

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΠΟΙΑ Η
ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΠΑΛΟΙΦΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΗΣ
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΧΩΡΑ;**

**ΑΡΓΥΡΑΚΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ
ΚΑΤΣΑΜΠΑΝΗ ΜΑΡΙΑΝΘΗ**

**ΞΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: κα ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ
ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ**

ΠΑΤΡΑ 2013

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα. Οι φυσικές ομορφιές στη χώρα μας είναι σημείο αναφοράς για εμάς ως έθνος, αλλά και σημαντικός πόλος έλξης για πολλούς τουρίστες. Γι' αυτό, άλλωστε, εδώ και κάποιες δεκαετίες αποφασίσαμε να στρέψουμε το βλέμμα μας στην ανάπτυξη του τουρισμού. Επειδή ο συνδυασμός ήλιου – θάλασσας σαφώς υπερτερεί στη χώρα μας, η ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού στηρίχτηκε κυρίως στον τουρισμό αναψυχής με ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα. Τα τελευταία όμως χρόνια παρατηρούμε ότι γίνονται προσπάθειες από τους αρμόδιους τουριστικούς φορείς να αναπτύξουν παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού, στις οποίες συγκαταλέγεται και ο συνεδριακός τουρισμός.

Ακούγονται και γράφονται διάφορα για τις προσπάθειες αναβάθμισης αυτού του τουριστικού προϊόντος, για τη δημιουργία μεγάλων συνεδριακών κέντρων διεθνών προδιαγραφών και για τη δημιουργία συνεδριακών γραφείων. Όλα τα παραπάνω είναι ιδιαίτερα θετικά και σημαντικά. Έτσι λοιπόν:

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται μια αναφορά στο μαζικό τουρισμό. Αναλύονται οι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξή του και οι επιμέρους μορφές του, στις οποίες συγκαταλέγεται και ο συνεδριακός τουρισμός.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση της έννοιας του συνεδρίου του καθώς και μια ιστορική ανασκόπηση. Αναφέρονται οι διακρίσεις, οι φορείς των συνεδρίων και γίνεται αναφορά για το e-συνέδριο.

Στο τρίτο κεφάλαιο τονίζονται οι διαφορές μεταξύ συνεδριακού και γενικού τουρισμού, γίνεται αναφορά στα πλεονεκτήματα της χώρας μας σαν συνεδριακός προορισμός καθώς και σε κάποιες προτάσεις τουριστικής πολιτικής για το συνεδριακό τουρισμό.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύουμε ότι έχει να κάνει με τα συνεδριακά κέντρα (ορισμό-εξοπλισμό-διαρρύθμιση) και αναφέρουμε την ποιότητα – επάρκεια της συνεδριακής υποδομής στη χώρα μας καθώς και κάποια από τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα στην Ελλάδα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο ρόλο της HAPCO / EFAPCO & HELEXPO και για την αναγκαιότητα νομιμοποίησης του επαγγέλματος του PCO.

Εν κατακλείδι, στο έκτο κεφάλαιο αναφέρουμε την εικόνα του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς, τον συνεδριακό τουρισμό και την εποχικότητα και τις προοπτικές ανάπτυξής του μέσα από μια S W O T ανάλυση.

Λέξεις κλειδιά: Συνεδριακός τουρισμός, Ελλάδα, Εποχικότητα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

i. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Η δυναμική και οι επιδράσεις του τουρισμού.....	5
1.1.1 Οι παράγοντες που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού.....	6
1.2 Επιμέρους μορφές τουρισμού.....	7
1.2.1 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	8
1.2.2. Ειδικές μορφές τουρισμού.....	9
1.2.3. Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	10

ii. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΣΥΝΕΔΡΙΟ

2.1 Ορισμός του συνεδρίου – Εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα.....	12
2.2 Η ιστορία των συνεδρίων.....	13
2.3 Διακρίσεις συνεδρίων.....	14
2.4 Συνέδριο «εξ αποστάσεως» (e-συνέδριο).....	15
2.5 Φορείς συνεδρίων.....	16

iii. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Ορισμός συνεδριακού τουρισμού.....	19
3.2 Διαχωρισμός συνεδριακού και γενικού τουρισμού.....	19
3.3 Παράμετροι και κριτήρια επιλογής συνεδριακού προορισμού.....	20
3.4 Οι συνέπειες του συνεδριακού τουρισμού και τα οφέλη των προορισμών του.....	20
3.5 Πλεονεκτήματα της χώρας μας σαν συνεδριακός προορισμός.....	21
3.6 Στόχοι- Πολιτικές- Προτάσεις τουριστικής πολιτικής για το συνεδριακό τουρισμό.....	22

iv. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

4.1 Ορισμός συνεδριακών κέντρων.....	24
4.2 Διαρρύθμιση συνεδριακών χώρων.....	24
4.3 Εξοπλισμός συνεδριακών χώρων.....	27
4.4 Η ποιότητα – επάρκεια της συνεδριακής υποδομής στη χώρα.....	29
4.5 Τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα ανά περιοχή στην Ελλάδα.....	31

v. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

5.1 Harco και Efarco: Ο ρόλος τους και οι στόχοι τους.....	40
5.2 Τα CVBs, η Helcxro και ο συνεδριακός τουρισμός.....	41
5.3 PCO. Ο ρόλος του, οι δυσκολίες και η αναγκαιότητα νομιμοποίησης του επαγγέλματος.....	42

vi. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ.

6.1	Ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα.....	43
6.2	S.W.O.T Analysis - Τα πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα, ευκαιρίες και κίνδυνοι του Συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.....	45
6.3.	Η εποχικότητα στον τουρισμό.....	46
6.4	Συνεδριακός Τουρισμός και εποχικότητα.....	47
6.5	Προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα- Συμπεράσματα.....	48
	Βιβλιογραφία.....	50

Ι. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Η δυναμική και οι επιδράσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός ως περιήγηση για γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών για ψυχαγωγία ή για άλλους λόγους(π.χ. εμπορικούς, οικονομικούς, θρησκευτικούς ή αθλητικούς), χρονολογείται από την αρχαιότητα. Από την εποχή αυτή προέρχονται πλήθος ταξιδιωτών, γεωγραφικών και ιστορικών πληροφοριών από ταξιδιώτες και περιηγητές. (*«Η κρατική συμβολή στον τουρισμό - Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Βενετσανοπούλου, 2006*).

Ο τουρισμός είναι ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Ο τουρισμός σήμερα αντιπροσωπεύει έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη, η συμβολή του οποίου στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας, μετριέται από τον όγκο των συναλλαγματικών εισροών, από το βαθμό εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, από τη δημιουργία θέσεων εργασίας και από την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη.

Κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι αναμφίβολα ο δυναμισμός με τον οποίο αναπτύσσεται. Άλλο χαρακτηριστικό του είναι ότι η ανάπτυξή του που επιτεύχθηκε ουσιαστικά από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' παγκοσμίου πολέμου και μετά. Ο μαζικός τουρισμός, σαν αναγνωρίσιμο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, άρχισε να γίνεται εμφανής προς το τέλος της δεκαετίας του '50. Έκτοτε η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας συνεχίζεται, συμβάλλοντας μεταξύ των άλλων στις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα, όπως και σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών. Ήδη από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 είχε διαφανεί ότι η περίοδος της συνεχούς ανάπτυξης του τουρισμού είχε πλέον τελειώσει οριστικά. Αυτό βέβαια δε σημαίνει ότι η ανάπτυξη του τουρισμού μελλοντικά, συμπεριλαμβανομένου και του ελληνικού, θα είναι μηδαμινή. Παράλληλα όμως σημαίνει ότι:

ü *Η συνολική ανάπτυξη του τουρισμού πιθανόν να είναι σε χαμηλότερα ποσοστά απ' ότι στο παρελθόν.*

ü Η ανάπτυξη του τουρισμού θα είναι περισσότερο *άνισα κατανεμημένη* τόσο από *πλευράς ανάπτυξης τουριστικών αγορών* όσο και από *πλευράς τουριστικών προορισμών και υπηρεσιών.*

ü *Ο ανταγωνισμός μεταξύ τουριστικών προορισμών και υπηρεσιών* θα είναι μελλοντικά *εντονότερος*, γι' αυτό και οι προωθητικές δραστηριότητες του τουριστικού μάρκετινγκ θα πρέπει να επικεντρώνονται μάλλον σε διευρύνσεις των μεριδίων των υφισταμένων τουριστικών αγορών, παρά σε διεισδύσεις σε νέες τουριστικές αγορές.

ü *Η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών θα είναι περισσότερο επιλεκτική και κατανεμημένη*, δηλαδή θα εξαρτάται από την ικανότητα των χωρών υποδοχής τουριστών να προσφέρουν ποιοτικά τουριστικά πακέτα σε

ανταγωνιστικές τιμές, που θα ικανοποιούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ομάδων πιθανών πελατών τους σε ορισμένη τουριστική αγορά.

Ο τουρισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας αναμφίβολα αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Για πολλές χώρες και ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες, ο τουρισμός μπορεί κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις να αποτελέσει μια από τις κυριότερες συναλλαγματικές πηγές τους. Μπορεί ακόμα να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας. Επιπλέον, ο τουρισμός μπορεί να είναι σημαντικός εργοδότης, αφού χάρη σε αυτόν μπορούν να βρίσκουν απασχόληση, έστω και εποχιακά, πολλοί άνεργοι αλλά και πολλοί υποαπασχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Πρέπει να επισημάνουμε ότι ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας αδυνατούν να δημιουργήσουν, όπως για παράδειγμα η βιομηχανία, η γεωργία κ.λπ., για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου όπου επιχειρείται η ανάπτυξή τους.

Εκτός όμως από θέσεις εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα, για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες, ενώ παράλληλα συμβάλλει και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας, που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.

Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές μόνο εφόσον η ανάπτυξη ή μεγέθυνσή του πραγματοποιείται **ορθολογιστικά, προγραμματισμένα** και κυρίως με λεπτομερή έλεγχο σε κάθε μια από τις διανυόμενες αναπτυξιακές φάσεις, ειδικότερα δε όταν αυτή συνοδεύεται από μια παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα οικονομίας. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού και αυτό γιατί αποφεύγεται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού προορισμού από έναν και μόνο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα τον τουρισμό.

1.1.1 Οι παράγοντες που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί πρώτον την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται εκτός των τόπων της μόνιμης κατοικίας τους, δεύτερον την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται, και τρίτον τη χρησιμοποίηση των τουριστικών εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η μελέτη του τουρισμού αποτελεί ουσιαστικά μελέτη των ανθρώπων που βρίσκονται για τουριστικούς λόγους μακριά από τους τόπους διαμονής τους, των τουριστικών εγκαταστάσεων που βρίσκονται στους τουριστικούς προορισμούς και που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των τουριστών που κάνουν χρήση τους και τέλος των επιδράσεων που ασκούν αυτοί από οικονομικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής άποψης στους τουριστικούς τους προορισμούς κατά την πρόσκαιρη διαμονή τους σε αυτούς.

Πέρα από αυτό όμως **η μελέτη του τουρισμού συνεπάγεται τη μελέτη των κινήτρων και των εμπειριών των τουριστών, των προσδοκιών των μόνιμων κατοίκων των τουριστικών προορισμών και των προσαρμογών που έκαναν**

αυτοί προκειμένου να δικαιωθούν οι προσδοκίες τους, καθώς επίσης τους ρόλους που διαδραματίζουν όλοι όσοι με οποιαδήποτε ιδιότητα και με οποιοδήποτε τρόπο παρεμβάλλονται μεταξύ αυτών και των τουριστών στη διαδικασία παραγωγής, διάθεσης και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Ο τουρισμός αν και έχει πια «εκδημοκρατιστεί», δεν παύει πια να αποτελεί είδος πολυτελείας. Μέχρι τα μέσα περίπου του 20ου αιώνα ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή των λίγων, και συγκεκριμένα αυτών που διέθεταν και χρήματα αλλά και ελεύθερο χρόνο για τουρισμό. Σήμερα όμως στις αναπτυγμένες, τουλάχιστον, χώρες του κόσμου ο τουρισμός αποτελεί χωρίς άλλο τρόπο ζωής. **Ο αυξημένος ελεύθερος χρόνος στη διάθεση των εργαζομένων σε συνδυασμό με τα υψηλότερα εισοδήματά τους και τις θεσμοθετημένες πληρωμένες διακοπές σε συνδυασμό με μια αυξημένη κινητικότητα των ανθρώπων συνέβαλαν στο να κάνουν τουρισμό ολοένα και περισσότερα άτομα κάθε χρόνο.** Οι σημαντικές βελτιώσεις στις συγκοινωνίες και τα διάφορα μεταφορικά μέσα, ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών καταλυμάτων, η αύξηση της παραγωγής και διάθεσης τουριστικών πακέτων διακοπών και όχι μόνο, καθώς επίσης και άλλων σχετικά μορφών διακοπών και ταξιδιών συνέβαλαν ακόμα περισσότερο στη δημιουργία μεγαλύτερων ευκαιριών για την πραγματοποίηση ταξιδιών για διακοπές και ευχαρίστηση.

Δεν θα αποτελούσε υπερβολή αν υποστηριζόταν η άποψη ότι ο τουρισμός **αποτελεί πια ένα γενικά αποδεκτό, συνηθισμένο και αναμενόμενο τρόπο ζωής** ενός μεγάλου και συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ανθρώπων σε όλα τα μέρη του κόσμου. Επίσης υπερβολή δε θα αποτελούσε η άποψη ότι ο τουρισμός και συγκεκριμένα ο διεθνής τουρισμός αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εξαγόμενα είδη σε παγκόσμιο επίπεδο και ακόμα ότι σε πολλές χώρες του κόσμου αποτελεί αυτός τη σημαντικότερη εξαγωγική τους βιομηχανία, κατ' επέκταση δε και τη **σημαντικότερη πηγή των συναλλαγματικών τους εσόδων.**

Ο τουρισμός, ο οποίος αντιπροσωπεύει το 10-12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος, αποτελεί ίσως το σημαντικότερο παράγοντα, με επιπτώσεις πολυεπίπεδες στην κοινωνία, το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1999).

1.2. Επιμέρους μορφές τουρισμού

Η παραδοσιακή μορφή του τουρισμού, η οποία άνθισε τις τελευταίες δεκαετίες, έχει αρχίσει να εγκαταλείπεται προς όφελος κάποιων άλλων μορφών, οι οποίες ικανοποιούν σε μεγαλύτερο πλέον βαθμό ανάγκες ή απλά επιθυμίες του σύγχρονου ανθρώπου, πέρα από την απλή τάση για φυγή, αλλαγή παραστάσεων και αναψυχή. Οι άνθρωποι, εκτός του ότι διαθέτουν περισσότερο χρόνο, φαίνεται να διαθέτουν όλο και μεγαλύτερο τμήμα του προϋπολογισμού τους προς όφελος της κατηγορίας τουρισμού που συνήθως χαρακτηρίζεται ως ποιοτικός.

Η παρακμή του μαζικού τουρισμού οδήγησε στη δημιουργία προγραμμάτων ειδικών μορφών τουρισμού, είτε ειδικών ενδιαφερόντων (special interest) είτε εναλλακτικών (alternative tourism).

Η διάκριση του τουρισμού σε μορφές συναρτάται με το σκοπό του πραγματοποιούμενου ταξιδιού ή με το είδος της τουριστικής υποχρέωσης, την οποία επιδιώκει να ικανοποιήσει ο τουρίστας. Συνεπώς, ο αριθμός των μορφών του τουρισμού είναι ανάλογος με τις εμφανιζόμενες ή ικανοποιούμενες αντίστοιχες τουριστικές ανάγκες. Οι μορφές αυτές του τουρισμού είναι πιο αποδοτικές, καλύτερα κατανοητές στο χρόνο, περισσότερο ανθεκτικές στις διεθνείς οικονομικές και

τουριστικές συγκυρίες και συμβατές με το περιβάλλον για άμβλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός. Στόχος της ανάπτυξης τέτοιων μορφών είναι είτε η βελτίωση των παρερχομένων υπηρεσιών του μαζικού τουρισμού είτε η ανάπτυξη μιας μορφής που ανταποκρίνεται σε κάποιο ειδικό κίνητρο των τουριστών.

