

30/07/05

Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας
Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ:
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΣΤΗΛΙΩΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:
ΓΚΟΖΓΚΟΥ ΝΑΥΣΙΚΑ
ΒΟΛΥΡΑΚΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ**

20/1/11

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6264
----------------------	------

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	Σελίδα 1
Εισαγωγή	2
Ιστορική Εξέλιξη	3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

1.1 Πρότυπα οργάνωσης και επιχειρηματικής δραστηριότητας του συνεδριακού τουρισμού.....	5
1.2 Τρόποι ανάπτυξης των συνεδρίων, ιστορική εξέλιξη...	6
1.3 Δυνατότητες συνδυασμού του συνεδριακού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού.....	12
1.4 Παγκόσμια ανάπτυξη στον τομέα της συνεδριακής αγοράς	16
1.5 Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μεσογειακής αγοράς	21
1.6 Η θέση του συνεδριακού τουρισμού στο πλαίσιο της διεθνούς τουριστικής ανάπτυξης.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ - ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

2.1 Χαρακτηριστικά της προσφοράς: οργάνωση τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας του συνεδριακού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο.....	27
2.2 Θεσμικό πλαίσιο, το οποίο διέπει την ανάπτυξη, την οργάνωση και την επιχειρηματική δραστηριότητα του συνεδριακού τουρισμού	34
2.3 Στοιχεία της περιουσίας του Ε.Ο.Τ.	37
2.4 Χαρακτηριστικά της ζήτησης και η θέση της Ελλάδας στην διεθνή αγορά.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ / ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

3.1 Άξονες και ζητήματα της S.W.O.T.	51
---	----



3.2 Συνθετική προσέγγιση των βασικών συμπερασμάτων της S.W.O.T.	58
1. Ανταγωνισμός.....	58
2. Εκσυγχρονισμός (προϊόντος & υποδομών - κύκλος ζωής προϊόντος).....	60
3. Τύποι Οργάνωσης και Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	62
4. Χρηματοοικονομικά Δεδομένα.....	63
5. Διαφήμιση - Προβολή.....	64
6. Χαρακτηριστικά Ζήτησης	66
7. Τυπολογίες Υποδομών	68
8. Επενδύσεις.....	69
9. Θεσμικό Πλαίσιο	70
10. Περιουσία Ε.Ο.Τ.	71
11. Ανθρώπινο Δυναμικό	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ / ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1 Οι Δυνατότητες και οι Προοπτικές του Συνεδριακού Τουρισμού.....	73
4.2 Οι Παράγοντες που επηρεάζουν τον Συνεδριακό Τουρισμό και τα Θετικά και Αρνητικά τους σημεία	74
4.3 Πολιτική για την Προώθηση της Ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού.....	78
Επίλογος.....	82
Παράρτημα.....	84
Ορολογία.....	87
Λοιποί Όροι.....	94
Πίνακες.....	96
Βιβλιογραφία.....	104

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πρόλογος

Η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αυξάνεται διαρκώς. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους, πραγματοποιούν συναντήσεις, συνέδρια, συσκέψεις. Επειδή λοιπόν είναι αδύνατο τα άτομα που συνεδριάζουν να έχουν προέλευση από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, με βάση κάποια κριτήρια καθορίζεται ένας κοινός τόπος συνάντησης.

Η μετακίνηση προς τον τόπο συνάντησης αποτελεί τουριστική μετακίνηση, που σε συνάρτηση με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί συνεδριακό τουρισμό.

Οι ομάδες των συνεδριακών τουριστών, προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη, ενώ παράλληλα συμβάλλουν στην προβολή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων. Αποτέλεσμα αυτών είναι η δημιουργία ενός μεγάλου ανταγωνιστικού πεδίου μεταξύ των κρατών και των πόλεων που προσπαθούν να καθιερωθούν σαν πόλεις συνεδρίων, μεταξύ των ξενοδοχειακών μονάδων, με στόχο την υψηλή εισοδηματική στάθμη των τουριστών και την τόνωση της πληρότητας.

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται κάποια ανάπτυξη στην συγκεκριμένη μορφή τουρισμού. Ένας από τους λόγους ανάπτυξης στον τομέα αυτό είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που συγκεντρώνονται στον ελλαδικό χώρο, και την έχουν κάνει πιο προσιτή στην προσέλκυση διοργανώσεων συνεδρίων.

Ο επιστημονικός πλούτος, η πολιτιστική παράδοση και η τουριστική βιομηχανία σε συνδυασμό με το εύκρατο μεσογειακό κλίμα και το ελκυστικό οικολογικό περιβάλλον, βρίσκουν την απόλυτη έκφραση τους και αποτελούν αρμονικό πλέγμα ιδανικών συνθηκών, διαμονής, και επιστημονικής ενημέρωσης στα επιτεύγματα της παγκόσμιας παραγωγής του πνεύματος και της σοφίας.

Εισαγωγή

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται τα πρότυπα οργάνωσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας του συνεδριακού τουρισμού, στους τρόπους ανάπτυξης διαφορετικών τύπων του, και τις δυνατότητες συνδυασμού του με τις άλλες μορφές τουρισμού. Αναφέρονται επίσης τα επιτυχημένα παραδείγματα διαφόρων χωρών, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μεσογειακής αγοράς και η θέση του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με την διεθνή ανάπτυξη.

Το επόμενο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην ελληνική πραγματικότητα και πιο συγκεκριμένα στα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης, το θεσμικό πλαίσιο το οποίο διέπει την οργάνωση του συνεδριακού τουρισμού, τα στοιχεία της περιουσίας του Ε. Ο. Τ , και την θέση της Ελλάδας στην τουριστική αγορά.

Ακολουθεί η S.W.O.T ανάλυση και η αξιολόγηση. Κύρια σημεία εστίασης είναι ο ανταγωνισμός, ο εκσυγχρονισμός και η υποδομή, οι τύποι οργάνωσης και επιχειρηματικής δραστηριότητας, χρηματοοικονομικά δεδομένα, διαφήμιση - προβολή, χαρακτηριστικά ζήτησης, τυπολογίες υποδομών - προσφερόμενα προϊόντα, επενδύσεις, θεσμικό πλαίσιο, περιουσία Ε.Ο.Τ., ανθρώπινο δυναμικό.

Το τελευταίο κεφάλαιο αφορά τις εκτιμήσεις και συμπεράσματα, προτάσεις και εκτιμήσεις των δυνατοτήτων και των προοπτικών του συνεδριακού τουρισμού. Αναφέρονται επίσης προτάσεις και συμπεράσματα της ανάλυσης που προηγήθηκε, με βασικότερο στόχο την προσέλκυση ποιοτικών και βιώσιμων επενδύσεων.

Ακολουθεί το παράρτημα που περιλαμβάνει πίνακες σχετικούς με την ανάλυση.

Ιστορική Εξέλιξη

Η πρώτη μορφή συνεδρίων ήταν ο Θεσμός των Αμφικτιονιών στην Αρχαία Ελλάδα.

Οι Αμφικτιονίες ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών ελληνικών φυλών και αργότερα γειτονικών πόλεων - κρατών. Αρχικά οι λόγοι συνάθροισης ήταν θρησκευτικοί, ενώ αργότερα οι συγκεντρώσεις αφορούσαν πολιτικούς, φορολογικούς, πολεμικούς λόγους, καθώς και θέματα επίλυσης διαφόρων ζητημάτων.

Ως πρώτη αμφικτιονία αναφέρεται εκείνη των Θερμοπυλών το 1522 π.Χ. η πραγματοποίηση της ήταν δύο φορές το χρόνο. Η πρώτη το φθινόπωρο στην αρχαία Μαλιακή Ανθήλη και η δεύτερη την άνοιξη στους Δελφούς, με την συμμετοχή δώδεκα ελληνικών φύλων, που κατοικούσαν στην ευρύτερη περιοχή της κεντρικής Ελλάδας. Το συνέδριο κάθε αμφικτιονίας είχε την υπέρτατη αρμοδιότητα επί όλων των αμφικτιονικών πόλεων, ενώ οι αποφάσεις του ήταν υποχρεωτικά εκτελεστές.

Το θεσμό αυτό διαδέχθηκε αργότερα ο Θεσμός των «Κοινών», που επικράτησε στον ελληνικό χώρο για τρεις ολόκληρους αιώνες. Σύμφωνα με αυτόν, οι συγκεντρώσεις πολιτών, για την επίλυση τοπικών ζητημάτων, δεν ήταν άγνωστες και σε άλλες αρχαίες χώρες. Μάλιστα, πραγματοποιούνταν σε όλη τη χρονική περίοδο.

Συναντήσεις μεταξύ των ατόμων, τόσο για την επίλυση των προβλημάτων τους, όσο και για μία ανταλλαγή απόψεων και γνώσεων, λάμβαναν χώρα εδώ και μερικούς αιώνες. Από το 17^ο αιώνα εμφανίστηκαν στο προσκήνιο τα πρώτα συνέδρια οικονομικού, πολιτικού και επιστημονικού χαρακτήρα.

Ειδικότερα, το 1681 πραγματοποιήθηκε το πρώτο διεθνές συνέδριο στη Ρώμη, ενώ το 1841 ο Thomas cook διοργάνωσε το πρώτο πακέτο ταξιδιού, σε μία εκδήλωση-ενημέρωση κατά του αλκοολισμού. Στη συνέχεια το 1814 διαδραματίστηκε στη Βιέννη

το πρώτο διεθνές συνέδριο, το οποίο παραλληλίζεται με συνέδρια σημερινής μορφής (Βελισάριος Β , 1992 β, σ. 4)

Τα τελευταία χρόνια, με την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, την ανάπτυξη των πολιτιστικών δεσμών μεταξύ των χωρών και την ευρύτερη οικονομική ενοποίηση παρατηρείται αλματώδης ανάπτυξη του συνεδριακού θεσμού. Κυρίαρχοι λόγοι για την πραγματοποίηση των συνεδρίων είναι λόγοι prestige και image. Παράλληλα, η εμφάνιση νέων αγορών, αλλά και η πύκνωση των εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών, δίνουν νέα διάσταση στο θεσμό, και προσφέρουν καινούριες δυνατότητες επιστημονικής και επιχειρησιακής μορφής. Φυσικά θα πρέπει να επισημανθεί η αύξηση του ανταγωνισμού, εφόσον εμπλέκονται ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, είτε πρόκειται για ξενοδοχεία, είτε για αεροπορικές εταιρίες, που απευθύνονται στην επονομαζόμενη "business class" ή στους "business travelers".

Χαρακτηριστικό γνώρισμα των τελευταίων χρόνων, αποτελεί η τάση να οργανώνονται παράλληλα με τα συνέδρια και εκθέσεις, που έχουν άμεση σχέση με το αντικείμενο του συνεδρίου ή και το αντίστροφο, δηλαδή να οργανώνονται παράλληλα με τις εκθέσεις και συνέδρια, με αντικείμενα που σχετίζονται με τα εκθέματα των εκθέσεων.

Στην πρώτη περίπτωση, πρωτεύουσες εκδηλώσεις θεωρούνται τα συνέδρια και δευτερεύουσες οι εκθέσεις. Αντίθετα, στην δεύτερη περίπτωση, βασικές εκδηλώσεις θεωρούνται οι εκθέσεις, ενώ παράλληλες τα συνέδρια. Φυσικά θα πρέπει οι εκδηλώσεις να αλληλοσυνδέονται και να αλληλοσυμπληρώνονται.

Πολλοί είναι οι δημόσιοι φορείς που διοργανώνουν συνέδρια και εκθέσεις ταυτόχρονα, για π.χ. το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του Ε.Ο.Τ. Τα δύο αυτά είδη τουρισμού παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά από χρονική, οικονομική και διοικητική άποψη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

1.1 Πρότυπα οργάνωσης και επιχειρηματικής δραστηριότητας του συνεδριακού τουρισμού

Για να εκτιμηθούν τα περιθώρια ανάπτυξης και η σημασία του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα ώστε να μπορέσουν να αξιοποιηθούν κατάλληλα, απαιτείται η γνώση των εξελίξεων στον κλάδο στα πρόσφατα χρόνια διεθνώς.

Συχνά η διαχωριστική γραμμή μεταξύ του συνεδριακού τουρισμού και του γενικού τουρισμού δεν είναι σαφής. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι σε πολλές συνεδριακές εκδηλώσεις το στοιχείο της αναψυχής είναι αρκετά έντονο, και στο ότι σε αρκετές περιπτώσεις οι σύνεδροι επεκτείνουν τη διαμονή τους, είτε με πιο γρήγορη άφιξη, είτε με την καθυστέρηση της αναχώρησης τους προκειμένου να κάνουν γενικό τουρισμό.

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη μορφή, λόγω της ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας και της διεθνοποίησης της επιχειρησιακής δραστηριότητας σε συνδυασμό με την ανάγκη για στενότερες επαγγελματικές επαφές. Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα, χρησιμοποιούν αυτό το είδος τουρισμού αφού είναι αποδεδειγμένο ότι με αυτό τον τρόπο προσεγγίζουν πιο εύκολα τους στόχους τους. Γι' αυτόν τον λόγο ο συνεδριακός τουρισμός έχει προκαλέσει το ενδιαφέρον τόσο των κρατικών φορέων όσο και των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Το ενδιαφέρον που εκδηλώνεται διεθνώς για τον συνεδριακό τουρισμό είναι έντονο και έχει αρχίσει ένας μεγάλος ανταγωνισμός από τα κράτη για να κερδίσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο μερίδιο από αυτή την αγορά. Κάθε χώρα λοιπόν που αναγνωρίζει την αξία του, πρέπει να ενδιαφερθεί άμεσα ώστε να επωφεληθεί από αυτή την μορφή τουρισμού, διότι ο συνεδριακός τουρισμός στοχεύει :

- Στην επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων

- Στην προσέλκυση επισκεπτών υψηλής εισοδηματικής στάθμης
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής σαιζόν
- Στην απόκτηση περισσότερου συναλλάγματος
- Στην λύση του προβλήματος της συγκέντρωσης του τουρισμού γενικότερα στις μεγαλουπόλεις, εφόσον τα συνέδρια πραγματοποιούνται εκτός

Στον συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο-τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές-.

Λόγω του ότι είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, συνήθως συνδυάζεται και με κάποια άλλη μορφή τουρισμού. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνεδρίων κ.α., καθώς επίσης και η κατασκευή αιθουσών μεγάλης χωρητικότητας αλλά και ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων (Κραβαρίτης Κ., 1992, σ. 37).

1.2 Τρόποι ανάπτυξης των συνεδρίων, ιστορική εξέλιξη

Πρωταρχικός σκοπός κάθε φορέα που πραγματοποιεί ένα συνέδριο είναι η επιδίωξη κάποιου οφέλους μικρού ή μεγάλου, άμεσου ή έμμεσου, βραχυχρόνιου ή μακροχρόνιου. Το όφελος αυτό μπορεί να είναι χρηματικό, κοινωνικό όπως π.χ. φήμη, image, κ.λ.π. ή μπορεί ακόμη και να ταυτίζεται με τον χαρακτήρα των δημοσίων σχέσεων και της δημοσιότητας. Επίσης απαραίτητα στοιχεία για την ορθή διεξαγωγή ενός συνεδρίου, είναι ο καθορισμός του αντικειμένου του, αποκλειστικά και μόνο από τους φορείς του, η επίδειξη ενός νέου προϊόντος ή μιας νέας υπηρεσίας, οι επιστημονικές ανακοινώσεις, η προσέλκυση νέων πελατών κ.α.

ΦΟΡΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Οι φορείς των συνεδρίων αποτελούν τα βασικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου, τα οποία αποφασίζουν για την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, δίνουν τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνουν την χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών. Οι φορείς αυτοί διακρίνονται σε:

- Δημόσιους φορείς, οι οποίοι ανήκουν στον δημόσιο τομέα
- Ιδιωτικούς φορείς, οι οποίοι ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα όπως επαγγελματικοί σύλλογοι, ενώσεις, συνδικαλιστικές οργανώσεις, επιχειρήσεις, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λ.π.
- Διεθνείς οργανισμούς, όπως unesco, unicef κ.α. οι οποίοι ανήκουν στα Ηνωμένα Έθνη.

ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ένας άλλος παράγοντας βασικός στην διαμόρφωση του συνεδριακού τουρισμού, είναι οι οργανωτές συνεδρίων. Πρόκειται για πρόσωπα φυσικά ή για επαγγελματικές ενώσεις, για τουριστικές επιχειρήσεις ή για εταιρίες δημοσίων σχέσεων, που αναλαμβάνουν για λογαριασμό των φορέων τους, αποκλειστικά την οργάνωση και την διεξαγωγή των συνεδρίων και όχι την χρηματοδότηση τους.

Οι οργανωτές συνεδρίων λοιπόν διακρίνονται σε:

- Φορείς συνεδρίων, που ήδη αναφέραμε
- Αυτοτελή συνεδριακά κέντρα, τα οποία είναι ενσωματωμένα μέσα σε πλήρεις εξοπλισμένες ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν επαρκείς και κατάλληλα διαμορφωμένους συνεδριακούς χώρους
- Οργανωτές ταξιδιών, δηλαδή μεγάλους Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς και Γραφεία Ταξιδιών, που συνήθως προσφέρουν πακέτα συνεδριακού τουρισμού στα οποία περιλαμβάνεται και η οργάνωση των συνεδρίων
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, δηλαδή φυσικά πρόσωπα ή εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά και κατ' επάγγελμα με τη οργάνωση συνεδρίων, όπως π.χ. ICCA, IARCO, UIA, AIPC, AACUB κ.α.

ΣΥΝΕΔΡΟΙ

Επίσης αξιοσημείωτο είναι το γεγονός, ότι τόσο οι σύνεδροι όσο και οι συνοδοί τους διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τον συνεδριακό τουρισμό. Συγκεκριμένα ο αριθμός και το είδος των συμμετεχόντων αποφασίζεται από τον φορέα που διοργανώνει το συνέδριο, ο οποίος και αναλαμβάνει την υποχρέωση να τους προσκαλέσει.

Τα κύρια κριτήρια σύμφωνα με τα οποία επιλέγονται οι σύνεδροι είναι: το κύρος, η φήμη και το υψηλό κοινωνικό, οικονομικό, επιστημονικό και επαγγελματικό υπόβαθρο, π.χ. επιστήμονες, καθηγητές, καλλιτέχνες κ.α. , οι οποίοι λόγω της θέσης και της κοινωνικής παρουσίας τους προάγουν το συνέδριο και είναι πρόθυμοι να αποδεχτούν τα συμπεράσματά του, αλλά είναι και συνεργάσιμοι να αποδεχτούν τυχόν σφάλματά τους. Η επαγγελματική ιδιότητα των συνέδρων εξαρτάται από το είδος των συνεδρίων, καθώς και από την φύση των φορέων που αποφασίζουν την πραγματοποίησή τους, π.χ. στα επιστημονικά συνέδρια οι σύνεδροι είναι επιστήμονες.

Τα άτομα που καταρτίζουν τα συνεδριακά πακέτα, οφείλουν να ανταμείψουν πλήρως τους υποψήφιους συνέδρους προσφέροντας τους πακέτα, τα οποία συμπεριλαμβάνουν την μετακίνηση, τη διαμονή και την διατροφή και που συνίστανται σε έναν ελκυστικό προορισμό, στην υψηλή ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών, στην αρτιότητα των ξενοδοχειακών και συνεδριακών εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού τους και στην κατάρτιση ενός προγράμματος πλήρως εξοπλισμένου και με δραστηριότητες εκτός συνεδρίου, όπως είναι η ψυχαγωγία, η συμμετοχή σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις, η δυνατότητα ενοικίασης αυτοκινήτου, η περιήγηση σε χώρους ιστορικού ενδιαφέροντος του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου κ.α.

ΣΥΝΟΔΟΙ ΣΥΝΕΔΡΩΝ

Παρά το γεγονός ότι οι συνοδοί των συνέδρων δεν συμμετέχουν σχεδόν καθόλου στα συνέδρια, αναπτύσσουν έντονη πολιτιστική και τουριστική δραστηριότητα στους ενδιάμεσους χρόνους ή στην αρχή και στο τέλος του συνεδρίου, ενώ παράλληλα μοιράζονται μαζί με τους συνέδρους τα τουριστικά κυρίως

προϊόντα της χώρας προορισμού. Οι φορείς, οι οργανωτές συνεδρίων και οι υπεύθυνοι των συνεδριακών χώρων, αντιμετωπίζουν με μεγάλη και ιδιαίτερη προσοχή τους συνοδούς, φροντίζουν για την διασκέδασή τους και τα ψώνια τους και φυσικά προσπαθούν να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.

Βέβαια, εκτός από τους φορείς, τους οργανωτές, τους συνέδρους και τους συνοδούς, εμπλέκονται και συμβάλλουν άμεσα ή έμμεσα στην συνεδριακή δραστηριότητα κι άλλοι πολλοί συντελεστές, όπως οι χορηγοί, οι δημοσιογράφοι, οι επίσημοι προσκεκλημένοι, οι εισηγητές, το προσωπικό των συνεδρίων και το προσωπικό της τουριστικής υποστήριξης αυτών.

ΧΟΡΗΓΟΙ

Οι χορηγοί είναι φυσικά πρόσωπα ή οργανωμένα σύνολα, συνήθως επιχειρήσεις, που αναλαμβάνουν οικειοθελώς ένα μέρος της δαπάνης των συνεδρίων. Στόχος τους είναι να αποκτήσουν δημοσιότητα, να κάνουν δημόσιες σχέσεις, να ενισχύσουν την θέση τους στον χώρο, να διαφημιστούν και φυσικά να επιδιώξουν νέες συνεργασίες. Ακόμη έχουν το δικαίωμα να εκθέσουν τα προϊόντα τους μέσα στους συνεδριακούς χώρους και βέβαια μπορούν να συμπεριλάβουν στους φακέλους που δίδονται στους συνέδρους (press kit), υλικό και διαφημιστικά φυλλάδια που να αναδεικνύει τις ενέργειές τους.

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ

Οι δημοσιογράφοι είναι τα πρόσωπα που συμβάλλουν στην διαμόρφωση της επικαιρότητας και αυτός είναι ο λόγος που οι οργανωτές επιδιώκουν την κάλυψη των συνεδρίων, προκειμένου να γνωστοποιηθεί στο ευρύ κοινό το περιεχόμενο τους.

VIPs

Οι επίσημοι προσκεκλημένοι είναι οι αντιπρόσωποι των τοπικών αρχών οι οποίοι εγκαινιάζουν όλα τα τοπικά συνέδρια και τα πολύ σπουδαία πρόσωπα (VIPs), οι οποίοι παρά το γεγονός ότι προέρχονται από διαφορετικούς χώρους, προσδίδουν απλά και μόνο με την παρουσία τους κύρος και δημοσιότητα στο συνέδριο.

ΕΙΣΗΓΗΤΕΣ

Οι εισηγητές είναι εκείνοι οι οποίοι παρουσιάζουν το θέμα που έχουν αναλάβει και που παίζουν τον ρόλο του συντονιστή κατά την διάρκεια του συνεδρίου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Το προσωπικό των συνεδρίων αποτελείται από το τεχνικό προσωπικό, το οποίο είναι άρτια εκπαιδευμένο και χειρίζεται τον πολύπλοκο εξοπλισμό των συνεδριακών χώρων, από διερμηνείς και μεταφραστές καθώς επίσης και από το προσωπικό της γραμματειακής υποστήριξης των συνεδρίων.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Τέλος, το προσωπικό τουριστικής υποστήριξης των συνεδρίων αποτελείται από τα άτομα εκείνα τα οποία αναλαμβάνουν όχι μόνο την προώθηση του συνεδρίου αλλά και την επιλογή του συνεδριακού προορισμού, ο οποίος τις περισσότερες φορές είναι διαφορετικός από τον τόπο προέλευσης των συνέδρων.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΠΟΣ

Ένα άλλο βασικό στοιχείο, είναι ο συνεδριακός τόπος. Με τον όρο αυτό εννοείται τόσο ο χώρος μέσα στον οποίο πραγματοποιείται το συνέδριο, όπως τα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα, οι συνεδριακοί χώροι των ξενοδοχείων ή και οι χώροι πανεπιστημιακών εγκαταστάσεων κ.λ.π. , όσο και ο τουριστικός προορισμός στα πλαίσια του οποίου στεγάζονται τα συνέδρια.

Κατά την επιλογή των τουριστικών προορισμών θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα εξής: καλό φυσικό και υψηλής ποιότητας ανθρώπινο περιβάλλον, κατάλληλες καιρικές συνθήκες, υψηλής ποιότητας τουριστική υποδομή, κατάλληλα καταρτισμένο και εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο θα ανταποκρίνεται με επαγγελματισμό στις υψηλές απαιτήσεις των πελατών του και φυσικά άρτια και σύγχρονη συνεδριακή υποδομή με τις ανάλογες υπηρεσίες ασφαλείας.

ΠΡΟΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Επίσης σημαντικές είναι και οι ενέργειες που λαμβάνουν χώρα πριν, κατά την διάρκεια και μετά το τέλος του συνεδρίου. Οι

προσυνεδριακές ενέργειες διαρκούν από ένα μήνα έως και ένα έτος και αφορούν στην απόφαση του φορέα να πραγματοποιήσει το συνέδριο. Εξετάζονται δηλαδή οι πρώτες εκτιμήσεις για το μέγεθος και τον προϋπολογισμό του συνεδρίου, για την επιλογή του τόπου, του χρόνου, των συνέδρων και των οργανωτών. Ακόμη αφορούν στις πρώτες συνεννοήσεις, επαφές και γνωριμίες μεταξύ των φορέων, στην υπογραφή του συμβολαίου, στην δημιουργία κατάλληλου κλίματος εμπιστοσύνης, στην κατάρτιση πλήρους προγράμματος, στην άμεση επίσκεψη στα υποψήφια συνεδριακά κέντρα, στην κατάρτιση καταλόγου συνέδρων και στην επιβεβαίωση των κρατήσεων τους και των συνοδών τους, στην κατάρτιση σχεδίου υποδοχής συνέδρων, στον έλεγχο της γραμματειακής υποστήριξης, στον καθορισμό των γευμάτων και των coffee break των συμμετεχόντων, στην προετοιμασία των εκθεσιακών και βοηθητικών χώρων, στην κατάρτιση προγραμμάτων ψυχαγωγίας των συνοδών, στην επαφή με εισηγητές, στην προετοιμασία της εναρκτήριας τελετής του συνεδρίου, στην δημοσιογραφική και τηλεοπτική κάλυψη, στην τελική ενημέρωση και στις τελευταίες οδηγίες και τέλος στην έκδοση δελτίων τύπου.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Ακολουθούν οι ενέργειες κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου, οι οποίες διαρκούν όσο και το συνέδριο και περιλαμβάνουν: την υποδοχή των συνέδρων, των συνοδών, των επίσημων προσκεκλημένων, την διανομή των φακέλων στους συνέδρους (press kit), τις διαδικασίες check in και εγγραφής των συνέδρων στο συνέδριο, την δεξίωση υποδοχής (welcome drink), την τελετή έναρξης του συνεδρίου, τους χαιρετισμούς, τις εισηγήσεις, τις προγραμματισμένες εκδηλώσεις, την γραμματειακή υποστήριξη, την παροχή υπηρεσιών διερμηνείας, τις αναμνηστικές φωτογραφίες και την απονομή των πιστοποιήσεων παρακολούθησης των συνέδρων.

ΜΕΤΑΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Οι μετά συνεδριακές εκδηλώσεις διαρκούν μια εβδομάδα με ένα μήνα και αποτελούνται από: την τελετή λήξης του συνεδρίου, την δεξίωση του αποχαιρετισμού, την αποχώρηση και το check out

των συνέδρων - συνοδών, την αποκατάσταση των χώρων, τις οικονομικές ρυθμίσεις, τους λογιστικούς ελέγχους, την απόδοση λογαριασμών, την ανταλλαγή ευχαριστήριων επιστολών και γενικότερα την αξιολόγηση όλου του συνεδρίου, επισημαίνοντας τα θετικά και αρνητικά σημεία, τα προβλήματα, τους τρόπους αντιμετώπισης τους, τα συμπεράσματα και τις προτάσεις και την αποστολή ερωτηματολογίων και απαντητικών δελτίων στους συμμετέχοντες προκειμένου να εκφράσουν την γνώμη τους.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Τέλος, η διάρκεια των συνεδρίων κυμαίνεται από τρεις έως οκτώ ημέρες, ενώ οι μικρότερης διάρκειας συγκεντρώσεις χαρακτηρίζονται ως ημερίδες και διημερίδες, και οι μεγαλύτερης διάρκειας συγκεντρώσεις ως σεμινάρια. Η διάρκεια αποφασίζεται από τους φορείς, οι οποίοι αναλαμβάνουν και το κόστος τους.

Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται συνήθως άνοιξη και φθινόπωρο για δυο βασικούς λόγους. Ο ένας λόγος είναι η αποφυγή του θερινού τουρισμού και ο άλλος είναι η αποφυγή των άσχημων καιρικών συνθηκών. Βασική είναι και η συχνότητα των συνεδρίων, δηλαδή η επαναληπτικότητα τους, με την οποία αυξάνονται τα θετικά αποτελέσματα για τον εκάστοτε χώρο διεξαγωγής του συνεδρίου.

1.3 Δυνατότητες συνδυασμού του συνεδριακού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού κι αυτό πρέπει να αποτελέσει βασική επιδίωξη όλων των ξενοδοχειακών μονάδων, των τουριστικών πρακτορείων και των τουριστικών επιχειρήσεων, γιατί θα τους επιφέρει το μέγιστο δυνατό κέρδος.

Ο τουρίστας που επισκέπτεται την χώρα μας για επαγγελματικούς λόγους, μπορεί να συνδυάσει την επίσκεψη του και με άλλες δραστηριότητες που θα τον βοηθήσουν να περάσει καλά, να ψυχαγωγηθεί και πάνω απ' όλα θα του δημιουργήσουν μια θετική εντύπωση για την χώρα κι αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα να μείνει ικανοποιημένος και να θελήσει να την ξαναεπισκεφθεί,

παρακινώντας τους φίλους ή τους γνωστούς του να τον ακολουθήσουν.

Ορισμένες από αυτές τις συνδυαστικές μορφές τουρισμού αναφέρονται παρακάτω:

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Ασχολείται με το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας. Η πιο παραγωγική δραστηριότητα του, είναι εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους όπως πολυτελών Θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλων κ.λ.π. Επίσης σημαντική δραστηριότητα αποτελούν και οι κρουαζιέρες που χρησιμοποιούν πολυτελέστατα κρουαζιερόπλοια εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται είναι υψηλής εισοδηματικής τάξης. Τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια φιλοξενούν μικρού ή μεσαίου μεγέθους συνέδρια, όπου προσφέρεται σε καθημερινή βάση η δυνατότητα ψυχαγωγίας και η συμμετοχή σε θαλάσσια σπορ. Η ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας είναι αρκετά υψηλό ιδιαίτερα σε ότι αφορά την κατασκευή άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για ελλιμενισμό και τον ανεφοδιασμό των σκαφών, είναι απαραίτητη.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Αποτελεί μια μορφή τουρισμού στην οποία τα άτομα έχουν ως κύριο στόχο τους την συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Βέβαια για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, εκτός από την βασική τουριστική υποδομή απαιτείται και ειδική υποδομή, όπως προγράμματα πολιτιστικών, μορφωτικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων. Κάτι τέτοιο όμως προϋποθέτει την ύπαρξη ιστορικών χώρων, μουσείων, θεάτρων, βιβλιοθηκών κ.α. Όσον αφορά στα ξενοδοχεία που φιλοξενούν τα συνέδρια, θα μπορούσαν μαζί με τις επαγγελματικής φύσεως εκδηλώσεις να φιλοξενήσουν και καλλιτεχνικού περιεχομένου happening, με κύριο στόχο την ψυχαγωγία των συνέδρων.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Πρόκειται για μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες, με κύριο στόχο τους την αξιοποίηση του τουριστικού τους προϊόντος, έτσι ώστε να μπορέσουν να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και παράλληλα να προσελκύσουν μια ευρύτερη γκάμα τουριστών υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης.

Αυτή η μορφή τουρισμού αναφέρεται σε άτομα που κατά την διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα και επιλέγεται συνήθως από τουρίστες συνεδρίων. Η ανάπτυξη της μορφής αυτής προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως άρτια οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, τουριστικά καταλύματα όλων των κατηγοριών και κυρίως πολυτελείας και φυσικά την συγκοινωνιακή σύνδεση των χειμερινών τόπων με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους υποδοχής των τουριστών.

ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που συμμετέχουν, ταξιδεύουν σε μια πόλη συχνά και για επαγγελματικούς λόγους, όπως οι συνέδροι, την περιηγούνται για μερικές μέρες και οι περιηγήσεις αυτές είναι άμεσα συνδεδεμένες με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Ο αστικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από άτομα ανώτερης και ανώτατης μορφωτικής και εισοδηματικής τάξης, που συνήθως κατοικούν σε μεγάλα αστικά κέντρα και που συχνά ταξιδεύουν χωρίς να συνοδεύονται. Αυτός είναι και ένας από τους λόγους που τα άτομα που προτιμούν αυτής της μορφής τον τουρισμό, έλκονται από την νυχτερινή ζωή, το ενδιαφέρον περιβάλλον, τις εκδρομές, την διασκέδαση και τα ψώνια.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Κύριος στόχος των ατόμων που επιλέγουν την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού, αποτελεί η συμμετοχή τους σε πολιτισμικού και εκπαιδευτικού τύπου δραστηριότητες, καθώς επίσης και σε διάφορα μαθήματα ή σεμινάρια φιλοσοφίας, ψυχολογίας,

κοινωνιολογίας κ.λ.π., γι' αυτό και απαιτείται η δημιουργία κατάλληλης υποδομής.

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός συχνά συμπληρώνει τα συνεδριακά προγράμματα, εμπλουτίζοντάς τα με επισκέψεις σε μουσεία, με παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, αλλά και με εκδηλώσεις που βοηθούν τον τουρίστα σύνοδο να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα της χώρας υποδοχής, την γλώσσα της και να κατανοήσει την νοοτροπία των ανθρώπων της.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ / ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης του, σέβονται την φύση.

Υπάρχουν πολλά εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία που προωθούν τον οικοτουρισμό και γι' αυτό τον λόγο οι διοργανωτές οφείλουν να έχουν στην διάθεσή τους έμπειρους ξεναγούς που θα ξεναγήσουν τους τουρίστες στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή και δεν θα απολαύσουν απλά την χλωρίδα και την πανίδα.

Ο οικοτουρισμός αποτελεί έναν τρόπο απόδρασης των συνέδρων και γενικότερα των τουριστών, από τις επαγγελματικές υποχρεώσεις που τους οδηγούν στον εκάστοτε προορισμό.

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:

Αυτή η μορφή τουρισμού έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως ιππασία, πεζοπορία, προγράμματα γυμναστικής κ.α. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων από την μεριά των ξενοδοχείων, καθώς επίσης και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών και εκπαιδευτών.

Μια τέτοια επένδυση μαζί με το κύρος και την ανταγωνιστικότητα της ξενοδοχειακής επιχείρησης, μπορεί να βελτιώσει την εικόνα της και γενικότερα να προσελκύσει πελατεία υψηλής εισοδηματικής τάξης. Και σε αυτή λοιπόν την μορφή τουρισμού, εκτός των άλλων, λαμβάνουν μέρος ομιλητές συνεδρίων αφού όλη τους η φιλοσοφία συμπεριλαμβάνεται στην έκφραση «νους υγιής εν σώματι υγιή» .

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗΣ ΖΩΗΣ:

Αυτή η μορφή τουρισμού εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές του και τα άτομα που συμμετέχουν έχουν σαν κύριο στόχο τους την αποκατάσταση της υγείας τους ή μια απλή ανανέωση της φυσικής τους κατάστασης που μπορεί να σημαίνει αναζωογόνηση, καλλωπισμό ή χαλάρωση. Προτιμάται κυρίως από συνέδρους που έχουν περισσότερες από τρεις μέρες στην διάθεση τους ή από τους συνοδούς τους, οι οποίοι συνήθως επιδιώκουν την δεύτερη λύση και συνδυάζουν την παραμονή τους στην χώρα με την επίσκεψη τους σε κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπείας κ.λ.π. -τα γνωστά πλέον σε όλους μας spa-.

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού αναφέρονται από τη μια πλευρά στην σύνθεση της πελατείας τους που κυρίως αποτελείται από άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας, και από την άλλη στον τόπο που προσφέρονται αυτού του είδους οι υπηρεσίες και που προσδιορίζονται από τους φυσικούς τους πόρους.

Εκτός από τις ειδικές εγκαταστάσεις και τα καταλύματα υψηλών προδιαγραφών, απαιτούνται και συμπληρωματικές εγκαταστάσεις όπως εστιατόρια, χώροι ψυχαγωγίας, άθλησης κ.α. αλλά και ειδικές υπηρεσίες όπως ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές.

1.4 Παγκόσμια ανάπτυξη στον τομέα της συνεδριακής αγοράς

Η διαδικασία επιλογής ενός συνεδριακού προορισμού από την ανάλογη Επιτροπή Οργάνωσης ενός συνεδρίου, είναι μια αυστηρά επαγγελματική απόφαση με βάση τις ανάγκες του πελάτη και του βαθμού ανταπόκρισης του προορισμού στις ανάγκες αυτές. Η διαδικασία αυτή με το πέρασμα των χρόνων πέρασε από διάφορα στάδια μέχρι να καταλήξει στην σημερινή της μορφή, την οποία επηρέασε άμεσα ο ρόλος του Convention and Visitors Bureau (CVB's).

Πιο κάτω θα δούμε τις σημαντικότερες χώρες που κατέχουν τις πρώτες θέσεις στο μερίδιο της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς, τον τρόπο προβολής και προώθησης του

συνεδριακού τουρισμού, καθώς επίσης και τους φορείς που λαμβάνουν μέρος στην όλη διαδικασία.

ΑΥΣΤΡΙΑ

Κύρια χαρακτηριστικά της χώρας αυτής είναι η πλούσια πολιτιστική της παράδοση, τα μνημεία της, τα ήθη και τα έθιμα της κ.λ.π. Στηριζόμενη σε αυτά κατόρθωσε να αναπτύξει τον χειμερινό τουρισμό της σε συνδυασμό με το συνεδριακό, και με απώτερο στόχο την επιμήκυνση της εκθεσιακής και της τουριστικής περιόδου σε δώδεκα μήνες το χρόνο. Μεγάλο πλεονέκτημα αποτέλεσε το διεθνές αεροπορικό, πλήρες οδικό και το σιδηροδρομικό δίκτυο της χώρας. Επίσης η επαρκής ξενοδοχειακή υποδομή σε συνδυασμό με τις πλούσιες συνεδριακές διευκολύνσεις συντελούν στην προσέλκυση πελατείας υψηλού μορφωτικού επιπέδου και οικονομικής επιφάνειας.

Υπεύθυνος φορέας για τον τουρισμό είναι το Υπουργείο Οικονομικών. Ακόμα, λειτουργεί ο Εθνικός Τουριστικός Οργανισμός, ο οποίος αναλαμβάνει την προβολή και διαφήμιση της Αυστρίας. Πρόκειται για έναν, μη κυβερνητικό, οργανισμό, ο οποίος έχει σαν στόχο την έκδοση διαφόρων τουριστικών καταλόγων και την ευρύτερη προβολή όλων των μορφών τουρισμού. Λόγω του ότι το αυστριακό κράτος απαρτίζεται από εννέα ανεξάρτητα κρατίδια, δεν πρέπει να παραλείψουμε τις ανεξάρτητες οργανώσεις τουρισμού των κρατιδίων, οι οποίες ασχολούνται με όλες τις μορφές τουρισμού.

Το Austrian Convention Bureau είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, χρηματοδοτούμενος από τα μέλη εταιρους π.χ. Austrian Airlines, σε ετήσια βάση. Έχει πενήντα μέλη, μεταξύ των οποίων δεκαπέντε συνεδριακές πόλεις, οι οποίες περιλαμβάνουν αυτοτελή ή μη αυτοτελή συνεδριακά κέντρα.

Ως προς το θεσμικό πλαίσιο, η ανέγερση συνεδριακών κέντρων γίνεται, κατά κανόνα, στις πόλεις κρατίδια. Τους πόλους έλξης της χώρας αποτελούν η ιστορική κοσμοπολίτικη πλευρά της, το άρτιο συγκοινωνιακό της δίκτυο και η εύκολη προσπελασιμότητα από το κέντρο της Ευρώπης. Οι κυριότερες συνεδριακές πόλεις είναι: Vienna, Salzburg, Innsbruck, Graze, Linz, Dornbirn, Bad Gastein.

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Χαρακτηριστικό της χώρας είναι η καλλιτεχνική δημιουργία, οι παραδόσεις, η πολιτιστική ζωή, καθώς και η οικονομική δύναμη, που συνδυάζεται με την εκτεταμένη εμπορική δραστηριότητά της. Αυτό, σε συνδυασμό με το πλήρες συγκοινωνιακό δίκτυο αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης για όλους τους τουρίστες.

Υπεύθυνος φορέας για τον τουρισμό είναι το Υπουργείο Οικονομικών. Η Κεντρική Υπηρεσία Τουρισμού σε εθνικό επίπεδο δεν επηρεάζει ούτε τα κρατίδια, ούτε τις πόλεις που έχουν δικές τους τουριστικές υπηρεσίες.

Το German Convention Bureau, αποτελεί συνδετικό κρίκο μεταξύ των διοργανωτών συνεδριακών εκδηλώσεων και των ενδιαφερομένων να παρακολουθήσουν ένα συνέδριο. Πρόκειται για μη κερδοσκοπικό οργανισμό, ο οποίος χρηματοδοτείται από τους μεγάλους οργανισμούς που προάγουν τον τουρισμό, όπως άλλους επαγγελματικούς φορείς οργάνωσης συνεδρίων, σιδηροδρόμους, συνεδριακά κέντρα, τη Lufthansa, το Γερμανικό Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού και γερμανικές συνεδριακές πόλεις.

Τα μέλη του διαρθρώνονται σε δύο δίκτυα:

α) το German Convention Bureau Member Hotels, όπου εγγράφονται ξενοδοχεία με minimum αριθμό δωματίων τα 100, 1 μπάνιο/ δωμάτιο, 1 αίθουσα των 200 ατόμων, 4 μικρότερες αίθουσες των 25-50 ατόμων/ έκαστη. Όμως απαιτείται η παροχή υπηρεσιών catering, με τοπική και διεθνή κουζίνα, οπτικοακουστικά μέσα κ.λ.π. και

β) το German Convention Bureau Member City, όπου εγγράφονται πόλεις με καλό οδικό/ αεροπορικό/ σιδηροδρομικό δίκτυο, δυνατότητες διεθνούς επικοινωνίας και συνεδριακά κέντρα, δηλαδή μεταφραστικές καμπίνες, οπτικοακουστικά μέσα και καλά οργανωμένο catering.

Επιπλέον, παρουσιάζει ένα δίκτυο συνεδριακών κέντρων/ πόλεων/ ξενοδοχείων, το οποίο σε συνδυασμό με το Convention Planner's Guide to Germany προωθούν τον συνεδριακό τουρισμό. Κύριο μέλημα τους αποτελούν η αναλυτική πληροφόρηση, για την υποδομή και τις συνεδριακές υπηρεσίες, την έκδοση εντύπων, την τιμολόγηση, την δημιουργία πακέτων κ.α. Αναφέρεται ότι η

Γερμανία αριθμούσε το 1991 περίπου 300 γραφεία οργάνωσης συνεδρίων.

Ως προς το θεσμικό πλαίσιο, δεν υπάρχει αντίστοιχος αναπτυξιακός νόμος για προώθηση συνεδριακών κέντρων όπως στην Ελλάδα. Οι πόλοι έλξης σχετίζονται με την παράδοση που έχει η χώρα σε συγκεκριμένες μορφές τουρισμού, αλλά και το πολύ καλό συγκοινωνιακό δίκτυο. Οι κυριότερες συνεδριακές πόλεις είναι οι: Berlin, Frankfurt, Munich κ.α.

Η.Π.Α.

Οι Η.Π.Α. διαθέτουν ολοκληρωμένο συγκοινωνιακό και επικοινωνιακό δίκτυο, παράλληλα, με την πολύ καλή διαφημιστική καμπάνια που γίνεται, για την προσέλκυση τουριστών. Στις Η.Π.Α. κύριο μέλημα ενός Convention Center είναι η προβολή των πλεονεκτημάτων του που σχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό, με την προώθηση του, αλλά και με την δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων.

Όσον αφορά στη νομοθεσία, δεν υπάρχει ενιαίο θεσμικό πλαίσιο. Αντιθέτως, κάθε πολιτεία έχει δικούς της κανόνες. Πόλους έλξης της χώρας αποτελούν: το prestige, η φήμη και το οικονομικό κύρος των κρατιδίων σε συνδυασμό με τα υπερούχχρονα συνεδριακά κέντρα και τις συνεδριακές διευκολύνσεις, υποδομές, κ.λ.π. Οι κυριότερες συνεδριακές πόλεις είναι: Florida, New York, Canada κ.α.

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Κύριο χαρακτηριστικό του αποτελούν ο διεθνείς ρόλος που καλείται να παίξει το Ηνωμένο Βασίλειο στην πολιτική, στο εμπόριο, στις τέχνες, στα γράμματα και στις επιστήμες, σε άμεσο συνδυασμό με τα τουριστικά αξιοθέατα που υπάρχουν.

Η προώθηση και προβολή του συνεδριακού τουρισμού γίνεται από την British Tourism Authority, η οποία έχει τριάντα δύο γραφεία στο εξωτερικό που προσανατολίζονται σε συγκεκριμένες αγορές στόχους και κυρίως σε διεθνή συνέδρια. Επίσης παρέχουν κάθε είδους πληροφορία για την πόλη που διεξάγεται το συνέδριο, για τις συνεδριακές διευκολύνσεις, τα συνεδριακά κέντρα κ.λ.π.

Παράλληλα λειτουργεί δίκτυο *Convention Bureau Conference Towns* με άμεσες δραστηριότητες την παρακολούθηση διεθνών συνεδρίων και εκδηλώσεων, την παραγωγή έντυπου υλικού όπως τουριστικών οδηγών για συνεδριακά κέντρα, την δημιουργία ιστοσελίδων στο διαδίκτυο, την οργάνωση επισκέψεων από ενδιαφερόμενους διοργανωτές, τον συντονισμό προσφορών για εθνικά και διεθνή συνέδρια κ.α.

Δεν υπάρχουν ειδικά κίνητρα για την ίδρυση και επέκταση ειδικών συνεδριακών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχεία, αλλά ούτε και εξειδικευμένο θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση και την λειτουργία συνεδριακής υποδομής. Αντιθέτως, η τοπική αυτοδιοίκηση είναι πολύ ανεπτυγμένη και καλά εδραιωμένη, οι πόλεις έχουν πλήρη σχέση και ανάπτυξη και συμμετέχουν στην χρηματοδότηση των λειτουργικών δαπανών.

ΙΑΠΩΝΙΑ

Κύριο γνώρισμα της χώρας αυτής είναι οι εντατικοί ρυθμοί εργασίας, το άρτιο συγκοινωνιακό δίκτυο, το συνεχώς αναπτυσσόμενο επίπεδο ποιοτικής εξυπηρέτησης, ο πιο σύγχρονος τεχνολογικός εξοπλισμός που χρησιμοποιείται στον τουρισμό και σε άλλους τομείς και η σημασία που δίνεται στην ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και αγαθών.

Υπάρχει το *International Convention Cities* που υπό την αιγίδα του λειτουργούν σαράντα πέντε συνεδριακές πόλεις. Κύριες δραστηριότητες του αποτελούν: η εξυπηρέτηση ταξιδιωτικών πρακτόρων και επισκεπτών, η πληροφόρηση, η διαφήμιση των συνεδριακών διευκολύνσεων που προσφέρεται, η προσέλκυση ειδικής πελατείας, τα ξενοδοχεία που πρόκειται να φιλοξενήσουν τους συνεδριακούς τουρίστες κ.α.

Αξιοσημείωτη είναι και η προσπάθεια που έγινε από ολόκληρη την Ασία, προκειμένου να τραβήξει τον διεθνή συνεδριακό τουρισμό. Το *Asian Association of Convention and Visitors Bureau* έβαλε στόχο την επίτευξη ενός μεγαλύτερου μεριδίου στην παγκόσμια αγορά.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το γεγονός ότι το 1950 το μερίδιο άγγιζε μόλις το 2%, ενώ σήμερα καλύπτει σχεδόν το 20% της διεθνούς αγοράς. Αυτή η αύξηση είναι αποτέλεσμα της

εκπαίδευσης των στελεχών της τουριστικής βιομηχανίας, με απώτερο στόχο την συνεχώς καλύτερη παροχή υπηρεσιών.

Άλλο ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα των συνεδριακών κέντρων, είναι ότι τα περισσότερα συγκροτήματα θυμίζουν ιστιοφόρο ή σκαρί πλοίου, τονίζοντας με αυτόν τον τρόπο την θαλασσοκρατία των Ιαπώνων.

Μπορούμε λοιπόν να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι η εξέλιξη του συνεδριακού τουρισμού δημιούργησε μια ανάγκη για διαρκή και πλήρη ενημέρωση και πληροφόρηση σε σχέση με την διεθνή συνεδριακή πρακτική, εφ' όσον αυτή αποδείχτηκε εξαιρετικά προσοδοφόρος οικονομικός παράγοντας για την περιοχή, την πόλη ή την χώρα που επέλεξε να τον προβάλλει.

1.5 Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μεσογειακής αγοράς

Η γενικά ανοδική πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα πραγματοποιείται σε έναν γεωγραφικό χώρο, όπου αναπτύσσονται ισχυρές ανταγωνιστικές δυνάμεις. Η ανταγωνιστικότητα όμως του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι περιορισμένη και σταθερή από:

- Την διεύρυνση της ζήτησης των εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης μεσογειακών προορισμών όπως Τουρκία, Κύπρο, Τυνησία, Μαρόκο κ.α. που διαθέτουν παρόμοιο αλλά και φθηνότερο τουριστικό προϊόν
- Την κυριαρχία των παραδοσιακών ευρωπαϊκών - μεσογειακών προορισμών όπως Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία κ.α. που διαθέτουν τουριστικό προϊόν υψηλότερου επιπέδου και σαφώς πιο διαφοροποιημένο
- Την άνοδο των μακρινών προορισμών στην διεθνή τουριστική αγορά

Κάποιοι από τους βασικότερους ανταγωνιστές της Ελλάδας είναι οι εξής:

ΓΑΛΛΙΑ

Κύρια χαρακτηριστικά αυτής της χώρας είναι η ιστορική και πλούσια γαστρονομική παράδοση, οι σύγχρονες και μοντέρνες κατασκευές της και η έντονη καλλιτεχνική δημιουργία, όπως θέατρο, όπερα κ.λ.π. Είναι πασίγνωστη εδώ και χρόνια για τους έντονους ρυθμούς ζωής της, σε συνδυασμό με το άρτιο συγκοινωνιακό της δίκτυο.

