

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ :  
ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ : ΓΑΪΤΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ  
Α.Μ.:3296

**Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ  
ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ**



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
ΗΡΑΚΛΕΙΟ  
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2013

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	4
1. Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού.....	10
2. Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού και η Ελλάδα ως προορισμός.....	15
2.1 Το φαινόμενο του τουρισμού.....	15
2.2 Η ανάπτυξη του τουρισμού - τάσεις και προοπτικές για το μέλλον .....	18
2.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα .....	23
3. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην Ελλάδα .....	25
3.1 Εναλλακτικός Τουρισμός-Μιανέα τουριστική προσέγγιση .....	26
3.2 Πλεονεκτήματα Επένδυσης στον Εναλλακτικό Τουρισμό.....	27
3.3 Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός.....	28
4. Προϋποθέσεις βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.....	31
5. Γενικά στοιχεία για τον Συνεδριακό Τουρισμό.....	45
5.1 Πλεονεκτήματα επενδύσεων σε Συνεδριακά Κέντρα .....	49
6. Ταυτότητα - Τύποι Συνεδρίων .....	51
7. Οικονομικά στοιχεία για τον Συνεδριακό Τουρισμό στην Ελλάδα .....	61
7.1 Έτσι μοιράζεται η διεθνής συνεδριακή “πίτα” .....	65
7.2 Ανταγωνιστικότητα και Αξιολόγηση Κριτηρίων Επιλογής του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος .....	67
8. Ο Συνεδριακός Τουρισμός υστερεί στην Ελλάδα .....	69
8.1 Αξιολόγηση δραστηριότητα .....	70
8.2 Σημαντικός προορισμός.....	71
8.3 Επισημάνσεις του HAPCO .....	72
8.4 Τα βασικά προβλήματα του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα .....	74
8.5 Εκπαίδευση .....	76
9. Συγκριτικά Πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.....	78
10. Η αγορά των συνεδρίων σήμερα.....	83
10.1 Η ανάγκη ύπαρξης Αυτόνομου	

Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα .....	84
10.2 Σημαντική η δραστηριότητα του HARCO και του ACB.....	84
10.3 Αγορές με ενδιάμεσον για την Ελλάδα .....	85
11. Ο σημαντικότερες αδυναμίες του ελληνικού συνεδριακού προϋόντος.....	86
11.1 Η Πολιτεία και το συνεδριακό προϋόν .....	87
11.2 Μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα - Πολύ χαμηλή θέση κατάταξης στην αγορά.....	88
11.3 Η Ελλάδα υστειρεί στην προσέλκυση διεθνών συνεδρίων .....	89
11.4 Το Μάρκετινγκ του Ελληνικού Συεδριακού Τουρισμού.....	94
12. Προτάσεις ανάπτυξης του Συεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα .....	96
12.1 Η Ελλάδα πρέπει να εκμεταλλευτεί τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της και στον συνεδριακό τουρισμό.....	99
12.1.1 Να δημιουργηθεί μητροπολιτικό κέντρο μεστήριξη από το ΕΣΠΑ .....	101
12.1.2 Προσπάθεια του ιδιωτικού τομέα για την αναθερμανση της αγοράς.....	103
12.1.3 Περιφέρεια «Κλειδί» ανάκαμψης η πολιτική σταθερότητα .....	103
12.1.4 Διεθνείς τάσεις.....	106
13. Ο Συεδριακός Τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα.....	108
14. Σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης.....	116
15. Προτάσεις για βελτιωμένη τουριστική πολιτική για μελλοντική ανάπτυξη στον συνεδριακό τουρισμό.....	118
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	124

## Εισαγωγή

Η Ελλάδα αποτελεί έναν χώρο πολιτισμού, τέχνης και επιστημών. Η μακρά της συμβολή στο παγκόσμιο γίγνεσθαι, σε συνδυασμό με το μοναδικό φυσικό κάλλος, την καθιστούν ιδανικό τόπο διεξαγωγής συνεδρίων. Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική επικράτεια υποδέχεται όλο και συχνότερα ανθρώπους των γραμμών, των επιστημών και των τεχνών, οι οποίοι συμματέχουν σε συμπόσια, συνέδρια και εκθέσεις.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι άκρως αλληλεπιδραστικός: απαιτεί, βέβαια, ένα υψηλού επιπέδου υπόβαθρο από τη χώρα υποδοχής, ταυτόχρονα όμως συμβάλλει ενεργά στην αναβάθμιση της συνολικής ποιότητας μιας περιοχής. Είναι λογικό, ένας χώρος ο οποίος προτιμάται για τη διεξαγωγή συνεδρίων, να μετέχει προνομιακά στο πολιτιστικό «προϊόν», μιας και δίνει τη δυνατότητα σε κοινό, κατοίκους και επισκέπτες, να έρθουν σε επαφή με τα ανθρώπινα επιτεύγματα και τις καινοτομίες.



Η Ελλάδα των προσωκρατικών φιλοσόφων, των μεγάλων ποιητών, του Φειδία και του Ασκληπιού υποδέχεται φιλόξενα και τιμά τους ανθρώπους του πνεύματος, του εμπορίου και της προόδου.

Η Ελλάδα διαθέτει μεγάλο και υψηλής αξίας επιστημονικό δυναμικό, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων. Οι Έλληνες επιστήμονες, με τις εφευρέσεις, τις καινοτομίες και το ερευνητικό τους έργο πρωταγωνιστούν στη διεθνή επιστημονική κοινότητα.

Τα επιστημονικά συνέδρια που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα είναι και πολλά και σημαντικά, αντανακλώντας τη σημασία που δίνει η χώρα στις καινοτόμες επιστήμες. Ιατρικά συνέδρια, αρχιτεκτονικά, φυσικών και ανθρωπιστικών επιστημών, πλουτίζουν την πολιτιστική ζωή της Ελλάδας, δίνοντας ταυτόχρονα τη δυνατότητα στους συνέδρους να έρθουν σε επαφή με την κοινότητα της επιστήμης.



Οι μεγάλες εμπορικές εκθέσεις, όπως η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης, αποτελούν

θεσμούς που έχουν κατακτήσει με το κύρος τους σημαντική θέση στην παγκόσμια αγορά. Ειδικές εκθέσεις για την αρχιτεκτονική, τη δόμηση, τα προϊόντα τεχνολογικής αιχμής, την αειφόρο οικονομία και ανάπτυξη και πολλές άλλες διοργανώνονται όλον τον χρόνο σε πολλές περιοχές της χώρας, ελκύοντας τόσο τους επαγγελματίες από όλον τον κόσμο, όσο και το κοινό. Η τεχνογνωσία και η αποτελεσματικότητα των Ελλήνων διοργανωτών εξασφαλίζουν άρτια παρουσίαση των προϊόντων και των τεχνικών και οι υποστηρικτικές δομές, σε επίπεδο υποδοχής, εγγυώνται στους συμμετέχοντες μια παραγωγική και αξιόχαστη διαμονή.



Οι διοργανώσεις γύρω από την ποίηση και γενικότερα τη συγγραφική περιπέτεια, έχουν μεγάλο ιστορικό βάθος στην Ελλάδα. Μία χώρα που έχει γεννήσει τόσο τους μεγάλους ποιητές, από τον αρχαίο Αλκμάννα έως τον σύγχρονο Ελύτη, είναι λογικό να πρωταγωνιστεί στον κόσμο των γραμμάτων.

Ομορφοί και εμβληματικοί τόποι, όπως οι Δελφοί στη Στερεά Ελλάδα και η Αρκαδία στην Πελοπόννησο υποδέχονται, πολύ συχνά, συμπόσια και ημερίδες για την ποίηση, τη λογοτεχνία και τη σύγχρονη πεζογραφία, καθώς και αφιερώματα σε μεγάλους δημιουργούς, Έλληνες και ξένους.

Μεγάλα πανεπιστήμια, όπως της Θεσσαλονίκης, του Αιγαίου, της Αθήνας, των Ιωαννίνων, συνεργάζονται με αντίστοιχους φορείς του εξωτερικού και διοργανώνουν σπουδαία συνέδρια, τα οποία προάγουν την πολιτιστική επαφή των ανθρώπων, ενώ ταυτόχρονα δίνουν την ευκαιρία στους συνέδρους και το κοινό να γνωρίσει την πανέμορφη Ελλάδα.

Ο πλωτός συνεργειακός τουρισμός είναι μια ανερχόμενη τάση στην ελληνική επικράτεια. Σύνεδροι από όλον τον κόσμο διαλέγουν τις καταγάλανες ελληνικές θάλασσες και αναπτύσσουν τη θεματολογία τους στο ιδανικότερο περιβάλλον. Αγκυροβόλια σε όλη τη νησιωτική χώρα παρέχουν υψηλού επιπέδου φιλοξενία και προσφέρουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συνδυάσουν την απόλαυση που προσφέρει το επιστημονικό τους πεδίο με την εξερεύνηση της ελληνικής ενάλιας πραγματικότητας.

Η Ελλάδα αποτελεί, εκτός από χώρο εμπνεύσεως των δημιουργών, και μια φιλόξενη αγκαλιά για τις αναζητήσεις τους. Νέοι αλλά και καταξιωμένοι καλλιτέχνες εκθέτουν στους μεγάλους αστικούς χώρους τέχνης αλλά, πολύ συχνά, και σε ελληνοικονομικά ή μικρούς παραδοσιακούς οικισμούς. Δεν είναι καθόλου σπάνιο ένας επισκέπτης σ' ένα μεγαλύτερο ή μικρότερο ελληνοικονομικό νησί ή σε κάποιο χωριό ή κωμόπολη της ή ελληνοικονομικής ενδοχώρας να βρεθεί «ξαφνικά» μπροστά σε μία υπαίθρια έκθεση γλυπτικής, ή να μπορεί να απολαύσει μια έκθεση ζωγραφικής νέων καλλιτεχνών. Ταυτόχρονα, όλον τον χρόνο, πραγματοποιούνται συνέδρια και ανταλλαγές γύρω από τα εικαστικά θέματα, με τη συμμετοχή εκλεκτών αντιπροσώπων της διεθνούς κοινότητας. Ιστορικοί τέχνης, τεχνοκρίτικοί, δημιουργοί και κοινόσυμβάλλουν στην προώθηση των τεχνών και την ανταλλαγή γνώσεων.

Επομένως, θα δούμε πως ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υφίστασης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί πρώτη προτεραιότητα



στην ατζέντα αρκετών. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια λίγα και μικρά βήματα έχουν γίνει για την περαιτέρω ενίσχυση και ανάπτυξη του, παρά το γεγονός μάλιστα ότι η Ελλάδα φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων γειτονικών, ανταγωνιστικών χωρών της Μεσογείου.

# 1. Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Η λέξη τουρισμός πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές του 19ου αιώνα, αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει δεν είναι τόσο πρόσφατη. Εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα κατά τη διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων. Όλες οι σχετικές βιβλιογραφικές πηγές συμφωνούν ότι στην εποχή μας ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσιάζει πολύ μεγάλη ανάπτυξη και τεράστια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, που τείνει να θεωρείται ως αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας (Ηγουμενάκης και συν. 1998).

Η πρώτη συστηματική ανάπτυξη ταξιδιών στην αρχαιότητα παρατηρείται στη περιοχή της Μεσοποταμίας και της Αιγύπτου, και συνδέεται με την ανάπτυξη των πόλεων-κρατών της περιοχής, τα οποία επιδιώκουν με διπλωματικές, επιστημονικές ή εμπορικές αποστολές να ανοίξουν δρόμους επικοινωνίας μεταξύ τους. Στόχοι των ταξιδιών είναι η ανάπτυξη του εμπόριου, η διεύρυνση της πολιτικής επιρροής και η αναζήτηση νέων αγορών στη

περιοχή. Τα ταξίδια αυτής της μορφής αποτελούν παράλληλα και τη πρώτη μορφή επικοινωνίας ανάμεσα σε πολιτισμούς πολύ διαφορετικούς όπου ο ρόλος της θρησκείας είναι πολύσημαντικός.

Η βελτίωση και η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων μαζικοποιούν τα ταξίδια της εποχής και συμβάλλουν στην εμφάνιση, για πρώτη φορά, ταξιδιών για πολιτιστικούς ή θρησκευτικούς λόγους. Πρόκειται για ταξίδια με σκοπό τη συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές ή περιηγήσεις σε περιοχές με θρησκευτικό ή πολιτιστικό ενδιαφέρον. Πολλά τέτοια ταξίδια γίνονται στην Αίγυπτο, τη Μεσοποταμία και την Ελλάδα και αποτελούν τον προάγγελο των πρώτων «τουριστικών ταξιδιών αναψυχής».

Η εμπέδωση της ασφάλειας, η ύπαρξη ενός κοινού νομίσματος σε ευρύτερους γεωγραφικούς χώρους και αργότερα η κοινή γλώσσα είναι εξελίξεις που συνέβαλαν δυναμικά στην ανάπτυξη των ταξιδιών και στη διάδοσή τους ως κοινωνικού αγαθού στον αρχαίο κόσμο. Επίσης, το τουριστικό φαινόμενο ήταν συνδεδεμένο με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που μπορούσαν να πραγματοποιηθούν εντός αυτού. Στην Αρχαία Ελλάδα και την Αρχαία

Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος δήλωνε τη προέλευση και την τάξη των πολιτών, έτσι η εργασία αποτελούσε κύριο μέλημα και ενασχόληση των πληβείων ενώ ο ελεύθερος χρόνος ήταν συνώνυμο των ευγενών (Βαροβάρεσος 2008: 22).

Οι διάφορες μορφές τουρισμού αποτελούσαν ήδη πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών και συνέβαλαν σημαντικά στο εμπλουτισμό του μοντέλου της τουριστικής ανάπτυξης. Στην Αρχαία Ελλάδα, τα θρησκευτικά προσκυνήματα συνδύαζαν τη περιπέτεια με τη γιορτή, την ευχαρίστηση, την αναφυχή, τη συναναστροφή, κ.λ.π. Στους Δελφούς ή την Ελευσίνα, οι προσκυνητές, πέρα από την ικανοποίηση του βασικού κινήτρου της μετακίνησης, επιδίωκαν την ανακάλυψη της διαδρομής, του τοπίου, των οικισμών, των πληθυσμών υποδοχής, της περιπέτειας και των εκπλήξεων του ταξιδιού.

Ο Ηρόδοτος, γεωγράφος και ιστορικός (480-421 π.Χ.), υπήρξε ένας από τους πρώτους ταξιδιώτες-τουρίστες, ο οποίος κατά τη διάρκεια των μετακινήσεών του δεν σταμάτησε να ενδιαφέρεται για τα ήθη, τα έθιμα, τη θρησκεία και τις τέχνες των τόπων που επισκεπτόταν (Βαροβάρεσος 1997: 16). Οι Ολυμπιακοί αγώνες (776 π.Χ.), οι οποίοι πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια

στην Ολυμπία, αποτελούσαν μια αθλητική-  
θρησκευτική εκδήλωση, ενώ η αναφυχή και  
οι πολιτιστικές δραστηριότητες  
(θεατρικές παραστάσεις, μουσικές  
εκδηλώσεις) συμπλήρωναν το σύνολο των  
δραστηριοτήτων. Τα Πύθια στους Δελφούς,  
περιελάμβαναν αγώνες αρμάτων,  
διαγωνισμούς τραγουδιού και θεατρικές  
παραστάσεις, εμπειριέχουν επίσης τη  
τουριστική σκοπιμότητα. Η πρακτική της  
λουτροθεραπείας ήταν αρκετά δεδομένη  
στην αρχαιότητα και συνδυάζει τις  
υποχρεωτικές και ωφέλιμες μετακινήσεις  
με εκείνες της αναφυχής και της  
κοσμικότητας. Ο ιαματικός-θεραπευτικός  
τουρισμός είχε μεγάλη απήχηση και οι  
αρχαίοι Έλληνες επισκέπτονταν συχνά τις  
ιαματικές πηγές και υποβάλλονταν σε  
θεραπείες είκοσι μίας ημερών.

Τα εκπαιδευτικά ταξίδια  
συμπληρώνουν τις παραπάνω μορφές  
τουρισμού συνδυάζοντας κίνητρα  
κλιματολογικά, θρησκευτικά, αναφυχής  
κ.λ.π. Αιτιολογώντας σημαντικές  
μετακινήσεις των Ρωμαίων στην Αρχαία  
Ελλάδα αλλά και των Ελλήνων και των  
Ρωμαίων στην Αίγυπτο. Οι συγκεκριμένες  
μορφές τουρισμού συνέβαλαν ουσιαστικά  
στην αύξηση της κινητικότητας των ατόμων

μέσα από την εναλλαγή των χρονικών περιόδων της Ιστορίας (Μεσαιώνας, Αναγέννηση, κ.λ.π.).

Ο 19ος αιώνας έπαιξε καθοριστικό ρόλο στη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουρισμού. Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές αλλαγές που υπήρξαν προσδιόρισαν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του τουρισμού αλλά συνέβαλλαν καθοριστικά στην εμφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης (Βαρβαρέσος 1998: 19).

## 2. Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού και η Ελλάδα ως προορισμός

### 2.1 Το φαινόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με θεαματική δυναμική, κυρίως, τα τελευταία πενήντα χρόνια. Στη χρονική αυτή διαδρομή ο τουρισμός άλλαξε μορφή και ένταση, ενώ συνεχώς εξελίσσεται και διαφοροποιείται σύμφωνα με τις εξελίξεις και τα εκάστοτε πρότυπα της οικονομίας και της κοινωνίας, στις οποίες δρα και αναπτύσσεται. Μπορεί, αναλογικά, ως μια πρώτη μορφή τουρισμού να αναγνωρίζεται η περιήγηση, με βάση μια ατομική αναζήτηση για τις ρίζες του παρελθόντος, την περιέργεια για άλλους πολιτισμούς και την περιπλάνηση σε άγνωστους τόπους, μια δραστηριότητα για τους λίγους (Lofgren, 1999). Όμως, στην κλίμακα και στην έκταση που έχει πάρει στη σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός αναπτύχθηκε ως μαζικό φαινόμενο μετὰ τα μέσα του εικοστού αιώνα (Likorish και Jenkins, 2004). Με βάση την ατομική ανάγκη για ξεκούραση, εξελίχθηκε πλέον ως κοινωνική ανάγκη, ως «δικαίωμα» για αναψυχή, φαινόμενο με πολύ μεγάλη σημασία, από την πλευρά τόσο της παγκόσμιας οικονομίας όσο και της

ανάπτυξης ενός τόπου.

