



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

ΧΙΟΣ 2021

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

ΜΕΡΟΣ Α ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....

1.2 ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.3 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

1.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ.....

1.5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

1.6 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

1.7 ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....

2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....

2.2 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....

2.2.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....

2.2.2 ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....

2.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

2.2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ

2.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ.....

3.1 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....

3.2 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ.....

3.3 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....

4.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

4.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

4.3 SWOT ANALYSIS.....

4.4 PESTEL ANALYSIS.....

4.5 ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ.....

4.6 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

ΜΕΡΟΣ Β ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....

7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

7.2 ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία διερευνάται το θέμα συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς είναι ένας κλάδος που τα τελευταία χρόνια έχει καταγράψει μεγάλη ανάπτυξη. Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει τις θετικές επιδράσεις μιας συνεδριακής εκδήλωσης, τόσο στην κοινωνία, την οικονομία, τον τουρισμό όσο και στην πολιτισμική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Στην πτυχιακή διατριβή αναλύονται οι διάφορες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού, όμως δίδεται ιδιαίτερη βαρύτητα στον συνεδριακό τουρισμό, μια που αποτελεί ένα είδος τουρισμού που μπορεί να βοηθήσει τη χώρα μας να αναπτυχθεί και σε άλλα επίπεδα. Ο συνεδριακός τουρισμός, για παράδειγμα, μπορεί να συνδυαστεί με διάφορα άλλα στοιχεία και γεγονότα, όπως επισκέψεις σε ιστορικά μέρη, ή και με αθλητικά γεγονότα και προπονήσεις, ώστε να έχει ακόμη μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης στη χώρα μας.

Αν και σε άλλες χώρες (όπως π.χ. στην Αμερική και στην Ευρώπη) το είδος αυτό του τουρισμού είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο, στη χώρα μας έχει αναβαθμιστεί όμως υπάρχουν πολλά ακόμη να γίνουν. Στην εργασία ερευνούμε πώς μπορεί να αναπτυχθεί ο τουρισμός αυτός και ποιες ευκαιρίες ανοίγονται μετά το τέλος της πανδημίας. Παράλληλα, αναφέρονται οι αδυναμίες που υπάρχουν και που μπορούν να σταθούν εμπόδιο, καθώς και προτάσεις αλλά και μέτρα πολιτικής διατυπώνονται στην έρευνα, δίνοντας έτσι το περιθώριο να αναπτυχθούν ιδέες για περαιτέρω βελτίωση.

Στο εμπειρικό μέρος της εργασίας αναλύονται τις απαντήσεις από ερωτηματολόγια που στάλθηκαν σε φορείς του συνεδριακού τουρισμού, ώστε να προκύψουν κάποια σαφή συμπεράσματα.

Λέξεις – κλειδιά : Συνεδριακός τουρισμός, Βιομηχανία συνεδρίων, Συνεδριακοί τουρίστες, stakeholders , Ελλάδα

Abstract

This essay is about the context of the development of conference tourism in Greece, as it is an industry that in recent years has seen great growth. The international experience has shown the positive effects of a conference event, both on society, the economy, tourism and the culture of a region.

The present paper analyzes the various forms of business tourism, but the essay delves deeper into conference tourism. First of all analysis is done both internationally and in Greece. Conference tourism in America and Europe is highly developed and Greece must acquire conferences of similar capacity. The swot analysis presents all the strengths and opportunities for the development of this species, as well as the weaknesses and threats that are an obstacle to the development of the conference industry. Policy proposals and measures are formulated in the research, thus giving the opportunity to develop ideas for further improvement.

The paper also has an empirical part which analyzes the answers from questionnaires sent to conference tourism organizations. From this come conclusions that are analyzed in the following chapters.

Key words: Congress tourism, Congress industry, congress tourist, stakeholders, Greece

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Μορφές επαγγελματικού τουρισμού

Πίνακας 2: Διάρκεια Συνεδρίων

Πίνακας 3: Μορφές Κινήτρων

Πίνακας 4: Κατάταξη της επικράτειας της χώρας με συνολικό αριθμό meeting για το 2019

Πίνακας 5: Ευρωπαϊκές χώρες και αριθμός συνεδρίων για το 2019

Πίνακας 6: Πόλεις με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα συνεδρίων για το 2019

Πίνακας 7: Αριθμός συνεδρίων στην Λατινική και Βόρεια Αμερική

Πίνακας 8: Κατάταξη χωρών και μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη για το 2019

Πίνακας 10 : Swot Analysis

Πίνακας 11: Stakeholders συνεδριακού τουρισμού

Πίνακας 12: Τόπος κατοικίας ερωτηθέντων

Διάγραμμα 1: Μορφές τουρισμού που θα μπορούσε να συνδυαστεί ο συνεδριακός τουρισμός

Διάγραμμα 2: Παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Διάγραμμα 3: Μέτρα και προτάσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Πίτα 1: Διάρκεια συνεδρίου

Πίτα 2: Μήνες διεξαγωγής συνεδρίων

Πίτα 3: Προτιμήσεις συνέδρων

Πίτα 4: Δημογραφικά στοιχεία

Πίτα 5: Ηλικία Ερωτηθέντων

Πίτα 6: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτηθέντων

Πίτα 7: Επάγγελμα Ερωτηθέντων

Πίτα 8: Ενασχόληση φορέων με ταξίδια τουρισμού

Πίτα 9: Αριθμός επισκεπτών συνεδρίων

Πίτα 10: Βαθμός ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού

Πίτα 11: Εγκαταστάσεις συνεδριακού τουρισμού

Πίτα 12: Επιρροή τουριστικής προσφοράς στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του προπτυχιακού προγράμματος στο τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ως την ελάχιστη δυνατή μνεία, με την παρούσα παράγραφο οφείλω να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν στην εκπόνησή της και ιδιαίτερα:

Την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα Πουλάκη Πανωραία για την πολύτιμη υποστήριξή της, τις παραγωγικές υποδείξεις της και το πολύ καλό κλίμα συνεργασίας που διαμόρφωσε συμβάλλοντας τα μέγιστα για την κατάρτιση της πτυχιακής μου εργασίας.

Επίσης πολύτιμες ευχαριστίες οφείλω σε ανθρώπους του φιλικού και επαγγελματικού μου περιβάλλοντος, για την εμπύχωση και ηθική και πρακτική υποστήριξή τους κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας και συγγραφής. Η συμβολή τους υπήρξε καθοριστική στη συνέχιση της διατριβής μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για τη συμπαράσταση και υποστήριξή τους σε αυτή μου την προσπάθεια.

ΜΕΡΟΣ Α' ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σύγχρονη εποχή αναμφισβήτητα ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει σημαντικά μία χώρα να αναπτυχθεί, αλλά και να είναι προσοδοφόρα. Άλλωστε, τα συνέδρια αποτελούν μία από τις βασικότερες πηγές εσόδων ενός κράτους και για τη χώρα μας είναι μία πολύ καλή επένδυση. Βέβαια, ο ανταγωνισμός για τους τόπους προορισμού, αλλά και για τους χώρους που διεξάγονται τα συνέδρια είναι μεγάλος – κι αυτό διόλου τυχαίο γιατί αυτός ο τουρισμός επιφέρει σημαντικά οφέλη σε μία χώρα. Όσον αφορά τη χώρα μας, η συνεδριακή αγορά, αν και σε σχέση με το παγκόσμιο περιβάλλον είναι μικρότερη, ωστόσο αποτελεί ένα πολύ ουσιαστικό πεδίο δράσης για τα μεγάλα κέντρα της χώρας, αλλά και για την περιφέρεια. Κι αυτό διότι σε αρκετές περιπτώσεις ο συνεδριακός τουρισμός δρα συμπληρωματικά με τον μαζικό τουρισμό, αποτελώντας με αυτόν τον τρόπο ένα πολύ σημαντικό έσοδο για κάθε τοπική κοινωνία.

Κατά συνέπεια, είναι ευνόητο κάθε περιοχή να προσπαθεί να αναπτυχθεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προσελκύει επαγγελματίες που επιλέγουν ένα συγκεκριμένο μέρος και για συνέδρια, αλλά και για αναψυχή. Σε αυτό το πλαίσιο είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι πολλές πόλεις της περιφέρειας καταβάλλουν ιδιαίτερες προσπάθειες να αναπτυχθούν, προβάλλοντας τουριστικά αξιοθέατα, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και άλλα, ώστε να προσελκύσουν περισσότερο συνεδριακό τουρισμό. Αξίζει να σημειωθεί ότι η τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου πρέπει να εντάσσεται μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ανάπτυξης και στρατηγικού σχεδιασμού της πολιτείας, που να συμπεριλαμβάνει μία σειρά από θέματα, όπως τουρισμός, αναψυχή, πολιτισμός, ιστορία, αξιοθέατα.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μία θεωρητική ανάλυση πάνω στο αντικείμενο της έρευνας. Αναφέρεται ο σκοπός της εργασίας και ο λόγος εκπόνησής της. Επίσης διατυπώνονται τα ερευνητικά ερωτήματα στα οποία βασίζεται η έρευνα. Έπειτα ακολουθούν η μεθοδολογία και η δομή της εργασίας. Η πρωτοτυπία και η χρησιμότητα της έρευνας είναι βασικό μέρος της εργασίας και αναλύονται σε παρακάτω κεφάλαια. Αυτό το κεφάλαιο προϋδεάζει τον αναγνώστη για το τι θα ακολουθήσει σε επόμενα κεφάλαια.

1.2 ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το κίνητρο για την εκπόνηση της εργασίας ήταν η εμβάθυνση στο θέμα του συνεδριακού τουρισμού, γιατί είναι μια μορφή τουρισμού που έχει προοπτικές βελτίωσης στην Ελλάδα. Στην εργασία αυτή περιλαμβάνονται πληροφορίες οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα στον αναγνώστη να αντιληφθεί την έννοια του επαγγελματικού τουρισμού, καθώς και τις διάφορες μορφές αυτού. Ο συνεδριακός τουρισμός, αν και τα τελευταία χρόνια είχε αναπτυχθεί, ωστόσο είναι ένας από τους κλάδους που έχει πληγεί σημαντικά με την έλευση της πανδημίας.

1.3 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της εργασίας είναι η διαμόρφωση μιας σφαιρικής εικόνας για την έννοια του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Στόχος της είναι, μέσω της μελέτης περίπτωσης για τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα, να δοθούν περισσότερες πληροφορίες ώστε να αντιληφθεί κανείς την υφιστάμενη κατάσταση και το επίπεδο ανάπτυξης του είδους αυτού και να μπορέσει να βελτιωθεί ο κλάδος. Ειδικότερα στοχεύει στην προώθηση της επιστημονικής γνώσης, σύμφωνα με επιστημονικές θεωρίες ή επεξεργασία αυτών.

1.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία θα επιχειρήσει να καλύψει κάποια ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία βασίζονται στον συνεδριακό τουρισμό. Τα ερωτήματα αυτά είναι τα εξής:

- Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα;
- Ποιοι είναι οι παράγοντες (εμπόδια) που λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξή του;
- Ποιες είναι ενέργειες προώθησης του Σ. Τ. ως μοχλού οικονομικής ανάπτυξης της Ελλάδας;
- Υπάρχουν κάποια μέτρα πολιτικής η ακόμη και κάποιο προτεινόμενο μοντέλο ανάπτυξης του Σ. Τ ;

1.5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγγραφή της παρούσας έρευνας, η οποία αφορά τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα βασίζεται στην εμπειρική και τη βιβλιογραφική έρευνα. Η βιβλιογραφική έρευνα πραγματοποιείται μέσω μελέτης της υφιστάμενης κατάστασης και γίνεται καταγραφή του ήδη καταγεγραμμένου υλικού. Επίσης χρησιμοποιείται τόσο η ελληνική όσο και η ξένη βιβλιογραφία, όπως και μελέτες-έρευνες διάφορων φορέων. Για το σκοπό της παρούσας εργασίας πραγματοποιήθηκε μια εμπειρική έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγια και με τη χρήση της δειγματοληψίας κατά κρίση.

Πιο συγκεκριμένα, τα ερωτηματολόγια απευθύνονταν σε stakeholders και εμπειρογνώμονες, οι οποίοι έχουν άμεση επαφή με τον συνεδριακό τουρισμό. Οι κύριοι φορείς που αναφέρονται στην εργασία είναι δήμοι, επιμελητήρια, περιφέρειες, οργανισμοί, όπως ο ΣΕΤΕ και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, καθώς και συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία, που φιλοξενούν συνέδρια. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στο Β' μέρος της εργασίας. Τόσο από το θεωρητικό όσο και από το εμπειρικό μέρος της εργασίας προκύπτουν ιδιαίτερα πολύτιμα συμπεράσματα για τον συνεδριακό τουρισμό.

1.6 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο Α' μέρος της εργασίας αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο του θέματος. Πιο συγκεκριμένα, το πρώτο κεφάλαιο εξετάζει μια θεωρητική τοποθέτηση, ώστε να αντιληφθεί κανείς καλύτερα το θέμα σε γενικές γραμμές. Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στον επαγγελματικό τουρισμό, όπου και αναλύονται οι διάφορες μορφές του, ενώ παράλληλα αναφέρεται και ο στρατηγικός σχεδιασμός των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται ο συνεδριακός τουρισμός στο διεθνή χώρο. Το τέταρτο κεφάλαιο εστιάζει στην ανάλυση του συνεδριακού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο, όπου αναλύεται η προσφορά και η ζήτηση, καθώς μελετάται και η υφιστάμενη κατάσταση με swot και pestel analysis. Τέλος, μελετάτε το μοντέλο στρατηγικού σχεδιασμού.

Στο Β' μέρος της πρωτογενούς έρευνας υπάρχουν τέσσερα κεφάλαια στα οποία αναλύονται η μεθοδολογία και τα αποτελέσματα της έρευνας, καθώς και τα συμπεράσματα και οι προτάσεις και μέτρα πολιτικής.

1.7 ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα περιλαμβάνει πρωτότυπες πληροφορίες για την εποχή μας, οι οποίες θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμες σε εμπλεκόμενους του τουρισμού, οι οποίοι αναζητούν πρόσφατες εξελίξεις σχετικά με το θέμα αυτό .Θα μπορούσαν, επίσης, να αποτελέσουν πηγή για την εκπόνηση εργασιών και πανεπιστημιακών διατριβών. Οι πρωτογενείς πηγές αποτελούν πρωτότυπο υλικό για την εργασία και στην συγκεκριμένη εργασία τα στατιστικά δεδομένα και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από αυτά είναι δίνουν πρωτότυπες και χρήσιμες πληροφορίες στον αναγνώστη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια ευρύτερη αγορά του τουρισμού και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τα συνέδρια, τα ταξίδια κινήτρων, τον εκθεσιακό τουρισμό, καθώς και τα επιχειρηματικά/επαγγελματικά ταξίδια.

Πρόκειται για ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο τουριστικό προϊόν, με την Ελλάδα να είναι στις εικοσιπέντε πρώτες θέσεις την τελευταία τριετία. Ωστόσο, ο τουρισμός απαιτεί στελέχη και εργαζόμενους με υψηλή εξειδίκευση και δεξιότητες, κι αυτό διότι απευθύνεται σε πελάτες με υψηλό κύρος και ανάλογες απαιτήσεις (www.eeogroup.gr).

Τα πρώτα επαγγελματικά ταξίδια εμφανίστηκαν ταυτόχρονα με την εμφάνιση των πρώτων μορφών εμπορίου (ανταλλαγή γεωργικών προϊόντων). Με την ανάπτυξη των αστικών κέντρων και των μεγάλων αυτοκρατοριών, όπως η Αίγυπτος, η Περσία, η Ελλάδα και η Ρώμη, αναπτύχθηκε ιδιαίτερα το εμπόριο. Την εποχή εκείνη, οι άνθρωποι ταξίδευαν συχνά σε μακρινές χώρες για να αποκτήσουν διάφορα προϊόντα και άλλα τιμαλφή. Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, ο τρόπος αυτός ανταλλαγής προϊόντων συνεχίστηκε, κυρίως λόγω πολυάριθμων και μεγάλων εμπορικών εκθέσεων που πραγματοποιήθηκαν σε πόλεις και κωμοπόλεις στους κύριους δρόμους. Οι εμπορικές συναλλαγές διαρκούσαν αρκετές ημέρες και, μέσω των υπηρεσιών διαμονής, το φαγητό και η διασκέδαση έφερε σημαντικά οικονομικά οφέλη στους ντόπιους (Allen, 2002).

Λόγω της εξέλιξης των πραγμάτων και του εκσυγχρονισμού κάποιων διαδικασιών, ο συνεδριακός τουρισμός επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό. Για παράδειγμα, η εξέλιξη της τεχνολογίας και των μεταφορών βοήθησε σημαντικά ώστε να αναπτυχθεί αυτού του είδους ο τουρισμός. Εκτιμάται ότι σήμερα είναι ένα αναπτυσσόμενο τμήμα της τουριστικής αγοράς, κάτι στο οποίο βοήθησε και η παγκοσμιοποίηση, αλλά και να νέα ενδιαφέροντα που δημιουργήθηκαν (Dragićević, 2008).

2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ταξιδιών που πραγματοποιούνται για λόγους επαγγελματικούς, δηλαδή την εργασία, και τα οποία συχνά συνδυάζονται και με άλλες δραστηριότητες (όπως διακοπές, πολιτισμός κλπ),

εξαιρώντας όμως τοπικού χαρακτήρα ταξίδια, που πραγματοποιούνται από επιχειρηματίες για επαγγελματικούς λόγους.

Πρόκειται για μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο, με ιδιαίτερα οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα. Αφορά συνήθως επισκέπτες με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και οικονομικής κατάστασης, οι οποίοι προτιμούν καταλύματα υψηλών προδιαγραφών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει η πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του επισκέπτη-επαγγελματία.

Η περίοδος αιχμής του επαγγελματικού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες από Φεβρουάριο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις κ.λπ.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε έναν τόπο διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας και άλλα. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή μίας έκθεσης είναι ένας βασικός παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. Για την εξυπηρέτηση αυτών λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Ελλάδα συνεδριακά κέντρα, αυτοτελή ή μέσα σε ξενοδοχεία, καθώς και σε εκθεσιακούς χώρους.

Επαγγελματικό ταξίδι θεωρείται η μετακίνηση ατόμων για επαγγελματικούς σκοπούς, χωρίς να είναι απαραίτητη διανυκτέρευση στον τόπο προορισμού και χωρίς ιδιαίτερες τουριστικές δραστηριότητες (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007).

Πρόκειται για ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο τουριστικό προϊόν, με την Ελλάδα να είναι στις είκοσι πέντε πρώτες θέσεις παγκοσμίως την τελευταία τριετία. Ωστόσο, ο επαγγελματικός τουρισμός απαιτεί στελέχη και εργαζόμενους με υψηλή εξειδίκευση και δεξιότητες, με δεδομένο ότι απευθύνεται σε πελάτες υψηλής εισοδηματικής στάθμης και αντίστοιχων απαιτήσεων.

2.2 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στον πίνακα 1 αποτυπώνονται οι διάφορες υπό-ομάδες τουριστικών προϊόντων, με κυρίαρχο κίνητρο τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους.

Πρόκειται για περιπτώσεις στις οποίες ο φορέας απασχόλησης(π.χ., ιδιωτικός φορέας δημόσιος φορέας, επιχείρηση, υπουργείο) αποστέλλει τον εργαζόμενο σε κάποιο επαγγελματικό ταξίδι, το οποίο μπορεί να είναι είτε εταιρική συνάντηση είτε προώθηση κάποιων προϊόντων υπηρεσιών (ατομικό επαγγελματικό ταξίδι) ή μπορεί να πρόκειται για συμμετοχή σε εκθεσιακή ή συνεδριακή εκδήλωση (εκθεσιακός και συνεδριακός τουρισμός) ή ακόμα και για επιβράβευση για άριστες επιδόσεις, για αύξηση του τζίρου-πωλήσεων(ταξίδι κινήτρων).

Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις ο εργαζόμενος, εκτός από την εκπλήρωση του επαγγελματικού καθήκοντος, συμμετέχει και σε διάφορες τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες είτε καθορίζονται από τον εργασιακό φορέα είτε όχι (αποτελούν επιλογή του συμμετέχοντα στο εκάστοτε ταξίδι του) ανάλογα με τον ελεύθερο χρόνο και τους πόρους που διαθέτει (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007).

Πίνακας 1: Μορφές επαγγελματικού τουρισμού

1.Συνεδριακός τουρισμός
2.Εκθεσιακός τουρισμός
3.Τουρισμός κινήτρων
4.Επιχειρηματικός τουρισμός / Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011

2.2.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός αφορά οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες, με βασικό στόχο την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκόμενων στην εκδήλωση-συνέδρων και ομιλητών (Γκρίμπα, 2005:85-86,

Κραβαρίτης, Παπαγεωργίου, 2007:37). Επίσης, είναι βασικό να αναφέρουμε ότι σε αυτού του είδους τον τουρισμό, το κυρίαρχο κίνητρο δεν είναι οι διακοπές αλλά η ενεργή ή παθητική συμμετοχή των ανθρώπων σε συνέδρια και εκδηλώσεις διαφορετικών χαρακτήρων (Γεϊός, 2011).

Εξετάζοντας ιστορικά αυτήν τη μορφή τουρισμού, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι οι αμφικτιονίες αποτέλεσαν την πρώτη μορφή συνεδρίων στην Αρχαία Ελλάδα (Λύτρας 1989:143). Πρόκειται για συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των ελληνικών γειτονικών φυλών αρχικά και των γειτονικών πόλεων-κρατών στη συνέχεια, για λόγους θρησκευτικούς και πολιτικούς με σημαντικότερη την αυτοκτονία των αδελφών και αρχαιότερη εκείνη των Θερμοπυλών 1522 π.χ. (Σφακιανάκης, 2000:109-110). Στη συνέχεια, το 16ο αιώνα μΧ. υπάρχουν αναφορές για τις κοινωνικές συγκεντρώσεις ως επί το πλείστον εμπόρων και τοπικών ενώσεων και επιστημών στη Βρετανία (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007:58-59). Ωστόσο, κατά τη διάρκεια του 17ου αιώνα λαμβάνουν χώρα τα πρώτα συνέδρια οικονομικού, πολιτικού και επιστημονικού περιεχομένου.

Πιο συγκεκριμένα, το 1841 ο Thomas Cook δημιούργησε το πρώτο τουριστικό πακέτο και το 1960 εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις ΗΠΑ ο συνεδριακός τουρισμός. (Βελισαρίου, 1992: β3-5). Ωστόσο, πρέπει να σημειώσουμε ότι το 1981 διεξήχθη το 5ο Διεθνές Συνέδριο στη Ρώμη. Περί τα τέλη του 19ου αιώνα στην Ευρώπη και την Αμερική καταγράφονται τα πρώτα εθνικά συνέδρια, με βασικό μεταφορικό μέσο το σιδηρόδρομο. Στον 20ό αιώνα η κατάσταση έχει αλλάξει αρκετά, με δημοφιλέστερο πλέον μέσο μεταφοράς στο αεροπλάνο, ενώ οι πρώτες πόλεις που κατασκεύασαν εμπορικό και συνεδριακό κέντρο ήταν το Detroit το 1896 και το Cleveland το 1904 (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007:59).

Τα κλασικά συνέδρια αντικαταστάθηκαν από τα online meetings, στα οποία αντικαθιστούν τη φυσική παρουσία των συμμετεχόντων, οι οποίοι λάμβαναν μέρος σε αυτά από τις οθόνες των υπολογιστών των γραφείων τους, πραγματοποιώντας συνεδρίες με μέλη τους από διάφορα μέρη του κόσμου ταυτόχρονα. Παρ' όλα αυτά, ο συνεδριακός τουρισμός στην κλασική μορφή εξακολουθεί να αποτελεί σημαντική μορφή τουρισμού με μεγάλη ποικιλία επιμέρους δραστηριοτήτων, που ασκούν σημαντική επίδραση στην εκδήλωσή της τουριστικής ζήτησης (Bradley κ.ά., 2002).

Τα συνέδρια έχουν σκοπό την ενημέρωση, την ανταλλαγή πληροφοριών, τις συζητήσεις για θέματα κοινού ενδιαφέροντος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων. Τα θέματα που αναλύονται στα εκάστοτε συνέδρια καθορίζονται από την κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων και μπορεί να αφορούν την επιστήμη, την πολιτική, την υγεία, την

τεχνολογία, το εμπόριο, την εκπαίδευση, καθώς και οποιοδήποτε άλλο είδος επαγγελματικής ενασχόλησης (Μηλάκης, 2013). Επιπλέον είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα συνέδρια μπορεί να έχουν ιδιωτικό ή δημόσιο χαρακτήρα, ανάλογα με τον φορέα που τα διοργανώνει. Οι πιο γνωστοί δημόσιοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων είναι το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του ΕΟΤ, το τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου Πολιτισμού, το γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων την Γενικής Γραμματείας Τεχνολογίας και Έρευνας και η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΕΟΤ, 2011).

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναφέρεται μόνο σε συνέδρια αλλά σε κάποιες από τις υποομάδες αυτών.

Συνέδριο

Με τον όρο συνέδριο θεωρείται η συνάθροιση ατόμων για να συζητήσουν πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα, να παρουσιάσουν τις προτάσεις τους, να εξετάσουν τις ενδεχόμενες λύσεις και να πάρουν αποφάσεις. Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Για την διεξαγωγή του συνεδρίου απαιτείται μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο ανάλογου μεγέθους με τον αριθμό των συνέδρων.

Τα είδη χώρων διεξαγωγής συνεδρίων είναι τα εξής:

- Αυτόνομα συνεδριακά κέντρα
- Ξενοδοχεία με συνεδριακές αίθουσες
- Πανεπιστήμια (αίθουσες- αμφιθέατρα)
- Ασυνήθιστοι χώροι (κρουαζιερόπλοια- κινηματογραφικά στούντιο)
- Αίθουσες τοπικών-δημόσιων φορέων(επιμελητηρίων, νομαρχίες, δήμων)
- Κέντρα εκπαίδευσης οργανισμών (ΚΕΚ, ινστιτούτα κ.ά.) (Μηλάκης, 2013)

Για την ορθή διοργάνωση ενός συνεδρίου είναι σημαντική η αρμονική σχέση μεταξύ των ανθρώπων που συμβάλλουν σε αυτό.

Πίνα 1: Διάρκεια συνεδρίου



Πηγή : www.iccaword.gr 2019

Στον πίνακα 2 αποτυπώνονται οι μέρες που διαρκεί συνήθως ένα συνέδριο. Το 44% είναι 4-5 μέρες, το 38% 3 μέρες και μόνο το 18% των συνεδρίων διαρκεί 8 μέρες.

Τα συνέδρια πραγματοποιούνται κατά τις εργάσιμες μέρες της εβδομάδας. Αυτό το γεγονός δίνει την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να εκμεταλλευτούν το σαββατοκύριακο για περαιτέρω παραμονή στον τόπο του συνεδρίου.

Σημαντικό κριτήριο στην επιλογή για τον τόπο που θα πραγματοποιηθεί ένα συνέδριο είναι η εύκολη πρόσβαση σε αυτό σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης του βασικού όγκου των συμμετεχόντων. Η χρονική απόσταση του τόπου προορισμού μπορεί να επηρεάσει την επιλογή του προορισμού, καθώς και τη διάρκεια του συνεδρίου. Η ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών για τη διοργάνωση συνεδρίου, η παροχή του απαραίτητου εξοπλισμού και η ύπαρξη του απαιτούμενου εξειδικευμένου προσωπικού αποτελούν επιπλέον παράγοντες για την απόφαση αυτή. Σπουδαίο ρόλο παίζουν επίσης και οι εκάστοτε κλιματολογικές συνθήκες, καθώς και η γενικότερη εικόνα του τόπου προορισμού. Η ύπαρξη ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, το πολιτιστικό και ιστορικό ενδιαφέρον, η πνευματική υπόσταση, ακόμα και η εμπορική διάθεση του τόπου απαρτίζουν κριτήρια επιλογής ενός συγκεκριμένου προορισμού (Σατσάκης, 2004).

Ο χώρος διεξαγωγής του συνεδρίου ποικίλει ανάλογα με το μέγεθος του συνεδρίου (π.χ., αριθμός χωρητικότητας αίθουσας). Μπορεί να πραγματοποιηθεί σε συνεδριακό κέντρο, ξενοδοχείο, ακαδημαϊκό ίδρυμα ή ακόμη και σε κάποιον άλλον εναλλακτικό χώρο.

Τα συνέδρια έχουν κοινωνικό ρόλο, επειδή οι συμμετέχοντες συναντούν φίλους, συναδέλφους ή άτομα που μπορούν να μοιραστούν την γνώση και την εμπειρία τους. Εκτός από τον εκπαιδευτικές και κοινωνικές πλευρές τα συνέδρια περιλαμβάνουν αναψυχή με πολλά φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα κατά την διάρκεια συνεδρίων πριν ή μετά.

Διασκέψεις- Συνδιασκέψεις

Οι όροι αυτοί είναι συνώνυμοι μεταξύ τους και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις σε μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων σε αυτό. Ισχύουν και όσα προαναφέρθηκαν για το συνέδριο. Μπορούν να πραγματοποιηθούν σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Ο συνηθέστερος όρος που χρησιμοποιείται για διάσκεψη είναι ο αγγλικός όρος «conference».

Συσκέψεις

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές σαν «round table conferences», δηλαδή συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης. Ο όρος υποδηλώνει ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα, ενώ με την καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό ή εκτελεστικό σώμα. Συσκέψεις πραγματοποιούνται από φορείς τόσο επιχειρηματικού όσο και μη επιχειρηματικού χαρακτήρα

Διαλέξεις-Ομιλίες

Στην περίπτωση αυτή γίνεται η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, με δομημένη οργάνωση και παρουσίαση, από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ή ειδικού ενδιαφέροντος, όπως επίσης και να επακολουθεί ή όχι συζήτηση. Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει και οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με πιο εύκαμπτη παρουσίαση και λιγότερη επισημότητα.

Ημερίδες

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μία ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις και συνήθως αποτελούν την έναρξη ενός συνεδρίου. Ημερίδες χαρακτηρίζονται συχνά τα συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, οι οποίες είναι πάντοτε ημερήσιας διάρκειας. Ο χρόνος που διαρκεί

είναι μια μέρα και ο αριθμός των συμμετεχόντων δεν μπορεί να ξεπερνά τα 400 άτομα καθώς υπάρχει προθεσμία εγγραφής και συγκεκριμένο όριο.

Σεμινάριο

Αποτελείται από μια σειρά διαλέξεων ή μαθημάτων. Παρουσιάζεται ένα συγκεκριμένο θέμα και αναλύεται από διάφορους σχετικούς του θέματος. Αποσκοπεί στη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων.