Επίσημος οργανισμός για την προβολή και προώθηση του τουρισμού στην Γαλλία και στο εξωτερικό αποτελεί το *Maison de la France*, όπως και οι περιφερειακές τουριστικές υπηρεσίες που ονομάζονται *Comites Regionales de Tourisme* και ανέρχονται σε είκοσι δύο, όσες είναι και οι περιφέρειες της Γαλλίας που ασχολούνται με το τουριστικό αντικείμενο. Τόσο οι περιφέρειες όσο και οι νομοί, χρηματοδοτούν και διοργανώνουν τα συνέδρια, τις εκθέσεις, τις επισκέψεις και την διαφήμιση του συνεδριακού τουρισμού.

Παράλληλα υπάρχει *Convention Bureau* όχι απλά σε κάθε πόλη, αλλά και σε τοπικό, νομαρχιακό και περιφερειακό επίπεδο, το οποίο προβάλλει τον συνεδριακό τουρισμό και όχι μόνο, καθώς επίσης και την όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτηση των συνέδρων και των συνοδών τους.

Πρόκειται για μια ανώνυμη εταιρία που λαμβάνει χρήματα από τον δημόσιο προϋπολογισμό, από χορηγίες, συνδρομές και από ιδιωτικές και εμπορικές εταιρίες, όπως ξενοδοχειακές μονάδες, αεροπορικές εταιρίες κ.α. Ο οργανισμός αυτός που έχει γραφεία για την κάλυψη του συνεδριακού τουρισμού στην Αγγλία, Γερμανία και Αμερική, αναλαμβάνει την προώθηση και τον επηρεασμό του συνεδριακού τουρισμού.

Όσον αφορά στη ζήτηση των συνεδρίων, υπάρχουν δυο ειδών οργανώσεις: οι διεθνείς οργανώσεις, που απαιτούν τεράστια έργα υποδομών και που δεν μπορούν να τα καλύψουν οι πόλεις που υπάρχουν και οι μικρής εμβέλειας οργανώσεις, των οποίων αναλαμβάνουν την διεξαγωγή μικρότερες πόλεις, λόγω ανεπαρκούς συνεδριακής υποδομής.

Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις με επαρκή συνεδριακή υποδομή που δεν συνοδεύεται όμως από κατάλληλη ξενοδοχειακή υποδομή και πιο συγκεκριμένα, τα μεγάλα συνεδριακά κέντρα που

υπάρχουν, υστερούν σε αεροπορικές και σιδηροδρομικές συνδέσεις.

Οι κυριότερες συνεδριακές πόλεις είναι: Paris, Cote d' Azur, Nantes, Cannes, Strasbourg, Orly, Nice, Montpellier, Lille, Dijon.

ΙΣΡΑΗΛ

Χαρακτηριστικά της χώρας αποτελούν ο Θρησκευτικός Θησαυρός και τα μνημεία της. Με θέματα τουρισμού ασχολείται το Υπουργείο Τουρισμού του Ισραήλ και η δράση του όσον αφορά στο συνεδριακό τουρισμό είναι πολύ σημαντική.

Το Jerusalem International Conference Center προσδίδει στην χώρα μια ξεχωριστή γραμμή για την διοργάνωση των συνεδρίων. Η χωρητικότητα του ανέρχεται σε 10.000 συνέδρους και περιλαμβάνει είκοσι επτά αίθουσες και ένα auditorium για 3.100 άτομα. Η οργάνωση των συνεδρίων αναλαμβάνεται από το Kenes International.

ΚΥΠΡΟΣ

Η παράδοση σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον και τις σύγχρονες υπηρεσίες, προσφέρουν στον επισκέπτη ένα πολύ μεγάλο φάσμα επιλογών. Τα πολυτελή ξενοδοχεία, οι άρτιες συνεδριακές εγκαταστάσεις και οι πλούσιες και ενδιαφέρουσες δραστηριότητες συμβάλλουν στον άριστο συνδυασμό προγραμμάτων για τα συνέδρια.

Υπάρχουν περισσότερα από εξήντα ξενοδοχεία, καθώς επίσης και το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο, τα οποία είναι έτοιμα να ανταποκριθούν και να καλύψουν κάθε ζήτηση. Τα σαράντα οκτώ ταξιδιωτικά γραφεία διοργανώνουν με επιτυχία τόσο μικρής, όσο και μεγάλης εμβέλειας συνέδρια.

Την προώθηση του τουρισμού έχει αναλάβει ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού στην Λευκωσία και οι πόλεις που προτιμούνται είναι: Λεμεσός, Πάφος, Λάρνακα, Αγία Νάπα, Λευκωσία και Τρόοδος.

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Στην χώρα αυτή λειτουργεί το Lisbon Convention Bureau σε συνεργασία με την πορτογαλική αεροπορική εταιρία TAP, ενώ παράλληλα συμμετέχουν ξενοδόχοι, το Εμπορικό Επιμελητήριο και ο Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Γραφείων της Πορτογαλίας.

Για τις περιοχές της βόρειας Πορτογαλίας λειτουργεί το Oporto Convention Bureau. Το πρόγραμμα SIFIT 1 ΚΑΙ 2, προέβλεπε χρηματοδότηση 45% για το εσωτερικό της χώρας και για την δημιουργία συνεδριακής υποδομής στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και 25% αντίστοιχα για τις παραλιακές περιοχές.

Επίσης ο κρατικός φορέας για την προώθηση των επενδύσεων στην Πορτογαλία, παρουσιάζει ένα σύστημα χρηματικών κινήτρων που ενθαρρύνει τόσο τις τοπικές, όσο και τις ξένες επενδύσεις στην ανάπτυξη της υποδομής της.

ΤΟΥΡΚΙΑ

Χαρακτηριστικά της χώρας αποτελούν τα μνημεία της, ο πολιτιστικός θησαυρός της, οι μαγευτικές παραλίες της κ.α. Το Υπουργείο Τουρισμού της Τουρκίας έδωσε έμφαση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, στην προώθηση και στην διαφήμιση του στο εξωτερικό, σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Το TUSAP (Tourism Sector Master Plan) ασχολείται με την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, έτσι ώστε να αναπτυχθούν όλες οι μορφές τουρισμού, α κατανεμηθούν σε όλο το εύρος της χώρας και να αναπτυχθεί ο τουρισμός και την χειμερινή περίοδο μειώνοντας την εποχικότητα. Στους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς συγκαταλέγεται η Κωνσταντινούπολη, η Σμύρνη, ο Μαρμαράς και η Άγκυρα.

Παρ' όλα αυτά, η Ελλάδα σαν τουριστικός προορισμός έχει απεριόριστες δυνατότητες να διαφοροποιήσει και να ενισχύσει την θέση της στην διεθνή αγορά, εκμεταλλευόμενη τους τουριστικούς της πόρους που την κάνουν να ξεχωρίζει και μπορούν να της εξασφαλίσουν ένα σταθερό μέλλον.

Τέτοιοι πόροι είναι κυρίως ο ελληνικός πολιτισμός, τα ιστορικά μνημεία κ.α., αλλά και οι φυσικοί πόροι όπως τα πανέμορφα τοπία,

οι περιοχές οικολογικού ενδιαφέροντος, οι ορεινοί όγκοι, τα ποτάμια, οι λίμνες και ο νησιωτικός χαρακτήρας.

1.6 Η θέση του συνεδριακού τουρισμού στο πλαίσιο της διεθνούς τουριστικής ανάπτυξης

Έχει αποδειχθεί ότι ο διεθνής τουρίστας και κυρίως ο τουρίστας σημαντικών και γνωστών συνεδρίων, δαπανά μέχρι και τέσσερις φορές περισσότερο συνάλλαγμα από τον τουρίστα του οργανωμένου πακέτου.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ουσιαστική στήριξη της εθνικής οικονομίας, γιατί ανήκει σε αυτά τα είδη του τουρισμού που αφορούν σε επισκέπτες υψηλού οικονομικού, μορφωτικού και κοινωνικού επιπέδου και κατ' επέκταση μπορεί να αποφέρει σημαντικές εισροές στην χώρα μας.

Ωστόσο, οι προβλέψεις σε έναν χώρο που κινείται τόσο γρήγορα είναι ιδιαίτερα επικίνδυνες και αυτό που παρατηρεί κανείς στον διεθνή τύπο, είναι ότι υπάρχει μια τάση έντονης ολιγοπωλιακής διάρθρωσης της αγοράς με συνεχείς ανακατατάξεις που είναι αποτέλεσμα εξαγορών ή συγχωνεύσεων.

Σήμερα τα μεγαλύτερα μερίδια διεξαγωγής συνεδρίων κατέχουν οι Η.Π.Α., Μ. Βρετανία, Γερμανία, Ολλανδία, Ιαπωνία, Αυστραλία, Δανία, Ισπανία, Γαλλία και φυσικά όποια χώρα στον κόσμο προσελκύει συνέδρους και τους συνοδούς τους, θεωρείται ανταγωνιστής για την Ελλάδα. Αυτή την στιγμή άμεσοι ανταγωνιστές της Ελλάδας σε περιφερειακό επίπεδο στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, θεωρούνται η Τουρκία, Ιταλία, Βουδαπέστη και Πράγα.

Επίσης έχει παρατηρηθεί ότι σχεδόν κάθε τρίτο επαγγελματικό ταξίδι στην Ευρώπη, έχει σαν αφορμή ένα συνέδριο, meeting ή σεμινάριο και οι πελάτες πραγματοποιούν ετησίως κατά μέσο όρο, 48 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις και κλείνουν οχτώ εκατομμύρια αεροπορικά εισιτήρια.

Στις Ευρωπαϊκές Συνεδριούπολεις παρουσιάζεται ήδη υπερκάλυψη της συνεδριακής χωρητικότητας ενώ οι ίδιες τάσεις αναμένονται και για τις εκθεσιακές δραστηριότητες. Οι μεγάλες Ευρωπαϊκές χώρες που διαθέτουν διεθνή αυτόνομα συνεδριακά

κέντρα είναι οι εξής: Σουηδία 1, Δανία 1, Ισραήλ 2, Πορτογαλία 2, Ολλανδία 2, Αυστρία 2, Ισπανία 3, Ελβετία 3, Ιταλία 5, Γαλλία 5, Γερμανία 6.

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή πρακτική του συνεδριακού τουρισμού, το 30% διανέμεται σε συνέδρια των 1.500 ατόμων όπου τα μισά από αυτά είναι μικρής εμβέλειας, το 27% διανέμεται σε συνέδρια των 5.000 ατόμων, το 20% σε συνέδρια των 10.000 ατόμων και μόνο το 23% διανέμεται σε συνέδρια άνω των 10.000 ατόμων.

Γενικότερα ο παγκόσμιος δείκτης τέλεσης συνεδρίων είναι διαρκώς αυξητικός, ενώ όλα τα συνέδρια είναι επαναλαμβανόμενα, με τάση ετήσιας επαναδιοργάνωσης. Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA, τα περισσότερα συνέδρια διοργανώνονται τον Μάιο, τον Ιούνιο, τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο, ενώ η λιγότερο δημοφιλής εποχή των συνεδρίων είναι η περίοδος από τον Ιανουάριο μέχρι τον Απρίλιο καθώς και οι δυο τελευταίοι μήνες του έτους. Στο σύνολο των συνεδρίων η πρώτη χώρα είναι οι Η.Π.Α. όπου κάθε χρόνο γίνονται 20.000 συνέδρια διαφόρων τύπων, τα οποία παρακολουθούνται από 10 εκατομμύρια ανθρώπους.

Όσον αφορά στη διάρκεια των συνεδρίων, οι παγκόσμιες στατιστικές δείχνουν ότι το 9% των συνεδρίων διαρκεί 1 ημέρα, το 39% διαρκεί 2-3 ημέρες, το 42% διαρκεί 4-5 ημέρες και το 10% διαρκεί από 6 έως 8 ημέρες.

Όσον αφορά στη συχνότητα των συνεδρίων, έχει υπολογιστεί ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, 25% γίνονται κάθε 3, 4 ή 5 χρόνια και το 10% γίνονται μόνο μια φορά και δεν επαναλαμβάνονται.

Τα μεγέθη των συνεδρίων ποικίλουν. Υπάρχουν τα μικρά συνέδρια που αποτελούνται από 200-500 συνέδρους, τα μεσαία τα οποία αποτελούνται από 500-1.200 συνέδρους και τα μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν από 1.200-3.000 συνέδροι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ - ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

2.1 Χαρακτηριστικά της προσφοράς : οργάνωση και τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας του συνεδριακού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο.

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν και πιο συγκεκριμένα τους παράγοντες που διαμορφώνουν την ζήτηση και την προσφορά, τον τρόπο οργάνωσης του συνεδριακού τουρισμού, την θέση του στην ελληνική αγορά, το θεσμικό πλαίσιο, καθώς επίσης και τα στοιχεία της περιουσίας του Ε. Ο. Τ. που εντάσσονται στους πόρους του συνεδριακού τουρισμού.

Το σημαντικό ποσοστό που κατέχει ο συνεδριακός τουρισμός στην παγκόσμια τουριστική αγορά, σταδιακά αναπτύσσεται και στην χώρα μας. Αυτό προϋποθέτει την οργάνωση του τουρισμού γενικότερα, καθώς επίσης και ορισμένες εξειδικευμένες υπηρεσίες, για την κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών του επαγγελματικού τουρίστα, αυτής της κατηγορίας που επιζητά τις διευκολύνσεις, απαιτεί την ποιότητα και δε διστάζει να πληρώσει μεγάλα ποσά προκειμένου να ικανοποιηθεί και να πετύχει τους στόχους του.

Για την προσέλκυση και ανάπτυξη του διεθνή συνεδριακού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο, απαραίτητα στοιχεία είναι:

- ❖ *Εύκολη πρόσβαση, αεροπορική, διεθνής επικοινωνία π.χ. αεροδρόμια διεθνών στερεότυπων, μεταφορικά μέσα, οδικό δίκτυο κ.α.*
- ❖ *Κτιριολογική υποδομή, ανάλογοι συνεδριακοί χώροι και ξενοδοχεία με παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.*

- ❖ *Τεχνολογικός εξοπλισμός (οπτικοακουστικά μέσα, και άλλες διευκολύνσεις). Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά γραφεία που ασχολούνται με την τεχνική κάλυψη των συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων.*
- ❖ *Οργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων, πριν και μετά από κάθε συνέδριο, διάφορες δραστηριότητες.*
- ❖ *Επιτυχημένη διεξαγωγή ασφαλέστερων Ολυμπιακών αγώνων, άρα καταλληλότερος τόπος διεξαγωγής μεγάλων συνεδρίων.*
- ❖ *Ύπαρξη Convention & Visitors Bureau, (Το πρώτο CVB λειτούργησε στην Θεσσαλονίκη)*

Είναι γεγονός ότι τις μεγαλύτερες συνεδριακές υποδομές, έχουν κατά πλειοψηφία τα ξενοδοχεία της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Άλλωστε είναι γνωστή η μακρά παράδοση στην επιτυχή διοργάνωση και έκβαση συνεδριακών και εκθεσιακών δραστηριοτήτων και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Συνεδριακοί χώροι επίσης ικανοί να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των συνέδρων και να προσφέρουν ικανοποίηση ακόμα και στους πιο απαιτητικούς συμμετέχοντες, υπάρχουν και στην επαρχία. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων περιοχών είναι το νησί της Ρόδου, της Κρήτης, της Κέρκυρας, της Χαλκιδικής και άλλες περιοχές που ακόμα συγκεντρώνουν ένα σημαντικό ποσοστό του συνεδριακού τουρισμού, που δεν επιδιώκει να βρísκεται στη ζωή της μεγαλούπολης.

Όσον αφορά το ξενοδοχειακό δυναμικό, στη μέση δυναμικότητα ξενοδοχειακών μονάδων σε κλίνες και στη λειτουργία τους παρατηρούνται τα εξής :

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΞΕΕ

(Πίνακας 1)

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	ΠΟΣΟΣΤΑ %	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
ΑΑ, Α κατηγορία	30,5	Μέγεθος ικανοποιητικό, συγκρινόμενο με το ποσοστό που καταλαμβάνει ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα.
ΜΕΣΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ (σε κλίνες)	ΠΟΣΟΣΤΑ %	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
έως 50	60	Το σύνολο της μέσης δυναμικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων ανέρχεται σε 73,6 κλίνες ανά μονάδα.
51-100	24,5	
101-300	12,4	
Από 301	3,5	

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΞΕΕ

(Πίνακας 2)

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΑ %	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Συνεχής	35,1	Πολύ μικρό ποσοστό
Εποχιακή	64,9	Αρκετά μεγάλο ποσοστό

Τα υπάρχοντα ξενοδοχεία με συνεδριακούς χώρους αποτελούν ικανοποιητική υποδομή και αν καλυφθούν τα κενά του ειδικευμένου προσωπικού, η Ελλάδα θα μπορέσει να φιλοξενήσει στο μέλλον περισσότερα συνέδρια.

Ικανοποιητική θεωρείται και η υποδομή από επαγγελματικές εταιρίες οργάνωσης συνεδρίων, καθώς επίσης και σε εταιρίες υπηρεσιών μετάφρασης και διερμηνείας.

Η εκμετάλλευση των συνεδριακών χώρων πραγματοποιείται από μεικτές επιχειρήσεις, στις οποίες συμμετέχουν επιμελητήρια, πόλεις, ξενοδοχεία και άλλοι οργανισμοί τοπικής ή ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Ο ανταγωνισμός των προσφερόμενων υπηρεσιών και των τιμών μεταξύ των συνεδριακών κέντρων είναι πάρα πολύ μεγάλος. Ποσοστό 38% των συνεδρίων χρησιμοποιεί αποκλειστικά και μόνο, συνεδριακά κέντρα. Το υπόλοιπο της αγοράς καλύπτεται από ξενοδοχεία, πολιτιστικά κέντρα, πανεπιστήμια κ. α. Τα συνεδριακά κέντρα δεν χρησιμοποιούνται μόνο στην περίπτωση μεγάλων συνεδρίων. Ποσοστό περίπου 54% του κύκλου εργασιών καλύπτεται από μικρά συνέδρια. Στην Ελλάδα ενώ υπάρχει μεγάλη ζήτηση σε συνεδριακά κέντρα εκτός ξενοδοχείων, δεν υπάρχουν αρκετοί χώροι. Το 80% των αιθουσών βρίσκεται στα ξενοδοχεία, ενώ μόλις το 20% σε άλλους χώρους. Για το λόγο αυτό, στα συνεδριακά κέντρα, παράλληλα με τα συνέδρια, οργανώνονται και λειτουργούν εκθέσεις, αντίστοιχες με τα επαγγελματικά ενδιαφέροντα του συνεδρίου. Έτσι πραγματοποιείται και εισοδηματική αύξηση.

Όμως οι αδυναμίες αυτές φαίνεται πως έχουν αρχίσει να ξεπερνιούνται, μετά τα έργα και τις παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης. Σε ότι αφορά τα έργα της Πρωτεύουσας, η εκτέλεση αυτών αποτέλεσε ανειλημμένη συμβατική υποχρέωση απέναντι στην Ολυμπιακή Επιτροπή, για την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Έτσι βελτιώθηκε γρηγορότερα και αποφασιστικότερα η υποδομή της ευρύτερης περιοχής, γεγονός το οποίο μελλοντικά θα συμβάλλει στην αύξηση της ελκυστικότητας της πρωτεύουσας ως τόπου διεξαγωγής συνεδριακών εκδηλώσεων. Παράλληλα με την

επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, το γόητρο της χώρας αυξήθηκε διεθνώς και οι όποιες αμφιβολίες για την καταλληλότητα τους ως τόπου διεξαγωγής μεγάλων συνεδρίων διαψεύστηκαν. Η επιτυχής διεξαγωγή της μεγαλύτερης και απαιτητικότερης εκδήλωσης διεθνώς, κατέστησε την Αθήνα και κατ' επέκταση όλη τη χώρα κατάλληλη για οποιαδήποτε άλλη εκδήλωση.

Από τη συνδυασμένη εκτίμηση των διαθέσιμων στοιχείων, συμπεραίνεται πως οι στόχοι που σχετίζονται με τον ποιοτικό εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων, καθώς και με τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, επιτυγχάνονται, σε πολύ ικανοποιητικό βαθμό. Έτσι η γεωγραφική διασπορά των έργων είναι:

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΔΙΑΣΠΟΡΑ ΕΡΓΩΝ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Συγκέντρωση έργων	Κρήτη	14%
	Νοτίου Αιγαίου	15%
	Αττικής	18%
	Κεντρικής Μακεδονίας κ Ηπείρου	13%
Κατανομή δεσμεύσεων	Πελοποννήσου	15%
	Βορείου Αιγαίου	10%
	Νοτίου Αιγαίου	9%

Ιδιαίτερης σημασίας έχουν οι μεταφορές, για όλα τα είδη του επαγγελματικού τουρισμού.

Στην Ελλάδα λειτουργούν 5 μεγάλα διεθνή αεροδρόμια (Αθηνών, Θεσσαλονίκης, Ηρακλείου, Κέρκυρας.) και 22 μικρότερα αεροδρόμια, τα οποία υποδέχονται αεροσκάφη τακτικών και έκτακτων αερογραμμών και ναυλωμένων πτήσεων (charter). Αυτά υποδέχονται το 79% των τουριστών που φτάνουν στη χώρα μας. Άλλωστε έχει ήδη σημειωθεί σημαντική αναβάθμιση στο

σύνολο των αεροδρομίων της χώρας, με το πενταετές πρόγραμμα ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού (1996 - 2001)

Πιο συγκεκριμένα, ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα, μία μορφή τουρισμού που λειτουργεί συμπληρωματικά και με τις άλλες μορφές τουρισμού (πολιτιστικό, θαλάσσιο, εκπαιδευτικό, χειμερινό, αστικό, περιπέτειας κ. α.).

Για το λόγο αυτό καθίσταται ως αναγκαία η ύπαρξη πόλων έλξης και ποικιλία κινήτρων. Εξάλλου το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσιάζει σε μεγάλη ανάπτυξη τα στοιχεία αυτά.

ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Οι δημόσιοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων είναι το Τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του Ε. Ο. Τ. , το Τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου Πολιτισμού που υπάγεται στην διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης, το Γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας. Τα συνεδριακά κέντρα των πανεπιστημίων, τα οποία είναι ανοικτά προς ενοικίαση και χρήση είναι: Πανεπιστήμιο Πατρών, Ηρακλείου, Θεσσαλονίκης, Ιωαννίνων, Πάντειος, Μετσόβειο κ.α.

Ο ιδιωτικός τομέας βοήθησε αποτελεσματικά την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Με την γενικότερη ανάπτυξη του τομέα δημιουργήθηκαν και δημιουργούνται αξιόλογες συνεδριακές εγκαταστάσεις, που αποτέλεσαν τη βάση για τις σοβαρές προσπάθειες προβολής και εκμείευσης πελατείας διεθνώς. Είναι αρκετές οι μονάδες που ασκούν μία ενεργό και συγκροτημένη πολιτική παρουσίας στις ειδικές αγορές που έχουν δημιουργηθεί διεθνώς για τον συνεδριακό τουρισμό και εκμείευσης πελατείας. Η συλλογική δράση του ιδιωτικού τομέα, όπως δείχνει η διεθνής εμπειρία, μπορεί να διαδραματίσει αξιόλογο ρόλο.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ
Σκοπός	Κύριος Δευτερεύων
Αντικείμενο	Ανάλογα με το φορέα διοργάνωσης
Τύπος	Ανάλογα με το αντικείμενο του συνεδρίου
Φορέας διοργάνωσης	Δημόσιος Ιδιωτικός Διεθνείς Οργανισμοί
Οργανωτές	Φορέας συνεδρίου Συνεδριακά κέντρα Οργανωτές ταξιδιών Επαγγελματίες οργανωτές
Εμπλεκόμενοι άνθρωποι	Σύνεδροι Συνοδοί Χορηγοί Δημοσιογράφοι Επίσημοι προσκεκλημένοι Εισηγητές Προσωπικό συνεδρίου Προσωπικό τουριστικής υποστήριξης συνεδρίων
Συνεδριακός τόπος	Προορισμός πραγματοποίησης συνεδρίου Συνεδριακό κέντρο
Ενέργειες συνεδρίου	Προ- συνεδριακές Κατά τη διάρκεια του συνεδρίου Μετά - συνεδριακές
Χρόνοι συνεδρίου	Διάρκεια Εποχή Συχνότητα

2.2 Θεσμικό πλαίσιο το οποίο διέπει την ανάπτυξη, την οργάνωση, την επιχειρηματική δραστηριότητα του συνεδριακού τουρισμού.

