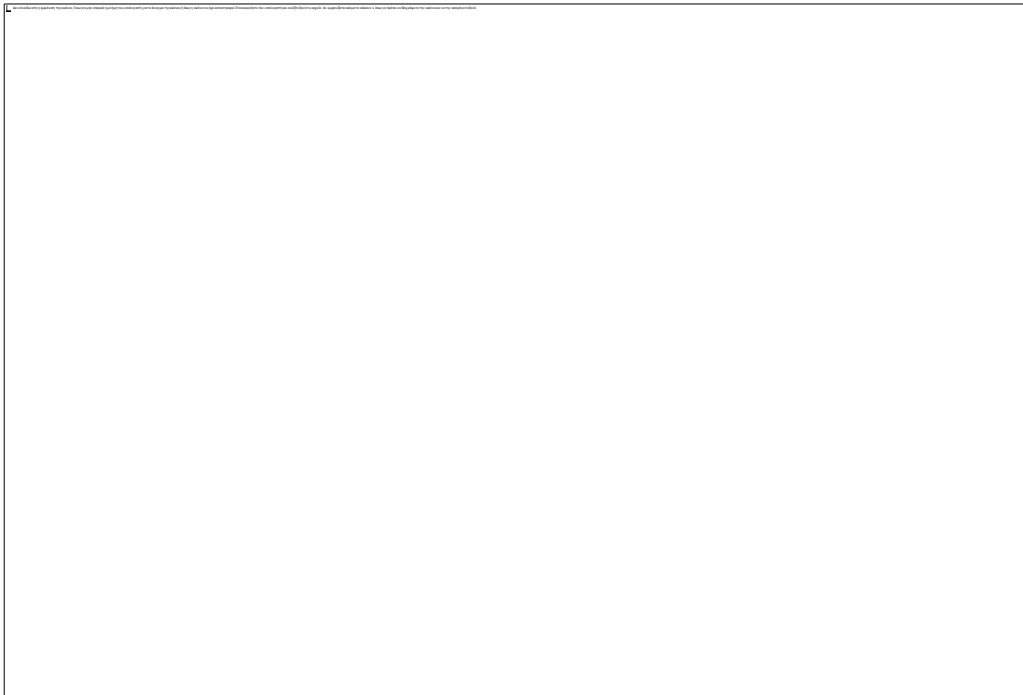


**Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**«ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ »**



**ΧΛΕΠΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2012**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ»**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΧΛΕΠΑ Α.Μ. 4831**

**ΑΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ**

**ΠΑΤΡΑ, 2011**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....</b>	<b>6</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>8</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....</b>	<b>10</b>
<b>ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.ΜΑΖΙΚΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.1. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.2. Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.3. Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4. Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>17</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....</b>	<b>18</b>
<b>ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>18</b>
<b>2.1 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>21</b>
<b>2.4 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ .....</b>	<b>22</b>
<b>2.6 ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>22</b>
<b>2.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>23</b>
<b>2.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>24</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....</b>	<b>25</b>
<b>ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>25</b>

<b>3.2 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>27</b>
<b>3.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>28</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....</b>	<b>30</b>
<b>ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>30</b>
<b>4.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ/ ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ .....</b>	<b>30</b>
<b>4.3 Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....</b>	<b>32</b>
<b>4.4 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ .....</b>	<b>33</b>
<b>4.5 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>34</b>
<b>4.6 Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ.....</b>	<b>35</b>
<b>4.7 ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>	<b>36</b>
<b>4.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>38</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....</b>	<b>39</b>
<b>ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....</b>	<b>39</b>
<b>5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>39</b>
<b>5.2 ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ.....</b>	<b>39</b>
<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟ 2010.....</b>	<b>39</b>
<b>5.2.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ .....</b>	<b>40</b>
<b>5.3 ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΠΡΟΣΦΑΤΑ ΧΡΟΝΙΑ .....</b>	<b>42</b>

<b>5.4 ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ.....</b>	<b>43</b>
<b>5.5 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ-ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ .....</b>	<b>45</b>
<b>5.6 ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΡΙΩΝ .....</b>	<b>47</b>
<b>5.7 ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....</b>	<b>48</b>
<b>5.8 ΣΥΝΕΔΡΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΟΙ ΣΥΝΕΔΡΩΝ .....</b>	<b>51</b>
<b>5.9 ΧΡΟΝΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....</b>	<b>52</b>
<b>5.10 ΜΕΓΕΘΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....</b>	<b>53</b>
<b>5.11 ΤΟΠΟΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....</b>	<b>54</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....</b>	<b>57</b>
<b>ΕΡΕΥΝΑ .....</b>	<b>57</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....</b>	<b>57</b>
<b>ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....</b>	<b>57</b>
<b>ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....</b>	<b>57</b>
<b>ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ .....</b>	<b>58</b>
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>59</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....</b>	<b>67</b>
<b>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>68</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>72</b>
<b>ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>73</b>
<b>ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ .....</b>	<b>74</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το φαινόμενο του συνεδριακού τουρισμού στην πόλη της Πάτρας. Στο πρώτο κεφάλαιο ασχολούμαστε με τον εναλλακτικό τουρισμό. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο ασχολούμαστε με τις εναλλακτικές μορφές μορφές τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν σα στόχο την αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, την άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, την αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή το συνδυασμό των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρονται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα και συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρουν λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύσσουμε τις ειδικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά στη χώρα και που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο ασχολούμαστε με το συνεδριακό τουρισμό που περιλαμβάνει κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, συναντήσεις, εκδηλώσεις που ανάλογα την περίπτωση οι συμμετέχοντες μπορεί να είναι ένας μεγάλος ή ένας μικρός αριθμός και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, ή διεθνές.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναπτύσσουμε το φαινόμενο του συνεδριακού τουρισμού διεθνώς και στην Ελλάδα. Ενώ στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζουμε πρωτογενή έρευνα με θέμα την άποψη που έχουν οι ξενοδοχειακές μονάδες της Πάτρας σχετικά με το συνεδριακό τουρισμό.

Στο τέλος παρατίθενται βιβλιογραφία και διαδικτυακές πηγές.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας ο οποίος γνωρίζει μία ταχύτατη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί όχι μόνον ένα πρωτογενές τουριστικό προϊόν αλλά και ένα συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν υπό την έννοια ότι επηρεάζει και επηρεάζεται από τις λοιπές τουριστικές δραστηριότητες σε μία οικονομία η οποία έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη, στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Όταν δε λέμε τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει να είμαστε λίγο πιο σαφείς, εννοούμε την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου τόσο από την πλευρά των υποδομών ή της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, η οποία ζήτηση οπωσδήποτε δεν περιορίζεται στην έμφαση στην προβολή της χώρας αλλά και με πολλά άλλα μέτρα τα οποία συγκλίνουνε προς ένα βασικό στόχο, της επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμμετέχει και στις δύο αυτές πλευρές της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης και από την άποψη των υποδομών και από την άποψη της επιμήκυνσης της τουριστικής κίνησης από πλευράς ζήτησης. Ιδιαίτερα σε μία κοινωνία των παγκοσμιοποιημένων αγορών όπου ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, οι επικοινωνίες και οι συγκοινωνίες γίνονται ταχύτατες, ο συνεδριακός τουρισμός έρχεται, ως παράγωγο αποτέλεσμα αυτής της τάσης, να αποτελέσει ένα βασικό τουριστικό προϊόν.

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί πρώτη προτεραιότητα στην ατζέντα αρκετών υπουργείων για ευνόητους σε όλους λόγους. Ωστόσο,



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

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανίχνευση του φαινομένου του συνεδριακού τουρισμού στην πόλη της Πάτρας καθώς και η γνώμη των ξενοδοχειακών μονάδων της περιοχής σχετικά με τις δυνατότητες του συνεδριακού τουρισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Η συγκεκριμένη Πράξη αποσκοπεί:

- Ø Στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Ø Στην ανάδειξη και τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος.
- Ø Στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, μέσω της Πράξης "Εναλλακτικός Τουρισμός", θα ενισχυθούν επενδυτικά σχέδια τα οποία θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας ή περισσότερων ειδικών ή/και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως:

- Ø Αθλητικός τουρισμός αναψυχής
- Ø Πολιτιστικός τουρισμός
- Ø Θαλάσσιος τουρισμός
- Ø Τουρισμός υπαίθρου
- Ø Γαστρονομικός τουρισμός
- Ø Τουρισμός υγείας και ευεξίας

## **1.2.ΜΑΖΙΚΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως διαμετρικά αντίθετος του μαζικού, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός (Lane 1989, 1993, Pearce 1992). Όπως έχουν αποκαλύψει πολλοί μελετητές, (π.χ. Andriotis 2000, EC 1993, Romeril 1985, Vanhove 1997), η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, για το λόγο ότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία (Andriotis 2002a, Doggart & Doggart 1996, Faulkner 1998). Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι πιο έκδηλες για τους τουριστικούς προορισμούς, γιατί ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και στον τόπο, εμφανιζόμενοι με λιγότερη ευαισθησία στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους εξαιτίας του εντατικού τύπου τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών που προσελκύονται από φθηνές αγοραστικές επιλογές (Coccosis 1996, Coccosis & Parpairis 1996, Pearce 1989).

## **1.3.ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **1.3.1. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ**

Το πρώτο διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού αποδίδεται στον τουρίστα ως άτομο και το κυρίαρχο κίνητρο ή ομάδα κινήτρων που τον οδηγεί στην επιλογή κάποιου ταξιδιού. Το κίνητρο για διακοπές γεννιέται από την ύπαρξη κάποιας ανάγκης.

Συνεπώς, το κίνητρο αποτελεί την κινητήρια δύναμη που ωθεί κάποιο άτομο στην εκπλήρωση αυτής της ανάγκης.

Η ομάδα των κινήτρων που οδηγούν σε εναλλακτικό τουρισμό συνδέεται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης τα οποία διαφέρουν ριζικά από αυτά που έχει επιβάλλει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Συγκεκριμένα τα κίνητρα που ωθούν κάποιο άτομο σε «εναλλακτικό τύπο» ταξιδιού είναι διαφορετικά από τα κίνητρα του συνηθισμένου μαζικού τουρίστα που θεωρείται «απαθής», «λιγόνυχος», «νεοαποικιστής» και «άξεστος» (Cazes 1989). Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικής μορφής κίνητρα που μπορούν να νοηθούν ως αυτά του λεγόμενου ενεργητικού τύπου τουρισμού (περιπλάνηση, περίπατος, αναρρίχηση, τουρισμός «περιπέτειας»), εξερευνητικού χαρακτήρα και συνάντησης (ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους, τον αυτόχθον πολιτισμό και τα ήθη και έθιμα) και δεσμευτικό χαρακτήρα (εθελοντικές υπηρεσίες σε κράτη του εξωτερικού, προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εργασιακές κατασκηνώσεις, κλπ) (Cazes 1989). Συνεπώς, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι διακοπές δεν πραγματοποιούνται σαν μια μεμονωμένη προσπάθεια φυγής από την καθημερινότητα αλλά το ταξίδι αποκτάει κάποιο νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντολογικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις. Συνοπτικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι» (Τσάρτας 1996: 352).

### 1.3.2. Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «πελάτης» ή «καταναλωτής» αφού διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού, ενώ είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Cohen (1973, 1979) σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, γυφτοτουρίστες, κλπ.

Οι εναλλακτικοί τουρίστες αποτελούν ένα τμήμα της αγοράς με διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τους ωθούν σε τουριστική μετακίνηση, τις δραστηριότητές τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους κλπ. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τους απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μια απμ αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Ø Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- Ø Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Ø Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Ø Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.

- Ø Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Ø Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Ø Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Ø Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Ø Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Ø Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.

### **1.3.3. Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ**

Διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης και η τοποθεσία που επισκέπτεται ο τουρίστας. Ο εναλλακτικός τουρισμός προωθεί επιθυμητές διαφορές μεταξύ προορισμών. Όπως σημειώνουν πολλοί συγγραφείς (Ahmed 1987, Andronicos 1979, Berno 1999, Cohen 1989, McCannell 1973) οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί επικρίνονται για την αποστέρηση από τον τουρίστα της αυθεντικότητας του ταξιδιού με την επίδειξη πλαστών θέλγητρων που έχουν κατασκευαστεί με μοναδικό σκοπό την τουριστική χρήση. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό, ελκυστικά στοιχεία είναι το «νέο, πρωτοποριακό, παρθένο ή ανεξερεύνητο» του προορισμού που τον διαφοροποιούν από άλλες κορεσμένες τουριστικές περιοχές. Αξιοσημείωτο είναι ότι ο εναλλακτικός τουρίστας ελκύεται από ένα ιδανικά ονειρεμένο και ήσυχο περιβάλλον και από την ιδέα της συνάντησης με τον ντόπιο πληθυσμό, γεγονός που δεν συμβαδίζει με την αστικοποίηση του «μαζικού» τουριστικού προορισμού. Συνεπώς, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση των διακοπών του και την

προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να παρουσιάζουν μια σειρά ψεύτικων γεγονότων ως αυτόχθωνων.

#### **1.4. Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Τα τελευταία χρόνια εξαιτίας των αρνητικών σχολίων που αποδίδονται στο μαζικό τουρισμό, πολλά κράτη διαμορφώνουν την πολιτική τους προς την ενθάρρυνση πιο ήπιων (εναλλακτικών) μορφών τουρισμού, αναζητώντας έτσι μια λύση για τα μακροχρόνια προβλήματα που έχουν προκληθεί από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα και τα καταναλωτικά του πρότυπα, που κατευθύνονται στην αναζήτηση της αυθεντικότητας και στην συναναστροφή του με την παρθένα φύση και τον αυτόχθονα πολιτισμό, περικλείουν ιδιαίτερη σημασία στην προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής τουριστών, συνεισφέροντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη και στη μακροβιότητα των υπαρχόντων πόρων. Ως εκ τούτου, ο εναλλακτικός τουρισμός υποδεικνύει περιορισμούς αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα μιας τουριστικής περιοχής και μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός μειωμένων αρνητικών επιπτώσεων.

