

**Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

Δέσποινα Σ. Γαλανάκη

Πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

**Υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - Μάνατζμεντ Τουρισμού
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πανεπιστήμιο Πειραιώς
2006**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ανάλογα με την οπτική γωνία που κάθε φορά εξετάζεται το τουριστικό φαινόμενο, ανάλογα δηλαδή με τα προσδιοριστικά κριτήρια που χρησιμοποιούνται για να χαρακτηριστεί (γεωγραφικά όρια της χώρας προέλευσης, οικονομικό αποτέλεσμα, αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν, κτλ), υπάρχουν και οι αντίστοιχοι τύποι ή μορφές τουρισμού. Όταν το κριτήριο διάκρισης είναι ο **σκοπός του ταξιδιού** τότε υπάρχουν τα παρακάτω είδη τουρισμού: αναψυχής, αθλητικός, υγείας, εκπαιδευτικός, **επαγγελματικός**, κτλ. ¹

Επαγγελματικά ταξίδια είναι τα ταξίδια που γίνονται "χάριν του επαγγέλματος" από διάφορους επαγγελματίες για διάφορους επαγγελματικούς σκοπούς. Όταν οι επαγγελματίες κατά τη διάρκεια αυτών των ταξιδιών έχουν, εκτός από τις επαγγελματικές και τουριστικές δραστηριότητες, τότε αναπτύσσεται η **εναλλακτική μορφή** τουρισμού που ονομάζεται **επαγγελματικός τουρισμός**. Όμως, δεν θεωρούνται επαγγελματικά ταξίδια και δεν προσδιορίζουν καμία μορφή επαγγελματικού τουρισμού, οι εκδρομές των επαγγελματιών, τα άσχετα με το επάγγελμα τους ταξίδια τους και τα οποιασδήποτε μορφής ταξίδια που δεν περιλαμβάνουν τουριστικές δραστηριότητες και έχουν μόνο ποριστικό σκοπό. ²

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται και ο επαγγελματικός τουρισμός, διαφοροποιούνται από τις συνηθισμένες μορφές μαζικού τουρισμού. Ο όρος "εναλλακτικές" έχει επικρατήσει κυρίως στην Ελλάδα

ενώ στο εξωτερικό χρησιμοποιείται περισσότερο ο όρος "ήπιος τουρισμός", ο οποίος σύμφωνα με τον Mose I., (1988) αναφέρεται σε ένα ποιοτικά αναβαθμισμένο και φιλόξενο τουρισμό που με διαρκή ενσωμάτωση των φιλοξενούμενων αποφέρει τουριστικά οφέλη για τους ημεδαπούς και δημιουργεί κλίμα αμοιβαιότητας μεταξύ ημεδαπών και επισκεπτών, ενώ ταυτόχρονα δεν επηρεάζει ούτε το οικολογικό περιβάλλον ούτε και τον κοινωνικό - πολιτισμικό χαρακτήρα της περιοχής.

Τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους και κατ' επέκταση ο τουρισμός για επαγγελματικούς λόγους διακρίνονται σε σχέση με: τη χώρα προέλευσης, το οικονομικό αποτέλεσμα, τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου, τα μέσα μεταφοράς, τη χρηματοδότηση της μετακίνησης, τη μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη, το φύλο των μετακινούμενων, τον αριθμό των μετακινούμενων και τέλος το συγκεκριμένο επαγγελματικό σκοπό.³ Η τελευταία παράμετρος είναι και η σημαντικότερη στην εν λόγω εργασία. Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε ένα συνέδριο, τότε πρόκειται για συνεδριακό τουρισμό. Αν ο σκοπός είναι μια έκθεση, τότε αποτελεί για εκθεσιακό τουρισμό, ενώ όταν ένα τουριστικό πακέτο δίνεται σαν ανταμοιβή στους επαγγελματίες για την καλή τους απόδοση, τότε μιλάμε για τουρισμό κινήτρων. Αξίζει εδώ να αναφέρουμε ότι και οι τρεις αυτές μορφές επαγγελματικού τουρισμού είναι πολύ στενά συνδεδεμένες και συχνά ένα επαγγελματικό ταξίδι περιέχει στοιχεία από τις δύο ή και από τις τρεις μορφές. Για παράδειγμα, όπως θα δούμε και παρακάτω, πολλά συνέδρια είναι δυνατό να συμπεριλαμβάνουν και εκθέσεις.

1.2 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Συνεδριακός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή των ατόμων σε κάποια περιοχή, τα οποία συναντώνται για λόγους επιστημονικούς, επαγγελματικούς ή άλλους, με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων. Στα ταξίδια αυτά, η συγκεκριμένη περιοχή δεν είναι ούτε ο κύριος ούτε ο προσωρινός τόπος διαμονής.⁴

Συνέδριο, με την ευρύτερη έννοια σημαίνει σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν, να ανταλλάξουν απόψεις και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα. Συνεκδοχικά, το σύνολο των ατόμων που παίρνει μέρος σε αυτή τη σύναξη (συγκέντρωση) ονομάζονται συνέδριοι.

Κάνοντας μια ιστορική αναδρομή μπορούμε να εντοπίσουμε εκδηλώσεις συνεδριακού τύπου σε όλες τις εποχές. Οι αρχαίες ελληνικές πόλεις είχαν την αγορά, εμπορικοί δηλαδή χώροι όπου οι έμποροι πουλούσαν το εμπόρευμα τους και οι πολίτες συγκεντρώνονταν για να συζητήσουν και να πραγματευτούν θέματα της εποχής. Αργότερα οι Ρωμαίοι είχαν τα "forum". Με δεδομένο ότι οι άνθρωποι είναι κοινωνικά όντα, οι συνεδριακού τύπου εκδηλώσεις, όποια ονομασία και μορφή και αν έχουν, ικανοποιούν τη βασική ανάγκη της κοινωνικοποίησης του ανθρώπου.

Οι πιο συνηθισμένες εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα σήμερα είναι:

- **Συνέδρια**: συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη

αποφάσεων.

- Διασκέψεις - Συνδιασκέψεις: ένα συνέδριο που περιλαμβάνει συζητήσεις με μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων σε αυτό.
- Συσκέψεις: συναντήσεις λίγων ατόμων με συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές σαν "round table conferences" δηλαδή συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης.
- Συνελεύσεις: συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας, μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της Διοίκησης της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.
- Διαλέξεις-Ομιλίες: παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του.
- Ημερίδες: συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα και περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν "γενέθλιες" επετείου του φορέα που τις πραγματοποιεί.
- Φόρουμ (Forum): συναντήσεις με πάνελ εισηγητών.
- Συμπόσια: "πνευματική τροφή" που προσφέρεται με επιστημότερο τρόπο από ότι στο "forum". Το συμπόσιο κατά τα άλλα είναι σχεδόν συνώνυμο με το "forum".
- Σεμινάρια: παραδοσιακός τρόπος διδασκαλίας που αποσκοπεί στη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Εμφανίζει τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του συμποσίου και του "forum". Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός. Αντίθετα οι συμμετοχές σε συμπόσια ή «φόρουμ» είναι πολυπληθέστερες.
- Workshops: μέθοδος εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπει-

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

- Meetings: (Συναντήσεις): συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις.⁵

Ο ακριβής διαχωρισμός και κατά συνέπεια ο εννοιολογικός προσδιορισμός των παραπάνω μορφών είναι δύσκολος. Επίσης, συχνό είναι το φαινόμενο των μικτών παραπάνω μορφών. Για το λόγο αυτό, η διάκριση των συνεδριακών μορφών συχνά γίνεται με βάση: τη διάρκεια της οργάνωσης, το μέγεθος της οργάνωσης, την περιοδικότητα της οργάνωσης, την εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων, τον τρόπο χρηματοδότηση της και τον φορέα διοργάνωσης.

Τα κύρια στοιχεία που συνθέτουν το φαινόμενο του συνεδριακού τουρισμού και τα οποία θα αναλυθούν παρακάτω είναι: οι συνέδροι, οι φορείς των συνεδρίων, οι οργανωτές των συνεδρίων, ο τόπος του συνεδρίου, ο χώρος του συνεδρίου, ο σκοπός του συνεδρίου, οι προσφερόμενες υπηρεσίες και η οργάνωση του συνεδρίου. Ακόμα, σημαντικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων είναι ο χρόνος διεξαγωγής, η συχνότητα και η διάρκεια των συνεδρίων.

1.3 ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΟΙ

Όπως αναφέραμε, σύνεδροι είναι αυτοί που λαμβάνουν μέρος σε ένα συνέδριο. Οι σύνεδροι είναι κατάλληλοι όταν:

- Είναι "σπουδαίοι", δηλαδή υψηλού κοινωνικού, επαγγελματικού, οικονομικού και επιστημονικού επιπέδου (καθηγητές, τεχνοκράτες, υψηλόβαθμα διοικητικά ή πολιτικά στελέχη, καλλιτέχνες κτλ.).
- Ανήκουν στην κατηγορία των λεγόμενων "διαμορφωτών της κοινής γνώμης".
- Έχουν επαγγελματικές δραστηριότητες όμοιες η σχετικές με αυτές των φορέων και επί πλέον έχουν κύρος και φήμη μέσα στον επαγγελματικό τους χώρο.
- Εξυπηρετούν τις Δημόσιες Σχέσεις των φορέων και τους σκοπούς του συνεδρίου λόγω της θέσης τους, της φήμης τους, της κοινωνικής παρουσίας τους κτλ.
- Είναι επιδεκτικοί των συνθημάτων και της φιλοσοφίας του συνεδρίου και αποδέχονται μια άτυπη ή τυπική, φανερή η λανθάνουσα, συνεργασία με τους φορείς.
- Προσφέρουν με την παρουσία τους βοήθεια στους φορείς για την εκπλήρωση των σκοπών του συνεδρίου.⁶

Οι σύνεδροι ωφελούνται από τη συμμετοχή τους στο συνέδριο, γιατί συναντούν και γνωρίζουν σπουδαία πρόσωπα και επιτυχημένους επαγγελματίες, με τους οποίους κάθε σχέση κρίνεται χρήσιμη, ενημερώνονται για νέα προϊόντα, υπηρεσίες και για τεχνολογίες αιχμής και γίνονται κοινωνοί του επαγγελματικού

γίνεσθαι. Επιπλέον, αναπτύσσουν κοινωνικές σχέσεις με καινούργιους ανθρώπους, που θα τους ωφελήσουν επαγγελματικά και χρησιμοποιούν σαν πρόσθετο προσόν τους τη συμμετοχή τους στο συνέδριο.

1.4 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωση του. Φορείς συνεδρίων ονομάζονται τα φυσικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου που έχουν την εξουσία να αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, να δίδουν τις σχετικές εντολές και να αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, άσχετα αν σε κάποιες φάσεις τη μεταβιβάζει σε εξουσιοδοτημένα όργανα και ο επιχειρησιακός χαρακτήρας αυτού σε συνδυασμό με τις συγκεκριμένες ανάγκες του, προδικάζουν το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν.

Οι φορείς διακρίνονται από τη σκοπιά κάτω από την οποία κάθε φορά εξετάζονται: καθαρά νομική μορφή, εμβέλεια, αντικείμενο δραστηριότητας (στόχοι) και επιχειρησιακός ή μη χαρακτήρας της λειτουργίας τους. Η πιο απλή διάκριση είναι αυτή που τους διακρίνει σε δημόσιους φορείς σε ιδιωτικούς φορείς και σε φορείς που ανήκουν σε τοπικούς, εθνικούς, ευρωπαϊκούς, και παγκόσμιους Οργανισμούς.⁷

Δημόσιοι Φορείς Συνεδρίων είναι οι φορείς που "ανήκουν" στο Δημόσιο Τομέα.

Στη χώρα μας τέτοιος φορέας είναι το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του ΕΟΤ που έχει καταστατική αποστολή να μεριμνά για την οργάνωση συνεδρίων και εκθέσεων που αφορούν τον Ελληνικό Τουρισμό και την προβολή του. Ο ΕΟΤ διαθέτει τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων και το οποίο υπάγεται στη Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων και Διαφήμισης. Ο άμεσος ρόλος του τμήματος είναι η οργάνωση διεθνών συνεδρίων και ο έμμεσος είναι να ενισχύει όλα τα διεθνή επιστημονικά συνέδρια τα οποία προβάλλουν τον οργανισμό τον ίδιο αλλά συγχρόνως έχουν μεγάλη τουριστική σημασία λόγω της μεγάλης συμμετοχής ξένων συνέδρων και συνοδών μελών. Η ενίσχυση αυτή που προσφέρει ο ΕΟΤ είναι οικονομική, δηλαδή αναλαμβάνει μέρος των εξόδων των δεξιώσεων, των εκδρομών κλπ., καθώς και παροχή διευκολύνσεων σε διαδικαστικά θέματα. Στόχος του γραφείου είναι η προσέλκυση των διεθνών οργανισμών για να πραγματοποιήσουν τα συνέδρια τους στην Ελλάδα, καθώς και η παροχή σωστής πληροφόρησης και η προβολή των ελληνικών τουριστικών περιοχών που διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή σε διεθνείς εταιρείες που ειδικεύονται οργάνωση συνεδρίων, ώστε να προωθηθεί αποτελεσματικά αυτό το είδος τουρισμού.

Ημικρατικός φορέας συνεδρίων είναι η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και συνέδρια, διεθνή και εθνικά. Επίσης, διαθέτει Συνεδριακό Κέντρο.

Στους Ιδιωτικούς Φορείς Συνεδρίων συγκαταλέγονται επιχειρήσεις, επαγγελματικοί σύλλογοι, επιστημονικές ενώσεις, σωματεία, εμπορικοί συνεταιρισμοί, εκπαιδευτικά ιδρύματα, πολιτικά κόμματα, συνδικαλιστικές ενώσεις κτλ.,

επιχειρησιακού ή μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

Η συμβολή των παραπάνω φορέων, άλλοτε άμεση και άλλοτε έμμεση, στην πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων είναι πολύ σημαντική.

1.5 ΟΙ ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Οι οργανωτές συνεδρίων δεν είναι φορείς συνεδρίων που αποφασίζουν να πραγματοποιήσουν τα συνέδρια και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση τους, αντίθετα, οργανώνουν μόνο τα συνέδρια. Όμως ένας φορέας συνεδρίων, μπορεί να αναλάβει και την οργάνωση τους, οπότε φορέας και οργανωτής συμπίπτουν στο ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Οργανωτές συνεδρίων είναι συνήθως:

- Οι φορείς των Συνεδρίων: Όταν οι φορείς κάνουν πολλά συνέδρια, περιπτώσιακά ή κατά καταστατική υποχρέωση, τότε θεσπίζουν Οργανωτικές Διευθύνσεις ή Τμήματα ή Γραφεία ή τις λεγόμενες Εξουσιοδοτημένες Επιτροπές Συνεδρίων, που αναλαμβάνουν τη μερική ή ολική οργάνωση των συνεδρίων. Αυτό συμβαίνει κυρίως στους Δημόσιους φορείς συνεδρίων και στους διεθνείς και παγκόσμιους οργανισμούς που πραγματοποιούν τα μεγάλα διεθνή συνέδρια.
- Τα Συνεδριακά Κέντρα: Τα μεγάλα αυτοτελή Συνεδριακά Κέντρα και τα ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους και δραστηριοποιούνται στη συνεδριοτουριστική αγορά πολλές φορές δεν περιορίζονται στην παραχώρηση των χώρων τους και του εξοπλισμού τους στους φορείς ή στους οργανωτές συνεδρίων, αλλά αναλαμβάνουν και την όλη οργάνωση των

συνεδρίων. Πρέπει να τονιστεί ότι στην πράξη οι πλέον ειδήμονες οργανωτές Συνεδρίων είναι τα Συνεδριακά Κέντρα, που εξ αποστολής έχουν σαν αποκλειστική απασχόληση τους τα συνέδρια, άρα διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία, τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες και γνώσεις μαζί με το απαραίτητο προσωπικό και τον αναγκαίο εξοπλισμό, που εγγυώνται την επιτυχή διεξαγωγή των συνεδρίων.

➤ Οι οργανωτές ταξιδιών (tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία): Τα τελευταία χρόνια, οι οργανωτές ταξιδιών που έχουν σαν βασική τους δραστηριότητα την παραγωγή των τουριστικών πακέτων του οργανωμένου τουρισμού, αναλαμβάνουν και την παραγωγή πακέτων συνεδριακού τουρισμού μέσα στα οποία περιλαμβάνεται και η οργάνωση των συνεδρίων. Αναλαμβάνουν δηλαδή εκτός από το τουριστικό μέρος του συνεδριακού τουρισμού, για το οποίο αναμφίβολα είναι έμπειροι και ικανοί διαχειριστές και το καθαρά συνεδριακό μέρος του, που είναι η προετοιμασία, η διεξαγωγή και η μετασυνεδριακή εκτίμηση των συνεδρίων. Για να το πετύχουν αυτό έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το «συνεδριακό τουριστικό πακέτο» αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν.

➤ Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων: Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων είναι τα φυσικά πρόσωπα ή οι εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά και κατ' επάγγελμα με την οργάνωση συνεδρίων. Οι επαγγελματίες αυτοί δικτυώνονται σε εθνικά και διεθνή επαγγελματικά σωματεία και ενώσεις, οι κυριότερες των οποίων είναι: International Congress

and Convention Association (ICCA), Union of International Association (UIA), Association Internationales de palais des Congrecc (AIPC), Asian Association of Convention and Visitors Bureaux (AACVB), International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO), European Federation of Conference Towus (EFCT), στην οποία υπάγονται και οι ελληνικές πόλεις Θεσσαλονίκη, Ρόδος, Κως.

1.6 Ο ΤΟΠΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Τόπος συνεδρίων είναι ο τουριστικός προορισμός όπου βρίσκονται οι χώροι των συνεδρίων. Τα κριτήρια επιλογής του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων διαφέρουν ανάλογα με τον φορέα οργάνωσης και το αντικείμενο του συνεδρίου. Γενικά όμως, η ελκυστικότητα ενός τόπου διεξαγωγής συνεδρίων εξαρτάται από τα παρακάτω:

- Ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής.
- Εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης του κύριου όγκου των συνέδρων.
- Χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά, η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον διαβαθμίζει η διάρκεια του συνεδρίου.
- Η γενικότερη υποδομή που προσφέρει η χώρα, αλλά και η ειδικότερη που σχετίζεται με το συγκεκριμένο τουριστικό "πακέτο" του συνεδρίου. Πρόσθετες ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, αξιοθέατα, κτλ.
- Κατάλληλο προσωπικό με δυνατότητες άσκησης συνεδριακού management.

- Η γενικότερη εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων: πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα, με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες κ.τ.λ.
- Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.
- Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη και πολιτική κατάσταση.

Ταυτόχρονα όλα τα παραπάνω αποτελούν και προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο.⁸

Οι εθνικοί φορείς, όταν πραγματοποιούν συνέδρια με ευρεία διεθνή συμμετοχή, είναι αυτονόητο πως επιλέγουν τόπο διεξαγωγής μέσα στα εθνικά τους όρια. Η σειρά του ξενοδοχείου έρχεται μετά. Αφού δηλαδή έχει γίνει η επιλογή της χώρας και της πόλης που θα διεξαχθεί το συνέδριο.

Ακόμα, τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων.

Στο σημείο αυτό σημαντικό είναι να τονίσουμε ότι το κύριο χαρακτηριστικό του συνεδριακού τουρισμού είναι ότι η συμμετοχή δεν είναι υποχρεωτική. Αντίθετα, εξαρτάται από το μέγεθος του ενδιαφέροντος για το κάθε συνέδριο.⁹ Εκτός από το αντικείμενο του συνεδρίου, ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που καλλιεργεί το ενδιαφέρον των συνέδρων και αποτελεί κίνητρο για τη συμμετοχή τους είναι ο τουρισμός. Οι φορείς των συνεδρίων δηλαδή, επιλέγουν έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό, μέσα ή έξω από τη χώρα τους, που διαθέτει

ένα κατάλληλο Συνεδριακό Κέντρο (τα καλύτερα Συνεδριακά Κέντρα υπάρχουν στους καλύτερους τουριστικούς προορισμούς), καταρτίζουν το πρόγραμμα του Συνεδρίου και το εμπλουτίζουν με υψηλής ποιότητας τουριστικά προϊόντα, που καλύπτουν όλες τις ανάγκες μετακίνησης, διαμονής, διατροφής, ψυχαγωγίας, περιήγησης, συμμετοχής σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις, των συνέδρων, προσφέρουν αυτά τα προϊόντα εντελώς δωρεάν, όχι μόνο στους συνέδρους αλλά και στους συνοδούς τους, προσκαλούν τους συνέδρους και στην κατάλληλη εποχή του έτους πραγματοποιούν το συνέδριο. Έτσι σήμερα τα συνέδρια αποτελούν καταπληκτικές ευκαιρίες για διακοπές στους ή στις (συνηθέστερα) συζύγους των συνέδρων. Πολλές φορές μάλιστα, εκεί που η συμμετοχή ή όχι στο συγκεκριμένο συνέδριο βρίσκεται σε οριακά επίπεδα, το άτομο που θα συνοδεύσει είναι αυτό που θα παίξει τον αποφασιστικό ρόλο στην τελική επιλογή.

1.7 Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Ως τόποι συνεδρίων εννοούνται οι χώροι μέσα στους οποίους πραγματοποιούνται τα συνέδρια:

- Μεγάλες αίθουσες, αρένες, δημοτικά κέντρα, συναυλιακοί χώροι και θέατρα, κυρίως σε μεγάλες πόλεις.
- Συνεδριακά κέντρα: Ο όρος "συνεδριακό κέντρο" χρησιμοποιείται για να καλύψει ένα πολύ ευρύ φάσμα χώρων και εγκαταστάσεων, από μια μεγάλη αίθουσα συνεδριάσεων που μπορεί να συνοδεύεται και από άλλες μικρότερες και ορισμένους άλλους βοηθητικούς χώρους με συνολικό κόστος κατασκευής

σχετικά περιορισμένο, έως και τα σύγχρονα μεγάλα συνεδριακά κέντρα που έχουν δημιουργηθεί σε αρκετές μεγάλες πόλεις και τα οποία αποτελούν μεγάλα ή και πολύ μεγάλα συγκροτήματα.¹⁰

- Ξενοδοχεία: Τα περισσότερα ξενοδοχεία διαθέτουν μεγάλες αίθουσες για εκδηλώσεις, οι οποίες συχνά χρησιμοποιούνται και για τα συνέδρια. Ταυτόχρονα προσφέρουν σίτιση και στέγαση στους συνέδρους.
- Πανεπιστήμια και άλλες εκπαιδευτικές εγκαταστάσεις.¹¹

Γενικά ένας συνεδριακός χώρος πρέπει:

- Να βρίσκεται σε κεντρικό σημείο με εύκολη διεθνή συγκοινωνιακή πρόσβαση.
- Να διαθέτει επαρκή αριθμό καταλυμάτων.
- Να διαθέτει καλή συγκοινωνιακή σύνδεση με το κέντρο της πόλης.
- Να διαθέτει επαρκείς θέσεις στάθμευσης.
- Στην ευρύτερη περιοχή να υπάρχουν αξιοθέατα, προσφέροντας τη δυνατότητα διοργάνωσης εκδρομών και παράλληλων εκδηλώσεων.¹²

Τα βήματα για την επιλογή του κατάλληλου τόπου και χώρου για ένα συνέδριο είναι τα ακόλουθα:

1. Προσδιορισμός του σκοπού του συνεδρίου.
2. Ανάπτυξη πιθανών πλάνων συνεδρίων.
3. Λεπτομερή καταγραφή των αναγκών και των απαιτήσεων των συμμετεχόντων.
4. Προσδιορισμός των απαραίτητων συνεδριακών χώρων.
5. Προετοιμασία προϋπολογισμού.
6. Επιλογή του κατάλληλου τόπου και χώρου

1.8 Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη άρα και επιδιώκουν πάντα να έχουν κάποιο όφελος, μικρό ή μεγάλο, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο. Δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα συνέδριο, συνήθως δαπανηρό, χωρίς την επιδίωξη αυτή. Συνεπώς πρωταρχικός σκοπός κάθε συνεδρίου είναι η εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους, ακόμη και όταν οι φορείς που πραγματοποιούν τα συνέδρια είναι κρατικοί φορείς ή φορείς κοινωφελών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων. Το κέρδος μπορεί να μην είναι το μέγιστο, μπορεί να μην προσδιορίζεται και αποτιμάται εύκολα, αλλά πάντοτε υπάρχει. Ίσως να είναι κοινωνικό ή άυλο (φήμη, image, παρουσία) ή να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία / δημοσιότητα, δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων κτλ.), αλλά πάντοτε επιδιώκεται.

Για παράδειγμα, ένα υποθετικό συνέδριο, που πραγματοποιεί μια Φαρμακοβιομηχανία διάρκειας 4 ημερών και με συμμετοχή 500 συνέδρων - γιατρών, για να επιδείξει και συστήσει ένα ευρείας κατανάλωσης νέο φάρμακο της. Για το συνέδριο, αυτό η Φαρμακοβιομηχανία θα δαπανήσει στην Ελληνική συνεδριακή αγορά 60.000 ευρώ. Η δαπάνη αυτή θα καλυφθεί σε ένα χρόνο αν μόνο οι 200 από τους πεντακόσιους συνέδρους - γιατρούς πειστούν να συνταγογραφουν το φάρμακο για ένα χρόνο. Αν οι γιατροί που συνταγογραφουν το φάρμακο γίνουν περισσότεροι και ο χρόνος συνταγογράφησης μακρύτερος, τα κέρδη της Φαρμακοβιομηχανίας θα είναι πολλαπλάσια της δαπάνης του Συνεδρίου. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η σωστή οργάνωση του συνεδρίου είναι

απαραίτητη για να επιτευχθεί ο απώτερος σκοπός του συνεδρίου που είναι το κέρδος.

Σαν αντικείμενο του συνεδρίου ονομάζονται τα θέματα ή οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα συζητηθούν ή θα λάβουν χώρα στο Συνέδριο. Αυτά μπορεί να είναι: επίδειξη ενός προϊόντος ή νέας υπηρεσίας, παρουσίαση νέων εξελίξεων της επιστήμης και της τεχνολογίας, επιστημονικές ανακοινώσεις, γνωστοποίηση μιας δραστηριότητας, κοινοποίηση νέων γνώσεων, εξάσκηση πολιτικών marketing, δημοσιότητα και δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων, είσοδος σε μια συγκεκριμένη αγορά ή αύξηση του μεριδίου της υπάρχουσας αγοράς, προσέλκυση νέων πελατών, γνωριμία με συνεργάτες και επιβεβαίωση συνεργασίας, προσέλκυση νέων συνεργατών, επενδυτών, εξαγγελία προγραμμάτων ερευνών, εξαγγελία κινήτρων, επιστημονική ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση, εξαγγελία μιας αλλαγής της επαγγελματικής τακτικής, επίτευξη άτυπων ή τυπικών συνεργασιών κτλ.

1.9 ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Η οργάνωση ενός συνεδρίου είναι μια σύνθετη διαδικασία που περιλαμβάνει τρία στάδια: το στάδιο της προετοιμασίας (προσυνεδριακές ενέργειες), το στάδιο της διεξαγωγής του συνεδρίου και το στάδιο της αξιολόγησης του συνεδρίου (μετασυνεδριακές ενέργειες).

Οι προσυνεδριακές ενέργειες διαρκούν 1 μήνα έως 1 έτος (ίσως και παραπάνω),

γίνονται από τους φορείς των συνεδρίων, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών κέντρων ή ξενοδοχείων και περιλαμβάνουν:

- Απόφαση του φορέα να πραγματοποιηθεί το συνέδριο. Πρώτη εκτίμηση μεγέθους και προϋπολογισμού συνεδρίου. Επιλογή χρόνου, τόπου, συνέδρων και οργανωτών του συνεδρίου.
- Πρώτες συνεννοήσεις, συναντήσεις γνωριμίας, ενημερώσεις μεταξύ φορέων, οργανωτών και υπευθύνων συνεδριακών χώρων.
- Υπογραφή συμβολαίου ή ιδιωτικού συμφωνητικού.
- Κατάρτιση προγράμματος προσυνεδριακών, συνεδριακών και μετασυνεδριακών ενεργειών.
- Προσυνεδριακές επαφές. Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και συνεργασίας.
- Εσωτερικές συσκέψεις υπευθύνων των συνεδριακών χώρων και ξενοδοχείων για κατανομή αρμοδιοτήτων.
- Κρατήσεις δωματίων - Κατάρτιση καταλόγου συνέδρων - συνοδών.
- Επιβεβαίωση κρατήσεων με απαντητικά δελτάρια.
- Έλεγχος συνεδριακών χώρων και του εξοπλισμού τους.
- Κατάρτιση σχεδίου υποδοχής συνέδρων, επισήμων και VIPs
- Έλεγχος επισιτιστικών υπηρεσιών.
- Έλεγχος δυνατότητας, ποσότητας και ποιότητας της γραμματειακή υποστήριξης.
- Προετοιμασία των εκθεσιακών χώρων, αν κατά τη διάρκεια του συνεδρίου προβλέπονται και παράλληλες εκθεσιακές δραστηριότητες.
- Στολισμός, διακόσμηση, αγορά αναμνηστικών δώρων.

- Κατάρτιση προγράμματος ψυχαγωγίας συνέδρων και συνοδών και λοιπών τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Επαφή με εισηγητές, επιβεβαίωση ημέρας και ώρας εισηγήσεων.
- Προετοιμασία δεξίωσης υποδοχής.
- Προετοιμασία τελετής έναρξης συνεδρίου, χαιρετισμών, δημοσιογραφική και τηλεοπτική κάλυψη.
- Οργάνωση και Προετοιμασία Υπηρεσίας Πρώτων Βοηθειών – Έλεγχος Σχεδίων Διαχείρισης Κρίσεων.
- Τελική επιλογή εμπλεκόμενου προσωπικού. Ενημέρωση και προετοιμασία προσωπικού.
- Τελική σύσκεψη φορέων, οργανωτών, υπευθύνων συνεδριακών χώρων
- Ρύθμιση λεπτομερειών, επιβεβαιώσεις.
- Έκδοση Δελτίου Τύπου

Οι Ενέργειες κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου διαρκούν όσο και το συνέδριο δηλαδή 2-5 ημέρες και σε αυτές εμπλέκονται οι φορείς, οι οργανωτές, οι υπεύθυνοι των συνεδριακών χώρων, οι σύνεδροι και οι συνοδοί τους, οι επίσημοι, οι εισηγητές, το τεχνικό προσωπικό και οι τρίτοι που ενδιαφέρονται για το συνέδριο. Οι ενέργειες αυτές περιλαμβάνουν:

- Υποδοχή συνέδρων, συνοδών, επισήμων και VIPς. - Διανομή φακέλων στους συνέδρους.
- Διαδικασίες check in και ιδιαίτερες διαδικασίες εγγραφής και πληρωμής όταν οι σύνεδροι πληρώνουν για τη συμμετοχή τους στο συνέδριο.
- Δεξίωση υποδοχής.
- Τελετή έναρξης συνεδρίου.