Δεν υπάρχει πλέον γωνιά στον κόσμο που να μην έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον του σύγχρονου τουρίστα, από τη ζούγκλα του Αμαζονίου μέχρι την Αρκτική, από τα υπερσύγχρονα ξενοδοχεία στον Αραβικό κόλπο μέχρι τα πρώην «γκούλαγκ» στη Σιβηρία. Αντίστοιχα, δεν υπάρχει χώρα ή χωριό που να μην αναζητά να προσελκύσει το ενδιαφέρον του τουρισμού με τον έναν ή τον άλλο τρόπο προσδοκώντας στα σημαντικά πολλαπλασιαστικά του οφέλη (οικονομικά, πολιτισμικά και κοινωνικά). Για απόδειξη δεν χρειάζεται παρά να επισκεφτεί κανείς μία από τις διεθνείς ή εθνικές (π.χ. Φιλοξένια) εκθέσεις τουρισμού για να διαπιστώσει έναν διαρκώς αυξανόμενο αριθμό συμμετεχόντων εκθετών. Παράλληλα, θα διαπιστώσει τι συμβαίνει στον τουριστικό χώρο και πώς κυμαίνονται οι τάσεις της αγοράς, όχι μόνο από τους φορείς τουρισμού και τους διοργανωτές ταξιδιωτικών πακέτων, αλλά και από τους ίδιους τουρίστες, καθώς και τους έμμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό. Πολλοί είναι οι λόγοι για τους οποίους παρουσιάζεται αυτό το αυξημένο ενδιαφέρον για την προσέλκυση τουριστών σε έναν τόπο:



✓ Πρώτον, διότι ο κάθε τόπος είναι διαφορετικός και μπορεί -εν δυνάμει- με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του να προσελκύσει το ενδιαφέρον κάποιων επισκεπτών.

✓ Δεύτερον, διότι με την παγκοσμιοποίηση, τις νέες τεχνολογίες και τη διάχυση της πληροφορίας ο κάθε τόπος μπορεί να προβάλει τα τουριστικά θέλγητρά του σε όλο τον κόσμο.

✓ Τρίτον, διότι υπάρχει ένα ευρύ φάσμα αναγκών (π.χ. Αναφυχή, εκπαίδευση κ.λπ.) και κατά συνέπεια θέλγητρων (ήλιος και θάλασσα, χιόνι, φυσικές ομορφιές, γαστρονομία, αρχαιότητες κ.λπ.) που αποζητά ο σύγχρονος άνθρωπος.

✓ Τέταρτον, διότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν τόπο συμβάλλει καταλυτικά στη στήριξη και την ανάπτυξη και άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι ο τουρισμός έχει πολλαπλές διασυνδέσεις με άλλους κλάδους (γεωργία, αλιεία, εμπόριο, κατασκευές, μεταφορές κ.λπ.) και σημαντικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στην οικονομία.

✓ Πέμπτον, διότι ο τουρισμός, εάν αναπτυχθεί σωστά, μπορεί να συμβάλει και στην ανάδειξη και την προστασία της

πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς σε έναν τόπο, να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες και για τους κατοίκους, συμβάλλοντας στην κοινωνική ανάπτυξη γενικότερα. Υπάρχουν επίσης πολλοί άλλοι λόγοι που ανάγονται στους στόχους και τις επιδιώξεις του ατόμου και της σύγχρονης κοινωνίας. Όλοι αυτοί, μεμονωμένα ή και σε συνδυασμό, μπορούν να εξηγήσουν γιατί ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος και έχει αναδειχτεί σε σημαντική οικονομική δραστηριότητα με ιδιαίτερη δυναμική ανάπτυξης και βαρύτητα πλέον και στην παγκόσμια οικονομία. (<https://static.eudoxus.gr>)

## **2.2 Η ανάπτυξη του τουρισμού – τάσεις και προοπτικές για το μέλλον**

Ο τουρισμός έχει αναδειχτεί σε μείζονα οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Τα τελευταία τριάντα χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από το παγκόσμιο ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν). Οι αφίξεις διεθνών τουριστών το 2008 ξεπέρασαν τα 924 εκατομμύρια συμβάλλοντας (μαζί με τις αερομεταφορές) πάνω από ένα τρις δολάρια ΗΠΑ στην παγκόσμια οικονομία (UNWTO, 2008). Ο διεθνής τουρισμός έχει τριπλασιαστεί μέσα σε είκοσι πέντε χρόνια (1975–2000) και σύμφωνα με

πρόσφατες προβλέψεις (UNWTO ,2008) αναμένεται να συνεισείναι να αυξηθεί με υψηλούς ρυθμούς. Με βάση τις προβλέψεις αυτές οι αφίξεις παγκοσμίως αναμένεται να διπλασιαστούν σχεδόν στα επόμενα δεκαπέντε έως είκοσι χρόνια [ξεπερνώντας τα 1,6 δις σε διεθνείς αφίξεις περίπου το 2020 (UNWTO,2008)].

Οι προβλέψεις αυτές υπογραμμίζουν, αφενός, το δυναμισμό του τουρισμού, και αφετέρου, μια εδραιωμένη πίστη ότι παρά τα ενδεχόμενα βραχυχρόνια σκαμπανεβάσματα ο τουρισμός θα αναπτύσσεται μακροχρόνια, πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία. Ο τουρισμός επηρεάζεται σημαντικά από τη γενικότερη κατάσταση στην παγκόσμια οικονομία, καθώς η εξέλιξη του συναρτάται με το διαθέσιμο εισόδημα (και την φυχολογική διάθεση) για αναφυχήδες και με τις δαπάνες για επαγγελματικά ταξίδια. Τα τελευταία τριάντα πέντε χρόνια ο μέσος ρυθμός αύξησης του τουρισμού ήταν σε γενικές γραμμές περίπου 1,3 φορές μεγαλύτερος από τον μέσο ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ. Σε περιόδους κρίσης βέβαια επηρεάζεται αρνητικά και ο τουρισμός.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με οικονομικές κυρίως, αλλά και

με κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις, οι επιδράσεις του οποίου παντού όπου αναπτύσσεται κάθε άλλο παρά να υποεκτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αγνοηθούν (Ηγουμένελης & συν. 1998). Ο τουρισμός χρησιμοποιείται από πολλές κυβερνήσεις ως ένα μέσο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην εξασφάλιση κεφαλαίων για νέες επενδύσεις, στη βελτίωση και στην αύξηση της υποδομής κ.α. (Andriotis 2001). Απ' την άλλη μεριά εκτός από θετικά αποτελέσματα, ο τουρισμός επιδρά αρνητικά στους προορισμούς υποδοχής τουριστών, με τρόπους όπως: το μιμητισμό οικίλων ξενόφερτων προτύπων από τους ντόπιους κατοίκους, την εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων, τη μεταμόρφωση περιοχών αξιολοπώσεως του φυσικού κάλους σε υπερκορεσμένες αστικές περιοχές, την περιβαλλοντολογική μόλυνση, την αλλοίωση του πολιτισμού. Η αρνητική κριτική ασκείται κυρίως στη μαζικοποίηση του τουρισμού καθώς και στο γεγονός ότι τα περισσότερα τουριστικά έσοδα διαρρέουν έξω από την ντόπια οικονομία, με πολλές

τουριστικές επιχειρήσεις (κυρίως μεγάλου μεγέθους) να αγοράζουν εισαγόμενα προϊόντα, να απασχολούν ξενόφερτο εργατικό δυναμικό και να ανήκουν ή να διοικούνται από μη ντόπια άτομα.

Πολλλά λοιπόν από τα χρήματα που εισέρχονται σε ένα προορισμό υποδοχής τουριστών και που κάτω από άλλες συνθήκες θα βοηθούσαν στην καλύτερη του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στην αύξηση του εγχώριου κατά κεφαλή εισοδήματος, διαρρέουν έξω από την τοπική κοινωνία, ενώ παράλληλα οι αυξανόμενοι αριθμοί τουριστών συντελούν στην υποβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων και στην αλλοτρίωση των κοινωνικών θεσμών. Εξαίτιας των αρνητικών συνεπειών των μαζικών αφίξεων, τις τελευταίες δεκαετίες έχει υπάρξει η ανάγκη για την αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα το ενδιαφέρον πολλών επενδυτών, φορέων και μελετητών, εστιάζεται στην προώθηση ηπιότερων μορφών τουριστικής ανάπτυξης χωρίς να αποβλέπουν αποκλειστικά στο οικονομικό συμφέρον, αλλά να δείχνουν ιδιαίτερη σημασία και σε βασμό στο περιβάλλον και στον πολιτισμό, καθώς και

στην ικανοποίηση των αναγκών του εντόπιου κοινωνικού συνόλου. Ξεκίνησε δηλαδή μια ηπιότερη προσέγγιση ανάπτυξης τουριστικών προορισμών, δημιουργώντας έτσι μια νέα φιλοσοφία, τη φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού ως ένα είδος ενεργητικού τουρισμού που αντιτίθεται στο πρότυπο της μαζικής ανάπτυξης. Η διαμόρφωση αυτού του νέου προτύπου, αντιμέτωπο με τη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης, έχει αποκτήσει ποικίλους φανατικούς οπαδούς και υποστηρικτές σε ευρύ φάσμα κοινωνικών ομάδων και κινημάτων, που υποστηρίζουν με διαφορετικούς τρόπους την αναζήτηση της ποιότητας στο ταξίδι αλλά και τη σύνδεση της διαμονής σ' ένα τόπο με την προστασία του περιβάλλοντος και της ντόπιας κουλτούρας καθώς και με την αναζήτηση ενός διαφορετικού προτύπου τοπικής ανάπτυξης (Τσάρτας 1996: 349).

Πιο συγκεκριμένα, η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοφίξεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του εντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις

της τουριστικής του ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και όχι με αυτές των τουριστικών επιχειρηματιών.

### **2.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα**

Στη χώρα μας, από τη δεκαετία του '60, ο τουρισμός στηρίζεται την ελληνική οικονομία και σήμερα η σπουδαιότητά του είναι αναγνωρισμένη. Μεταξύ άλλων, αποτελεί την κυριότερη πηγή τουριστικών εισπράξεων, συμμετέχει καθοριστικά στο ΑΕΠ και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και, παρά τους όποιους προβληματισμούς, οι προβλέψεις για το μέλλον είναι θετικές (Πριαννάκη, 2006).

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

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

οικονομία:

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

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

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

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



### 3. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στην Ελλάδα

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη και στη δραστική μείωση της ανεργίας στη χώρα μας. Δεν είναι τυχαίο ότι συνεισφέρει περίπου το 18% του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας. Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις.

Ωστόσο, για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην οικονομία της χώρας θα πρέπει εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό να αναπτύξει και άλλες μορφές όπως συνεδριακό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό κ.α. που αποτελούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

### **3.1 Εναλλακτικός Τουρισμός-Μια νέα τουριστική προσέγγιση**

Ανταποκρινόμενη στην διεθνή τάση για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού της προϊόντος, τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με την βοήθεια σημαντικών κρατικών επενδυτικών κινήτρων οι επιχειρηματίες δημιουργούν υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό και αγροτουρισμό.

Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, ένα σημαντικό ποσοστό (άνω του 25%) ευκατάστατων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο Ευρωπαίων ταξιδιωτών αναζητούν πρωτότυπες βιωματικές εμπειρίες και τουριστικές υπηρεσίες πέρα από το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα, φιλοξενία.

Η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει πληθώρα τέτοιων εμπειριών εκμεταλλευόμενη την ποικιλότητα των τοπίων της, τους φυσικούς της πόρους, τον πολιτισμικό και ιστορικό της πλούτο, καθώς και την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμά της. Όλα τα προηγούμενα, συνδυασμένα με νεωτεριστική

επιχειρηματικότητα, μπορούν να αναδειξουν πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες.

Πλεονέκτημα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η δυνατότητα τους να προσελκύουν τουρίστες καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης.

### **3.2 Πλεονεκτήματα Επένδυσης στον Εναλλακτικό Τουρισμό**

- Ποικίλο φυσικό περιβάλλον εξαιρετικής ομορφιάς
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες οδηγούν σε ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης
- Εξαιρετικός πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος
- Αναπτυσσόμενη υφιστάμενη τουριστική υποδομή η οποία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά και να υποστηρίξει προϊόντα εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Ελλάδα: Ένας παγκοσμίως αναγνωρίσιμος προορισμός

Στόχος της Τουριστικής Στρατηγικής της

χώρας μας είναι να μετατρέψει τον πλούτο των πόρων της σε πρότυπα, μοναδικά τουριστικά προϊόντα με την σύμπραξη Ελλήνων και ξένων επενδυτών.

Προκειμένου να εξυψηρωτήσει την στρατηγική της αυτή, η Ελληνική κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητά της και ενθαρρύνει την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συμπληρώνουν το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν της χώρας. Η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες.

### **3.3 Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός**



Η μορφή αυτή περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Δυστυχώς για τη χώρα μας ενώ οι δυνατότητες που διαθέτει για την ανάπτυξη του τουρισμού αυτού είναι πολύ μεγάλες, βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια. Η μέχρι σήμερα πείρα δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και

σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και ότι παρά τη διεθνή ύφεση η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό αυξάνει σε αντίθεση με το γενικό τουρισμό που μειώνεται.

Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την υποδομή όσο και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων καθώς πολλά μη ειδικευμένα άτομα οργανώνουν σήμερα συνέδρια με αποτέλεσμα να δυσφημίζεται η Ελλάδα στο εξωτερικό. Όσον αφορά την υποδομή την τελευταία περίοδο υπάρχει μια έντονη κινητικότητα εκ μέρους της πολιτείας για να καλυφθούν οι ελλείψεις και παραλείψεις των προηγούμενων χρόνων.

Έτσι προχωρά η δημιουργία ενός Μητροπολιτικού Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου στην Αθήνα στο οποίο υπολογίζεται ότι θα είναι έτοιμο σε περίπου δύο χρόνια. Ήδη έχει επιλεγεί η εταιρία που θα αναλάβει να κατασκευάσει το κέντρο αυτό. Το κόστος της όλης επένδυσης υπολογίζεται ότι θα ξεπεράσει τα 70 εκατ.

ευρώ.

Το είδος αυτό του τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό π.χ. ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κ.α. Στην Ελλάδα η μορφή αυτή τουρισμού έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης.

## 4. Προϋποθέσεις βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Η οικονομική ευμάρεια που διαθέτει ένα αυξανόμενο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη μας, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και των μέσων ενημέρωσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην ανάδειξη του τουρισμού ως ενός από τους πιο ισχυρούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς της παγκόσμιας κοινωνίας του 21 ου αιώνα.

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμή της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού. Παραδείγματα από την παγκόσμια πραγματικότητα δείχνουν ότι η άκρατη, η ασχεδίαστη ή η λανθασμένη ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει, βραχυπρόθεσμα, γρήγορα οικονομικά ωφέλη

καταλήγοντας ωστόσο, μακροπρόθεσμα, σε  
χαμηλές ποιοτήτας τουριστική  
δραστηριότητα.

Στόχος αυτού του κειμένου είναι:

α) να εντοπίσει μερικές από τις αιτίες  
που οδηγούν στο παραπάνω φαινόμενο

β) να προβάλλει τα χαρακτηριστικά της  
βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και

γ) να παρουσιάσει συνοπτικά τις  
απαραίτητες προϋποθέσεις για την  
ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών μοντέλων.

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην  
Ελλάδα και αλλού, έχουν ως στόχο τη συνεχή  
αύξηση του οικονομικού κέρδους που  
αποφέρει ο τουρισμός, έτσι συχνά  
προσανατολίζονται στην αναζήτηση  
ολόένα και μεγαλύτερου αριθμού  
τουριστών χρησιμοποιώντας ως μοντέλο  
τουριστικής ανάπτυξης τον μαζικό  
τουρισμό. Όμως, η μεγάλη πληθυσμιακή  
συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες  
περιβαλλόντικές και κοινωνικές  
δυνατότητες δημιουργεί διαταραχές στις  
συνήθειες της τοπικής κοινωνίας και  
δυσλεិតουργίες όπως: συνωστισμό, μόλυνση  
του περιβάλλοντος, κατασπατάληση ή  
καταστροφή φυσικών και πολιτιστικών



πηγών και ανταγωνισμό μεταξύ τοπικού πληθυσμού και τουριστικής βιομηχανίας για την χρησιμοποίηση αγαθών πρώτης ανάγκης (νερό, καύσιμα, κ.λ.π.), έργων υποδομής (δρόμοι, νοσοκομεία, κ.λ.π.), τόπων αναψυχής (μουσεία, πάρκα, παραλίες κ.λ.π.). Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις εμποδίζουν την συνεχή και ομαλή διεξαγωγή της τουριστικής διαδικασίας αφού σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα επιθυμεί να επισκέπτεται περιοχές με υψηλή περιβαλλοντική ποιότητα και έντονα στοιχεία τοπικού πολιτισμού.

Αρκετοί διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (Π.Ο.Τ, UNEP, UNESCO κ.λ.π.) προτείνουν ως διεξοδό από τα παραπάνω προβλήματα, κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται, να διευθύνεται και να αναπτύσσεται ώστε:

α) να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή σε βάθος χρόνου,

β) να αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται,

γ) να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες και

δ) να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχή εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι:

- η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία,
- η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης,
- η εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών και
- η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Τι εξυπηρετεί όμως καθεμιά από τις παραπάνω προϋποθέσεις;

**Συνεργασία:** Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός είναι μια περίπλοκη διαδικασία η οποία σχετίζεται με διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γίνεται εμφανές ότι για την βιώσιμη ανάπτυξη του απαιτείται αμοιβαίος

σε βασμούς, ενότητα και μόνιμη συνεργασία με τα ξύδλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητες τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Μέσω αυτής της συνεργασίας κάθε αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις (δημόσιες ή ιδιωτικές), αλλά και κάθε άλλο στοιχείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Είναι ουσιαστικό η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να στηρίζεται στην καλή θέληση όλων των μερών για την επιτυχία ενός κοινού σκοπού (βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) και όχι στην ικανοποίηση ιδιοτελών συμφερόντων.

Σύμφωνα με την Hevre Barioulet (2001) μερικά ζητήματα που πρέπει να βρίσκουν λύση με βάση την αρχή της συνεργασίας στις τουριστικές περιοχές είναι:

- Ο έλεγχος της κατανάλωσης του νερού και των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με σκοπό την μείωση της μη ορθολογικής χρήσης τους.
- Η μείωση των απορριμμάτων και η εξασφάλιση της ανακύκλωσής τους.
- Ο έλεγχος και η μείωση των προβλημάτων

κυκλοφοριακής συμφόρησης και  
ρύπανσης ιδιαίτερα σε περιοχές  
φυσικού και πολιτιστικού κάλλους και  
η χρήση μέσων μεταφοράς φιλικών προς  
το περιβάλλον.

- Η οργάνωση και έλεγχος της πρόσβασης των τουριστών σε οικολογικά ευάλωτες περιοχές.
- Η συγχρηματοδότηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας.
- Η χορήγηση κινήτρων και βοήθειας στις τουριστικές επιχειρήσεις ώστε, να υιοθετούν περιβαλλοντικές πολιτικές ανάπτυξης.

