Από 5 έως 10 μέρες	3
Από 10 και πάνω(ορίστε μέρες)	0



Ένα συνέδριο μπορεί να διεξαχθεί από 3 έως 5 μέρες.

**14. Για ποιο λόγο πιστεύεται ότι υπάρχει η πιθανότητα παράτασης των συνεδρών για μεγαλύτερο διάστημα από αυτό τις διεξαγωγή του συνεδρίου:**

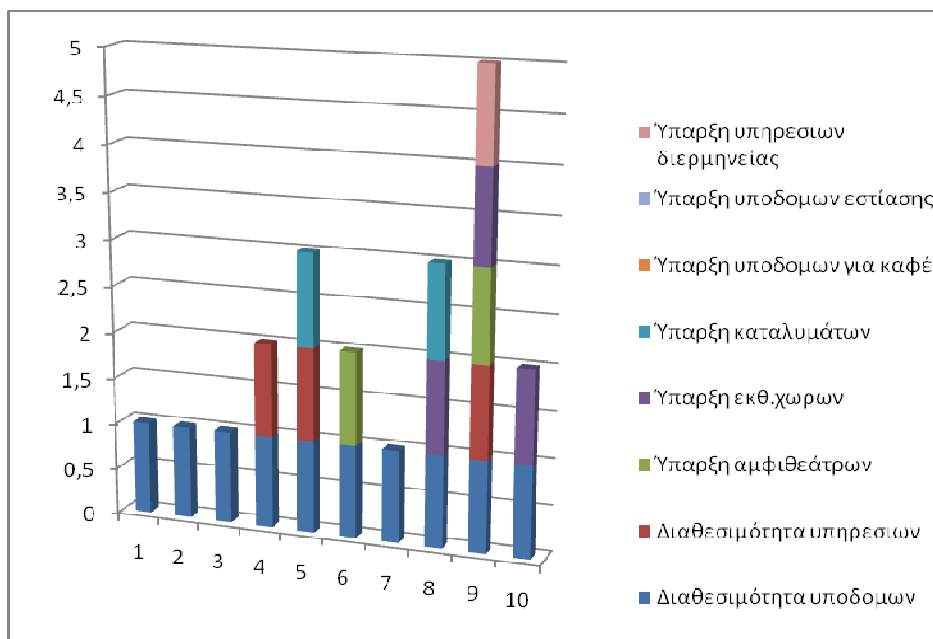
<b>Για περισσότερη ξεκούραση</b>	<b>6</b>
<b>Καλή ποιότητα υποδομων</b>	<b>1</b>
<b>Καλή ποιότητα προϊόντων</b>	<b>1</b>
<b>Καλύτερη εξυπηρέτηση</b>	<b>0</b>
<b>Παρακολούθηση αξιοθέατων</b>	<b>6</b>
<b>Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού</b>	<b>2</b>
<b>Άλλες ασχολίες</b>	<b>0</b>



Μέσα απο τις απαντήσεις τους τα ξενοδοχεία μας λένε ότι η πιθανότητα παράτασης διαμονής των συνεδρών γίνεται για περισσότερη ξεκούραση και παρακολούθηση αξιοθέατων.

**15. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στο Ν. Ηρακλείου ποιο από τα παρακάτω πιστεύεται ότι παίζει σημαντικό ρόλο:**

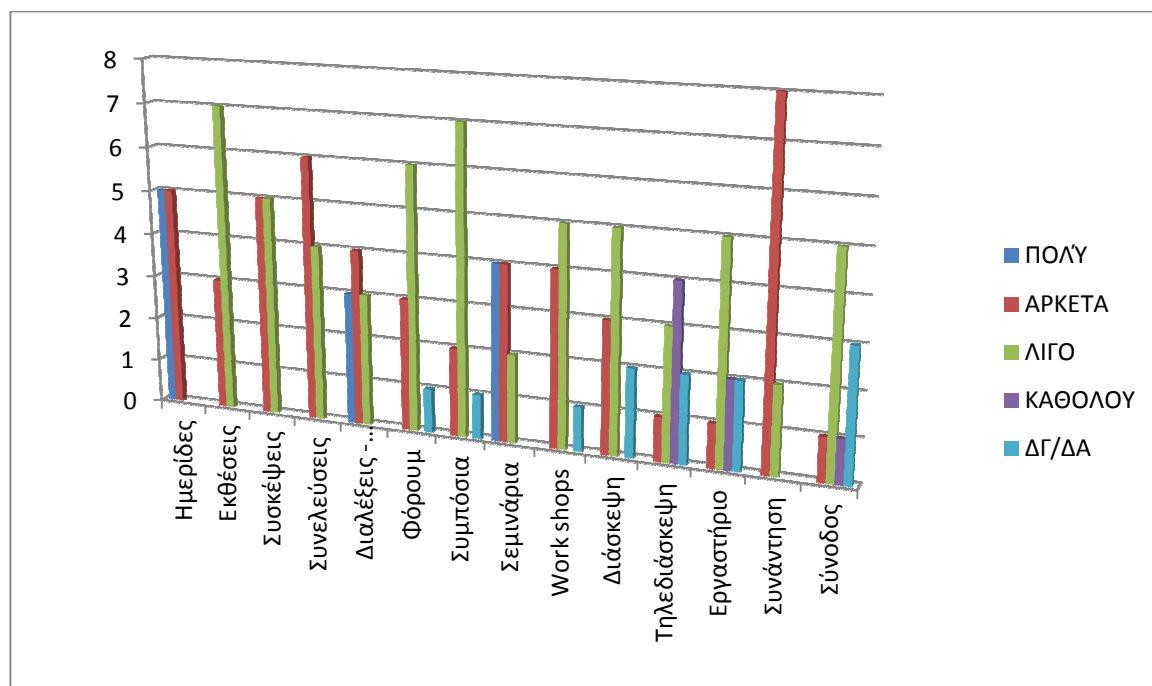
Διαθεσιμότητα υποδομών	10
Διαθεσιμότητα υπηρεσιών	3
Ύπαρξη αμφιθεάτρων	2
Ύπαρξη εκθ.χώρων	3
Ύπαρξη καταλυμάτων	2
Ύπαρξη υποδομών για καφέ	0
Ύπαρξη υποδομών εστίασης	0
Ύπαρξη υπηρεσιών διερμηνείας	1



Όλα τα ξενοδοχεία συμφώνησαν ότι σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η διαθεσιμότητα υποδομών.

**16. Με βάση την συχνότητα με την οποία συνέρχονται τα συνέδρια ποια πιστεύεται ότι εκτελούνται στο Ν. Ηρακλείου και ποια πιστεύεται ότι φιλοξενούνται περισσότερο στο νομό:**

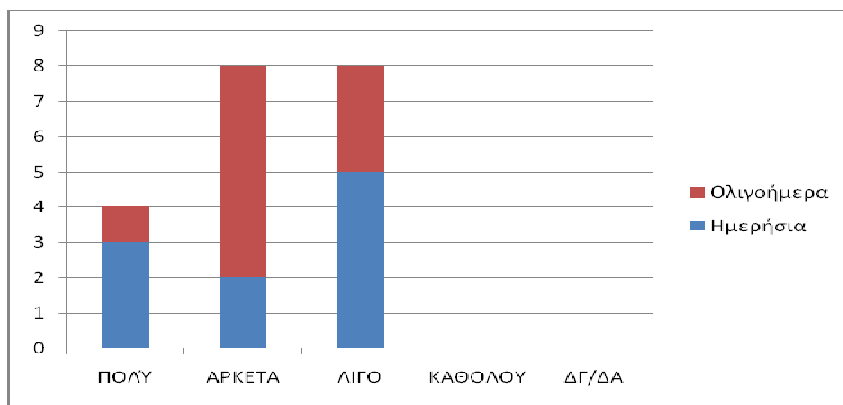
	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Ημερίδες	5	5	0	0	0
Εκθέσεις	0	3	7	0	0
Συσκέψεις	0	5	5	0	0
Συνελεύσεις	0	6	4	0	0
Φόρουμ	3	4	3	0	0
Συμπόσια	0	3	6	0	1
Σεμινάρια	0	2	7	0	1
Work-Shops	4	4	2	0	0
Διάλεξη	0	4	5	0	1
Διάσκεψη	0	3	5	0	2
Τηλεδιάσκεψη	0	1	3	4	2
Εργαστήριο	0	1	5	2	2
Συνάντηση	0	8	2	0	0
Σύνοδος	0	1	5	1	3



Βλέπουμε ότι στα περισσότερα ξενοδοχεία με βάση την συχνότητα συνέρχονται τα συνέδρια, οι αίθουσές του χρησιμοποιούνται για ημερίδες, συναντήσεις, εκθέσεις και σεμινάρια.

**17.Ανάλογα με την χρονική διάρκεια του συνεδρίου ποια πιστεύεται ότι εκτελούνται περισσότερο στο Ηρακλείου:**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
<b>Ημερήσια</b>	3	2	5	0	0
<b>Ολιγοήμερα</b>	1	6	3	0	0



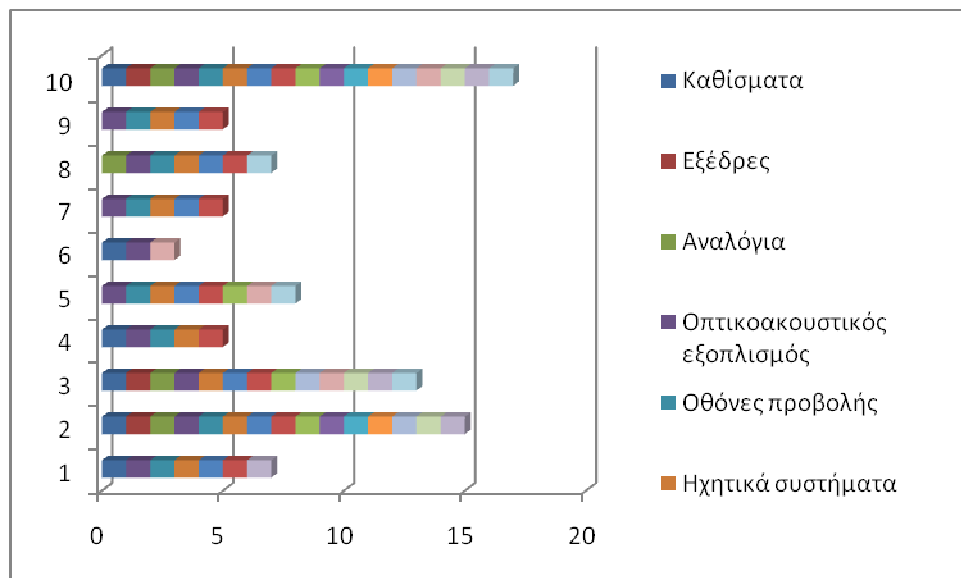
Βλέπουμε ότι στο Ηράκλειο πρώτα σε προτίμηση είναι τα ημερήσια και ακολουθούν τα ολιγοήμερα.