- Χαιρετισμοί.
- Εισηγήσεις ή εκδηλώσεις κατά την διεξαγωγή του συνεδρίου.
- Coffee breaks κατά τη διάρκεια των συνεδρίων.
- Γεύματα - δείπνα (ανάλογα με πρόβλεψη) και λοιπές επισιτιστικές υπηρεσίες - Γραμματειακή υποστήριξη.
- Εφαρμογή των προγραμμάτων της τουριστικής επένδυσης του συνεδρίου για τους συνέδρους και τους συνοδούς τους.
- Συνεχής έλεγχος σωστής λειτουργίας εγκαταστάσεων και εξοπλισμού.
- Παροχή υπηρεσιών διερμηνείας.
- Δημοσιογραφική και τηλεοπτική κάλυψη - Αναμνηστικές φωτογραφίες.

Οι **Μετασυνεδριακές ενέργειες** διαρκούν 7-30 ημέρες, γίνονται από τους φορείς, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών χώρων και περιλαμβάνουν:

- Τελετή πέρατος του Συνεδρίου - Δεξίωση αποχαιρετισμού
- Αναχώρηση συνέδρων - Διαδικασίες check out
- Αποκατάσταση χώρων - Επιστροφή εξοπλισμού (σε περίπτωση ενοικίασής του).
- Αξιολόγηση συνεδρίου. Η αξιολόγηση γίνεται από τους φορείς, οργανωτές και υπευθύνους συνεδριακών χώρων χωριστά ή σε κοινή σύσκεψη όπου εξετάζονται οι αδυναμίες και οι παραλείψεις, οι δυσλειτουργίες του εξοπλισμού, η μη ικανοποιητική απόδοση του προσωπικού, οι αδυναμίες της διοίκησης αλλά και οι θετικές απόψεις των θεμάτων αυτών και εξάγονται συμπεράσματα, διατυπώνονται προτάσεις και υπολογίζονται ευθύνες. Πολλές φορές

αποστέλλονται ερωτηματολόγια στους συνέδρους: με επιστολές και απαντητικά έντυπα και παρακαλούνται να εκφράσουν τη γνώμη τους για το συνέδριο γενικώς καθώς και για την ποιότητα των συνεδριακών υπηρεσιών.

- Οικονομικές ρυθμίσεις και λογιστικοί έλεγχοι - Απόδοση λογαριασμού – Αποπληρωμές.
- Ανταλλαγή ευχαριστηρίων επιστολών.

1.10 ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ, ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Όσον αφορά στο χρόνο διεξαγωγής και τη συχνότητα, τα συνέδρια διακρίνονται σε:

- Περιοδικά συνέδρια: τα οποία επαναλαμβάνονται με κάποια συχνότητα σε διαφορετικούς συνήθως χώρους.
- Σταθερά συνέδρια: διοργανώσεις που επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο σε προκαθορισμένο χρόνο και τόπο.
- Συνέδρια ή ημερίδες σε συνδυασμό με εκθέσεις: αυτά διοργανώνονται κατά τη διάρκεια εκθέσεων σε αίθουσες των συνεδριακών χώρων και η συχνότητα τους εξαρτάται άμεσα από τις εκθέσεις αυτές.
- Μη σταθερά ή περιοδικά συνέδρια: συνέδρια που δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα αλλά ούτε και καμία σταθερότητα.

Η διάρκεια του συνεδρίου ποικίλει ανάλογα με το είδος του συνεδρίου και αναφέρεται στο προκαθορισμένο πρόγραμμα του.

1.11 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Το αντικείμενο του συνεδρίου, το τόπος του συνεδρίου, ο χρόνος διεξαγωγής του και η δωρεάν συμμετοχή των συνέδρων δεν εξασφαλίζουν από μόνα τους την επιτυχία του συνεδρίου. Αντίθετα, ένα μεγάλο μέρος της επιτυχίας εξαρτάται από την προώθηση του συνεδρίου.

Η προώθηση ενός συνεδρίου μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους. Ο πιο συνηθισμένος είναι με απ' ευθείας αποστολή στους συνέδρους του φυλλαδίου και του προγράμματος του συνεδρίου. Η χρονική στιγμή που θα γίνει αυτό είναι εξίσου σημαντική. Αν γίνει πολύ νωρίς, συνήθως τα φυλλάδια πετιούνται ή χάνονται. Αν πάλι γίνει πολύ αργά, είναι πολύ πιθανό οι συνέδροι να έχουν ήδη προγραμματίσει κάτι άλλο για εκείνες τις ημέρες. Ειδικά για συνέδρια που γίνονται σε ετήσια βάση, η ανακοίνωση για το συνέδριο της επόμενης χρονιάς γίνεται στο τέλος του συνεδρίου της τρέχουσας.

Αλλα μέσα για την προώθηση του συνεδρίου είναι η διαφήμιση του στα περιοδικά και εφημερίδες σχετικού θέματος καθώς και η συνεχή επαφή με τους πιθανούς συνέδρους με σκοπό την όσο πιο σύντομη εγγραφή τους στο συνέδριο.¹⁵

1.12 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα αναζητούν μια εξωτερική πιστοποίηση της

ποιότητας των υπηρεσιών ή των προϊόντων τους. Ο λόγος που χρησιμοποιούνται οι εξωτερικές πιστοποιήσεις είναι κυρίως για να εξασφαλιστεί μια σταθερότητα στο επίπεδο υπηρεσίας και εξυπηρέτησης. Είναι συνεπώς αυτονόητο ότι επιχειρήσεις που διαθέτουν παγκοσμίως αναγνωρισμένες πιστοποιήσεις, έχουν και το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων κατά την διοργάνωση ενός συνεδρίου. Ειδικότερα στον ξενοδοχειακό τομέα, που είναι και ένας βασικός συντελεστής του συνεδρίου, η κατοχή πιστοποιήσεων είναι σημαντική, γιατί εξασφαλίζει εγγυημένη ποιότητα υπηρεσιών. Οι κυριότερες πιστοποιήσεις που συναντάμε στον ξενοδοχειακό τομέα είναι:

- **ISO:** Όλη η σειρά των πιστοποιήσεων ISO αφορά στην πιστοποίηση ότι κατά την παραγωγή ή την παροχή της υπηρεσίας τηρήθηκε συγκεκριμένη διαδικασία, η οποία διασφαλίζει ένα συγκεκριμένο επίπεδο ποιότητας της υπηρεσίας. Το 1809001 και το 18014000 είναι οι πιο διαδεδομένες πιστοποιήσεις που εφαρμόζονται από 760.900 επιχειρήσεις σε 154 χώρες σε όλο τον κόσμο. Το ISO 9000 έχει γίνει σημείο παγκόσμιας αναφοράς όσον αφορά στη διαχείριση ποιότητας στις διεπιχειρησιακές συναλλαγές ενώ το ISO 14000 βρίσκεται σε καλό δρόμο όσον αφορά στην επίτευξη των περιβαλλοντικών προκλήσεων.¹⁶
- **HACCP** (Hazard Analysis and Critical Control Point): προέρχεται από την National Advisory Committee on Microbiological Criteria of Foods και διασφαλίζει την ασφάλεια των τροφίμων από την παραγωγή μέχρι την κατανάλωση. Το συγκεκριμένο σύστημα διασφάλισης βασίζεται στην πρόβλεψη και πρόληψη μελλοντικών προβλημάτων που αφορούν τα τρόφιμα και στηρίζεται σε 7 βασικές αρχές: ανάλυση κινδύνου, προσδιορισμός CCP, θέσπιση ανώτατων ορίων, επίβλεψη διαδικασιών, διορθωτικές ενέργειες, επικύρωση

διαδικασιών, τήρηση αρχείου - ιστορικού. Με το σύστημα αυτό, όταν παρατηρηθεί μια απόκλιση η οποία οφείλεται σε απώλεια του ελέγχου, ο μηχανισμός κινητοποιείται και παίρνονται τα κατάλληλα μέτρα για την γρήγορη και έγκαιρη ανάκτηση του ελέγχου ώστε τα επικίνδυνα προϊόντα να μην φτάσουν στον καταναλωτή.¹⁷

1.13 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως είδαμε και παραπάνω, από τις σημαντικότερες προϋποθέσεις για την προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού σε μια χώρα ή πόλη είναι η ύπαρξη της γενικής αλλά και της ειδικής συνεδριακής υποδομής σε συνδυασμό με το κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό, την εικόνα της χώρας, τις κλιματολογικές συνθήκες, τις συνθήκες, κτλ. Μπορούμε λοιπόν να αντιληφθούμε ότι τόσο ο ρόλος του κράτους όσο και η ιδιωτική πρωτοβουλία είναι καθοριστικά στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού και ότι για να μπορέσει να υπάρξει συνεδριακή κίνηση πρέπει να υπάρχει ειδική μέριμνα και κατάλληλα κίνητρα και από τις δύο πλευρές. Όταν αναφερόμαστε στο κράτος, για την ακρίβεια εννοούμε την αποτελεσματικότητα του κράτους ως υποβοηθητική μηχανή για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Καίρια θέματα που σχετίζονται με την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και αποτελούν κίνητρα για την ανάπτυξη του είναι:

- Δημιουργία της κατάλληλης γενικής υποδομής. Το κράτος είναι υπεύθυνο για τη δημιουργία της κατάλληλης γενικής υποδομής αλλά και την κάλυψη των κενών στην ήδη υπάρχουσα. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δίνεται στην περιφέρεια την πρωτεύουσας, όπου και συνήθως λαμβάνει χώρα η

πλειοψηφία των συνεδρίων αλλά και σε όσες άλλες περιοχές παρουσιάζουν ανάλογες δυνατότητες και προοπτικές. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικά έργα για τη βελτίωση της υποδομής της χώρας, τα περισσότερα από τα οποία έγιναν εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και έδωσαν ώθηση στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού¹⁸. Για παράδειγμα, η έλλειψη ικανοποιητικού διεθνούς αεροδρομίου στην Αθήνα, καλύφθηκε με τη δημιουργία του νέου αεροδρομίου Ελ. Βενιζέλος.

➤ Ειδική συνεδριακή υποδομή. Το κύριο μέλημα είναι η δημιουργία συνεδριακών χώρων και ιδιαίτερα συνεδριακών κέντρων τα οποία θα μπορούν να υποστηρίξουν τα συνέδρια. Παρά το μεγάλο κόστος, η δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου σε μια περιοχή που ήδη συγκεντρώνει αξιόλογη τουριστική υποδομή και συνεδριακή κίνηση, δεν συνεισφέρει μόνο στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αλλά και του τουρισμού γενικότερα με την αναβάθμιση όλης της περιοχής.

➤ Τα Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας. Αποτελούν μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, συχνά συνεταιριστικού χαρακτήρα, που χρηματοδοτούνται εν μέρει από δημόσιους πόρους και κατά το υπόλοιπο από συνδρομές επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και άλλων συγγενών κλάδων που επιθυμούν να είναι μέλη και με την ιδιότητα αυτή να επωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει το γραφείο. Στη διοίκηση συμμετέχουν οι φορείς που τα χρηματοδοτούν. Πιο συγκεκριμένα, τα Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας προσελκύουν συνεδριακό τουρισμό παρέχοντας πληροφορίες για τις υποδομές που διαθέτει η πόλη και υλοποιώντας στοχευμένα προγράμματα marketing για κάθε μορφή επαγγελματικού τουρισμού. Ακόμα, παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες και στήριξη σε οργανισμούς του ιδιωτικού και του

δημόσιου τομέα της ημεδαπής και της αλλοδαπής που διεξάγουν συνεδριακές εκδηλώσεις, λειτουργούν βιβλιοθήκη και ταινιοθήκη με διαφημιστικό και εποπτικό υλικό προβολής και ενημέρωσης, παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες για τουρισμό κινήτρων και για τρόπους αύξησης εσόδων ανά σύνεδρο. Η σημασία των Γραφείων Συνεδρίων και Φιλοξενίας είναι πολύ μεγάλη μιας και αποτελούν απαραίτητο εργαλείο για την προσέλκυση συνεδρίων και ταυτόχρονα είναι δείγμα ωριμότητας τουριστικών προορισμών.¹⁹

- Εξειδικευμένο προσωπικό. Αν και οι γνώσεις και οι ικανότητες που χρειάζονται για το συνεδριακό τουρισμό είναι σε μεγάλο βαθμό ίδιες με εκείνες του γενικού τουρισμού, οι απαιτήσεις για ποιότητα εξυπηρέτησης στο συνεδριακό τουρισμό είναι μεγαλύτερες και διαρκώς αυξανόμενες. Για το λόγο αυτό πρέπει να υπάρχουν στελέχη με εξειδίκευση και πείρα στην παροχή υπηρεσιών. Η ανάγκη αυτή καλύπτεται σε πρώτη φάση από το κράτος μέσω των σχολών με τουριστικές κατευθύνσεις αλλά κυρίως από τις ίδιες τις επιχειρήσεις στον κλάδο που διοργανώνουν εκπαιδευτικά προγράμματα κατάρτισης για το προσωπικό ή τα στελέχη τους.
- Επιχορήγηση - επιδότηση επενδύσεων. Κύρια πηγή χρηματοδοτήσεων είναι ο ευρύτερος δημόσιος τομέας. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται και πολλές ιδιωτικές πρωτοβουλίες για επενδύσεις στο συνεδριακό τομέα. Σε επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν αναλυτικά τα κίνητρα που δίνονται από το κράτος για τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων μέσω επιδοτήσεων.
- Προβολή, δημοσιότητα και διαφήμιση. Η τουριστική προβολή και διαφήμιση μιας χώρας δεν είναι αρκετή για να προωθήσει το συνεδριακό

τουρισμό. Αντίθετα για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού χρειάζονται ειδικός επαγγελματικός χειρισμός με διαρκή προσπάθεια, και αυτό γιατί το γεγονός ότι μια χώρα είναι σε θέση να προσφέρει με ανταγωνιστικούς όρους γενικές τουριστικές υπηρεσίες δεν σημαίνει αυτόματα ότι είναι και σε θέση να εξυπηρετήσει συνεδριακές εκδηλώσεις και μάλιστα μεγάλου μεγέθους.

1.14 ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού ως μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι πολύ σημαντική σε κάθε χώρα, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Ειδικότερα, όταν η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού γίνεται και σε συνδυασμό με την ανάπτυξη άλλων κλάδων του τουριστικού τομέα (π.χ. άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού) τα αποτελέσματα είναι ακόμα μεγαλύτερα.

Η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού έγκειται στα παρακάτω:

- Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από αυτή του μέσου επισκέπτη, σχεδόν τριπλάσια του κλασικού παραθεριστικού πακέτου, αυξάνοντας το οικονομικό αποτέλεσμα.
- Ο συνεδριακός τουρισμός έχει δυνατότητες δωδεκάμηνης διάρκειας γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για χώρες όπως η Ελλάδα, όπου ο κλάδος του τουρισμού παρουσιάζει πρόβλημα εποχικότητας.
- Η κατανομή του συνεδριακού τουρισμού, μπορεί να λειτουργήσει

συμπληρωματικά και όχι ανταγωνιστικά στην κατανομή του γενικού τουρισμού συμπληρώνοντας, εμπλουτίζοντας και βελτιώνοντας την τουριστική προσφορά.

- Προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου είναι ένα είδος ανέξοδης διαφήμισης σε τοπικό, περιφερειακό, διεθνές, κτλ. επίπεδο ανάλογα με συνέδριο. Κατά συνέπεια, ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλει στην ενίσχυση της υστεροφημίας του προορισμού, και συνεπώς, στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος.
- Στήριξη παράλληλων τοπικών αγορών λόγω της υψηλής εισοδηματικής στάθμης και ροπής των συμμετεχόντων προς κατανάλωση.
- Προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού, δηλαδή επισκεπτών υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και εισοδηματικού επιπέδου με ποικίλα ενδιαφέροντα και δραστηριότητες.²⁰
- Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί κίνητρο για την ανάληψη επενδύσεων στο χώρο του τουρισμού, οι οποίες με την σειρά τους συνεπάγονται οικονομική ανάπτυξη και αύξηση της απασχόλησης.
- Ο συνεδριακός τουρισμός είναι "ανελαστικός" και επηρεάζεται πολύ λιγότερο σε σχέση με τον παραθεριστικό από οικονομικά προβλήματα τα οποία επιδρούν στις τοπικές οικονομίες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Επαγγελματικός Τουρισμός, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992, σελ. 25
2. Μανώλης Σφακιανάκης, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2000, σελ. 107
3. Κώστας Ν. Κραβαρίτης ο.π., σελ. 28
4. Ε. Βελισσάριος, Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, τόμος Δ', Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα 2000, σελ.41
5. Κώστας Ν. Κραβαρίτης, ο.π., σελ. 42-45
6. Κώστας Ν. Κραβαρίτης, ο.π., σελ. 112-113
7. Robert Cristie Mill, Alastair M. Morrison, The tourism System: an introductory text, Prentice Hall International Inc 1985, σελ. 98
8. Ελληνικός Τουρισμός, Μύθοι και Πραγματικότητα, συλλογή κειμένων, Εκδόσεις Anubis 1996, σελ. 99
9. Harry H. Hiller, Conventions as mega-events, a new model for convention – host city relationships, Tourism Management, 1995, Vol.16, No.5, pp.375-37
10. Λούκης Α. Αθανασίου, Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Ι.Τ.Ε.Π. Αθήνα 2002, σελ. 27
11. Christopher M. Law, Urban Tourism, attracting visitors to large cities, Tourism leisure and recreation, Mansell Publishing Limited 1996, σελ. 42
12. Ε. Βελισσάριος, Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, τόμος Δ', Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα 2000, σελ.46
13. Nova Starr, Viewpoint, an introduction to travel tourism and hospitality, second edition, Prentice Hall 1997, σελ. 275
14. Ε. Βελισσάριος, ο.π., σελ.51
15. Nova Starr, ο.π., σελ. 279
16. <http://www.iso.org>
17. www.cfsan.fda.gov/~lrd.haccp.html

18. Λούκης Α. Αθανασίου, Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Ι.Τ.Ε.Π Αθήνα 2002, σελ 108
19. Βίκυ Τρίφωνα, «Convention and Visitors Bureau», The tourism report, τεύχος 15, Οκτώβριος 2004, σελ.44
20. Δρ. Στέργιος Λ. Μούργος, «Συνεδριακές υποδομές και συνεδριακή κουλτούρα: Ο ρόλος τους στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας», 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό Τουρισμό, Βιβλίο πρακτικών, σελ 56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Πριν ξεκινήσει την ανάλυση είναι σημαντικό να τονιστεί το γεγονός ότι, ο συνεδριακός τουρισμός δεν συγκαταλέγεται μεταξύ των οικονομικών δραστηριοτήτων για τις οποίες συλλέγονται με συστηματικό τρόπο και κατά τακτά χρονικά διαστήματα στατιστικά στοιχεία συνολικής κάλυψης ή ικανοποιητικού βαθμού αντιπροσώπευσης. Η έλλειψη κάποιου αρμόδιου φορέα για τον συνεδριακό τουρισμό είναι εμφανής στην Ελλάδα. Επιπλέον, δεν είναι εύκολο να υπάρξουν ακριβή στοιχεία γιατί σε αρκετές περιπτώσεις η διαχωριστική γραμμή μεταξύ του συνεδριακού τουρισμού και του γενικού τουρισμού δεν είναι σαφής. Αυτό συμβαίνει όχι μόνο γιατί σε αρκετές συνεδριακές εκδηλώσεις το στοιχείο της αναψυχής είναι έντονο, αλλά και γιατί σε αρκετές περιπτώσεις, με την ευκαιρία που γίνεται ένα ταξίδι για συνεδριακούς σκοπούς, αυτό μπορεί να επεκτείνεται (είτε με την άφιξη είτε με την καθυστέρηση της αναχώρησης) προκειμένου ο σύνεδρος και οι συνοδοί του να κάνουν γενικό τουρισμό. Για να βγάλουμε κάποια σχετικά συμπεράσματα καταφεύγουμε σε:

- Στοιχεία από διεθνείς επαγγελματικές οργανώσεις επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.
- Περιστασιακές δειγματοληπτικές έρευνες για ορισμένα θέματα, περιοχές ή χώρες.
- Εκτιμήσεις που επιχειρούνται από μελετητές του θέματος και διεθνής οργανισμούς.

Τα στοιχεία που παραθέτονται παρακάτω προέρχονται κυρίως από τον ICCA

(International Congress & Convention Association), έναν από τους πλέον μεγάλους διεθνείς οργανισμούς, ο οποίος όμως και πάλι δεν καλύπτει σε καμία περίπτωση το σύνολο της αγοράς.²¹

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς συνεδρίων ανά ήπειρο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ ΑΠΟ ΤΟ 1989 ΕΩΣ ΤΟ 2003

Ποσοστά (%)							
ΗΠΕΙΡΟΣ	'89-'90	'91-'92	'93-'94	'95-'96	'97-'98	'99-'00	2003
Ευρώπη	61%	62%	60%	59%	59%	58%	62%
Ασία	15%	15%	16%	18%	17%	17%	16%
Β.Αμερική	13%	12%	12%	11%	10%	11%	10%
Ν/Κ.Αμερική	7%	6%	6%	5%	6%	5%	6%
Αυστραλία/Ειρηνικός	2%	3%	3%	4%	5%	7%	4%
Αφρική	2%	2%	3%	3%	3%	3%	2%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Πηγή: ICCA, 2003

Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς ανήκει σταθερά στην Ευρώπη και παρά την φθίνουσα πορεία του ως το 2000, το 2003 εμφανίζεται και πάλι αυξημένο.

Γενικά, σε μακροχρόνια βάση τα μερίδια αγοράς παραμένουν σταθερά.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι σε παγκόσμιο επίπεδο η συνεδριακή δραστηριότητα αναπτύσσεται.²²

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς των 25 πρώτων

χωρών σε αριθμό διεθνών συνεδρίων. Στην πρώτη θέση βρίσκονται οι Η.Π.Α. και ακολουθούν οι ευρωπαϊκές χώρες. Η Ελλάδα έρχεται στην 25^η με μερίδιο αγοράς λιγότερο από 1 % ως το 2000.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2
ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ (%) ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ 25 ΧΩΡΩΝ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
ΑΠΟ ΤΟ 1996 ΕΩΣ ΤΟ 2000

ΧΩΡΑ	1996	1997	1998	1999	2000
Η.Π.Α	8	7,57	7,25	7,37	7,91
Ηνωμένο Βασίλειο	6,30	6,43	6,08	6,23	8,85
Ισπανία	4,49	5,22	6,04	4,73	3,79
Γαλλία	5,15	4,66	4,98	4,24	4,66
Γερμανία	4,84	5,26	4,95	5,68	4,19
Ιταλία	4,38	4,31	4,31	3,59	4,43
Αυστραλία	4,07	4,73	4,12	4,53	9,33
Κάτω Χώρες	4,52	4,58	3,93	3,84	4,19
Ιαπωνία	4,24	3,29	3,93	3,64	3,24
Αυστρία	3,17	2,50	3,44	2,09	1,98
Φινλανδία	2,96	2,80	3,13	4,14	3,40
Σουηδία	2,61	2,65	3,13	3,24	2,85
Δανία	3,55	2,31	2,98	2,79	2,45
Καναδάς	2,54	2,88	2,61	3,09	3,40
Πορτογαλία	1,43	1,51	2,34	1,40	1,26
Βέλγιο	2,44	2,50	2,23	1,89	1,34
Ισραήλ	2,47	1,44	2	1,84	1,58
Ελβετία	2,37	2,12	1,96	2,04	1,26
Κορέα	1,25	1,51	1,74	2,19	1,26
Βραζιλία	0,94	1,59	1,74	2,44	2,77
Νότια Αφρική	1,15	1,29	1,70	1,94	1,74
Ουγγαρία	2,54	1,40	1,59	3,29	1,58
Σιγκαπούρη	0,97	0,83	1,59	0,65	0,87
Νορβηγία	1,60	2,12	1,51	2,59	2,92
Ελλάδα	1,46	1,82	1,32	1,49	0,79
Μερίδιο αγοράς των 25 χωρών	79,44%	77,33%	80,59%	80,97%	82,06%

Πηγή: ICCA, 2003

Η Ελλάδα έχει ένα από τα μικρότερα μερίδια αγοράς τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Για το 2003, στην παγκόσμια κατάταξη η χώρα μας

κατέλαβε την **27^η θέση**, ενώ το 2005 τη **22^η θέση** με μερίδιο 1,8%. Τα στοιχεία αυτά φανερώνουν ότι η χώρα μας έχει μια ανοδική πορεία στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού. Οι Η.Π.Α. κατείχαν την πρώτη θέση και τις δύο χρονιές.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Συνεδρίων (ICCA), η Ελλάδα το 2003 κατείχε τη **12^η θέση** στην Ευρώπη, με μερίδιο μόλις 1,70%. Την πρώτη θέση κατείχε η Γαλλία, με μερίδιο 6,90%, και ακολουθούσαν η Γερμανία με 5,20% και η Ιταλία με 4%.

Οι πέντε πρώτες χώρες στην διοργάνωση συνεδρίων το 2005 όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα ήταν οι ΗΠΑ, η Γερμανία, η Ισπανία, η Αγγλία και η Γαλλία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3
ΔΕΚΑ ΠΡΩΤΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΤΟ 2005

ΧΩΡΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ 2005
ΗΠΑ	376
Γερμανία	320
Ισπανία	275
Ηνωμένο Βασίλειο	270
Γαλλία	240
Ολλανδία	197
Ιταλία	196
Αυστραλία	164
Αυστρία	157
Ελβετία	151

Πηγή: ICCA, 2005

Τα στοιχεία του 2003 δείχνουν ότι εντός των συνόρων της Ευρώπης, η πόλη με τα περισσότερα σε αριθμό συμμετεχόντων συνέδρια ήταν το Βερολίνο με 90.000 συνέδρους, ενώ ακολουθούν το Παρίσι, η Βιέννη, η Λισσαβόνα και η Βαρκελώνη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
ΔΕΚΑ ΠΡΩΤΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΣΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΤΟ 2005

ΠΟΛΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ 2005
Βιέννη	129
Σιγκαπούρη	125
Βαρκελώνη	116
Βερολίνο	100
Χονγκ Κονγκ	95
Παρίσι	91
Άμστερνταμ	82
Σεούλ	77
Βουδαπέστη	77
Στοκχόλμη	72

Πηγή: ICCA, 2005

Σε παγκόσμια κατάταξη, πρώτη πόλη σε αριθμό συνεδρίων το 2003 έρχεται η Βιέννη και ακολουθούν η Βαρκελώνη, η Σιγκαπούρη, η Στοκχόλμη και η Λισσαβόνα. Η Αθήνα βρίσκεται στην 46^η θέση με 14 συνέδρια. Το 2004 την πρώτη θέση με βάση των αριθμό συνεδρίων ανά πόλη παίρνει η Βαρκελώνη με πάνω από 100 συνέδρια, ενώ ακολουθούν η Βιέννη, η Σιγκαπούρη και το Βερολίνο. Η Αθήνα ανεβαίνει στην 20 θέση με 39 συνέδρια. Το 2005, όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, στην πρώτη θέση βρίσκεται η Βιέννη, ενώ ακολουθούν η Σιγκαπούρη, η Βαρκελώνη και το Βερολίνο.

Το 2003, στο 63% των συνεδρίων συμμετείχαν από 50 έως 500 άτομα, ενώ τα συνέδρια με πάνω από 2.000 συμμετέχοντες το 2003 ανέρχονται μόλις στο 8%.²³

Όσον αφορά στο είδος των συνεδρίων, για πρώτη φορά από το 1993, τα ιατρικά συνέδρια συγκεντρώνουν ποσοστό λιγότερο από το 28% των διεθνώς

συνεδρίων. Η επιστήμη, η τεχνολογία και η βιομηχανία παραμένουν στη δεύτερη, τρίτη και τέταρτη θέση αντίστοιχα ενώ, τα συνέδρια που αφορούν στις κοινωνικές επιστήμες είναι την πέμπτη θέση.²⁴

ΠΙΝΑΚΑΣ 5
ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΤΑ ΕΙΔΟΣ ΤΟ 1993

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ιατρικά	26,7%
Επιστημονικά	11,6%
Τεχνολογίας	9,8%
Βιομηχανίας	7,6%
Κοινωνικών Επιστημών	4,6%
Εκπαίδευσης	4,1%
Οικονομικά	3,8%
Γεωργίας	3,7%
Διοίκησης	3,6%
Μεταφορών και Επικοινωνιών	3,1%

Πηγή: ICCA, 2003

Ο μέσος όρος χρονικής διάρκειας των συνεδρίων το 2003 ήταν 4,27 μέρες που αποτελεί το χαμηλότερο μέσο όρο των τελευταίων δέκα χρόνων. Σε ό,τι αφορά στις δαπάνες των συνεδρίων, ο μέσος όρος του δικαιώματος εγγραφής και η συνολική δαπάνη ανά συνέδριο αυξήθηκαν για πρώτη φορά σε τρία χρόνια και τα συνολικά έσοδα των διεθνών συνεδρίων ποτέ δεν ήταν τόσο υψηλά όσο το 2003. Σύμφωνα με στοιχεία του WTTC, ο επαγγελματικός τουρισμός γενικά αναλογεί στο 18% των τουριστικών δαπανών διεθνώς.

Οι κύριες πηγές ζήτησης συνεδριακών υποδομών διεθνώς είναι οι διάφορες κατηγορίες οργανώσεων / σωματείων (corporate buyers) που καλύπτουν το 65-75% του συνολικού αριθμού των συνεδρίων και οι μεγάλες οργανωμένες

επιχειρήσεις (association buyers) που καλύπτουν το 25-35% του συνολικού αριθμού των συνεδρίων. (W.T.O.: 1997:126, 128).

Ακόμα, σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA τα περισσότερα συνέδρια / εκθέσεις διοργανώνονται τους μήνες Μάιο (13%), Ιούνιο (13%), Σεπτέμβριο (18%), και Οκτώβριο (9%). Η λιγότερο δημοφιλής εποχή των συνεδρίων είναι η περίοδος από τον Ιανουάριο ως τον Απρίλιο, καθώς επίσης και οι 2 τελευταίοι μήνες του έτους. Συνεπώς την άνοιξη και το φθινόπωρο πραγματοποιούνται το 74% των συνεδρίων, ενώ μόνο το 21% γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα.

Όσον αφορά στους χώρους διοργάνωσης των συνεδρίων, πάνω από τα μισά συνέδρια (55%) πραγματοποιούνται σε συνεδριακά κέντρα και μόνο το 22% σε ξενοδοχεία και το 18% σε πανεπιστήμια.²⁵

2.2 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα στατιστικά στοιχεία που είναι διαθέσιμα για την Ελλάδα αναφέρονται σε μια περίοδο αρκετά χρόνια πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες και κατά συνέπεια δεν μπορούν να δώσουν μία σαφή εικόνα της αγοράς. Επιπλέον, η ελληνική αγορά του συνεδριακού τουρισμού άρχισε να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη τα τελευταία χρόνια χάρη στο αυξημένο ενδιαφέρον των ξένων οργανισμών που επιλέγουν την Ελλάδα ως τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων τους.²⁶

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η Ελλάδα το 2003 κατείχε τη 12^η θέση στην Ευρώπη την 27^η θέση σε παγκόσμια κατάταξη. Ειδικότερα, μέσα στα σύνορα της χώρας, πραγματοποιούνται ετησίως 12.000-15.000 κάθε μορφής συνεδριακές εκδηλώσεις.²⁷ Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας (2003) ο ετήσιος τζίρος από τη διοργάνωση συνεδρίων στη χώρα μας φτάνει τα 184,8 εκατ. ευρώ. Το 9% των συνολικών αφίξεων στη χώρα μας (1.000.000) αποτελούν επισκέπτες, που παρακολουθούν συνέδρια, διάφορες παρουσιάσεις και εκθέσεις.