Webinar

Θεωρείται μια πρόσφατη εκδοχή του σεμιναρίου, αλλά σε ηλεκτρονική μορφή. Σκοπός είναι να δοθεί η ευκαιρία σε ομιλητές και ακροατές από απομακρυσμένες περιοχές να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο μέσω του διαδικτύου και να αναπτύξουν τις απόψεις τους. Εκτός από τη δυνατότητα παρακολούθησης του Webinar σε πραγματικό χρόνο – σε απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο (online) – είναι πάρα πολύ σημαντική και η δυνατότητα παρακολούθησης ορισμένων από αυτών της εγγραφής (video) τους, σε μεταγενέστερο χρόνο. Με αυτόν τον τρόπο, κάποιος που δεν κατέστη δυνατό να το παρακολουθήσει το συγκεκριμένο webinar, μπορεί να το κάνει σε μεταγενέστερο χρόνο ή να παρακολουθήσει εκ νέου το ηλεκτρονικό σεμινάριο όσες φορές θέλει.

Η διάρκεια ενός webinar είναι 60' και ο αριθμός των συμμετεχόντων εξαρτάται από το αν είναι ανοιχτό σε όλο το κοινό ή όχι.

Work Shops

Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας, που επιτρέπει την εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά μεγέθη 15-30 ατόμων, τα οποία συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την απόδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο, λύνοντας και συζητώντας σχετικά προβλήματα, αλλά και βρίσκοντας πιθανές λύσεις.

Meetings (συναντήσεις)

Έχει «πολιτογραφηθεί» σαν όρος και στη γλώσσα μας. Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδο-επιχειρηματικού ενδιαφέροντος, οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες εταιρικές ή επιχειρηματικές συναντήσεις.

Τηλεδιάσκεψη

Μια άλλη μορφή συνεδριακού τουρισμού με αξιόλογη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια είναι οι τηλεσυνεδριάσεις μέσω δορυφόρων. Κατά τη διάρκεια μιας τηλεδιάσκεψης, οι σύνεδροι μπορεί να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές ηπείρους και να συνεδριάζουν, να συνομιλούν και να αναλύουν τα θέματά τους, βλέποντας τους ομιλητές τους σε μόνιτορ.

Αυτή η μορφή συνεδριάσεων παρουσίασε μια σημαντική άνοδο κατά τη διάρκεια του πολέμου στον Περσικό Κόλπο και μετά από αυτόν λόγω του φόβου στις αεροπορικές μετακινήσεις. Τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει αυτή η μορφή συνεδρίων είναι ότι η τηλεδιάσκεψη θα πρέπει να είναι προγραμματισμένη αρκετές ημέρες λόγω της διαφοράς ώρας που υπάρχει στις χώρες που λαμβάνουν μέρος. Επίσης, το κόστος εξοπλισμού είναι αρκετά υψηλό, ενώ πρέπει να τονίσουμε ότι η τηλεδιάσκεψη δε θα μπορέσει ποτέ να αντικαταστήσει τη σημασία της προσωπικής επαφής (Βαρβαρέσος, 2000).

Τα βασικά είδη των συνεδρίων είναι:

- Επιστημονικά συνέδρια
- Εμπορικά-επαγγελματικά συνέδρια
- Πολιτικά-κομματικά συνέδρια
- Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών
- Σεμινάρια (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011)

Η πραγματοποίηση ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα, ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου. Οι φορείς διακρίνονται σε: α) μη επιχειρησιακού χαρακτήρα, β) με επιχειρησιακό χαρακτήρα.

- Μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

Στους φορείς αυτούς συμπεριλαμβάνονται επιμελητήρια, κρατικοί οργανισμοί, διεθνείς οργανισμοί. Είναι επίσης συνδικαλιστικές οργανώσεις και σωματεία, κοινωφελείς οργανισμοί, εθνικοτοπικοί σύλλογοι, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες. Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και συνήθως αυτό συμβαίνει στο χώρο

των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες «σύλλογος», «εταιρεία», «σύνδεσμος».

- Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδος νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και, φυσικά, οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί, εφόσον οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες του εξωτερικού. Οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται από αυτές τις επιχειρήσεις έχουν καθαρά ενδο-επιχειρησιακό χαρακτήρα και ονομάζονται επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα αποτελούν μια σημαντική αγορά με έντονο ενδιαφέρον (Λιόκαλου, 2002).

2.2.2 ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι εκθέσεις είναι παρουσιάσεις προϊόντων ή υπηρεσιών, με σκοπό την πληροφόρηση των επισκεπτών για τα συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι εκθέσεις μπορεί να έχουν περιεχόμενο που να αφορά το σύνολο του πληθυσμού (γενικές εκθέσεις) ή συγκεκριμένες ομάδες (ειδικές εκθέσεις). Επίσης, μπορεί να έχουν απήχηση σε συγκεκριμένο κοινό (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Διεθνής Έκθεση για την Τροφοδοσία και τον Εξοπλισμό Ξενοδοχείων και Μονάδων Μαζικής Εστίασης, HORECA.

Συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως τουρισμό πόλης ή μορφωτικό τουρισμό.

Οι εκθέσεις και τα συνέδρια συγκεντρώνουν χώρους για στελέχη επιχειρήσεων και συνεργάτες. Ο κύριος σκοπός της οργάνωσης μιας έκθεσης είναι να προσελκύσει την προσοχή και το ενδιαφέρον των επισκεπτών στα προϊόντα έκθεσης. Με βάση όλα τα παραπάνω, οι διοργανωτές και οι εκθέτες όχι μόνο προσπαθούν να φέρουν περισσότερη χαρά στους εκθέτες, αλλά να τους προσελκύσουν, ώστε να παραγγείλουν πάλι προϊόντα ή υπηρεσίες τους.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι χαρακτηρίζονται όχι μόνο από τους επισκέπτες τους, αλλά και από τους εκθέτες που λαμβάνουν μέρος σε αυτής. Επίσης στη λίστα

συμμετεχόντων μιας έκθεσης εντάσσονται και οι επίσημοι προσκεκλημένοι, καθώς και οι δημοσιογράφοι που αναλαμβάνουν το ρόλο να ενημερώσουν το κοινό για την εκθεσιακή εκδήλωση. Επίσης, οι χορηγοί, οι οποίοι επωμίζονται το κόστος της χρηματοδότησης της διοργάνωσης, ενώ παράλληλα διαφημίζονται, οι ομιλητές που συμμετέχουν στην εκδήλωση, αλλά και το προσωπικό τουριστικής οργάνωσης που είναι υπεύθυνο για τη διαμονή, τη διατροφή, την ψυχαγωγία και άλλα αποτελούν κυρίαρχο τμήμα της εκδήλωσης.

Στον πίνακα 2 διατυπώνονται οι χώροι διεξαγωγής μιας έκθεσης.

Πίνακας 2: Χώροι διεξαγωγής εκθέσεων

Αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα
Ξενοδοχεία με βοηθητικές αίθουσες
Ειδικές αίθουσες
Υπαίθριοι χώροι / ανοιχτές εκτάσεις

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011

Τα βασικά χαρακτηριστικά του εκθεσιακού τουρισμού είναι:

- Τα σημαντικά οικονομικά οφέλη

Η διεξαγωγή της έκθεσης έχει τεράστια οικονομικά οφέλη και από την έκθεση, αλλά και από τους τουρίστες, οι οποίοι επισκέπτονται την έκθεση αλλά παράλληλα διανυκτερεύουν στην περιοχή.

- Η προβολή του τόπου διεξαγωγής

Τα ΜΜΕ και οι παραβρισκόμενοι της έκθεσης διαφημίζουν μέσω των social media την έκθεση, με αποτέλεσμα να προσελκύσει ο τόπος όλο και μεγαλύτερο κοινό.

- Η εποχικότητα

Μια μεγάλη τουριστική έκθεση σε ένα νησί για παράδειγμα τον μήνα Νοέμβριο θα μειώσει αμέσως την εποχικότητα.

Τοπικά οφέλη, με έμφαση στην απασχόληση

Κατά τη διεξαγωγή μιας έκθεσης ανοίγονται νέες θέσεις εργασίας και ευκαιρίες (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007).

Για την ανάπτυξη όμως του εκθεσιακού τουρισμού απαιτείται η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα σύγχρονων εκθεσιακών χώρων, που είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι, διαθέτοντας τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, όπως εστιατόρια, καφετέριες και γραφείο εξυπηρέτησης για έναν προορισμό ώστε να αναπτυχθεί.

Μερικές από τις πιο γνωστές τουριστικές εκθέσεις της Ελλάδας είναι:

- GREEK PANORAMA – Alternative Tourism & Gastronomy
- Έκθεση Θεματικού Τουρισμού (Εναλλακτικού Τουρισμού) Γαστρονομίας και Οίνου
- HO.RE.CA. Τροφοδοσίας και Εξοπλισμού Ξενοδοχείων & Μαζικής Εστίασης
- PHILOXENIA Διεθνής Έκθεση Τουρισμού
- HOTELIA Ξενοδοχειακού & Επαγγελματικού Εξοπλισμού
- 100% Hotel Show 15 – 18 Νοεμβρίου 2019 MEC
- XENIA
- Athens International Tourism Expo 2019 (Μαραβέλιας, 2012).

Εκθέσεις κύρους

Οι μεγάλες εμπορικές εκθέσεις, όπως η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης, αποτελούν θεσμούς που έχουν κατακτήσει με το κύρος τους σημαντική θέση στην παγκόσμια αγορά. Ειδικές εκθέσεις τουρισμού, όπως η PHILOXENIA και πολλές άλλες, διοργανώνονται όλο το χρόνο σε πολλές περιοχές της χώρας, ελκύοντας τόσο τους

επαγγελματίες από όλο τον κόσμο, όσο και το κοινό, ζωντανεύοντας έτσι τον εκθεσιακό τουρισμό (www.visitgreece.gr).

2.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

Τα ταξίδια αυτά είναι ιδιαίτερα σχεδιασμένα και προσεγμένα που παρέχονται από μια επιχείρηση προς τους εργαζόμενους ή τους συνεργάτες εκείνους που κατάφεραν να φτάσουν κάποιους προκαθορισμένους στόχους. Σκοπός τους είναι να παρέχουν υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών, οι οποίες θα αποτελέσουν κίνητρο για την απόδοση των εργαζομένων και τη διεκδίκησή τους στο μέλλον («Επαγγελματικός Τουρισμός», Κραβαρίτης, Παπαγεωργίου, 2007).

Στις αρχές του 20ού αιώνα, στις ΗΠΑ, μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες χρησιμοποίησαν το ταξίδι-δώρο ως κίνητρο για τους εργαζόμενους τους, αρχικά με προορισμό γειτονικές πόλεις και, στη συνέχεια, και προς άλλες χώρες. Γύρω στα 1900 Αμερικάνοι μάνατζερ πρόσφεραν στους καλύτερους πωλητές ένα ταξίδι στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας τους (η οποία εμπορευόταν ταμειακές μηχανές και εδρεύει στο Οχάιο). Μερικά χρόνια αργότερα, το ταξίδι αυτό είχε ως προορισμό τη Νέα Υόρκη και καθιερώθηκε ως θεσμός. Περίπου 65 χρόνια αργότερα, στη Μεγάλη Βρετανία, η πολυεθνική εταιρία BT Global Communications βράβευσε τους τρεις καλύτερους εργαζόμενους της με ένα ταξίδι στο Σύδνεϋ (Λαζάνα, 2003:97-98).

Τα ταξίδια κινήτρων σχετίζονται με την πολιτική που ακολουθείται σε θέματα, αφενός, ανθρώπινου δυναμικού και, αφετέρου, προώθησης εργασιών της εταιρείας ή του φορέα, ο οποίος ενδιαφέρεται για την επιβράβευση των εργαζομένων του. Επιδιώκονται η αποτελεσματικότερη επίτευξη των επιχειρησιακών στόχων, η ανάπτυξη της επικοινωνίας και της συνεργασίας μεταξύ των στελεχών μια επιχείρησης-φορέα (Witt, Gammon, 1992). Εννοείται ότι κάθε στόχος πρέπει να είναι ρεαλιστικός και επιτεύξιμος, δηλαδή πραγματοποιήσιμος, καθορίζοντας επακριβώς το πλαίσιο στο οποίο ο εργαζόμενος μπορεί να κινηθεί για να επιτύχει (μετρώντας τις δυνάμεις του) (<https://sites.google.com/>).

Όσον αφορά τις μορφές κινήτρων που υπάρχουν είναι οι εξής:

Πίνακας 3: Μορφές κινήτρων

Ηθική επιβράβευση (προφορική)
Χρηματική επιβράβευση (bonus)
Επιβράβευση με την μορφή δώρου (υλικό αγαθό)
Επιβράβευση με τη μορφή ειδικών προσφορών (εκπτώσεων, εκπτώτικών κουπονιών)
Επιβράβευση με την μορφή ταξιδιού

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011

Το ταξίδι κινήτρων κατηγοριοποιείται σύμφωνα με τον αριθμό συμμετεχόντων κι αυτό γίνεται είτε σε ατομικό επίπεδο, όταν η εργασία δεν προϋποθέτει συνεργασία, δηλαδή οι εργαζόμενοι λειτουργούν περισσότερο αυτόνομα, είτε σε ομαδικό επίπεδο είτε σε ατομικό, όταν η επικοινωνία και η συνεργασία κρίνονται ως απαραίτητα στοιχεία για την επίτευξη του στόχου. Και στις δύο περιπτώσεις πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στην ανάδειξη της εμπειρίας του ταξιδιού.

Τα είδη των εταιρειών που χρησιμοποιούν τα ταξίδια κινήτρων είναι :

- αυτοκινητοβιομηχανίες
- εταιρείες καλλυντικών
- φαρμακευτικές εταιρείες
- εταιρείες ηλεκτρονικού εξοπλισμού
- ασφαλιστικές εταιρείες
- εταιρείες επίπλων

Οι χώροι διεξαγωγής των ταξιδιών αυτών μπορούν να είναι :

- κρουαζιερόπλοια
- ιστορικοί χώροι (πύργοι, αποθήκες, μουσεία)
- αθλητικοί χώροι (στάδια, γήπεδα, πίστες, ιππόδρομοι)
- θεματικά πάρκα

- Ξενοδοχειακά καταλύματα (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011)

2.2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ

Ως ατομικά επαγγελματικά ταξίδια ορίζονται τα ταξίδια που πραγματοποιούνται σε ατομική βάση, για τις ανάγκες της επιχείρησης, στην οποία εργάζεται ο επαγγελματίας –πωλητής (Γκρίμπα, 2005, Καραβίτης, Παπαγεωργίου, 2007).

Τα ατομικά επαγγελματικά ταξίδια συνηθίζονταν από αρχαιοτάτων χρόνων, με τη μορφή αγοραπωλησιών, συμφωνιών ή ανταλλαγής προϊόντων. Σε γενικές γραμμές, λοιπόν, σχετίζονταν με το εμπόριο, ενώ πρωτοπόροι του είδους υπήρξαν οι Αιγύπτιοι δημόσιοι υπάλληλοι, οι οποίοι μετακινούνταν στα όρια της επικράτειας, έχοντας συγκεκριμένους σκοπούς. Υπήρχε, μάλιστα, μια σύγχυση των ατομικών επαγγελματικών ταξιδιών με τις εκθέσεις. Όμως, είναι γεγονός ότι τα ταξίδια αυτά δεν εντάσσονται στο πεδίο των εκθέσεων, αλλά αποτελούν συγκεκριμένη κατηγορία, διότι γίνονται από μεμονωμένα άτομα, με στόχους συνήθως την πρώτη πώληση και την προώθηση προϊόντων ή τις επαγγελματικές συμφωνίες μεταξύ εταιρών (Γκρίμπα, 2005).

Οι εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση πραγματοποιούν ταξίδια, τα οποία έχουν σκοπό να καλύψουν τη στρατηγική δραστηριότητα της επιχείρησης. Τα ταξίδια αυτά περιλαμβάνουν επιμορφωτικούς λόγους στον τομέα της επιχείρησης, προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών της, συνεργασίες με τοπικά στελέχη υποκαταστημάτων της επιχείρησης, παρουσιάσεις εξελίξεων, καθώς και ενημέρωση ως προς το τεχνολογικό κομμάτι (Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007).

Στις παρακάτω εικόνες διατυπώνονται κάποια στατιστικά για τα ατομικά και τα επαγγελματικά ταξίδια του 2018.

Στην κατηγορία των επαγγελματικών ταξιδιών, το 67,7% ταξιδεύει στο εσωτερικό και το υπόλοιπο 32,3% στο εξωτερικό. Όσον αφορά τα προσωπικά ταξίδια, το μεγαλύτερο ποσοστό είναι συγκεντρωμένο στα ταξίδια του εσωτερικού, και, πάλι, και μόνο το 12,6% φαίνεται ότι ταξιδεύει στο εξωτερικό.



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2018

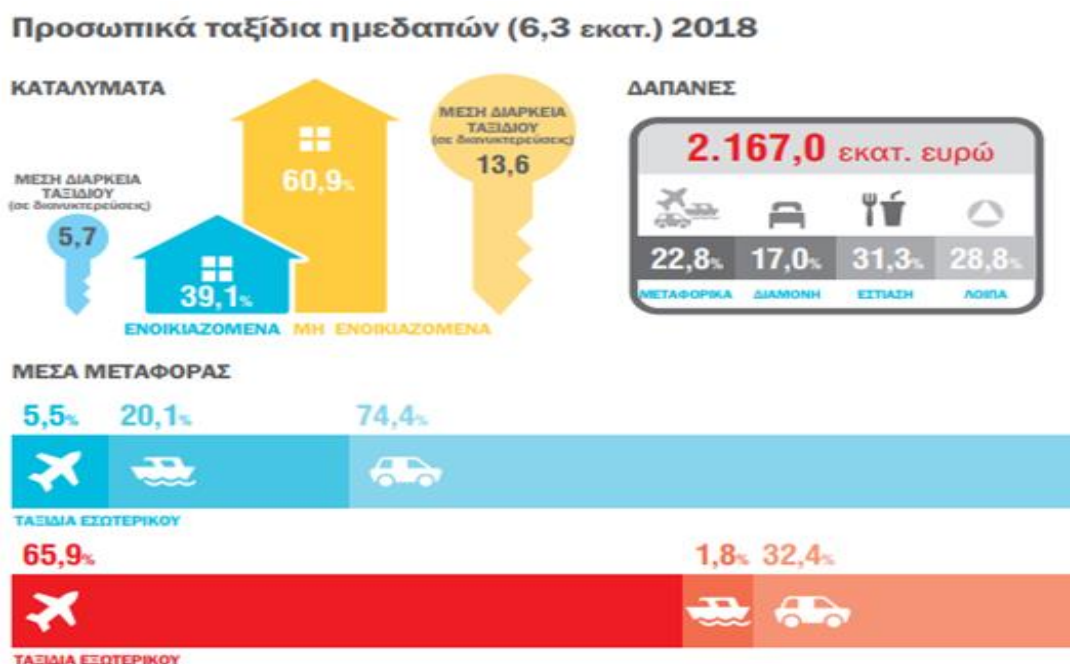
Η μέση διάρκεια ενός προσωπικού(ατομικού)ταξιδιού (σε διανυκτερεύσεις) σε ενοικιαζόμενα καταλύματα είναι στα 5,7 ημέρες. Το 39,1% προτιμά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια για να διανυκτερεύσει, ενώ το 60,9% προτιμά τα μη ενοικιαζόμενα. Κατά συνέπεια, φαίνεται η προτίμηση των τουριστών στα μη ενοικιαζόμενα δωμάτια, όπου η μέση διάρκεια παραμονής σε αυτά είναι 13,6 μέρες.

Οι δαπάνες των τουριστών για τα ατομικά ταξίδια το 2018 ήταν 2.167 εκατομμύρια ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι τουρίστες διαθέτουν το 22,8% των χρημάτων τους στο κόστος μεταφοράς προς τον προορισμό, ενώ το 17% των χρημάτων το ξοδεύουν στα καταλύματα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των χρημάτων (31,3%) διατίθεται για την εστίαση. Τέλος το 28,8% των χρημάτων διατίθεται για λοιπές υπηρεσίες.

Τα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποιούνται για τα ατομικά ταξίδια του εσωτερικού είναι σε ποσοστό 74,4%, με δημοφιλέστερο τρόπο μετακίνησης το αυτοκίνητο. Είναι ένα λογικό ποσοστό, γιατί τα περισσότερα συνεδριακά κέντρα βρίσκονται στη χερσαία Ελλάδα, οπότε είναι ευκολότερη η πρόσβαση οδικώς. Το 20,1% χρησιμοποιεί το πλοίο και μόνο το 5,5% το αεροπλάνο.

Τα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποιούνται για τα ατομικά ταξίδια του εξωτερικού, είναι σε ποσοστό 65,5% το αεροπλάνο. Είναι βολικό και γρήγορα μέσο και συνδέει την

Ελλάδα με την Ευρώπη, καθώς και άλλες περιοχές. Το 32,4% χρησιμοποιεί το αμάξι και μόνο το 1,8% το πλοίο.



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2018

2.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΕΜΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην σύγχρονη εποχή, οι αναπτυγμένες αλλά και οι αναπτυσσόμενες χώρες χρησιμοποιούν για την αναπτυξιακή τους πορεία μεθοδολογικές αρχές, που καθορίζουν τα πλαίσια των στρατηγικών σχεδίων των υπηρεσιών, των οργανισμών, των ιδρυμάτων και γενικότερα κάθε φορέα που υπάρχει σε μια επικράτεια.

Κάθε φορέας, δημόσιος, κοινής ωφέλειας, αλλά και ιδιωτικός, οι φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και άλλα (οι stakeholders γενικά) συντάσσουν ή πρέπει να συντάσσουν στρατηγικά σχέδια ανάπτυξης, με συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα και με συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους.

Σε κάθε περίπτωση, ο φορέας καθορίζει τις προϋποθέσεις ανάπτυξης, προσδιορίζει τις ηθικές, πνευματικές, πολιτιστικές και άλλες αξίες στις οποίες στηρίζεται, διατυπώνει ένα καθοδηγητικό όραμα και ορίζει την αποστολή του.

Μέσα στα πλαίσια της απαιτούμενης αυτογνωσίας, ο φορέας καταγράφει την υφιστάμενη κατάσταση, μελετά τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της λειτουργίας

του και διατυπώνει τους στρατηγικούς στόχους, πάνω στους οποίους θα στηριχθεί η ανάπτυξή του (<http://www.serresbiz.com/>).

Σύμφωνα με τον Bryson, στρατηγικός σχεδιασμός είναι η προσπάθεια παραγωγής βασικών αποφάσεων και ενεργειών, που διαμορφώνουν και καθοδηγούν μια επιχείρηση ή έναν προορισμό.

Η έννοια της στρατηγικής και του σχεδιασμού είναι πολύ σημαντική για το συνεδριακό τουρισμό, κι αυτό διότι η στρατηγική:

- θέτει κατευθύνσεις
- υποστηρίζει τη λήψη ομοιόμορφων αποφάσεων
- συγκεντρώνει την προσπάθεια και συντονίζει δραστηριότητες
- ορίζει τον οργανισμό και τη θέση του απέναντι στον ανταγωνισμό
- μειώνει την αβεβαιότητα
- μπορεί να προσδώσει ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Παπαδάκης, 2016)

Ο στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη μιας μορφής τουρισμού είναι πολύ σημαντικός και απαιτεί μια συγκεκριμένη διαδικασία. Αρχικά, βασικό στοιχείο είναι ο έλεγχος και η αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης, ώστε να αντιληφθεί κανείς το επίπεδο ανάπτυξης του προορισμού. Στην ανάλυση αυτή περιλαμβάνεται η εξέταση της προσφοράς και της ζήτησης. Δεύτερο βήμα είναι να διατυπωθούν τα θετικά και τα αρνητικά του κλάδου. Με αυτό τον τρόπο ξεκαθαρίζουν και οι στόχοι που πρέπει να τεθούν. ώστε να απαλλαγεί από τα μειονεκτήματα που είναι και το τελευταίο βήμα του σχεδιασμού.

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού θέλουν ειδική διαχείριση και συγκεκριμένο προγράμματα σχεδιασμού. Ο λόγος για τον αειφόρο τουρισμό και την ανάπτυξή του δεν έχει απλουστευθεί πλέον σε σχέση με της Triple Bottom Line (TBL) (Elkington, 1997), ωστόσο περιλαμβάνει τους stakeholders. Επιδιώκοντας την αειφορία, ο Byrd (2007) τόνισε ότι η επιτυχία του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ενεργό συμμετοχή των ενδιαφερομένων στο σύνολο της διαδικασίας. Σύμφωνα με τον Björk (2000), ο βιώσιμος τουρισμός συνεπάγεται εκτεταμένη συνεργασία μεταξύ τουριστικών εταιρειών, τουριστικών προορισμών και αρχών (εθνικών, περιφερειακών, τοπικών) για να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις και να παραμείνει ανταγωνιστικός (Angelkovaetal,2012).

Εκτός από τον προσδιορισμό των stakeholders, ο Murphy (1985) , εισήγαγε την αξία της συμμετοχής των ενδιαφερομένων. Όπως προτείνεται, ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη του τουρισμού απαιτούν να «εμπλακούν περισσότεροι παράγοντες, όσοι είναι ειδικοί και εκείνοι που επηρεάζονται» .

Ο Gunn (1994) τόνισε την αξία της υποστήριξης των ενδιαφερομένων από επιχειρηματίες, πολίτες και ηγέτες της κοινότητας. Ομοίως, ο Arnstein (1969), τόνισε την αξία του περαιτέρω προσδιορισμού του επιπέδου συμμετοχής μεταξύ των ενδιαφερομένων σε διάφορες διαδικασίες συνεργασίας. Η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μπορεί να αποφύγει συγκρούσεις μεταξύ ομάδων ενδιαφερομένων που συμμετέχουν στην τουριστική ανάπτυξη (Healey, 1998).

Stakeholders

Οι εμπλεκόμενοι φορείς κατά τη διαδικασία διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι οι πελάτες, οι προμηθευτές και οι ενδιάμεσοι και ασκούν μεγάλη επιρροή στον σχεδιασμό ενός προορισμού και την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου (INΣΕΤΕ 2021).

Πελάτες (Corporate Buyers)

1.Επιχειρήσεις

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν όλες οι επιχειρήσεις μοναδικό σκοπό το κέρδος. Πιο συγκεκριμένα, στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν οι εξής εταιρείες:

- Με φαρμακευτικές ή ιατρικές υπηρεσίες
- Εταιρείες με φαρμακευτικά καύσιμα
- Χρηματοοικονομικές επιχειρήσεις
- Ηλεκτρονικά είδη
- Κατασκευαστικές
- Ταξίδια και μεταφορές
- Χονδρική και λιανική διανομή προϊόντων και υπηρεσιών

2.Επαγγελματικές Ενώσεις

Είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί στους οποίους συγκαταλέγονται:

- Εμπορικοί και επαγγελματικοί οργανισμοί (Δικηγορικοί Σύλλογοι, Ιατρικοί Σύλλογοι κ.λπ.)
- Οργανισμοί Εθελοντικού χαρακτήρα
- Φιλανθρωπικές οργανώσεις
- Πολιτικά κόμματα
- Σωματεία και συνδικάτα

3. Δημόσιοι ή Ιδιωτικοί Φορείς

- Κυβερνήσεις
- Κρατικές υπηρεσίες
- ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα

Προμηθευτές

Είναι όλες οι ιδιωτικού χαρακτήρα επιχειρήσεις που παρέχουν τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους για τη διενέργεια μιας συνεδριακής εκδήλωσης. Πιο συγκεκριμένα είναι οι:

- Συνεδριακά κέντρα (ιδιωτικές επιχειρήσεις, δημόσιοι χώροι, όπως πανεπιστήμια, κτλ)
- Εκθεσιακά κέντρα
- Ξενοδοχεία
- Εταιρείες μεταφορών
- Εταιρείες οπτικοακουστικών μέσων
- Εταιρείες θεμάτων και εκδηλώσεων
- Εστιατόρια
- Παροχές δραστηριοτήτων
- Μεταφραστές
- Ξεναγοί

Ενδιάμεσοι

Η βιομηχανία του συνεδριακού τουρισμού συνδέει τις επιχειρήσεις με τον τουρισμό. Στα πλαίσια της συγκεκριμένης βιομηχανίας δραστηριοποιούνται και τα διάφορα γραφεία διοργάνωσης.

1. Επαγγελματίες Διοργανωτές Συνεδρίων PCOs.

Προσφέρουν μία πιο σύνθετη υπηρεσία στους πελάτες τους. Για παράδειγμα, μία εταιρεία PCO έχει ως επιχειρηματικό στόχο να παρέχει υπηρεσίες συμβουλευτικής και διαχείρισης συνεδρίων. Δεν αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους παρά μόνο την οργάνωση και οι υποχρεώσεις τους. Ο PCO θα πρέπει να βρίσκεται διαρκώς σε εγρήγορση, τόσο πριν την άφιξη όσο και κατά τη διάρκεια διεξαγωγής του συνεδρίου και να είναι σε ετοιμότητα να δώσει λύση σε οτιδήποτε προκύψει. Πιο συγκεκριμένα, τα καθήκοντά τους είναι τα εξής:

- Εύρεση συνεδριακού χώρου, βάση του προϋπολογισμού.
- Τεχνική υποστήριξη, διακόσμηση, οπτικοακουστικού εξοπλισμού, κτλ.
- Οργάνωση συνεδριακού προγράμματος, καθώς και εναλλακτικού στην περίπτωση που υπάρχουν συνοδοί.
- Αποστολή αναλυτικού προγράμματος πριν τη διεξαγωγή.
- Συμμετοχή στην κατασκευή λογοτύπου, αφισών, μέσων διαφήμισης και προβολής του συνεδρίου.

2.DMCs

Είναι τοπικές εταιρείες και η έδρα τους είναι ο τόπος προορισμού του συνεδριακού ταξιδιού. Γνωρίζουν την αγορά και τους προμηθευτές και έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με σημαντικούς τοπικούς παράγοντες.

3.Εταιρείες εύρεσης συνεδριακών χώρων.

Είναι εταιρείες που ερευνούν και προτείνουν στους αγοραστές τους πιο κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους για να διεξαχθεί το συνέδριο. Προτείνουν χώρους έχοντας συγκεντρώσει από τον αγοραστή στοιχεία όπως, ο προϋπολογισμός, ο αριθμός των συμμετεχόντων, η επιθυμητή περιοχή, οι επιθυμητές ημερομηνίες διεξαγωγής, κτλ.

4.Λοιποί ενδιάμεσοι.

Είναι οι πάροχοι διάφορων ειδών υπηρεσιών όπως ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού, μεταφράσεων, catering κ.λπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ

Η ICCA (International Congress and Convention Association), η κορυφαία βιομηχανία συνεδρίων και εκδηλώσεων, δημοσίευσε τον ετήσιο αριθμό συνεδρίων του οργανισμού. Μόνο οι διεθνείς οργανισμοί συνεδρίων που πληρούν 3 κριτήρια που διατηρούνται συνεχώς, περιστρέφονται μεταξύ τουλάχιστον 3 χωρών και έχουν το λιγότερο 50 συμμετέχοντες.