Όλα όσα αφορούν τα Συνεδριακά Κέντρα καθορίστηκαν με την υπ' αριθμόν 23908/9/4/91 Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ. Υ. Α.) που δημοσιεύθηκε στο υπ' αριθμό 208 Φύλλο της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, Τεύχος Β. Η παραπάνω απόφαση καθορίζει τις προδιαγραφές ανέγερσης των Συνεδριακών Κέντρων για την υπαγωγή τους στο συνεδριακό καθεστώς κινήτρων του Ν. 1892/90.

Σύμφωνα με την απόφαση αυτή, 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 και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Με την υπουργική απόφαση θεσμοθετήθηκαν ειδικές προδιαγραφές με στόχο την υπαγωγή τους στο καθεστώς του Ν.1892/90 «για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη». Οι λειτουργικές και τεχνικές προϋποθέσεις που καθορίστηκαν με τον τρόπο αυτό, έχουν ως στόχο να διασφαλίσουν :

- α) 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
- β) την άρτια διάταξη και διαμόρφωση των χώρων τους για την κάλυψη των αναγκών των σύγχρονων συνεδρίων με βάση τη διεθνή εμπειρία
- γ) την πληρότητα εγκαταστάσεων, υπηρεσιών, εξοπλισμού για την επιτυχή διοργάνωση συνεδρίων
- δ) την ασφάλεια, τόσο των συνέδρων, όσο και του απασχολούμενου, στις υπηρεσίες των συνεδριακών κέντρων, προσωπικού.

Από πλευράς μεγέθους, τα συνεδριακά κέντρα διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες με κριτήριο τον αριθμό των συνέδρων που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα ως εξής :

- Μικρού μεγέθους 200 - 500 συνέδρων
- Μεσαίου μεγέθους 501 - 1200 συνέδρων
- Μεγάλου μεγέθους 1201 - 3000 συνέδρων

Σημειώνεται ότι τα συνεδριακά κέντρα δυναμικότητας μεγαλύτερης των 3000 ατόμων δεν είναι δυνατόν να υπαχθούν στο Ν.1892/90. Ο αριθμός των συνέδρων που δέχεται η κύρια συνεδριακή αίθουσα προκύπτει από τη σχέση « καθαρή επιφάνεια αίθουσας » προς 1,20 τ.μ.

Συνεδριακά κέντρα όλων των μεγεθών είναι δυνατόν να ανεγείρονται είτε μόνα τους, είτε σε συνδυασμό με τουριστική εγκατάσταση και μάλιστα ξενοδοχείο κλασσικού τύπου, ξενοδοχείο τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων ή μικτής λειτουργικής μορφής. Προϋπόθεση είναι η τουριστική αυτή εγκατάσταση να ανεγείρεται με βάση τις ισχύουσες τεχνικές προδιαγραφές του Ε.Ο.Τ. ή να έχει ανεγερθεί στο παρελθόν με τις τότε ισχύουσες, για την δυναμικότητα και την τάξη της, τεχνικές προδιαγραφές.

Άλλη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη και λειτουργία στην ευρύτερη περιοχή και συγκεκριμένα σε ακτίνα 15 χλμ. για τα μικρού μεγέθους συνεδριακά κέντρα, 20 χλμ. για τα μεσαίου και 30 χλμ. για τα μεγάλου μεγέθους από το γήπεδο του συνεδριακού κέντρου. Ο αριθμός αυτός θα πρέπει να είναι διπλάσιος της δυναμικότητας τους σε συνέδρους. Πάντως μέρος ή και το σύνολο του αριθμού αυτού των κλινών, μπορεί να ανεγείρεται, σε συνδυασμό με το συνεδριακό κέντρο, εφόσον δεν επαρκούν αυτές που ήδη υπάρχουν στην περιοχή.

Εξαίρεση αποτελούν τα μικρού μεγέθους, δυναμικότητας μέχρι 250 συνέδρων, συνεδριακά κέντρα, που επιχειρείται να δημιουργούνται σε παραδοσιακά κτίσματα, μετά από έγκριση από τον Ε. Ο. Τ., της καταλληλότητας των αρχιτεκτονικών σχεδίων. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να υπάρχει ανάλογος αριθμός κλινών σε καταλύματα στην ευρύτερη περιοχή.

Ακόμα, στις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, κατά τον Ν.2160/93, άρθρο 2 παράγραφος 3, συμπεριλαμβάνονται «τα

συνεδριακά κέντρα, τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα ιππικού τουρισμού, οι ειδικές εγκαταστάσεις αυτών, καταλύματα, χώροι άθλησης κ.α. Η απαρίθμηση αυτή είναι αντίθετη με τις άλλες διατάξεις της ισχύουσας νομοθεσίας, δεν βασίζεται σε συγκεκριμένα και ενιαία κριτήρια και είναι ανομοιογενής.

Άλλωστε η συγκεκριμένη διάταξη δεν περιέχει ορισμό των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής με συγκεκριμένα συστατικά στοιχεία, από τον οποίο προκύπτει για ποιους λόγους υιοθετείται η απαρίθμηση αυτή. Σημειώνεται ότι η απαρίθμηση που περιλαμβάνει η παράγραφος 3 του άρθρου 2 του Ν.2160/93 συγχέει, εξομοιώνει και χαρακτηρίζει ως μορφές εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, ετερόκλητες εγκαταστάσεις ή τμήματα εγκαταστάσεων ή ακόμα και γνωστά τουριστικά επαγγέλματα, που δεν αποτελούν εγκαταστάσεις. Για τους παραπάνω λόγους, η απαρίθμηση της διάταξης αυτής δεν έχει μέχρι σήμερα υιοθετηθεί από τη θεωρία, τη διοικητική πρακτική του Ε. Ο. Τ. και τη τουριστική αγορά και ως αποτέλεσμα της μη υιοθέτησης της, οι έννομες συνέπειες, που η ίδια η διάταξη προβλέπει, δεν έχουν εφαρμογή σε όλες τις απαριθμούμενες μορφές εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων.

Σημειώνεται επίσης ότι στην αρχή της παραπάνω διάταξης ορίζεται ότι «κάθε μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα, ο συνεδριακός, ο θαλάσσιος κ.α. υπάγεται στην αρμοδιότητα του Ε.Ο.Τ. και πως η διαπίστωση αυτή θα μπορούσε να εκληφθεί ότι, έμμεσα, υποδεικνύει το κριτήριο χαρακτηρισμού των εγκαταστάσεων ως ειδικής τουριστικής υποδομής, την κάλυψη των αναγκών των θεματικών μορφών τουρισμού, εάν η απαρίθμηση εγκαταστάσεων, που ακολουθεί, δεν παραγνώριζε πλήρως το στοιχείο αυτό.

Το νέο στοιχείο της διάταξης του Ν. 2160/93 είναι ότι προβλέπει τη δυνατότητα αλλαγής χρήσης και για τη δημιουργία εγκαταστάσεων ειδική τουριστικής υποδομής, ενώ μέχρι τότε ήταν δυνατή μόνο για καταλύματα. Οι τεχνικές προδιαγραφές του Ε.Ο.Τ. ορίζουν και προδιαγράφουν τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής μόνο στοιχειωδώς.

Σήμερα, η εγκυρότερη απαρίθμηση μορφών εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής περιλαμβάνεται στον αναπτυξιακό

νόμο (Ν.1892/90), όπως ίσχυσε μέχρι την πρόσφατη αναστολή του, αλλά και στο νέο αναπτυξιακό νόμο.

2.3 Στοιχεία της περιουσίας του Ε. .Ο .Τ.

Ο Ε. Ο. Τ. διαθέτει ή διαχειρίζεται 300 περίπου ακίνητα περιουσιακά στοιχεία συνολικής επιφάνειας άνω των 10.000 εκταρίων, η αξία των οποίων ανέρχεται σε 9 δις. Η αξιοποίηση της περιουσίας του Ε. Ο. Τ. έχει σαν στόχο την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, με κατεύθυνση την παραγωγή νέων σταθερών τουριστικών προϊόντων, σύμφωνα με την σύγχρονη αντίληψη της βιώσιμης ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, η εθνική τουριστική ανάπτυξη επιτυγχάνεται μέσω της ανάδειξης και περιουσίας του Ε.Ο.Τ. και της προσέλκυσης ιδιωτών επενδυτών στην κατεύθυνση παραγωγής νέων τουριστικών προϊόντων και ολοκληρωμένων τουριστικών επιχειρήσεων υψηλών προδιαγραφών. Βάση για την επιχειρηματική ανάπτυξη και την άντληση κεφαλαίων αποτελούν η περιουσία και οι επιχειρήσεις των Ε. Τ. Α. Α.Ε. (μαρίνες, ιαματικές πηγές, ακτές χιονοδρομικά κέντρα, camping) ενώ παράλληλα επιδιώκεται μέσω επενδυτικών σχημάτων, η προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων και τεχνογνωσίας. Η υπάρχουσα νομοθεσία (Ν.1892/90) καθορίζει τις προδιαγραφές για τη δημιουργία αμιγώς συνεδριακών κέντρων. Όμως η σύγχρονη πρακτική επιτάσσει τον εμπλουτισμό με προδιαγραφές που να επιτρέπουν, αφενός, τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων πολλαπλών χρήσεων και αφετέρου, τη σύνδεση τους με άλλες τουριστικές δραστηριότητες (γκολφ, καζίνο, μαρίνες), ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά τους.

Οι αναγκαίοι και βασικοί πόροι του συνεδριακού τουρισμού επιγραμματικά είναι οι εξής :

- ✓ Στην παράδοση ορισμένων μεγάλων πόλεων της Ελλάδας ως συνεδριακά κέντρα
- ✓ Στο θεσμικό πλαίσιο το οποίο ευνοεί τις επενδύσεις

- ✓ Στις αναβαθμισμένες υπηρεσίες που παρέχουν τα ξενοδοχεία και οι εταιρίες οπτικοακουστικού εξοπλισμού/ catering
- ✓ Στην προβολή - προώθηση του συνεδριακού - επαγγελματικού τουρισμού από τον Ε. Ο. Τ.
- ✓ Στα διαφορετικά και σύνθετα προϊόντα που προσφέρονται σύμφωνα με τη ζήτηση
- ✓ Στον επαρκή αριθμό απασχολούμενων με τον συνεδριακό τουρισμό.

Όμως υπάρχουν και τα ελλειμματικά σημεία του συνεδριακού τουρισμού, τα οποία λειτουργούν ως ανασταλτικοί παράγοντες για την πορεία του:

- ✓ Η ανυπαρξία τουριστικών υποδομών σε πολλές περιοχές της χώρας
- ✓ Οι δυνατότητες οργάνωσης μικρών και μεσαίων συνεδρίων
- ✓ Ο περιορισμένος αριθμός συνεδρίων που ασχολούνται αποκλειστικά και μόνο με τον συνεδριακό τουρισμό
- ✓ Η περιορισμένη ζήτηση των συνεδρίων, που εντοπίζεται σε συγκεκριμένες εποχές
- ✓ Η ανυπαρξία νομοθεσίας, που σχετίζεται με τον τουρισμό κινήτρων

Στο σημείο αυτό κρίνεται αναγκαίο να παρουσιαστούν τα βασικά χαρακτηριστικά της περιουσίας του Ε. Ο. Τ. Παράλληλα επιχειρείται και μία άτυπη κατηγοριοποίηση, προκειμένου να γίνει

καλύτερη ανάλυση των στοιχείων της και ο συνδυασμός τους με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και των δυνατοτήτων ανάπτυξης τους. Σύμφωνα με τα παραπάνω η περιουσία κατηγοριοποιείται:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ Ε. Ο. Τ.

ΣΤΑΘΜΟΙ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Σχολάζουσα έκταση ➤ Χώρος στάθμευσης ➤ Μεθοριακός σταθμός ➤ Οδικός σταθμός 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Camping ➤ Ξενία ➤ Ξενοδοχείο ➤ Ξενώνας ➤ Οικεία ➤ Κτίσμα ➤ Γραφείο νομαρχίας ➤ Γραφεία Ε.Ο.Τ. ➤ Οικεία στέγης κ γραμμάτων ➤ Σ.Τ.Ε. ➤ Σχολές Τ.Ε.Ι. ➤ Πανεπιστήμιο Κρήτης ➤ Παραδοσιακό οίκισμα ➤ Χώρος αναψυχής ➤ Αναψυκτήριο ➤ Εστιατόριο 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Λουτρικές εγκαταστάσεις ➤ Μαρίνα ➤ Εγκαταστάσεις λιμένα ➤ Ακτή ➤ Ιαματικές εγκαταστάσεις ➤ Χιονοδρομικό κέντρο ➤ Κτίσματα γκόλφ ➤ Καζίνο ➤ Εγκαταστάσεις εμφιάλωσης ➤ Γήπεδο αντισφαίρισης
<p>ΘΕΛΓΗΤΡΑ</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Τουριστικά αξιοθέατα ➤ Ιαματική πηγή ➤ σπήλαιο ➤ Ανεμόμυλος ➤ Εθνικός δρυμός ➤ Πάρκο ➤ Θέατρο ➤ Μουσείο ➤ Αρχαιολογικός χώρος 		

Όπως είναι φανερό, η περιουσία του Ε.Ο.Τ., με τη σημερινή της μορφή, δεν αξιοποιείται άμεσα από τον συνεδριακό τουρισμό, εφόσον δεν υπάρχουν στην κατοχή της συνεδριακά κέντρα. Έτσι, εάν εξαιρεθούν τα τουριστικά περίπτερα, που θα μπορούσαν κατά κάποιο τρόπο να χρησιμοποιηθούν για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού, σε υποτυπώδες βέβαια στάδιο, καθώς επίσης και οι πανεπιστημιακοί χώροι διοργάνωσης, κάποιων μικρής εμβέλειας συνεδρίων, γίνεται αντιληπτό ότι μόνο σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού, το αποτέλεσμα θα είναι προσδοκώμενο.

Θα πρέπει επίσης να επισημανθεί πως υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εκτάσεων, σε ολόκληρη την Ελλάδα που παραμένουν αναξιοποίητες και ανεκμετάλλευτες. Γίνονται ήδη προσπάθειες εκμετάλλευσης από Ο.Τ.Α., ιδιώτες, επενδυτικά σχήματα κ. α. κατόπιν διαγωνισμού, προκειμένου να αξιοποιηθούν, όσο το δυνατόν περισσότερο.

<p style="text-align: center;">ΦΟΡΕΙΣ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Κοινότητα • Δήμος • Υπουργείο Πολιτισμού • Επενδυτικό Σχήμα • Περιφέρεια • Ε.Τ.Α. (διαχείριση) • Ιδιώτες (διαχείριση)
<p>ΤΡΟΠΟΣ ΧΡΗΣΗΣ- ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Παραχώρηση • Καταπάτηση • Κατά κυριότητα • Μίσθωση • Πώληση • Μεταγραφή επέκτασης • Διαδικασία παραλαβής • Διαδικασία πώλησης • Διαδικασία διαγωνισμού • Ανάκληση παραχώρησης • Προγραμματική σύμβαση

Ένας δεύτερος διαχωρισμός που μπορεί να γίνει, σχετίζεται με τους φορείς και τη χρήση περιουσίας. Όπως φαίνεται και στον προηγούμενο πίνακα, οι φορείς ποικίλουν και η αξιοποίηση της περιουσίας στηρίζεται σε διάφορους τρόπους χρήσης.

ΕΚΤΑΣΗ	Έως 50 στρεμ.	Από 50-200 στρεμ.	Πάνω από 200 στρεμ.
ΜΟΝΑΔΕΣ ΕΠΙΣΤΑΣΙΑΣ	240	40	55
ΝΟΜΟΙ	Αιτωλοακαρνανία, Αργολίδα, Άρτα, Αρκαδία, Αττική, Αχαΐα, Βοιωτία, Δράμα, Έβρος, Δωδεκάνησα, Εύβοια, Ευρυτανία, Ζάκυνθος, Ηλεία, Ηράκλειο, Θεσλνίκη, Θεσπρωτία, Καβάλα, Ιωάννινα, Καρδίτσα, Καστοριά, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Κιλκίς, Κοζάνη, Κορινθία, Κυκλάδες, Λακωνία, Λάρισα, Λασιθι, Λέσβος, Λευκάδα, Μαγνησία, Μεσσηνία, Ξάνθη, Πειραιάς, Πέλλα, Πιερία, Ρέθυμνο	Αιτωλοακαρνανία, Αργολίδα, Αττική, Έβρος, Δωδεκάνησα, Ηλεία, Ηράκλειο, Θεσλνίκη, Καβάλα, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Λακωνία, Λασιθι, Μαγνησία, Μεσσηνία, Σέρρες, Φλώρινα, Χαλκιδική.	Αιτωλοακαρνανία, Αργολίδα, Αττική, Αχαΐα, Βοιωτία, Δωδεκάνησα, Εύρος, Ευρυτανία, Ηλεία, Ηράκλειο, Θεσσαλονίκη, Θεσπρωτία, Καβάλα, Καρδίτσα, Κιλκίς, Κορινθία, Μαγνησία, Πειραιάς, Πιερία, Ροδόπη, Σάμος, Σέρρες, Φθιώτιδα, Φωκίδα

	Ροδόπη, Σάμος, Σέρρες, Τρίκαλα, Φθιώτιδα, Φωκίδα, Χανιά, Χαλκιδική.		Χαλκιδική, Χανιά.
--	--	--	----------------------

Μια τελευταία τμηματοποίηση αφορά σε διαχωρισμό της περιουσίας ανάλογα με την έκταση, τις μονάδες επιστασίας και τους νόμους. Από τον προηγούμενο πίνακα παρατηρείται πως η περιουσία του Ε.Ο.Τ. κατανέμεται σε όλη την Ελλάδα και μάλιστα, παρουσιάζει ποικιλία και από άποψη μεγέθους.

Εύλογα, συμπεραίνεται ότι η περιουσία του Ε.Ο.Τ. παρουσιάζει πλούτο και ποικιλία στοιχείων που μπορούν να τροφοδοτήσουν διάφορες μορφές τουρισμού, καθώς επίσης και χωρική διασπορά εφόσον οι περιοχές άπου υπάρχουν στοιχεία της περιουσίας καλύπτουν σχεδόν ολόκληρη την Ελλάδα.

Αναλογικά με αυτά τα στοιχεία της περιουσίας του Ε.Ο.Τ. υπάρχουν κάποια στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν υποδομές και να συνδυαστούν με τον συνεδριακό τουρισμό. Το ελληνικό προϊόν προκειμένου να καταστεί ανταγωνιστικό, πρέπει να διαφοροποιηθεί και να γίνει πολυσύνθετο, χρησιμοποιώντας όλα αυτά τα στοιχεία που διαθέτει.

Συνοψίζοντας όλα τα στοιχεία που απαρτίζουν την περιουσία του Ε.Ο.Τ., προβάλλονται ορισμένες υποδειγματικές προτάσεις, που υποδεικνύουν τη σημασία της αξιοποίησης αυτής της περιουσίας, αλλά και τη βελτίωση των δυνατοτήτων που προσφέρονται στον συνεδριακό τουρισμό. Μερικές από τις προτάσεις αυτές είναι:

Το χιονοδρομικό κέντρο της Βοιωτίας στον Παρνασσό, το οποίο μπορεί κάλλιστα να συνδυαστεί με τον συνεδριακό τουρισμό διότι από τα πολυάριθμα συνεδριακά κέντρα, που βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, μπορεί κάποιος εύκολα να μεταβεί

στον Παρνασσό και να περάσει λίγες μέρες ασχολούμενος με το άθλημα του σκι.

Μία άλλη πρόταση αφορά τα Δωδεκάνησα, το νησί της Ρόδου, στην περιοχή Πεταλούδες, η οποία αποτελεί τουριστικό αξιοθέατο. Η Ρόδος, ως κατεξοχήν συνεδριακός προορισμός, διαθέτει επαρκή τουριστική υποδομή και ανωδομή (ξενοδοχεία, κέντρα αναψυχής, καταστήματα κ.α.), και συνεδριακή υποδομή (συνεδριακά κέντρα,

βοηθητικές αίθουσες, κ.α.). Είναι λοιπόν ικανή να φιλοξενήσει μικρής και μεγάλης εμβέλειας συνέδρια, με απόλυτη επιτυχία.

Παράλληλα συνδυάζεται συμπληρωματικά και με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού, όπως τον θαλάσσιο, μαζικό, αθλητικό (εφόσον υπάρχουν πολυάριθμα ξενοδοχεία με αθλητικές εγκαταστάσεις.)

Άλλη μία περιοχή που χρήζει αξιοποίησης είναι η Χαλκιδική, προορισμός που επίσης διακρίνεται για την συμβολή του στον συνεδριακό τουρισμό. Στοιχεία που ανήκουν στην περιουσία του ΕΟΤ (και αφορούν εγκαταστάσεις από 50 - 200 στρέμματα) είναι : σπήλαιο, αρχαιολογικοί χώροι, ξενοδοχείο Ξενία, τα οποία σε συνδυασμό με την ήδη υπάρχουσα υποδομή (ξενοδοχεία, εστιατόρια, κέντρα αναψυχής, κ. α.) συμβάλλουν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αλλά και του οικολογικού, πολιτιστικού θαλάσσιου κ. α.

Η Αττική είναι μία καίρια περιοχή, από τουριστική άποψη. Οι διευκολύνσεις και οι ανέσεις που προσφέρονται στους τουρίστες είναι πολυάριθμες.

Τα στοιχεία που ανήκουν στην περιουσία του Ε.Ο.Τ., ανεξαρτήτως μεγέθους συνοψίζονται στα ακόλουθα: πληθώρα ξενοδοχείων, θέατρα, μαρίνα, αναψυκτήρια, τουριστικά περίπτερα, χώροι αναψυχής, κ. α. αυτά μαζί με την υποδομή της ευρύτερης περιοχής, παρέχουν ποικίλες δυνατότητες σε συνέδρους. Έτσι οι μορφές τουρισμού που εμπλέκονται με τον συνεδριακό ποικίλουν.

Παρακάτω δίνεται συνοπτικά η σύνδεση των στοιχείων της περιουσίας του Ε.Ο.Τ., με κάθε μορφή τουρισμού ξεχωριστά.

ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ Ε.Ο.Τ.	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ	Ακτές, εγκαταστάσεις λιμένα, λουτρικές εγκαταστάσεις, μαρίνα ξενοδοχεία, κ. α.	Πολλές ^{οι} δυνατότητες ανάπτυξης
ΑΣΤΙΚΟΣ	Μουσείο, αρχαιολογικός χώρος, εστιατόρια, γραφεία Ε.Ο.Τ., οδικός σταθμός, κ.α.	Πολλές ^{οι} διευκολύνσεις, ιδιαίτερα στα μεγάλα κέντρα
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ	Μουσείο, θέατρο, χώροι αναψυχής κ.α.	Σε συνδυασμό με τον ευρύτερο πολιτιστικό πλούτο της περιοχής
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ	Μουσείο, θέατρο, πανεπιστήμιο Κρήτης, Σχολές Τ.Ε.Ι., Σ.Τ.Ε., κ.α.	Σε συνδυασμό με τον ευρύτερο πολιτιστικό πλούτο της κάθε περιοχής.
ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ	Χιονοδρομικό κέντρο, ξενώνας, ξενοδοχεία	Σε συνδυασμό με τις καιρικές συνθήκες
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ	Εθνικός δρυμός, ανεμόμυλος, σπήλαιο, ιαματική πηγή, ξενώνας, παραδοσιακοί οικισμοί κ.α.	Υπάρχει αφθονία των στοιχείων αυτών σε πολλές περιοχές της χώρας

ΥΓΕΙΑΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ	&	Λουτρικές ιαματικές εγκαταστάσεις	και	Σε συνδυασμό με ειδική υποδομή της ευρύτερης περιοχής, εξειδικευμένο προσωπικό κ.λ.π.
ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ		Γήπεδο αντισφαίρισης, ειδικές εγκαταστάσεις στις ακτές κ.α.		Σε συνδυασμό με αθλητικά κέντρα της περιοχής και ειδικευμένο προσωπικό
ΠΕΡΙΠΤΕΤΕΙΑΣ		Σχολάζουσα έκταση, οδικός σταθμός κ.α.		Εξαρτάται από τις δυνατότητες της περιοχής
ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ Ε.Ο.Τ.		ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
ΣΕ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΧΩΡΙΑ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ -CLUB		Σχολάζουσες εκτάσεις (πάνω από 200 στρεμ.) θα μπορέσουν μέσω ιδιωτικής ή κρατικής πρωτοβουλίας να διαμορφωθούν κατάλληλα		Ύπαρξη οργανωμένων συγκροτημάτων που ανήκουν σε ιδιώτες.
ΣΕ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ	&	Μουσεία, ξενοδοχεία, κτίσματα γκολφ, καζίνο, κ.α.		Μπορεί να συνδυαστεί με θεματικό τουρισμό γκολφ, καζίνο, κ. α.
ΜΑΖΙΚΟΣ		Ξενοδοχεία, ακτή, λουτρικές εγκαταστάσεις, κ. α.		Σχεδόν σε όλους τους νομούς υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ	Ξενία, ξενοδοχεία, τουριστικό περίπτερο, πανεπιστημιακοί χώροι	Απαιτείται εκσυγχρονισμός, αναδιοργάνωση των ξενοδοχείων και των πανεπιστημιακών χώρων σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές
----------------	--	---

Σε γενικές γραμμές, η περιουσία του Ε.Ο.Τ. είναι αρκετά σημαντική τόσο από άποψη μεγέθους, όσο και από άποψη ποικιλίας. Ήδη ένα πολύ μεγάλο μέρος της χρησιμοποιείται, επικερδώς, από τους ενδιαφερόμενους φορείς. Όμως υπάρχει και ένα μεγάλο κομμάτι που χρήζει εκμετάλλευσης, αρκεί να τονιστεί η αξία του και να υποδειχθούν οι προϋποθέσεις αξιοποίησης του. Για όλες τις μορφές τουρισμού, ενδείκνυνται τα πλέγματα ή συστήματα μορφών, δηλαδή η ανάπτυξη περισσότερων από μία μορφών τουρισμού σε μία περιοχή, μέσα από σύνθετα ολοκληρωμένα αναπτυξιακά προγράμματα.