Η Αθήνα συγκεντρώνει περίπου το 40% της συνολικής συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια, ενώ σημαντικά είναι τα μερίδια της Κρήτης, των Δωδεκανήσων και της Θεσσαλονίκης. Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου - Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου - Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου - Δεκεμβρίου (με 15% περίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου - Μαρτίου είναι χαμηλή.

Η διάρκεια των συνεδρίων είναι 3 ημέρες για τα συνέδρια μικρής διάρκειας και 5 ημέρες για τα συνέδρια μεγάλης διάρκειας. Το 30% της συνεδριακής κίνησης αντιστοιχεί σε διεθνή συνέδρια, ενώ το υπόλοιπο 70% σε εθνικά μεγέθους 250-700 άτομα.

Η μέση ημερήσια δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εμφανίζεται πολλαπλάσια του αντίστοιχου μεγέθους για τον γενικό τουρισμό (έως και δεκαπλάσια). Επειδή όμως, η μέση διάρκεια παραμονής των συνεδριακών επισκεπτών τοποθετείται μεταξύ 4 και 5 ημερών και είναι γενικά βραχύτερη απ' ότι συμβαίνει με τον γενικό τουρισμό, η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εξακολουθεί, μεν να είναι υψηλότερη σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό αλλά σε μικρότερο βαθμό (διπλάσια ως τετραπλάσια). Τέλος, γενικά ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται μέτριος.²⁸

2.3 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Διοργανωτών Συνεδρίων (HAPCO) ιδρύθηκε το 1996 με στόχο την προώθηση και την υποστήριξη του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα. Σήμερα ο HAPCO αριθμεί πάνω από 70 μέλη και είναι το κύριο αρμόδιο σώμα που εκπροσωπεί τη βιομηχανία του συνεδριακού τουρισμού. Εκτός από τις εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων, μέλη του HAPCO είναι επίσης συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία, εταιρείες οπτικοακουστικών ειδών, μεταφραστικές υπηρεσίες, αεροπορικές εταιρείες, κατασκευάστριες εταιρίες συνεδριακών και

εκθεσιακών χώρων, σύμβουλοι επιχειρήσεων, εταιρίες catering, πανεπιστήμια και διαφημιστικές εταιρείες. Όλα τα μέλη συνεργάζονται στενά για επιτύχουν το τέλειο αποτέλεσμα.

Πιο αναλυτικά οι στόχοι του HAPCO όπως ορίζονται και από τον ίδιο είναι:

- Προώθηση των υπηρεσιών των μελών του τόσο στην ελληνική όσο και στην διεθνή αγορά.
- Ενίσχυση της ποικιλομορφίας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος προσελκύοντας τουρίστες υψηλού κοινωνικού, οικονομικού και εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Δημιουργία προτάσεων σε επενδυτές για την προώθηση του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού.
- Συλλογή και παροχή επιστημονικών πληροφοριών για το συνεδριακό τουρισμό.
- Δημιουργία συνεργασίας ανάμεσα στα μέλη του.
- Έρευνα και συνεργασία για την προώθηση των κοινών οικονομικών συμφερόντων των μελών του.

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται από τον HAPCO για την επίτευξη των στόχων αυτών είναι:

- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, οργάνωση workshops και κυκλοφορία εκδόσεων, όπως ο οδηγός για το συνεδριακό τουρισμό, κτλ για την προώθηση των μελών του στη συνεδριακή αγορά.
- Συνένωση των δυνάμεων των μελών του για την προώθηση των κοινών

συμφερόντων τους.

- Διοργάνωση συνεδριάσεων, σεμιναρίων, κτλ για την ενίσχυση της συνεργασίας των μελών του.
- Παροχή ακριβών και επιστημονικών πληροφοριών για τη συνεδριακή αγορά.
- Προώθηση και υποστήριξη των προτάσεων των μελών του σε πιθανούς επενδυτές.
- Στενή συνεργασία με εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς της τουριστικής αγοράς.
- Δημιουργία πολιτιστικών, αθλητικών και άλλων σημαντικών εκδηλώσεων για την προσέλκυση συνεδρίων.
- Συνεργασία με εθνικά και διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης.
- Παροχή ενός σχεδίου δράσης για τους οργανωτές και τους προμηθευτές της συνεδριακής αγοράς.

2.4 Η ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

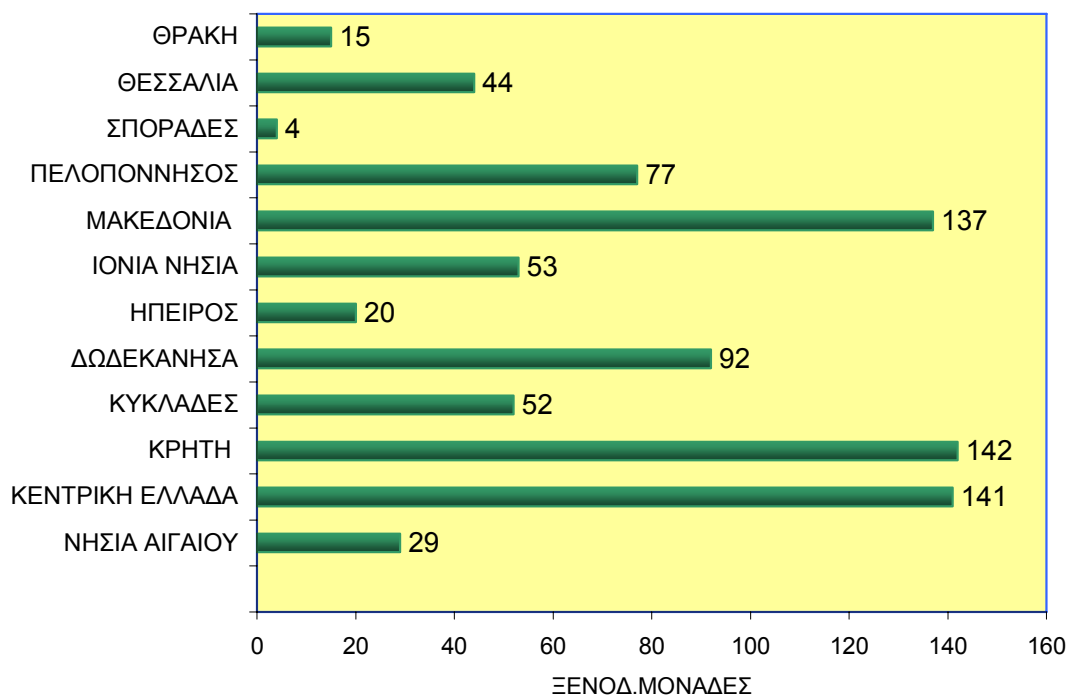
Όσον αφορά στη συνεδριακή υποδομή της Ελλάδας, σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος, υπάρχουν 1.121 ξενοδοχεία σε ολόκληρη την χώρα, από τα οποία τα 806 διαθέτουν συνεδριακούς χώρους, τα 202 διαθέτουν και συνεδριακό κέντρο και τα 13 διαθέτουν μόνο συνεδριακό κέντρο. Επιπλέον, υπάρχουν 15 αυτοτελή συνεδριακά κέντρα εκτός ξενοδοχείων, συνολικής χωρητικότητας 14.000 συνέδρων και 27 συνεδριακοί χώροι, επίσης εκτός ξενοδοχείων, δυναμικότητας 13.000 συνέδρων. Συνολικά δηλαδή η προσφορά συνεδριακών χώρων για

συνεδριακές εκδηλώσεις είναι 180.000 περίπου θέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΧΩΡΟ (2005)

ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΞΕΝ. ΜΟΝ.	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ					
		A	B	Γ	Δ	Ε	ΑΑ
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	29	10	14	3			2
ΚΕΝΤΡΙΚΗ	141	53	42	21	1		24
ΚΡΗΤΗ	142	67	33	20	1	1	20
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	52	21	10	12		1	8
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	92	42	12	12	5	8	13
ΗΠΕΙΡΟΣ	20	5	8	5			2
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	53	30	14	5	1		13
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	137	38	53	32	6		8
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	77	21	23	26	3		4
ΣΠΟΡΑΔΕΣ	4	1	1				2
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	44	10	14	18			2
ΘΡΑΚΗ	15	4	7	3	1		
ΣΥΝΟΛΑ	806	302	231	157	18	10	88

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2005

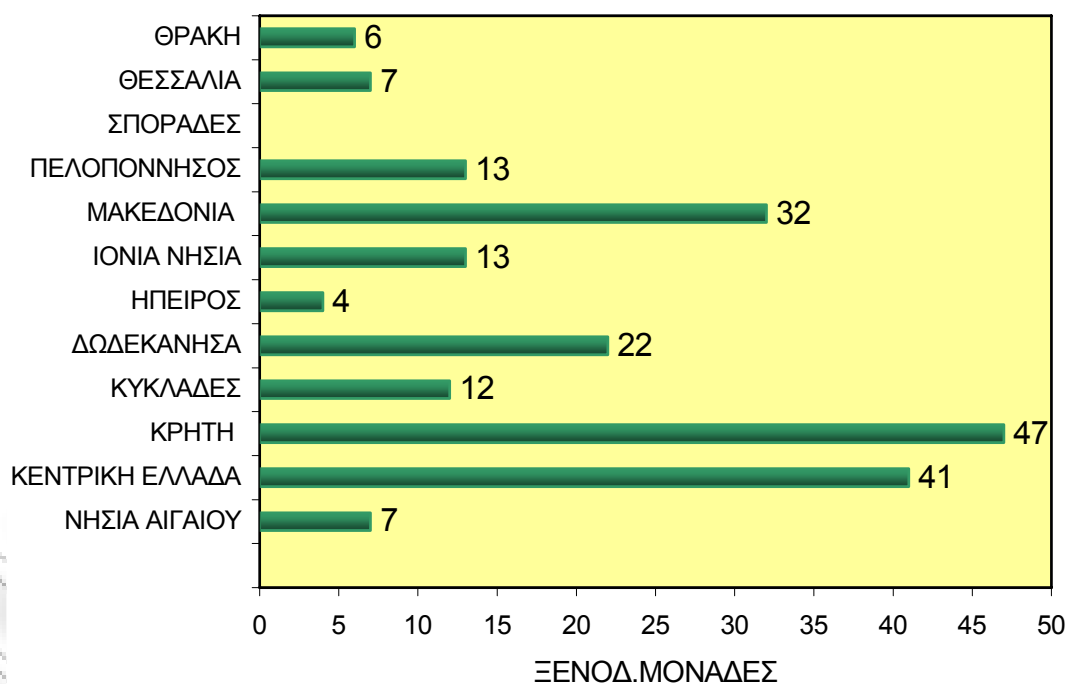


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΧΩΡΟ (2005)

ΠΙΝΑΚΑΣ 7
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ (2005)

ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΞΕΝ. ΜΟΝ.	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ				
		A	B	Γ	Δ	ΑΑ
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	7	1	4			2
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	41	16	6	2		17
ΚΡΗΤΗ	47	24	6	7		10
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	12	6				6
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	22	11	1	2		8
ΗΠΕΙΡΟΣ	4	2	1			1
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	13	9	1	1		2
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	32	14	9	1	2	6
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	13	7	2	2		2
ΣΠΟΡΑΔΕΣ						
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	7	4	2	1		
ΘΡΑΚΗ	6	4		2		
ΣΥΝΟΛΑ	204	98	32	18	2	54

Πηγή: ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ (2005)

Ως μεγάλης χωρητικότητας συνεδριακά κέντρα θεωρούνται αυτά που έχουν δυναμικότητα πάνω από 800 άτομα. Τα συνεδριακά αυτά κέντρα είναι συγκριτικά

λίγα στην Ελλάδα σε σχέση με αυτά που υπάρχουν στο εξωτερικό. Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Διοργανωτών Συνεδρίων HAPCO τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα στην Ελλάδα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8
ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ (2005)**

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΙΘΟΥΣΕΣ	ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ
ΑΤΤΙΚΗ		
Αίγλη Ζαππείου	3	5-1.000
Αθηναΐς Πολυχώρος	7	150-850
Athens College Theater	1	600-830
Δαΐς Πολιτιστικό και Αθλητικό Κέντρο	3	60-1500
Μέγαρο Μουσικής	3	40-2.000
Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας	12	80-14.690
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ		
Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο HELEXPO	9	40-2.400
Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης	5	40-1.400
ΚΡΗΤΗ		
Creta Maris Conference Centre	53	20-5.000
Sofitel Capsis Palace Conference Centre	110	100-2.000
ΠΑΤΡΑ		
Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο Πατρών	16	15-1.080
ΡΟΔΟΣ		
Εθνικό Θέατρο Ρόδου	1	100-800
Sofitel Capsis Hotel Rhodes & Marika Capsis 2000 Conference Centre	100	100-8.000
ΚΩΣ		
Kos International Convention Centre	10	10-5.500
ΚΕΡΚΥΡΑ		
Corfu Conference Centre	17	80-950
ΛΗΜΝΟΣ		
Lemnos Congress Hall	7	50-1.000
ΒΟΛΟΣ		
Δημαρχιακό Μέγαρο Βόλου	3	350-890

Πηγή: HAPCO, 2005

Αντίστοιχα, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα ξενοδοχεία σε όλη την

Ελλάδα με υποδομή για μεγάλα συνέδρια (πάνω από 800 άτομα) σύμφωνα με τον HAPCO.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΜΕΓΑΛΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ (2005)**

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΙΘΟΥΣΕΣ	ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ
ΑΤΤΙΚΗ		
Athenaeum Intercontinental	12	18-2.500
Hilton Athens	23	12-2.100
Divani Caravel	21	25-1.500
Holiday Inn	16	20-1.000
Ledra Marriot	9	40-800
Novotel	10	10-800
Xenophon	1	40-1.000
Astir Palace Nafsisa	8	40-2.000
Grand Hotel Lagonissi	6	15-2.000
Golden Coast	7	25-800
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - ΘΡΑΚΗ		
Kempinski Nikopolis Hotel Thessaloniki	8	15-1.050
Porto Carras Grand Resort	11	20-1.500
Sithonia Hotel	12	20-800
Village Inn – Porto Carras	5	34-800
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ		
Hotel Club Montana	11	15-1.000
Eretria Village	13	50-1.000
ΗΠΕΙΡΟΣ		
Du Lac Hotel	7	10-1.800
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ		
Porto Hydra	7	20-1.000
Club Hotel Loutraki	20	22-1.000
Poseidon Club	5	45-1.000
Amalia Olympia	2	10-2.500
Elite Village	2	60-1.500
ΚΥΚΛΑΔΕΣ		
The Myconian Collection	8	30-800
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ		
Esperos Palace	3	60-1.010
Grand Hotel	6	40-800
Hilton Rhodes Resort	20	14-1.600
Rhodos Palace	25	10-4.000
Sofitel Capsis Rhodes "Marika Capsis 2000" Conference Centre	100	100-8.000
Kipriotis Village Resort	4	25-1.400
ΚΡΗΤΗ		
Candia Marris	9	20-1.000
Capsis Beach Hotel & Sofitel Capsis Palace Conference Centre	100	10-1.200
Creta Marris	53	20-2.000
Arina Sand	12	15-1.600
Iberostar Creta Panorama	7	15-820
Creta Paradise	9	35-1.500

Πηγή: HAPCO, 2005

2.5 ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ (CONVENTION AND VISITORS BUREAU – CVB)

Όπως διαπιστώσαμε παραπάνω, η παρουσία Convention & Visitors Bureau (CVB) είναι απαραίτητη προϋπόθεση για μία πόλη που ενδιαφέρεται να δραστηριοποιηθεί με επιτυχία στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού. Πολλές πόλεις του εξωτερικού (η Νέα Υόρκη, η Βιέννη, το Μόναχο, το Τόκιο), έχουν υιοθετήσει τον φορέα αυτό αποκομίζοντας σημαντικά οφέλη.

Όσον αφορά στην περίπτωση της Ελλάδας τώρα, υπάρχουν μόλις 2 CVB:

α) το CVB της Θεσσαλονίκης, που δημιουργήθηκε τον Φεβρουάριο του 2000. Οι συντονισμένες προσπάθειές του αύξησαν τα συνέδρια που διοργανώνονται στη Θεσσαλονίκη με αποτέλεσμα, ενώ το 2001 διοργανώθηκαν μόλις 39 συνέδρια στην πόλη, το 2002 ο αριθμός αυτός αυξήθηκε στα 77 συνέδρια για να φτάσει τα 157 συνέδρια το 2003.

β) το CVB της Αθήνας, που άρχισε να λειτουργεί μόλις τον Μάρτιο του 2004. Έως τώρα, τα αποτελέσματα της λειτουργίας του δεν έχουν καταστεί εμφανή. Παρ' όλα αυτά, αξίζει να σημειωθεί ότι μέχρι στιγμής, εξυπηρετεί καθημερινά περίπου 30 "requests" τα περισσότερα από τα οποία προέρχονται από τη Μεγάλη Βρετανία. Πρόσφατα μάλιστα, έκανε αισθητή την παρουσία του και στο Σικάγο επιδιώκοντας να «ανοιχτεί» στην αμερικανική αγορά. Εκτός αυτών, λειτουργεί ένα δημοτικό CVB στην Κω, ένα στη Ρόδο, και ένα εθνικό στο Λονδίνο "υπό την αιγίδα" του γραφείου EOT της Μ. Βρετανίας. Άλλα CVB στην Ελλάδα μέχρι

στιγμής δεν υπάρχουν, παρ' όλο που πολλές περιοχές που διαθέτουν συνεδριακή υποδομή έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για τη ανάπτυξη τέτοιων γραφείων όπως η Πάτρα, τα Ιόνια Νησιά και ο Βόλος που έχουν απευθυνθεί στον ΕΟΤ για να αποκτήσουν σχετική επαρκή ενημέρωση³¹

2.6 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που συνδυάζει άπειρα πλεονεκτήματα τόσο στο κομμάτι του γενικού τουρισμού όσο και στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού.

Το βασικότερο που η Ελλάδα έχει να προσφέρει στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού είναι **η συνολική συνεδριακή προσφορά 180.000 θέσεων περίπου**. Τα 1.121 ξενοδοχεία σε ολόκληρη την χώρα, που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους σε συνδυασμό και με τις πιο πρόσφατες εγκαταστάσεις για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, αποτελούν ικανοποιητική υποδομή προκειμένου στο μέλλον η χώρα να μπορέσει να φιλοξενήσει περισσότερα συνέδρια.

Από τους πιο σημαντικούς παράγοντες είναι και **οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες** που επικρατούν στη χώρα σε όλη τη διάρκεια του έτους και διευκολύνουν την οργάνωση του συνεδρίου. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την **πληθώρα αξιοθέατων**, δίνει ακόμα μεγαλύτερο πλεονέκτημα στη χώρα μας. Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα μπορεί να συνδυαστεί με περιηγήσεις αξιοθέατων, και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, και για το λόγο αυτό οι κορυφαίοι φορείς οργάνωσης συνεδρίων σήμερα σκέπτονται την Ελλάδα ως

προορισμό όπου οι συνέδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτιστικές ρίζες τους. Πέρα από τα αξιοθέατα βέβαια η Ελλάδα προσφέρει μια πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων: αθλητικές, αναψυχής, κτλ.

Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας είναι ένα ακόμα πλεονέκτημα. Βρισκόμαστε στο κέντρο των Βαλκανίων και η θάλασσα δίνει τη δυνατότητα για κρουαζιέρες με συνέδρια.

Ακόμα, εξαιρετικό πλεονέκτημα της Ελλάδας είναι **η αναγνωρισιμότητα και η φήμη που υπάρχει για τη χώρα μας στο εξωτερικό**, όσον αφορά στην ελληνική φιλοξενία, τη γαστρονομία, τη νυχτερινή ζωή, κτλ.

2.7 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει άνοδο. Η βιομηχανία των συνεδρίων, με βάση διεθνείς εκτιμήσεις, μέχρι το 2010, θα είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη σε σχέση με οποιονδήποτε άλλο τομέα. Ωστόσο, παρά τις ευοίωνες εξελίξεις, η Αθήνα παραμένει ουραγός στην παγκόσμια αγορά³² και ενώ, έχει προσελκύσει πολλά διεθνή και Ευρωπαϊκά συνέδρια σε σχέση με το παρελθόν, δεν έχει τη θέση που θα έπρεπε να έχει, ως συνεδριακός προορισμός.

Όσοι ασχολούνται με το κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού αναφέρονται στα παρακάτω προβλήματα:

➤ Έλλειψη ειδικών υποδομών σε σύγκριση με τις άλλες συνεδριακές χώρες. Η Αθήνα είναι από τις λίγες πρωτεύουσες στην Ευρώπη που δεν διαθέτουν ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο. Ιδιαίτερα η έλλειψη έστω και ενός αυτοτελούς συνεδριακού κέντρου που να μπορεί να φιλοξενεί πολύ μεγάλα συνέδρια σε συνδυασμό μάλιστα με μεγάλους εκθεσιακούς χώρους, όταν όλοι οι άλλες χώρες τα διαθέτουν, εξηγεί εν μέρει γιατί δεν παίρνει η Ελλάδα μεγάλα συνέδρια.³³ Επίσης, αυτό που παρατηρείται είναι ότι, ενώ υπάρχει ισχυρή σύνδεση μεταξύ συνεδριακών χώρων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, η σχέση μεταξύ εκθεσιακών και συνεδριακών χώρων είναι ανύπαρκτη. Επιπλέον, η διαθεσιμότητα των εκθεσιακών χώρων δεν εκμεταλλεύεται πλήρως³⁴.

➤ Έλλειμμα προβολής και προώθησης. Ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει τύχει της κατάλληλης προσοχής και προβολής από την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Η διαφήμιση της Ελλάδας ως συνεδριακός προορισμός απορροφά λίγα κονδύλια μέχρι σήμερα, και τα έντυπα εκπροσώπησης δεν επαρκούν. Η παρέμβαση του κράτους θεωρείται περιορισμένη και μη αποτελεσματική, αφού η μόνη ουσιαστική παρέμβαση είναι η επιδότηση του κόστους κατασκευής συνεδριακών εγκαταστάσεων στο πλαίσιο επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων αναπτυξιακών νόμων. Οφείλουμε βέβαια να αναγνωρίσουμε ότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει κάποια βήματα προόδου σε αυτόν τον τομέα.³⁵ Ωστόσο, πρέπει να γίνουν πολλά ακόμα ώστε να σταματήσει η Ελλάδα να σημαίνει μόνο "ήλιος, θάλασσα και μνημεία" στο εξωτερικό. Επίσης, η Ελλάδα είναι από τις λίγες χώρες που δεν έχει εθνικό CVB, έναν φορέα που να είναι υπεύθυνος για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού σε όλο τον κόσμο και

για όλες τις περιοχές τις Ελλάδας.

- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και καταρτισμένου στην οργάνωση και διαχείριση συνεδρίων σε συνδυασμό με την έλλειψη κατάλληλων εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα ιδρύματα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης.
- Λανθασμένες τουριστικές πολιτικές του παρελθόντος και ανυπαρξία σαφούς θεσμικού πλαισίου που να ορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν οι ασχολούμενοι με το συνεδριακό τουρισμό.
- Έλλειψη εθνικής συνεδριακής πολιτικής και κουλτούρας και η συνειδητοποίηση της μεγάλης σημασίας της για τον τουρισμό και, κατ' επέκταση, για το σύνολο της οικονομίας της χώρας. Δυστυχώς, το μεγαλύτερο κομμάτι προώθησης αυτής της ειδικής μορφής τουρισμού οφείλεται αποκλειστικά και μόνο στην ιδιωτική πρωτοβουλία.
- Έλλειψη ειδικών οργάνων προώθησης του συνεδριακού τουρισμού, όπως τα γραφεία συνεδρίων και επισκεπτών (CVB)³⁶.
- Αδυναμία καταγραφής των συνεδριακών εκδηλώσεων και έλλειψη βάσιμων στατιστικών στοιχείων ως προς τον αριθμό των συμμετοχών, την ταυτότητα των διοργανωτών, τους χώρους διεξαγωγής των εκδηλώσεων ή το είδος των καταλυμάτων που χρησιμοποιούνται για την φιλοξενία των συνέδρων, κτλ. Η Ελλάδα στερείται της ύπαρξης μίας έγκυρης βάσης δεδομένων. Το συγκεκριμένο πρόβλημα εμφανίστηκε και στην συγγραφή της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας, όπου η συλλογή στατιστικών στοιχείων για τον συνεδριακό τουρισμό ήταν εξαιρετικά δύσκολη.
- Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Αθήνας. Το κυκλοφοριακό πρόβλημα είναι ιδιαίτερα έντονο τόσο στην Αθήνα όσο και σε άλλες ελληνικές πόλεις.

Ωστόσο, είναι κάτι που συναντάται σε κάθε μεγάλη πόλη σε ολόκληρο τον κόσμο. Άλλωστε, με την ολοκλήρωση σημαντικών έργων μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες έχει αμβλυνθεί σημαντικά, έχοντας έτσι ευεργετικά αποτελέσματα για την πόλη και την εικόνα της ως συνεδριακό προορισμό. Η ρύπανση είναι ένα εξίσου μεγάλο πρόβλημα για τη ελληνική πρωτεύουσα³⁷. Ασφαλώς δεν εμποδίζει την πρόσκληση συνεδρίων αλλά μαζί με το κυκλοφοριακό αμαυρώνει την εικόνα της πόλης διεθνώς.

Παρ' όλα αυτά, η Ελλάδα, λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει, είναι σε θέση, με σωστό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή, να βελτιώσει τον ρόλο της στην προσέλκυση διεθνών συνεδρίων.

2.8 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Παράλληλα με την άνοδο του συνεδριακού τουρισμού παρατηρείται το φαινόμενο της διοργάνωσης ή απλής φιλοξενίας συνεδρίων από τα ξενοδοχεία τα οποία δεν διαθέτουν κατάλληλους χώρους, αλλά διαμορφώνουν κάποιους, πολλές φορές σε υπόγεια που μπορεί να είναι όχι μόνο αναποτελεσματικοί, αλλά και ακατάλληλοι. Είναι σημαντικό λοιπόν η πολιτεία να φροντίσει την προστασία του θεσμού αυτού.³⁸ Επιπλέον, σημαντικό είναι να υπάρξει μέριμνα και για την ανάπτυξη του θεσμού αυτού, μέσα από νομοθετικές ρυθμίσεις. Να δοθούν δηλαδή κίνητρα από το κράτος για επενδύσεις που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό.

Ο κανονισμός ανέγερσης και δημιουργίας συνεδριακών κέντρων περιγράφεται αναλυτικά στον Ν1892/90. Σύμφωνα με το νόμο αυτό, τα συνεδριακά κέντρα είναι στεγασμένοι χώροι συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτουν τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μικτών εκδηλώσεων, δηλαδή συνεδριακών και συναφών πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Από πλευράς μεγέθους, ο νόμος διακρίνει τα συνεδριακά κέντρα σε 3 κατηγορίες με κριτήριο τον αριθμό των συνέδρων που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα (και όχι αθροιστικά στο σύνολο των συμπληρωματικών αιθουσών), ως ακολούθως:

1. Συνεδριακά κέντρα μεγέθους 200-500 συνέδρων
2. Συνεδριακά κέντρα μεγέθους 501-1200 συνέδρων
3. Συνεδριακά κέντρα μεγέθους 1201-3000 συνέδρων

Ο αριθμός των συνέδρων που δέχεται η κύρια συνεδριακή αίθουσα προκύπτει από την σχέση "καθαρή επιφάνεια αίθουσας" προς $1,20\mu^2$, ενώ συνεδριακά κέντρα δυναμικότητας άνω των 3000 ατόμων δεν είναι δυνατό να υπαχθούν στο Ν. 1892/90.

Ως υποχρεωτικές προδιαγραφές συνεδριακών κέντρων, προκειμένου αυτά να υπαχθούν στο καθεστώς του Ν1892/90, θεσμοθετούνται οι αναγκαίες τεχνικές και λειτουργικές προϋποθέσεις, που διασφαλίζουν:

- Τη χωροθέτηση των συνεδριακών κέντρων με κριτήρια την ικανοποιητική κάλυψη και στήριξη τους από πλευράς κοινωνικής υποδομής και εξοπλισμού, καθώς και ειδικής τουριστικής υποδομής και ανωδομής.
- Την άρτια διάταξη και διαμόρφωση των χώρων τους για την κάλυψη των αναγκών των σύγχρονων συνεδρίων με βάση τη διεθνή εμπειρία.
- Την πληρότητα εγκαταστάσεων, υπηρεσιών και εξοπλισμού για την επιτυχή διοργάνωση συνεδρίων.
- Την ασφάλεια τόσο των συνέδρων, όσο και του απασχολούμενου στις υπηρεσίες των συνεδριακών κέντρων προσωπικού.

Τα συνεδριακά κέντρα, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους είναι δυνατό να ανεγερθούν είτε μόνα τους είτε σε συνδυασμό με τουριστική εγκατάσταση. Απαραίτητες προϋποθέσεις είναι η επάρκεια κλινών στην περιοχή και το να πληροί η εγκατάσταση τις ισχύουσες προδιαγραφές του ΕΟΤ.

Για να δοθεί η άδεια ίδρυσης ενός συνεδριακού κέντρου είναι απαραίτητη η έγκριση του ΕΟΤ ως προς τη σκοπιμότητα της δημιουργίας του, την καταλληλότητα του οικοπέδου στο οποίο θα ανεγερθεί και η αρτιότητα της αρχιτεκτονικής μελέτης.

Όπως προκύπτει ύστερα από μελέτη του σχετικού νόμου για τα συνεδριακά κέντρα, αναφορά γίνεται μόνο στα της ίδρυσης συνεδριακών κέντρων. Αντίθετα, δεν υπάρχει καμία αναφορά ούτε στους συνέδρους ούτε τους οργανωτές συνεδρίων.

Όσον αφορά στα κίνητρα που δίνονται από το κράτος για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αυτά ορίζονται τον αναπτυξιακό νόμο 3299/2004. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι σύμφωνα με το νόμο αυτό, δίνονται κίνητρα για την ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον 3* καθώς και για τον εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακών μονάδων που αφορά στη δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων με την προσθήκη νέων κοινόχρηστων χώρων, νέων χρήσεων επί κοινόχρηστων χώρων, πισινών και αθλητικών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας 2* με σκοπό την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.

Τα είδη των ενισχύσεων που παρέχονται εναλλακτικά και ειδικά για τα συνεδριακό κέντρα έχουν ως εξής: επιχορήγηση ή επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης 30-40% ή φορολογική απαλλαγή 100% ή επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης 35-48,1%. Το ελάχιστο ύψος των επενδύσεων προκειμένου να υπαχθούν στον εν λόγω νόμο είναι 500,000€ για μεγάλες επιχειρήσεις, 250,000€ για μεσαίες επιχειρήσεις, 150,000€ για μικρές επιχειρήσεις και 100,000€ για πολύ μικρές επιχειρήσεις, ενώ το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής του επενδυτή δεν μπορεί να είναι κατώτερο του 25% των ενισχυόμενων δαπανών.

