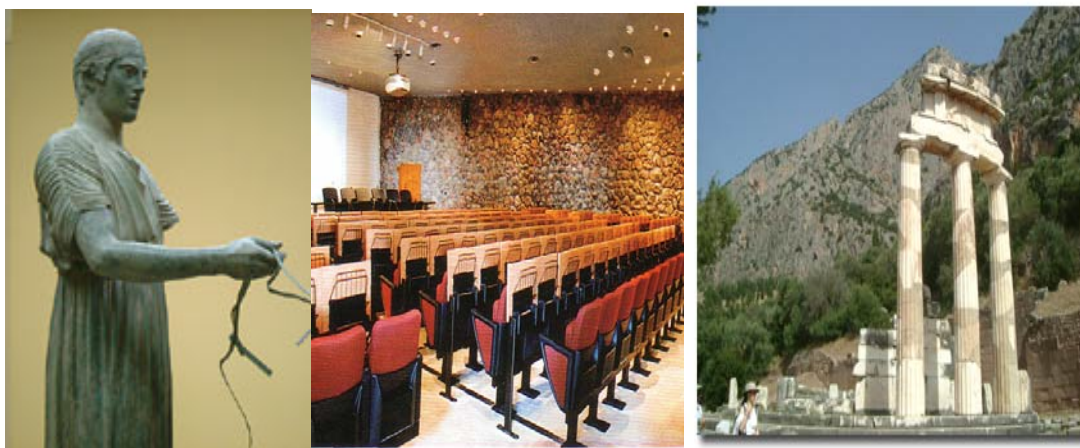


ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»

Διπλωματική Εργασία

ΘΕΜΑ: «Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
-Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΔΕΛΦΩΝ-»



Εισηγήτρια :Τουρή Μαρία
ΑΜ:24108

Επιβλέπων :Καθηγητής Κ. Αποστολόπουλος

Μέλη 3^{ου} επιτροπής : Δρ. Β. Δελιθέου

Λέκτορας Μ. Βαμβακάρη

ΑΘΗΝΑ, 2007

«Να εύχεται να είναι μακρύς ο δρόμος γεμάτος περιπέτειες, γεμάτος γνώση...»

(Κ. Καβάφης)

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αντικειμενικός σκοπός της μελέτης είναι η έρευνα των προϋποθέσεων και των προοπτικών ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, καθώς επίσης και η εμπειρική διερεύνηση της υπάρχουσας κατάστασης στους Δελφούς, προκειμένου να διευκρινισθεί η σημασία και συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας και άρα η επένδυση σε αυτόν τον τομέα.

Συγκεκριμένα, με την μελέτη επιδιώκονται: η θεωρητική διερεύνηση του θέματος, η επισκόπηση της άσκησης τουριστικής πολιτικής, όσον αφορά στο συνεδριακό τουρισμό, η εμπειρική διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης, μέσω της συνεδριακής αγοράς στους Δελφούς και η διαμόρφωση ενός γενικότερου πλαισίου ανάλυσης. Η μελέτη αυτή έχει μεγάλη σημασία τόσο από θεωρητική, όσο και από εμπειρική άποψη, διότι πρόκειται για την μελέτη μιας μορφής τουρισμού που μπορεί εύκολα, να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού.

Η μελέτη χωρίζεται, για καλύτερη κατανόηση και ανάπτυξη, σε εννέα κεφάλαια, ενώ συμπληρώνεται από το παράρτημα

Αναλυτικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο, οι άξονες ανάλυσης αφορούν βασικές έννοιες από την θεωρία του τουρισμού και της τουριστικής οικονομίας. Το κεφάλαιο που ακολουθεί αναφέρεται στις προϋποθέσεις της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης καθώς και στις αρχές που την διέπουν.

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται ο τρόπος ανάπτυξης των διαφορετικών τύπων του επαγγελματικού τουρισμού, η ιστορική τους εξέλιξη και οι δυνατότητες συνδυασμού του με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού. Εν συνεχεία, στο επόμενο κεφάλαιο, η έρευνα επικεντρώνεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συνεδριακού τουρισμού, καθώς και στο θεσμικό πλαίσιο, το οποίο διέπει την οργάνωση του.

Η αγορά του συνεδριακού τουρισμού σε διεθνή επίπεδα και στην ελληνική πραγματικότητα, καθώς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Μεσογειακής αγοράς αναλύονται στο πέμπτο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης. Στο ίδιο κεφάλαιο γίνεται και η S.W.O.T. ανάλυση της ελληνικής συνεδριακής αγοράς ενώ στο έκτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την πολιτική ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού και η σημασία του για την Ελλάδα.

Στο έβδομο κεφάλαιο γίνεται η γνωριμία με την υπό μελέτη περιοχή. Στην αρχή γίνεται η παρουσίαση του τόπου, της ιστορίας και του μύθου των Δελφών, της ιερής αυτής γης του Απόλλωνα. Το κεφάλαιο τελειώνει με τη συνεδριακή υποδομή της περιοχής.

Το όγδοο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην έρευνα και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων στην υπό μελέτη περιοχή. Παρατίθενται τα περιγραφικά στοιχεία του δείγματος, γίνονται συσχετίσεις και σχολιάζονται συνοπτικά.

Το τελευταίο κεφάλαιο, που αφορά, τόσο σε εκτιμήσεις - συμπεράσματα, όσο και σε προτάσεις, περιλαμβάνει μια συνθετική και πολυεπίπεδη εκτίμηση των δυνατοτήτων και προοπτικών του συνεδριακού τουρισμού.

Η μελέτη τελειώνει με το παράρτημα όπου υπάρχουν πίνακες σχετικοί με την ανάλυση.

Μέσω της παρούσας διπλωματικής εργασίας γίνεται μια προσπάθεια να δοθεί στο συνεδριακό τουρισμό η αξία και η θέση που του αρμόζει στην ελληνική αλλά και διεθνή τουριστική αγορά, προτείνοντας παράλληλα και κατευθυντήριες γραμμές για μια αειφόρο τουριστική ανάπτυξη με έμφαση στην ποιότητα.

Η παρούσα διπλωματική εργασία είναι αποτέλεσμα μια έρευνας που έγινε μέσα στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «Βιώσιμη Ανάπτυξη», του τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου.

Κατά την εξέλιξη της εργασίας τα προβλήματα ήταν ποικίλα. Με τη συνετή καθοδήγηση προσώπων με διαφορετικές εμπειρίες, απόψεις, αξιολογήσεις και εκτιμήσεις, προσπάθησα να ξεπεράσω προβλήματα τεχνικής κυρίως φύσεως.

Μέσα από όλη αυτή τη δραστηριοποίηση, τις πνευματικές και τις φυσικές εντάσεις θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους βοήθησαν με τις χρήσιμες πληροφορίες που μου παρείχαν, τους καθηγητές μου για την αμέριστη καθοδήγηση τους σε όλα τα στάδια της εργασίας και τέλος το οικογενειακό και φιλικό μου περιβάλλον που απέδειξε άλλη μια φορά ότι είναι ένα βήμα δίπλα μου.

ΑΘΗΝΑ 2007.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	11
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ.....	11
ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	13
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	16
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ	17
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	18
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	19
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22
2.1 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	22
2.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	23
2.3 ΑΡΧΕΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	27
2.4 ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ.....	32
3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ	32
3.1.1 Συνέδρια	33
3.1.2 Εκθέσεις.....	35
3.1.3 Ταξίδια Κινήτρων	37
3.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	39
3.2.1 Συνέδρια	39
3.2.2 Εκθέσεις.....	40
3.2.3 Ταξίδια Κινήτρων	40
3.3 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	50
4.1 ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	50
4.1.1 Σκοποί.....	50
4.1.2 Φορείς.....	51
4.1.3 Οργανωτές	53
4.1.4 Σύνεδροι και Συνοδοί Συνεδρίων.....	55
4.1.5 Επίσημοι, Εισηγητές, Χορηγοί, Δημοσιογράφοι και άλλοι εμπλεκόμενοι	57
4.1.6 Χρόνοι συνεδρίων	58
4.1.7 Μεγέθη συνεδρίων	59
4.1.8 Τόποι διεξαγωγής συνεδρίων	60
4.2.1 Τα συνεδριακά κέντρα και η Ελληνική Νομοθεσία.....	63
4.2.2 Έγκριση ίδρυσης συνεδριακού κέντρου.....	65
4.2.3 Σχετικές Διατάξεις.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	69
5.1 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ – ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	69
5.2 ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	71
5.3 Η ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	74
5.4 S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	84
6.1 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	84
6.1.1 Γενική υποδομή.....	84

6.1.2. Ειδική υποδομή.....	85
6.1.3 Κατάρτιση – Εκπαίδευση.....	88
6.1.4 Επιδοτήσεις – Ενισχύσεις.....	89
6.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	90
6.2.1 Η αυξημένη μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη.....	90
6.2.2 Η μείωση της εποχικότητας.....	93
6.2.3 Δύναμη ανάπτυξης για την Περιφέρεια.....	93
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: Η ΠΟΛΗ ΤΩΝ ΔΕΛΦΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	98
7.1. ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΕΛΦΟΥΣ.....	98
7.1.1 Γεωφυσικός Προσδιορισμός.....	98
7.1.2 Η μυθολογία.....	100
7.1.3 Αρχαία Ιστορία.....	100
7.1.4. Το Μαντείο, η Πυθία και οι Χρησμοί	103
7.1.5 Ο Αρχαιολογικός Χώρος	106
7.1.6 Το Μουσείο των Δελφών.....	108
7.1.7 Μουσείο Δελφικών Εορτών Σικελιανού	110
7.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΟΥΣ ΔΕΛΦΟΥΣ	111
7.2.1 Οι Αμφικτιονίες.....	111
7.2.2 Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών.....	112
7.2.3. Συνεδριακή Υποδομή στους Δελφούς.....	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο: ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	117
8.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	117
ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΕΙΚΟΣΙ ΤΡΕΙΣ (23) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ. ΟΙ ΔΕΚΑΤΡΕΙΣ (13) ΠΡΩΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΟΥΣ ΔΕΛΦΟΥΣ, ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΟΙ ΟΚΤΩ (8) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΥΠΟ-ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ, ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ ΑΝΤΛΟΥΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙ Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ. ΟΙ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΔΕΚΑ (10) ΣΚΙΑΓΡΑΦΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ, ΜΕ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΟΠΩΣ ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟ ΦΥΛΟ, ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ, ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	
8.2. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	117
8.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΔΕΛΦΟΥΣ.....	124
8.4 ΈΛΕΓΧΟΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ	156
8.4.1. Συσχέτιση μεταβλητών	157
8.4.2: Προσδιοριστικοί παράγοντες του οφέλους προσωπικού ή οικογενειακού από το συνεδριακό τουρισμό ..	167
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	173
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	183
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	191
ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ	212
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ.....	212

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πιο δυναμικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Στην Αμερική για παράδειγμα, είναι ο τρίτος μεγαλύτερος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας μετά την αυτοκινητοβιομηχανία και τη βιομηχανία τροφίμων, ενώ η Διακήρυξη της Μαδρίτης αναφέρει στο προοίμιό της «...καθώς εκπνέει ο 20^{ος} αιώνας, ο τουρισμός αναδεικνύεται ως μείζων παράγων στην παγκόσμια οικονομία». Είναι συνεπώς φυσικό να βρίσκεται στο επίκεντρο των ανακατατάξεων και των προσαρμογών που επηρεάζουν όλες τις χώρες.

Η σημασία του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδος είναι γνωστή. Παράγει το 18-20% του ΑΕΠ, απασχολεί πάνω από 700.000 εργαζομένους, δηλαδή το 12% του εργατικού δυναμικού και αποτελείται από δεκάδες χιλιάδες τουριστικές επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών και τομέων δραστηριότητας.

Η Ελλάδα από μια φτωχή αγροτική οικονομία, με δεσπόζοντα τον πρωτογενή τομέα παραγωγής, πέρασε κατ' ευθείαν στη μεταβιομηχανική εποχή, με χαρακτηριστικό στοιχείο οικονομικής δραστηριότητας την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Η μετάβαση αυτή, με τον τρόπο και την ταχύτητα που πραγματοποιήθηκε, άφησε ανεξίτηλα τη σφραγίδα της στο τουριστικό τοπίο της χώρας με ό,τι αυτό συνεπάγεται σε υποδομές, επαγγελματισμό και κουλτούρα.

Οι ανακατατάξεις και προσαρμογές όμως που συντελούνται στην οικονομική δραστηριότητα σε πλανητική κλίμακα, που είναι αποτέλεσμα αλλά και έναυσμα για έναν όλο και πιο εντεινόμενο ανταγωνισμό, επιβάλλουν και στη χώρα μας την ανάληψη πρωτοβουλιών και δράσεων για την αντιμετώπιση των μεγάλων αυτών προκλήσεων. Το κλασικό μοντέλο τουριστικής προσφοράς της χώρας μας, ήλιος, θάλασσα, αρχαία, που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν αναψυχής, δεν είναι πια από μόνο του ούτε αρκετό ούτε, ενδεχομένως βιώσιμο. Οι ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες προσφέρουν παρόμοιο ή ταυτόσημο τουριστικό προϊόν σε πολύ χαμηλότερες τιμές και οι προβλέψεις είναι ότι ο ανταγωνισμός τιμών θα ενταθεί ακόμα περισσότερο στο ορατό μέλλον.

Γι' αυτό χρειάζεται διαφοροποίηση (diversification) του τουριστικού προϊόντος και αναδιάρθρωση της προσφοράς για την αντιμετώπιση δύο μεγάλων προκλήσεων: Του εντεινόμενου ανταγωνισμού και του χρόνιου διαρθρωτικού προβλήματος του ελληνικού τουρισμού, που είναι η εποχικότητα.

Είναι, κατά συνέπεια, επιτακτική η ανάγκη για αναδιάρθρωση των στοιχείων της τουριστικής προσφοράς της χώρας μας και στροφή σε κλάδους που:

- α) Αναπτύσσονται δυναμικά
- β) Είναι υψηλής αποδοτικότητας, και
- γ) Μπορούν να αναπτυχθούν στη χώρα μας.

Μεταξύ των κλάδων αυτών, δεσπόζουσα θέση κατέχει ο Επαγγελματικός και ιδιαίτερα ο Συνεδριακός Τουρισμός. Στόχος πρέπει να είναι ο εμπλουτισμός της τουριστικής προσφοράς και η συμπλήρωση της με ποιοτικές μορφές τουρισμού, όπως ο Συνεδριακός.

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μια ιδιαίτερη μορφή τουρισμού γιατί έχει μια σταθερή βάση, εστιασμένες επιχειρήσεις και δραστηριότητες. Δεν επηρεάζεται τόσο πολύ από τις διακυμάνσεις της παγκόσμιας οικονομίας. Με αυτή την προϋπόθεση οι προοπτικές ανάπτυξης όχι μόνο για τις επιχειρήσεις αλλά για όλους τους παράγοντες που βρίσκουν σαν έκφραση τη συνάντηση και ανταλλαγή ιδεών, είναι σχετικά σταθερές σε σύγκριση με άλλες μορφές τουρισμού.

Η οργάνωση συνεδρίων αποτελεί πρόκληση γιατί η διάρκεια παραμονής είναι σχετικά μικρή και οι απαιτήσεις για ποιότητα υπηρεσιών πολύ υψηλές και εξειδικευμένες. Οι βασικοί παράγοντες προσέλκυσης συνεδρίων συμπεριλαμβάνουν μια καλή συνεδριακή υποδομή, καλή προσβασιμότητα στον τόπο προορισμού και ξενοδοχειακές υποδομές υψηλής ποιότητας. Υποστηρίζονται όμως και από άλλα σημαντικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος όπως γαστρονομία, μουσεία, νυχτερινή ζωή και άλλου τύπου εκδηλώσεις.