Πρέπει όμως να τονίσουμε ότι οι νέες μορφές τουρισμού δεν πρόκειται να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, αφού θα αναπτύσσονται παράλληλα και συμπληρωματικά με αυτόν και θα χρησιμοποιούν τους ίδιους μηχανισμούς προώθησης και διακίνησης, εξασφαλίζοντας έτσι οικονομικά πλεονεκτήματα και παράλληλα θα αναζητούν πρόσθετους νέους τουρίστες (Βενετσανοπούλου, 2006).

1.2.1. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο όρος εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφέρεται στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο και αφετέρου όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των τουριστικών δραστηριοτήτων που ζητούν οι επισκέπτες. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει κίνητρα, που συνδέονται με συγκεκριμένα θέματα, όπως: περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση, φυσιολατρία, αθλητικές δραστηριότητες, ταξίδια περιπέτειας, περιήγηση, απόλαυση της θέας ενός τοπίου, περιοχές με μη μολυσμένο περιβάλλον, περιοχές με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, κ.α.

Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορούμε να πούμε ότι προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες, που επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι έννοια που χρησιμοποιήθηκε ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, καθότι εισάγει καινούργια προσέγγιση και φιλοσοφία σε ένα παλιό πρόβλημα, προϋποθέτοντας εκδήλωση ενεργού ενδιαφέροντος εκ μέρους τόσο των «φιλοξενούμενων» όσο και των «οικοδεσποτών».

Επιπλέον, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ο τουρίστας συχνά επιλέγει έναν τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού, στον οποίο κυριαρχεί:

- η αυτονομία στις επιλογές
- η περιήγηση που γίνεται με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού και
- η δημιουργία μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τον συγκεκριμένο τουρίστα.

Πολλοί είναι οι τουρίστες σήμερα που αναζητούν να ικανοποιήσουν τα ενδιαφέροντά τους μέσα από άλλες μορφές τουρισμού, που είναι εναλλακτικές σε σχέση με τον παραδοσιακό τουρισμό και βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς τουριστικού προτύπου, που χαρακτηρίζεται από τη μαζικότητα, την επιβάρυνση του περιβάλλοντος, τη μείωση της ποιότητας των παρερχομένων υπηρεσιών και αποσκοπεί στη μεγιστοποίηση του κέρδους σε βάρος των τοπικών κοινωνιών, της τοπικής οικονομίας και του περιβάλλοντος.

Ο τουρίστας που επιλέγει μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού έχει καλύτερη μόρφωση, είναι πιο συνειδητοποιημένος πολιτιστικά, πιο ευαίσθητος σε θέματα περιβάλλοντος και πολιτισμού, πιο περίεργος και πιο αναλυτικός. Δεν προτιμά τα μεγάλα ξενοδοχεία που έχουν κατασκευαστεί και είναι εξοπλισμένα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα. Ο εναλλακτικός τουρίστας αναζητεί και προστατεύει την τοπική κουλτούρα και πλησιάζει την τοπική κοινότητα, προωθεί την τοπική μαγειρική, τη χρήση τοπικών υλικών και χειροτεχνίας και την ανάπτυξη ενός μεγάλου εύρους

άλλων τουριστικών υπηρεσιών, π.χ. τοπικές λαϊκές παραστάσεις, εκθέσεις χειροτεχνίας, πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Τέλος, ο τουρισμός που δεν καταστρέφει τον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής συνήθως ονομάζεται εναλλακτικός, διότι εκτός των άλλων προσπαθεί ενεργά να ενθαρρύνει τον σεβασμό προς την πολιτισμική πραγματικότητα δια μέσου της εκπαίδευσης, της επιμόρφωσης και γενικότερα των οργανωμένων συναντήσεων. Είναι οι μόνες μορφές τουρισμού που ενισχύονται με τεράστια κονδύλια από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι :

- Ø Πολιτιστικός τουρισμός
- Ø Χειμερινός τουρισμός
- Ø Ορεινός και ορειβατικός τουρισμός
- Ø Αγροτουρισμός
- Ø Θαλάσσιος τουρισμός
- Ø Οικοτουρισμός
- Ø Αθλητικός τουρισμός
- Ø Τουρισμός περιπέτειας

Οι μορφές αυτές, ήπιες στο βαθμό που ελαχιστοποιούν τις δυσμενείς επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό την αποκέντρωση και απομάκρυνση της τουριστικής δραστηριότητας από τις ακτές, τη διοχέτευσή της στο εσωτερικό κάθε χώρας και επομένως τη δυνατότητα ορθολογικής ανάπτυξης νέων περιοχών και συντήρησης απομακρυσμένων.

Η δυνατότητα αναδιοργάνωσης της αποδιαρθρωμένης -σε απομακρυσμένες περιοχές- πρωτογενούς δραστηριότητας, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η ανάπτυξη άλλων παράλληλων οικονομικών δραστηριοτήτων, η αύξηση του κύριου και βοηθητικού εισοδήματος, η άνοδος του επιπέδου ζωής και παιδείας αποτελούν μερικές από τις επιπλέον θετικές συνέπειες του εναλλακτικού τουρισμού

Τέλος, τόσο ο μαζικός τουρισμός όσο και οι νέες ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού επηρεάζονται από τις πολιτικές συγκυρίες, που διαμορφώνουν τις νέες τάσεις της τουριστικής ζήτησης και πιέζουν τους παράγοντες της τουριστικής προσφοράς να προσαρμοσθούν προς τα νέα καταναλωτικά τουριστικά πρότυπα (Βενετσανοπούλου, 2006).

1.2.2. Ειδικές μορφές τουρισμού

Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση, για παράδειγμα τα συνέδρια, και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.

Ο τουρισμός αυτής της μορφής είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις ανθρώπων, για να αναπτύξουν ειδικά ενδιαφέροντα και να επισκεφθούν αξιοθέατα και μέρη που συνδέονται με ένα συγκεκριμένο θέμα, για παράδειγμα κάποια επαγγελματική δραστηριότητα, κάποια θρησκεία κ.λ.π.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού, χωρίς να υποκαθιστούν το μαζικό τουρισμό, λειτουργούν συμπληρωματικά, εμπλουτίζουν, διευρύνουν και διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν, καλύπτοντας την αντίστοιχη ζήτηση που φαίνεται να είναι αυξανόμενη.

Οι κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού είναι :

- Ø Κοινωνικός τουρισμός
- Ø Τουρισμός υγείας
- Ø Τουρισμός παραχείμασης
- Ø Θρησκευτικός τουρισμός
- Ø Επαγγελματικός τουρισμός
- Ø Συνεδριακός τουρισμός
- Ø Εκθεσιακός τουρισμός
- Ø Τουρισμός κινήτρων

Η Βενετσανοπούλου αναφέρει ότι πλέον ο δομικός όρος, που έχει καθιερωθεί και διεθνώς χρησιμοποιείται για την περιγραφή των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, είναι οι ειδικές μορφές τουρισμού (Special Interest Tourism).

1.2.3. Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Η διάκριση των μορφών τουρισμού σε κύριες και εναλλακτικές, είναι μια προσέγγιση, που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σε μεγάλο βαθμό στη χώρα μας. Αφενός η ανάγκη προσαρμογής σε διεθνείς πρακτικές, που ήδη εφαρμόζονται με επιτυχία στο εξωτερικό και αφετέρου η σημαντική δυνατότητα της Ελλάδας να αναπτύξει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, έχουν προσδώσει μια δυναμική εξέλιξη, η οποία μπορεί να αποβεί καθοριστική στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας (<http://www.methana.gr/methana/DT.htm>).

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος, των πόρων του τουριστικού προορισμού αλλά και στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας σε ήπια μορφή. Σημαντική είναι η δυνατότητα ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού έχει πλέον κορεστεί, ενώ μαζί του δείχνει να ξεφτίζει η εικόνα του παραδοσιακού ξενοδοχείου, με την πισίνα, τους λίγους φοίνικες και το πλαστικοποιημένο φαγητό. Αντιθέτως αυτό που γεννιέται είναι να ξυπνήσουν οι πιο γνήσιες δυνάμεις της περιφέρειας, προσφέροντας στους επισκέπτες τους τη γνήσια φιλοξενία, ιστορία, πολιτισμό, αυθεντική ελληνική διατροφή και ξεχωριστές δραστηριότητες, που τους δένουν με τον τόπο μας.

Είναι αλήθεια, ότι 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 επαγγέλματα και ασχολίες, ενώ τώρα προσφέρει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες στο φιλοξενούμενο.

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.

Σύμφωνα με σχετικές βιβλιογραφικές πηγές (Βενετσανοπούλου 2006, «Επαγγελματικός τουρισμός – Οργάνωση συνεδρίων» Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που μπορούν να προσαρμοστούν στις ιδιαιτερότητες της χώρας μας, είναι :

1. Ιαματικός τουρισμός ή τουρισμός υγείας:

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί κοινό αγαθό, μέρος της φυσικής κληρονομιάς της χώρας μας. Σήμερα πρέπει να εξασφαλίσουμε υψηλή ποιότητα υποδομών και προσφερομένων υπηρεσιών στους τομείς αυτούς, με δημιουργία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού καθώς και προβολή της χώρας, ως ιαματικού τουριστικού προορισμού, όλο το χρόνο και για όλες τις ηλικίες.

2. Θαλάσσιος τουρισμός:

Με την κατασκευή σύγχρονων λιμενικών εγκαταστάσεων και δικτύου τουριστικών μαρίνων, απαραίτητες για την ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας.

3. Συνεδριακός τουρισμός:

Με τη δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, ώστε να μπορέσουμε να προσελκύσουμε επισκέπτες υψηλού εισοδήματος.

4. Οικοτουρισμός-Αγροτουρισμός:

Με την ανάπτυξη των οικοσυστημάτων, των περιηγήσεων, των μονοπατιών, των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων, δίνοντας ζωή στην περιφέρεια.

5. Αρχαιολογικός τουρισμός:

Με την ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων, μουσείων (λαογραφικών, ιστορικών), με την οργάνωση δικτύου περιπάτων αρχαιολογικών περιοχών.

6. Αθλητικός τουρισμός:

Με τη δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων αλλά και διοργάνωση αθλητικών γεγονότων, που θα μπορούν να εξελιχθούν όλο το χρόνο, με αθλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

7. Θρησκευτικός Τουρισμός:

Με την ανάδειξη των σημαντικών εκκλησιών μας (Βυζαντινών, Προχριστιανικών), ώστε να γίνουν πόλοι έλξης αρκετών επισκεπτών ακόμη και με την αξιοποίηση των μοναστηριακών ξενώνων.

8. Δημοτικός-Κοινοτικός τουρισμός:

Με την προσέλευση επισκεπτών είτε από τους Δήμους είτε από τους Κοινωνικούς Οργανισμούς (I.K.A., εργατική εστία κ.α.).

9. Εκπαιδευτικός τουρισμός:

Με την πρόσκληση σχολείων για επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, οικοσυστήματα κ.τ.λ.

10. Οικιστικός τουρισμός:

Ανάδειξη διαφόρων περιοχών για οικιστική ανάπτυξη και ανάπτυξη της Β' κατοικίας.

ii. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

2.1. Ορισμός του συνεδρίου – Εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα

Τα συνέδρια είναι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων που έχουν κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητες. Τα συνέδρια έχουν σκοπό την ενημέρωση, την ανταλλαγή πληροφοριών, τις συζητήσεις επί θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος και ενδεχομένως, τη λήψη αποφάσεων.

Τα θέματα του συνεδρίου καθορίζονται, σε γενικές γραμμές, από την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες: με την έννοια αυτή, το συνέδριο μπορεί να αφορά, μεταξύ άλλων, την επιστήμη, την πολιτική, την επαγγελματική ενασχόληση, την τεχνολογία ή το εμπόριο. Η κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων σχετίζεται επίσης και με το φορέα, υπό την αιγίδα του οποίου συνέρχονται και του οποίου αποτελούν μέλη.

Τα περισσότερα συνέδρια, πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, συνήθως ετήσια. Δεν υπάρχει κοινώς αποδεκτή διεθνής ορολογία για το χαρακτηρισμό των συνεδρίων: οι όροι που συνήθως χρησιμοποιούνται είναι: congress για τις ευρωπαϊκές χώρες, conference για την Μεγάλη Βρετανία και convention για τις Ηνωμένες Πολιτείες. *(Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου, 2007)*

ΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ

Οι όροι αυτοί χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο, όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις σε μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων.

ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Ο όρος αυτός υποδηλώνει ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα, με την καθοδήγηση ενός προέδρου και καταλήγουν, σε συμπεράσματα ή αποφάσεις.

ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΙΣ

Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και γνωριμίας, μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της διοίκησής της.

ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ή ειδικού ενδιαφέροντος.

ΗΜΕΡΙΔΕΣ

Είναι οι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετισμούς, ομιλίες ή και διαλέξεις. Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών.

FORUM (ΦΟΡΟΥΜ)

Χαρακτηριστικό γνώρισμά τους είναι ότι επακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο με ερωτήσεις που υποβάλει ή και με απαντήσεις σε αυτές.

ΣΥΜΠΟΣΙΑ

Αφορά «πνευματική τροφή» που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο.

ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

Είναι ένας τρόπος διδασκαλίας, άσχετα αν χρησιμοποιούνται σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και βοηθήματα και σκοπό έχει τη συμπληρωματική μόρφωση κάποιων ατόμων.

«WORKSHOPS»

Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος.

MEETINGS (ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ)

Αφορά τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις.
(«Επαγγελματικός Τουρισμός» Κραβαρίτης, 1992)

2.2 Η Ιστορία του συνεδρίου

Η έννοια του «συνέρχεσθε» ήταν ήδη γνωστή από την αρχαιότητα. Οι Έλληνες, ιδιαίτερα από τον 5^ο π.Χ. αιώνα, συνέρχονταν σε ανοικτές συναθροίσεις με ανοικτά θέματα πολιτικής, επιστημονικής ή φιλοσοφικής χροιάς. Η ιδέα των συνεδρίων, **αμφικτιονίες** όπως ονομάζονταν, απασχολούσε ιδιαίτερος τους Έλληνες, με σπουδαιότερη αμφικτιονία εκείνη των Δελφών, που ονομάστηκε **Πυλαία** και επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό την πνευματική και την ιστορική ελληνική ζωή.

Έτσι λοιπόν, όταν οι αρχαίοι Έλληνες μιλούσαν για αμφικτιονικό συνέδριο, εννοούσαν κυρίως τη δελφική αμφικτιονία. Οι αμφικτιονίες ήταν η πρώτη προσπάθεια που έγινε για να ρυθμιστούν οι σχέσεις μεταξύ των λαών. Αργότερα, αυτός ο θεσμός αντικαταστάθηκε από τα **Κοινά** και από τις **Συμπολιτείες** και έτσι οι αμφικτιονίες εξαφανίστηκαν.

Συναντήσεις μεταξύ ατόμων για την επίλυση προβλημάτων ή για την ανταλλαγή απόψεων και γνώσεων λάμβαναν χώρα εδώ και μερικούς αιώνες. Πιο συγκεκριμένα το 1814 πραγματοποιήθηκε το Συνέδριο της Βιέννης, το πρώτο διεθνές συνέδριο, το οποίο παραλληλίζεται με τα σημερινά συνέδρια. Από τότε μέχρι σήμερα, πολλαπλασιάστηκαν οι ανάγκες επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων σε επιστημονικά ή κοινωνικά πεδία.