2.4. Χαρακτηριστικά της ζήτησης και η θέση της Ελλάδας στη διεθνή αγορά

Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, καθώς επίσης και οι κυριότεροι παράγοντες που επιδρούν στην επιλογή της Ελλάδας, ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων παρουσιάζονται ως ακολούθως :

- Πολιτική σταθερότητα, κοινωνική ειρήνη και ασφάλεια
- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες (προϋπόθεση ικανή, όχι όμως και αναγκαία), προτιμάται το εύκρατο, μεσογειακό κλίμα.
- Ευνοϊκή γεωγραφική θέση

- Εύκολη και γρήγορη πρόσβαση, μετακίνηση, μεταφορά από τη χώρα εκκίνησης/ προέλευσης στη χώρα προορισμού/ υποδοχής
- Ύπαρξη ποικίλων εναλλακτικών προορισμών και σύνδεσή τους με απ' ευθείας συνδέσεις (κυρίως αεροπορικές, αλλά και σιδηροδρομικές, οδικές κ. λ. π.)
- Μείωση των απορριμάτων και μέθοδοι επίλυσης πιθανών προβλημάτων περιβαλλοντικής μόλυνσης
- Ύπαρξη μοναδικότητας (U. S. P. = Unique Sales Proposition) της χώρας (ποικιλομορφία της Ελλάδας, αποτελεί χώρα με τα πολλά πρόσωπα γιατί συνδυάζει ποικιλία γεωγραφικών προορισμών, ενώ παρέχει συγκεκριμένες δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης σε κάθε μέρος της)
- Χαμηλό κόστος ζωής, που καθιστά τη χώρα μας προσιτό προορισμό και άρα, προορισμό με μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής, από τις άλλες χώρες
- Υποδομή (ύδρευση, συγκοινωνίες, νοσοκομεία, τηλεπικοινωνιακό δίκτυο κ. λ. π)
- Ανωδομή (καταστήματα, τράπεζες, κέντρα αναψυχής κ. λ. π.)
- Ευχάριστο φυσικό (χλωρίδα και πανίδα) και δομημένο περιβάλλον (οικιστικά συγκροτήματα, θεματικά μουσεία κ. α.)
- Υποστήριξη (υλική ή οποιασδήποτε άλλης μορφής) από αρμόδιους φορείς (δημόσιους ή ιδιωτικούς)
- Ύπαρξη εξειδικευμένων και οργανωμένων γραφείων τουρισμού, που θα αναλάβουν να αποπερατώσουν κάθε συνεδριακή δραστηριότητα.
- Ύπαρξη κατάλληλων συνεδριακών κέντρων, που θα στεγάσουν τις συνεδριακές εκδηλώσεις (αυτόνομων ή ενταγμένων σε ξενοδοχειακές μονάδες)
- Κάλυψη της διαμονής του συνεδριακού τουρίστα (κλίνες αντίστοιχες με τη δυναμικότητα των συνεδριακών κέντρων)
- Ύπαρξη κατάλληλων ξενοδοχειακών μονάδων (συνήθως ΑΑ, Α), με παροχή αγαθών και υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών (πλήρες σύστημα γραμματειακής υποστήριξης, ψυχαγωγίας, εξυπηρέτησης κ. α.)

- Σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή, κατά την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων (οπτικοακουστικά μέσα, τεχνικός εξοπλισμός, κ. α.)
- Ύπαρξη κατάλληλα εκπαιδευμένου και ειδικά καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού (από τη στιγμή της άφιξης των συνεδριακών τουριστών, κατά τη διαμονή τους, μέχρι τη στιγμή αναχώρησης τους από τη χώρα)
- Ανάπτυξη των ειδικών / εναλλακτικών / θεματικών μορφών τουρισμού (εφόσον ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με μία ή περισσότερες μορφές τουρισμού)
- Προβολή και προώθηση της Ελλάδας ως τόπου «iη» (της μόδας)
- Προσέλκυση συνεδριακών τουριστών, μέσω προβολής και προώθησης των τουριστικών πλεονεκτημάτων (π. χ. γαστρονομία, παράδοση, ήθη, έθιμα κ. α.)
- Προβολή και προώθηση της Ελλάδας ως συνεδριακού προορισμού
- Προσφορά ελκυστικών τουριστικών πακέτων διαμονής και άλλων συναφών δραστηριοτήτων (pre & post conference / exposition facilities, παράλληλες εκδηλώσεις)

Στα διεθνή συνέδρια που φιλοξενεί η χώρα μας, οι σύνεδροι προέρχονται από ευρωπαϊκές χώρες, κατά πλειοψηφία. Τα τελευταία όμως χρόνια, γίνονται συνέδρια στα οποία συμμετέχουν σύνεδροι από τις Βαλκανικές χώρες και από τις χώρες στα πλαίσια διαβαλκανικών και συμφωνιών. Στα επιστημονικά συνέδρια οι σύνεδροι είναι δυνατόν να προέρχονται από όλες τις χώρες του κόσμου.

Τα χαρακτηριστικά των μετακινούμενων συνεδριακών ομάδων είναι τα εξής :

- ❖ Ταξιδιωτικές εμπειρίες, εφόσον συμμετέχουν σε πολλά συνέδρια, και μάλιστα σε πολλά μέρη του κόσμου.
- ❖ Η συνοχή και η ομοιογένεια, εφόσον αποτελούνται από άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, σε αντιδιαστολή με άλλες μετακινούμενες ομάδες ατόμων

- ❖ Η δυνατότητα υψηλής τουριστικής δαπάνης (η μέση δαπάνη ενός τουρίστα επαγγελματία εμφανίζεται αυξημένη περίπου τρεις φορές, σε σχέση με τη μέση τουριστική δαπάνη ενός κλασσικού τουρίστα διακοπών - στοιχεία ICCA)
- ❖ Ο υψηλός βαθμός εξοικείωσης τους με το άριστο επίπεδο παροχής τουριστικών υπηρεσιών (δηλαδή απαίτηση για άριστη ποιότητα και ποσότητα τουριστικών υπηρεσιών)
- ❖ Η έγκαιρη επιλογή του τόπου και του ξενοδοχειακού καταλύματος (για την πραγματοποίηση καλής διαχείρισης των κρατήσεων του)
- ❖ Η δυνατότητα επανάληψης της επίσκεψης στον ίδιο χώρο, με συγγενείς ή φίλους για αναψυχή
- ❖ Η δυνατότητα διαφήμισης ή δυσφήμισης του τόπου και του ξενοδοχείου (ανάλογα με την ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και τον βαθμό επιτυχίας της διοργάνωσης

Η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα γίνεται εμφανής, με βάση ορισμένα μεγέθη, που χαρακτηρίζουν τις διαστάσεις του και τις τάσεις εξέλιξης του. Η Ελλάδα βρέθηκε στην 16^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών το 1998 (Tourism Highlights 1999).

Άλλωστε η επιτυχής διεξαγωγή της μεγαλύτερης και απαιτητικότερης διοργάνωσης διεθνώς, της Ολυμπιάδας, κατέστησε την Αθήνα και τη χώρα κατάλληλη για κάθε είδους εκδήλωση και συνεδριακή δραστηριότητα. Το μόνο σίγουρο είναι ότι, η Ελλάδα αποτελεί συνεδριακό προορισμό, ο οποίος μπορεί, χάρη στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που διαθέτει, να ικανοποιήσει κάθε τουρίστα, ενισχύοντας τη θέση της έναντι άλλων ανταγωνιστικών χωρών.

Γενικότερα ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40 % της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς και έχει την πρώτη θέση στον ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης τα τελευταία 30 χρόνια, μεταξύ όλων των μορφών τουρισμού.

Στην Ελλάδα, η συνεδριακή-τουριστική αγορά δεν έχει αυτό το μέγεθος και περιορίζεται στο 9 - 10 % της ελληνικής τουριστικής αγοράς. Αναμφίβολα ο ελλαδικός χώρος αποτελεί ελκυστικό τουριστικό προορισμό, διαθέτοντας τα απαραίτητα κλιματολογικά, περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, γεωγραφικά,

ιστορικά κ.α. στοιχεία για να φιλοξενήσει συνέδρια. Όμως δεν διαθέτει την απαραίτητη συνεδριακή υποδομή. Γι' αυτό το λόγο η Ελλάδα φιλοξενεί λιγότερα απ' όσα θα έπρεπε, συνέδρια.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι από το 1990 και μετά, οι τουριστικοί επιχειρηματίες (ξενοδόχοι, τουριστικοί πράκτορες, ιδιοκτήτες γραφείων ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού κ. λ. π.), μπήκαν δυναμικά στη συνεδριακή αγορά με την κατασκευή συνεδριακών χώρων, την παροχή συνεδριακών διευκολύνσεων, καθώς επίσης και τη διαφήμιση του συνεδριακού προϊόντος. Μάλιστα, όπως έχει διαπιστωθεί, οι ξενοδόχοι κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (85 %) και κάθε νεοαναγειρόμενο κτίριο υποχρεούται να κατασκευάζει κάποιο *minimum* αριθμό συνεδριακών / βοηθητικών αιθουσών.

Ωστόσο, την τελευταία δεκαετία έχουν δημιουργηθεί σημαντικές επιχειρήσεις, όλων των κλάδων, σε επίπεδο, μέγεθος και προσφορά υπηρεσιών, οι οποίες εξασφαλίζουν βελτιωμένη ζήτηση και τιμές, παρέχοντας εμπλουτισμένο προϊόν, ικανό να προσελκύσει τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων (π. χ. συνεδριακό τουρισμό, επαγγελματικό τουρισμό κ. α.)

Τα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου λειτούργησαν θετικά, στον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχειακών μονάδων και στη δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής. Τα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου περιορίζονται μόνο σε ορισμένες μορφές επενδύσεων, και δεν καλύπτουν

- α) όλα τα μεγέθη και τις τάξεις των ξενοδοχείων
- β) σύγχρονες μορφές επενδύσεων τουριστικής υποδομής, που ενδιαφέρουν τον τουριστικό τομέα, όπως για παράδειγμα, μικτές εγκαταστάσεις τουριστικών-πολιτιστικών χρήσεων κ.α.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

S. W. O. T. ΑΝΑΛΥΣΗ / ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

3.1. Άξονες και ζητήματα ανάλυσης της S. W. O. T.

Στόχος του κεφαλαίου αυτού είναι η ανάλυση των θετικών και μη, παραμέτρων και δυνατοτήτων λειτουργίας και επέκτασης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Στην Ελλάδα ενεργοποιείται το σύνολο των διαφορετικών τύπων του επαγγελματικού τουρισμού (Εκθεσιακός, Συνεδριακός, Τουρισμός Κινήτρων), ενώ πραγματοποιείται και σημαντικός αριθμός αυτόνομων επαγγελματικών ταξιδιών. Ο συνεδριακός τουρισμός εμφανίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη σε χωρικά προσδιορισμένες περιοχές της χώρας, κυρίως τουριστικές και αστικές. Επιπλέον επιτρέπει συνδυασμούς, τόσο με ταξίδια διακοπών, όσο και με ταξίδια ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με στοιχεία πολλών ερευνών και μελετών, θεωρείται μία ειδική μορφή τουρισμού με πολύ ικανοποιητική δαπάνη τουριστών για τις χώρες, οι οποίες την αναπτύσσουν.

Με την μέθοδο της S. W. O. T. Analysis εκτιμώνται συνθετικά οι τέσσερις ακόλουθοι άξονες: τα Ισχυρά σημεία (Strengths), τα Αδύνατα σημεία (Weaknesses), οι Ευκαιρίες (Opportunities), και οι Απειλές (Threats).

Τα ζητήματα που εξετάστηκαν αναλυτικότερα με βάση τους τέσσερις άξονες της S. W. O. T. Analysis είναι τα εξής :

1. Ανταγωνισμός
2. Εκσυγχρονισμός
3. Τύποι οργάνωσης και Επιχειρηματικής δραστηριότητας
4. Χρηματοοικονομικά δεδομένα
5. Διαφήμιση - προβολή
6. Χαρακτηριστικά ζήτησης

7. Τυπολογίες Υποδομών
8. Προσφερόμενα Σύνθετα Προϊόντα
9. Επενδύσεις (διεθνείς και ελληνικές)
10. Θεσμικό πλαίσιο
11. Περιουσία Ε. Ο. Τ.

Στους πίνακες που ακολουθούν, καταγράφονται τα βασικά συμπεράσματα ανά άξονα και ζήτημα ανάλυσης της S. W. O. T.

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
1. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ			
(α) Χωρικά και περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα διεθνώς (β) ισχυρή παράδοση των δύο μεγάλων αστικών κέντρων και ορισμένων τουριστικών περιοχών	(α) Ανεπαρκείς υποδομές, υπηρεσίες και οργανωτικές δομές σε πολλές περιοχές.	(α) Ανάπτυξη συνδυασμένων δραστηριοτήτων συνεδριακού τουρισμού και τουρισμού διακοπών και ειδικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού (β) Ολυμπιάδα 2004	(α) να χαθεί λόγω υστέρησης στη λήψη μέτρων για μία προνομιακή για τη χώρα αγορά.

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
2. ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ (προϊόντων κ υποδομών)			
<p>(α) Σημαντικές παρεμβάσεις (επενδύσεις, υποδομές, θεσμικό πλαίσιο), οι οποίες αυξάνουν τον αριθμό των συνεδρίων, κυρίως σε περιοχές και ξενοδοχεία την τελευταία δεκαετία</p> <p>(β) Τεχνολογικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες σε σημαντικό αριθμό ξενοδοχείων και συνεδριακά κέντρα, τα τελευταία χρόνια.</p>	<p>(α) Δυνατότητες οργάνωσης, διεθνών συνεδρίων, μόνο μεσαίου και μικρού μεγέθους.</p>	<p>(α) Πολλές οι ευκαιρίες εκσυγχρονισμού και επέκτασης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, σε μονάδες ή περιοχές που υπάρχει ζήτηση, για συνέδρια</p> <p>(β) τα έργα της Ολυμπιάδας</p>	---

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
3. ΤΥΠΟΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ			
(α) Καταγράφονται πολλών ειδών και τύπων υποδομές, υπηρεσίες και δραστηριότητες συνεδριακού τουρισμού στη χώρα	(α) Μικρός αριθμός επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στον συνεδριακό τουρισμό	(α) Οργάνωση αυτοδύναμων συνεδριακών κέντρων σε τουριστικές περιοχές ή αστικά κέντρα (β) Ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων υποστήριξης, οργάνωσης και διαχείρισης συνεδρίων	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
4. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ			
(α) Αρκετές δυναμικές εταιρίες εμπλέκονται στον συνεδριακό τουρισμό (οργάνωση συνεδρίων ξενοδοχεία, γραφεία τεχνικού εξοπλισμού)	(α) Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες, από πλευράς κράτους, στη δανειοδότηση ή την έγκριση επενδυτικών σχεδίων	(α) Ικανοποιητική κερδοφορία στις επιχειρήσεις του κλάδου	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
5. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ			
<p>(α) Υπαρκτή διαφημιστική εικόνα στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»</p> <p>(β) Σύνδεση της διαφήμισης με το κυριότερο πρότυπο ανάπτυξης της χώρας: τον τουρισμό διακοπών</p>	<p>(α) Ανεπαρκής εξειδίκευση στη διαφημιστική εικόνα και στην πολιτική προβολής και πώλησης</p> <p>(β) Ανυπαρξία C. V. B. σε μεγάλες πόλεις στην Ελλάδα</p>	<p>(α) Ολυμπιάδα 2004</p> <p>(β) Εξειδικευμένη διαφημιστική εκστρατεία - με πολλαπλά οφέλη - προς αυτούς τους τουρίστες</p>	<p>(α) Η μη συστηματική και εξειδικευμένη προβολή, μπορεί να στερήσει τη χώρα από μία αγορά στην οποία μπορεί να έχει υψηλή θέση</p>

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
6. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΖΗΤΗΣΗΣ			
<p>(α) Ζήτηση από υψηλού επιπέδου (κοινωνικό - οικονομικό) τουρίστες</p> <p>(β) Ζήτηση η οποία προέρχεται από συγκεκριμένα target - groups, αλλά επιτρέπει και συνδυασμούς</p>	<p>(α) Χωρικά και χρονικά εντοπισμένη ζήτηση σε συγκεκριμένες περιοχές και περιόδους</p>	<p>(α) Ολυμπιάδα 2004</p> <p>(β) Συνέδρια μεσαίου μεγέθους</p>	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
7. ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΥΠΟΔΟΜΩΝ-ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΑ ΣΥΝΘΕΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ			
(α) Προσφέρονται διαφορετικών τύπων και ειδών υποδομές και υπηρεσίες ειδικά στα συνέδρια, σε όλα τα επίπεδα. (β) Προσφέρονται σύνθετα προϊόντα, με βάση τα συνέδρια (συνδυασμοί με διακοπές, ειδικές μορφές τουρισμού κ.λ.π.)	(α) Ανεπαρκής προσφορά σε σύγχρονα προϊόντα, σχετικά με τα συνέδρια. Π. χ. συνέδρια και κρουαζιέρες, tele-conference κ. α.	(α) Σε εθνικό και τοπικό επίπεδο σύνθετα προϊόντα συνεδριακού τουρισμού - τουρισμού διακοπών - πολιτισμού	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
8. ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ			
(α) Θετικό το κλίμα για επενδύσεις στην Ελλάδα και διεθνώς	(α) Καθυστερήσεις στις διαδικασίες από το κράτος και τις τράπεζες	(α) Πολλές οι ευκαιρίες, ιδιαίτερα σε τουριστικά και αστικά κέντρα	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
<i>9. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</i>			
(α) Το ευρύτερο και το θεσμικό πλαίσιο ευνοούν την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων στον κλάδο του συνεδριακού τουρισμού	(α) Καθυστερήσεις στην εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου	----	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
<i>10. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ Ε. Ο. Τ.</i>			
(α) Μεγάλη η ποικιλία των πόρων που συνδέεται με τον συνεδριακό τουρισμό	----	(α) Προώθηση επενδυτικών σχεδίων με βάση κάποιο στοιχείο ή ομάδα στοιχείων της περιουσίας	----

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
11. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ			
(α) Επαρκής αριθμός ασχολούμενων σε συνεδριακά κέντρα (β) Ικανοποιητικός αριθμός σε παρεμφερείς κλάδους	(α) Ελλείψεις σε εξειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό σε οργάνωση και διαχείριση συνεδρίων	----	----

3.2 Συνθετική προσέγγιση των βασικών συμπερασμάτων της S.W.O.T.

Η παρακάτω ανάλυση επικεντρώνεται, στη συνθετική προσέγγιση των βασικών συμπερασμάτων της S. W. O. T. - όπως καταγράφηκαν στους προηγούμενους πίνακες ανά ζήτημα και άξονα ανάλυσης. Με αυτό τον τρόπο, θα δοθεί μία πληρέστερη εικόνα των προοπτικών που υπάρχουν για τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα, σε όλα τα υπό διερεύνηση ζητήματα.

1. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Ισχυρά σημεία (strengths) :

α) Χωρικά και περιβαλλοντικά διεθνώς

Η γεωγραφική θέση της χώρας είναι ιδιαίτερα πλεονεκτική για την ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού, επειδή βρίσκεται σε

κοντινή απόσταση από τις δυναμικότερες αγορές του κόσμου (Ευρώπη, Μ. Ανατολή). Επιπλέον το πολύ ικανοποιητικό κλίμα της χώρας αποτελεί έναν ακόμα λόγο για την επιλογή της ως τόπου προορισμού.

β) Ισχυρή παράδοση των δύο μεγάλων αστικών κέντρων και ορισμένων τουριστικών περιοχών

Η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και ορισμένες ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές (Ρόδος, Κέρκυρα, Κρήτη, Χαλκιδική) διαθέτουν πλέον, εδώ και αρκετές δεκαετίες, μία παραδοσιακά δυναμική εικόνα διεθνώς και σε εθνικό επίπεδο, ως συνεδριακοί προορισμοί.

Αδύνατα σημεία (weaknesses) :

α) Ανεπαρκείς υποδομές, υπηρεσίες και οργανωτικές δομές σε πολλές περιοχές.

Παρά τη δυναμική ζήτηση για ταξίδια Συνεδριακού τουρισμού και την κυρίαρχη τάση να επεκτείνονται και σε προορισμούς λιγότερο γνωστούς - σε συνδυασμό με άλλες τουριστικές δραστηριότητες -, παρατηρούνται αρκετές, σημαντικές ελλείψεις στο συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν που προσφέρει η χώρα. Αυτές καταγράφονται, τόσο σε υποδομές (π.χ. σύγχρονα συνεδριακά κέντρα πολλαπλών δραστηριοτήτων), όσο και σε οργανωτικές δομές.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Ανάπτυξη συνδυασμένων δραστηριοτήτων συνεδριακού τουρισμού και τουρισμού διακοπών και ειδικών / εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Παρουσιάζονται επενδυτικές ευκαιρίες ιδιαίτερα στις περιοχές οι οποίες να προσφέρουν Επαγγελματικά ταξίδια (κυρίως Συνέδρια) σε συνδυασμό με διακοπές, ιδιαίτερα στην αρχή και στο τέλος της τουριστικής περιόδου. Το ίδιο ισχύει με περιοχές που

συνδυάζουν Επαγγελματικά ταξίδια με ταξίδια με ειδικό κίνητρο (π.χ. Πολιτισμό, Οικολογία, Εκπαίδευση, Φυσιολατρία κ. λ. π.)

β) Η Ολυμπιάδα του 2004

Μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, η Ελλάδα εκτιμάται ότι θα έχει μία εξαιρετική ευκαιρία να αναδείξει την ιδιαίτερη δυναμική των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών της, στον Συνεδριακό Τουρισμό. Άλλωστε η διεξαγωγή της μεγαλύτερης εκδήλωσης, διεθνώς, των Ολυμπιακών Αγώνων, αποτέλεσε αιτία αύξησης αυτών των ταξιδιών, τόσο πριν, όσο και μετά.

Απειλές (threats)

α) Να χαθεί λόγω υστέρησης στη λήψη μέτρων για μία προνομιακή για τη χώρα αγορά.

Εφόσον δεν ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα και δεν ενισχυθούν οι προσπάθειες στο θεσμικό, επενδυτικό και διαφημιστικό πεδίο, η χώρα κινδυνεύει να στερηθεί - λόγω και του ισχυρού ανταγωνισμού- μία αγορά η οποία διαθέτει πολλά και ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα.

2. ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ (ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ Κ ΥΠΟΔΟΜΩΝ) - ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Ισχυρά σημεία (strengths)

α) Σημαντικές παρεμβάσεις (επενδύσεις, υποδομές, θεσμικό πλαίσιο) οι οποίες αυξάνουν τον αριθμό των συνεδριακών κέντρων, κυρίως σε περιοχές και ξενοδοχεία την τελευταία δεκαετία.

Η τελευταία δεκαετία έχει ως ιδιαίτερο χαρακτηριστικό ένα σημαντικό αριθμό παρεμβάσεων και πολιτικών, σε επενδυτικό και θεσμικό, κυρίως επίπεδο. Οι παρεμβάσεις αυτές οδήγησαν στην αύξηση των υποδομών των συνεδριακών κέντρων, τόσο

στις κλασσικές τουριστικές περιοχές, όσο και στις περιοχές με λιγότερη τουριστική ανάπτυξη ή σε μικρά αστικά κέντρα της υπαίθρου. Η μεγαλύτερη αύξηση των υποδομών παρατηρείται σε ξενοδοχεία, αλλά και σε οργανωμένες υπηρεσίες πρακτόρευσης και οργάνωσης συνεδρίων.

β) Τεχνολογικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες σε σημαντικό αριθμό ξενοδοχείων και συνεδριακών κέντρων, τα τελευταία χρόνια.

Υπάρχει μία τάση αναβάθμισης της τεχνολογικής υποδομής, αλλά και των προσφερόμενων υπηρεσιών, που απευθύνονται στον συνεδριακό τουρίστα. Η τάση αυτή παρατηρείται κυρίως σε ξενοδοχεία μεγάλων αστικών κέντρων, καθώς και σε ξενοδοχεία διακοπών υψηλών προδιαγραφών. Παρόμοια τάση - σε ότι αφορά την τεχνολογική αναβάθμιση - παρατηρείται και σε αρκετά συνεδριακά κέντρα.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) δυνατότητες οργάνωσης διεθνών συνεδρίων, μόνο μεσαίου και μικρού μεγέθους.

Το σχετικά μικρό μέγεθος, οι οργανωτικές αδυναμίες και ο περιορισμένος αριθμός των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών των περισσότερων συνεδριακών κέντρων της χώρας, δεν επιτρέπουν τη διοργάνωση μεγάλου μεγέθους συνεδρίων (ιδιαίτερα διεθνών). Οι αδυναμίες αυτές παρατηρούνται, τόσο στα αυτοδύναμα συνεδριακά κέντρα, όσο και σε αρκετά συνεδριακά κέντρα ξενοδοχείων.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) πολλές οι ευκαιρίες εκσυγχρονισμού και επέκτασης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε μονάδες ή περιοχές που υπάρχει ζήτηση για συνέδρια.