Αυξημένη είναι μέσω του εναλλακτικού τουρισμού η διασύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλους τομείς της οικονομίας, π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία και χειροτεχνία. Απμ την άλλη, υπάρχει μειωμένη διαρροή χρημάτων από την τοπική οικονομία για λόγους όπως αγορά εισαγόμενων προϊόντων, εξάρτηση από ξένους οργανωτές ταξιδιών και απασχόληση αλλοδαπών στην ντόπια βιομηχανία, δημιουργώντας έτσι υψηλούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

Όπως χαρακτηριστικά υποστηρίζει ο Gannon (1993) “ντόπιοι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων μπορούν, με μέτριες δαπάνες, να συνεισφέρουν αξιοσημείωτα στην οικονομική ανάπτυξη γιατί προμηθεύουν μικρότερες αγορές, αξιώνουν σχετικά μικρά κεφάλαια, χρησιμοποιούν ντόπιους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και ακατέργαστα υλικά και δεν απαιτούν δαπανηρή και εξεζητημένη υποδομή” (σ.54). Οι επενδύσεις μικρής κλίμακας που προωθούνται διαμέσου του εναλλακτικού τουρισμού διατηρούν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους και εξασφαλίζουν αυξημένα οικονομικά οφέλη. Ταυτόχρονα, οι μικρής κλίμακας επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο υπάρχον κοινωνικο-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον της κοινότητας, βοηθώντας πιο αποτελεσματικά την αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού.

Επιτυγχάνοντας ενδογενή τουριστική ανάπτυξη μέσω της συμμετοχής του ντόπιου κοινωνικού συνόλου στην αναπτυξιακή διαδικασία, οι κάτοικοι μιας περιοχής έχουν τη δυνατότητα να προσδιορίσουν τη ζωή τους, σε μια κοινωνία που θέλουν να ζήσουν, διαμορφώνοντας τον τρόπο που θέλουν να την «πωλήσουν». Η αποδοχή από τους ντόπιους κατοίκους της τουριστικής ανάπτυξης θεωρείται σημαντική για την μακροχρόνια επιτυχία του τουρισμού, γιατί εάν οι τουρίστες δεν είναι ευπρόσδεκτοι και υπάρχει ένα είδος εχθρικότητας απέναντί τους οι αφίξεις τους θα μειωθούν. Συνεπώς, η συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων προς τους εισερχόμενους τουρίστες αποτελεί ένα από τους καθοριστικούς παράγοντες στην επιτυχία της τουριστικής βιομηχανίας μιας περιοχής.

Παρόλο που πολλές φορές ο τουρισμός κατηγορείται για ανάπτυξη και ερήμωση ορισμένων περιοχών της περιφέρειας λόγω της μετανάστευσης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού τους στα αστικά



κέντρα, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να μειώσει αισθητά το πρόβλημα της υπανάπτυξης αφού προσελκύει τουρίστες σε αγροτικές και απομονωμένες περιοχές, αποτρέποντας, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας τη μετανάστευση των ντόπιων κατοίκων, και ιδιαίτερα της νέας γενιάς, στα μεγάλα αστικά κέντρα.

## **1.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **2.1 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Μετά τη δεκαετία του 1960 πραγματοποιήθηκε σε διεθνές επίπεδο μία ραγδαία τουριστική ανάπτυξη, η οποία είχε σαν αποτέλεσμα όχι μόνο τη ραγδαία αύξηση της τουριστικής ζήτησης, αλλά και τη μαζικοποίηση του τουρισμού. Ταυτόχρονα, αυξήθηκε η διεθνοποίηση του τουρισμού, άνοιξαν νέοι τουριστικοί προορισμοί, ο βαθμός ωριμότητας των τουριστών μεγάλωσε, καθώς, οπωσδήποτε, και η αναζήτηση νέων δραστηριοτήτων αναψυχής του τουρισμού. Όλοι αυτοί οι παράγοντες οδήγησαν στη διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης και στον κατακερματισμό της τουριστικής αγοράς σε μεγάλο αριθμό εξειδικευμένων μορφών τουρισμού, ειδικά μετά τη δεκαετία του '80. (Κολιτσιδόπουλος, 2001).

Αν και έχει παρατηρηθεί συνεχιζόμενη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, δεν έχει διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός για το περιεχόμενο και τη μορφή του. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε πολλές περιπτώσεις η έννοια εναλλακτικός τουρισμός χρησιμοποιείται εναλλακτικά με όρους όπως, αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, πράσινος τουρισμός, ήπιος τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, αλλά ουσιαστικά περιλαμβάνει όλες αυτές τις μορφές τουρισμού.

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μίας περιοχής.

Σύμφωνα με τους Eadington & Smith (1992) ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών.

Για την ελληνική τουλάχιστον πραγματικότητα, έχει επικρατήσει η άποψη πως μια δραστηριότητα να θεωρείται εναλλακτική όταν είναι κατά βάση μη μαζική και αντιτίθεται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης. (Ανδριώτης, 2003). Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι δεν αποκλείεται, ο εναλλακτικός τουρισμός να είναι μαζικός. Ειδικότερα έχει παρατηρηθεί μαζικοποίηση κάποιων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες υπήρχαν την περίοδο που ο μαζικός, συμβατικός τουρισμός έλαβε σημαντικές διαστάσεις. Κλασικό παράδειγμα ο χιονοδρομικός τουρισμός στα μεγάλα χειμερινά θέρετρα της Ευρώπης, αλλά και ο θρησκευτικός τουρισμός κατά τη διάρκεια σημαντικών θρησκευτικών εκδηλώσεων, που χαρακτηρίζονται από τη μαζικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων. (Σφακιανάκης, 2000).

Οι νέες αυτές τάσεις είχαν σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθούν πολλές επιχειρήσεις οι οποίες ειδικεύονται σε διάφορες μορφές τουρισμού. Ως αποτέλεσμα είχαμε την εμφάνιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν ως στόχο να διαφυλάξουν την ακεραιότητα του περιβάλλοντος και την πολιτιστική κληρονομιά, να βοηθήσουν στην ανάπτυξη νέων θεματικών τρόπων προσέλκυσης τουριστών και να δημιουργήσουν καινούριους τουριστικούς πόλους και αντίστοιχα τουριστικά ρεύματα (Κολιτσιδόπουλος, 2001). Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διακρίνονται για τη διαφορετικότητα της τουριστικής ζήτησης, τον

διαφορετικό τρόπο οργάνωσης και, κυρίως, για τη διαφορετική φιλοσοφία από την οποία διέπονται. Στα βασικά χαρακτηριστικά των ειδικών μορφών τουρισμού συγκαταλέγονται (Βελισσαρίου, 2000 ):

- το κίνητρο που διαφοροποιεί τη μορφή τουρισμού
- η ανάλογη υποδομή για την ικανοποίηση των ειδικών τουριστικών υποδομών
- η προσαρμοσμένη στις ειδικές τουριστικές ανάγκες οργάνωση
- η στόχευση σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς

Η φιλοσοφία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού δομείται πάνω σε πέντε άξονες:

- 1.την προστασία του περιβάλλοντος
- 2.την προστασία της κοινωνικό-πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου διακοπών
- 3.τη διασφάλιση της καλής αναψυχής των επισκεπτών
- 4.την ενεργή συμμετοχή και δραστηριοποίηση των τουριστών και
- 5.το όφελος για την τοπική οικονομία.

Σύμφωνα με βιβλιογραφικές πηγές (Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007) τα τελευταία χρόνια, οι εναλλακτικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης, προσφέρουν μια διέξοδο για το τουριστικό ελληνικό προϊόν, το οποίο έχει καταστεί ιδιαίτερα ακριβό και χαρακτηρίζεται από χαμηλό επίπεδο υπηρεσιών και υποδομών. Οι μονοσήμαντες επενδύσεις στο δίπτυχο «Ήλιος-Θάλασσα», έχουν εξαντλήσει τα περιθώριά τους, μετά την εμφάνιση νέων εξωτικών και οικονομικά προσιτών προορισμών.

Στον αντίποδα όλων αυτών, στέκεται ένα μοντέλο που διασφαλίζει την φυσική ομορφιά, την πολιτιστική κληρονομιά, τα παραδοσιακά επαγγέλματά και ασχολίες, ενώ τώρα προσφέρει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες στο φιλοξενούμενου. Η στροφή από τον ποσοτικό στον ποιοτικό τουρισμό είναι απαραίτητη προϋπόθεση. Πρέπει να ανακαλύψουμε ξανά την Ελλάδα της θάλασσας, του βουνού και της

παράδοσης, μόνο έτσι θα γίνουμε ξανά ανταγωνιστικοί στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Στη συνέχεια αναπτύσσουμε μερικές από τις κύριες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

## **2.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει κάθε μορφή ενεργητικής ή παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, με συμμετοχή τυχαία ή οργανωμένη, γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους και προϋποθέτει μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Κύριο κίνητρο του αθλητικού τουρισμού είναι η ενασχόληση με κάποιο άθλημα όπως για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κ.λπ. Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών, θεωρείται σε αυτή τη μορφή ο πιο σημαντικός παράγοντας μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση συναφών εκδρομών και περιηγήσεων.

## **2.3 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Σύμφωνα με τους Βαρβαρέσο και Σωτηριάδη (2002), στον αγροτουρισμό εντάσσονται δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία ο αγροτουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

**α)** Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις δραστηριότητες γενικότερα.

Η μορφή αυτή είναι ευρύτερα γνωστή σαν *διακοπές αγροικιών*.

**β)** Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και

ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωστικούς μικροσυννοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα *BB (bed and breakfast)*.

## **2.4 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο οικολογικός τουρισμός έχει σαν κίνητρο την τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιοτόπων, των εθνικών δρυμών κλπ. Ο τουρίστας που επιλέγει αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής, σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου αυτό είναι εφικτό. (Κομίλης, 2001).

## **2.5 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ**

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του αγνώστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία, περίπατοι κ.λπ. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, οι οποίοι διαθέτουν αντοχή για περπάτημα και υπομονή ή και ακόμη διάθεση για εξερευνήσεις.

## **2.6 ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο ορεινός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό. Η υποβαθμισμένη ίσως μέχρι τότε περιοχή θα αναζωογονηθεί ποιοτικά και

οικονομικά με την ανάπτυξη αυτών των μορφών τουρισμού, θα λειτουργήσει θετικά και στην αναβάθμιση της πελατείας, διότι ο τουρίστας δεν επιλέγει προορισμό με κριτήριο τη χαμηλή τιμή - τουλάχιστον όχι πάντα- αλλά περισσότερο με κριτήριο την ικανοποίηση των προσδοκιών και των ιδιαίτερων ενδιαφερόντων του. Η συνεχής αύξηση του αριθμού των καταναλωτών τουριστικών ταξιδιών αλλά και η διαρκής τάση για εξειδίκευση της ζήτησης επιτρέπουν σε όλο και περισσότερες περιοχές να διεκδικούν τμήματα της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης. Σε αυτό το πλαίσιο το μάρκετινγκ πρέπει να λειτουργεί δυναμικά, αναζητώντας νέες αγορές αλλά και ομάδες καταναλωτών που ενδιαφέρονται για τους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η περιοχή (Τσάρτας,1999).

## **2.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως η κυκλοφορία των ατόμων στα πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο κανονικής διαμονής, με την πρόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι όλο και πιο δημοφιλής σε ολόκληρο τον κόσμο και επιβεβαιώνεται από μια έκθεση του ΟΟΣΑ το 2009, η οποία αναφέρεται στο ρόλο του πολιτιστικού τουρισμού για την περιφερειακή ανάπτυξη διαφόρων περιοχών του κόσμου.

Πρόκειται κατά κύριο λόγο για τη μετακίνηση ατόμων με πολιτιστικά κίνητρα, που περιλαμβάνουν εκπαιδευτικές και πολιτιστικές περιηγήσεις, ταξίδια σε φεστιβάλ, επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, ενδιαφέρον για τον λαϊκό πολιτισμό και προσκύνημα.

## **2.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.λπ.), εξμ ορισμού συνάδουν με το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθόσον είναι δραστηριότητες που δεν λαμβάνουν εντατική μορφή και είναι κατεξοχήν περιβαλλοντικά φιλικές.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

#### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Οι ειδικές μορφές τουρισμού αναφέρονται από πάρα πολλούς ως το καλύτερο φάρμακο (ή και μοναδικό) για την διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού μας προϊόντος.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού προκύπτουν από την διαδικασία τμηματοποίησης της ταξιδιωτικής αγοράς. Η τμηματοποίηση της διεθνούς τουριστικής ζήτησης σηματοδοτεί/ προτρέπει τη δημιουργία και προσφορά συγκεκριμένων και ειδικών τουριστικών προϊόντων. Ο κάθε τουριστικός προορισμός όμως, θα πρέπει να εστιάσει στις μορφές τουρισμού που μεγιστοποιούν το όφελος για το σύνολο του προορισμού.

Η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού εντάσσεται στη διαδικασία διαμόρφωσης ενός συγκεκριμένου χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων. Η διαδικασία εντοπισμού των ειδικών μορφών θα πρέπει να βασίζεται στην αξιολόγηση των τουριστικών προϊόντων βάσει της ελκυστικότητας της ζήτησης και της ανταγωνιστικότητας της προσφοράς. Θα πρέπει να υπογραμμισθεί ότι δεν νοούνται ειδικές μορφές τουρισμού χωρίς την ύπαρξη ενός βασικού προϊόντος και ένα ικανοποιητικό επίπεδο ανάπτυξης σε όλα τα επίπεδα της τουριστικής προσφοράς (π.χ καταλύματα, λιμάνια αεροδρόμια κοκ). Προτείνεται παράλληλα με την αναζήτηση των ειδικών μορφών τουρισμού να εξασφαλισθεί ένα υψηλό επίπεδο μεταφορών και καταλυμάτων, το οποίο διαμορφώνει και κατά το μεγαλύτερο μέρος τη συνολική τουριστική εμπειρία.

Αφού επιλεγούν οι μορφές τουρισμού που παρουσιάζουν ενδιαφέρον και όφελος για τον Ελληνικό Τουρισμό, θα πρέπει να

δημιουργηθεί ένα ξεχωριστό σχέδιο μάρκετινγκ για κάθε προϊόν. Με άλλα λόγια θα πρέπει να πάψει η απλή απαρίθμηση διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και να επιχειρηθεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση σε θέματα μορφοποίησης, τυποποίησης , τιμολόγησης και προώθησης του κάθε προϊόντος. Παρακάτω αναπτύσσονται τα βασικά είδη των ειδικών μορφών τουρισμού.

### **3.2 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός στην χώρα μας αποτελεί μια ειδική μορφή τουρισμού με παραδοσιακά σημαντική παρουσία στον ελληνικό χώρο, καθώς είχε σημαντική ανάπτυξη ήδη από την αρχαιότητα. Οι λαϊκές λατρευτικές εορτές προς τιμήν των δώδεκα Θεών του Ολύμπου αποτελούν την εκλαϊκευμένη μορφή των σημερινών θρησκευτικών εορτών. Γιορτές όπως αυτή των Δαφνηφορίων στη Θήβα για τον Απόλλωνα, τα Διονύσια, τα Θαργήλια το καλοκαίρι και τα Πυανόφια το φθινόπωρο, τα Ανθεστήρια με την άνθηση κατά την άνοιξη, τα Θεσμοφόρια η πιο διαδεδομένη ελληνική γιορτή και η κυριότερη μορφή λατρείας της Δήμητρας και πολλές ακόμα συγκέντρωναν πλήθος κόσμου από διάφορες περιοχές με σκοπό την εκδήλωση της λατρείας τους και την πραγματοποίηση θρησκευτικών τελετών.