**18. Ποιους από τους παράγοντες πιστεύεται ότι είναι ο κατάλληλος για να εξοπλίσει ένα συνέδριο:**

<b>Καθίσματα</b>	<b>6</b>
<b>Εξέδρες</b>	<b>3</b>
<b>Αναλόγια</b>	<b>4</b>
<b>Οπτικοακουστικός εξοπλισμός</b>	<b>10</b>
<b>Οθόνες προβολής</b>	<b>8</b>
<b>Ηχητικά συστήματα</b>	<b>9</b>
<b>Φωτισμός</b>	<b>8</b>
<b>Μηχάνημα προβολής</b>	<b>9</b>
<b>Slides</b>	<b>4</b>
<b>Κιν / κες μηχανές προβολής</b>	<b>2</b>
<b>Επιδιασκόπιο</b>	<b>2</b>
<b>Video (Κασέτες)</b>	<b>2</b>
<b>Δορυφορική τηλεόραση</b>	<b>3</b>
<b>Μεταφραστικές εγκ /σεις</b>	<b>4</b>
<b>Μαγνητοφώνα</b>	<b>3</b>



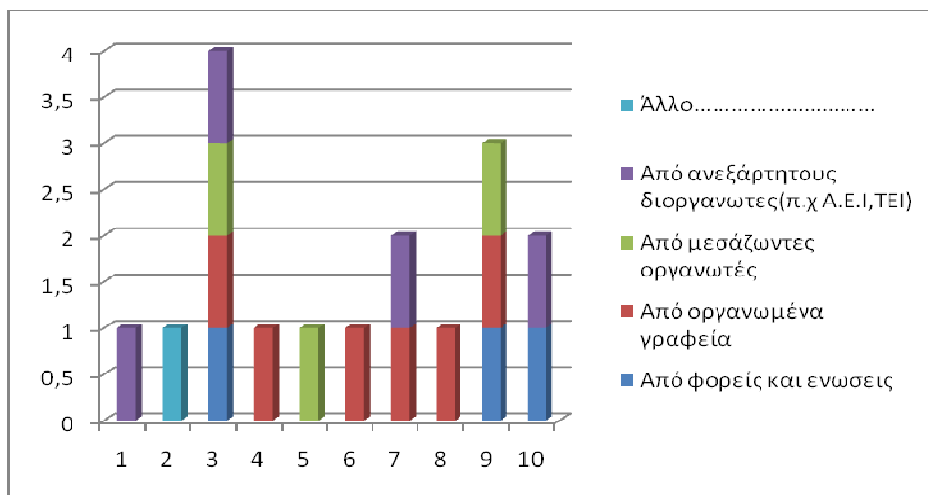
<b>Τηλ. Εγκ/σεις με ασύρματη μέθοδο</b>	<b>4</b>
<b>Λοιπός εξοπλισμός</b>	<b>4</b>



Οι κυριότεροι παράγοντες και για του τουριστικούς φορείς αλλά και για τους συνέδρους για να εξοπλίσουν τα συνέδρια είναι τα ηχητικά συστήματα, οι μηχανές προβολής, ο φωτισμός και οι οθόνες προβολής αλλά κυριότερος παράγοντας βάση σχεδιαγράμματος είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός.

### **19. Η ζήτηση μεταφοράς σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό στο Ν. Ηρακλείου θεωρείται ότι ανταποκρίνονται:**

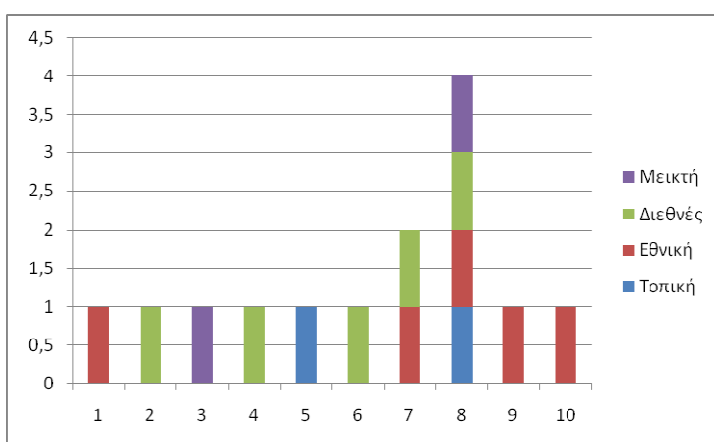
<b>Απο φορείς και ενώσεις</b>	<b>3</b>
<b>Από οργανωμένα γραφεία</b>	<b>6</b>
<b>Από μεσάζοντες οργανωτές</b>	<b>3</b>
<b>Από ανεξαρτήτους διοργανωτές(π.χ. ΑΕΙ, ΤΕΙ)</b>	<b>4</b>
<b>Άλλο.....</b>	<b>1</b>



Η ζήτηση μεταφοράς σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό ανταποκρίνεται κυρίως από οργανωμένα γραφεία και από ανεξάρτητους διοργανωτές.

**20. Στα συνέδρια που εξυπηρετείτε, η προέλευση των συνέδρων είναι κυρίως :**

<b>Τοπική</b>	<b>2</b>
<b>Εθνική</b>	<b>5</b>
<b>Διεθνής</b>	<b>5</b>
<b>Μεικτή</b>	<b>2</b>



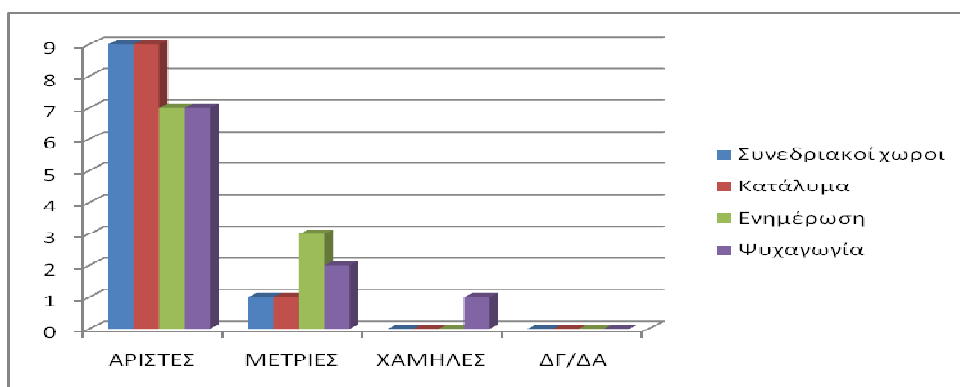
Η προέλευση των συνέδρων είναι κυρίως εθνική αλλά και διεθνής.

**21. Οι υπηρεσίες προς τους συνέδρους κατά την διάρκεια διεξαγωγής στο συνεδριακό σας χώρο θεωρείται ότι παρέχονται:**

<b>Επαρκώς</b>	<b>10</b>
<b>Μάλλον επαρκώς</b>	<b>0</b>
<b>Με ελλείψεις</b>	<b>0</b>
<b>Καθόλου</b>	<b>0</b>

**22. Πιστεύεται ότι εκ μέρους του προσωπικού, για τις ανάγκες των συνέδρων, παρέχονται υπηρεσίες σε κάθε τομέα :**

<b>ΤΟΜΕΑΣ</b>	<b>Άριστες</b>	<b>Μέτριες</b>	<b>Χαμηλές</b>	<b>ΔΓ/ΔΑ</b>
<b>Συνεδριακοί χώροι</b>	9	1	0	0
<b>Κατάλυμα</b>	9	1	0	0
<b>Ενημέρωση</b>	7	3	0	0
<b>Ψυχαγωγία</b>	7	2	1	0

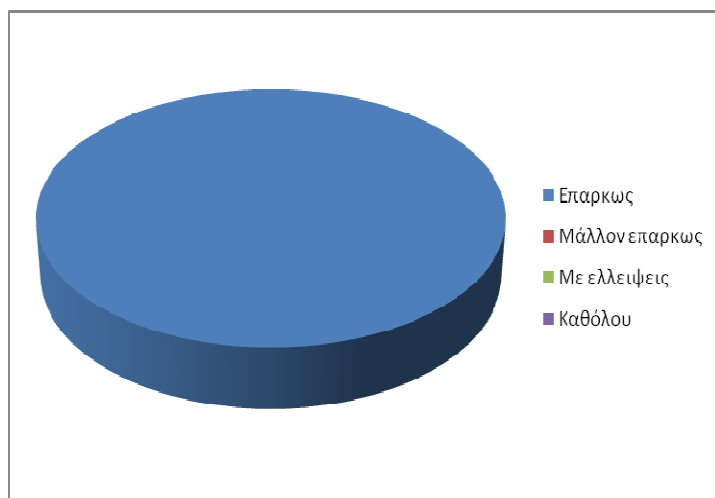


Οι τουριστικοί φορείς πιστεύουν ότι απο μέρους του προσωπικού παρέχονται υπηρεσίες στους συνεδριακούς χώρους και στα καταλύματα.