Έχουν γίνει αρκετές κινήσεις τον τελευταίο καιρό για την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Η προβολή της Ελλάδας ως χώρα συνεδριακού προορισμού είναι κάτι το εντελώς διαφορετικό. Απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό, αξιοποιεί άλλα δίκτυα επικοινωνίας, προβάλλει διαφορετικά δυνατά σημεία, μιλάει σε άλλη διαφιμηστική διάλεκτο.

Από τους Ολυμπιακούς Αγώνες και μετά η Ελλάδα κερδίζει την αναγνωσιμότητα μιας σύγχρονης και ασφαλούς χώρας. Κληρονόμησε μεταφορικές, αθλητικές, συνεδριακές και τεχνολογικές υποδομές, απέκτησε πολύτιμη γνώση για την τεχνογνωσία στην οργάνωση παγκοσμίων γεγονότων, στη διαχείριση και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, στην επικοινωνία και τη διαφήμιση.

Ο κεντρικός σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η έρευνα των προϋποθέσεων και των προοπτικών ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, η διερεύνηση της υπάρχουσας κατάστασης στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο, καθώς και η εμπειρική διερεύνηση του συνεδριακού τουρισμού στην περιοχή των Δελφών, προκειμένου να διευκρινισθεί η σημασία και η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη και άρα η επένδυση σε αυτόν τον τομέα.

Η περιοχή των Δελφών δεν ήταν τυχαία επιλογή για την διεξαγωγή της έρευνας. Οι Δελφοί, το κέντρο του κόσμου κατά την αρχαιότητα, αποτελούν ακόμα και σήμερα το σταυροδρόμι και το σημείο συνάντησης διεθνών συνεδρίων, εκθέσεων και κάθε είδους πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

Η ανάληψη λοιπόν αυτής της διπλωματικής εργασίας αποσκοπεί στην κατάκτησης δυο στόχων.

Ο ακαδημαϊκός της στόχος έχει να κάνει με τη θεωρητική διερεύνηση του θέματος, τη διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης μέσω της διεθνούς αγοράς, την αξιολόγηση του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας αλλά και σε διεθνές επίπεδο.

Ο ερευνητικός της στόχος έχει να κάνει με τη συλλογή και την επεξεργασία δεδομένων που αφορούν το συνεδριακό τουρισμό στους Δελφούς, δίνοντας μεγάλη σημασία σε αυτή τη μορφή τουρισμού για την άσκηση της τουριστικής πολιτικής στην περιοχή που ο Δίας, ο πατέρας των θεών έριξε τον ιερό βράχο και όρισε το κέντρο του κόσμου και ο Απόλλωνας, ο θεός της κάθαρσης και της μαντείας διάλεξε για να γίνει το ιερό του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με ευρύτερη κοινωνική σημασία. Η λέξη τουρισμός κάνει την εμφάνισή της το 19ο αιώνα, αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα.

Ονομαστά έμειναν τα ταξίδια των Ελλήνων φιλοσόφων και ιστορικών. Οι φιλόσοφοι Θαλής, Πυθαγόρας και Πλάτων πήγαιναν στην Αίγυπτο, πού αποτελούσε αδιαμφισβήτητο πολιτιστικό κέντρο της εποχής για τους ταξιδιώτες όλου του κόσμου, ενώ ο Αριστοτέλης ταξίδευε στη Μικρά Ασία. Κυριότεροι περιηγητές από τους ιστορικούς ήταν ο Ηρόδοτος, γεωγράφος και ιστορικός (480-421 π.Χ.), ο οποίος υπήρξε ένας από τους πρώτους "ταξιδιώτες-τουρίστες". Κατά τη διάρκεια των μετακινήσεων του δε σταμάτησε να ενδιαφέρεται για τα ήθη, τα έθιμα, τη θρησκεία και τις τέχνες των τόπων που επισκεπτόταν. Οι περιηγήσεις του Ηροδότου φτάνουν μέχρι τη Σικελία, την Αίγυπτο και την Περσία και εξιστορούνται στις "Ιστορίες" του. Σήμερα ο Ηρόδοτος μπορεί να χαρακτηριστεί, συμφωνά με τις σύγχρονες αναζητήσεις στις τυπολογίες του τουρίστα, ως "μοντέλο" τουρίστα και να ενταχθεί στην κατηγορία του ευφυή τουρίστα.

Ο Αρτεμίδωρος, ο Διόδωρος ο Σικελιώτης, ο Ισίδωρος, ο Χαρακηνός, ο Μεγασθένης μεταφέρουν τις εντυπώσεις τους σε βιβλία. Ιδιαίτερα φημισμένα είναι τα ταξίδια του γεωγράφου Στράβωνα (Μικρά Ασία, Αρμενία, Εύξεινος Πόντος μέχρι Αιθιοπία, Αίγυπτος) και του ιστορικού Πανσανία (Ιταλία, Περσία, Συρία και Αίγυπτος). Ονομαστές έμειναν και οι περιπλανήσεις του Μ. Αλεξάνδρου, πού με τις κατακτήσεις του άνοιξε το δρόμο προς τις άγνωστες ως τότε χώρες της Ασίας. Οι Ρωμαίοι θεωρούνται οι πρώτοι πού ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής, αν και εικάζεται ότι την ίδια περίπου εποχή παρόμοια ταξίδια επιχειρούσαν και οι Κινέζοι και οι Ιάπωνες (R.W McIntosh, 2000).

Κατά τον Μεσαίωνα τα ταξίδια για λόγους αναψυχής μειώνονται, γιατί οι δρόμοι δεν είναι ασφαλείς εξαιτίας της παρουσίας ληστών. Οι κυριότεροι λόγοι ταξιδιών εκείνη την εποχή ήταν θρησκευτικοί και κατακτητικοί (σταυροφορίες). Το ταξίδι του Μάρκο Πόλο στην Ασία και την Κίνα (1271-1295) ανοίγει τη μεγάλη εποχή των εξερευνήσεων οι σημαντικότερες ωστόσο απ' αυτές γίνονται τον 15ο και 16ο αιώνα (Βόρειος και Νότιος Αμερική, Αφρική, Αυστραλία, Ω-

κεανία, Ασία), ενώ ο Μαγγελάνος πραγματοποιεί τον πρώτο περίπλου της γης μεταξύ 1519-1522.

Τον 19^ο αιώνα το φαινόμενο του τουρισμού αποκτά μεγάλη σπουδαιότητα. Σε αυτό συνέβαλε ο μετασχηματισμός της γεωργίας και της βιομηχανίας που ανέβασε τα εισοδήματα του στρώματος των γαιοκτημόνων με την αύξηση της γαιοπροσόδου. Πολλά μέλη του στρώματος αυτού αποκτούν την συνήθεια να ταξιδεύουν. Έτσι αναπτύχθηκαν μια σειρά οικισμοί, ιδιαίτερα σε τόπους ιαματικών πηγών, με βάση τα ξενοδοχεία, τις άλλες εγκαταστάσεις διαμονής κλπ. Τον 19^ο αιώνα εμφανίζεται και ο πρώτος τουριστικός πράκτορας. Πρόκειται για τον Άγγλο Τόμας Κούκ, πού τον Ιούλιο του 1841 οργανώνει μια εκδρομή από το Λέστερ στο Λάφμπορο (12 μίλια απόσταση), στην οποία συμμετέχουν 570 άτομα, με τιμή συμμετοχής 1 σελίνι. Ο Κούκ επεκτείνει γρήγορα τις δουλειές του και το 1851 μεταφέρει 165.000 ταξιδιώτες στη Μεγάλη Έκθεση του Λονδίνου, ενώ τα 1872 οργανώνει τον πρώτο γύρο του κόσμου (R.W McIntosh 2000).

Η κατάσταση αλλάζει στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, με την επέκταση του τουρισμού και σε άλλα στρώματα, ιδιαίτερα στις Η.Π.Α.. Αργότερα, ο τουρισμός μαζικοποιείται σε πολύ μεγαλύτερη κλίμακα, στις αναπτυγμένες χώρες, με την κατάκτηση από τους εργαζόμενους της χρονιατικής άδειας με αποδοχές (για πρώτη φορά στη Γαλλία, με την κυβέρνηση του Λαϊκού Μετώπου). Σε ορισμένες χώρες εμφανίζονται μορφές κοινωνικού τουρισμού, δηλαδή τουριστικών δραστηριοτήτων οργανωμένων από τους φορείς των εργαζομένων και μερικές φορές με τη βοήθεια του κράτους.

Τη μεταπολεμική περίοδο, η τουριστική κίνηση αυξάνει ακόμα περισσότερο. Με την ανάπτυξη των αεροπορικών μεταφορών, τη βελτίωση της οργάνωσης του τουρισμού κλπ, αυξάνει με πολύ ταχύτερο ρυθμό ο διεθνής τουρισμός, ιδιαίτερα από τη δεκαετία 1960, προς τις αναπτυσσόμενες χώρες της Μεσογείου, της Ασίας, της Αφρικής.

Η τεράστια ανάπτυξη του τουρισμού κατά τη μεταπολεμική περίοδο, οφειλόμενη, κατά κύριο λόγο, στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου και των εισοδημάτων αλλά και στη σημαντική βελτίωση των συγκοινωνιών, οδήγησε και σε αύξηση του ενδιαφέροντος διαφόρων επιστημονικών κλάδων να αναλύσουν τα χαρακτηριστικά αυτού του φαινομένου και τις επιπτώσεις ανάπτυξης του (MacCannell, 1976).

Οι ρυθμοί αύξησης της τουριστικής κίνησης ξεπερνούν, στις δεκαετίες του 1960 και 1970, το 10% το χρόνο, για πολλές από τις χώρες υποδοχής. Οι χώρες υποδοχής και ιδιαίτερα οι αναπτυσσόμενες χώρες αντιμετωπίζουν το διεθνή τουρισμό ως ευκαιρία επίλυσης μιας σειράς οι-

οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων τους. Οι ελπίδες που είχαν στηριχθεί όμως στο διεθνή τουρισμό δεν επαληθεύθηκαν σε μεγάλο μέρος, στην περίπτωση των αναπτυσσόμενων χωρών, αλλά και των «προβληματικών» περιοχών των περισσότερο αναπτυγμένων χωρών (Τσάρτας 1996).

Εννοιολογική οριοθέτηση του συγχρόνου τουρισμού

Το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι ουσιαστικά ένας εντελώς ιδιόμορφος και ταχύτατα αναπτυσσόμενος τομέας της παγκόσμιας οικονομίας, καθώς και ότι συνδέεται άμεσα με κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές στις σύγχρονες κοινωνίες, εξηγεί τις μεγάλες δυσκολίες που υπάρχουν στην εννοιολογική οριοθέτηση και ταξινόμηση των βασικών στοιχείων που συνθέτουν την έννοια «τουρισμός». Η σχετικά πρόσφατη ανάπτυξη του τουρισμού και η αδυναμία να οριστεί αρχικά η έννοια του σε αντίθεση με έννοιες που ήταν περισσότερο αποδεκτές, όπως για παράδειγμα η έννοια του «ταξιδιώτη», αποτέλεσε το πρώτο και βασικό πρόβλημα στην εννοιολογική οριοθέτηση του τουρισμού.

Ένα άλλο ζήτημα προέκυψε από την επιδίωξη αρχικά των επιστημόνων που ασχολούντο με τον κλάδο να ορίσουν την έννοια του τουρίστα, ώστε να μπορεί να αποτιμηθεί στατιστικά η με-



τακίνηση και η δαπάνη του. Αντίθετα οι έννοιες του τουρισμού, του τουριστικού τομέα ή της τουριστικής περιοχής αναλύονται με διαφορετικούς τρόπους και ποικίλλει συχνά ανάλογα με τον επιστήμονα που τις χρησιμοποιεί. Επιπλέον ακόμη και στις αποδεκτές από τους διεθνείς οργανισμούς οριοθετήσεις της έννοιας, π.χ. του τουρίστα, υπάρχουν σημαντικές αντιφάσεις που σχετίζονται αφενός με τη στατιστική κυρίως προέλευση των επιστημόνων που διαμόρφωσαν αυτές τις οριοθετήσεις και αφετέρου με τη χρονική απόσταση που

χωρίζει τις αρχικές αυτές αναλύσεις από την κατοπινή εξέλιξη του τουρισμού που άλλαξε πολλά από τα επιστημονικά δεδομένα αυτών των ταξινομήσεων.

Μια δυσκολία που παρουσιάζουν αυτές οι οριοθετήσεις είναι ότι επιδιώκουν να περιγράψουν περιοριστικά τα τυπολογικά χαρακτηριστικά αυτών των εννοιών, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις διεθνείς στατιστικές και μελέτες και με αυτόν τον τρόπο ακυρώνουν το δυναμικό στοιχείο που εμπεριέχεται στον τουρισμό είτε ως φαινόμενο κοινωνικό είτε ως τύπος ανάπτυξης, είτε ως τομέας της οικονομίας. Σε κάθε περίπτωση θεωρείται ότι κάθε προσπάθεια

να υπάρξουν απόλυτες ή στατικές οριοθετήσεις παρουσιάζει προβλήματα, και η επιδίωξη πρέπει να είναι ουσιαστικά να υπάρξει ένας, όσο αυτό είναι δυνατόν, κοινός επιστημονικός λόγος γύρω από τις έννοιες που αποδίδονται στα διαφορετικά στοιχεία που αποτελούν τον τουρισμό (Τσάρτας 1996).

Σύμφωνα με τους **Clawson** και **Knetsch** (1996) καθώς και τον **Mitcell** (1984) ο τουρισμός ως μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου, σχετίζεται με πολλούς από τους κύριους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας και είναι δύσκολο συνεπώς να γίνει ένας σαφής προσδιορισμός του όρου. Το φαινόμενο του τουρισμού σύμφωνα με αυτούς είναι συνυφασμένο με τη ζωή οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά και στηρίζεται σε πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή στοιχεία της παραγωγής και της παροχής υπηρεσιών.

Οι **Jansen-Verdeke** και **Dietvorst** (1987) υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός έχει πολλά κοινά θεωρητικά χαρακτηριστικά και αρχές με τον τομέα της αναψυχής και του ελεύθερου χρόνου. Οι τρεις αυτοί όροι, τουρισμός, αναψυχή και ελεύθερος χρόνος, αντιπροσωπεύουν μια χαλαρή και αρμονική ομάδα. Αντίθετα οι οικονομικοί και τεχνικοί όροι παραγκωνίζουν την ανθρώπινη εμπειρία δίνοντας μεγαλύτερη σημασία στη μετακίνηση και στα ποσά που καταβάλλονται κατά τη μετακίνηση αυτή.

Ο **Leiper** (1981) στη μελέτη του υποστήριξε ότι η τουριστική επιστήμη είναι μια ξεχωριστή επιστήμη παρά την ισχυρή της εξάρτηση από άλλες επιστήμες όπως η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η οικονομία κ.λ.π. Σύμφωνα με τον μελετητή ο τρόπος με τον οποίο θα πρέπει να προσεγγίσουμε την τουριστική επιστήμη χρειάζεται να επικεντρωθεί γύρω από τη δομή της βιομηχανίας, η οποία θα αντιμετωπίζεται ως ένα ανοιχτό σύστημα πέντε βασικών στοιχείων, που δρουν μέσα στο ευρύτερο περιβάλλον: (1) το στοιχείο του ανθρώπινου δυναμικού, (2) η περιοχή προέλευσης, (3) μία ενδεχόμενη ενδιάμεση περιοχή, (4) η περιοχή προορισμού ή περιοχή υποδοχής, και (5) η ίδια η τουριστική βιομηχανία.