Από την αρχαιότητα όμως μέχρι και σήμερα ο Θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει πάψει να έχει μια σημαντική παρουσία στην ελληνική τουριστική πραγματικότητα. Αντίθετα, έχει μια σταθερή σημαντική ειδική ζήτηση και στην σύγχρονη εποχή από πλευράς εγχώριας και όχι μόνο πελατείας με εντοπισμένους χωρικά και χρονικά τόπους επισκέψεων. Πρόκειται, γενικά, για μια ειδική μορφή τουρισμού που αναπτύχθηκε αυτόνομα στηριζόμενη στην ύπαρξη μιας εξειδικευμένης (κατά εθνικότητες, χώρο και χρόνο) ζήτησης που σταθερά αυξάνεται.

### **3.3 ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Με τον όρο Εκθεσιακός τουρισμός αναφερόμαστε στον τουρισμό εκείνο που αφορά εκθέσεις τομέων ή κλάδων της οικονομίας. Αυτές οι εμπορικές εκθέσεις μπορεί να είναι είτε γενικές, είτε κλαδικές. Πολλές κλαδικές εκθέσεις έχουν γενικότερο ενδιαφέρον, ενώ άλλες κλαδικές πιο περιορισμένο και εξειδικευμένο. Δεν αναφερόμαστε μόνο σε εκθέσεις που ο εκθέτης είναι ένας και μοναδικός και τούτο διότι τέτοιου είδους εκθέσεις συνήθως υπάρχουν μέσα στο πλαίσιο των παράλληλων εκδηλώσεων μεγάλων συνεδρίων. Οι εκθέσεις αυτές, ως γνωστόν, αφορούν συνήθως τους χρηματοδότες ή τους χορηγούς (sponsors) των συνεδριακών εκδηλώσεων. Με την έννοια αυτή αποτελούν εκδηλώσεις «δευτερεύουσας» ή «συμπληρωματικής» σημασίας για τους συνέδρους, δεδομένου ότι το κύριο βάρος της όλης δραστηριότητας αποτελεί αυτή καθαυτή η συνεδριακή εκδήλωση.

### **3.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ**

Ο τουρισμός υγείας («θεραπευτικός τουρισμός») έχει καθιερωθεί ως μορφή διακοπών σε συνδυασμό με την παροχή ενός ευρύτερου φάσματος ιατρικών υπηρεσιών και την ευεξία. Οι κύριες εκφάνσεις του τουρισμού υγείας μπορούν να διακριθούν στον «ιατρικό τουρισμό» που απευθύνεται σε τουρίστες – ασθενείς που κάνουν χρήση συνήθως εξειδικευμένων υπηρεσιών ιατρικής παρακολούθησης και θεραπείας, καθώς και στον «τουρισμό ευεξίας» που απευθύνεται σε τουρίστες που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους (SPA, θαλασσοθεραπεία, υδροθεραπεία κλπ.). Στην τελευταία κατηγορία εντάσσεται και ο παραδοσιακός «ιαματικός τουρισμός» (θερμαλισμός).

### **3.5 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Με τον όρο συνεδριακός τουρισμός γενικά, εννοούμε τις μετακινήσεις ή τις εκδηλώσεις που συνδυάζουν σε μικρότερο ή σε μεγαλύτερο βαθμό την καθαρά παραθεριστική, ταξιδιωτική ή περιηγητική διάσταση και γενικότερα την αναψυχή με άλλα ενδιαφέροντα ή παραγωγικές δραστηριότητες, που συνδέονται με την ιδιότητα των συμμετεχόντων ως μελών, ενός επαγγέλματος, μιας επιχείρησης ή άλλων οργανώσεων, σωμάτων ή συμφερόντων. Στόχος της <συνεδριακής> διάστασης των μετακινήσεων αυτών είναι συνήθως η ανταλλαγή απόψεων, η πληροφόρηση, η κατάρτιση, η γνωριμία, η ενίσχυση του συναδελφικού πνεύματος, η προώθηση των συμφερόντων της ομάδας και άλλα συναφή. Συνέδριο στην Ελληνική γλώσσα σημαίνει σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν και να πάρουν κάποιες αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα.

### **3.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού οφείλει να δώσει η πολιτική ηγεσία του τουρισμού προκειμένου ο ελληνικός τουρισμός, για να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του, να αναβαθμίσει και να παγιώσει μία υψηλή θέση στην παγκόσμια αγορά, εκμεταλλευόμενος τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα.

Σε ό,τι αφορά την στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει η χώρα μας για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, θεωρείται σκόπιμο να δοθεί αρχικά ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη των μορφών εκείνων, για τις οποίες η Ελλάδα διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, αλλά και ένα ικανό πλήθος υποδομών, ώστε να

οδηγηθούμε σε άμεσα αποτελέσματα, με βραχεία και μεσοπρόθεσμη αποκόμιση οφέλους.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

#### **4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κλπ. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας, κλπ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών.

#### **4.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ/ ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ**

Οι παράγοντες, ή τα στοιχεία του Συνεδριακού τουρισμού είναι: οι Σύεδροι / τουρίστες, ο τόπος του Συνεδρίου (τουριστικός προορισμός), ο χώρος του Συνεδρίου (το Συνεδριακό Κέντρο), ο σκοπός του Συνεδρίου (ο λόγος για τον οποίο γίνεται το συνέδριο), η τουριστική «επένδυση» του Συνεδρίου (το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχεται στους συνέδρους) και η διοίκηση (Management) του Συνεδρίου (διαχείριση, οργάνωση, υποστήριξη κλπ.)(*Σφακιανάκης Μ.2000 Λαζανα Φ 2003*).

Όσον αφορά συγκεκριμένα, την καταλληλότητα του χώρου διεξαγωγής ενός συνεδρίου, αυτός εξετάζεται με βάση τους παράγοντες: τοποθεσία, αίθουσα, δυνατότητα διαμονής (σε όσους από τους συνέδρους το επιθυμούν), δυνατότητα σίτισης (σε όσους από τους συνέδρους το επιθυμούν) και δυνατότητα ψυχαγωγίας.

Με άλλα λόγια, ο κάθε χώρος που επιλέγεται θα πρέπει να ανταποκρίνεται στα κριτήρια επιλογής του τόπου διεξαγωγής των Συνεδρίων, όπως και για τις διεθνείς προδιαγραφές που υπάρχουν, ώστε να προτιμηθούν οι πιο κατάλληλοι και ελκυστικοί προορισμοί φιλοξενίας που θα συνδυάζουν: το καλό φυσικό περιβάλλον με το υψηλής ποιότητας ανθρωπογενές (πολιτιστικό, ιστορικό, κοινωνικό)· την υψηλής ποιότητας τουριστική υποδομή με την κατάλληλη Συνεδριακή (υλικοτεχνική, εξοπλισμού, υποστηρικτική) και, τέλος, την πολιτική ευστάθεια και τις εγγυημένες υπηρεσίες ασφαλείας με το κατάλληλο προσωπικό, που να έχει δυνατότητες άσκησης Συνεδριακού Μάνατζμεντ.

Ο ιδανικός, πάντως, τύπος εγκατάστασης ενός Συνεδριακού Κέντρου αξιώνει:

- Ø Κεντρική και ισχυρή θέση
- Ø Μικρή απόσταση από τις πλησιέστερες μονάδες συνεδριακών ξενοδοχείων
- Ø Άμεση σύνδεση με το δημόσιο δίκτυο συγκοινωνίας
- Ø Αρκετός χώρος στάθμευσης στην πολύ κοντινή περιοχή
- Ø Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών κοντά στο κέντρο ή στο ίδιο το κτίριο
- Ø Αναλόγως ευέλικτο πρόγραμμα χώρων και τεχνικά βοηθητικά μέσα

- Ø Διάθεση χώρων ημερίδων για 300 τουλάχιστον άτομα
- Ø Διάθεση των απαραίτητων μέσων μεταφοράς κλπ.

Η επιτροπή διοργάνωσης συνεδρίων, εξάλλου, μετά από συνεννόηση με το πρακτορείο επιλέγει την τοποθεσία και την αίθουσα που ικανοποιούν τις ανάγκες του συνεδρίου και, στη συνέχεια, ανακοινώνουν το πρόγραμμα του συνεδρίου στους υποψήφιους συνέδρους, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να ζητήσουν ξενοδοχειακή κράτηση ή άλλες υπηρεσίες που προσφέρει το συνέδριο.

### **4.3 Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Αναφορικά, τώρα, με τη θέση που έχει ο συνεδριακός τουρισμός στην τουριστική αγορά, μπορούμε να πούμε ότι αυτός αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς, δηλαδή το 16% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς: αυτό και μόνο δείχνει τη σημαίνουσα θέση που έχει στον συνολικό τουρισμό, ακολουθώντας διαχρονικά μια κλιμακούμενη ανοδικά πορεία με διακρίσεις ανά τον κόσμο, σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό, παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον μεταξύ κρατών (που μέσω των αρμόδιων φορέων τους προσπαθούν να πάρουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κομμάτι από την ολοένα αυξανόμενη συνεδριακή «πίτα»), μεταξύ των πόλεων (που προσπαθούν να καθιερωθούν σαν πόλεις συνεδρίων), μεταξύ των ξενοδοχειακών μονάδων (που στοχεύουν όχι μόνο στην υψηλή εισοδηματική στάθμη των τουριστών αυτής της μορφής, αλλά και στην τόνωση της πληρότητας τους κατά τη διάρκεια της χαμηλής τους περιόδου) και, τέλος, μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών (που συνειδητοποίησαν την απόλυτη



ταύτιση μιας κενής ξενοδοχειακής κλίνης και μιας κενής θέσης στο αεροσκάφος).(Κραβαρίτης Κ.1992 ).

#### **4.4 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ**

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι η μορφή, του τουρισμού που απαιτεί ειδική υποδομή εξοπλισμού. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι υψηλής κοινωνικής στάθμης (επιστήμονας, ανώτερο στέλεχος), με συνέπεια να είναι και ανώτερου οικονομικού επιπέδου. Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη αγοραστική δύναμη η οποία αυξάνεται με την εξασφάλιση των βασικών του αναγκών την οποία προσφέρουν πολλές φορές διάφοροι σπόνσορες. Τους συνεδριακούς τουρίστες, εξάλλου, τους συνοδεύουν πολλές φορές και άτομα του οικογενειακού ή εργασιακού τους περιβάλλοντος, οπότε δημιουργείται μια άλλη ομάδα τουριστών, οι συνοδοί, η οποία και αυτή είναι αρκετά υπολογίσιμη τόσο από τους οργανωτές των συνεδρίων, όσο και από τις τουριστικές επιχειρήσεις που υποστηρίζουν κατά κόρον τα συνέδρια.

Ο χρόνος διεξαγωγής τους στο μεγαλύτερο ποσοστό είναι εκτός περιόδου τουριστικής αιχμής, γεγονός που βοηθά στη σταδιακή άρση του προβλήματος της εποχικότητας. Το κέρδος, ειδικά από τα διεθνή ή πανευρωπαϊκά συνέδρια που γίνονται κατά καιρούς στη χώρα μας, είναι η μεγάλη εισροή συναλλάγματος για τη χώρα υποδοχής. Η διάρκειά τους κυμαίνεται από μια ημέρα έως μια εβδομάδα με ελάχιστες εξαιρέσεις υπέρβασης. Το χρονικό αυτό διάστημα αυξάνεται με διάφορες προ - ή μετά - συνεδριακές εκδηλώσεις που συμβάλλουν στη μεγαλύτερη απόδοση της δυναμικής αυτής μορφής τουρισμού.( Κραβαρίτης Κ. Παπαγεωργίου Α. )

## 4.5 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου, αυτοί που αποφασίζουν είναι οι φορείς, οι οποίοι και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκοντας φυσικά να έχουν κάποιο όφελος, μικρό ή μεγάλο, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο (συνεπώς πρωταρχικός σκοπός κάθε Συνεδρίου είναι η εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους, ακόμη κι όταν οι φορείς είναι κρατικοί ή φορείς κοινωφελών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων). Οι φορείς αυτοί - που είναι φυσικά πρόσωπα ή εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου με εξουσία να αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου - διακρίνονται σε δημόσιους φορείς, σε ιδιωτικούς και σε φορείς που ανήκουν σε υπερεθνικούς ή παγκόσμιους οργανισμούς. Η διάκρισή τους αυτή γίνεται με βάση ορισμένα κριτήρια, όπως η νομική τους προσωπικότητα, η ύπαρξη επιχειρηματικότητας, το είδος της δραστηριότητά τους και ο εθνικός ή διεθνής χαρακτήρας τους.

Τα θέματα που αποτελούν αντικείμενα των Συνεδρίων είναι, συνήθως, παγκόσμιου ενδιαφέροντος.

Τα πιο γνωστά θέματα για τα οποία έγιναν διεθνή συνέδρια είναι:

- Ø τα ανθρώπινα δικαιώματα
- Ø το περιβάλλον
- Ø ο έλεγχος χημικών, βιολογικών και πυρηνικών όπλων
- Ø το παγκόσμιο εμπόριο
- Ø η προστασία από γενοκτονίες
- Ø η πολιτιστική κληρονομιά
- Ø η αλλαγή του κλίματος της γης
- Ø η αντιμετώπιση της πείνας κλπ.

Οι οργανωτές, τώρα, των Συνεδρίων είναι φυσικά πρόσωπα ή επαγγελματικές ενώσεις ή διαφορές Τουριστικές Επιχειρήσεις ή Εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση των συνεδρίων. Οι οργανωτές δεν είναι φορείς συνεδρίων που αποφασίζουν να πραγματοποιηθούν τα συνέδρια και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους; οι οργανωτές οργανώνουν μόνο τα συνέδρια. Αντίθετα, ένας φορέας συνεδρίου, μπορεί να αναλάβει και την οργάνωσή τους, οπότε φορέας και οργανωτής συμπίπτουν στο ίδιο φυσικό ή Νομικό πρόσωπο.

Όσο για το ποιοι και πόσοι σύνεδροι θα παρακολουθήσουν ένα συνέδριο, αυτό αποφασίζεται από τον φορέα πραγματοποίησης του συνεδρίου, ο οποίος προσκαλεί με ονομαστικές προσκλήσεις, ύστερα από επιλογή που κάνει σύμφωνα με τον τύπο του συνεδρίου και τους μερικότερους σκοπούς που επιδιώκονται.