**Τοπική συμμετοχή:** Οι ανάγκες, οι προσδοκίες, τα ιδιαίτερα περιβαλλοντικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και τα προβλεπόμενα οφέλη από τον τουρισμό διαφέρουν σημαντικά από την μια περιοχή στην άλλη. Έτσι δεν υπάρχει ένα είδος σχεδιασμού βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης που να ταιριάζει σε περισσότερους από έναν τουριστικούς προορισμούς. Αν και γενικές κατευθυντήριες γραμμές μπορούν να ορισθούν σε εθνικό επίπεδο, ωστόσο οι τοπικές κοινωνίες με συμμετοχή εκπροσώπων όλων των τοπικών φορέων (

δημόσιο, τουριστική βιομηχανία, μη-κυβερνητικές περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις, οργανώσεις πολιτών, επιστημονικοί φορείς κ.λ.π.) και συχνή επικοινωνία με τον τοπικό πληθυσμό είναι εκείνοι που θα σχεδιάσουν και θα αναπτύξουν το είδος του τουρισμού που θέλουν να προσφέρουν. Χρήσιμο εργαλείο για την πραγμάτωση μιας τέτοιας διαδικασίας έχει αποδειχθεί η δημιουργία και εφαρμογή της Τοπικής Ατζέντας 21.

Με την εξασφάλιση της τοπικής συμμετοχής στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης επιτυγχάνεται:

- ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας η οποία επιφέρει κέρδη κυρίως στην τοπική κοινωνία και όχι σε εξωτερικούς οικονομικούς παράγοντες, (π.χ πολυεθνικές εταιρίες ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων κ.λ.π.),
- καλύτερη αποδοχή του τουρισμού από τους κατοίκους της περιοχής,
- ενεργητική συμμετοχή των κατοίκων για την διατήρηση των τοπικών τουριστικών πηγών.

**Εκπαίδευση:** Η άρτια επαγγελματική κατάρτιση όχι μόνο των διευθυντικών

στειλεχών του τουρισμού αλλά όλων όσων απασχολούνται σε αυτόν, συνεισφέρει στην καλύτερη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, ο εμπλουτισμός των επαγγελματικών εκπαιδευτικών ή επιμορφωτικών προγραμμάτων με θέματα που αφορούν τις έννοιες, τα κριτήρια, τα οφέλη, και τις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού βοηθά τους ανθρώπους που απασχολούνται με αυτόν να προβληματιστούν, να αναζητήσουν τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος και να κατανοήσουν σε βάθος τις διαφορετικές πρακτικές μεταξύ μαζικού τουρισμού και εναλλακτικών τουριστικών μοντέλων (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λ.π.). Μερικά από τα γενικά θέματα μιας τέτοιας εκπαιδευσης/επιμόρφωσης μπορούν να είναι:

- Έννοια, αρχές, και πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Είδη και χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης.

- Ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.
- Ζητήματα προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Είδη προς εξαφάνιση (του ζωικού και φυτικού βασιλείου) και σχετική νομοθεσία.
- Ζητήματα διεθνούς περιβαλλοντικής νομοθεσίας.
- Πιστοποιητικά περιβαλλοντικής ποιότητας (π.χ. μπλε σημαίες) και κριτήρια απόκτησής τους.

Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης βιώσιμων κοινωνιών και κατ'επέκταση βιώσιμου τουρισμού. Σε μια τέτοια εκπαιδευτική διαδικασία μπορούν να συνεισφέρουν όλοι οι τυπικοί και άτυποι εκπαιδευτικοί φορείς (εκπαιδευτικά ιδρύματα, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, οργανώσεις πολιτών, μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενώσεις καταναλωτών κ.λ.π.) που διαθέτει μια κοινωνία με κάθε τυπικό και άτυπο εκπαιδευτικό μέσο (περιβαλλοντική εκπαίδευση, εκπαίδευση καταναλωτών, αγωγή υγείας, διαφήμιση,

ενημερωτικές εκστρατείες, δημόσιες συζητήσεις κ.λ.π). Στόχος τέτοιου είδους γενικού ενδιαφέροντος εκπαίδευτικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων πρέπει να είναι η ενημέρωση / ευαισθητοποίηση των πολιτών με σκοπό την προβολή και την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών και πρακτικών που προάγουν την βιωσιμότητα.

Τέλος, εκτός από τους εργαζόμενους στον τουρισμό και τους πολίτες των τουριστικών περιοχών είναι χρήσιμο να ενημερώνονται και να ευαισθητοποιούνται οι επισκέπτες τους. Πληροφορίες σχετικές με το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τις τοπικές συνήθειες και τις ανάγκες του κάθε τουριστικού προορισμού, θα τους βοηθήσουν να ενταχθούν ομαλότερα στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον που πρόκειται να επισκεφθούν. Τέτοια ενημέρωση επιτυγχάνεται με την προμήθεια σχετικών πληροφοριών στους τόπους μόνιμης διαμονής των τουριστών, με συμφωνίες μεταξύ των τουριστικών προορισμών και των τουριστικών πρακτόρων, με φυλλάδια πληροφοριών σε περιοχές διακίνησης επιβατών (αεροδρόμια, λιμάνια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων) και σε τουριστικά καταλύματα



(ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάμπινγκ, κ.λ.π.).

**Ποιότητα:** Η διατήρηση του κύρους του τουριστικού προϋόντος κάθε περιοχής γίνεται όλο και δυσκολότερη στα πλαίσια του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μονίμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητά της.

Η έννοια ποιοτικός τουρισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την έννοια πολυτελής- ακριβός τουρισμός. Αναφέρεται στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία προστατεύει τις τουριστικές πηγές, προσελκύει τουρίστες που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και προσφέρει τουριστικά αξιόθεατα, ανέσεις και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά.

Τουριστικές περιοχές που επιθυμούν την μακροχρόνια σταθερή ζήτηση του

π ρ ο ὶ ὄ ν τ ο ς τ ο υ ς:

- Λ α μ β ἄ ν ο υ ν σ ο β α ρ ἄ υ π ὄ φ η τ η ν π ο ι ὄ τ η τ α π ο υ π ρ ο σ φ ἔ ρ ο υ ν .

- Δ ι ε ξ ἄ γ ο υ ν ἔ ρ ε υ ν ε ς γ ι α τ η ν :

α) κ α λ ὄ τ ε ρ η ε π ἰ λ υ σ η τ ω ν π ρ ο β λ η μ ἄ τ ω ν τ ο υ ς,

β) δ η μ ι ο υ ρ γ ἰ α ν ἑ ὄ ν τ ω ν τ ο υ ρ ι σ τ ι κ ῶ ν π ρ ο ὶ ὄ ν τ ω ν,

γ) α σ φ α λ ἦ κ α ι α π ο τ ε λ ε σ μ α τ ι κ ὄ τ ε ρ η ε κ μ ε τ ἄ λ λ ε υ σ η τ ω ν τ ο υ ρ ι σ τ ι κ ῶ ν π η γ ῶ ν τ ο υ ς.

3) Π ρ ο ω θ ο ὦ ν ε ν α λ λ α κ τ ι κ ἑ ς μ ο ρ φ ἑ ς τ ο υ ρ ι σ μ ο ὦ σ υ μ β α τ ἑ ς μ ε τ ι ς α ρ χ ἑ ς τ η ς β ι ὡ σ ι μ η ς α ν ἄ π τ υ ξ η ς.

4) Ε π ι φ ἑ ρ ο υ ν τ ο υ ρ ι σ τ ι κ ἑ ς κ α ι ν ο τ ο μ ἰ ε ς.

5) Χ ρ η σ ι μ ο π ο ι ο ὦ ν ν ἑ ε ς τ ε χ ν ο λ ο γ ἰ ε ς φ ι λ ι κ ἑ ς π ρ ο ς τ ο π ε ρ ι β ἄ λ λ ο ν.

- Π α ρ α κ ο λ ο υ θ ο ὦ ν τ α κ τ ι κ ἄ τ η δ ι α μ ὄ ρ φ ω σ η τ ω ν δ ι ε θ ν ῶ ν κ ρ ι τ η ρ ἰ ὶ ω ν π ο ι ὄ τ η τ α ς ἔ τ σ ι ὡ σ τ ε ν α ε ν η μ ε ρ ῶ ν ο ν τ α ι γ ι α τ ο τ ι σ υ μ β α ἰ ν ε ι σ τ ο ν κ ὄ σ μ ο .

- Λ α μ β ἄ ν ο υ ν ἑ γ κ α ι ρ α α π α ρ ἰ τ η τ α δ ι ο ρ θ ω τ ι κ ἄ μ ἑ τ ρ α, α ν χ ρ ε ι ἄ ζ ο ν τ α ι .

- Ε ν η μ ε ρ ῶ ν ο ν τ α ι κ α ι δ ι δ ἄ σ κ ο ν τ α ι ἀ π ὸ

επιτυχημένες                      πρακτικές                      που  
υιοθετήθηκαν σε άλλους τουριστικούς  
προορισμούς.

Πέρα όμως από τις προϋποθέσεις που  
πρέπει να ακολουθήσει μια κοινωνία για  
την επιτυχή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη  
δεν θα πρέπει να παραβλέπει ότι  
ανεξάρτητα από το είδος τουριστικού  
μοντέλου που θα υιοθετήσει η τουριστική  
διαδικασία είναι ασταθής και ευάλωτη  
ιδιαιτέρως σε περιόδους φυσικών  
θεομηνιών, οικονομικής ύφεσης, και  
κοινωνικής ανασφάλειας. Γι' αυτό το λόγο  
περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον πρέπει  
να αντιμετωπίζουν με μεγάλο σκεπτικισμό  
την οικονομική υπερεξάρτησή τους από τις  
δραστηριότητες του τουρισμού. Η ισόρροπη  
ανάπτυξη των τουριστικών και των άλλων  
οικονομικών δραστηριοτήτων μιας  
κοινωνίας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία,  
παραδοσιακές τέχνες, τοπικές βιοτεχνίες,  
προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών κ.λ.π.)  
είναι ένας από τους σημαντικότερους  
παράγοντες που θεμελιώνουν την  
γενικότερη κοινωνική, οικονομική και  
περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη  
μακροχρόνια ευημερία μιας περιοχής.

Ανακεφαλαιώνοντας τα όσα έχουν λεχθεί  
μέχρι τώρα καταλήγουμε ότι η πάροδος του

χρόνου αποκαλύπτει με γοργούς ρυθμούς τα  
αδιέξοδα που δημιουργεί το μοντέλο του  
μαζικού τουρισμού πιέζοντας συνάκτολου θα  
για αλλαγή της τουριστικής φιλοσοφίας και  
δράσης. Οι επιλογές προς τη βιώσιμη  
τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτουν  
σύμπραξη και συμμετοχή ατόμων και ομάδων  
ανεξαρτήτως ρόλων (δημόσιο, ιδιώτες,  
πολίτες, επαγγελματίες, τουρίστες) και  
βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων  
τουριστικών υπηρεσιών και της σχετικής  
υποδομής. Τέλος η παιδεία / εκπαίδευση  
καλείται να σταθεί αρωγός όχι μόνον στην  
απόκτηση επαγγελματικών δεξιοτήτων  
αλλά και στην δημιουργία αξιών,  
συνειδήσεων και πρακτικών όλων των  
παραπάνω παραγόντων με στόχο την ομαλή  
ανάπτυξη πορεία και βιωσιμότητα των  
τουριστικών περιοχών. (www.oikologos.gr)

## 5. Γενικά στοιχεία για τον Συνεδριακό Τουρισμό

Ο επιχειρηματικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο ισχυρούς τομείς της τουριστικής αγοράς παγκοσμίως. Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ποσοστό που ξεπερνάει το 5% ετησίως και η Ελλάδα είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί αποτελεσματικά αυτή την τάση. Σήμερα, η Ελλάδα βρίσκεται στο επίκεντρο των συνεδριακών αγορών και αναμένει να επιτύχει το 2.5% της παγκόσμιας αγοράς, σημειώνοντας άνοδο από το τρέχον 0.8%.

Ο Διεθνής Σύνδεσμος Συνεδρίων κατατάσσει την Ελλάδα στην 15η θέση ως έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για συνεδριακό τουρισμό (2008), 10 θέσεις υψηλότερα από το 2007, όταν οι ελληνικοί συνεδριακοί χώροι φιλοξένησαν πάνω από 155.000 συνέδρους ενώ τα έσοδα της αγοράς ξεπέρασαν τα 450 εκατομμύρια Ευρώ.

Η Ελλάδα αποτελεί ιδανικό προορισμό για συνέδρια και επιχειρηματικές συναντήσεις. Συνδυάζοντας εξαιρετικές συνεδριακές εγκαταστάσεις με μοναδικά μούσεία, αρχαιολογικούς χώρους, αγορές και νυχτερινή ζωή, η Ελλάδα προσφέρει περισσότερα από 50 ανεξάρτητα συνεδριακά κέντρα και περίπου 300 ξενοδοχεία με

πλήρεις συνεδριακές εγκαταστάσεις.

Η μεγάλη αύξηση στον συγκεκριμένο τομέα παρέχει σημαντικές ευκαιρίες για τη δημιουργία συνεδριακών χώρων μεγάλης κλίμακας, καθώς και για μικρότερους χώρους εξειδικευμένων αγορών (niche market). Σήμερα ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί σχεδόν το 20% του ΑΕΠ, ενώ παράλληλα η άρτια τουριστική υποδομή φροντίζει για τις ανάγκες άνω των 17 εκατομμυρίων επισκεπτών.

### **Μαγευτικοί Προορισμοί**

Η Ελλάδα αποτελεί ιδανικό προορισμό για την αγορά συνεδριακού τουρισμού, καθώς οι ήδη υπάρχουσες υποδομές συμπληρώνουν και υποστηρίζουν τη συνεδριακή αγορά. Έτσι, η ελληνική αγορά έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει ακόμα περισσότερους επισκέπτες, και μάλιστα σε περιόδους εκτός αιχμής ή χαμηλής τουριστικής ζήτησης. Επιπλέον, πολλά σημεία της Ελλάδας θα επωφελούνταν από την κατασκευή και λειτουργία χώρων αποκλειστικά για συνεδριακή χρήση.

Το έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό της Ελλάδας στον τομέα του τουρισμού παρέχει επαγγελματικές και οικονομικά συμφέρουσες υπηρεσίες στους διοργανωτές

των συνεδρίων. Επιπλέον πλεονέκτημα θεωρείται βεβαίως και η αναπτυσσόμενη αγορά αγορά. Οι επαγγελματικές κοινότητες της Ελλάδας διεξάγουν εκατοντάδες συνεδρία κάθε χρόνο και η ζήτηση για χώρους υψηλής ποιότητας συνεχώς αυξάνεται.

Οι θαυμάσιες τοποθεσίες της Ελλάδας, που ποικίλλουν από τα μεγάλα αστικά κέντρα μέχρι παραθαλάσσιες περιοχές και ορεινές αποδράσεις, παρέχουν στους συνεδρους και τις οικογένειές τους αμέτρητες πολιτισμικές εκδηλώσεις και φυλαγωγικές δραστηριότητες. Φυσικά, το μεσογειακό κλίμα της χώρας προσφέρεται για εκδηλώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, με άριστη δυνατότητα πρόσβασης σε ελκυστικές τοποθεσίες μέσω αέρος, θάλασσας και ξηράς.

### **Ενδοχώρα, Νησιά, Βουνά**

Τόσο ανεξάρτητα συνεδριακά κέντρα όσο και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις προσφέρουν ποικίλες επιλογές. Τα πιο σημαντικά κέντρα προσέλκυσης συνεδρίων είναι η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και η Χαλκιδική ενώ ακολουθούν Ρόδος, Κέρκυρα, Κρήτη, Σαντορίνη, Μύκονος, Σκιάθος και Κως. Πάντως, εκτίμηση όλων αποτελεί ότι η Ελλάδα

έχει τη δυνατότητα να επωφεληθεί από ακόμη περισοτέρους περιφερειακούς προορισμούς.

Το χαμηλό ποσοστό εγκληματικότητας, η φημισμένη φιλοξενία της και οι θαυμάσιοι φυσικοί πόροι της Ελλάδας την καθιστούν ιδανικό προορισμό για κάθε είδους επιχειρηματικές συναντήσεις.

Πολλές ελκυστικές περιοχές είναι κατάλληλες για περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ο οποίος αποτελεί μια ιδιαίτερα προσοδοφόρα πτυχή του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος. Ο επιχειρηματικός τουρισμός περιλαμβάνει υψηλές δαπάνες συνέδρων, με πολλαπλά οφέλη και σε πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας. Ο τομέας καλύπτει τη διαμονή σε ξενοδοχείο και τις υπηρεσίες του συνεδρίου, καθώς και τις μεταφορές εντός και εκτός της χώρας, την κατανάλωση τροφίμων και ποτών, ψυχαγωγικές δραστηριότητες, τις αγορές δώρων και λοιπές σχετικές υπηρεσίες.

Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα κατατάσσεται στις υψηλές θέσεις των συνεδριακών προορισμών παγκοσμίως, υπάρχει άμεση ανάγκη για χώρους μεγάλης χωρητικότητας και υψηλού επιπέδου, οι



οποίοι να επωφελούνται από τα  
συμπληρωματικά χαρακτηριστικά της  
τουριστικής αγοράς.

Συνεδρία σε μοναδικές τοποθεσίες, όπως  
η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου,  
ανταποκρίνονται στην τάση της  
διοργάνωσης εκδηλώσεων σε τόπους που  
διαθέτουν ποικίλα πλεονεκτήματα:  
θαυμάσιες εγκαταστάσεις, έξι οχες  
τοποθεσίες και πολλές φυχαγωγικές  
δραστηριότητες.

### **5.1 Πλεονεκτήματα επενδύσεων σε Συνεδριακά Κέντρα**

- Τομέας προτεραιότητας της Ελληνικής  
κυβέρνησης
- Ιδανική ευκαιρία κατάκτησης σημαντικού  
ποσοστού της αγοράς
- Αναπτυσσόμενη τουριστική υποδομή
- Εντονη ζήτηση για εγχώριες συναντήσεις  
και συνέδρια
- Εκπαιδευμένο και έμπειρο ανθρώπινο  
δυναμικό
- Θαυμάσιοι προορισμοί,  
πρωτοεμφανιζόμενοι στην αγορά

Η ελληνική κυβέρνηση έχει καθορίσει  
την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής ως

σ τ ό χ ο π ρ ο τ ε ρ α ι ό τ η τ α ς κ α ι ε ν θ α ρ ρ ύ ν ε ι τ η ν  
κ α τ α σ κ ε υ ή ν έ ω ν σ υ ν ε δ ρ ι α κ ώ ν κ έ ν τ ρ ω ν ,  
α ν ε ξ ά ρ τ η τ ω ν ή σ ε μ ε γ ά λ α ξ ε ν ο δ ο χ ε ί α , σ ε  
π ρ ο ν ο μ ι ο ύ χ ε ς π ε ρ ι ο χ έ ς .

