

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**“ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ”**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ:

ΠΑΠΑΗΛΙΑΚΗΣ ΘΕΟΦΙΛΟΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:

ΓΙΑΝΝΟΥΛΙΔΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2008

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Συνεδριακός τουρισμός είναι μια εξειδικευμένη μορφή παροχής τουριστικού προϊόντος. Είναι μια παρεχόμενη υπηρεσία που μπορεί να προσφέρει τη μέγιστη αξιοποίηση κάθε ξενοδοχειακού χώρου κατά τη διάρκεια ολόκληρης της ημερολογιακής χρονιάς, προσφέροντας έτσι ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών μορφών παροχής υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού.

Η προώθηση του Συνεδριακού τουρισμού είναι μια τακτική που υιοθετήθηκε πριν από περίπου 40 χρόνια κυρίως σε χώρες οι οποίες είχαν υψηλές επιχειρηματικές δραστηριότητες και επομένως μεγάλη ζήτηση για διοργάνωση συνεδρίων, εκθέσεων και ταξιδίων κινήτρων. Είναι το τμήμα αυτό της τουριστικής αγοράς το οποίο όλες οι χώρες προσπαθούν να προσελκύσουν. Για το λόγο αυτό ξοδεύουν σημαντικά κονδύλια σε μια πολιτική προσέλκυσης του συνεδριακού τουρισμού και παράλληλα, κάνουν ότι μπορούν για να διατηρήσουν το όποιο τμήμα κατέχουν από αυτήν την τουριστική αγορά.

Η Ελλάδα σύμφωνα με διεθνείς παράγοντες του τουρισμού, κατέχει μόλις το 2% της τουριστικής αγοράς των επαγγελματικών ταξιδιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Μιά αγορά πλέον των 140εκ € όπου κυριαρχεί η Γερμανία με ένα μερίδιο της τάξης του 19%. Ο Συνεδριακός τουρισμός διανοίγει σημαντικές προοπτικές για τον ποιοτικό τουρισμό και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την μοναδική ευκαιρία που προσέφεραν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 για την διεθνή προβολή της Ελλάδας, είναι μια προοπτική που η πολιτική ηγεσία και οι ιθύνοντες του τουρισμού, θα πρέπει να αξιοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο.

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

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

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

Τα πλεονεκτήματα του συνεδριακού τουρισμού είναι προφανή και αδιαφιλονίκητα. Ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει κατά κεφαλήν το διπλάσιο εισόδημα από το μαζικό τουρισμό. Κοινό χαρακτηριστικό εκείνων που συμμετέχουν σε συνεδριακές εκδηλώσεις είναι το υψηλό τους μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο. Πέρα από τη συνεδριακή δραστηριότητα αυτή καθ'εαυτή έχουν ποικίλα ενδιαφέροντα για ενεργητικό τουρισμό, στην

ικανοποίηση των οποίων επιδίδονται πριν και μετά τα συνέδρια(pre and post conference activities).(Canon,1985)

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

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

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

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

Τα παραπάνω είναι απολύτως απαραίτητα αν θέλουμε να μιλάμε για συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα.Επίσης λίγα είναι τα ξενοδοχεία που μπορούν να προσφέρουν ταυτόχρονα συνεδριακή υποδομή και διευκολύνσεις πολλών αστέρων.Όμως πάντα και παντού,το μείζον θέμα είναι ο σωστός σχεδιασμός και η οργανωμένη δράση για να προλάβει η χώρα μας να εκμεταλλευτεί την έξαρση σε παγκόσμια κλίμακα του φαινομένου "Συνέδρια".

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ουσία του τουρισμού είναι η επικοινωνία ανθρώπων και πολιτισμών πράγμα που εκπληρώνεται με τον καλύτερο τρόπο με τον Συνεδριακό τουρισμό. Η επαφή αυτή βοηθά τους ανθρώπους από διάφορες χώρες να κατανοήσουν ο ένας τον άλλον καλύτερα, να αναπτύξουν μια φιλική σχέση και να συνεργαστούν σε διάφορα πολιτικά, επιχειρησιακά και πολλά άλλα θέματα.

Όσο περνάνε τα χρόνια, οι άνθρωποι έχουν ολοένα και περισσότερη ανάγκη για πληροφόρηση, ενημέρωση και επικοινωνία, με κόσμο από κάθε γωνιά της γης. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους συνεδριάζουν, συναποφασίζουν. Επειδή δεν είναι δυνατόν οι συνέδριοι να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με συγκεκριμένα κριτήρια ένα κοινό τόπο για τη συνάντησή τους. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, 1992)

Σ' αυτό το σημείο έρχεται ο συνεδριακός τουρισμός να δώσει τη λύση. Εξετάζοντας ένα προς ένα τα διάφορα χαρακτηριστικά του θα κατανοήσουμε καλύτερα τη δομή αυτής της προσοδοφόρας μορφής τουρισμού και το πως ακριβώς λειτουργεί.

I.1 Το συνέδριο ως μέσο επαφής των ανθρώπων

Την περίοδο που διεξάγεται ένα συνέδριο, εκατοντάδες άνθρωποι από διαφορετικά σημεία της χώρας ή της γης, βρίσκονται για λίγες μέρες μαζί. Συζητούν, ανταλλάσσουν απόψεις, προβληματισμούς, επιτεύγματα και προβλήματα. Έχουν την ευκαιρία να φάνε μαζί, να διασκεδάσουν, να ανταλλάξουν τις κάρτες τους και να ξεκινήσουν μια συνεργασία ή ακόμα και μια φιλία.

Με τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου, συνευρίσκονται πολλοί άνθρωποι με κοινά ενδιαφέροντα που διαφορετικά δεν θα είχαν ίσως ποτέ την ευκαιρία να γνωριστούν. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το συνέδριο αποτελεί μια γέφυρα ανάμεσα στους συνέδρους και σε εκείνους που επιθυμούν να γνωστοποιήσουν νέες ιδέες, ανακαλύψεις κ.α. Είναι επίσης μια ευκαιρία που προσφέρεται σε ανθρώπους με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, να γνωρίσουν τον τόπο που τους φιλοξενεί. Η Ελλάδα και κατ' επέκταση η Κρήτη πλεονεκτεί σε αυτό το σημείο, γιατί συνήθως οι μορφωμένοι άνθρωποι είναι εκείνοι που ενδιαφέρονται περισσότερο για την ιστορία, τα πολιτιστικά και αρχαιολογικά στοιχεία μιας χώρας, ενός τόπου.

Το συνέδριο ως μέσο επαφής των ανθρώπων για την ανταλλαγή γνώσεων, την ενημέρωση και τη λήψη αποφάσεων δεν είναι κάτι καινούριο για την Ελλάδα. Στην περίοδο της πρώιμης αρχαιότητας, βρίσκουμε το θεσμό των αμφικτυονιών, οι οποίες αποτελούν τον πρόδρομο των σημερινών συνεδρίων. Κατά τη διάρκεια των αμφικτυονιών συγκεντρώνονταν αντιπρόσωποι του κάθε "έθνους" και αργότερα της κάθε πόλης για να συζητήσουν τα κοινά προβλήματα και να πάρουν σχετικές αποφάσεις. Η σημασία των συγκεντρώσεων αυτών τότε ήταν θρησκευτική και πολιτική.

Σήμερα, χιλιάδες χρόνια μετά, τα συνέδρια έχουν εξελιχθεί σε απαραίτητο μέσο επαφής των ανθρώπων και των λαών για την ευρεία ενημέρωση πάνω σε επιστημονικά και τεχνολογικά επιτεύγματα, που αναπτύσσονται με ραγδαίους ρυθμούς.

1.2 Ταχύς ρυθμός ανάπτυξης

Πίνακας 1.1

ΑΥΞΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ 98/97			ΜΕΙΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ 98/97		
ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ %	ΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ	ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ %	ΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ
Η.Π.Α	12,53	1	ΓΑΛΛΙΑ	6,88	2
Μ.ΒΡΕΤΑΝΙΑ	6,78	3	ΙΤΑΛΙΑ	4,00	5
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	5,87	4	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	3,60	6
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	3,55	7	ΙΣΠΑΝΙΑ	3,17	9
ΒΕΛΓΙΟ	3,23	8	ΙΑΠΩΝΙΑ	2,51	11
ΑΥΣΤΡΙΑ	2,98	10	ΚΑΝΑΔΑΣ	2,42	12
ΣΟΥΗΔΙΑ	1,98	14	ΕΛΒΕΤΙΑ	2,35	13
ΚΙΝΑ	1,86	15	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1,80	16
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1,76	17	ΔΑΝΙΑ	1,56	18
ΙΝΔΙΑ	1,28	20	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	1,38	19
ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ	1,21	22	ΕΛΛΑΔΑ	1,08	23
ΙΣΡΑΗΛ	1,02	24			

Πηγή: "Διεθνείς Συναντήσεις & Διοργανώσεις", Περιοδικό Business & Τουρισμός Τεύχος 19, Οκτώβριος 1999, σελ 26

Η μετακίνηση προς τον τόπο συνάντησης είναι τουριστική μετακίνηση που σε συνάρτηση με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί συνεδριακό τουρισμό. Η εναλλακτική μορφή αυτή του τουρισμού παρουσιάζεται την τελευταία δεκαετία με σταθερή ετήσια αύξηση της τάξεως του 8-10%. Αυξάνεται κάθε μέρα με ταχύτερους ρυθμούς από τον κλασσικό τουρισμό, κυρίως επειδή οι εξελίξεις στις επιστήμες και στις τέχνες στον 21^ο αιώνα πραγματοποιούνται με τεράστια ταχύτητα. Επομένως και η ανάγκη για να διαδοθεί αυτή η τεχνολογία είναι μεγάλη. Επειδή ακριβώς υπάρχει μεγάλη ανάγκη για προσαρμογή στα νέα δεδομένα η ανταλλαγή απόψεων, σκέψεων, γνώσεων και προβληματισμών, είναι πλέον επιτακτική. Αν ρίξουμε μια ματιά και στην χώρα μας θα παρατηρήσουμε ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει αναπτυχθεί με ραγδαίους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια.

Παραπάνω βλέπουμε την παγκόσμια αύξηση και μείωση των συνεδρίων ανά χώρα. Αξιοσημείωτο δε είναι το γεγονός, ότι η Ελλάδα αν είχε την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή για να στηρίξει αυτή τη μορφή του τουρισμού θα είχε επωφεληθεί σε μέγιστο βαθμό από τη μεγάλη εισροή εσόδων αλλά και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της χώρας μας.

I.3 Λόγοι μετακίνησης των συνέδρων

Η πλειοψηφία των συνέδρων είναι στελέχη σε πολυεθνικές εταιρείες οι οποίες στέλνουν αυτούς τους ανθρώπους σε διάφορες χώρες με σκοπό τη διαικπεραίωση καθηκόντων της εταιρείας τους. Άλλοι μπορεί να είναι μεμονωμένοι επιχειρηματίες ή εκπρόσωποι επιχειρηματιών που παρακολουθούν ένα συνέδριο ή σεμινάριο σε μια άλλη χώρα. Υπάρχουν πολλά κίνητρα για τη συμμετοχή σε ένα συνέδριο όπως η πώληση, η αγορά, ο εντοπισμός νέων πελατών, η εξεύρεση προσωπικού κ.α.

Ο σύνοδος ταξιδεύει για λόγους επαγγελματικού ενδιαφέροντος αλλά παράλληλα προσπαθεί να εκμεταλλευτεί το χρόνο του ικανοποιώντας και άλλες του ανάγκες (όπως ξεκούραση, διασκέδαση κ.α.).

Οι σύνοδοι στην πλειοψηφία τους ταξιδεύουν έχοντας συνήθως εξασφαλίσει κάποιο πακέτο υπηρεσιών που περιλαμβάνει τουλάχιστον μεταφορά, διαμονή και διατροφή. Πολλές φορές αυτό προσφέρεται σε ειδική τιμή ή και δωρεάν (πχ πληρωμένο από την εταιρεία στην οποία εργάζεται ο σύνοδος). Θα πρέπει να αναφερθεί το γεγονός ότι καθώς οι εργασίες των συνέδρων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες μέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του ή φροντίζει να ξεκινήσει νωρίτερα, αξιοποιώντας και το σαββατοκύριακο. Κάτι τέτοιο αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και την τελική του δαπάνη. *Σε γενικές γραμμές ο συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον τουρίστα που πάει κάπου για διακοπές.* Επειδή η δραστηριότητα είναι επιχειρηματικού τύπου και στην πραγματικότητα πρόκειται για τον συνδιασμό ενός ταξιδιού με εργασία, υπακούει στους κανονισμούς και την πειθαρχία των επαγγελματικών ταξιδιών.

Κατά συνέπεια τα πράγματα διαμορφώνονται διαφορετικά σε σχέση με την κοινή τουριστική αγορά επειδή έχουμε να κάνουμε με μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν συγκεκριμένο αρκετά μεγάλο κύκλο εργασιών και ως εκ τούτου οι αποφάσεις δεν λαμβάνονται με τον ίδιο σχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος. Αυτό που ενδιαφέρει στην περίπτωση του συνεδριακού τουρισμού είναι η απόλυτη άνεση και ασφάλεια. Εξάλλου για τη δημιουργία και την ανάπτυξη του πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές και όχι μόνο οι στενά εννοούμενες τουριστικές, αλλά και οι ευρύτερες υποδομές.

I.4 Συσχετισμός και υποστήριξη από άλλους κλάδους του τουρισμού

Για να επιβιώσει ο συνεδριακός τουρισμός χρειάζεται οπωσδήποτε και τη στήριξη των άλλων κλάδων του τουρισμού. Δεν μπορούμε να φανταστούμε την οργάνωση ενός συνεδρίου σε ένα μέρος όπου δεν υπάρχει αεροδρόμιο, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης, αξιοθέατα, ποιοτικά ξενοδοχεία με πλούσια παροχή υπηρεσιών κ.α. Κατά την διάρκεια της παραμονής του σε μια χώρα, ο σύνοδος εκτός από ένα οργανωμένο συνέδριο επιθυμεί να αναπαυτεί, να διασκεδάσει και να απολαύσει και της ομορφιάς της συγκεκριμένης περιοχής.