Μπορεί οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας, όπως το internet, ή η teleconference, ή ηλεκτρονική πληροφόρηση κ.λ.π., να αλλάζουν σημαντικά τον τρόπο των καθημερινών μας συναλλαγών, αλλά πολύ λίγο θα επηρεάσουν την ανάγκη του "συνέρχεσθε" και της ανθρώπινης επαφής.

www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=2089

2.3 Διακρίσεις συνεδρίων

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με τη *διάρκεια*, το *μέγεθός* τους, τον *χρόνο* και *τόπο διεξαγωγής* τους και τέλος την *κοινή ιδιότητα* κάτω από την οποία συνέρχονται οι σύνεδροι.

Διάρκεια

Η πλειονότητα των συνεδρίων έχει διάρκεια 4-5 ημέρες. Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως τις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνεδρίων παρατείνει τη διάρκεια

του ταξιδιού του. Κάτι τέτοιο, αυξάνει την διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα καθώς και την τελική του δαπάνη.

Μέγεθος

Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθος του αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται, προδικάζει σε κάποιο βαθμό το μέγεθος του συνεδρίου, όχι όμως καθοριστικά.

Ο βαθμός συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν, οι ημερομηνίες διεξαγωγής του είναι επίσης στοιχεία που επηρεάζουν το βαθμό συμμετοχής και κατ' επέκταση το τελικό μέγεθος.

Χρόνος και Τόπος Διεξαγωγής

Οι φορείς κάτω από την αιγίδα των οποίων πραγματοποιείται το συνέδριο, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους το χρόνο διεξαγωγής του. Η επιλογή γίνεται με βασικό γνώμονα την προσέλκυση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού συνέδρων. Για το λόγο αυτό, γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στον τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του.

Τα κριτήρια επιλογής του τόπου διεξαγωγής είναι τα ακόλουθα:

- ü Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής στην οποία θα πραγματοποιηθεί το συνέδριο
- ü Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης του κύριου όγκου των συνέδρων
- ü Η απόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων
- ü Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης, που σχετίζεται με το συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου
- ü Η γενικότερη εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος, σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων
- ü Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι υπάρχουν και πρόσθετα στοιχεία επιλογής. Πολλά συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη γιατί ισχύει μια «εκ περιτροπής» επιλογή μεταξύ των επικρατέστερων υποψηφίων χωρών. Όταν υπάρχουν χορηγοί φυσικό είναι να προσπαθούν να επηρεάσουν για την επιλογή, χώρες στις οποίες εστιάζουν τη δραστηριότητά τους. Αφού επιλεγεί η πόλη στην οποία θα διεξαχθεί το συνέδριο, σειρά έχει η επιλογή του ξενοδοχείου.

Συμπληρωματικά των παραπάνω διακρίσεων σημαντικοί παράμετροι που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στην οργάνωση ενός συνεδρίου είναι:

1. η χώρα προέλευσης
2. το οικονομικό αποτέλεσμα
3. η χρήση ταξιδιωτικού γραφείου ή όχι
4. τα μέσα μεταφοράς
5. η χρηματοδότηση της μετακίνησης
6. η μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη
7. το φύλο των μετακινούμενων
8. η ηλικία των μετακινούμενων

9. ο αριθμός των μετακινούμενων
10. ο συγκεκριμένος επαγγελματικός σκοπός
(Κραβαρίτης, 1992)

2.4 Συνέδριο «εξ αποστάσεως» (e-συνέδριο)

Στον αιώνα μας, τον "αιώνα του Internet" όπως υποστηρίζουν πολλοί, η κοινωνία της γνώσης και της πληροφορίας εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Οι εταιρείες πληροφορικής αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες παρέχουν συνεχώς προϊόντα και υπηρεσίες που εξασφαλίζουν οικονομία χρόνου, μειώνουν το κόστος επιμόρφωσης, ενώ ταυτόχρονα δίνουν τη δυνατότητα γρήγορης και εύκολης ενημέρωσης σε θέματα γενικού αλλά και ειδικού ενδιαφέροντος.

Με τη χρήση σύγχρονων τηλεπικοινωνιακών δικτύων και ειδικότερα μέσω τεχνολογιών internet, intranet καθώς και δορυφορικών δικτύων παρέχονται υπηρεσίες που καθιστούν δυνατή την εξ' αποστάσεως κατάρτιση και επιμόρφωση.

Μία τέτοια υπηρεσία είναι και το **e-Συνέδριο**. Πρόκειται στην ουσία για τη ζωντανή μετάδοση των εργασιών ενός συνεδρίου που διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο σε συνέδρους που δεν παρευρίσκονται σε αυτόν. Εξυπηρετεί όλους εκείνους που ενδιαφέρονται, είτε να παρακολουθήσουν τις εργασίες ενός συνεδρίου (σύνεδροι), είτε να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σ' ένα συνέδριο (ομιλητές) αλλά λόγω γεωγραφικών, χρονικών και άλλων περιορισμών δεν είναι δυνατή η φυσική παρουσία τους σε αυτό.

Οι δυνατότητες της υπηρεσίας αυτής είναι πολλές και ομολογουμένως εντυπωσιακές:

- Δυνατότητα ζωντανής προσέγγισης αυξημένου αριθμού συμμετεχόντων που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές. Σε ένα συνέδριο οι ομιλητές πραγματοποιούν τις εισηγήσεις τους, προβάλλουν το συνοδευτικό τους υλικό στις οθόνες και μέσω της υπηρεσίας e-συνέδριο οι απομακρυσμένοι σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να ακούσουν τον εισηγητή και να δουν τις διαφάνειές του. Μπορούν ακόμη να λάβουν το λόγο και να εκφέρουν την άποψή τους η οποία μεταδίδεται στο συνεδριακό χώρο και τους υπόλοιπους απομακρυσμένους συμμετέχοντες.
- Δυνατότητα καταγραφής των εργασιών του συνεδρίου προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να έχουν πρόσβαση σε αυτές σε χρόνο επιλογής τους. Η διάθεσή τους μπορεί να γίνει είτε μέσω CD είτε μέσα από το Internet.
- Δυνατότητα παρουσίας ομιλητών που υπό άλλες συνθήκες - λόγω γεωγραφικών περιορισμών, έλλειψης χρόνου ή ακόμα και υψηλού οικονομικού κόστους - δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν και να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σε ένα συνέδριο.
- Δυνατότητα πλήρους υποστήριξης των απομακρυσμένων συνέδρων στις διεργασίες υπηρεσίες που διαθέτει ένα συνέδριο που διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο. Η υλοποίηση γίνεται μέσα από τη δημιουργία εικονικών αιθουσών στο Internet, μία για κάθε γλώσσα. Οι απομακρυσμένοι σύνεδροι διαλέγουν να εισέλθουν στην αίθουσα που ομιλείται η γλώσσα της αρεσκείας τους. Σ' αυτή την εικονική αίθουσα κύριος ομιλητής είναι ο διερμηνέας που μεταφράζει τον εκάστοτε ομιλητή του συνεδρίου και μεταδίδει όσα συμβαίνουν στο συνέδριο. Έτσι δημιουργούνται

παράλληλες συνεδρίες μία για κάθε γλώσσα. Οι εργασίες του συνεδρίου μπορούν να καταγραφούν και σε όσες γλώσσες έχουν προγραμματιστεί.

- Δυνατότητα παρακολούθησης των εισηγήσεων εκ των υστέρων ιδιαίτερα στις περιπτώσεις συνεδρίων στα οποία έχουμε παράλληλες αίθουσες ή συνοδεύονται από παράλληλα workshops. Οι απομακρυσμένοι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν τη συμμετοχή τους στο workshop που επιθυμούν, δημιουργώντας παράλληλες συνεδρίες, οι οποίες μπορούν και αυτές να καταγραφούν.

Οι λύσεις που προσφέρει η νέα αυτή υπηρεσία ενδιαφέρουν:

- Τις εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων.
- Τους συλλόγους, τις επιχειρήσεις, τις επιστημονικές εταιρείες που διοργανώνουν συνέδρια για τα μέλη τους.
- Τους κατόχους συνεδριακών κέντρων (ξενοδοχεία-πανεπιστήμια-ερευνητικά κέντρα).κ.α.

Οι ενδιαφερόμενοι με τη χρήση του e-συνεδρίου:

- Απαλείφουν το μεγαλύτερο μέρος του κόστους διοργάνωσης ενός συνεδρίου.
- Έρχονται σε συχνότερη επαφή με τους συνεργάτες και τους πελάτες τους.
- Απαλείφουν το κόστος που προκύπτει από τη μετακίνηση και τη διαμονή των συμμετεχόντων.
- Κερδίζουν χρόνο στην οργάνωση του συνεδρίου.
- Αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, λόγω της μεγαλύτερης ταχύτητας διασποράς και διάχυσης της πληροφορίας και της γνώσης.

(Μ. Κελεμτζή, www.synedrio.gr/arthra/a004.asp)

2.5 Φορείς συνεδρίων

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

Οι φορείς διακρίνονται ανάλογα με:

- Την υπόστασή τους
- Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους
- Το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους
- Τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας τους

Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

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

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.) μαζί με το Σύνδεσμο Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO) είναι δύο σύνδεσμοι που αγωνίζονται για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα του κλάδου τους, να προβάλλουν στον κόσμο το ελληνικό συνεδριακό προϊόν, να κατοχυρώσουν νομοθετικά το επάγγελμα αυτό, την παροχή πληροφοριών στους ενδιαφερόμενους για τα μέλη τους και γενικά για την πορεία του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα κ.λπ. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί, μπορεί να είναι και πολυεθνικοί, εφόσον οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες.

Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών και οι συγκεκριμένες ανάγκες τους, προδικάζουν και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Οι εκδηλώσεις αυτές είναι καθαρά ενδοεπιχειρησιακού χαρακτήρα και αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα αποτελούν μια σημαντική αγορά προς την οποία υπάρχει έντονο ενδιαφέρον.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα βασικότερα είδη συνεδρίων, σύμφωνα με τους φορείς οι οποίοι τα συγκαλούν.

Επιστημονικά Συνέδρια

Πολλοί ιατροί και άλλοι επιστήμονες τείνουν να συνδυάζουν κατά κάποιο τρόπο διακοπές και συνεχή εκπαίδευση - ενημέρωση. Τα επιστημονικά συνέδρια παρουσιάζουν ένα πρόσθετο πλεονέκτημα: η διάρκειά τους είναι κατά κανόνα μεγάλη. Τέλος ενδιαφέρουν συγχρόνως και επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τα συναφή με το συνέδριο προϊόντα τους. Αυτό σημαίνει πως συνδυάζονται με πολλές παράλληλες εκδηλώσεις και κυρίως με εκθέσεις.

Συνήθως επιχορηγούνται από το κράτος αλλά και από τις επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα σχετίζονται με το συνέδριο.

Εμπορικά Συνέδρια

Τα εμπορικά καθώς και τα συνέδρια επαγγελματικών φορέων σχετίζονται με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν. Στα πιθανά πλαίσια των επιδιώξεών τους μπορεί να είναι η αύξηση της παραγωγικότητας, των κερδών και η διεύρυνση της αγοράς.

Θα πρέπει να τονίσουμε πως υπάρχει η τάση να ονομάζονται εμπορικά συνέδρια και αυτά που οργανώνονται από αυτόνομες επιχειρήσεις μέσα στο πλαίσιο των προσπαθειών τους, που αφορούν την ίδια την επιχείρηση και όχι τον κλάδο γενικότερα. Το περιεχόμενο όλων αυτών των συνεδρίων μπορεί να είναι: παρουσίαση νέων προϊόντων, τρόποι αύξησης πωλήσεων και γενικά η επιτυχία των στόχων της εμπορικής δράσης αυτών των επιχειρήσεων.

Συνέδρια Κομματικού, Κοινωνικού, Πολιτικού Περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη στρατηγικής τους, η ιδεολογική τοποθέτησή τους, η λειτουργία και ανάπτυξή τους.

Συνέδρια Διεθνών Οργανισμών

Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους-μέλους του οργανισμού. Η συνήθης ορολογία για τα συνέδρια αυτά είναι «διεθνής διάσκεψη» ή «διεθνής

συνδιάσκεψη». Προκαλείται άμιλλα μεταξύ των κρατών-μελών για την καλύτερη οργάνωση και διεξαγωγή του συνεδρίου, με συνέπεια να προβάλλονται και οι καλύτερες τουριστικές υπηρεσίες τους. Συνήθως τα συνέδρια αυτά είναι σε ετήσια βάση.

Συσκέψεις

Χαρακτηρίζονται από μικρό αριθμό συμμετεχόντων καθώς και από τη μικρή τους διάρκεια. Επίσης άλλο χαρακτηριστικό είναι το υψηλό επίπεδο της θέσης των συμμετεχόντων μέσα στην εταιρεία που πραγματοποιεί την σύσκεψη. Οι συσκέψεις μπορεί να καταλήγουν ή να συνδυάζονται με γεύματα εργασίας.

Σεμινάρια

Στις περιπτώσεις των σεμιναρίων, επιζητείται η δημιουργία μιας συγκεκριμένης «οικογενειακής» ατμόσφαιρας που θα διευκολύνει στη δημιουργία ενός επαγγελματικού πνεύματος και στη βελτίωση και ανάπτυξη των σχέσεων των συμμετεχόντων. Επίσης θα βοηθήσει τα διευθυντικά στελέχη που διδάσκουν ή παραβρίσκονται να γνωρίσουν καλύτερα τα νέα στελέχη τους, που εκπαιδεύονται. (Κραβαρίτης, 1992)

iii.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Ορισμός συνεδριακού τουρισμού

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κ.λ.π. 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.

(http://www.peartas.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=95:2011-06-16-08-48-06&catid=28:2011-06-10-07-02-47&Itemid=31)

3.2 Διαχωρισμός συνεδριακού και γενικού τουρισμού

Στην πραγματικότητα ο συνεδριακός τουρισμός δεν διαφέρει σε πολλά σημεία από τον γενικό, εφόσον και στις δυο περιπτώσεις η εισερχόμενη μάζα μας αποφέρει κέρδη.

Παρακάτω αναφέρονται κάποιες από τις διαφορές τους:

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

- ü Οι πρωτεύουσες φαίνεται να συγκεντρώνουν το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης.

Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερα από 40%).

- ü Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15% περίπου).

- ü Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

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

- ü Η συμμετοχή σε συνέδριο τείνει να δημιουργήσει πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, με τρόπους όπως, η επιμήκυνση

της διαμονής του συνέδρου, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνέδρου (συζύγου, τέκνων κλπ.), για σκοπούς γενικού τουρισμού κ.ά. (<http://www.synedrio.gr/arthra/a022.asp>)

3.3 Παράμετροι και κριτήρια επιλογής του συνεδριακού προορισμού

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.

Τα κριτήρια-προϋποθέσεις για να προτιμηθεί ένας τόπος για τη διεξαγωγή συνεδρίων και συναντήσεων είναι οι ακόλουθες:

Το **κόστος**, για την πραγματοποίηση της εκδήλωσης θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη σε συνάρτηση με τα χρήματα που είμαστε διατεθειμένοι να ξοδέψουμε.

Η **εύκολη πρόσβαση**. Πιο συγκεκριμένα η ύπαρξη μεγάλου, διεθνούς αεροδρομίου είναι απαραίτητο κριτήριο όταν περιμένουμε σύνεδρους από το εξωτερικό ή από άλλες περιοχές της χώρας.

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 περιμένουμε συμμετέχοντες από το εξωτερικό ή από άλλες πόλεις της χώρας (οπότε θα χρειαστεί να διανυκτερεύσουν), 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.