Η α ν ά π τ υ ξ η τ ο υ σ υ ν ε δ ρ ι α κ ο ύ  
τ ο υ ρ ι σ μ ο ύ σ τ ο ν κ ό σ μ ο κ α τ ά τ α έ τ η 2006 & 2007

## 6. Ταυτότητα - Τύποι Συνεδρίων

Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν κάποιον όφελος, μικρό ή μεγάλο, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο και δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα συνέδριο, συνήθως δαπανηρό, χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Συνεπώς πρωταρχικός σκοπός κάθε συνεδρίου είναι η εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους. Ακόμη και όταν οι φορείς που πραγματοποιούν τα συνέδρια είναι κρατικοί φορείς ή φορείς κοινωνικών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων. Στη περίπτωση αυτή το κέρδος μπορεί να μην είναι μέγιστο, μπορεί να μην προσδιορίζεται και αποτιμᾶται εύκολα και πάντοτε υπάρχει. Ίσως να είναι κοινωνικό ή άυλο (φήμη, image, παρουσία) ή να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία (δημοσιότητα, δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων κ.λ.π.) αλλά πάντοτε επιδιώκεται.

Για να πραγματοποιηθεί ο πρωταρχικός σκοπός ενός συνεδρίου πρέπει πρώτα να επιτευχθούν οι «κατ'επίφασιν» σκοποί του που είναι αυτοί που αναγράφονται στη

πρόσκληση που στέλνεται στους συνέδρους για να δηλώσουν συμμετοχή στο συνέδριο, η οποία και προσδιορίζει την προγραμματοποίηση του συνεδρίου χρονικά και τοπικά καθώς και το αντικείμενο του συνεδρίου.

Σαν αντικείμενο του συνεδρίου ονομάζονται τα θέματα ή οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα ζητηθούν ή θα λάβουν χώρα στο συνέδριο. Τα θέματα ή οι εκδηλώσεις αυτές επιλέγονται αποκλειστικά από τους φορείς (και όχι από τους συνέδρους) και αντιπροσωπεύουν τους μερικότερους σκοπούς του συνεδρίου, η επίτευξη των οποίων οδηγεί στην επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού. Σύμφωνα με τον Shone (1998), τα συνέδρια έχουν σαν κύριο σκοπό την ενημέρωση, την επικοινωνία και την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών. Οι βασικοί τύποι συνεδρίων είναι οι ακόλουθοι:

#### ◆ Επιστημονικά συνέδρια

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανώνονται από επιστημονικές ενώσεις ή εταιρίες, στα οποία συνδυάζεται η εκπαίδευση, η ενημέρωση και η επιμόρφωση με τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία.

#### ◆ Εμπορικά-επαγγελματικά συνέδρια

Οργανώνονται από εμπορικές και επαγγελματικές ενώσεις και φορείς και απευθύνονται σε ποικιλία πιθανών συμμετεχόντων. Κύρια επιδίωξη των διοργανωτών είναι η αύξηση της παραγωγικότητας και των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς, η ανάλυση των νέων τάσεων, η πολυπλευρική ενημέρωση των συμμετεχόντων καθώς και η παρουσίαση νέων προϊόντων και υπηρεσιών των εταιριών που συμμετέχουν.

◆ Πολιτικά-κομματικά και κοινωνικά συνέδρια

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανώνονται από πολιτικά κόμματα και ενώσεις, κομματικούς φορείς (π.χ. νεολαίες) και κοινωνικές ενώσεις με σκοπό τον απολογισμό του έργου τους και τη διαμόρφωση στρατηγικής, καθώς και συζήτηση πάνω σε θέματα λειτουργίας, οργάνωσης και ιδεολογίας.

◆ Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών

Πρόκειται για συνέδρια διεθνών οργανώσεων ή οργανισμών (π.χ. Π.Ο.Τ., Δ.Ο.Ε.), τα οποία πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Οι εκπρόσωποι των κρατών μελών των συγκεκριμένων

οργανισμών, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, αξιολογούν την πορεία τους, χαράσσουν πολιτικές και γενικότερα συντελούν στην εξέλιξη και ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας.

#### ◆ Συσκέψεις

Αφορά συγκεντρώσεις υψηλόβαθμων στελεχών, ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης. Κύριος σκοπός των συγκεντρώσεων είναι η ανταλλαγή απόψεων, η ενημέρωση των συνέδρων και η λήψη σημαντικών αποφάσεων για την επιχείρηση.

#### ◆ Σεμινάρια

Πρόκειται για εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις (training courses), που αφορούν τόσο τον επιστημονικό όσο και τον επαγγελματικό κλάδο. Οι συμμετέχοντες συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένο τόπο, χώρο και χρόνο, με σκοπό τη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευσή τους.

#### Φορείς Συνεδρίων

Φορείς συνεδρίων ονομάζονται τα φυσικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου που

έχουν την εξουσία να αποφασίζουν την  
πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, να δίνουν  
τις σχετικές εντολές και να αναλαμβάνουν  
τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών.  
Οι φορείς των συνεδρίων διακρίνονται βάση  
ορισμένων κριτηρίων όπως η νομική τους  
προσωπικότητα, η ύπαρξη  
επιχειρηματικότητας, το είδος της  
δραστηριότητάς τους και τον Εθνικό ή  
Διεθνή χαρακτήρα τους. Μια απλή διάκριση  
είναι αυτή που τους διακρίνει σε Δημόσιους  
Φορείς, σε Ιδιωτικούς Φορείς και σε φορείς  
που ανήκουν σε Υπερεθνικούς ή Παγκόσμιους  
Οργανισμούς.

#### **Δημόσιοι Φορείς Συνεδρίων**

Είναι οι φορείς που ανήκουν στο  
Δημόσιο Τομέα. Στη χώρα μας τέτοιοι φορείς  
είναι:

α) Το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του  
ΕΟΤ που έχει καταστατική αποστολή να  
μεριμνά για την οργάνωση των Συνεδρίων  
και των Εκθέσεων που αφορούν τον  
Ελληνικό Τουρισμό και την προβολή του.

β) Το τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου  
Πολιτισμού που υπάγεται στη Διεύθυνση  
Πολιτιστικής Κίνησης και έχει  
καταστατική αποστολή να οργανώσει και  
να εποπτεύει διεθνή, πανελλήνια,

περιφερειακά και τοπικά Συνέδρια, που έχουν σαν αντικείμενο την προβολή της Εθνικής πολιτιστικής κίνησης και να συμμετέχει σε συνέδρια που γίνονται στο εξωτερικό, ή και να διευκολύνει άλλους φορείς Συνεδρίων, που έχουν συναφές αντικείμενο.

γ) Το γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, που έχει καταστατική αποστολή να σχεδιάζει, να μελετά και να οργανώνει συνέδρια, ημερίδες, συναντήσεις και λοιπές συνεδριακές εκδηλώσεις με σκοπό την προώθηση των επιστημών, της έρευνας και της τεχνολογίας.

δ) Λοιποί Δημόσιοι φορείς που όχι καταστατικά αλλά περιπτωσιακά (όχι εξ αποστολής αλλά εξ' ανάγκης ειδικών περιπτώσεων), αποφασίζουν να οργανώσουν διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις για τη λήψη αποφάσεων για σημαντικά θέματα.

ε) Ημι-κρατικός φορέας Συνεδρίων είναι η Διεθνής Εκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και συνέδρια, Διεθνή και Εθνικά και διαθέτει Συνεδριακό Κέντρο.

στ) Συλλογικοί φορείς Συνεδρίων είναι



το Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης (TCVB), το Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Αθηνών (ACVB), ο Σύλλογος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ). Η συμβολή των παραπάνω φορέων στη πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων ποικίλλει. Άλλοτε περιορίζεται μόνο στη λήψη της απόφασης πραγματοποίησης, άλλοτε αναλαμβάνουν και την οργάνωση των Συνεδρίων, άλλοτε χρηματοδοτούν μερικώς ή ολικώς τα συνέδρια.

#### Ιδιωτικοί Φορείς Συνεδρίων

Ιδιωτικοί φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση συνεδρίων δίνουν τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους, είναι οι Διοικήσεις των οργανωμένων ιδιωτικών συνόλων, όπως των Επιχειρήσεων, των Επαγγελματιών συλλόγων, των Επιστημονικών ενώσεων, των Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, των πολιτικών κομμάτων, των συνδικαλιστικών ενώσεων κ.λ.π., επιχειρησιακού ή μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

Πρέπει να τονιστεί ότι η πλειονότητα των Συνεδρίων που γίνονται σε όλες τις χώρες είναι συνέδρια που αποφασίζονται από ιδιωτικούς φορείς. Οι ιδιωτικοί φορείς

ήταν οι πρώτοι φορείς που συνέδεσαν τα Συνεδρία με τον Τουρισμό, οι πρωτοπόροι δηλαδή του Συνεδριακού Τουρισμού.

#### Οργανωτές Συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μια από τις παρακάτω κατηγορίες:

◆ Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις συναφούς χαρακτήρα. Είναι γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή. Στην επιτροπή αυτή μπορεί να συμμετέχουν (συνήθως τιμητικά) και κάποιοι από τους ιθύνοντες.

◆ Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων, είτε γενικού χαρακτήρα, είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων. Αρκετά τέτοιου είδους γραφεία έχουν κάνει τα τελευταία χρόνια αισθητή την παρουσία τους στο χώρο.

◆ Ταξιδιωτικά γραφεία. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο «συνεδριακό τουριστικό πακέτο», έχουν προσλάβει ειδικευμένο προσωπικό στην

οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το «συνεδριακό τουριστικό πακέτο» αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν. Θα πρέπει επίσης να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια, λειτούργουν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη-φορέα του συνεδρίου. Οι οργανωτές συνεδρίων επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες όσο και οι σύμβουλοι διότι ενδιαφέρονται και για τη δική τους προβολή. Οι επαγγελματίες οργανωτές, πρόσθετα ενδιαφέρονται για το κέρδος τους αλλά και για την καλή τους φήμη, που θα τους επιτρέψει όχι μόνο να διατηρήσουν τον πελάτη-φορέα και στο μέλλον, αλλά στο να αποκτήσουν και νέους.

Προγραμματισμός και Οργάνωση  
Συνεδρίων

Στο πλαίσιο προγραμματισμού, οργάνωσης και διεξαγωγής ενός συνεδρίου, μπορούν να

διακριθούν τρεις διαδοχικές φάσεις:

α) η φάση προετοιμασίας και προγραμματισμού του συνεδρίου

β) η φάση διεξαγωγής του συνεδρίου και

γ) η φάση μετά τη λήξη του.

## 7. Οικονομικά στοιχεία για τον Συνεδριακό Τουρισμό στην Ελλάδα

Όταν μιλάμε για Συνεδριακό Τουρισμό εννοούμε τον τουρισμό ο οποίος σχετίζεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κλπ. Είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας (από δυο μέχρι τέσσερις ημέρες). Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, αιθουσών συνεδρίων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας, ιατρείας, γραφεία εξυπηρέτησης συνέδρων κλπ. Επίσης, η γεωγραφική θέση, η πολιτιστική κληρονομιά μιας περιοχής, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. (Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού)

Ο συνεδριακός τουρισμός απευθύνεται σε ομάδες επιστημόνων και επιχειρηματιών που επιζητούν τον εμπλουτισμό των γνώσεών και εμπειριών τους. Εκ παραλλήλου ενδιαφέρονται για

μια γνωριμία με τον πολιτισμό και την φύση του τόπου διεξαγωγής

Όπως ήδη αναφέραμε οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι δύο:

α) Έχουμε διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών, κ.ά.) που αποτελούν το μεγαλύτερο τμήμα της συνολικής κίνησης και

β) Οι μεγάλες επιχειρήσεις που αν και καλύπτουν μικρότερο μέρος της κίνησης σε αριθμούς, αφορούν αξιόλογο τμήμα του οικονομικού αντικειμένου, εξαιτίας υψηλότερης κατά κεφαλήν δαπάνης.

Η συμμετοχή στα συνέδρια δημιουργεί πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών. Συχνά π.χ. επιμηκύνει την διαμονή του συνεδρίου. Επιπλέον, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνεδρίου (μέλη οικογένειας κλπ.), για σκοπούς γενικού τουρισμού, φέρει ως αποτέλεσμα για κάθε διανυκτέρευση συνεδρίου κατά τη διάρκεια του συνεδρίου να προκαλείται μέχρι και μια ακόμη διανυκτέρευση. Από τα (ελλειπή) στοιχεία που διαθέτουμε προκύπτει ότι:

1. ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3-4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος.

2. Κάθε τουρίστας-σύνεδρος δαπανά 5-7 φορές περισσότερο χρήματα από έναν κοινό τουρίστα

Συνδεικτικοί κρίκοι μεταξύ του διοργανωτή και του συνεδριακού χώρου είναι οι επιχειρήσεις PCO (Professional Congress Organisers) ή DMC (Destination Management Companies). Στους DMC συγκαταλέγονται τα ξεδιωτικοί πράκτορες που ειδικεύονται στη διοργάνωση εκδηλώσεων (συνέδρια, εκθέσεις, εκδηλώσεις, συνεντεύξεις τύπου, επίσημο γεύμα κ.λ.π.) Όσον αφορά στην τεχνική υποστήριξη συνεδρίων (πώληση ή ενοικίαση μεταφραστικών, οπτικοακουστικών, μικροφωνικών συστημάτων) δραστηριοποιούνται αρκετές εταιρίες της αγοράς. Η Ελλάδα κατατάσσεται στη 19η θέση παγκοσμίως στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. (Κατέχει το 1,9% στη διεθνή αγορά)

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από τον HARCO, μετά τις «καλές χρονιές» (2008 και 2009), το 2010 στην Ελλάδα, είχαμε πτώση 10% (σε σχέση με το 2009) σε αριθμό διοργανώσεων και 15% σε αριθμό συμμετεχόντων. Επιπλέον,

τα τελευταία δύο χρόνια, περιορισμένος κατά 40% - 45% είναι και ο προϋπολογισμός των συνεδρίων που διοργανώνονται. Το 2011 καταγράφηται πτώση πάνω από 20% (σε σχέση με το 2010), ενώ η μείωση του αριθμού των συμμετεχόντων ξεπερνά το 30%.

Ο αριθμός των διοργανώσεων που προγραμματίζονται για το 2012 κατέγραψε μείωση της τάξης του 50% σε σχέση με το 2011. Επιπροσθέτως, το ποσοστό συρρίκνωσης των διεθνών συνεδρίων για το 2012 εκτιμάται σε 35%, σε σχέση με το 2011, ενώ η μείωση τζίρου στα ήδη ανατεθειμένα συνέδρια για το έτος 2012 προβλέπεται να φτάσει το 50%.

Οι ακυρώσεις αποδίδονται στα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα και στις επιδράσεις της οικονομικής καταγίδας που μαστίζει τη χώρα μας. Θα πρέπει να δοθούν εγγυήσεις του ελληνικού Δημοσίου προς τις τράπεζες για περαιτέρω χρηματοδοτήσεις διοργανώσεων μεγάλων συνεδρίων.

Η Τουρκία, η Κροατία και η Ιταλία είναι οι τρεις χώρες, οι οποίες ωφελούνται από την ακύρωση των συνεδρίων στην Ελλάδα, ενώ όσα συνέδρια δεν μπορούν να ακυρωθούν, συρρικνώνονται σε διάρκεια.



## 7.1 Έτσι μοιράζεται η διεθνής συνεδριακή “πίτα”

Πίνακας 1.

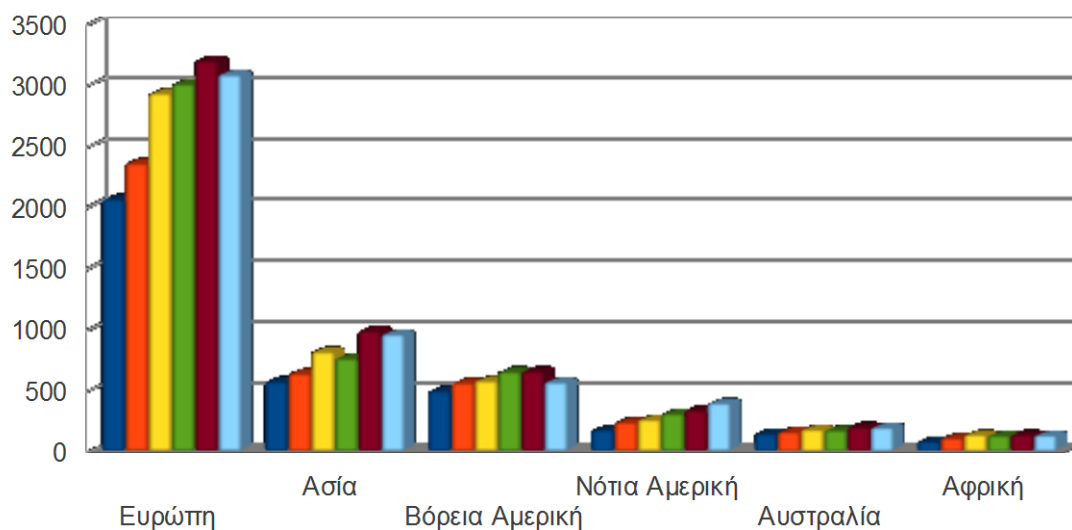
Οι δέκα πιο δημοφιλείς “συνεδριακές χώρες” (2005)		
Κατάταξη	Χώρα	Συνεδρία
1	Αμερική	376
2	Γερμανία	320
3	Ισπανία	275
4	Ηνωμένο Βασίλειο	270
5	Γαλλία	240
6	Ολλανδία	197
7	Ιταλία	196
8	Αυστραλία	164
9	Αυστρία	157
10	Σουηδία	151
11	Βιέννη	129
12	Σιγκαπούρη	125
13	Βαρκελώνη	116
14	Βερολίνο	100
15	Χονγκ Κονγκ	95
16	Παρίσι	91
17	Αμστερνταμ	82
18	Σεούλ	77
19	Βουδαπέστη	77
20	Στοκχόλμη	72

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 22η θέση ανά τον κόσμο στη διοργάνωση παγκόσμιων συνεδρίων.

Πίνακας 2.

Συνολικός αριθμός παγκοσμίων συνεδρίων ανά Ήπειρο						
Ήπειρος	1996	1999	2002	2003	2004	2005
Ευρώπη	2063	2357	2929	3006	3197	3082
Ασία	569	635	813	759	986	956
Βόρεια Αμερική	493	557	575	650	653	564
Νότια Αμερική	172	234	257	304	333	393
Αυστραλία	140	156	174	169	195	192
Αφρική	78	103	133	126	133	128
Σύνολο	3515	4042	4881	5014	5497	5315

Συνολικός αριθμός παγκοσμίων συνεδρίων ανά Ήπειρο



Πίνακας 3.