Ο συνεδριακός τουρισμός απαιτεί ποιοτικά χαρακτηριστικά των προορισμών, χώρες με κοινωνική και πολιτική σταθερότητα, πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία, ξενοδοχειακές υποδομές, δυνατότητα οργάνωσης αξέχαστων εκδηλώσεων κ.α. (Ceteci, 2006:23).

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια ακμάζουσα μορφή τουρισμού στο διεθνή χώρο. Οι πιο δημοφιλείς προορισμοί για την μορφή αυτή είναι τα αστικά κέντρα, οι παράκτιες περιοχές, όπου προσφέρουν επαρκή χώρο, ποιοτικές εγκαταστάσεις διαμονής και υψηλό επίπεδο ασφάλειας και προσβασιμότητας.

Σύμφωνα με το Pacific World Destination Index, η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στους 4 top προορισμούς συνεδρίων και εκδηλώσεων στην περιοχή EMEA (Ευρώπη, Μ. Ανατολή, Αφρική) για τον Ιούνιο του 2017.

Ο δείκτης Προορισμών Pacific World βασίζεται σε περισσότερες από 5.000 αναζητήσεις από όλο τον κόσμο, για τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, καθώς και σε σχόλια που λαμβάνει από συνέδρους.

Στην περιοχή της Αμερικής, ο νούμερο 1 προορισμός για συνεδριακό τουρισμό είναι το Las Vegas, ενώ ακολουθεί το San Antonio και στην 3η θέση το Orange County. Στην περιοχή μεταξύ Ευρώπης, Μέσης ανατολής και Αφρικής, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα είναι ο νούμερο ένα προορισμός. Στην θέση 2 είναι η Γερμανία και 3η έρχεται η Ισπανία. Στην Ασία την 1η θέση για τουρισμό συνεδρίων και εκθέσεων κατέχει η Κίνα, ακολουθεί το Hong Kong και μετά η Ινδονησία.

Εικόνα 1. Συνεδριακοί προορισμοί στον κόσμο






Πηγή: www.synedrio.gr 2017

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα διατυπώνεται οι κατατάξεις χωρών και πόλεων με βάση των αριθμό των συνεδρων για το 2019 που εμφανίζεται στις χώρες και στις πόλεις.

Πίνακας 4: Κατάταξη της επικράτειας της χώρας με συνολικό αριθμό meeting για το 2019

Worldwide ranking: number of meetings per country

Rank	Country	#Meetings in 2019
1	U.S.A.	934
2	Germany	714
3	France	595
4	Spain	578
5	United Kingdom	567
6	Italy	550
7	China-P.R.	539
8	Japan	527
9	Netherlands	356
10	Portugal	342
11	Canada	336
12	Australia	272
	Business Events Australia	www.australia.com/businessevents/
13	Republic of Korea	248
14	Belgium	237
14	Sweden	237
	Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)	www.myswitzerland.com/meetings   

Πηγή: www.iccaword.gr 2019

Στην 1η θέση βρίσκεται η Αμερική, εφόσον συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό συνεδρίων(934).Έπειτα ακολουθεί η Γερμανία με 714 συνέδρια για το 2019. Μετά βρίσκεται η Γαλλία, η Ισπανία και στην 5η θέση η Αγγλία. Την 6η θέση με 550 συνέδρια λαμβάνει η Ιταλία, ενώ ακολουθούν η Κίνα, Ιαπωνία, Ολλανδία και 10η έρχεται η Ολλανδία. Η 11^η θέση αντιστοιχεί στον Καναδά,12η βρίσκεται η Αυστραλία 13η θέση για την Κορέα με 248 συνέδρια και 14η θέση μαζί Σουηδία και Βέλγιο.

3.1 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η Ευρώπη, λόγω της ευνοϊκής γεωγραφικής της θέσης, αποτελεί πόλο έλξης για τους τουρίστες, αλλά και πολλές ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και όχι μόνο γίνονται σημαντικά κέντρα για τη διοργάνωση μεγάλου αριθμού συνεδρίων. Πιο συγκεκριμένα, στον πίνακα 7 υπάρχει η κατάταξη για τον αριθμό συνεδρίων που έλαβαν χώρα το 2019 στην Ευρώπη.

Πίνακας 5: Ευρωπαϊκές χώρες και αριθμός συνεδρίων 2019

Europe ranking: number of meetings per country

Rank	Country	#Meetings in 2019
1	Germany	714
2	France	595
3	Spain	578
4	United Kingdom	567
5	Italy	550
6	Netherlands	356
7	Portugal	342
8	Belgium	237
8	Sweden	237
10	Austria	231
11	Switzerland	221
	Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)	www.myswitzerland.com/meetings
12	Poland	213
	Polish Tourism Organisation - Poland Convention Bureau	www.pot.gov.pl/en/online-site-inspection
13	Denmark	202
13	Greece	202
15	Czech Republic	171
16	Finland	168
17	Norway	151
18	Ireland	147
19	Croatia	123
20	Russia	117

Πηγή: www.iccaword.gr 2019

Η Γερμανία είναι η χώρα που οργανώνει τα περισσότερα συνέδρια στην Ευρώπη, με 714 συνέδρια για το 2019. Ακολουθούν η Γαλλία, η Ισπανία, η Αγγλία και 5η θέση έχει η Ιταλία με 550 συνέδρια. Η Ελλάδα το 2019 κατείχε την 13η θέση μαζί με τη Δανία.

Οι χώρες αυτές διακρίνονται για διάφορα χαρακτηριστικά, γίνονται αγαπητές από τον κόσμο και έτσι διεξάγονται τα περισσότερα συνέδρια στις περιοχές αυτές.











Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα, το Παρίσι καταλαμβάνει την 1η θέση, ως την πόλη με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα για το 2019. Η πρωτεύουσα της Γαλλίας δεν αποτελεί μόνο ένα βασικό πόλο έλξης για τους τουρίστες λόγω των αξιοθέατων που παρουσιάζει, αλλά αποτελεί και ένα σημαντικό κέντρο δύναμης και επιχειρήσεων. Λόγω της πολιτισμικής σπουδαιότητας, της εύκολης προσβασιμότητας και των επιβλητικών συνεδριακών κέντρων, η Γαλλία και συγκεκριμένα το Παρίσι είναι χωρίς καμία αμφιβολία ο προορισμός όπου επισκέπτονται οι περισσότεροι τουρίστες για να παρακολουθήσουν συνέδρια. Στην 2η, 4η και 5η Θέση βρίσκονται η Λισαβόνα, η Βαρκελώνη και η Μαδρίτη. Η πρωτεύουσα της Ισπανίας καλωσορίζει τις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές εκδηλώσεις κάθε χρόνο. Η Μαδρίτη προσφέρει μια πολύ καλή υποδομή, όπως το IFEMA, αλλά και πολύ καλά ξενοδοχεία για τη διοργάνωση της εκδήλωσής σας, όπως το The Madrid Marriott Auditorium Hotel, το The Eurostars Madrid Tower ή το NH Collection Madrid Eurobuilding. Επίσης και η Βαρκελώνη είναι μια μεγάλη περιοχή της Ισπανίας, η οποία δέχεται εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο όχι μόνο για απλό τουρισμό, αλλά και για την πραγματοποίηση πολλών συνεδρίων.

Η Λισαβόνα στην Πορτογαλία είναι επίσης μια πολύ μοντέρνα πόλη, ζωντανή και δυναμική, προσελκύοντας πολλούς τουρίστες κάθε χρόνο από όλο τον κόσμο. Παράλληλα, όμως, είναι και έδρα πολλών νεοσύστατων επιχειρήσεων, που την επέλεξαν και για διάφορους άλλους λόγους, όπως είναι οι καλές υποδομές της, η ποιότητα ζωής, το μεσογειακό κλίμα και άλλα. Την τρίτη θέση για την αυξημένη επισκεψιμότητα των συνεδρίων κατέχει το Βερολίνο, στη Γερμανία, το οποίο είναι μια χώρα με αεροπορικές διασυνδέσεις με πολλές χώρες του κόσμου. Αυτό την κάνει να έχει μία δυναμική παρουσία στην αγορά, αλλά και να αποτελεί κόμβο για την ευρωπαϊκή οικονομία. Στην 6η θέση βρίσκεται η Βιέννη, η οποία χτίζει μια εξαιρετική φήμη ως πόλη για τη διοργάνωση επιχειρηματικών συναντήσεων, διατηρώντας την κορυφαία θέση της στον τομέα του τουρισμού κάθε χρόνο.

Η Αθήνα βρίσκεται στην 17η θέση. Έχει να ανταγωνιστεί ισχυρές χώρες με ιδιαίτερη προσφερόμενη αξία. Η γεωγραφική θέση της, το κλίμα και οι υποδομές της την κατατάσσουν σε αυτή την θέση. Βέβαια έχει να προσφέρει πολλά περισσότερα, όπως αξιοθέατα, κλίμα, φαγητό, νησιά, καθώς και πολλές άλλες ευκαιρίες για τους τουρίστες ή για τους συμμετέχοντες σε συνέδρια που θέλουν να συνδυάσουν το συμμετοχή τους σε συνέδρια με τον τουρισμό.

Πιο συγκεκριμένα, ο συνδυασμός του συνεδρίου με άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο αστικός τουρισμός, με την επίσκεψη στο αστικό κέντρο της Αθήνας, καθώς και πολιτιστικός τουρισμός, με την επίσκεψη σε μνημεία και μουσεία μπορούν να αποτελέσουν ευκαιρία για την αγορά της Αθήνας. Εκτός από την Αθήνα, η Ελλάδα έχει και άλλα αξιόλογα συνεδριακά κέντρα σε πολλές περιοχές της χώρας, όπως πχ. στη Θεσσαλονίκη, στη Ρόδο και σε άλλα μέρη.

Πίνακας 6: Οι πόλεις με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα συνέδρων για το 2019

	1	Paris
	2	Lisbon
	3	Berlin
	4	Barcelona
	5	Madrid
	6	Vienna
	7	Singapore
	8	London
	9	Prague
	10	Tokyo
	11	Buenos Aires
	12	Copenhagen
	13	Bangkok
	14	Amsterdam
	15	Seoul
	16	Dublin
	17	Athens
	18	Rome
	19	Taipei
	20	Sydney, NSW

Πηγή: www.iaccaword.gr 2019

Η Ε.Ε λοιπόν, αναγνωρίζοντας τη σπουδαιότητα του κλάδου για την οικονομία των χωρών μελών, έχει στραφεί σε προσπάθειες βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των κρατών – μελών όσον αφορά τον τουρισμό, και ενισχύει τα επενδυτικά προγράμματα που προωθούν την ισόρροπη ανάπτυξη του σε σχέση με τους λοιπούς τομείς της οικονομίας (νόμος 2020/2038(INI) (<https://www.europarl.europa.eu/>).

3.2 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

Η βιομηχανία MICE(Meetings Incentives Conferences Exhibitions) είναι εκτεταμένη και ταχέως αναπτυσσόμενη εταιρεία (Ladkin and Spiller, 2000:1). Η Αμερική πάντα

αποτελούσε προορισμό ταξιδιών με επαγγελματικούς λόγους και θεωρείται ότι και ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια ακμάζουσα μορφή για τον προορισμό αυτό.

Casestudy: Συνεδριακού τουρισμού στην Αμερική.

Μελέτη περίπτωσης της Νέας Ορλεάνης.

Βασικός στόχος στο μάρκετινγκ για την προώθηση ενός προορισμού είναι ανεπτυγμένα τα συνέδρια είναι ο ρόλος του CVB (Conference Visitors Bureau). Το CVB εξυπηρετεί να ενεργεί ως ένα ενιαίο μέρος για πληροφορίες που σχετίζονται με όλες τις πτυχές του προορισμού και των συνεδριακών εγκαταστάσεων, που ασχολούνται με μια ολόκληρη σειρά από πτυχές, όπως πληροφορίες για διαμονή, μεταφορά, χάρτες και εγκαταστάσεις. Όλο και περισσότερο, τα γραφεία έχουν αναπτύξει ισότοπους ως το κύριο σημείο επαφής και μπορούν να παρέχουν στον χρήστη πληροφορίες σχετικά με τις διάφορες πτυχές. Ένα τέτοιο CVB με ένα καλά ανεπτυγμένο ισότοπο είναι το New Orleans Convention and Visitor Bureau, το οποίο παρέχει όλες τις πληροφορίες που μπορεί να απαιτούνται για κάποιον που επιθυμούν να μάθουν για τα διάφορα χαρακτηριστικά και τις εγκαταστάσεις του προορισμού και του χώρου. Ο στόχος του CVB της Νέας Ορλεάνης είναι να προσφέρει υπηρεσίες και πληροφορίες για τους επισκέπτες στη Νέα Ορλεάνη.

Με το παραπάνω casestudy προκύπτει ότι η Αμερική κατέχει την 1η θέση για τον συνεδριακό τουρισμό, κι αυτό διότι υπάρχει καλή οργάνωση. Άλλωστε, είναι πολύ βασικό ο τουρίστας που θα επισκεφθεί την Αμερική να μπορέσει να αποκτήσει την μέγιστη εμπειρία. Για παράδειγμα, αν κάποιος παρευρεθεί σε κάποιο μέρος της χώρας για να συμμετάσχει σε ένα συγκεκριμένο συνέδριο, μπορεί παράλληλα να έχει την ευκαιρία να πάρει μέρος και σε διάφορες τουριστικές δραστηριότητες, όπως επισκέψεις σε κοντινά και ενδιαφέροντα μέρη, επισκέψεις σε μουσεία και άλλα αξιοθέατα, ώστε να δημιουργήσει μία πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τη χώρα και να θελήσει να την επισκεφθεί ξανά στο μέλλον.

Υπάρχουν διάφοροι οργανισμοί και σωματεία, τα οποία έχουν ενεργό ρόλο στον συνεδριακό τουρισμό. Για παράδειγμα, το IATC (Intern American Travel Congress) είναι το κύριο φόρουμ για το διάλογο και τη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής. Το Συνέδριο σχεδιάστηκε για να προωθήσει την αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού στην Αμερική, μέσω της διοργάνωσης μιας σειράς ημισφαιρικών συνεδρίων, που ασχολούνται με σχετικά τεχνικά θέματα και αναπτύσσοντας τη συνεργασία μεταξύ των ΗΠΑ στην τουριστική βιομηχανία. Μέσω αυτού του φόρουμ επιτυγχάνεται η απόκτηση γνώσεων αποτελώντας βασικό πυλώνα ιδεών και απόψεων για μελλοντικές ενέργειες.

Επιπλέον, η Governors Conference είναι η μεγαλύτερη ετήσια τουριστική συγκέντρωση της Νότιας Καρολίνας, που προσφέρει συνεδρίες σχετικά με τις αναδυόμενες τάσεις των καταναλωτών και τη στρατηγική μάρκετινγκ του τουρισμού, με σκοπό να βοηθήσει την ανάπτυξη του τουρισμού. Τέλος, ένας ακόμη οργανισμός που διοργανώνει επαγγελματικά συνέδρια είναι ο IAPCO. Μέσω αυτού μπορεί μια αμερικάνικη επιχείρηση να αποκτήσει νόημα και να συμμετάσχει σε συνέδρια, ελκύνοντας συμμετέχοντες από όλο τον κόσμο, με αποτέλεσμα την αναγνωσιμότητα της επιχείρησης.

Ο παρακάτω πίνακας αποτυπώνει τον αριθμό των συνεδρίων στη Λατινική και τη Βόρεια Αμερική.

Πίνακας 7: Αριθμός συνεδρίων στην Λατινική και Βόρεια Αμερική

Latin - & North America rankings: number of meetings per country

Rank	Country	#Meetings in 2019
1	U.S.A.	934
2	Canada	336
3	Argentina	214
4	Brazil	209
5	Mexico	197
6	Colombia	154
7	Chile	108
8	Peru	100
9	Uruguay	56
10	Costa Rica	48
11	Ecuador	44
12	Panama	38
13	Paraguay	34
14	Bolivia	28
15	Dominican Republic	26
16	Guatemala	23
17	Cuba	14
18	Honduras	12
19	Puerto Rico	11
20	El Salvador	10
21	Jamaica	9
	Others	28
	Totals	2.633

Πηγή: www.iacca-statistics.com 2019

Οι Ηνωμένες Πολιτείες βρίσκονται στην πρώτη θέση στην κατάταξη με 934 συνέδρια για το έτος 2019. Στην 2η θέση είναι ο Καναδάς με 336 συνέδρια, πολύ λιγότερα από τον αριθμό των Πολιτειών. Τρίτη θέση σε αριθμό συνεδρίων έχει η Αργεντινή, ενώ ακολουθεί η Βραζιλία και το Μεξικό βρίσκεται στην 6η θέση. Η Κολομβία, η Χιλή και το Περού είναι 6η, 7η και 8η στην κατάταξη αντίστοιχα, με μικρό αριθμό συνεδρίων (το λιγότερο 100 συνέδρια). Από την 9η θέση και έπειτα στην Ουρουγουάη και στις χώρες που βρίσκονται παρακάτω στην κατάταξη ο αριθμός συνεδρίων ήταν μικρότερος, με την Τζαμάικα στην τελευταία θέση η οποία οργανώνει τα λιγότερα συνέδρια.

3.3 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το Sydney Convention & Visitors Bureau και η Συντονιστική Ομάδα Φιλοξενίας κατέγραψε μεγάλο ποσοστό αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού, αλλά και αύξηση συνεδρίων, τόσο στο Σύδνεϋ, όσο και σε ολόκληρη την Αυστραλία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα συνεδριακού τουρισμού αποτελεί η πόλη του Σύδνεϋ, που χρησιμοποίησε προς όφελός της αλλά και προς όφελος της χώρας γενικότερα τη θετική φήμη (μέσω προγραμμάτων δημοσιότητας), που οφειλόταν στην ανάληψη και τη διοργάνωση της Ολυμπιάδας (Γκρίμπα, 2005:113-114, Καρκαβίτης και Παπαγεωργίου, 2007:38).

Ένα ακόμη παράδειγμα συνεδριακού τουρισμού αποτελεί το διετές Συνέδριο της ICCA. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη τακτική συγκέντρωση διεθνών ειδικών επίλυσης διαφορών σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι επαγγελματίες και οι ακαδημαϊκοί από όλο τον κόσμο συγκεντρώνονται για μια περίοδο αρκετών ημερών, για να παρουσιάσουν και να συζητήσουν έγγραφα σχετικά με διάφορες πτυχές της διεθνούς επίλυσης διαφορών. Τα συνέδρια της ICCA είναι γνωστά για την τόνωση της ανάπτυξης στον τομέα της διεθνούς διαιτησίας και εξυπηρετούν τόσο τους νεοεισερχόμενους όσο και τους ειδικούς στην κοινότητα επίλυσης διαφορών (<https://www.iccaworld.org>).

Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA, η Βαρκελώνη αποτελεί ένα από τα πλέον επιτυχημένα παραδείγματα εδραίωσης ενός προορισμού ως προορισμού συνεδριακού τουρισμού. Η διαφημιστική καμπάνια εκμεταλλεύτηκε την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων από την πόλη ήδη από την ημερομηνία ανάληψής τους, ενώ δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι το 1993 (τον επόμενο χρόνο των Ολυμπιακών Αγώνων, η πόλη αναδείχθηκε πρώτος συνεδριακός προορισμός στην Ευρώπη (Τσάρτας, 2015).

Τέλος, το Βερολίνο αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον παράδειγμα της αύξησης της ζήτησης για συνεδριακό τουρισμό, γεγονός το οποίο συνδέεται τόσο με την εντυπωσιακή καμπάνια προβολής της πόλης, της μετατροπής της σε συγκοινωνιακό «κόμβο» της Κεντρικής Ευρώπης όσο και της προσφοράς ποιοτικών υπηρεσιών σε παράλληλες εκδηλώσεις ψυχαγωγικού και πολιτιστικού περιεχομένου (Τσάρτας, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι ένας τόπος πολιτισμού, τέχνης και επιστήμης. Η μακραίωνη συμβολή της στο παγκόσμιο γίνεσθαι, σε συνδυασμό με το μοναδικό φυσικό τοπίο και τις υποδομές, την καθιστούν ιδανικό τόπο διεξαγωγής συνεδρίων. Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική επικράτεια υποδέχεται όλο και περισσότερους υποστηρικτές, των επιστημών και των τεχνών, οι οποίοι συμμετέχουν σε workshops, συνέδρια και εκθέσεις, φέρνοντάς τους πιο κοντά στην βιομηχανία συνεδρίων και τουρισμού. Το Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», ένα από τα πλέον σύγχρονα αεροδρόμια στον κόσμο, που λειτουργεί από το 2001, έδωσε μεγάλη ώθηση στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. Γενικότερα, όμως, θα λέγαμε ότι το δίκτυο μεταφορών έχει συμβάλει στη σωστή λειτουργία των πραγμάτων αν και βέβαια πολλές φορές μπορεί να λειτουργήσει ως εμπόδιο.

Η βιομηχανία του τουρισμού συνεδρίων είναι ιδιαίτερα διαδραστική. Φυσικά απαιτεί ένα υπόβαθρο υψηλού επιπέδου από τη χώρα υποδοχής, ταυτόχρονα όμως συμβάλλει ενεργά στην αναβάθμιση της συνολικής ποιότητας μιας περιοχής. Είναι λογικό ένας χώρος ο οποίος προτιμάται για τη διεξαγωγή συνεδρίων, να συμμετέχει σε πολιτιστικά «προϊόντα» προνομιακά, γιατί επιτρέπει στο κοινό, τους κατοίκους και τους επισκέπτες να εκτίθενται με τα ανθρώπινα επιτεύγματα και τις καινοτομίες. Τα συνέδρια που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα είναι και πολλά και σημαντικά, αντανακλώντας τη σημασία που δίνει η χώρα στις καινοτόμες επιστήμες. Για παράδειγμα, τέτοια συνέδρια είναι τα ιατρικά συνέδρια, τα αρχιτεκτονικά, καθώς και συνέδρια που σχετίζονται με τις φυσικές και ανθρωπιστικές επιστήμες και έχουν εμπλουτίσει την πολιτιστική ζωή της Ελλάδας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι τα συνέδρια αυτά παρέχουν ταυτόχρονα τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να συνδεθούν με τον λίκνο της επιστήμης. Μεγάλα πανεπιστήμια, όπως της Θεσσαλονίκης, του Αιγαίου, της Αθήνας, των Ιωαννίνων έχουν συνεργαστεί με αντίστοιχους ξένους φορείς, διοργανώνοντας συνέδρια μεγάλης εμβέλειας, για την προώθηση πολιτιστικών ανταλλαγών μεταξύ λαών, αλλά και για να παρέχουν στους συμμετέχοντες και το κοινό την δυνατότητα να γνωρίσουν διάφορες περιοχές της Ελλάδας.

Επίσης, είναι βασικό να αναφέρουμε επίσης ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια ανερχόμενη τάση στην Ελλάδα, που αναμένεται να εξελιχθεί ακόμη περισσότερο τα επόμενα χρόνια. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, το γεγονός ότι εκπρόσωποι μεγάλων

οργανισμών και επιχειρήσεων από όλο τον κόσμο διαλέγουν το απέραντο γαλάζιο της ελληνικής θάλασσας για να πάρουν μέρος σε συνέδρια (www.visitgreece.gr).

4.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

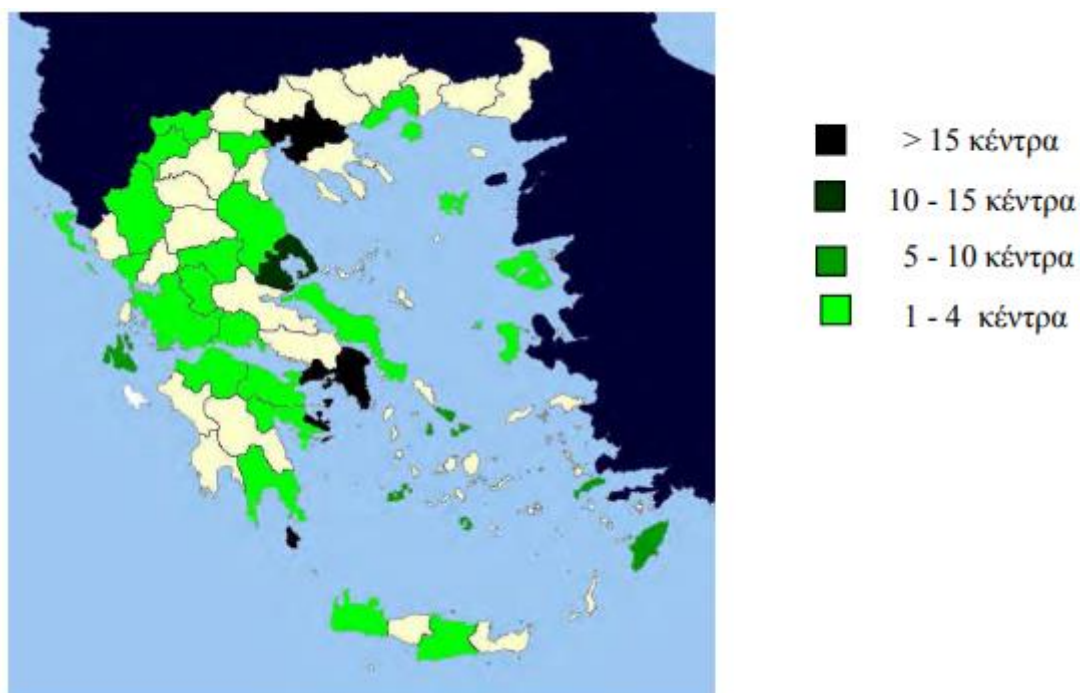
Ως τουριστική προσφορά, εννοιολογικά, προσδιορίζεται το σύνολο των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών ευρέως φάσματος μιας περιοχής ή μιας χώρας (υλικά και άυλα αγαθά και υπηρεσίες, οργανωτικά σχήματα φιλοξενίας τα οποία συμβάλλουν στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας), που διατίθενται για κατανάλωση στον τουρίστα, σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή και τα οποία, λόγω του υψηλού βαθμού ετερογένειας που παρουσιάζουν, εντοπίζονται και κατηγοριοποιούνται με δυσκολία (Κομίλης και Βαγιονής, 1999).

Η περιοχή στην οποία θα διεξαχθεί το συνέδριο, πρέπει να διαθέτει κάποιους πόρους – θέλητρα τα οποία θα οδηγήσουν στην διεξαγωγή της συνεδριακής εκδήλωσης. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι :

1. Η διαφημιστική εικόνα της περιοχής , να είναι κατάλληλη ώστε να είναι ελκυστικός ο τρόπος προσέλευσης νέων συνέδρων.
2. Το πλούσιο πολιτιστικό περιβάλλον. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα αξιοθέατα, μουσεία , μνημεία, η γαστρονομία, η ψυχαγωγία κ.α.
3. Το φυσικό και δομημένο περιβάλλον, το οποίο θα φιλοξενήσει τους επισκέπτες.
4. Το προφίλ των προηγούμενων συνεδρίων που διοργάνωσε η περιοχή και τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, είναι επίσης σημαντικά , γιατί έτσι διαμορφώνεται το προφίλ του προορισμού (Τσάρτας Π, 2010).

Η Ελλάδα διαθέτει συνολικά 80 συνεδριακά κέντρα, με τους σημαντικότερους συνεδριακούς προορισμούς της χώρας να αποτελούν οι: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα, Κρήτη, Ρόδος, Κως. Παράλληλα έχουν δημιουργηθεί ή θα δημιουργηθούν συνεδριακά κέντρα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, τα οποία θα δώσουν μεγαλύτερο κύρος και ώθηση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Εικόνα 2 :Συνεδριακές υποδομές στην Ελλάδα



Πηγή : ΕΟΤ, 2012

Όπως αποτυπώνεται στην παραπάνω εικόνα υπάρχουν περιοχές με περισσότερα από 15 συνεδριακά κέντρα και αυτές είναι η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη. Μεγάλη δυναμική παρουσιάζει ο Βόλος έχοντας και αυτός 10-15 συνεδριακά κέντρα. Η Ρόδο και κάποια νησιά παρουσιάζουν επίσης 5-10 κέντρα, κάνοντας τον συνεδριακό τουρισμό μέρος των νησιών. Τέλος οι περισσότερες περιοχές της Ελλάδας, δεν διαθέτουν πολλά συνεδριακά κέντρα, όμως υπάρχουν και περιοχές που δεν έχουν αναπτύξει καθόλου τον συνεδριακό τουρισμό, έχοντας 0 κέντρα για την διεξαγωγή συνεδρίων.

Στην Αθήνα, για παράδειγμα, η νέα πτέρυγα του Μεγάρου Μουσικής και το νεόκτιστο Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης (στο οποίο επίσης θα προστεθεί μία πτέρυγα με αίθουσες για συνέδρια) διαθέτουν μεγάλες αίθουσες και αναμένεται να προσελκύσουν διεθνή συνέδρια. Επίσης, στην Κέρκυρα, η Μητρόπολη κατασκεύασε ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο, στο κέντρο της πόλης, με μία αίθουσα ολομέλειας για 900 άτομα και άλλες 18 μικρότερες. Στην Κω, στο Kiriotis Village είναι γνωστό ότι λειτουργεί το μεγαλύτερο και ένα από τα πολυτελέστερα συνεδριακά κέντρα στη χώρα, με συνολική χωρητικότητα 5.500 ατόμων. Ακόμα στο Creta Maris Hotel, στο Ηράκλειο της

Κρήτης ,κατασκευάζεται το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο στο νησί, με συνολική χωρητικότητα για 4.730 συνέδρους.

Επιπλέον, στα μεγαλύτερα ξενοδοχεία της χώρας συντελείται αναβάθμιση-επέκταση των συνεδριακών χώρων, όπως στο Capsis της Ρόδου, που θα κατασκευαστεί η μεγαλύτερη αίθουσα στη χώρα για 2.500 συνέδρους. Παράλληλα, τον Αστέρα Βουλιαγμένης θα γίνει επέκταση των συνεδριακών χώρων για 1.500 συνέδρους (www.synedrio.gr) .

Εκτός από συνεδριακά κέντρα, για τη διεξαγωγή των συνεδρίων χρησιμοποιούνται πολυτελή ξενοδοχεία (4-5 αστέρων). Υπάρχουν ήδη στην Αθήνα πολυτελή ξενοδοχεία που αξιοποιούνται για το λόγο αυτό, όπως είναι για παράδειγμα το Hilton και η Μεγάλη Βρετανία). Στη Θεσσαλονίκη, στο Grand Hotel Palace, το Electra Palace, Mediterranean Palace διεξάγονται σημαντικά συνέδρια. Επίσης, το CorfuPalace στην Κέρκυρα επίσης είναι γνωστό για τα συνέδρια που διοργανώνει (<http://dione.lib.unipi.gr/>).

Ο χώρος που θα φιλοξενήσει το συνέδριο είναι σημαντικός. Ασφαλώς η καλή ξενοδοχειακή υποδομή που διαθέτει κάποιος προορισμός θα αποτελεί επιλογή για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου, αλλά δεν εξαντλείται ο τομέας αυτός μόνο στα ξενοδοχεία. Ακόμη και εναλλακτικοί χώροι όπως κτήματα, αγροτουριστικές μονάδες, παραδοσιακοί ξενώνες ή και ενοικιαζόμενα δωμάτια υψηλής ποιότητας αποτελούν εναλλακτικούς χώρους διεξαγωγής συνεδρίων.