Η Ελλάδα, η Κρήτη και συγκεκριμένα ο νομός Ηρακλείου έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στο σύνοδο το πλούσιο και ολοκληρωμένο "πακέτο" υπηρεσιών που αυτός επιθυμεί. Διαθέτουμε όλες εκείνες τις φυσικές και πολιτιστικές ομορφιές που θα ωθήσουν το δυνητικό σύνοδο να έρθει στη χώρα μας. Εκείνο όμως που επιβάλλεται είναι η ύπαρξη υποδομής και εδώ η χώρα μας μειονεκτεί.

I.5 Διάκριση συνεδρίων

Οι παράμετροι του συνεδριακού τουρισμού είναι οι εξής, σε σχέση με:

- Τη χώρα προέλευσης
- Το οικονομικό αποτέλεσμα
- Τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου
- Τα μέσα μεταφοράς
- Τη χρηματοδότηση της μετακίνησης
- Τη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη
- Το φύλο των μετακινούμενων
- Την ηλικία των μετακινούμενων
- Τον αριθμό των μετακινούμενων
- Τον συγκεκριμένο επαγγελματικό σκοπό

Τα συνέδρια επίσης διακρίνονται και ανάλογα με την διάρκεια, το μέγεθος τους, την εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων, τον τρόπο χρηματοδότησης τους και τέλος την κοινή ιδιότητα των συνέδρων. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, 1992)

I.5.A. Διάρκεια συνεδρίων

Τα περισσότερα συνέδρια έχουν διάρκεια 4-5 ημέρες. Το 37,7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 ημέρες, ενώ το 19,8% 6-8 ημέρες.

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται σε εργάσιμες ημέρες, κάποιιοi σύνεδροι έρχονται πιο μπροστά, είτε παραμένουν μετά το πέρας των εργασιών. Αυτό σε κάθε περίπτωση αυξάνει την παραμονή του συνεδριακού τουρίστα και επίσης και την τουριστική δαπάνη. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, 1992)

I.5.B. Μέγεθος συνεδρίων

Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθός του εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Ο φορέας που το διοργανώνει παίζει τον κύριο παράγοντα και στο μέγεθος του συνεδρίου.

Ο βαθμός συχνότητας που ο φορέας διοργανώνει συνέδρια, το πόσο ενδιαφέρον έχει το θέμα του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν, οι ημερομηνίες διεξαγωγής του, παίζουν καθοριστικό ρόλο και στο βαθμό συμμετοχής και στο τελικό μέγεθος.

Η πλειοψηφία των συνεδρίων αφορά συνέδρια μικρού μεγέθους μέχρι και 100 άτομα. Τα ποσοστά είναι τα εξής:

Το 35,9% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 100 άτομα

Το 29,1% « « 101- 250 άτομα

Το 16,8% « « 251- 500 άτομα

Το 9,6% « « 501-1000 άτομα

Το 5,8% « « 1001-2500 άτομα

Το 2,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως πάνω από 2500 άτομα

Τα συνέδρια είναι μια ευκαιρία για συνέδρους να ξεφύγουν από τα συνηθισμένα. Είναι ευκαιρία να ταξιδέψουν σε κάποια άλλη πόλη ή κράτος και όπως προαναφέρθηκε μπορεί να συνδυαστεί και με μικρής διάρκειας διακοπών. Όμως οι σύνεδροι δεν έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο αντίθετα με τις/ τους συζύγους τους.

Πολλές φορές, όταν το άτομο δεν έχει πάρει την τελική απόφαση για το αν θα πάει ή όχι το άτομο που συνοδεύει θα επηρεάσει την απόφαση αυτή.

Ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο όσο και ο τόπος διεξαγωγής τους για διαφορετικούς λόγους θέλουν να προσελκύσουν συνοδούς. Οι συνοδοί έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο και υψηλή τουριστική δαπάνη, που αφορά εκδρομές, αγορές και κάνοντας χρήση περισσότερων υπηρεσιών. Στους 10 συνέδρους οι 3 συνοδεύονται. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ,1992)

I.6 Χρόνος διεξαγωγής συνεδρίων

Ο χρόνος διεξαγωγής των συνεδρίων όπως και ο τόπος είναι από τους σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας ενός συνεδρίου. Οι παράγοντες είναι πολλοί όπως και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή καθώς και οι επαγγελματικές ασχολίες των υποψηφίων συνέδρων εκείνη τη συγκεκριμένη περίοδο.

Οι μήνες με τα περισσότερα συνέδρια είναι ο Απρίλιος,Μάιος,Οκτώβριος και ο Σεπτέμβριος, ενώ αντίθετα ο μήνας με τα λιγότερα είναι ο Ιανουάριος (προφανώς λόγω του εορταστικού κλίματος που επικρατεί).

Οι καλοκαιρινοί μήνες επιλέγονται σε συνδυασμό με τόπους και όχι τόσο ζεστού κλίματος. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ,1992)

Πίνακας I.2

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

Πηγή:“Διεθνείς συναντήσεις και διοργανώσεις”,Business&Τουρισμός,Τεύχος 19,Αθήνα 1999,σελ 26

I.7 Ορολογία του συνεδριακού τουρισμού

Στον συνεδριακό τουρισμό χρησιμοποιούμε μια εξειδικευμένη ορολογία για να χαρακτηρίσουμε τα διάφορα είδη των συνεδρίων που είναι δυνατόν να πραγματοποιηθούν.

I.7.A.Συνέδρια

Είναι η συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα ,με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων.

Το θέμα των συνεδρίων καθορίζεται από την κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, το εμπόριο κλπ.

Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, συνήθως ετήσια. Συνήθως, περιλαμβάνει ένα κυρίως συνέδριο όπου συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι και από μικρότερα συνεδριακά τμήματα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου.

Για το κυρίως συνέδριο απαιτείται μια ειδική διαμορφωμένη αίθουσα ή αμφιθέατρο εάν πρόκειται για μεγάλα συνέδρια. Για τις συνεδριάσεις επιτροπών απαιτούνται μικρότεροι χώροι διαμορφωμένοι ανάλογα.

Στις Η.Π.Α χρησιμοποιείται ο όρος «convention» ενώ στην Ευρώπη ο όρος «congress» και οι δυο όροι είναι σχεδόν συνώνυμοι. Ο όρος 'congress' χρησιμοποιείται περισσότερο για διεθνή συνέδρια.

I.7.B.Διασκέψεις-Συνδιασκέψεις

Είναι συνώνυμοι όροι που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όπου περιλαμβάνει συζήτηση σε μεγάλη διάρκεια και συμμετέχουν ενεργά όσοι συμμετέχουν σε αυτό. Σχετικά με τους χώρους, ισχύουν ότι και για τα συνέδρια.

Για τη διάσκεψη χρησιμοποιείται ο αγγλικός όρος «conference». Πραγματοποιούνται σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

I.7.Γ.Συσκέψεις

Αφορά συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές σαν «round table conference» δηλαδή συσκέψεις «στρογγυλής τράπεζας». Από τον όρο καταλαβαίνουμε ότι όλοι είναι ισότιμοι και υπάρχει ένας πρόεδρος, που καθοδηγεί. Έχουν χαρακτήρα συμβουλευτικό ή εκτελεστικό.

I.7.Δ.Συνελεύσεις

Έχει επικρατήσει η χρήση του όρου αυτού κυρίως για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της διοίκησής της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.

I.7.E.Διαλέξεις-Ομιλίες

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

I.7.ΣΤ.Ημερίδες

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν «γενέθλιες» επετείους του φορέα που τις πραγματοποιεί.

Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών ημερήσιας διάρκειας

I.7.Z.Φόρουμ(forum)

Έχει επικρατήσει ο όρος αυτός προκειμένου να περιγράψει συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό γνώρισμα τους είναι ότι επακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο με ερωτήσεις που υποβάλει ή και με απαντήσεις σε αυτές. Ο συντονιστής της όλης διαδικασίας ομαδοποιεί θέσεις, απόψεις και οδηγεί ανάλογα την διαδικασία.

Η διάταξη της αίθουσας είναι ή σε τραπέζια ή σε έδρανα και σπάνια σε μονά καθίσματα.

I.7.H.Συμπόσια

Δεν περιγράφεται με τον όρο αυτό τις περισσότερες φορές ένα πλούσιο και επίσημο γεύμα ή δείπνο. Αφορά «πνευματική τροφή» που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο από ότι στο «φόρουμ».

I.7.Θ.Σεμινάρια

Στο ευρύ κοινό είναι γνωστή μόνο μια πτυχή αυτού του όρου: αυτή που συνδέεται με τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας και αποσκοπεί στη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο, ο όρος αυτός συγκεκριμενοποιεί το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας η οποία εμφανίζεται με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του συμποσίου και του FORUM. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός αντίθετα με τα συμπόσια και τα FORUM.

I.7.I.Workshops

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

I.7.K.Meetings(Συναντήσεις)

Έχει «πολιτογραφηθεί» σαν όρος και στη γλώσσα μας. Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις. (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ,1992)

I.8 Φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα, ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου.

Οι φορείς διακρίνονται σε α) μη επιχειρησιακού χαρακτήρα, β) με επιχειρησιακό χαρακτήρα.

-Μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι τα επιμελητήρια, κρατικοί οργανισμοί, διεθνείς οργανισμοί. Είναι επίσης συνδικαλιστικές οργανώσεις και σωματεία, κοινωφελείς οργανισμοί, εθνικοτοπικοί σύλλογοι, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες.

Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και συνήθως αυτό συμβαίνει στο χώρο των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες «σύλλογος», «εταιρεία», «σύνδεσμος».

-Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδος νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί, εφόσον οι δραστηριότητες τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες του εξωτερικού. Οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούν αυτές οι επιχειρήσεις έχουν καθαρά ενδοεπιχειρησιακό χαρακτήρα και ονομάζονται επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις που αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα αποτελούν μια σημαντική αγορά με έντονο ενδιαφέρον.

Οι συναντήσεις αυτές αφορούν:

- ◆ Συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα (οργάνωσης, παραγωγής, πωλήσεων κλπ.)
- ◆ Συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων όπως: διοικητικών συμβουλίων, επιτροπών κλπ.
- ◆ Παρουσιάσεις νέων προϊόντων
- ◆ Σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα
- ◆ Συνελεύσεις μετόχων
- ◆ Συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων (incentives) (ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, 1992)

I.9 Είδη συνεδρίων σύμφωνα με τους φορείς που τα συγκαλούν

Σε αυτό το σημείο θα εξετάσουμε τα βασικότερα είδη συνεδρίων κυρίως από την πλευρά του ξενοδόχου ή του τουριστικού πράκτορα και του τουριστικού παραγωγού.

I.9.A.Εμπορικά συνέδρια

Τα εμπορικά συνέδρια πραγματοποιούνται για διάφορους λόγους όπως αύξηση της παραγωγικότητας, αύξηση κέρδους, διεύρυνση της αγοράς. Τα συνέδρια αυτά είναι οικονομικός συμφέροντα για τα ξενοδοχεία. Πολύ συχνά πολυεθνικές ενώσεις παραγωγών συνεταιριστικές ακόμα και μεμονωμένοι κατασκευαστές από αυτά τα συνέδρια, προωθούν

τις δημόσιες σχέσεις τους και τελικά τις πωλήσεις τους. Εάν υπάρχει και ο κατάλληλος χώρος μπορεί να γίνει μια έκθεση και να συνοδεύεται από γεύματα και δεξιώσεις. Όλα αυτά έχουν έναν ιδιαίτερα αποδοτικό κύκλο εργασιών και μπορούμε να πούμε ότι τα ξενοδοχεία επιδιώκουν τέτοια συνέδρια. Μια παραλλαγή εμπορικού συνεδρίου είναι ο συνδυασμός Συμποσίου και έκθεσης που μπορεί να πραγματοποιείται κάθε χρόνο και εμφανίζει πρωτοτυπία στη διεξαγωγή της.

Τα εμπορικά συνέδρια πραγματοποιούνται από ενώσεις, εταιρείες, οργανισμούς και μπορεί να γίνουν και από ιδιώτες που αποσκοπούν στην αύξηση του κύκλου εργασιών της επιχείρησής τους.

I.9.B.Επιστημονικά συνέδρια

Τα επιστημονικά συνέδρια, κυρίως τα ιατρικά, μπορούν να έχουν ιδιαίτερη σημασία. Τα πιο πολλά επιστημονικά συνέδρια επαναλαμβάνονται μετά από ένα χρονικό διάστημα. Πολλοί σύνεδροι επιστημονικών συνεδρίων συνδυάζουν διακοπές και συνεχή ενημέρωση για τον κλάδο που ασχολούνται. Τέτοια συνέδρια έχουν ενδιαφέρον καθώς έχουν μεγάλη διάρκεια και προκαλούν ενδιαφέρον και σε επιχειρήσεις για παρουσίαση συναφών προϊόντων με το συνέδριο που συνεπάγεται πρόσθετες εκδηλώσεις και κυρίως εκθέσεις.

Επιχορηγούνται από το κράτος και από τις επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα σχετίζονται με το συνέδριο και κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις από το Υπουργείο Πολιτισμού.

Τα ιατρικά συνέδρια στη χώρα μας είναι τα μεγαλύτερα σε όγκο συμμετοχής, έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό ξένων συνέδρων και είναι τα συνέδρια με το μεγαλύτερο βαθμό συχνότητας. Ακολουθούν αυτά των ανθρωπιστικών, κοινωνικό-πολιτικών, θετικών επιστημών, τεχνολογικών και τέλος νομικών συνεδρίων.

I.9.Γ.Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις (π.χ. συνδικαλιστικές, γυναικείες ενώσεις) και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς.

Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη στρατηγικής τους, η ιδεολογική τοποθέτηση τους, η γνωριμία με τα νέα δεδομένα, λειτουργία και ανάπτυξη τους κ.α.

I.9.Δ.Συνέδρια διεθνών οργανισμών

Οποιοδήποτε κράτος συμμετέχει σε κάποιο διεθνή οργανισμό έχει το δικαίωμα να παίρνει μέρος στα συνέδρια που διοργανώνει ο οργανισμός αυτός. Το χαρακτηριστικό των συνεδρίων αυτών είναι ότι τη φροντίδα της οργάνωσής του την έχει το κράτος-μέλος του οργανισμού.