Συνολικός αριθμός προγραμματιζόμενων μέχρι το 2017 παγκοσμίων συνεδρίων

Θέση	Χώρα	Αριθμός Συνεδριών	Ποσοστό%
1	Η.Π.Α.	462	8,7%
2	Γερμανία	260	4,9%
3	Μ.Βρετανία	248	4,7%
4	Ιταλία	228	4,3%
5	Αυστραλία	225	4,2%
10	Κίνα	184	3,5%
11	Αυστρία	154	2,9%
15	Ελλάδα	113	2,1%
16	Ελβετία	108	2,0%
17	Ν.Αφρική	105	2,0%
20	Τουρκία	98	1,8%

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση παγκόσμια ενώ αξιολογήθηκε ως η 15η σημαντικότερη χώρα όπως η Κίνα και η Νότια Αφρική.

## **7.2 Ανταγωνιστικότητα και Αξιολόγηση Κριτηρίων Επιλογής του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος**

Αξιολογήθηκαν κάποια γενικά κριτήρια επιλογής ενός συνεδριακού προορισμού και ξεχώρισαν:

Η αεροπορική πρόσβαση

Η ασφάλεια του προορισμού

Το value for money

Το image / φήμη και

Η ύπαρξη αξιόπιστου local PCO

Ζητήθηκε να αξιολογηθούν τα  
κριτήρια επιλογής της Ελλάδος ως  
συνεδριακός προορισμός [όχι και ξεχώρισαν]:

- Ο πολιτισμός και ιστορία
- Η ασφάλεια
- Το κλίμα
- Το image / reputation (πηγή: περιοδικό Χρήμα & Τουρισμός)

## 8. Ο Συνεδριακός Τουρισμός υστερεί στην Ελλάδα

Η απουσία ενός μεγάλου και σύγχρονου συνεδριακού κέντρου και όχι μόνο, έχει «στιγματίσει» τον ελληνικό τουρισμό κατατάσσοντας τη χώρα μας στην 19η θέση στον παγκόσμιο χάρτη οργάνωσης συνεδρίων με συμμετοχή 1,9% στη διεθνή αγορά, την ίδια στιγμή κατά την οποία η Βιέννη κατέχει μερίδιο πάνω από 2,5%.

Οι φορείς που εμπλέκονται άμεσα στην οργάνωση συνεδρίων στη χώρα μας, όπως είναι ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων & Συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ), αλλά και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Διοργανωτών Συνεδρίων (HAPCO), αλλά και έμμεσα όπως είναι ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), υποστηρίζουν ότι ένα από τα βασικά και «φλέγοντα» ζητήματα του ελληνικού τουρισμού είναι η έλλειψη του συνεδριακού μητροπολιτικού κέντρου, το οποίο σε συνδυασμό με την έλλειψη στοχευμένης προβολής και στασιμότητα της τουριστικής και κατ'επέκταση συνεδριακής εκπαίδευσης, «τοποθετούν» τη χώρα μας στην ίδια κατηγορία με την Αργεντινή (Μπουένος Αϊρες), Βραζιλία (Σάο Πάολο) και Τόκιο.

## 8.1 Αξιολογή δραστηριότητα

Οι ιδιώτες οργανωτές τόσο των εκθέσεων, όσο και των συνεδρίων έχουν δημιουργήσει μια αξιόλογη δραστηριότητα, με αποτέλεσμα να έχουν προαχθεί οργανωτικά και οι εκθέσεις και τα συνέδρια στη χώρα μας.

Τα κοινά προβλήματα είναι πρωτίστως η έλλειψη του μητροπολιτικού συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου της Αθήνας, για το οποίο επί δεκαετίες αγωνιζόμαστε και οι δύο φορείς, τόσο ο ΣΕΟΕΣ όσο και ο HAPCO.

Ως προς τις εκθέσεις μεν δεν δημιουργήθηκε το μητροπολιτικό κέντρο που στοχεύαμε, αλλά τουλάχιστον από φέτος λειτουργεί ένας αξιόλογος, σύγχρονος εκθεσιακός χώρος το Metropolitan Expo στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, που ασφαλώς θα βοηθήσει στην εξέλιξη και στη διεθνοποίηση σημαντικού αριθμού εκθέσεων. Κάτι ανάλογο όμως δεν υπήρξε για τα συνέδρια.

Θα πρέπει να υπενθυμίσω ότι με προσπάθειες αμφοτέρων των φορέων πριν από έξι χρόνια, αποφασίστηκε η μετατροπή του κτηρίου του Tae Kwo Do σε μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο, χωρίς όμως μέχρι τώρα να γίνει το παραμικρό. Πέραν των όσων ανέφερα

για τις υποδομές, υπάρχουν και άλλα θέματα που εκκρεμούν».

## **8.2 Σημαντικός προορισμός**

Η Ελλάδα συνολικά σαν τουριστικός προορισμός βρίσκεται τα τελευταία χρόνια ανάμεσα στους 15 σημαντικότερους στον κόσμο, δυστυχώς όμως, δεν επιτυγχάνει αντίστοιχη κατάταξη σαν συνεδριακός προορισμός. Αν θέλουμε να δούμε τα μεγέθη αυτής της αγοράς και σύμφωνα με τα στοιχεία της IPK, το μερίδιο της Ελλάδας στην κατηγορία conference / congress / seminar είναι μικρότερο του 0,5% στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας, Ιταλίας, Ολλανδίας, Γαλλίας, Αυστρίας και Ελβετίας και μόνο στην αγορά της Σουηδίας, φτάνουμε το 2%.

Επίσης, σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA (International Congress & Convention Association) εκτιμάται ότι η Ελλάδα κατέχει περίπου το 1,9% της παγκόσμιας αγοράς, όταν μια πόλη - όχι χώρα - όπως η Βιέννη κατέχει μερίδιο πάνω από 2,5%.

Το ερώτημα είναι πώς η χώρα μας θα διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο. Είναι αλήθεια ότι μέσω του τελευταίου αναπτυξιακού νόμου, παρατηρούνται αυξημένες επενδύσεις για τη δημιουργία σύγχρονων κέντρων κυρίως συνεδριακών και πολυλειτουργικών εκθεσιακών.

Όμως, σε επίπεδο αερομεταφορών δεν υπάρχει ουσιαστική πρόοδος, γεγονός που συνιστά ανταγωνιστικό μειονέκτημα, έναντι άλλων συνεδριακών προορισμών.

Επίσης, απουσιάζει ακόμα η οργάνωση του χώρου για την οποία είναι απαραίτητη η συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα. Συνεπώς, το μέλλον του κλάδου στη χώρα μας θα εξαρτηθεί από το βαθμό που θα ενεργοποιηθούμε σε επίπεδο αερομεταφορών και οργάνωσης / προβολής του προϊόντος.

Η όποια διαφημιστική προσπάθεια γίνει για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, χωρίς παράλληλα να έχει εξασφαλισθεί η υποστήριξη από πλευράς αερομεταφορών και product management, ελάχιστα αποτελέσματα θα έχει».

### **8.3 Επιστημονικές του IAPCO**

Η μη θεσμοθέτηση του επαγγελματία διοργανωτή συνεδρίων (PCOs), η έλλειψη μητρώου συνεδρίων, η έλλειψη στοχευμένης προβολής, η στασιμότητα της τουριστικής και κατ' επέκταση συνεδριακής εκπαίδευσης, όπως ακόμα και η έλλειψη ενός μεγάλου και σύγχρονου Συνεδριακού Μητροπολιτικού Κέντρου είναι σύμφωνα με τον πρόεδρο του διοικητικού συμβουλίου



του HAPCO τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός συνεταιρικός τουρισμός.

Όλα τα προαναφερθέντα αποτελούν πάγια προβλήματα του ελληνικού συνεταιρικού τουρισμού και για αυτό το λόγο ο HAPCO με κάθε ευκαιρία τα επισημαίνει στην πολιτεία και επιμένει για την άμεση διευθέτησή τους, ώστε η Ελλάδα να κατακτήσει επιτέλους τη θέση που της αξίζει στην παγκόσμια συνεταιρική αγορά.

Απ' αυτές τις προσπάθειες όμως, το επίσημο κράτος, ενώ τις υπερθεματίζει φραστικά, ουσιαστικά απουσιάζει. Όλες οι προσπάθειες προβολής του συνεταιρικού προϋόντος οφείλονται στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

Απ' αυτήν σχεδιάζονται, χρηματοδοτούνται και σφραγίζονται «Για τη διατήρηση αυτών των διακρίσεων, αλλά κυρίως για την αναρρίχηση της Ελλάδας και των ελληνικών προορισμών στις υψηλότερες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης, οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες δεν αρκούν. Απαιτείται η ουσιαστική συνδρομή της πολιτείας, η οποία με έμπρακτες δράσεις και "πραγματικά" κίνητρα μπορεί να

ενισχύσει την ταυτότητα του ελληνικού  
συνεδριακού προϊόντος.

Η τύχη του περιφέρειου Μητροπολιτικού  
Συνεδριακού Κέντρου στο Φάληρο  
παράμενει εδω και χρόνια στις ελληνικές  
καλένδες. Η λειτουργία του  
Μητροπολιτικού Συνεδριακού Κέντρου σε  
καμία περίπτωση δεν αποτελεί πανάκεια  
για την αναρρίχηση του ελληνικού  
συνεδριακού τουρισμού, δεδομένου ότι  
μέχρι σήμερα τα περισσότερα συνέδρια που  
διοργανώνονται στη χώρα μας είναι μικρής  
και μεσαίας τάξης.

Αναμφισβήτητα όμως, η λειτουργία του  
θα μαγνητίσει περισσότερα και  
μεγαλύτερα συνέδρια στη χώρα μας, γεγονός  
που θα έχει ως αποτέλεσμα μέσα σε ένα  
χρονικό ορίζοντα πενταετίας τη βελτίωση  
της θέσης της Ελλάδας στην παγκόσμια  
κατάταξη της συνεδριακής αγοράς.

#### **8.4 Τα βασικά προβλήματα του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα**

Τα προβλήματα του συνεδριακού  
τουρισμού στη χώρα μας:

- Η δημιουργία ενός κοινού νομοθετικού  
πλαίσιου που να ορίζει τα της λειτουργίας  
αμφοτέρων των δραστηριοτήτων των

εκθέσεων και των συνεδρίων, καθώς και των εκθεσιακών και συνεδριακών χώρων.

- Η θέσπιση του μητρώου των οργανωτών εκθέσεων και συνεδρίων για να εκλείψει αυτή η ανεξέλεγκτη παρουσία και ροσκοπών και αυτόκλητων οργανωτών που εκθέτει τους επαγγελματίες και των δύο δραστηριοτήτων.

- Η ίδρυση του Εθνικού Γραφείου Εκθέσεων και Συνεδρίων με τη συμμετοχή του ΕΟΤ και των εκπροσώπων των δύο φορέων.

- Τέλος, η θέσπιση εθνικής εκθεσιακής και συνεδριακής πολιτικής.

Τα προβλήματα όμως του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα δεν σχετίζονται μόνο με την έλλειψη υποδομών και εξειδικευμένων φορέων. Ουσιαστικό πρόβλημα υπάρχει και με τους Οργανωτές Συνεδρίων (PCOs).

Η έλλειψη ουσιαστικής θεσμοθέτησης και πιστοποίησης του επαγγελματία των PCOs σε όλη την Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένης και της χώρας μας έχει σαν αποτέλεσμα συχνά να

παρατηρείται το φαινόμενο καλά οργανωμένες και καθ' όλα νόμιμες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται μεμονωμένους και συχνά παράτυπους επαγγελματίες και μάλιστα για σημαντικές διοργανώσεις πολλών εκατοντάδων ευρώ. Αυτές οι περιπτώσεις είναι όχι μόνο επικίνδυνες για τους πραγματικούς επαγγελματίες, αφού έχουν να αντιμετωπίσουν ουσιαστικά έναν αθέμιτο ανταγωνισμό, αλλά και για τους πελάτες όσον αφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών που τελικά θα εισπράξουν.

Το εν λόγω πρόβλημα και οι ενδεχόμενες λύσεις του δεν αποσκοπούν απλά στην οικονομική και εμπορική προστασία του επαγγέλματος έχουν να κάνουν με πολύ σημαντικές παραμέτρους, όχι μόνο μικροοικονομίας, αλλά και μακροοικονομίας, λόγω χάρη με την εκπαίδευση. Δεν είναι δυνατόν να χτίσεις και να στηρίξεις ένα ολόκληρο εκπαιδευτικό σύστημα πανευρωπαϊκά, όταν δεν υπάρχει σαφές και θεσμοθετημένο επάγγελμα, άρα και επαγγελματικό κίνητρο και όραμα».

## **8.5 Η εκπαίδευση**

Η εκπαίδευση άλλωστε από μόνη της,

αναφορικά με τον τουρισμό, είναι ένα  
μεγάλο θέμα για την Ελλάδα, καθώς στο  
σημερινό της εκπαιδευτικό σύστημα δεν  
υπάρχει ούτε ένα πανεπιστημιακό τμήμα  
για τουριστικές σπουδές σε προπτυχιακό  
επίπεδο! Πόσο μάλλον για εξειδικευμένες  
τουριστικές σπουδές, που απαιτεί ο χώρος  
των MICE.

Πέρα όμως από τα όποια προβλήματα, η  
Ελλάδα αποδεικνύει μέρα με τη μέρα πως  
διαθέτει σημαντικά συγκριτικά  
πλεονεκτήματα.

## 9. Συγκριτικά Πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

- Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες, μοναδική φυσική ομορφιά, εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, υψηλού επιπέδου φιλοξενία, νυχτερινή διασκέδαση, το αίσθημα ασφάλειας που νοιώθει ο επισκέπτης στην χώρα μας και φυσικά η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.
- Οι σύγχρονες υποδομές και μία σειρά από καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στην Αττική, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Αλεξανδρούπολη και πολλούς άλλους προορισμούς από τη Νησιωτική και Ηπειρωτική Ελλάδα.
- Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από τη χώρα μας, αποτελεί απόδειξη ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να διοργανώσει διεθνείς εκδηλώσεις μεγάλου μεγέθους.
- Η Ελλάδα διαθέτει πλέον κάποια αξιόλογα συνεδριακά κέντρα σε γνωστούς προορισμούς αναψυχής π.χ. Ρόδο, Κρήτη, Κω, Θεσσαλονίκη, Αθήνα,

Χαλκιδική, Αλεξανδρούπολη κτλ.

- Ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άφρογιάνα συνέδριο, αλλά ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την φυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία. Οι Έλληνες PCOs διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πολύχρονη εμπειρία και όταν αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποσπών πάντοτε κολακευτικά σχόλια.

Παράλληλα, αρκετοί είναι σήμερα και οι Έλληνες επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού που, αξιοποιώντας τις δυνατότητες της τεχνολογίας, επενδύουν σε νέες εφαρμογές και διαφοροποιούν το προϊόν τους, προσεγγίζοντας κατ' αυτό τον τρόπο νέες αγορές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental, που υιοθέτησε πρώτο την εφαρμογή MeetingMatrix, ψηφιοποιώντας πέρσι όλους τους συνεδριακούς χώρους του, ενώ σε ένα μήνα προχωρά και στην ψηφιοποίηση των αιθουσών του συνεδριακού κέντρου της Εθνικής Ασφαλιστικής στη Λ. Συγγρού.

Η τεχνολογία, είναι το πιο γρήγορο, το πιο ακριβές και το πιο φτηνό μέσο

διακίνησης συνεδριακών πληροφοριών. Είναι εκείνο που δίνει στον οργανωτή συνεδρίων, να δει στην πρώτη φάση της επαφής του με το ξενοδοχείο ή το συνεδριακό κέντρο, ένα πρώτο βαρόμετρο υφηλοῦ επαγγελματισμού και έτσι κτίζειται μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ οργανωτή και ξενοδόχου ή συνεδριακού κέντρου. Αυτό είναι που μεταφέρει ο οργανωτής στον τελικό πελάτη και αυτό είναι πολύ σημαντικό να γίνει στην πρώτη επαφή. Η τεχνολογία του MeetingMatrix μεταφέρει αυτό το αίσθημα από το 1988 για περισσότερα από 8.000 ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα σε 64 χώρες.

Παρακάτω προτείνουμε μερικά από τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα (εκτός ξενοδοχείων):



<u>HELEXPO A E</u>	Θ Ε Σ Σ Α Λ Ο Ν Ι Κ Η	Ν Ο Μ Ο Σ Θ Ε Σ Σ Α Λ Ο Ν Ι Κ Η Σ
<u>Α Θ Η Ν Α Ϊ Σ</u> <u>Π Ο Λ Υ Χ Ω Ρ Ο Σ</u> <u>Π Ο Λ Ι Τ Ι Σ Μ Ο Υ</u>	Α Θ Η Ν Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>A &amp; D A P I A N</u> <u>Π Α Ρ Ι Δ Η</u>	Α Θ Η Ν Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>ASCENT Ε Π Ε</u>	Α Θ Η Ν Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>A TEXCELI XI A. E. -</u> <u>Ε Κ Π Α Ι Δ Ε Υ Τ Τ Ι Κ Ο</u> <u>&amp; Σ Υ Ν Ε Δ Ρ Ι Α Κ Ο</u> <u>Κ Ε Ν Τ Ρ Ο</u>	Ν. Ε Ρ Τ Θ Ρ Α Ι Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>ATHENS CONVENTION</u> <u>BUREAU - ATEDCO</u>	Α Θ Η Ν Α Κ Ε Ν Τ Ρ Ο	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>ATHENS GOLF CLUB A E</u>	Γ Λ Υ Φ Α Δ Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>BIG APPLE SOUTH</u>	Π. Φ Α Λ Η Ρ Ο	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>CAP SIS</u> <u>Π Ο Λ Ι Τ Ι Σ Τ Ι Κ Ο</u> <u>Ε Κ Θ Ε Σ Ι Α Κ Ο &amp;</u> <u>Σ Υ Ν Ε Δ Ρ Ι Α Κ Ο</u> <u>Κ Ε Ν Τ Ρ Ο</u>	Μ Α Ρ Ο Υ Σ Ι	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>CORONIS CONGRESS</u>	Χ Α Λ Α Ν Δ Ρ Ι	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>EDIKA S.A.</u>	Κ Α Σ Τ Ο Ρ Ι Α	Ν Ο Μ Ο Σ Κ Α Σ Τ Ο Ρ Ι Α Σ
<u>ERASMUS CONFERENCE</u> <u>TOURS &amp; TRAVEL S.A.</u>	Κ Α Ι Σ Α Ρ Ι Α Ν Η	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>ETHNIKI ASFALISTIKI</u> <u>FUNCTION ROOMS</u>	Α Θ Η Ν Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>EUROPA CONFERENCE</u> <u>CENTER (TITANIA HOTEL)</u>	Α Θ Η Ν Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>FORUM CONFERENCE</u> <u>CENTER</u>	Β Ο Λ Ο Σ	Ν Ο Μ Ο Σ Μ Α Γ Ν Η Σ Ι Α Σ
<u>GAZARTE -</u> <u>Π Ο Λ Υ Χ Ω Ρ Ο Σ</u>	Α Θ Η Ν Α Κ Ε Ν Τ Ρ Ο	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>HELLENIC COSMOS</u> <u>MUSEUM</u>	Τ Α Υ Ρ Ο Σ	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ
<u>HOUSE CELLAR</u> <u>(Κ Ε Λ Λ Α Ρ Ι</u>	Α Ν Θ Ο Υ Σ Α	Ν Ο Μ Ο Σ Α Τ Τ Ι Κ Η Σ - Τ Π Ο Λ Ο Ι Π Ο

ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ)

INTERNATIONAL  
CONFERENCE CENTRE

ΘΕΡΜΗ

ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

KOS INTERNATIONAL  
CONVENTION CENTR -  
KICC

ΨΑΛΙΔΙ

ΚΩΣ

L-PCO

ΑΘΗΝΑ

ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

LEMNOS CONGRESS HALL

ΛΗΜΝΟΣ

ΛΗΜΝΟΣ

LEXIS LTD TRANSLATION  
CENTER

ΘΕΣΣΑΛΟ  
ΝΙΚΗ

ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

MEDICAL SCIENCE &  
CONGRESS

Ν.ΨΥΧΙΚΟ

ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

NEGROPONTE RESORT  
ERETRIA CONFERENCE  
CENTER

ΕΡΕΤΡΙΑ

ΝΟΜΟΣ ΕΤΒΟΙΑΣ

## 10. Η αγορά των συνεδρίων σήμερα

Είναι κοινώς παραδεκτό ότι η εταιρική ζήτηση για συνέδρια και επιχειρηματικές συναντήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο έχει παρουσιάσει κάποια μείωση το τελευταίο τρίμηνο του 2011, επηρεαζόμενη από το δυσμενές οικονομικό κλίμα και τη μεγαλύτερη αβεβαιότητα που κυριαρχεί στις διεθνείς αγορές.