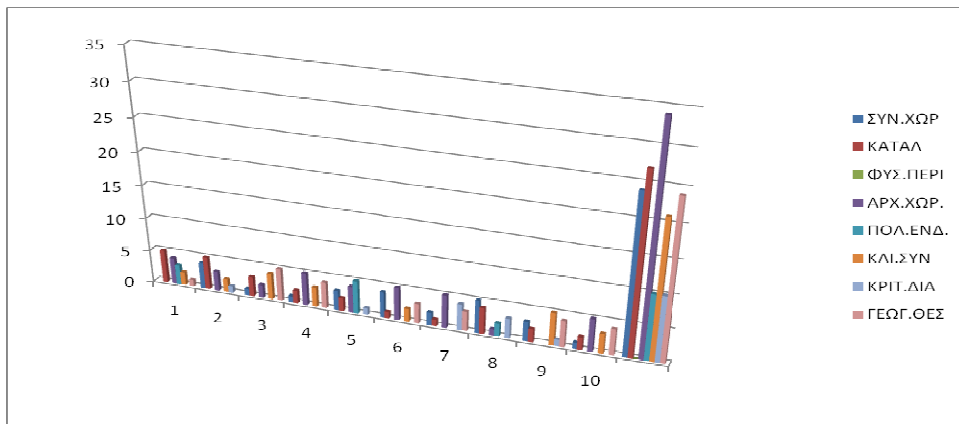
**23. Ποιο θεωρείται το κυριότερο προτέρημα του Ν. Ηρακλείου:**

*(Ιεραρχήστε από 1 έως 5)*

<b>Τους συνεδριακούς χώρους</b>	<b>24</b>
<b>Τα καταλύματα</b>	<b>27</b>
<b>Το φυσικό περιβάλλον</b>	<b>0</b>
<b>Τους αρχαιολογικούς χώρους</b>	<b>34</b>
<b>Τα πολιτιστικά ενδιαφέροντα</b>	<b>10</b>
<b>Τις κλιματολογικές συνθήκες</b>	<b>21</b>
<b>Την κριτική διατροφή</b>	<b>10</b>
<b>Τη γεωγραφική θέση</b>	<b>24</b>
<b>Άλλο</b>	<b>0</b>



Όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες συμφώνησαν ομόφωνα ότι οι υπηρεσίες προς τους συνέδρους παρέχονται επαρκώς.

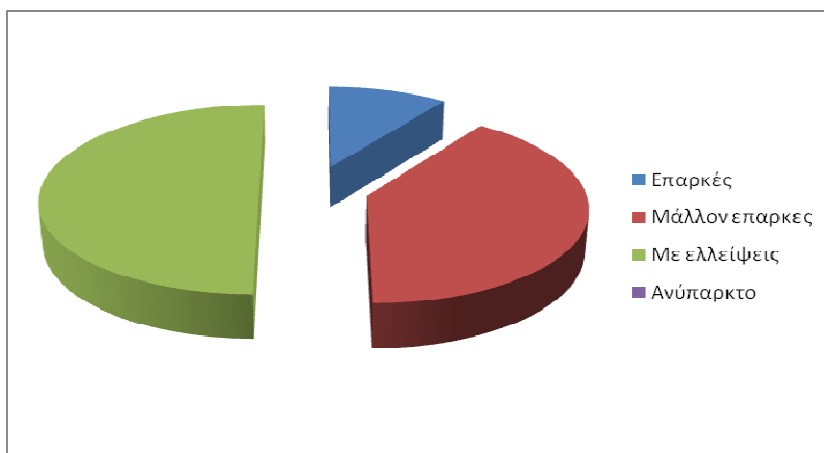


Σύμφωνα

με την παραπάνω ιεράρχηση το κυριότερο προτέρημα είναι οι αρχαιολογικοί χώροι (1), τα καταλύματα(2), οι συνεδριακοί χώροι(3), η γεωγραφική θέση(4) και ακολουθούν(5) οι κλιματολογικές συνθήκες.

**24. Το επίπεδο προβολής του Ν. Ηρακλείου, όσο αφορά το συνεδριακό τουρισμό, χαρακτηρίζεται :**

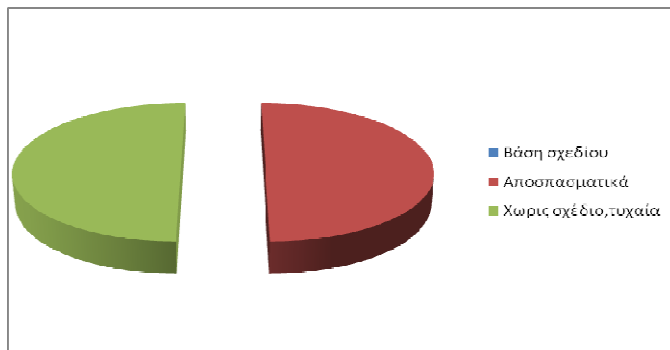
<b>Επαρκές</b>	<b>1</b>
<b>Μάλλον επαρκές</b>	<b>4</b>
<b>Με ελλείψεις</b>	<b>5</b>
<b>Ανύπαρκτο</b>	<b>0</b>



Το επίπεδο προβολής χαρακτηρίζεται κατά 50% με ελλείψεις. Αυτό γίνεται εξαιτίας του ότι ο Νομός δεν προβάλλεται όπως σε άλλες περιοχές.

**25. Πιστεύεται ότι η προβολή του Ν. Ηρακλείου γίνεται :**

<b>Βάση σχεδίου, συστηματικά</b>	<b>0</b>
<b>Αποσπασματικά</b>	<b>5</b>
<b>Χωρίς σχέδιο, τυχαία</b>	<b>5</b>

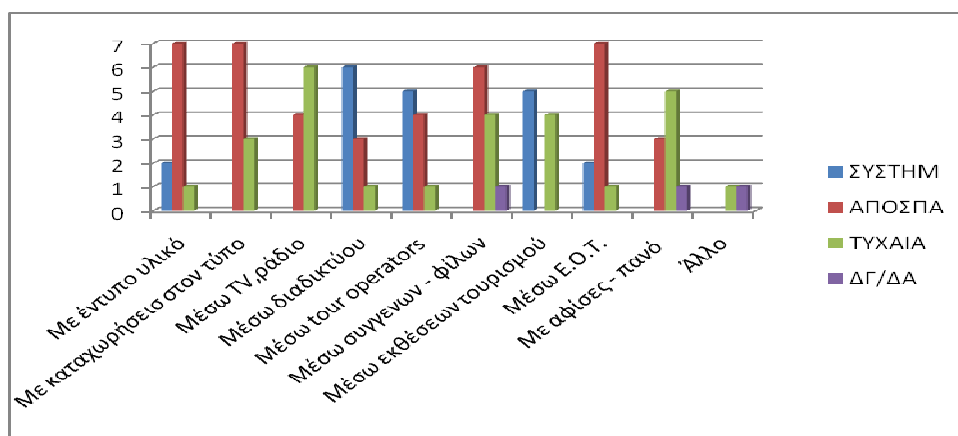


Η προβολή του Ηρακλείου γίνεται 50% αποσπασματικά και 50% χωρίς σχέδιο, τυχαία.

**26. Ο Ν. Ηρακλείου ως συνεδριακός τόπος προβάλλεται κυρίως:**

	<b>Συστηματικά</b>	<b>Αποσπασματικά</b>	<b>Τυχαία</b>	<b>ΔΓ/ΔΑ</b>
<b>Με έντυπο υλικό</b>	2	7	1	0
<b>Με καταχωρήσεις στον τύπο</b>	0	7	3	0
<b>Μέσω TV, ράδιο</b>	0	4	6	0
<b>Μέσω διαδικτύου</b>	6	3	1	0
<b>Μέσω tour operators</b>	5	4	1	0

<b>Μέσω συγγενών – φίλων</b>	0	6	4	1
<b>Μέσω εκθέσεων τουρισμού</b>	5	0	4	0
<b>Μέσω Ε.Ο.Τ</b>	2	7	1	0
<b>Με αφίσες-πανό</b>	0	3	5	1
<b>Άλλο</b>	0	0	1	1

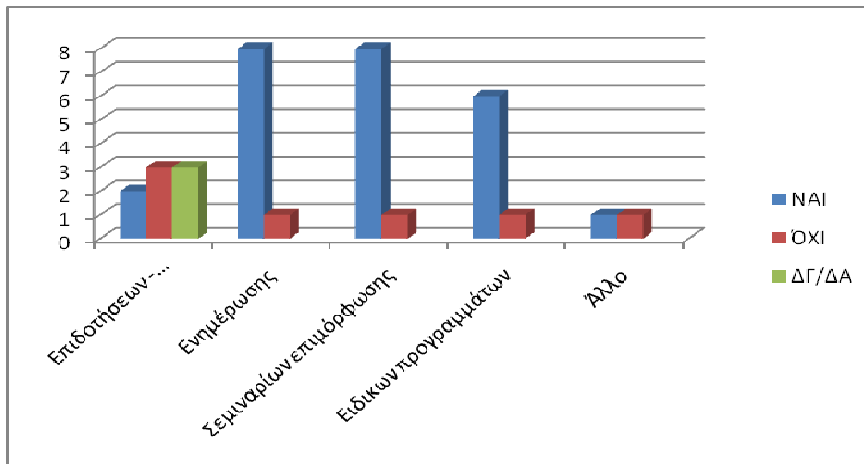


Ο Νομός προβάλλεται συστηματικά μέσω διαδικτύου, μέσω tour operators και μέσω εκθέσεων τουρισμού ενώ αποσπασματικά μέσω έντυπου υλικού, μέσω καταχωρήσεων στον τύπο και μέσω Ε.Ο.Τ.