Η συνήθης ορολογία για τα συνέδρια αυτά είναι «διεθνής διάσκεψη» ή «διεθνής συνδιάσκεψη». Συνήθως γίνονται σε ετήσια βάση, όπως του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας, της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Βασικοί παράγοντες για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής καθώς επίσης και της εξειδικευμένης υποδομής. Επίσης είναι η ύπαρξη κάποιων πολύ σημαντικών στοιχείων όπως οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η κατάλληλη γεωγραφική θέση, τα οποία και θα εξεταστούν αναλυτικά παρακάτω. Η σωστή εκμετάλλευση των στοιχείων μπορεί να προσδώσει ισχυρότητα πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αλλά και του τουρισμού γενικότερα.

Η χώρα μας αν και διαθέτει σημαντικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με πολλές ευρωπαϊκές χώρες (ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και κατάλληλη γεωγραφική θέση), αντιμετωπίζει εδώ και πολλά χρόνια κάποια ουσιαστικά προβλήματα για τα οποία τα τελευταία χρόνια κάνει προσπάθειες, ώστε εάν όχι να τα εξαλείψει, τουλάχιστον να τα μειώσει. Κάποια από τα βασικότερα προβλήματα είναι η φτώχη υποδομή (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, λιμάνια κ.α) και η έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων.

Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς στη διεθνή αγορά και η Ελλάδα θα πρέπει να διεκδικήσει σημαντικό μερίδιο σε αυτόν τον ιδιαίτερα προσοδοφόρο τομέα του τουρισμού. Η χώρα μας λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει είναι σε θέση με ορθολογικό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση σημαντικών διεθνών συνεδρίων.

Π.1 Βασικές υποδομές για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Για να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός σε μια χώρα, επιβάλλεται όχι απλώς να υπάρχει αλλά να βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο η βασική υποδομή όπως: η ύδρευση, το οδικό δίκτυο, το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο, τα αεροδρόμια, τα λιμάνια κ.ά. Τα προαναφερθέντα αποτελούν στοιχεία άκρως απαραίτητα για την ύπαρξη του τουρισμού αρχικά και του συνεδριακού τουρισμού ειδικότερα.

Παλιότερα, τα φυσικά και μόνο στοιχεία τα οποία διέθετε η Ελλάδα (ήλιος και θάλασσα), ήταν αρκετά για να προσελκύσουν ένα μεγάλο αριθμό τουριστών και ανθρώπων, που ήθελαν να συμμετάσχουν σε ένα συνέδριο και να εκμεταλλευτούν ολιγοήμερες διακοπές στη χώρα μας. Σήμερα, κυρίως λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού και της εξέλιξης της τεχνολογίας, τα δεδομένα έχουν αλλάξει. Τώρα οι ξένοι εκτός από φυσική ομορφιά επιθυμούν και εξυπηρέτηση, πόσο μάλλον όταν πρόκειται για την οργάνωση ενός διεθνούς συνεδρίου.

Π.1.Α. Μεταφορές

Ο τομέας των μεταφορών αποτελεί ένα κριτήριο ιδιαίτερης βαρύτητας για την επιλογή του τόπου όπου θα διεξαχθεί ένα συνέδριο. Για να έχει τη δυνατότητα μια χώρα να αναπτυχθεί στο συνεδριακό τομέα επιβάλλεται οι μεταφορές προς, από, αλλά και μέσα στη συγκεκριμένη χώρα να διαδραματίζονται γρήγορα, αποτελεσματικά και απαραίτητως με ποιότητα. Οι πλειοψηφία των συνέδρων είναι πολυάσχολοι άνθρωποι οι οποίοι αναγκάζονται λόγω της δουλειάς τους να πραγματοποιούν αστραπιαία ταξίδια σε διάφορες

χώρες του εξωτερικού. Συνεπώς, τα δρομολόγια θα πρέπει να είναι πάντα στην ώρα τους και η παροχή υπηρεσιών τέτοια, ώστε να ικανοποιεί τις υψηλές απαιτήσεις αυτών των ανθρώπων.

Π.1.Α.α. Αεροπορικό Δίκτυο

Οι σύνεδροι εξαιτίας του περιορισμένου χρόνου που διαθέτουν, ο οποίος δεν τους επιτρέπει πολύωρες μετακινήσεις, στο μεγαλύτερο ποσοστό των αφίξεων τους διακινούνται αεροπορικώς. Οι σύνεδροι χρησιμοποιούν το αεροπλάνο περισσότερο από οποιαδήποτε άλλο μεταφορικό μέσο, κυρίως για την εξοικονόμηση χρόνου (η Ελλάδα απέχει 3:30 με 4:00 ώρες πτήσης από τις πιο μακρινές Ευρωπαϊκές πρωτεύουσες) αλλά και για την άνεση που προσφέρουν τα αεροπορικά ταξίδια. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί ότι σε ένα μεγάλο ποσοστό τα εισιτήρια εκείνων που λαμβάνουν μέρος στα συνέδρια είναι πληρωμένα από τις εταιρίες τους.

Ακολουθεί πίνακας με την διάρκεια απ'ευθείας πτήσης από Αθήνα σε κυριότερες ευρωπαϊκές πόλεις:

Πίνακας Π.1

ΑΠΟ ΑΘΗΝΑ ΠΡΟΣ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΤΗΣΕΙΣ	ΑΠΟ ΑΘΗΝΑ ΠΡΟΣ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΤΗΣΗΣ
ΒΙΕΝΝΗ	2.20΄	ΜΑΔΡΙΤΗ	3.40΄
ΦΡΑΓΚΦΟΥΡΤΗ	2.55΄	ΛΟΝΔΙΝΟ	3.40΄
ΚΟΠΕΓΧΑΓΗ	3.30΄	ΛΑΡΝΑΚΑ	1.30΄
ΠΑΡΙΣΙ	3.15΄	ΖΥΡΙΧΗ	2.40΄
ΛΥΩΝ	3.00΄	ΓΕΝΕΥΗ	2.40΄
ΜΑΣΣΑΛΙΑ	2.50΄	ΒΡΥΞΕΛΕΣ	3.10΄
ΡΩΜΗ	1.55΄	ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ	3.20΄
ΜΙΛΑΝΟ	2.15΄		

Πηγή: Olympic airways

Π.1.Α.β. Οδικό Δίκτυο

Οι σύνεδροι από την στιγμή της άφιξης τους και μετά δρουν ομαδικά και οι μετακινήσεις τους στο εξωτερικό είναι προγραμματισμένες. Για τις μετακινήσεις τους χρησιμοποιείται το οδικό δίκτυο με μεταφορικά μέσα που έχουν τη μορφή τουριστικών λεωφορείων ή ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων. Οι δρόμοι της χώρας μας δεν πληρούν τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές και οι δημόσιες αστικές συγκοινωνίες δεν είναι αρκετά εξυπηρετικές.

Συγκεκριμένα στο Νομό Ηρακλείου έχουν γίνει αλλά και εξακολουθούν να γίνονται κρατικές παρεμβάσεις για την βελτίωση του Βόρειου οδικού άξονα καθώς και άλλων αξόνων προς την ενδοχώρα του νομού. Επίσης και στην είσοδο της πόλης γίνονται βελτιώσεις του οδικού δικτύου. Ωστόσο αυτό δεν σημαίνει ότι η πόλη του Ηρακλείου δεν αντιμετωπίζει σημαντικά κυκλοφοριακά προβλήματα στα οποία σύντομα θα πρέπει να γίνουν και άλλες παρεμβάσεις με σκοπό την περαιτέρω βελτίωση του.

Π.1.Α.γ. Ακτοπλοϊκό Δίκτυο

Ένα άλλο μέσο μεταφοράς αλλά και διαμονής, διατροφής και αναψυχής είναι το πλοίο το οποίο χρησιμοποιείται κυρίως με τη δεύτερη ιδιότητα του παρά με την πρώτη. Αυτό συμβαίνει διότι το πλοίο είναι αφενός πολύ χρονοβόρο ως μέσο μεταφοράς και αφετέρου έχει ελλιπή υποδομή και παρέχει χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών. Αντιθέτως η υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται στα κρουαζιερόπλοια, καθώς και στα ενοικιαζόμενα σκάφη σε συνδυασμό με την ιδιαιτερότητα του ελληνικού θαλασσινού τοπίου, εκτός από ένα απολαυστικό ταξίδι παρέχουν τη δυνατότητα για διοργάνωση συνεδρίων μέχρι και 50-100 ατόμων, ικανοποιώντας και τις πιο υψηλές απαιτήσεις.

Το λιμάνι του Ηρακλείου τα τελευταία χρόνια έχει περιληφθεί στα λιμάνια της χώρας που έχουν προμηθευθεί με κρατικές-ευρωπαϊκές οικονομικές ενισχύσεις. Έτσι έχουν γίνει σημαντικές εργασίες βελτιώσεις στην υποδομή αλλά και στην λειτουργικότητα του (εργασίες εκβάθυνσης του πυθμένα του λιμανιού για την αποφυγή του κινδύνου προσάραξης μεγάλων πλοίων, νέος σταθμός επιβίβασης-αποβίβασης επιβατικού κοινού, περίφραξη του χώρου του λιμανιού).

Και από ιδιωτικής πλευράς έχει δρομολογηθεί από την εταιρεία Minoan Lines γρήγορα αλλά και σύγχρονα επιβατηγά-οχηματαγωγά πλοία που διαθέτουν και χώρους για την τέλεση συνεδριακών εκδηλώσεων. Επίσης με την προσθήκη αυτών των σύγχρονων πλοίων η απόσταση που συνδέει το Ηράκλειο με την πρωτεύουσα μειώνεται κατά σημαντικό βαθμό.

II.2 Εξειδικευμένες υποδομές

Απαραίτητη είναι και η δημιουργία εξειδικευμένης υποδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων με:

- Κατάλληλο σύγχρονο εξοπλισμό
- Σωστή διάταξη των συνεδριακών χώρων.
- Η ποικιλία μεγάλων και μικρών συνεδριακών αιθουσών (break out rooms)
- Η δυνατότητα συνδυασμού περισσότερων αιθουσών.
- Η ύπαρξη χώρου υποδοχής των συνέδρων
- Οι συμπληρωματικοί εκθεσιακοί χώροι.

Επιπροσθέτως η απαραίτητη τεχνολογία είναι αναγκαία. Ορισμένα βασικά στοιχεία του απαιτούμενου εξοπλισμού παρουσιάζονται παρακάτω:

- Καθίσματα και τραπέζια
- Εξέδρες και αναλόγια.
- Ηχητικά συστήματα
- Οθόνες προβολής
- Μηχανήματα προβολής slides
- View graph (προβάλλει τις σημειώσεις του ομιλητή που γράφονται κατά τη διάρκεια της ομιλίας με ειδικό μολύβι πάνω στη γυάλινη οθόνη του μηχανήματος)
- Video.
- Μετα-φραστικές εγκαταστάσεις.
- Μαγνητόφωνα, Η/Υ, φωτοτυπικά μηχανήματα.

Επίσης απαραίτητοι είναι οι βοηθητικοί χώροι κάθε είδους, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείο, ταχυδρομείο, γραφείο εξυπηρέτησης συνεδρίου κ.λ.π. Επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης

χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου ή της περιφέρειας και όχι μόνο.

Π.3 Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες

Τα κλιματολογικά στοιχεία ασκούν ισχυρή έλξη στους μελλοντικούς συνέδρους μιας περιοχής αλλά και στους τουρίστες γενικότερα. Ποιός είναι εκείνος ο οποίος μετά από ένα κουραστικό συνέδριο δεν επιθυμεί να κάνει μια βόλτα ή ακόμα αν προλαβαίνει μια μικρή εκδρομή, απολαμβάνοντας τον ήλιο. Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις πόλεις της Ελλάδας και η υψηλή μέση μηνιαία θερμοκρασία σε σχέση με αυτήν που επικρατεί σε άλλες πόλεις της Ευρώπης κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μαρτίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας.

Παραθέτουμε την μέση μηνιαία θερμοκρασία σε διάφορες ελληνικές και ξένες πόλεις:

Πίνακας Π.2

ΠΟΛΕΙΣ	1^{ος}	2^{ος}	3^{ος}	4^{ος}	5^{ος}	6^{ος}	7^{ος}	8^{ος}	9^{ος}	10^{ος}	11^{ος}	12^{ος}
ΑΘΗΝΑ	9,3	10,0	11,4	15,5	20,2	24,7	27,5	27,5	24,6	18,8	14,9	11,1
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	12,3	12,5	13,8	16,8	20,4	24,4	26,4	26,4	23,6	20,3	17,2	13,9
ΚΩΣ	12,1	12,2	13,3	16,5	20,3	24,0	25,6	26,0	23,7	20,1	16,9	13,7
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	5,0	6,5	9,4	14,4	19,9	24,2	26,6	26,3	24,7	16,0	11,5	7,1
ΠΑΤΡΑ	9,8	10,4	12,1	15,8	19,9	23,9	26,5	26,7	23,4	19,0	14,7	11,2
ΡΟΔΟΣ	11,6	12,0	13,3	16,6	20,6	25,0	27,2	27,6	24,9	20,4	16,4	13,2
ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ	10,0	9,5	11,0	11,0	13,5	16,0	21,0	22,0	20,0	17,0	14,0	10,0
ΜΑΔΡΙΤΗ	4,5	9,0	9,0	11,5	13,5	20,0	22,0	23,0	18,0	12,5	18,5	5,0
ΜΙΛΑΝΟ	0,5	3,0	7,0	11,5	15,5	22,0	22,0	20,5	17,0	11,5	6,0	2,0
ΡΩΜΗ	6,0	7,5	9,5	12,0	18,5	21,5	24,0	27,0	21,5	17,5	12,5	10,5
ΝΙΚΑΙΑ	7,5	8,0	10,0	13,0	13,5	18,5	20,5	19,0	19,0	15,0	10,5	8,5
ΠΑΡΙΣΙ	2,5	4,0	6,5	9,5	13	15,5	17,0	17,0	14,5	10,5	6,0	3,5
ΛΟΝΔΙΝΟ	5,5	5,5	7,5	8,5	12,5	14,5	14,5	15,5	14,5	12,0	6,5	7,5

Πηγή: Δρ. Περικλή Ν. Λύτρα, "Λεξικό Τουριστικών Όρων"

Π.4 Πολιτιστική κληρονομιά

Η πολιτιστική κληρονομιά είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο για την χώρα μας. Τα πλούσια πολιτιστικά στοιχεία που είναι διάσπαρτα σε όλο τον Ελλαδικό χώρο (αρχαιολογικά μνημεία, ιστορικοί χώροι, παραδοσιακοί χοροί, παραδοσιακή κουζίνα κ.α) αποτελούν παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Το γεγονός αυτό ενισχύεται αν λάβει κανείς υπόψη ότι οι περισσότεροι συνέδριοι είναι μορφωμένοι άνθρωποι, οι οποίοι συνήθως δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον πολιτιστικό τομέα.