Ωστόσο, όπως αναφέρεται και στην πρόσφατη έτησια έρευνα της διεθνούς έκθεσης EIBTM, παρά την πτώση του τελευταίου τριμήνου, το 2011 ήταν γενικά μία χρονιά αύξησης του συνολικού αριθμού συνεδρίων και συναντήσεων με αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης και των τιμών σε επίπεδα κοντά σε εκείνα προ της κρίσης.

Τα δεδομένα για την Ελλάδα αποδεικνύονται δυστυχώς πιο αποθαρρυντικά από τη γενικότερη εικόνα. Υπάρχουν μεγάλες απώλειες στον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό και συγκεκριμένα τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν από τον πρόεδρο ΔΣ του HARCO, κ. Ντίνο Αστρά, δείχνουν ότι η πορεία του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού κυμαίνεται σε αρνητικά επίπεδα, με τα διεθνή συνέδρια να παρουσιάζουν ακόμη μεγαλύτερη μείωση

απ' ό,τι τα εθνικά.

### **10.1 Η ανάγκη ύπαρξης Αυτόνομου Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα**

Είναι γνωστό το ότι μεσογειακές χώρες, όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Τουρκία κ.ά., έχουν επιτύχει να ενισχύσουν σημαντικά τα εθνικά τουριστικά έσοδά τους από συνέδρια/εκδηλώσεις, έχοντας προηγουμένως επενδύσει πολύ μεγαλύτερα κρατικά κονδύλια απ' ό,τι η Ελλάδα στην ανάπτυξη των συνεδριακών υποδομών τους.

Η δημιουργία ενός μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου διασφαλίζει την ανάπτυξη της συνεδριακής δραστηριότητας στη χώρα μας. Ωστόσο, πέρα από τις υποδομές και τα σύγχρονα συνεδριακά κέντρα, για να μπορέσει η συνεδριακή δραστηριότητα να αναπτυχθεί διεθνώς και να επιβληθεί, απαιτείται η χάραξη εθνικής συνεδριακής πολιτικής. Παγκοσμίως αυτή η πολιτική διαμορφώνεται από την ύπαρξη των συνεδριακών γραφείων.

### **10.2 Σημαντική η δραστηριότητα του HAPCO και του ACB**

Πιστεύω ότι έχει βοηθήσει πολύ και συνεχίζει να βοηθά και να στηρίζει τις ανάγκες του συνεδριακού τουρισμού με ποικίλους τρόπους. Είτε σε ό,τι αφορά την

υποβολή προτάσεων ανάπτυξης είτε την προβολή και την ενίσχυση της εικόνας του συνεδριακού προϊόντος στο εξωτερικό, καθώς και με τη χρηματοδότηση σχετικών ερευνών, η λειτουργία και των δύο οργανισμών παραμένει μείζονος σημασίας, ελπίζοντας πως θα βοηθήσει στη χάραξη μίας εθνικής συνεδριακής πολιτικής.

### **10.3 Αγορές με ενδιαφέρον για την Ελλάδα**

Μεγαλύτερη ζήτηση θεωρούμε πως προέρχεται από τις Αραβικές χώρες, τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, όπως η Ουκρανία, η Πολωνία και η Ρωσία, καθώς και από την Ινδία. Ενδιαφερόουσες επίσης αγορές αποτελούν η Κίνα και η Ιαπωνία.

Το μεγαλύτερο μερίδιο ενδιαφέροντος για την οργάνωση συνεδρίων στην Ελλάδα κατέχει, φυσικά, ο ιατροφαρμακευτικός τομέας.

## 11. Οι σημαντικότερες αδυναμίες του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος

Δυστυχώς το image reputation και η ασφάλεια, τα οποία κάποτε συγκέντρωναν τον υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης από έρευνες που αφορούσαν στα κριτήρια επιλογής για την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου στην Ελλάδα, σήμερα αποτελούν τις μεγαλύτερες αδυναμίες του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος.

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

- Η έλλειψη μητρώου συνεδρίων, με αποτέλεσμα την αδυναμία μέλητης της ροής των συνεδρίων και εξαγωγής πολύτιμων συμπερασμάτων.

- Η έλλειψη στοχευμένης προβολής του συνεδριακού προϊόντος στη διεθνή σκακιέρα. Έχουμε αναφερθεί και παλαιότερα στο συγκεκριμένο θέμα τονίζοντας την ανάγκη για συνεργασίας των

κυβερνητικών εκπροσώπων με ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες του τουρισμού, ώστε κάθε φορέας να συμβάλει με τις γνώσεις και την εμπειρία του στη χάραξη των ιδανικών προωθητικών ενεργειών για το συνεδριακό τουρισμό.

· Η μη αναβάθμιση της τουριστικής και συνεδριακής εκπαίδευσης.

· Η αδυναμία διαφοροποίησης του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, η οποία μας καθιστά απλώς αποδέκτη των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

· Η αδυναμία χρήσης αξιόλογων πολιτιστικών και μη χώρων για τη διοργάνωση μίας εκδήλωσης (π.χ., πρόβλημα χορήγησης άδειας κ.λπ.), εν αντιθέσει με άλλες χώρες, οι οποίες εκμεταλλεύονται αποτελεσματικά την ύπαρξη εντυπωσιακών χώρων/μουσείων.

### **11.1 Η Πολιτεία και το συνεδριακό προϊόν**

Από τα πλέον βασικά αίτια της αδυναμίας του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος είναι η έλλειψη θεσμοθέτησης του επαγγέλματος του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού (Professional Congress

Organizers-PCO), με αποτέλεσμα την ύπαρξη επικίνδυνου ερασιτεχνισμού, ο οποίος όχι μόνο διακυβεύει το επιτυχές αποτέλεσμα μιας εκδήλωσης, αλλά απλώνει τα δηλητηριώδη πλοκάμια του ακόμης και στην αξιοπιστία της Ελλάδας ως φιλοξενούσας χώρας.

Τρεις (3) προτάσεις προτεραιότητας:

A) Συνεδριακή εκπαίδευση

B) Δημιουργία Συνεδριακού Μετροπολιτικού Κέντρου

Γ) Ίδρυση Εθνικού Γραφείου Εκθέσεων και Συνεδρίων με τη συμμετοχή του ΕΟΤ

### **11.2 Μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα – Πολύ χαμηλή θέση κατάταξης στην αγορά**

Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται και με την περιήγηση αξιόθεατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, πράγμα που μας ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα.

Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνοδοι



αναζητούν τις επαγγελματικές,  
επισημονικές και πολιτιστικές ρίζες τους.

Επιπροσθέτως, αρκετές τουριστικές  
ανεπτυγμένες περιοχές της χώρας μας  
διαθέτουν αξιόλογες ξενοδοχειακές  
μονάδες με συνεδριακές εγκαταστάσεις  
κατάλληλες για τη διεξαγωγή συνεδριακών  
εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου.

Παρ' όλα αυτά, βρισκόμαστε σε μία  
απελπιστικά χαμηλή θέση στην κατάταξη  
των συνεδριακών προορισμών.  
Προκειμένου να βελτιώσουμε τη θέση μας,  
είναι ανάγκη να εντοπίσουμε τι φταίει.  
Αλλά ακόμη πιο σημαντικό είναι να δούμε  
όλοι μαζί και καθέννας 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.

### **11.3 Η Ελλάδα υστερεί στην προσέλκυση διεθνών συνεδρίων**

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

δυσκολευτούμε να τις εντοπίσουμε. Από τα πλέον βασικά είναι η έλλειψη θεσμοθέτησης του επαγγελματία του Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού (Professional Congress Organizers - PCO), με αποτέλεσμα την ύπαρξη επικίνδυνου ερασιτεχνισμού, ο οποίος όχι μόνο θέτει σε κίνδυνο το επιτυχές αποτέλεσμα μίας εκδήλωσης, αλλά απλώνει τα πλοκάμια του ακόμην και στην αξιοπιστία της Ελλάδας ως φιλοξενούσας χώρας.

Η έλλειψη σχετικής πιστοποίησης των επαγγελματιών οργανωτών συνεδρίων έχει ως αποτέλεσμα το συχνά παρατηρούμενο φαινόμενο, κατά οργανωμένες και καθ' όλα νόμιμες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται συχνά παράτυπους επαγγελματίες και μάλιστα για σημαντικές διοργανώσεις πολλών εκατοντάδων κατομμυρίων ευρώ. Αυτές οι περιπτώσεις είναι επικίνδυνες όχι μόνο για τους πραγματικούς επαγγελματίες, αφού έχουν να αντιμετωπίσουν ουσιαστικά αθέμιτο ανταγωνισμό, αλλά και για τους ίδιους τους πελάτες όσον αφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών που, τελικά, θα εισπράξουν, κάτι που επηρεάζει τη συνολική εικόνα της χώρας μας στον τομέα αυτό. Χωρίς αμφιβολία, όχι μόνο η χώρα μας, αλλά και η Ευρωπαϊκή Ένωση, θέλουν και οφείλουν να προστατέψουν τον

καταναλωτή, αντιμετωπίζοντας άμεσα αυτή την κατάσταση.

Ακόμα, καθώς ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται πλέον διεθνώς ως μία από τις αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού, η ανάδειξη και προβολή του θα πρέπει να κατέχει περίοπτη θέση στο συνολικό σχεδιασμό και την τουριστική στρατηγική. Αντίθετα, στην Ελλάδα παρατηρείται έλλειψη στοχευμένης προβολής του συνεδριακού προϊόντος στη διεθνή αγορά. Επιπλέον, χρειάζεται αναβάθμιση στον τομέα της τουριστικής και συνεδριακής εκπαίδευσης. Στις μεγαλύτερες τουριστικές περιοχές της Ελλάδας υπάρχουν συνεδριακά κέντρα και δημιουργούνται ολοένα περισσότερα. Βεβαίως, υπάρχει το ζήτημα των ειδικών συνεδριακών χώρων, που θα μπορούν να φιλοξενηθούν πολύ μεγάλα συνέδρια. Κρίνονται απαραίτητες οι επιχειρηματικές κινήσεις προς την κατεύθυνση αυτή, με δεδομένο ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως η διπλάσια κατά κεφαλή απόδοση σε σύγκριση με το μαζικό τουρισμό και ο συνδυασμός των συνεδρίων με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και

μνημείων κ.ά., που συμπληρώνουν την τουριστική προσφορά.

Η δημιουργία μεγαλύτερου συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα θα αναδείξει την πόλη ως πρωτεύουσα των συνεδρίων για τη χώρα και τα Βαλκάνια. Αλλά και στην περιφέρεια της Ελλάδας, καθώς ο συνεδριακός τουρισμός δρα συμπληρωματικά αλλά και ανεξάρτητα από το μαζικό τουρισμό, αποτελεσισοβαρό έσοδο για τις τοπικές οικονομίες, ιδίως σε αυτές τις περιφέρειες που διαθέτουν σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους ή τουριστικά αξιοθέατα και, άρα, θεωρείται ότι διαθέτουν τη στοιχειώδη τουριστική υποδομή. Ωστόσο πέρα από τις υποδομές και τα σύγχρονα συνεδριακά κέντρα, για να μπορέσει ν' αναπτυχθεί και να επιβληθεί διεθνώς η συνεδριακή δραστηριότητα μίας χώρας, απαιτείται η χάραξη εθνικής συνεδριακής πολιτικής. Παγκοσμίως αυτή η πολιτική διαμορφώνεται από την ύπαρξη των Συνεδριακών γραφείων/Γραφείων Προβολής Συνεδρίων. Για παράδειγμα, η έλλειψη μητρώου συνεδρίων, με αποτέλεσμα την αδυναμία μέλη της ροής των συνεδρίων και εξαγωγής πολύτιμων συμπερασμάτων, είναι ένα ακόμη πρόβλημα το οποίο αντιμετωπίζουμε στον τομέα μας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία πως οι σημερινές συνθήκες στον ελληνικό τουρισμό, όπως και στο διεθνή, είναι ιδιαίτερα δύσκολες, ως αποτέλεσμα του γενικότατου φαινομένου συγκράτησης των τουριστών λόγω οικονομικών προβλημάτων. Υπάρχουν, όμως, πολλοί παράγοντες - όπως η βελτίωση των συνθηκών στις αερομεταφορές και η δημιουργία μεγάλων συνεδριακών κέντρων με επίκεντρο την Αθήνα - που μας επιτρέπουν να αισιοδοξούμε για την πορεία του ελληνικού τουρισμού, κάτω από τις σημερινές αντίξοες συνθήκες. Ολες οι πλευρές συμφωνούν στην άποψη πως στόχος της πολιτικής στον τομέα του τουρισμού θα πρέπει να είναι η μακροπρόθεσμη, υγιής και σταθερή ανάπτυξη, η οποία βασίζεται στην ποιότητα και στον εκσυγχρονισμό της υποδομής, στη σωστή προβολή και διαφήμιση, προσρμοσμένη στις ιδιαίτεροτητες κάθε αγοράς και στα ενδιαφέροντα του σύγχρονου τουρίστα, στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος μας και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Πρόκειται για μία συνεχή διαδικασία ανάπτυξης που εξασφαλίζει θετικό κλίμα για επενδυτικές πρωτοβουλίες και αποτελεί μία μεγάλη πρόκληση για την άνθηση του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

## 11.4 Το Μάρκετινγκ του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού

Τα συνέδρια είναι και αυτά προϊόντα που πρέπει να τα προσεγγίσουμε με μια αυτοτελή πολιτική Μάρκετινγκ, όπου προφανώς θα περιλαμβάνεται η διαμόρφωση και η προώθησή τους. Το μάρκετινγκ του Συνεδριακού Τουρισμού μέχρι σήμερα ξαντλείται σε κάποιες άστοχες διαφημιστικές προσπάθειες χωρίς καμία προϊοντική υποστήριξη. Εξάλλου, η Ελλάδα είναι μία από τις λίγες τουριστικά προηγμένες χώρες που δε διαθέτει conventions bureau και μάλλον ευχαριστημένοι θα πρέπει να είμαστε με ό,τι έχει επιτευχθεί με τις λίγες αξιόλογες έως εξαίρετικές, πλην όμως μεμονωμένες και ασυντόνιστες, προσπάθειες του ιδιωτικού τομέα.

Ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) έχει πολλές φορές τονίσει τη σημασία της ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού. Στις μελέτες του για τη διαμόρφωση του χαρτοφυλακίου του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αξιολόγησε θετικά την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα του Συνεδριακού Τουρισμού και συνεχίζει να υποστηρίζει ότι απαιτείται μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την ανάπτυξή του. Αυτό που χρειάζεται είναι να

αντιμετωπίζουμε το συνεδριακό προϊόν στο πλαίσιο της ανάπτυξης του χαρτοφυλακίου του Ελληνικού Τουρισμού και ενταγμένο σε μια λογική product management.

Σε διεθνές επίπεδο η ζήτηση τόσο για τον εκθεσιακό όσο και για το Συνεδριακό Τουρισμό αυξάνεται. Το ερώτημα είναι πώς η χώρα μας θα διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο. Είναι αλήθεια ότι μέσω του πρόσφατου Αναπτυξιακού Νόμου παρατηρούνται αυξημένες επενδύσεις για τη δημιουργία σύγχρονων κέντρων, κυρίως συνεδριακών και πολύ λιγότερων εκθεσιακών. Όμως, σε επίπεδο αερομεταφορών δεν υπάρχει ουσιαστική πρόοδος, γεγονός που συνιστά ανταγωνιστικό μειονέκτημα έναντι άλλων συνεδριακών-εκθεσιακών προορισμών. Επίσης, απουσιάζει η οργάνωση του χώρου, για την οποία είναι απαραίτητη η συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα. Συνεπώς, το μέλλον του κλάδου στη χώρα μας θα εξαρτηθεί από το βαθμό που θα ενεργοποιηθούμε σε επίπεδο αερομεταφορών και οργάνωσης/προβολής του προϊόντος. Η όποια διαφημιστική προσπάθεια γίνεται για την προβολή του Συνεδριακού-Εκθεσιακού Τουρισμού στη χώρα μας, χωρίς παράλληλα να έχει

εξασφαλιστεί η υποστήριξη από πλευράς αερομεταφορών και product management, ελάχιστα αποτελέσματα θα έχει.

## 12. Προτάσεις ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα

Με αφορμή αυτή την εργασία υπογραμμίζουμε για ακόμη μία φορά τη σημασία και τη βαρύτητα της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού για την ελληνική οικονομία, την εξωστρέφεια της Ελλάδας και την ανάπτυξη της καινοτομίας στο τουριστικό προϊόν.

Ο συνεδριακός τουρισμός έμεινε στο περιθώριο εξαγγελιών, δημιουργώντας τεράστιο πλήγμα στην τουριστική αγορά με αποτέλεσμα το συνεχιζόμενο κλείσιμο ξενοδοχείων και τη συρρίκνωση της αγοράς εργασίας. Η άσχημη εικόνα του κέντρου της Αθήνας, συντέλεσε στην αποστροφή διοργάνωσης μεγάλων συνεδρίων που θα επιδρούσαν καταλυτικά, στη δοκιμαζόμενη από τις στρεβλώσεις και την οικονομική ύφεση τουριστική εικόνα της πρωτεύουσας.