2.9 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Από όλα τα παραπάνω διεξάγεται το συμπέρασμα ότι, η Ελλάδα διαθέτει όλα εκείνα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που συντελούν στην καθιέρωση ενός τόπου ως συνεδριακού προορισμού, όπως το κλίμα, τα αξιοθέατα, το φυσικό περιβάλλον, την πολιτιστική ταυτότητα και την τουριστική εικόνα. Ωστόσο, χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερο συντονισμένες προσπάθειες προκειμένου να αξιοποιήσει αλλά και να βελτιώσει την υπάρχουσα υποδομή και να προχωρήσει σε μία καλύτερη οργάνωση του κλάδου.

Η πρόσφατη ελληνική επιτυχία στους Ολυμπιακούς Αγώνες απέδειξε ότι η Ελλάδα είναι ικανή να φέρει σε πέρας διοργανώσεις παγκόσμιας εμβέλειας και κύρους, καταξιωμένη έτσι στη συνείδηση των συνέδρων. Σε μία συνέντευξη του στο περιοδικό "Τουριστική Αγορά", ο κ. Tony Rogers (Executive director British Association Conference Destinations and Chief Director της Association British Professional Conference Organizers) αναφέρει ότι: "...η επιτυχημένη διοργάνωση των Αγώνων απέδειξε ότι όταν βάλετε ένα στόχο μπορείτε να τον πετύχετε! Γνωρίζω ότι έχετε ποιοτικό προϊόν και τώρα μπορείτε να το επιδείξετε σε όλο τον κόσμο".³⁹

Γενικότερα, τα βασικά σημεία στα οποία θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή από την Ελλάδα είναι συνοπτικά τα εξής:

- Η δημιουργία συνεδριακής κουλτούρας και η συνειδητοποίηση της μεγάλης σημασίας της για τον τουρισμό και το σύνολο της οικονομίας της χώρας.

- Η συνεργασία μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα όσον αφορά στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού γενικά και όχι μόνο του γενικού τουρισμού, αφού όπως είδαμε ο συνεδριακός τουρισμός στηρίζεται κυρίως σε ιδιωτική πρωτοβουλία.
- Δημιουργία θεσμικού πλαισίου από την πολιτεία για την πιστοποίηση των γραφείων τουρισμού που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, είτε αυτά λειτουργούν αυτοτελώς είτε ως τμήμα της τουριστικής επιχείρησης⁴⁰.
- Διαμόρφωση κατάλληλης στρατηγικής προβολής και marketing του προϊόντος που λέγεται "συνεδριακός τουρισμός", η οποία θα πρέπει να ενταχθεί στο πλαίσιο της εθνικής προβολής και να χαρακτηρίζεται από συνέπεια, συνέχεια και οργάνωση. Η έκδοση ειδικών διαφημιστικών εντύπων και οδηγών, με όλο το απαραίτητο ενημερωτικό υλικό, και η χρήση των MME, και κυρίως του internet, για την προβολή της χώρας και των προορισμών της είναι μερικά μόνο από τα μέσα που θα μπορούσαν να επιστρατευθούν.
- Η προώθηση των Convention & Visitors Bureau (CVB). Τα CVB έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως ως ο πλέον ενδεδειγμένος μηχανισμός προσέλκυσης συνεδρίων και τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν, σε σύγκριση με άλλους μηχανισμούς συνεδριακού Μάρκετινγκ, σχετίζονται με τη δυνατότητα τους να συνενώνουν όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς μιας περιοχής σε μια κοινή δράση.
- Εκπαίδευση και κατάρτιση του εργατικού δυναμικού ώστε να μπορεί να στις απαιτήσεις του συνεδριακού τουρισμού.
- Η δημιουργία μεγάλων σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, κατάλληλων για μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις και αναβάθμιση των ήδη υπάρχουσών

συνεδριακών εγκαταστάσεων ώστε να συμβαδίζουμε με τα διεθνή πρότυπα και τις απαιτήσεις της αγοράς.

- Επίσημη καταγραφή των οργανωτών συνεδρίων και των συνεδριακών χώρων, προβαίνοντας στη δημιουργία Μητρώου Συνεδρίων προκειμένου έτσι να γίνει ένα ξεκαθάρισμα του τοπίου. Με τον τρόπο αυτό, όσοι διοργανώνουν συνέδρια θα υποχρεούνται να έχουν ειδική άδεια αποτρέποντας οποιεσδήποτε ερασιτεχνικές παρεμβάσεις στον πολύπαθο αυτό χώρο των συνεδρίων. Άλλωστε, κάτι τέτοιο θα έδινε το έναυσμα για την έναρξη μίας συστηματικής πια προσπάθειας συγκέντρωσης επίσημων στατιστικών στοιχείων που θα επέτρεπαν την βελτίωση των κακών κειμένων του χώρου.
- Ολοκληρωμένη έρευνα και συλλογή στατιστικών στοιχείων, τα οποία είναι σήμερα ελλιπή.
- Επιδότηση, με διάφορες μορφές, για την κάλυψη μέρους του κόστους διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων, έτσι ώστε να αυξηθεί η ελκυστικότητα της Ελλάδας σε σύγκριση με άλλες χώρες ⁴¹.

Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό και με την διεθνή τάση για διοργάνωση μικρότερων σε δυναμικότητα συνεδρίων, ⁴² δημιουργούν αισιόδοξο κλίμα για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα αλλά και μία πρόκληση την ίδια στιγμή: την άμεση δραστηριοποίηση της χώρας μας αποφεύγοντας την περαιτέρω κωλυσιεργία και δίνοντας έμφαση στην ενίσχυση της εύστοχης προώθησης του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

21. Βίκυ Τρίφωνα, «Συνεδριακός Τουρισμός; η ελληνική πραγματικότητα», The tourism report, τεύχος 15, Οκτώβριος 2004: σελ. 28
22. Δρ Δημήτρης Λαγός, Επίκουρος Καθηγητής Τουριστικής Οικονομίας και Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Αιγαίου, 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό Τουρισμό & Επαγγελματικό Τουρισμό, βιβλίο πρακτικών, σελ 104
23. Βίκυ Τρίφωνα, «Συνεδριακός Τουρισμός: η ελληνική πραγματικότητα», The tourism report, τεύχος 15, Οκτώβριος 2004, σελ. 28
24. Βίκυ Τρίφωνα ο.π., σελ. 29
25. Δρ Δημήτρης Λαγός, Επίκουρος Καθηγητής Τουριστικής Οικονομίας και Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Αιγαίου, 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό Τουρισμό & Επαγγελματικό Τουρισμό, βιβλίο πρακτικών, σελ 104
26. Δρ Δημήτρης Λαγός ο.π., σελ 104
27. «Οικονομική Επιθεώρηση», Σάββατο 30 Απριλίου 2005 (λήψη από ΣΕΤΕ: αποδελτίωση τύπου)
28. Δρ Δημήτρης Λαγός, ο.π., σελ 106
29. Συνέδρια - Συνεδριακοί Χώροι Μάρτιος 2005, ένθετο Ημερησία, Μάρτιος 2005
30. www.harco.gr
31. Βίκυ Τρίφωνα, ο.π., σελ. 44-45
32. Παναγιώτας Σούρτζι «ΙΜΙΟ:1^ο Διεθνές Συνέδριο για το Συνεδριακό Τουρισμό», Τουριστική Αγορά, τεύχος 176, Ιανουάριος 2005, σ.82
33. Νίκου Σκουλά, τ. Υπουργού Τουρισμού, «κουλτούρα και πρακτική», www.synedrion.gr
34. www.traveldailynews.gr - Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ), Τρίτη, 14 Δεκεμβρίου 2004
35. Νίκου Σκουλά, ο.π.,
36. www.traveldailynews.gr - Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ), Τρίτη, 14 Δεκεμβρίου 2004

37. Στεφάνια Σούκη, «Άγνωστη η Αθήνα στους επενδυτές λίγο πριν τους Ολυμπιακούς», The tourism report, τεύχος 17, Δεκέμβριος 2004, σ.32
38. Δρ. Αντωνία Ευθυμιάτου - Πουλάκου, καθηγήτρια τουριστικού δικαίου ΤΕΙ Αθήνας, 1° Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό, βιβλίο πρακτικών, σελ.66
39. Μαργαρίτα Μανούσου, «Tony Rogers: Η Αθήνα είναι ιδανικός συνεδριακός προορισμός», Τουριστική Αγορά, τεύχος 175, Νοέμβριος 2004, σ.70
40. Δρ Δημήτρης Λαγός, ο.π., σελ 107
41. Λ. Αθανασίου, "Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελίξεις, Προβλήματα, Δυνατότητες και Πολιτική", δημοσιεύτηκε από τη Διοίκηση του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), www.boussias.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

ΤΟ ΝΗΣΙ

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας, το πέμπτο μεγαλύτερο στη Μεσόγειο και το νοτιότερο σημείο της Ευρωπαϊκής ένωσης. Βρίσκεται στο Αιγαίο πέλαγος και απολαμβάνει το προνόμιο του να είναι ανάμεσα σε 3 ηπείρους την Ευρώπη, την Αφρική και την Ασία. Όσοι έχουν επισκεφθεί το νησί υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει άλλο μέρος στην γη σαν την Κρήτη, γιατί Κρήτη δε σημαίνει μόνο ήλιος, θάλασσα και άμμος, αλλά ζωντάνια, φιλοξενία, ζεστασιά και κουλτούρα.

Η ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ

Η πρόσβαση στο νησί γίνεται αεροπορικώς ή ακτοπλοϊκώς. Υπάρχουν δύο αεροδρόμια , στο Ηράκλειο και στα Χανιά τα οποία ειδικά τους θερινούς μήνες όπου η τουριστική κίνηση είναι υψηλή, συγκεντρώνουν πάρα πολλές πτήσεις charter. Ακόμα υπάρχουν πέντε λιμάνια: στο Ηράκλειο, στα Χανιά, στο Ρέθυμνο, στον Άγιο Νικόλαο και στη Σητεία όπου καθημερινά στα περισσότερα εκτελούνται δρομολόγια από και προς Αθήνα.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ

Όλο το νησί έχει να υποδείξει τόσο λαμπρή πορεία μέσα στην ιστορία ώστε θα

μπορούσε κανείς να γράφει ασταμάτητα γι' αυτήν. Οι θρύλοι και μύθοι του νησιού, που περνούν από γενιά σε γενιά αντικατοπτρίζονται σε κάθε γωνιά του. Λέγεται ότι η Κρήτη είναι η γενέτειρα του Δία, ο οποίος είναι και πατέρας του Μίνωα, του βασιλιά τη Κρήτης κατά τη μινωική εποχή.

Αργότερα, μετά την πτώση της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, η Κρήτη ανήκε στο Βυζάντιο μέχρι το 824 που κατακτήθηκε από τους Άραβες. Το 1204 η Κρήτη δόθηκε στους Ενετούς, των οποίων η επιρροή είναι διάχυτη σε όλο το νησί ακόμα και σήμερα. Στη συνέχεια ήρθε η τουρκική κατοχή που κράτησε ως το 1898 και ήταν η πιο δύσκολη περίοδος για το νησί. Τέλος, σημαντική ήταν η αντίσταση της Κρήτης σε όλη την διάρκεια της κατοχής μέχρι τη απελευθέρωση της το 1944.

ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

Κάθε ένας από τους νομούς της Κρήτης έχει το δικό του χρώμα και ταξιδεύει τον επισκέπτη σε άλλη εποχή.

Στο νομό Ηρακλείου οι επισκέπτες μπορούν να θαυμάσουν το διάσημο παλάτι της Κνωσού που βρίσκεται λίγο έξω από το Ηράκλειο και να έρθουν πιο κοντά σε αυτόν τον λαμπερό πολιτισμό. Το αρχαιολογικό μουσείο του Ηρακλείου και το παλάτι της Φαιστού στην πεδιάδα της Μεσσαράς ολοκληρώνουν την εικόνα που παίρνει ο επισκέπτης για το μινωικό πολιτισμό. Μέσα στην πόλη ο επισκέπτης μπορεί να περιπλανηθεί ανάμεσα στα ενετικά κτίσματα και τις επιβλητικές

εκκλησίες, ενώ λίγο έξω από το Ηράκλειο θα συναντήσει το χωριό Μυρτιά, όπου γεννήθηκε ο διάσημος συγγραφέας σε όλο τον κόσμο, Νίκος Καζαντζάκης και το ομώνυμο μουσείο που είναι αφιερωμένο σε αυτόν.

Στο νομό Λασιθίου, κυριαρχούν η πόλη του Αγίου Νικολάου με την μαγευτική της λίμνη και το νησί ακριβώς απέναντι, η Σπιναλόγκα πάνω στο οποίο είναι κτισμένο ένα μεγαλοπρεπές φρούριο. Επιπλέον, το φοινικόδασος του Βάι στην ανατολικότερη πλευρά της Κρήτης που θυμίζει κάτι από εξωτικές χώρες.

Στο νομό Ρεθύμνου, η πόλη του Ρεθύμνου ξεχωρίζει για την αναγεννησιακή αρχιτεκτονική, τα ενετικά κάστρα, τα τούρκικα μνημεία και τα μουσεία.

Στον τέταρτο και τελευταίο νομό, το νομό Χανίων, βρίσκεται η πόλη των Χανίων που είναι και η αμέσως μεγαλύτερη μετά την πρωτεύουσα του νησιού, το Ηράκλειο. Η αυστηρά ενετική ατμόσφαιρα που αποπνέει με τα μνημεία, τους αρχαιολογικούς χώρους και τις εκκλησίες, μαγεύει κάθε επισκέπτη.

Άπειρες είναι και οι δραστηριότητες που προσφέρει η Κρήτη, από περιπλανητικές εκδρομές στα αξιοθέατα έως και περιπετειώδεις ορειβασίες και πεζοπορίες. Η φυσική και γεμάτη αντιθέσεις ομορφιά του νησιού συνθέτεται από μεγάλες πεδιάδες, βαθιά φαράγγια, ατέλειωτες αμμουδιές, επιβλητικά βουνά και οροπέδια. Όλα αυτά σε συνδυασμό με τον γαλάζιο ουρανό και τον ήλιο που λάμπει 300 ημέρες το χρόνο προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες για χαλάρωση και ψυχαγωγία και δράση. Όλα τα είδη των σπορ ανθούν στην Κρήτη, με κυρίαρχα τα θαλάσσια. Τον τελευταίο καιρό έμφαση δίνεται στο golf και τα spa από πολλά ξενοδοχεία.

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Άλλο ένα δυνατό σημείο της Κρήτης είναι η γαστρονομία. Η Κρητική κουζίνα είναι γνωστή σε όλο τον κόσμο για τα συστατικά που περιέχει τα οποία χαρίζουν υγεία και μακροζωία. Το λάδι ελιάς, τα δημητριακά, τα λαχανικά και τα φρούτα αποτελούν τη βάση για τις θεσπέσιες γαστρονομικές δημιουργίες που έχουν κάνει γνωστή την Κρήτη σε όλο τον κόσμο. Τα θαλασσινά, τα γαλακτοκομικά προϊόντα καθώς και το καλό κρασί δεν λείπουν από το κρητικό τραπέζι. Οι επισκέπτες κατά συνέπεια απολαμβάνουν γεύσεις μοναδικές και γίνονται πιστοί οπαδοί της Κρήτης.

ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ

Αλλά και στην διασκέδαση η Κρήτη έχει πολλά να προσφέρει: από μοντέρνους τρόπους διασκέδασης σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά και διεθνή γούστα για όσους αναζητούν κοσμοπολίτικες discotheques, night clubs και bars, έως την κρητική μουσική. Η φιλοσοφία των Κρητικών που μετατρέπουν κάθε γεγονός σε γιορτή, από τη συγκομιδή του ελαιοκάρπου έως και τον τρύγο, διασκεδάζουν, ψυχαγωγούν και αλλάζουν κυριολεκτικά τη διάθεση του επισκέπτη. Τα παραδοσιακά μουσικά όργανα και οι χοροί ξεσηκώνουν τους πάντες. Και όλα αυτά φυσικά σε συνδυασμό με την άψογη κρητική φιλοξενία, αμεσότητα και ζεστασιά.

Με το ήπιο κλίμα, τη μοναδική ομορφιά και τις μεγάλες συνεδριακές και τουριστικές υποδομές, η Κρήτη είναι ο ιδανικός προορισμός για όλα τα είδη των συνεδριακών εκδηλώσεων.

3.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Θέμα της έρευνας είναι ο συνεδριακός τουρισμός στην Κρήτη – προβλήματα και προοπτικές. Ειδικότερα στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση του φαινομένου του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη μέσα από την ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης, την αξιολόγηση του νησιού ως συνεδριακός προορισμός, τον εντοπισμό των προβλημάτων του συνεδριακού τουρισμού καθώς και τη διατύπωση εναλλακτικών προτάσεων για την επίλυση των προβλημάτων αυτών. Με δεδομένο ότι τα δευτερογενή διαθέσιμα στοιχεία για τον συνεδριακό τουρισμό είναι περιορισμένα έγινε προσπάθεια για όσο το δυνατό αναλυτικότερη καταγραφή του συγκεκριμένου φαινομένου.

ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την έρευνα συντάχθηκε ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε από τους υπεύθυνους 14 ξενοδοχείων και συνεδριακών κέντρων όπου διοργανώνονται συνέδρια. Η συμπλήρωση έγινε με ύστερα από συζήτηση με την προσωπική μέθοδο. Η έρευνα έγινε στο νομό Ηρακλείου όπου και συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο μέρος της συνεδριακής κίνησης της Κρήτης.

Η λίστα με τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα προήλθε από το Σύνδεσμο Διοργανωτών Συνεδρίων μιας και ήταν περισσότερο πρόσφατη και ακριβής σε σχέση με αυτή του ΕΟΤ και του ΣΕΠΟΣ. Στο σημείο αυτό αξίζει να

σημειώσουμε ότι, σύμφωνα με το HAPCO, υπάρχουν 30 ξενοδοχεία με συνεδριακούς χώρους στο νομό Ηρακλείου. Μέσα στα πλαίσια της έρευνας, και μετά από επαφή και με τα 30 ξενοδοχεία, διαπιστώθηκε ότι μόνο στα 14 διοργανώνονται εκδηλώσεις συνεδριακού τύπου. Τα υπόλοιπα είτε δεν διαθέτουν πλέον συνεδριακούς χώρους είτε χρησιμοποιούν τους συνεδριακούς χώρους για άλλους σκοπούς, π.χ. διασκέδαση / δραστηριότητες πελατών του ξενοδοχείου, με δεδομένο ότι τα περισσότερα έχουν μετατραπεί σε ξενοδοχεία inclusive.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την έρευνα χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο (βλέπε παράρτημα) το οποίο περιλαμβάνει σε πέντε θεματικές ενότητες:

- A. Προσφορά συνεδριακού προϊόντος.
- B. Ζήτηση συνεδριακού προϊόντος.
- Γ. Αξιολόγηση της ελκυστικότητας της Κρήτης ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων.
- Δ. Προβλήματα συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη.
- Ε. Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού.

Όλες οι ερωτήσεις σχεδόν ήταν κλειστού τύπου.

Η επεξεργασία των απαντήσεων και η δημιουργία πινάκων και διαγραμμάτων έγιναν με το Microsoft Excel.

3.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

A. ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω μόνο 14 από τα 30 ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα του νομού Ηρακλείου οργανώνουν συνέδρια έστω και μια φορά το χρόνο.

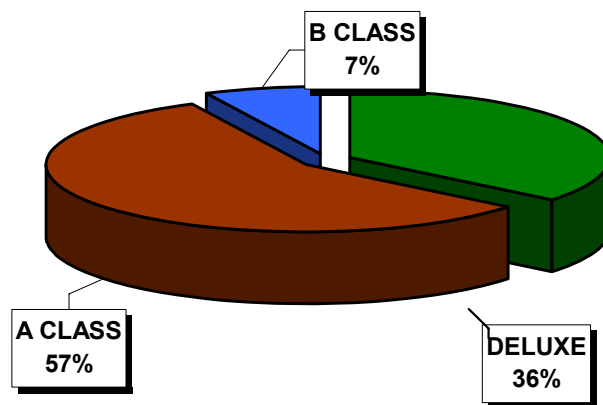
Το αποτέλεσμα αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι κάποια ξενοδοχεία είτε δεν διαθέτουν πλέον συνεδριακούς χώρους, είτε οι συνεδριακοί χώροι έχουν μετατραπεί σε αίθουσες ψυχαγωγίας για τους τουρίστες με δεδομένο ότι τα περισσότερα από αυτά λειτουργούν ως ξενοδοχεία all-inclusive. Επιπλέον κάποιες αλυσίδες ξενοδοχείων έδωσαν απαντήσεις συγκεντρωτικά και όχι για κάθε μονάδα ξεχωριστά. Τέλος, μόνο 1 από τα 3 συνεδριακά κέντρα που συμπεριλαμβάνονται στη λίστα του HAPCO διοργανώνει συνέδρια και ανήκει στο όμιλο Marris άρα συμπεριλαμβάνεται στις απαντήσεις που δόθηκαν από τα ξενοδοχεία Marris συγκεντρωτικά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Τα ξενοδοχεία που έλαβαν μέρος στην έρευνα ως προς την κατηγορία τους είναι κυρίως πολυτελείας και Α' κατηγορίας. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το ότι το 86% των ξενοδοχείων διαθέτουν πιστοποιήσεις ISO και HACCP εξασφαλίζει υψηλή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
DELUXE	36%
A CLASS	57%
B CLASS	7%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3:
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Ως προς τη δυναμικότητα, το 69,3% των ξενοδοχείων έχουν μέχρι και 300 δωμάτια, το 21,4% έχουν από 300 έως 600 δωμάτια και το υπόλοιπο 14,3% έχει από 600 δωμάτια και πάνω.

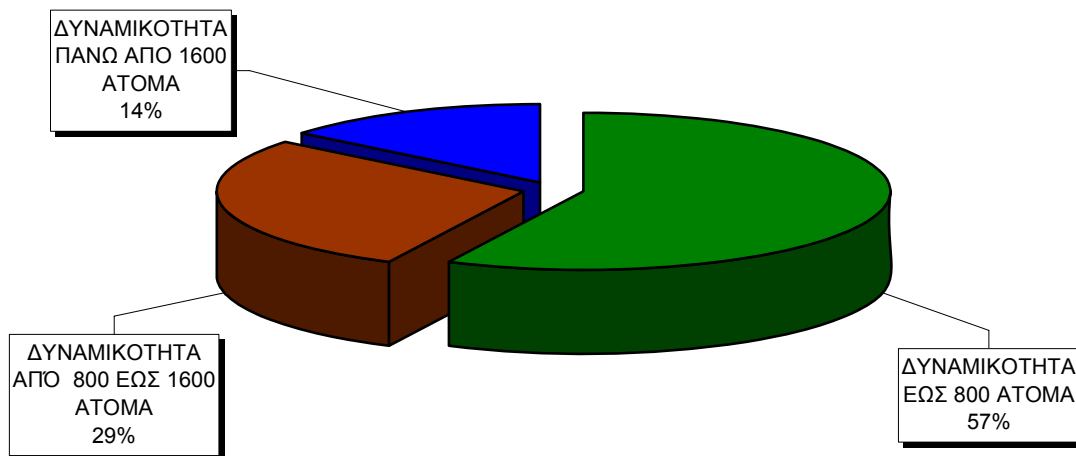
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ

Ως προς τη συνεδριακή δυναμικότητα τα ξενοδοχεία είναι μικρής και μεσαίας δυναμικότητας. Μόνο το 14% μπορεί να φιλοξενήσει συνέδρια άνω των 1600

ατόμων, ενώ η πλειοψηφία (57%) μπορεί να φιλοξενήσει συνέδρια με αριθμό συμμετεχόντων μικρότερο ή ίσο του 800. Διεξάγεται δηλαδή το συμπέρασμα ότι η Κρήτη έχει προδιαγραφές περισσότερο για μικρά συνέδρια και λιγότερο μεγάλα συνέδρια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΕΩΣ 800 ΑΤΟΜΑ	57%
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΟ 800 ΕΩΣ 1600 ΑΤΟΜΑ	29%
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1600 ΑΤΟΜΑ	14%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4:
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

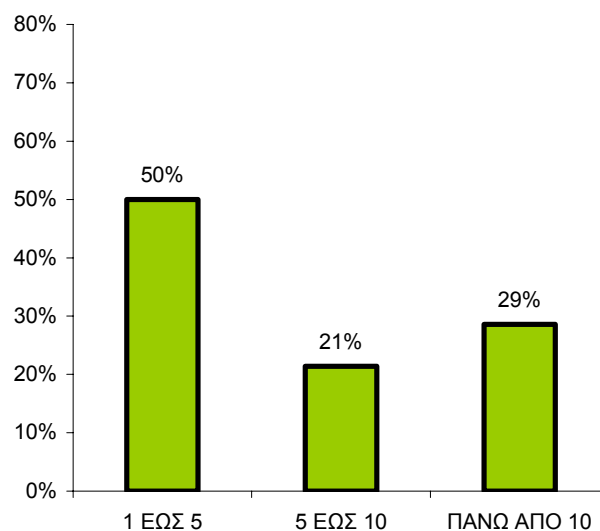
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ

Ο αριθμός των αιθουσών είναι ένα άλλο στοιχείο που περιγράφει τη συνεδριακή δυναμικότητα ενός ξενοδοχείου. Είναι βασικό να υπάρχουν αρκετές

συνεδριακές αίθουσες ώστε να ικανοποιούνται πλήρως οι ανάγκες του κάθε συνεδρίου. Για τα ξενοδοχεία της Κρήτης η κατανομή των αιθουσών έχει ως εξής: το 50% έχει από μία έως 5 αίθουσες, το 21% έχει από 5 έως 10 αίθουσες και το 29% έχει πάνω από 10 αίθουσες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1 ΕΩΣ 5 ΑΙΘΟΥΣΕΣ	50%
5 ΕΩΣ 10 ΑΙΘΟΥΣΕΣ	21%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 10 ΑΙΘΟΥΣΕΣ	29%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5:
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

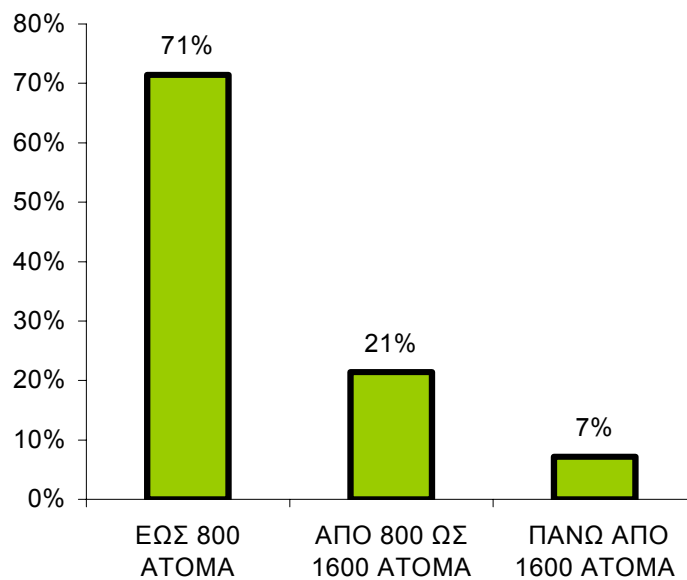
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ ΑΙΘΟΥΣΑΣ

Σε συνδυασμό με τον αριθμό των αιθουσών, εξετάστηκε και η δυναμικότητα της μεγαλύτερης αίθουσας που είναι έως 800 άτομα για το 71% των ξενοδοχείων,

από 800 έως 1600 άτομα για το 21% των ξενοδοχείων και από 1600 άτομα για ένα μόνο ξενοδοχείο, δηλαδή το 7%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ ΑΙΘΟΥΣΑΣ

ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΩΣ 800 ΑΤΟΜΑ	71%
ΑΠΟ 800 ΩΣ 1600 ΑΤΟΜΑ	21%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1600 ΑΤΟΜΑ	7%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ ΑΙΘΟΥΣΑΣ

Όλα τα ξενοδοχεία διαθέτουν τον κατάλληλο εξοπλισμό σε οπτικοακουστικά μέσα και συστήματα μετάδοσης ώστε να μπορούν να υποστηρίξουν και το πιο απαιτητικό συνέδριο.

B. ΖΗΤΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

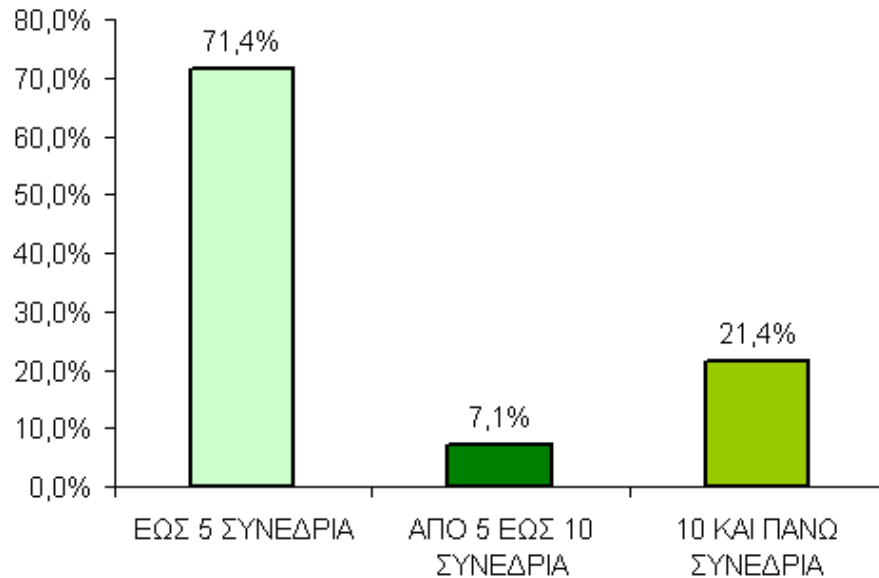
Η ενότητα αυτή είναι ίσως η σημαντικότερη της έρευνα, μιας και όπως αναφέρθηκε παραπάνω τα στατιστικά στοιχεία που είναι διαθέσιμα για τη συνεδριακή κίνηση στην Κρήτη είναι από ελάχιστα έως ανύπαρκτα. Όπως και στη υπόλοιπη Ελλάδα, έτσι και στην Κρήτη δεν υπάρχει κάποιος αρμόδιος φορέας που να ασχολείται με τη συλλογή και τη διαχείριση στοιχείων για το συνεδριακό τουρισμό. Για το λόγο αυτό, στην συγκεκριμένη ενότητα γίνεται προσπάθεια περιγραφής της τάσης που υπάρχει στη ζήτηση συνεδριακού τουρισμού με δεδομένο ότι δεν είναι δυνατό υπολογιστούν με ακρίβεια τα απόλυτα μεγέθη.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Γενικά, ο αριθμός των συνεδρίων που διεξάγονται κάθε χρόνο δεν είναι σταθερός και αυτό γιατί τα περισσότερα συνέδρια δεν είναι ετήσια αλλά και επιπλέον αρκετά συχνά επιλέγεται διαφορετικός τόπος διεξαγωγής κάθε χρόνο. Όπως φαίνεται λοιπόν και στον παρακάτω πίνακα η πλειοψηφία των ξενοδοχείων, δηλαδή το 71,4%, φιλοξενούν το πολύ 5 συνέδρια, το 7,1% φιλοξενεί από 5 έως 10 συνέδρια και το 21% πάνω από 10 συνέδρια με μέγιστο αριθμό τα 25 συνέδρια. Είναι απαραίτητο να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό ότι γίνεται αναφορά μόνο σε συνέδρια και όχι σε άλλου τύπου συνεδριακές εκδηλώσεις (ομιλίες, συμπόσια, κτλ)

ΠΙΝΑΚΑΣ 14
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΩΣ 5 ΣΥΝΕΔΡΙΑ	71,4%
ΑΠΟ 5 ΕΩΣ 10 ΣΥΝΕΔΡΙΑ	7,1%
10 ΚΑΙ ΠΑΝΩ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	21,4%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Όπως δείχνουν τα παραπάνω διαγράμματα, ως προς το είδος των συνεδριακών εκδηλώσεων υπάρχει τάση για αρκετά και πολλά συνέδρια, σεμινάρια και workshops, ενώ η τάση είναι μικρότερη για ημερίδες, και διαλέξεις-ομιλίες και πολύ λιγότερα συμπόσια, forum και διασκέψεις. Άλλου είδους εκδηλώσεις που διοργανώνονται είναι οι εκθέσεις.