Σημαντικό ρόλο στη ομαλή λειτουργία του συνεδριακού τουρισμού έχει η επίγεια υποδομή(αεροδρόμιο, δρόμοι, μεταφορές). Πρέπει να επισημάνουμε ότι σε αυτόν τον τομέα γίνονται πολλά έργα σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ώστε να βελτιωθεί η εικόνα των πόλεων ως συνεδριακοί προορισμοί. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η συμβολή του αεροδρομίου των Σπάτων θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο τόσο στη βελτίωση της εικόνας του τουριστικού συνεδρίου ολόκληρης της χώρας όσο και στην οικονομική της ανάπτυξη, διότι θα γίνει κόμβος μεταφορών. Επιπλέον, στο αεροδρόμιο Μακεδονία έχει γίνει ήδη επέκταση του αεροδρομίου, ώστε να καταστεί ένας χώρος μεγάλων προδιαγραφών. Ακόμα στα μεγάλα νησιά (Κρήτη, Κέρκυρα και Ρόδο) έχουν γίνει έργα ανακαίνισης και επέκτασης των αεροδρομίων (www.synedrio.gr).

Το μετρό επίσης είναι μέσο το οποίο διευκόλυνε σε μεγάλο βαθμό την μεταφορά από μια περιοχή σε μια άλλη. Είναι ένα ακόμη θετικό στοιχείο για την περιοχή της Αθήνας, κάνοντας έτσι τους συνέδρους να μετακινούνται με πιο εύκολο τρόπο μέσα στην πόλη.

Για αυτό είναι καλό να επιταχυνθούν οι ρυθμοί και στην Θεσσαλονίκη ώστε να μπορεί να διευκολύνει τον συνεδριακό κλάδο περισσότερο.

Σημαντικό ρόλο στην διεξαγωγή ενός συνεδρίου παίζει και η δυνατότητα τεχνολογικής και μεταφραστικής υποστήριξης. Η ενέργεια αυτή όχι μόνο θα διευκολύνει τους συνέδρους στην παρακολούθηση του συνεδρίου αλλά θα αναβαθμίσει την ποιότητα του. Στην Ελλάδα διεξάγονται πολλά συνέδρια που είναι απαραίτητη η χρήση ξένων γλωσσών.

Προβάλλεται λοιπόν ως επείγουσα προτεραιότητα η σταδιακή αλλά σύντομη επανατοποθέτηση στην τουριστική αγορά με μια πιο σύνθετη και ποιοτικά αναβαθμισμένη τουριστική προσφορά. Όλες αυτές οι υποδομές είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Οι επενδύσεις σε εγκαταστάσεις θα βοηθούσαν την αναβάθμιση του προϊόντος, όμως μια ακόμη απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κλάδου είναι η επένδυση στο προσωπικό. Ιδιαίτερα στον κλάδο αυτό όπου η γνώση, η παιδεία και η κατάρτιση είναι απολύτως απαραίτητες, δεν αρκεί μόνο η αξιοποίηση των εγκαταστάσεων χωρίς την ύπαρξη καταρτισμένων στελεχών.

4.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Ο Βαρβαρέσος (1998) προσδιορίζει εννοιολογικά την τουριστική ζήτηση ως το σύνολο των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που οι τουρίστες εκδηλώνουν την πρόθεση να καταναλώσουν σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή, λόγω επιρροής πολυάριθμων παραγόντων, όπως οικονομικών, κοινωνικών και γεωγραφικών.

Υπάρχουν δύο κύριες πηγές ζήτησης για συνεδριακές υπηρεσίες, πιο συγκεκριμένα : τα διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών, κ.ά.) από τη μεριά (associate market), που καλύπτει περισσότερο από το ήμισυ 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 (Αθανασίου 2002).

Σε ότι αφορά την τουριστική ζήτηση του κλάδου του συνεδριακού τουρισμού σημαντικό είναι να εξεταστεί το είδος των τουριστών που προτιμούν τον κλάδο αυτό, με βάση τα κοινωνικά χαρακτηριστικά και το οικονομικό status.

Τα άτομα που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους και κυρίως για συνεδριακό τουρισμό συγκεντρώνουν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά του ποιοτικού τουρίστα. Οι ταξιδιώτες αυτής της κατηγορίας ξοδεύουν 3 φορές περισσότερα χρήματα στις μετακινήσεις τους και κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο συνεδριακό προορισμό σε σύγκριση με τον “απλό” τουρίστα. Όμως σε γενικές γραμμές, υπάρχει υψηλός βαθμός συνοχής και ομοιογένεια της μετακινούμενης επαγγελματικής ομάδας, καθώς και υψηλή τουριστική δαπάνη, που συνοδεύεται από εξοικείωση με υψηλά επίπεδα παροχής υπηρεσιών (Κραβαρίτης Κ. 2007). Επίσης, παρατηρείται το φαινόμενο να επιστρέφουν στον ίδιο τόπο ως ιδιώτες επισκέπτες για διακοπές.

Οι συνεδριακοί τουρίστες:

- είναι συνήθως επιστήμονες ή επιχειρηματίες πανεπιστημιακής μόρφωσης
- ταξιδεύουν συχνά με αποτέλεσμα να έχουν υψηλές απαιτήσεις, εφόσον έχουν εμπειρία πάνω στις παρεχόμενες υπηρεσίες
- είναι ηλικίας μεταξύ 35-65 ετών

Ο συνεδριακός πελάτης επομένως έχει υψηλές απαιτήσεις, που σχετίζονται με την μεταφορά του, την ποιότητα και την λειτουργικότητα του χώρου διεξαγωγής του συνεδρίου (Τουτουδάκης, 2017).

Η συμμετοχή στα συνέδρια δημιουργεί πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών. Πολλές φορές, για παράδειγμα, επιμηκύνει τη διαμονή του συνέδρου. Επιπλέον, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνέδρου (μέλη οικογένειας κλπ.), για σκοπούς γενικού τουρισμού, φέρει ως αποτέλεσμα για κάθε διανυκτέρευση συνέδρου κατά τη διάρκεια του συνεδρίου να προκαλείται μέχρι και μια ακόμη διανυκτέρευση. Από τα (ελλιπή) στοιχεία που διαθέτουμε προκύπτει ότι:

1. Ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3-4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος.
2. Κάθε τουρίστας-σύνεδρος δαπανά 5-7 φορές περισσότερα χρήματα από έναν κοινό τουρίστα.

Συνδεδετικοί κρίκοι μεταξύ του διοργανωτή και του συνεδριακού χώρου είναι οι επιχειρήσεις PCO (Professional Congress Organisers) ή DMC (Destination Management Companies). Στους DMC συγκαταλέγονται ταξιδιωτικοί πράκτορες που ειδικεύονται στη διοργάνωση εκδηλώσεων (συνέδρια, εκθέσεις, εκδηλώσεις, συνεντεύξεις τύπου, επίσημο γεύμα κ.λπ.). Όσον αφορά στην τεχνική υποστήριξη

συνεδρίων (πώληση ή ενοικίαση μεταφραστικών, οπτικοακουστικών, μικροφωνικών συστημάτων) δραστηριοποιούνται αρκετές εταιρείες της αγοράς.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα η οποία διαθέτει 15 αεροδρόμια, τα οποία τη συνδέουν με πολλές πόλεις του εξωτερικού. Αυτό σημαίνει ότι κάποιος κάτοικος εξωτερικού μπορεί πολύ εύκολα με το αεροπλάνο να έρθει στην Ελλάδα για να παρακολουθήσει ένα συνέδριο. Ενώ, αντίστοιχα, οι κάτοικοι εντός της Ελλάδας μπορούν οδικώς, αλλά και με άλλους τρόπους να παρευρεθούν σε περιοχές που διοργανώνουν συνέδρια.

Έως το 2016 στην Αθήνα πραγματοποιήθηκαν περισσότερα από 380 συνέδρια και η συνεδριακή δραστηριότητα στην πόλη ήταν πολύ μεγαλύτερη, αν συνυπολογιστούν οι εταιρικές συναντήσεις και τα ταξίδια κινήτρων. Από το 2008 έως και τον Ιανουάριο του 2016 τα συνολικά έσοδα από τη βιομηχανία συνεδρίων για τον Δήμο Αθηναίων ξεπέρασαν τα 562 εκατ. ευρώ. Αυτό συνεπάγεται την αυξημένη ζήτηση, καθώς και το αυξημένο ενδιαφέρον των τουριστών για συνεδριακό τουρισμό (www.synedrio.gr).

Στην Θεσσαλονίκη, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού συνεχίστηκε μέχρι το 2016, γέρνοντας έσοδα 63 εκατ. ευρώ έσοδο την πόλη.

Στην Ελλάδα, το 2017, το μέσο ημερήσιο κόστος ανά επισκέπτη ήταν πέντε φορές υψηλότερο από τον τουρίστα αναψυχής, ενώ το μέσο κόστος ταξιδιού ανά επισκέπτη ήταν σχεδόν δύομισι φορές μεγαλύτερο από τον τουρίστα αναψυχής. Το 2017 η Ελλάδα φιλοξένησε 50.082 συνέδρους, οι οποίοι ξόδεψαν 73,5 εκατ. ευρώ και διέμεναν κατά μέσο όρο 3,7 ημέρες (ΤΤΕ, 2017)

Σύμφωνα με στοιχεία που παρέχει η ΤΤΕ, με βάση των μέσο όρο των διεθνών διασκέψεων που πραγματοποιήθηκαν το 2000-2017, στην κατάταξη των ευρωπαϊκών χωρών στην πρώτη θέση βρίσκεται η Γερμανία, με 530 συνέδρια και μερίδιο αγοράς 10,3%. Ακολουθούμενο από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, την Ιταλία και την Ισπανία με αντίστοιχα μερίδια αγοράς 8,8%, 8,5%, 8,1%, και 8,0%. Η Ελλάδα κατατάσσεται στη 15η θέση με 131 συνέδρια και μερίδιο αγοράς 2,5% στην Ευρώπη (ΤΤΕ, 2017).

Πίνακας 8: Κατάταξη χωρών και μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη 2017

Χώρα	Μερίδιο ευρωπαϊκής αγοράς
1η θέση Γερμανία	10,3%
2η θέση Ηνωμένο Βασίλειο	8,8%
3η θέση Γαλλία	8,5%
4η θέση Ιταλία	8,1%
5η θέση Ισπανία	8,0%
15η θέση Ελλάδα	2,5%

Πηγή: ΤΤΕ, 2017

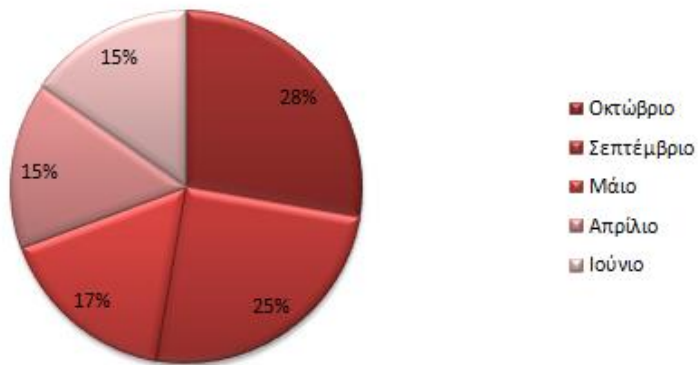
Το μερίδιο για την ευρωπαϊκή αγορά ήταν μόνο 2,5%. Αυτό μπορεί να συμβαίνει γιατί παρουσιάζει κάποιες αδυναμίες η ελληνική αγορά όπως:

1. Έλλειψη στελεχών
2. Υψηλός ανταγωνισμός
3. Υποδομές

Μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2019 έδειξε ότι η Αθήνα είναι ο προτεινόμενος προορισμός για διεθνή συνέδρια, τα οποία αφορούν κυρίως τον ιατρικό τομέα (23,4%), τον τεχνολογικό (13,4%), τον επιστημονικό (9,2%) και το βιομηχανικό τομέα (8,5%). Τα περισσότερα συνέδρια στην Αθήνα πραγματοποιούνται τον Οκτώβριο (18,7%), Σεπτέμβριο (16,8%), Μάιο (11,2%), Απρίλιο (10,3%) και Ιούνιο (10,3%). (ΕΑΤΑ 2020).

Διάγραμμα 2: Μήνες διεξαγωγής συνεδρίων

Μήνες διεξαγωγής συνεδρίων

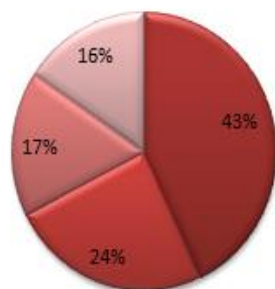


Πηγή: Ίδια επεξεργασία δεδομένων ΕΑΤΑ, 2020

Διάγραμμα 3: Προτιμήσεις συνεδρίων

Προτιμήσεις συνεδρίων στην Αθήνα

■ ιατρικός τομέας ■ τεχνολογικός τομέας
■ επιστημονικός τομέας ■ βιομηχανικός τομέας



Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΑΤΑ, 2020

Μέσα σε 10 χρόνια, ο αριθμός συμμετεχόντων σε διεθνή συνέδρια που διοργανώθηκαν από την Αθήνα έχει σχεδόν διπλασιαστεί: Από 22.545 το 2010, ανήλθαν στους 43.520 το 2019 (www.euroletter.gr).

Η πορεία του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να ήταν ανοδική για αρκετά χρόνια, όμως στην περίοδο του 2020 με την πανδημία του Covid-19 έχουν προκύψει προβλήματα στον κλάδο αυτό. Ο κύκλος εργασιών των εταιρειών συνεδρίων και εκδηλώσεων στη βιομηχανία μειώθηκε κατά 76% και για τις εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων μειώθηκε σε ποσοστό 69% καθώς για τα ξενοδοχεία, τους χώρους εκδηλώσεων κλπ (HAPCO, 2020).

Σε 522 εκατ. ευρώ ανέρχονται οι απώλειες για τα ελληνικά ξενοδοχεία από τις ακυρώσεις δωματίων και συνεδρίων, σύμφωνα με μια μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), που διενεργήθηκε για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος. Επίσης η έρευνα αποτυπώνει την πτώση στον ρυθμό μελλοντικών κρατήσεων, κατά 72% στο 92% των ξενοδοχείων δωδεκάμηνης λειτουργίας και κατά 58% στο 83% των ξενοδοχείων εποχικής λειτουργίας σε σχέση με το 2019 (ΙΤΕΠ, 2020).

Σύμφωνα με την Έρευνα που πραγματοποιήθηκε από (HAPCO,TCB,ACVB) παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα αποτελέσματα :

- Οργανωτές συνεδρίων και εκπρόσωποι χώρων εκδηλώσεων αναφέρουν ότι ο κύκλος εργασιών το 2020 μειώθηκε περισσότερο από 75% και οι επισκέπτες/εκπρόσωποι από το εξωτερικό έχουν μειωθεί κατά περισσότερο από 90%.
- Σε απόλυτο αριθμό εκδηλώσεων, 75 εταιρείες δήλωσαν ότι έχασαν τουλάχιστον 1.740 διοργανώσεις για το 2020.
- 112 εταιρείες που ερωτήθηκαν, οι 43 ανέφεραν συνολική απώλεια 67 εκατ. ευρώ.
- Άνω του 60% των ερωτηθέντων έχουν μετατρέψει μέρος των διοργανώσεων σε ψηφιακές.
- Περισσότερο από το 62% των εταιρειών πιστεύει ότι ίσως χρειαστεί να μειώσει το προσωπικό (με τις εταιρείες διοργάνωσης να έχουν υψηλότερο ποσοστό από τους χώρους εκδηλώσεων)(www.tornosnews.gr).

4.3 SWOT ANALYSIS

Ο καθιερωμένος όρος διεθνώς γι' αυτό που στην Ελλάδα ονομάζουμε συνεδριακό τουρισμό είναι MICE (Meetings Incentives Conferences and Exhibitions). Στον παρακάτω πίνακα διατυπώνεται μια Swot analysis για το συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα.

Πίνακας 10: Swot analysis

<u>Δυνάμεις</u>	<u>Αδυναμίες</u>
- Έσοδα	- Έλλειψη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου
- Η επίδραση στην τοπική και την εθνική οικονομία	- Ανταγωνισμός
- Θέσεις εργασίας	- Κυκλοφοριακό
- Επενδύσεις σε έργα τουριστικής υποδομής	- Marketing προώθησης
- Το κύρος των επισκεπτών	- Έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού
- Ο διεθνής αντίκτυπος	- Η πλειοψηφία των συνεδρίων που πραγματοποιούνται είναι συγκεντρωμένα στα μεγάλα αστικά κέντρα και η ζήτηση περιορίζεται σε αυτές τις περιοχές και σε ορισμένες χρονικές περιόδους.
- Οι πολλαπλασιαστές ισχύος των θετικών εντυπώσεων για κάθε προορισμό, και ειδικά για τις τουριστικές επιχειρήσεις και τα ξενοδοχεία, είναι σημαντικά και διεθνώς αναγνωρίσιμα	- Χαμηλός βαθμός αξιοποίησης πόρων
- Νέοι τρόποι προβολής προϊόντος που βασίζονται στην τμηματοποίηση της αγοράς	
- Κλίμα	

<ul style="list-style-type: none"> -Ιστορική / πολιτισμική κληρονομιά -Ισχυρή και παραδοσιακή θέση, ως προϊόν, στην παγκόσμια τουριστική αγορά -Η συνολική προσφορά συνεδριακών χώρων -Υψηλός αριθμός ασφάλειας τουριστών σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς 	<ul style="list-style-type: none"> -Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής -Χαμηλός βαθμός διαφοροποίηση τουριστικού προϊόντος -Έλλειψη διαφοροποιημένης εικόνας μεταξύ των περιοχών της χώρας
<p><u>Ευκαιρίες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Φήμη -Συνέργεια με φορείς -Εκμετάλλευση δυνατοτήτων νέων τεχνολογιών -Η δυνατότητα πραγματοποίησης συνεδρίων μέσης δυναμικότητας σε διάφορες περιοχές της χώρας -Χρηματοδότηση -Εκμετάλλευση των συνεδριακών κέντρων που δεν είναι γνωστά ώστε να αποκτήσουν και αυτά ευκαιρία ανάπτυξης 	<p><u>Απειλές</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Αστάθεια στα Βαλκάνια -Έλλειψη προβολής στο εξωτερικό -Οικονομική κρίση -Ανάδυση νέων συνεδριακών προορισμών -Covid19 -Κακή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών, συχνά, από ανειδίκευτο προσωπικό -Οικονομική κρίση -Υποδομές των κρατικών υπηρεσιών -Θεσμικά εμπόδια στην ανάπτυξη -Έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων των Πανεπιστημίου Αιγαίου, 2015 και Πανεπιστήμιο Πατρών, 2016

Δυνάμεις

Αρχικά όπως κάθε μορφή τουρισμού προφέρει κέρδη σε έναν προορισμό, έτσι και ο συνεδριακός τουρισμός για την Ελλάδα φέρει πολλά έσοδα. Από το 2013 έως το 2019 είχε διαρκώς μια ανοδική πορεία, με συνεχείς αφίξεις συνέδρων. Η τοπική και διεθνής οικονομία ενισχύεται διαρκώς. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών της αγοράς MICE είναι καλύτερα από τα αντίστοιχα των τουριστών αναψυχής. Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι είναι περίπου δύο έως τρεις φορές υψηλότερη από εκείνη του μέσου επισκέπτη, ενώ το μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο είναι από τα καλύτερα μεταξύ των πελατειακών ομάδων της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Με την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δημιουργούνται θέσεις εργασίας, μειώνοντας έτσι το ποσοστό ανεργία της χώρας. Για την άρτια διοργάνωση ενός συνεδρίου ή μιας εταιρικής εκδήλωσης εμπλέκονται πάνω από 30 κλάδοι και επαγγέλματα (ξενοδοχεία, οργανωτές συνεδρίων, οργανωτές εκδηλώσεων, catering, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, μεταφορές, εκτυπώσεις, διερμηνείς, ξεναγοί κ.ά.), που επωφελούνται οικονομικά.

Με βάση τα στοιχεία του ICCA (International Congress & Convention Association), του διεθνούς φορέα συνεδρίων που διοργανώνονται από μεγάλους συνδέσμους και ενώσεις (τα εταιρικά συνέδρια συνήθως είναι μικρότερου μεγέθους), ένα μέσο συνέδριο δημιουργεί τζίρο περίπου 1,4 εκατ. ευρώ. Σε αυτό το ποσό συμπεριλαμβάνεται και το κόστος εγγραφής. Σε ότι αφορά την Αθήνα, μόνο το 2014 – έτος κατά το οποίο σημειώθηκε εκτόξευση στον αριθμό συνεδρίων της πρωτεύουσας – τα καταγεγραμμένα συνέδρια είχαν τζίρο 110 εκατ. ευρώ. Την ίδια χρονιά, στην Αθήνα διοργανώθηκαν 80 συνέδρια, έναντι 49 του 2013(ποσοστιαία αύξηση 63%), τοποθετώντας την πόλη στην 27η θέση της διεθνούς κατάταξης (<https://etravelnews.gr/>).

Οι επενδύσεις σε έργα τουριστικής υποδομής, καθώς και τα νέα μέσα προώθησης του προϊόντος μέσω της τμηματοποίησης της αγοράς παρέχουν περισσότερες ευκαιρίες στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Κατά συνέπεια, ο ελληνικός τουρισμός, έχει διεθνή επίδραση, που είναι πολύ υψηλή στους κύκλους των επαγγελματιών χώρων και στους φίλους και συγγενείς αυτών των επισκεπτών (επιστήμονες, μελετητές, στελέχη επιχειρήσεων, κυβερνητικοί αξιωματούχοι κ.λπ.). Η επίδραση στον προορισμό είναι πολύ υψηλή στους κύκλους των επιχειρηματικών χώρων.

Η Ελλάδα είναι πολύ ασφαλής τουριστική χώρα σε σύγκριση με άλλους τουριστικούς προορισμούς, η υψηλή τουριστική ασφάλεια είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών.

Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας και το εύκρατο μεσογειακό κλίμα ευνοούν την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Είναι πιο εύκολο για τον τουρίστα να επισκεφτεί μια χώρα με ήπιες καιρικές συνθήκες, ώστε να κάνει την εμπειρία του πιο όμορφη αφού μπορεί να συνδέσει το συνέδριο και με άλλες μορφές τουρισμού.

Η πολιτιστική κληρονομιά και η πλούσια ιστορία της Ελλάδας την ενισχύουν, ώστε να μπορεί να υποστηρίξει και ειδικές μορφές τουρισμού όπως τον συνεδριακό τουρισμό. Η ισχυρή και παραδοσιακή θέση της χώρας ως προϊόν είναι υπέρ της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού.

Τέλος, η συνολική προσφορά των συνεδριακών χώρων αποτελεί μεγάλη δύναμη για τον συνεδριακό τουρισμό, γιατί είναι σημαντικό κομμάτι για την διεξαγωγή συνεδρίων. Όταν υπάρχουν οι σωστοί συνεδριακοί χώροι, αυτόματα υπάρχει μια οργάνωση στον τρόπο λειτουργίας

Αδυναμίες

Ένα αρνητικό στοιχείο για την Ελλάδα, ως συνεδριακός προορισμός, είναι ότι οι πόλεις της χώρας δεν διαθέτουν ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο. Η Αθήνα είναι η μόνη πρωτεύουσα στην Ευρώπη, χωρίς ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο. Συνεπώς, τα συνέδρια πραγματοποιούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων, καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων, κέντρα και άλλα ιδρύματα. Οι εγκαταστάσεις συσκέψεων είναι σημαντικές επειδή δείχνουν κύρος και την εντύπωση της προσοχής στους συνέδρους (<https://www.synedrio.gr/>).

Εκτός αυτού, η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής στις μεγάλες πόλεις είναι ένα πρόβλημα, γιατί μειώνεται η τουριστική συγκέντρωση σε άλλες πόλεις, λόγω μη πραγματοποίηση συνεδρίων. Αν όλες οι υποδομές είναι συγκεντρωμένες στις μεγάλες πόλεις αποκλείονται τα νησιά και οι επαρχιακές πόλεις που αντιπροσωπεύουν τον συνεδριακό τουρισμό, χάνουν μερίδιο από αυτό τον τομέα. Η πλειοψηφία των συνεδρίων που πραγματοποιούνται είναι συγκεντρωμένα στα μεγάλα αστικά κέντρα και η ζήτηση περιορίζεται σε αυτές τις περιοχές και σε ορισμένες χρονικές περιόδους.

Εκτός από τα συνεδριακά κέντρα, σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Όταν δεν υπάρχει κατάλληλο προσωπικό, ώστε να προωθήσει τις αξίες και τις γνώσεις του στο κοινό, δημιουργείται προβληματισμός. Οι σύνεδροι θέλουν να προσκομίζουν όσα περισσότερα μπορούν, όποτε και το

προσωπικό πρέπει να είναι κατάλληλο και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών. Θα πρέπει να υπάρξει ακόμη μεγαλύτερη επένδυση στο θέμα της εκπαίδευσης και εξειδίκευσης του ανθρώπινου δυναμικού, όσον αφορά στον συνεδριακό τουρισμό.

Στις μεγάλες πόλεις, όπου διεξάγονται συνέδρια, είναι πολύ μεγάλο το κυκλοφοριακό πρόβλημα. Δυσκολεύει την ομαλή πραγματοποίηση ενός συνεδρίου. Πρέπει να βελτιωθεί το οδικό δίκτυο, γιατί όταν θέλει κάποιος να μετακινηθεί για συνέδρια από μια περιοχή στην άλλη αλλά η προσβασιμότητα αποτελεί εμπόδιο, θα απορρίψει μια τέτοια επιλογή. Πρέπει να υπάρχει σωστός σχεδιασμός στον τομέα αυτό για να λυθεί αυτό το πρόβλημα.

Το marketing προώθησης είναι ένα από τα αδύνατα σημεία του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Η ελλιπής προβολή των δυνατοτήτων των συνεδρίων της χώρας την οδηγεί σε μείωση αναγνωσιμότητας με επόμενη ενέργεια την μείωση αφίξεων των συνεδριών άρα την οικονομική ουδετερότητα στον τομέα αυτό. Η ελλιπής προβολή πρέπει να αντικατασταθεί με την διαρκή ενημέρωση των ενδιαφερομένων τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Τέλος, ο ανταγωνισμός είναι σοβαρή απειλή για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό. Ειδικότερα, η Τουρκία επηρεάζει τον ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα ένας αριθμός decision makers να προτιμούν την Τουρκία για τη διεξαγωγή συνεδρίων, κυρίως λόγω των φθηνότερων πακέτων που προσφέρουν στην αγορά. Ωστόσο, πρέπει να επισημάνουμε ότι η Ελλάδα δεν έχει μεγάλη διαφοροποίηση του προϊόντος που προσφέρει στο κοινό. Η έλλειψη της διαφοροποιημένης εικόνας μεταξύ των περιοχών της χώρας αλλά και μεταξύ προορισμών παρόμοιου προϊόντος δεν δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Ελλάδα.

Σημαντική είναι και η αξιοποίηση των πόρων και των υπηρεσιών που προσφέρει η χώρα. Ωστε να αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση και να ελκύει περισσότερους συνεδριακούς τουρίστες.

Ευκαιρίες

Η φήμη και η εικόνα της Ελλάδας ως προορισμός αποτελεί θετικό στοιχείο για την προσέλκυση συνεδριών για συνεδριακό τουρισμό. Μπορεί να εκμεταλλευτεί την αναγνωσιμότητα αυτή και να διεξάγει περισσότερα συνέδρια κάθε χρόνο.

Η κάθε πόλη που διαθέτει υποδομές για να φιλοξενήσει συνέδρια μπορεί να συνεργαστεί με φορείς όπως τον ΕΟΤ, ΙΝΣΕΤΕ ή ακόμη και με την περιφέρεια στην οποία ανήκει και να δημιουργήσει το κατάλληλο κλίμα ώστε να πραγματοποιεί συνέδρια. Αυτό θα αποτελέσει την αρχή μιας συνεργασίας με την οποία θα βοηθήσει την ανάπτυξη μερικών περιοχών και την ένταξη του συνεδριακού τουρισμού στο προσκήνιο. Οι φορείς θα μελετήσουν αν η περιοχή είναι η κατάλληλη ώστε να αναπτυχθεί κάτι τέτοιο, και αν κρίνουν ότι μπορεί να εδραιωθεί αυτή η μορφή τουρισμού να ξεκινήσουν τα συνέδρια.

Οι νέες τεχνολογίες αποτελούν ένα δυνατό στοιχείο, ώστε να αποκτήσει περισσότερο ενδιαφέρον ένα συνέδριο, κάνοντας έτσι την διαφορά. Οι νέες τεχνολογίες μειώνουν τα λειτουργικά κόστη, αυξάνοντας έτσι τη αξιοπιστία τους και, κατά συνέπεια, κάνουν τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα πιο ανταγωνιστικό. Οι νέες τεχνολογίες έχουν καταστεί αναγκαίες στον επιχειρηματικό κόσμο, όχι μόνο ως τρόπο αύξησης της ανταγωνιστικότητας, αλλά και ως τρόπο επιβίωσης σε ένα εξαιρετικά ανταγωνιστικό περιβάλλον (Παππάς, 2006).

Απειλές

Το πιο πρόσφατο γεγονός που έχει μεγάλο αντίκτυπο στον κλάδο του τουρισμού και τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα είναι ο covid19. Η τουριστική δραστηριότητα πάγωσε, τα συνέδρια άρχισαν να ακυρώνονται το ένα μετά το άλλο και, κατά συνέπεια, δεν υπήρχαν έσοδα και από αυτό το είδος τουρισμού. Άλλωστε, είναι γεγονός ότι η πανδημία Covid-19 σταμάτησε απότομα τα διεθνή ταξίδια και επηρεάστηκε από αυτό σε μεγάλο βαθμό ο συνεδριακός τουρισμός (www.unctad.org).

Ο ελλαδικός χώρος, ενώ ήταν έτοιμος να φιλοξενήσει ακόμη περισσότερους συνεδριακούς τουρίστες και να ανέβει στην κατάταξη, σταμάτησε να πραγματοποιεί συνέδρια και πάγωσε η αγορά. Βέβαια, τα webinars μπορούσαν να αναπτυχθούν αλλά και πάλι δεν έχει κάποια ωφέλεια αυτό στον ελληνικό τουρισμό. Επόμενο είναι η οικονομική κρίση να αποτελεί απειλή για τον συνεδριακό τουρισμό, με αποτέλεσμα να προτιμούν όλο και λιγότεροι να επισκεφτούν την χώρα για συνέδρια.