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

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 σύνεδρους και για άλλες δραστηριότητες τις ημέρες του συνεδρίου.

Οι κλιματολογικές συνθήκες. Είναι καλύτερα τους καλοκαιρινούς μήνες να αποφεύγονται περιοχές με πολύ ζέστη και αντίστοιχα το χειμώνα περιοχές με πολύ κρύο. (<http://www.synedrio.gr/organosi/o017.asp>)

3.4 Οι συνέπειες του συνεδριακού τουρισμού και τα οφέλη των προορισμών του

Ο συνεδριακός τουρισμός έχει σημαντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες στο χώρο διεξαγωγής του, οι οποίες είναι:

- Η σημαντική εισροή συναλλάγματος, που συντελεί παράλληλα στην ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
- Η δημιουργία επιπλέον θέσεων εργασίας σε διάφορους τομείς, είτε άμεσα σχετιζομένους με το συνεδριακό προϊόν είτε έμμεσα.
- Η δυνατότητα διεθνούς προβολής κάθε προορισμού.
- Η τόνωση του κοινωνικού ιστού της περιοχής.
- Η αναβάθμιση της γενικότερης υποδομής του προορισμού.

ΰ Η βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος χώρου. (Βενετσανοπούλου, 2006)

Τα οφέλη που ο συνεδριακός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στον τόπο υποδοχής του είναι τα εξής:

Εκτός του ότι, όπως είπαμε, συμβάλλει στην προβολή του τόπου διεξαγωγής του, επιτρέπει **ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνεδρίων**, που λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής θέσης, αποτελούν σημαντικό διαφημιστικό «μοχλό».

Δημιουργεί **προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων** αλλά και για νέες επισκέψεις των συνεδρίων στον τόπο με άλλη σύνθεση και ιδιότητα.

Επιτρέπει τη **διασπορά της τουριστικής κίνησης σε ευρύτερα χρονικά και γεωγραφικά πλαίσια**.

Συνεπάγεται υψηλή τουριστική δαπάνη και από την άποψη αυτή αποτελεί **τουρισμό επιλεκτικό ή υψηλής εισοδηματικής στάθμης**. (Κραβαρίτης, 1992)

3.5 Πλεονεκτήματα της χώρας μας σαν συνεδριακός προορισμός

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.

Υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα, που καθιστούν την Αθήνα "ελκυστική" ως συνεδριακό προορισμό.

Τα σπουδαιότερα είναι οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν και η υψηλή μέση θερμοκρασία, σε σχέση με αυτή που επικρατεί σε άλλες πόλεις της Ευρώπης, που κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μάρτιο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας.

Η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδος αποτελεί κίνητρο για την οργάνωση συνεδρίων, με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στους τόπους αυτούς.

Επίσης η μοναδική φυσική ομορφιά, η εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, η υψηλού επιπέδου φιλοξενία και η νυχτερινή διασκέδαση.

Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η γεωγραφική θέση της Ελλάδας, που αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική. Καθώς και το γεγονός ότι ανήκει στα Βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας, την καθιστά σημαντικό κέντρο οργάνωσης συνεδρίων.

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.

Επίσης άλλα πλεονεκτήματα είναι ότι η Αθήνα συγκαταλέγεται στις φθηνότερες πόλεις της Ευρώπης, το πολύγλωσσο προσωπικό (ενώ άλλες χώρες, όπως η Ισπανία υστερούν σε αυτόν τον τομέα) και οι φημισμένοι Έλληνες Καθηγητές Ιατρικής, καθώς η πλειοψηφία των συνεδρίων παγκόσμια είναι ιατρικά και φαρμακευτικά.

Τέλος ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων, που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άψογα ένα συνέδριο αλλά και

ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την ψυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία.

Οι Έλληνες PCOs (***Professional Conference Organiser***) εργάζονται ως σύμβουλοι για ακαδημαϊκές και επαγγελματικές ενώσεις. Συνήθως παρέχουν πλήρη διαχείριση των υπηρεσιών που χρειάζεται η οργάνωση ενός συνεδρίου περιλαμβάνοντας, χωρίς βέβαια να περιορίζονται μόνο σε αυτά: Συνεδριακός σχεδιασμός, Ανάπτυξη του προγράμματος, Επιλογή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου και κράτηση αυτού, Οπτικοακουστικά μέσα, Μηχανογραφική υποστήριξη, Υλικοτεχνική υποδομή, Υπηρεσίες marketing, Διαχείριση εκτυπώσεων, Κατασκευή ιστοσελίδας συνεδρίου, Ανεύρεση χορηγιών, Έλεγχος προϋπολογισμού) διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πολύχρονη εμπειρία και όταν αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποσπούν πάντοτε κολακευτικά σχόλια.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, όταν συνυπάρχουν μεταξύ τους μπορεί να αποτελέσουν σημαντικό κίνητρο για να αναδειχθεί η Ελλάδα σε διεθνές συνεδριακό κίνητρο ιδιαίτερης σημασίας. (<http://www.traveldailynews.gr/hypostyles/article/2293>, <http://www.synedrio.gr/arthra/a014.asp>, en.wikipedia.org/Professional_Conference_Organiser)

3.6 Στόχοι – Πολιτικές – Προτάσεις τουριστικής πολιτικής για το συνεδριακό τουρισμό

Οι στόχοι του συνεδριακού τουρισμού, είναι:

Να προσελκύσει ένα μεγάλο αριθμό ατόμων και ει δυνατόν σε εκτός τουριστικής περιόδου εποχή.

Η ενίσχυση της υστεροφημίας του προορισμού, ώστε να συμβάλλει στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος.

Στελέχη της αγοράς επισημαίνουν ότι, ο μόνος τρόπος για να επιτευχθεί μία σημαντική αναπτυξιακή πορεία στο συνεδριακό τουρισμό της χώρας μας, είναι η *συνεργασία μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα*, αλλά και η αντιμετώπιση του κλάδου με μεγαλύτερη συστηματικότητα και σοβαρότητα.

Ο ρόλος της πολιτείας στη στήριξη του συνεδριακού τουρισμού θα πρέπει να είναι ακόμα πιο ενεργός, ενώ η συμβολή του δημοσίου παίρνει και άλλες ειδικότερες μορφές.

Σύμφωνα με τη μελέτη του κ. Λ. Αθανασίου ερευνητή του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, με τίτλο «Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελίξεις, Προβλήματα, Δυνατότητες και Πολιτική», η οποία αναφέρεται στην προσπάθεια συστηματικής εξέτασης του ρόλου, της σημασίας και των προοπτικών του συνεδριακού κλάδου στην χώρα μας και της πολιτικής, που πρέπει να ακολουθηθεί για την προώθηση της ανάπτυξής του, ορισμένα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι:

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

Η δημιουργία μεγάλων σύγχρονων συνεδριακών κέντρων κατάλληλων για μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις.

Η δημιουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών, συχνά με την συνεργασία και του ιδιωτικού τομέα, με σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων και την προβολή μιας πόλης, χώρας ή περιοχής ως τόπου προορισμού για συνεδριακές εκδηλώσεις.

Η δημιουργία συστημάτων πιστοποιημένης εξειδικευμένης κατάρτισης για στελέχη οργάνωσης και διεξαγωγής συνεδριακών εκδηλώσεων είτε από μη κερδοσκοπικές οργανώσεις με ή και δίχως την αρωγή του δημοσίου, είτε και από το δημόσιο.

Η επιδότηση με διάφορες μορφές, για την κάλυψη μέρους του κόστους διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων, έτσι ώστε να αυξάνεται η ελκυστικότητα της χώρας, σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

Η επιδότηση των επενδύσεων για την δημιουργία ειδικής συνεδριακής υποδομής.

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

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

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

Υπάρχει ανάγκη για καινούργια ξενοδοχεία πολυτελείας και Α' κατηγορίας, καθώς τα υπάρχοντα δεν επαρκούν και γιατί ένας σημαντικός αριθμός αυτών χτίστηκαν πριν από αρκετά χρόνια.

Η Αθήνα χρειάζεται ένα Διεθνές Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο, το οποίο πρέπει να είναι όσο το δυνατόν μεγαλύτερο.

Είναι κοινή η πεποίθηση ότι η πόλη χρειάζεται καλύτερη προβολή ως συνεδριακός προορισμός. Γι' αυτό χρειάζεται η δημιουργία ενός Convention and Visitors Bureau, ως επιτελικού οργάνου, για την προβολή της πόλης ως συνεδριακού προορισμού διεθνώς.

<http://www.synedrio.gr/arthra/a022.asp> & <http://www.synedrio.gr/arthra/a014.asp>

iv. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ



4.1 Ορισμός συνεδριακών κέντρων

Συνεδριακά κέντρα, σύμφωνα με τον ορισμό που περιέχεται στην Κοινή Υπουργική Απόφαση 23908/1991, ΦΕΚ Β' 208/9.4.1991 είναι στεγασμένοι χώροι συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτουν τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μικτών εκδηλώσεων, δηλαδή συνεδριακών και συναφών πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

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

- 1) Συνεδριακά Κέντρα μικρού μεγέθους 200-500 συνέδρων
- 2) Συνεδριακά Κέντρα μεσαίου μεγέθους 501-1200 συνέδρων
- 3) Συνεδριακά Κέντρα μεγάλου μεγέθους 1201-3000 συνέδρων

<http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/getFile/%CE%A5%CE%91+23908+1991.pdf?bodyId=907824>

4.2 Διαρρύθμιση συνεδριακών χώρων

Συχνά δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στη συνέχεια κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μια ώρα αργότερα μπουφές.

Διευθέτηση χώρου με καθίσματα

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου με καθίσματα, έδρανα ή τραπέζια, εξαρτάται από το μέγεθος της διευθετημένης αίθουσας.

Οι διατάξεις είναι γνωστές σαν διατάξεις **θεατρικού τύπου** ή **ακροατηρίου**. Σε αυτές τις διατάξεις πρέπει να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, όταν

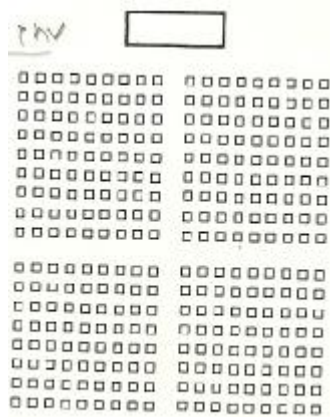
φιλοξενούνται πάνω από 400 σύνεδροι, και θα πρέπει να έχουν πλάτος 2m, ενώ για λιγότερα από 400 άτομα οι διάδρομοι απαιτούν πλάτος 1,50m.

Ακόμα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι:

Η απόσταση μεταξύ διπλανών καθισμάτων πρέπει να είναι τουλάχιστο 5cm. Είναι ευνόητο, όταν χρησιμοποιούνται καρεκλοπολυθρόνες ή πολυθρόνες, ότι το διάστημα θα πρέπει να φθάνει τα 10cm. Η πρώτη σειρά καθισμάτων πρέπει να απέχει τουλάχιστον 1,80m από τη μπροστινή πλευρά της εξέδρας ή την πλευρά του τραπεζιού «κεφαλής»

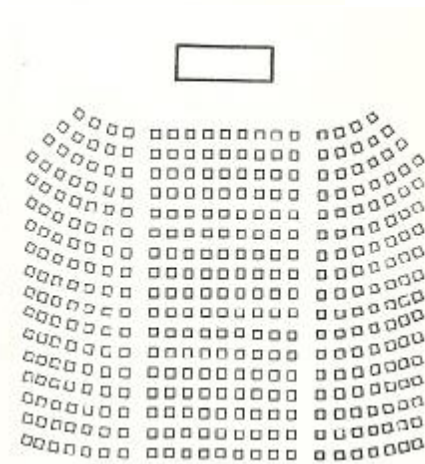
Εκτός από τις διατάξεις κλασσικού θεατρικού τύπου και παραλλαγές του τύπου αυτού υπάρχουν και: ο **ημικύκλιος**, ο **κυκλικός** και ο **σχηματισμός V**.

Παρακάτω παραθέτουμε την ανάλυση των ανωτέρω τύπων διατάξεων:



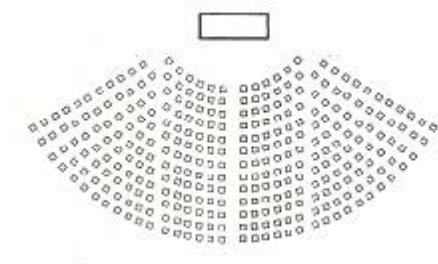
Κλασσικός Θεατρικός Τύπος

Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες, με την πρώτη σειρά να απέχει από την εξέδρα 1,80m. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο ενώ ισχύουν όσα αναφέρθηκαν για τις αποστάσεις και τους διαδρόμους.



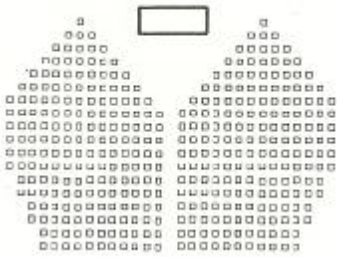
Ημικυκλικός Θεατρικός Τύπος

Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική. Οι πρώτες σειρές καθισμάτων πρέπει να απέχουν 3,70m ενώ τα διαστήματα και οι αποστάσεις είναι τα ίδια με τον κλασσικό θεατρικό τύπο. Οι διάδρομοι προσπέλασης απαιτούν μικρότερο πλάτος απ' ότι στον κλασσικό θεατρικό τύπο.



Κυκλικός Θεατρικός Τύπος

Η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ δεν υπάρχει ανάγκη για οριζόντιους διαδρόμους. Ισχύουν οι ίδιες αποστάσεις, διαστήματα και αριθμητικά δεδομένα, που ισχύουν και για τον ημικυκλικό τύπο.



Διάταξη Σχήματος V

Όπως και οι προηγούμενοι δύο τύποι διατάξεων η διάταξη τύπου V, δεν παρέχει την δυνατότητα για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων.

Διευθέτηση χώρου με έδρανα

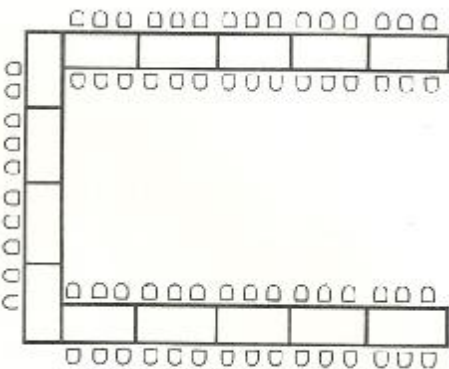
Τα έδρανα έχουν πλάτος 45 – 46cm και η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ό τι τα καθίσματα.

Θα πρέπει και εδώ, όπως και στη διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, με μεγαλύτερο πλάτος όμως. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά-πίσω) θα πρέπει να είναι 1-1,10m, ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς των εδράνων από την εξέδρα πρέπει να είναι 2,50-3,50m. Η χρήση των τραπεζιών-εδράνων παρέχει μικρή απόδοση του χώρου, γιατί χρησιμοποιούνται μόνο από τη μια πλευρά τους. Με τον τρόπο αυτό εξυπηρετούνται συνέδρια με μικρό αριθμό συμμετεχόντων και είναι γνωστή σαν «σχολικό στυλ».

Διευθέτηση χώρου με τραπέζια

Συνήθως χρησιμοποιούνται τραπέζια πλάτους 76cm. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διάταξης που ποικίλουν ανάλογα με τις ανάγκες. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και σχετικής οικειότητας.

Οι πλάτες των καθισμάτων πρέπει να απέχουν από τον τοίχο ή από οποιαδήποτε άλλα καθίσματα περίπου 1-1,30m, για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση.