**27. Πιστεύεται ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον στο Ηράκλειο σχετικά με το συνεδριακό τουρισμό από τις επιχειρήσεις, σε θέματα :**

	<b>Ναι</b>	<b>Όχι</b>	<b>ΔΓ/ΔΑ</b>
<b>Εξειδίκευση- επιχορηγήσεων</b>	2	3	3
<b>Ενημέρωσης</b>	8	1	1
<b>Σεμιναρίων επιμόρφωσης</b>	8	1	0
<b>Ειδικών προγραμμάτων</b>	6	1	0

Άλλο.....	1	1	0
.....			

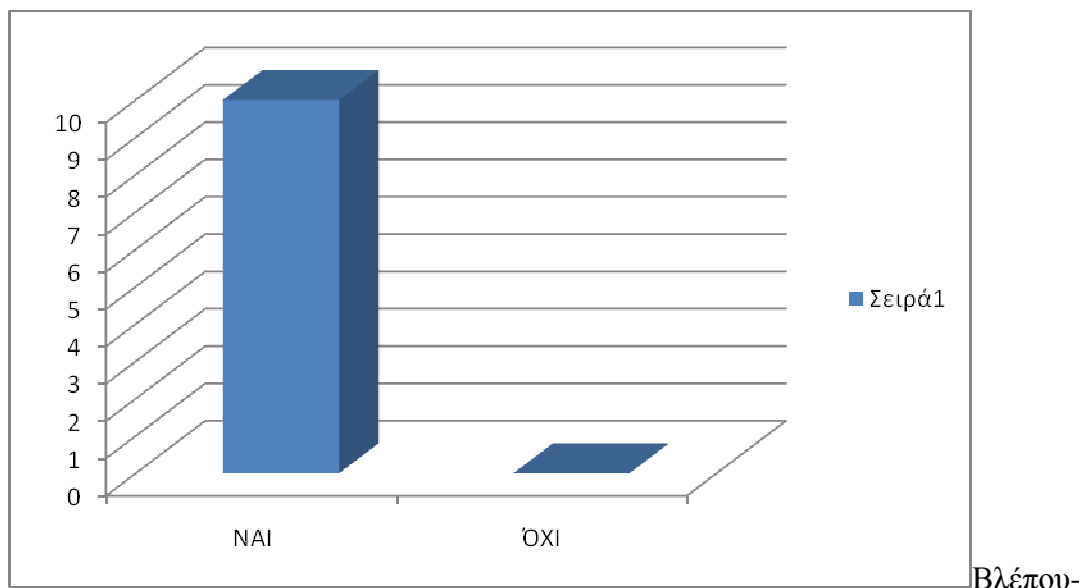


Υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον στους τομείς ενημέρωσης, σεμιναρίων επιμόρφωσης και ειδικών προγραμμάτων.

**28. Πιστεύεται ότι ο συνεδριακός τουρισμός στο Ν. Ηρακλείου έχει μέλλον ;**

<b>ΝΑΙ</b>	<b>10</b>	<b>ΟΧΙ</b>	<b>0</b>
------------	-----------	------------	----------





Βλέπουμε ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει μέλλον αλλά με κάποιες προϋποθέσεις.

#### **4.7. Συμπεράσματα**

Τα συμπεράσματα της πιλοτικής έρευνας μας έδειξαν ότι στο Νομό Ηρακλείου υπάρχουν περισσότερες ελληνίδες γυναίκες απ'ότι άντρες που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό, οι οποίες είναι από ηλικίας 18 έως 35, οι περισσότερες είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος. Επίσης ορισμένα στελέχη επιχειρήσεων ασχολούνται αρκετά χρόνια με το συνεδριακό τουρισμό.

Ωστόσο, είναι σημαντικό ότι το 90% αφορά επισκέπτες μεσαίου οικονομικού επιπέδου. Επίσης είναι σημαντικό ότι οι σύνεδροι είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν χρήματα για ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών, κατάλληλες υποδομές και καταλληλότητα χώρου διοργάνωσης συνεδρίων.

Από την άλλη οι συνεδριακοί χώροι στο Νομό Ηρακλείου στις οργανώσεις συνεδρίων ανταποκρίνονται πολύ στα ξενοδοχεία, αρκετά στα συνεδριακά κέντρα, λίγο στις αίθουσες φορέων και καθόλου στους χώρους εκδηλώσεων.

Ακόμη βλέπουμε ότι τα καταλύματα που εξυπηρετούν τον συνεδριακό τουρισμό ανταποκρίνονται πολύ στην υπηρεσία υποδοχής, αρκετά στην υπηρεσία δωματίων και λίγο στους χώρους εστίασης. Τα τελευταία χρόνια όμως έχουν γίνει σημαντικότερα βήματα στο τομέα της συνεδριακής υποδομής, σχεδόν αποκλειστικά όμως σε χώρους συνεδριακών διευκολύνσεων εντός ξενοδοχειακών μονάδων. «Ωστόσο, για να μπορέσει να θεωρηθεί μια συγκεκριμένη περιοχή συνεδριακός προορισμός και να διεκδικήσει ικανό μερίδιο από την παγκόσμια αγορά συνεδρίων, απαιτούνται, μεταξύ άλλων, η ύπαρξη αυτόνομων μεγάλων συνεδριακών κέντρων» (Ευαγγέλου, 2001:23). Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού με την δημιουργία των κατάλληλων υποδομών, στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου σχεδιασμού, πρέπει να συνδυαστεί με την τουριστική αναζωογό-

νηση πόλεων , οι οποίες διαθέτουν τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για την λειτουργία τους ως συνεδριακών προορισμών

Το δίκτυο συγκοινωνιακών διασυνδέσεων είναι επαρκές, τα τουριστικά λεωφορεία αλλά και τα ταξί είναι αυτά τα οποία χρησιμοποιούν περισσότερο για την μεταφορά των συνέδρων στο χώρο διεξαγωγής, ενώ για μεταφορά των συνέδρων από χώρες και πόλεις του εξωτερικού ή του εσωτερικού χρησιμοποιούνται περισσότερο τα αεροπλάνα.

Στο διάγραμμα 13 είδαμε ότι ένα συνέδριο μπορεί να κρατήσει από 3 έως 5 μέρες. Έπειτα από δύο διαγράμματα(14,15) που αναλύσαμε βλέπουμε ότι υπάρχει η πιθανότητα παράτασης η οποία οφείλεται στην θέληση των συνέδρων για περισσότερη ξεκούραση αφού υπάρχει διαθεσιμότητα υποδομών είτε για παρακολούθηση αξιοθέατων.

Ωστόσο με βάση την συχνότητα με την οποία διεξάγονται τα συνέδρια, περισσότερο οι ημερίδες και οι συνελεύσεις φιλοξενούνται που εκτελούνται κυρίως ημερήσια. Οι καταλληλότεροι παράγοντες που μπορούν να εξοπλίσουν τέτοιου είδους συνέδρια είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός, τα ηχητικά συστήματα, οι μηχανές προβολής, ο φωτισμός και οθόνες προβολής.

Επίσης αξιοσημείωτο είναι η ζήτηση μεταφοράς σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό ανταποκρίνεται κυρίως από οργανωμένα γραφεία. Επίσης η προέλευση των συνέδρων είναι εθνική και διεθνής ενώ οι υπηρεσίες που τους παρέχονται από μέρους του προσωπικού στα καταλύματα και στους συνεδριακούς χώρους είναι άριστες.

Προτέρημα του Νομού Ηρακλείου βάση των απαντήσεων των φορέων είναι οι αρχαιολογικοί χώροι, τα καταλύματα και η γεωγραφική θέση. Το επίπεδο προβολής του Νομού Ηρακλείου χαρακτηρίζεται ελλιπές και αυτό γιατί προβάλλεται αποσπασματικά, τυχαία και χωρίς σχέδιο. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να υλοποιηθεί ένα αυτόνομο πρόγραμμα προβολής και προώθησης. Η λειτουργία επίσης convention and visitors bureau, σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, είναι σημαντικό εργαλείο στην προσπάθεια διεκδίκησης τμήματος της διεθνούς συνεδριακής αγοράς. Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία η προβολή διεξάγεται αποσπασματικά μέσω έντυπου υλικού, μέσω καταχωρήσεων στον τύπο και μέσω Ε.Ο.Τ. και τυχαία μέσω TV, ράδιο, με αφίσες/πανό είτε με άλλο τρόπο.

Στο προτελευταίο διάγραμμα παρατηρούμε ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον στους τομείς ενημέρωσης, σεμιναρίων επιμόρφωσης και ειδικών προγραμμάτων.

Τα συμπεράσματα της έρευνας που βγάλαμε μας δείχνουν κάποιες σημαντικές ελλείψεις που επηρεάζουν την διεξαγωγή του συνεδριακού τουρισμού και κατ' επέκταση την μελλοντική εξέλιξη όπως:

- Έλλειψη χώρων εκδηλώσεων/ αίθουσες φορέων
- Έλλειψη εξυπηρέτησης στους χώρους εστίασης ,ποιότητας προϊόντων, στην καλή ποιότητα υποδομών και στα διαλλείματα συνεδριάσεων

- Έλλειψη υπηρεσιών διερμηνείας, ενημέρωσης, ψυχαγωγίας
- Έλλειψη αμφιθεάτρων
- Έλλειψη κυριότερων μορφών συνεδριακού τουρισμού
- Έλλειψη εξοπλισμού στα συνέδρια
- Έλλειψη επιπέδου προβολής

Εκτος από τις ελλείψεις που αναφέραμε υπάρχουν κάποια πλεονεκτήματα τα οποία αποτελούν λύση σε δύο από τα βασικότερα προβλήματα / στόχους του ελληνικού τουρισμού που είναι η αναβάθμιση του εισερχόμενου τουρισμού και η ως εκ τούτου αύξηση της κατά κεφαλή δαπάνης των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας, καθώς και η άμβλυνση της εποχικής συγκέντρωσης της τουριστικής κίνησης. Παρόλα αυτά μέχρι σήμερα η τουριστική αυτή μορφή δεν αντιμετωπίστηκε με την δέουσα προσοχή «και τον επαγγελματισμό που επιβάλλει ο διεθνής ανταγωνισμός, σε ότι αφορά τη δημιουργία και την εφαρμογή με συνέπεια και συνέχεια μιας αναπτυξιακής πολιτικής.