Η πολιτιστική κληρονομιά και ειδικότερα η διασύνδεση με ιστορικά πρόσωπα και γεγονότα αποτελεί κίνητρο στη διοργάνωση συνεδρίων στις περιοχές αυτές με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στους τόπους αυτούς.

Ένας συνέδρος που μετέχει σε κάποιο συνέδριο που πχ λαμβάνει χώρα στο Νομό Ηρακλείου έρχεται σε επαφή με τον Μινωικό πολιτισμό επισκεπτόμενος το ανάκτορο της Κνωσού, την Φαιστό, την Γόρτυνα, το αρχαιολογικό μουσείο της πόλης του Ηρακλείου καθώς και μια άλλη πληθώρα αρχαιολογικών αλλά και νεωτέρων μνημείων και

αξιοθεάτων που βρίσκονται σε όλο το νομό.Επίσης ο κάθε σύνεδρος μπορεί να έρθει σε έπαφη με τον παραδοσικό τρόπο ζωής τον κατοίκων των διάσπαρτων χωριών και να γνωρίσει την Κρητική κουλτούρα,την φημισμένη Κρητική κουζίνα και τον παραδοσιακό τρόπο γλεντιού και ξεφαντώματος καθώς θα τον περιβάλλει η Κρητική φιλοξενία.

II.5 Γεωγραφική θέση

Η τοποθεσία μιας χώρας αποτελεί κύριο παράγοντα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.Ένα απο τα πρώτα στοιχεία που εξετάζονται απο τους αρμοδίους είναι ο τόπος διεξαγωγής του.Για παράδειγμα για ένα συνέδριο στο οποίο θα συμμετάσχουν άνθρωποι απο διάφορες χώρες της ευρώπης,θα πρέπει αυτό να πραγματοποιηθεί σε μια σχετικά κοντινή χώρα η οποία και σαφέστατα θα πρέπει να πληρεί και τις διάφορες προϋποθέσεις για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου.

Η χώρα μας κατέχει σημαντικότερη γεωγραφική θέση και αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη,την Ασία και την Αφρική και αυτομάτως την καθιστά εν δυνάμει κέντρο για συνεδριακό τουρισμό.Πέρα απο αυτό η Ελλάδα ανήκει στα βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το γεγονός αυτο την καθιστά σημαντικό κέντρο οργάνωσης συνεδρίων Ευρωπαϊκών,Μεσογειακών και Διαβαλκανικών.

II.6 Έγκαιρη πληροφόρηση για θέματα συνεδριακού τουρισμού

Η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει να αναπτύξει το συνεδριακό τουρισμό,πέρα απο το γεγονός ότι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλκυση ενδιαφερόμενων πελατών,θα προβάλλει παράλληλα και την ίδια στο εξωτερικό σαν χώρα Συνεδριακού τουρισμού.(Ηγουμενάκης,1991)Το συγκεκριμένο στοιχείο θα μπορούσε να συμπεριληφθεί και στη διαφήμιση,επειδή μέσω αυτής θα πραγματοποιηθεί και η έγκαιρη πληροφόρηση για θέματα συνεδριακού τουρισμού.

Σ'αυτόν τον τομέα η χώρα μας δεν έχει δυστυχώς αναπτυχθεί αρκετά,κυρίως λόγω της έλλειψης προγραμματισμού και σωστής οργάνωσης.Δεν υπάρχει καμμία διαδικασία από το κράτος που να βοηθάει στην έγκαιρη ενημέρωση σε θέματα συνεδριακού χαρακτήρα.Οι μόνες ενέργειες ενημέρωσης πραγματοποιούνται από μεμονωμένους επιχειρηματίες ή οργάνώσεις που εξυπηρετούν τα δικά τους συμφέροντα.

Η έγκαιρη πληροφόρηση,προσδίδει μια σοβαρότητα και υπευθυνότητα από την πλευρά της χώρας ή και ειδικότερα του επιχειρηματία που διοργανώνει ένα συνέδριο.Δημιουργεί μια έντονη εντύπωση καλής οργάνωσης και προετοιμασίας ενός συνεδρίου.Επίσης δίνει ένα χρονικό περιθώριο στους ενδιαφερόμενους να πληροφορηθούν για όλες τις λεπτομέρεις ενός συνεδρίου και να προγραμματίσουν τον χρόνο τους ανάλογα.

II.7 Ειρηνικό κλίμα(πολιτική ζωή)

Βασική προϋπόθεση που σαφέστατα επηρεάζει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αλλά και του τουρισμού γενικότερα είναι η ύπαρξη ειρηνικού κλίματος.Για να επισκεφτεί ένας τουρίστας μια ξένη χώρα για οποιονδήποτε λόγο,πρέπει να νοιώθει ασφαλής στη χώρα αυτή.Εμπόλεμες καταστάσεις ή διαφόρων ειδών πολιτικές αστάθειες στο συγκεκριμένο προορισμό δρούν ως απωθητικοί παράγοντες για τον τουρισμό γενικότερα και τον συνεδριακό τουρισμό ειδικότερα.

Η αστάθεια στα Βαλκάνια,οι σχέσεις της χώρας μας με την Τουρκία,τα εσωτερικά προβλήματα που ταλανίζουν επι καθημερινής βάσεως πλέον την ελληνική κοινωνία(βλέπε

απεργίες για το νέο ασφαλιστικό, κλείσιμο δρόμων, κτλ) είναι αρνητικοί παράγοντες και οι εξελίξεις στο μέλλον απρόβλεπτες.

II.8 Διαφήμιση

Σημασία έχει να προβληθεί με τον σωστό τρόπο η εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων όπως με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με κατάλληλους χώρους, με τον σωστό εξοπλισμό για τη διεξαγωγή συνεδρίων, με την απαραίτητη και εξειδικευμένη υποδομή με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα κ.α. Όσο και αν βελτιωθεί η υποδομή, αν δεν γίνουν οι σωστές ενέργειες και η αντίστοιχη κατάσταση στρατηγικού μάρκετινγκ, με στόχο τη διαφήμιση της χώρας μας ως συνεδριακού προορισμού, τότε το αποτέλεσμα δεν θα είναι το αναμενόμενο. Μια οργανωμένη και δυναμική διαφημιστική εκστρατεία, θα ενημερώσει τους μελλοντικούς συνέδρους για τη δυνατότητα συνδυασμού των συνεδρίων που διαθέτει η Ελλάδα.

II.9 Στρατηγική και Marketing Plan

Πρέπει να υπάρχει συγκεκριμένη στρατηγική και σωστό marketing plan, ώστε ο συνεδριακός τουρισμός να έχει την κατάλληλη προσέγγιση που του αρμόζει για να ανπτυχθεί δυναμικά σε μια συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά όπως η σημερινή τουριστική αγορά. Σχεδόν όλες οι Ευρωπαϊκές χώρες που διεξάγουν συνέδρια, χαράζουν και ακολουθούν συγκεκριμένη στρατηγική και marketing plan για την προσέλκυση ατόμων, στη διοργάνωση αλλά και την πραγματοποίηση των συνεδρίων. Στην Ελλάδα, ο καθένας λειτουργεί αυθαίρετα και με τον τρόπο που επιθυμεί, γι' αυτό άλλωστε τα βήματα στο συνεδριακό τουρισμό πραγματοποιούνται με βήματα χελώνας. Πιο συγκεκριμένα δεν υπάρχει κανένας προγραμματισμός ή μεθόδευση δραστηριοτήτων (από το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα), που να επιτρέπει την υγιή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

II.10 Επαγγελματίες οργανωτές και διοργανωτές συνεδρίων

Η γνώση για την σωστή οργάνωση, υποστήριξη και προβολή των συνεδρίων είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Αυτό επιβάλλει την προετοιμασία ικανών και εξειδικευμένων στελεχών, που θα αναλάβουν τη μεγάλη αυτή προσπάθεια, η οποία απαιτεί συνεργασία σε ολόκληρο το φάσμα της συνεδριακής δραστηριότητας από τους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων μέχρι τους πωλητές και τεχνικούς υποστήριξης σε κάθε ξενοδοχείο. Στην Ελλάδα πολλοί ανειδίκευτοι στο τομέα αυτό διοργανώνουν συνέδρια χωρίς καμία υποδομή με αποτέλεσμα να βλάπτεται ο συνεδριακός τουρισμός και γενικότερα η εικόνα της χώρας. Το φαινόμενο αυτό εντοπίζεται τα τελευταία χρόνια εξ' αιτίας της μείωσης ενός μέρους εργασιών του τουριστικού κλάδου, που οδήγησε πολλά γραφεία στο να υιοθετήσουν τη διοργάνωση συνεδρίων σαν μια σημαντική ευκαιρία για το "εύκολο" κέρδος.

Στην πραγματικότητα όμως, για να ασχοληθεί κάποιος με ένα συνέδριο πρέπει να ξέρει από που να αρχίσει, που να τελειώσει και να έχει τη δυνατότητα να ελέγχει την παραμικρή λεπτομέρεια. Όλοι αυτοί, οι μη επαγγελματίες προκαλούν αθέμιτο ανταγωνισμό, γιατί προσφέρουν χαμηλότερες τιμές από τους επαγγελματίες, που πρέπει να συντηρούν γραφεία με μόνιμο προσωπικό, το οποίο άλλωστε έχει την δυνατότητα να σηκώσει το βάρος της σωστής διοργάνωσης ενός συνεδρίου. Επίσης, οι μη επαγγελματίες δεν πληρώνουν φόρους και η φοροδιαφυγή υπολογίζεται σε πολλά εκατομμύρια ευρώ. Μια

αποτελεσματική πρόταση για το παραπάνω θα ήταν η θεσμοθέτηση του επαγγέλματος του οργανωτή συνεδρίων.

Π.11 Ξενοδοχεία

Είναι πολύ σημαντικό για μια χώρα να διαθέτει πρόσφατα στοιχεία του ξενοδοχειακού της δυναμικού. Έτσι μπορεί να εντοπίσει κανείς που υπάρχουν ελλείψεις και να λάβει τα ανάλογα μέτρα για να καλύψει τυχόν κενά. Επιπροσθέτως, γνωρίζοντας το ξενοδοχειακό δυναμικό των υπόλοιπων χωρών, μπορεί να κάνει διάφορες συγκρίσεις που θα την βοηθήσουν σε κάποιες πολύ σημαντικές αποφάσεις, αλλά και στην γενικότερη πορεία της σε θέματα τουρισμού.

Π.11.Α. Ξενοδοχειακό δυναμικό

Ο συνεδριακός τουρισμός χρειάζεται πολλά αλλά προπάντων καλά ξενοδοχεία προκειμένου να φιλοξενήσει τους συνέδρους. Ένα διεθνές συνέδριο π.χ των 7.000 ατόμων χρειάζεται αντίστοιχα και 7000 κλίνες σε πολυτελές ή Α' τουλάχιστον κατηγορίας ξενοδοχείο. Η χώρα ή ο προορισμός που επιθυμεί την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού πρέπει να διαθέτει και την ανάλογη ξενοδοχειακή υποδομή.

Π.11.Β. Ποιοτικές υπηρεσίες απο ξενοδόγους

Αρκετά ξενοδοχεία παρά τη βελτίωση τους τα τελευταία χρόνια και την παροχή ειδικά διαμορφωμένων αιθουσών, δυσκολεύονται να προσφέρουν επαρκείς υπηρεσίες στους συνέδρους. Τα συγκεκριμένα καταλύματα θα πρέπει να προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες και προϊόντα, καθώς επίσης και να είναι κατάλληλα εξοπλισμένα ώστε να καλύψουν τις ανάγκες αυτής της εξειδικευμένης πελατείας (π.χ. fax στο δωμάτιο). Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι τα ξενοδοχεία που έχουν δημιουργήσει ένα όνομα στον συγκεκριμένο χώρο ελέγχοντας ένα αρκετά σημαντικό κομμάτι της πίτας του συνολικού κύκλου των συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα ετησίως είναι πολύ λίγα.

Στο νομό Ηρακλείου και συγκεκριμένα στην Χερσόνησο η εταιρεία που δραστηριοποιείται έντονα όσο αφορά τα συνέδρια είναι η maris hotels. (terra maris, creta maris, silva maris)

Π.11.Γ. Προγραμματισμός

Η ορθολογική ανάπτυξη σε οποιονδήποτε τομέα και αν αναφέρεται για να επιτευχθεί χρειάζεται σωστή παιδεία και μακροχρόνιο προγραμματισμό. Χρειάζεται ολοκληρωμένο πρόγραμμα συνεδριακής τουριστικής πολιτικής, με καθορισμό συγκεκριμένων και εφικτών στόχων με βραχυπρόθεσμα όρια, καθώς και εξεύρεση των συγκεκριμένων ενεργειών και μεθόδων που πρέπει να ακολουθηθούν ώστε να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι μέσα στα χρονικά όρια που θα έχουν οριστεί. Όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα δεν υπάρχει κανένα είδος προγραμματισμού που να συντονίζει και να καθοδηγεί τις διάφορες ενέργειες του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα.