Οι **Mathieson** και **Wall** (1982), έδωσαν ένα παρόμοιο ορισμό όπου ο τουρισμός αποτελείται από τρία βασικά στοιχεία: (α) ένα δυναμικό στοιχείο που περιλαμβάνει το ταξίδι προς έναν επιλεγμένο τουριστικό προορισμό, (β) ένα στατικό στοιχείο που περιλαμβάνει την παραμονή στον προορισμό αυτό, και (γ) ένα τεχνητό στοιχείο που προκύπτει μέσα από τα πρώτα δύο, και το οποίο αφορά τις επιδράσεις, που προκύπτουν από τα οικονομικά, κοινωνικά και φυσικά υποσυστήματα, με τα οποία ο τουρίστας έρχεται άμεσα ή έμμεσα σε επαφή.

Σύμφωνα με τους **Mill** και **Morrison**, (1985) ο τουρισμό είναι ένα σύστημα αλληλεξαρτώμενων επιμέρους στοιχείων. Το σύστημα αυτό μοιάζει με "τον ιστό της αράχνης δηλαδή αν αγγί-

ξεις ένα σημείο θα επηρεαστεί όλος ο ιστός". Στο σύστημα αυτό περιλαμβάνονται τέσσερα στοιχεία : (α) η Αγορά, (β) το Ταξίδι, (γ) ο Προορισμός και (δ) το Μάρκετινγκ.

Ο **Smith** (1990) έδωσε τη πλέον πρακτική λύση. Πιστεύει ότι είναι πολύ πιο ρεαλιστικό να αποδεχτούμε την ύπαρξη ενός αριθμού διαφορετικών ορισμών, όπου ο κάθε ένας εξυπηρετεί και διαφορετικό σκοπό.

Στον επίσημο ορισμό που δόθηκε από την Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού το 1981, ο τουρισμός θεωρείται μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει μετακινήσεις οι οποίες πραγματοποιούνται είτε διαμέσου διεθνών συνόρων (αλλοδαπός) είτε όχι (ημεδαπός), με διάρκεια πάνω από 24 ώρες και οι οποίες έχουν ποικίλα κίνητρα (εκτός των λόγων μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης).

Το μεγαλύτερο μέρος του επιστημονικού προβληματισμού στις οριοθετήσεις συγκέντρωσε η έννοια του «τουρίστα» που αποτελεί και το ενεργοποιό στοιχείο του σύγχρονου τουρισμού. Ήδη από το 1937 μια ομάδα ειδικών στατιστικολόγων της τότε Κοινωνίας των Εθνών δίνει έναν ορισμό του τουρίστα που αναφέρει ότι «τουρίστας θεωρείται κάθε άτομο που μετακινείται για ένα χρονικό διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών σε μια χώρα άλλη από αυτή όπου βρίσκεται η κατοικία του». Αυτός ο ορισμός περιορίζεται στους αλλοδαπούς τουρίστες, περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για διαφορετικούς λόγους (επαγγελματικούς, ψυχαγωγίας, συνέδρια, οικογενειακούς λόγους, υγείας), καθώς και άτομα που μετέχουν σε κρουαζιέρες ακόμη και αν αυτές διαρκούν λιγότερο από 24 ώρες καθώς και ειδικές περιπτώσεις ατόμων που διαμένουν σε ξένη χώρα ως διπλωμάτες, κληρικοί κτλ (Γαλανή-Μουτάφη 2002).

Το 1963 συνέρχεται στη Ρώμη το συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια που υιοθετεί τον ακόλουθο ορισμό για τον «επισκέπτη»: «κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα άλλη από αυτή όπου κατοικεί, για οποιοδήποτε λόγο, εκτός από το να εργαστεί». Ο ορισμός αυτός αφορά δύο κατηγορίες επισκεπτών, τους τουρίστες και τούς εκδρομείς, και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τον τουρισμό ημεδαπών στο εσωτερικό της χώρας τους.

Τουρίστες θεωρούνται όσοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και μένουν στη χώρα για ένα χρονικό διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών για κάποιον από τους ακόλουθους λόγους: α) διακοπές (ψυχαγωγία, υγεία, εκπαίδευση, θρησκεία, αθλητισμός), β) επαγγελματικοί και οικογενειακοί λόγοι, γ) αποστολές ή συναντήσεις ή συνέδρια. Εκδρομείς θεωρούνται όσοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και μένουν λιγότερο από 24 ώρες στη χώρα που επισκέπτονται (συμπεριλαμβάνονται σε αυτήν την ομάδα τα άτομα που μετέχουν σε κρουαζιέρες).

Οι δύο αυτές ταξινομήσεις γίνονται αποδεκτές ανάμεσα στα 1967 και 1970 από τους διεθνείς οργανισμούς που κατά τεκμήριο ασχολούνται με τη στατιστική καταγραφή της μετακίνησης ταξιδιωτών δηλαδή τον ΟΗΕ, τον ΟΟΣΑ και τον ΠΟΤ, ενώ τα επόμενα χρόνια εκδίδονται οδηγίες προς τα κράτη μέλη για τη σωστότερη συμπλήρωση των στατιστικών.

Η εννοιολογική οριοθέτηση του τουρίστα διαφοροποιείται από άλλες έννοιες που σχετίζονται με άτομα τα οποία ταξιδεύουν με βάση τις ακόλουθες τρεις παραμέτρους: α) διάρκεια ταξιδιού (τουλάχιστον 24 ώρες), β) εθνικότητα (αλλοδαποί ή ημεδαποί μόνιμοι κάτοικοι εξωτερικού), γ) σκοπός ταξιδιού (αποκλείεται η εργασία). Με αυτόν τον τρόπο οι «επισκέπτες» που περιλαμβάνουν τους «τουρίστες» και τους «εκδρομείς» είναι όλοι όσοι πραγματοποιούν κάποιο «τουριστικό ταξίδι» ή κάποια «τουριστική μετακίνηση» και περιλαμβάνονται στις στατιστικές του τουρισμού. Αντίθετα ταξιδιώτες που βρίσκονται για οποιοδήποτε χρονικό διάστημα σε μια ξένη χώρα με άμεσο ή έμμεσο στόχο την εργασία, δεν περιλαμβάνονται σε αυτές τις στατιστικές (Τσάρτας 1996).

Η έννοια του τουρίστα διεθνώς έχει καταλήξει να σημαίνει αυτά που η στατιστική καταγράφει στην κατηγορία «επισκέπτες», ενώ ο όρος επισκέπτες σπανίως χρησιμοποιείται για να περιγράψει ταξιδιώτες που μεταβαίνουν σε ξένη χώρα για οποιοδήποτε σκοπό. Η κυριότερη αιτία γι' αυτήν την εξέλιξη βρίσκεται στο γεγονός ότι ο όρος «τουρίστας» είναι πλέον ένας διεθνοποιημένος και κοινός σε όλες τις γλώσσες όρος που χρησιμοποιείται σε άμεση συσχέτιση με τις τουριστικές δραστηριότητες.

Τουρισμός και οικονομία

Η άνοδος του τουρισμού ήταν φυσικό να προκαλέσει το ενδιαφέρον των οικονομολόγων. Αναμφισβήτητη είναι η συμβολή του τουρισμού στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών. Αυτό, έχει ιδιαίτερη σημασία για τις αναπτυσσόμενες χώρες που έχουν μεγάλη ανάγκη συναλλάγματος. Η συμβολή στο ισοζύγιο όμως μπορεί να θεωρηθεί θετική μόνο βραχυπρόθεσμα, γιατί μακροπρόθεσμα ή αύξηση του αριθμού των τουριστών δημιουργεί ανάγκη μεγάλων επενδύσεων για την εξυπηρέτησή τους, πράγμα που σημαίνει επανεξαγωγή ενός σημαντικού ποσοστού του εισαγόμενου συναλλάγματος (Lickorish, Jenkins, 2004).

Ιδιαίτερα δύσκολο πρόβλημα έχει αποδειχθεί ο υπολογισμός των καθαρών κερδών μιας οικονομίας από τον τουρισμό. Για να είναι ακριβής ο υπολογισμός πρέπει από την καθαρή συναλλαγματική είσπραξη να αφαιρεθούν: Οι πληρωμές για εισαγωγές αγαθών που σκοπό έχουν να εξυπηρετήσουν τον τουριστικό τομέα (κεφαλαιουχικά αγαθά). Οι πληρωμές για εισαγωγές αγαθών που καταναλώνουν οι τουρίστες. Οι πληρωμές στο εξωτερικό π.χ. δαπάνες διαφήμισης

και προβολής, συναλλαγματικές διαφορές από αναπτυγμένες σε αναπτυσσόμενες χώρες κλπ. Οι πληρωμές για εισαγωγές καταναλωτικών αγαθών που ζητούν οι ντόπιοι, επηρεασμένοι από τις καταναλωτικές συνήθειες των τουριστών. Οι προσπάθειες που έγιναν με βάση την παραπάνω συλλογιστική προκειμένου να βρεθούν τα καθαρά κέρδη των αναπτυσσόμενων χωρών από τον τουρισμό έδειξαν μεγάλες διαφορές από χώρα σε χώρα και γενικά όχι ικανοποιητικά καθαρά κέρδη (Βαρβαρέσος, 1998).

Σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κ.λπ.). Πολλές φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού (Colin, 1996).

Ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικότερα στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετήσιους ρυθμούς (Shaw and Williams, 2004).

Τουρισμός και κοινωνιολογία

Τα τελευταία 20 χρόνια άρχισε να ασχολείται η κοινωνιολογία με τον τουρισμό. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της Κοινωνιολογίας του τουρισμού είναι ότι ασχολήθηκαν επιστήμονες προερχόμενοι από ένα μεγάλο φάσμα επιστημών όπως κοινωνιολογία, ανθρωπολογία, οικονομία, γεωγραφία.

Οι αισιόδοξοι μελετητές του τουρισμού όπως είναι θεωρούν θετικό στοιχείο ότι φέρνει σε επαφή λαούς με διαφορετικά ήθη, έθιμα και κουλτούρα και συμβάλλει στη βελτίωση της διεθνούς κατανόησης. Η θετική ή αρνητική έκβαση όμως της «συνάντησης» του τουρίστα με τον ντόπιο εξαρτάται από ορισμένους σημαντικούς παράγοντες, όπως:

- 1) Τη μεγάλη διαφορά στο οικονομικό επίπεδο ανάμεσα στον τουρίστα και στον ντόπιο.
- 2) Τη μεγάλη διαφορά στο σύστημα αξιών (θρησκεία-ήθη-έθιμα).

3) Την ανισότιμη σχέση του τουρίστα με τον ντόπιο που στηρίζεται στην εξυπηρέτηση του πρώτου από τον δεύτερο.

4) Τον τύπο του τουρισμού (αν είναι μαζικός ή όχι).

Η συνάντηση μεταξύ του τουρίστα και του ντόπιου σε ένα σύνθετο και γρήγορο κόσμο χαρακτηρίζεται επιφανειακή και σύντομη, ενώ παράλληλα προκαλεί μεγάλες αλλαγές στις κοινωνικές δομές της χώρας υποδοχής (Shaw and Williams, 1994).

Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει τελικά σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις τον δύο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας, κ.λ.π..

Τουρισμός και περιβάλλον.

Το ενδιαφέρον για την επίδραση του τουρισμού στο περιβάλλον άρχισε με την ανάπτυξη του Μαζικού τουρισμού. Κάποιες απόψεις θεωρούν θετική την επίδραση του τουρισμού στο περιβάλλον και άλλες αρνητική.

Σύμφωνα με την πρώτη άποψη ο τουρισμός συμβάλλει στη διαφύλαξη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των αρχαίων μνημείων. Αυτό γίνεται γιατί το φυσικό περιβάλλον και οι αρχαιολογικοί χώροι αποτελούν παράγοντες έλξης των τουριστών. Οι χώρες υποδοχής αναγκάζονται να προστατέψουν τα περιβάλλον λόγω του τουρισμού. Η δεύτερη άποψη, αντίθετα, υποστηρίζει ότι ο τουρισμός καταστρέφει το περιβάλλον. Αυτά γίνεται με την κατασκευή σημαντικών έργων υποδομής (ξενοδοχεία, δρυμοί, αθλητικά γήπεδα, λιμενικές εγκαταστάσεις), τα οποία ανατρέπουν την οικολογική ισορροπία της περιοχής, μολύνοντας το περιβάλλον. Είναι μάλιστα προφανές ότι αυτές οι καταστροφές γίνονται συνήθως στις ωραιότερες περιοχές μιας χώρας.

Οι κυριότερες επιπτώσεις του Μαζικού κυρίως τουρισμού στο περιβάλλον είναι οι ακόλουθες, σύμφωνα με την γενική αναφορά του ΟΟΣΑ. (L'impact du tourisme sur l'environnement: rapport general, OECD, 1980).

- *Η ΜΟΛΥΝΣΗ*: Η μόλυνση του αέρα (λόγο της υπερβολικής χρήσης αυτοκινήτων και πηγών ενέργειας στους τόπους διακοπών) του νερού (θάλασσα, λίμνες, ποτάμια λόγω υπερβολικού αριθμού ανθρώπων και ελλείψεως μέσων επεξεργασίας λυμάτων) των

τουριστικών περιοχών (από σκουπίδια). Ηχητική (λόγο μεγάλης κυκλοφορίας οχημάτων και πλήθους τουριστών).

- *Η ΜΕΙΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΓΑΙΩΝ*: Η ανάγκη να γίνουν έργα για τον τουρισμό οδηγεί σε μείωση των αγροτικών γαιών.
- *Η ΙΔΙΩΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΑΚΤΩΝ ΚΑΙ ΔΑΣΩΝ*: Κυρίως από ξενοδοχειακές μονάδες που κάνουν έτσι τις ακτές απροσπέλαστες στο κοινό.
- *Η ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ ΙΣΤΟΡΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ*: Άλλα και αρχαιολογικών χώρων από την υπερβολική χρήση από τους τουρίστες.
- *Η ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΜΟΛΥΝΣΗ*: Αυτή προέρχεται κυρίως από ογκώδη και ακαλαίσθητα κτίρια (συνήθως ξενοδοχεία), που κτίζονται χωρίς να δένονται αρμονικά με τα τοπία.

Η αυξανόμενη, τα τελευταία χρόνια, ευαισθησία του κόσμου σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος φαίνεται και από το γεγονός ότι περιοχές που μολύνθηκαν ή θεωρούνται μολυσμένες γνώρισαν μια μείωση του τουριστικού πλήθους σε σχέση με το παρελθόν (Μπούρα 1974).

Το μέγεθος του προβλήματος φαίνεται και από το γεγονός ότι ο ΟΟΣΑ δημιούργησε Επιτροπή Ειδικών σε θέματα Περιβάλλοντος και Τουρισμού που μελέτησε τα θέματα.

Τουριστική Ζήτηση

Όταν γίνεται λόγος για τουρισμό και για τουριστική αγορά, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες για την τουριστική ζήτηση και προσφορά. Για τον λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμη η αναφορά των δύο αυτών εννοιών.

Όσον αφορά την έννοια της τουριστικής ζήτησης, είναι πολύ δύσκολο να δοθεί ένας σαφής ορισμός. Σύμφωνα όμως με διάφορους συγγραφείς, τουριστική ζήτηση θεωρείται η ζήτηση που αντιπροσωπεύει τις ποσότητες των αγαθών και των τουριστικών υπηρεσιών που επιθυμούν να προμηθευτούν οι τουρίστες σε μία χρονική στιγμή.