Εκτός από τους φορείς, όμως, τους οργανωτές, τους σύνεδρους και τους συνοδούς τους πολλοί άλλοι άνθρωποι εμπλέκονται στις συνέδριο-τουριστικές δραστηριότητες, όπως: οι επίσημοι (αντιπρόσωποι τοπικών αρχών), οι εισηγητές, οι δημοσιογράφοι, οι χορηγοί, το λοιπό προσωπικό των συνεδρίων και το προσωπικό της τουριστικής υποστήριξης των συνεδρίων.

#### **4.6 Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ**

Σχετικά, πάλι, με τον εξοπλισμό των συνεδριακών χώρων, αυτός περιλαμβάνει: εγκαταστάσεις σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων, εγκαταστάσεις κλιματισμού, εγκαταστάσεις ταυτόχρονης μετάφρασης, εγκαταστάσεις γραμματειακής υποστήριξης, τηλεφωνικές και τηλετυπικές εγκαταστάσεις και εγκαταστάσεις διδασκαλίας, επίδειξης και έκθεσης. Ο παραπάνω εξοπλισμός είναι δυνατόν να είναι μόνιμα

εγκατεστημένος στους συνεδριακούς χώρους ή και να μεταφέρεται από χώρο σε χώρο, ή και να ετοιμάζεται από επιχειρήσεις που εμπορεύονται τα διάφορα οπτικοακουστικά μέσα.( Κραβαρίτης Κ. 1992 )

#### **4.7 ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Αναφορικά, τέλος, με τα οφέλη των προορισμών του συνεδριακού τουρισμού αυτά είναι: η προβολή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων, η ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνέδρων, η δημιουργία προϋποθέσεων για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, η διασπορά της τουριστικής κίνησης σε ευρύτερα χρονικά και γεωγραφικά πλαίσια.

Όσο για τις αδυναμίες του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, οι κυριότερες από αυτές είναι οι εξής:

- Ø Η αδυναμία της χώρας μας να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια, γιατί δεν υπάρχει Συνεδριακό Κέντρο χωρητικότητας πάνω από 2000 συνέδρους
- Ø Η χαμηλή ποιότητα που παρέχεται στις τουριστικές υπηρεσίες, οι κακές συγκοινωνίες, οι υποβαθμισμένοι κόμβοι συγκοινωνιών κλπ.
- Ø Η ελλιπής εκπαίδευση σε όλες τις τουριστικές σχολές και η έλλειψη κατάλληλου προσωπικού οργάνωσης και διαχείρισης συνεδρίων
- Ø Η μη επαρκής προβολή και η μη σωστή χρήση των πλεονεκτημάτων της χώρας μας σαν ελκυστικού προορισμού φιλοξενίας συνεδρίων εκ μέρους των φορέων του συνεδριακού τουρισμού

- Ø Η μη ικανοποιητική ανάπτυξη του θαλάσσιου Συνεδριακού Τουρισμού σε σύγκριση με τη διατιθέμενη υποδομή (Ελληνικές θάλασσες και στόλος Κρουαζιερόπλοιων)
- Ø Η παρουσία συνεδριακών χώρων σε ξενοδοχεία που λειτουργούν εποχικά για την εξυπηρέτηση των αναγκών του μαζικού παράκτιου θερινού τουρισμού
- Ø Η απροθυμία των ελληνικών επιχειρήσεων να διοργανώνουν συνέδρια και να τα εκμεταλλεύονται σαν αποτελεσματικό εργαλείο Μάρκετινγκ, πράγμα που μειώνει την εσωτερική συνεδριακή πελατεία. (Σφακιανάκης Μ. 2000 ).

Με βάση όλα τα παραπάνω, πάντως, μπορούμε να καταλήξουμε σε συμπεράσματα και προτάσεις για τον Συνεδριακό Τουρισμό στη χώρα μας:

- 1) Η περαιτέρω ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στη χώρα μας είναι δυνατή γιατί αυτή αποτελεί ελκυστικό τουριστικό προορισμό και διαθέτει επιπλέον τα πολιτιστικά, ιστορικά και κοινωνικά στοιχεία για να ελκύσει την προσοχή των συνέδρων, των φορέων και των οργανωτών των συνεδρίων.
- 2) Είναι σκόπιμη η ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού λόγω των πλεονεκτημάτων της αντιεποχικής μορφής τουρισμού λόγω των τιμών των συνεδριακών προϊόντων.
- 3) Η χώρα μας μέσω των συνέδρων διαφημίζεται και προβάλλεται παγκόσμια.
- 4) Υπάρχει υποδομή για τον Θαλάσσιο Συνεδριακό Τουρισμό.
- 5) Χρειάζεται η συμβολή όλων και της Πολιτείας, όπως και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, σε όλους τους τομείς (εκπαίδευση, κίνητρα, επενδύσεις,

επαγγελματική οργάνωση κλπ.) για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, της πιο πλούσιας και συναλλαγματοφόρος μορφής τουρισμού.

Τα τελευταία δέκα χρόνια η ελληνική αγορά συνεδριακού τουρισμού άρχισε να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη, ενώ η αναμφισβήτητη αύξηση της είναι κυρίως αποτέλεσμα του ενδιαφέροντος ξένων οργανισμών, οι οποίοι επιλέγουν την Ελλάδα σαν τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων τους.

#### **4.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η διοργάνωση ενός συνεδρίου αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό γεγονός για ένα προορισμό, τόσο η ίδια οργανωτική προσπάθεια, όσο και οι προσερχόμενες ομάδες των συνεδριακών τουριστών, προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου, ενώ παράλληλα συντελούν και στην άμεση και έμμεση προβολή του.

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

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Για να εκτιμηθούν τα περιθώρια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα και η σημασία τους και για να χαραχθεί πολιτική αξιοποίησης των σχετικών δυνατοτήτων, ένα από τα προαπαιτούμενα είναι η γνώση των εξελίξεων στο κλάδο στα πρόσφατα χρόνια διεθνώς, η εκτίμηση της βαρύτητας του ως συνιστώσας του τουριστικού τομέα και γενικά η αναφορά στην εμπειρία για το ρόλο που αυτός φαίνεται να διαδραματίζει στην τουριστική ανάπτυξη σε άλλες χώρες.

Προς το σκοπό αυτό και στο βαθμό που το επιτρέπουν τα διαθέσιμα στοιχεία και η λοιπή πληροφόρηση, αντικείμενο του παρόντος κεφαλαίου είναι η σκιαγράφηση των βασικών οικονομικών χαρακτηριστικών του συνεδριακού τουρισμού και των πρόσφατων εξελίξεων στα κύρια μεγέθη του.

#### **5.2 ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟ 2010**

Τάση για σταθερή ανάκαμψη της αγοράς συνεδρίων παγκοσμίως καταγράφει η ετήσια έρευνα της Industry Trends and Market Share Report για το 2010. Μάλιστα ικανοποιητικό ενδιαφέρον για συνέδρια στην Ελλάδα γενικά και στην Αθήνα ειδικότερα, σημειώθηκε στη διεθνή έκθεση συνεδριακού τουρισμού EIBTM 2010, που πραγματοποιήθηκε στη Βαρκελώνη.

Από τις επαφές που είχαν στη Βαρκελώνη, τόσο ο HARCO όσο και το ACB, παρά τη δεινή οικονομική κατάσταση της χώρας, η διεθνής αγορά συνεδρίων και εκδηλώσεων δείχνει να εμπιστεύεται την Ελλάδα και πολλοί εκπρόσωποι της εξετάζουν σοβαρά το ενδεχόμενο μελλοντικών διοργανώσεων στην Ελλάδα. Μάλιστα, αξίζει να σημειωθεί ότι στη φετινή έκθεση EIBTM, ιδιαίτερο ενδιαφέρον υπήρξε και για διοργανώσεις incentives στην Ελλάδα, έπειτα από αρκετά χρόνια έλλειψης σχετικών αιτημάτων.

Οι ξένοι επισκέπτες έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον και για τις συνεδριακές υποδομές και υπηρεσίες ειδικά της Αθήνας.

### **5.2.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Όπως προκύπτει από τα συμπεράσματα της ετήσιας έρευνας που διενεργείται στο πλαίσιο της EIBTM και φέτος συντάχθηκε από τον **Rob Davidson**, Senior Lecturer in Business Travel and Tourism στο Πανεπιστήμιο του Westminster, το 36% των ερωτηθέντων δηλώνουν ότι η δραστηριότητά τους και ο προϋπολογισμός τους για το 2011 θα παραμείνει αμετάβλητος, ενώ ποσοστό 45% δηλώνει ότι σχεδιάζουν αύξηση δραστηριότητας ή προϋπολογισμού, μέχρι και 20%.

Ο Rob Davidson αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι «ενώ για το 2010, οι περισσότεροι οικονομολόγοι είχαν διαφωνήσει για το εάν η παγκόσμια ανάκαμψη θα αυξηθεί, θα μείνει στάσιμη ή ακόμη και θα αναστραφεί, τώρα στο τέλος του έτους γίνεται λόγος περί ευνοϊκών προοπτικών για την παγκόσμια ανάκαμψη -αν και αυτή είναι αργή και άνιση. Ωστόσο, οι περισσότεροι δείκτες που αφορούν τη συνεδριακή αγορά δείχνουν βελτίωση των επιχειρηματικών συνθηκών το 2011».



Στο ερώτημα για τις επιπτώσεις της κρίσης στην αγορά MICE (συνεδρίων, κινήτρων, συναντήσεων και εκθέσεων) οι τρεις σημαντικότερες τάσεις είναι:

- Μεγαλύτερη προσοχή στο περιεχόμενο των εκδηλώσεων και στην επικοινωνία μεταξύ των συμμετεχόντων.
- Λιγότερη πολυτέλεια και λιγότερη «λάμψη» στις εκδηλώσεις.
- Οι προϋπολογισμοί θα παραμείνουν «σφικτοί» και οι διαπραγματεύσεις τιμών θα είναι πιο σκληρές.

Άλλες τάσεις και ευρήματα της έρευνας που παρουσιάζουν ενδιαφέρον:

- Τα MPI Business Barometers το 2010 ανέφεραν ότι ο κλάδος εξακολουθεί να ανακάμπτει σταθερά. Όπως προκύπτει, οι τρέχουσες επιχειρηματικές συνθήκες είναι καλύτερες από ό,τι πριν από ένα χρόνο και υπάρχει σίγουρα ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς που αισθάνεται αισιοδοξία για το μέλλον.
- Το 62% των ερωτηθέντων τον Αύγουστο του 2010 δήλωσε ότι οι τρέχουσες επιχειρηματικές συνθήκες είναι καλύτερες από ό,τι πριν από ένα χρόνο. Επιπρόσθετα, ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων αισιοδοξεί για το μέλλον, με το 70% των επιχειρήσεων πήραν μέρος στην έρευνα, να προβλέπουν καλύτερες επιχειρηματικές συνθήκες από ό,τι πέρυσι.
- Η Ευρώπη εξακολουθεί να κυριαρχεί ως πόλος διεξαγωγής συνεδρίων φορέων και οργανισμών. Οι επτά από τις δέκα χώρες στο top 10 προορισμών MICE βρίσκονται στην Ευρώπη. Δημοφιλείς προορισμοί είναι οι Βαρκελώνη, Μαδρίτη, Νίκαια, Παρίσι και Ρώμη.
- Το 30% των συνεδρίων διοργανώνονται εκτός της χώρας προέλευσής τους (αύξηση 10% από το 2009) - Η μέση δαπάνη ανέρχεται έως τα 175 ευρώ, σε σύγκριση με 150 ευρώ το 2009 - Οι ακυρώσεις μειώθηκαν από το 15 στο 10%.

Τέλος επισημάνθηκε ότι το 2010 σηματοδοτήθηκε επίσης από τη ραγδαία αύξηση της χρήσης των μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) τόσο από τα συνεδριακά κέντρα όσο και από τα επίσημα Γραφεία Συνεδρίων των χωρών, ως μέρος των στρατηγικών μάρκετινγκ.

### **5.3 ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΠΡΟΣΦΑΤΑ ΧΡΟΝΙΑ**

Σύμφωνα με τον World Tourism Organization, πρόκειται για έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, ο συνεδριακός τουρισμός παρουσίαζε πολύ υψηλότερη ανάπτυξη από ότι ο συνολικός τουρισμός.

Με βάση τα δεδομένα από τη Διεθνή Ένωση Συνεδρίων, που εδρεύει στο Άμστερνταμ (The International Meeting Association), ο συνολικός αριθμός των συνεδριακών εκδηλώσεων κινήθηκε σε παραπλήσια επίπεδα με το Ηνωμένο Βασίλειο. Είναι όμως σαφές, ότι από τα στοιχεία που υπάρχουν, διαφεύγει ένα πολύ σημαντικό μέρος εκδηλώσεων, είτε από παράλειψη, είτε διότι οι διοργανωτές δεν είναι μέλη της ICCA. Είναι σημαντικό, λοιπόν το συμπέρασμα ότι σε παγκόσμιο επίπεδο η συνεδριακή δραστηριότητα με τους ρυθμούς που ακολουθεί μένει σταθερή με αποτέλεσμα, πιθανόν να υπολείπονται του μέσου ετήσιου ρυθμού αύξησης του γενικού τουρισμού.

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, οδηγούμαστε στη σκέψη ότι οι εκτιμήσεις που γίνονται και οι απόψεις που εκφράζονται για γρήγορη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, από οργανισμούς ή μελετητές, διαμορφώνονται υπό την επήρεια εντυπώσεων γρήγορης ανόδου σε ορισμένες χώρες συνεδριακού τουρισμού, που βέβαια δεν είναι ασυμβίβαστες με βραδείς ρυθμούς ανόδου της συνεδριακής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι παλαιότερα η συνεδριακή κίνηση όντως αυξανόταν με γρήγορους ρυθμούς.