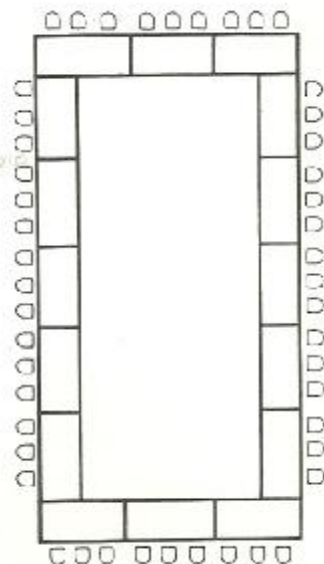


Σχηματικός Τύπος Π

Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται για συνέδρια 60-70 ατόμων, ενώ ο απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο πρέπει να είναι 60cm. Στα τραπέζια της «κεφαλής», δεν τοποθετούνται καθίσματα. Παραλλαγή του τύπου Π θεωρείται ο τύπος **Πέταλο**.

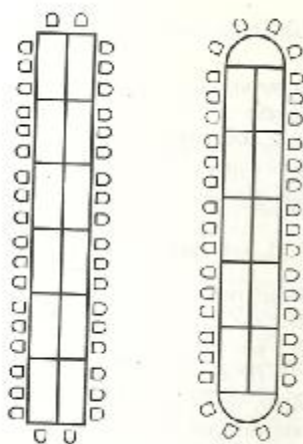
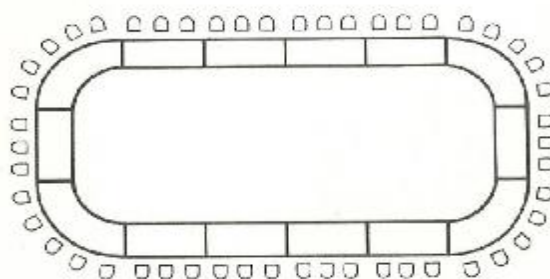
Ο Τύπος του Κλειστού Π

Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα, εφόσον δεν απαιτείται τραπέζι «κεφαλής». Συχνότερη χρήση του έχουμε σε συνέδρια 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπεζιών δεν τοποθετούνται καθίσματα.



Τύπος του Κλειστού Πετάλου

Είναι παραλλαγή του κλειστού τύπου Π. Εξυπηρετεί τις ίδιες ανάγκες.



Ο Τύπος I

Εξυπηρετεί συνέδρια μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά.

Ο Τύπος «Σερπαντίνας»

Πρόκειται για χρησιμοποίηση τραπεζιών διαφόρων τύπων μιας και δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων. Η διάταξη χρησιμοποιείται για γεύματα, δείπνα ή μπουφέ. (Κραβαρίτης, 1992)

4.3 Εξοπλισμός συνεδριακών χώρων

Ο εξοπλισμός που είναι απαραίτητος για τη διεξαγωγή συνεδρίων αφορά την επίπλωση και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό του συνεδριακού χώρου.

Καθίσματα και τραπέζια

Η επιλογή τους θα πρέπει να καλύπτει βασικές ανάγκες όπως: αντοχή και στερεότητα, ευκολία αποθήκευσης και ευκολία και ελαστικότητα στη χρήση.

Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια, έχουν διαστάσεις 46x46cm με 43cm ύψος. Οι αναδιπλούμενες, είναι εύκολες στη μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι όμως άνετες ούτε πάντα σταθερές.

Τα τραπέζια έχουν συνήθως ύψος 76cm ενώ οι διαστάσεις του κλασσικού τετράγωνου τραπέζιού είναι 76x76x76. Όταν το μήκος είναι μεγαλύτερο, έχουμε τραπέζια τύπου παραλληλόγραμμου. Τα στρογγυλά τραπέζια που χρησιμοποιούνται για συνεστιάσεις ποικίλλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20m παρέχει δυνατότητα εστίασης για 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για 10-12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης μικρές ομάδες εργασίας (workshops).

Εξέδρες και αναλόγια

Οι εξέδρες διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μεγεθών και τύπων και χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν είτε το τραπέζι των τιμών των προσώπων σε συνεστίαση, είτε τη θέση των ομιλητών στα συνέδρια.

Τα αναλόγια διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τύποι αναλογίων που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο με το τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Σε κάθε περίπτωση προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο φωτισμό και έτοιμες καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων ενώ πρέπει να υπάρχει χώρος για τοποθέτηση φορητών υπολογιστών.
(Κραβαρίτης, 1992)



Οπτικοακουστικά Μέσα

Συνεδριακή υποδομή όμως, δεν είναι μόνο τα συνεδριακά κέντρα - μικρά και μεγάλα - καθώς και οι ξενοδοχειακές κλίνες που τα εξυπηρετούν. Είναι η σωστή διάταξη των συνεδριακών χώρων, ο κατάλληλος και σύγχρονος εξοπλισμός, η ποικιλία μεγάλων και μικρών αιθουσών (break out rooms) καθώς και οι συμπληρωματικοί εκθεσιακοί χώροι. Είναι ο σωστός φωτισμός, τα κατάλληλα βάρθρα ομιλητών (podia), τα spot lights, οι μεγάλες οθόνες (σταθερές και κινητές), τα κατάλληλα μηχανήματα προβολής (overhead, lcd και video projector) και γενικά, εφαρμογές πολυμέσων.

Η εικόνα και ο ήχος είναι αυτά που «ντύνουν» μία ομιλία ή μία παρουσίαση. Χωρίς την εικόνα και τον ήχο, ένα συνέδριο θα ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθεί. Η σωστή επιλογή των οπτικοακουστικών μηχανημάτων αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα στην επιτυχία ή αποτυχία του συνεδρίου που οργανώνουμε.

Ακολουθεί ένας εκτενής κατάλογος με τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την διαδικασία του συνεδρίου καθώς και η χρησιμότητά του:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές – Εκτυπωτές: Desktop - Laptop PCs,

LaserJet - InkJet Printers

Video: Συσκευή αναπαραγωγής εικόνας

Video Projector: Συσκευή προβολής εικόνας

Slide Projector: Συσκευή προβολής διαφανειών

Video Wall: Μηχάνημα προβολής εικόνας

Ηχητική Εγκατάσταση: Ασύρματα μικρόφωνα (χειρός, πέτου & κεφαλής), ενσύρματα επιτραπέζια μικρόφωνα προεδρείου και αναλογίου, ηχεία, κονσόλες, μίκτες, ενισχυτές.

Λήψη Εικόνας: Camera, τηλεοράσεις

Φωτισμός: Φώτα θεάτρου - studio για ειδικό φωτισμό, με DIMMER και consoles, καθώς επίσης και ρομποτικά με δυνατότητα κίνησης και εναλλαγής χρωμάτων

Laser Pointer: Στυλό – laser με το οποίο οι ομιλητές μπορούν να δείξουν το σημείο που θέλουν πάνω στα slides τους

Μεταφραστικά Συστήματα: Μεταφραστική καμπίνα & Μεταφραστικοί δέκτες

Ηλεκτρονικό Σύστημα Ψηφοφορίας: Ασύρματα συστήματα αυτόματης ταυτόχρονης ψηφοφορίας και αξιολόγησης αποτελεσμάτων, μέσω Η/Υ

Ηλεκτρονική πινακίδα κινούμενων μηνυμάτων

BarCode System: Αυτόματη καταγραφή συνέδρων ανά αίθουσα και ανά παρουσίαση. Κάθε σύνεδρος ταυτοποιείται με barcode.

<http://www.synedrio.gr/organosi/o008.asp>

4.4 Η ποιότητα – επάρκεια της συνεδριακής υποδομής στη χώρα – Η κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων

Η συνεδριακή υποδομή στη χώρα μας, παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

- ü Παρατηρείται ισχυρή σύνδεση μεταξύ συνεδριακών χώρων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων
- ü Παρατηρείται αδύνατη σχέση μεταξύ εκθεσιακών και συνεδριακών χώρων
- ü Η διαθεσιμότητα των εκθεσιακών χώρων δεν συνδέεται με την πληρότητα της εκμετάλλευσής τους
- ü Αδυναμία προώθησης του συνεδριακού τουρισμού, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό
- ü Εγγενής αδυναμία καταγραφής συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στη χώρα μας

Πέραν από τη συνεδριακή δραστηριότητα, αυτή καθ' αυτή, υπάρχουν ποικίλα ενδιαφέροντα για ενεργητικό τουρισμό, στην ικανοποίηση των οποίων επιδίδονται πριν και μετά τα συνέδρια (pre and post conference activities). Σ' αυτά συγκαταλέγονται κρουαζιέρες, γκολφ, ναυταθλητισμός, τουρισμός περιπέτειας, γαστρονομικές και οινικές απολαύσεις, κ.ο.κ. οπότε είναι απαραίτητη η δημιουργία υποδομών και προγραμμάτων που επιτρέπουν την ευχαρίστηση και τη δημιουργική απασχόληση του εκτός ξενοδοχείου ελεύθερου χρόνου και τον εμπλουτισμό της προσφοράς με ποιοτικά στοιχεία που να ικανοποιούν ποικίλα ενδιαφέροντα δώδεκα μήνες το χρόνο.

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

Επίσης, σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA (**International Congress and Convention Association**) , εκτιμάται ότι η Ελλάδα κατέχει περίπου το 1,9% της

παγκόσμιας αγοράς, όταν μια πόλη - όχι χώρα - όπως η Βιέννη κατέχει μερίδιο πάνω από 2,5 %.

Σημαντική προσάρτηση στην συνεδριακή υποδομή της χώρας είναι η κληρονομιά της επιτυχημένης διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων που δεν διαφαίνεται να έχουμε καταφέρει να την κάνουμε να «πουλήσει», προς όφελος του τουρισμού και ειδικότερα του Συνεδριακού, όπως θα ελπίζαμε και θα περιμέναμε.

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO) σε γενική συνέλευση των μελών του, περιέγραψε χαρακτηριστικά το νέο περιβάλλον ανάπτυξης του κλάδου, το οποίο έχει τρεις σημαντικές αναφορές :

- ü Τα θετικά δεδομένα της μεταολυμπιακής περιόδου όπως είναι η διεθνής προβολή της χώρας, η ενίσχυση σχέσεων με τα τουριστικά δίκτυα διανομής και η βελτίωση των υποδομών σε συνδυασμό με την εμπειρία.
- ü Το νέο, αυτοτελές θεσμικό πλαίσιο στη Νέα Κυβέρνηση με την ίδρυση του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και την δρομολόγηση νέας τουριστικής πολιτικής
- ü Την ενίσχυση του ρόλου του συνεδριακού τουρισμού στο συνολικό τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας υπόψη τη στροφή της διεθνούς αγοράς στις μορφές θεματικού τουρισμού, την υπόδειξη του Συνεδριακού τουρισμού ως δυναμικής συνιστώσας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την υιοθέτηση του συνεδριακού τουρισμού από την Ελληνική Περιφέρεια.

Σήμερα έχοντας τις υποδομές των σταδίων που δημιουργήθηκαν για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων το θέμα ξαναήρθε στην επιφάνεια πάλι όμως κατ' ανάγκη ως ενδιάμεση προσωρινή λύση. Οι φορείς βλέποντας ότι οι κυβερνήσεις δεν έχουν στην ουσία την βούληση να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την κατασκευή ειδικών προδιαγραφών αυτόνομου συνεδριακού κέντρου στράφηκαν στη λύση της μετατροπής κάποιου από τα στάδια.

Ο HAPCO τόσο στο 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για το Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό όσο και με λεπτομερή Υπομνήματα, τον Αύγουστο 2004 και το Φεβρουάριο 2005 ζήτησε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης την εξασφάλιση από τα Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου (Ταε Κwon Do) προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ως μόνιμο Μητροπολιτικό Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο της Αθήνας - κάτι που εξακολουθεί να στερείται η Συνεδριακή Αθήνα.

Παράλληλα, ο HAPCO προέβη και σε υποδείξεις για την καλύτερη μετατροπή και λειτουργικότητα του χώρου, έχοντας την κατάλληλη τεχνογνωσία με την οπτική του επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων, που χειρίζεται καθημερινά ανάγκες και λύνει προβλήματα. Όμως η κυβερνητική απόφαση είναι ακόμα σε αναμονή.

(www.traveldailynews.gr/news/article/19970,
www.express.gr/afieroma/synedria/950oz_20080409950.php3,
<http://www.traveldailynews.gr/columns/article/765>.)

4.5 Τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα ανά περιοχή στην Ελλάδα

ΑΘΗΝΑ

Amarilia Hotel

(www.amarilia.gr, Αγ. Νικολάου 13, Βουλιαγμένη, Τ: 210 89 90 391)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Athina	150	150	90	40	250	140
Athina+Foyer	285	200	120	-	350	220
Artemis	390	300	-	-	500	350
Artemis A	325	240	-	-	380	270
Artemis B	65	56	36	26	120	80
Alea	78	70	12	35	-	100
Alea A	39	28	18	15	-	50
Alea B	39	28	18	15	-	50
Pool Area	270	-	-	-	400	270

ATExcelixi

(www.atexcelixi.com, Ελ. Βενιζέλου & Ρωμυλίας, Καστρί, Τ: 210 6291 406)

	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail
Aθηνά IA	111	70	30	35	-
Aθηνά IB	75	90	40	20	-
Aθηνά IAB	186	180	80	64	160
Aθηνά IIA	68,5	45	20	20	-
Aθηνά IIB	113	90	50	40	-
Aθηνά IIAB	182	150	80	60	150

Athenaum Intercontinental Hotel

(<http://www.ichotelsgroup.com/intercontinental/en/gb/locations/athens>, 89-93 Λεωφ. Συγγρού, Τ: 210-9206000)

Halls	Sq. m	U Shape	Classroom	Theatre	Banquet
Alpha-Beta	48	15	18	35	-
Aphrodite	675	-	-	-	460
Arcade I	123.2	30	66	125	90
Arcade II	36.85	-	-	-	-
Athenaeum Ballroom	1,398.6	-	750	1500	1300
Athenaeum Conference Centre	145.2	60	90	150	120
Delta	47.88	15	27	40	40
Delta-Sigma	86.94	33	54	100	80
Delta-Sigma-Theta	138.6	57	90	150	120
Epsilon-Zeta	45	15	18	35	-
Ethniki Conference Hall	550.2	-	380	700	500
Ethniki Rooftop	2,000	-	-	-	900
Kappa	44.85	-	-	-	-
Lamda	95.55	-	36	70	40

Lamda- VIP	231	57	100	170	170
Omega	136.5	30	50	100	80
Omega-Lamda	231	57	100	170	170
Omega-Lamda-VIP	4,002	-	130	200	300
Omikron	222.4	-	-	-	180
Sigma	38.43	15	18	30	20
Theta	51.03	15	27	50	40
Theta – Sigma	90.72	33	54	100	80
VIP	136.5	30	50	100	80
Ypsilon	355.84	0	120	390	300

Athinais

(www.athinais.com.gr, Καστοριάς 34-36, Γκάζι, τηλ: 210 3480000)

Venues	Sq. m	Theatre	School Type	U Shape	Cocktail	Dinner
Silk Room	537	600	400	150	1000	450
Silk Room A	240	300	200	70	450	200
Silk Room B	238	250	160	70	450	200
Silk Room A 2 break out rooms	79	50	25	30	80	30
Atrium	27	250	150	80	300	170
Museum's Gallery	120	50	25	25	120	50
Fouer	25,55	-	-	-	-	-
Art Hall	120	70	30	25	120	60

Hilton Athens

(www.hiltonathens.gr, Βασιλ. Σοφίας 46, Τ: 210 7281000)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Terpsichore A+B+C	652	750	400	130	600	528
Terpsichore D	425	350	180	80	350	348
Erato A+B+C	190	180	80	67	180	144
Terpsichore Ballroom	1267	1100	600	-	1300	972
Galaxy	192	180	108	68	180	144
Galaxy Prefunction	60	-	-	-	80	-
Thalia 1+2+3+4	450	250	180	122	300	312
Hesperides	315	300	140	66	300	252
Kos	25	20	10	12	20	10
Ikaria	25	20	10	12	20	10
Patmos	44	-	-	-	-	-
Santorini 1+2+3+4+5+6	305	220	120	-	250	204