Ως νέοι άνθρωποι που προσπαθούμε να αλλάξουμε κυρίως τη νοοτροπία με την



οποία αντιμετωπίζουμε τα ζητήματα που αφορούν την Ελλάδα και παράλληλα συντονισμένοι προς την κατεύθυνση της αναπτυξιακής προοπτικής του συνεδριακού τουρισμού προτείνουμε τα εξής:

- Την καταγραφή των συνεδριακών υποδομών της Ελλάδας και την κατάρτιση Μητρώου Συνεδρίων και Συνεδριακών Επιχειρήσεων.
- Την άμεση μετατροπή του Ολυμπιακού σταδίου ΤΑΕ ΚΒΟΝ ΝΤΟ σε μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο.
- Ρυθμιστικό πλαίσιο για την εύρυθμη λειτουργία των ξενοδοχείων του κέντρου της Αθήνας και την αισθητική αποκατάσταση της ευρύτερης περιοχής.
- Την ενίσχυση και την αποτελεσματικότερη προβολή της Ελλάδας στη διεθνή αγορά συνεδρίων.
- Την μείωση του τέλους εκσυγχρονισμού ελληνικών αεροδρομίων.
- Στρατηγικός σχεδιασμός για την περιφερειακή ανάπτυξη και τη διάχυση του συνεδριακού τουρισμού στην επικράτεια.
- Την δημιουργία εταιρίας μάρκετινγκ

μέσω ΣΔΙΤ για την ουσιαστική διαχείριση της τουριστικής προβολής της Ελλάδας και την αναβάθμιση των υπηρεσιών των Convention Bureau.

Ο τουρισμός συνεδρίων μπορεί να αποτελέσει το εφαλτήριο για την αντιμετώπιση του μεγαλύτερου ίσως προβλήματος που αντιμετωπίζει η τουριστική αγορά της Ελλάδας, την εποχικότητα. Η Ελλάδα έχει τις δυνατότητες, να αναδειχθεί στις πρώτες θέσεις στη διεθνή αγορά διοργάνωσης και φιλοξενίας συνεδρίων, αρκεί να υπάρξουν άμεσες και δραστικές πρωτοβουλίες, για την επίλυση σοβαρών και διαχρονικών αγκυλώσεων που αποτελούν τροχοπέδη στην αναπτυξιακή προοπτική του συγκεκριμένου κλάδου. Ο τουρισμός είναι η μόνη ελπίδα για την επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας και απαιτεί στρατηγικό σχεδιασμό και ρήτρες ανάπτυξης για να αποδώσει.

Οι τρεις βασικές προτάσεις προτεραιότητας είναι:

Η δημιουργία σύγχρονου συνεδριακού κέντρου, η δημιουργία ανταγωνιστικής πρότασης, η αντιμετώπιση του μεταναστευτικού. Η ανεξάρτητη

υλοποίηση των προτάσεων, όμως, όποιας κι αν είναι αυτές, δεν είναι αρκετή, αν δεν πραγματοποιηθούν συνδυαστικά.

A) Η πρώτη και βασική πρόταση είναι η δημιουργία συνεδριακού κέντρου με σύγχρονες υποδομές.

B) Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Ένας προορισμός με χαμηλή ανταγωνιστικότητα λόγω υψηλού κόστους (κόστος αεροδρομίου, ΦΠΑ 23% στην εστίαση, υψηλό κόστος για έκδοση βίζας) τίθεται αυτόματα εκτός αγοράς, άρα πρέπει να γίνουν κινήσεις προς αυτή την κατεύθυνση. Θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο λειτούργειας αεροδρομίου για low cost carriers, αν δεν είναι εφικτό να μειωθεί το κόστος λειτούργειας του αεροδρομίου (ίσως στο αεροδρόμιο Τατοΐου).

Γ) Ασφάλεια στους επισκέπτες και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, τις οποίες αυτήν τη στιγμή αδυνατούμε να προσφέρουμε, με το μεταναστευτικό πρόβλημα και την εγκληματικότητα να έχουν ισοπεδώσει το κέντρο της πόλης μας.

### ***12.1 Η Ελλάδα πρέπει να εκμεταλλευτεί τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της και στον συνεδριακό τουρισμό***

Η είσοδος της Ελλάδας σε τροχιά

ανάκαμψης είναι προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, επισημαίνουν με δηλώσεις τους στην ΕΞΠΡΕΣ τουριστικοί φορείς, οι οποίοι διαπιστώνουν ότι μένει αναξιόποια μια τεράστια ευκαιρία -οικονομικά και τουριστικά- για τη χώρα. Το πλήγμα που έχει δεχτεί η εικόνα της Αθήνας στο εξωτερικό, η απουσία στοχευμένου μάρκετινγκ και η έλλειψη μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου είναι βασικοί λόγοι που καθιστούν την Ελλάδα «αδύναμο παίκτη» στη διεθνή συνεδριακή αγορά. Αν και το γόητρο της χώρας αποκαθίσταται σταδιακά στο εξωτερικό, η τελευταία διετία κακής δημοσιότητας δεν αναπληρώνεται, όπως επισημαίνουν παράγοντες της αγοράς.

Σημειώνεται ότι για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων οι σχετικές αποφάσεις λαμβάνονται 2-4 χρόνια πριν, ενώ για τα πολύ μεγάλα (με 5.000 συνέδρους) έως και 5-7 χρόνια πριν. Πάντως, κυβερνητικοί παράγοντες και εκπρόσωποι της τουριστικής βιομηχανίας συμφωνούν ότι η χώρα διαθέτει σημαντικές δυνατότητες στον συνεδριακό τομέα. Ο ιστορικός - αρχαιολογικός πλούτος της χώρας και οι τουριστικές δυνατότητες που προσφέρει

την καθιστούν ιδανική επιλογή για τους διοργανωτές συνεδρίων. Ταυτόχρονα, αν και δεν υπάρχουν μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο, οι υψηλού επιπέδου συνεδριακές υποδομές σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα μπορούν να φιλοξενηθούν κάθε είδους διοργάνωση. Ενδεικτικό της δυναμικής του συνεδριακού τουρισμού σε επίπεδο επισπράξεων είναι παράδειγμα που ανέφερε πρόσφατα επιχειρηματία του κλάδου: Σε συνέδριο 7.000 στελεχών του χρηματοοικονομικού τομέα, που πραγματοποιήθηκε στη Βιέννη το 2008, τα έσοδα για την πόλη έφτασαν -σε μία εβδομάδα- στα 60 εκατ. ευρώ. Άλλωστε, οι επισκέπτες του συνεδριακού τουρισμού (προερχόμενοι από κλάδους όπως ο ιατρικός, ο χρηματοοικονομικός κ.ά.) είναι συνήθως υψηλότερης οικονομικής στάθμης και δαπανούν περισσότερα χρήματα από τον τουρίστα αναφυχής. Υπενθυμίζεται ότι ο Διεθνής Σύνδεσμος Συνεδρίων το 2008 κατέταξε την Ελλάδα στην 15η θέση ως έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για συνεδριακό τουρισμό.

### **12.1.1 Να δημιουργηθεί μητροπολιτικό κέντρο με στηρίξη από το ΕΣΠΑ**

Η υποβάθμιση και απαξίωση του κέντρου της Αθήνας έχει ως αποτέλεσμα την

πτώση της ανταγωνιστικότητας της για την προσέλκυση συνεδριών. Σύμφωνα με δηλώσεις του προέδρου της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών, Αττικής και Αργοσαρωνικού Αλέξανδρου Βασιλικού (φωτό) στην ΕΞΠΡΕΣ, ανησυχητικό είναι το γεγονός ότι σήμερα το ενδιαφέρον για κρατήσεις είναι μηδαμινό, γεγονός που καθηλώνει την αγορά για τουλάχιστον δύο χρόνια ακόμα. Ταυτόχρονα, ο κ. Βασιλικός επανέλαβε την πάγια θέση της Ένωσης για τη δημιουργία μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου, προτείνοντας να υποστηριχθεί από την κρατική μηχανή και το ΕΣΠΑ. Σημειώνει ότι το συνεδριακό γραφείο της Αθήνας (Athens Convention Bureau), προσπαθώντας να αναθερμάνει το ενδιαφέρον για τον συνεδριακό τουρισμό, θα διαθέσει κονδύλια ύψους 305.420 ευρώ για το 2013, τα οποία θα κατευθυνθούν μεταξύ άλλων σε τουριστική προβολή της Αθήνας, μέσω της παρουσίας του ACB σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, σε αναβάθμιση του διαδικτυακού τόπου του γραφείου, σε δράσεις μέσω του διαδικτύου, σε εκμετάλλευση των κοινωνικών δικτύων, σε Fam Trips και Virtual Fam Trips (ταξίδια εξοικείωσης) κ.λπ.

### 12.1.2 Προσπάθεια του ιδιωτικού τομέα για την αναθερμανση της αγοράς

Το συνεδριακό της προφίλ χάνει σταδιακά η Θεσσαλονίκη τα τελευταία χρόνια, με τις διοργανώσεις μεγάλης εμβέλειας να είναι εξαιρετικά περιορισμένες. Ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης Αριστοτέλης Θωμόπουλος σημειώνει ότι ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί «δυνατό χαρτί» της πόλης και θα μπορούσε να έχει σημαντικά τουριστικά και εμπορικά οφέλη. Σύμφωνα με ειδικούς, με βάση τις υπάρχουσες υποδομές, θα πρέπει να δοθεί έμφαση στα μικρά συνέδρια 200 - 300 ατόμων. Φιλότιμες είναι οι προσπάθειες του ιδιωτικού τομέα για την αναθερμανση της αγοράς. Ενδεικτικά, μετά από πρωτοβουλία της εταιρίας Artion, από τις 31 Ιανουαρίου έως τις 2 Φεβρουαρίου, η Θεσσαλονίκη φιλοξένησε το σεμινάριο του ICCA Joint 4-Chapter Summit 2013 για τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού και του γενικότερου τουριστικού προϊόντος της πόλης.

### 12.1.3 Περιφέρεια «Κλειδί» ανάκαμψης η πολιτική σταθερότητα

Μεγαλύτερο μερίδιο της πίτας του συνεδριακού τουρισμού κερδίζουν σταδιακά οι προορισμοί της περιφέρειας

έναντι των μεγάλων πόλεων. Σε δημοφιλείς  
συνεδριακούς προορισμούς εξελίσσονται η  
Μεσσηνία, η Ρόδος και η Κρήτη, με τα ξυάλλων,  
λόγω των άρτιων συνεδριακών υποδομών  
κυρίως σε υψηλής ποιότητας ξενοδοχειακά  
συγκροτήματα. Ο πρόεδρος του  
Επιμελητηρίου Μεσσηνίας Δημήτρης  
Μανιάτης τονίζει ότι το Costa Navarino  
αναζωογόνησε τουριστικά και συνεδριακά  
την περιοχή απορροφώντας μεγάλο όγκο  
συνεδρίων για το 2012 και έχοντας  
αντίστοιχο προγραμματισμό για το 2013.  
Χαρακτηρίζει τη μονάδα παράγοντα  
ανάπτυξης της περιοχής με αξιοσημείωτο  
κέρδος για την τοπική οικονομία, η οποία  
επωφελείται από συνέδρια, ξενοδοχειακές  
κρατήσεις και καταναλωτική κίνηση.  
Ωστόσο, διαπιστώνει σημαντική μείωση του  
ενδιαφέροντος για την πραγματοποίηση  
συνεδρίων συνολικά την τελευταία διετία.  
«Όχι μόνο είχαμε πολλές ακυρώσεις, αλλά και  
στα συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν η  
συμμετοχή συνέδρων ήταν μειωμένη κατά 30%  
σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά»,  
σημειώνει. Αναφέρει, ακόμα, ότι οι συνθήκες  
και οι προοπτικές για το 2013 είναι  
αισιόδοξες, «αρκεί να υπάρξει πολιτική  
σταθερότητα». Νομικό πλαίσιο - Με την ΚΤΑ  
υπ' αριθ. ΔΙΑΔ/Φ.Α.2.2./1621/2011 αποποιήθηκε η  
χορήγηση σήματος σε συνεδριακά κέντρα.



Συγκριμένα, η διαδικασία της Χορήγησης  
Ειδικού Σήματος Λειτουργίας σε  
επιχειρήσεις συνεδριακών κέντρων μπορεί  
να διεκπεραιωθείται και μέσω των Κέντρων  
Εξυπηρέτησης Πολιτών που λειτουργούν ως  
Ενιάρια Κέντρα Εξυπηρέτησης. Η έγκυρη  
πληροφόρηση των ενδιαφερομένων και η  
διεκπεραίωση της διαδικασίας αυτής  
διενεργείται μέσω ειδικού εντύπου  
αίτησης. - Για τα συνεδριακά κέντρα που  
εντάσσονται σε σύνθετα τουριστικά  
καταλύματα, απαιτείται αδειοδότηση στο  
πλαίσιο του επενδυτικού σχεδίου.

Ο Σύσδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών  
Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO) επαναλαμβάνει  
τα διαχρονικές του θέσεις για την  
ανάπτυξη του κλάδου:

- Πιστοποίηση του επαγγέλματος του  
PCO, ώστε να θεωρακιστεί ο χώρος από  
επαγγελματίες.

- Δημιουργία μητρώου συνεδρίων, που  
θα καταγράφει τις εκδηλώσεις και θα δίνει  
αντικειμενική εικόνα του συνεδριακού  
τουρισμού.

- Αναβάθμιση της ελληνικής παρουςίας  
στις διεθνείς εκθέσεις επαγγελματικού  
και συνεδριακού τουρισμού. - Προώθηση της  
δημιουργίας μητροπολιτικού συνεδριακού

κέντρου στην Αθήνα.

#### 12.1.4 Διεθνείς τάσεις

Αναφορικά δε με την πορεία της αγοράς συνεδρίων και εκδηλώσεων στο μέλλον και πιο συγκεκριμένα το 2013, οι εκτιμήσεις ειδικών για πρώτη φορά κάνουν λόγο για κάποια μικρή έστω αισιοδοξία. Σύμφωνα με προβλέψεις της Meeting Professionals International' As (MPI), οι οργανωτές συνεδρίων στην Ευρώπη προγραμματίζουν για την νέα χρονιά περισσότερα συνέδρια και με μεγαλύτερους προϋπολογισμούς. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι αν και ο αριθμός συνεδρίων αναμένεται να αυξηθεί κατά 3,2%, συγκριτικά με αυτόν του 2012, το ποσοστό αύξησης των προϋπολογισμών τους αναμένεται να αυξηθεί μόλις κατά 0,7%, γεγονός που καταμαρτυρά την ανησυχία όλων για την εξέλιξη της οικονομικής κρίσης, αλλά και τη δυναμική του ευρώ έναντι των άλλων ισχυρών νομισμάτων στην παγκόσμια αγορά. Ηγέτιδες χώρες στα επαγγελματικά ταξίδια, όπως δείχνει η μέχρι σήμερα ζήτηση από τις διοργανώτριες εταιρίες και ενώσεις, παραμένουν η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, λόγω των ισχυρών οικονομικών που διαθέτουν, έναντι άλλων χωρών εντός Ευρώπης (EIBTM Trends Watch 2012).



### 13. Ο Συνεδριακός Τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα

Από τα αποσπασματικά στοιχεία που υπάρχουν, συνάγεται ότι ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3-4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος. Σε αρκετές όμως από τις μικρότερες βορειοευρωπαϊκές και σε ορισμένες κεντροευρωπαϊκές χώρες καθώς και σε πολλές από τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και μεγαλουπόλεις, η οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με τον τουριστικό τομέα ως σύνολο φαίνεται να υπερβαίνει αρκετά τους διεθνείς μέσους όρους που προαναφέρθηκαν.

Από την άποψη εξειδίκευσης του συνεδριακού τουρισμού, με βάση τα στοιχεία της περιόδου 1987-99, η χώρα μας φαίνεται να κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη (1-2% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την International Meetings Association (ICCA) τα πρόσφατα χρόνια). Γενικά μπορεί να λεχθεί ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι μέτριος.

Η πρωτεύουσα φαίνεται να συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής

συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια ενώσημαντικά είναι τα μερίδια της Κρήτης, της Δωδεκανήσου και της Μακεδονίας. Τα τελευταία χρόνια, σε παγκόσμιο επίπεδο, η συνεδριακή δραστηριότητα αναπτύσσεται με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς (μεταξύ 1 και 2%). Για την χώρα μας η κίνηση φαίνεται να κυμαίνεται από έτος σε έτος τα τελευταία χρόνια, χωρίς όμως σαφή ανοδική ή καθοδική τάση.

Οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι δύο, δηλ. τα διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών, κ.ά.) από τη μεριά (associate market), που καλύπτει περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής κίνησης και οι μεγάλες; κυρίως επιχειρήσεις (corporate market) από την άλλη, που καλύπτουν μεν μικρότερο μέρος της κίνησης σε αριθμούς αλλά αρκετά μεγαλύτερο μέρος του οικονομικού αντικειμένου, λόγω υψηλότερης κατά κεφαλήν δαπάνης.

Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικότερα μικρότερο βαθμό εποχικότητας από το τουρισμό συνολικά καθώς και εποχική συμπληρωματικότητα με τη μεγάλη μάζα του γενικού τουρισμού. Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί

το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περσίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15% περσίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

Η μέση ημερήσια δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εμφανίζεται πολλαπλάσια του αντίστοιχου μεγέθους για το γενικό τουρισμό (έως και δεκαπλάσια). Επειδή όμως η μέση διάρκεια παραμονής των συνεδριακών επισκεπτών τοποθετείται μεταξύ 4 και 5 ημερών και είναι γενικά βραχύτερη απ' ό,τι συμβαίνει με το γενικό τουρισμό, η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εξακολουθείμεν να είναι υψηλότερη, σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό αλλά σε μικρότερο βαθμό (διπλάσια έως τετραπλάσια).

Για τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις, το μέσο μέγεθος των συνεδριακών εκδηλώσεων από άποψη αριθμού συνέδρων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 ατόμων. Συνολικά όμως το μέσο μέγεθος είναι ακόμα μικρότερο.

Το μέσο μέγεθος των συνεδρίων στην Ελλάδα υπολείπεται κατά πολύ του διεθνούς μέσου όρου και δεν πρέπει να υπερβαίνει

τα 170 άτομα. Αυτό φαίνεται να συνδέεται και με την σχετική περιορισμένη προσφορά συνεδριακών χώρων με γάλης χωρητικότητας καθώς επίσης και με τον γενικά χαμηλό βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

Η συμμετοχή σε συνέδριο τείνει να δημιουργήσει πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, με τρόπους όπως, η επιμήκυνση της διαμονής του συνέδρου, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνέδρου (συζύγου, τέκνων κλπ.), για σκοπούς γενικού τουρισμού κ.ά. Σε ορισμένες χώρες για κάθε διανυκτέρευση συνέδρου κατά τη διάρκεια του συνεδρίου μπορεί να προκαλείται μέχρι και μία ακόμη διανυκτέρευση.