Η αστάθεια στα Βαλκάνια είναι βασικός παράγοντας αποφυγής της χώρας για παρακολούθηση συνεδρίων. Η σχέση Ελλάδας – Τουρκίας, καθώς και οι πολιτικές εξελίξεις είναι ανασταλτικός παράγοντας για τους επισκέπτες συνεδρίων.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προτιμούν διαφορετικούς προορισμούς για συνέδρια. Όπως και η ανάδυση νέων προορισμών είναι “επικίνδυνη” για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό. Για να αποφευχθεί αυτό, μια εφικτή πρόταση είναι η μεγαλύτερη προβολή στο κοινό που ενδιαφέρεται και στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.

Με βάση των πληροφοριών που περιλαμβάνει η Swot analysis παρατηρείται ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει πολλές δυνατότητες για επιπλέον ανάπτυξη. Από την μια η Ελλάδα σαν χώρα με το κλίμα , την τοποθεσία και τον πολιτισμικό πλούτο έχει να προσφέρει πολλά .Από την άλλη τα έσοδα, οι επενδυτές και το οικονομικό κομμάτι του κλάδου ενισχύεται συνεχώς. Αν συνδυαστούν οι δυνάμεις με τις ευκαιρίες που έρχονται στο φώς , η Ελλάδα θα ανέβει στην κατάταξη ως ισχυρός συνεδριακός προορισμός και θα προτιμάτε αυτόματα από περισσότερους .Οι αδυναμίες και τα προβλήματα που εμφανίζονται στο κλάδο , μπορούν με διάφορες καμπάνιες να αντιμετωπιστούν. Παρόλο των δυσκολιών όμως είναι ένας κλάδος με διαρκή άνθιση και πολλές προοπτικές ανάπτυξης.

4.4 PESTEL

Σύμφωνα με τα σχέδια μάρκετινγκ και την στρατηγική ανάπτυξης, η Ελλάδα ως συνεδριακός προορισμός έχει αναπτυχθεί αρκετά. Ο συνεδριακός τουρισμός άκμαζε και προσελκύει πολλούς συνεδριακούς τουρίστες. Προκειμένου να ενισχυθεί η ανάπτυξη του είδους αυτού, πρέπει να λάβουν δράση οι φορείς (διεθνής ή τοπικοί).

Πολιτική διάσταση

Η σημασία του πολιτικού-θεσμικού περιβάλλοντος είναι πολύ σημαντική για τον τουρισμό. Βάση αυτής δημιουργείται το πλάνο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Όμως, υπάρχουν πολλές αδυναμίες στον τομέα αυτό.

Αρχικά, οι stakeholders (Δήμοι, Περιφέρειες, Σωματεία κλπ) δεν έχουν την κατάλληλη συνεργασία μεταξύ τους με αποτέλεσμα να υπάρχει χάσμα. Όταν μια περιοχή θέλει να αναπτύξει σχέδιο για να αναπτυχθεί τουριστικά πρέπει να συμβάλλουν σε αυτό αρκετοί φορείς, ώστε να ακουστούν αρκετές και διαφορετικές απόψεις. Αυτό δεν συνέβαινε αρκετά όμως τα τελευταία χρόνια έχει βελτιωθεί. Για παράδειγμα, για την πραγματοποίηση μιας ημερίδας στο Δήμο Χίου, θα βοηθήσει και ο δήμος και τα κέντρα που θα διεξαχθεί η ημερίδα, καθώς και άλλοι φορείς όπως ο ΙΝΣΕΤΕ. Παλιότερα δεν

υπήρχαν συνέργειες μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και ο συνεδριακός τουρισμός δεν ήταν αρκετά ανεπτυγμένος.

Οι επενδύσεις στον τουρισμό δεν συμβάλλουν στην ανάπτυξη της υποδομής που απαιτείται για τον επιχειρηματικό τουρισμό (αίθουσες συνεδρίων, δίκαιη χωρητικότητα, ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου). Πρέπει να δοθεί έμφαση στις υποδομές γιατί είναι απαραίτητες για την διεξαγωγή συνεδρίων. Δείχνουν το κύρος της κάθε περιοχής και όταν είναι σωστά διαμορφωμένες, λειτουργεί και πιο ομαλά η οργάνωση ενός συνεδρίου.

Η πολιτική αστάθεια στον πολιτικό σχεδιασμό μπορεί να επηρεάσει τον συνεδριακό τουρισμό. Αν η Ελλάδα ως χώρα έχει διαρκείς αλλαγές στο πολιτικό σύστημα, αναμφίβολα θα υπάρχουν αλλαγές και σε αυτό το είδος τουρισμού. Πρέπει να σημειωθεί ότι σε περιόδους πολιτικής αστάθειας, οι τουρίστες δεν προτιμούν να επισκέπτονται μία τέτοια χώρα. Κατά συνέπεια, η πολιτική σταθερότητα είναι ένα σημαντικό κριτήριο επιλογής προορισμού στις μέρες μας γιατί κάνουν τους τουρίστες να νιώθουν ασφαλείς.

Οικονομική διάσταση

Οι οικονομικοί παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί, γιατί από αυτούς εξαρτάται η επιβίωση του κλάδου. Ο πληθωρισμός, το επιτόκιο, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες είναι πολύ σημαντικοί για το οικονομικό περιβάλλον του συνεδριακού τουρισμού. Ο τομέας των υπηρεσιών, ο οποίος αποτελεί τα δύο τρίτα της οικονομίας της Ευρωζώνης, συνέβαλε κατά 0,65 της ποσοστιαίας μονάδας στην αύξηση του ετήσιου πληθωρισμού, ενώ ο τομέας των μη ενεργειακών βιομηχανικών προϊόντων ενίσχυσε τον πληθωρισμό κατά 0,37 της μονάδας, αντισταθμίζοντας τη μείωση κατά 0,41 της μονάδας λόγω της φθηνότερης ενέργειας (ΕΛΣΤΑΤ 2021).

Τα βασικά στοιχεία που επηρεάζουν το οικονομικό περιβάλλον είναι αρχικά η οικονομική αστάθεια που επικρατεί στην χώρα, καθώς ο πληθωρισμός και η ανεργία χρόνο με τον χρόνο αυξάνονται και, ως εκ τούτου, η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώνεται (<http://dione.lib.unipi.gr/>). Σε καιρούς οικονομικής κρίσης είναι πιο δύσκολο να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός, γιατί δεν θα είναι στις βασικές ανάγκες των ανθρώπων η παρακολούθηση συνεδρίων. Σύμφωνα με τον Maslow και την ιεράρχηση αναγκών, αν δεν καλυφθούν οι βασικές ανάγκες του ανθρώπου είναι δύσκολο να έρθει η αυτοεκπλήρωση και η κάλυψη των ανωτέρω αναγκών (Λαγός,

2016). Δεύτερο σημαντικό στοιχείο είναι η παγκοσμιοποίηση του ανταγωνισμού. Χώρες όπως η Γαλλία, Ισπανία και Τουρκία παρέχουν ένα ισχυρό ανταγωνιστικό προϊόν.

Η επίδραση του covid19 στην βιομηχανία των συνεδρίων και του συνεδριακού τουρισμού γενικά είναι μεγάλη. Έφερε μεγάλες οικονομικές απώλειες.

Κοινωνική-πολιτιστική διάσταση

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με έντονο το στοιχείο του πολιτισμού, της ιστορίας και της φιλοξενίας. Με βάση αυτά τα πλεονεκτήματα, μπορεί να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες και να συνδέσει τον πολιτιστικό τουρισμό με τον συνεδριακό τουρισμό. Ως εκ τούτου, οι τουρίστες συνδέονται με έναν νέο πολιτισμό, έναν νέο πολιτισμό, ο οποίος μπορεί να διαφέρει από τον δικό τους πολιτισμό. Η κοινωνική πτυχή και ο αντίκτυπος στην ανάπτυξη της Ελλάδας ως προορισμού συνεδρίου στοχεύουν στην ανάπτυξη προϊόντων και την αυθεντικότητά τους, έτσι ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συνδεθούν με τον ελληνικό πολιτισμό και να παραμείνουν συνδεδεμένοι με τα έθιμα και τις συνήθειες των ντόπιων.

Τα ταξίδια παρακολούθησης συνεδρίων πραγματοποιούνται από άτομα με υψηλότερα κοινωνικοοικονομικά επίπεδα, αυξάνοντας έτσι το κύρος των Ελλήνων τουριστών. Τα συνέδρια προσελκύουν τέτοιους επισκέπτες του συνεδρίου, κάτι που φαίνεται πολύ θετικό · εάν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ τουριστών και ντόπιων, οι τουρίστες μπορούν να μεταδώσουν γνώσεις και εμπειρίες ντόπιων, και το αντίστροφο

Τεχνολογική διάσταση

Οι εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής και οι προθυμία των καταναλωτών να χρησιμοποιούν την τεχνολογία έχουν θετική επίδραση στον κλάδο, καθώς η τεχνολογία ενθαρρύνει την επικοινωνία των ατόμων που χωρίζονται από μεγάλες αποστάσεις. Οι ανάγκες ενημέρωσης του κλάδου έχουν ωφεληθεί από εξελίξεις πληροφορικής, ιδίως όσον αφορά τον προορισμό και την επιλογή χώρου και συστήματα διαχείρισης συνεδρίων.

Τα συστήματα διαχείρισης, πληροφορίας και μερικά προγράμματα, οι φόρμες κράτησης, οι περιλήψεις και τα έγγραφα, η επιβεβαίωση παρουσίας, οι κρατήσεις ξενοδοχείων και τα στοιχεία πληρωμής μπορούν να αναρτηθούν, να ληφθούν και να

ολοκληρωθούν μέσω του Διαδικτύου. Το λογισμικό διαχείρισης εκδηλώσεων μειώνει τη διαχείριση, το χρόνο και το οικονομικό κόστος (Ladkin and Spiller, 2000).

Ο McCabeetal (2000: 291)παρέχει μια χρήσιμη μέθοδο ταξινόμησης για την ανάλυση της ανάπτυξης υπολογιστών, που χρησιμοποιείται στην τρέχουσα βιομηχανία:

- τεχνολογία σε συμβατικές λειτουργίες και
- τεχνολογία για τον πελάτη.

Οι συμβατικές λειτουργίες περιλαμβάνουν όλες τις πτυχές του λογισμικού, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για προγραμματιστές συνεδρίων, μάρκετινγκ, online κρατήσεις και εγγραφές, υπηρεσίες τροφοδοσίας, συστήματα διαχείρισης και εκδόσεις επιτραπέζιων υπολογιστών στο πλαίσιο του έντυπου υλικού συνεδρίων. Η τεχνολογία που παρέχεται στους πελάτες περιλαμβάνει οπτικοακουστικό εξοπλισμό και τηλεδιάσκεψη.

Μια άλλη σημαντική πτυχή των νέων τεχνολογιών που πρέπει να γνωρίζει η βιομηχανία του συνεδριακού είναι ο εκδημοκρατισμός του Διαδικτύου. Αυτό σημαίνει δύο πράγματα: Πρώτον, ακόμη και οι μικρές εταιρείες μπορούν να φέρουν ανταγωνισμό στους μεγάλους, καθιερωμένους διοργανωτές εκδηλώσεων εάν έχουν καλή SEO (βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης) και γενικές δεξιότητες μάρκετινγκ ιστού, καθώς έχουν ίση ορατότητα (Dwyer, Edwards, 2009). Δεύτερον, μέσω του UGC (περιεχόμενο που δημιουργείται από τον χρήστη), ο καθένας μπορεί να δημοσιεύσει τα σχόλιά του σχετικά με την εμπειρία του με έναν συγκεκριμένο διοργανωτή και να το διαθέσει στον κόσμο (Παπαθανάσης , Buhalis, 2007).

Αυτά είναι καλά νέα για εταιρείες που έχουν καλές σχέσεις με τους πελάτες και τους προμηθευτές τους, αλλά θα είναι δύσκολο για εταιρείες που επικεντρώνονταν σε πελάτες “one-shot” και επομένως δεν έδιναν μεγάλη προσοχή στις λεπτομέρειες (<https://www.ukessays.com/>).

Αυτές οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν δύο ξεχωριστές επιπτώσεις στον κλάδο για το μέλλον. Το πρώτο αφορά το προσωπικό του κλάδου σε χώρους συνεδρίων, οι οποίοι θα πρέπει να είναι ικανοί στις δεξιότητες πληροφορικής προκειμένου να παρέχουν μια αποτελεσματική υπηρεσία στους πελάτες και τους αντιπροσώπους. Το δεύτερο αφορά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Εάν οι χώροι είναι ανταγωνιστικοί και επιθυμούν να προσελκύσουν πελάτες, πρέπει να προσφέρουν τις πιο σύγχρονες υπηρεσίες

πληροφορικής. Οι χώροι θα πρέπει να ανταποκρίνονται στη ζήτηση των καταναλωτών με ενημερωμένη τεχνολογία.

Περιβαλλοντική διάσταση

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που σχετίζεται με περιβαλλοντικά δεδομένα. Επομένως, αν κοιτάξουμε τον τουρισμό από περιβαλλοντική άποψη, το περιβάλλον αποτελεί την πηγή των αγαθών ή των πρώτων υλών, τα οποία απαιτούνται για την κατασκευή των τελικών αγαθών που απαιτούνται για την των τελικών αγαθών που ικανοποιούν τις ανάγκες των ανθρώπων. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι το περιβάλλον είναι ένας σημαντικός πόρος που χρειάζεται ο άνθρωπος στην καθημερινή του ζωή για την κάλυψη των αναγκών του, οι άνθρωποι δεν έχουν δείξει τον απαιτούμενο σεβασμό προς αυτό, οδηγώντας σε περιβαλλοντική «εκδίκηση» και αυτό εξακολουθεί να παρατηρείται σήμερα.

Περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν προκύψει και γύρω από την βιομηχανία του τουρισμού. Ένα από αυτά είναι να έχουν περιβαλλοντικές γνώσεις για την αποφυγή ζητημάτων αειφορίας που μπορούν να προκύψουν. Οι πράσινες μεταφορές που σχετίζεται άμεσα με τα συνέδρια και δεν πρέπει να αγνοηθεί. Κατά την διάρκεια επισκέψεων για συνεδριακούς λόγους στη χώρα μας, κυριαρχεί η χρήση αεροπλάνων και αυτοκινήτων, τα οποία όχι μόνο ωφελούν το περιβάλλον, αλλά διασφαλίζουν και την διατήρηση της βιωσιμότητας και της αειφορίας.

Νομοθετική διάσταση

Η νομοθετική πτυχή του συνεδριακού τουρισμού είναι πολύ σημαντική, διότι σε αυτή τη βάση έχουν διαμορφωθεί νόμοι και κανονισμοί για τις συνεδριακές δραστηριότητες. Στο νόμο [4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018](#) στα άρθρα 16,17 και 18 γίνεται αναφορά στους ισχύοντες κανονισμούς.

Επίσης ο τελευταίος αναπτυξιακός νόμος 4399/2016 δίνει κίνητρα για την επένδυση σε συνεδριακές υποδομές και έτσι η πολιτεία μέσω του ΕΣΠΑ προωθεί την δημιουργία συνεδριακών κέντρων μέσω ΣΔΙΤ αυτόνομα ή και με την χρηματοδότηση αποκλειστικά ιδιωτικών πρωτοβουλιών (<https://nemertes.lis.upatras.gr>).

Ο Αναπτυξιακός νόμος αυτός είναι σε ισχύ από το 2016 και είναι το πιο σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη και την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων της χώρας. Ελέγχεται από το Υπουργείο Ανάπτυξης και χρηματοδοτείται από το

Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων. Βασικό χαρακτηριστικό της Γενικής Επιχειρηματικότητας είναι ότι καλύπτει όλες τις επιχειρήσεις: υφιστάμενες, νέες και υπό σύσταση, μικρές, μεσαίες και μεγάλες και επιδοτεί ένα ευρύ φάσμα δαπανών όπως κτιριακές εργασίες, διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου, λογισμικό, μεταφορικά μέσα, ειδικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός (<https://www.ideacns.gr>).

Οι νόμοι είναι πολλοί σημαντικοί, γιατί ορίζουν την λειτουργία και την εξέλιξη των συνεδρίων και των συνεδριακών κέντρων αντίστοιχα. Χωρίς αυτούς δεν μπορεί να υπάρξει οργάνωση.

Στην Pestel analysis παρατηρείται ότι όλες οι διαστάσεις που διαθέτει και τα θέματα που απασχολούν τα συνέδρια και τον συνεδριακό τουρισμό είναι σημαντικά. Η μεγάλη επιρροή των φορέων στην διαμόρφωση διασυνδέσεων αλλά και η σπουδαιότητα τους στην ικανότητα σχεδιασμού και ανάπτυξης , δεν πρέπει να φέρουν αδυναμίες. Η οικονομική διάσταση αφορά όλους τους κλάδους, αλλά στον συνεδριακό τουρισμό συγκεκριμένα, πρέπει να περιοριστούν οι οικονομικές αδυναμίες της χώρας , ώστε να μπορούν να παίρνουν μέρος σε συνέδρια μεγαλύτερες ομάδες ανθρώπων. Η τεχνολογία βρίσκεται έντονα στο προσκήνιο. Ένα συνέδριο απαιτεί υψηλή τεχνολογία για την διεξαγωγή του , γιατί αποκτά διαφορετική οπτική και από την μεριά των συνέδρων γίνεται πιο ενδιαφέρον. Όλες οι διαστάσεις της Pestel analysis είναι σημαντικές αλλά αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω μπορούν να βελτιωθούν γρηγορότερα στο άμεσο μέλλον.

4.5 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Υφιστάμενη κατάσταση

Σύμφωνα με την ανάλυση της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης των παραπάνω κεφαλαίων προκύπτει ότι ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα πριν τον covid-19 ήταν σε πολύ καλό επίπεδο ανάπτυξης καθώς ανέβαινε συνεχώς στις προτιμήσεις των τουριστών για την διεξαγωγή συνεδρίων. Πολλοί είναι οι τουρίστες επαγγελματικών ταξιδιών με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται ο κλάδος αυτός. Επίσης η χώρα διαθέτει ήδη αρκετά συνεδριακά κέντρα σε πολλές πόλεις, γεγονός το οποίο είναι θετικό για την εξέλιξη της πορείας των συνεδρίων καθώς μπορούν να εξαχθούν σε διαφορετικές περιοχές.

Όμως, σύμφωνα με τα τελευταία δεδομένα, η ανοδική πορεία του κλάδου αυτού έχει σταματήσει. Ο τουρισμός έχει πληγεί στο μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με όλους τους κλάδους. Τα συνέδρια έχουν σταματήσει να διεξάγονται με φυσική παρουσία

προσώπων, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει τουριστική κίνηση στην Ελλάδα. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο φρόντισε η Conferience να δημιουργήσει μια πλατφόρμα μέσω της οποίας μπορεί να πραγματοποιηθεί ένα συνέδριο ηλεκτρονικά.

Η Cyprus Shipping News χρησιμοποίησε με επιτυχία τη πλατφόρμα virtual events της Conferience στο συνέδριό της, στις 24 Σεπτεμβρίου, το οποίο πραγματοποιήθηκε όλο εξ' αποστάσεως με 18 ομιλητές από διαφορετικές χώρες. Η Conferience μετέτρεψε το συνέδριο σε μια διαδικτυακή διαδικασία επικοινωνίας, ανταλλάσσοντας γνώσεις και ιδέες κατά την χρήση της εφαρμογής και παρακολουθώντας τον ομιλητή και την ομιλία του σε πραγματικό χρόνο, μέσω των εικονικών εκδηλώσεων (www.synedrio.gr).

Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα του συνεδριακού τουρισμού

Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του συνεδριακού τουρισμού αναλύθηκαν στη swot analysis, αλλά είναι μια ευκαιρία για ανασκόπηση.

Ο συνεδριακός τουρισμός έχει προσφέρει πολλά θετικά στην Ελλάδα και μπορεί να προσφέρει ακόμη περισσότερα.

Ένα βασικό πλεονέκτημα του συνεδριακού τουρισμού είναι ότι δίνει τη δυνατότητα στους συνέδρους να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και να διευρύνουν τους ορίζοντές τους, αποκτώντας γνώσεις σχετικές με το συνέδριο που παρακολουθούν. Επίσης, με την άφιξή του, ο τουρίστας εκτός από την παρακολούθηση του συνεδρίου μπορεί κάνει και άλλες δραστηριότητες, συνδυάζοντας τον συνεδριακό τουρισμό με μορφές όπως τον αστικό τουρισμό(στις πόλεις), τον θαλάσσιο τουρισμό(σε περιοχές κοντά σε θάλασσα), καθώς και με άλλες μορφές τουρισμού, ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του. Όλα αυτά φέρουν κέρδη στον προορισμό που διεξάγεται το συνέδριο, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται οικονομικά, αλλά παράλληλα και τουριστικά ο προορισμός (Ζήσης 2003).

Ο συνεδριακός τουρισμός δίνει την δυνατότητα εξειδίκευσης των εμπλεκόμενων φορέων, τους “αναγκάζει” να εκπαιδευτούν στον καλύτερο βαθμό, ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες του κοινού. Κυρίως, όμως, ο τουρισμός αυτός προσφέρει οικονομικά οφέλη, εφόσον οι σύνεδροι έρχονται στην Ελλάδα και ξοδεύουν χρήματα στην διαμονή, τις μεταφορές, το συνέδριο. Επίσης, προσφέρει κοινωνικά οφέλη, εφόσον φέρνει κοντά πολλούς ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα. Συναντιούνται διαφορετικές κουλτούρες και ανταλλάσσουν απόψεις.

Ο Συνεδριακός Τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο στην ανάκαμψη της τουριστικής βιομηχανίας, αφού ο μεγάλος αριθμός συνεδρίων και εκδηλώσεων που διοργανώνονται κάθε χρόνο ανά την υφήλιο προσφέρει σημαντική ώθηση στις τοπικές οικονομίες και τεράστια προβολή της κάθε διοργανώτριας χώρας. Ωστόσο αυτή η μαζική μετακίνηση και συνάθροιση ατόμων συμβάλει με ποικίλους τρόπους στην απελευθέρωση αερίων του θερμοκηπίου στην ατμόσφαιρα, συμβάλλοντας στην υπερθέρμανση του πλανήτη και όχι μόνο. Τα συμβατικά συνέδρια που διοργανώνονται κάθε χρόνο σε παγκόσμια κλίμακα προκαλούν τεράστιες περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις, τις οποίες τόσο ο τουριστικός κλάδος όσο και οι έμμεσα εμπλεκόμενοι (πχ. σύνεδροι) αγνοούν. Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει στραφεί σε βιώσιμους στόχους ανάπτυξής του, οπότε πρέπει να δοθεί έμφαση ώστε να μην υπάρχει αυτό το μειονέκτημα. Επίσης, τα συνεδριακά κέντρα χρειάζονται αναβάθμιση, ώστε να μετατραπούν σε υψηλού επιπέδου, για να είναι πιο ανταγωνιστικά στην αγορά (Δίστρα, 2020).

Παρακάτω διατυπώνονται στόχοι με τους οποίους θα μειωθούν τα μειονεκτήματα του κλάδου αυτού και θα επιτευχθεί ακόμη μεγαλύτερη ανάκαμψη του συνεδριακού τουρισμού.

Στόχοι για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Η ανάπτυξη της βιομηχανίας του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι απαραίτητη και ευνοεί επίσης την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού. Παρακάτω ακολουθούν οι καθορισμένοι στόχοι για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Στόχοι Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα:

1. Πλήρης αξιοποίηση και αναβάθμιση των υφιστάμενων δομών της πόλης (ιδίως των ξενοδοχείων), καθώς και επιλεγμένων εναλλακτικών υποδομών (όπως θέατρα, μουσεία) (ΣΕΤΕ).
2. Αξιοποίηση του κέντρου Ταε-Κβο-Ντο (και πιθανώς αύξηση της επενδυτικής απόδοσης, μέσω εμπορικής χρήσης) ως συνεδριακό κέντρο για την ανάδειξη της ταυτότητας της πόλης ως προορισμού MICE (ΣΕΤΕ).
3. Ενισχυμένος συντονισμός και επαγγελματική διαχείριση της διαδικασίας υποβολής προσφορών για συνεδριακές εκδηλώσεις:

- Θέσπιση του «Εθνικού Γραφείου Συνεδρίων» με θέμα το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις και τις προσφορές για εκδηλώσεις, τη δικτύωση με διεθνείς οργανισμούς και το συντονισμό των τοπικών γραφείων συνεδρίων (ΣΕΤΕ).

- Θέσπιση γραφείων συνεδρίων σε επίπεδο πόλης και περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξης διαφημιστικού υλικού σε επίπεδο πόλης, συντονισμό μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών και τις πωλήσεις/ προσφορές σε διεθνείς οργανισμούς / εταιρείες (ΣΕΤΕ).

4. Συνέργεια περισσότερων φορέων και ενσωμάτωσή τους στην διαδικασία σχεδιασμού, ώστε να ελέγχουν και να αξιολογούν την πορεία του συνεδριακού τουρισμού, με σκοπό να την βελτιώνουν συνεχώς.

5. Κρατικοί και κοινοτικοί πόροι (π.χ. ΕΣΠΑ) πρέπει να αξιοποιηθούν προσεκτικά, ώστε να αποτελέσουν βάση αύξησης της ιδιωτικής επένδυσης και να βελτιστοποιηθεί η αποτελεσματικότητά τους (ΣΕΤΕ).

6. Διαχείριση της εποχικότητας και διεξαγωγή συνεδρίων σε περισσότερες περιοχές.

7. Τμηματοποίηση της αγοράς, με σκοπό την εύρεση του κατάλληλου κοινού, ώστε να βελτιωθεί ο τρόπος με τον οποίο προωθείτε το προϊόν σήμερα.

8. Αύξηση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας στην διεθνή συνεδριακή αγορά και αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

9. Η επικαιροποίηση και βελτίωση του θεσμικού πλαισίου για τη διοργάνωση συνεδρίων, με σύγχρονους κανόνες και όρους πιστοποίησης, ελεγκτικό μηχανισμό. (www.forin.gr).

10. Αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης, με νέο σχέδιο μάθησης ως σημείο αναφοράς για την διαχείριση συνεδρίων (www.forin.gr).

11. Συνδυασμένη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού με άλλες μορφές όπως ο αστικός τουρισμός, εκπαιδευτικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.ά.

12. Η διαρκής εξειδίκευση του προσωπικού και ο έλεγχος και αξιολόγηση του θα δημιουργήσει μια άριστη ομάδα ειδικών και θα λυθούν οι δυσκολίες με το ανθρώπινο δυναμικό.

13.Έμφαση στην βιωσιμότητα του κλάδου, ώστε να μην αποτελεί περιβαλλοντική απειλή.

14.Έγκαιρη και αποτελεσματική διευθέτηση των πιθανών προβλημάτων

15.Παροχή υψηλού επιπέδου τουριστικής εμπειρίας.

Εμπλεκόμενοι φορείς

Η Ελλάδα ως συνεδριακός προορισμός διαθέτει stakeholders, οι οποίοι αποτελούν βασικούς παράγοντες για την ανάπτυξη και την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού. Ο καθένας από αυτούς είναι υπεύθυνος για διαφορετική λειτουργία και οι συνεργασίες μεταξύ των φορέων είναι αυτές που φέρνουν το σωστό αποτέλεσμα. Παρακάτω αναφέρονται μερικοί από τους πιο σημαντικούς stakeholders στην Ελλάδα.

Πίνακας 11 Stakeholders συνεδριακού τουρισμού

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης

Περιφέρειες- Περιφερειακές Ενότητες

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού(ΕΟΤ)

Hellenic Association Of Professional Congress Organizers(HAPCO)

Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (Σ.Ε.Ο.Ε.Σ)

Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης(T.C.V.B)

Δήμοι-Τοπικοί φορείς

Επιμελητήρια

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας

Σύνδεσμος Ξενοδόχων

Ξενοδοχεία

ΣΕΤΕ-ΙΝΣΕΤΕ

Πανεπιστήμια

Συνεδριακά Κέντρα

Πηγή : ΣΕΤΕ 2018

Παρακάτω αναλύονται μερικοί φορείς που έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

ΕΟΤ

Ο ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού. Από το 1950, ο ΕΟΤ αποτελεί τον κύριο φορέα για την προώθηση του τουρισμού της χώρας(www.gnto.gov.gr).

HAPCO

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων - HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organisers) ιδρύθηκε το 1996 κι έχει ως κύριο στόχο την εκπροσώπηση των επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων, όπως επίσης και εταιρειών από όλο το εύρος υπηρεσιών και προϊόντων της συνεδριακής αγοράς. Ο HAPCO αποτελεί ένα εκ των ιδρυτικών μελών της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Ενώσεων Διοργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO). Οι κύριοι στόχοι του είναι:

- Η προστασία του Επαγγελματία Οργανωτή Συνεδρίων (PCO) και εν γένει της ελληνικής συνεδριακής αγοράς
- Η προβολή και αποτελεσματική προώθηση των συνεδριακών δυνατοτήτων της Ελλάδας εντός και εκτός συνόρων
- Η κατάθεση προτάσεων προς την Ελληνική Πολιτεία για την χάραξη πολιτικής σε θέματα επαγγελματικού και συνεδριακού τουρισμού Η συνεχής ενημέρωση της ελληνικής αγοράς για τις διεθνείς τάσεις της βιομηχανίας συνεδρίων και εκδηλώσεων (www.hapco.gr).

ΣΕΤΕ

Σκοπός του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) είναι η συνεχής ποιοτική αναβάθμιση και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού. Ο ΣΕΤΕ ιδρύθηκε το 1991 και είναι μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ο οποίος εκπροσωπεί επιχειρήσεις και ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων που καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων (www.sete.gr).

Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων & Συνεδρίων (Σ.Ε.Ο.Ε.Σ.) αντιπροσωπεύει μέλη της εκθεσιακής και συνεδριακής αγοράς.

ΔΗΜΟΙ

Οι δήμοι στους οποίους έχουν συσταθεί διευθύνσεις τουρισμού, έχουν αρμοδιότητες (γενικά) το σχεδιασμό και την παρακολούθηση των δραστηριοτήτων ανάπτυξης του τουρισμού και την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών σε συνεργασία με άλλους συναρμόδιους φορείς.

4.6 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Στο πλαίσιο των νέων τάσεων τουριστικής ζήτησης εντάσσονται οι ειδικές μορφές τουρισμού, που αφορούν στην ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τους επαγγελματικούς λόγους. Στην εν λόγω ομάδα ανήκουν ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων και το ατομικό επαγγελματικό ταξίδι.

Αθήνα

Ένας ακόμη προορισμός που μπορεί να αναπτύξει τον συνεδριακό τουρισμό σε μεγάλο βαθμό με προοπτικές εξέλιξης είναι η Αθήνα. Είναι μια πόλη, η οποία έχει καταφέρει να διεξάγει διοργανώσεις μεγάλου βεληνεκούς, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οπότε άξια θεωρείται ένας καλός συνεδριακός προορισμός. Μερικές από τις πιο σημαντικές συνεδριακές αίθουσες που διαθέτει η Αθήνα είναι: το Μέγαρο Μουσικής, το Ζάππειο, αλλά και οι πολυτελείς αίθουσες των ξενοδοχείων. Επίσης, διαθέτει πολύ ποιοτικά ξενοδοχεία για διαμονή, αλλά και προσφέρει ένα ανεπτυγμένο δίκτυο για τις μεταφορές των τουριστών.