Αίγλη Ζαππείου

(<http://www.aeglizappiou.gr>, Κήπος Ζαππείου, T:210 33 69 300)

Halls	Theater	Classroom	U Shape	Banquet	Cocktail
Olympia 1 + 2	255	126	66	220	370
Olympia 1+2 + Veranda	255	126	66	800	1500
Olympia 3 + 4	360	190	66	220	390
Proteus	650	350	100	450	1000
Prive	110	55	47	110	200

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Συνεδριακό Κέντρο "Ιωάννης Βελλίδης" (T:2310 291 572)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Thessaloniki	500	528	220	70	400	300
Ellopia	800	800	480	90	700	600
Alexandros	500	528	220	70	400	300
Kassandros	200	154	80	40	150	120
Filippos	200	154	80	40	150	120
Hall 6	362	154	85	40	280	200
Roof Garden	907	-	-	-	600	500
Thessaloniki + Ellopia + Alexandros	1800	2100	1272	-	2100	1200

Grand Hotel Palace

(www.grandhotelpalace.gr, Μοναστηρίου 305-307, T:2310 54 9000)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Conference Hall A+B+C	770	1300	730	300	1000	700
Conference Hall A	230	345	170	70	340	220
Conference Hall B	260	390	180	70	300	180
Conference Hall C	280	420	190	75	370	220
Conference Hall D	105	140	80	30	160	95
Conference Hall Foyer	115	160	90	35	180	105
Grand Ballroom I+II	650	900	500	200	1000	600
VoulaPatoulidou I+II	400	600	300	120	650	370

VoulaPatoulidou Foyer	100	120	80	35	150	90
Lobby	300	-	-	-	450	-
Kalipatira	100	140	80	55	150	90
Ilida	70	80	45	40	90	55
Semifloor Foyer	100	-	-	-	150	-
Meeting Room	38	50	30	25	-	-
Meeting Room I	22	35	20	10	-	-
Meeting Room II	16	15	10	10	-	-
TV Room	35	50	30	25	-	-

Makedonia Palace

(<http://www.classicalhotels.com/makedoniapalace/>, Λεωφ. Μεγ. Αλεξάνδρου 2, Τ:2310 897 187)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Aristotelis	576	650	270	100	600	480
Aristotelis I	320	380	170	60	300	240
Aristotelis II	256	200	100	50	220	170
Alexandros	578	600	280	-	600	480
Alexandros I	344	350	130	60	300	240
Alexandros II	234	250	130	60	200	204
Amphitriton	202	200	100	72	180	180
Amphitriton I	101	100	50	36	90	70
Amphitriton II	101	100	50	36	90	70
Klio	40	35	21	20	20	30
Erato	48	40	25	22	25	30
Kalliopi	48	40	25	22	25	30
Ourania	20	15	9	9	-	12
Melpomeni	20	15	9	9	-	12
Terpsichori	20	15	9	9	-	12

Polis Thessaloniki Convention Centre

(<http://www.polisconvention.gr/>, Ταγαράδες – Θέρμη, Τ:2310 850000)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Grand Ballroom	700	1000	660	213	1150	562
Grand Ballroom I	370	420	324	119	675	320
Grand Ballroom II	330	375	276	94	535	284
Foyer Grand Ballroom	395	-	-	-	400	-
Garden Ballroom	800	1100	757	-	1670	744
Garden Ballroom I	530	600	600	167	916	468
Garden Ballroom II	260	320	320	65	350	234
Meeting Room	170	175	134	56	200	102
Meeting Room I	60	74	46	20	70	36
Meeting Room II	50	74	36	18	50	30

Meeting Room III	60	74	46	20	70	36
VIP Lounge	46	54	29	11	30	30

ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑ

Valis Resort & Spa

(www.valisresort.gr, Περιοχή Σταθμός Αγριάς- Βόλος, Τ:24280 97260)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Valis Grand Ball Room	550	700	500	200	750	450
Artemis	110	100	80	50	130	120
Argo	52	50	30	25	50	40
Iolkos	52	80	50	40	90	50
Pelion	58	80	70	50	120	60
Kentavros	160	150	100	70	150	120
Agraia	130	180	120	80	200	160
Exhibition Hall	500	-	-	-	-	-

ΘΡΑΚΗ

Thraki Palace

(www.thrakipalace.gr, 4οχλμΕθ. Οδού Αλεξανδρούπολης-Θεσσαλονίκης, Τ:25510 89 100)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Dimokritos I	353	430	250	90	350	250
Dimokritos II	202	230	160	70	250	150
Dimokritos I+II	555	750	410	180	480	380
Orfeas	160	180	90	50	220	120
Lefkipos	163	170	80	50	220	120
Niki	202	230	160	70	250	150
Aeolos	194	200	130	45	190	140
Athena	58	70	40	18	60	50
Office I	20	20	12	8	20	15
Office II	20	20	12	8	20	15
Foyer Pollao	500	500	300	110	400	300

ΠΕΛΛΟΠΟΝΗΣΟΣ

Porto Rio Hotel

(www.portorioriohotel.gr, Ρίον- Πάτρα, Τ:2610 992 102)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Acropolis	487	470	390	-	470	450
I	259	240	180	70	240	200
II	115	100	80	40	120	80
III	133	100	80	40	120	80
Achaia	143	90	70	50	130	100
Mycenae's	52	40	30	20	-	-
Delphi	52	40	30	20	-	-
Bridge Room	40	20	10	15	-	-
Olympia	28	15	15	10	-	-

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ

Rodos Palace

(www.rodos-palace.com, Λεωφ. Τριάντων- Ρόδος, Τ: 22410 25 222)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Jupiter	850	1300	650	150	2000	800
Salon Des Roses (A+B)	480	650	450	120	1000	480
Delphi Amphitheatre	445	600	325	-	900	400
Athena	345	350	220	100	-	-
Nafsika (A+B)	220	320	200	80	300	200
Apollo	250	320	-	70	250	120
Executive Rooms (A,B,C,D,E)	60	60	40	24	-	-
Syndicate Rooms (3)	20	20	12	14	-	-
Vip Lounge	65	-	-	-	-	-
Foyer Lobby	550	-	-	-	1000	-
Atrium Lobby	830	-	-	-	2000	-
Dome	-	-	-	-	2500	1200
Outdoor Pools	-	-	-	-	4000	2500
Amphitirion	-	-	-	-	750	-
12 Nissia	-	-	-	-	-	150

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

The Myconian Collection

(www.myconiancollection.gr, Παραλία Ελιάς- Μύκονος, T:22890 72 000)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail
Ballroom Delos	600	800	550	100	700
Ballroom Phenia	600	800	550	100	700
Poseidon	138	150	100	30	90
Triton	70	70	50	30	60
Aegean	117	120	80	40	100
Naxos	138	150	100	30	90
Paros	70	70	50	30	60
Tinos	70	70	50	30	60

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

The Skiathos Palace Hotel

(www.skiathos-palace.gr, Παραλία Κουκουναριών- Σκιάθος, T:24270 49 700)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Kechria Room	120	140	85	40	200	-
Aselinos Room	41	60	18	20	-	-
Lalaria Room	250	200	140	40	300	-
Maratha Hall	128	180	130	40	250	70
Koukounaries Hall	424	600	500	100	800	250
Maratha Hall+Koukounarie s Room	552	-	-	-	1100	-

ΚΡΗΤΗ

Creta Maris & Terra Maris Convention & Golf Resort

(www.maris.gr, ΛιμίνΧερσονήσου, T:28970 27 000)

Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Zeus	1243	1800	1000	200	1550	980
Danae/Athena	77	80	50	30	90	48
Europa/Artemis	80	80	50	30	90	48
Leda/Aphrodite	60	60	40	25	70	36
Danae+Europa+Leda	220	250	170	70	270	168
Athena+Artemis+Aphro dite	220	250	170	70	270	168
Hera	209	230	160	70	260	144
Olympus	604	-	-	-	750	396

Minos	415	550	330	110	500	312
Minos+Olympus	1096	-	-	-	1350	700
Antigoni Indoor	425	550	320	90	500	288
Antigoni Outdoor	552	600	-	-	700	480
Apollo	388	500	300	90	430	-

(http://www.convention-event.com/gr/con_centres.html ,
 Περιοδικό Συνέδριο, Τεύχος 29, Άνοιξη- Καλοκαίρι 2011,
<http://www.ichotelsgroup.com/intercontinental/en/gb/locations/hotel-features/event-facilities/meeting-rooms/athens>)

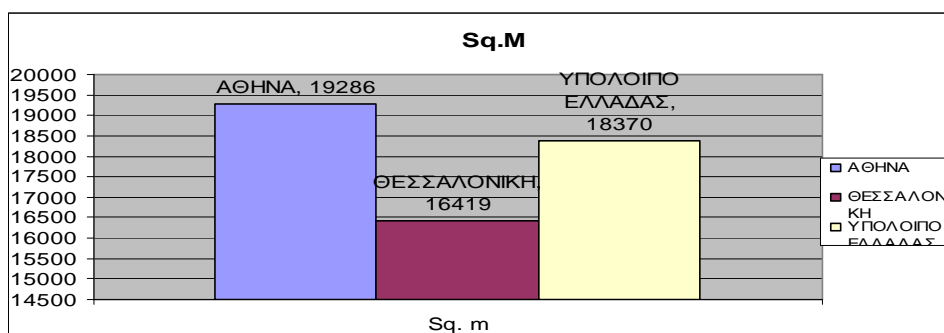
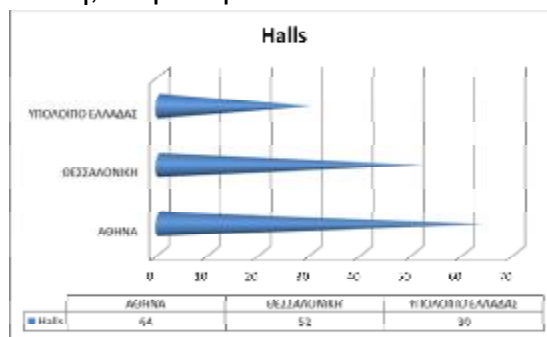
Στατιστική μελέτη

Από τα ανωτέρω δεδομένα έχουμε την δυνατότητα να εξάγουμε τον κάτωθι πίνακα :
Πίνακας 1.

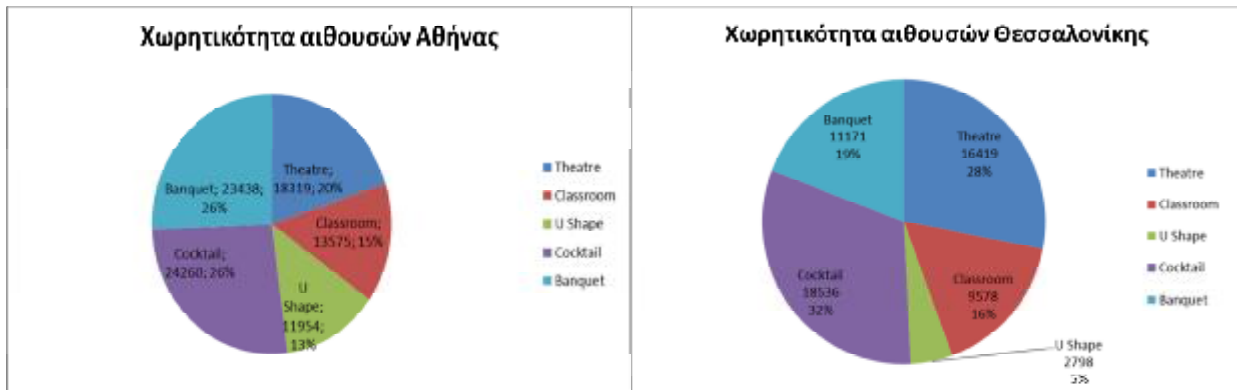
ΠΕΡΙΟΧΕΣ	Halls	Sq. m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
ATHENS	64	19286	18319	13575	11954	24260	23438
SALONICA	52	15539	16419	9578	2798	18536	11171
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	30	18370	17235	10369	3452	31070	13538

Από την συνολική μελέτη των συνεδριακών χώρων προκύπτει πως τα δυο μεγάλα αστικά κέντρα, η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη, συγκεντρώνουν το σύνολο των συνεδριακών χώρων όπως φαίνεται και στο γράφημα και υπερéχουν σε σχέση με τους χώρους στην υπόλοιπη Ελλάδα. Στην Αθήνα φαίνεται να συγκεντρώνεται ο μεγαλύτερος όγκος των συνεδριακών κέντρων.

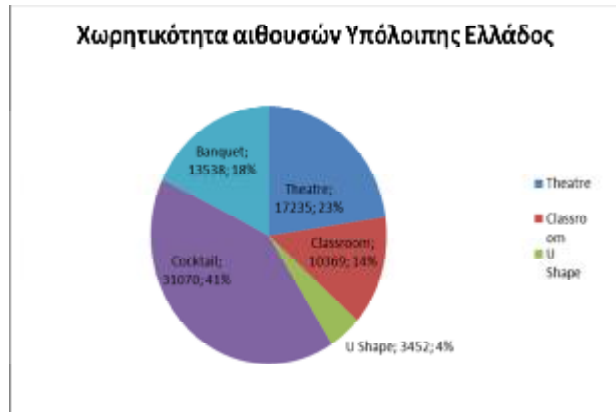
Αυτό έχει ως αποτέλεσμα και το συνολικό εμβαδόν των χώρων της περιοχής των Αθηνών να είναι υψηλότερο από των υπολοίπων περιοχών και κατά συνέπεια να μπορούν να φιλοξενήσουν μεγαλύτερο αριθμό συνέδρων.



Ανατρέχοντας στον Πίνακα 1 μπορούμε να διαπιστώσουμε και ποια διάταξη μπορεί να φιλοξενήσει περισσότερους συνέδρους ανά περίπτωση.



Έτσι όπως φαίνεται από τα γραφήματα η διάταξη Cocktail είναι αυτή που δίνει την δυνατότητα για μεγαλύτερη συγκέντρωση συνέδρων και η U-Shape αυτή που μπορεί να φιλοξενήσει τους λιγότερους. Στην περιοχή των Αθηνών το ίδιο συμφέρουσα φαίνεται να είναι και η διάταξη Banquet σε αντίθεση με την Θεσσαλονίκη αλλά και την υπόλοιπη Ελλάδα που η διάταξη Theatre είναι η δεύτερη πιο ικανοποιητική από πλευράς χωρητικότητας.



v. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Διοργάνωση συνεδρίων

5.1 HAPCO και EFAPCO: Ο ρόλος τους και οι στόχοι τους

Ο **Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO – Hellenic Association of Professional Congress Organizers)** ιδρύθηκε το 1996 με στόχο την εκπροσώπηση των επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων και την συνολική προβολή του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού της Ελλάδας, προωθώντας αποτελεσματικά τις επιδιώξεις του συνεδριακού κλάδου και πραγματοποιώντας δράσεις που ενισχύουν το κύρος και την απόδοσή του.

Τα μέλη του HAPCO, που αριθμητικά ξεπερνούν πλέον τα 100, διακρίνονται για τη δυναμική παρουσία τους στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού και περιλαμβάνουν διοργανωτές συνεδρίων, συνεδριακά κέντρα, και θέρετρα διακοπών, ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές, εταιρίες οπτικοακουστικών μέσων, καθώς και εταιρίες που προσφέρουν εύρος υπηρεσιών που σχετίζονται με τη διοργάνωση και υποστήριξη συνεδρίων.