Η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται κυρίως από την περιοχή όπου αναπτύσσεται. Η περιοχή επηρεάζει το είδος και την ποιότητα του τουρισμού. Για παράδειγμα σε μία ορεινή περιοχή το είδος του τουρισμού (χειμερινός, φυσιολατρικός, κ.λ.π.) που θα αναπτυχθεί είναι διαφορετικό από το είδος του τουρισμού που θα αναπτυχθεί σε μία παραθαλάσσια. Όμως η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται και από κοινωνικές πολιτισμικές αξίες στους τόπους προέλευσης. (Briassoulis, 2000).

Χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης για την επικρατέστερη μορφή τουρισμού, τον μαζικό, είναι η εποχικότητα. Ο όρος εποχικότητα δείχνει την τάση να συσσωρεύονται τουρίστες σε ένα τόπο προορισμού κάποιες χρονικές στιγμές ενός έτους. Το ενδιαφέρον που παρουσιάζεται από την εποχικότητα είναι τα διάφορα προβλήματα που παρουσιάζονται όπως προβλήματα στην:

- παραγωγή αγαθών
- απασχόληση, και
- στο περιβάλλον

Η εποχικότητα μπορεί να μετρηθεί με διάφορους τρόπους ένας από αυτούς είναι ο δείκτης πληρότητας. Ο δείκτης πληρότητας δίνεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$T.O. = (N/OH \times P) \times 100$$

Όπου:

T.O.: Δείκτης πληρότητας.

N: Αριθμός των πραγματοποιούμενων διανυκτερεύσεων.

OH : Ο αριθμός των ενοικιαζόμενων δωματίων.

P: Η περίοδος λειτουργίας του καταλύματος.

Η εποχικότητα επιπλέον μετράται με δείκτες όπως με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων των ξενοδοχειακών μονάδων ή με τον αριθμό των πτήσεων σε μία περιοχή. Οι αυξήσεις των πτήσεων σε μία τουριστική περιοχή και η αύξηση τους για κάποιους μήνες τον χρόνο δείχνει την εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος.

Τουριστική Προσφορά

Η τουριστική προσφορά είναι το σύνολο των προϊόντων και των τουριστικών προϊόντων που παρέχονται από τον τουριστικό τομέα στους καταναλωτές (τουρίστες) σε έναν τόπο και σε μία χρονική στιγμή. Δηλαδή το τουριστικό προϊόν (που στην ουσία το άθροισμα τους δίνει την συνολική προσφορά) είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων αναψυχής και των καταναλώσεων που προτείνονται στον πελάτη στο πλαίσιο των διακοπών του.

Τέτοιες δραστηριότητες είναι οι αγορές που προτείνονται στον πελάτη καθώς και δραστηριότητες αναψυχής, ύπνου, διατροφής κ.α. Το τουριστικό προϊόν χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες στοιχείων:

A) Στους φυσικούς, πολιτιστικούς, καλλιτεχνικούς, ιστορικούς πόρους που θα

κάνουν τον τουρίστα να επισκεφτεί ένα τόπο.

B) Στους εξοπλισμούς/εξυπηρετήσεις όπως ξενοδοχεία, καταλύματα, εστιατόρια,

κέντρα αναψυχής και πολιτισμού.

Γ) Και τέλος στα μέσα μεταφοράς που θα βοηθήσουν τους τουρίστες στις

μετακινήσεις τους.

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες καθώς και η καλή ποιότητα τους είναι ένας σημαντικός παράγοντας και επηρεάζει την ζήτηση των καταναλωτών/ τουριστών.

Όλο και περισσότερο, η οικονομική διάσταση του τουρισμού (οφέλη-κόστη) είναι στενά αλληλεξαρτώμενη από την περιβαλλοντική (όφελος και κόστος), σχέση που ισχύει προφανώς περισσότερο για τον τουρισμό από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα (Briassoulis, 2000).

Αυτό συμβαίνει, διότι, δημιουργείται μια ιδιόμορφη σχέση ανάμεσα στον επισκέπτη, τον ντόπιο καθώς και τον τόπο προορισμού. Ο επισκέπτης προσδοκά ένα περιβάλλον καλύτερης ποιότητας ενώ ο ντόπιος το απαιτεί. Η σχέση αυτή πολλές φορές κλονίζεται λόγω αυτού του ιδιαίτερου χαρακτηριστικού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Η τουριστική ανάπτυξη, είτε με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου είτε με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών, τείνει να επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πολύ πιο δραστικές σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά «ευαίσθητες», όπως: παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υγροβιότοποι κ.λ.π. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν, εδώ και αρκετά χρόνια, αντικείμενο ειδικών μελετών που επισημάναν την ανάγκη σχεδιασμού, προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

Η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη σε πολλές περιπτώσεις ήταν τόσο άναρχη, αυθαίρετη και απρογραμματίστη που ο τουρισμός έγινε μέσο ληστρικής εκμετάλλευσης του, ανθρώπου, του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και αντικείμενο εκμετάλλευσης εκ μέρους μερίδας επιχειρηματιών προς ίδιο και μόνο όφελος, ενώ σιγά-σιγά στην τουριστική δραστηριότητα εξέλειψε η «ανθρώπινη υπόσταση» του τουρισμού και η φιλοξενία. (Aronsson, 2000).

Μπροστά σε αυτή την εξέλιξη υπήρξε μια έντονη αντίδραση σε παγκόσμιο επίπεδο, μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και του προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης και μια υποτονική αντίδραση (από υποχρέωση συμμόρφωσης προς τις οδηγίες της ΕΕ), σε εθνικό επίπεδο. Η αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θέρετρων στη μεταπολεμική περίοδο έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα αφορούν και στην ευρύτερη περιοχή όπου είχαν αναπτυχθεί αυτά τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος (δομημένου και φυσικού) των περιοχών αυτών. Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες υπήρξε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της «βιώσιμης» τουριστικής ανάπτυξης. Η έννοια, οι αρχές και τα χαρακτηριστικά της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι ταυτόσημα με αυτά της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης. (Kernel, 2005).

Με τον όρο «βιώσιμη» τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για τη συνεχή ανατροφοδότηση της. (Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., 2000).

Σήμερα η ιδέα του αειφορικού τουρισμού θεωρείται σαν το πιο σωστό σύστημα τουριστικού σχεδιασμού και τουριστικής ανάπτυξης, αλλά σαν καινούργια ιδέα δεν έχει ακόμη επαρκώς δοκιμαστεί στην πράξη, πλην λίγων εξαιρέσεων (Αυστρία, Αυστραλία, Καναδάς, Τέξας των ΗΠΑ κ.λπ.) και τα αποτελέσματα της δεν έχουν ακόμη μετρηθεί. Σαν καινούργια επίσης ιδέα έχει επικριθεί από πολλούς ερευνητές που διατυπώνουν επιφυλάξεις ως προς τη δυνατότητα αλλά και τη σκοπιμότητα εφαρμογής της, ως προς τις προϋποθέσεις εφαρμογής της και ως προς τους υπεύθυνους φορείς που θα την εφαρμόσουν στην πράξη (Roberts and Simpson, 1997).

Παρά τα μη ορατά αποτελέσματα και τις επικρίσεις που δέχεται η ιδέα της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης υιοθετήθηκε και από τους διεθνείς φορείς τουρισμού (ΟΗΕ - ΟΟΣΑ - ΕΕ) και από τους Εθνικούς φορείς τουρισμού, οι οποίοι και χρηματοδοτούν προγράμματα έρευνας, μελέτης και εφαρμογής του αειφόρου τουρισμού, προληπτικά και κατασταλτικά. Προληπτικά για να ενθαρρύνουν την αειφορική τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές όπου αρχίζει για πρώτη φορά η τουριστική ανάπτυξη και κατασταλτικά σε περιοχές όπου επικρατεί ο μαζικός τουρισμός, ενθαρρύνοντας την ανάπτυξη των εναλλακτικών αειφορικών μορφών τουρισμού.

2.2 Προϋποθέσεις Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης

Η οικονομική ευμάρεια που διαθέτει ένα αυξανόμενο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη μας, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και των μέσων ενημέρωσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην ανάδειξη του τουρισμού ως ενός από τους πιο ισχυρούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς της παγκόσμιας κοινωνίας του 21 ου αιώνα.

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμη της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δυο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού.

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα και αλλού, έχουν ως στόχο τη συνεχή αύξηση του οικονομικού κέρδους που αποφέρει ο τουρισμός, έτσι συχνά προσανατολίζονται στην αναζήτηση ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού τουριστών χρησιμοποιώντας ως μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης τον μαζικό τουρισμό. Όμως, η μεγάλη πληθυσμιακή συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές δυνατότητες δημιουργεί διαταραχές στις συνήθειες της τοπικής κοινωνίας και δυσλειτουργίες όπως: συνωστισμό, μόλυνση του περιβάλλοντος, κατασπατάληση ή καταστροφή φυσικών και πολιτιστικών πηγών και ανταγωνισμό μεταξύ τοπικού πληθυσμού και τουριστικής βιομηχανίας για την χρησιμοποίηση αγαθών πρώτης ανάγκης (νερό, καύσιμα, κ.λ.π.), έργων υποδομής (δρόμοι, νοσοκομεία, κ.λ.π.), τόπων αναψυχής (μουσεία, πάρκα, παραλίες κ.λ.π.). Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις εμποδίζουν την συνεχή και ομαλή διεξαγωγή της τουριστικής διαδικασίας αφού σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα επιθυμεί να επισκέπτεται περιοχές με υψηλή περιβαλλοντική ποιότητα και έντονα στοιχεία τοπικού πολιτισμού. (Βαρβαρέσος 1998).

Αρκετοί διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (Π.Ο.Τ, UNEP , UNESCO κ.λ.π.) προτείνουν ως διέξοδο από τα παραπάνω προβλήματα, κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται, να διευθύνεται και να αναπτύσσεται ώστε:

- α) να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή σε βάθος χρόνου,
- β) να αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται,
- γ) να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες,
- δ) να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχή εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι:

-  η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία,
-  η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης,
-  η εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών,
-  η υψηλή ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός είναι μια περίπλοκη διαδικασία η οποία σχετίζεται με διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γίνεται εμφανές ότι για την βιώσιμη ανάπτυξη του απαιτείται αμοιβαίος σεβασμός, ενότητα και μόνιμη συνεργασία μεταξύ όλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητες τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Μέσω αυτής της συνεργασίας κάθε αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις (δημόσιες ή ιδιωτικές), αλλά και κάθε άλλο στοιχείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Είναι ουσιαστικό η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να στηρίζεται στην καλή θέληση όλων των μερών για την επιτυχία ενός κοινού σκοπού (βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) και όχι στην ικανοποίηση ιδιοτελών συμφερόντων.

Ο Lane (1992) διατυπώνει στην έρευνα του ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική, και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής. Η ιδέα του βιώσιμου τουρισμού θεωρείται το πιο σωστό σύστημα τουριστικού σχεδιασμού και τουριστικής ανάπτυξης, αλλά δεν έχει ακόμα επαρκώς δοκιμαστεί στην πράξη. Στην ίδια έρευνα όμως διατυπώνει και τις επιφυλάξεις του ως προς τη δυνατότητα αλλά και τη σκοπιμότητα της εφαρμογής της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και ως προς τις προϋποθέσεις της εφαρμογής της και τους υπεύθυνους φορείς που θα την εφαρμόσουν στην πράξη.

Οι ανάγκες, οι προσδοκίες, τα ιδιαίτερα περιβαλλοντικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και τα προβλεπόμενα οφέλη από τον τουρισμό διαφέρουν σημαντικά από την μια περιοχή στην άλλη. Έτσι δεν υπάρχει ένα είδος σχεδιασμού βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης που να ταιριάζει σε περισσότερους από έναν τουριστικούς προορισμούς. Αν και οι γενικές κατευθυντήριες γραμμές μπορούν να ορισθούν σε εθνικό επίπεδο, ωστόσο οι τοπικές κοινωνίες με συμμετοχή εκπροσώπων όλων των τοπικών φορέων (δημόσιο, τουριστική βιομηχανία, μη-κυβερνητικές περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις, οργανώσεις πολιτών, επιστημονικοί φορείς κ.λ.π.) και συχνή επικοινωνία με τον τοπικό πληθυσμό είναι εκείνοι που θα σχεδιάσουν και θα αναπτύξουν το είδος του τουρισμού που θέλουν να προσφέρουν (Eagles, McCool, and Hayns 2002).

Η άρτια επαγγελματική κατάρτιση όχι μόνο των διευθυντικών στελεχών του τουρισμού αλλά όλων όσων απασχολούνται σε αυτόν, συνεισφέρει στην καλύτερη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, ο εμπλουτισμός των επαγγελματικών εκπαιδευτικών ή επιμορφωτικών προγραμμάτων με θέματα που αφορούν τις έννοιες, τα κριτήρια, τα οφέλη, και τις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού βοηθά τους ανθρώ-

πους που ασχολούνται με αυτόν να προβληματιστούν, να αναζητήσουν τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος και να κατανοήσουν σε βάθος τις διαφορετικές πρακτικές μεταξύ μαζικού τουρισμού και εναλλακτικών τουριστικών μοντέλων (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κ.λ.π.).

Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης βιώσιμων κοινωνιών και κατ' επέκταση βιώσιμου τουρισμού. Σε μια τέτοια εκπαιδευτική διαδικασία μπορούν να συνεισφέρουν όλοι οι τυπικοί και άτυποι εκπαιδευτικοί φορείς με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών με τελικό σκοπό την προβολή και την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών και πρακτικών που προάγουν την βιωσιμότητα. (Aronsson, 2000).

Εκτός από τους εργαζόμενους στον τουρισμό και τους πολίτες των τουριστικών περιοχών είναι χρήσιμο να ενημερώνονται και να ευαισθητοποιούνται οι επισκέπτες τους. Πληροφορίες σχετικές με το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τις τοπικές συνήθειες και τις ανάγκες του κάθε τουριστικού προορισμού, θα τους βοηθήσουν να ενταχθούν ομαλότερα στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον που πρόκειται να επισκεφθούν.

Η διατήρηση του κύρους του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής γίνεται όλο και δυσκολότερη στα πλαίσια του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μονίμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητα της. (Aronsson, 2000).

Η έννοια ποιοτικός τουρισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την έννοια πολυτελής-ακριβός τουρισμός. Αναφέρεται στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία προστατεύει τις τουριστικές πηγές, προσελκύει τουρίστες που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και προσφέρει τουριστικά αξιοθέατα, ανέσεις και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά.

Πέρα όμως από τις προϋποθέσεις που πρέπει να ακολουθήσει μια κοινωνία για την επιτυχή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δεν θα πρέπει να παραβλέπει ότι ανεξάρτητα από το είδος τουριστικού μοντέλου που θα υιοθετήσει η τουριστική διαδικασία είναι ασταθής και ευάλωτη ιδιαίτερα σε περιόδους φυσικών θεομηνιών, οικονομικής ύφεσης, και κοινωνικής ανασφάλειας. Γι' αυτό το λόγο περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον πρέπει να αντιμετωπίζουν με μεγάλο σκε-

πτικισμό την οικονομική υπερεξάρτησή τους από τις δραστηριότητες του τουρισμού. Η ισόρροπη ανάπτυξη των τουριστικών και των άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων μιας κοινωνίας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία, παραδοσιακές τέχνες, τοπικές βιοτεχνίες, προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών κ.λ.π.) είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που θεμελιώνουν την γενικότερη κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη μακροχρόνια ευημερία μιας περιοχής (Cooper, Fletcher, Gilbert, Wanhill and Shepherd 1998).

2.3 Αρχές Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης

Οι βασικές αρχές που πρέπει να διέπουν τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού πηγάζουν από τις γενικότερες αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη όπως διατυπώθηκαν στην Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη στο Ρίο της Βραζιλίας το 1992 (συνάντηση σταθμό στην παγκόσμια ιστορία για τα θέματα περιβάλλοντος). Οι γενικές αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού διατυπώθηκε με τη μορφή Χάρτας στο Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρόττε, το 1995 (Κοκκώσης και Τσάρτας 2001).