Η χώρα - παρά το γεγονός ότι διαθέτει ισχυρά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη τους, όπως για μεγάλο χρονικό διάστημα καλές καιρικές συνθήκες, ελκυστικό πολιτιστικό και ιστορικό πρόσωπο, πλεονεκτική γεωγραφική θέση κλπ, κατέκατέχει σήμερα διεθνώς ένα από τα μικρότερα μερίδια της παγκόσμιας αγοράς» (Ευαγγέλου, 2001: 23). Το συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι η Κρήτη θα κατορθώσει στο μέλλον να γίνει ένας από τους αξιόλογους συνεδριακούς προορισμούς στην Ευρώπη με την βελτίωση της επίγειας και αεροπορικής μεταφοράς, με τη δημιουργία μεγάλης δυναμικότητας συνεδριακών κέντρων αλλά και με την συνεργασία πολιτείας και ιδιωτών και την υιοθέτηση αποτελεσματικής πολιτικής πωλήσεων και marketing. Οφείλουμε να διαφοροποιήσουμε και να εμπλουτίσουμε το τουριστικό μας προϊόν, το οποίο σήμερα είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τον ήλιο και τη θάλασσα και είναι επιτακτική η ανάγκη για ποιότητα και επαγγελματισμό ώστε να καθιερωθεί η Κρήτη ως συνεδριακός προορισμός. Κλείνοντας την εργασία θα θέλαμε να την κάνουμε με την ευχή να ληφθούν υπόψη όσα προέκυψαν από την έρευνα μας, μια που το δείγμα της αποτελείται από ειδικούς του συνεδριακού τομέα και οι απόψεις τους θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν βαρόμετρο για την κατάσταση που υφίσταται στη χωρική ενότητα διερεύνησης. Θεωρούμε το συνεδριακό τουρισμό πολύ σημαντικό κομμάτι για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της Κρήτης και του Ν.Ηρακλείου

## Παράρτημα 1



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣ-  
ΜΟΥ- Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚ-  
ΛΕΙΟΥ ΩΣ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΝΥΦΟΔΩΡΑΚΗ ΣΟΦΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2010

Παρουσίαση ερωτηματολογίου

## ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

1.

Άνδρας	
Γυναίκα	

2.

Έλληνας	
Έλληνας κάτοικος εξωτερικού	
Αλλοδαπός ....(αναφέρατε χώρα προέλευσης)	

3. Ηλικία

18-35 ετών	
35-5 ετών	
55-65 ετών	

4. Επίπεδο εκπαίδευσης

Απόφοιτος/η δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης	
Απόφοιτος/η τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	
Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος	
Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος	

5. Επάγγελμα: (κύρια απασχόληση)

Στέλεχος επιχείρησης	
Επιχειρηματίας:	
A) Αποκλειστικά στον τουρισμό	
B) Άλλος τομέας και τουρισμός	
Δημόσιος υπάλληλος	
Ιδιωτικός υπάλληλος	
Νοικοκυρά	
Αγρότης/τισα	
Συνταξιούχος	
Άλλο	

6. Πόσα χρόνια ασχολείστε με το συνέδριο τουρισμό;

Ασχολούμε	
Δεν ασχολούμαι	

7. Νομίζετε ότι ο συνεδριακός τουρισμός στο Ν. Ηρακλείου αφορά επισκέπτες :

Υψηλού οικονομικού επιπέδου	
Μεσαίου οικονομικού επιπέδου	
Χαμηλού οικονομικού επιπέδου	

8. Νομίζετε ότι οι σύνεδροι είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα για:

Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών	
--------------------------------	--

Κατάλληλες υποδομές	
Καταλληλότητα χώρου διοργάνωσης συνεδρίων	

**9. Νομίζετε ότι οι συνεδριακοί χώροι στο Ν. Ηρακλείου στις οργανώσεις συνεδρίων ανταποκρίνονται:**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Συνεδριακά κέντρα					
Ξενοδοχεία					
Αίθουσες φορέων					
Χώροι εκδηλώσεων					

**10. Τα καταλύματα που εξυπηρετούν τον συνεδριακό Τουρισμό ανταποκρίνονται (κυρίως τα ξενοδοχεία), στο Ν. Ηρακλείου,**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Στην υπηρεσία υποδοχής					
Στην υπηρεσία δωματίων					
Στους χώρους εστίασης					
Στα διαλλείματα συνεδριάσεων					

**11. Θεωρείται το δίκτυο των συγκοινωνιακών διασυνδέσεων στο Ν. Ηρακλείου**



Επαρκές	
Μάλλον επαρκές	
Με ελλείψεις	
Ανύπαρκτο	

**12. Τα μέσα μεταφοράς, σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό στο Ν. Ηρακλείου θεωρείται ότι ανταποκρίνεται:**

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Αεροπλάνα					
Αστικά Λεωφορεία					
Τουριστικά Λεωφορεία					
ΤΑΞΙ					
Πλοία					

**13. Σε πόσες μέρες πιστεύεται ότι μπορεί να διεξαχθεί ένα συνέδριο:**

Από 1 έως 3 μέρες	
Από 3 έως 5 μέρες	
Από 5 έως 10 μέρες	
Από 10 και πάνω(ορίστε μέρες)	

**14. Για ποιο λόγο πιστεύεται ότι υπάρχει η πιθανότητα παράτασης των συνεδρων για μεγαλύτερο διάστημα από αυτό τις διεξαγωγή του συνεδρίου:**

Για περισσότερη ξεκούραση	
Καλή ποιότητα υποδομών	
Καλή ποιότητα προϊόντων	
Καλύτερη εξυπηρέτηση	
Παρακολούθηση αξιοθέατων	
Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού	
Άλλες ασχολίες	

**15. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στο Ν. Ηρακλείου ποιο από τα παρακάτω πιστεύεται ότι παίζει σημαντικό ρόλο:**

Διαθεσιμότητα υποδομών	
Διαθεσιμότητα υπηρεσιών	
Ύπαρξη αμφιθεάτρων	
Ύπαρξη εκθ.χώρων	
Ύπαρξη καταλυμάτων	
Ύπαρξη υποδομών για καφέ	
Ύπαρξη υποδομών εστίασης	
Ύπαρξη υπηρεσιών διερμηνείας	

**16. Με βάση την συχνότητα με την οποία συνέρχονται τα συνέδρια ποια πιστεύεται ότι εκτελούνται στο Ν. Ηρακλείου και ποια πιστεύεται ότι φιλοξενούνται περισσότερο στο νομό:**

Ημερίδες	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Εκθέσεις					

Συσκέψεις					
Συνελεύσεις					
Φόρουμ					
Συμπόσια					
Σεμινάρια					
Work-Shops					
Διάλεξη					
Διάσκεψη					
Τηλεδιάσκεψη					
Εργαστήριο					
Συνάντηση					
Σύνοδος					

*17. Ανάλογα με την χρονική διάρκεια του συνεδρίου ποια πιστεύεται ότι εκτελούνται περισσότερο στο Ηρακλείο:*

	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	ΔΓ/ΔΑ
Ημερήσια					
Ολιγοήμερα					

*18. Ποιους από τους παράγοντες πιστεύεται ότι είναι ο κατάλληλος για να εξοπλίσει ένα συνέδριο:*

Καθίσματα	
Εξέδρες	
Αναλόγια	
Οπτικοακουστικός εξοπλισμός	
Οθόνες προβολής	
Ηχητικά συστήματα	
Φωτισμός	

Μηχάνημα προβολής	
Slides	
Κιν / κες μηχανές προβολής	
Επιδιασκόπιο	
Video (Κασέτες)	
Δορυφορική τηλεόραση	
Μεταφραστικές εγκ /σεις	
Μαγνητοφώνα	
Τηλ. Εγκ/σεις με ασύρματη μέθοδο	
Λοιπός εξοπλισμός	

*19. Η ζήτηση μεταφοράς σε σχέση με το συνεδριακό τουρισμό στο Ν. Ηρακλείου θεωρείται ότι ανταποκρίνονται:*

Απο φορείς και ενώσεις	
Από οργανωμένα γραφεία	
Από μεσάζοντες οργανωτές	
Από ανεξαρτήτους διοργανωτές(π.χ. ΑΕΙ, ΤΕΙ)	
Άλλο.....	

*20. Στα συνέδρια που εξυπηρετείτε, η προέλευση των συνέδρων είναι κυρίως :*

Τοπική	
Εθνική	
Διεθνής	
Μεικτή	

21. Οι υπηρεσίες προς τους συνέδρους κατά την διάρκεια διεξαγωγής στο συνεδριακό σας χώρο θεωρείται ότι παρέχονται:

Επαρκώς	
Μάλλον επαρκώς	
Με ελλείψεις	
Καθόλου	

22. Πιστεύεται ότι εκ μέρους του προσωπικού, για τις ανάγκες των συνέδρων, παρέχονται υπηρεσίες σε κάθε τομέα :

ΤΟΜΕΑΣ	Άριστες	Μέτριες	Χαμηλές	ΔΓ/ΔΑ
Συνεδριακοί χώροι				
Κατάλυμα				
Ενημέρωση				
Ψυχαγωγία				

23. Ποιο θεωρείται το κυριότερο προτέρημα του Ν. Ηρακλείου:

(Ιεραρχήστε από 1 έως 5)

Τους συνεδριακούς χώρους	
Τα καταλύματα	
Το φυσικό περιβάλλον	
Τους αρχαιολογικούς χώρους	
Τα πολιτιστικά ενδιαφέροντα	
Τις κλιματολογικές συνθήκες	
Την κριτική διατροφή	
Τη γεωγραφική θέση	

Άλλο	
------	--

**24. Το επίπεδο προβολής του Ν. Ηρακλείου, όσο αφορά το συνεδριακό τουρισμό, χαρακτηρίζεται :**

Επαρκές	
Μάλλον επαρκές	
Με ελλείψεις	
Ανύπαρκτο	

**25. Πιστεύεται ότι η προβολή του Ν. Ηρακλείου γίνεται :**

Βάση σχεδίου, συστηματικά	
Αποσπασματικά	
Χωρίς σχέδιο, τυχαία	

**26. Ο Ν. Ηρακλείου ως συνεδριακός τόπος προβάλλεται κυρίως:**

	Συστηματικά	Αποσπασματικά	Τυχαία	Δ Γ/ Δ Α
Με έντυπο υλικό				
Με καταχωρήσεις στον τύπο				
Μέσω TV, ράδιο				
Μέσω διαδικτύου				
Μέσω tour operators				

Μέσω συγγενών – φίλων				
Μέσω εκθέσεων τουρισμού				
Μέσω Ε.Ο.Τ				
Με αφίσες-πανό				
Άλλο				

**27. Πιστεύεται ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον στο Ηράκλειο σχετικά με το συνεδριακό τουρισμό από τις επιχειρήσεις, σε θέματα :**

	Ναι	Όχι	ΔΓ/ΔΑ
Επιδοτήσεων- επιχορηγήσεων			
Ενημέρωσης			
Σεμιναρίων επιμόρφωσης			
Ειδικών προγραμμάτων			
Άλλο.....			
.....			