Παρουσιάζονται επενδυτικές ευκαιρίες σε ξενοδοχεία με συνεδριακά κέντρα και σε αυτοδύναμα συνεδριακά κέντρα, μέσω παρεμβάσεων εκσυγχρονιστικού χαρακτήρα, προκειμένου να αναβαθμιστεί και να εμπλουτιστεί το προσφερόμενο προϊόν.

Παρόμοιες ευκαιρίες υπάρχουν και σε ξενοδοχεία Αστικών Κέντρων και Διακοπών, μέσω επενδύσεων, οι οποίες θα επιτρέψουν την προσέλκυση τουριστών του συνεδριακού τουρισμού.

3. ΤΥΠΟΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ισχυρά σημεία (strengths)

α) Καταγράφονται πολλών ειδών και τύπων υποδομές, υπηρεσίες και δραστηριότητες του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

Με βάση τα διεθνή δεδομένα, η χώρα διαθέτει μία ικανοποιητική ποικιλία υποδομών για τον συνεδριακό τουρισμό (Συνεδριακά Κέντρα, ξενοδοχεία με αίθουσες συνεδρίων και αυτοδύναμων συνεδριακών κέντρων). Η υποδομή αυτή σε κάθε περίπτωση, δεν έχει επεκταθεί επαρκώς χωρικά και παραμένει εντοπισμένη σε συγκεκριμένες περιοχές.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Μικρός ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού.

Οι επιχειρήσεις που διοργανώνουν διάφορων τύπων συνέδρια, είναι σχετικά λίγες και συγκεντρώνονται, κατά κύριο λόγο στην Αθήνα. Η έλλειψη αυτή αντικατοπτρίζει και την αντίστοιχη έλλειψη τεχνογνωσίας και επαγγελματικής εμπειρίας στην οργάνωση του συνεδριακού τουρισμού.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Οργάνωση αυτοδύναμων συνεδριακών κέντρων σε τουριστικές περιοχές ή αστικά κέντρα.

Σημαντικές είναι οι ευκαιρίες που υπάρχουν με βάση τη ζήτηση και την οργάνωση των συνεδριακών κέντρων σε τουριστικές περιοχές ή αστικά κέντρα της υπαίθρου. Ιδιαίτερα ανταγωνιστικές θεωρούνται οι περιπτώσεις που, είτε διαθέτουν σημαντική υποδομή τουρισμού, είτε πλούσιους τουριστικούς, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους.

β) Ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων υποστήριξης, οργάνωσης και διαχείρισης συνεδρίων.

Οι αυτόνομες επιχειρήσεις και τα εξειδικευμένα τμήματα, σε Πρακτορεία και ξενοδοχεία, μπορούν να αναλάβουν την οργάνωση, διαχείριση και προβολή διαφόρων τύπων συνεδρίων. Οι ευκαιρίες σ' αυτόν τον τομέα παρουσιάζονται μακροπρόθεσμα, πολύ θετικές.

4. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Αρκετές δυναμικές ευκαιρίες εμπλέκονται στον συνεδριακό τουρισμό (οργάνωση συνεδρίων, ξενοδοχεία, γραφεία τεχνικού εξοπλισμού.)

Υπάρχει ένας ικανός αριθμός δυναμικών εταιριών, τόσο στον κλάδο της πρακτόρευσης και οργάνωσης, όσο και στα καταλύματα (ξενοδοχεία με συνεδριακά κέντρα) και η τάση ανάπτυξης και επέκτασης τους είναι σταθερή. Παρατηρείται επίσης, μία τάση εξειδίκευσης ορισμένων από αυτές τις εταιρίες, σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, ενώ και οι δυνατότητες δανεισμού κρίνονται ευνοϊκές.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες, από πλευράς κράτους, στη δανειοδότηση ή την έγκριση επενδυτικών σχεδίων.

Οι διαδικασίες υποβολής και τελικής έγκρισης δανειοδοτήσεων και επιχορήγησης σχεδίων χρηματοδότησης, είναι - όπως και σε πολλούς άλλους κλάδους του τουρισμού- συχνά χρονοβόρες. Το γεγονός αυτό, τις περισσότερες φορές, λειτουργεί ως αντικίνητρο εφόσον αποτελεί παράμετρο επιβάρυνσης του κόστους μιας επένδυσης που

-στην περίπτωση του συνεδριακού τουρισμού - είναι μεγάλη.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Ικανοποιητική κερδοφορία στις επιχειρήσεις.

Η ικανοποιητική κερδοφορία των επιχειρήσεων οι οποίες οργανώνουν και πωλούν συνέδρια, αποτελεί μία ισχυρή ένδειξη των εταιριών που υπάρχουν. Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία και τις τουριστικές περιοχές με συνεδριακό τουρισμό, ισχυρά είναι και τα οικονομικά οφέλη, από την υψηλού επιπέδου κατανάλωση των τουριστών του τύπου αυτού.

5. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Υπαρκτή διαφημιστική εικόνα στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»

Ο Συνεδριακός Τουρισμός - ως ειδική μορφή τουρισμού- διαθέτει στο εξωτερικό μία υπαρκτή διαφημιστική εικόνα, κυρίως ως προορισμός για συνέδρια. Η εικόνα αυτή έχει μία παράδοση αρκετών δεκαετιών ως τμήμα του προϊόντος «Ελλάδα», και είναι συχνά και χωρικά προσδιορισμένη π.χ. Ρόδος, Κρήτη, Χαλκιδική, Αθήνα.

β) Σύνδεση της διαφήμισης με το κυριότερο πρότυπο της χώρας : τον τουρισμό διακοπών.

Η διαφήμιση του συνεδριακού τουρισμού είναι συνήθως συνδεδεμένη με το ισχυρότερο -αναπτυξιακά και επιχειρηματικά- πρότυπο του τουρισμού στην Ελλάδα: τον τουρισμό διακοπών. Προβάλλεται συχνά, ως τμήμα ενός τέτοιου ταξιδιού ή ως αυτόνομο ταξίδι, το οποίο όμως μπορεί εύκολα να συνδυαστεί με άλλες ψυχαγωγικές, αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Και στις δύο περιπτώσεις η διαφημιστική εικόνα είναι δυναμική και ελκυστική.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Ανεπαρκής εξειδίκευση στην διαφημιστική εικόνα και στην πολιτική προβολής και πώλησης.

Η συνεχής κατάρτιση του τουριστικού προϊόντος απαιτεί και ανάλογες πρακτικές στο marketing, σε περιπτώσεις όπως ο Συνεδριακός Τουρισμός, όπου οι τουρίστες έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Λείπει όμως η ανάλογη εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα και πολιτιστική προβολή αυτού του προϊόντος, με αρνητικά αποτελέσματα για τη δυναμική προσέλκυσης πελατών αυτού του τύπου στη χώρα.

β) Ανυπαρξία C. V. B. σε μεγάλες πόλεις στην Ελλάδα.

Είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα, εδώ και λίγο καιρό, έχει αρχίσει να λειτουργεί το μοναδικό Convention Bureau, που υπάρχει και το οποίο εδρεύει στην συμπρωτεύουσα, στην Θεσσαλονίκη. Όλες του οι ενέργειες στοχεύουν σε μία οργανωμένη και συστηματική προσπάθεια προβολής και προώθηση του συνεδριακού τουρισμού της Β. Ελλάδας. Παρ' όλα αυτά απαιτείται η δημιουργία ενός παρόμοιου φορέα και σε άλλες πόλεις της χώρας.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Ολυμπιάδα 2004

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία από τις ειδικές μορφές τουρισμού, τις οποίες μπορεί να ωφελήσει μελλοντικά η επιτυχής διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα. Οι ευκαιρίες προέκυψαν και πριν το 2004, όπου η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και των υποδομών του, ήταν συνεχής και συστηματική. Η επιτυχημένη διοργάνωση της σημαντικότερης εκδήλωσης διεθνώς, κατέστησε την χώρα κατάλληλη και ικανή, για οποιαδήποτε συνεδριακή δραστηριότητα.

β) Εξειδικευμένη διαφημιστική εκστρατεία - με πολλαπλά οφέλη - προς αυτούς τους τουρίστες.

Αποτελεί σημαντική ευκαιρία η εξειδίκευση μιας εκστρατείας προβολής του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού. Έχει αποδειχθεί ότι οι τουρίστες αυτού του τύπου είναι διαμορφωτές γνώμης (opinion leaders), με αποτέλεσμα ο ρόλος τους να είναι αρκετά σημαντικός - ως πόλος επιρροής και άλλων τουριστών, για την γενικότερη προβολή της χώρας.

Απειλές (threats)

α) Η μη συστηματική και εξειδικευμένη προβολή, μπορεί να στερήσει τη χώρα από μία αγορά στην οποία μπορεί να έχει υψηλή θέση.

Οι κινήσεις προβολής της χώρας του Συνεδριακού Τουρισμού, δεν είναι συστηματικές και συντονισμένες, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος να στερηθεί η χώρα μία ιδιαίτερα δυναμική, μακροπρόθεσμα, αγορά με πολλαπλά οφέλη για την Τουριστική Οικονομία της.

6. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΖΗΤΗΣΗΣ

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Ζήτηση από υψηλού επιπέδου τουρίστες.

Η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό προέρχεται από τουρίστες με υψηλή μέση κατά κεφαλή δαπάνη. Επιπλέον, τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών, καθώς και η γεωγραφική τους προέλευση, αναδεικνύουν μία ζήτηση με μεσοπρόθεσμη σταθερότητα στη διεθνή αγορά.

β) Ζήτηση η οποία προέρχεται από συγκεκριμένα target - groups, αλλά επιτρέπει και συνδυασμούς.

Τα υψηλά ποσοστά μίας ζήτησης προέρχονται από συγκεκριμένα και σταθερά target - group (π.χ. άνδρες μέσης ηλικίας με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, άνδρες μέσης ηλικίας με μεσαία και υψηλά εισοδήματα, κατοίκους αστικών κέντρων). Η δυνατότητα επίσης που υπάρχει, να συνδυαστούν τουριστικές δραστηριότητες αυτών των ατόμων με άλλες δραστηριότητες, κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, είναι πολύ μεγάλη.

Αδύνατα σημεία(weaknesses)

α) Χωρικά και χρονικά εντοπισμένη ζήτηση σε συγκεκριμένες περιοχές και περιόδους.

Η ζήτηση εντοπίζεται σε λίγες, σχετικά περιοχές, ενώ και ένα υψηλό ποσοστό συνεδριακών δραστηριοτήτων, πραγματοποιείται κυρίως, και στην τουριστική περίοδο (ιδιαίτερα στην αρχή και στο τέλος της). Η κατάλληλη επενδυτική και διαφημιστική πολιτική είναι απαραίτητη, ώστε να υπάρξει μία επιμήκυνση πραγματοποίησης αυτών των δραστηριοτήτων, αλλά και μία βελτίωση της γεωγραφικής διασποράς τους.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Ολυμπιάδα 2004

Προβλέπεται ότι η επιτυχής διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, θα συμβάλει στην ενίσχυση της Ζήτησης για Συνεδριακό Τουρισμό μετά τη διεξαγωγή της. Εκτιμάται επίσης ότι θα συμβάλει θετικά στην ποιοτική αναβάθμιση αυτής της Ζήτησης.

β) Συνέδρια μεσαίου μεγέθους.

Η μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη αύξηση των ταξιδιών για συνέδρια μεσαίου μεγέθους, σε διάφορες περιοχές, αποτελούν τα δύο κύρια πεδία ενίσχυσης - σε όγκο και ποιότητα - της Ζήτησης για συνεδριακό τουρισμό.

7. ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΥΠΟΔΟΜΩΝ - ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΑ ΣΥΝΘΕΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Προσφέρονται διαφορετικών τύπων και ειδών υποδομές και υπηρεσίες ειδικά στα συνέδρια.

Υπάρχει ένα, αρκετά μεγάλο, εύρος χαρακτηριστικών στις προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες Συνεδριακού τουρισμού στη χώρα. Η κατάσταση κρίνεται αρκετά ικανοποιητική στις συνεδριακές δραστηριότητες.

β) Προσφέρονται σύνθετα προϊόντα (συνδυασμοί με διακοπές, ειδικές μορφές τουρισμού κ.λ.π.)

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει προσφορά σύνθετων προϊόντων με βάση κάποιο συνέδριο. Τα προϊόντα αυτά οργανώνονται μετά από παραγγελία του πελάτη και συνδέονται άμεσα με τα συνέδρια. Συνήθως πρόκειται για προϊόντα, τα οποία συνδέουν το συνέδριο με πολιτιστικές, ψυχαγωγικές, φυσιολατρικές δραστηριότητες.

Αδύνατα σημεία (strengths)

α) Ανεπαρκής προσφορά σε σύγχρονα προϊόντα, σχετικά με τα συνέδρια (π.χ. συνέδρια και κρουαζιέρες, tele- conference)

Δεν κρίνεται επαρκής η προσφορά σύγχρονων και τεχνολογικά προηγμένων προϊόντων σχετικά με τα συνέδρια, Π. χ. tele - conference, συστηματική χρήση internet, Συνέδρια και κρουαζιέρες, Συνέδρια και εκπαίδευση.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Εθνικό και τοπικό επίπεδο σύνθετα προϊόντα συνεδριακού τουρισμού - τουρισμού διακοπών - πολιτισμού.

Μεσοπρόθεσμα οι επενδυτικές και επιχειρηματικές ευκαιρίες, εντοπίζονται σε εθνικό και ιδιαίτερα, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, στην οργάνωση, την προβολή και την πώληση Σύνθετων προϊόντων Συνεδριακού τουρισμού. Τέτοια μπορεί να είναι ο συνδυασμός με διακοπές, ο συνδυασμός με πρόγραμμα εκπαίδευσης, ο συνδυασμός με πολιτιστικές περιηγήσεις, ο συνδυασμός με αστικό τουρισμό, ο συνδυασμός με φυσιολατρία κ. α.

8. ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Ισχυρά σημεία (strengths)

α) Θετικό το κλίμα για επενδύσεις από Ελλάδα και διεθνώς.

Από την δεκαετία του '90 εκτιμάται ότι ξεκίνησε μία περίοδος, ιδιαίτερα θετική, για τις επενδύσεις στον Τουρισμό. Η έμφαση δόθηκε στην προσέλκυση βιώσιμων επενδυτικών σχεδίων, από το εξωτερικό και την Ελλάδα, και στην διαφοροποίηση του Τουριστικού προϊόντος, με συνεχή εξειδίκευση των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών. Στο πλαίσιο αυτό ευνοούνται και οι επενδύσεις προς Ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο Συνεδριακός.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Καθυστερήσεις στις διαδικασίες από το κράτος και τις τράπεζες.

Υπάρχουν σημαντικές πιθανότητες καθυστερήσεων στις εγκρίσεις και χορηγήσεις δανείων για επενδυτικά σχέδια. Οφείλονται στην γραφειοκρατία, αλλά και στις συχνές, επικαλύψεις αρμοδιοτήτων, ανάμεσα σε Υπουργεία και Ο. Τ. Α. Προβλήματα αυτού του τύπου προκύπτουν - σε μικρότερο συνήθως βαθμό - και από το τραπεζικό σύστημα.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Πολλές ευκαιρίες, ιδιαίτερα σε τουριστικά και αστικά κέντρα.

Οι επενδυτικές ευκαιρίες εκτιμάται ότι είναι πολύ ικανοποιητικές στον Συνεδριακό Τουρισμό. Ιδιαίτερα ευνοημένες είναι οι αναπτυσσόμενες τουριστικές περιοχές και τα αστικά κέντρα της υπαίθρου, που βρίσκονται πλησίον περιοχών με τουριστικούς πόρους (πολιτιστικούς, περιβαλλοντικούς, ψυχαγωγικούς κ. α.)

9. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Ισχυρά σημεία (strengths)

α) Το ευνοϊκότερο και το ειδικό θεσμικό πλαίσιο ευνοούν την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων στον κλάδο

Ο Συνεδριακός Τουρισμός ευνοείται στην ανάπτυξη του από μία πληθώρα πολιτικών και διατάξεων του ευρύτερου θεσμικού πλαισίου για τον τουρισμό και την πολιτική της Ε. Ε. Παρομοίως, θετική είναι και η επίπτωση από την ύπαρξη ενός εξειδικευμένου θεσμικού πλαισίου για τον Συνεδριακό Τουρισμό στην χώρα.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Καθυστερήσεις στην εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου

Συχνά παρατηρείται στον Τουρισμό - και στους ειδικότερους κλάδους του, όπως ο Συνεδριακός - μία καθυστέρηση στην εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου, ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο, με αρνητικά αποτελέσματα για την επενδυτική και αναπτυξιακή δραστηριότητα. Το γεγονός οφείλεται κυρίως, σε επικαλύψεις, αλλά και σε ασάφειες σχετικές με τις αρμοδιότητες κεντρικού κράτους Ο. Τ. Α.

10. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ Ε. Ο. Τ.

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Μεγάλη η ποικιλία των πόρων που συνδέεται με αυτόν τον τύπο του τουρισμού

Η σημαντική, σε αριθμό στοιχείων, περιουσία του Ε. Ο. Τ. Χαρακτηρίζεται από μία ποικιλία πόρων και υποδομών. Κοινό τους χαρακτηριστικό αποτελεί το, ότι ένα υψηλό ποσοστό από τα στοιχεία αυτά, άμεσα ή έμμεσα, συνδέονται με την ανάπτυξη και λειτουργία του Συνεδριακού Τουρισμού και μάλιστα με μία ικανοποιητική διασπορά.

Ευκαιρίες (opportunities)

α) Προώθηση επενδυτικών σχεδίων με βάση κάποιο στοιχείο ή ομάδα στοιχείων της περιουσίας.

Πολλές είναι οι ευκαιρίες που εκτιμάται ότι υπάρχουν, σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, από την προώθηση επενδυτικών σχεδίων, τα οποία θα έχουν ως βάση κάποιο ή κάποια στοιχεία από αυτά που περιέχονται στην περιουσία του Ε. Ο. Τ. Υπάρχει επίσης, η δυνατότητα συνδυασμού κάποιων από αυτά τα στοιχεία με άλλες υποδομές και πόρους του Τουρισμού.

11. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Δυνατά σημεία (strengths)

α) Επαρκής αριθμός απασχολούμενων σε συνεδριακά κέντρα.

Ο αριθμός των απασχολούμενων σε εξειδικευμένα πρακτορεία, συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία κρίνεται επαρκής για την λειτουργία του Συνεδριακού Τουρισμού. Οι τάσεις όμως περαιτέρω επέκτασης του κλάδου, επιβάλλουν σύντομα, τόσο την αύξηση, όσο και την ποιοτική αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.

β) Ικανοποιητικός αριθμός απασχολούμενων σε παρεμφερείς κλάδους (εταιρίες μεταφορών, μετάφρασης, οπτικοακουστικού εξοπλισμού, catering.)

Ο αριθμός των απασχολούμενων σε παρεμφερείς κλάδους του τουριστικού τομέα είναι ικανοποιητικός και μάλιστα αναμένεται να αυξηθεί, καθώς ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει μία σταθερά ανοδική πορεία.

Αδύνατα σημεία (weaknesses)

α) Ελλείψεις σε εξειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό σε οργάνωση και διαχείριση συνεδρίων

Υπάρχουν σημαντικές ελλείψεις σε εξειδικευμένο προσωπικό, αλλά ακόμη και σε επαρκώς καταρτισμένο προσωπικό, στον κλάδο του Συνεδριακού Τουρισμού. Οι αιτίες συνδέονται και με τη γενικότερη χρονική υστέρηση στην ανάπτυξη του κλάδου αλλά και με την αδυναμία επί πολλά χρόνια να συνδεθεί άμεσα, το εκπαιδευτικό σύστημα με την αγορά εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ / ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1 Οι δυνατότητες και οι προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού

Όπως έχει διαπιστωθεί, υπάρχει ένα διαρκώς εξελισσόμενο δίκτυο συνεδριακών κέντρων όχι μόνο στην Ευρώπη, αλλά και στις Η.Π.Α. και στην Ιαπωνία, ενώ η τεχνογνωσία που εφαρμόζεται στο διεθνές προσκήνιο, δεν εφαρμόζεται το ίδιο αποτελεσματικά από όλους στην χώρα μας, ούτε έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Τόσο ο εσωτερικός επαγγελματικός τουρισμός όσο και ο διεθνής, χρειάζεται τους ανάλογους συνεδριακούς - εκθεσιακούς χώρους και τα ανάλογα ξενοδοχειακά καταλύματα. Το ίδιο ισχύει και για τις κάθε μορφής εκδηλώσεις που διοργανώνονται σε τοπικό, νομαρχιακό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Είναι όμως γεγονός, ότι τα ξενοδοχεία σε περιόδους τουριστικής αιχμής έχουν δικαίωμα να μην δεχτούν μια διοργάνωση, αφού έχει διαπιστωθεί ότι οι διαμένοντες παραθεριστές στο ξενοδοχείο, δεν επιθυμούν την γενικότερη αναστάτωση που προξενεί η διεξαγωγή τους. Έτσι, σχεδόν κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση που λειτουργεί με καθαρά επιχειρηματικά κριτήρια, διατηρεί το δικαίωμα να μην δεχτεί όποια διοργάνωση δεν θα έχει το επιδιωκόμενο οικονομικό ή διαφημιστικό αποτέλεσμα.

Η σημασία του πολιτιστικού στοιχείου και η ανάπτυξη συνεδριακών κέντρων σε περιοχές που προσφέρουν ποικιλία τέτοιων στοιχείων, όπως μνημεία, μουσεία, αξιοθέατα, θεατρικές παραστάσεις, όπερα κ.α., είναι μεγάλη μιας και οι απαιτήσεις των συνέδρων και των συνοδών τους είναι σαφώς μεγαλύτερες και δημιουργούν περαιτέρω ανάγκες για ψυχαγωγία, διασκέδαση, κάλυψη ενδιαφερόντων κ.λ.π.

Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA, δίνεται μεγάλη βαρύτητα από τα Convention Bureau στα επιστημονικά συνέδρια, διότι οι

καθηγητές, τα πανεπιστήμια, τα ινστιτούτα κ.λ.π. δημιουργούν μια διεθνή ζήτηση επιδιώκοντας την διεξαγωγή τους στον χώρο τους. Συγκεκριμένα τα ιατρικά συνέδρια παραμένουν πρώτα σε αριθμό, γι' αυτό και πολλά πανεπιστήμια στο εξωτερικό παίζουν πρωταρχικό ρόλο στον συνεδριακό τουρισμό.

Όσον αφορά στην χρηματοδότηση των συνεδριακών χώρων, οι συνηθέστεροι τρόποι χρηματοδότησης είναι από το κράτος, από ιδιωτικές χορηγίες, από φόρους σε γύρω ξενοδοχεία, από πώληση μετοχών του συνεδριακού κέντρου, με την παροχή γης δωρεάν σε επενδυτές με ανώνυμες εταιρίες που αντλούν κεφάλαια από χρηματιστήρια και με δάνεια εγγυημένα από το κράτος.

4.2 Οι παράγοντες που επηρεάζουν τον συνεδριακό τουρισμό και τα θετικά και αρνητικά τους σημεία

Τα μεγάλα ξενοδοχεία, κυρίως πολυτελούς και πρώτης κατηγορίας, διαθέτουν αίθουσες δυναμικότητας 500-1.500 ατόμων. Αυτό συμβαίνει γιατί στην πλειοψηφία των συνεδρίων παρευρίσκονται περισσότεροι από 500 συμμετέχοντες. Ακολουθούν τα μικρότερα σε δυναμικότητα ξενοδοχεία της δεύτερης και τρίτης κατηγορίας, που και αυτά με την σειρά τους προσφέρουν τα μέγιστα και προσπαθούν να εξυπηρετήσουν εκείνο το κομμάτι των συνέδρων που δεν έχει τόσες απαιτήσεις και που επιδιώκει όμως ένα εξίσου καλό αποτέλεσμα.

Βέβαια ο συνεδριακός χώρος δεν αποτελεί τον μοναδικό παράγοντα που καθορίζει ένα επιτυχημένο συνέδριο. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες όπως η φιλοξενία των συμμετεχόντων, η τοποθεσία του ξενοδοχείου, ο οπτικοακουστικός και τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός, η ηχομόνωση του χώρου, η ασφάλεια των πελατών, η εύκολη πρόσβαση από και προς το ξενοδοχείο, η πολιτική των τιμών, ο ανταγωνισμός, οι προδιαγραφές του συνεδριακού χώρου, η αποτελεσματικότητα των κρατήσεων, το εύκολο check in και check out, η ποιότητα των επισιτιστικών τμημάτων κ.α.

Στην περίπτωση που ο συνεδριακός τουρισμός συνδυαστεί με τις υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τα αποτελέσματα αναμένονται θεαματικά γιατί η χώρα μας διαθέτει μια μεγάλη

ποικιλία φυσικών και τεχνητών πόρων, που προσελκύουν πάρα πολλούς τουρίστες οι οποίοι ενδιαφέρονται να την γνωρίσουν σε βάθος.