Π.12 Αναπτυξιακά μέτρα στον ελληνικό τουρισμό

Μέσα στην πενταετία που ακολουθεί πολιτεία και επιχειρήσεις έχουν ήδη δρομολογήσει την υλοποίηση μιας σειράς αναπτυξιακών πρωτοβουλιών οι οποίες αναμένεται να οχυρώσουν τον ελληνικό(συνεδριακό) τουρισμό και το τουριστικό προϊόν με επιπλέον ποιοτικές προδιαγραφές και σημαντικά έργα υποδομής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΤΑΣΗ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ-ΒΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΟΥΝ ΚΑΙ ΝΑ ΥΛΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

III.1 ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Ο Συνεδριακός τουρισμός είναι μια από τις πιά κερδοφόρες μορφές τουρισμού με πολλαπλά οφέλη. Οι χώρες οι οποίες εκτίμησαν και εκμεταλλεύτηκαν τα πλεονεκτήματα αυτής της μορφής τουρισμού πρώτες, απολαμβάνουν τώρα τα οφέλη αυτά. Ο βασικότερος λόγος που η χώρα μας επιβάλλεται να αναπτύξει τον συνεδριακό τουρισμό είναι ότι αυτός βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Είναι γνωστό σε όλους μας ότι η χώρα μας πάσχει από το πρόβλημα της εποχικότητας.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που φημίζεται για τον ήλιο και την θάλασσα και οι περισσότεροι τουρίστες την επισκέφονται την περίοδο Ιούνιο-Αύγουστο. Το υπόλοιπο διάστημα ο τουριστικός κλάδος μένει σε αδράνεια δημιουργώντας φυσικά κάποια προβλήματα και επιπλοκές όπως είναι το υψηλό κόστος συντήρησης των ξενοδοχείων την περίοδο που αυτά είναι κλειστά και η ανεργία (εποχιακό προσωπικό). Η Ελλάδα έχει μεγάλες προοπτικές για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ο οποίος κατά κύριο λόγο αναπτύσσεται τη χειμερινή περίοδο βοηθώντας έτσι στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Παρακάτω θα εξετάσουμε ένα προς ένα τα διάφορα οφέλη (οικονομικά και μή) για να δούμε πως επηρεάζουν ένα συγκεκριμένο προορισμό, μια χώρα.

III.1.A. Υψηλό οικονομικό επίπεδο

Το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες είναι άτομα μέσου και ανωτέρου εισοδήματος κάνει τον συνεδριακό τουρισμό πολύ ελκυστικό. Αυτό σημαίνει ότι οι συγκεκριμένοι άνθρωποι ξοδεύουν τα διπλάσια χρήματα από τον τουρίστα μέσου οικονομικού επιπέδου. Συνήθως πρόκειται για υψηλόβαθμα στελέχη επιχειρήσεων που σε πολλές περιπτώσεις έχουν όλα τα έξοδα τους πληρωμένα. Φανταστείτε λοιπόν τα οικονομικά οφέλη μιας περιοχής από την προσέλευση πχ 8.000 συνέδρων. Παρακάτω θα δούμε ότι πολλοί από τους συνέδρους επίσης συνοδεύονται.

III.1.B. Υψηλό μορφωτικό επίπεδο

Σημαντικό χαρακτηριστικό του συνεδριακού τουρισμού που αποτελεί και πλεονέκτημα είναι το γεγονός ότι οι περισσότεροι σύνεδροι είναι άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Αυτό σημαίνει ότι έχουν ιδιαίτερα αυξημένο ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά, ιστορικά και αρχαιολογικά στοιχεία της χώρας μας. Συνεπώς μετά το πέρας των συνεδρίων αυτοί οι άνθρωποι μπορούν να επισκεφτούν διάφορα μουσεία και αρχαιολογικά μνημεία της Ελλάδας διαμέσου οργανωμένων εκδρομών. Η ύπαρξη τέτοιων μνημείων σε μια χώρα αποτελεί σημαντικό κίνητρο για τους συνέδρους και παράλληλα η επίσκεψη στους αρχαιολογικούς χώρους αυξάνει τα έσοδα της περιοχής αυτής.

III.1.Γ.Η συνόδευση των συνέδρων

Ένα από τα ισχυρά πλεονεκτήματα του συνεδριακού τουρισμού είναι ότι αρκετοί από τους συνέδρους συνοδεύονται. Έτσι ένα συνέδριο 8.000 ατόμων φέρνει στην περιοχή 12.000 έως 14.000 άτομα! Τα πρόσωπα που συνοδεύουν τους συνέδρους έχουν συνήθως περισσότερο ελεύθερο χρόνο, γι αυτό και δημιουργούν μεγάλους τζίρους στην περιοχή με την διαμονή στο ξενοδοχείο υψηλής κατηγορίας, με τα ψώνια, την εστίαση, τις μετακινήσεις, τις επισκέψεις σε εκθέσεις ή μουσεία κ.α. Από τη μέχρι τώρα διεθνή εμπειρία που αφορά συνέδρια μη υποχρεωτικής συμμετοχής διαπιστώνεται ότι τρεις στους δέκα συνέδρους συνοδεύονται. (Κραβαρίτης, 1992)

Να σημειωθεί ακόμα ότι το συνέδριο ακολουθεί πάντα προσωπικό υποστήριξης (τεχνικοί, εκθέτες κ.α.). Τα συγκεκριμένα άτομα αφήνουν επίσης χρήματα στην περιοχή αλλά κατά κεφαλήν λιγότερα από εκείνους ή εκείνες που συνοδεύουν τους συνέδρους. Ο κυριότερος λόγος είναι ότι το προσωπικό υποστήριξης είναι χαμηλότερου εισοδηματικού επιπέδου από τα συνοδεύοντα πρόσωπα και ότι έχουν λιγότερο ελεύθερο χρόνο καθώς τις περισσότερες ώρες εργάζονται για τη διεξαγωγή του συνεδρίου.

III.1.Α.Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να προσφέρει πολλά στον ελληνικό τουρισμό καθώς έχει τη δυνατότητα να μειώσει σημαντικά τις επιπτώσεις που δημιουργούνται από το έντονο πρόβλημα της εποχικότητας. Το σημαντικό του χαρακτηριστικό και πλεονέκτημα του συνεδριακού τουρισμού είναι ότι κατανέμεται χρονικά σε όλη τη διάρκεια του έτους. Συγκεκριμένα τα περισσότερα συνέδρια γίνονται τους μήνες Μάιο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο και Νοέμβριο, μήνες που βρίσκονται εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου.

Η χώρα μας πρέπει να εκμεταλλευτεί στο μέγιστο τη σημαντική αυτή δυνατότητα που της δίνεται, να βελτιώσει και να διαφοροποιήσει το τουριστικό της προϊόν μέσα από μια τόσο δυναμικά αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, όπως είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Ο τουρίστας έχει γίνει πιο εκλεκτικός και απαιτητικός και αναζητεί ένα πληρέστερο τουριστικό προϊόν που να χαρακτηρίζεται από την υψηλή ποιότητα. Η πατρίδα μας πρέπει να συμμορφωθεί το γρηγορότερο με τις νέες αυτές τάσεις της αγοράς και να προσπαθήσει να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν.

III.1.Ε.Μέγιστη αξιοποίηση Ξενοδοχειακών χώρων

Ένα ξενοδοχείο για να είναι κερδοφόρο πρέπει να λειτουργούν όλα του τα τμήματα (π.χ. μπαρ, εστιατόριο, γυμναστήριο κ.α) σε ικανοποιητικό βαθμό. Αν κάποια από αυτά δεν λειτουργεί καθόλου ή υπολειτουργεί μπορεί να δημιουργήσει ζημιά στο ξενοδοχείο. Το γεγονός ότι η διοργάνωση συνεδρίων προσφέρει τη μέγιστη αξιοποίηση κάθε ξενοδοχειακού χώρου κατά τη διάρκεια της ημερολογιακής χρονιάς, καθιστά ακόμα σημαντικότερη την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Τα συνέδρια, όπως είπαμε, διοργανώνονται κυρίως εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου. Οι περισσότεροι σύνεδροι πέραν από την παρακολούθηση του συνεδρίου αρέσκονται στο να "εκμεταλλεύονται" και να απολαμβάνουν σχεδόν κάθε επιπλέον παροχή ή δραστηριότητα του ξενοδοχείου. Οι άνθρωποι αυτοί προσπαθούν όσο το δυνατόν μπορούν να συνδυάσουν το επιχειρηματικό τους ταξίδι με τη διασκέδαση και τις διακοπές. Επομένως, προσπαθούν να εμπλουτίσουν τη διαμονή τους με διάφορες διασκεδαστικές δραστηριότητες όπως ένα ποτό στο μπαρ, μασάζ, γυμναστήριο, πισίνα

κ.α.Είναι ευνόητο το πόσο σημαντικό είναι αυτό για μια ξενοδοχειακή μονάδα και την αύξηση του εισοδήματός της.

III.1.ΣΤ.Σημαντικά τα κέρδη των συνεδρίων

Η διοργάνωση ενός συνεδρίου δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση.Χρειάζεται μια δύσκολη και απαιτητική προεργασία και διαδικασία για αυτό το λόγο και το κόστος για την οργάνωση του είναι ιδιαίτερα υψηλό.Για παράδειγμα,ο τζίρος ενός συνεδρίου των 1000 ατόμων ξεπερνά συχνά τα 600 εκατομμύρια € και τα συνέδρια των 8.000-10.000 ατόμων ξεπερνούν τα 3 δισεκατομμύρια €.Στην Ελλάδα η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στο Α.Ε.Π αλλά και στην γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας είναι πολύ σημαντική.

III.1.Ζ.Συνδυασμός άλλων εκδηλώσεων

Απαραίτητο στοιχείο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού πέρα από το ίδιο το συνέδριο είναι η στήριξη από διάφορους άλλους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας.Η διοργάνωση ενός συνεδρίου μπορεί να συνδυαστεί με πολιτιστικές εκδηλώσεις,εκδρομές,σπορ και άλλες δραστηριότητες.Ως εκ τούτου δραστηριοποιεί και επαγγελματίες άλλων κλάδων.Πέρα από τη συνεδριακή δραστηριότητα αυτή καθ'αυτή,ο συνεδριακός τουρισμός δημιουργεί ενδιαφέροντα και για ενεργητικό τουρισμό.Σε αυτά τα ενδιαφέροντα συγκαταλέγονται οι κρουαζιέρες,το γκόλφ,ο τουρισμός περιπέτειας, κ.α.

Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται παράλληλα με την περιήγηση αξιοθεάτων και κυρίως αρχαιολογικών χώρων και μνημείων,γεγονός που συνεπάγεται έσοδα για τις επιχειρήσεις που συμπληρώνουν την τουριστική προσφορά στον τομέα αυτό.

III.1.Η.Βελτίωση του image της Ελλάδας

Αν αξιοποιηθεί σωστά ο συνεδριακός τουρισμός,έχει αναμφίβολα τη δύναμη όχι μόνο να βελτιώσει το image της Ελλάδας αλλά και να αναβαθμίσει τη χώρα γενικότερα.

- Αυτή η μορφή τουρισμού συμβάλλει στην προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου,σε ανάλογο με αυτό επίπεδο(τοπικό,περιφερειακό,εθνικό,διεθνές,παγκόσμιο).
- Στα μεγάλα συνέδρια με εθνικές διαστάσεις,αφού οι σύνεδροι είναι άτομα κύρους που μπορούν να επηρεάσουν κέντρα αποφάσεων στη χώρα τους,γίνονται "όχημα" για την πολιτιστική προβολή του τόπου,που τους φιλοξένησε.
- Ο συνεδριακός τουρισμός επιτρέπει ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνέδρων που λόγω της υψηλής κοινωνικής και οικονομικής θέσης τους αποτελούν σημαντικό διαφημιστικό "μοχλό".
- Δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων αλλά και για νέες επισκέψεις των συνέδρων στον τόπο με άλλη σύνθεση και ιδιότητα.

III.1.Θ.Διασπορά τουριστικής κίνησης

Εκτός του γεγονότος ότι ο συνεδριακός τουρισμός επιτρέπει τη διασπορά της τουριστικής κίνησης σε ένα ευρύτερο χρονικό πλαίσιο διευρύνει επίσης την επίσκεψη των συνέδρων γεωγραφικά σε μια χώρα.Πέρα από τους καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς ένα συνέδριο μπορεί να κατευθύνει τουρίστες σε μη κατ'ανάγκη παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς.Αρκεί φυσικά να υπάρχει η απαραίτητη συνεδριακή υποδομή.

III.1.I. Προώθηση προϊόντων και νέες επαφές

Ένα συνέδριο είναι μια ευκαιρία για προώθηση νέων προϊόντων, δημιουργία νέων επαφών και επαγγελματικών σχέσεων. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι συνέδριοι ανήκουν στον ίδιο ή παραπλήσιο οικονομικό κλάδο. Συνεπώς οι επαφές που πιθανόν να γίνουν θα έχουν επαγγελματικό ενδιαφέρον και πολύ πιθανόν να συντελέσουν ή να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και εξέλιξη μιας επιχείρησης ή ενός μεμονωμένου επιχειρηματία.

Η συμμετοχή μιας εταιρείας σε ένα συνέδριο μπορεί να συμβάλλει στη διεύρυνση της αγοράς του προϊόντος που θέλει να προωθήσει. Αυτό συμβαίνει γιατί μέσω μιας τέτοιας συνάντησης μπορεί κανείς να ενημερωθεί και να πάρει πληροφορίες για εταιρείες και προϊόντα που δεν γνώριζε. Συνοπτικά ένα συνέδριο βοηθάει πολύ στις δημόσιες σχέσεις και στην προώθηση μιας εταιρείας, ενός προϊόντος κ.ά.

III.1.K. Τα οφέλη για την ξενοδοχειακή υποδομή

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

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

III.2 ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Για να αυξήσει η Ελλάδα το μερίδιο της συνεδριακής της αγοράς πρέπει οπωσδήποτε να προβεί σε κάποιες απαραίτητες και καθοριστικές ενέργειες. Μόνο αν ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα θα καταφέρει σταδιακά η χώρα μας να συναγωνιστεί τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Η Ελλάδα μπορεί να διαθέτει πολλές φυσικές και πολιτιστικές ομορφιές αλλά στη σύγχρονη εποχή την οποία διανύουμε αυτό δεν είναι αρκετό.