**28. Πιστεύεται ότι ο συνεδριακός τουρισμός στο Ν. Ηρακλείου έχει μέλλον ;**

ΝΑΙ		ΟΧΙ	
-----	--	-----	--

## Παράρτημα 2

*Παρουσίαση των ξενοδοχειακών μοναδων*



- **APOLLONIA RESORT AND SPA HOTEL**
  - **AGAPI BEACH HOTEL**
  - **CANDIA MARIS RESORT AND SPA HOTEL**
  - **ASTORIA CAPSIS HOTEL**
  - **AQUILA ATLANTIS HOTEL**
  - **MEGARON GTM HOTEL**
  - **GALAXY HOTEL**
  - **CRETA MARIS & TERRA MARRIS**
  - **KNOSSOS ROYAL MARE**
  - **ALBATROS SPA AND RESORT HOTEL**
  - **IPMERIAL BELVEDERE HOTEL HERSONISSOS**
- 

## **APOLLONIA RESORT & SPA HOTEL**



### Κεντρικό κτίριο και Μπανγκαλόου:

144 μονόκλινα και δίκλινα superior δωμάτια, 57 οικογενειακά δωμάτια, 82 superior bungalows, 52 standart bungalows, 25 μονά δωμάτια, 2 προεδρικές σουίτες και 10 δωμάτια ειδικά σχεδιασμένα για ανθρώπους με αναπηρία.

206 δωμάτια και 111 μπανγκαλόου

Συνολικά διαθέτει 313 δωμάτια

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν αυτορυθμιζόμενο 24ωρο air-condition, VINGCARD, ηλεκτρονική κλειδαριά, χρηματοκιβώτιο, δορυφορική τηλεόραση, στεγνωτήριο μαλλιών, τηλέφωνο, ψυγείο, μπαλκόνι ή αυλή, ασύρματο δίκτυο & ADSL διαθέσιμο.

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- 4 Εστιατόρια
- Ελληνική ταβέρνα
- Ένα a la carte ιταλικό εστιατόριο
- Ένα ethnic a la carte εστιατόριο
- Pool snack bar
- Καφετέρια(main bar)
- Cocktail bar
- Beach bar
- Disco μέσα και έξω
- Συνεδριακοί χώροι
- Spa
- Πισίνα
- Παιδική χαρά
- Χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων
- Θαλάσσια σπορ
- Κλιματισμός, Κεντρική θέρμανση
- Επιτρέπονται κατοικίδια
- ΓΕΓΟΝΟΤΑ όπως :
  - Γάμοι
  - Βαφτίσεις
  - Επέτειος
  - Πάρτι για παιδιά
  - BBQ
- Κρητική βραδιά  
[www.apollonia.gr](http://www.apollonia.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## AGARI BEACH HOTEL AMMOUDARA



### Κεντρικό κτίριο & Μπανγκαλόου

176 Bungalows, 132 κρεβάτια, 5 πατώματα, 3 διπλά δωμάτια με θέα το κήπο ή την θάλασσα, bungalow με θέα το κήπο, VIP bungalows με θέα το κήπο ή την θάλασσα

Συνολικά διαθέτει 320 δωμάτια

176 δωμάτια και 132 μπανγκαλόου

Όλα τα δωμάτια περιλαμβάνουν : Δυνατότητα ανοίγματος παραθύρου, δυνατότητα πραγματοποίησης απευθείας τηλεφωνικών κλήσεων, ιδιωτικό μπάνιο, κλιματισμό, μπαλκόνι, πιστολάκι για τα μαλλιά, υπηρεσία καλωδιακής τηλεόρασης, υπηρεσίες οροφοκομίας, ψυγείο, δυνατότητα προετοιμασίας επίσημων δείπνων, λειτουργία ρεσεψιόν 24 ώρες το 24ωρο, υπηρεσία στεγνοκαθαριστηρίου/πλυντηρίου.

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- Εστιατόριο
- Κεντρικό Μπαρ(Lobby )
- Pool Bar-snack bar
- Ταβέρνα
- Γυμναστήριο
- Δραστηριότητες για παιδιά/επίβλεψη παιδιών
- Κομμωτήριο
- Μασάζ –δωμάτιο(α) θεραπείας
- Σπά

- Σάουνα
- Υπηρεσία γυαλίσματος παπουτσιών
- Υπηρεσία δωματίων(συγκεκριμένες ώρες )
- Υπηρεσία στάθμευσης δωρεάν
- Υπηρεσία συναλλάγματος
- Υπηρεσία φύλαξης/φροντίδας παιδιών
- Χαμάμ
- Χρηματοκιβώτιο (ρεσεψιόν)
- Πολλές αίθουσες συνεδριάσεων
- Δεν επιτρέπονται τα κατοικίδια [www.agapibeach.gr](http://www.agapibeach.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## CANDIA MARIS RESORT & SPA CRETE



### Κεντρικό κτίριο & Μπανγκαλόου

6 ξεχωριστά μπανγκαλόου, 59 δωμάτια και σουίτες, οι μονάδες απλώνονται στον κήπο κοντά στην παραλία και με ξεχωριστή πισίνα μόνο για πελάτες που έχουν κάνει κράτηση.

3 σουίτες μπανγκαλόου και 4 δωμάτια μπανγκαλόου προσφέρουν μια πολυτελή και ιδιωτική πισίνα ή αυλή. Οι μονάδες σε μπορούν επίσης να διαθέτουν δωμάτια για μη καπνιστές και δωμάτια επικοινωνούντα.

Επίσης διαθέτει 5 εστιατόρια και bar που προσφέρουν μια μεγάλη και ποικίλη μαγειρική επιλογή, 3000 τ.μ. Spa με θαλασσινό νερό, παραδοσιακή θαλασσοθεραπεία, θεραπεία υγείας και ομορφιάς περιλαμβάνοντας ινστιτούτο αποκατάστασης με ποικίλες εσωτερικές και εξωτερικές πισινές με θαλασσινό νερό και sauna.

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν WC/Μπανιέρα η ντουζιέρα, κλιματισμό, δορυφορική τηλεόραση, ραδιόφωνο ή μουσικό κανάλι τηλεόρασης, απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, mini ψυγείο, στεγνωτήρας μαλλιών, υπηρεσία δωματίου από 07:00 έως 24:00, πλυντήριο/στεγνωτήριο, μπαλκόνι/βεράντα, κομπιούτερ hook up για πρόσβαση στο internet.

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ- ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- Εστιατόριο
- 24ωρη υπηρεσία δωματίου
- Πισίνα (εσωτερική – εξωτερική)
- Γυμναστήριο
- Γήπεδο τένις
- Συνεδριακό κέντρο
- Συσκευασμένα μεσημεριανά γεύματα
- Πλυντήριο/Στεγνοκαθαριστήριο
- Εφημερίδες
- Ιατρική κάλυψη
- Τηλέφωνο
- Δορυφορική τηλεόραση
- Παροχές υγείας και ομορφιάς/κομμωτήριο
- Spa/θαλασσοθεραπεία (Σολάριουμ, κέντρο ευεξίας, μασάζ, τζακούζι)
- Mini-bar
- Χαμάμ
- Σταθμός στάθμευσης αυτοκινήτων
- Μπαρ
- Χρηματοκιβώτιο
- Καφετέρια/snack bar
- Κλιματισμός
- Πρόσβαση στο internet
- Κεντρική θέρμανση
- Κήπος
- Δωμάτια για μη καπνίζοντες
- Ανελκυστήρας
- Παρεκκλήσι
- Θέρμανση
- Χώρος αποθήκευσης αποσκευών
- Παιδική Χαρά
- Μπιλιάρδο – Πινγκ πονγκ- Σκουός
- Υπηρεσία επίσημων γευμάτων
- Επιτήρηση βρεφών – παιδιών
- Πρωινό στο δωμάτιο

- Υπηρεσία σιδερώματος
- Νυφική σουίτα
- Υπηρεσία συναλλαγματος
- Αναμνηστικά/κατάστημα δώρων
- Ενοικίαση αυτοκινήτων
- Οργάνωση εκδρομών
- Φαξ/φωτοτυπικό
- Μηχάνημα αυτόματης ανάληψης (ΑΤΜ) [www.candiamaris.gr](http://www.candiamaris.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## ASTORIA CAPSIS HOTEL IRAKLION



### Κεντρικό κτίριο

115 στάνταρ και σουπέριορ δωμάτια 3 από τα οποία junior σουίτες 9,προεδρική σουίτα 1

Συνολικά διαθέτει 115 δωμάτια

Υπάρχουν δύο τύποι δωματίων μονά και διπλά, όλα τα δωμάτια διαθέτουν:

Άνετο κρεβάτι με στρώμα coco mat, air condition, δορυφορική τηλεόραση με οθόνη TFT 20 ιντσών, απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, πιστολάκι μαλλιών και πολυτελές σετ από καλλυντικά, χρηματοκιβώτιο, mini bar, πλυντήριο/στεγνωκαθαριστήριο, 24 ώρες σέρβις δωματίου, ελεύθερο ασύρματο δίκτυο.

### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ**

- Υπηρεσία παρκινγκ
- Internet station
- Φύλαξη αποσκευών
- Ιατρικές υπηρεσίες
- Υπηρεσία φύλαξης παιδιών (κατόπιν συνεργασίας)
- Κομμωτήριο –φροντίδα ομορφιάς (κατόπιν συνεργασίας)
- Εκδρομές, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και εισιτηρίων
- Κλήση ταξί (από ρεσεψιόν)

[www.astoriacapsis.gr](http://www.astoriacapsis.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

### **AQUILA ATLANTIS HOTEL**



#### **Κεντρικό κτίριο**

126 διπλά και 34 μονά δωμάτια, 1προεδρική σουίτα και 1 σουίτα

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν διπλό κρεβάτι, δορυφορική τηλεόραση, ηλεκτρονικές κλειδαριές, μουσική , απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, ψυγείο, mini bar, μπαλκόνι, χρηματοκιβώτιο, άνετο λουτρό με πολυτελή μπάνια και πιστολάκι.

### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ**

- Εσωτερική πισίνα
- Παρκινγκ
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτων

- Τηλεόραση
- Ελεύθερο internet
- Εστιατόριο
- Μπαρ
- Συνεδριακό κέντρο

[www.aquilahotels.com](http://www.aquilahotels.com)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## **GDM MEGARON LUXURY HOTEL**



### **KΕΝΤΡΙΚΟ ΚΤΙΡΙΟ 58 ΔΩΜΑΤΙΑ**

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν: χρηματοκιβώτιο, mini bar, ελεύθερο internet, ηχομονωτικά παράθυρα, εντοπιστές /καταβρεχτήρες καπνού, air condition γύρω από το ρολόι, ιδιωτική τηλεφωνική γραμμή για επιχειρηματική χρήση, ασύρματη τηλεφωνική γραμμή με ,δορυφορική τηλεόραση με 32 κανάλια και ράδιο με μουσικά κανάλια, τηλέφωνο μπάνιου, πιστολάκι για τα μαλλιά, παντόφλες και μπουρνούζια για το μπάνιο.

### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ**

- Βιβλιοθήκη
- Υπηρεσία δωματίου
- Συνεδριακοί χώροι
- Ιατρικές υπηρεσίες
- Υπηρεσία Λιμουζίνας
- Γραμματειακή υπηρεσία
- Υπηρεσία φύλαξης
- Δωμάτια για άτομα με ειδική αναπηρία



- Δωμάτια για μη καπνίζοντες
- Υπηρεσία καθημερινού mail
- Υπηρεσία φύλαξης παιδιών (μετά από κράτηση)
- Πισίνα
- Κέντρο υγείας και ομορφιάς
- Τένις και γκολφ(με κράτηση)

[www.gdmmegaron.gr](http://www.gdmmegaron.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## **GALAXY HOTEL IRAKLION**



### **Κεντρικό κτίριο**

81 υπέροχα δωμάτια, 23 επαγγελματικά δωμάτια, 20 εκλεπτυσμένα δωμάτια και 3 εκλεπτυσμένες σουίτες.

Συνολικά διαθέτει 127 δωμάτια και σουίτες

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν: Ευρωπαϊκό ντιζάν με πολυτελή έπιπλα και δομή, πλήρης ανεξάρτητος κλιματισμός, ευρύχωρα γραφεία με αυξανόμενη ένωση, wi -fi και καλώδιο γρήγορου internet και τηλεόραση plasma. Πολυτελές αιγυπτιακό βαμβάκι και λινά μάνιου περιλαμβάνοντας πετσέτες ,μπουρνούζια, παντόφλες, χρηματοκιβώτιο.

## **ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ**

- Mini Bar
- Δορυφορική τηλεόραση plasma με βίντεο
- Air condition
- Ασύρματο γρήγορο internet
- Δωμάτια με υπερμεγέθη χώρο για εργασία
- Γραφεία εργασίας
- Απευθείας τηλέφωνο με δεδομένα
- Μηχάνημα φαξ
- Εγκαταστάσεις για τσάι ή καφέ
- Ντους/ Μπάνιο
- Τηλέφωνο στο μπάνιο
- Υδροστρόβιλος στις εκλεπτυσμένες σουίτες και στα δωμάτια
- DVD player στα εκλεπτυσμένα δωμάτια και τις σουίτες
- Συνδεδεμένα δωμάτια
- Ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο
- Πιστολάκι για τα μαλλιά
- Μπαλκόνι
- Διπλά παράθυρα
- Δωμάτια για ανθρώπους με μειωμένη ευκινησία
- Δωμάτια για μη καπνίζοντες
- 24 ωρη υπηρεσία δωματίου
- Υπηρεσία πλυντηρίου /στεγνοκαθαριστηρίου 24 ώρες
- Φύλαξη παιδιών μετά από απαίτηση των πελατών
- Υπηρεσία απογευματινού

[www.galaxy-hotel.com](http://www.galaxy-hotel.com)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## CRETA MARIS HERSONISSOS



### Κεντρικό κτίριο & Μπανγκαλόου

250 Μπανγκαλόου και 217 δωμάτια

Μπανγκαλόου μπροστά στην θάλασσα	: 28
Μπανγκαλόου μπροστά στην πισίνα	: 23
Μπανγκαλόου junior σουίτες	: 4
Μπανγκαλόου junior σουίτες με θέα θάλασσα	: 3
Superior μπανγκαλόου σουίτες με θέα την θάλασσα:	2
Superior μπανγκαλόου μπροστά στην θάλασσα:	11
Superior μπανγκαλόου μπροστά στη πισίνα	: 3
Δωμάτια κεντρικού κτιρίου	: 159
Δωμάτια κεντρικού κτιρίου με θέα θάλασσα	: 127
Junior σουίτες κεντρικού κτιρίου με θέα θάλασσα:	8
TOP VIP σουίτες κεντρικού κτιρίου με θέα θάλασσα:	2
Οικογενειακά μπανγκαλόου :	5
Συνδεδεμένα δωμάτια:	116

Συνολικά περιλαμβάνει 547 δωμάτια/1100 κλίνες

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν: Μπάνιο ή ντουζιέρα, κλιματισμός – θέρμανση, δορυφορική τηλεόραση , ραδιόφωνο ή μουσικό κανάλι, απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, ψυγείο, στεγνωτήρας μαλλιών ,υπηρεσία δωματίου 24 ώρες ,υπηρεσία πλυντηρίου/στεγνωκαθαριστηρίου,μπαλκόνι ή βεράντα, θυρίδες ασφαλείας

Στις VIP σουίτες υπάρχουν επίσης: όργανα γυμναστικής, σάουνα – Jacuzzi,φαξ,

Computer hook-up για πρόσβαση στο ιντερνετ,2 ή και περισσότερες απευθείας τηλεφωνικές συνδέσεις, βίντεο – Cd player,πλήρης εξοπλισμένο mini bar, δωμάτια μη καπνίζόντων.

### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ**

- Εστιατόριο
  - 24ωρη υπηρεσία δωματίου
  - Πισίνα(εσωτερική)
  - Δωμάτια για μη καπνίζοντες
  - Γυμναστήριο
  - Γήπεδο τένις
  - Συνεδριακό κέντρο
  - Σάουνα
  - Πλυντήριο/στεγνοκαθαριστήριο
  - Ιατρική κάλυψη
  - Τηλέφωνο
  - Δορυφορική τηλεόραση
  - Παροχές υγείας και ομορφιάς
  - Spa/θαλασσοθεραπεία
  - Mini Bar
  - Χαμάμ
  - Σταθμός στάθμευσης αυτοκινήτων
  - Μπαρ
  - Χρηματοκιβώτιο
  - Καφετέρια/Snack bar
  - Κλιματισμός
  - Πρόσβαση στο ιντερνετ
  - Κεντρική θέρμανση
- [www.maris.gr](http://www.maris.gr)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο

## ALBATROS SPA AND RESORT HOTEL HERSONISSOS



### Κεντρικό κτίριο

92 στάνταρ δωμάτια, 99 superior και 15 σουίτες

Συνολικά διαθέτει 206 δωμάτια

Όλα τα δωμάτια περιλαμβάνουν: ξεχωριστό μπάνιο με ντουζιέρα ή μπανιέρα, επιπλωμένο μπαλκόνι ή αυλή, μικρό ψυγείο, αυτοδιαχειριζόμενο air condition, απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, πρόσβαση σε ασύρματο internet, δορυφορική τηλεόραση, πιστολάκι μαλλιών, χρηματοκιβώτιο (μόνο σε superior δωμάτια)

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- Εξωτερική θερμαινόμενη πισίνα
- Εξωτερική πισίνα με πίδακες νερού
- Πισίνα για τα παιδιά
- Παιδικός σταθμός
- Ασύρματη σύνδεση στο internet σε όλα τα δωμάτια και σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου
- Συνεδριακό κέντρο για πάνω από 170 άτομα
- Κέντρο ευεξίας και ομορφιάς "EUPHORIA"
- Μίνι μάρκετ "AGORA"
- Χρυσοχοείο
- Ιατρική κάλυψη (ραντεβού μετά από επιθυμία του πελάτη)
- Κομμωτήριο/Σαλόνι ομορφιάς
- Μοντέρνο υπόγειο παρκινγκ
- Εστιατόριο
- Μπαρ
- Snack Bar

[www.albatros.gr](http://www.albatros.gr) (Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

## IMPERIAL BELVEDERE HOTEL HERSONISSOS



### Κεντρικό κτίριο

Συνολικά περιλαμβάνει 340 δωμάτια

Όλα τα δωμάτια διαθέτουν: θυρίδα ασφαλείας, τηλεόραση, τηλέφωνο με απευθείας σύνδεση, κλιματισμός, μπαλκόνι, ραδιόφωνο, τουαλέτα, μπάνιο, δορυφορική τηλεόραση, στεγνωτήρας μαλλιών, ψυγείο.