Η χάρτα για τον τουρισμό και τη βιώσιμη ανάπτυξη

(Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρόττε, Κανάριοι νήσοι, Ισπανία 1995)

Αναγνωρίζοντας ότι ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που επηρεάζει τις υψηλότερες και βαθύτερες επιθυμίες όλων των ανθρώπων ενώ ταυτόχρονα αποτελεί σημαντικό στοιχείο στην κοινωνικοοικονομική και πολιτική ανάπτυξη σε πολλές χώρες και ότι συμβάλλει θετικά σε αυτήν αλλά συγχρόνως μπορεί να συμβάλει στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος και στην απώλεια της τοπικής ταυτότητας, επιβάλλεται μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για τον τρόπο με τον οποίο θα αναπτυχθεί.

Βασικές αρχές και στόχοι για μια προσέγγιση στον τουρισμό από τη σκοπιά της βιώσιμης ανάπτυξης είναι:

Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι φιλική προς το περιβάλλον στο παρόν και στο μέλλον καθώς και οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.

Ο τουρισμός θα πρέπει να εναρμονίζεται με το φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον.

Ο τουρισμός θα πρέπει να μεριμνά για τις επιπτώσεις του στην πολιτισμική κληρονομιά και την παράδοση της τοπικής κοινωνίας.

Μια ενεργός συμμετοχή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει κοινές δράσεις και συμμετοχή σε αυτές όλων των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και αποτελεσματικούς μηχανισμούς συντονισμού σε όλα τα επίπεδα (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό κ.λ.π.).

Η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος απαιτεί συνεργασία για πολιτισμικές, τεχνολογικές και επαγγελματικές οργανωτικές καινοτομίες, ιδίως στην ανάπτυξη εργαλείων ολοκληρωμένου σχεδιασμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ο τουρισμός θα πρέπει να βασίζεται στη διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας στο μέγιστο στην τοπική οικονομία.

Ο τουρισμός θα πρέπει να συμβάλλει αποτελεσματικά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων και στον κοινωνικό-πολιτισμικό εμπλουτισμό του κάθε τόπου προορισμού.

Η κεντρική διοίκηση και συναφείς φορείς με την συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων θα πρέπει να αναλάβουν δράσεις που να συμβάλλουν στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.

Προτεραιότητα θα πρέπει να δίνεται στις δράσεις που συμβάλλουν στην προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και στους μηχανισμούς ενσωμάτωσης του περιβαλλοντικού κόστους στις επενδύσεις και παρεμβάσεις για τον τουρισμό.

Οι περιβαλλοντικά και πολιτισμικά ευαίσθητες περιοχές θα πρέπει να τύχουν ιδιαίτερης μέριμνας.

Στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί σε εκείνες που συμβάλλουν σε μια προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης με σεβασμό στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

Ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στη διάδοση και ανταλλαγή εμπειριών και γνώσης για δράσεις και τεχνολογίες που ενσωματώνουν τον τουρισμό στη στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης.

Η πολιτική βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό απαιτεί και την υποστήριξη και προώθηση περιβαλλοντικά φιλικών συστημάτων διαχείρισης του τουρισμού.

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στο ρόλο και τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από τις μεταφορές, στην αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας και στη διαχείριση των αποβλήτων. Η υιοθέτηση και εφαρμογή περιβαλλοντικά φιλικής δεοντολογίας είναι σημαντική για όλους τους εμπλεκόμενους στον τουρισμό.

Η ευαισθητοποίηση όλων είναι σημαντική για την εφαρμογή των παραπάνω αρχών και στόχων.

2.4 Βιώσιμος Τουρισμός με την χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Η ανάπτυξη του μαζικά οργανωμένου τουρισμού, μ' όλες τις συνέπειες που συνεπάγονται οι χώρο-χρονικές συγκεντρώσεις του, τόσο στις χώρες υποδοχής όσο και στις χώρες προέλευσης των τουριστών ήρθε σε αντίθεση με τα αρχέγονα και βαθύτερα κίνητρα των τουριστών. Η αμφισβήτηση του μοντέλου του μαζικού οργανωμένου τουρισμού επήλθε με την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Τη δεκαετία του '80 άρχισε να συζητείται η έννοια της βιωσιμότητας καθώς δημοσιεύτηκαν σημαντικές επιστημονικές εργασίες και διοργανώθηκαν διεθνείς συναντήσεις. Το ίδιο συνέχισε και στην επόμενη δεκαετία και αφορούσε περισσότερο στο περιβάλλον και στην ανάπτυξη λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με αυτά, χωρίς όμως να γίνεται κάποια ιδιαίτερη μνεία.

Τα τελευταία χρόνια, άρχισαν να αναζητούνται τρόποι οι οποίοι θα έπαιζαν έναν εξισορροπητικό ρόλο ανάμεσα στο περιβάλλον και τον τουρισμό. Άρχισε λοιπόν να παρατηρείται μια αύξηση της ζήτησης και της προσφοράς εξειδικευμένων τουριστικών προγραμμάτων, οργανωμένων με βάση το ειδικό ενδιαφέρον για τουρισμό και αναψυχή. Πολλές τουριστικές επιχειρήσεις ξεκίνησαν να εφαρμόζουν ειδικά προγράμματα για το περιβάλλον ενώ και οι τόποι τουρισμού μπήκαν στη διαδικασία να εφαρμόζουν ειδικές παρεμβάσεις ανάπτυξης ειδικού τύπου υποδομής (π.χ. συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, κ.λ.π) και να ακολουθούν πολιτικές ανάδειξης και προστασίας των πλεονεκτημάτων της περιοχής. Άρχισαν δηλαδή να στρέφονται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Σημαντικό ρόλο στη στροφή του κόσμου προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού έπαιξε και η γενικότερη άνοδος του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων και κατ' επέκταση των τουρι-

στών, οι οποίοι έθεσαν άλλες προτεραιότητες για τη ζωή και αναψυχή τους. Τους ενδιέφερε πλέον οι διακοπές τους να συνοδεύονται από νέες εμπειρίες, που θα τους έφερναν κοντά σε ένα πρωτόγονο τρόπο ζωής, μακριά από τα συνηθισμένα άγχη της πόλης και των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, προστατεύοντας τους φυσικούς αλλά και τους ανθρώπινους πόρους (Γκρίμπα 2002).

Εννοιολογικά, οι "ειδικές μορφές" τουρισμού προσδιορίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση π.χ. συνέδρια, και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής. Από την άλλη οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα. Οι τουρίστες συχνά επιλέγουν ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού καταγράφεται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Κοινός παρανομαστής τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.

Ουσιαστικά, η ομάδα κινήτρων που προσδιορίζει τον τύπο του ταξιδιού και την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα καθορίζει και την επιλογή μίας ή περισσότερων ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο συσχετισμός μεταξύ των τουριστικών προϊόντων του τόπου υποδοχής, καθώς και της τουριστικής οργάνωσης των ζωνών προέλευσης, της τμηματοποίησης της πελατείας και του προφίλ των τουριστών, αποδεικνύεται απαραίτητη όσον αφορά την ανάπτυξη και την εμπορικοποίηση αυτών των μορφών (Τσάρτας 1996).

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνονται παρακάτω:

1. Κοινωνικός τουρισμός.
2. Αγροτουρισμός (διάφοροι τύποι).
3. Τουρισμός τρίτης ηλικίας.
4. Αθλητικός τουρισμός.
5. Περιηγητικός τουρισμός.

6. Θαλάσσιος τουρισμός.
7. Οικολογικός τουρισμός.
8. Τουρισμός υγείας.
9. Πολιτιστικός τουρισμός.
10. Εκπαιδευτικός τουρισμός.
11. Θρησκευτικός τουρισμός.
12. Συνεδριακός τουρισμός.
13. Εκθεσιακός τουρισμός.
14. Τουρισμός κινήτρων.
15. Ορεινός τουρισμός.
16. Χειμερινός τουρισμός.
17. Τουρισμός περιπέτειας.
18. Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά.
19. Τουρισμός σε θεματικά πάρκα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

3.1 Εννοιολογικοί προσδιορισμοί – Κατηγοριοποίηση

Τα επαγγελματικά ταξίδια είναι τα ταξίδια που πραγματοποιούνται στα πλαίσια επαγγελματικών επαφών. Είναι τα ταξίδια όπου οι επαγγελματίες εκτός από τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες αναπτύσσουν και τουριστικές δραστηριότητες. Με αυτόν τον τρόπο αναπτύσσεται μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που ονομάζεται επαγγελματικός τουρισμός.

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

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

Ο επαγγελματικός τουρισμός διακρίνεται ανάλογα με το κριτήριο του σκοπού που γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι στις ακόλουθες κατηγορίες :

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

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

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

Μπορεί οι διάφοροι τύποι επαγγελματικού τουρισμού να παρουσιάζουν πολλά κοινά σημεία αλλά υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις που καθιστούν αναγκαία την αναλυτική παρουσίαση του κάθε τύπου χωριστά.

3.1.1 Συνέδρια

Στην Ελληνική γλώσσα, συνέδριο σημαίνει η σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα. Επειδή δεν είναι πάντα δυνατόν τα άτομα αυτά όταν συνεδριάζουν να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, καθορίζουν με κάποια κριτήρια έναν κοινό τόπο για την συνάντησή τους.

Η μετακίνηση προς τον τόπο συνάντησης είναι τουριστική μετακίνηση και σε συνδυασμό με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί συνεδριακό τουρισμό. Έτσι συνεδριακός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο οι συνέδριοι που έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εκτός του συνεδρίου χώρο έχουν τουριστικές δραστηριότητες.

Η γενική διαδικασία του συνεδριακού τουρισμού έχει ως εξής :

Όταν μια επιχείρηση ή ένας επαγγελματικός σύλλογος ή μια επιστημονική ένωση ή ένα σωματείο ή ένα οποιοδήποτε συγκεκριμένο σύνολο, θέλει να γνωστοποιήσει μια δραστηριότητα του, να επιδείξει ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, να κάνει μια επιστημονική ανακοίνωση, κ.λ.π. τότε αποφασίζει να οργανώσει, να χρηματοδοτήσει και να πραγματοποιήσει ένα συνέδριο, σε ένα συνεδριακό κέντρο που βρίσκεται σε ένα κατάλληλο και όμορφο τουριστικό προορισμό και να

προσφέρει στους συνέδρους εντελώς δωρεάν ελκυστικά και ακριβά τουριστικά προϊόντα. Θέλει να τα συνδυάσει όμως και με ό,τι συνοδεύει γενικότερα την τουριστική δραστηριότητα. Δουλειά, συνεργασία, θέματα, αλλά από την άλλη μεριά, απόλαυση, διασκέδαση. Οι στατιστικές δείχνουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός αυξάνεται ταχύτατα. Σήμερα μεγάλες επαγγελματικές ομάδες, συντεχνιακές ομάδες σε τακτά χρονικά διαστήματα επιλέγουν χώρες, πόλεις, προορισμούς για να διεξάγουν τα συνέδριά τους.(Σφακιανάκης 2000).

Οι παράμετροι επιλογής βάσει των οποίων ο οργανωτής συνεδρίου επιλέγει τη χώρα έχουν επιγραμματικά ως εξής : Πρώτα από όλα ο προορισμός , η χώρα. Στην συνέχεια η αίγλη, η εικόνα (image), του προορισμού. Η οικονομία, η πολιτική κατάσταση, η ασφάλεια και η εγκληματικότητα. Η βοήθεια της τοπικής αυτοδιοίκησης, οι εναλλακτικές λύσεις υπερπλήρωσης. Η προσβασιμότητα, η διαφημιστική βοήθεια. Οι κλιματολογικές συνθήκες και ο συνδυασμός με διακοπές.

Μια άλλη παράμετρος είναι το ξενοδοχείο, όπου σημαντικά συμβάλουν η αίθουσα, οι συνεδριακοί χώροι, ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός, η τιμολόγηση των συνεδρίων και των δωματίων. Η επισιτιστική υποστήριξη του συνεδρίου και οι τιμές. Οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου, η θέση του όσον αφορά την προσβασιμότητα του προς και από το αεροδρόμιο, η ασφάλεια, η πυρασφάλεια, οι χώροι ψυχαγωγίας και η διασκέδαση.

Άλλοι παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο είναι τα καταστήματα, οι ώρες λειτουργίας, τα αξιοθέατα, οι αρχαιολογικοί χώροι, οι συγκοινωνίες, η γαστρονομία, η διασκέδαση, οι καλές εντυπώσεις και το κάτι παραπάνω, το διαφορετικό σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες των παραμέτρων που προαναφέρθηκαν λειτουργούν ως συνδετικοί κρίκοι μεταξύ τους. Όταν ο ένας χαλαρώσει, απουσιάσει ή σπάσει, επηρεάζει άμεσα το αποτέλεσμα και κατ'επέκταση την επιτυχία του συνεδρίου.

Ένα συνέδριο για να θεωρηθεί από λειτουργικής άποψης επιτυχημένο χρειάζεται καλός συντονισμός, άσπογη προσφορά υπηρεσιών, βαθιά γνώση πολλών εμπλεκομένων καταστάσεων, μεθοδικότητα, οργάνωση, σωστή εκπαίδευση του ανθρώπινου παράγοντα και σημασία στη λεπτομέρεια.

Επιτυχημένο θεωρείται το συνέδριο εάν καταφέρει το συγκεκριμένο συνέδριο να επαναλαμβάνεται στον ίδιο προορισμό. Ένα συνέδριο δεν πρέπει να θεωρηθεί ως απλό μεμονωμένο γεγονός με αρχή και τέλος. Θα πρέπει να υπάρχει συνεχής επαγρύπνηση γιατί ο κύκλος αυτός δεν κλείνει ποτέ (ETA AE., 2002).

Σήμερα ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί την κυριότερη μορφή επαγγελματικού τουρισμού και αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς. Τα τελευταία χρόνια, με την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, την ανάπτυξη των πολιτιστικών δεσμών μεταξύ των χωρών και την ευρύτερη οικονομική ενοποίηση παρατηρείται αλματώδης ανάπτυξη του θεσμού των συνεδρίων.

3.1.2 Εκθέσεις

Έκθεση είναι η πράξη με την οποία κάτι εκτίθεται, δηλαδή τοποθετείται σε δημόσιο χώρο για κοινή θέα, επίδειξη ή διαφήμιση. Τα εκτιθέμενα ή εκθέματα είναι δυνατόν να είναι προϊόντα, έργα τέχνης και διάφορες υπηρεσίες.

Στην πράξη έκθεση σημαίνει η συγκέντρωση προϊόντων, έργων τέχνης και υπηρεσιών σε ένα κοινό χώρο, που ονομάζεται εκθεσιακός χώρος, για να επιδειχθούν στους επισκέπτες του χώρου, για να τα γνωρίσουν, να τα θαυμάσουν ή να τα αγοράσουν.

Όταν οι επισκέπτες μιας έκθεσης πρέπει να ταξιδέψουν από τον τόπο όπου ζουν και εργάζονται στον τόπο που γίνεται η έκθεση, τότε οι επισκέπτες αυτοί αποκτούν την τουριστική ιδιότητα και κάνουν εκθεσιακό τουρισμό.