Για να προσελκύσουμε έναν απαιτητικό σύνεδρο πρέπει να προσαρμόσουμε ανάλογα το τουριστικό μας προϊόν. Αυτό βέβαια δεν μπορεί να γίνει από την μία στιγμή στην άλλη αλλά ύστερα από διαδοχικές σταθερές βελτιώσεις και αναβαθμίσεις σε θέματα όπως είναι η βασική και εξειδικευμένη υποδομή, οι νομοθετικές ρυθμίσεις, η εκπαίδευση του προσωπικού, η διοργάνωση συνεδρίων από επαγγελματίες κ.ά.

III.2.A. Συνεδριακά κέντρα

Μέχρι τώρα έχουμε αναφέρει αρκετές φορές την ανάγκη δημιουργίας συνεδριακών κέντρων στη χώρα μας. Λόγω των πλεονεκτημάτων που μας δίνει η πρωτεύουσα ως σημείο διεθνούς πρόσβασης που συγκεντρώνει ένα μεγάλο αριθμό πολυεθνικών εταιρειών, αλλά και με σημαντικό ιστορικό πλούτο, η χώρα μας έχει σημαντικές προοπτικές προσέλκυσης μεγάλων διεθνών συνεδρίων. Δεν μπορούμε να μιλάμε για συνεδριακό τουρισμό και να επιθυμούμε μερίδιο αυτής της προσοδοφόρας αγοράς, εφόσον η Ελλάδα δεν διαθέτει ούτε

ένα ανάλογο,άρτια εξοπλισμένο χώρο για να φιλοξενήσει ένα πολυπληθές διεθνές συνέδριο.Πρέπει να αποτελέσει άμεση προτεραιότητα η κατασκευή συνεδριακών κέντρων στη πρωτεύουσα και στις μεγάλες επαρχιακές πόλεις όπως το Ηράκλειο.Επιβάλλεται να δοθούν ελκυστικά κίνητρα για ιδιωτικές επενδύσεις σε αυτόν τον τομέα μια και το κράτος και η τοπική αυτοδιοίκηση αδυνατούν να τα κατασκευάσουν.

Ένα συνεδριακό κέντρο με ανάλογο εκθεσιακό τμήμα που θα προβλέπει όλους τους αναγκαίους χώρους για τεχνική και διοικητική υποστήριξη,εστίαση και αναψυχή των συνέδρων,σύμφωνα με τις προδιαγραφές που προβλέπονται απο την κοινή απόφαση των υπουργών εθνικής οικονομίας και Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε καταλαμβάνει επιφάνεια κτιρίου της τάξεως των 50.000 τ.μ.

III.2.B.Δημόσιος τομέας

Ακολουθούν κάποιες προτάσεις που μπορεί να αναλάβει το κράτος με στόχο την αναβάθμιση του συνεδριακού τουρισμού:

III.2.B.α.Νομικό πλαίσιο

Να προχωρήσει η θέσπιση του απαραίτητου νομικού πλαισίου για τους οργανωτές.Θα πρέπει να υπάρχουν οι αντίστοιχες νομοθετικές ρυθμίσεις που θα διευκολύνουν,συντονίζουν,ελέγχουν και αξιολογούν τις διάφορες ενέργειες των οργανωτών συνεδρίων.Αν δεν υπάρχει ένα σωστά θεσμοθετημένο νομοθετικό υπόβαθρο,ο κάθε ένας θα ενεργεί κατά την προσωπική του βούληση βλάπτοντας τον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και κατ'επέκταση την εικόνα της χώρας μας.Οι νόμοι υπάρχουν ακριβώς για να βάζουν σε τάξη κάποια πράγματα δίνοντας τους μια σωστή κατεύθυνση και οδηγώντας τα προς έναν επιθυμητό στόχο.

III.2.B.β.Τουριστική πολιτική

Να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί μια συγκεκριμένη,εξειδικευμένη και πολυδιάστατη τουριστική πολιτική που θα ενισχύσει τη διεθνή ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας.Η πολιτική αυτή θα πρέπει να χαραχθεί με ιδιαίτερη προσοχή και ύστερα από εκτεταμένη έρευνα,ούτως ώστε να βγει και το επιθυμητό αποτέλεσμα.Μέχρι τώρα το κράτος λειτουργούσε απρογραμμάτιστα σε θέματα συνεδριακού τουρισμού.Πλέον εφόσον θέλουμε να προετοιμαστούμε κατάλληλα,θα πρέπει να καταστρωθεί η ανάλογη πολιτική για τα θέματα συνεδριακού τουρισμού.

III.2.B.γ.Ανάδειξη του πολιτισμού

Η σωστά προγραμματισμένη και οργανωμένη ανάδειξη του πολιτισμού αδιαμφισβήτητα θα ενισχύσει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αλλά και του τουρισμού γενικότερα.Άλλωστε ο συνεδριακός τουρισμός συνδιάζεται με την μόρφωση και την ψυχαγωγία.Πρέπει να υπάρχει στενή συνεργασία των υπουργείων ανάπτυξης και πολιτισμού,ούτως ώστε μέσα από τις αρχαιότητες της χώρας να προβληθεί και ο συνεδριακός τουρισμός.Το πλούσιο παρελθόν της χώρας μας είναι κάτι για το οποίο υπερηφανευόμαστε και το οποίο πρέπει να αναδείξουμε με τον καλύτερο τρόπο προσέχοντας παράλληλα και τη διαφύλαξη του.

III.2.B.δ.Ενιαίος συνεδριακός φορέας

Πρέπει να δημιουργηθεί ένας ενιαίος φορέας,ο οποίος θα συντονίζει τις διάφορες υπηρεσίες οι οποίες ασχολούνται με τα συνέδρια.Έτσι θα διευκολυνθούν οι διοργανωτές των οποίων το έργο είναι δύσκολο και απαιτητικό,ενώ προϋποθέτει σημαντικές ικανότητες.Μην ξεχνάμε πως για να πραγματοποιηθεί ένα συνέδριο πρέπει να ληφθούν υπόψη όλα τα στοιχεία της διοργάνωσης,μέχρι και την τελευταία λεπτομέρεια.

III.2.B.ε.Δημιουργία μητρώου συνεδρίων

Επιβάλλεται να δημιουργηθεί ένα μητρώο συνεδρίων.Δηλαδή να είναι κατοχυρωμένα σε αρχεία όλα τα συνέδρια που διεξάγονται στην Ελλάδα και γενικότερα η πορεία του συνεδριακού τουρισμού.Πρέπει να υπάρχει μια ανάλογη κατάσταση των συνεδρίων που γίνονται ώστε να εξετάζεται ανά ταχτά χρονικά διαστήματα η πορεία του συνεδριακού τουρισμού και να γίνονται οι απαραίτητες συγκρίσεις.Μόνο με τον οργανωμένο αυτό τρόπο θα είναι σε θέση η χώρα μας να εφαρμόσει την ανάλογη στρατηγική και να προβεί στις απαιτούμενες ενέργειες που θα την αναδείξουν στο συγκεκριμένο τομέα.

III.2.B.στ.Διαφημιστική καμπάνια

Δημιουργία αποτελεσματικής διαφημιστικής καμπάνιας που να προσδίδει τα θετικά χαρακτηριστικά του image της χώρας.Οι διαφημιστικές δραστηριότητες θα πρέπει να γίνουν σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ και τους ξενοδόχους.Η σωστά οργανωμένη και προγραμματισμένη διαφήμιση μπορεί να έχει πολύ θετικά αποτελέσματα όσον αφορά την προβολή της Ελλάδας ως συνεδριακή χώρα.Εδώ πρέπει να αναφερθεί πως αυτό από μόνο του δεν αρκεί διότι δεν μπορείς να διαφημίζεις ένα μέρος ως ιδανικό για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου και όταν επισκεφτεί ο σύνεδρος τη χώρα να αντιμετωπίσει ένα πλήθος από προβλήματα(απεργίες που λαμβάνουν χώρα σε καθημερινή σχεδόν βάση!).Τότε είναι επόμενο πως δεν θα ξαναέρθει και μπορεί να αποβεί αυτό ως αρνητική διαφήμιση.

III.2.B.ζ.Η παροχή κινήτρων

Ο Ε.Ο.Τ πρέπει να δώσει κίνητρα,όχι μόνο στους διοργανωτές συνεδρίων αλλά και στους ιδιοκτήτες εγκαταστάσεων "συμπληρωματικής" υποδομής.Πιο συγκεκριμένα,οι πόλεις στις οποίες αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων δεν μπορούν να μετατρέπονται σε πόλεις φαντάσματα κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου όπου διεξάγονται συνήθως τα συνέδρια.Είναι απαραίτητο να υπάρχουν ανοικτά εστιατόρια,καταστήματα,αρχαιολογικοί χώροι,κ.ά.Αυτό είναι κατά κύριο λόγο αρμοδιότητα της πολιτείας γιατί αν κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου οι τουρίστες είναι λίγοι,είναι φυσικό οι μαγαζάτορες να κλείνουν τα καταστήματα τους τη συγκεκριμένη περίοδο.Για να αλλάξει αυτό θα πρέπει αναμφίβολα να δοθούν τα κατάλληλα κίνητρα.

III.2.B.η.Περισσότερη εκπαίδευση

Θα πρέπει να δραστηριοποιηθούν οι επιστημονικοί σύλλογοι και τα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας στην κατεύθυνση της οργάνωσης επιστημονικών συνεδρίων.Με αυτό το τρόπο θα αποκτήσουμε περισσότερα εξειδικευμένα στελέχη ικανά να διοργανώσουν αλλά και να υποστηρίξουν ένα συνέδριο μέσω της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών.Ίσως μέχρι τώρα η εκπαίδευση στο συγκεκριμένο τομέα να είναι σε χαμηλά επίπεδα επειδή ο κόσμος δεν έχει ακόμα συνειδητοποιήσει τη σπουδαιότητα του

συνεδριακού τουρισμού και το ενδιαφέρον του σε αυτό τον τομέα βρίσκεται ακόμα σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

III.2.B.θ.Στήριξη σημαντικών συνεδριακών περιοχών

Η χώρα μας διαθέτει μερικές περιοχές όπου ο συνεδριακός τουρισμός είναι περισσότερο ανεπτυγμένος από ότι στην υπόλοιπη Ελλάδα.(πχ Κρήτη,Ρόδο,Θεσσαλονίκη Κέρκυρα κ.ά.).Επομένως οφείλεται να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στις περιοχές αυτές.Πιο συγκεκριμένα πρέπει να δοθεί σημαντική υποστήριξη αλλά και προώθηση στην καθιέρωση τους ως κέντρων συνεδριακού τουρισμού σε περιοχές όπως η Κρήτη, η Ρόδος,η Κέρκυρα για την προσέλκυση και διοργάνωση μεγάλης εμβέλειας συνεδρίων.Οι παραπάνω περιοχές έχουν καταφέρει να κερδίσουν ένα αρκετά σημαντικό κομμάτι της συνεδριακής πίτας και με την κατάλληλη προώθηση τα αποτελέσματα μπορεί να είναι πολύ καλύτερα.

III.2.Γ.Ιδιωτικός τομέας

Οι παρακάτω ενέργειες αφορούν τον ιδιωτικό τομέα και το πως μπορεί αυτός να συμβάλλει στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού:

III.2.Γ.α.Αναβάθμιση των ξενοδοχείων

Θα πρέπει οι κάτοχοι παλαιών ξενοδοχειακών μονάδων να αναλάβουν να τις ανακαινίσουν,να τις εξοπλίσουν με τον απαραίτητο σύγχρονο τεχνικό εξοπλισμό και να προσλάβουν εξειδικευμένο προσωπικό,ώστε να μπορέσουν να είναι ανταγωνιστικές και πιο ελκυστικές,έναντι των ξενοδοχείων άλλων χωρών.Η ποιότητα στα ξενοδοχεία εξαρτάται από τις παρεχόμενες υπηρεσίες που είναι το κλειδί όχι μόνο για την αναβάθμιση του συνεδριακού τουρισμού αλλά γενικότερα του τουρισμού και του image της χώρας μας.

III.2.Γ.β.Δημόσιες σχέσεις

Η επικοινωνία και οι σωστά οργανωμένες δημόσιες σχέσεις είναι απαραίτητες απο την πλευρά του οργανωτή.Οι δημόσιες σχέσεις παίζουν καθοριστικό παράγοντα για έναν οργανωτή συνεδρίων που πρέπει να συναναστραφεί με μια σειρά από επιχειρηματίες για να καταφέρει εν τέλει να παρουσιάσει ένα λειτουργικό και άρτια οργανωμένο συνέδριο.Η οργάνωση ενός συνεδρίου απαιτεί την επαφή με ξενοδοχεία,αεροπορικές εταιρείες κ.α.Όσο πιο καλές είναι οι δημόσιες σχέσεις του οργανωτή τόσο πιο γρήγορα και σωστά θα γίνουν οι διάφορες επαφές.Το γεγονός αυτό θα βοηθήσει και τον ίδιο στη διεκπεραίωση αυτής της διαδικασίας.Όσο πιο αποτελεσματικά διεξαχθεί αυτό το στάδιο,τόσο πιο αποτελεσματικά θα κάνει τη δουλειά του ο διοργανωτής και τόσο πιο γρήγορα θα απλωθεί η φήμη του ως σωστού επαγγελματία.Άλλωστε,οι καλές δημόσιες σχέσεις συνήθως σημαίνουν και σωστές συνεργασίες.Άρα όλα αυτά που αναφέραμε συνθέτουν ένα θετικό image που είναι πολύ σημαντικό για τον οργανωτή συνεδρίων.

III.2.Γ.γ.Επιθετική πολιτική πωλήσεων και μάρκετινγκ

Πρέπει να υιοθετηθεί μια επιθετική πολιτική πωλήσεων και μάρκετινγκ από τα ξενοδοχεία στο θέμα των συνεδρίων και η συχνότερη συμμετοχή επιχειρήσεων σε κλαδικές εκθέσεις σε όλο τον κόσμο. Πολλοί επιχειρηματίες δεν έχουν κατανοήσει τη σπουδαιότητα αλλά και τις τεράστιες προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού. Επομένως χρειάζεται να αντιμετωπίσουν τον κλάδο πιο δυναμικά ώστε η χώρα μας να αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο της συνεδριακής αγοράς.