#### **5.4 ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ**

Ανάμεσα στις χώρες που δεν έχουν αναπτύξει με επιτυχία το συνεδριακό τουρισμό είτε με την έννοια του αριθμού του μεγαλύτερου μεγέθους συνεδριακών εκδηλώσεων, που καταγράφονται από την ICCA, είτε με την έννοια του μεριδίου τους, στο παγκόσμιο ή το ευρωπαϊκό σύνολο των συνεδριακών δραστηριοτήτων σύμφωνα με την ICCA φαίνεται πως είναι η Πορτογαλία και το Ισραήλ και όχι η Ελλάδα. Σύμφωνα με την ίδια πηγή ο πρώτος λόγος αναφέρεται στο γεγονός ότι, η ICCA συλλέγει στοιχεία για συνεδριακές εγκαταστάσεις που έχουν την ικανότητα να φιλοξενήσουν με ανταγωνιστικούς όρους τις μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις, σε αντιδιαστολή με αρκετές από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες διότι ναι μεν η ICCA συλλέγει στοιχεία και για μικρότερου μεγέθους εκδηλώσεις, αλλά αν κρίνει κανείς από τον συνολικό αριθμό των συνεδριακών εκδηλώσεων που αυτή καταγράφει κατά έτος, η καταγραφή των μικρότερου μεγέθους εκδηλώσεων πρέπει να είναι συγκριτικά ελλιπέστερη. Για παράδειγμα, τα τελευταία χρόνια οργανώθηκαν στην Ελλάδα μόνο δυο μεγάλα συνέδρια (του ιατρικού τομέα), το ένα από τα οποία στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας και το άλλο με τη συνδυασμένη χρήση περισσότερων μικρότερης συνεδριακής χωρητικότητας μονάδων. Τα σχετικά δελτία αξιολόγησης βεβαιώνουν για την ικανοποιητική περάτωση των σχετικών εκδηλώσεων χωρίς όμως αυτό να είναι και το μοναδικό απαραίτητο στοιχείο για την σωστή έκβαση ενός συνεδρίου. Οι εγκαταστάσεις δεν ήταν οι καταλληλότερες για ένα τέτοιο γεγονός. Το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας δεν είναι

σχεδιασμένο με γνώμονα τις συνεδριακές ανάγκες, έτσι ώστε να απαιτούνται ειδικές δαπάνες διαμόρφωσης για μια χρήση, οι οποίες απλά προσθέτουν κόστος, και χωρίς να προσδίδουν ιδιαίτερο όφελος. Από την άλλη πλευρά η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών επηρεάζεται αρνητικά από την συνδυασμένη χρήση περισσότερων μικρών μονάδων η οποία καθιστά αναγκαίες πολλές μετακινήσεις και δημιουργεί και άλλες δυσκολίες.

Ο δεύτερος λόγος έχει να κάνει με το γεγονός ότι, πολλές από τις μονάδες οι οποίες διαθέτουν συνεδριακές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, και οι οποίες μπορούν να καλύψουν συνεδριακές εκδηλώσεις με αρκετές εκατοντάδες ή και πολλές εκατοντάδες συνέδρους, διαπιστώνει κανείς ότι πολλές από τις πρώτες δεν είναι μέλη και δεν παρέχουν στοιχεία. Αν και δεν είναι γνωστή η έκταση της μη συμμετοχής αξιόλογων συνεδριακών μονάδων άλλων χωρών στην ICCA, είναι πολύ πιθανόν ότι αυτή θα είναι μικρότερη από ότι στην Ελλάδα, ιδίως για τις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης. Εξάλλου, πρέπει να ληφθεί υπμ όψη ότι στις πλουσιότερες χώρες της Ευρώπης όπου η κουλτούρα και το επίπεδο διαβίωσης ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των ατόμων σε οργανώσεις και εκδηλώσεις, η εγχώρια ζήτηση συνεδριακών υπηρεσιών, ιδιαίτερα του μεσαίου και μικρότερου μεγέθους, που όπως αναφέρθηκε φαίνεται ότι δεν καταγράφονται πλήρως από την ICCA, είναι πολύ πιθανόν ότι θα είναι συγκριτικά πολύ μεγαλύτερη απμ ότι στην Ελλάδα. Εξαιτίας του παράγοντα αυτού τα στοιχεία της ICCA μπορεί να υποεκτιμούν την συνεδριακή κίνηση στις χώρες αυτές σε βαθμό μεγαλύτερο από ότι αυτό συμβαίνει στην ελληνική περίπτωση. Δύσκολα θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η πραγματικότητα θα μπορούσε να είναι τόσο διαφορετική από εκείνη που προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία, ώστε να αναιρούνται τα εξής βασικά συμπεράσματα:

- ότι λόγω των περιορισμένων δυνατοτήτων προσέλκυσης μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων που προκαλούν οι ελλείψεις και οι αδυναμίες στην σχετική υποδομή, ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι στην καλύτερη περίπτωση μέτριος.

- ότι σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες που εξειδικεύονται στον συνεδριακό τουρισμό, οι δικές μας επιδόσεις υστερούν κατά μεγάλο βαθμό και

- ότι επομένως, ο βαθμός βελτίωσης των επιδόσεων μας στον τομέα αυτό εφόσον βέβαια συντρέξουν και οι κατάλληλες προϋποθέσεις, πρέπει να είναι πολύ αξιόλογες.

Τα πιο πάνω φαίνεται να ισχύουν τόσο για την Αθήνα ειδικότερα, αφού μεγάλο μέρος των συνεδριακών εκδηλώσεων συγκεντρώνεται σε μεγάλες πόλεις, όσο και για τη χώρα γενικότερα.

## **5.5 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ-ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ**

Το ενδιαφέρον που εκδηλώνεται διεθνώς για τον επαγγελματικό τουρισμό είναι ολοένα και πιο έντονο. Έχει αρχίσει λοιπόν ένας μεγάλος ανταγωνισμός από τα κράτη για να κερδίσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Η αξία του επαγγελματικού τουρισμού είναι μεγάλη διότι στοχεύει:

- Ø Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Ø Στην προσέλκυση υψηλής εισοδηματικής στάθμης επισκεπτών, με μόρφωση και απαιτήσεις.
- Ø Στην επίλυση προβλημάτων που δημιουργεί η συγκέντρωση τουριστικής δραστηριότητας στις μεγαλουπόλεις, αφού οι περισσότερες διοργανώσεις πραγματοποιούνται εκτός κέντρου.

σκοπού που γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι στις ακόλουθες κατηγορίες:

**Συνεδριακός τουρισμός:** Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε ένα συνέδριο ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές, τότε αναπτύσσεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Λόγο της περιορισμένης χρονικής διάρκειας, συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, απαιτείται η κατάλληλη υποδομή, η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, άρτιο τεχνολογικό εξοπλισμό, ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις με αίθουσες μεγάλης χωρητικότητας και βοηθητικούς χώρους (Κ.Κραβαρίτης, 1992).

**Εκθεσιακός τουρισμός:** Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μια έκθεση, πρόκειται, για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο, τον εκθεσιακό τουρισμό. Για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού απαιτείται η δημιουργία κατάλληλης υποδομής με εκθεσιακούς χώρους κατάλληλα εξοπλισμένους, οι οποίοι θα διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους (Κ.Κραβαρίτης, 1992).

**Τουρισμός κινήτρων:** Αν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό “πακέτο” που προσφέρουν ορισμένες επιχειρήσεις στους εργαζόμενους τους, στην προσπάθεια τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων, τότε πρόκειται για το τουρισμό κινήτρων. Για την ανάπτυξη του τουρισμού κινήτρων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η προσφορά ενός τόπου προορισμού που θα ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους (Κ.Κραβαρίτης, 1992).

## 5.6 ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

**Επιστημονικά συνέδρια:** Τα συνέδρια αυτά έχουν ιδιαίτερη αξία και μπορούν να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος ύστερα από κάποια χρονική περίοδο. Σε αυτές τις συγκεντρώσεις ενθάρρυνση δίνει το φορολογικό καθεστώς. Το πλεονέκτημα αυτών του είδους συνεδρίων είναι ότι η διάρκειά τους είναι μεγάλη. Τέτοια συνέδρια ενδιαφέρουν ακόμα και επιχειρήσεις που θέλουν να παρουσιάσουν τα συναφή, προϊόντα τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να τα συνδυάζουν με παράλληλες εκθέσεις. Τα συνέδρια που είναι τα μεγαλύτερα από άποψη όγκου συμμετοχής ξένων συνέδρων. Μετά τα ιατρικά, έρχονται τα ανθρωπιστικά, ακολουθούν τα κοινωνικοπολιτικά συνέδρια, των θετικών επιστημών, τα τεχνολογικά και τέλος της νομικής επιστήμης. Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου: Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί ανάλογα μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη της στρατηγικής τους, η ιδεολογική τοποθέτηση τους,

**Συσκέψεις:** Χαρακτηρίζεται από τη μικρή τους διάρκεια καθώς και το μικρό αριθμό συμμετεχόντων. Το υψηλό επίπεδο θέσης που συμμετάσχουν είναι άλλο ένα χαρακτηριστικό των συσκέψεων. Πραγματοποιούνται από φορείς επιχειρησιακού και μη χαρακτήρα. Αυτό που όλοι οι συμμετέχοντες επιθυμούν είναι η αλλαγή του χώρου που γίνονται οι συσκέψεις. Υπάρχουν φορές που συνδυάζονται με γεύματα εργασία.

**Σεμινάρια:** Με τα σεμινάρια προσφέρονται στα ξενοδοχεία καλές και σταθερές πελατείες. Οι χώροι πρέπει να είναι κατάλληλοι για να

μπορέσουν να διεξαχθούν τα σεμινάρια. Ακόμα είναι ένας τρόπος που βοηθά τα διευθυντικά στελέχη που διδάσκουν με σκοπό να μάθουν καλύτερα τα καινούρια στελέχη τους που εκπαιδεύονται.

**Forum:** Περιγράφει συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό αυτού του συνεδρίου είναι η επακολουθία συζήτησης στην οποία μπορεί να λάβει μέρος και το ακροατήριο. Αυτοί που συμμετέχουν τις περισσότερες φορές κάθονται σε διατάξεις εδράνων ή τραπεζιών και πιο σπάνια μόνο καθισμάτων. **Workshops:** Είναι μέθοδος εκπαιδευτικής διαδικασίας που δίνει τη δυνατότητα για εμπειριστατωμένη μελέτη για κάποιο συγκεκριμένο θέμα. Η συγκέντρωση αυτή αφορά συνήθως 15-30 άτομα για την βελτιστοποίηση της επίδοσης σε κάποιο αντικείμενο.

## 5.7 ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σύμφωνα με την Τουριστική Αγορά,2003, ένας βασικός παράγοντας που διαμορφώνει τον συνεδριακό τουρισμό είναι οι οργανωτές των συνεδρίων. Οι οργανωτές συνεδρίων δεν αποφασίζουν για την πραγματοποίηση των συνεδρίων ούτε αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση τους. Αυτές οι ενέργειες ανήκουν στην αρμοδιότητα των φορέων των συνεδρίων. Είναι τα φυσικά πρόσωπα ή επαγγελματικές ενώσεις ή διάφορες τουριστικές υπηρεσίες ή Εταιρίες δημοσίων Σχέσεων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση και τη διαχείριση των συνεδρίων για λογαριασμό των φορέων.

Τα κυριότερα καθήκοντα των οργανωτών είναι η επιλογή του τουριστικού προορισμού και του συνεδριακού κέντρου ή του ξενοδοχείου που διαθέτει συνεδριακούς χώρους ,η επιλογή των συνέδρων και του μεγέθους του συνεδρίου, η επιλογή του χρόνου και της διάρκειας του συνεδρίου, η επιλογή των θεμάτων ή των εκδηλώσεων που θα λάβουν χώρα κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, η επιλογή των εισηγητών,



ο καθορισμός των επισιτιστικών υπηρεσιών, η γνωστοποίηση και προβολή του συνεδρίου ,η υπόδειξη χορηγών και γενικότερα η οργάνωση, η επίβλεψη ,ο συντονισμός και ο έλεγχος όλων των προσυνεδριακών και μετασυνεδριακών εργασιών. Οι οργανωτές των συνεδρίων διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

**Φορείς των Συνεδρίων:** Είναι αρκετές οι περιπτώσεις όπου οι φορείς των συνεδρίων που πραγματοποιούν ένα συνέδριο αναλαμβάνουν και την οργάνωση του συνεδρίου χρησιμοποιώντας δικό τους προσωπικό. Όταν οι φορείς κάνουν πολλά συνέδρια ,θεσπίζουν οργανικές διευθύνσεις ή τμήματα ή γραφεία ή επιτροπές συνεδρίων ,όπου αναλαμβάνουν την οργάνωση συνεδρίων. Αυτό συμβαίνει κυρίως στους \_ημόσιους φορείς συνεδρίων και στους διεθνείς και παγκόσμιους οργανισμούς που πραγματοποιούν τα μεγάλα διεθνή συνέδρια.

**Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων :**Είναι τα φυσικά πρόσωπα ή οι εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά και κατμ επάγγελμα με την οργάνωση συνεδρίων και λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων. Σύμφωνα πάλι με τη Τουριστική Αγορά, 2003, οι οργανωτές συνεδρίων διακρίνονται ανάλογα με τις ειδικότερες εργασίες που πραγματοποιούν ως εξής:

Ø Στα **Convetion Bureaux** που είναι τα γραφεία που γνωρίζουν τους τουριστικούς προορισμούς και τα συνεδριακά κέντρα, γνωρίζουν τα προϊόντα τους και τις τιμές τους και κάνουν προσφορές στους φορείς των συνεδρίων που αναζητούν τους κατάλληλους τόπους των συνεδρίων.

Ø Στα **Meeting Planning Groups (MPG)** που είναι οι επιτροπές ή τα πρόσωπα στα οποία οι φορείς των συνεδρίων αναθέτουν την οργάνωση των συνεδρίων. Αυτές οι επιτροπές ή τα πρόσωπα μπορεί να αποτελούνται από εθελοντές υπαλλήλους των φορέων ή να αποτελούνται από επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που είναι οι υπάλληλοι των φορέων (οργανικό τμήμα).

Ø Σε έναν **PCO(Professional Congress Organized)**δηλαδή, έναν εξωτερικό επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων .Ο PCO μπορεί να είναι φυσικό πρόσωπο ή εταιρία που αναλαμβάνει την οργάνωση και τη διαχείριση ενός συνεδρίου σε όλα τα στάδια του.

Ø **Τα Συνεδριακά Κέντρα:** Τα μεγάλα και αυτοτελή συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους πολλές φορές αναλαμβάνουν την όλη οργάνωση των συνεδρίων από το να περιορίζονται στην παραχώρηση των χώρων τους και του εξοπλισμού τους στους φορείς ή στους οργανωτές συνεδρίων. Τα συνεδριακά κέντρα είναι οι πιο ειδήμονες οργανωτές συνεδρίων γιατί έχουν σαν αποκλειστική απασχόληση τους τα συνέδρια ,άρα διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες και γνώσεις μαζί με το απαραίτητο προσωπικό και τον αναγκαίο εξοπλισμό, που εγγυώνται την επιτυχή διεξαγωγή των συνεδρίων.