Ο HAPCO, στο πλαίσιο της ανάπτυξης και εδραίωσής του στο συνεδριακό χώρο, στοχεύει:

- Να προβάλλει τις υπηρεσίες των μελών του στην εγχώρια και διεθνή συνεδριακή αγορά, χρησιμοποιώντας σύγχρονα μέσα
- Να συμβάλλει στη πολυμορφία και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην προσέλκυση τουρισμού με υψηλό εισοδηματικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο
- Να προωθήσει τις θέσεις και τις προτάσεις του στους αρμόδιους φορείς της χώρας, ώστε να αναπτυχθεί συστηματικά ο ελληνικός συνεδριακός τουρισμός
- Να παράσχει ποιοτική εκπαίδευση και κατάρτιση στα στελέχη του τουριστικού κλάδου σε θέματα σχετικά με το συνεδριακό τουρισμό
- Να θέσει και να διασφαλίσει προδιαγραφές ποιότητας, που προστατεύουν το κύρος και εγγυώνται την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Επίσης ένα σημαντικό βήμα προς την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη, έχει γίνει με ελληνική πρωτοβουλία.

Η ίδρυση της **Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO – The European Federation of the Associations of Professional Congress Organisers)** έγινε το 2004 με 6 Συνδέσμους ιδρυτικά μέλη μεταξύ των οποίων και ο HAPCO, 31 συνδεδεμένα και 14 υποστηρικτικά, με γραφεία και προσωπικό στις Βρυξέλλες.

Βασικός στόχος της EFAPCO είναι:

- Η καθιέρωση και διατήρηση της Ευρώπης ως διεθνής προορισμός για συνέδρια
- Η αναγνώριση και πιστοποίηση του επαγγέλματος των Professional Conference Organisers στην Ευρωπαϊκή Ένωση
- Η ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ των μελών της

Οι στόχοι αυτών των οργανισμών φαίνονται να είναι ελπιδοφόροι αν υλοποιηθούν σωστά, όμως σχεδόν όλοι αποτελούν ενέργειες που θα έπρεπε να είναι μέσα στο προφίλ των Convention & Visitor Bureau (CVBs).

(www.hapco.gr & http://www.efapco.eu/about_efapco)

5.2 Τα CVBs, η Helexpro και ο συνεδριακός τουρισμός

Τα Convention & Visitors Bureau (Γραφείο Συνεδριών και Επισκεπτών) έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως ως ο πλέον ενδεδειγμένος μηχανισμός προσέλκυσης συνεδρίων και θεωρούνται πλεονεκτικότερα σε σχέση με άλλους μηχανισμούς συνεδριακού marketing, καθώς συσπειρώνουν τις δυνάμεις όλων των ενδιαφερόμενων φορέων προς μία κοινή δράση.

Στην Ελλάδα ήδη λειτουργεί το CVB της Θεσσαλονίκης από το 2000 η οποία κατάφερε να διπλασιάσει τον αριθμό των συνεδρίων μέσα σε τέσσερα χρόνια. Από 115 συνέδρια που διεξήχθησαν στη Θεσσαλονίκη το 2004 έφτασαν τα 224 μέσα στο 2008. Είναι ακόμη χαρακτηριστικό ότι η Θεσσαλονίκη με τη δημιουργία του Γραφείου Συνεδρίων & Επισκεπτών (Thessaloniki Convention & Visitors Bureau-TCVB), έβαλε για τα καλά την πόλη στο διεθνή συνεδριακό χάρτη ενώ το αντίστοιχο εγχείρημα στην Αθήνα απέτυχε παταγωδώς. Πιο συγκεκριμένα το Athens Convention & Visitors Bureau ιδρύθηκε το 2003 από 4 συλλογικούς φορείς. Λειτουργήσε όμως με προδιαγραφές συνδικαλιστικού φορέα, ενώ δεν εξασφάλισε χρηματοδότηση και στήριξη από τις επιχειρήσεις και παράλληλα, δεν υπήρξε χρηματοδότηση από τον ΕΟΤ. Έτσι οδηγήθηκε στο κλείσιμο τρία χρόνια αργότερα (το2006).

Τα Convention Bureau είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που εργάζονται για την προσέλκυση συνεδρίων και τουριστών σε ένα προορισμό. Συνήθως των συνεδριακών προορισμών της Ελλάδος, παράλληλα με την βελτίωση των γενικών υποδομών, την άρση των εμποδίων προσέλκυσης ξένων επενδύσεων και τη συνεχή αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού. Παράλληλα θεωρείται απαραίτητη η ουσιαστική θεσμοθέτηση και πιστοποίηση του επαγγέλματος των PCO σε όλη την Ευρώπη προκειμένου να αποφευχθεί το συχνό φαινόμενο που θέλει καλά οργανωμένες και καθόλα νόμιμες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται μεμονωμένους και συχνά παράτυπους επαγγελματίες και μάλιστα για σημαντικές διοργανώσεις πολλών εκατοντάδων ευρώ Είναι συνεργατικοί φορείς (δημόσιος –ιδιωτικός φορέας) και δέχονται ως μέλη τουριστικές επιχειρήσεις έναντι συνδρομής. Δρουν σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο και εν μέρει στοχεύουν και στον τουρισμό αναψυχής.

Για τους φορείς της αγοράς θεωρείται απαραίτητη όχι μόνο η επαναλειτουργία του Athens CVB αλλά και η δημιουργία ενός εθνικού CVB με συγκεκριμένες αρμοδιότητες προβολής.

Στο CVB της Θεσσαλονίκης συμμετέχει και η **HELEXPO**.

Η **HELEXPO** , ως ο μεγαλύτερος ή ένας από τους μεγαλύτερους διοργανωτές εκθέσεων και συνεδρίων στην νοτιοανατολική Ευρώπη, παράλληλα με την αναπτυξιακή της στρατηγική για την μετεξέλιξη της χώρας σε ένα διεθνές περιφερειακό εκθεσιακό κέντρο, στοχεύει και στην μετεξέλιξή της σε ένα διεθνές περιφερειακό συνεδριακό κέντρο ή προορισμό.

Παράλληλα, και με στόχο την προώθηση της Ελλάδας ως προορισμό ειδικά για εκθέσεις και συνέδρια, η HELEXPO συμμετέχει ή μάλλον θα συμμετέχει στο υπό σύσταση Εθνικό Γραφείο Συνεδρίων, Εκθέσεων και Επισκεπτών το οποίο έχει ανακοινώσει η ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, προκειμένου να συμβάλλει στο destination marketing της χώρας μας, ως ενός προορισμού ικανού να φιλοξενεί στο μέλλον διεθνή συνέδρια και διεθνείς εκθέσεις. Τέλος, συμμετέχει και στο Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού συμβάλλοντας στην χάραξη μιας νέας εθνικής εκθεσιακής και συνεδριακής πολιτικής.

<http://www.traveldailynews.gr/columns/article/765>,

<http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=1135>)

5.3 PCO. Ο ρόλος του, οι δυσκολίες και η αναγκαιότητα νομιμοποίησης του επαγγέλματος.

Ο Professional Conference Organiser είναι οργανωτής συνεδρίων. Ασχολείται με την οργάνωση και την πραγματοποίηση συνεδρίων που σχεδιάζουν επιστημονικοί, κοινωνικοί, συνδικαλιστικοί, επαγγελματικοί σύλλογοι, ή άλλοι φορείς και ομάδες.

Για την ανάληψη ενός συνεδρίου πολύ σημαντικός είναι ο ρόλος του, καθώς είναι εκείνος ο οποίος αναλαμβάνει να διερευνήσει εάν υπάρχουν ανάγκες που απαιτούν την εμπλοκή και άλλων εταιρειών στη διοργάνωση του συνεδρίου και σε αυτή την περίπτωση να αναθέσει μέρος του project στις κατάλληλες εταιρείες.

Όπως σε κάθε τομέα, έτσι και σε αυτόν, δραστηριοποιούνται ερασιτέχνες που οργανώνουν συνέδρια χωρίς την τεχνογνωσία, την απαραίτητη υποδομή, το σωστό έμπειρο προσωπικό, αλλά ακόμα και την οικονομική επιφάνεια να στηρίξουν τέτοιου είδους οργάνωση και καμιά φορά χωρίς καν την άδεια λειτουργίας του επαγγέλματος, με αμφισβητούμενο αποτέλεσμα.

Αυτό βέβαια έχει δυσάρεστες συνέπειες στους οργανωτές, σε όλο τον κλάδο, στη γενική εικόνα μας προς τα έξω και έλλειψη εμπιστοσύνης, ακόμα και στους επαγγελματίες του κλάδου

Η πιστοποίηση από την άλλη των PCOs στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με την οδηγία 123 του 2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, που αποτελούσε πάγιο αίτημα των Ενώσεων Οργανωτών Συνεδρίων, ελληνικών και ευρωπαϊκών, βελτιώνει περαιτέρω τα πράγματα, διασφαλίζοντας αφενός την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και αφετέρου την επαγγελματική διοργάνωση των συνεδρίων.

Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο HAPCO, οι κατευθύνσεις της συνεδριακής τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα πρέπει να περιλαμβάνουν βελτίωση του επιχειρηματικού και θεσμικού περιβάλλοντος, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην κατοχύρωση του επαγγέλματος του Επαγγελματία Οργανωτή Συνεδρίων (Professional Conference Organiser), προκειμένου οι παρεχόμενες υπηρεσίες να προσφέρονται μόνο από αυτούς που διαθέτουν τα χαρακτηριστικά και τις προϋποθέσεις, που κινούνται μέσα σε ένα πλαίσιο συνέπειας, επαγγελματισμού και αποδεδειγμένης εμπειρίας στη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων.

vi. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1. Ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τη μελέτη του ερευνητή του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών κ. Λ. Αθανασίου (2002), ο συνεδριακός τουρισμός, από τα αποσπασματικά στοιχεία που υπάρχουν, καλύπτει το 3-4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος. Σε αρκετές όμως από τις μικρότερες βορειοευρωπαϊκές και σε ορισμένες κεντροευρωπαϊκές χώρες καθώς και σε πολλές από τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες ή μεγαλουπόλεις, η οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με τον τουριστικό τομέα ως σύνολο, φαίνεται να υπερβαίνει αρκετά τους διεθνείς μέσους όρους που προαναφέρθηκαν.

Η Ελλάδα κατατάσσεται στη 19η θέση παγκοσμίως στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. (Κατέχει το 1,9% στη διεθνή αγορά)

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από τον HARCO, μετά τις «καλές χρονιές» (2008 και 2009), το 2010 στην Ελλάδα, είχαμε πτώση 10% (σε σχέση με το 2009) σε αριθμό διοργανώσεων και 15% σε αριθμό συμμετεχόντων. Επιπλέον, τα τελευταία δύο χρόνια, περιορισμένος κατά 40% – 45% είναι και ο προϋπολογισμός των συνεδρίων που διοργανώνονται. Το 2011 καταγράφεται πτώση πάνω από 20% (σε σχέση με το 2010), ενώ η μείωση του αριθμού των συμμετεχόντων ξεπερνά το 30%.

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

Η πρωτεύουσα φαίνεται να συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια ενώ σημαντικά είναι και τα μερίδια της Κρήτης, της Δωδεκανήσου και της Μακεδονίας.

Τα τελευταία χρόνια, σε παγκόσμιο επίπεδο, η συνεδριακή δραστηριότητα αναπτύσσεται με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς (μεταξύ 1 και 2%). Για τη χώρα μας η κίνηση φαίνεται να κυμαίνεται από έτος σε έτος τα τελευταία χρόνια, χωρίς όμως σαφή ανοδική ή καθοδική πορεία.

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

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

Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15%

περίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

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

Για τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις, το μέσο μέγεθος των συνεδριακών εκδηλώσεων από άποψη αριθμού συνέδρων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 ατόμων. Συνολικά όμως το μέσο μέγεθος είναι αρκετά μικρότερο. Το μέσο μέγεθος των συνεδρίων στην Ελλάδα υπολείπεται κατά πολύ του διεθνούς μέσου όρου και δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 170 άτομα. Αυτό φαίνεται να συνδέεται και με την σχετικά περιορισμένη προσφορά συνεδριακών χώρων μεγάλης χωρητικότητας καθώς επίσης και με τον γενικά χαμηλό βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

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

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

Από την πλευρά της προσφοράς στενότητες παρουσιάζονται μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες εγκαταστάσεις ενώ άλλες αδυναμίες εντοπίζονται κύρια στην ποιότητα μέρους της ειδικής υποδομής και των υπηρεσιών.

Η ύπαρξη και η ικανοποιητική λειτουργία τόσο της γενικής υποδομής όσο και της ειδικής υποδομής και του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού- που συναρτώνται και με το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιοχής – διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού. Αυτό γίνεται σαφές και από τη γεωγραφική κατανομή του διεθνώς.

Πέρα από την ικανοποιητική στάθμη της γενικότερης υποδομής, που απαιτείται για τη στήριξη του συνεδριακού τουρισμού, η συμβολή του δημοσίου, παίρνει και άλλες ειδικότερες μορφές, οι κυριότερες από τις οποίες είναι :

- Ø Δημιουργία μεγάλων σύγχρονων συνεδριακών κέντρων κατάλληλων για μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις.
- Ø Δημιουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών, συχνά με τη συνεργασία και του ιδιωτικού τομέα, με σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων και την προβολή μιας πόλης, χώρας ή περιοχής ως τόπου προορισμού για συνεδριακές εκδηλώσεις.
- Ø Δημιουργία συστημάτων πιστοποιημένης εξειδικευμένης κατάρτισης για στελέχη οργάνωσης και διεξαγωγής συνεδριακών εκδηλώσεων είτε από μη

κερδοσκοπικές οργανώσεις με ή και δίχως την αρωγή του δημοσίου, είτε και από το δημόσιο.

- Ø Επιδότηση με διάφορες μορφές για την κάλυψη μέρους του κόστους διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων, έτσι ώστε να αυξάνεται η ελκυστικότητα της χώρας σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.
- Ø Επιδότηση των επενδύσεων για τη δημιουργία ειδικής συνεδριακής υποδομής.
- Ø Προβολή και διαφήμιση.

Στην Ελλάδα η πρόοδος από την άποψη των ειδικών μέτρων και της εξειδικευμένης μέριμνας του δημοσίου για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Η κρατική παρέμβαση έχει ουσιαστικά περιοριστεί στην επιδότηση της κατασκευής συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων μικρής ή μεσαίας χωρητικότητας.

Σημαντικότερη είναι η πρόοδος από την άποψη της γενικής υποδομής. Με τα έργα και τις λοιπές παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης, εξοπλίζεται σιγά-σιγά η χώρα με σύγχρονη υποδομή και βελτιώνεται αποφασιστικά η εικόνα της από την άποψη αυτή.

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

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

[\(<http://www.synedrio.gr>,](http://www.synedrio.gr)

http://www.eeki.gr/pegasus/bin/pegweb3.dll?method=../h901/faq0011&code=114741&pcode=H901_CD114741&temp=1)

6.2 (SWOT ANALYSIS) Τα πλεονεκτήματα , μειονεκτήματα ευκαιρίες και κίνδυνοι που παρουσιάζει η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

1. Τα Πλεονεκτήματα

Η Ελλάδα διαθέτει αξιόλογα πλεονεκτήματα πράγμα που την καθιστά αυτόματα αξιόλογο προορισμό για την πραγματοποίηση των συνεδρίων.

α) οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες,

β) το πλήθος των αρχαιολογικών χώρων και επιπλέον, λόγω των ακτών και των παραθαλάσσιων κέντρων υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας συνεδρίων με περιηγήσεις και κρουαζιέρες. Επιπλέον η Ελλάδα εντάσσεται στις αρκετά οικονομικές χώρες για διακοπές ενώ άλλοι θετικοί παράγοντες είναι η Ελληνική φιλοξενία, η νυχτερινή ζωή, η ασφάλεια, και το προσωπικό των ξενοδοχείων που μιλάει όλες τις γλώσσες πράγμα που δεν είναι δεδομένο για άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

2. Τα Μειονεκτήματα

Παρόλα αυτά τα μειονεκτήματα της Ελλάδας είναι εξίσου σοβαρά.