Γίνονται συχνές πτήσεις μεγάλων διεθνών αεροπορικών εταιρειών συνδέουν την Αθήνα με το βραβευμένο, υπερσύγχρονο αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος». Η επίσκεψη στην πρωτεύουσα της χώρας μας για ένα συνέδριο μπορεί να προσφέρει πολλά, γιατί εκτός από το επαγγελματικό και το αρχαιολογικό ενδιαφέρον, λόγω της πλούσιας ιστορίας και πληθώρα μουσείων, το γαστρονομικό ενδιαφέρον, καθώς και το ψυχαγωγικό ενδιαφέρον δεν μπορούν να λείπουν από την πόλη αυτή.

Θεσσαλονίκη

Η Θεσσαλονίκη τα τελευταία χρόνια έχει μπει δυνατά στο κομμάτι διοργάνωσης μεγάλων διεθνών συνεδρίων και εκθέσεων στρατηγική της θέση στην Ελλάδα και την Ευρώπη, η ευκολία πρόσβασης με όλα τα μεταφορικά μέσα, η γρήγορη μετακίνηση μέσα στην πόλη, η συνεδριακή και ξενοδοχειακή υποδομή, το πλούσιο πολιτιστικό υπόβαθρο, η ενεργή νυχτερινή ζωή και η μεσογειακή ζωντάνια καθιστούν την Θεσσαλονίκη υπολογίσιμη δύναμη στον κλάδο του συνεδριακού τουρισμού και επαγγελματικών εκθέσεων διεθνώς.

Ήδη βρίσκεται στις 108 κορυφαίες πόλεις ως προς τον αριθμό συνεδρίων που φιλοξενεί (ICCA 2014). Η πόλη διαθέτει αεροδρόμιο, το οποίο συνδέει την Θεσσαλονίκη με 31 χώρες του εξωτερικού, επίσης διαθέτει 19 συνεδριακά/εκθεσιακά κέντρα, που διαθέτουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, καθώς και 39 ξενοδοχεία conference & meeting facilities, έχοντας έτσι την δυνατότητα να φιλοξενήσει από μια μικρή εκδήλωση έως ένα μεγάλο συνέδριο 5.000 ατόμων (<https://thessaloniki.travel/>)

Πάτρα

Βάσει του τρίπτυχου ποιότητα υπηρεσιών - υποδομές - προσβασιμότητα και δεδομένων των χαρακτηριστικών, αλλά και των πλεονεκτημάτων του συνεδριακού τουρισμού, ως ειδική μορφή τουρισμού, αξίζει να διερευνηθούν η υφιστάμενη κατάσταση και οι δυνατότητες ανάπτυξης του στην Πάτρα. Ο βαθμός προσβασιμότητας στην πόλη της Πάτρας έχει βελτιωθεί σημαντικά τα τελευταία έτη καθώς, πέραν της γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου, ολοκληρώθηκαν τα έργα στα οδικά δίκτυα της Ολυμπίας οδού και της Ιόνιας οδού, ενώ δυνατότητες ανάπτυξης έχει και ο αερολιμένας του Αράξου που απέχει μόλις 45 χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης με επιχειρησιακή δυνατότητα διεθνών πτήσεων.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ, η Πάτρα δεν κατατάσσεται μεταξύ των δημοφιλών ελληνικών τουριστικών προορισμών, παρά την άνοδο που παρουσιάζει η τουριστική της κίνηση της Αχαΐας τα τελευταία έτη, επομένως καθίσταται υψίστης σημασίας η διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού της προϊόντος και η δημιουργία ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων πόλεων-προορισμών. Παρόλα αυτά, κατατάσσεται στις καλές πρακτικές γιατί μπορεί να αποτελέσει πρότυπο ανάπτυξης.

Ρόδος

Η Ρόδος ήταν ανέκαθεν ένας προορισμός, όχι μόνο για καλοκαιρινές διακοπές αλλά και προορισμός συνεδριακού τουρισμού. Υπάρχουν αμέτρητα συνέδρια που διοργανώνονται ετησίως στο νησί, καθώς υπάρχουν και πολλά μεγάλα ξενοδοχεία εξοπλισμένα με αίθουσες συνεδριάσεων και επαγγελματικών συναντήσεων.

Η Ρόδος συνεχίζει να αποτελεί πόλο έλξης για την διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα, τους επιστήμονες, τους ερευνητές και όχι μόνο. Αποδεικνύεται ότι το νησί αποτελεί ιδανικό τόπο για την διεξαγωγή μεγάλων και απαιτητικών συνεδρίων. Διαθέτει μεγάλα ξενοδοχεία ώστε να διεξαχθούν τα συνέδρια αλλά και η πρόσβαση στο νησί είναι εύκολο, εφόσον γίνεται και αεροπορικώς αλλά και με πλοίο. Επίσης υπάρχει ποικιλία διάφορων δραστηριοτήτων. Η ιστορία του νησιού είναι μοναδική και διαθέτει πολλά μέρη πολιτισμικού ενδιαφέροντος ώστε να επισκεφτεί κανείς (www.rhodes.gr).

Κως

Η Κως έχει κάνει πολλές προσπάθειες για να φέρει τον συνεδριακό τουρισμό στο προσκήνιο. Το 2018 έγινε μια συμφωνία μεταξύ της Κίνας-Κω για την ανάπτυξη των συνεδρίων στο νησί. Η οικονομική αυτή συνεργασία διέυρνε τους ορίζοντες των ντόπιων αλλά και των τουριστών. Γιατί όχι μόνο γίνεται προβολή της Κω στο εξωτερικό αλλά προωθούνται και τοπικά ελληνικά προϊόντα στην αγορά της Κίνας. Επίσης το νησί διαθέτει ένα μεγάλο συνεδριακό χώρο (NEPTUNE), ο οποίος χώρος μπορεί να φιλοξενήσει έως και 1.500 συνέδρους (neptune-conference.gr).

Κρήτη

Η Κρήτη ως το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας, έχει και αυτή τον συνεδριακό τουρισμό ως ένα μέρος του τουρισμού στο νησί. Κατά το παρελθόν έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικά διεθνή (κυρίως ιατρικά) συνέδρια. Υπάρχουν τουλάχιστον 10 ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν τις κατάλληλες συνεδριακές υποδομές. Ωστόσο, το μεγάλο πρόβλημα στην προσπάθεια προσέλκυσης διεθνών συνεδρίων στην Κρήτη, είναι η έλλειψη απευθείας πτήσεων το χειμώνα από το εξωτερικό.

Επίσης στην Κρήτη πραγματοποιούνται ετησίως περίπου 25 συνέδρια, αριθμός πολύ μικρός για την τουριστική δυναμική του νησιού, που συγκεντρώνει περίπου το 25% των τουριστικών αφίξεων στην πατρίδα. Αλλά και οι χώροι συνεδρίων είναι συγκεκριμένοι και περιορίζονται κυρίως σε Ηράκλειο και Χανιά, ωστόσο ανήκουν σε ξενοδοχειακές μονάδες που τη χειμερινή περίοδο είναι κλειστές. Παρουσιάζονται σε

γενικές γραμμές αδυναμίες οι οποίες δεν δικαιολογούνται σε μια τόσο τουριστικά ανεπτυγμένη περιοχή.

Η Κρήτη θα μπορούσε να αποτελέσει έναν ελκυστικό προορισμό για συνέδρια και το χειμώνα, ωστόσο για να επιτευχθεί αυτό χρειάζονται κάποια βήματα επί της ουσίας, με σημείο αναφοράς τους συνεδριακούς χώρους, αλλά και την προσβασιμότητα του νησιού. Οι φορείς πρέπει να λάβουν ενεργό ρόλο στην διαδικασία σχηματισμού της Κρήτης ως συνεδριακό προορισμό, γιατί αυτό θα φέρει κέρδη, ποιοτικούς τουρίστες, αναγνωσιμότητα σε πολλά μέρη και γενική βελτίωση της περιοχής.

Πελοπόννησος

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί σημαντική παράμετρο ανάπτυξης του τουρισμού για την Πελοπόννησο. Ήδη έχουν γίνει μεγάλα συνέδρια στην περιοχή και οι Περιφέρειες προσπαθεί διαρκώς για την ανάπτυξη της και την ευημερία των πολιτών. Έχει δημιουργηθεί στην περιοχή της Δημητσάνας ένα πολιτιστικό κέντρο το οποίο είναι ικανό να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια. Διακρίνεται για την ποιότητα κατασκευής του, την παραδοσιακή αρχιτεκτονική του και τους άνετους και άρτια εξοπλισμένους χώρους που διαθέτει. Το υπερσύγχρονο Συνεδριακό Κέντρο, με την ιδανική του τοποθεσία (μόλις 2 ώρες από την πρωτεύουσα), σε συνδυασμό παράλληλα με τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων καταλυμάτων στην περιοχή, των υποδομών για εστίαση, αλλά και τα πολυάριθμα αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής, το καθιστούν ικανό να καλύψει κάθε ανάγκη (<https://www.e-gortynia.gr/>).

Κέρκυρα

Το νησί της Κέρκυρας ετησίως φιλοξενεί συνέδρια, σεμινάρια, συμπόσια και φεστιβάλ, με θέματα που καλύπτουν πολλά ενδιαφέροντα. Σύγχρονοι χώροι είναι διαθέσιμοι, με σύγχρονο εξοπλισμό και άψογη οργάνωση. Ένας μεγάλος αριθμός από ξενοδοχεία του νησιού έχουν στρέψει την προσοχή τους σε αυτό το είδος του τουρισμού, προσφέροντας πολυτελείς εγκαταστάσεις σε ελκυστικές τιμές.

Παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή της Κέρκυρας περιλαμβάνουν τη γειτνίαση με τη θάλασσα, τα μοναδικά αξιοθέατα της, την εύκολη πρόσβαση στην ιστορική Παλιά Πόλη και τις ευκαιρίες που μπορούν να εξερευνηθούν, να μην ξεχνάμε τις πολλές δυνατότητες για χαλαρή απόλαυση, τις πολλές εκδηλώσεις και κάθε είδους διασκέδαση. Σε σύγκριση με άλλους, παραδοσιακά δημοφιλείς προορισμούς για τουρισμό κινήτρων, Κέρκυρα ξεχωρίζει ως η καλύτερη επιλογή, συμπαγής, ιστορική, ανθρώπινη (Corfu-guide.gr).

Σαντορίνη

Κάθε χρόνο πραγματοποιούνται συνέδρια, εκθέσεις και στο νησί της Σαντορίνης. Τόσο τα ξενοδοχεία όσο και τα συνεδριακά κέντρα που διαθέτει οργανώνουν meetings με σκοπό την παρουσίαση κάποιων θεμάτων. Η Σαντορίνη αποτελεί σημαντικό συνεδριακό προορισμό και μπορεί να αξιοποιήσει την δυνατότητα αυτή ώστε προσελκύσει και συνέδρους στον τόπο.

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν έρθει στο προσκήνιο της τουριστικής αγοράς τα τελευταία χρόνια. Με την δημιουργία νέων καταναλωτικών προτύπων, την αύξηση του ελεύθερου χρόνου, την στροφή στην παραδοσιακή ζωή και το περιβάλλον, τις αλλαγές στα κίνητρα και την γενικότερη αναζήτηση του εναλλακτικού καταρρίπτεται η μαζικότητα και με τα νέα δεδομένα γίνονται αλματώδεις αλλαγές που οδηγούν στην άνθιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Δημιουργείται μια ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τους επαγγελματικούς λόγους. Με τον καιρό αναπτύσσεται και ο συνεδριακός τουρισμός και περισσότεροι άνθρωποι ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν συνέδρια, σεμινάρια και τέτοιου είδους εκδηλώσεις. Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται σε διεθνές και παγκόσμιο επίπεδο με τον καιρό. Μεγάλες συνεδριακές χώρες είναι το Παρίσι, η Βαρκελώνη, το Βερολίνο, το Σύδνεϋ. Η Ελλάδα έχει αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό τον συνεδριακό τουρισμό. Πολλές περιοχές διαθέτουν κέντρα διεξαγωγή συνεδρίων και μεγάλων εκδηλώσεων, με κύριες περιοχές την Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ρόδο, Κω και Τρίπολη. Οι συνεδριακοί τουρίστες είναι άνθρωποι κύρους, με αυξημένες προσδοκίες και πρέπει να δίνεται προσοχή στον τρόπο διαχείρισης τους. Τέλος παρατηρείται ότι αν δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές, με το σωστό προσωπικό η τουριστική κίνηση θα αυξηθεί και θα φέρει έσοδα στην περιοχή που θα διεξαχθεί ένα συνέδριο.

ΜΕΡΟΣ Β ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΈΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η εμπειρική ανάλυση περιλαμβάνει μια καθολική, αντικειμενική γλώσσα για να περιγράψει και να εξηγήσει την ανάπτυξη και την χρήση μιας πραγματικότητας. Μπορεί να είναι ποιοτική (με βάση δηλαδή την κατανόηση των παρατηρήσεων ή περιπτώσεων του/της ερευνητή/τριας) ή ποσοτική, η οποία βασίζεται σε στατιστικές συγκρίσεις των αντικειμένων ή των περιπτώσεων που εξετάζονται από τον/την ερευνητή/τρια. Η ποσοτική ανάλυση έχει ορισμένα χαρακτηριστικά που διαφέρουν από την ποιοτική προσέγγιση. Π.χ., Υιοθετεί στην ανάλυσή της τις μεθόδους των φυσικών επιστημών (η ουδετερότητα είναι κεντρικό στοιχείο), ενδιαφέρεται για γενικούς νόμους και εμπειρικούς κανόνες (www.sociology.soc.uoc.gr).

Η παρούσα έρευνα, η οποία αφορά τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα είναι μια ποσοτική έρευνα που έγινε με ερωτηματολόγια και με την χρήση της δειγματοληψίας κατά κρίση. Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν από αρχές Ιανουαρίου έως τέλη Μαΐου και απευθυνόταν σε stakeholders και εμπειρογνώμονες που έχουν άμεση επαφή με τον συνεδριακό τουρισμό. Οι κύριοι φορείς που αναφέρονται στην εργασία είναι δήμοι, επιμελητήρια, περιφέρειες, οργανισμοί όπως ο ΣΕΤΕ και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος καθώς και συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία που φιλοξενούν συνέδρια. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η επιλογή των φορέων ήταν κατά κρίση, δηλαδή η επιλογή των ερωτηθέντων ήταν με βάση το κριτήριο της εμπλοκής των φορέων στον τουρισμό.

Στα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται και απαντώνται διάφορα ερωτήματα για το θέμα αυτό. Η κατανομή των ερωτηματολογίων έγινε σε όλη την Ελλάδα χωρίς να στοχεύει σε μια μόνο περιοχή ώστε να αντιληφθεί κανείς και τις περιοχές που δεν έχουν ανεπτυγμένο τον συνεδριακό τουρισμό πως συμπεριφέρονται. Επίσης περιέχονται και ερωτήσεις ανάπτυξης, δίνοντας την ευκαιρία στους ερωτηθέντες να αναπτύξουν την γνώμη και τους προβληματισμούς τους.

Χρόνος διεξαγωγής της έρευνας

Η συγγραφή του θεωρητικού τμήματος της έρευνας ξεκίνησε τον Δεκέμβριο του 2020, όμως η επεξεργασία του θέματος και η εύρεση πληροφοριών νωρίτερα.

Η έρευνα με ερωτηματολόγια πραγματοποιήθηκε από τον Ιανουάριο του 2021 έως το Μάιο της ίδιας χρονιάς και έπειτα ακολούθησε η επεξεργασία τους.

Όλο αυτό το διάστημα εμπλουτιζόταν διαρκώς η εργασία με πληροφορίες χρήσιμες για τον αναγνώστη. Με τα αποτελέσματα της έρευνας θα αντιληφθεί κανείς έννοιες όπως ο συνεδριακός τουρισμός. Αλλά και μέσα από παραδείγματα καλών πρακτικών θα αντιληφθεί τα μέρη που είναι ανεπτυγμένα. Με διαγράμματα και στατιστικές αναλύσεις σε παρακάτω κεφάλαιο αναλύονται οι απαντήσεις στα ερωτήματα που τέθηκαν στο ερωτηματολόγιο.

Τρόπος εμφάνισης αποτελεσμάτων

Η επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας έγινε με το excel . Εφόσον δόθηκαν οι απαντήσεις από τους ερωτώμενους , με τα φύλλα excel, δημιουργήθηκαν τα διαγράμματα και οι στατιστικές μετρήσεις. Στην αρχή συλλέχθηκαν όλα τα ερωτηματολόγια σε ηλεκτρονική μορφή και έπειτα ξεκίνησε η διαδικασία αυτή.

Φορείς που συμμετείχαν στην έρευνα

Οι συμμετέχοντες της έρευνας ήταν stakeholders, εμπλεκόμενοι άμεσα με τον τουρισμό. Η επιλογή των οποίων ήταν κατά κρίση , δηλαδή με βάση το κριτήριο της εμπλοκής των φορέων στον τουρισμό.

Οι φορείς στους οποίους στάλθηκαν τα ερωτηματολόγια ήταν κυρίως :

- Δήμοι (31 απαντήσεις)
- Περιφέρειες (8 απαντήσεις)
- Υπουργεία (2 απαντήσεις)
- Ξενοδοχεία (13 απαντήσεις)
- Οργανισμοί (10 απαντήσεις)
- Συνεδριακά κέντρα (2 απαντήσεις)

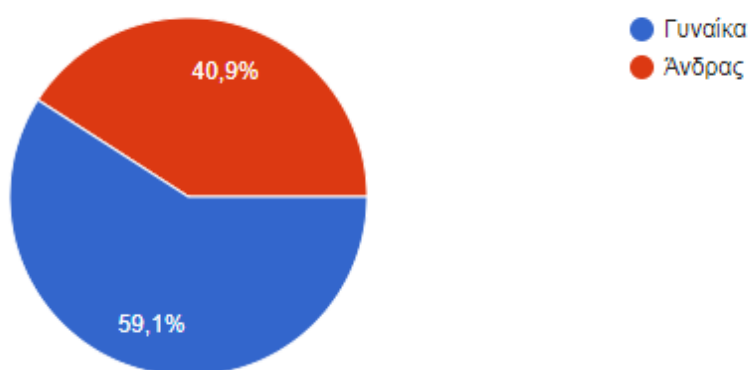
Πιο εύκολη ήταν η συνεργασία με δήμους και περιφέρειες της χώρας, καθώς και τα υπουργεία. Οι απαντήσεις των ιδιωτικών φορέων και των συνεδριακών κέντρων προέκυψαν μετά από πολλές προσπάθειες. Στα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται αναλυτικά οι φορείς που συμμετείχαν στην έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρακάτω αποτυπώνονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Ολόκληρο το ερωτηματολόγιο βρίσκεται σε παράρτημα στο τέλος της εργασίας.

Πίνα 4: Δημογραφικά Στοιχεία

Α.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ Α1.Φύλο

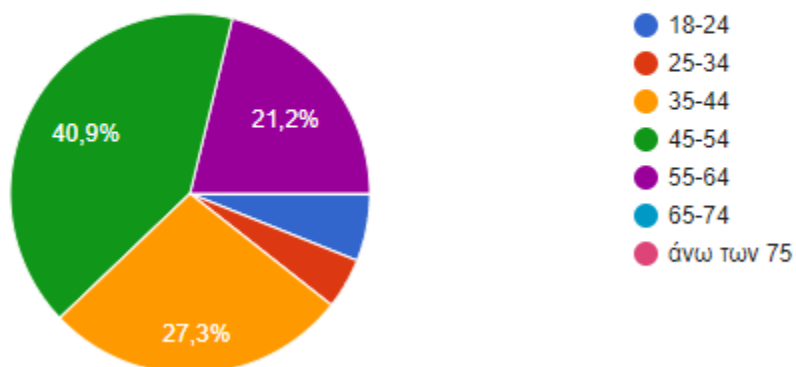


Πηγή: Επεξεργασία ερωτηματολογίου

Στην ερώτηση για το φύλο των ερωτηθέντων το 59,1% απάντησε ότι είναι γυναίκα και το 40,9% άνδρας. 39 γυναίκες και 27 άντρες απάντησαν δηλαδή συνολικά 66 άτομα.

Πίνα 5: Ηλικία

Α2.Ηλικία



Όσον αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων η πλειοψηφία με ποσοστό 40,9% κατατάσσεται στην ηλικιακή ομάδα 45-54. Έπειτα 18 απαντήσεις και ποσοστό 27,3% είναι οι άνθρωποι ηλικίας 35-44 ετών. Το 21,2% απάντησε ότι ήταν ηλικίας 55-64%. Σε ποσοστό 6,1% με 4 απαντήσεις είναι οι ηλικίες 18-24 ετών και 3 απαντήσεις με ποσοστό 4,5% ήταν ηλικίας 25-34 ετών. Στο ερωτηματολόγιο δεν υπήρχαν απαντήσεις ηλικίας άνω των 75 ετών.

Στην συγκεκριμένη ερώτηση τα αποτελέσματα είναι συναφή με την θεωρία και δεν παρουσιάζεται κάτι διαφορετικό. Οι σύνεδροι είναι μεγαλύτερων ηλικιών γιατί ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, γεγονός το οποίο δεν θα έκανε εύκολα κάποιος νεότερης ηλικίας, γιατί δεν διαθέτει και το κατάλληλο εισόδημα. Έτσι οι ηλικίες 18-24 πηγαίνουν σε λιγότερα συνέδρια από ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες.

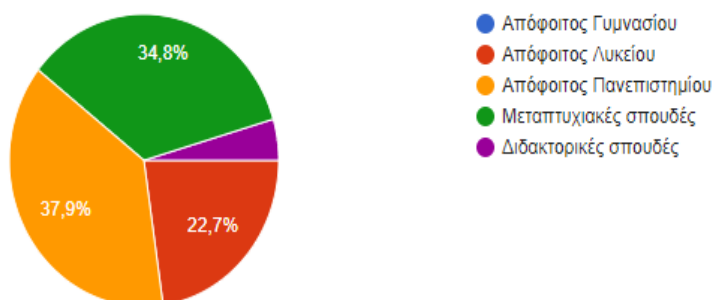
Πίνακας 12 :Τόπος κατοικίας των ερωτηθέντων

Ανατολική Μακεδονία και Θράκη : 2 απαντήσεις
Κεντρική Μακεδονία :10 απαντήσεις
Δυτική Μακεδονία : 2 απάντηση
Ήπειρος: 7 απαντήσεις
Θεσσαλία: 4 απαντήσεις
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου: 8 απαντήσεις
Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου : 10 απαντήσεις
Νησιά Ιονίου: 2
Αττική : 14 απαντήσεις
Στερεά Ελλάδα και Εύβοια : 4 απαντήσεις
Περιφέρεια Πελοποννήσου : 2 απαντήσεις
Κρήτη: 3 απαντήσεις

Στον παραπάνω πίνακα αποτυπώνονται οι Περιφέρειες στις οποίες κατατάσσονται οι ερωτηθέντες του ερωτηματολογίου. Οι περισσότεροι κατοικούν στις πόλεις της Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Ιωάννινα, Χίου και Ρόδου. Η Άρνησσα, Πάτρα, ο Βόλος ήταν και αυτές από τις συχνές απαντήσεις.

Πίνα 6 : Επίπεδο εκπαίδευσης

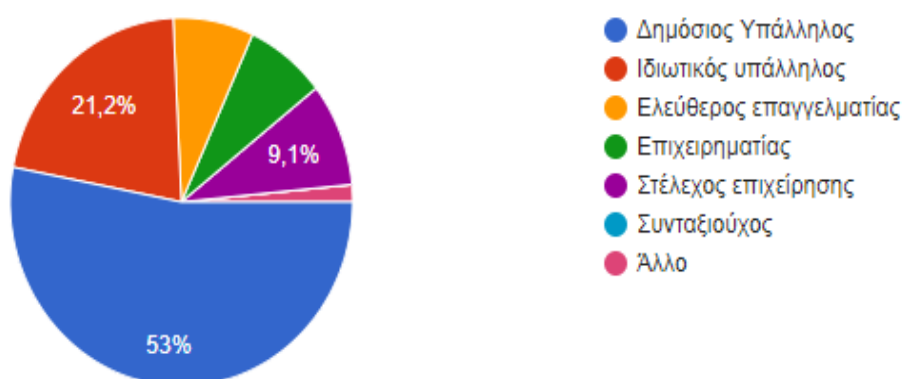
A4. επίπεδο εκπαίδευσης



Το επικρατέστερο επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων σε ποσοστό 37,9% ήταν ο απόφοιτος πανεπιστημίου. Ένα μεγάλο ποσοστό(34,8%) έχουν ολοκληρώσει τις μεταπτυχιακές σπουδές. Σε ποσοστό 22,7% οι ερωτηθέντες είναι απόφοιτοι λυκείου . Μόνο το 4,5% έχει ολοκληρώσει τις διδακτορικές του σπουδές. Αυτό σημαίνει ότι ένα μεγάλο ποσοστό των εμπλεκόμενων στον συνεδριακό τουρισμό βρίσκονται σε ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Πίνα 7 : Επάγγελμα

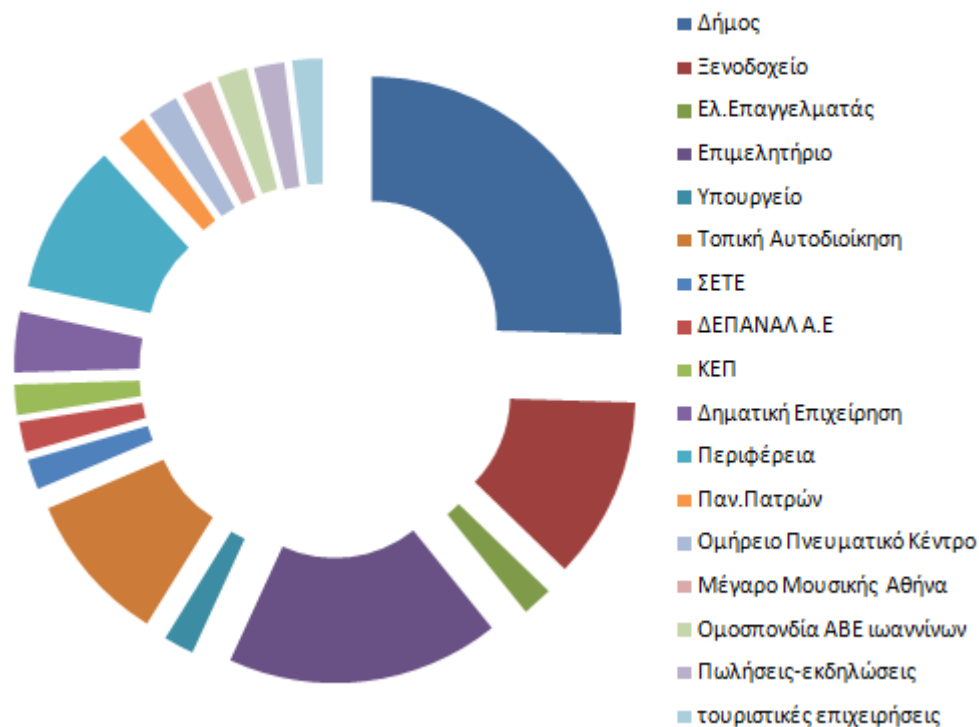
A5.Επάγγελμα



Το επίπεδο επαγγελματικής κατάρτισης των ερωτηθέντων δείχνει ότι το 53% είναι απασχολούμενοι στον δημόσιο τομέα. το 21% δηλώνουν ιδιωτικοί υπάλληλοι. Το 9,1% αποτελούν στελέχη σε επιχειρήσεις. Το 7,6% δηλώνουν ελεύθεροι επαγγελματίες και επιχειρηματίες. Μόνο το 1,5% δήλωσε την απάντηση “άλλο”.

Δακτύλιος 1: Φορέας Απασχόλησης

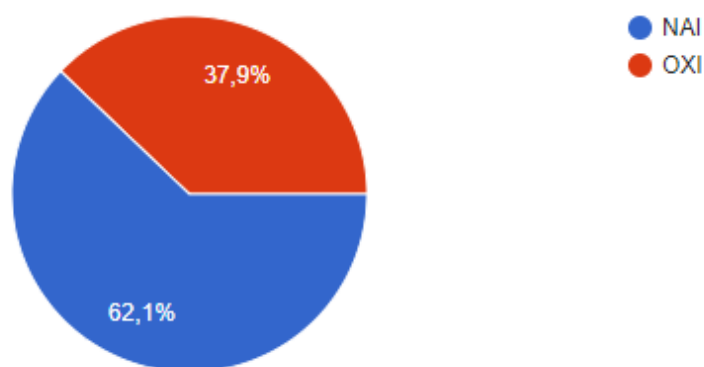
Φορέας Απασχόλησης



Σύμφωνα με το παραπάνω σχήμα διατυπώνονται οι φορείς απασχόλησης των ερωτηθέντων. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων εργάζεται στον δήμο , σε επιμελητήρια αλλά και σε ξενοδοχεία. Η τοπική αυτοδιοίκηση και οι δημοτικές επιχειρήσεις είναι και αυτές από τις συχνές απαντήσεις των ερωτηθέντων. Επίσης πολλοί εργάζονται και σε τουριστικές επιχειρήσεις. Μοναδικές ήταν οι απαντήσεις όσον απασχολούνται στο ΣΕΤΕ, Υπουργείο Παιδείας, Πανεπιστήμιο Πατρών, Ομήρειο Πνευματικό Κέντρο Χίου, Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, Ομοσπονδία ΕΒΕ Ιωαννίνων , ΚΕΠ, πωλήσεις-εκδηλώσεις, καθώς και στην ΔΕΠΑΝΑΛ ΑΕ.

Πίτα 8: Ενασχόληση φορέα με ταξίδια κινήτρων

Β ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ –ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

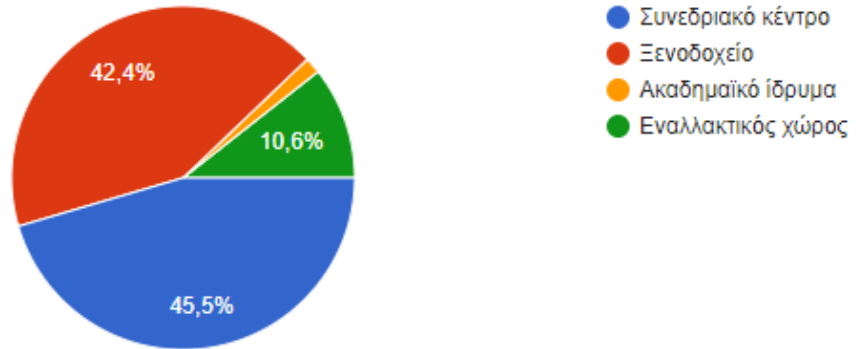


Στην πίτα 8 διατυπώνονται οι απαντήσεις για τον αν πραγματοποιεί ταξίδια κινήτρων ο φορέας απασχόλησης των ερωτηθέντων. 41 ήταν οι θετικές απαντήσεις με ποσοστό 62,1% και 25 αρνητικές με ποσοστό 37,9%.