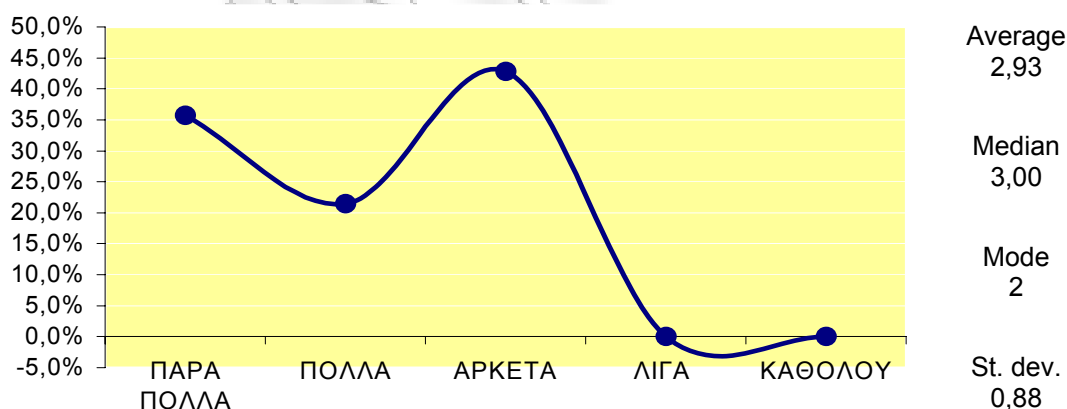
Για τον προσδιορισμό του είδους των συνεδριακών εκδηλώσεων

χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα: πάρα πολλά, πολλά, αρκετά, λίγα, καθόλου. Οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν ως εξής: 4=πάρα πολλά, 3=πολλά, 2=αρκετά, 1=λίγα και 0=καθόλου. Οι απαντήσεις παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

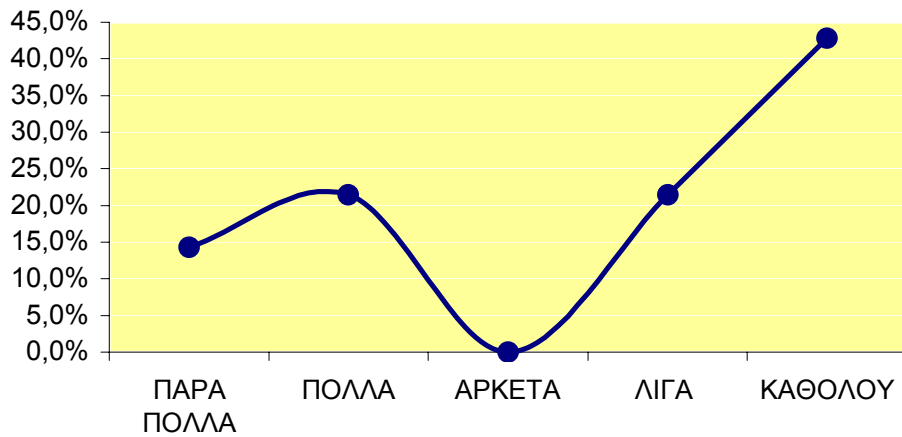
ΠΙΝΑΚΑΣ 15
ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

ΕΙΔΟΣ	Μ. ΟΡΟΣ	ΤΥΠ. ΑΠΟΚΛ.
ΣΥΝΕΔΡΙΑ	2,93	0,88
ΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ	1,43	1,55
ΗΜΕΡΙΔΕΣ	1,86	1,25
ΣΥΜΠΟΣΙΑ	1,21	1,52
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ-ΟΜΙΛΙΕΣ	1,86	1,41
ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	2,64	1,29
WORKSHOPS	2,07	1,44
FORUM	0,79	1,08
ΆΛΛΟ	1,21	1,15

Η διαγραμματική απεικόνιση για κάθε μια από τις κατηγορίες συνεδριακών εκδηλώσεων έχει ως εξής:



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



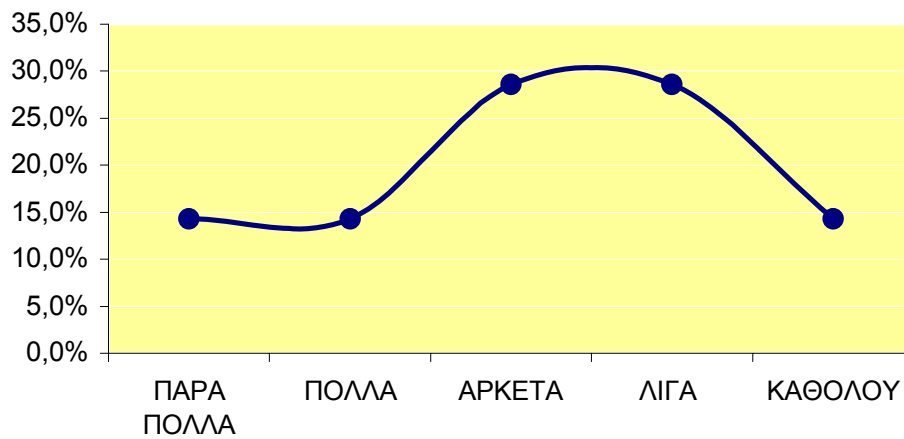
Average
1,43

Median
1,00

Mode
0

Std.dev
1,55

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΣΚΕΨΕΩΝ



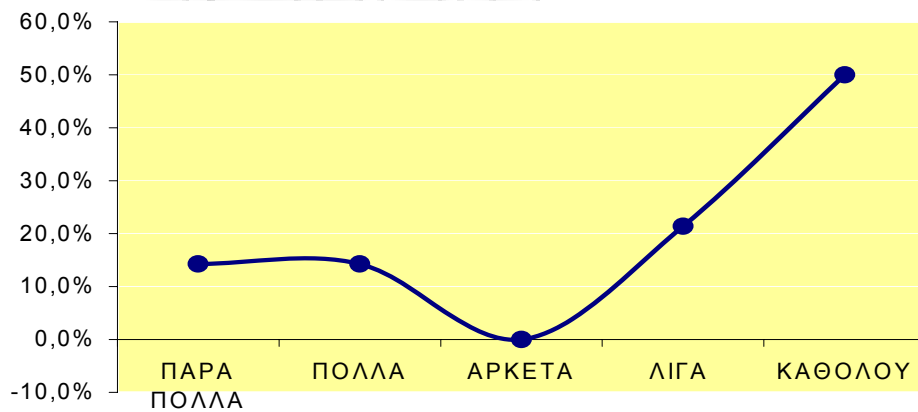
Average
1,86

Median
2,00

Mode
1

Std.dev
1,25

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΗΜΕΡΙΔΩΝ



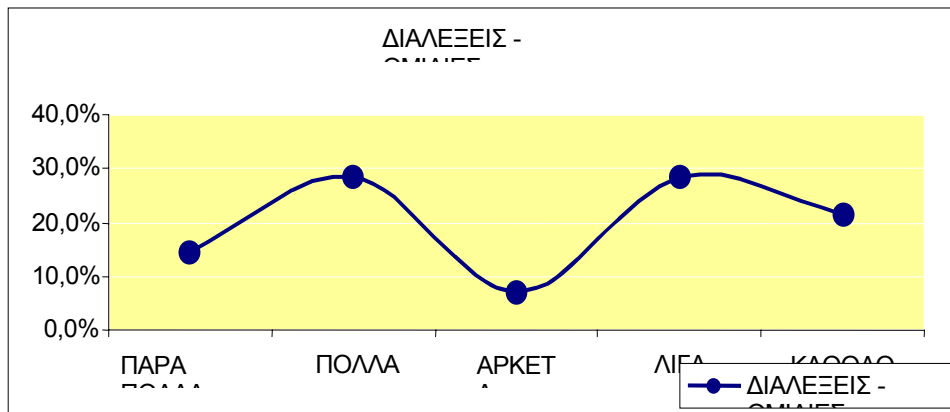
Average
1,21

Median
0,50

Mode
0

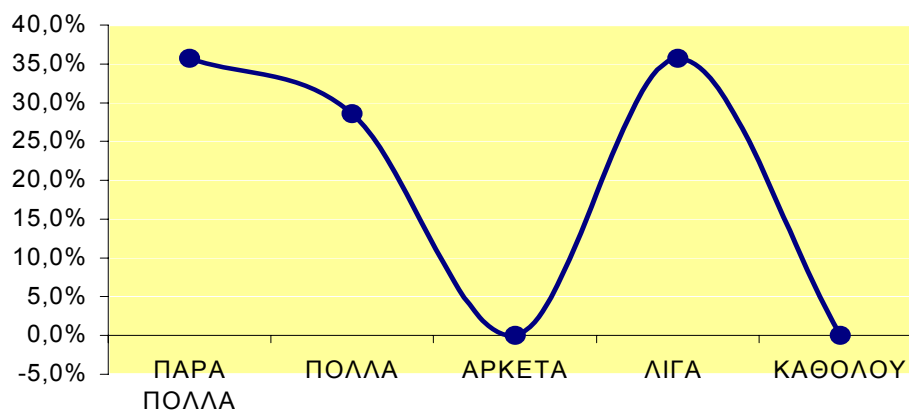
Std.dev
1,52

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΜΠΟΣΙΩΝ



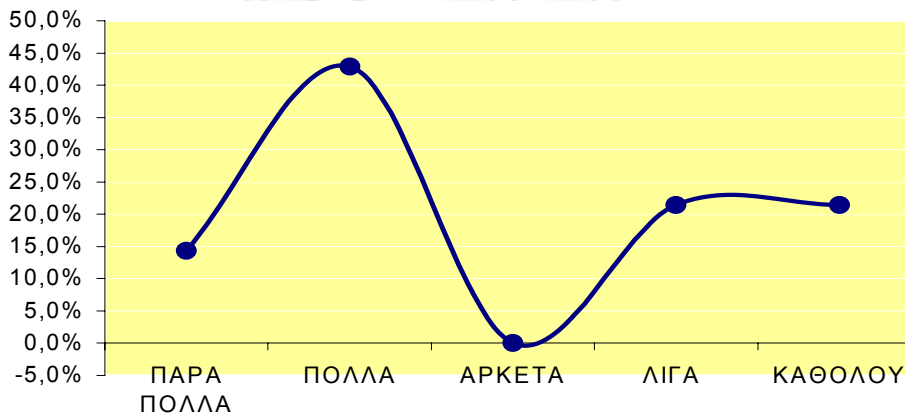
Average
1,86
Median
1,50
Mode
1
Std.dev
1,41

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΑΛΕΞΕΩΝ – ΟΜΙΛΙΩΝ



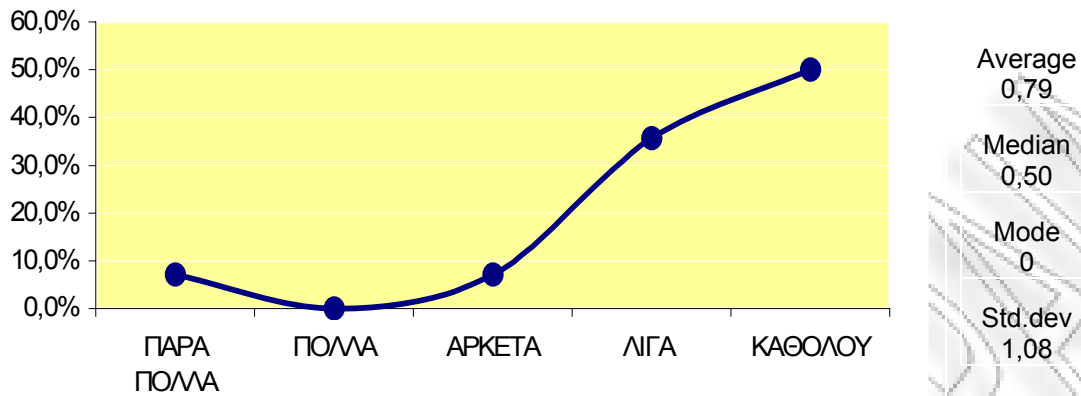
Average
2,64
Median
3,00
Mode
4
Std.dev
1,29

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

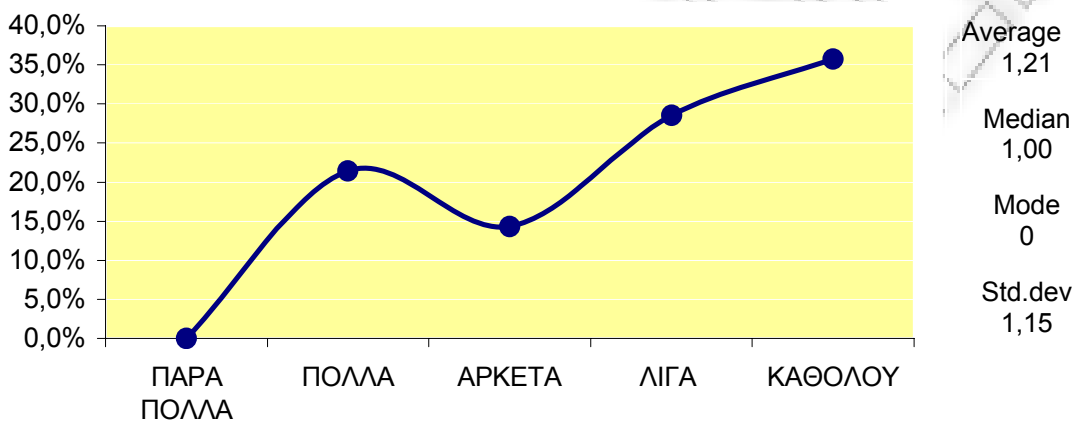


Average
2,07
Median
3,00
Mode
3
Std.dev
1,44

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ WORKSHOPS



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ FORUM



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΑΛΛΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

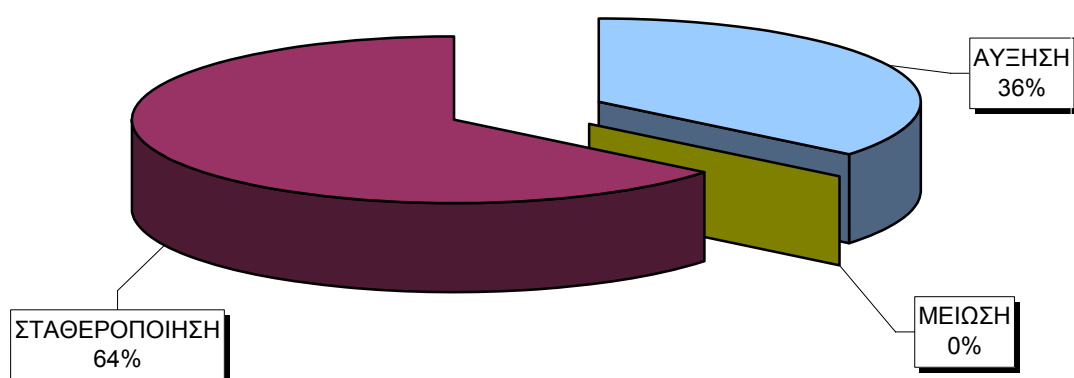
ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Οι απαντήσεις έδειξαν ότι υπάρχει μια σταθεροποίηση με μικρή τάση προς αύξηση. Ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε ότι δεν υπάρχει αύξηση στον ετήσιο αριθμό των συνεδρίων. Καλό σημάδι είναι παντός το ότι δεν υπάρχει σε κανένα ξενοδοχείο μείωση των συνεδρίων, άρα και κατά συνέπεια πτώση της συνεδριακής ζήτησης. Οι αιτίες που οδηγούν σε αυτό το γεγονός θα περιγραφούν καλύτερα σε παρακάτω ενότητα όπου θα συζητηθούν τα

προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 16
ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΜΕΤΑΒΟΛΗ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΥΞΗΣΗ	35,71%
ΜΕΙΩΣΗ	0,00%
ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗ	64,29%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17: ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΕΤΗΣΙΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Όσα ξενοδοχεία απάντησαν "αύξηση" τους ζητήθηκε στη συνέχεια να προσδιορίσουν το ποσοστό της ετήσιας αυτής αύξησης. Κατά μέσο όρο το ποσοστό αυτό υπολογίστηκε στα 8%.

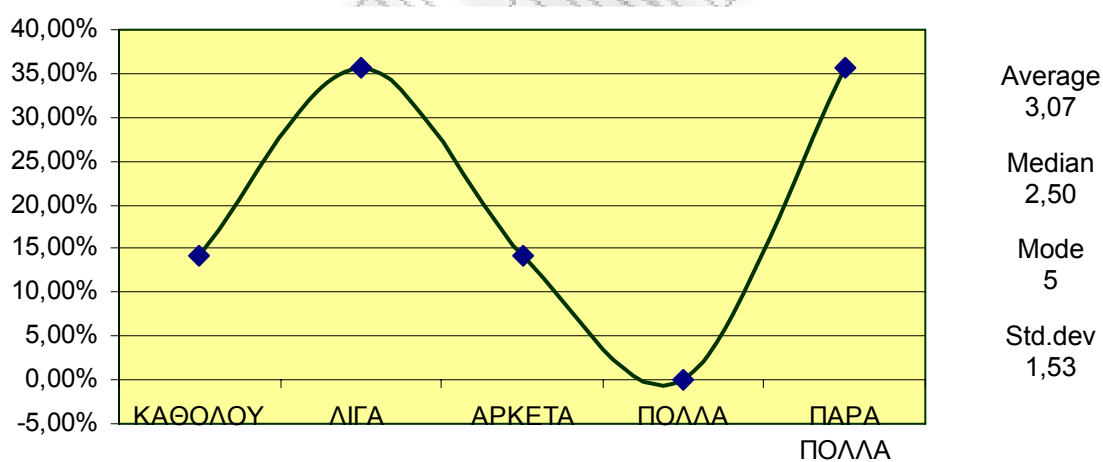
ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Όπως φαίνεται και παρακάτω, τα πιο διαδεδομένα και τα πιο επικερδή συνέδρια είναι τα ιατρικά ενώ ακολουθούν τα επιστημονικά και τα επιχειρηματικά. Λιγότερο διαδεδομένα είναι τα γεωργικά. Άλλου είδους

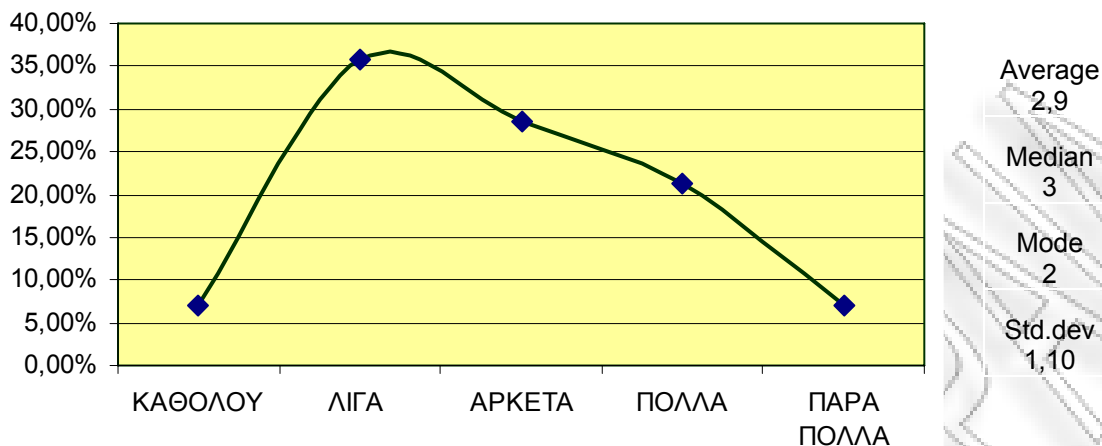
συνεδριακές εκδηλώσεις που αναφέρθηκαν από τους ερωτώμενους είναι αυτά του δημόσιου τομέα και της πληροφόρησης.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 17
ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

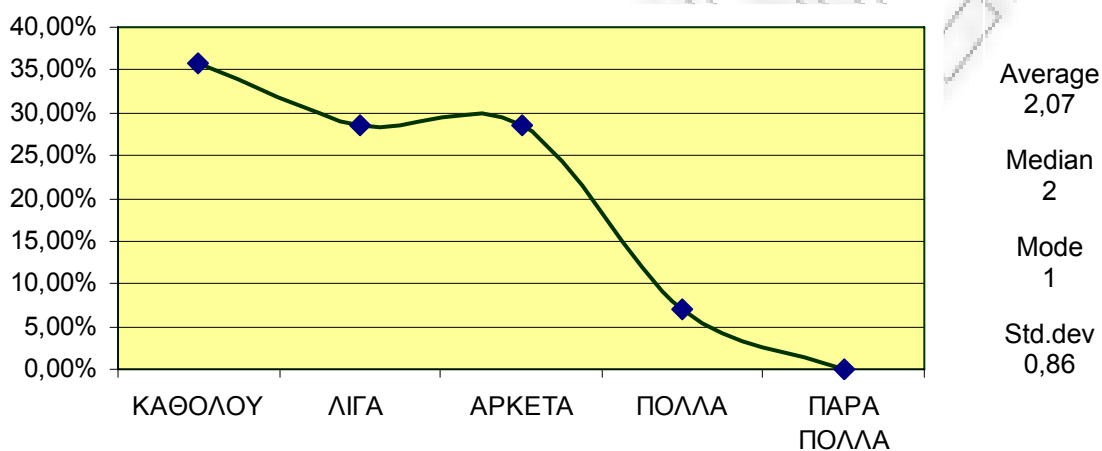
ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ	Μ. ΟΡΟΣ	ΤΥΠ. ΑΠΟΚΛ.
ΙΑΤΡΙΚΑ	3,07	1,53
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ	2,90	1,10
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ	2,07	0,96
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ	2,70	1,03
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ	2,43	1,05
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	1,79	0,70
ΓΕΩΡΓΙΚΑ	1,50	0,50
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ	2,07	0,88
ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	1,59	0,62
ΆΛΛΟ	1,28	0,70



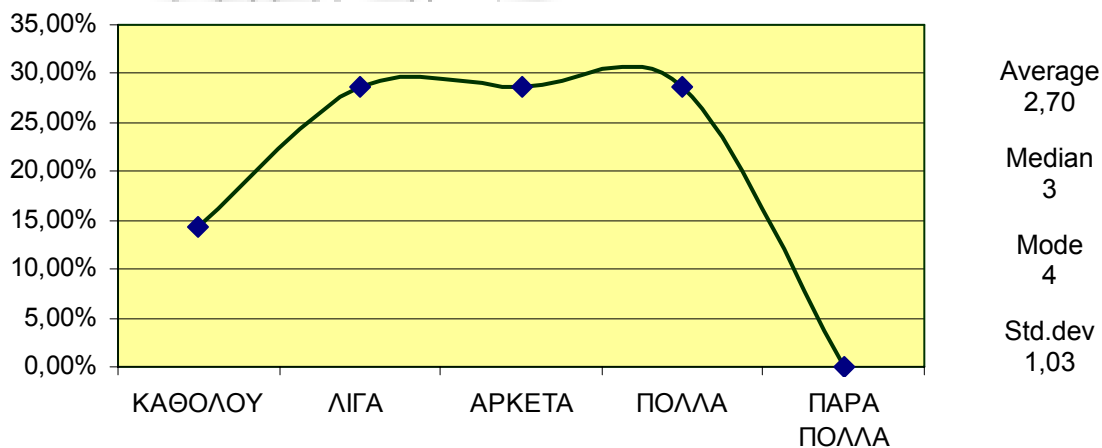
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18: ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΙΑΤΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



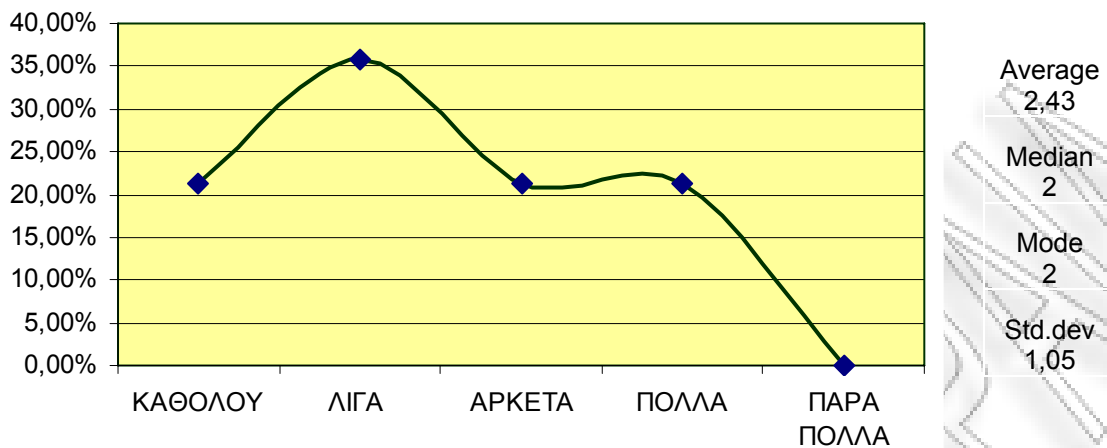
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



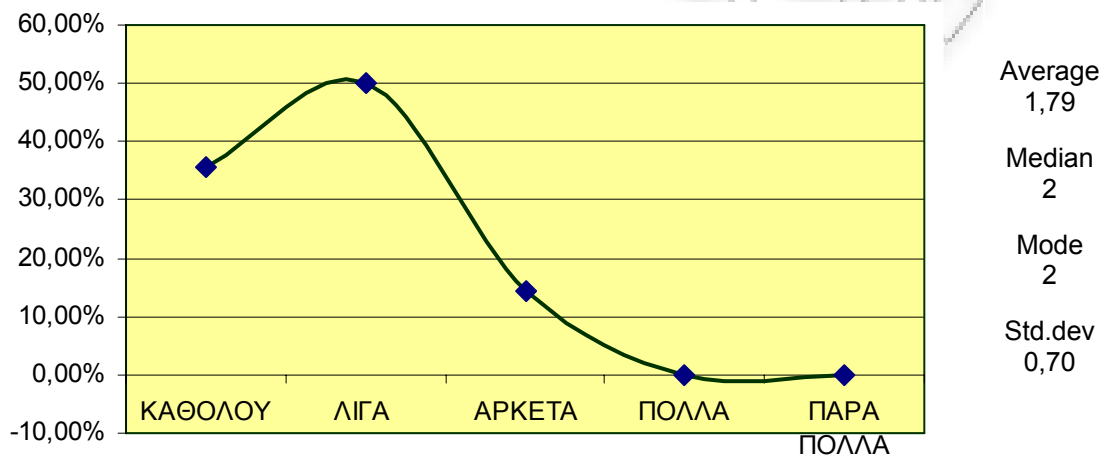
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 20:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



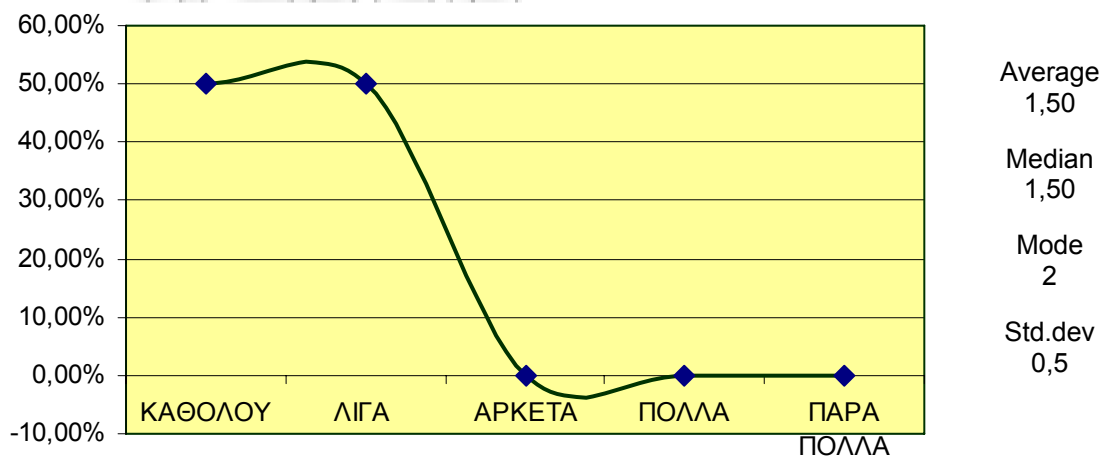
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 21:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



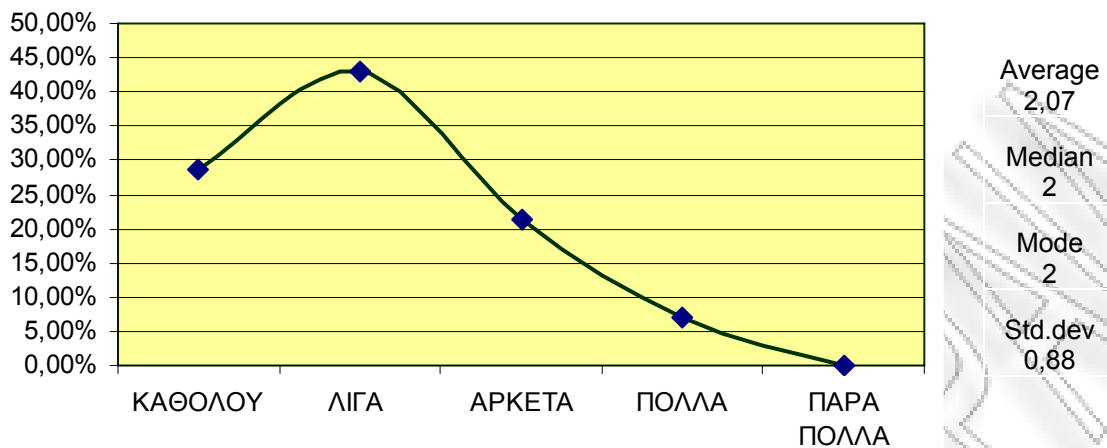
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 22:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



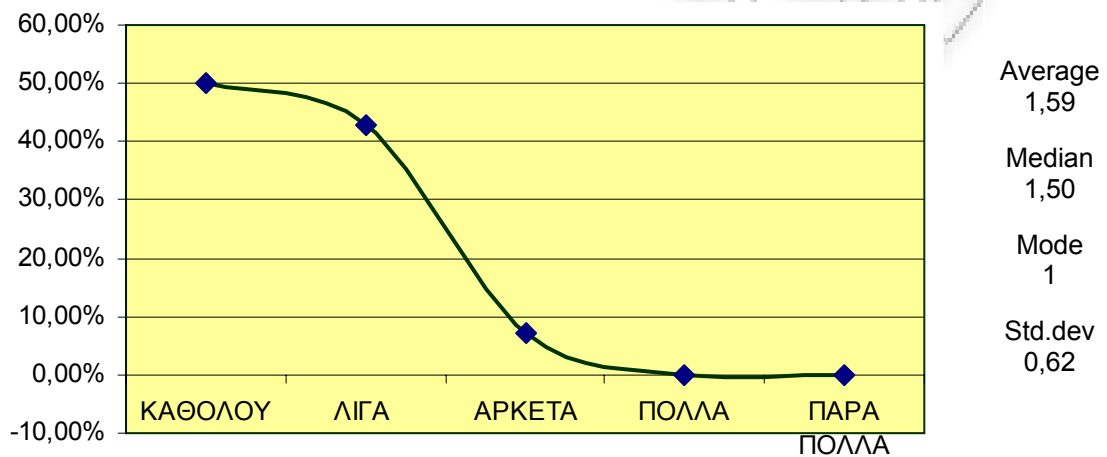
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 23:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