Με τον όρο εκθεσιακό τόπο εννοούμε τη γεωγραφική ήπειρο, το κράτος και την πόλη στην οποία διοργανώνεται η έκθεση. Τα κύρια χαρακτηριστικά γνωρίσματα που θα πρέπει να πληροί είναι η εύκολη πρόσβαση, παράδοση στη διοργάνωση του θεσμού, κατάλληλη υποδομή (καλό συγκοινωνιακό δίκτυο, άρτια τηλεπικοινωνία, συγκοινωνιακή διασύνδεση, επαρκείς ξενοδοχειακές επιχειρήσεις) και καλή αναδωμή (εστιατόρια, κέντρα αναψυχής, γραφεία ταξιδιών κ.α.). Ταυτόχρονα, μια σημαντική κατηγορία εκθετών και διοργανωτών επιθυμεί η πόλη διοργάνωσης της έκθεσης να έχει σημαντικό όνομα, δύναμη, και επιρροή σε διεθνές επίπεδο, προκειμένου να προσελκύσει πολλούς επισκέπτες.

Εκτός όμως από τον τόπο γενικά ως εκθεσιακός τόπος εννοείται ο κατάλληλος εκθεσιακός χώρος με όλη την αναγκαία υλικοτεχνική υποδομή. Στους χώρους ενός εκθεσιακού κέντρου συμπεριλαμβάνονται οι κλειστές αίθουσες, οι υπαίθριοι εκθεσιακοί χώροι, οι χώροι αναψυχής, οι παράλληλες αίθουσες και οι βοηθητικοί χώροι. Απαραίτητη προϋπόθεση για επιτυχή διοργάνωση μιας έκθεσης είναι η ύπαρξη κατάλληλης τεχνογνωσίας. Οι χώροι που ενδείκνυται για τη διοργάνωση τέτοιων εκθέσεων είναι αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα, συνεδριακοί χώροι ξενοδοχείου, ειδικές αίθουσες, υπαίθριοι χώροι, ειδικοί εκθεσιακοί χώροι και μουσεία (Σφακιανάκης 2000).

Στη χώρα μας έχουμε μόνο την περίπτωση της διεθνούς εκθέσεως Θεσσαλονίκης, κατά τη διάρκεια της οποίας ο πληθυσμός της πόλης σχεδόν διπλασιάζεται. Ένα μεγάλο μέρος δε των επισκεπτών είναι επισκέπτες τουρίστες. Η HELEXPO Α.Ε. είναι ο εθνικός εκθεσιακός φορέας της Ελλάδας και ο μεγαλύτερος οργανωτής εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Ως Ανώνυμη Εταιρία και με το διακριτικό τίτλο "HELEXPO Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ, ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ" λειτουργεί από το 1999, μετά το διαχωρισμό από την πρώην ενιαία εταιρία

Η "HELEXPO-ΔΕΘ".HELEXPO Α.Ε. έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του Διεθνούς Εκθεσιακού Κέντρου Θεσσαλονίκης το οποίο αναπτύσσεται σε χώρο 180.000 τμ, των Διεθνών Συνεδριακών Κέντρων "Ι. Βελλίδης" και "Ν. Γερμανός" στην καρδιά της Θεσσαλονίκης, καθώς και του Εκθεσιακού και Συνεδριακού Κέντρου Αττικής HELEXPO Palace στην καρδιά της Αθήνας, το πλέον άρτια εξοπλισμένο κέντρο του τομέα του στην Ελλάδα, το οποίο παραχώρησε στην Οργανωτική Επιτροπή του "ΑΘΗΝΑ 2004", προκειμένου να χρησιμοποιηθεί για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.



Η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ), μια Γενική Έκθεση παγκόσμιας εμβέλειας, που διοργανώνει η HELEXPO ΑΕ κάθε Σεπτέμβριο, είναι ένας από τους πιο πετυχημένους και μακροχρόνιους εκθεσιακούς θεσμούς. Η 1η ΔΕΘ διοργανώθηκε το 1926 και σήμερα εξελίσσεται στο σημαντικότερο οικονομικό και πολιτικό γεγονός της Ελλάδας και της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Το εκθεσιακό ημερολόγιο της HELEXPO ΑΕ περιλαμβάνει περί τις 20 διεθνείς κλαδικές εκθέσεις, οι οποίες παρουσιάζουν διαρκώς αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης, διοργανώνει εθνικά, περιφερειακά ή διεθνή συνέδρια και ημερίδες. Οι συνεδριακές δραστηριότητες της περιλαμβάνουν μερικά από τα μεγαλύτερα συνέδρια που πραγματοποιούνται στη Βόρεια Ελλάδα, με σημαντικότερη την Παγκόσμια Συνέλευση του Απόδημου Ελληνισμού.

Τις εγκαταστάσεις της επισκέπτονται, κάθε χρόνο περισσότερα από 2.000.000 επισκέπτες. Η διεθνής εμπορική ακτινοβολία και αποτελεσματικότητα της HELEXPO, γίνεται το συγκριτικό πλεονέκτημα, στον ιστορικά και γεωγραφικά ενιαίο, οικονομικό χώρο των Βαλκανίων, της Παραευξείνιας Ζώνης και της Ανατολικής Μεσογείου.

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μια τάση να οργανώνονται παράλληλα με τα συνέδρια και εκθέσεις που σχετίζονται με το αντικείμενο του συνεδρίου ή να οργανώνονται παράλληλα με τις εκθέσεις και συνέδρια με αντικείμενα που σχετίζονται με τα εκθέματα των εκθέσεων.

Στην πρώτη περίπτωση πρωτεύουσες εκδηλώσεις είναι τα συνέδρια και δευτερεύουσες ή παράλληλες ή παρασυνεδριακές εκδηλώσεις είναι οι εκθέσεις.

Στη δεύτερη περίπτωση πρωτεύουσες εκδηλώσεις είναι οι εκθέσεις και δευτερεύουσες ή παράλληλες ή παραεκθεσιακές εκδηλώσεις είναι τα συνέδρια.

Και στις δυο περιπτώσεις τα συνέδρια και οι εκθέσεις πάνε μαζί, αλληλοϋποστηρίζονται και αλληλοσυμπληρώνονται. Ο στενός σύνδεσμος συνεδρίων και εκθέσεων δικαιολογεί το γεγονός ότι πολλοί δημόσιοι φορείς είναι φορείς συνεδρίων και εκθέσεων συγχρόνως, ότι τα συνέδρια και οι εκθέσεις γίνονται στους ίδιους σχεδόν χώρους, ότι πολλοί συγγραφείς εξετάζουν μαζί και σε μια ενότητα το συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό. Κυρίως όμως πρέπει να τονιστεί ότι η στενή σχέση μεταξύ συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού οφείλεται στο γεγονός ότι πολλά από τα οικονομικά, τοπικά, χρονικά, επαγγελματικά και άλλα χαρακτηριστικά και των δυο αυτών μορφών τουρισμού μοιάζουν ή συμπίπτουν (ΕΤΑ ΑΕ., 2002).

3.1.3 Ταξίδια Κινήτρων

Ο τουρισμός κινήτρων είναι η δεύτερη πιο διαδομένη μορφή μαζικού – ομαδικού επαγγελματικού τουρισμού. Το ταξίδι αποτελεί κίνητρο για την περαιτέρω αποδοτικότητα του εργαζόμενου, καθώς συνδυάζει υλική και ηθική επιβράβευση. Είναι ένα από τα πιο δελεαστικά κίνητρα που χρησιμοποιούν ευρέως τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις, για να βραβεύσουν ένα πωλητή, έναν υπάλληλο, έναν αντιπρόσωπο ή ένα συνεργάτη, που θα έχει επιτύχει ένα προκαθορισμένο στόχο που θέτουν οι οργανωτές του τουρισμού κινήτρων.

Οι επιχειρήσεις που «δωρίζουν» το ταξίδι, συνήθως στην καλύτερη ομάδα εργαζομένων τους, είναι πολύ επιλεκτικές και ψάχνουν κάτι προσεγμένο και οικονομικό. Το κόστος αυτού του είδους ταξιδιού είναι αρκετά μεγάλο. Αυτό το ποσό που αντιπροσωπεύει μια μη παραγωγική δαπάνη, η επιχείρηση το παίρνει πίσω μέσω της αύξησης των πωλήσεων, όχι μόνο από τους πωλητές που κέρδισαν τα βραβεία, αλλά πολύ περισσότερο από όλους που συμμετείχαν σε αυτό το «παιχνίδι» του συναγωνισμού. Το προσεγμένο πακέτο έχει να κάνει με το γεγονός ότι αν στεφθεί με επιτυχία το ταξίδι, θα έχουν ανταπόκριση τα έξοδα της επιχείρησης και θα λειτουργήσει θετικά ως κίνητρο για όλους τους εργαζομένους (Σφακιανάκης 2000).

Το ταξίδι κινήτρων διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες, τις συνήθειες, τις απαιτήσεις των συμμετεχόντων οι οποίες σχετίζονται με την ιδιοσυγκρασία, τη μόρφωση τη κουλτούρα και την κοινωνική τους θέση. Ο τουρίστας ενός ταξιδιού κινήτρου έχει την ψυχολογία του νικητή, είναι ιδιαίτερα «αποδοτικός» πελάτης και η τάση του για κατανάλωση προέρχεται από μια ψυχολογική ανάγκη αυτοανταμοιβής. Στις περισσότερες περιπτώσεις το ταξίδι είναι για δυο άτομα. Με αυτό το τρόπο η επιχειρήσεις, γνωστοποιώντας στις οικογένειες των εργαζομένων τη μοναδικότητα του ταξιδιού υποκινούν τις οικογένειες να λάβουν μέρος στο «παιχνίδι» πιέζοντας τους εργαζομένους συγγενείς τους να δώσουν τον καλύτερο εαυτό τους, διεκδικώντας μερίδιο στο ταξίδι αυτό.

Καθοριστικός παράγοντας για ένα ταξίδι κινήτρου αποτελεί η επιλογή του τόπου προορισμού. Στο παρελθόν ένα τυπικό ταξίδι κινήτρου διαρκούσε τρεις ημέρες, ενώ σήμερα επτά και σε πολλές περιπτώσεις δώδεκα ημέρες. Έτσι η απόσταση του τόπου προορισμού δεν αποτελεί τον καθοριστικό παράγοντα στη λήψη της όποιας απόφασης, λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας του ταξιδιού. Η εμπειρία δείχνει ότι μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στην άνεση του ταξιδιού (χωρίς αλλαγές αεροπλάνου, με βολικές ώρες αναχώρησης κλπ).

Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν σοβαρό κριτήριο επιλογής. Ευνοούνται οι τόποι που δεν έχουν βροχές ή ισχυρούς ανέμους και γενικότερα δεν έχουν μεγάλες διαφορές στο κλίμα τους μεταξύ χειμώνα και καλοκαιριού.

Το γεγονός ότι το ταξίδι αποτελεί δώρο με στόχο την υποκίνηση όλων απαιτεί την επιλογή ενός τόπου με γοήτρο και ύπαρξη μοναδικότητας, με υψηλό βαθμό προβολής, ύπαρξη αξιοθέατων στην περιοχή, αξιόλογο ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον.

Το ξενοδοχείο το οποίο θα φιλοξενήσει τη διοργάνωση, όπως και η ποιότητα στέγασης, εστίασης και διασκέδασης που θα προσφερθούν, παίζουν σημαντικό ρόλο γιατί το γκρουπ των «βραβευθέντων» περνά αρκετά μεγάλο χρόνο μέσα στο ξενοδοχείο. Επομένως πρέπει να ληφθεί υπόψη πολύ προσεκτικά η επιλογή του ξενοδοχείου, με παροχές πολυτελούς τύπου, ώστε ο συμμετέχων να βρίσκει στο ταξίδι αυτό ένα κίνητρο γοήτρου που του προσδίδει μια ιδιαίτερη θέση στον κοινωνικό περίγυρο (ΕΤΑ ΑΕ., 2002).

Παρά την ειδοποιό διαφορά ως προς το σκοπό, συναντάμε σε ένα ταξίδι κινήτρου και κάποιου είδους συνεδριακές εκδηλώσεις, κυρίως με την μορφή σεμιναρίων και ομιλιών. Ανεξάρτητα από την ύπαρξη ή όχι σύσκεψης ή σεμιναρίου, γίνονται ομιλίες από τους εκπροσώπους της επιχείρησης που συνοδεύουν τους βραβευθέντες, με τις οποίες τους ευχαριστούν και τους συγχαίρουν.

3.2 Ιστορική Εξέλιξη

Στο σημείο αυτό θεωρείται σκόπιμο να γίνει μια ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη των παραπάνω τύπων επαγγελματικού τουρισμού από τις πρώτες εκδηλώσεις τους μέχρι την σημερινή τους μορφή.

3.2.1 Συνέδρια

Στην Αρχαία Ελλάδα συναντάται η πρώτη μορφή συνεδρίων, ο θεσμός των Αμφικτιονιών. Οι Αμφικτιονίες ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών ελληνικών φυλών και αργότερα γειτονικών πόλεων –κρατών, για λόγους θρησκευτικούς και έπειτα για λόγους πολιτικούς, πολεμικούς, φορολογικούς, επίλυσης τοπικών ζητημάτων κ.λ.π.

Η Αμφικτιονία των Θερμοπυλών, το 1522 π.Χ., αναφέρεται ως η πρώτη αμφικτιονία, που πραγματοποιούνταν δυο φορές το χρόνο, με την συμμετοχή δώδεκα Ελληνικών Φυλών που κατοικούσαν στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής Ελλάδας. Το φθινόπωρο γινόταν στην αρχαία Μαλιακή Ανθήλη και την άνοιξη στους Δελφούς.

Το θεσμό των Αμφικτιονιών διαδέχθηκε αργότερα ο θεσμός των «Κοινών» που επικράτησε στον ελληνικό χώρο για τρεις ολόκληρους αιώνες. Οι συγκεντρώσεις πολιτών για την επίλυση τοπικών ζητημάτων δεν ήταν άγνωστες όμως και σε άλλες αρχαίες χώρες.

Από το 17^ο αιώνα εμφανίστηκαν στο προσκήνιο τα πρώτα συνέδρια οικονομικού, πολιτικού και επιστημονικού χαρακτήρα. Το 1681 πραγματοποιήθηκε το πρώτο διεθνές συνέδριο στη Ρώμη. Το 1814 διαδραματίστηκε στη Βιέννη το πρώτο διεθνές συνέδριο, το οποίο παραλληλίζεται με συνέδρια σημερινής μορφής. Το 18^ο αιώνα αλλά κυρίως το 19^ο, που άρχισαν να ιδρύονται διάφορες επιχειρήσεις με τη μορφή οργανωμένων συνόλων, άρχισαν να γίνονται οι πρώτες επιχειρησιακές συγκεντρώσεις μέσα στις επιχειρήσεις.

Ο συνεδριακός τουρισμός με τη σημερινή του μορφή εμφανίστηκε στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960, για να αναπτυχθούν μετά και οι άλλες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού.

Η παγκοσμιοποίηση της αγοράς, η ανάπτυξη των πολιτιστικών δεσμών μεταξύ των χωρών και η ευρύτερη οικονομική ενοποίηση, συνέβαλαν στην αλματώδη ανάπτυξη του θεσμού των συνεδρίων. Χαρακτηριστικό γνώρισμα των τελευταίων χρόνων, αποτελεί η τάση να οργανώνονται παράλληλα με τα συνέδρια και εκθέσεις που έχουν άμεση σχέση με το αντικείμενο του συνεδρίου ή και το αντίστροφο.

3.2.2 Εκθέσεις

Αν υποθεθεί ότι τόσο τα παζάρια όσο και οι αγορές, αποτελούσαν ένα είδος έκθεσης τότε οι ρίζες βρίσκονται βαθιά στην ιστορία.