Ø **Οι οργανωτές ταξιδίων (Tour Operators,Ταξιδιωτικά γραφεία):** Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία που έχουν σαν βασική τους δραστηριότητα την παραγωγή τουριστικών πακέτων του οργανωμένου τουρισμού ,αναλαμβάνουν και την παραγωγή πακέτων συνεδριακού τουρισμού μέσα στα οποία περιλαμβάνεται και η οργάνωση των συνεδρίων. Έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων και αναλαμβάνουν εκτός από το τουριστικό μέρος του συνεδριακού τουρισμού ,για το οποίο είναι έμπειροι και ικανοί διαχειριστές και το καθαρά συνεδριακό μέρος του ,που είναι η προετοιμασία η διεξαγωγή και η μετασυνεδριακή εκτίμηση των συνεδρίων.

Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το μσυνεδριακό τουριστικό πακέτο αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν.

## 5.8 ΣΥΝΕΔΡΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΟΔΟΙ ΣΥΝΕΔΡΩΝ

Οι σύνεδροι και οι συνοδοί τους, διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό το συνεδριακό τουρισμό .Ο αριθμός και το είδος των συμμετεχόντων αποφασίζεται από τον φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο, ο οποίος και αναλαμβάνει την υποχρέωση να τους προσκαλέσει .Η επαγγελματική ιδιότητα των συνέδρων εξαρτάται από το είδος των συνεδρίων και από τη φύση των φορέων που αποφασίζουν την πραγματοποίησή τους (Σφακιανάκης ,2000).

Τα κριτήρια, με βάση τα οποία επιλέγονται οι σύνεδροι, συνοψίζονται στα ακόλουθα: κύρος, φήμη, υψηλό κοινωνικό επαγγελματικό ,οικονομικό και επιστημονικό υπόβαθρο π.χ.επιστήμονες, καθηγητές ,τεχνοκράτες, καλλιτέχνες κ.ά., οι οποίοι προάγουν το συνέδριο λόγω της θέσης και της κοινωνικής παρουσίας τους, είναι πρόθυμοι να αποδεχθούν τα συμπεράσματα του συνεδρίου, αλλά και συνεργάσιμοι ,κατά την παραδοχή τυχόν σφαλμάτων τους. Χαρακτηριστικό των συνέδρων είναι ότι είναι καταξιωμένοι εκπρόσωποι του συνόλου που εκπροσωπούν. Οι σύνεδροι είναι συνήθως τα επιτυχημένα στελέχη του κάθε συνόλου τα οποία διακρίνονται από τις επαγγελματικές τους επιδόσεις, τη γενική και ειδική μόρφωση που διαθέτουν, την έντονη κοινωνική τους συμμετοχή και παρουσία ,τη γλωσσομάθειά τους ,την κοσμοπολίτικη εμπειρία τους (Τουριστική Αγορά 2003). Κάθε σύνεδρος ,σε ένα συνέδριο ,αντιπροσωπεύει μια επιστήμη, μια επιχείρηση, μια εταιρία, έναν οργανισμό, ένα κόμμα, μια χώρα , μια επαγγελματική ένωση, μια ομάδα ανθρώπων και γενικά ένα κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό σύνολο ,τοπικό, εθνικό ή διεθνές. Εκφράζει τις απόψεις του συνόλου που αντιπροσωπεύει ,παραθέτει την απαιτούμενη επιστημονική ή επαγγελματική γνώση και πείρα ,και διαθέτει την κατάλληλη προσωπικότητα και την εξοικείωση με τις

πρακτικές ενός συνεδρίου, για να στηρίξει τις απόψεις του και να κάνει αισθητή την παρουσία του στο χώρο του συνεδρίου .Αν και οι συνοδοί δεν συμμετέχουν καθόλου σε συνέδρια ή έχουν πάρα πολύ μικρή συμμετοχή ,αναπτύσσουν έντονη πολιτιστική και τουριστική δράση στους ενδιάμεσους χρόνους ή στην αρχή και στο τέλος του συνεδρίου ,ενώ μοιράζονται μαζί με τους συνέδρους τα τουριστικά, κυρίως , προϊόντα της χώρας προορισμού. Έχει εκτιμηθεί ότι στο 72% των πραγματοποιούμενων συνεδρίων ,οι σύνεδροι έχουν συνοδούς και μόνο στο 28% των συνεδρίων οι σύνεδροι δεν έχουν συνοδούς .Οι φορείς ,οι οργανωτές συνεδρίων ,καθώς και οι υπεύθυνοι συνεδριακών χώρων, αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη προσοχή τους συνοδούς, φροντίζουν για την διασκέδαση τους και τα ψώνια τους, προσπαθώντας να ικανοποιήσουν με κάθε δυνατό τρόπο τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Οι συνοδοί των συνέδρων έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεση τους πραγματοποιούν υψηλή τουριστική δαπάνη που αφορά στις οργανωμένες εκδρομές ,στις αγορές, στα μουσεία και γενικότερα κάνουν χρήση περισσότερων υπηρεσιών από αυτές που παρέχουν τα ξενοδοχεία. Όσοι καταρτίζουν συνεδριακά πακέτα, οφείλουν να προσφέρουν πακέτα ελκυστικά με υψηλή ποιότητα παρερχομένων υπηρεσιών, αρτιότητα ξενοδοχειακών και συνεδριακών εγκαταστάσεων και ένα πρόγραμμα εμπλουτισμένο ,με εξωσυνεδριακές δραστηριότητες ,όπως είναι η ψυχαγωγία η διασκέδαση, η συμμετοχή σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις. Στη πράξη ,ένας σύνεδρος μένει ευχαριστημένος από ένα συνέδριο αν ευχαριστηθεί ο συνοδός του.

## **5.9 ΧΡΟΝΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Σύμφωνα με εκτεταμένες παγκόσμιες έρευνες και σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA, η πλειονότητα των συνεδρίων έχει διάρκεια 3-8

ημέρες. Το 39% των συνεδρίων έχει μέση διάρκεια 2-3 ημέρες ,ενώ το 42% διαρκεί 4- 5 ημέρες και το 10% 6-8 ημέρες. Μόλις το 9% των συνεδρίων διαρκεί μια ημέρα όπου και χαρακτηρίζεται στην συνεδριακή ορολογία, ημερίδα. Επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του ή φροντίζει να ξεκινήσει νωρίτερα, αξιοποιώντας και το Σαββατοκύριακο. Κάτι τέτοιο φυσικά, αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και τη τελική τουριστική του δαπάνη. Ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται αντιεποχική εναλλακτική μορφή τουρισμού, και πραγματοποιείται συνήθως την άνοιξη και το φθινόπωρο, δηλαδή στην ενδιάμεση τουριστική εποχή. Την άνοιξη και το φθινόπωρο γίνονται το 74% των συνεδρίων, ενώ μόνο το 21% γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα.

Τα συνέδρια πρέπει να επαναλαμβάνονται όσο γίνεται συχνότερα. Σήμερα υπολογίζεται ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, το 25% γίνονται κάθε 3,4 ή 5 χρόνια και το 10 % γίνονται μόνο μια φορά και δεν επαναλαμβάνονται. Η διάρκεια των συνεδρίων καθώς και η περιοδικότητα τους αποφασίζεται από τους φορείς τους που αναλαμβάνουν το κόστος τους. Και επειδή το κατά ημέρα κόστος είναι μεγάλο ,η διάρκεια πρέπει να είναι όσο γίνεται μικρή σε συνδυασμό πάντοτε με τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα των συνεδρίων.(WTO, 1997).

## **5.10 ΜΕΓΕΘΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Το μέγεθος ενός συνεδρίου καθορίζεται από τον αριθμό των συνέδρων που συμμετέχουν σε αυτό. \_εν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Στοιχεία που επηρεάζουν το βαθμό συμμετοχής και

κατ' επέκταση το τελικό μέγεθος του συνεδρίου είναι το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται το συνέδριο, ο βαθμός συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν καθώς και οι ημερομηνίες διεξαγωγής του. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τη νομοθεσία (Κοινή υπουργική απόφαση 23908/9.4.91/ΦΕΚ208/Β) που καθορίζει τις προδιαγραφές των συνεδριακών κέντρων, καθορίζεται το μέγεθος των συνεδρίων.

Έτσι διακρίνονται τα μικρά συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 200-500 σύνεδροι, τα μεσαία συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 501-1200 σύνεδροι και τα μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 1201-3000 σύνεδροι. Σύμφωνα με αυτή τη διάκριση και την έρευνα της ICCA για την συνεδριακή αγορά το 92% των συνεδρίων υπάγεται στις τέσσερις πρώτες κατηγορίες (μέχρι 1000 σύνεδροι) και μόνο το 8% των συνεδρίων έχει άνω των 1000 συνέδρων, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των συνεδρίων (65%), που αντιπροσωπεύει τα επιχειρηματικά συνέδρια, έχει μέχρι 250 συνέδρους.

## **5.11 ΤΟΠΟΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Στο συνεδριακό τουρισμό σαν τόποι των συνεδρίων εννοούνται, πρώτον ο χώρος μέσα στον οποίο πραγματοποιούνται τα συνέδρια και δεύτερον ο τουριστικός προορισμός ο οποίος φιλοξενεί τους χώρους των συνεδρίων. Όσον αφορά τους χώρους μέσα στους οποίους πραγματοποιούνται τα συνέδρια, οι πιο αντιπροσωπευτικοί από αυτούς είναι τα συνεδριακά κέντρα, των οποίων οι προδιαγραφές ανέγερσης (θέση, μέγεθος, εξοπλισμός, κατηγορίες κ.λπ.) έχουν θεσπιστεί νομοθετικά. Ο μεγάλος πονοκέφαλος όμως για τον υπεύθυνο της οργάνωσης ενός συνεδρίου είναι η επιλογή του τόπου, όπου θα

πραγματοποιηθεί η εκδήλωση. Δηλαδή ένας προορισμός για να επιλεγεί να φιλοξενήσει εκδηλώσεις ,πρέπει να έχει κάποια χαρακτηριστικά γνωρίσματα τα οποία παράλληλα αποτελούν και κριτήρια προϋποθέσεις για την επιλογή του. Οι προϋποθέσεις για να προτιμηθεί ένας τόπος για τη διεξαγωγή συνεδρίων και εκδηλώσεων είναι οι ακόλουθες (Κ.Κραβαρίτης,1992):

### **1.Το κόστος**

Το κόστος για την πραγματοποίηση της εκδήλωσης θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη σε συνάρτηση με τα χρήματα που είναι διαθέσιμο να ξοδευθεί. Η καλύτερη λύση είναι η αναζήτηση του τερπνόν μετά του ωφελίμου. Δηλαδή καλή επιλογή αλλά όχι ακριβή.

### **2.Εύκολη πρόσβαση**

Η ύπαρξη μεγάλου, διεθνούς αεροδρομίου είναι απαραίτητο κριτήριο όταν αναμένονται σύνεδροι από το εξωτερικό ή από άλλες περιοχές της χώρας.

### **3.Η ύπαρξη συνεδριακής υποδομής**

Ο οργανωτής της εκδήλωσης πρέπει να ψάχνει για προορισμούς με συνεδριακά κέντρα ή ξενοδοχεία με την κατάλληλη υποδομή για φιλοξενία συνεδρίων και συναντήσεων. Όταν αναμένονται συμμετέχοντες από το εξωτερικό ή από άλλες πόλεις της χώρας, είναι καλύτερα η κράτηση των δωματίων να γίνει στο ξενοδοχείο που θα πραγματοποιηθεί η εκδήλωση ώστε να αποφύγουμε χάσιμο χρόνου ,ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα λόγω του κυκλοφοριακού προβλήματος. Δηλαδή ο χρόνος που θα εξοικονομηθεί για μετακινήσεις μεταξύ του ξενοδοχείου και του συνεδριακού κέντρου είναι πολύτιμος για χαλάρωση ή για άλλες δραστηριότητες.

#### **4.Η αίγλη (image) του προορισμού**

Οι προορισμοί με ιδιαίτερη αίγλη είναι και ελκυστικότεροι. Για παράδειγμα μια πολύ καλή επιλογή για ένα ιατρικό συνέδριο ή ημερίδα είναι η Κω ,η πατρίδα του Ιπποκράτη του πατέρα της ιατρικής, ενώ για μια πολιτιστική εκδήλωση οι Δελφοί.

#### **5.Αξιοθέατα,δυνατότητα για διασκέδαση και αναψυχή**

Περιοχές με διάφορα αξιοθέατα όπως αρχαία μνημεία, μουσεία ,φυσική ομορφιά και δυνατότητα για νυχτερινή διασκέδαση ,έχουν μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα ώστε να προτιμηθούν από τον οργανωτή ,καθώς θα δώσουν την ευκαιρία στους συνέδρους και για άλλες δραστηριότητες τις ημέρες του συνεδρίου.

#### **6.Πολιτική ευστάθεια και εγγυημένες υπηρεσίες ασφάλειας**

Το θέμα της ασφάλειας στις μέρες μας πρωτεύον παράγοντας για την επιλογή του τόπου. Γι αυτό το λόγο επιλέγονται τόποι με πολιτική ευστάθεια. Συμπερασματικά ,η επιτυχημένη επιλογή ενός τόπου για διεξαγωγή συνεδρίου αποτελεί συνισταμένη πολλών παραγόντων και σίγουρα δεν είναι εύκολη υπόθεση. Ιστόσο τα παραπάνω κριτήρια είναι χρήσιμα να τα λαμβάνει υπόψη ο εκάστοτε οργανωτής συνεδρίου ,συνάντησης ή ημερίδας ,την ώρα που πρέπει να κάνει την επιλογή του.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΕΡΕΥΝΑ

#### ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε στην πόλη της Πάτρας μεταξύ 15 Μαΐου και 25 Μαΐου σε σύνολο 12 ξενοδοχείων που προσφέρθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο μας με θέμα τον συνεδριακό τουρισμό στην Πάτρα. Η επιλογή των ξενοδοχείων έγινε με βάση τη δυνατότητα του ξενοδοχείου να διοργανώσει συνέδρια και κατ'επέκταση να ασχοληθεί με το συνεδριακό τουρισμό.

#### ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της ποσοτικής μεθοδολογίας. Πιο συγκεκριμένα, αξιοποιήθηκε το εργαλείο του ερωτηματολογίου, προκειμένου να εξασφαλιστεί μεγαλύτερη αξιοπιστία και εγκυρότητα των δεδομένων.

#### ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το πρώτο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα ήταν το **ερωτηματολόγιο**. Το ερωτηματολόγιο είναι «ένα σύνολο γραπτών ερωτήσεων σχετικών με ένα πρόβλημα, τις οποίες ο ερευνητής απευθύνει ομοιόμορφα στα υποκείμενα του δείγματος, με σκοπό να συγκεντρώσει τις αναγκαίες ερευνητικές πληροφορίες. Οι ερωτήσεις αναφέρονται στις γνώσεις, τις γνώμες, τις προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα, τα συναισθήματα, τις προσδοκίες, τις στάσεις, τις αξίες και γενικά στα χαρακτηριστικά όλων των όψεων της προσωπικότητας

του ατόμου και στη συμπεριφορά του σε προκαθορισμένες καταστάσεις».

## **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Είναι αρκετές οι υποδομές του συνεδριακού τουρισμού της χώρας;

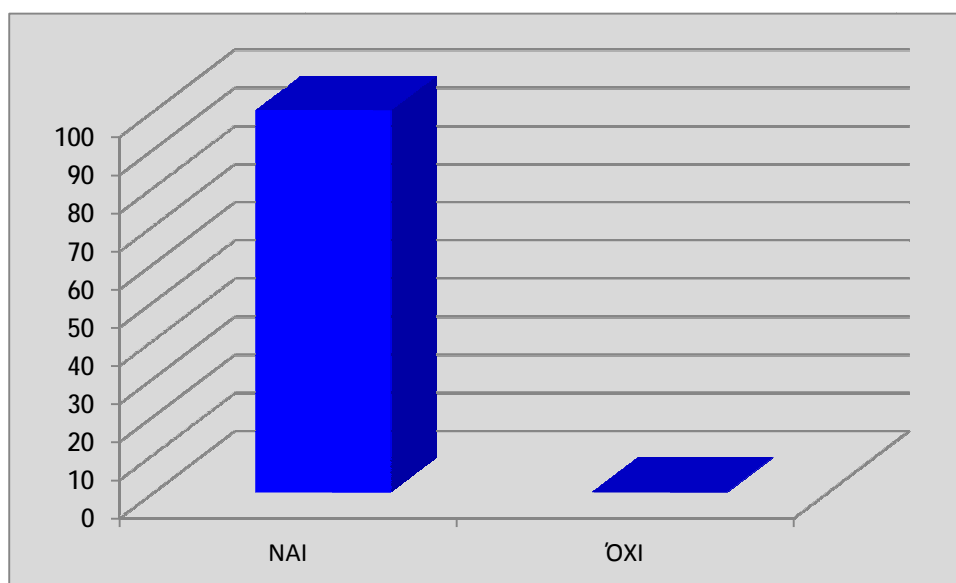
Κατά πόσο χρήσιμες είναι οι υποδομές πρόσβασης στο διαδίκτυο στο συνεδριακό τουρισμό;

Ποια είναι η γνώμη των ερωτηθέντων για την ικανότητα της Πάτρας να αναπτύξει συνεδριακό τουρισμό;

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Υπάρχει κατά τη γνώμη σας πληρότητα στις υποδομές της περιοχής σας για οργάνωση συνεδρίων;

<b>ΝΑΙ</b>	<b>8</b>	<b>66,66667</b>
<b>ΌΧΙ</b>	<b>4</b>	<b>33,33333</b>
	<b>12</b>	



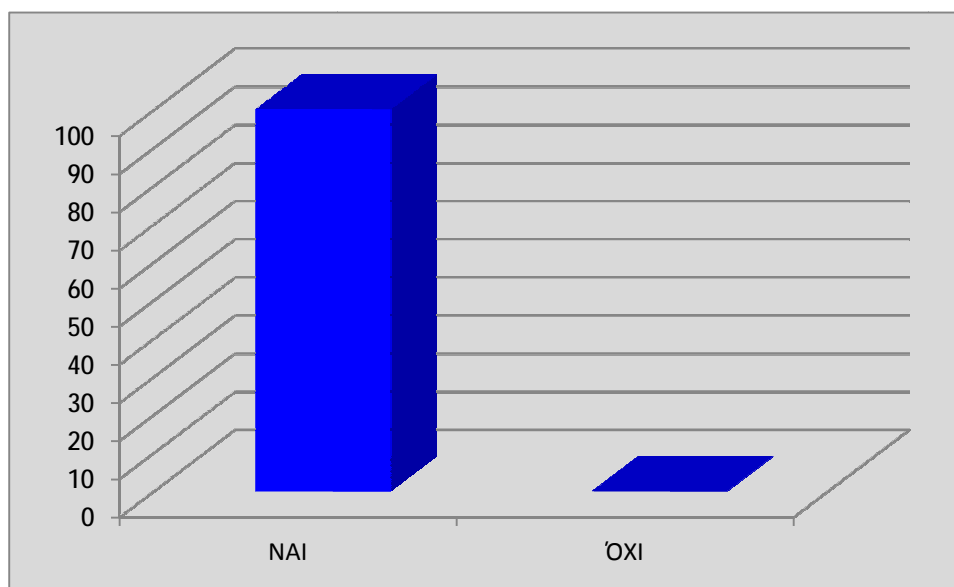
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτούμενων θεωρεί πως το ξενοδοχείο τους καλύπτει τις ανάγκες του συνεδριακού τουρισμού.

Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικότερα μικρότερο βαθμό εποχικότητας από το τουρισμό συνολικά καθώς και εποχική συμπληρωματικότητα με τη μεγάλη μάζα του γενικού τουρισμού.

Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου. Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου. Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

2. Υπάρχει επαρκής εξοπλισμός για τις ανάγκες των συνεδρίων στο ξενοδοχείο σας;

ΝΑΙ	7	58,33333
ΌΧΙ	5	41,66667
	12	

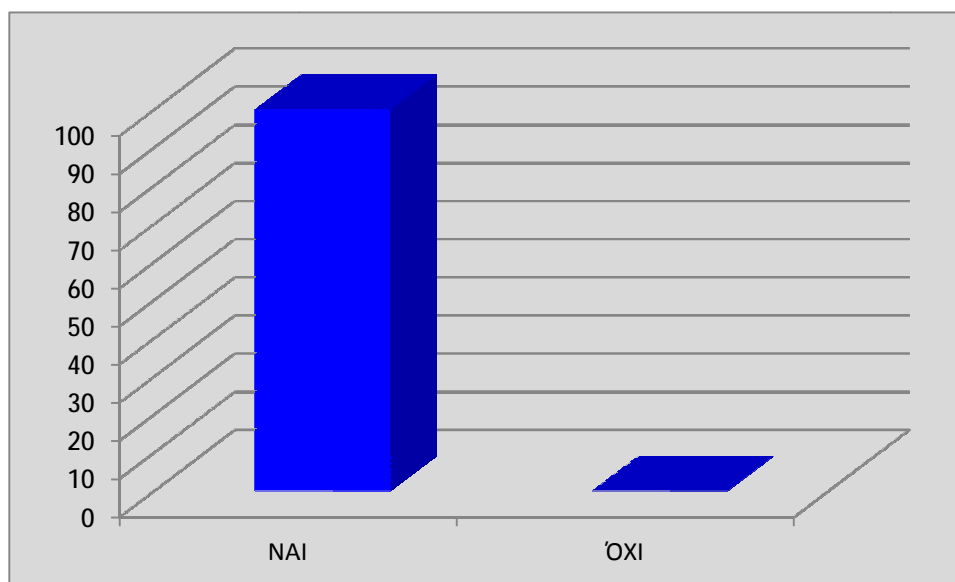


Το 58,3 των ερωτούμενων θεωρεί επαρκεί τον εξοπλισμό για τις ανάγκες των συνεδρίων στο ξενοδοχείο ενώ το 41,6 θεωρεί πως ο εξοπλισμός δεν είναι επαρκείς.

Οι νέες τεχνολογίες έχουν ως συνέπεια να γίνονται τα συνέδρια πιο καινοτομικά στην τεχνολογική παρουσία τους και στην on-line εγγραφή των συνεδρίων. Η βιομηχανία των συνεδριακών κέντρων είναι μια από τις πρώτες στην Ευρώπη, η οποία εφάρμοσε τη συχνή χρήση του broadband και της ασύρματης τεχνολογίας με τοπικό δίκτυο(LAN) για ηλεκτρονικές παρουσιάσεις στο διαδίκτυο. Αυτό επιτυγχάνει τη δημοσίευση των πρακτικών, επιτρέπει τις αλλαγές της τελευταίας στιγμής και βελτιώνει την επικοινωνία των συνέδρων πριν και μετά τη συνάντηση.

### 3. Η επιχείρησή σας παρέχει στους πελάτες της ανοιχτή πρόσβαση στο διαδίκτυο;

ΝΑΙ	11	91,66667
ΌΧΙ	1	8,333333
	12	



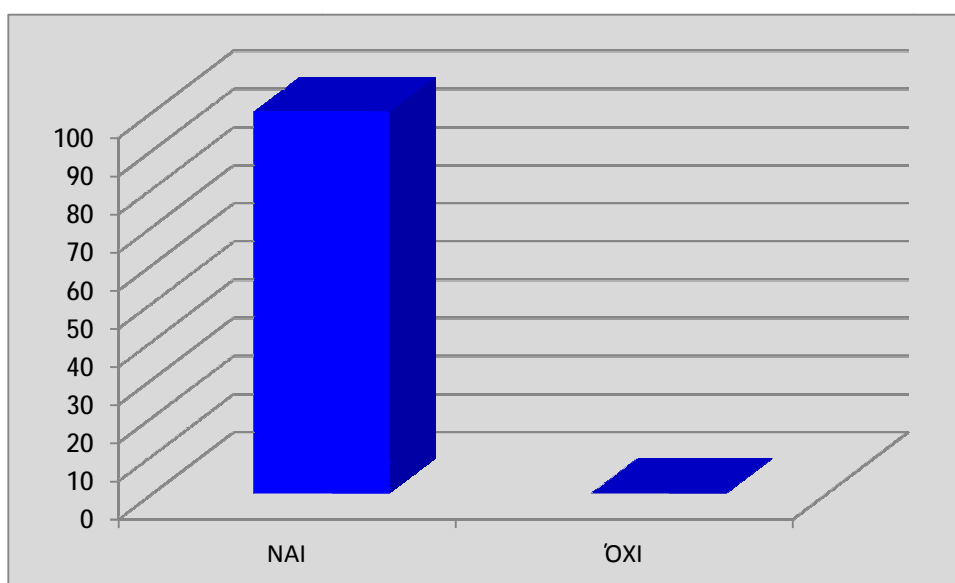
Συντριπτική πλειοψηφία των ερωτούμενων της τάξεως του 91,6% παρέχει στους πελάτες της ανοιχτή πρόσβαση στο διαδίκτυο, έναντι 8,33% που δεν διαθέτει.

Αν κανείς περιοριστεί στην εξέταση του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, μόνο από την άποψη του αριθμού των επισκεπτών, η πρώτη εντύπωση είναι ότι η σημασία είναι περιορισμένη.

Αν όμως συνεξεταστούν και άλλες παράμετροι, όπως η συγκριτικά αυξημένη τουριστική δαπάνη ανά συνεδριακού επισκέπτη, η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην μείωση της εποχικότητας, ή ώθηση που δίνεται από τις συνεδριακές εκδηλώσεις στη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών κ.α., και αν λάβει κανείς υπόψη ότι το μέγεθος του κλάδου στην χώρα μας είναι ακόμη μάλλον μέτριο και τα περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης σημαντικά, τότε γίνεται σαφές ότι η προσφορά των συνεδριακών δραστηριοτήτων στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μπορεί να αποβεί ουσιώδεις.

#### 4. Υπάρχει οργανωμένη εκπαίδευση για νεοπροσλαμβανόμενους υπαλλήλους;

ΝΑΙ	5	41,66667
ΌΧΙ	7	58,33333
	12	



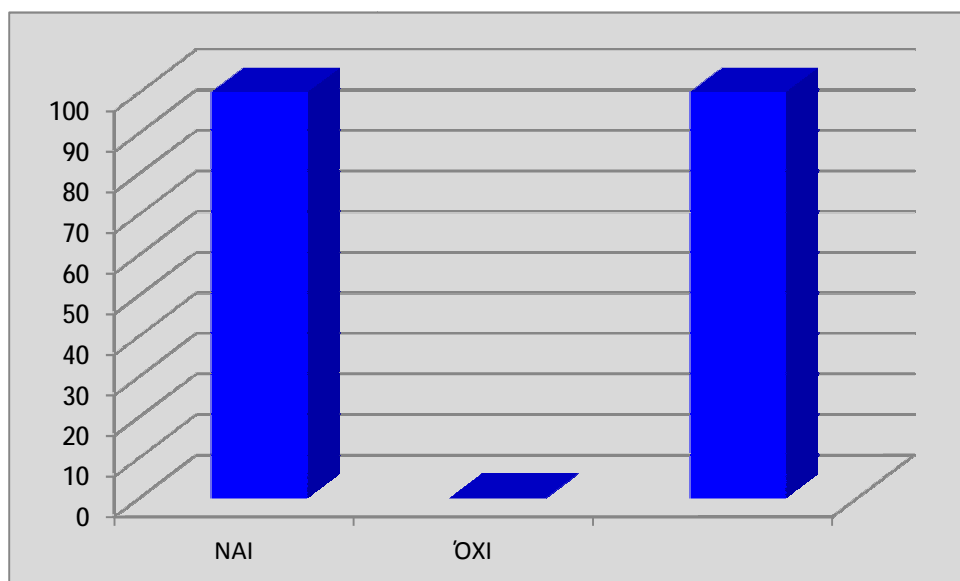
Το 41,6% των ερωτούμενων θεωρεί ότι υπάρχει οργανωμένη εκπαίδευση για νεοπροσλαμβανόμενους υπαλλήλους έναντι του 58,3% που θεωρεί ότι δεν υπάρχει.

Πρωταρχικός σκοπός κάθε φορά που πραγματοποιεί ένα συνέδριο (και επομένως, αναλαμβάνει τη σχετική δαπάνη) είναι η επιδίωξη κάποιου οφέλους μικρού ή μεγάλου, άμεσου ή έμμεσου, βραχυχρόνιου ή μακροχρόνιου. Το όφελος αυτό μπορεί να είναι χρηματικό, αλλά και άυλο ή κοινωνικό, όπως π.χ. φήμη, image κ.λ.π. ή ακόμη και να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία π.χ. δημόσιες σχέσεις δημοσιότητα κ.α. Κάθε συνέδριο, περιλαμβάνει και δευτερεύοντες σκοπούς, επίσης απαραίτητους μέσω των οποίων θα επιτευχθεί ο

πρωταρχικός (π.χ. το αντικείμενο του συνεδρίου, το οποίο καθορίζεται αποκλειστικά από τους φορείς, οι επιστημονικές ανακοινώσεις, η προσέλκυση νέων πελατών, η επίδειξη ενός προϊόντος ή μιας νέας υπηρεσίας αποτελούν μερικούς δευτερεύοντες σκοπούς). Ως προς τον τύπο, είναι φανερό, ότι καθορίζεται από το αντικείμενο του συνεδρίου π.χ. ανάλογα με το γεωγραφικό κριτήριο κ.α.