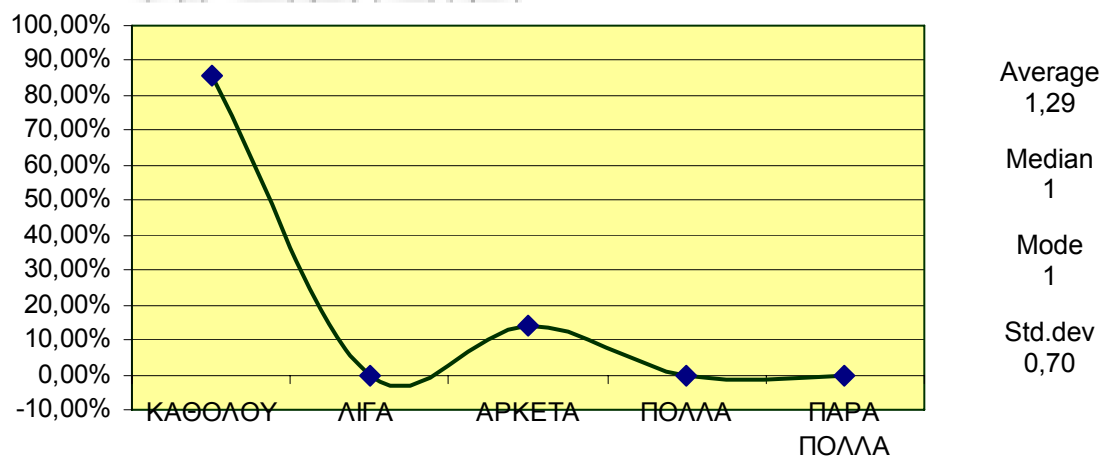
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 24:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 25:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 26:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



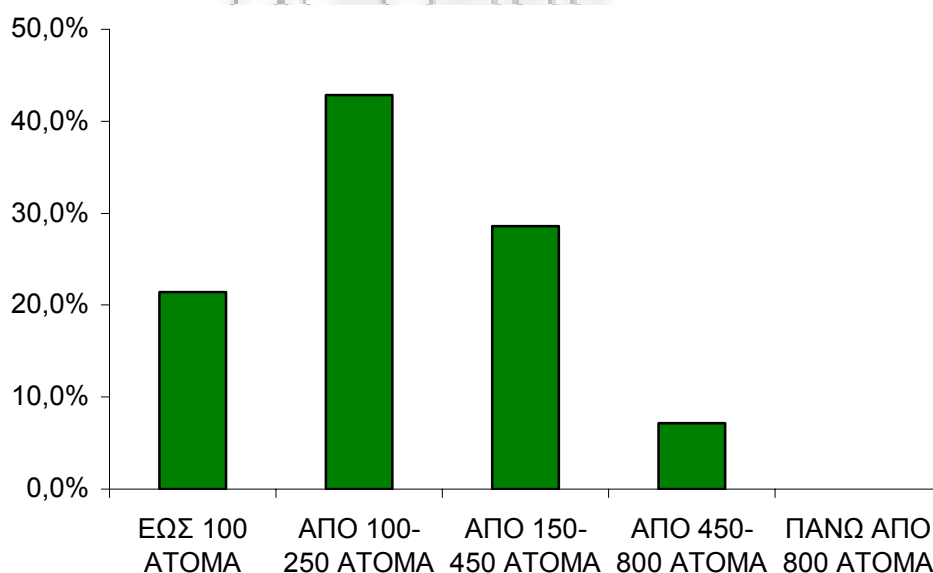
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 27:ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΑΛΛΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Τα συνέδρια είναι κυρίως της τάξεως των 100-250 ατόμων, γεγονός που αφήνει ένα μεγάλο μέρος της συνεδριακής δυναμικότητας που παρουσιάστηκε στην πρώτη ενότητα ανεκμετάλλευτη. Επιπλέον σε σύγκριση με την υπόλοιπη Ελλάδα όπου ο αριθμός των συνεδριών είναι 250-750, διαπιστώνεται ότι τα συνέδρια που διοργανώνονται στην Κρήτη είναι σχετικά μικρά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΩΣ 100 ΑΤΟΜΑ	21,4%
ΑΠΟ 100-250 ΑΤΟΜΑ	42,9%
ΑΠΟ 250-450 ΑΤΟΜΑ	28,6%
ΑΠΟ 450-800 ΑΤΟΜΑ	7,1%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 800 ΑΤΟΜΑ	0,0%



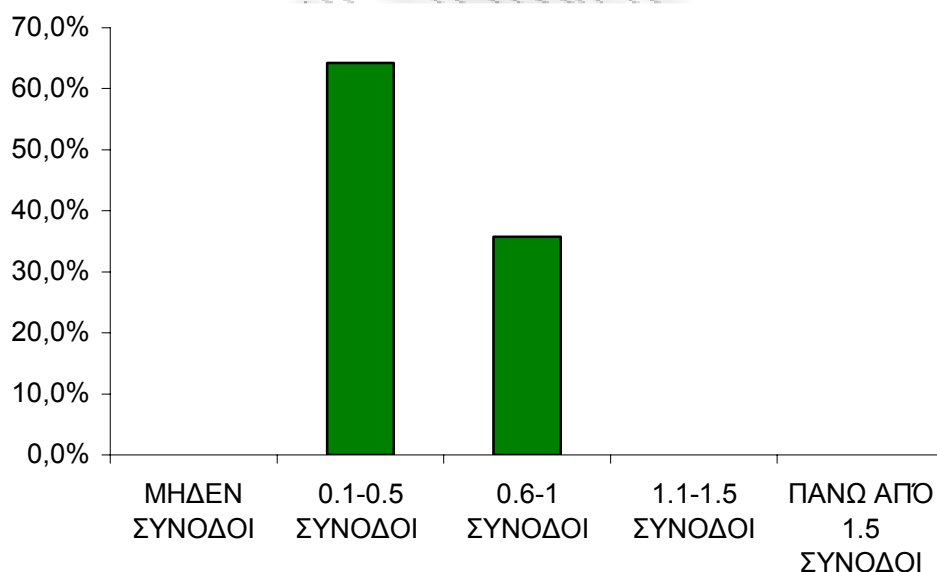
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 28:
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΟΔΩΝ

Οι συνοδοί είναι ένας σημαντικός παράγοντας στα συνέδρια όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, κυρίως από οικονομικής άποψης. Ο μέσος όρος του αριθμού των συνοδών ανά άτομο στην Κρήτη είναι στην πλειοψηφία των συνεδρίων από 0,6 έως 1.

ΠΙΝΑΚΑΣ 19
ΜΕΣΟΣ ΟΡΩΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΟΔΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΟΔΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΗΔΕΝ ΣΥΝΟΔΟΙ	0,0%
0.1-0.5 ΣΥΝΟΔΟΙ	64,3%
0.6-1 ΣΥΝΟΔΟΙ	35,7%
1.1-1.5 ΣΥΝΟΔΟΙ	0,0%
ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1.5 ΣΥΝΟΔΟΙ	0,0%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 29:
ΜΕΣΟΣ ΟΡΩΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΟΔΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ

Θετικό είναι το γεγονός ότι σχεδόν πάντα υπάρχουν συνοδοί στα συνέδρια και το ιδανικό θα είναι ο αριθμός αυτός να είναι όλο και μεγαλύτερος.

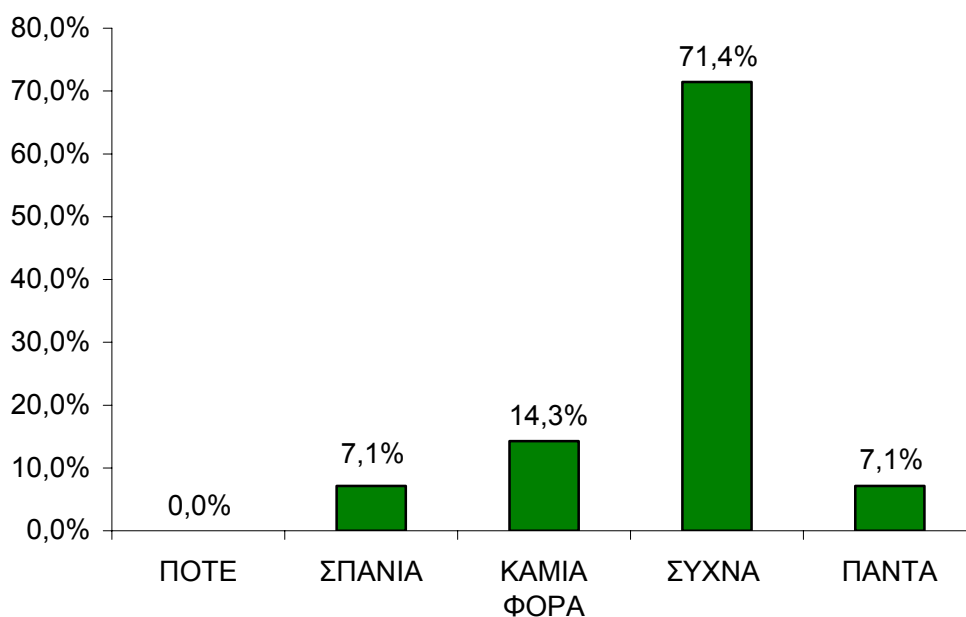
ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Η επαναλαμβανόμενη διεξαγωγή συνεδρίων στον ίδιο τόπο έχει μεγάλη σημασία για την αγορά του συνεδριακού τουρισμού. Δεν αρκεί μόνο να έχουμε συνέδρια κάθε χρόνο στην Κρήτη, αλλά και να επαναλαμβάνονται τα συνέδρια αυτά. Να καθιερωθεί δηλαδή κατά κάποιο τρόπο η Κρήτη σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων.

Από την έρευνα προέκυψε ότι υπάρχει είναι συχνή η επαναλαμβανόμενη διεξαγωγή συνεδρίων στην Κρήτη, γεγονός που είναι αντίθετο με τη γενικότερη τάση που υπάρχει στον κόσμο να διεξάγονται τα συνέδρια σε διαφορετικό τόπο κάθε φορά μιας και ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου αποτελεί από τα ισχυρότερα κίνητρα για τους συνέδρους. Όπως και να έχουν τα πράγματα, φαίνεται ότι η Κρήτη έχει ένα πλεονέκτημα στο σημείο αυτό και είναι καίρια η διατήρηση και η αξιοποίηση του.

ΠΙΝΑΚΑΣ 20
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟ ΤΟΠΟ

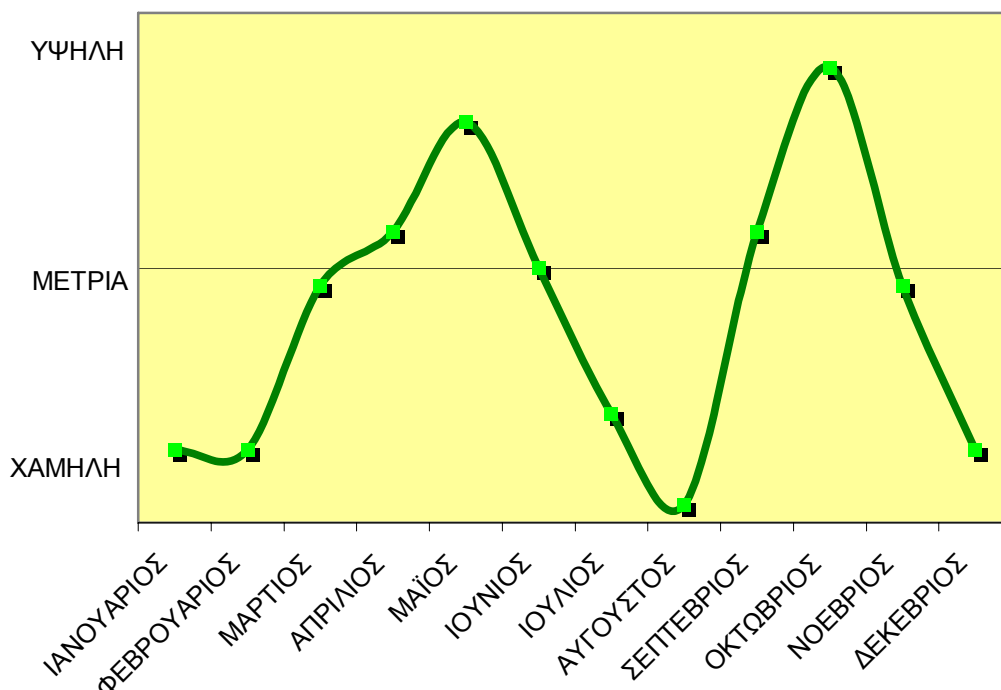
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΠΟΤΕ	0,0%
ΣΠΑΝΙΑ	7,1%
ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	14,3%
ΣΥΧΝΑ	71,4%
ΠΑΝΤΑ	7,1%



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 30:
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟ ΤΟΠΟ**

ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Η συνεδριακή κίνηση στην Κρήτη όπως και στην υπόλοιπη Ελλάδα παρουσιάζει έντονη εποχικότητα. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα οι μήνες με την εντονότερη συνεδριακή κίνηση είναι ο Απρίλιος, ο Μάιος, ο Σεπτέμβριος και ο Οκτώβριος. Στην αρχή και στο τέλος δηλαδή της προόδου του γενικού τουρισμού. Τους καλοκαιρινούς μήνες οι πληρότητες είναι ήδη υψηλές χάρη στο γενικό τουρισμό, ενώ τους χειμερινούς μήνες πολλές ξενοδοχειακές μονάδες, όπως ειπώθηκε κατά τη συνέντευξη, δεν λειτουργούν και είναι αρκετά δύσκολο να ανοίξουν λόγω συνεδρίων γιατί το κόστος είναι πολύ υψηλό. Η Κρήτη κατά συνέπεια δεν απέχει από τα δεδομένα της υπόλοιπης Ελλάδας σχετικά με την εποχικότητα των συνεδρίων, που περιγράφηκαν στο κεφάλαιο 2. 2.



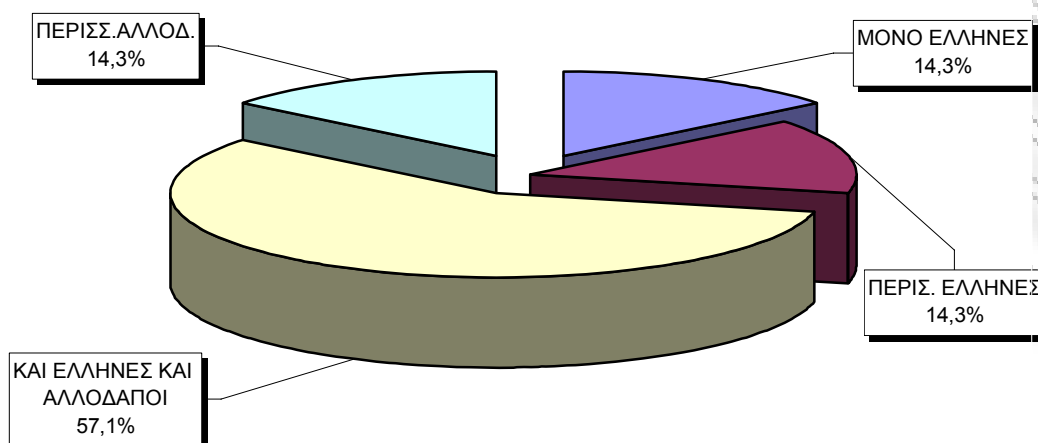
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 31:
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΑΝΑ ΜΗΝΑ**

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Η εθνικότητα των συνέδρων είναι ακόμα ένας παράγοντας που εξετάστηκε. Τα αποτελέσματα, όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα, δείχνουν ότι το μεγαλύτερο κομμάτι καταλαμβάνουν οι Έλληνες σύνεδροι αλλά και με εξίσου σημαντική τη συμμετοχή των αλλοδαπών. Όσον αφορά στους αλλοδαπούς, η προέλευση τους είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις χώρες της Ευρώπης, ενώ ακολουθούν η Αμερική, η Ιαπωνία και η Κίνα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 21
ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΩΝ**

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΟΝΟ ΕΛΛΗΝΕΣ	14,3%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΕΛΛΗΝΕΣ	14,3%
ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	57,1%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	14,3%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	0,0%



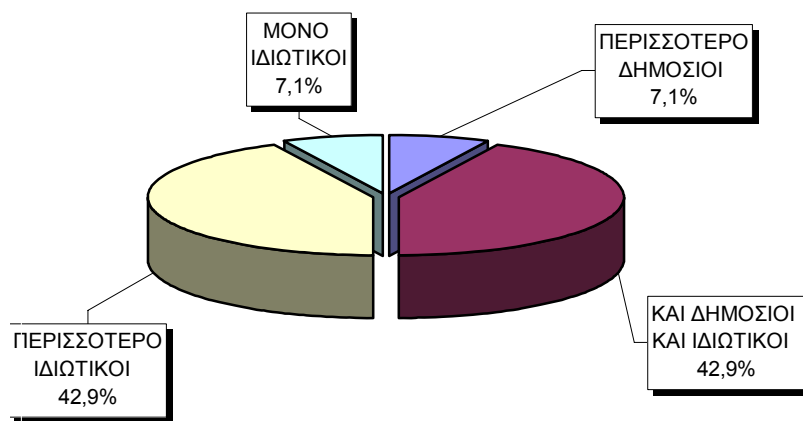
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 32:
ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΩΝ**

ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ως προς τους φορείς τους, τα συνέδρια διοργανώνονται από ιδιωτικούς φορείς σε ποσοστό πάνω από 50%. Ακόμα, το 50% των φορέων αυτών έχει χαρακτήρα εθνικό και το άλλο 50% διεθνή.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 22
ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

ΦΟΡΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΟΝΟ ΔΗΜΟΣΙΟΙ	0,0%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΔΗΜΟΣΙΟΙ	7,1%
ΚΑ! ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ	42,9%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ	42,9%
ΜΟΝΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ	7,1%



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 33:
ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

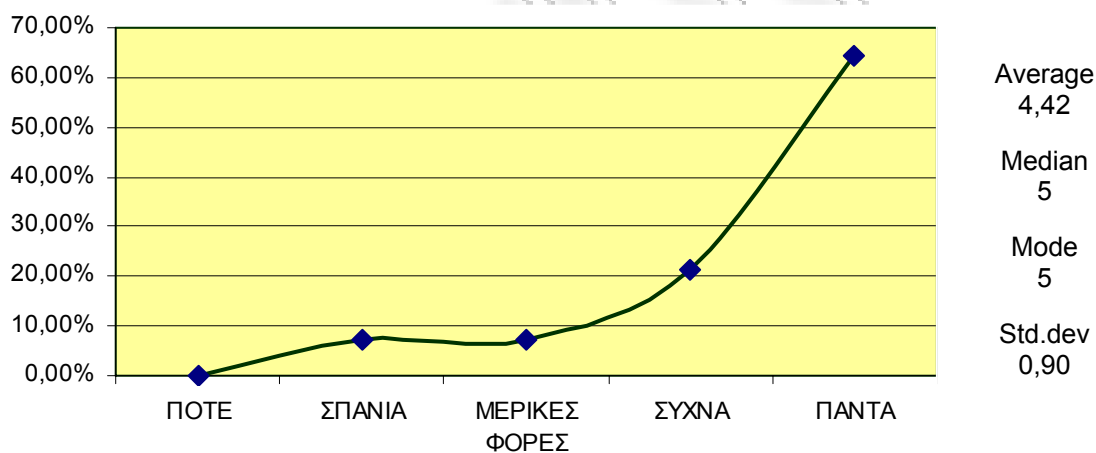
ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Όπως αναφέρθηκε στο πρώτο κεφάλαιο υπάρχουν συμπληρωματικές υπηρεσίες σε κάθε συνέδριο (επισιτιστικές, γραμματειακή υποστήριξη, στολισμός-ειδική διακόσμηση, πρόγραμμα ψυχαγωγίας συνέδρων, δεξιώσεις υποδοχής, διακόσμησης, πρόγραμμα ψυχαγωγίας συνέδρων, δεξιώσεις υποδοχής, δεξιώσεις αποχαιρετισμού). Στην ερώτηση αυτή χρησιμοποιήθηκε κλίμακα (ποτέ, σπάνια, μερικές φορές, συχνά, πάντα) για να προσδιοριστεί το πόσο συχνά ζητείται κάθε μία από τις συμπληρωματικές αυτές υπηρεσίες. Οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν ως εξής: ποτέ=1, σπάνια=2, μερικές φορές=3, συχνά=4 και πάντα=5. Όλες οι συμπληρωματικές υπηρεσίες ζητούνται και παρέχονται από τα ξενοδοχεία και τα συνεδριακά κέντρα, άλλες σε μεγαλύτερο και άλλες σε μικρότερο βαθμό. Οι συμπληρωματικές υπηρεσίες με τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι οι επισιτιστικές καθώς και οι δεξιώσεις υποδοχής και αποχαιρετισμού. Αυτές με

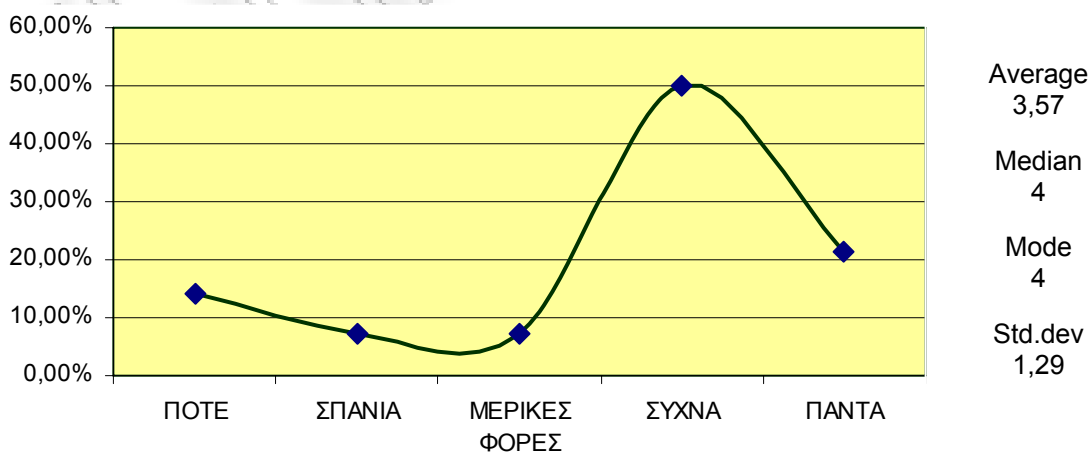
τη μικρότερη ζήτηση είναι τα προγράμματα ψυχαγωγίας συνέδρων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 23
ΖΗΤΗΣΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

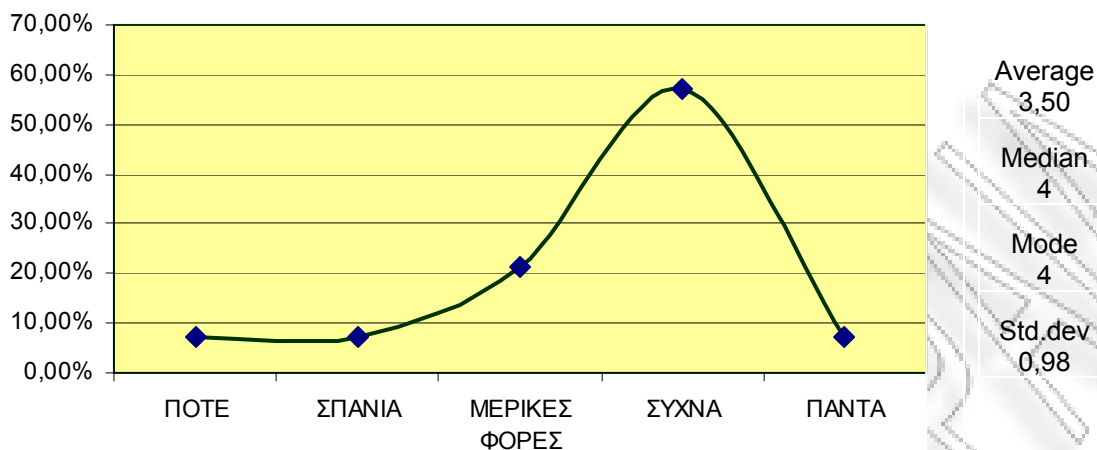
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Μ. ΟΡΟΣ	ΤΥΠ. ΑΠΟΚΛ
ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ	4,42	0,90
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ	3,57	1,29
ΣΤΟΛΙΣΜΟΣ - ΕΙΔΙΚΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	3,5	0,98
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΩΝ	2,76	1,69
ΔΕΞΙΩΣΕΙΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	4,14	0,91
ΔΕΞΙΩΣΕΙΣ ΑΠΟΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΥ	4,07	1,16



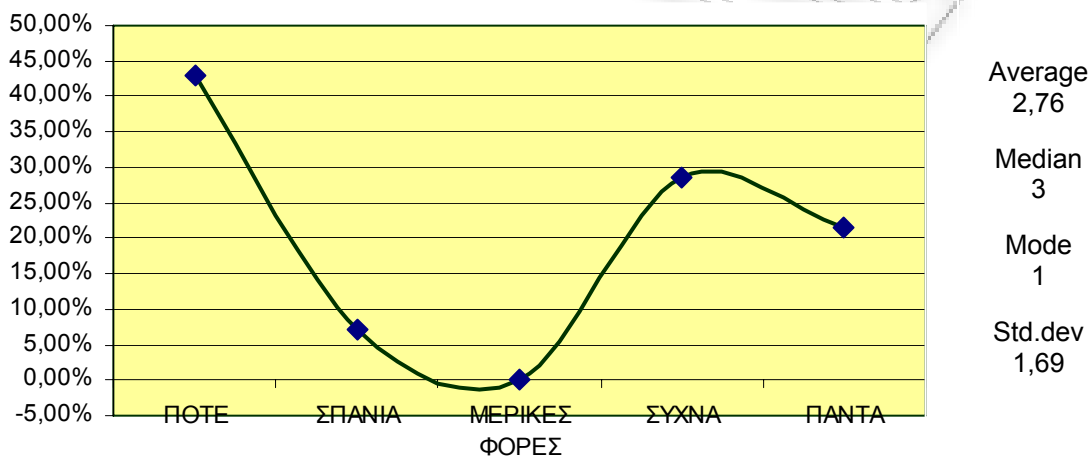
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 34: ΖΗΤΗΣΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



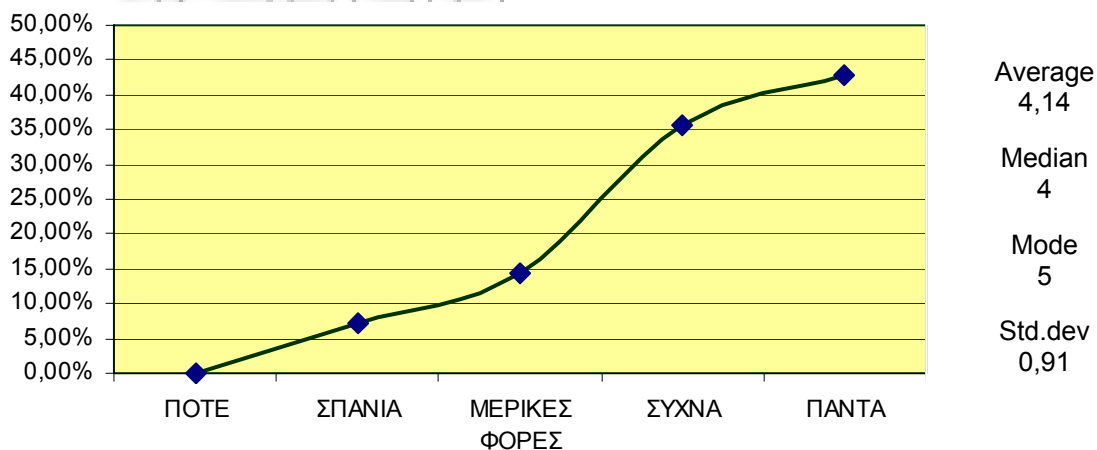
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 35: ΖΗΤΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ



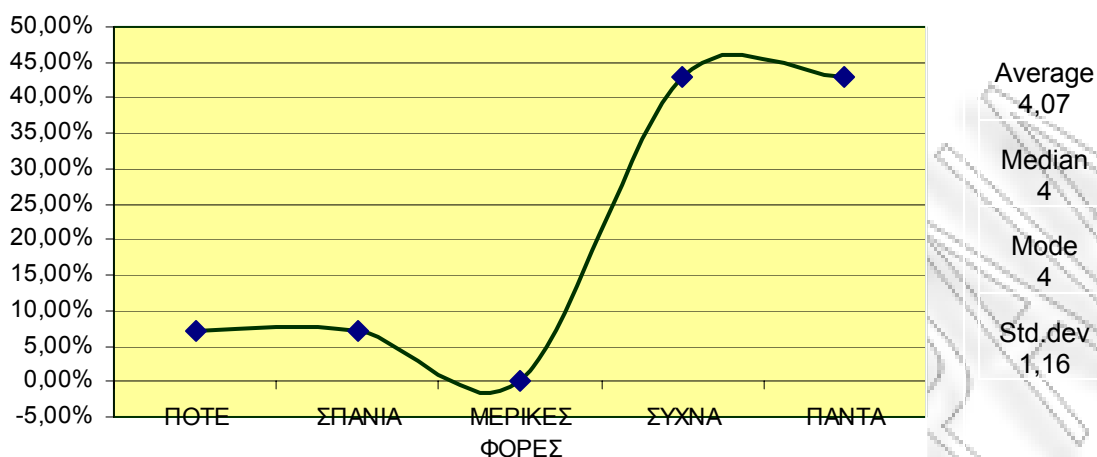
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 36: ΖΗΤΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟΛΙΣΜΟΥ – ΕΙΔΙΚΗΣ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 37: ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 38: ΖΗΤΗΣΗ ΔΕΞΙΩΣΕΩΝ ΥΠΟΔΟΧΗΣ



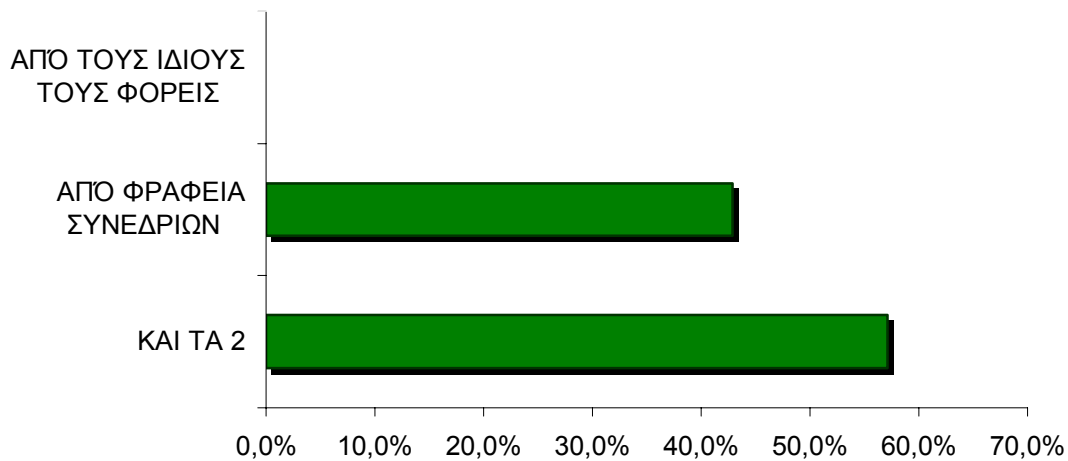
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 39: ΖΗΤΗΣΗ ΔΕΞΙΩΣΕΩΝ ΑΠΟΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΥ

ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ένα άλλο σημαντικό γεγονός που καταγράφηκε μέσα από την έρευνα είναι ότι τα συνέδρια οργανώνονται κυρίως από γραφεία συνεδρίων, γεγονός που ενισχύει το ρόλο τους. Όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο κεφάλαιο, υπάρχουν γραφεία που ασχολούνται αποκλειστικά με την οργάνωση συνεδρίων.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 24
ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

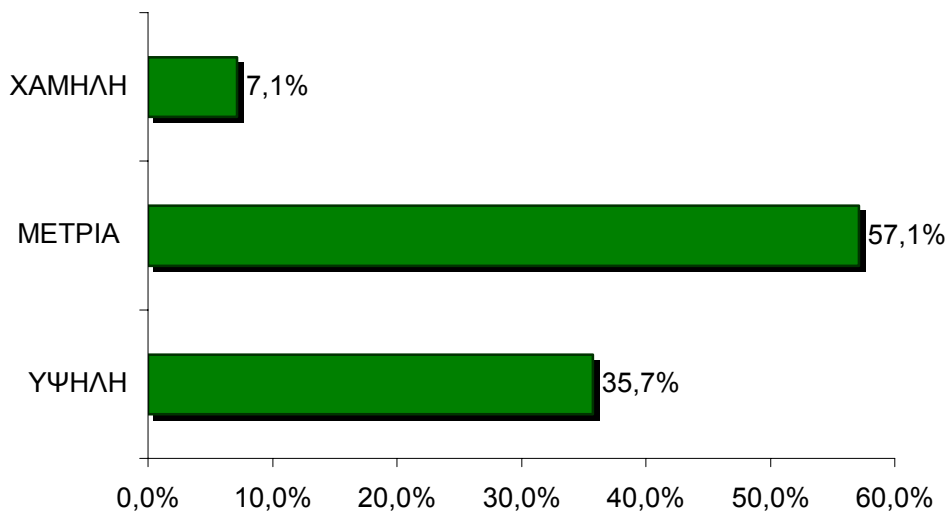
ΦΟΡΕΑΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΥΣ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ	0,0%
ΑΠΟ ΓΡΑΦΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	42,9%
ΚΑΙ ΤΑ 2	57,1%



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 40: ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΖΗΤΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Τέλος, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, η ζήτηση του συνεδριακού προϊόντος στην Κρήτη, σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα, χαρακτηρίζεται ως μέτρια από το 57,1% των ερωτώμενων. Η διαπίστωση αυτή είναι πολύ σημαντική γιατί προσδιορίζει και περιγράφει τη θέση της Κρήτης στη ευρύτερη συνεδριακή αγορά της Ελλάδας. Τα πράγματα διαγράφονται πολύ θετικά για την Κρήτη αφού μόνο το 7% εκτιμάει ότι η ζήτηση είναι χαμηλή. Αντίθετα το υπόλοιπο σχεδόν 93% υποστηρίζει ότι η ζήτηση είναι παραπάνω από μέτρια και πάνω. Κατά συνέπεια, η Κρήτη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ελληνική συνεδριακή αγορά.