Σε αυτό συμβάλλει και η μεγάλη περιουσία του Ε.Ο.Τ., που δεν παραμένει ανεκμετάλλευτη, αλλά βρίσκει επενδυτές για να αξιοποιηθεί κατάλληλα. Τόσο λοιπόν οι ιαματικές εγκαταστάσεις και τα λουτρά, οι πλαζ, οι μαρίνες, τα κάμπινγκ, τα ξενοδοχεία όσο και τα σπήλαια, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία, τα δάση, τα παραδοσιακά κτίσματα κ.λ.π. που είναι λίγα μόνο από τα περιουσιακά στοιχεία του Ε.Ο.Τ., αποτελούν πόλους έλξης και προσφέρουν ευκαιρίες που θα καρποφορήσουν στο μέλλον.

Γενικότερα η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δημιουργεί μια νέα δυναμική στην ανάπτυξη της οικονομίας μας, γιατί η δημιουργία των απαιτούμενων εγκαταστάσεων και των μεγάλων έργων θα οδηγήσουν στην αύξηση της παραγωγικότητας της ελληνικής βιομηχανίας, μιας και ο συνεδριακός τουρισμός αναμφίβολα προϋποθέτει την ανάπτυξη τουριστικών υποδομών της χώρας μας.

Προκειμένου το προϊόν μας να γίνει ανταγωνιστικό και οι επιχειρήσεις μας βιώσιμες, είναι απαραίτητη η ύπαρξη πολλών ειδών και τύπων υποδομών και δραστηριοτήτων. Βέβαια κάθε τέτοια προσπάθεια συντονίζεται και υποστηρίζεται από το κράτος, γι' αυτό και το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο ευνοεί την ανάπτυξη τέτοιων δραστηριοτήτων με τις επιχορηγήσεις και τις δανειοδοτήσεις που προσφέρει στους ενδιαφερόμενους επενδυτές. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα έχουν δοθεί κίνητρα και σε παραμεθόριες περιοχές, οι οποίες άρχισαν να δραστηριοποιούνται προς αυτόν τον τομέα.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Ο συνεδριακός τουρίστας συγκεντρώνει στο σύνολο του όλα τα χαρακτηριστικά του ποιοτικού τουρίστα. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι ως επί το πλείστον υψηλού εισοδηματικού και πολιτιστικού επιπέδου και στην περίπτωση της διεξαγωγής συνεδρίων, οι δαπάνες στις οποίες επιδίδεται είναι σχεδόν τριπλάσιες από αυτές στις οποίες προβαίνει ένας κλασικός τουρίστας. Δείχνει ιδιαίτερη εκτίμηση στις ιστορικές και πολιτιστικές ρίζες ενός τόπου ενώ ταυτόχρονα οι απαιτήσεις του διαρκώς αυξάνονται.

Έχει πάντως διαπιστωθεί με μαθηματική βεβαιότητα, ότι αν ο συνεδριακός τουρίστας, και όχι μόνο, μείνει ικανοποιημένος από την διαμονή του σε έναν τόπο, τότε είναι πρόθυμος να επιστρέψει στο ίδιο ξενοδοχείο για τις διακοπές του και συχνά προσελκύει φίλους και γνωστούς ως δευτερογενή πελατεία.

Ο συνεδριακός τουρισμός χρησιμοποιεί τη δωρεάν διαφήμιση μέσω των συνέδρων του, οι οποίοι καλούνται να μεταδώσουν την εμπειρία τους από τον τόπο υποδοχής τους και στους υπόλοιπους συναδέλφους τους και μη, που δεν παρευρέθηκαν. Ακόμη οδηγεί στην εισροή περισσότερου συναλλάγματος, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και φυσικά προσφέρει εργασιακές ευκαιρίες σε πληθώρα επαγγελματιών, τόσο στον ιδιωτικό τομέα, όσο και στην ευρύτερη οικονομία της χώρας.

Βέβαια απαιτείται η ύπαρξη του κατάλληλα εξειδικευμένου και άρτια καταρτισμένου προσωπικού, το οποίο καλείται να διευκολύνει και να εξυπηρετήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τον « απαιτητικό » τουρίστα του συνεδριακού τουρισμού. Το ίδιο ισχύει και για τους έμμεσα απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία, π.χ. εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης, τράπεζες κ.α., γιατί η στελέχωση του προσωπικού αντικατοπτρίζει το πνευματικό επίπεδο μιας χώρας συντελώντας στην εδραίωση της γνώμης που διαμορφώνει κάθε τουρίστας που επισκέπτεται την Ελλάδα.

Άλλο ένα πολύ σημαντικό στοιχείο, που βοήθησε και ακόμη βοηθάει στην ανάδειξη της χώρας μας, ήταν η ανάληψη της Ολυμπιάδας. Αναμφισβήτητα οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν ένα κοινωνικό, αθλητικό, οικονομικό και εμπορικό γεγονός, το οποίο συγκέντρωσε το διεθνές ενδιαφέρον. Στατιστικές μελέτες έχουν αποδείξει ότι κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αυστραλία, η χώρα πραγματοποίησε υπερδιπλάσια συνέδρια λόγω της Ολυμπιάδας. Έτσι και η χώρα μας το 2004 βρέθηκε στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος και για τον ίδιο λόγο θα προσελκύσει πολλά μεγάλα συνέδρια.

Η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 από την χώρα μας, δημιούργησε νέες προοπτικές στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας. Τα έργα υποδομής που πραγματοποιήθηκαν δημιούργησαν καλύτερες συνθήκες και επηρέασαν θετικά τον τουρισμό μας, μιας και οι αυξημένες απαιτήσεις των τουριστικών

υπηρεσιών οδήγησαν στον εκσυγχρονισμό των παλαιών μονάδων και στην ανοικοδόμηση νέων.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο που να πιστοποιεί την λειτουργία CVB σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και για τον Θεσμό των συνεδριουπόλεων, γι' αυτό η δημιουργία φορέων που θα εντάξουν διάφορες περιοχές της χώρας μας στο διεθνή χάρτη των συνεδρίων, είναι αναγκαία.

Πριν λίγα χρόνια άρχισαν προσπάθειες από ιδιώτες με στόχο να δημιουργηθεί ένας φορέας-εκφραστής της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού, που θα αγκαλιάσει όλες τις εμπλεκόμενες πλευρές στον κλάδο των συνεδρίων και σιγά-σιγά πλησιάζουν στον στόχο τους.

Σήμερα, οι κυριότεροι χρηματοδότες των διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα είναι το Υπουργείο Πολιτισμού, ο Ε.Ο.Τ. και η Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας. Όσον αφορά στα τουριστικά γραφεία που εξειδικεύονται στην οργάνωση συνεδρίων, δεν υπάρχει νομικό πλαίσιο στο οποίο να μπορούν να κινηθούν οι διοργανωτές.

Είναι γεγονός πως εάν η χώρα μας διέθετε τους απαραίτητους χώρους, θα μπορούσε να εξελιχθεί σε ένα παγκόσμιο συνεδριακό κέντρο. Δυστυχώς όμως η έλλειψη τέτοιων χώρων, μετατρέπει χώρους συναυλιών ή κλειστών σταδίων σε συνεδριακούς χώρους, όπως είναι το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών και το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας. Παρ' όλα αυτά, η ιδιωτική πρωτοβουλία κατάφερε να οδηγήσει στην δημιουργία μικρότερων συνεδριακών χώρων για μικρής εμβέλειας συνέδρια, όπως είναι το Συνεδριακό Κέντρο της Αγροτικής Τράπεζας.

Ένα ακόμα πρόβλημα της Αθήνας που την κάνει απωθητική από τη διοργάνωση διεθνών κυρίως συνεδρίων, είναι το κυκλοφοριακό που παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονο και που η ολοκλήρωση του μετρό και της Αττικής οδού ήρθαν να διευκολύνουν λίγο την κατάσταση. Σοβαρά είναι επίσης τα προβλήματα που δημιουργούνται από την έλλειψη επαρκών χώρων στάθμευσης.

Επίσης, το γεγονός ότι μειώθηκαν πολλά δρομολόγια διεθνών προορισμών προς το αεροδρόμιο της χώρας μας, αποτελεί έναν ακόμη ανασταλτικό παράγοντα. Στο ίδιο αποτέλεσμα οδηγεί και η μείωση πολλών δρομολογίων των Ολυμπιακών Αερογραμμών, οι

συχνές απεργίες των υπαλλήλων της καθώς και των υπαλλήλων της Πολιτικής Αεροπορίας, όπως επίσης και η αναγκαστική αλλαγή αεροπλάνου στην Αθήνα μιας και δεν υπάρχουν απευθείας πτήσεις για τους ενδοχώριους συνεδριακούς προορισμούς, η οποία αυξάνει το κόστος.

Ταυτόχρονα, η Ελλάδα δεν έχει προβάλλει όσο θα έπρεπε, τις δυνατότητες που προσφέρει για συνέδρια μέσω ειδικών video και CD-ROMs με αντικείμενο την προβολή των συνεδρίων, μέσω αφισών και μέσω κάποιου έγκυρου συνεδριακού εντύπου, το οποίο θα ενημερώνει συνεχώς τους αναγνώστες του για τις διεθνείς τάσεις και εξελίξεις. Επίσης, μια από τις σοβαρότερες ελλείψεις είναι η έλλειψη διαφημιστικού σλόγκαν και λογότυπου.

Βέβαια, παρά τα όποια προβλήματα και τις όποιες ελλείψεις, η χώρα μας διατηρεί μια αρκετά σημαντική θέση στις προτιμήσεις των ξένων για συνεδριακό τουρισμό και αυτό οφείλεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της που την διαφοροποιούν από τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες, όπως: το καλό κλίμα, κυρίως κατά την χειμερινή περίοδο, τα σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία, την παγκοσμίου φήμης ελληνική φιλοξενία και κουζίνα κ.α.

4.3 Πολιτική για την προώθηση της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού

Πρώτα από όλα, θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα όχι μόνο στην ύπαρξη κατάλληλα διαμορφωμένων χώρων που να ανταποκρίνονται στις διεθνείς απαιτήσεις, αλλά πολύ περισσότερο στην δημιουργία θεσμικού πλαισίου και πιστοποίησης των τουριστικών γραφείων που αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, είτε αυτά λειτουργούν αυτοτελώς, είτε ως τμήμα μιας τουριστικής επιχείρησης.

Έχει αποδειχθεί με βάση την παγκόσμια τουριστική πρακτική, ότι η λειτουργία CVB είναι αναγκαία και απαραίτητη για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και όχι μόνο. Στην Ελλάδα, τα πεπειραμένα γραφεία που σχεδιάζουν και διοργανώνουν συνέδρια και πάσης φύσης εκδηλώσεις, είναι λίγα, ενώ υπάρχει έλλειψη CVB, η οποία μπορεί να προωθηθεί είτε στα πλαίσια

λειτουργίας του Ε.Ο.Τ., είτε σε συνεργασία με άλλους φορείς, όπως η τοπική αυτοδιοίκηση.

Στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας, θα πρέπει να δημιουργηθούν Convention Bureau, τα οποία θα αναλάβουν εξ' ολοκλήρου την προώθηση, την διαφήμιση, την γνωστοποίηση του τουριστικού προϊόντος, την πώληση του και γενικότερα την εξυπηρέτηση μιας επαγγελματικής διοργάνωσης στην ευρύτερη περιοχή που αντιπροσωπεύουν.

Ακόμη η ύπαρξη ενός επαγγελματικού οδηγού με πληροφορίες, όχι μόνο για τα συνεδριακά κέντρα της περιοχής ή της χώρας που προωθείται, αλλά και με άλλες πληροφορίες που έχουν σχέση με καταστήματα, με τον καιρό, με μνημεία, με μουσεία, με θεατρικές παραστάσεις, με πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.α.

Εξίσου χρήσιμη θα ήταν και η λειτουργία μιας βάσης δεδομένων, είτε σε έντυπη, είτε σε ηλεκτρονική μορφή, η οποία θα παρουσιάζει όλα τα στοιχεία που αφορούν σε συνέδρια-εκθέσεις, ανά είδος, χώρα και φορέα διοργάνωσης. Η βάση αυτή θα ενημερώνεται τακτικά και θα αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο για όσους διοργανώνουν ή εξυπηρετούν συνέδρια και παρεμφερείς διοργανώσεις. Έτσι, γνωρίζοντας τις τάσεις, τις επιθυμίες και τις απαιτήσεις, τόσο των διοργανωτών, όσο και των συμμετεχόντων και συνοδών τους, θα μπορεί να οργανωθεί και να λειτουργήσει καλύτερα και ουσιαστικότερα η επαγγελματική τουριστική αγορά.

Άλλο ένα μέτρο που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη, είναι η ύπαρξη άριστης συγκοινωνιακής και μεταφορικής σύνδεσης. Η εύκολη και γρήγορη πρόσβαση και μεταφορά των επαγγελματιών τουριστών, πρέπει να συμβαδίζει με το δίκτυο συγκοινωνιών μιας χώρας. Ο συνεδριακός τουρισμός δεν μπορεί να αναπτυχθεί χωρίς την ολοκλήρωση του οδικού, σιδηροδρομικού και ακτοπλοϊκού δικτύου της χώρας, καθώς και χωρίς την βελτίωση των αερομεταφορών.

Μεγάλη σημασία θα πρέπει να δοθεί και στην δημιουργία ενός συνεδριακού δικτύου, το οποίο θα περιλαμβάνει όλα τα κατάλληλα συνεδριακά κέντρα και χώρους. Το δίκτυο αυτό είναι απαραίτητο, γιατί τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα, εκτός από μια κύρια αίθουσα δεν διαθέτουν τις κατάλληλες διπλανές μικρότερες αίθουσες που διαθέτουν τα συνεδριακά κέντρα.

Αντίθετα τα συνεδριακά κέντρα που είναι εξ αρχής σχεδιασμένα για τη διενέργεια συνεδρίων, συμποσίων, εκθέσεων κ.λ.π.,

διαθέτουν όλες τις διευκολύνσεις που χρειάζονται, προσφέρουν και την δυνατότητα τεχνολογικής και μεταφραστικής υποστήριξης. Τα περισσότερα συνεδριακά κέντρα λοιπόν, επειδή αποτελούν μοχλό οικονομικής, και όχι μόνο, ανάπτυξης για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στον επαγγελματικό τουρισμό, πρέπει να αναδιοργανωθούν.

Παράλληλα, αποτελούν πηγή εσόδων αφού αυξάνουν τον τζίρο στην πόλη πραγματοποίησης της διοργάνωσης. Αυτό το δίκτυο θα μπορούσε να πάρει την μορφή ενός δικτύου πόλεων όπου υπάρχουν ξενοδοχεία με συνεδριακές εγκαταστάσεις και συνεδριακά κέντρα.

Οι μορφές αυτών των δικτύων συναντώνται και στην διεθνή πρακτική και πηγάζουν από το γεγονός ότι τα συνεδριακά κέντρα έχουν μια περισσότερο ανεξάρτητη πολιτική, η οποία συμβαδίζει συνήθως με την πολιτική των πόλεων στην οποία βρίσκονται, ενώ οι συνεδριακοί χώροι μέσα σε ξενοδοχεία εξαρτώνται από την γενικότερη κίνηση και πολιτική του ξενοδοχείου. Η πράξη έχει αποδείξει ότι το δίκτυο συνεδριακών κέντρων και συνεδριακών τουριστικών πόλεων, μπορεί να συνδυαστεί με το δίκτυο πολιτιστικών πόλεων.

Η ελληνική βιομηχανία βασίστηκε σε μια σύνθεση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας μας, ως τουριστικού προορισμού. Αυτή η σύνθεση περιλαμβάνει τις φυσικές ομορφιές, το ήπιο κλίμα και τον μνημειακό πλούτο. Εξάλλου, η μεγάλη μάζα των επισκεπτών που προτιμάει την χώρα μας, έρχεται στην Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, τις αρχαιότητες, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων.

Η ανάπτυξη των ποιοτικότερων και αποδοτικότερων μορφών τουρισμού, στις οποίες ανήκει και ο συνεδριακός τουρισμός, αποτελεί στόχο. Παράλληλα, η επέκταση της τουριστικής περιόδου, πριν και μετά την αιχμή, και η βελτίωση της πληρότητας των καταλυμάτων, είναι ένας στόχος που μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Κατά τον ίδιο τρόπο, θα πρέπει να υποστηριχτεί μια τιμολογιακή πολιτική ανταγωνιστικού επιπέδου, η οποία θα συνοδεύεται από οργάνωση του τομέα ενημέρωσης και πωλήσεων. Επίσης, με την οργάνωση των υποδομών μπορεί να αναπτυχθεί ο

επαγγελματικός τουρισμός και οι υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, καθώς και η ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το συγκριτικό πλεονέκτημα των πολιτιστικών μας στοιχείων, οργανωμένων με σύγχρονους τρόπους επικοινωνίας και με νέες ιδέες παρουσίασης.

Για να μπορέσουν να επιτευχθούν όλα τα παραπάνω, θα πρέπει να γίνουν παρεμβάσεις σε κάποιους βασικούς τομείς, όπως στον εκσυγχρονισμό των υποδομών όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, στην εκπαίδευση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού, στην δημιουργία καλά οργανωμένων δικτύων ηλεκτρονικής διαχείρισης δεδομένων και πληροφόρησης, αλλά και στην οργάνωση και ενίσχυση των μεγάλων επενδύσεων, όπως άρτια εξοπλισμένα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα με επιπλέον αίθουσες. Και όλα αυτά βέβαια, θα πρέπει να υλοποιηθούν με κύριο γνώμονα την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού, πολιτιστικού και ιστορικού περιβάλλοντος της χώρας μας.

Γενικότερα, θα πρέπει να γίνει αναβάθμιση ολόκληρης της τουριστικής αλυσίδας των υπηρεσιών, που συνίστανται σε μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, πολιτιστικές εκδηλώσεις και όχι μόνο, υπηρεσίες υγείας, απασχόλησης, κατάρτισης, κ.α.

Κάθε χώρα λοιπόν, οφείλει να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος, για να μπορέσει να οργανωθεί σωστά και να στεφθεί με επιτυχία μια μεγάλη διοργάνωση, όπως τα συνέδρια, οι εκθέσεις, κ.λ.π. Επειδή όμως η ανάπτυξη των συνεδριακών χώρων βασίζεται στην πολιτική κινήτρων που διαμορφώνουν οι εκάστοτε αναπτυξιακοί νόμοι, θα πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή νέοι τρόποι χρηματοδότησης, προκειμένου να χρηματοδοτηθούν οι υπάρχοντες συνεδριακοί χώροι.

Διάφοροι διεθνείς οργανισμοί, όπως IAPCO, ICCA, κατά καιρούς προσπάθησαν να κωδικοποιήσουν μέσα σε οδηγούς για συνεδριακούς χώρους, τις διεθνείς απαιτήσεις των οργανωτών συνεδρίων για ένα επιτυχημένο συνέδριο ή συνεδριακό κέντρο, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην λειτουργικότητα των χώρων και στην περιγραφή τους.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός, αποτελεί αναμφίβολα μια επικερδή μορφή τουρισμού, γιατί τα τελευταία χρόνια έχουν διαφοροποιηθεί σημαντικά και με πολύ έντονους ρυθμούς, οι συνθήκες ανάπτυξης της μορφής αυτής. Πιο συγκεκριμένα, με την διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας που πραγματοποιήθηκε με την πάροδο των τελευταίων χρόνων, η μορφή αυτή συνδέθηκε με ένα ευρύτερο φάσμα ανθρώπων, υψηλότερου βιοτικού επιπέδου και με αυξημένες δαπάνες.

Παράλληλα, ο συνεδριακός τουρισμός κινητοποίησε και δραστηριοποίησε μια πολύ μεγάλη γκάμα επιχειρήσεων, που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική βιομηχανία, όπως τουριστικά γραφεία, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, συνεδριακές εγκαταστάσεις, αεροπορικές εταιρίες, γραφεία ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού, κ.α.

Κύριο χαρακτηριστικό της αλματώδους ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, είναι η αφύπνιση του ενδιαφέροντος τόσο των κρατικών φορέων, όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, καθώς και η επένδυση σε έργα υποδομής, όπως η ίδρυση συνεδριακών κέντρων, η βελτίωση του ήδη υπάρχοντος οπτικοακουστικού εξοπλισμού, κ.α.

Όλα αυτά έχουν σαν στόχο, την απόσπαση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μεριδίου, από την συνεχώς αυξανόμενη πίτα της τουριστικής αγοράς. Αυτό βέβαια, προϋποθέτει την καταβολή κάθε μέγιστης δυνατής προσπάθειας, για την πλήρη ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του επαγγελματία τουρίστα.

Είναι απαραίτητη η αναγνώριση, η κατανόηση και η μελέτη των κυριότερων χαρακτηριστικών αυτού του είδους τουρίστα, που συνίστανται στην εξοικείωση του με το άριστο επίπεδο παροχής υπηρεσιών, στον μεγάλο βαθμό απαίτησης για την αντίστοιχη παρεχόμενη ποιότητα και στην δυνατότητα μεταφοράς της εμπειρίας τους σε οικογένεια, φίλους, γνωστούς, συγγενείς και συναδέλφους, εφόσον η κοινωνική και οικονομική τους θέση τους καθιστά σημαντικούς μοχλούς διαφήμισης ή και δυσφήμισης της χώρας προορισμού.

Διαπιστώνουμε λοιπόν, ότι ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί ποιοτικό τουρισμό που στηρίζεται σε ανώτατα επίπεδα παροχής υπηρεσιών, καθώς και επιλεκτικό τουρισμό, εφόσον μόνο μια σχετικά μικρή κατηγορία ανθρώπων έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ταξίδια υψηλής τουριστικής δαπάνης.

Τέλος, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο και αναβαθμισμένο τουριστικό προϊόν, να προσφερθούν οι καλύτερες δυνατές υπηρεσίες και ο πελάτης να αποτελέσει το επίκεντρο της όλης τουριστικής δραστηριότητας.

Οι δυνατότητες και οι προοπτικές ανάπτυξης και εξέλιξης αυτής της μορφής τουρισμού στην χώρα μας, ενδυναμώνονται συνεχώς και με ιδιαίτερη προσοχή τα τελευταία χρόνια. Άλλωστε, μέσα από την σωστή προβολή και προώθηση τους συνεδριακού τουρισμού, και όχι μόνο, η Ελλάδα έχει να κερδίσει πολλά, τόσο σε επίπεδο φήμης, όσο και σε οικονομικό επίπεδο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

<i>ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ</i>	
<i>Τουριστικοί πόροι</i>	<i>Χαρακτηριστικά</i>
<i>Φυσικό περιβάλλον</i>	<ul style="list-style-type: none">• 49,3 % δασικές εκτάσεις• 21 λίμνες συνολικής επιφάνειας 59.890 εκταρίων και 14 τεχνητές λίμνες• ακτογραμμή μήκους 15.00 χλμ. (αμμώδεις παραλίες, παράκτιοι υγρότοποι)• πλούσια χλωρίδα με περισσότερα από 6.000 είδη και υποείδη φυτών• ποικιλία πανίδας (116 είδη θηλαστικών, 422 είδη πουλιών, 447 είδη ψαριών)• τόποι ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (7.500 σπήλαια, 10 εθνικοί δρυμοί, 19 αισθητικά δάση, 53 διατηρητέα μνημεία φύσης, 2

		<p>Θαλάσσια πάρκα, 11 υγράτοποι διεθνούς σημασίας, 2 περιοχές ειδικής σημασίας, 14 μνημεία και τόποι παγκόσμιας κληρονομιάς</p> <ul style="list-style-type: none"> • 227 κατοικημένα νησιά (τα 164 βρίσκονται στο Αιγαίο πέλαγος)
	<i>Τουριστική υποδομή</i>	<ul style="list-style-type: none"> • το 59,9 % των ξενοδοχειακών μονάδων και το 62,2 % των ξενοδοχειακών κλινών βρίσκεται στα ελληνικά νησιά • 5 μεγάλα διεθνή αεροδρόμια (Αθηνών, Θεσ/κης, Κέρκυρας, Ηρακλείου, Ρόδου) • 22 μικρότερα αεροδρόμια
<i>Ειδική τουριστική υποδομή</i>	Ορεινός - χειμερινός τουρισμός	<ul style="list-style-type: none"> • 16 χιονοδρομικά κέντρα • 62 ορεινά καταφύγια
	Τουρισμός υγείας	<ul style="list-style-type: none"> • 3 κέντρα θαλασσοθεραπείας (2 στην Κρήτη, 1 στην Αττική) • 18 υδροθεραπευτήρια σε ιαματικές πηγές εθνικής σημασίας • 2 πηλοθεραπευτήρια
	Θαλάσσιος τουρισμός	<ul style="list-style-type: none"> • 16 λιμένες σκαφών αναψυχής (μαρίνες) με 6.182 θέσεις ελλιμενισμού • 1 καταφύγιο τουριστικών σκαφών με 30 θέσεις • 3 ξενοδοχειακοί λιμένες με 73 θέσεις

	<p>Πολιτιστικός τουρισμός</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 86 μουσεία • 64 επισκέψιμοι αρχαιολογικοί χώροι • 600 παραδοσιακοί οικισμοί • 10.000 κηρυγμένα μνημεία, βυζαντινές & μεταβυζαντινές εκκλησίες, μοναστήρια • αίθουσες συναυλιών, αρχαία θέατρα, αίθουσες τέχνης, πολιτιστικά κέντρα, θεατρικές σκηνές. • παραδοσιακή μουσική, έθιμα, λαογραφικές εκδηλώσεις κ. α.
--	-----------------------------------	---

<p><i>Ειδική τουριστική υποδομή</i></p>	<p>Συνεδριακός τουρισμός</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 15 αυτοτελή συνεδριακά κέντρα που μπορούν να δεχθούν συνολικά 14.000 συνέδρους • 27 συνεδριακοί χώροι εκτός ξενοδοχείων με δυνατότητα υποδοχής 13.000 συνέδρων • 352 ξενοδοχεία με συνεδριακές εγκαταστάσεις
---	----------------------------------	--

	<p>Τουρισμός γκολφ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 4 γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών - 18 οπών- (σε Γλυφάδα, Κέρκυρα, Ρόδο, Χαλκιδική) • 1 γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης
	<p>Θεματικός τουρισμός</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 6 ιδιωτικά υδατικά πάρκα (water - parks) σε Κρήτη, Μύκονο, Κέρκυρα, Κορινθία • 1 Θεματικό πάρκο λαογραφίας - παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και εκδηλώσεων στην Κέρκυρα.