Εμποροπανηγύρεις εμφανίστηκαν για πρώτη φορά στο Μεσαίωνα το 13^ο -14^ο αιώνα στις χώρες της δυτικής Ευρώπης και συγκεκριμένα στην Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Αυστρία καθώς και στις χώρες της Μέσης Ανατολής. Η διάρκεια ήταν συνήθως ετήσια, λόγω της δυσκολίας στη μετακίνηση. Οι μεγαλύτερες εκθέσεις της εποχής εκείνης ήταν η έκθεση της Μέκκας με χιλιάδες επισκέπτες, η έκθεση της σαμπάνιας στη Γαλλία και οι εμπορικές εκθέσεις της Γένοβας, της Φρανκφούρτης και του Λονδίνου. Έτσι οι έμποροι έφερναν τα εμπορεύματα τους σε μεγάλες ποσότητες σε ένα κοινό τόπο για να τα πουλήσουν και οι επισκέπτες έβρισκαν τα προϊόντα που ήθελαν, στην ποιότητα και ποσότητα που ήθελαν.

Η πρώτη έκθεση με το σημερινό περιεχόμενο πραγματοποιήθηκε το 629 μ.Χ. στο Saint Devis. Παράλληλα, η ανάπτυξη της χειροτεχνίας και του εμπορίου, αλλά και η ίδια η εκκλησία, ανάδειξαν ορισμένες πόλεις σε κατεξοχήν εκθεσιακούς τόπους. Έτσι ενώ οι πρώτες εκθέσεις ήταν εκθέσεις προϊόντων με απώτερο σκοπό την αγοραπωλησία, με την ανάπτυξη της βιομηχανίας, οι εκθέσεις παίρνουν μια νέα μορφή. Χαρακτηριστικά, αναφέρουμε την παγκόσμια έκθεση στο Λονδίνο το 1851 που, αναμφίβολα, απετέλεσε ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα στην ιστορία των εκθέσεων, ενώ ταυτόχρονα παρακίνησε άλλες πόλεις, όπως το Παρίσι, Βιέννη κ.λ.π. να πραγματοποιήσουν παγκόσμιες εκθέσεις.

Στη θέση των εμποροπανηγύρεων άρχισαν να εμφανίζονται από το 19ο αιώνα οι εκθέσεις-επιδείξεις στις οποίες δεν εκτίθενται πλέον προϊόντα σε μεγάλες ποσότητες αλλά μόνο δείγματα των προϊόντων, τα οποία βλέπουν οι επισκέπτες και αν θέλουν να αγοράσουν προϊόντα όμοια με τα δείγματα, κάνουν συμφωνίες με τους εκθέτες και τα προμηθεύονται από την πηγή παραγωγής τους.

Οι εκθέσεις - επιδείξεις ή απλά εκθέσεις μπορούν να είναι τοπικές, εθνικές, διεθνείς και διακρίνονται σε βιομηχανικές εκθέσεις, σε πολιτιστικές εκθέσεις, επετειακές εκθέσεις κ.λπ.

Ο θεσμός των εκθέσεων και κυρίως των διεθνών γνώρισε μεγάλη άνθηση. Το 1923 ιδρύεται στο Παρίσι το Διεθνές Γραφείο Εκθέσεων με 70 χώρες - μέλη για να ελέγχει τη συχνότητα και τη λειτουργία των Διεθνών Εκθέσεων.

3.2.3 Ταξίδια Κινήτρων

Γίνεται ευρέως δεκτό ότι οι εργαζόμενοι, όταν εργάζονται ελεύθερα και χωρίς την επίβλεψη και καθοδήγηση ενός Προϊσταμένου, αποδίδουν μόνο το 60% του συνολικού έργου που θα μπορούσαν να παράγουν και ότι η άσκηση ενός αποτελεσματικού Management μπορεί να τους κάνει να παράγουν και το υπόλοιπο 40% του έργου που η φυσική τους αντοχή επιτρέπει, μέσα στα καθιερωμένα όρια χρόνου εργασίας και παραγωγικότητας.

Το Management χρησιμοποίησε από πολύ νωρίς την υποκίνηση σαν βασικό εργαλείο του και εφαρμόζοντας τα συμπεράσματα των διαφόρων θεωριών που η ψυχολογία και οι άλλες επιστήμες διαμόρφωσαν, άρχισε να διαχειρίζεται τα διάφορα κίνητρα κάτω από τους περιορισμούς του Νόμου και των συμβάσεων εργασίας, και να τα χρησιμοποιούν για να αυξήσουν την απόδοση των εργαζομένων.

Η εφαρμογή των κινήτρων συνάντησε την αντίδραση των εργαζομένων και των εργατικών συνδικάτων, γιατί θεωρούν ότι τα καθιερωμένα ανώτατα χρονικά όρια της εργασίας και το ύψος της κανονικής παραγωγικότητας, είναι ήδη πολύ υψηλά και κάθε αύξηση τους αποβαίνει σε βάρος των εργαζομένων και μακροχρόνια τους οδηγεί στην υπερκόπωση και στη μείωση της παραγωγικής τους ικανότητας. Επιπλέον, γιατί η εφαρμογή των κινήτρων συνεπάγεται την καθιέρωση συναγωνισμού, ο οποίος θεωρείται ηθικά και ψυχολογικά απαράδεκτος, ιδίως όταν εφαρμόζεται μεταξύ ομοίων εργαζομένων, μέσα στον ίδιο εργασιακό χώρο.

Από την άλλη μεριά οι εργοδότες, που πάντα επιθυμούν την αύξηση της παραγωγής, για να παρακάμψουν την αντίδραση των εργαζομένων και τους πιθανούς νομικούς περιορισμούς ισχυρίζονται ότι ο συναγωνισμός είναι ευγενής άμιλλα, ότι είναι δίκαιος γιατί γίνεται με ίσους όρους για όλους, ότι είναι αξιοκρατικός και ωφελεί τους πιο άξιους και ότι είναι εθελοντικός αφού συναγωνίζονται μόνο αυτοί που το επιθυμούν (Medlik 1993).

Σύμφωνα με τα παραπάνω και κάτω από αυτές τις συνθήκες, τα κίνητρα άρχισαν να εμφανίζονται και να εφαρμόζονται συστηματικά, κυρίως από εταιρίες πωλήσεων, από τη δεκαετία του 1960 στις Η.Π.Α. και κατόπιν στην Ιαπωνία και στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Σήμερα δε, αποτελούν συνηθισμένη και πάγια τακτική πολλών εταιρειών σε ολόκληρο τον κόσμο, ενώ η αγορά διευρύνεται ολοένα και περισσότερο.

3.3 Δυνατότητες συνδυασμού του επαγγελματικού τουρισμού με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού.

Πρέπει να αποτελέσει βασική και πρωταρχική επιδίωξη όλων των ξενοδοχειακών μονάδων, τουριστικών πρακτορείων και τουριστικών επιχειρήσεων, για να συνδυαστεί ο επαγγελματικός

τουρισμός και με άλλες μορφές τουρισμού. γενικότερα, μια και θα επιφέρει το μέγιστο δυνατό κέρδος σε όλους τους παράγοντες.

Ο τουρίστας που επισκέπτεται μια χώρα για επαγγελματικούς λόγους, μπορεί να συνδυάσει την επίσκεψή του αυτή, με ένα σωρό άλλες δραστηριότητες που, αφενός, θα τον βοηθήσουν να περάσει καλά, να ψυχαγωγηθεί και αφετέρου, θα του δημιουργήσουν μια θετική εντύπωση για τη χώρα (αν όλα έχουν σχεδιαστεί σωστά). Άλλωστε, εάν ο τουρίστας μείνει ικανοποιημένος, είναι λογικό επακόλουθο το να θελήσει να επισκεφθεί ξανά τη χώρα αυτή, παρακινώντας, μάλιστα και φίλους ή γνωστούς Έτσι καθίσταται καθοδηγητής της κοινής γνώμης. (Κομίλης, 1986).

Ορισμένες από τις μορφές που μπορεί να συνδυάσει ο τουρίστας που κάνει επαγγελματικό τουρισμό αναφέρονται παρακάτω:

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗΣ ΖΩΗΣ: Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτήν έχουν σα κύριο κίνητρο την αποκατάσταση της υγείας τους ή μια απλή ανανέωση της φυσικής τους κατάστασης (καλλωπισμός, χαλάρωση, αναζωογόνηση). Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της κατηγορίας αυτής αναφέρονται τόσο στη σύνθεση της πελατείας, όσο και στον τόπο των προσφερομένων υπηρεσιών που προσδιορίζεται από τους φυσικούς πόρους, όπως παραθαλάσσιες τοποθεσίες (Ηγουμενάκης, Καραβίτης, Λυτράς 1998).

Ο επαγγελματικός τουρίστας, κατά κύριο λόγο, επιδιώκει και συνδυάζει την παραμονή του στη χώρα με την επίσκεψη του σε γνωστά κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπείας κ.α. Τα άτομα αυτά, που κατοικούν κυρίως σε μεγαλουπόλεις και είναι κατά το πλείστον εύπορα, επενδύουν χρόνο και χρήματα στην υγεία - ομορφιά και κατ' επέκταση, στην μακροζωία τους. Εκτός από τις ειδικές εγκαταστάσεις και καταλύματα υψηλών προδιαγραφών, απαιτούνται συμπληρωματικές εγκαταστάσεις όπως π.χ. εστιατόρια, χώροι ψυχαγωγίας, χώροι άθλησης κ.λ.π. αλλά και υπηρεσίες ειδικές, ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές. Το είδος αυτό του τουρισμού προτιμάται από συνέδρους που έχουν περισσότερες από τρεις μέρες στη διάθεσή τους ή από τους συνοδούς τους, αλλά και από γκρουπ που κάνουν τουρισμό κινήτρων και που έχουν όλη την διάθεση και το χρόνο, να ασχοληθούν με την ομορφιά και τον καλλωπισμό τους.



Η Ελλάδα διαθέτει πληθώρα θερμομεταλλικών πηγών και για το λόγο αυτό οι δυνατότητες ανάπτυξης αυτής της μορφής τουρισμού είναι πολλές. Σήμερα καταγεγραμμένες υπάρχουν περίπου 850 πηγές ιαματικών νερών αλλά μόνο το 50% των πηγών έχει δοθεί σε κοινή χρήση. Το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας μας έναντι των βόρειων χωρών είναι το ήπιο κλίμα (Αποστολόπουλος, Θεοδοροπούλου, Τσακατούρα).

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η μορφή αυτή του τουρισμού έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, διάφορα προγράμματα γυμναστικής αλλά και την παρακολούθηση μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων όπως παγκόσμια πρωταθλήματα, ολυμπιακοί αγώνες κ.λ.π.

Η άθληση, ως απασχόληση, θεωρείται σε αυτή τη μορφή τουρισμού, σημαντικότερος παράγοντας μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.



Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού άθλησης είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων, από μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών κ.λ.π. (Ηγουμενάκης, Καραβίτης, Λυτράς 1998).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 ήταν ένα καταλύτης για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς η χώρα έχει τώρα μια υψηλής τεχνολογίας υποδομή στον τομέα του αθλητισμού, της ψυχαγωγίας, των μεταφορών και της ασφάλειας, με έμφαση στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, αποδεικνύοντας την ικανότητα της να οργανώσει μεγάλες αθλητικές συναντήσεις και διοργανώσεις.

Επιπλέον, επενδύθηκαν πάνω από 910 εκατομμύρια δολάρια για υποδομές αθλητισμού και μεταφορών στις Ολυμπιακές πόλεις: Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο Κρήτης, και Βόλο, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται έργα αναβάθμισης σε 123 λιμάνια -επιβατηγά και φορτίων- με μεγάλη έμφαση στα λιμάνια των πέντε Ολυμπιακών πόλεων και του Πειραιά.

Οι πόλεις που ανέλαβαν τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων ή άλλες μεγάλες εμπορικές, πολιτιστικές, αθλητικές εκδηλώσεις, απέδωσαν μεγάλης κλίμακας έργα υποδομής. Τα έργα αυτά - κτίρια πολιτισμού / συνεδρίων, αθλητικές εγκαταστάσεις, έργα τεχνολογικού εκσυγχρονισμού, τηλεπικοινωνιών και τηλεόρασης, οδικοί άξονες κλπ., συνοδεύτηκαν και από προγράμματα αναπλάσεων των υποβαθμισμένων περιοχών - πάρκα, λιμάνια, βιομηχανικές εγκα-

ταστάσεις, γεγονός που στο σύνολό του προκάλεσε ευρύτερα θετικό αντίκτυπο στη ζωή των κατοίκων.

Οι θετικές δράσεις της άθλησης κατηγοριοποιούνται σε α) τουρισμό μετακίνησης φιλάθλων β) τουρισμό αθλητών και προπονητών και γ) άθληση τουριστών που δραστηριοποιούνται ευκαιριακά.

Και στη μορφή αυτή, λαμβάνουν μέρος, κυρίως, άτομα που κάνουν τουρισμό κινήτρων (συμμετέχουν σε αθλοπαιδιές κ.α.) αλλά και ομιλητές σε συνέδρια, που η όλη φιλοσοφία τους εμπερικλείεται στο απόφθεγμα «νους υγιής εν σώματι υγιεί».

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Αναφέρεται στις τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας ή διαφορετικών χωρών. Η πιο παραγωγική δραστηριότητα του τουρισμού αυτού του είδους είναι εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους όπως π.χ. πολυτελών θαλαμηγών, ταχύπλοων σκαφών, ιστιοφόρων κ.λ.π. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται είναι υψηλής εισοδηματικής στάθμης (Λύτρας, (1989).



Τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια φιλοξενούν μικρού ή μεσαίου μεγέθους συνέδρια και συνδυάζονται με τον τουρισμό κινήτρων, στο βαθμό που παρέχεται η δυνατότητα εναλλαγής προορισμών, σε καθημερινή βάση, η δυνατότητα ψυχαγωγίας, η συμμετοχή σε θαλάσσια σπορ και εν γένει, η δυνατότητα να δημιουργηθεί πρόγραμμα ειδικά για τη συγκεκριμένη ομάδα.

Απαραίτητη και εδώ είναι η ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας είναι πολύ υψηλό, ιδιαίτερα δε σε ότι αφορά την κατασκευή άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής κ.α. Η γεωμορφολογία της ηπειρωτικής Ελλάδας με 7.300 χιλιόμετρα μήκος ακτογραμμής και ο μεγάλος αριθμός νησιών με ακτογραμμή 7.700 χιλιόμετρα σε συνδυασμό με το ανθρωπογενές περιβάλλον αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα του ελληνικού χώρου (Αποστολόπουλος, Θεοδωροπούλου, Τσακατούρα).

ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Αυτή η μορφή τουρισμού έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται συνήθως για τρεις έως τέσσερις ημέρες. Οι περιηγήσεις αυτές είναι άμεσα συνδεδεμένες με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα, ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια παίζουν και αυτά με τη σειρά τους σημαντικό ρόλο.

Ο αστικός τουρισμός πραγματοποιείται, κατά κύριο λόγο, από άτομα ανώτερης και ανώτατης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης και που ταξιδεύουν, τις περισσότερες φορές, χωρίς να συνοδεύονται από τις οικογένειες τους. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται, σε μεγάλο ποσοστό, από μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς, τουριστικά γραφεία και αεροπορικές εταιρίες. Ένας ακόμα πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι η νυχτερινή ζωή, η διασκέδαση, τα ψώνια, το ωραίο περιβάλλον και οι ενδιαφέρουσες εκδρομές.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Αποτελεί μια μορφή τουρισμού στην οποία τα άτομα έχουν ως κύριο στόχο τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Για την ανάπτυξη της μορφής αυτής τουρισμού απαιτείται, πέρα από τη βασική τουριστική υποδομή και ειδική υποδομή, όπως για παράδειγμα πλούσια προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και μορφωτικών εκδηλώσεων. Κάτι τέτοιο, προϋποθέτει την ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων, κάθε είδους μουσεία, πινακοθήκες, ιστορικούς χώρους, βιβλιοθήκες, εκπαιδευτικά ιδρύματα όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης (Τσεκούρας 1991).