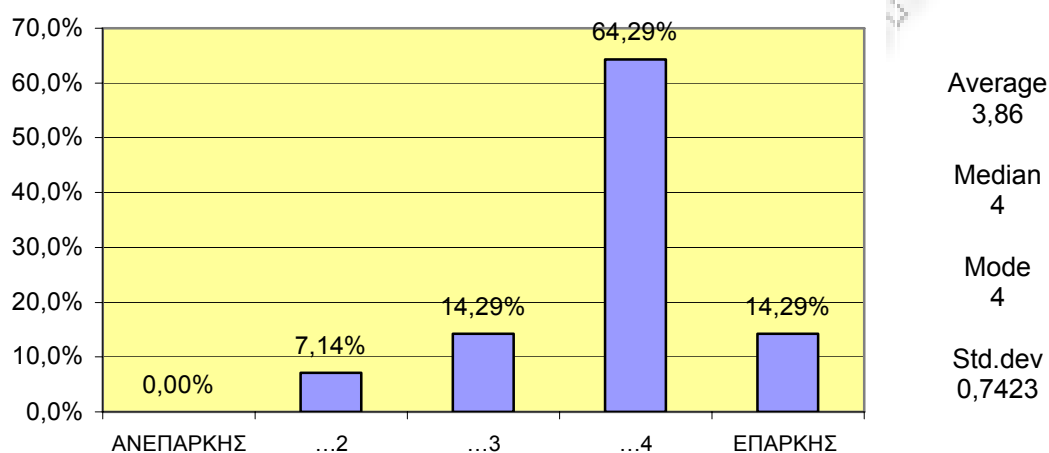
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 41:ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΡΗΤΗΣ

Γ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

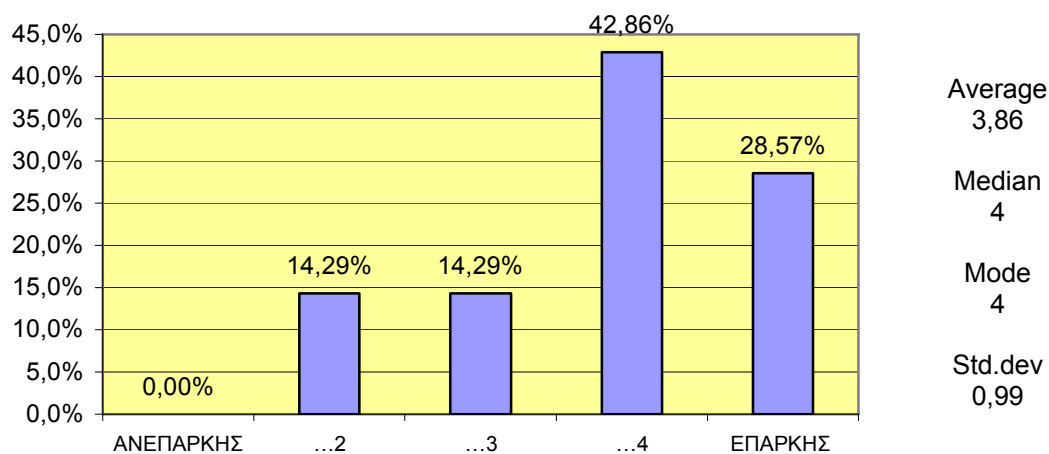
Στην ενότητα αυτή οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να αξιολογήσουν την Κρήτη με κλίμακα από το 1 (ανεπαρκής) έως το 5 (επαρκής) με βάση τη συνεδριακή υποδομή, την πρόσβαση στο νησί, τη γενικότερη υποδομή, το προσωπικό, τις κλιματολογικές συνθήκες, την ασφάλεια, την προβολή, το κόστος και τις πρόσθετες υπηρεσίες. Όλοι οι παράγοντες ως προς τους οποίους έγινε η αξιολόγηση προέκυψαν μέσα από την μελέτη της βιβλιογραφίας (κεφάλαιο 1). Οι απαντήσεις που δόθηκαν παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 25
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

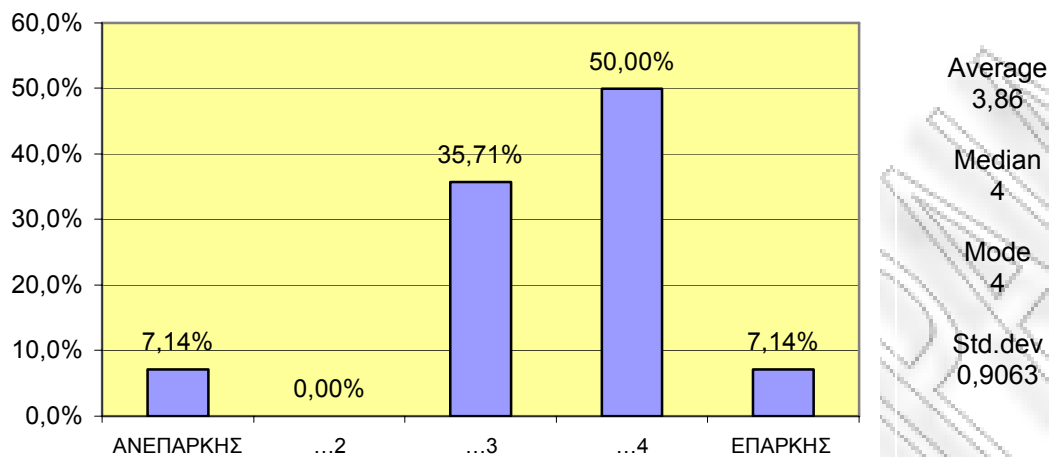
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	Μ.Ο.	ΤΥΠ. ΑΠΟΚΛ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ & ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ	3,89	0,74
ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ	3,86	0,99
ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΝΟΜΟΥ	3,86	0,90
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	3,12	1,14
ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	4,86	0,34
ΑΣΦΑΛΕΙΑ	4,36	0,81
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΠΡΟΒΟΛΗ	3,07	1,03
ΚΟΣΤΟΣ	3,43	0,81
ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	4,29	0,69



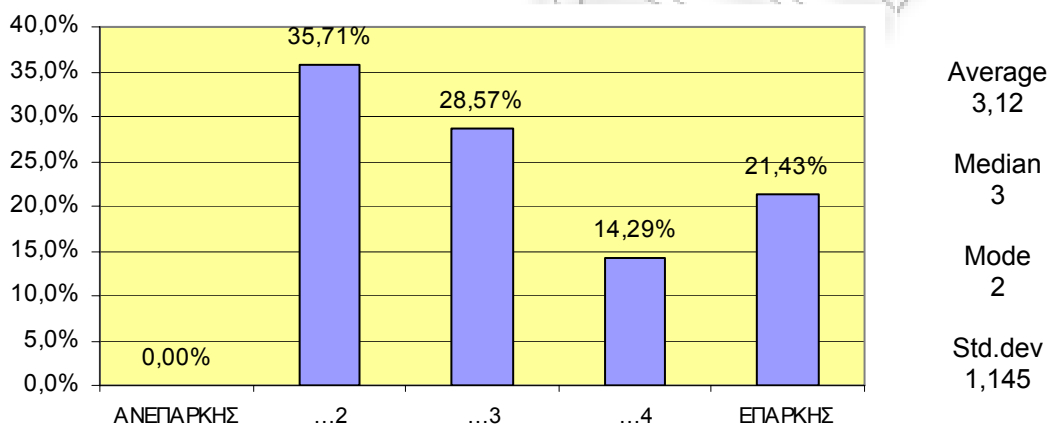
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 42: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ



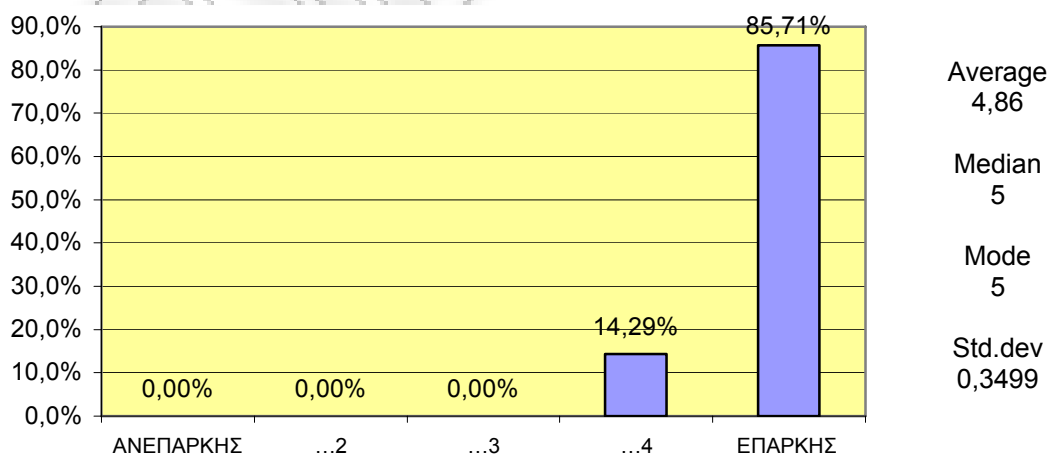
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 43: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ



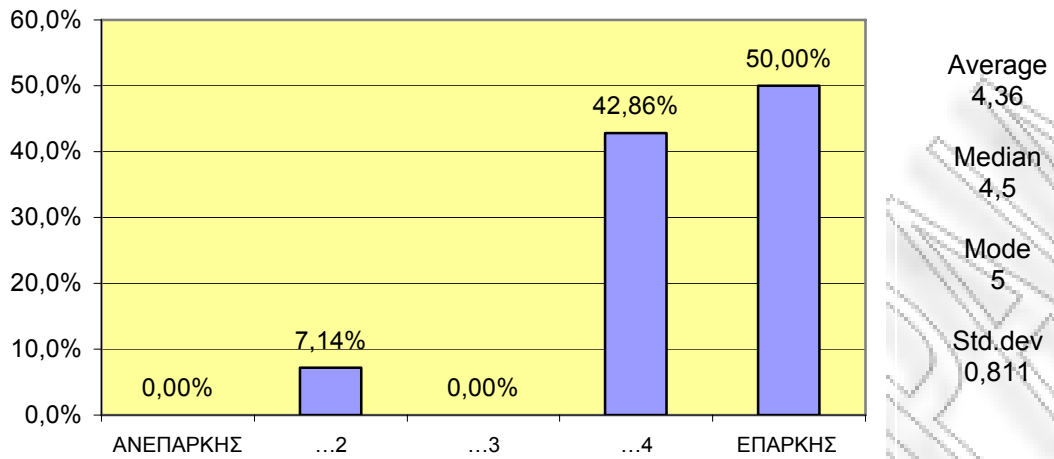
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 44: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ



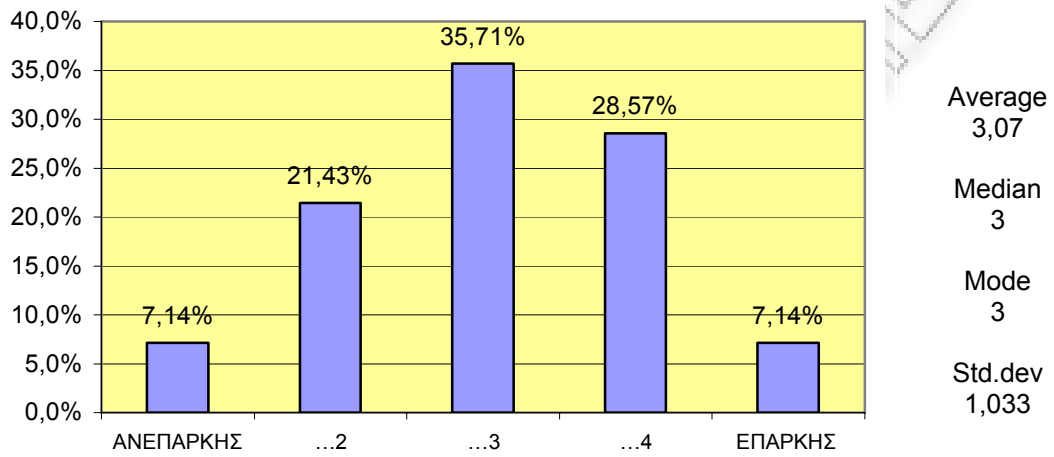
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 45: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



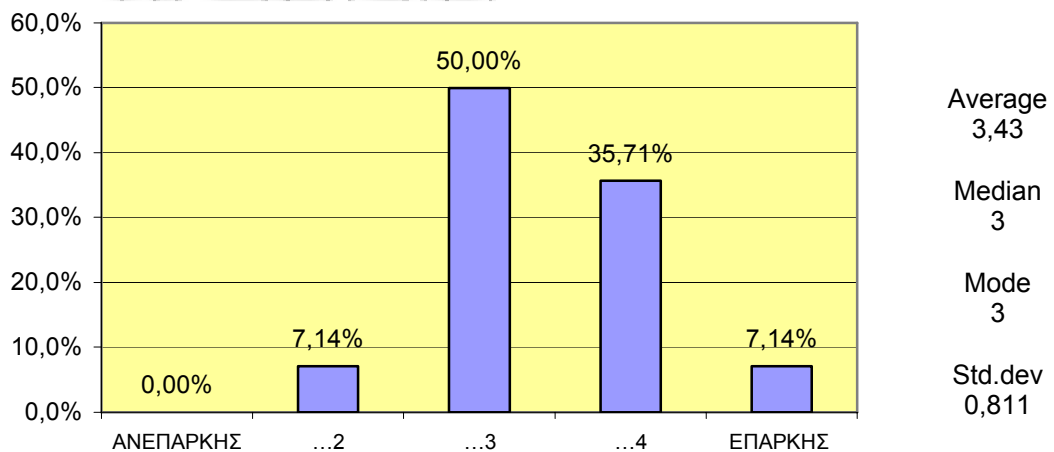
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 46: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ



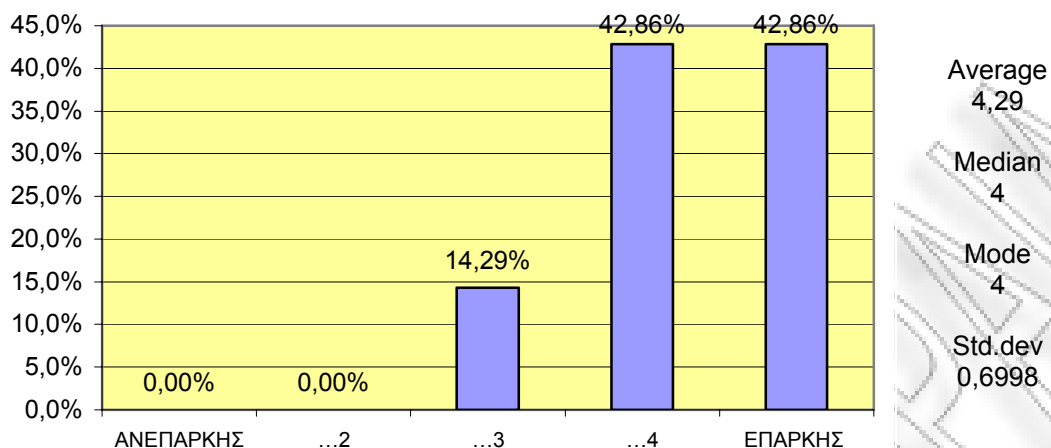
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 47: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 48: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 49: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ



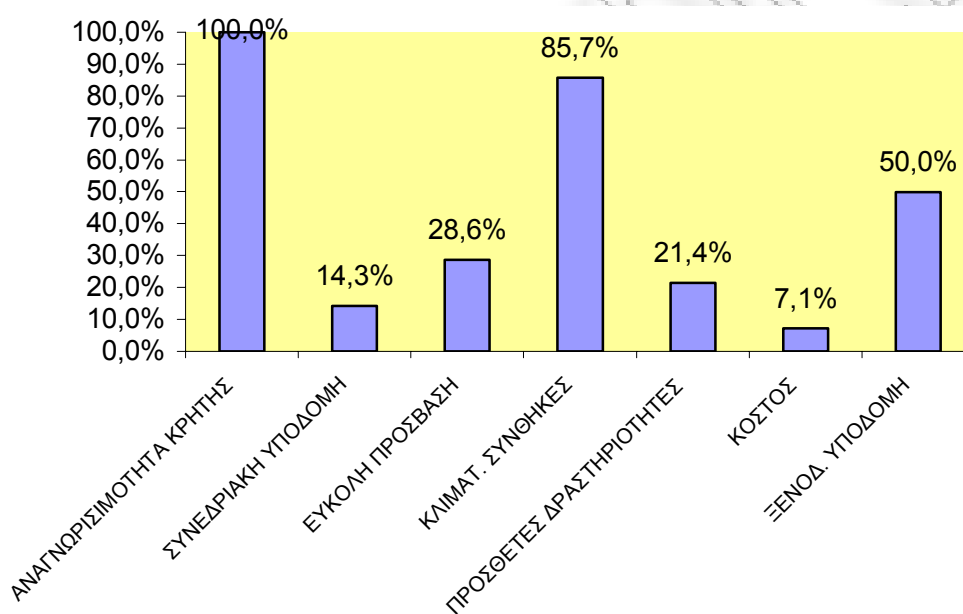
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 50: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στους περισσότερους λοιπόν τομείς η Κρήτη συγκεντρώνει υψηλά ποσοστά. Η συνεδριακή υποδομή, η πρόσβαση στο νησί, η γενικότερη υποδομή του νησιού, οι κλιματολογικές συνθήκες, η ασφάλεια και οι πρόσθετες υπηρεσίες βρίσκονται σε πολύ υψηλά επίπεδα, ενώ εκεί που παρουσιάζονται τα χαμηλότερα ποσοστά είναι στο εξειδικευμένο προσωπικό, την εξειδικευμένη προβολή και το κόστος. Όλα αυτά θα αναλυθούν περισσότερο στη επόμενη ενότητα όπου γίνεται λόγος για τα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

Η συγκεκριμένη ερώτηση συμπληρώνει την προηγούμενη. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να επιλέξουν, μέσα από μία λίστα που τους δόθηκε, τους παράγοντες, που κατά τη γνώμη τους, αποτελούν τα τρία πιο δυνατά σημεία για την Κρήτη ως συνεδριακό προορισμό. Οι παράγοντες ήταν: αναγνωρισιμότητα της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό, συνεδριακή υποδομή νησιού, εύκολη πρόσβαση,

κλιματολογικές συνθήκες, πρόσθετες δραστηριότητες, κόστος διεξαγωγής και ξενοδοχειακή υποδομή. Γίνεται σαφές ότι τα τρία μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της Κρήτης είναι η αναγνωρισιμότητά της ως τουριστικό προορισμό, οι κλιματολογικές συνθήκες και η ξενοδοχειακή υποδομή. Επιπλέον παρατηρείται ότι το κόστος διεξαγωγής, που θεωρείται το λιγότερο δυνατό σημείο της Κρήτης σημείωσε χαμηλό ποσοστό κατά την αξιολόγηση της Κρήτης ως συνεδριακό προορισμό (προηγούμενη ερώτηση).



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 51: ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Δ. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η ενότητα αυτή είναι σε άμεση συνάρτηση με την προηγούμενη και έχει ως στόχο να εντοπίσει τα κύρια προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη. Μια λίστα από προβλήματα δίνεται στους ερωτώμενους και εκείνοι καλούνται να σημειώσουν πόσο σημαντικό είναι κάθε ένα από αυτά.

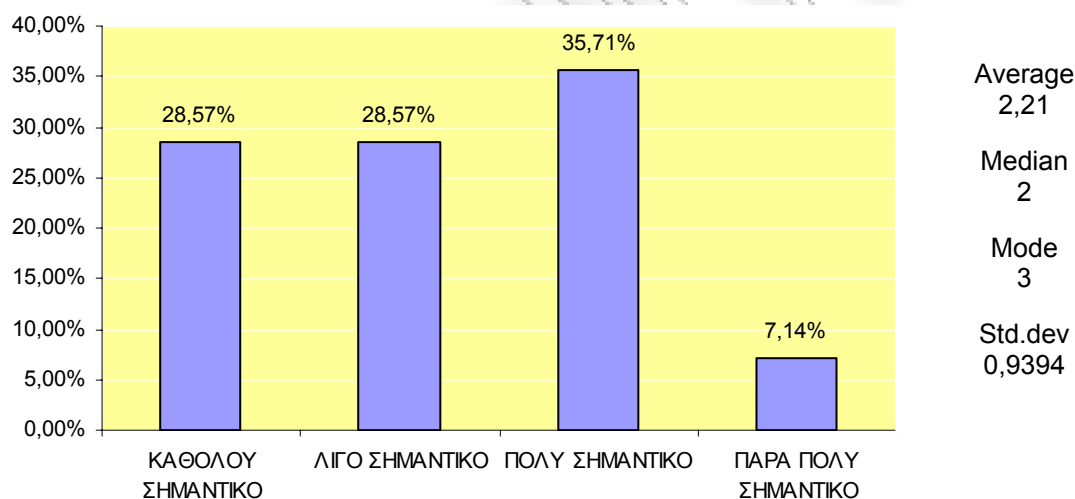
Ακόμα καλούνται να προσδιορίσουν ποια είναι τα κύρια μέσα χρησιμοποιούν για την προώθηση των συνεδρίων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

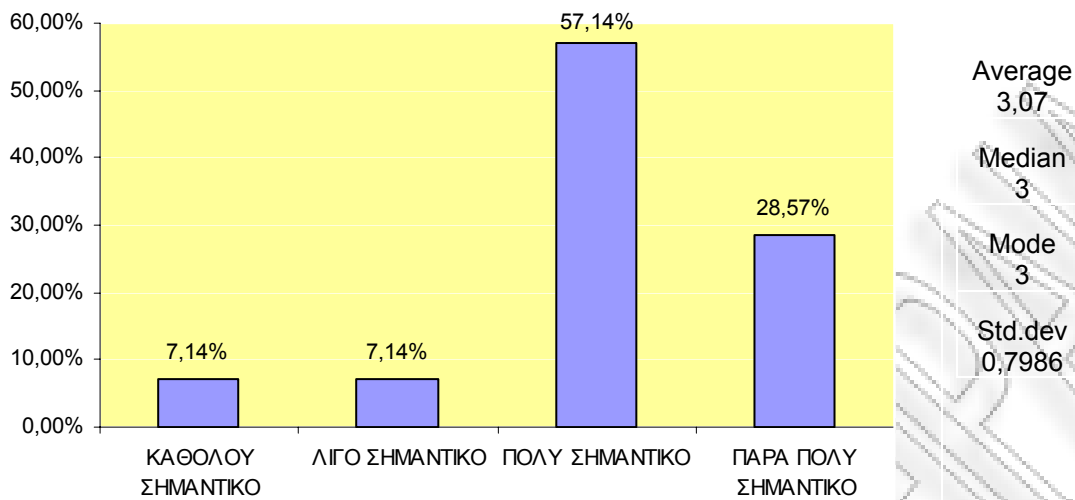
Τα κύρια προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού μετά από τη μελέτη της βιβλιογραφίας είναι: έλλειψη συνεδριακών κέντρων, έλλειψη γραφείων συνεδρίων, έλλειψη γενικότερης υποδομής, απουσία φορέα που να ασχολείται με τα συνέδρια, κλιματολογικές συνθήκες, δύσκολη πρόσβαση στο νησί, ανεπαρκής προβολή - δημοσιότητα - διαφήμιση νησιού, υψηλό κόστος διεξαγωγής, ανεπαρκές προσωπικό - συνεδριακό management έλλειψη κινήτρων και στήριξη από το κράτος. Για τον προσδιορισμό των προβλημάτων χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα καθόλου σημαντικό - λίγο σημαντικό - πολύ σημαντικό - πάρα πολύ σημαντικό και οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν ως εξής: καθόλου σημαντικό=1, λίγο σημαντικό=2, πολύ σημαντικό=3 και πάρα πολύ σημαντικό=4. Οι απαντήσεις που δόθηκαν παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα και τα διαγράμματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 26
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

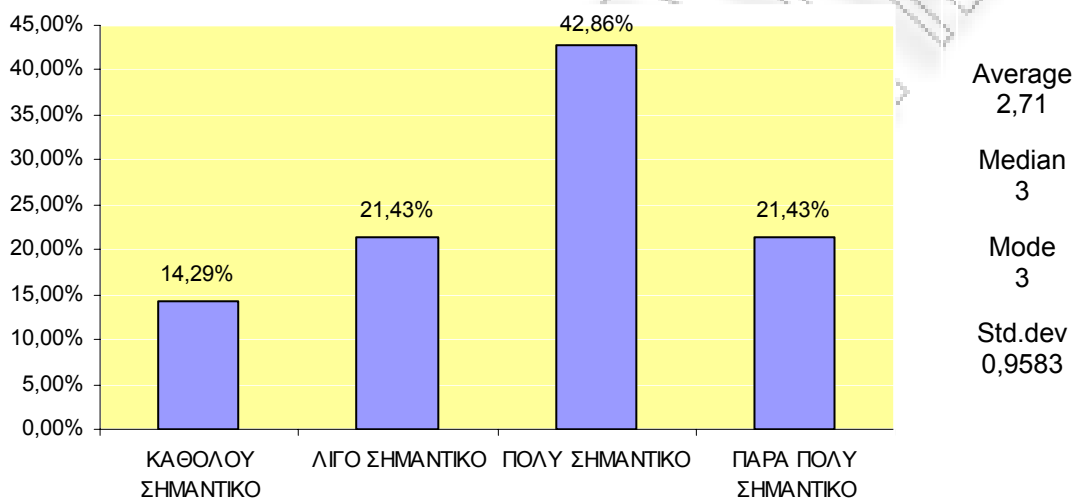
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	Μ. ΟΡΟΣ	ΤΥΠ. ΑΠΟΚΛ.
ΕΛΛΕΙΨΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ	2,21	0,93
ΕΛΛΕΙΨΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	3,07	0,79
ΕΛΛΕΙΨΗ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	2,71	0,95
ΑΠΟΥΣΙΑ ΦΟΡΕΑ ΠΟΥ ΝΑ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	3,36	0,89
ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	1,76	0,86
ΔΥΣΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ	1,79	0,77
ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗ - ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ - ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΝΗΣΙΟΥ	2,79	0,77
ΥΨΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ	2,36	0,97
ΑΝΕΠΑΡΚΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ - ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ	2,36	0,89
ΕΛΛΕΙΨΗ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ	3,36	0,61



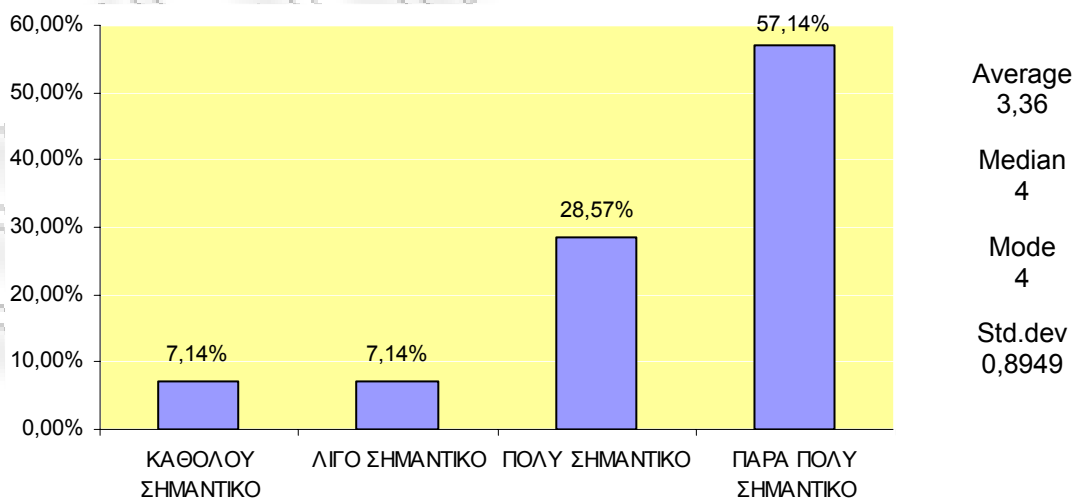
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 52: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ



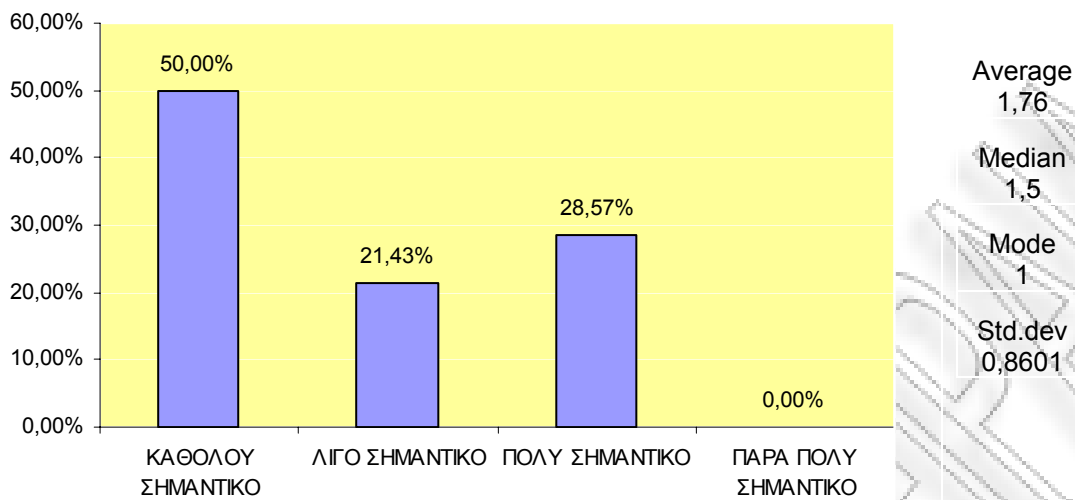
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 53: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



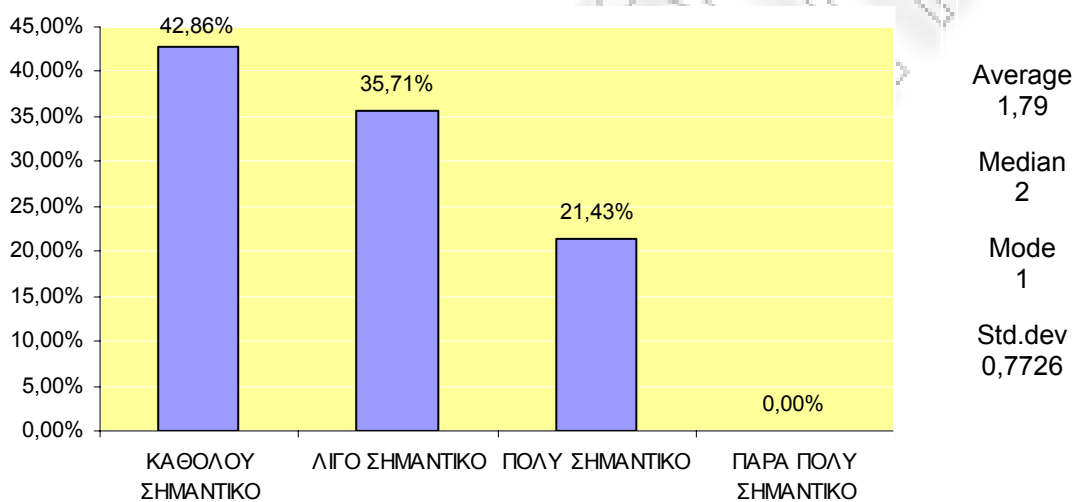
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 54: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ



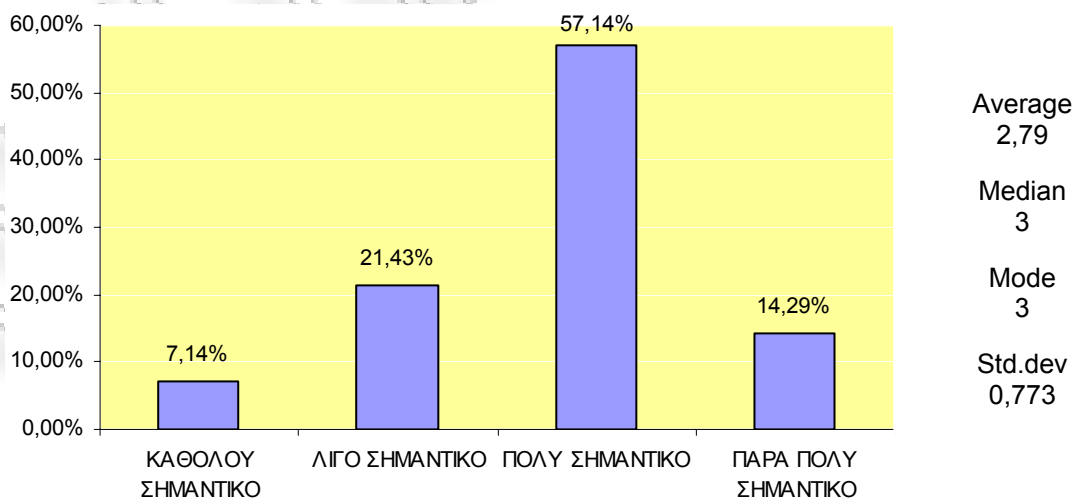
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 55: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΥΣΙΑΣ ΦΟΡΕΑ ΠΟΥ ΝΑ ΑΣΧΟΛΕΙΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ



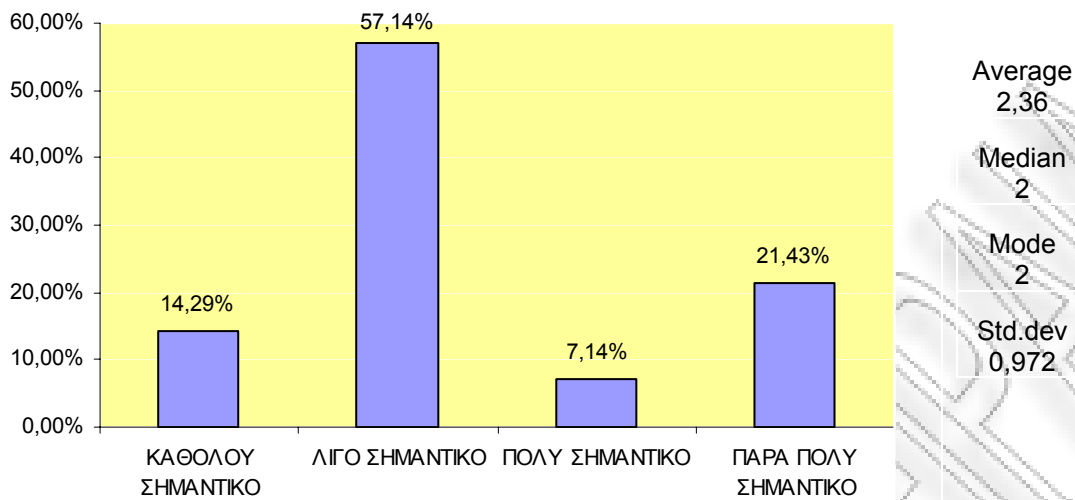
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 56: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ



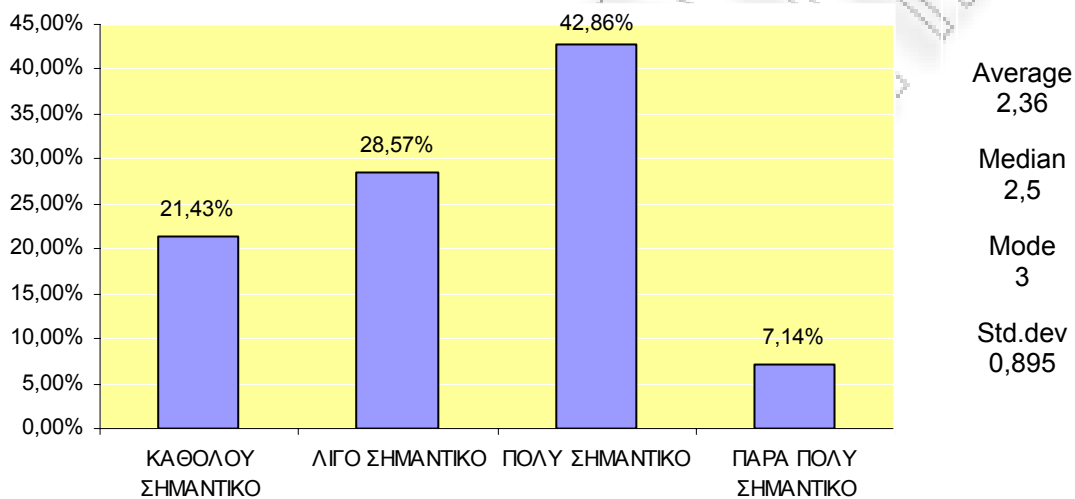
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 57: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΥΣΚΟΛΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ



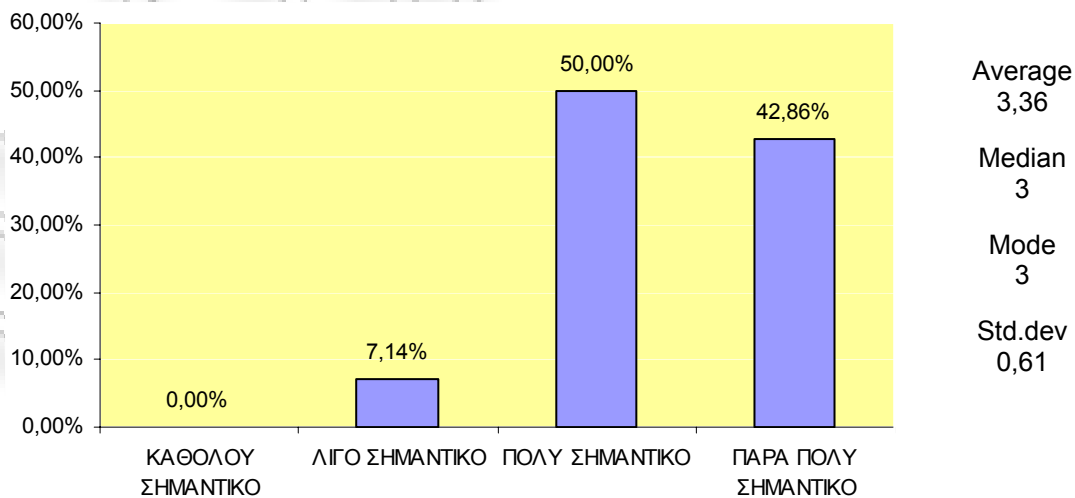
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 58: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΝΕΠΑΡΚΟΥΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ – ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ – ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 59: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΥΨΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 60: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΑΝΕΠΑΡΚΟΥΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ – ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ MANAGEMENT



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 61: ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ

Τα σημαντικότερα προβλήματα είναι η απουσία επίσημου φορέα που να ασχολείται με τα συνέδρια, η έλλειψη γραφείων συνεδρίων και η έλλειψη στήριξης από το κράτος. Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι υπάρχει επιτακτική ανάγκη για τη δημιουργία συνεδριακής κουλτούρας στη χώρα. Η οργάνωση και συστηματική καταγραφή του φαινομένου του συνεδριακού τουρισμού και τα κίνητρα για την ανάπτυξη του είναι αυτά που πρέπει να γίνουν σε πρώτη φάση για να καλλιεργήσουμε μια τέτοια κουλτούρα.

Η ανεπαρκής προβολή του νησιού, το ανεπαρκές συνεδριακό management και το υψηλό κόστος διεξαγωγής είναι τα αμέσως επόμενα πιο σημαντικά προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού. Τα προβλήματα αυτά εντοπίστηκαν και στην προηγούμενη ενότητα, κατά την αξιολόγηση της Κρήτης ως συνεδριακό προορισμό.

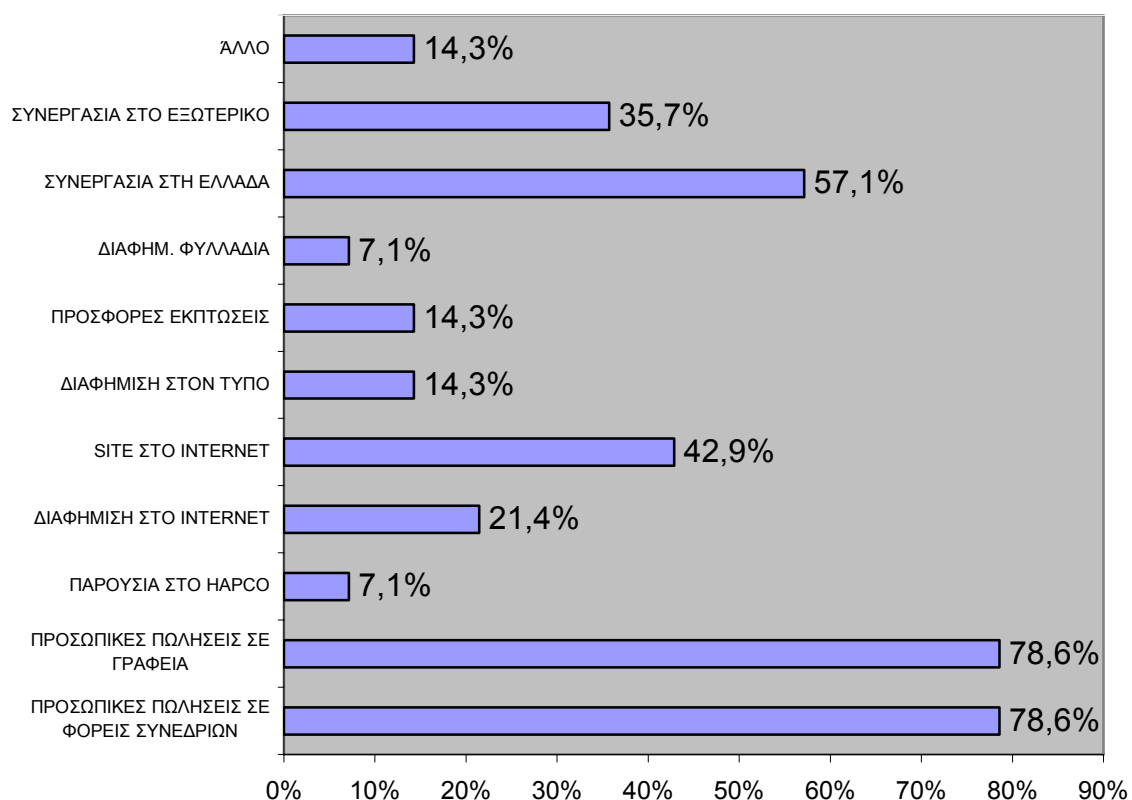
Ακόμα, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, οι κλιματολογικές συνθήκες και η πρόσβαση στο νησί δεν αποτελούν προβλήματα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Η έλλειψη συνεδριακών κέντρων δεν χαρακτηρίζεται ως πρόβλημα, όπως προέκυψε από την ανάλυση της πρώτης ενότητας, η συνεδριακή ζήτηση αφορά μικρού και μεσαίου μεγέθους συνεδριακές εκδηλώσεις γεγονός που αφήνει ανεκμετάλλευτο ένα μέρος της συνεδριακής δυναμικότητας.

ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να επιλέξουν τα τρία βασικά μέσα προώθησης

συνεδριακού τουρισμού μέσα από μία λίστα που τους δόθηκε. Η λίστα περιλαμβάνει τα παρακάτω μέσα προώθησης: προσωπικές πωλήσεις σε φορείς συνεδρίων, προσωπικές πωλήσεις σε γραφεία, παρουσία στο HARCO, διαφήμιση στο Internet, site στο Internet, διαφήμιση στον τύπο, προσφορές - εκπτώσεις, διαφημιστικά φυλλάδια, συνεργασία με διοργανωτές συνεδρίων στην Ελλάδα και συνεργασία με διοργανωτές συνεδρίων στο εξωτερικό. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, τα τρία κύρια μέσα προώθησης είναι οι προσωπικές πωλήσεις σε φορείς συνεδρίων και σε γραφεία διεξαγωγής συνεδρίων και η συνεργασία με διοργανωτές συνεδρίων στην Ελλάδα. Λιγότερο αποτελεσματική είναι η παρουσία στο HARCO και τα διαφημιστικά φυλλάδια. Άλλα μέσα προώθησης είναι η παρουσία σε εκθέσεις που αφορούν το συνεδριακό τουρισμό.

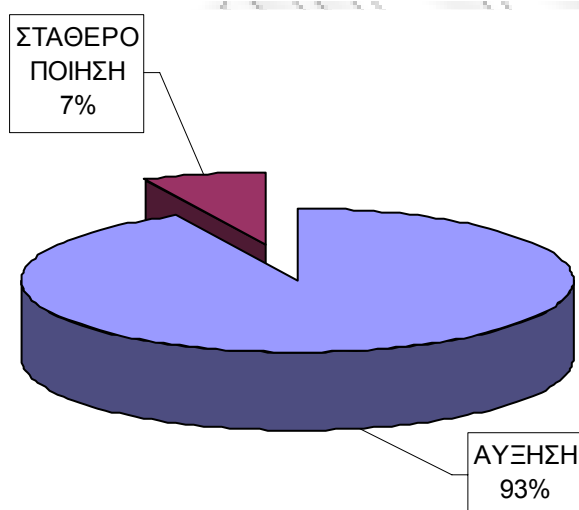


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 62: ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ε. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

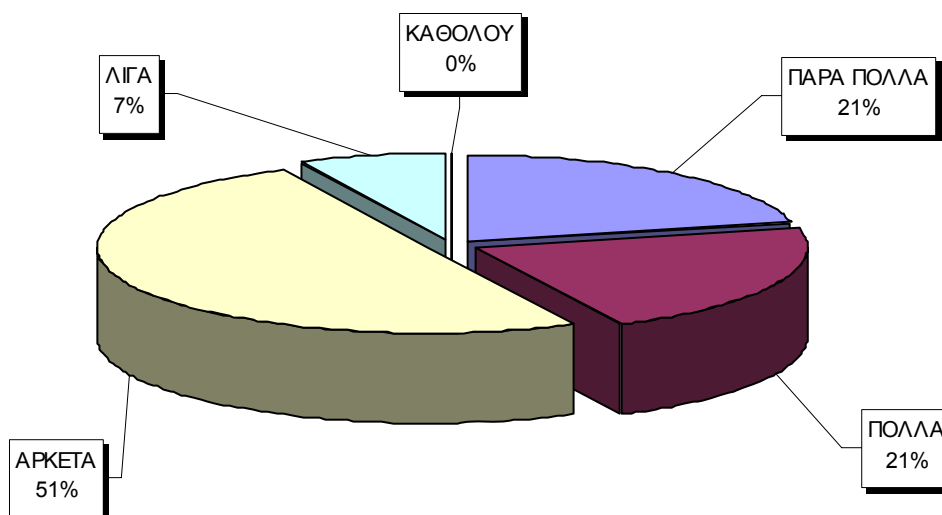
Στην ενότητα αυτή στοχεύει στο να καταγράψει τις πεποιθήσεις και τις προσδοκίες των ερωτώμενων για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού.

Στην ερώτηση για το εάν θα αυξηθεί ή όχι τα επόμενα χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός την Κρήτη το 93% είναι αισιόδοξο και πιστεύει ότι ο συνεδριακός τουρισμός θα αυξηθεί, το 3% αναμένει σταθεροποίηση, ενώ 0% δεν πιστεύει ότι θα υπάρξει μείωση.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 63: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

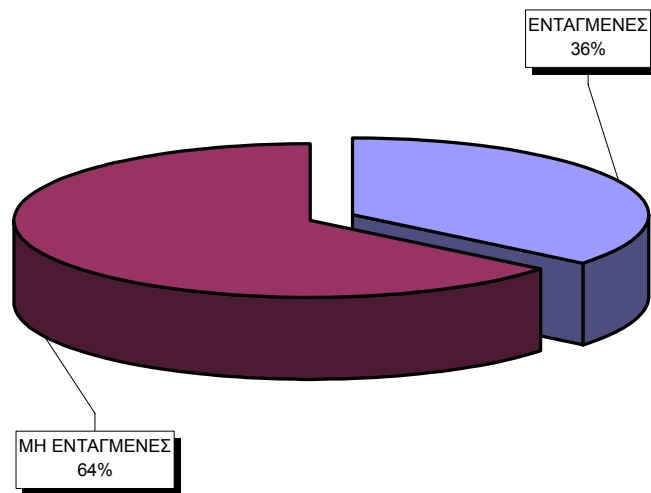
Ανάλογες είναι και οι εκτιμήσεις για τα περιθώρια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού. Το 51% πιστεύει ότι υπάρχουν αρκετά περιθώρια ανάπτυξης, το 21% πάρα πολλά, το 21% πολλά και μόλις το 10% λίγα. Συνεπώς το 100% των ερωτώμενων πιστεύει ότι υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης από λίγα έως πολλά, γεγονός που πρέπει να αξιοποιηθεί κατάλληλα.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 64: ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, η στήριξη του κράτους με κίνητρα και επιδοτήσεις προέρχεται από το νόμο 3299/2004. Όμως μόνο το 36% των ξενοδοχείων είναι ενταγμένα στον συγκεκριμένο αναπτυξιακό νόμο, γεγονός που επιδεικνύει για μια ακόμα φορά την έλλειψη στήριξης από το κράτος.

Όλες οι επιχειρήσεις που είναι ενταγμένες στο συγκεκριμένο νόμο σκοπεύουν να προχωρήσουν σε σχετική επένδυση.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 65: ΕΝΤΑΓΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ 3299/2004

3.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την έρευνα προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα:

Όσον αφορά στη συνεδριακή προσφορά στο νομό Ηρακλείου της Κρήτης, αυτή τη στιγμή υπάρχουν 14 ξενοδοχειακές μονάδες που μπορούν να υποστηρίξουν συνέδρια κυρίως μεσαίου (1600 άτομα) και μικρού (800 άτομα) μεγέθους και υπάγονται στις ανώτερες κατηγορίες ξενοδοχείων (Deluxe και Α' κατηγορίας) με πιστοποιήσεις υπηρεσιών, γεγονός που εξασφαλίζει υψηλή ποιότητα στη διοργάνωση συνεδρίων.

Η ζήτηση για συνέδρια (μόνο συνέδρια και όχι άλλου τύπου συνεδριακές εκδηλώσεις) στην Κρήτη είναι μέτρια, με τα περισσότερα ξενοδοχεία να διοργανώνουν το πολύ 5 συνέδρια το χρόνο, ενώ ταυτόχρονα ο αριθμός συνεδρίων μπορεί να φτάσει και τα 25 σε κάποια ξενοδοχεία. Κάθε χρόνο ο αριθμός αυτός παραμένει από σταθερός έως και λίγο αυξημένος. Ως προς το είδος των συνεδριακών εκδηλώσεων, υπάρχει τάση για πολλά συνέδρια, σεμινάρια και workshops, ενώ λιγότερες είναι οι ημερίδες και οι διαλέξεις και ακόμα λιγότερα τα συμπόσια, τα forum και οι διασκέψεις. Ως προς το αντικείμενο τους, τα συνέδρια είναι κυρίως ιατρικά και επιχειρηματικά. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στα συνέδρια είναι συνήθως 150-250 άτομα με περίπου 0,1-0,5 συνοδούς. Σημαντικό είναι ότι υπάρχει συχνά επαναλαμβανόμενη διεξαγωγή συνεδρίων στον ίδιο τόπο, γεγονός που φανερώνει ότι οι διοργανωτές συνεδρίων μένουν ευχαριστημένοι από το συνεδριακό προϊόν και η Κρήτη καθιερώνεται ως συνεδριακός προορισμός. Η συνεδριακή κίνηση κορυφώνεται τους μήνες Μάιο,

Ιούνιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο, στην αρχή και στο τέλος δηλαδή της τουριστικής περιόδου.

Οι συνέδροι είναι περισσότερο Έλληνες και λιγότερο αλλοδαποί. Οι αλλοδαποί συνέδροι προέρχονται στο μεγαλύτερο βαθμό από τις χώρες της Ευρώπης, ενώ ακολουθούν η Αμερική, η Ιαπωνία και η Κίνα. Οι φορείς των συνεδρίων είναι περισσότερο ιδιωτικοί, εθνικού ή διεθνούς χαρακτήρα.

Ως προς τις συμπληρωματικές υπηρεσίες των συνεδρίων, εκείνες με τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι οι επισιτιστικές, οι δεξιώσεις υποδοχής και οι δεξιώσεις αποχαιρετισμού. Τα συνέδρια διοργανώνονται συνήθως από γραφεία συνεδρίων, γεγονός που ενισχύει το ρόλο των τελευταίων.

Η αξιολόγηση της Κρήτης ως συνεδριακός προορισμός, έδειξε ότι η συνεδριακή υποδομή, η πρόσβαση στο νησί, η γενικότερη υποδομή του νησιού, οι κλιματολογικές συνθήκες, η ασφάλεια και οι πρόσθετες υπηρεσίες είναι σε πολύ καλά επίπεδα και κρίνονται επαρκή. Αντίθετα, λιγότερο επαρκή κρίνονται το εξειδικευμένο προσωπικό, η εξειδικευμένη προβολή του νησιού και το κόστος διεξαγωγής συνεδρίων. Ειδικότερα, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Κρήτης έγκεινται στην αναγνωρισιμότητα του νησιού ως τουριστικός προορισμός σε συνδυασμό με τις καλές κλιματολογικές συνθήκες και την ξενοδοχειακή υποδομή.

Τα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού εντοπίζονται, όπως και στην υπόλοιπη Ελλάδα, στην έλλειψη γραφείων συνεδρίων, την έλλειψη κινήτρων και στήριξης από το κράτος και την απουσία επίσημου φορέα που να ασχολείται με

τα συνέδρια. Αμέσως επόμενα σημαντικά προβλήματα είναι το ανεπαρκές προσωπικό, η ανεπαρκής προβολή του νησιού και το υψηλό κόστος διεξαγωγής των συνεδρίων. Η στήριξη από το κράτος έρχεται με τον Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004. Το γεγονός όμως ότι μόνο το 36% των επιχειρήσεων είναι ενταγμένες σε αυτό το νόμο, δείχνει ότι η στήριξη αυτή είναι ελλιπής.

Τα κύρια μέσα προώθησης των συνεδρίων είναι οι προσωπικές πωλήσεις σε φορείς συνεδρίων και σε γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων, καθώς επίσης και η συνεργασία με διοργανωτές συνεδρίων στην Ελλάδα.

Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού διαγράφεται αισιόδοξο, παρά την μικρή αύξηση που παρατηρείται στον ετήσιο αριθμό συνεδρίων. Το 93% των ερωτώμενων αναμένει αύξηση της συνεδριακή κίνησης, ενώ το 100% αποκλείει το ενδεχόμενο μείωσης της. Αισιόδοξοι εμφανίζονται και για το γεγονός ότι υπάρχουν αρκετά περιθώρια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού.

Συμπερασματικά, μέσα από την ανάλυση που έγινε τόσο σε θεωρητικό επίπεδο όσο και μέσα από την έρευνα, προκύπτει ότι η Ελλάδα και ιδιαίτερα η Κρήτη δύναται να αποτελέσει ένα σημαντικό σταθμό στο χάρτη του συνεδριακού τουρισμού. Το γεγονός ότι τόσο ο συνεδριακός τουρισμός την Κρήτη όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα βρίσκεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα οφείλεται κυρίως στο ότι το κράτος δεν έχει δείξει την απαιτούμενη προσοχή στον τομέα αυτό. Η έλλειψη συνεδριακής κουλτούρας είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα και οι επιμέρους περιοχές της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Επαγγελματικός Τουρισμός, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992

Μανώλης Σφακιανάκης, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2000

Ε. Βελισσάριου, Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, τόμος Δ , Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα 2000

Ελληνικός Τουρισμός, Μύθοι και Πραγματικότητα, συλλογή κειμένων, Εκδόσεις Anubis 1996

Λούκας Α. Αθανασίου, Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Ι.Τ.Ε.Π. Αθήνα 2000

Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Τουρισμός και Ανάπτυξη, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2000

Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Τουριστική Πολιτική, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997

Βαρβαρέσος Στέλιος, Τουρισμός:Οικονομικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000

Λύτρας, Περικλής Ν., Λαϊνός, Ιωάννης Σ., Κουμέλης, Θεόδωρος Α., 5ο Γλωσσόερμηνευτικό λεξικό τουριστικών όρων, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997

Πατσουράτης, Βασίλης, Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα Ι.Τ.Ε.Π., Αθήνα 2002

ΞΕΝΗ

Karin Weber Msc., Key Sung Ph.D., Convention Tourism, International research and Industry Perspectives, The Haworth Hospitality Press 2002

Robert Cristie Mill, Alastair M. Morrison, The Tourism System: an introductory test, Prentice Hall International Inc. 1985.

McIntosh / Goeldner, Tourism Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, Inc. 1986

Ray Yuell, Tourism, an introduction, Addison Wesley Longman Limited, 1998

Cristofer M. Law, Urban Tourism, attracting visitors to large cities, Tourism lecture and recreation, Mansell Publishing Limited 1996

Nova Starr, Viewpoint, an introduction to travel tourism and hospitality, second edition, Prentice – Hall, Inc 1997

ΑΡΘΡΑ

Harry H. Hiller, Conventions as mega – events, A new model for convention – host city relationships, *Tourism Management*, Vol.16, No. 5, pp 375-379, 1995

Δρ. Στέργιος Λ. Μούργος, «Συνεδριακές υποδομές και συνεδριακή κουλτούρα: Ο ρόλος τους στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας», 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό Τουρισμό, Βιβλίο πρακτικών

Παναγιώτας Σούρτζι «IMIC: 1^ο Διεθνές Συνέδριο για το Συνεδριακό Τουρισμό», Τουριστική Αγορά, Τεύχος 176, Ιανουάριος 2005

Στεφάνια Σούκη «Άγνωστη η Αθήνα στους επενδυτές λίγο πριν τους Ολυμπιακούς», *The Tourism Report*, Τεύχος 17-Δεκέμβριος 2004

Αλέξη Σωτηρόπουλου, «Συνεδριακός τουρισμός στην Αθήνα όραμα ή ουτοπία», Master of Science in Tourism Management, Sheffield, www.synedrio.gr

Μαργαρίτα Μανούσου «Tony Rogers: Η Αθήνα είναι ιδανικός συνεδριακός προορισμός», Τουριστική Αγορά, Τεύχος 175, Νοέμβριος 2004

Νίκου Σκουλά, τ. Υπουργού Τουρισμού, www.synedrio.gr, «κουλτούρα και πρακτική»,

Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ), www.traveldailynews.gr, Τρίτη, 14 Δεκεμβρίου 2004

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

The Tourism Report

Τουρισμός και Οικονομία

Τουριστική Αγορά

Οικονομικός Ταχυδρόμος

Synedrio Magazine

1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό Τουρισμό & Επαγγελματικό Τουρισμό, βιβλίο πρακτικών

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

www.itep.gr

www.hapco.gr

www.eot.gr

www.icca.gr

www.grhotels.gr

www.iso.gr

www.cfsan.fda.gov

www.synedrio.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