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- 24 ώρες υπηρεσία υποδοχής
- Πλυντήριο/ στεγνωκαθαριστήριο
- Καλάθι με φρούτα στο δωμάτιο
- Τοπικό κρασί στο ψυγείο πριν την άφιξη του πελάτη στο δωμάτιο
- Φαγητό και ποτό για ικανοποίηση κάθε πελάτη και εμπειρία με τοπικό πνεύμα
- Γυμναστήριο με σύγχρονα μηχανήματα
- Δραστηριότητες ψυχαγωγίας
- Πρόσβαση στο internet
- Μαγαζιά (mini market, χρυσοχοείο)
- Spa
- Σάουνα
- Mini golf
- Τένις

- Δραστηριότητες για παιδιά
  - Ενοικιάσεις αυτοκινήτων
  - Ζωντανή ψυχαγωγία
  - Υπηρεσία ξενάγησης
  - Εξωτερικές πισίνες
  - Εξωτερικές πισίνες για παιδιά
  - Εγκαταστάσεις παρκινγκ
  - Εστιατόριο(2)
  - Snack bar(2)
  - Cozy lounge bar(2)
  - Solar bay bars(4)
  - Θαλάσσια σπορ
  - Αίθουσα τηλεόρασης με δορυφορικά προγράμματα
  - Μπιλιάρδο – πινγκ πονγκ
  - Σχολή καταδύσεων
  - Buggy jump
  - Πίστα καρτ(δωρεάν)
  - Σχολή ιππασίας
  - Ανιματέρ
  - Γυμναστήριο
  - Μασάζ
  - Φύλαξη παιδιών
  - Beach volley ,τοξοβολία,μπασκετ, ποδόσφαιρο
- [www.belvederehotels.net](http://www.belvederehotels.net)(Πληροφορίες για το ξενοδοχείο)

### **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3**



	ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ	
<u>ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΛΛΟΙ</u>  Περιλαμβάνονται στις στατιστικές		<u>ΑΛΛΟΙ</u>  Δεν περιλαμβάνονται στις στατιστικές τουρισμού
<u>ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ</u>  1.Σκοποί ταξιδιού (όλοι πλὴν εργασίας)  Διάρκεια ταξιδιού 2 (έως 24 ώρες)  3.Εθνικότητα (αλλοδαποί ή ημεδαποί επιβάτες,	<u>ΕΚΔΡΟΜΕΙΣ</u>  1.Σκοποί ταξιδιού ταξιδιού (όλοι πλὴν εργασίας)  2..Διάρκεια ταξιδιού (τουλάχιστον 24 ώρες)  3. Εθνικότητα (αλλοδαποί ή ημεδαποί	στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται: μόνιμοι και προσωρινοί μετανάστες, διπλωμάτες, στρατιωτικοί, πρόσφυγες, διακομιζόμενοι νομάδες, κ.λ.π.

Ο πίνακας 1 που ακολουθεί παρουσιάζει αναλυτικά και οριοθετεί την έννοια τουρίστας – τουρισμός:

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Πηγή : Τσάρτας Π. 1996: 40

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4**

## Οργάνωση και Ειδικά Χαρακτηριστικά των Συνεδρίων

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ	ΕΝΕΡΓΕΙΑ
Φορέας	Απόφαση διεξαγωγής συνεδρίου
Διοργάνωσης	Εκλογή οργανωτικής επιτροπής
Οργανωτική Επιτροπή	Επιλογή διοργανωτή
Διοργανωτής	Συνεργασία με τη οργανωτική επιτροπή, για τον καθορισμό του προγράμματος  Ενέργειες <ul style="list-style-type: none"><li>- Πριν το συνέδριο</li><li>- Κατά το συνέδριο</li><li>- Μετά το συνέδριο</li></ul> Απολογισμός προς την οργανωτική επιτροπή
Διοργανωτής	Τελικός απολογισμός στο φορέα
Φορέας Διοργάνωσης	Κλείσιμο συνεδρίου

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Δικτόπουλος Παναγιώτης (1993). << Οργάνωση συνεδρίων – εκδηλώσεων>> Διδ. Σημειώσεις ΤΕΙ Λάρισας,
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., (1998), Εισαγωγή στον τουρισμό, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λύτρας Π, Λαϊνός Ι, Κουμέλης Θ << Λεξικό τουριστικών όρων>> 2<sup>η</sup> έκδοση Αθήνα INTERBOOKS.
- Κραβαρίτης Ν.Κ.(1992). <<Επαγγελματικός τουρισμός – συνεδρίων,κινήτρων, εκθέσεων –οργάνωση των ξενοδοχείων>> Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα
- Κρέη Χριστίνα – Κεφαλογιάννη Ιωάννα πτυχιακή εργασία Οκτωμβριος 2010 Επαγγελματικός τουρισμός : Προοπτικές ανάπτυξης του Νομού Ηρακλείου ως τόπος διεξαγωγής συνεδρίων - Η μελέτη περίπτωσης του ξενοδοχείου Galaxy στο Νομό Ηρακλείου
- Λύτρας Περικλής ,(1989)Ο τουρισμός προς το 2000, θεωρητικές επισημάνσεις & πρακτικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λιόντου Αμαλία Πτυχιακή εργασία Σεπτέμβριος 2009 ‘‘Συνεδριακός τουρισμός- Εμπειρική έρευνα στην πόλη των Χανίων.
- Προκάκη Χαρίκλεια – Σοφία Πτυχιακή 2006 ‘‘Συνεδριακός τουρισμός στην Κέρκυρα’’
- Σαατσάκης Ιωάννης Οργάνωση συνεδρίων και Εκδηλώσεων ‘‘Σημειώσεις μαθήματος (έτος 2008)
- Τουρισμός και Οικονομία (Συνεδριακός τουρισμός - Κερδίζουμε έδαφος στις προοπτικές Αθήνα 1993).

### **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Lane B. 1993, Weiler B. –Hall M.C 1992

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**

- [http:// nefeli.lid.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2008/Papailiakis Theofilos/document.tkl](http://nefeli.lid.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2008/Papailiakis%20Theofilos/document.tkl) (Δυνατότητες του συνεδριακού τουρισμού ως εναλλακτική μορφή ανάπτυξης στο Νομό Ηρακλείου)
- <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/PapoutsakiKleio/attached-document-1268897887-978035-12135/Papoutsaki2010.pdf>(Πτυχιακή Παπουτσακη Κλειώ ‘‘Αειφορία και Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού Στο Νομό Χανίων 2010)
- [http://www.akx.gr/1204.asp\(αρθρο](http://www.akx.gr/1204.asp(αρθρο) Έλενας Καρακουλέκα)

- [www.in.gr/news](http://www.in.gr/news) (Μάιος 2009)
- [www.statistics.gr.2003](http://www.statistics.gr.2003)(Πηγές στοιχεία στατιστικής υπηρεσίας Ελλάδος)
- [http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central\\_id=1244&permanent\\_id=1](http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=1244&permanent_id=1)(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού –Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός )
- <http://www.skiathos.gr/clorida-panida>(Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και προστασία. Φυσικό περιβάλλον στην Νήσο Σκιάθο Όρισμός του συνεδριακού τουρισμού)
- [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)
- <http://www.patris.gr/articles/19/2/2010>
- <http://www.kyklades.gr/tourism/tour-article.jsp?context=1504&categoryid=3951&articleid=14538&lang=el>)
- [www.google.gr/search?qΠρόγραμμα](http://www.google.gr/search?qΠρόγραμμα) I- TRACE+Κοινοτική +πρωτοβουλία+INTERREG&ie=4&f8&oe=4&f8&ac(Πρόγραμμα I-TRACE-Κοινοτική πρωτοβουλία Interreg III b ARCHIMED 2008)
- [http://www.gnto.gr/pages.php?page\\_ID=761&langID=1](http://www.gnto.gr/pages.php?page_ID=761&langID=1) ( Επιχειρείν-Συνέδρια)
- [http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central\\_id-1436&permanent](http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id-1436&permanent)(Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα.Όνειρο ή πραγματικότητα;)
- [http://www.creta taxitransfers.gr/el/alternative\\_tourism.php](http://www.creta taxitransfers.gr/el/alternative_tourism.php)(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού)
- <http://www.synedrio.gr> (Αθανασίου Λ.(2002), Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελίξεις – Προβλήματα- Δυνατότητες και Πολιτική- ανακτήθηκε στις 8 Ιουνίου 2008
- <http://www.traveldailynews.gr> (Αφιέρωμα (2005) << Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα... Διαφαίνεται η εξέλιξη έστω και με αργά βήματα>> ανακτήθηκε στις 7 Ιουλίου 2008
- <http://www.helexpo.gr> (HELEXPO ανακτήθηκε στις 27 Αυγούστου 2008)
- [http://www.gnto.gr/pages.php?ID=966&lang\\_ID=1](http://www.gnto.gr/pages.php?ID=966&lang_ID=1)(Εθνικό Μητρώο Συνεδριακών Χωρών)
- [www.astoriacapsis.gr](http://www.astoriacapsis.gr)
- [www.maris.gr](http://www.maris.gr)
- [www.gdmmeqaron.gr](http://www.gdmmeqaron.gr)
- [www.apollonia.gr](http://www.apollonia.gr)
- [www.agapibeach.gr](http://www.agapibeach.gr)
- [www.candiamaris.gr](http://www.candiamaris.gr)
- [www.galaxy-hotel.com](http://www.galaxy-hotel.com)
- [www.albatros.gr](http://www.albatros.gr)
- [www.belvederehotels.net](http://www.belvederehotels.net)
- [www.aquilahotels.com](http://www.aquilahotels.com)