Η συνολική προσφορά χώρων στη χώρα μας για συνεδριακές εκδηλώσεις άνω των 100 ατόμων εμφανίζεται αρκετά μεγάλη (150 χιλ. περίπου θέσεις). Οι χώροι βέβαια είναι κατά κανόνα πολύσκοποι και χρησιμοποιούνται συχνά και για πολλά άλλα είδη εκδηλώσεων (εορταστικές εκδηλώσεις, παραστάσεις, διαλέξεις, παρουσιάσεις κ.ά.). Σε κάθε όμως περίπτωση, από την άποψη της χωρητικότητας της συνεδριακής υποδομής, οι δυνατότητες υποδοχής υπερβαίνουν κατά πολύ την ζήτηση. Από την πλευρά της

προσφορές στενότητας παρουσιάζονται  
μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες  
εγκαταστάσεις ενώ άλλες αδυναμίες  
εντοπίζονται κύρια στην ποιότητα μέρους  
της ειδικής υποδομής και των υπηρεσιών.

Η ύπαρξη και η ικανοποιητική  
λειτουργία τόσο της γενικής υποδομής όσο  
και της ειδικής υποδομής και του  
κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού -  
που συναρτώνται και με το γενικότερο  
επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας  
περιοχής - διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο  
στην προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού.  
Αυτό γίνεται σαφές και από τη γεωγραφική  
κατανομή του διεθνώς.  
Πέρα από την ικανοποιητική στάθμη της  
γενικότερης υποδομής, που απαιτείται για  
τη στήριξη του συνεδριακού τουρισμού, η  
συμβουλή του δημοσίου παίρνει και άλλες  
ειδικότερες μορφές, οι κυριότερες από τις  
οποίες είναι οι εξής:

- Δημιουργία μεγάλων σύγχρονων  
συνεδριακών κέντρων κατάλληλων για  
μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις.
- Δημιουργία μη κερδοσκοπικών  
οργανισμών, συχνά με την συνεργασία και  
του ιδιωτικού τομέα, με σκοπό την  
πληροφόρηση των ενδιαφερομένων και την  
προβολή μιας πόλης, χώρας ή περιοχής ως τόπου



πρ ο ο ρ ι σ μ ο ύ γ ι α σ υ ν ε δ ρ ι α κ έ ς ε κ δ η λ ώ σ ε ι ς .

- Δ η μ ι ο υ ρ γ ί α σ υ σ τ η μ ά τ ω ν π ι σ τ ο π ο ι η μ έ ν η ς ε ξ ε ι δ ι κ ε υ μ έ ν η ς κ α τ ά ρ τ ι σ η ς γ ι α σ τ ε λ é χ η ο ρ γ ά ν ω σ η ς κ α ι δ ι ε ξ α γ ω γ ή ς σ υ ν ε δ ρ ι α κ ώ ν ε κ δ η λ ώ σ ε ω ν ε ί τ ε α π ό μ η κ ε ρ δ ο σ κ ο π ι κ έ ς ο ρ γ α ν ώ σ ε ι ς μ ε ή κ α ι δ ί χ ω ς τ η ν α ρ ω γ ή τ ο υ δ η μ ο σ ί ο υ , ε ί τ ε κ α ι α π ό τ ο δ η μ ό σ ι ο .

- Ε π ι δ ό τ η σ η μ ε δ ι ά φ ο ρ ε ς μ ο ρ φ έ ς γ ι α τ η ν κ ά λ υ φ η μ έ ρ ο υ ς τ ο υ κ ό σ τ ο υ ς δ ι ε θ ν ώ ν σ υ ν ε δ ρ ι α κ ώ ν ε κ δ η λ ώ σ ε ω ν , έ τ σ ι ώ σ τ ε ν α α υ ξ ά ν ε τ α ι η ε λ κ υ σ τ ι κ ό τ η τ α τ η ς χ ώ ρ α ς σ ε σ ύ γ κ ρ ι σ η μ ε ά λ λ ε ς α ν τ α γ ω ν ί σ τ ρ ι ε ς χ ώ ρ ε ς .

- Ε π ι δ ό τ η σ η τ ω ν ε π ε ν δ ύ σ ε ω ν γ ι α τ η ν δ η μ ι ο υ ρ γ ί α ε ι δ ι κ ή ς σ υ ν ε δ ρ ι α κ ή ς υ π ο δ ο μ ή ς .

- Π ρ ο β ο λ ή κ α ι δ ι α φ ή μ ι σ η

Σ τ η ν Ε λ λ ά δ α η π ρ ό ο δ ο ς α π ό τ η ν ά π ο φ η τ ω ν ε ι δ ι κ ώ ν μ έ τ ρ ω ν κ α ι τ η ς ε ξ ε ι δ ι κ ε υ μ έ ν η ς μ έ ρ ι μ ν α ς τ ο υ δ η μ ο σ ί ο υ γ ι α τ η ν α ν ά π τ υ ξ η τ ο υ σ υ ν ε δ ρ ι α κ ο ύ τ ο υ ρ ι σ μ ο ύ ε ί ν α ι ε ξ α ι ρ ε τ ι κ ά π ε ρ ι ο ρ ι σ μ έ ν η . Η κ ρ α τ ι κ ή π α ρ έ μ β α σ η έ χ ε ι ο υ σ ι α σ τ ι κ ά π ε ρ ι ο ρ ι σ τ ε ί σ τ η ν ε π ι δ ό τ η σ η τ η ς κ α τ α σ κ ε υ ή ς σ υ ν ε δ ρ ι α κ ώ ν χ ώ ρ ω ν κ α ι ε γ κ α τ α σ τ ά σ ε ω ν μ ι κ ρ ή ς ή μ ε σ α ί α ς χ ω ρ η τ ι κ ό τ η τ α ς .

Σημαντικότερη είναι η πρόοδος από την άποψη της γενικής υποδομής. Μεταξύ των έργων και τις λοιπές παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης, εξοπλίζεται σιγά-σιγά τη χώρα με σύγχρονη υποδομή και βελτιώνεται αποφασιστικά της εικόνας της από την άποψη αυτή. Ειδικότερα σε ότι αφορά την Πρωτεύουσα τα έργα για την Ολυμπιάδα του 2004 θα βελτιώσουν γρηγορότερα και αποφασιστικότερα την υποδομή στην ευρύτερη περιοχή, πράγμα που συμβάλει και στην αύξηση της ελκυστικότητας της Πρωτεύουσας ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων

Είναι αρκετές οι μονάδες που ασκούν μια ενεργό και συγκροτημένη πολιτική παρουσία στις ειδικές αγορές και τα φόρα που έχουν δημιουργηθεί διεθνώς για το συνεδριακό τουρισμό και εκμείλιση πελατείας. Η ως τώρα ανάπτυξη του κλάδου στη χώρα μας είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα αυτών των προσπαθειών από την πλευρά της προσφοράς.

Η συλλογική όμως δράση του ιδιωτικού τομέα, που όπως δείχνει η διεθνής εμπειρία μπορεί να διαδραματίσει αξιόλογο ρόλο, δεν φαίνεται ακόμη να έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό και μαζί με την ενεργοποίηση του δημοσίου είναι ένα από τα

ζ η τ ο ύ μ ε ν α .

## 14. Σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

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

✓ Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντίκείμενο, το οποίο και ενδιαφέρει περισσότερο.

✓ Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά την συνολική τουριστική κίνηση. Λόγω όμως της ομαλότερης εποχικής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικός μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή και μεγαλύτερη έκταση τους βαθμούς πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση. Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η

βελτίωση αυτής της πληρότητας μπορεί να έχει κρίσιμη σημασία για τα οικονομικά τους αποτελέσματα και την οικονομική τους υγεία. Με τη σειρά της 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 σχετική μεγάλη απόσταση της χώρας μας από τα μεγάλα κέντρα από τα οποία προέρχεται το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης και οι όχι πάντοτε ευμενής εντύπωση που δημιουργεί η γενικότερη εικόνα της χώρας μας στους οργανωτές για την ποιότητα των υπηρεσιών που μπορεί να αναμένουν, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι θα χρειαστούν αρκετά μεγάλες προσπάθειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου. Από το άλλο μέρος, τα περιθώρια για ανάπτυξη είναι αρκετά μεγάλα, ακριβώς επειδή η έως τώρα πρόοδος υπήρξε περιορισμένη.

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

## **15. Προτάσεις για βελτιωμένη τουριστική πολιτική για μελλοντική ανάπτυξη στον συνεδριακό τουρισμό**

Η γενικότερη αναπτυξιακή πολιτική και ειδικότερα η δημιουργία και η συντήρηση ικανοποιητικής στάθμης οικονομικής και κοινωνικής υποδομής και αποτελεσματικότερη λειτουργία των κρατικών υπηρεσιών συμβάλλουν αποφασιστικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, με την βελτίωση της γενικότερης εικόνας της χώρας. Το κράτος όμως οφείλει, κατά τα πρότυπα πολλών άλλων χωρών, να συμβάλει και με ειδικότερα μέτρα, σε όλους τους τομείς που προαναφέρθηκαν.

Στο βαθμό που στο παρελθόν εδικαιολογούντο επιφυλάξεις για τη σκοπιμότητα της δημιουργίας μεγάλου

σύγχρονου συνεδριακού κέντρου στην Αττική, ύστερα απ' όσα γίνονται και θα γίνουν στην πρωτεύουσα για την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 και με δεδομένο ότι η πιο σημαντική και πλέον ορατή έμμεση ωφέλεια της χώρας από το εγχείρημα είναι η ώθηση της ανάπτυξης του τουρισμού, η δημιουργία ενός τέτοιου κέντρου καθίσταται αναγκαίο συμπλήρωμα, το οποίο θα συμβάλει και στην πληρέστερη αξιοποίηση της πολύμεγαλύτερης επένδυσης που γίνεται για την Ολυμπιάδα.

Είναι ανάγκη το μεγάλο, πολύσκοπο, συνεδριακό κέντρο της Αττικής και της χώρας να σχεδιαστεί, να κατασκευαστεί και να λειτουργήσει με προδιαγραφές που θα πείθουν την πλευρά της ζήτησης ότι είναι ανταγωνιστικό με εγκαταστάσεις του είδους σε άλλες χώρες. Λύσεις συμβιβασμού για τον περιορισμό του κόστους ή για άλλους λόγους, αποτελούν τη χειρότερη επιλογή, αφού θα δεσμεύσουν πόρους χωρίς να ικανοποιούν την αντίστοιχη ανάγκη.

Με την εμπειρία από την Αττική θα πρέπει, στη συνέχεια να εξεταστεί και η προοπτική δημιουργίας και δεύτερου κέντρου στη Θεσσαλονίκη.

Είναι επίσης ανάγκη να γίνει κατανοητό

ότι η πρωτεύουσα δεν μπορεί να αποκλείεται από οικονομικές λειτουργίες που μπορεί να είναι απαραίτητες για την οικονομικά επιτυχεστέρα αξιοποίηση ενός νέου συνεδριακού κέντρου, με το επιχείρημα ότι αυτές πρέπει, για λόγους παράδοσης και πολιτικών σκοπιμοτήτων, να μονοπωλούνται από την Θεσσαλονίκη. Ο προφανής κίνδυνος, προκειμένου περιαναγκών που δεν μπορεί να εξυπηρετηθούν από την Θεσσαλονίκη ή ευκαιριών που δεν μπορούν να αξιοποιηθούν εκεί, είναι η παρεμπόδιση της γενικότερης ανάπτυξης του κλάδου στη χώρα, που πρέπει να αποτελέσει το τελικό ζήτημάμενο. Σέναόλο και περισσότερο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον, η παλαιά τακτική αποβαίνει τελικά σε όφελος των ανταγωνιστριών χωρών και ανωφελείτη Θεσσαλονίκη, την ωφελεί πολύ λιγότερο απ' ό,τι βλέπτεητη χώρα στο σύνολο της.

Κατά τα πρότυπα άλλων χωρών, είναι ανάγκη σε πρώτη φάση για την Αττική και στη συνέχεια και για ορισμένες άλλες από τις μεγάλες τουριστικές περιοχές της χώρας να δημιουργηθούν Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας, η έλλειψη των οποίων αναφέρεται και από τους ξένους οργανωτές συνεδρίων ως αδύνατο σημείο της ελληνικής



συνεδριακής υποδομής.

Η δημιουργία επίσημων (formal) δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης για το συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα, τουλάχιστον στο παρόν στάδιο, δεν φαίνεται σκόπιμη. Θα πρέπει πρώτα να δημιουργηθούν ικανοποιητικές δομές για την κατάρτιση για τον τουρισμό γενικά και ειδική κατάρτιση για το συνεδριακό τουρισμό να αποτελέσει οργανωτικό τμήμα τους.

Στο σύστημα των ενισχύσεων για τις επενδύσεις, όπως θα διαμορφωθεί προσεχώς, οι επενδύσεις σε συνεδριακή υποδομή πρέπει ασφαλώς να εξακολουθήσουν να έχουν τη θέση τους. Επειδή όμως σε συνολικό επίπεδο η προσφορά υπερβαίνει τη ζήτηση, προς αποφυγή σπατάλης πόρων, η προσοχή πρέπει να εστιαστεί στις μορφές εκείνες υποδομής, η προσφορά των οποίων είναι συγκριτικά περιορισμένη όπως π.χ. σε μονάδες μεγαλύτερου μεγέθους και υψηλότερης στάθμης. Λαμβάνοντας υπόψη τη σύνθεση της προσφοράς κατά μέγεθος και την κατανομή της στο χώρο είναι σκόπιμο να γίνουν διαφοροποιήσεις από τις απόψεις αυτές. Ειδικότερα πρέπει να εξεταστεί σοβαρά αν είναι σκόπιμο να ενθαρρύνεται με υψηλά ποσοστά επιχορήγησης η

δημιουργία συνεδριακών εγκαταστάσεων μεσαίου μεγέθους ή μετριάς ποιότητας, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η προσφορά είναι ήδη άνετη.

Θα έπρεπε να αποτελέσει αντικείμενο κρατικών αρχών όπως λ.χ. το Υπουργείο Πολιτισμού, ή η Γεν. Γραμματεία Τουρισμού του Υπουργείου Ανάπτυξης, να συλλέγουν πληροφορίες για τις κυριότερες πηγές ενισχύσεων για συνεδριακές εκδηλώσεις από το δημόσιο τομέα και να επιχειρούν τον συντονισμό τους, με κριτήριο και την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Χρήσιμες προς την κατεύθυνση αυτή θα ήταν ασφαλώς και οι υπηρεσίες ενός γραφείου Συνεδρίων και Φιλοξενίας, όταν αυτό ιδρυθεί.

Τα πλεονεκτήματα και τα στοιχεία που προβάλλει κανείς ή διαφημίζει για να προσελκύσει τον γενικό τουρισμό δεν συμπίπτουν με κείνα που μπορεί να προσελκύσουν τον συνεδριακό τουρισμό παρά μόνο ως ένα βαθμό. Είναι ανάγκη, είτε ως σκέλος των γενικότερων δραστηριοτήτων προβολής του ελληνικού τουρισμού από την πλευρά του δημόσιου, είτε με χωριστό πρόγραμμα, να αναληφθούν δράσεις προβολής που να στοχεύουν με τους κατάλληλους τρόπους στις πηγές της ζήτησης συνεδριακών

υπηρεσιών.

Για την προώθηση θεμάτων τα οποία, πέρα από το ότι αφορούν και την κάθε επιχείρηση χωριστά, αφορούν και τον τομέα ή τον κλάδο στο σύνολο του, απαιτείται απαραίτητα συνεργασία, κοινή παρουσία, ένας βαθμός συλλογικότητας και ένωση δυνάμεων των επιχειρήσεων του κλάδου. Ο συνεδριακός κλάδος έχει ακόμα στην Ελλάδα περιορισμένες διαστάσεις και για να αποκτηθεί η ελάχιστη κρίσιμη μάζα παρουσίας και πίεσης στην εκπροσώπηση του, που είναι απαραίτητη για την επίτευξη ουσιαστικών αποτελεσμάτων, σκόπιμη θα είναι ίσως και η ένωση δυνάμεων και η εξεύρεση κοινού τόπου από τους επίμειρους συλλογικούς φορείς του. Ο κατακερματισμός της συλλογικής εκπροσώπησης και η απουσία πολλών από αυτήν, την εξασθενίζει και περιορίζει την αποτελεσματικότητά της.

## **BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### *Ξένη βιβλιογραφία :*

- Andriotis, K. (2001). Tourism Planning and Development in Crete. Recent Tourism Policies and their Efficacy. Journal of Sustainable Tourism.
- Berno, T. (1999). When a guest is a guest. Cook islanders view tourism. Annals of Tourism Research. 26(3),
- Carey T. (1997). Crisis or Conference! The Industrial Society.
- Cohen, E. (1973). Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter tourism. International Journal of Comparative Sociology.
- Davidson R. (1992). The Postreform Congress, New York: St. Martin's Press.
- UNWTO, Tourism Highlights, edition 2008

### *ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ :*

- Βαρβαρέσος Στ. (1997). Τουρισμός. Οικονομικές Προσεγγίσεις. Προπομπός: Αθήνα.
- Βαρβαρέσος Στ. (1998). Τουρισμός. Έννοιες, μελέτη, δομές. Προπομπός: Αθήνα.
- Βαρβαρέσος Στ. (2008). Οικονομική του Τουρισμού. Προπομπός: Αθήνα.
- Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική

συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ιστορική εξέλιξη - θεσμικό πλαίσιο. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

➤ Εμμανουήλ Η. (2012). “Συνεδριακός Τουρισμός και η εξέλιξη του στο νομό Λασιθίου

➤ ΕΣΥΕ, Στατιστική Επετηρίδα της Ελλάδας, 2005

➤ Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρος Π. (1998). Εισαγωγή στο Τουρισμό. Interbooks: Αθήνα.

➤ Θεοχάρης, Ν., (2007), Front Office Management - Οργάνωση, Λειτουργία, Διεύθυνση. Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

➤ ΙΤΕΠ (2006). Έρευνα: Εποχικότητα συνεδριακής κίνησης (2005), Αθήνα.

➤ Καραμπάτσου Ε., (2007). Συνεδρια από το μέλλον... με μέλλον. Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος 335, Δεκέμβριος

➤ Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (1999). Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό. Εκδόσεις: ΕΑΠ, Πάτρα.

➤ Πριβιανάκη, Ε. (2006). Τριτοβάθμια Τουριστική Εκπαίδευση στην Ελλάδα και Κοινωνική Αποτελεσματικότητα. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειον

Πανεπιστήμιο.

Τσάρτας, Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι:  
Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον  
τουρισμό. Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.

**Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις:**

<http://www.hapco.gr>

<http://epistimonikomarketing.gr>

<http://express.gr>

<http://www.sete.gr>

<http://www.traveldailynews.gr>

<http://travelvoice.gr>

<http://www.statixtic.eudoxus.gr>

<http://www.synedrio.gr>

<http://www.wivv.gr>