Δεν είναι απαραίτητη προϋπόθεση τα ταξίδια κινήτρων για ένα επάγγελμα, αλλά πολλοί ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν μια εκδήλωση, μια έκθεση ή γενικότερα ένα event το οποίο δεν διοργανώνεται στον τόπο διαμονής τους. Στην συγκεκριμένη περίπτωση επειδή οι ερωτηθέντες δεν ήταν μόνο από μεγάλες πόλεις που πραγματοποιούν διαρκώς συνέδρια, μεγάλο ποσοστό ταξιδεύει σε γειτονικές περιοχές για να τα παρακολουθήσει.

Πίτα 9: Τύπος συνεδριακού χώρου

Β2. Ποιός τύπος συνεδριακού χώρου χρησιμοποιείται κυρίως για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου;

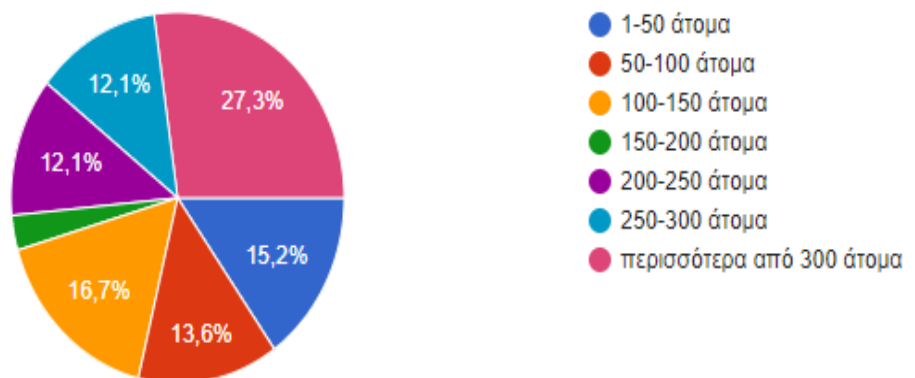


Οι πιο συχνοί χώροι διεξαγωγής συνεδρίων είναι τα συνεδριακά κέντρα 45,5%, έπειτα είναι τα ξενοδοχεία 42,4%, οι εναλλακτικοί χώροι 10,6% και τέλος το ακαδημαϊκό ίδρυμα συγκέντρωσε 1 μόνο απάντηση.

Εφόσον η Ελλάδα διαθέτει συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία μεγάλης χωρητικότητας συνέδρων, οι πιο συνήθεις απαντήσεις ήταν αυτοί οι 2 χώροι για την πραγματοποίηση συνεδρίου. Εναλλακτικοί χώροι όπως για παράδειγμα κτήματα, θέατρα, πολιτιστικά ή οτιδήποτε δεν είναι συνεδριακός χώρος ή ξενοδοχείο προτιμάτε σε μικρότερο βαθμό. Τα ακαδημαϊκά ιδρύματα δεν ήταν χώρος που προτιμήθηκε σχεδόν καθόλου από τους ερωτηθέντες.

Πίνα 9: Αριθμός επισκεπτών συνεδρίου

Β3. Ποιος είναι ο αριθμός επισκεπτών ενός συνεδρίου που έχετε διοργανώσει;

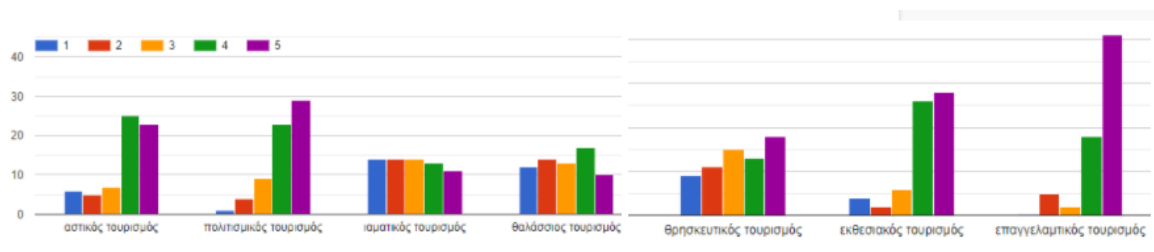


Πηγή : επεξεργασία ερωτηματολογίου

Τα περισσότερα συνέδρια στην Ελλάδα σε ποσοστό 27,3% έχουν περισσότερα από 300 άτομα, είναι δηλαδή αρκετά μεγάλα. Σε ποσοστό 16,7% διεξάγονται συνέδρια με 100-150 άτομα. Τα συνέδρια 1-50 ατόμων καταλαμβάνουν ποσοστό 15,2%. 12,1% είναι τα συνέδρια με 200-250 και 250-300 άτομα. Μόνο 3% είναι τα συνέδρια με 150-200.

Η κλίματα μεγέθους που χαρακτηρίζει τα συνέδρια εξαρτάτε από πολλούς παράγοντες. Με βάση τις απαντήσεις που προκύπτουν, τα περισσότερα είναι μεγάλης κλίμακας, εφόσον έχουν περισσότερους από 300 συμμετέχοντες. Οι διαφορές στο μέγεθος για τις υπόλοιπες κατηγορίες είναι μικρές. Μόνο τα συνέδρια με 150-200 άτομα έχουν την λιγότερη απήχηση στο κοινό.

Διάγραμμα 1: Μορφές τουρισμού που θα μπορούσε να συνδυαστεί ο συνεδριακός τουρισμός



Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που μπορεί εύκολα να συνδυαστεί και με άλλες. Ο συνδυασμός της μορφής αυτής με τον αστικό τουρισμό δείχνει ότι σε βαθμό πολύ(4) και απόλυτο(5) θα μπορούσε να συνδυαστεί με βάση την γνώμη των ερωτηθέντων. Η ίδια γνώμη επικρατεί και για την σύνδεση συνεδριακού με τον πολιτιστικό τουρισμό. Ο ιαματικός τουρισμός δεν θα μπορούσε να συνδυαστεί τόσο έντονα με τον συνεδριακό, σύμφωνα με του ερωτηθέντες.

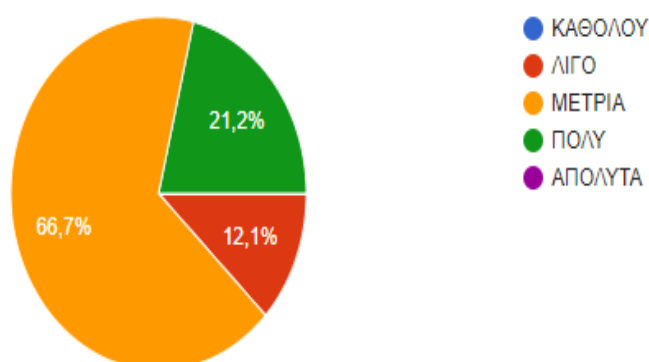
Οι απαντήσεις Ότι δεν θα μπορούσε να συνδυαστεί από καθόλου(1) έως μέτρια(3) είναι οι επικρατέστερες. Μόνο 11 ήταν οι απαντήσεις που συμφωνούν ότι θα μπορούσαν να συνδυαστούν αυτές οι μορφές απόλυτα. Οι επικρατέστερες απαντήσεις για τον θαλάσσιο τουρισμό είναι τα νούμερα 2 και 4, ότι δηλαδή θα μπορούσε να συνδυαστεί αρκετά έως πολύ. Η σύνδεση του θρησκευτικού τουρισμού για τους ερωτηθέντες θα μπορούσε να γίνει σε απόλυτο βαθμό καθώς 18 απαντήσεις προτίμησαν το (5). Τέλος 41 απαντήσεις συμφωνούν στην απόλυτη σύνδεση του συνεδριακού τουρισμού με τον επαγγελματικό.

Σύμφωνα με την θεωρία τα συνέδρια αποτελούν καταπληκτικές ευκαιρίες για διακοπές στους ή στις (συνηθέστερα) συζύγους των συνέδρων. Πολλές φορές, εκεί που η συμμετοχή ή όχι στο συγκεκριμένο συνέδριο βρίσκεται σε οριακά επίπεδα, το άτομο που θα συνοδεύσει είναι αυτό που θα παίξει τον αποφασιστικό ρόλο στην τελική επιλογή. Για το λόγο αυτό, τόσο ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο, όσο και ο

τόπος που θα διεξαχθεί, έχουν, με διαφορετικό φυσικά σκεπτικό, κοινό στόχο την προσέλκυση των συνοδών. Ένα συνέδριο, ανάλογα, με τον τόπο στον οποίο διοργανώνεται, μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα, ένα συνέδριο σε μεγάλες πόλεις όπως Αθήνα-Θεσσαλονίκη θα μπορούσε να συνδυαστεί με τον αστικό τουρισμό. Ή αντίστοιχα ένα συνέδριο στην Ρόδο θα μπορούσε να συνδυαστεί με τον θαλάσσιο τουρισμό, ή ακόμα και με τον πολιτιστικό (Σταυρέλου 2003).

Πίνα 10: Βαθμός ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού

B5. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι είναι ανεπτυγμένος ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα ;

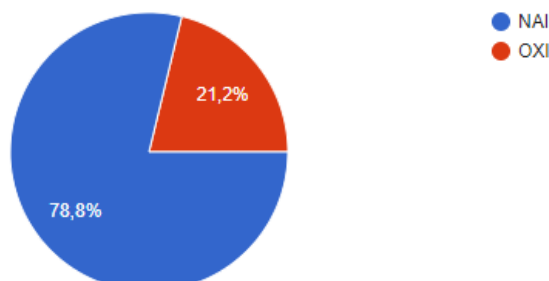


Το 66,7% θεωρεί την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μέτριο βαθμό. Και με μεγάλη απόκλιση το 21,2% θεωρεί μεγάλη την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Ακόμη μεγαλύτερη απόκλιση έχουν οι απαντήσεις που πιστεύουν στην μικρή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Σύμφωνα με την θεωρία ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα έχει παρατηρήσει μεγάλη πρόοδο και οι απαντήσεις για τον μέτριο βαθμό ανάπτυξης του αντιστοιχούν στο κομμάτι αυτό. Υπάρχουν ακόμη ελλείψεις στην διαδικασία οργάνωσης, την έλλειψη υποδομών μεγάλης χωρητικότητας και το προσωπικό. Επίσης οι απαντήσεις των ερωτηθέντων για το γεγονός ότι ο συνεδριακός έχει αναπτυχθεί πολύ, θα βασίζονται την υψηλή θέση που είχε στην κατάταξη με τις συνεδριακές χώρες η Αθήνα το 2019. Όσο για το γεγονός ότι δεν είναι ανεπτυγμένος αφορά πάλι τις αδυναμίες και τα προβλήματα που υπάρχουν στον κλάδο.

Πίνα 11: Εγκαταστάσεις συνεδριακού τουρισμού

Β6.Θεωρείτε ότι έχει η Ελλάδα τις κατάλληλες εγκαταστάσεις ώστε να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός;



Το 78,8% θεωρεί ότι η Ελλάδα έχει τις κατάλληλες εγκαταστάσεις ώστε να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός, συγκεντρώνοντας 52 απαντήσεις. Το 21,2% δεν συμφωνεί όμως με αυτό.

Υπάρχουν όντως αρκετά κατάλληλες εγκαταστάσεις για την διεξαγωγή συνεδρίων, οπότε οι απαντήσεις ανταποκρίνονται πάλι στην πραγματικότητα.

Μπορεί η Ελλάδα κατά την γνώμη σας να υποστηρίξει τέτοιες μορφές τουρισμού όπως ο επαγγελματικός, συνεδριακός, εκθεσιακός, κινήτρων;

Αυτή η ερώτηση του ερωτηματολογίου ήταν μια πολύ ενδιαφέρουσα, καθώς διαθέτει απάντηση με αιτιολόγηση. Η πλειοψηφία των απαντήσεων αιτιολογείται με τις εξής απαντήσεις:

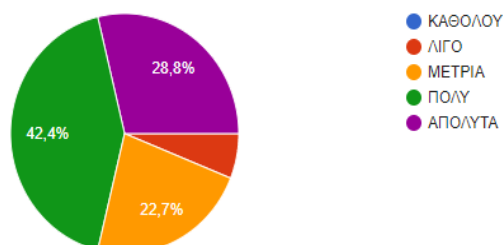
- ότι η Ελλάδα διαθέτει υποδομές, κλίμα, πολιτιστική κληρονομιά, αξιοθέατα, τεχνογνωσία και μπορεί να υποστηρίξει τέτοιες μορφές τουρισμού
- ότι μπορεί να αναπτυχθούν τέτοιες μορφές τουρισμού, αρκεί να εξειδικευτεί κατάλληλα το προσωπικό
- οι φυσικοί πόροι της χώρας βοηθούν ώστε να ισχύει αυτό

Ελάχιστες ήταν οι απαντήσεις που υποστηρίζουν ότι δεν μπορεί να αναπτυχθεί κάποιο από τα παραπάνω είδη τουρισμού και αυτό λόγω των υποδομών.

Όπως αναφέρθηκε και το κεφάλαιο 4 με την ανάλυση της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, αλλά και με την Swot Analysis η Ελλάδα έχει την δυνατότητα όχι μόνο να υποστηρίξει τέτοιες μορφές τουρισμού αλλά και να τις αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό. Ο επαγγελματικός τουρισμός και οι επακόλουθες μορφές είναι ένα κομμάτι εσόδων για τον ελληνικό τουρισμό και με την κατάλληλη σημασία που πρέπει να δοθεί θα αναπτυχθούν εξίσου πολύ.

Πίνα 12: Η επιρροή της τουριστικής προσφοράς στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Γ. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΑΝΑΣΤΑΛΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Γ1. Σε τι βαθμό επηρεάζει η τουριστική προσφορά (υποδομές, προσβασιμότητα, ανθρώπινο δυναμικό κλπ) την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα κατά την γνώμη σας;

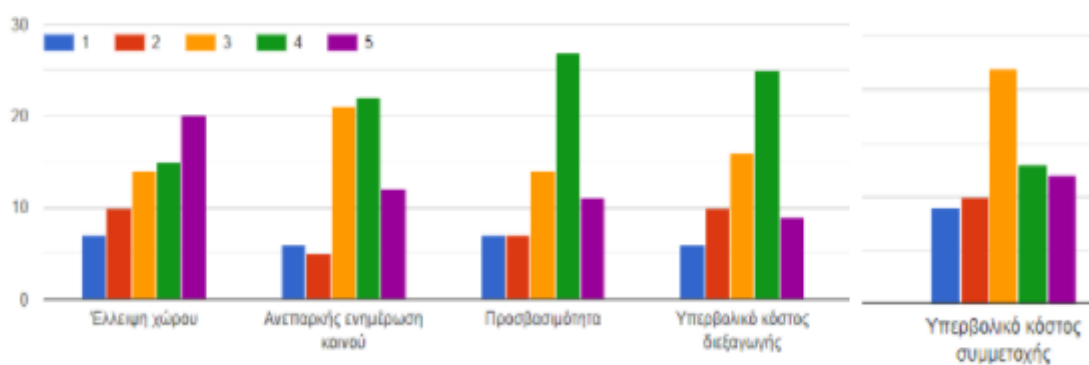


Όσον αφορά την τουριστική προσφορά και την επιρροή της στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, για το 42,4% είναι μεγάλη. Το 28,8% δηλώνει ότι επηρεάζει σε απόλυτο βαθμό και το 22,7% αναφέρει ότι επηρεάζει μέτρια. Μόνο το 6,1% απάντησε ότι η προσφορά επηρεάζει λίγο τον συνεδριακό τουρισμό.

Είναι σημαντικό ένας τόπος να έχει υποδομές, δρόμους, αεροδρόμια, ξενοδοχεία και εστίαση ώστε να φιλοξενήσει τουρίστες και α μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες τους.

Διάγραμμα 2: παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Γ2. Ποιοι είναι οι παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα;



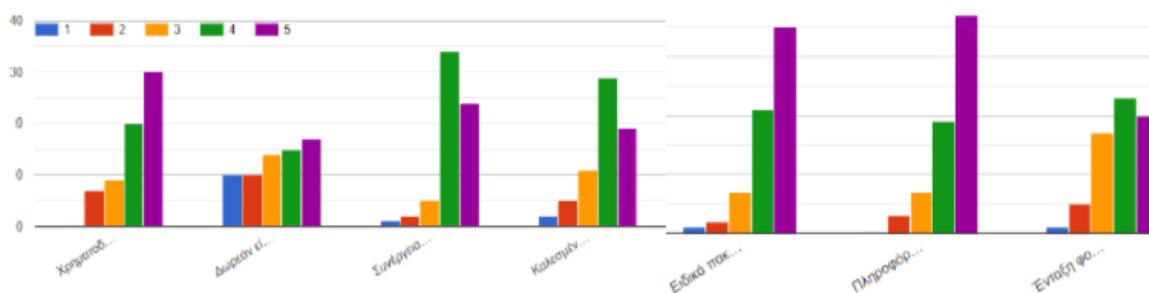
Η έλλειψη χώρου είναι ένας σημαντικός παράγοντας που λειτουργεί ανασταλτικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Οι ερωτηθέντες θεώρησαν ότι σε απόλυτο βαθμό επηρεάζει την ανάπτυξη. Οι επικρατέστερες απαντήσεις για την ανεπαρκή

ενημέρωση κοινού ήταν η 3 και η 4, ότι σε μέτριο και σε μεγάλο βαθμό επηρεάζει η ενημέρωση κοινού τα συνέδρια. Η προσβασιμότητα όπως και το κόστος διεξαγωγής επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τα συνέδρια, καθώς αποτελούν παράγοντες βασικούς για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου. Το κόστος συμμετοχής επηρεάζει σε μέτριο βαθμό τους ερωτηθέντες.

Η έλλειψη χώρου είναι σημαντικός παράγοντας, και όπως αναφέρθηκε νωρίτερα η τουριστική προσφορά είναι σημαντική για έναν προορισμό. Παίζει ρόλο στην διαμόρφωση εικόνας που θα έχουν οι σύνεδροι για τον τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων, και για αυτό τον λόγο πρέπει να είναι προσεγμένος ο προορισμός αν θέλει να φιλοξενήσει τέτοιου είδους τουρίστες.

Διάγραμμα 3: Μέτρα και προτάσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Δ. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Δ1.
Τι θα προτεινάτε ώστε να αυξηθεί η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού; 1=ΚΑΘΟΛΟΥ
5=ΑΠΟΛΥΤΑ



Όσον αφορά τα μέτρα και τις προτάσεις πολιτικής που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο η χρηματοδότηση για την δημιουργία συνεδριακών κέντρων σε περισσότερες περιοχές θεωρείται από τους περισσότερους ότι θα ήταν μια πολύ καλή ευκαιρία που θα οδηγήσει στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Οι επικρατέστερες απαντήσεις για την δωρεάν είσοδο των συνέδρων στα συνέδρια ήταν το νούμερο 3, 4, 5, ότι δηλαδή από μέτριο έως τον απόλυτο βαθμό θα μπορούσε αυτός ο παράγοντας να επηρεάσει τους ερωτηθέντες.

Η συνέργεια των ξενοδόχων με συνεδριακούς φορείς θα μπορούσε να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό (34 απαντήσεις), δήλωσαν οι ερωτηθέντες. 29 άτομα δήλωσαν ότι οι καλεσμένοι με κύρος θα επηρέαζαν την ανάπτυξη ενός συνεδρίου. 19 άτομα στον απόλυτο βαθμό, 11 σε μέτριο και λίγο απάντησαν ότι δεν θα επηρέαζε καθόλου, είτε η επιρροή θα ήταν ελάχιστη. Επίσης, τα ειδικά πακέτα για συνεδριακούς τουρίστες ήταν δελεαστικά αφού θα ενδιαφέρουν τους περισσότερους συνεδριακούς τουρίστες στον απόλυτο βαθμό (35 απαντήσεις). Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες τόνισαν την σημασία της ενημέρωσης του κοινού για τα συνέδρια, αφού 37 άτομα θεωρούν ότι τους επηρεάζει τον απόλυτο βαθμό. Οι πιο κοινές απαντήσεις για την ένταξη φοιτητών στην διαδικασία ήταν “μέτρια”, “σε μεγάλο βαθμό” και “απόλυτα”. Υπάρχουν διαφορετικές απόψεις στο κομμάτι αυτό.

Είναι απαραίτητο για κάθε έρευνα να υπάρχουν μέτρα και προτάσεις πολιτικής, ώστε να βελτιώνεται διαρκώς οτιδήποτε εμπλέκεται στον τουρισμό και αποσκοπεί στην ανάπτυξη του. Για τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα είναι απαραίτητο να υπάρχουν προτάσεις και μέτρα πολιτικής, διότι δίνεται η ευκαιρία στους stakeholders να πάρουν ιδέες για την δημιουργία ενός σωστού σχεδιασμού και την σωστή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού χωρίς σοβαρά προβλήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

Συμπεράσματα Θεωρητικού μέρους

Τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει παγκόσμιο ενδιαφέρον. Τα στοιχεία δείχνουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μεγάλη αγορά που προσελκύει περισσότερους επενδυτές και η οποία συνδέεται άμεσα με την πρόοδο των επιστημών και της τεχνολογίας.

Η πραγματικότητα είναι ότι το είδος αυτού του τουρισμού άρχισε να αναπτύσσεται στη χώρα μας περισσότερο τις τελευταίες δεκαετίες. Στο πλαίσιο αυτό, αλλά και στις πολιτικές που ακολουθούνται για την αναβάθμιση του τουρισμού γενικότερα, αλλά και του συνεδριακού τουρισμού απαιτούνται περαιτέρω μεθοδεύσεις, στρατηγικές και νέες επιλογές. Άλλωστε, δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι εδώ και αρκετά χρόνια γίνεται λόγος από τους αρμόδιους για επιμήκυνση τους τουριστικής σεζόν στην Ελλάδα, κάτι που σίγουρα θα ωφελήσει τον τόπο μας ακόμη περισσότερο.

Προς αυτή την επιλογή υπάρχουν πολλές εναλλακτικές προτάσεις, για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα η αναβάθμιση και καλύτερευση σε μεγάλο βαθμό του τουριστικού προϊόντος (μεταξύ αυτών και του συνεδριακού τουρισμού), ώστε να αντιμετωπιστεί και το θέμα της εποχικότητας. Αν και η αλήθεια είναι ότι ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, στη χώρα μας, ο συνεδριακός τουρισμός καταγράφει ανοδική πορεία -εξαιρώντας βέβαια την δύσκολη περίοδο του Covid-19- με αποτέλεσμα να κατασκευάζονται όλο και περισσότερα κέντρα και αίθουσες, σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στα νησιά, καθώς και στη συμπρωτεύουσα, αλλά και σε άλλα μέρη.

Όμως, αν και η χώρα μας έχει καταβάλλει πολλές προσπάθειες για την ανάπτυξή του, ωστόσο ο αριθμός των συνεδρίων που πραγματοποιούνται σε άλλες μεγάλες ευρωπαϊκές και μη χώρες του κόσμου είναι πιο μεγάλος σε σχέση για παράδειγμα με τη χώρα μας. Παρά το γεγονός ότι η Αθήνα έχει προσελκύσει τα τελευταία χρόνια περισσότερο μία σειρά από σημαντικά ευρωπαϊκά και διεθνή συνέδρια σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, ωστόσο πρέπει να επισημανθεί ότι τουλάχιστον προς το παρόν δεν έχει την παγκόσμια θέση που θα έπρεπε να έχει.

Για παράδειγμα, η αύξηση του ποσοστού που αναφέρεται στην πρωτεύουσα της χώρας μας, στην Αθήνα, είναι θετικό, όμως δεν είναι αρκετή για να καταλάβει μία

υψηλή θέση στην παγκόσμια κατάταξη όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό. Κι αυτό διότι η αντίστοιχη ανοδική πορεία των δεικτών όσον αφορά το θέμα αυτό στις άλλες μεγάλες πόλεις του κόσμου αναμφίβολα κινείται με πάρα πολύ γρήγορους ρυθμούς. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι υπάρχουν πολλές σχετικές μελέτες που δείχνουν ότι όλο και περισσότερα μέρη στην υφήλιο προσπαθούν να έχουν ένα καλό «μερίδιο» στον τομέα αυτό. Βέβαια, σε αυτό συντελεί σε μεγάλο μέρος και ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των χωρών, για το ποια χώρα θα προσελκύσει περισσότερους τουρίστες.

Αυτός ο ανταγωνισμός αποτελεί και το «κλειδί» που κάνει τις χώρες να βελτιώνονται συνεχώς, να αναπτύσσονται, αλλά και να εφευρίσκουν νέους τρόπους για να προσελκύσουν όλο και περισσότερους τουρίστες. Όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό, πολλές χώρες δημιουργούν ελκυστικά πακέτα, προσφορές, αλλά και τονίζουν και τα διάφορα αξιοθέατα που μπορεί να επισκεφθεί ένας τουρίστας-επαγγελματίας, ο οποίος επισκέπτεται μια χώρα και μπορεί να συνδυάσει και τη διασκέδαση ή ενημέρωση για τον τόπο.

Κατά συνέπεια, γίνεται αντιληπτό ότι όσο τα συνέδρια που γίνονται σε πολλές χώρες αυξάνονται, έτσι και η χώρα μας προσπαθεί να κατακτήσει καλύτερη θέση σε αυτή την κατάταξη. Όμως, για να βρεθεί, για παράδειγμα, η Αθήνα και στη συνέχεια και συμπρωτεύουσα και τα ελληνικά νησιά σε καλύτερες θέσεις, είναι βασικό να επιλυθούν αρκετά προβλήματα. Με αυτόν τον τρόπο άλλωστε η χώρα μας θα αναπτυχθεί περισσότερο και στον οικονομικό τομέα, μια που οι τουρίστες αποτελούν μια σημαντική πηγή εσόδων για μια χώρα. Και για την Ελλάδα αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς δημιουργεί το ¼ του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, ενώ βοηθά σε μεγάλο βαθμό και στη μείωση της ανεργίας.

Ωστόσο, η διοργάνωση ενός μεγάλου συνεδρίου δεν είναι μία εύκολη υπόθεση και πρέπει να γίνεται με το σωστό τρόπο για την προβολή της χώρας. Για παράδειγμα, για να γίνει σωστά, απαιτείται και η εξειδίκευση σε διάφορους κλάδους, η σωστή και καταρτισμένη εκπαίδευση σε διάφορα επαγγέλματα, καθώς και μία σειρά από άλλα θέματα. Το πιο βασικό στοιχείο είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις παραμέτρους που μπορούν να βοηθήσουν προς τη σωστή διοργάνωση ενός συνεδρίου, κάτι που θα βοηθήσει σημαντικά και στην ανάδειξη της χώρας μας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Γενικότερα θα λέγαμε ότι, διοργανώνοντας διεθνή συνέδρια, συναντήσεις και τα συναφή θέματα επιτυγχάνονται μία σειρά από θετικά αποτελέσματα, όπως είναι η οικονομική ανάπτυξη, καθώς επίσης και αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών σε μία χώρα. Τα συνέδρια :

- Επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη
- Μειώνουν την εποχικότητα και
- Δημιουργούν μια νέα εικόνα για τον προορισμό

Αυτός ο τύπος τουρισμού αντιπροσωπεύει τις επιχειρήσεις σε σχέση με τον ψυχαγωγικό τουρισμό. Τα συνέδρια προωθούν την επαγγελματική ανάπτυξη μέσω της περιφερειακής και διεθνούς εμπειρίας προσβάσιμη στις τοπικές κοινότητες.

Ο συνεδριακός τουρισμός, αν συνδυαστεί με άλλες μορφές τουρισμού, αποτελεί αξιόλογη εμπειρία για τον τουρίστα. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν έξοδα που επιβαρύνουν τον διοργανωτή και τον οργανισμό, όπως είναι τα έξοδα για φαγητό, ψυχαγωγία και άλλα στοιχεία για την εκδήλωση ενός συνεδρίου. Ωστόσο, τα οικονομικά οφέλη που σχετίζονται με συνέδρια υπερβαίνουν το κόστος των συμμετεχόντων, επειδή η ημερήσια δαπάνη των συμμετεχόντων υπερβαίνει 2 με 3 φορές αυτή των απλών τουριστών.

Το σημαντικότερο σημείο για τον σχεδιασμό είναι να διατυπωθεί το μέγεθος των συνεδρίων. Τα πιο πολλά συνέδρια είναι μεσαίου χαρακτήρα, οπότε είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί η αγορά που προσελκύει η Ελλάδα, ώστε να υπάρχουν και οι κατάλληλες εγκαταστάσεις, με τη σωστή χωρητικότητα συνεδρών. Τα συνέδρια μπορούν να οργανωθούν από κρατικούς θεσμούς, ενώσεις ή εταιρείες. Ωστόσο, σημαντικός είναι και ο ρόλος των διοργανωτών των συνεδρίων, καθώς είναι αυτοί οι οποίοι οργανώνουν το πρόγραμμα και κατευθύνουν τους επισκέπτες του συνεδριακού τουρισμού.

Ο συνεδριακός τουρισμός παράλληλα μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός. Η περιήγηση σε μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, σε αξιοθέατα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και σε αρχαιολογικούς χώρους, που η Ελλάδα διαθέτει τέτοιους πόρους που μπορούν να αποτελέσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την εξέλιξη και την κατάκτηση μεγαλύτερου μεριδίου της ευρωπαϊκής αγοράς. Εφόσον είναι το συνέδριο σε μεγάλη πόλη, ο αστικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού με την οποία θα μπορούσε να συνδυαστεί ο συνεδριακός τουρισμός.

Επίσης ο εκθεσιακός τουρισμός, ο θαλάσσιος αλλά και ο θρησκευτικός θα μπορούσαν να συνδυαστούν με τα συνέδρια.

Στον τομέα της διαχείρισης και συντονισμού του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, οι δράσεις των εθνικών φορέων και οργανώσεων του κλάδου για την ανάπτυξη του τομέα και την βελτίωση των υπηρεσιών του είναι πολύ σημαντική. Κύριος φορέας εκπροσώπησης του κλάδου στην πολιτεία είναι ο HAPCO, η ενεργή δραστηριότητα του οποίου έχει επιφέρει βελτιώσεις στον συνεδριακό τουρισμό, ασκώντας διαρκώς πιέσεις σε κρατικούς φορείς, επισημαίνοντας τα προβλήματα και καταθέτοντας προτάσεις για την επίλυσή τους. Σημαντική είναι η συμβολή του ΣΕΤΕ, ο οποίος ως εκπρόσωπος των τουριστικών επιχειρήσεων και της τουριστικής επιχειρηματικότητας βρίσκεται σε άμεση συνεργασία με άλλους φορείς όπως ο HAPCO, το ACVB και το ΞΕΕ για την ανάπτυξη του κλάδου.