III.2.Γ.δ. Εκπαίδευση και κατάρτιση προσωπικού

Αναμφίβολα, έμφαση πρέπει να δοθεί και στην εκπαίδευση και κατάρτιση του κατάλληλου προσωπικού. Κάθε επιχείρηση, είτε πρόκειται για ξενοδοχείο, πρακτορείο ή άλλο, οφείλει να φροντίζει το προσωπικό της να εκπαιδεύεται τακτικά από σωστούς επαγγελματίες. Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση θα είναι σε θέση να προσφέρει καλύτερες υπηρεσίες αλλά να είναι και πιο παραγωγική. Καλό θα ήταν να παραδειγματιστούμε από τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες που στην πλειοψηφία τους εκπαιδεύουν σωστά όλο τους το προσωπικό.

III.2.Α. Συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα

Οι παρακάτω ενέργειες αφορούν περισσότερο τη σωστή συνεργασία ανάμεσα στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα:

III.2.Α.α. Ξενοδοχεία σε όλη την Ελλάδα

Απαραίτητη είναι η διασπορά σε όλη την Ελλάδα ξενοδοχειακών μονάδων που μπορούν να φιλοξενήσουν διεθνή συνέδρια. Η συγκέντρωση τέτοιων μονάδων μόνο στην Αθήνα ή άλλα αστικά και παραθεριστικά κέντρα δεν θα φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η χώρα μας διαθέτει πολλά υπέροχα μέρη όπου οι συνέδριοι σίγουρα θα επιθυμούσαν να τα επισκεφτούν. Το ζήτημα είναι ότι ο συνεδριακός τουρισμός χρειάζεται ξενοδοχεία πολυτελείας και τα καλά ξενοδοχεία της χώρας μας βρίσκονται είτε στην πρωτεύουσα και τη Θεσσαλονίκη, είτε στη Κρήτη, Ρόδο, Κέρκυρα κ.α.

III.2.Α.β. Ολυμπιακή αεροπορία

Ο εθνικός μας αερομεταφορέας διανύει ίσως την πιο κρίσιμη φάση της ύπαρξης του και αυτό διότι με την κακοδιαχείριση του, από τις εκάστοτε κυβερνήσεις εμφανίζεται ως η πλέον ασύμφορη κρατική επιχείρηση. Συνεπώς θα πρέπει να εξυγιανθεί το συντομότερο δυνατό για να αποφευχθεί το κλείσιμο της. Αν και εφόσον αυτό γίνει εφικτό αυτή θα πρέπει μελλοντικά να συνεργαστεί με τον Ε.Ο.Τ με σκοπό να δημιουργήσει μια κατάλληλη τιμολογιακή πολιτική. Ο κύριος στόχος θα είναι η προσέλκυση συνέδρων στην χώρα μας παρέχοντας κίνητρα για "διαλείμματα" για τους ίδιους με τις οικογένειες τους.

III.2.Α.γ. Συνεργασία φορέων

Η προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού στο άμεσο μέλλον απαιτεί τη συνεργασία δήμων, ξενοδόχων, εθνικού αερομεταφορέα και άλλων φορέων του τουριστικού κλάδου για μια ενιαία πολιτική marketing, η οποία θα διοχετευθεί μέσω των υπάρχοντων καναλιών διανομής και τους εξειδικευμένους tour operators. Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι ότι είναι σύνθετο και επομένως απαιτεί τη σωστή συνεργασία περισσότερων κλάδων ούτως ώστε το τελικό αποτέλεσμα να είναι και το επιθυμητό.

ΠΙ.2.Α.δ.Διεθνής σύνδεσμος συνεδρίων

Πρέπει να γίνει σωστή εκμετάλλευση του υλικού που διατίθεται από το διεθνή σύνδεσμο συνεδρίων για τον προσδιορισμό και προσέλκυση ξένων συνεδρίων σε συγκεκριμένες τοποθεσίες.Οι προορισμοί αυτοί σύμφωνα με τις προδιαγραφές παρεχόμενων υπηρεσιών και χώρων,θα πρέπει να εξυπηρετούν συγκεκριμένες ανάγκες και αγορές της συνεδριακής ζήτησης.Αξιοποιώντας το παραπάνω υλικό,οι διοργανωτές συνεδρίων,οι πράκτορες και οι ξενοδόχοι,θα πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες.

ΠΙ.2.Ε.Προτάσεις βελτίωσης υποδομής

Οι παρακάτω προτάσεις αφορούν κυρίως την υποδομή αλλά και την αντιμετώπιση σοβαρών προβλημάτων που δρουν ως κατασταλτικοί παράγοντες για τον συνεδριακό τουρισμό:

ΠΙ.2.Ε.α.Συνθήκες διαβίωσης

Οι συνθήκες διαβίωσης θα πρέπει να βελτιωθούν στα μεγάλα αστικά κέντρα.Η αναβάθμιση των υπηρεσιών μεταφορών σε συνδυασμό με τη λήψη μέτρων για την αποτελεσματικότερη προστασία του περιβάλλοντος συμβάλλουν άμεσα στην ενίσχυση του κλάδου.

ΠΙ.2.Ε.β.Εργα υποδομής

Οι ρυθμοί εκτέλεσης των μεγάλων έργων υποδομής και κυρίως των υποδομών μεταφορών,πρέπει να επιταχυνθούν.Στη χώρα μας,εδώ και πολλά χρόνια υπάρχει μια τάση να καθυστερεί η κατασκευή των διαφόρων μεγάλων έργων.Πρέπει επιτέλους να μπει ένα τέλος σε αυτό το πρόβλημα και η Ελλάδα να αξιοποιεί στο μέγιστο τις γενναιόδωρες επιδοτήσεις τις Ευρωπαϊκής Ένωσης.Αν η χώρα μας ακολουθήσει ένα σταθερό ρυθμό ανάπτυξης και βελτίωσης των διαφόρων υποδομών θα μπορεί κάλλιστα όχι μόνο να συναγωνιστεί αλλά και να ξεπεράσει άλλες χώρες της Ευρώπης στην προσφορά άριστου συνεδριακού τουρισμού.

ΠΙ.2.Ε.γ.Απεργίες

Αποτελεί ανάγκη να λυθούν οριστικά τα προβλήματα που δημιουργούν οι απεργίες στα αεροδρόμια και στα λιμάνια σε περιόδους τουριστικής αιχμής.Τα προβλήματα που δημιουργούνται από τις συχνές απεργίες,έχουν στην κυριολεξία "διώξει" ένα πολύ μεγάλο ποσοστό τουριστών από τη χώρα μας.Η πολιτεία οφείλει να τακτοποιήσει εγκαίρως τις όποιες εκρεμμότητες και προβλήματα με τους εργαζομένους στα κέντρα εισόδου και εξόδου τουριστών(αεροδρόμια-λιμάνια),ώστε να εξυπηρετούνται ομαλά οι τουρίστες ιδίως κατά τις περιόδους αιχμής.

ΠΙ.2.Ε.δ.Κυκλοφοριακό

Η χώρα μας χρειάζεται συμπληρωματικά μέτρα για την επιτάχυνση του χρόνου κυκλοφορίας των αυτοκινήτων. Όπως γνωρίζουμε, το συγκοινωνιακό πρόβλημα στην πρωτεύουσα αλλά και σε άλλες πόλεις όπως το Ηράκλειο είναι ιδιαίτερα έντονο, γεγονός που δυσχεραίνει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Βέβαια πρέπει να αναφέρουμε ότι εξαιτίας των Ολυμπιακών αγώνων του 2004 έγιναν αρκετές βελτιώσεις αλλά δεν θα πρέπει να αρκεστούμε μόνο σε αυτές διότι δεν λύθηκαν όλα τα προβλήματα.

III.2.Ε.ε. Λιμάνια και αεροδρόμια

Θα πρέπει να βελτιωθούν τα λιμάνια και τα αεροδρόμια ώστε να μπορούν οι τουρίστες να έχουν εύκολη πρόσβαση στους διάφορους προορισμούς χωρίς να ταλαιπωρούνται λόγω της ελλιπούς υποδομής. Αν ταξιδέψουμε στο εξωτερικό θα παρατηρήσουμε ότι δίνεται μεγάλη έμφαση στη γρήγορη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των τουριστών σε λιμάνια και αεροδρόμια μέσα από ένα συντονισμένο κύκλωμα ποιοτικών υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η ΥΠΟ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ-ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσουμε την υπό μελέτη περίπτωση που αφορά τον νομό Ηρακλείου. Η έρευνα έγινε σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του νομού που έχουν εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό. Σκοπός της έρευνας είναι να βρούμε σε τι επίπεδο βρίσκεται ο συνεδριακός τουρισμός στο Ηράκλειο, καθώς και ποιές είναι οι υπάρχουσες υποδομές, οι προοπτικές, τα περιθώρια βελτίωσης-ανάπτυξης κ.τ.λ.

Ακολουθεί πίνακας με τις συνεδριακές εγκαταστάσεις κατά μέγεθος σε Ελλάδα και Κρήτη:

Πίνακας IV.1						
Συνεδριακές Εγκαταστάσεις κατά Μέγεθος						
Στην Ελλάδα, 1999-2000						
Χωρητικό- Τητα σε Συνέδρους	Συνεδριακές Εγκαταστάσεις			Συνεδριακοί χώροι Ξενοδοχείων		
	Θέσεις συνέδρων		Αριθμός	Θέσεις συνέδρων		Αριθμός
	Αριθμός	Κατανομή %		Αριθμός	Κατανομή %	
100-150	2.822	6,94	23	16.298	14,85	132
150-250	3.161	7,77	16	20.987	19,13	98
250-500	6.470	15,91	17	34.168	31,14	96
500-750	3.090	7,60	5	18.348	16,72	34
750-1000	4.378	10,76	5	11.194	10,20	14
1000+	20.751*	51,02	4	8.740	7,96	6
Σύνολο	40.672	100,00		109.735	100,00	

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

*Συμπεριλαμβάνεται στο στάδιο Ειρήνης και Φιλίας με 16.000 θέσεις.

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

Πηγή :Όπως προηγούμενο πίνακα

IV.1 Μεθοδολογία Έρευνας

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

A) Δευτερογενής πηγές: Συλλογή στοιχείων που βρέθηκαν έτοιμα απο διάφορες πηγές π.χ περιοδικά, βιβλία, διαδύκτιο.

B) Πρωτογενής πηγές: Στοιχεία τα οποία συλλέχτηκαν με την χρήση του ερωτηματολογίου καθώς και με μια συνέντευξη η οποία έχει να κάνει κυρίως με κάποιες διευκρινίσεις σε σχέση με τις απαντήσεις που δόθηκαν.

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

Πιλοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε στο αρχικό στάδιο της μελέτης, με σκοπό να διαπιστωθεί αν το εργαλείο που σχεδιάστηκε για την διεξαγωγή της έρευνας είναι κατανοητό από τα άτομα που θα συμμετάσχουν σε αυτή, έτσι ώστε να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Αρχικά το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε δύο άτομα και παρατηρήθηκε ότι υπήρχαν ανακρίβειες και ασάφειες. Έτσι σε δεύτερη φάση το ερωτηματολόγιο υπέστη κάποιες διορθώσεις με σκοπό τα αποτελέσματα να είναι όσο το δυνατόν κοντά στη πραγματικότητα. Επίσης με την επεξεργασία που έγινε επιτεύχθηκε να δοθούν πιο ουσιαστικές και συγκεκριμένες απαντήσεις και όχι αοριστολογίες.

Δειγματοληψία δεν έγινε για το λόγο οτι το δείγμα μας ήταν συγκεκριμένο και περιορισμένο σε έκταση και γι' αυτό το λόγο έγινε απογραφή του πληθυσμού.

Ωστόσο, υπήρχαν κάποιοι περιορισμοί της έρευνας οι οποίοι σχετίζονται με τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν κατά την διεξαγωγή της.

α)Κάποια από τα ξενοδοχεία εκτός πόλεως ήταν εκτός λειτουργίας για λόγους εποχικότητας,ανακαίνισης,συντηρήσεως.Έτσι το γεγονός αυτό κατέστησε αδύνατη την έρευνα σε ευρύτερο πεδίο.

β)Κάποια ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από άτομα τα οποία δεν ήταν ειδικευμένα στο θέμα του συνεδριακού τουρισμού και απαντήσεις τους ήταν υποκειμενικές και άλλες με στοιχεία γοήτρου.

Παρ'όλα αυτά τα αποτελέσματα της έρευνας αντικατοπτρίζουν σε κάποιο σημαντικό βαθμό την υπάρχουσα κατάσταση που επικρατεί στο νομό Ηρακλείου όσο αφορά τον συνεδριακό τουρισμό.Για να φτάσουμε στο σημείο αυτό έγινε συνδυασμός καθώς και σύγκριση πρωτογενών και δευτερογενών πηγών για να οδηγηθούμε στο σωστό αποτέλεσμα.