## 5. Πόσα συνέδρια αναλαμβάνεται το χρόνο;

1 έως 5	4	33,33333
6 έως 10	1	8,333333
11 έως 15	5	41,66667
15 και άνω	2	16,66667
	12	100



Το 33,3 % των επιχειρήσεων αναλαμβάνει κατά μέσο όρο 4 συνέδρια το χρόνο. 5,33 1συνέδριο, 41,6% 5 συνέδρια ενώ 16,6% 2 συνέδρια το χρόνο.

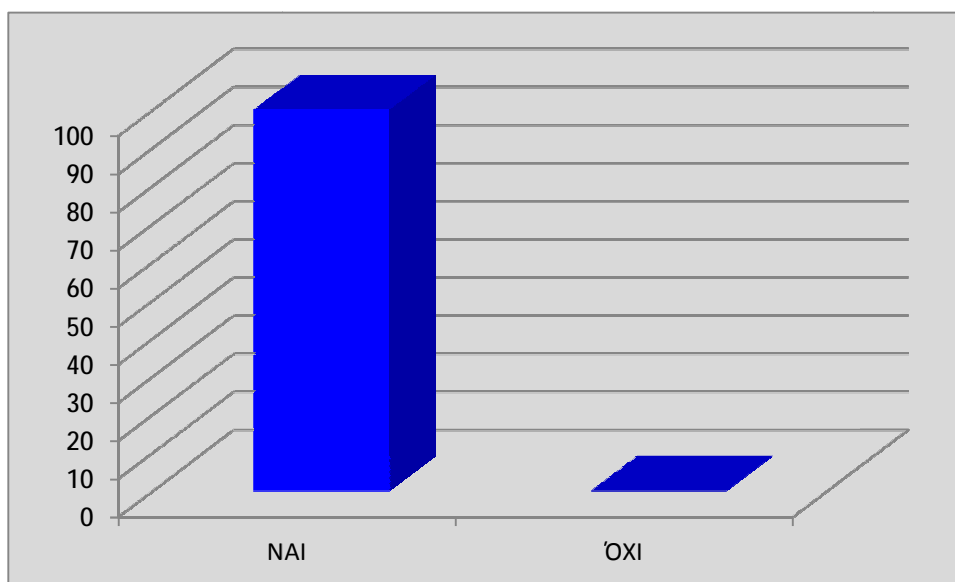
Η Ελλάδα δυστυχώς δεν συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών που έχουν αναπτύξει με επιτυχία το συνεδριακό τουρισμό, είτε με την έννοια του αριθμού των μεγαλύτερου μεγέθους συνεδριακών εκδηλώσεων, που καταγράφονται από την ICCA, είτε με την έννοια του μεριδίου της στο παγκόσμιο ή το ευρωπαϊκό σύνολο των συνεδριακών δραστηριοτήτων, σύμφωνα με την ίδια πηγή. Η Ελλάδα φαίνεται να συγκεντρώνει το 1-2% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που



καταγράφονται από την ICCA τα πρόσφατα χρόνια, μέγεθος συγκρίσιμο περίπου μεταξύ άλλων χωρών και με την Πορτογαλία και το Ισραήλ.

## 6. Πιστεύεται ότι η πόλη της Πάτρας ενδείκνυται για συνεδριακό τουρισμό;

ΝΑΙ	12	100
ΌΧΙ	0	0
	12	100



Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν την Πάτρα κατάλληλο μέρος για συνεδριακό τουρισμό όμως τα αίτια του φαινομένου συγκέντρωσης χαμηλού ή υψηλού μεριδίου της συνεδριακής κίνησης μπορεί να ποικίλουν. Φαίνεται όμως να συνοδεύονται κατά τον κύριο λόγο με τους συσχετισμούς μεταξύ της γεωγραφικής κατανομής των πηγών ζήτησης για συνεδριακές υπηρεσίες και των χαρακτηριστικών της από την μια μεριά και των προσπαθειών ανάπτυξης της προσφοράς του είδους αυτών των υπηρεσιών από την άλλη. Με δεδομένο τον πληθυσμό η ζήτηση υπηρεσιών στο συνεδριακό τουρισμό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο διαβίωσης και την οικονομική και κοινωνική οργάνωση, και όχι από τον βαθμό ειδίκευσης στον γενικό τουρισμό. Για λόγους που έχουν να κάνουν με το κόστος αλλά και με την φύση των συνεδριακών εκδηλώσεων, συγκριτικά μεγάλο μέρος τους τείνει να γίνεται στην χώρα προέλευσης της ζήτησης.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Συμφώνα με την παραπάνω έρευνα η Πάτρα έχει τις δυνατότητες να γίνει ένας κάλος προορισμός συνεδριακού τουρισμού. Αυτό βέβαια προϋποθέτει τη στήριξη της πολιτείας καθώς και τη βοήθεια όλων των τοπικών παραγόντων.

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί πρώτη προτεραιότητα στην ατζέντα αρκετών υπουργείων για ευνόητους σε όλους λόγους. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια λίγα και μικρά βήματα έχουν γίνει για την περαιτέρω ενίσχυση και ανάπτυξη του, παρά το γεγονός μάλιστα ότι η Ελλάδα φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων γειτονικών, ανταγωνιστικών χωρών της Μεσογείου.

Πέρα όμως από τα όποια προβλήματα, η Ελλάδα αποδεικνύει μέρα με τη μέρα πως διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών της για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Αυτά είναι:

- Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες, μοναδική φυσική ομορφιά, εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, υψηλού επιπέδου φιλοξενία, νυχτερινή διασκέδαση, το αίσθημα ασφάλειας που νοιώθει ο επισκέπτης στην χώρα μας και φυσικά η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδος.
- Οι σύγχρονες υποδομές και μία σειρά από καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στην Αττική, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Αλεξανδρούπολη και πολλούς άλλους προορισμούς από τη Νησιωτική και Ηπειρωτική Ελλάδα.

- Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από τη χώρα μας, αποτελεί απόδειξη ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να διοργανώσει διεθνείς εκδηλώσεις μεγάλου μεγέθους.
- Η Ελλάδα διαθέτει πλέον κάποια αξιόλογα συνεδριακά κέντρα σε γνωστούς προορισμούς αναψυχής π.χ. Ρόδο, Κρήτη, Κω, Θεσσαλονίκη, Αθήνα, Χαλκιδική, Αλεξανδρούπολη κτλ.
- Ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άψογα ένα συνέδριο, αλλά ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την ψυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία. Οι Έλληνες PCOs διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πολύχρονη εμπειρία και όταν αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποσπών πάντοτε κολακευτικά σχόλια.

Παράλληλα, αρκετοί είναι σήμερα και οι Έλληνες επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού που, αξιοποιώντας τις **δυνατότητες της τεχνολογίας**, επενδύουν σε νέες εφαρμογές και διαφοροποιούν το προϊόν τους, προσεγγίζοντας κατά αυτό τον τρόπο νέες αγορές.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

1. Στοχευόμενη προβολή του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος στο εξωτερικό

Για την υλοποίηση αυτής της πρότασης, συνοπτικά χρειάζονται:

- Άμεση σύσταση Επιτροπής Συνεδριακού Τουρισμού, η οποία θα καταγράψει όλα τα προβλήματα που απασχολούν τον κλάδο, θα τα μελετήσει και θα εισηγηθεί λύσεις.

- Θέσπιση παράβολου για κάθε συνεδριακή εκδήλωση, ώστε το σύνολο από αυτά τα έσοδα να διατεθεί για τις δαπάνες της προβολής. Κατ' αυτόν τον τρόπο, το κράτος δεν θα χρειασθεί να αντλήσει πόρους από τον κρατικό κορβανά, αφού αυτήν την κρίσιμη εποχή για τη χώρα μας πόροι δεν διατίθενται.
- Data base η οποία θα περιλαμβάνει όλους ή σχεδόν όλους τους decision makers της αλλοδαπής.
- Χάραξη διαχρονικής και διακομματικής εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.
- Να προταθούν προς υιοθέτηση και εφαρμογή σύγχρονες και ευέλικτες μέθοδοι προβολής του προϊόντος.
- Δημιουργία ενός έξυπνου διαδικτυακού τόπου και ενός πακέτου ηλεκτρονικής προβολής, που θα εστιάζεται κυρίως στα «δυνατά χαρτιά» της συνεδριακής Ελλάδας.
- Δημιουργία εθνικής συνεδριακής ταυτότητας.
- Διοργάνωση fam trips ανά τακτά χρονικά διαστήματα χωρίς κόστος για το κράτος.

## 2. Δημιουργία Μητροπολιτικού Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου

Η δημιουργία ενός σύγχρονου, ευέλικτου και λειτουργικού Συνεδριακού Κέντρου αναμφίβολα θα προσελκύσει μέσα σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα σοβαρά συνέδρια μεγάλων μεγεθών.

Η επιτυχία του συγκεκριμένου εγχειρήματος είναι δεδομένη υπό τις κάτωθι προϋποθέσεις:

- Θα ολοκληρωθεί σύντομα.

- Θα ληφθούν υπόψη στην μετατροπή του οι γνώμες και η εμπειρία των Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδριών (PCOs).
- Η μετατροπή του να είναι σύμφωνη με τα σύγχρονα και λειτουργικά κέντρα των προηγμένων συνεδριακά χωρών και να εξυπηρετεί τις ανάγκες των μεγάλων και πολυάνθρωπων επιστημονικών εταιρειών της Ευρώπης και όχι μόνο.
- Η προβολή του στους decision makers της αλλοδαπής να αρχίσει αρκετά πριν από την ολοκλήρωση του έργου.
- Η τιμολογιακή πολιτική των συνεδριακών και εκθεσιακών χώρων να κυμανθεί σε λογικά επίπεδα και σε καμιά περίπτωση να μην υπερβαίνει αυτή των κέντρων των ανταγωνιστικών χωρών.

### 3. Δημιουργία Εθνικού Μητρώου, θεσμοθέτηση επαγγέλματος PCO και ενίσχυση περιφερειακών συνεδριακών προορισμών

Η δημιουργία του Εθνικού Μητρώου Συνεδρίων, η οποία δεν υπάρχει στη χώρα μας, είναι απαραίτητη για την περαιτέρω ανάπτυξη και την ενίσχυση του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού.

Η διαδικασία του παράβολου, που προτείνει ο HAPCO, μπορεί να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στη δημιουργία του Μητρώου, αφού θα αποτελέσει πηγή πληροφόρησης για όλα τα συνέδρια που πραγματοποιούνται πανελλαδικά, προσφέροντας παράλληλα πολύ σημαντικές υπηρεσίες στη μελέτη, στο marketing και στην ανάλυση των συνεδρίων.

- Η θεσμοθέτηση των Ελλήνων PCOs. Ανύπαρκτη στην Ελλάδα, είναι ένα βήμα που θα ενισχύσει την οικονομία της χώρας, θα

ανεβάσει την ποιότητα των παρεχόμενων συνεδριακών υπηρεσιών και θα περιορίσει ουσιαστικά τον ερασιτεχνισμό στον κλάδο.

- Δράσεις των περιφερειών της χώρας. Τέλος, οι κατά Καλλικράτη περιφέρειες της Ελλάδας πρέπει να μπουν και αυτές στο πολύ σημαντικό και ζωογόνο συνεδριακό παιχνίδι είτε με τη δημιουργία convention bureaus είτε με γραφεία προβολής υπό το συντονισμό του ΕΟΤ.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Αθανασίου, Α. (2002) Ο Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, Εξελίξεις, Προβλήματα, δυνατότητες και Πολιτική . Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Βαρβαρέσος, Σ. & Σωτηριάδης, Μ. (2002), Σχεδιασμός ανάπτυξης αγροτουριστικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια της Κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER PLUS, Αρχείον Οικονομικής Ιστορίας, Τόμος ΧΤV

Κραβαρίτης, Κ., Παπαγεωργίου, Α. (2007), Επαγγελματικός τουρισμός, εκθέσεων – κινήτρων – επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Κοκκώσης. Χ. & Τσάρτας. Π. (2001), Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Κολιτσιδόπουλος, Γ. (2001) Τουρισμός: Θεωρητική-Προσέγγιση, Εκδόσεις Έλλην.

Κομίλης, Π. (2001), Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Λαζανά Φ. (2003) , Εισαγωγή Στον Επαγγελματικό Τουρισμό , Αθήνα: Interbooks

Τσάρτας, Π. (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό, Αθήνα: εκδ. Εξάντας, 1996, στο «



Παράλληλα Κείμενα για τη Θεματική ενότητα. « Τουριστικός τομέας», Πάτρα, ΕΛΠ, 2000.

Σφακιανάκης, Μ. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Εκδόσεις Έλλην

Τριανταφυλλάκη, Α. (2004) Οι προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού στην τουριστική βιομηχανία και την οικονομία της Κρήτης, Ηράκλειο

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Gannon, A. (1993). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. In: Bramwell, B. and Lane, B. (eds). Rural Tourism and Sustainable Tourism development. Channel View: Clevedon, pp.51-60.

Ahmed, S.A. (1987). Perceptions of socio-economic and cultural impact of tourism in Sri-Lanka: A research study. Marga Quarterly Journal. 8(4), pp.34-63.

Andronicos, A. (1979). Tourism in Cyprus. In: de Kadt, E. (ed). Tourism: Passport to Development? Oxford: Oxford University Press.

Berno, T. (1999). When a guest is a guest. Cook islanders view tourism. Annals of Tourism Research. 26(3), pp.656-675.

McCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. American Journal of Sociology. 79(3): 589-603.

Maclaurin, J. & Leong, K. (2000) Strategies for Success: How Singapore Attracts and Retains the Conventions and Trade Show Industry

## ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- 1) [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)
- 2) [www.otek.edu.gr](http://www.otek.edu.gr)
- 3) [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)
- 4) [www.tourism-development.gr](http://www.tourism-development.gr)
- 5) [www.agrotour.gr](http://www.agrotour.gr)
- 6) [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
- 7) [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)
- 8) [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)
- 9) [www.kepe.gr](http://www.kepe.gr)
- 10) [www.e-lamia.gr](http://www.e-lamia.gr)
- 11) [www.neokyma.gr](http://www.neokyma.gr)
- 12) [www.tovima.dolnet.gr](http://www.tovima.dolnet.gr)
- 13) [www.naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr)
- 14) [www.skrip.gr](http://www.skrip.gr)
- 15) [www.haniotika-nea.gr](http://www.haniotika-nea.gr)