α) Η επίγεια και η αεροπορική υποδομή δεν είναι κατάλληλη,

β) Η έλλειψη μεγάλου αριθμού ειδικευμένων στελεχών στην οργάνωση συνεδρίων και

γ) η μόλυνση του περιβάλλοντος που σε συνδυασμό με το κυκλοφοριακό, που πλήττει τις περισσότερες πόλεις της Ελλάδας, δίνουν μια αρκετά αρνητική εικόνα για τη χώρα σε διεθνές επίπεδο.

3. Οι Ευκαιρίες

α) Η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 στην Αθηνά συνέβαλλε σε πολύ μεγάλο βαθμό να πραγματοποιηθούν αρκετά έργα τα οποία αναβάθμισαν την Ελλάδα και προσέλκυσαν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών.

β) Το Athens Convention Bureau αποτελεί μέλος της Εθνικής Επιτροπής Συνεδριακού Τουρισμού με σκοπό να βοηθήσει στην ανάπτυξη όσο το δυνατόν ευνοϊκότερων πλαισίων για την επιχειρησιακή οργάνωση και την βελτιστοποίηση των προωθητικών μηχανισμών του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού, ενώ ταυτόχρονα έχει δημιουργήσει και μια συνεργασία και επαφή με όλους τους φορείς που το απαρτίζουν, σε διάφορες δράσεις προβολής του συνεδριακού προϊόντος.

4. Οι κίνδυνοι

α) Η έλλειψη σταθερότητας στα Βαλκάνια και οι ιδιόμορφες σχέσεις της χώρας μας με την Τουρκία σε συνδυασμό με το Κυπριακό χαρακτηρίζονται ως αρνητικά στοιχεία τα οποία δημιουργούν ανασφάλεια για το μέλλον.

β) Ο ανταγωνισμός της Ελλάδας από άλλες μεγάλες Ευρωπαϊκές χώρες όπως Γαλλία, Ισπανία, Πορτογαλία και η Κύπρος οι οποίες έχουν αναπτύξει σε σημαντικό βαθμό το Συνεδριακό Τουρισμό, σε σχέση με την Ελλάδα. Όλες αυτές οι χώρες σε σχέση με την Ελλάδα έχουν καλύτερη συνεδριακή υποδομή, μεγάλα ξενοδοχεία συνεδριακές αίθουσες πλήρως εξοπλισμένες κ.τ.λ.

6.3. Η εποχικότητα στον τουρισμό

Η εποχικότητα στον τουρισμό αποτελεί αναμφίβολα το σοβαρότερο πρόβλημα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι χώρες υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα αυτές που έχουν μια αναπτυγμένη τουριστική οικονομία, προκαλείται δε από παράγοντες οι οποίοι κάθε άλλο παρά εύκολα μπορούν να αντιμετωπιστούν πολύ περισσότερο μάλιστα όταν στις χώρες αυτές υπάρχει καθεστώς ελεύθερης οικονομίας και κοινωνικής δράσης. Στις οικονομίες αυτού του είδους οι άνθρωποι αποφασίζουν μόνοι τους που, τότε και για πόσο καιρό θα κάνουν διακοπές. Με άλλα λόγια δεν μπορεί κανείς να τους αρνηθεί ή να τους περιορίσει το δικαίωμα επιλογής του τόπου και χρόνου των διακοπών τους και ακόμα να τους καθορίσει τη χρονική διάρκειά τους.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα αυτού του είδους τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι οι δραστηριότητές του επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

Οι αιτίες που επεξηγούν την εποχικότητα του τουρισμού είναι οι ακόλουθες:

Οι κλιματολογικές συνθήκες, οι οποίες συνοδεύονται και συχνά ενισχύονται με τη σταθερή επανάληψη των συνηθειών (π.χ. μετακινήσεις) ή άλλων κοινωνικών αιτιών (π.χ. μόδα).

Η οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.

Η χρονική περίοδος των σχολικών διακοπών
Η γεωγραφική θέση της χώρας προορισμού.

Είναι γνωστό ότι ο περισσότερος κόσμος προτιμά σχεδόν πάντα να κάνει τις διακοπές του κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών για ψυχολογικούς και βιολογικούς λόγους, εξαιτίας τους γεγονόςτος ότι την περίοδο αυτή επικρατούν συνήθως ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς που αναμφίβολα επιτρέπουν την απόλαυση της φύσης, τη ζωή στην ύπαιθρο και γενικότερα των μικρών και μεγάλων χαρών που προσφέρουν οι καλοκαιρινές διακοπές, αλλά και για οργανωτικούς λόγους που συνδέονται με ορισμένους βασικούς θεσμούς της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης, όπως είναι για παράδειγμα η περίοδος των μαθητικών και φοιτητικών διακοπών, ο τρόπος που χορηγούνται οι άδειες στους εργαζόμενους στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα.

6.4 Συνεδριακός τουρισμός και εποχικότητα



Από τα διαθέσιμα στοιχεία προκύπτει ότι:

Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικά μικρότερο βαθμό εποχικότητας από τον γενικό τουρισμό, στο Βόρειο ημισφαίριο οι περίοδοι αιχμής του συνεδριακού τουρισμού τοποθετούνται πριν και μετά τους καλοκαιρινούς μήνες, δηλαδή την άνοιξη και το φθινόπωρο.

Από τα στοιχεία για την εποχική κατανομή της συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα, οι οποίες διαθέτουν

αξιόλογη συνεδριακή υποδομή, φιλοξενούν συνέδρια και δέχονται αξιόλογους αριθμούς συνεδριακών επισκεπτών, προκύπτει ότι η ένταση εποχικότητας αυτού του είδους τουρισμού είναι πολύ μικρότερη σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό.

Ο συνεδριακός τουρισμός συγκεντρώνεται κυρίως στις ενδιάμεσες τουριστικής έντασης εποχές της άνοιξης και του φθινοπώρου.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία:

Το τρίμηνο Απριλίου – Ιουνίου συγκεντρώνει σε όλες τις περιπτώσεις υψηλά ποσοστά της συνολικής ετησίας κίνησης, δηλ. 30-50%, βελτιώνοντας έτσι τις πληρότητες των αντίστοιχων μονάδων στην περίοδο αυτή.

Το μερίδιο του τριμήνου Ιουλίου – Σεπτεμβρίου ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό από περιοχή σε περιοχή, πράγμα που εξαρτάται προφανώς από την εξέλιξη της λοιπής ζήτησης. Στο νησιώτικο χώρο, όπου οι καλοκαιρινές πληρότητες είναι πολύ υψηλές, το μερίδιο της συνεδριακής κίνησης για την περίοδο αυτή είναι πολύ χαμηλό. Αντίθετα στην Β. Ελλάδα, όπου φαίνεται να αφήνονται αρκετά περιθώρια από την λοιπή τουριστική κίνηση, η καλοκαιρινή συνεδριακή κίνηση είναι πολύ υψηλή. Στην περίπτωση της πρωτεύουσας το μερίδιο του τριμήνου Ιουλίου – Σεπτεμβρίου λαμβάνει ενδιάμεσες τιμές.

Η εικόνα είναι αντίστροφη για το τρίμηνο Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου, με τη συνεδριακή κίνηση να είναι έντονη στο νησιώτικο χώρο, μέτρια στην Αθήνα και πολύ χαμηλή στην Βόρεια Ελλάδα.

Για το πρώτο τρίμηνο του έτους η πρωτεύουσα φαίνεται να προσελκύει σημαντική συνεδριακή κίνηση. Όπως όμως σημειώθηκε, για την περίοδο αυτή αρκετά μεγάλα ξενοδοχεία με συνεδριακές εγκαταστάσεις παραμένουν κλειστά.

Καθίσταται σαφές ότι η εποχική κατανομή του συνεδριακού τουρισμού παρουσιάζει υψηλό βαθμό συμπληρωματικότητας προς τη γενική τουριστική κίνηση και μπορεί εύκολα να μετακινείται εποχικά, ανάλογα με την εποχική κατανομή της λοιπής κίνησης.

Πάντως, σε γενικές γραμμές διαφαίνεται ότι είναι μεγαλύτερες οι δυνατότητες επηρεασμού της κατανομής της συνεδριακής κίνησης στη διάρκεια του έτους. Η ζήτηση αυτή δεν συνδέεται τόσο στενά με τις διακοπές όσο ο γενικός τουρισμός, ούτε και επηρεάζεται στον ίδιο βαθμό από τις κλιματολογικές συνθήκες. Έτσι, είναι ευκολότερο να τοποθετείται χρονικά εκτός αιχμής, ούτως ώστε να εξυπηρετεί αμοιβαία και ταυτόχρονα την πλευρά της προσφοράς, με ανετότερη χρονική κατανομή των εκδηλώσεων αλλά και της ζήτησης, με χαμηλότερες τιμές και με καλύτερη εξυπηρέτηση.

Η εποχικότητα μοιάζει να είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που έχει να αντιμετωπίσει ο τουρισμός, δεν μπορεί να λυθεί εντελώς, υπάρχουν όμως και οι δυνατότητες ελαχιστοποίησης του μέσα από ένα ικανό σχέδιο marketing.

Η κατάλληλη προώθηση του συνεδριακού προϊόντος ειδικά στις μη περιόδους αιχμής πρέπει να υιοθετηθεί τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό φορέα ως το καταλληλότερο μέτρο αντιμετώπισης της εποχικότητας.

Προκειμένου να καταπολεμηθεί όσο γίνεται περισσότερο το ζήτημα της εποχικότητας, είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την προσέλκυση αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, οι οποίες θα μεταφέρουν μαζικά τουρίστες καθόλα τη διάρκεια του χρόνου καθώς και με συνεχείς προσφορές από ξενοδοχειακά συγκροτήματα για αντίστοιχους προορισμούς.

6.5 Προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα - Συμπεράσματα

Οι προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα εμφανίζονται θετικές γιατί σύμφωνα με αντικειμενικές εκτιμήσεις διαθέτει τις περισσότερες και πιο κατάλληλες προϋποθέσεις, οι οποίες είναι:

- Ø Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή, τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά, η οποία και συνεχώς βελτιώνεται.
- Ø Ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες
- Ø Θετική εικόνα στις κυριότερες συναφείς τουριστικές αγορές
- Ø Φυσικές ομορφιές και ποικιλία αξιοθέατων με διασπορά σε όλο τον Ελλαδικό χώρο, με έμφαση στους ήδη καθιερωμένους επιμέρους τουριστικούς προορισμούς της.
- Ø Δημιουργία εκθέσεων – θεσμών με κύρια φροντίδα της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, η οποία αποκτά σημαντικές εγκαταστάσεις στην Αθήνα.
- Ø Ευνοϊκή γεωγραφική θέση που συνεχώς, λόγω των εξελίξεων στην περιοχή επιβεβαιώνεται. Η συμμετοχή της στην ΕΟΚ της δίνει την δυνατότητα να αποκομίσει τουριστικά οφέλη προβάλλοντας τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής της θέσης, που συνιστούν μια ευρωπαϊκή χώρα διαφορετική.
- Ø Χαμηλό κόστος ζωής που επιτρέπει την πραγματοποίηση μεγαλύτερης διάρκειας παραμονής.

Η χώρα μας αποτελεί ήδη καθιερωμένο τουριστικό προορισμό. Το γεγονός αυτό της δίνει την δυνατότητα να αναπτύξει ευκολότερα τις κυριότερες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού.

Επίσης διαθέτει αξιόλογο επιστημονικό και επαγγελματικό ανθρώπινο δυναμικό διεθνούς φήμης, με αποτέλεσμα να μπορούν να επηρεάσουν τους φορείς προκειμένου να επιλέγονται ελληνικοί προορισμοί για τις εκδηλώσεις τους.

Η ελληνική ομογένεια διαθέτει πλέον αξιόλογο δυναμικό που διαπρέπει στις επιστήμες, στην πολιτική, σε κυβερνητικές υπηρεσίες και σε διάφορες άλλους τομείς. Η συμβολή τους αυτή συμβάλλει στην επιλογή της χώρας μας ως συνεδριακός προορισμός.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006)
- Εισαγωγή στον τουρισμό
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. (1999)
- Επαγγελματικός τουρισμός, Οργάνωση συνεδρίων
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Κραβαρίτης Κ., Παπαγεωργίου Α. (2007)
- Επαγγελματικός τουρισμός
Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Κραβαρίτης Κ. (1992)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

- Τουριστική ανάπτυξη – Εναλλακτικός Τουρισμός «Μια πρόταση για το αύριο»,
<http://www.methana.gr/methana/DT.htm>
- Ομιλία Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού Γιώργου Νικητιάδη, Επιμέλεια
Μαργαρίτα Μανούσου, www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=2089
- Μαρίας Κελεμτζή, e-Συνέδριο, Περιοδικό Συνέδριο,
www.synedrio.gr/arthra/a004.asp
- http://www.peartas.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=95:2011-06-16-08-48-06&catid=28:2011-06-10-07-02-47&Itemid=31
- Λ. Αθανασίου, Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα:
Εξελίξεις - Προβλήματα - Δυνατότητες και Πολιτική”, Περιοδικό Συνέδριο,
<http://www.synedrio.gr/arthra/a022.asp>
- Α. Σωτηρόπουλου, Διεξαγωγή συνεδρίων - Επιλογή τόπου, Περιοδικό
Συνέδριο, <http://www.synedrio.gr/organosi/o017.asp>
- Δ. Μάντζιος, Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χώρας μας ως συνεδριακός
προορισμός, Ηλεκτρονική Εφημερίδα Travel Daily News,
<http://traveldailynews.gr/hypostyles/article/2293>
- Α. Σωτηρόπουλου, Συνεδριακός τουρισμός στην Αθήνα. Όραμα ή ουτοπία;,
Περιοδικό Συνέδριο, <http://www.synedrio.gr/arthra/a014.asp>
- en.wikipedia.org/Professional_Conference_Organiser
- Υπουργική Απόφαση 23908/1991 «Καθορισμός προδιαγραφών ανέγερσης για
τη δημιουργία Συνεδριακών Κέντρων για την υπαγωγή τους στο καθεστώς
κινήτρων του Ν. 1892/90» (ΦΕΚ Β' 208/9.4.1991),
<http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/getFile/%CE%A5%CE%91+23908+1991.pdf?bodyId=907824>

- Δ. Δέλιου, Οπτικοακουστικά; Ναι,...αλλά ποια χρειάζεσθε;, Περιοδικό Συνέδριο, <http://www.synedrio.gr/organosi/o008.asp>
- Θ. Κουμέλης, Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού, Ηλεκτρονική Εφημερίδα Travel Daily News, <http://traveldailynews.gr/news/article/19970>
- Σταύρος Ανδρεάδης πρόεδρος ΣΕΤΕ: Μηδαμινή η υποστήριξη του δημόσιου τομέα, Ημερήσια οικονομική εφημερίδα Εξπρές, http://www.express.gr/afieroma/synedria/950oz_20080409950.php3
- Δ. Σγάρτσου, Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα...Διαφαίνεται η εξέλιξη έστω και με αργά βήματα, Ηλεκτρονική Εφημερίδα Travel Daily News, <http://traveldailynews.gr/columns/article/765>
- www.hapco.gr
- www.hrima.gr
- http://www.efapco.eu/about_efapco
- Περιοδικό *Hotel & Restaurant*, <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=1135>
- Ένα σημείωμα για τον συνεδριακό τουρισμό, http://www.eeki.gr/pegasus/bin/pegweb3.dll?method=../h901/faq0011&code=114741&pcode=H901_CD114741&temp=1