Έντονη είναι η ανάγκη δραστηριοποίησης του Υπουργείου Τουρισμού για την αναβάθμιση του κλάδου, τόσο στον τομέα προβολής και προώθησης του στο εξωτερικό, όσο και στην επίλυση και αντιμετώπιση δυσκολιών που αντιμετωπίζει ο κλάδος και τα οποία εντοπίζονται σε γραφειοκρατικά ζητήματα που καθυστερούν διαδικασίες για την διεκδίκηση διεθνών διοργανώσεων στη χώρα. Η πραγματικότητα είναι ότι στη χώρα μας υπάρχει χώρος στον τομέα αυτόν για περαιτέρω ανάπτυξη. Για παράδειγμα, η Ελλάδα σημαντικούς επιστήμονες, που είναι γνωστοί για το έργο και τις εφευρέσεις τους στην παγκόσμια επιστημονική κοινότητα. Γι' αυτό, άλλωστε, και αρκετά συνέδρια, που έχουν ως αντικείμενο επιστημονικά θέματα, λαμβάνουν χώρα στον τόπο μας, αντανακλώντας με αυτόν τον τρόπο τη μεγάλη βαρύτητα που δίνει η χώρα μας στις επιστήμες, μέσω του συνεδριακού τουρισμού.

Επιπλέον, γίνονται και πολλά άλλα συνέδρια, όπως αρχιτεκτονικά, πολιτισμικά, ανθρωπιστικών επιστημών και άλλα. Επίσης, μπορεί στη χώρα μας να αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο ο πλωτός συνεδριακός τουρισμός, κι αυτό διότι πολλοί είναι οι συμμετέχοντες συνεδρίων, που θα επιλέγουν να παρακολουθήσουν ένα συνέδριο κοντά στις όμορφες θάλασσες της χώρας μας. Πολλά ελληνικά νησιά προσφέρουν ποιοτικές φιλοξενίες, καθώς και την ευκαιρία στους τουρίστες να συνδυάσουν επαγγελματικές υποχρεώσεις με τουρισμό.

Συμπερασματικά, σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μεγάλη αγορά και για την Ελλάδα και μπορεί να προσελκύσει ακόμη περισσότερους επενδυτές για την περαιτέρω ανάπτυξη του είδους αυτού στην

Ελλάδα. Κύρια πηγή ζήτησης του συνεδριακού τουριστικού προϊόντος της αποτελεί η Ευρώπη.

Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα βάζει ως προτεραιότητα την ανάπτυξη της μορφής αυτής σε όλη την ελληνική και όχι σε μία συγκεκριμένη περιοχή. Αυτό που απαιτείται βέβαια για την ανάπτυξη του είναι οι ποιοτικοί και σύγχρονοι εξοπλισμοί στα συνεδριακά κέντρα, υψηλής κατηγορίας ξενοδοχεία και με μεγάλη χωρητικότητα. Τα διεθνή συνέδρια απαιτούν και εύκολη πρόσβαση στον προορισμό, οπότε η αεροπορική σύνδεση Ελλάδας με το εξωτερικό είναι αναγκαία.

Η Ελλάδα έχει την δυνατότητα να αναπτύξει σε πολλούς προορισμούς τον συνεδριακό τουρισμό. Η φυσική ομορφιά της χώρας, ο πολιτισμικός πλούτος, οι δημιουργικές ιδέες και η επαγγελματική στάση της απέναντι στους επισκέπτες είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χώρα και την κάνουν ελκυστική στο εν δυνάμει κοινό. Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να ενισχύσει αποφασιστικά την ανταγωνιστικότητα της χώρας, βελτιώνοντας το τουριστικό προφίλ της.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε ένα τόπο διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στο τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών.

Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας σε συνδυασμό με τα αεροδρόμια σε πολλές μεγάλες πόλεις, τους αυτοκινητόδρομους, το σιδηροδρομικό δίκτυο αλλά και τα λιμάνια που συνδέονται και με το εξωτερικό ευνοούν την εύκολη πρόσβαση των τουριστών αλλά αποτελούν και σημαντικό παράγοντα στην κατοχύρωση της χώρας ως έναν ισχυρό συνεδριακό προορισμό.

Ο συνεδριακός τουρίστας, όμως, ενδιαφέρεται για την πρόσβαση προς το συνεδριακό προορισμό, για τη διαμονή του αλλά και τη διατροφή του. Η Ελλάδα, στο κομμάτι αυτό δεν υστερεί. Η γαστρονομία αποτελεί ένα από τα πιο δυνατά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού, κι αυτό διότι κάθε περιοχή έχει την δική της μοναδική κουζίνα, που ο τουρίστας δεν θα μείνει παραπονεμένος.

Δεν αρκεί η αναγνώριση των πλεονεκτημάτων αλλά να γίνουν πράξη οι στόχοι που θέτει σαν χώρα.

Συμπεράσματα εμπειρικού μέρους

Από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου προκύπτει ότι ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να απασχολήσει όλες τις ηλικιακές ομάδες , αλλά κυρίως συγκεντρώνεται στις ηλικίες άνω των 35 , να ανοίξει νέες θέσεις εργασίας από οποιοδήποτε προορισμό. Το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι είναι συνήθως υψηλό, όμως το σίγουρο είναι ότι πάντα η μεγαλύτερη εξειδίκευση βοηθά περισσότερο, ιδιαίτερα στον τομέα αυτό. Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι απόφοιτοι λυκείου και εξίσου ένα μεγάλο ποσοστό έχουν τελειώσει τις μεταπτυχιακές σπουδές.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, προκύπτει το συμπέρασμα ότι ένα μεγάλο ποσοστό συμμετεχόντων έχει αυξημένο μορφωτικό επίπεδο και δείχνει ενδιαφέρον στην βιομηχανία των συνεδρίων. Το αντικείμενο ενασχόλησης των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν κυρίως απασχολούμενοι στον δημόσιο τομέα και παρατηρείτε ποικιλία φορέων.

Οι δήμοι, τα επιμελητήρια, οι Περιφέρειες, καθώς και τα ξενοδοχεία ήταν μερικοί από τους κύριους τομείς απασχόλησης και επικρατούν στις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Τα ταξίδια κινήτρων έχουν άμεση σχέση με τον συνεδριακό τουρισμό. Είναι σημαντική η επιβράβευση ενός εργαζομένου με ένα τέτοιο ταξίδι γιατί αποτελεί κίνητρο για τον ίδιο. Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες του ερωτηματολογίου διοργανώνουν στην επιχείρησή τους τέτοια ταξίδια, παρέχοντας και άλλες δυνατότητες σε κάποιες περιπτώσεις, δίνοντάς τους έτσι κίνητρο να είναι κάθε μέρα περισσότερο επαγγελματίες.

Η επιλογή τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι μια διαδικασία που περνάει από πολλά στάδια και χρειάζεται αρκετή προσπάθεια, καλό και λεπτομερές στρατηγικό πλάνο, καθώς και επαγγελματίες που ξέρουν καλά τη δουλειά τους. Για παράδειγμα, παράγοντες που παίζουν ρόλο στην επιλογή του συνεδρίου είναι :

- το κόστος
- η εύκολη πρόσβαση
- οι υποδομές
- η εικόνα ενός προορισμού
- το κλίμα
- καθώς και τα αξιοθέατα, τα μουσεία και διάφοροι αρχαιολογικοί χώροι

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο, τα συνεδριακά κέντρα και τα ξενοδοχεία είναι αυτά που χρησιμοποιούνται συχνότερα για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου.

Όσον αφορά το μέγεθος των συνεδρίων, δεν υπάρχει κάποιο τυπικό μέγεθος, κι αυτό διότι πραγματοποιούνται και μικρά αλλά και πολύ μεγάλα συνέδρια. Το μέγεθος του συνεδρίου αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων, όπως για παράδειγμα το θέμα του συνεδρίου, οι συμμετέχοντες, η εποχικότητα, καθώς και πολλά άλλα. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε ότι διοργανώνει συνέδρια με αριθμό συμμετεχόντων μεγαλύτερο από 300 άτομα. Εξίσου μεγάλο ήταν το ποσοστό συνεδρίων με αριθμό συμμετεχόντων 100-150 άτομα.

Ο συνδυασμός του συνεδριακού τουρισμού με επιμέρους μορφές είναι χρήσιμος για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού που φιλοξενεί τα συνέδρια. Ο πολιτισμικός, ο αστικός, ο εκθεσιακός και ο επαγγελματικός τουρισμός θα μπορούσε να συνδυαστεί σε απόλυτο βαθμό με τον συνεδριακό τουρισμό σύμφωνα με τους ερωτηθέντες. Ο ιαματικός, ο θαλάσσιος και ο θρησκευτικός τουρισμός θα μπορούσε να συνδυαστεί με τον συνεδριακό τουρισμό σε μικρότερο βαθμό. Έτσι προκύπτει ότι οι συνεδριακοί τουρίστες δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον στους επαγγελματικούς λόγους από ότι σε κάποια άλλη μορφή τουρισμού.

Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί αρκετά και αυτό αποδεικνύεται από τη θέση που έχει η Ελλάδα στην κατάταξη και το μερίδιο αγοράς της (17η θέση, για το 2017, σύμφωνα με ΤΤΕ). Όμως, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, το είδος αυτό του τουρισμού είναι ανεπτυγμένο σε μέτριο βαθμό. Κατά συνέπεια, γίνεται αντιληπτό ότι υπάρχουν κάποια στοιχεία που δεν τα έχουν εκμεταλλευτεί σωστά οι φορείς, ώστε να ικανοποιούν τους συνεδριακούς τουρίστες.

Η Ελλάδα διαθέτει κατάλληλες εγκαταστάσεις για μια τέτοιου είδους ανάπτυξη, όμως υπάρχουν κι άλλοι παράγοντες που μπορούν να συνεισφέρουν εποικοδομητικά. Αρχικά, η Ελλάδα διαθέτει πολιτιστικούς τόπους, που παραμένουν αναξιοποίητοι λόγω κάποιων αγκυλωμένων νοοτροπιών, πράγμα που δυσκολεύει την περαιτέρω εξέλιξή τους.

Επίσης, έχει μεγάλο αρχαιολογικό ενδιαφέρον, καθώς και πολλά αξιοθέατα, όμως χρειάζεται περισσότερη εξειδίκευση στο προσωπικό, δίνοντάς του τις κατάλληλες γνώσεις. Η έλλειψη ενδιαφέροντος και κινήτρων αποτελεί απειλή για την εξέλιξη του

συνεδριακού τουρισμού, γιατί ενώ η Ελλάδα διαθέτει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα (υποδομές, πολιτιστική κληρονομιά και άλλα εργαλεία, που ολιστικά συνθέτουν ένα “πάζλ” προορισμού) δεν αξιοποιούνται στο μέγιστο βαθμό. Επίσης, η έλλειψη χώρου, η ανεπαρκής ενημέρωση του κοινού, η προσβασιμότητα και το κόστος διεξαγωγής επηρεάζουν πολύ τους συμμετέχοντες, καθώς και τους διοργανωτές συνεδρίων. Συνεπώς, μερικές προτάσεις για την πορεία του συνεδριακού τουρισμού είναι:

- I. Η χρηματοδότηση για τη δημιουργία περισσότερων συνεδριακών χώρων, σε περισσότερες περιοχές της Ελλάδας.
- II. Η συνέργεια ξενοδόχων με συνεδριακούς φορείς, για την επέκταση των συνεδριακών χώρων σε ξενοδοχειακές μονάδες θα είναι εξίσου χρήσιμη.
- III. Οι καλεσμένοι με κύρος, οι οποίοι θα προσελκύσουν ακόμη περισσότερους συνέδρους.
- IV. Ειδικά πακέτα προσφορών για τους συνεδριακούς τουρίστες, τα οποία θα μπορούν να αξιοποιηθούν και θα χτίσουν γερές σχέσεις δημιουργώντας πιστούς πελάτες
- V. Η πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων μερών, έτσι ώστε να μην χάνουν κάποιο συνέδριο.

Η Ελλάδα, ως χώρα με έντονο ανεπτυγμένο τουρισμό, θα μπορούσε να υποστηρίξει διάφορες μορφές τουρισμού, όπως ο συνεδριακός τουρισμός, καθώς αποτελεί ήδη έναν ελκυστικό -και ασφαλή- τουριστικό προορισμό, με βασική υποδομή, μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά, παράδοση στη φιλοξενία και καλές κλιματολογικές συνθήκες. Υπάρχουν δομές που μπορούν να υποστηρίξουν ανάλογες εκδηλώσεις και η Ελλάδα είναι ένας προορισμός που μπορεί να συνδυάσει διακοπές και επαγγελματικές υποχρεώσεις για τους τουρίστες.

Επίσης, διατίθενται ήδη αρκετοί χώροι που μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες μικρών, μεσαίων ή και μεγάλων συνεδρίων. Κίνητρο για συμμετοχή των συμμετεχόντων θα ήταν η διεξαγωγή τους σε ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς εκτός υψηλής τουριστικής περιόδου. Παρόλα αυτά υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης για την αγορά αυτή, γιατί διαθέτει ήδη την αντίστοιχη εμπειρία στο κομμάτι των συνεδρίων και με μικρές ανοδικές κινήσεις μπορεί να φτάσει στο μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα.

7.2 ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Όπως με τις περισσότερες επιχειρήσεις, η βιομηχανία MICE δεν είναι στατική. Καθώς η ζήτηση για ορισμένα στοιχεία συνεχώς μεταβάλλεται, αναπόφευκτα θα ακολουθήσουν αλλαγές στην προσφορά. Καθώς η προσφορά αλλάζει για να καλύψει την αντιληπτή ή τη νέα ζήτηση, είναι ο καταναλωτής που βρίσκεται συχνά στην πρώτη γραμμή οποιονδήποτε αλλαγών στον κλάδο.

Για τη βιομηχανία MICE, τα τελευταία χρόνια έχουν προκύψει ορισμένα ζητήματα, μερικά από τα οποία είναι τα παρακάτω:

- αυξημένη ζήτηση για συνέδρια
- αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον
- αυξημένος ανταγωνισμός
- ζητήματα ποιότητας υπηρεσίας
- ασφάλεια και προστασία
- ανάγκες των ατόμων με ειδικές ανάγκες

Αυτοί είναι οι μοχλοί των μελλοντικών τάσεων και, με βάση αυτούς, πρέπει να τεθούν μέτρα και προτάσεις πολιτικής, ώστε να μπορέσει να εξελιχθεί ακόμη περισσότερο ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα. Άλλωστε, υπάρχει αρκετό «έδαφος» στον τομέα αυτόν για περαιτέρω ανάπτυξη για τη χώρα μας, αφού πολλές άλλες χώρες προσελκύουν περισσότερους συνεδριακούς τουρίστες. Το βασικότερο στοιχείο είναι ότι χρειάζεται να γίνει σωστή οργάνωση, στρατηγικός σχεδιασμός, καλή κατάρτιση και εκπαίδευση, να παρέχεται καλή ποιότητα στους τουρίστες-συνέδρους, αλλά και να δίνονται ελκυστικά πακέτα.

Απαραίτητη κρίνεται η διεξαγωγή περισσότερων ερευνών, έτσι ώστε να διαπιστωθεί εάν αυτού του είδους ο τουρισμός είναι εν τέλει υπολογίσιμο τουριστικό προϊόν, ώστε να γίνει αποτύπωση του πραγματικού οικονομικού μεγέθους που κατέχει, καθώς και της επιρροής που ασκεί στην οικονομία και στα εθνικά έσοδα. Είναι πολύ σημαντικό, εξάλλου, να γίνουν προβλέψεις, με βάση συγκεκριμένα στοιχεία και ανάλογες μελέτες

πάνω στο θέμα, λαμβάνοντας ως βάση πραγματικά οικονομικά μεγέθη, τα οποία θα καθιστούν μετρήσιμη τη θέση που θα έχει τα επόμενα χρόνια η χώρα.

Παρακάτω διατυπώνονται μερικές προτάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

1. Η ύπαρξη περισσότερων τουριστικών επενδύσεων θα βοηθήσει τη βιομηχανία των συνεδρίων να αναβαθμίσει τόσο τις υποδομές όσο και τα περιεχόμενα των συνεδρίων, με αποτέλεσμα την ποιοτικότερη εξέλιξη των πραγμάτων.
2. Η βελτίωση των διαφόρων υπηρεσιών, π.χ., μεταφορές, θα επηρεάσει την αύξηση του τουρισμού.
3. Η διαμόρφωση των τιμών σε ανταγωνιστικά πακέτα είναι σημαντική για την προσέλκυση τουριστών και την αύξηση των εσόδων.
4. Η ενίσχυση των θεσμικών και κανονιστικών πλαισίων θα οδηγήσει σε μια συντονισμένη διαδικασία.
5. Βελτίωση από την πλευρά του Ε.Ο.Φ., του πλαισίου έγκρισης ιατρικών συνεδρίων, με εναρμόνιση στα διεθνή πρότυπα διοργάνωσης συνεδρίων.
6. Η εντονότερη και πιο διαρκής συμμετοχή των εμπλεκόμενων μερών θα αποτελέσει ευκαιρία για επενδύσεις και για προσέλκυση τουριστών .
7. Η αξιοποίηση του υπάρχοντος εργατικού παραγωγικού δυναμικού με την δημιουργία της αναγκαίας υποδομής και την παροχή κινήτρων για την κατάλληλη προβολή.
8. Τα κανάλια διανομής και το μείγμα προώθησης και προβολής θα δώσει την κατάλληλη δημοσιότητα στην Ελλάδα και θα αυξηθούν οι συνεδριακοί τουρίστες.
9. Στα μέτρα πολιτικής περιλαμβάνεται η εφαρμογή κατάλληλων προγραμμάτων εκπαίδευσης, ώστε το προσωπικό των συνεδρίων να είναι έτοιμο να αντιμετωπίσει ένα ώριμο κοινό και να ανταποκριθεί στις ανάγκες του.
10. Η δημιουργία μεγάλων συνεδριακών κέντρων θα παρέχουν την δυνατότητα διοργάνωσης εκδηλώσεων με υψηλούς αριθμούς επισκεπτών
11. Εισαγωγή νέων τεχνολογιών στα συνέδρια
12. Συνδυασμός συνεδριακού τουρισμού με επιμέρους μορφές ώστε να μειωθεί και η εποχικότητα.
13. Διατήρηση φέρουσας ικανότητας σε περιοχές που διεξάγονται συνέδρια και είναι τουριστικά ανεπτυγμένες.
14. Συντονισμένος στρατηγικός σχεδιασμός σε κάθε περιοχή ξεχωριστά.

15. Ύπαρξη ενός οργανωμένου σχεδίου διαχείρισης κρίσεων για κάθε περιοχή και κατάσταση σχεδίου Β, ώστε να είναι σε εγρήγορση η κάθε περιοχή και να μην υπάρχουν απώλειες

Για την άσκηση τουριστικής πολιτικής θεωρείται αναγκαία αφ' ενός η ενθάρρυνση και η αύξηση των επενδύσεων (μέσω των αναπτυξιακών νόμων) σε βασικά έργα υποδομής, καθώς επίσης και η αναβάθμιση της τουριστικής υποδομής και η ποιοτική αύξηση των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών.

Παράλληλα είναι απαραίτητη και η ανάπτυξη νέων τουριστικών περιοχών, καθώς και η αναβάθμιση της διαφημιστικής καμπάνιας στο εξωτερικό, τα οποία θεωρούνται απαραίτητα στοιχεία για αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα και την προσέλκυση τουριστών υψηλότερου επιπέδου.

Μπορεί να τίθενται τα μέτρα πολιτικής για ένα συγκεκριμένο θέμα αλλά πρέπει να ελέγχεται και η αποτελεσματικότητά τους. Αυτό μπορεί να γίνει είτε από τους εμπλεκόμενους για την διοργάνωση συνεδρίων είτε με την κριτική των συνέδρων ώστε να ακούγεται η γνώμη τους και να υπάρχουν περαιτέρω βελτιώσεις.

Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Στα παρακάτω bullets διατυπώνονται θέματα που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό και θα μπορούσαν να μελετηθούν από επόμενους ερευνητές και φοιτητές που εκπονούν πτυχιακή εργασία.

- Μελέτη της επίδρασης του συνεδριακού τουρισμού σε νεώτερες ηλικίες
- Σύνδεση του συνεδριακού τουρισμού με την πολιτιστική κληρονομιά
- Το πανεπιστήμιο ως χώρος διεξαγωγής συνεδρίου
- Νησιωτικές περιοχές και συνεδριακός τουρισμός
- Διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων και mega event

Η μελέτη τους θα έχει ενδιαφέρον και πρωτότυπο περιεχόμενο, αφού είναι θέματα που δεν έχουν ερευνηθεί από πολλούς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Ακρίβος Χ, Σασελιώτης Μ (2007) : Τουρισμός και εισαγωγικές έννοιες, Αθήνα
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός, Έννοιες, μεγέθη, δομές, η Ελληνική πραγματικότητα. Αθήνα
- Γκρίμπα Ε.(2005) Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του Επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα
- Ηγουμενάκης Ι.(2000) Τουρισμός και ανάπτυξη, Αθήνα
- Ηγουμενάκης Ι , Λύτρας Π (1999) Εισαγωγή στον τουρισμό , Αθήνα
- Κραβαρίτης, Κ. Παπαγεωργίου, Α. (2007). Επαγγελματικός Τουρισμός. Αθήνα: Interbooks.
- Κραβαρίτης Κ, (1992) Επαγγελματικός τουρισμός-Οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π και Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
- Λαγός Δ. (2005) Τουριστική οικονομική , Κριτική , Αθήνα
- Λαζανά, Φ. (2003). Εισαγωγή στον επαγγελματικό τουρισμό. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
- Λογοθέτης Μ, (1982) Τουριστική Πολιτική) , Αθήνα
- Λούκος, Κ. (1990). Αποφασιστικός ρόλος του συνεδριακού τουρισμού, Τουρισμός και Οικονομία
- Λύτρας, Π. (1989). Ο τουρισμός προς το 2000,θεωρητικές επισημάνσεις & πρακτικές προσεγγίσεις. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
- Λύτρας Π, (1983) Τουριστική ανάπτυξη , Παπαζήσης , Αθήνα

Παπαδάκης, Β. (2016). Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου

Σφακιανάκης Μ, (2000) Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Τσάρτας Π, (2015)Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, Αθήνα

Τσάρτας Π, (2010) Ελληνική τουριστική ανάπτυξη : Χαρακτηριστικά, διερευνήσεις, προτάσεις, Κριτική, Αθήνα

Χρήστου Ε, (2003) Έρευνα τουριστικής αγοράς, Interbooks , Αθήνα

Ψυχομάνης Σ (2003) Τουριστικό δίκαιο :ερευνητικά και νομοθετικά ζητήματα , Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη

Διατριβές

Γκρίμπα, Ε. (2005). Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Γκούβα, Μ. (2018).Συνεδριακός τουρισμός και η συμβολή του στην τουριστική ανάπτυξη. Τάσεις και προοπτικές, διπλωματική διατριβή, Πανεπιστήμιο Πειραιά

Καλανίδου, Α. (2017). Έρευνα εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα. Μελέτη συνεδριακού τουρισμού στα μεγάλα αστικά κέντρα, Πτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών

Μακρυγιώργου, Σ. (2016).Το πλαίσιο ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και η σύνδεση του με τα συνέδρια, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Παπαγιαννόπουλου, Χ. (2006). Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, μελέτη περίπτωσης εν πλω, Μεταπτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιά

Παλούκη Ε (2020). Σχεδιασμός Διοργάνωσης Συνεδριακών Εκδηλώσεων στον Τουριστικό Προορισμό Αθήνα, Μεταπτυχιακή Διατριβή , Πανεπιστήμιο Πατρών

Συμεωνίδης Γ (2007).Επαγγελματικός τουρισμός- Incentive tourism ,Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Κρήτης

Τουρή Μ (2007) Η ανάπτυξη και προβολή του συνεδριακού τουρισμού , Διπλωματική εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Άρθρα

Allen J, Mc Donnell I, Harris R, (2001) Festival and Special events

Arnssohn L (2000) Development of sustainable tourism

Baloglu, S .and Mangalolu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by Us-based tour operators and travel, Tourism management

Bramwell N (1997) Strategic planning before and after a mega event

Buhalis D and Costa C (2006) Tourism Business Frontiers Consumers

Enz, C. (2010). Hospitality Strategic Management, 2nd ed. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons

Fenich, G. (2012). Meetings, Expositions, Events and Conventions, An introduction to the Industry; third edition

Laire, E. and Gutierrez, M. (2020). Mapping, stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations

HAPCO, (2002) Congresses, Incentives, Meetings in Greece: The Ultimate Choice, CD-ROM Edition.

Nigel, E. (2015) Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events, 2nd Edition, Routledge

Okumus, F.and Altinay, L. and Chathoth, P. (2010) Strategic Management in the International Hospitality and Tourism Industry, Oxford: Butterworth Heinemann

Rodgers, T. (1998) Conferences: a Twenty-First Century Industry. Έκδοση Addison Wesley Longman.

Shone, A. (1998) the business of conferences. Έκδοση Butterworth Heinemann, London.

Swarbrooke, J. and Horner, S. (2001). Business and travel tourism Έκδοση Butterworth Heinemann, London

Sotiropoulos A. (2013) Master of Science in Tourism Management – Sheffield

Vukasin S (2014) Congress Tourism as a Market MICE of business tourism

Vondeska M (2018) Hospitality and Tourism in Transition in Central and Eastern Europe, Cambridge Scholar Publishing

Ιστοσελίδες

ΕΛΣΤΑΤ. (2018), www.statistics.gr(Ανακτήθηκε στις 1.1.2021)

ΣΕΤΕ.(2018). Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, www.sete.gr, (Ανακτήθηκε στις 03.01.2021)

Κουμέλης, Θ. (2003), MPI: περισσότερα συνέδρια με λιγότερα χρήματα <https://www.traveldailynews.gr/> (Ανακτήθηκε στις 21.05.2021)

Μιχαηλίδης, Γ. (2007). Παγκόσμια Έρευνα: Ανταγωνιστικότητα και Προοπτικές του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού, www.synedrio.gr (Ανακτήθηκε στις 13.02.2021)

Σωτηρόπουλος, Α. (2003). Επιλογή τόπου διεξαγωγής συνεδρίων, www.synderio.gr (Ανακτήθηκε στις 16.05.2021)

Συνεδριακοί προορισμοί στο εξωτερικό, <https://www.europeanbestdestinations.com/> (Ανακτήθηκε στις 17.01.2021)

Κατάταξη χωρών σύμφωνα με τα συνέδρια, (2019) <https://www.iapco.org/> (Ανακτήθηκε στις 25.01.2021)

Visit Greece. (2019). Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα www.visitgreece.gr (Ανακτήθηκε στις 17.01.2021)

www.eeogroup.gr (Ανακτήθηκε στις 31.12.2020)

<https://www.fortunegreece.com> (Ανακτήθηκε στις 24.01.2021)

<http://www.oas.org> (Ανακτήθηκε στις 25.01.2021)

<http://worldpco.org> (Ανακτήθηκε στις 25.01.2021)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο

Α.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

A1. Φύλο

Σημειώστε το φύλο σας

- Άνδρας Γυναίκα

A2. Ηλικία

Σημειώστε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε.

- 18-24 25-34 35-44 45-54
 55-64 65-74 άνω των 75

A3. Τόπος κατοικίας

A4. Επίπεδο εκπαίδευσης

Σημειώστε μία μόνο επιλογή.

- Απόφοιτος Γυμνασίου Απόφοιτος Λυκείου
 Απόφοιτος Πανεπιστημίου Μεταπτυχιακές σπουδές
 Διδακτορικές σπουδές

A5. Επάγγελμα

Σημειώστε μία μόνο επιλογή.

- Δημόσιος Υπάλληλος Ιδιωτικός Υπάλληλος
 Ελεύθερος Επαγγελματίας Επιχειρηματίας

- Στέλεχος Επιχείρησης Συνταξιούχος

Άλλο

A6. Φορέας απασχόλησης

Σημειώστε μία μόνο επιλογή.

.....

B ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ –ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

B1.Ο οργανισμός / επιχείρησή σας ασχολείται με συνεδριακά ταξίδια/ταξίδια κινήτρων
» ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

B2.Ποιός τύπος συνεδριακού χώρου χρησιμοποιείται κυρίως για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου;

- Συνεδριακό κέντρο
- Ξενοδοχείο
- Ακαδημαϊκό ίδρυμα
- Εναλλακτικός χώρος

B3. Ποιος είναι ο αριθμός επισκεπτών ενός συνεδρίου που έχετε διοργανώσει;

- 1-49 άτομα
- 50-100 άτομα

- ο 101-150 άτομα
- ο 151-200 άτομα
- ο 201-250 άτομα
- ο 251-300 άτομα
- ο Περισσότερα από 300 άτομα

B4. Με ποιες μορφές τουρισμού θα μπορούσε να συνδυαστεί ο συνεδριακός τουρισμός; 1=ΚΑΘΟΛΟΥ 5=ΑΠΟΛΥΤΑ

	1	2	3	4	5
ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					
ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					
ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					

ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					
ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ					

B5. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι είναι ανεπτυγμένος ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΣΕ ΜΕΤΡΙΟ ΒΑΘΜΟ
- ΠΟΛΥ
- ΑΠΟΛΥΤΑ

B6. Θεωρείτε ότι έχει η Ελλάδα τις κατάλληλες εγκαταστάσεις ώστε να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

B7. Μπορεί κατά την γνώμη σας η Ελλάδα να υποστηρίξει τέτοιες μορφές τουρισμού όπως ο επαγγελματικός , συνεδριακός, εκθεσιακός, κινήτρων ; Αιτιολογήστε την απάντησή σας.....

Γ. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΑΝΑΣΤΑΛΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Γ1. Σε τι βαθμό επηρεάζει η τουριστική προσφορά(υποδομές, προσβασιμότητα, ανθρώπινο δυναμικό κλπ) την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα κατά την γνώμη σας;

- ο ΚΑΘΟΛΟΥ
- ο ΛΙΓΟ
- ο ΣΕ ΜΕΤΡΟ ΒΑΘΜΟ
- ο ΠΟΛΥ
- ο ΑΠΟΛΥΤΑ

Γ2. Ποιοι είναι οι παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα;

(εκτός covid 19) 1=ΚΑΘΟΛΟΥ 5=ΑΠΟΛΥΤΑ

	1	2	3	4	5
Έλλειψη χώρου					
Ανεπαρκής ενημέρωση κοινού					
Προσβασιμότητα					
Υπερβολικό κόστος διεξαγωγής					

Υπερβολικό κόστος συμμετοχής						
------------------------------	--	--	--	--	--	--

Δ. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Δ1. Τι θα προτείνατε ώστε να αυξηθεί η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού;
1=ΚΑΘΟΛΟΥ 5=ΑΠΟΛΥΤΑ

	1	2	3	4	5
Χρηματοδότηση για δημιουργία συνεδριακών χώρων σε περισσότερες περιοχές					
Δωρεάν είσοδο για την παρακολούθηση συνεδρίου					
Συνέργεια ξενοδόχων με συνεδριακούς φορείς					

Καλεσμένοι με κύρος					
Ειδικά πακέτα προσφορών για συνεδριακούς τουρίστες					
Πληροφόρηση ενδιαφερομένων					
Ένταξη φοιτητών στην διαδικασία					

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!