ΟΡΟΛΟΓΙΑ

Συνέδριο/ Συνέλευση/ convention (Η.Π.Α.):

Γενική και επίσημη συνάντηση ατόμων (ή νομικού προσώπου κοινωνικής ή οικονομικής ομάδας) με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα, με σκοπό την πληροφόρηση, τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων. Συνήθως, έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια, προκαθορισμένους στόχους και δεν παρουσιάζει περιοδικότητα. Στις Η.Π.Α. περιγράφει μεγάλα διεθνή, αλλά κυρίως, εθνικής εμβέλειας επιχειρηματικά συνέδρια για ενημερωτικούς ή και εμπορικούς σκοπούς.

Συνέδριο / Συνέλευση / Congress (Ευρώπη):

Τακτική συνάντηση μεγάλων ομάδων ατόμων, με σκοπό το διάλογο σε συγκεκριμένα θέματα. Συνήθως, διαρκεί αρκετές μέρες έχοντας αρκετές παράλληλες συνεδρίες. Το διάστημα μεταξύ δυο Congresses, συνήθως, καθορίζεται από πριν λ.χ. ετήσιο, ανά διετία, τριετία κ.α. Μάλιστα, τα διεθνή συνέδρια διοργανώνονται ανά διετία ή τριετία, ενώ τα εθνικά είναι ετήσια.

Διάσκεψη/ Συνδιάσκεψη/ Συνέδριο/ Conference

Συνώνυμοι οροί μεταξύ τους που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις σε μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων σε αυτό. Πρόκειται για συνεδρίαση μιας ομάδας με συγκεκριμένο αντικείμενο συζήτησης, που οργανώνεται από έναν οργανισμό με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων, την αποστολή γραπτών μηνυμάτων, την έναρξη διαλόγου ή τη δημοσιοποίηση απόψεων για συγκεκριμένα θέματα. Παρ' όλο που, σε γενικές γραμμές, δεν υπάρχει περιορισμός χρόνου, είναι συνήθως μικρής διάρκειας, με συγκεκριμένους στόχους, συνήθως, μικρότερης κλίμακας από τα Congresses (μικρότερα από 1.000 άτομα).

Σύσκεψη ή συζήτηση στρογγυλής τραπέζης / Round table conference:

Αφορούν σε λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Τα άτομα που στη σύσκεψη είναι ισότιμα και με καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν ή εκτελεστικό σώμα.

Συμπόσιο /Symposium :

Συνάντηση ατόμων που είναι ειδικοί πάνω σε ένα τομέα, που σχετίζεται άμεσα με το θέμα της συνάντησης, παρουσίαση εισηγήσεων, συζήτηση επί του επί του θέματος, παρατηρήσεις και συμπεράσματα σχετικά με το υπό συζήτηση θέμα.

Φόρουμ / Forum :

Συνάντηση με πάνελ εισηγητών, με χαρακτηριστικό γνώρισμα την κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο με ερωτήσεις που υποβάλλει ή και με απαντήσεις σε αυτές.

Συνέλευση/Assembly:

Συνήθως πολυπληθείς συναντήσεις για ποικίλους λόγους. Συνηθέστερες μορφές απαντώνται στις επιχειρήσεις λ. χ. ετήσια συνέλευση μετόχων και συνελεύσεις των μελών του διοικητικού συμβουλίου. Συνελεύσεις πραγματοποιούν επίσης οργανώσεις, ενώσεις, σύνδεσμοι, συνδικαλιστικοί φορείς, κ. α

Γενική συνέλευση / General Assembly :

Επίσημη συνεδρίαση των μελών ενός σωματίου, οργανισμού, ή εταιρίας, όπου συνήθως απαιτείται η παρουσία συγκεκριμένου ποσοστού, επί του συνόλου των μελών, με σκοπό την λήψη αποφάσεων σχετικά με τα θέματα πολιτικής, δράσης, εκλογών, έγκρισης προϋπολογισμού. Ως επί το πλείστον, ακολουθούνται συγκεκριμένοι κανόνες και διαδικαστικό. Η δε συχνότητα συνήθως είναι ετήσια, ενώ πραγματοποιούνται σε προκαθορισμένες χρονικές περιόδους.

Κολόκιουμ/colloquium:

Ανεπίσημη συνάντηση για συζήτηση θεμάτων ακαδημαϊκής ή ερευνητικής φύσεως, με σκοπό τη διαλεύκανση θεματικών περιοχών, αμοιβαίου ενδιαφέροντος, με ανταλλαγή απόψεων. Πραγματοποιείται με τυχαία περιοδικότητα.

Σεμινάριο/ Seminar :

Με σκοπό συνάντησης κυρίως εκπαιδευτικό. Τα θέματα του είναι εξειδικευμένα, έχουν πυκνό πρόγραμμα και διαρκούν συνήθως μερικές μέρες. Διοργανώνονται αυτοτελώς ή στα πλαίσια ενός συνεδρίου, εκδήλωσης.

Εργαστήρι / Workshop :Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά σε μεγέθη 15-30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο, λύνοντας και συζητώντας σχετικά προβλήματα. Συνήθως, αφορά σε σύγκλιση διαφορετικών απόψεων σε συγκεκριμένο θέμα.

Διάλεξη / Ομιλία / Lecture :Παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την απόλυτα δομημένη παρουσίαση της. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ή ειδικού ενδιαφέροντος, το δε μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλλει.

Εκδήλωση Συνάντηση / Meeting: Γενικός όρος που σημαίνει τη συνάντηση ομάδας ατόμων σε ένα μέρος, με σκοπό συγκεκριμένη δραστηριότητα. Μπορεί να διοργανώνεται κατά περίπτωση ή να έχει τακτική συχνότητα. Παράλληλα, τα Meetings αποτελούν τις λεγόμενες «εταιρικές ή επιχειρησιακές συναντήσεις». Δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου και αφορούν σε τρέχοντα θέματα της εταιρίας, περιοδικά ή έκτακτα.

Association meeting: Συνάντηση, συνεδρίαση ένωσης, συνεταιίρων, συνεταιρισμών, σωματείων αλλά και συνέδρια που διοργανώνονται από Διεθνείς Κρατικούς Οργανισμούς. Υπάγονται τα επιστημονικά συνέδρια (scientific meetings) λ.χ. Διεθνές Συνέδριο Χημικών, εμπορικά συνέδρια (trade meetings) λ. χ. Συνέδριο Διεθνούς Οργανισμού Εκδοτών, οικογενειακά συνέδρια (family meetings), λ. χ. Διεθνές Συνέδριο Εβραίων Γυναικών. Προτιμώνται συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία, πανεπιστήμια.

Επιχειρηματικό συνέδριο/ Corporate meeting:

Προτιμώνται κατά κύριο λόγο ξενοδοχεία και πρόκειται για «συνέδρια» μικρής διάρκειας (1-2 ημέρες). Ακόμα, πρόκειται για συνάντηση (τοπική, εθνική, διεθνή), συνεδρίαση ατόμων με υπαλληλική, εξαρτώμενη, συνήθως, σχέση -τάξης μεγέθους περί τα 60-80 άτομα-.

Μη επιχειρηματικό συνέδριο / Non corporate meeting: Μεγάλα συνέδρια διάρκειας 3-5 ημερών που διοργανώνονται σε αμιγή συνεδριακά κέντρα.

Ημερίδα / Διημερίδα: Συνάντηση πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκεί μία ημέρα ή δυο ημέρες, αντίστοιχα. Περιλαμβάνει χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν «γενέθλιες επετείους» του φορέα που τις πραγματοποιεί. Χαρακτηρίζονται έτσι, συχνά, συνέδρια επιστημονικών ενώσεων λ.χ. ιατρικών, ημερησίας ή διήμερης διάρκειας.

Διεθνές συνέδριο: Όπου συμμετέχουν τουλάχιστον 3 κράτη, ενώ η μέση διάρκεια του είναι συνήθως 5 μέρες.

Ολομέλεια / Plenary session:

Συνεδρίαση κατά την οποία συμμετέχουν όλα τα μέλη ή έχουν το δικαίωμα να συμμετέχουν ή ακόμα, μερικές φορές, έχουν την υποχρέωση να συμμετέχουν.

Ομάδα εμπειρογνομώνων / Group of experts :

Ομάδα ειδικών σε ένα συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο

Ομάδα εργασίας, / Working group or party: Ομάδα η οποία συνεδριάζει με σκοπό την μελέτη και ανάλυση, από κάθε δυνατή πλευρά, ενός θέματος ή την επίλυση ενός προβλήματος. Συνήθως, έχει την υποχρέωση να καταλήξει σ' ένα

συμπέρασμα το οποίο θα πρέπει να παρουσιάσει σ' ένα ευρύτερο κοινό ή ένα ανώτερο όργανο.

Συζήτηση πάνελ ή με συντονιστή / Panel discussion :

Συζήτηση με συντονιστή μεταξύ, δύο ή περισσότερων, ομιλητών και του ακροατηρίου.

Συνεδρίαση αναζήτησης ιδεών / Brainstorming session :

Συνεδρίαση ομάδας κατά την οποία όλοι οι συμμετέχοντες συμβάλλουν με δημιουργικές ιδέες, οι οποίες, εν τη γενέσει τους, δεν κρίνονται για την αξία τους. Η διαδικασία αυτή συνεχίζεται μέχρι να βρεθούν οι κοινά αποδεκτές ιδέες που θα τεθούν προς υλοποίηση.

Τηλεσυνεδρίαση - Τηλεδιάσκεψη / Teleconference - telemeeting:

Γενικός ορός που αποδίδεται σε όλους τους τύπους συνεδριάσεων που πραγματοποιούνται μέσω συστημάτων τηλεπικοινωνίας. Μερικές φορές αφορά σε συνεδριάσεις τέτοιου είδους που μεταδίδονται μόνο μέσω φωνής και όχι μέσω εικόνας. Με αυτή τη μέθοδο, έχουν τη δυνατότητα να συνεδριάσουν ταυτόχρονα άνθρωποι που βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία του πλανήτη, χωρίς την ανάγκη να ταξιδέψουν.

Πλωτός συνεδριακός τουρισμός: Διοργάνωση συνεδρίων που πραγματοποιούνται σε κρουαζιερόπλοια.

ΛΟΙΠΟΙ ΟΡΟΙ

Convention Visitors Bureau / Convention Bureau :

Μη κερδοσκοπικός οργανισμός που εκπροσωπεί μια γεωγραφική περιοχή ή μια πόλη και στόχο έχει να προσελκύσει και να παρέχει υπηρεσίες σε διοργανωτές συνεδρίων ή επιχειρήσεις, που θέλουν να οργανώσουν συναντήσεις στην περιοχή τους, αλλά και γενικότερα, την τουριστική πληροφόρηση των επισκεπτών του προορισμού. Συχνά, τέτοιοι φορείς οργανώνουν ταξίδια γνωριμίας (familiarization trip), ώστε οι φιλοξενούμενοι διοργανωτές, να δουν, «από πρώτο χέρι», τις υπηρεσίες και τις τοποθεσίες που μπορούν να αξιοποιήσουν σε μια επόμενη διοργάνωση τους.

Εταιρία Διοργάνωσης Συνεδρίων / Destination Management Company:

Εταιρία ή επαγγελματίας που διοργανώνει επαγγελματικές συναντήσεις και αναλαμβάνει όλες τις σχετικές με αυτές εργασίες όπως π.χ. μεταφορές, ξεναγήσεις, εκδηλώσεις, γεύματα κ.λ.π. Για διοργανωτές με μικρή εμπειρία ή ελλιπείς γνώσεις για τον προτεινόμενο προορισμό, η συνεργασία με έναν επαγγελματία ή μια εταιρία διοργάνωσης είναι ανεκτίμητη.

Διοικητική Επιτροπή / Οργανωτική Επιτροπή / Executive Committee / Local Host :

Η Διοικητική επιτροπή αποτελείται από άτομα (μέλη), που αποφασίζουν τη στρατηγική και καθορίζουν την πολιτική που θα

ακολουθήσει η οργάνωση της εκδήλωσης. Η Οργανωτική Επιτροπή εφαρμόζει την στρατηγική και την πολιτική που έχει αποφασιστεί. Έμπειροι διοργανωτές ενημερώνουν ότι για την επιτυχία μιας εκδήλωσης είναι απαραίτητο να υπάρχει ισορροπία μεταξύ των απαιτήσεων των μελών και των διοργανωτών.

Υπεύθυνος εξυπηρέτησης επισκεπτών/ Convention Service Management :

Άτομο ξενοδοχειακής μονάδας ή κέντρου εξυπηρέτησης επισκεπτών, που εξυπηρετεί τις ανάγκες του πελάτη, κατά τη διεξαγωγή μιας εκδήλωσης. Σε κάποια κέντρα ή ξενοδοχεία, το άτομο που απασχολείται σε αυτή τη θέση αποκαλείται Υπεύθυνος Συνεδρίων. Η παρουσία του στην εκδήλωση εξασφαλίζει κέρδος χρόνου και μειώνει την πιθανότητα λάθους. Ο εποπτεύων ρόλος του επιτρέπει να διευθετεί θέματα που άπτονται διαφόρων τμημάτων.

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΟΠΤΙΚΟ ΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ			
ματογραφικές ανές προβολής	Μηχανήματα προβολής slides	Πίνακες ανακοινώσεων	Μεταφραστική εγκατάσταση
ρομηχανές	Οθόνες προβολής	View-graph	Μαγνητόφωνα
τικά ήματα	Επιδιασκόπιο	Video	Κομπιούτερ
ήματα ρινωνίας έφωνα, ματα κ.α)	Φωτοτυπικά μηχανήματα	Τηλεφωνικές εγκαταστάσεις	Δορυφορική τηλεόραση
ός λισμός ύβια, μπλοκ, λίες, πίνακες)	Φωτισμός	Τεχνικός Εξοπλισμός	Λοιπά εποπτικά μέσα

Εναλλαγές χρήσης του χώρου	Παρατηρήσεις
Διευθέτηση χώρων με καθίσματα	
Κλασικός Θεατρικός τύπος	Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η πρώτη σειρά απέχει από την εξέδρα 1,80μ. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο. Τα διαστήματα των καθισμάτων πρέπει να είναι 5εκ. και η απόσταση 85εκ. Οι διάδρομοι

	προσπέλασης για περισσότερα από 400 άτομα απαιτούν πλάτος 1,80-2μ ενώ για λιγότερα από 400 άτομα απαιτούν 1,20-1,60μ.
Ημικυκλικός Θεατρικός τύπος	Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων (μεταξύ διαδρόμων προσπέλασης) είναι οι ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική. Οι πρώτες σειρές καθισμάτων πρέπει να απέχουν 3,70μ. Τα διαστήματα και οι αποστάσεις είναι τα ίδια με τον κλασικό θεατρικό τύπο. Οι διάδρομοι προσπέλασης απαιτούν μικρότερο πλάτος απ' ότι στον κλασικό θεατρικό τύπο.
Κυκλικός Θεατρικός τύπος	Η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ δεν είναι απαραίτητοι οι οριζόντιοι διάδρομοι. Ισχύουν οι ίδιες αποστάσεις, διαστήματα και αριθμητικά δεδομένα που ισχύουν και στον ημικύκλιο τύπο.
Σε σχήμα V	Δεν παρέχει δυνατότητα μέγιστης απόδοσης του μεγαλύτερου αριθμού καθισμάτων. Ισχύει ότι και για τους δύο προηγούμενους τύπους.
Διατάξεις χώρων με έδρανα	
Κλασικό σχήμα ή «σχολικό στυλ»	Τα έδρανα έχουν πλάτος 45εκ. Η χρήση τους παρέχει περισσότερη άνεση απ' ότι τα καθίσματα. Οι διάδρομοι προσπέλασης απαιτούν μεγαλύτερο πλάτος. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά-πίσω) θα πρέπει να είναι 1-1.10μ. ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς των εδράνων από την εξέδρα πρέπει να είναι 2,50-3,50μ.
Σε σχήμα U	Δεν παρέχει δυνατότητα μέγιστης απόδοσης του μεγαλύτερου αριθμού καθισμάτων. Ισχύει ότι και για τον προηγούμενο τύπο.

Διατάξεις χώρων με τραπέζια

Σε σχήμα «σερπαντίνας»	Η χρησιμοποίηση τραπεζιών διαφόρων τύπων δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.
Σε σχήμα I	Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.
Σε σχήμα E	Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων.
Σε σχήμα «κτένα»	Είναι παραλλαγή του τύπου E. Υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπεζιών. Εξυπηρετούνται μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.
Σε σχήμα T	Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.
Σε σχήμα Π	Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων. Απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο θεωρείται αυτός των 60εκ. Στα τραπέζια της κεφαλής, δεν τοποθετούνται από την εσωτερική πλευρά καθίσματα.
Σε σχήμα κλειστό Π	Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι «κεφαλής». Συχνότερη χρήση του έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπεζιών δεν τοποθετούνται καθίσματα.
Σε σχήμα «πέταλο»	Είναι παραλλαγή του τύπου Π. Τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».
Σε σχήμα «κλειστού	Είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού Π και εξυπηρετεί τις ίδιες ανάγκες και

**ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

- Αύξηση του Α.Ε.Π. (Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος) της χώρας και γενικά του εθνικού εισοδήματος.
- Αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και άνοδος του βιοτικού επιπέδου.
- Εισροή συναλλάγματος.
- Είσοδος μεγαλύτερου αριθμού τουριστών (ομαδικών αφού, τόσο οι εκθέσεις και τα συνέδρια όσο και ο τουρισμός κινήτρων περιλαμβάνουν ομαδικές μετακινήσεις).
- Μείωση του ποσοστού των ανέργων, με τη δημιουργία θέσεων εργασίας στον τουριστικό τομέα, αλλά και σε συναφείς εργασιακούς χώρους.
- Ενίσχυση των έργων ανωδομής στην χώρα προορισμού (πολυκαταστήματα, κέντρα διασκέδασης κ.λ.π.)
- Βελτίωση της ήδη υπάρχουσας υποδομής της χώρας προκειμένου να υποδεχθεί τον επαγγελματικό τουρίστα (άνετη εξυπηρέτηση σε αεροδρόμια, ταξί, συγκοινωνίες κ.α.)
Ανάπτυξη και αναβάθμιση των υποβαθμισμένων παραμεθόριων περιοχών με τη δημιουργία σε αυτές συνεδριακών κέντρων, εκθεσιακών χώρων και ξενοδοχειακών μονάδων.
- Προβολή, όχι μόνο καθιερωμένων και κατεξοχήν τουριστικών περιοχών, αλλά και νέων και δυνατότητα συνδυασμού του επαγγελματικού τουρισμού με εναλλακτικές/ειδικές μορφές τουρισμού.
- Πολιτισμική αναβάθμιση περιοχών της χώρας που εφαρμόζουν συνεδριακό τουρισμό.
- Αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου των συμμετεχόντων σε επαγγελματικές εκδηλώσεις, αλλά και γενικότερη πνευματική κίνηση του τόπου, με την φιλοξενία εκθέσεων, συνεδρίων, ημερίδων επιστημονικής φύσεως.

- Σύσφιξη των δεσμών της χώρας μας με τις επισκέπτριες χώρες.
- Επαφή των ντάπιων με υπηκόους άλλων χωρών, καθώς και ουσιαστική γνωριμία των ξένων, με την πολιτιστική κληρονομιά μας (διάδοση/ ανταλλαγή απόψεων/ ιδεών διαφορετικών πολιτισμών-κουλτούρας, κατανόηση συγκεκριμένων ηθών και εθίμων).
- Πραγματοποίηση επιστημονικών συνεδρίων ή άλλων εκδηλώσεων που συνοδεύονται από εξέχουσες προσωπικότητες και προσδίδουν κύρος στη χώρα πραγματοποίησης των εκδηλώσεων αυτών.

Αρνητικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού	Παρατηρήσεις
Κυκλοφοριακές επιπτώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Φόρτος στους δρόμους που οδηγούν στα συνεδριακά κέντρα. • Επιβάρυνση από τις δημιουργούμενες ανάγκες στάθμευσης-parking • Περιπλοκές από τις δημιουργούμενες ανάγκες διακίνησης μεταφοράς και τροφοδοσίας. • Μεγαλύτερες ανάγκες αποκομιδής και διάθεσης σκουπιδιών • Πιθανές πεζοδρομήσεις.
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Απόβλητα. • Θόρυβος, ηχορύπανση. • Επίδραση τοπίου, μερική ή ολική καταστροφή. • Επιβάρυνση μουσείων,

	<p>αρχαιολογικών χώρων, παραδοσιακών οικισμών κ.α.</p>
<p>Πολεοδομικές επιπτώσεις</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία υπεραξίας σε γειτονικά οικόπεδα. • Αύξηση της ζήτησης χώρων που βρίσκονται δίπλα σε συνεδριακά κέντρα. • Πιέσεις για αλλαγές των συντελεστών δόμησης σε διάφορες περιοχές της χώρας.
<p>Ασφάλεια</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Απαιτήση για ασφάλεια χώρου συνεδρίων/ εκθέσεων. • Άμεση πυρασφάλεια-τήρηση αποστάσεων μεταξύ γειτονικών κτιρίων.
<p>Δίκτυα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Προβλήματα στο δίκτυο αποχέτευσης. • Βεβαρημένη λειτουργία του δικτύου ύδρευσης. • Απαιτήση για σύγχρονο τηλεπικοινωνιακό δίκτυο. • Απαιτήση για εξελιγμένο ηλεκτρικό δίκτυο. • Απαιτήση για διεθνές τεχνικό δίκτυο (μεταφραστικό, οπτικοακουστικό κ.α.)

Κριτήρια παρέμβασης	Παρατηρήσεις
<p>Ζήτηση- ανταγωνιστικότητα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Διαφοροποίηση σε συνδυασμό με τάση για παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών. • Έμφαση στις δραστηριότητες και στην αξία του ελεύθερου χρόνου. • Προσέλκυση ζήτησης σε

	<p>δωδεκάμηνη βάση.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Έμφαση στη διαφοροποίηση παράλληλα με την ποιότητα. • Εξυπηρέτηση αναβάθμισης της ζήτησης • Διείσδυση σε επιλεκτική πελατεία, υψηλού εισοδήματος. • Εφικτή αύξηση των τιμών. • Ποιοτική διερεύνηση της παρεχόμενης προσφοράς με στόχο τη συναλλαγματική απόδοση του εγχώριου προϊόντος.
Περιφερειακή σύγκλιση	<ul style="list-style-type: none"> • Ισόρροπη ανάπτυξη. • Ένταξη, στην αγορά, Περιφερειών με υποβαθμισμένη, σήμερα τουριστική δύναμη. • Ευεργετική επένδυση στην ενδοπεριφερειακή απασχόληση, αναζωογόνηση τοπικών εμπορικών συναλλαγών. • Τόνωση, της πέραν του κέντρου, ευεργετικής δραστηριότητας.
Βελτίωση του περιβάλλοντος	<ul style="list-style-type: none"> • Σταδιακή υποκατάσταση του μαζικού τουρισμού με ήπιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. • Προώθηση αειφόρου ανάπτυξης. • Υιοθέτηση αναπτυξιακών όρων που σέβονται τον άνθρωπο και το περιβάλλον. • Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού.
Γενικά	<ul style="list-style-type: none"> • Εναρμόνιση του ελληνικού τουρισμού με τις σύγχρονες τάσεις παροχής ποικίλων

μορφών τουριστικών υπηρεσιών.

- Ανάδειξη του ελληνικού πολιτισμού σε αιχμή του δόρατος και προωθητική δύναμη ανάπτυξης.
- Προβολή του συγκριτικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της χώρας δηλαδή του πολιτιστικού της αποθέματος.
- Οργανική σύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- World Tourism Organisation, *International Tourism: A Global Perspective*, 1999.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Α. Κ. Τσίτουρας, *Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες Χώρες*, Αθήνα 1999.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Π. Γ. Παυλόπουλος, *Το Μέγεθος και η Δυναμική του τουριστικού τομέα*, Αθήνα 1999.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Π. Γ. Παυλόπουλος, *Ο Χειμερινός Τουρισμός στην Ελλάδα, Ανάλυση/ Συμπεράσματα/ Προτάσεις*, Αθήνα 2001.
- *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Κ. Σφακιανάκης, ΕΛΛΗΝ 2000.
- Ημερίδα του Maris Hotels, *Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα και στην Κρήτη*, Ν. Κοντάκης, 2001.

Ιστοσελίδες

www.icca.nl

<http://www.world-tourism.org>

<http://www.iapco.org>

www.cvbtravel.com

www.conventionbureaus.com