Ακολουθεί το ερωτηματολόγιο:

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΚΑΛΗΜΕΡΑ/ΚΑΛΗΣΠΕΡΑ ΣΑΣ

ΕΙΜΑΙ ΦΟΙΤΗΤΗΣ ΤΟΥ Τ.Ε.Ι ΚΡΗΤΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΜΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΘΑ ΣΑΣ ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΣΑ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΤΕ ΣΤΟ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

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

1	
2	
3	
4	
5+	

2. Τι χωρητικότητα ατόμων έχει/έχουν;

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

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

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	

4. Τι απο τα παρακάτω διαθέτουν η/οι αίθουσα/σες συνεδριακών εκδηλώσεων;

ΗΧΗΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	
ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ SLIDES	
ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	
ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	
ΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΑ	
H/Y	
VIEW GRAPH	
ΕΞΕΔΡΕΣ&ΑΝΑΛΟΓΙΑ	

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

ΔΙΕΘΝΗ	
ΕΘΝΙΚΟ	
ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ	

6.Ποια είδη συνδριακών εκδηλώσεων πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο;

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ	
ΠΟΛΙΤΙΚΑ	
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ	
ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ	
ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΑ	
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΑ	
ΕΜΠΟΡΙΚΑ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ	
ΑΛΛΑ	

7.Διάρκεια συνεδριακών εκδηλώσεων(μέρες);

1-2	
3-4	
5-6	
7+	

8.Ποιούς μήνες πραγματοποιούνται συνέδρια στο ξενοδοχείο;

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

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

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

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

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

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

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

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

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

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

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

14.Πόσα συνέδρια πραγματοποιήθηκαν το 2007 στο ξενοδοχείο;

ΚΑΝΕΝΑ	
1-3	
4-6	
7-9	
10+	

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

ΠΟΛΥ ΚΑΛΟΣ	
ΚΑΛΟΣ	
ΜΕΤΡΙΟΣ	
ΚΑΚΟΣ	

16.Με ποιό τρόπο πιστεύετε ότι ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μέσο επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου;

(Αναπτύξτε ελεύθερα σκέψεις-απόψεις,προτάσεις)

IV.2 Αποτελέσματα της έρευνας

Σε αυτό το σημείο θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της πρωτογενής έρευνας δηλαδή όλες εκείνες τις πληροφορίες που αντλούμε από το ερωτηματολόγιο. Το δείγμα της έρευνας αντιπροσωπεύει 10 μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες,κατηγορίας "LUX" οι οποίες βρίσκονται εντός της πόλεως του Ηρακλείου αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της.

Από την έρευνα που έγινε διαπιστώσαμε ότι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες,ως επί το πλείστον,αυτές που βρίσκονται εκτός πόλης διαθέτουν ένα μεγάλο αριθμό αιθουσών και κατά συνέπεια ικανοποιούν τις ανάγκες για συμμετοχή πολυάριθμων συνέδρων.Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το 50% των ξενοδοχείων,που πραγματοποιήθηκε η έρευνα,διαθέτουν παραπάνω από 4 μεγάλες αίθουσες για την οργάνωση των συνεδριακών εκδηλώσεων,χωρίς να υπολογίζονται οι μικρότερες.Εδώ πρέπει να αναφέρουμε ότι ανάλογα με τις ανάγκες της εκάστοτε συνεδριακής εκδήλωσης υπάρχει η δυνατότητα οι αίθουσες αυτές να χωρίζονται σε μικρότερες.Ακολουθεί ένα 20% το οποίο διαθέτει 2 αίθουσες μεσαίας προς μικρής χωρητικότητας.Το ίδιο ποσοστό ισχύει και για ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν 1 αίθουσα.Το υπόλοιπο 10% διαθέτει 3 αίθουσες.Στο 40% των ξενοδοχείων η χωρητικότητα στο σύνολο των αιθουσών υπερβαίνει κατά πολύ τα 1000 άτομα.Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι η χωρητικότητα εξαρτάται άμεσα και από την διάταξη των θέσεων των συνέδρων.Υπάρχει ένα 10% με μέγιστη χωρητικότητα ως και 1000 άτομα και ακολουθούν πάλι με το ίδιο ποσοστό μικρότερες αίθουσες.Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες που εμφανίζουν την μεγαλύτερη χωρητικότητα εντοπίζονται πάλι εκτός πόλεως,σημείο στο οποίο θα πρέπει να δώσουμε έμφαση στη συνέχεια.

Όσον αφορά την υποδομή αλλά και τον εξοπλισμό τους το 100% δήλωσε ότι διαθέτει την απαιτούμενη υποδομή σε υλικοτεχνικό υλικό για την οργάνωση και τέλεση συνεδριακών εκδηλώσεων.Συγκεκριμένα το 80% από το παραπάνω ποσοστό διαθέτει μία μεγάλη ποικιλία σε υλικοτεχνικό εξοπλισμό όπως πλήρες ηχητικά συστήματα,οθόνες προβολής,slides,μεταφραστικές εγκαταστάσεις,μαγνητόφωνα,H/Y,τηλεδιάσκεψη,εξέδρες και αναλόγια,printers,internet,wired/wireless voting system,overhead projectors και πολλά άλλα.Το υπόλοιπο 20% διαθέτει το βασικό εξοπλισμό.

Το 100% των ξενοδοχειακών μονάδων απάντησε ότι ο χαρακτήρας των συνεδριακών εκδηλώσεων είναι και διεθνής αλλά και εθνικός.Τα είδη των συνεδρίων είναι ποικίλα,μερικά από αυτά είναι:επιστημονικά,επαγγελματικά,πολιτικά,εκπαιδευτικά,εμπορικά,θρησκευτικά,φιλανθρωπικά κ.α.Σύμφωνα πάντα με τις απαντήσεις που δόθηκαν το 80% των ξενοδοχείων δήλωσε ότι πραγματοποιούνται συνέδρια που καλύπτουν όλα τα ερευνητικά πεδία που προαναφέραμε.Το υπόλοιπο 20% είναι πιο περιορισμένο.

Η διάρκεια ενός συνεδρίου παίζει σημαντικό ρόλο στο μέγεθος των κερδών που θα αποφέρει ένα συνέδριο.Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η πλειονότητα των

συνεδρίων (60%) έχει διάρκεια 4-5 ημέρες. Ένα 20% έχει διάρκεια πάνω από 6 ημέρες και με το ίδιο ποσοστό διάρκεια 1-3 ημέρες

Η χρονική περίοδος στην οποία χρησιμοποιούνται συνέδρια σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας διαφέρει στα ξενοδοχεία εντός της πόλεως του Ηρακλείου με αυτά που είναι στην περιφέρεια και αυτό διότι τα μεν πρώτα παραμένουν ανοικτά για όλη την διάρκεια του χρόνου ενώ τα δε δεύτερα κλείνουν κατά την περίοδο του χειμώνα (πρόβλημα εποχικότητας). Έτσι το 60% αυτών των ξενοδοχείων πραγματοποιεί συνεδριακές εκδηλώσεις κατά την διάρκεια των τριμήνων: ΑΠΡ-ΙΟΥΝ και ΟΚΤ-ΔΕΚ. Τα ξενοδοχεία που μπορούν να διοργανώσουν συνεδριακές εκδηλώσεις όλο το χρόνο καλύπτουν το 40% και βρίσκονται στην πόλη του Ηρακλείου.

Βλέπουμε ότι στη συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (90%), τα ξενοδοχεία διαθέτουν ειδικευμένο προσωπικό που ασχολείται με την προσέλευση συνεδριακών οργανώσεων/εκδηλώσεων καθώς επίσης και ότι συνεργάζονται με κάποιο εξειδικευμένο γραφείο συνεδρίων και φιλοξενίας. Επίσης με το ίδιο μεγάλο ποσοστό δηλώνεται ότι κατά την διάρκεια των συνεδρίων αυξάνεται η Μέση Καταναλωτική Δαπάνη δηλαδή ότι οι σύεδροι ξοδεύουν παραπάνω χρήματα από τους απλούς τουρίστες. Εδώ πρέπει να αναφέρουμε ότι προκάλεσε εντύπωση το γεγονός ότι ένα 10% δήλωσε ότι δεν αυξάνει η ΜΚΔ.

Όσο αφορά κάποια προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής που προσφέρονται από τα ξενοδοχεία όπως Gala, Theme parties. Αντίθετα το 40% έδωσε αρνητική απάντηση (μικρά ξενοδοχεία)

Το 2007 γενικά αποτέλεσε μια θετική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό. Όσο αφορά τον συνεδριακό τουρισμό κατα γενική ομολογία η συνολική εικόνα χαρακτηρίζεται θετική αλλά σίγουρα όχι και η επιθυμητή. Ο πύχης έχει τοποθετηθεί πολύ ψηλά πράγμα πολλά υποσχόμενο για τα επόμενα χρόνια. Έτσι αναφέρουμε ότι οι συνεδριακές εκδηλώσεις που έλαβαν χώρα κατά το έτος 2007 σε ποσοστό 50% ξεπέρασαν τις 8. Το 30% δήλωσε από 2 ως 4 και το 20% από 4 ως 6.

Στο σύνολο τους οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι μέτριος προς θετικός αλλά βέβαια τα τελευταία χρόνια γίνονται φιλότιμες κυρίως *ιδιωτικές* προσπάθειες για την βελτίωση του.

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

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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

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

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

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

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

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

Γενικά θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε στα παρακάτω:

Οι προοπτικές ανάπτυξης για την Ελλάδα και την Κρήτη γενικότερα χαρακτηρίζονται και από αντικειμενικές εκτιμήσεις θετικές. Παρατηρείται μια συνεχόμενη αυξητική τάση γενικά του επαγγελματικού τουρισμού και ειδικά του συνεδριακού. Διαθέτει τις περισσότερες απαραίτητες προϋποθέσεις για ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού που αναφέρουμε παρακάτω :

■ Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή. Συνεχώς βελτιώνονται τα ξενοδοχεία και ποιοτικά αλλά και ποσοτικά και αποκτούν σύγχρονες συνεδριακές εγκαταστάσεις.

■ Θετική εικόνα στις κυριότερες αγορές.

■ Ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες.

■ Φυσικές ομορφιές διάσπαρτες σε όλη την ελληνική επικράτεια.

■ Ευνοϊκή γεωγραφική θέση

■ Χαμηλό κόστος ζωής σχετικά με το μέσο κόστος ζωής σε άλλες χώρες της Ε.Ε

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

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

Ακολουθούν δύο πίνακες με την πιθανή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού καθώς και την συμβολή της στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα:

Πίνακας IV.3
Πιθανή Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
και η συμβολή της στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα,
2000-2010:
Αισιόδοξο Σενάριο

Μέγεθος	Έτος 1999		Έτος 2010		Συμβολή στο ρυθμό Ανάπτυξης του Τουριστικού τομέα	
	Αριθμός (000)	Μερίδιο %	Αριθμός (000)	Μερίδιο %	Μέση Ετήσια	Περίοδου 2000-2010
Αλλοδαποί Επισκέφτες (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακοί	12.000 180	1,5	16.000 480	3,0	0,22	2,50
Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακές	120.000 900	0,75	160.000 2.400	1,5	0,11	1,25
Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών σε ξενοδοχεία (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακές	45.000 900	2,0	60.000 2.400	4,0	0,30	3,30
Δαπάνη Αλλοδαπών Επισκεπτών (εκ.\$): Σύνολο Συνεδριακή	8.500 380	4,5	11.300 1.000	8,8	0,65	7,30
Απασχολούμενοι Σε Ξενοδοχεία- Εστιατόρια Σύνολο Συνεδριακή	243.000 10.900	4,5	330.000 29.000	8,8	0,65	7,30
Τουριστική Απασχόληση (άμεση και έμμεση) Σύνολο Συνεδριακή	615.000 27.700	4,5	812.000 72.000	8,8	0,65	7,40

Πηγή:ICCA

Πίνακας IV.4
Πιθανή Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
και η συμβολή της στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα,
2000-2010:
Σενάριο σύγκλισης προς το μέσο όρο

Μέγεθος	Έτος 1999		Έτος 2010		Συμβολή στο ρυθμό Ανάπτυξης του Τουριστικού τομέα	
	Αριθμός (000)	Μερίδιο %	Αριθμός (000)	Μερίδιο %	Μέση Ετήσια	Περίοδου 2000-2010
Αλλοδαποί Επισκέφτες (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακοί	12.000 180	1,5	16.000 400	2,5	0,16	1,80
Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακές	120.000 720	0,6	160.000 1.600	1,0	0,06	0,73
Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών σε ξενοδοχεία (χιλ.): Σύνολο Συνεδριακές	45.000 720	1,6	60.000 1.600	2,7	0,18	2,00
Δαπάνη Αλλοδαπών Επισκεπτών (εκ.\$): Σύνολο Συνεδριακή	8.500 300	3,5	11.300 672	6,0	0,40	0,40
Απασχολούμενοι Σε Ξενοδοχεία-Εστιατόρια Σύνολο Συνεδριακή	243.000 8.500	3,5	330.000 19.800	6,0	0,40	4,50
Τουριστική Απασχόληση (άμεση και έμμεση) Σύνολο Συνεδριακή	615.000 21.500	3,5	812.000 49.000	6,0	0,40	4,50

Πηγή:ICCA

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

ΒΙΒΛΙΑ:

- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997
- Κραβαρίτης Κώστας, Επαγγελματικός Τουρισμός, συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων: Οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992
- Λύτρα Περικλή, Τουρισμός προς 2000: Θεωρητικές Επισημάνσεις και πρακτικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1989
- Σταματίδης Παναγιώτης, Συνέδρια, Εκδόσεις Χυτήρης, Αθήνα 1987
- Τσιαμούλης Δημήτριος, Τουριστικές Αγορές, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα 1993
- Λούκης Α. Αθανασίου, Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα. Εξελίξεις, προβλήματα, δυνατότητες & πολιτική. Μελέτες 13. ΙΤΕΠ, 2002
- Ειρήνη Τηλικίδου, Έρευνα Marketing, Εκδόσεις Global, Αθήνα 1996
- Ευάγγελος Σ. Χρήστου, Έρευνα τουριστικής αγοράς, Αθήνα 1999
- Σημειώσεις: Καραγιάννης Στέφανος, Έρευνα Αγοράς-ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο 2004

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ:

- Χρήμα και Τουρισμός, 'Ανακαλύπτοντας τον συνεδριακό τουρισμό', τεύχος 21, Οκτώβριος 1997, 'Υπόσχεται ένα επιτυχημένο συνέδριο', τεύχος 32, Αθήνα 1998
- Τουρισμός και Οικονομία, 'Βήματα χελώνας στο συνεδριακό τουρισμό', τεύχος 227, Αθήνα 1998
- Business & Τουρισμός, 'Μακρύς ο δρόμος για τη Διεθνή καταξίωση μας' και 'Ενιαία πολιτική μάρκετινγκ για την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων', Σεπτέμβριος 1998
- Συνεδριακή Αγορά, 'Η σημασία των συνεδρίων για τον Ελληνικό Τουρισμό', τεύχος 2, 1999 και 'Όραμα για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού' και 'Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα', τεύχος 1, Αθήνα 1999
- SYNEDRIO 2000, 'Συνέδριο μέσο επικοινωνίας', Αθήνα 2000

ΞΕΝΗ:

ΒΙΒΛΙΑ:

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

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ:

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