Όσον αφορά στα ξενοδοχεία που φιλοξενούν συνέδρια, εκθέσεις κ.λ.π. θα μπορούσαν, ταυτόχρονα με την πραγματοποίηση, επαγγελματικής φύσεως, εκδηλώσεων, να φιλοξενήσουν και καλλιτεχνικού περιεχομένου με σκοπό να ψυχαγωγήσουν τον τουρίστα. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα, ο χώρος του ξενοδοχείου περιλαμβάνει αίθουσες στις οποίες φιλοξενούνται, κατά περιόδους, συλλογές διαφόρων ειδών τέχνης.

Η Ελλάδα φημίζεται για τον πολιτισμό της καθώς εδώ γεννήθηκε η δημοκρατία και μερικοί από τους μεγαλύτερους φιλοσόφους του κόσμου. Η Αθήνα αποτελεί την κοιτίδα του πολιτισμού χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι υπόλοιπες πόλεις υστερούν, όπως οι Δελφοί, η Κνωσός, η Δωδώνη κ.α.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ: Αυτή η μορφή τουρισμού πραγματοποιείται, κατά κανόνα, από άτομα που τους αρέσει να ζουν έντονα και «επικίνδυνα». Έχουν τη θέληση, την επιμονή και ευχαρίστηση, να ζήσουν νέες και μοναδικές εμπειρίες Δεν διστάζουν να περιπλανηθούν σε μακρινές και άβατες περιοχές, να κάνουν κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, να αναρριχηθούν σε απόκρημνα βουνά, να κάνουν δραστηριότητες που σχετίζονται με ανεμοπτερισμό, υ-



ποβρύχια κατάδυση, παρακολούθηση πουλιών κ.λ.π. Μεγάλη έμφαση δίνεται στην ποικιλία του φυσικού πλούτου (χλωρίδας και πανίδας), του ήπιου κλίματος μιας περιοχής, καθώς επίσης και στην ύπαρξη «παρθένων» περιοχών, οι οποίες δεν έχουν δεχθεί μεγάλη τουριστική ανάπτυξη (Τσεκούρας 1991). Η Ελλάδα λόγω του φυσικού

της πλούτου δίνει τη δυνατότητα σε αυτό το είδος των επισκεπτών να απολαύσουν όλες αυτές τις δραστηριότητες.

Τα άτομα που επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού είναι νέοι άνθρωποι, κατά κύριο λόγο, ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων. Ο τουρισμός κινήτρων, μπορεί να συνδυαστεί με κάποιες από τις ανωτέρω δραστηριότητες και μάλιστα, επικρατεί η αντίληψη ότι, ολοένα και περισσότερο, τα στελέχη επιχειρήσεων θα νιώθουν εντονότερη την ανάγκη για εκτόνωση από το στρες που προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ανία της ρουτίνας.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Κύριος στόχος των ατόμων που λαμβάνουν μέρος στη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αποτελεί η συμμετοχή σε πολιτισμικού-εκπαιδευτικού τύπου δραστηριότητες, καθώς και σε ειδικά μαθήματα ή σεμινάρια γλώσσας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κ.λ.π (Ηγουμενάκης, Καραβίτης, Λυτράς 1998).

Απαιτείται, εκτός των άλλων, η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα κατάλληλων χώρων που θα στεγάσουν τις ανωτέρω εκδηλώσεις. Τόσο στην περίπτωση των συνεδρίων, όσο και στην περίπτωση των εκθέσεων, το πρόγραμμα του συνεδρίου-έκθεσης, πολλές φορές, εμπλουτίζεται με επισκέψεις σε μουσεία,



παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων ή όπερας, κυρίως όμως, στην περίπτωση του τουρισμού κινήτρων, δεν είναι και λίγες οι φορές εκείνες, κατά τις οποίες διοργανώνονται δραστηριότητες μορφωτικού χαρακτήρα, που έχουν σα στόχο, ο τουρίστας να έρθει σε επαφή με τη

χώρα υποδοχής, να γνωρίσει τα ήθη και έθιμα της, να μάθει τη γλώσσα και να κατανοήσει καλύτερα την νοοτροπία των ανθρώπων της.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η μορφή αυτή τουρισμού αναφέρεται στις δραστηριότητες που λαμβάνουν μέρος το χειμώνα σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο (συνήθως ορεινές περιοχές) σε συνδυασμό με συγκεκριμένα κλιματολογικά φαινόμενα (χιόνι). Είναι μια δυναμική μορφή που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες, στα πλαίσια της προσπάθειας τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν, έτσι ώστε να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες, προσελκύοντας μια ευρύτερη γκάμα τουριστών, υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Τα άτομα που στρέφονται προς αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού συνδυάζουν συνήθως τον αθλητισμό με τη φύση (Λύτρας, 1989).

Η ανάπτυξη της μορφής αυτής προϋποθέτει τη δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα άρτια οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, τουριστικά καταλύματα όλων των κατηγοριών και κυρίως πολυτελείας και Α' κατηγορίας, συγκοινωνιακή σύνδεση των τόπων



χειμερινών σπορ με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους υποδοχής τουριστών, όπως π.χ. αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, λιμάνια κ.λ.π (Αποστολόπουλος, Θεοδοροπούλου, Τσακατούρα). Συνήθως, η μορφή αυτή του τουρισμού επιλέγεται από τους τουρίστες συνεδρίων και εκθέσεων ή ακόμα και από αυτούς που κάνουν τουρισμό κινήτρων.

Η Ελλάδα διαθέτει το πλεονέκτημα ότι αποτελείται από ορεινούς όγκους που επιτρέπουν την πραγματοποίηση τέτοιων δραστηριοτήτων.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ / ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού σχετίζεται με την επίσκεψη σε ένα τόπο με σκοπό τη γνωριμία με τη φύση, με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον. Την μορφή αυτή τουρισμού επιλέγουν συνήθως εταιρίες που παρέχουν τουρισμό κινήτρων, προκειμένου τα στελέχη τους να βρεθούν στη φύση και να ξεχάσουν το άγχος και στρες που τους προκαλεί το επιβαρυνόμενο εργασιακό περιβάλλον.

Υπάρχουν πολυάριθμα εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία που προωθούν, ολοένα και περισσότερο, τον οικοτουρισμό ή «πράσινο τουρισμό», όπως αλλιώς ονομάζεται. Στη μορφή αυτή τουρισμού, μπορούμε να εντάξουμε τους παραδοσιακούς οικισμούς, τους βιότοπους, τους εθνικούς δρυμούς, τα περιήγηση μονοπατιών σε φαράγγια, σπήλαια κ.α

Ο κυριότερος φορέας ανάπτυξης του Οικοαγροτουρισμού είναι το Ευρωπαϊκό Κέντρο ΟικοΑγροτουρισμού (ECEAT).

Με την ανάπτυξη του οικοαγροτουρισμού δημιουργούνται νέες επαγγελματικές δραστηριότητες που έχουν σχέση με τα μη ανταγωνιστικά αθλήματα, την ξενάγηση στη φύση τη δραστηριοποίηση στη βιολογική γεωργία, στην αλιεία, στη δασοκομία, στις υδατοκαλλιέργειες κλειστών κυκλωμάτων (πηγές γλυκού νερού) στη μελισσοκομία, στην παραδοσιακή κτηνοτροφία, στη στελέχωση των τοπικών κέντρων ανάπτυξης του οικοαγροτουρισμού και των καταλυμάτων του Τέλος, νέες επαγγελματικές δραστηριότητες δημιουργούνται με τη δραστηριοποίηση αποκλειστικά των γυναικών με τη χειροτεχνία την παρασκευή παραδοσιακών γλυκών και φαγητών, τη δημιουργία παραδοσιακών στολών και κοσμημάτων, τη χαλκογραφία και την κεραμική (Αποστολόπουλος, Θεοδωροπούλου, Τσακατούρα).

Από τα άγρια βουνά της Ηπείρου και την όμορφη Μακεδονία μέχρι τα επιβλητικά σπήλαια της Κρήτης, η Ελλάδα παρουσιάζει ένα ευρύ φάσμα φυσικής ομορφιάς και ασυνήθιστης ζωικής παρουσίας στους φυσιολάτρες τουρίστες..

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ: Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται, τα τελευταία, κυρίως, χρόνια, ενώ συνεχώς, κερδίζει έδαφος. Αναφέρεται σε κατασκευασμένες περιοχές που έχουν στόχο, να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών και ενώ, αρχικά, πρόκειται για σκηνοθετημένα θέλγητρα, με το πέρασμα των χρόνων, μπορούν να μετατραπούν σε αυθεντικά (Τσεκούρας 1991).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα θεματικού πάρκου αποτελεί η Disneyland, δείγμα της αμερικάνικης κουλτούρας. Σε μερικά, μάλιστα, χρόνια θα προσλαμβάνεται με όρους αμερικάνικης αυθεντικής παράδοσης. Στην Ελλάδα, φιλοδοξείται η δημιουργία ενός πάρκου που θα αντλεί τη θεματολογία του από τους δώδεκα θεούς του Ολύμπου. Όσον αφορά στα θεματικά μουσεία,



κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι οι ήχοι διαδέχονται την κατανυκτική σιωπή ενώ τα εκθέματα δεν παρατίθενται πλέον προστατευμένα στις γυάλινες προσθήκες τους, παρά ενθαρρύνεται η συμμετοχή και δράση των επισκεπτών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Madame Tisseau στο Λονδίνο. Ο τουρισμός κινήτρων συνδέεται στην περίπτωση που θέλει ο διοργανωτής

να παραμείνει αξέχαστο το ταξίδι στον τουρίστα και να βιώσει μια μοναδική και ανεπανάληπτη εμπειρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1 Ταυτότητα των Συνεδρίων

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια ιδιαίτερη μορφή τουρισμού γιατί έχει μια σταθερή βάση, εστιασμένες επιχειρήσεις και δραστηριότητες. Η οργάνωση συνεδρίων αποτελεί πρόκληση, γιατί η διάρκεια παραμονής είναι σχετικά μικρή και οι απαιτήσεις για ποιότητα υπηρεσιών πολύ υψηλές και εξειδικευμένες. Οι σύνεδροι προσφέρουν οικονομικά οφέλη και παράλληλα προβάλλουν και τον τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων. Οι ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού θα αναλυθούν αναλυτικά στο παρόν κεφάλαιο.

4.1.1 Σκοποί

Κάθε φορέας που πραγματοποιεί ένα συνέδριο και αναλαμβάνει επομένως και τη σχετική δαπάνη, έχει σαν επιδίωξη κάποιο όφελος. Αυτό το όφελος μπορεί να είναι μικρό ή μεγάλο, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο. Ακόμα και στην περίπτωση όπου ο φορέας ενός συνεδρίου είναι κρατικός ή μη κερδοσκοπικός και το όφελος μπορεί να μην είναι χρηματικό πάλι υπάρχει όφελος. Το όφελος είναι άυλο ή κοινωνικό, όπως π.χ. η φήμη, ή ακόμα να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία π.χ. δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα κ.α. (Σφακιανάκης 2000).

Κάθε συνέδριο περιλαμβάνει και δευτερεύοντες σκοπούς, μέσω των οποίων θα επιτευχθεί ο πρωταρχικός σκοπός. Αυτοί οι δευτερεύοντες σκοποί είναι το αντικείμενο του συνεδρίου, το οποίο καθορίζουν οι φορείς.

Το αντικείμενο του συνεδρίου είναι τα θέματα που θα συζητηθούν και οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα λάβουν χώρα στο συνέδριο, όπως η επίδειξη ενός προϊόντος ή νέας υπηρεσίας, η παρουσίαση νέων εξελίξεων της επιστήμης και της τεχνολογίας, οι επιστημονικές ανακοινώσεις, η γνωστοποίηση μιας δραστηριότητας, η δημοσιότητα και δημόσιες σχέσεις, η προώθηση πωλήσεων, η προσέλκυση νέων πελατών, νέων συνεργατών, επενδυτών, η εξαγγελία προγραμμάτων ερευνών, κινήτρων, η επιστημονική ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση, κ.α.

4.1.2 Φορείς

Ένα συνέδριο διεξάγεται με την προϋπόθεση ότι υπάρχει αντίστοιχα ο φορέας ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Φορέας συνεδρίων ονομάζεται το φυσικό πρόσωπό ή το εντεταλμένο όργανο Νομικών Προσώπων Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου που αποφασίζει την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, δίνει τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνει τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών. Ο φορέας έχει την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, άσχετα αν σε κάποιες φάσεις τη μεταβιβάζει σε εξουσιοδοτημένα όργανα (Μαγνήσαλης 1992).

Οι φορείς των συνεδρίων διακρίνονται βάσει ορισμένων κριτηρίων, όπως

- (α) την υπόστασή τους, από καθαρά νομική άποψη,
- (β) τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους,
- (γ) το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους (στόχοι),
- (δ) τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας τους.

Με βάση την νομική τους υπόσταση διακρίνονται σε Δημόσιους φορείς και σε Ιδιωτικούς φορείς (Ευθυμιάτου-Πουλάκου 1994).

Οι Δημόσιοι Φορείς Συνεδρίων είναι οι φορείς που "ανήκουν" στο Δημόσιο Τομέα. Η συμβολή των παρακάτω φορέων στην πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων ποικίλλει. Άλλοτε περιορίζεται μόνο στη λήψη της απόφασης πραγματοποίησης άλλοτε αναλαμβάνουν και την οργάνωση των συνεδρίων, άλλοτε χρηματοδοτούν μερικώς ή ολικώς τα συνέδρια Στη Ελλάδα τέτοιοι φορείς είναι:

(α) Το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του ΕΟΤ που έχει ως αποστολή να μεριμνά για την οργάνωση συνεδρίων και εκθέσεων που αφορούν τον Ελληνικό Τουρισμό και την προβολή του.

(β) Το τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου Πολιτισμού που υπάγεται στη Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης και έχει ως αποστολή να οργανώνει και να εποπτεύει διεθνή, πανελλήνια, περιφερειακά και τοπικά συνέδρια, που έχουν σαν αντικείμενο την προβολή της Εθνικής πολιτιστικής κίνησης.

(γ) Το Γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, που έχει ως αποστολή να σχεδιάζει, να μελετά και να οργανώνει συ-

νέδρια, ημερίδες, συναντήσεις και λοιπές συνεδριακές εκδηλώσεις με σκοπό την προώθηση των επιστημών, της έρευνας και της τεχνολογίας.

(δ) Λοιποί Δημόσιοι Φορείς που, εξ ανάγκης ειδικών περιπτώσεων, αποφασίζουν να οργανώσουν διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις για τη λήψη αποφάσεων για σημαντικά θέματα.

(ε) Ημικρατικός φορέας συνεδρίων είναι η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και συνέδρια, Διεθνή και Εθνικά και διαθέτει και συνεδριακό Κέντρο.

Οι Ιδιωτικοί Φορείς Συνεδρίων αποφασίζουν την πραγματοποίηση συνεδρίων, δίδουν τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση τους. Αυτοί είναι οι διοικήσεις των οργανωμένων ιδιωτικών συνόλων, όπως των επιχειρήσεων, των επαγγελματικών συλλόγων, των επιστημονικών ενώσεων, των σωματείων, των διαφόρων εμπορικών συνεταιρισμών, των διαφόρων ενώσεων, των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, των πολιτικών κομμάτων, των συνδικαλιστικών ενώσεων κ.λπ. Η πλειονότητα των συνεδρίων που γίνονται σε όλες τις χώρες είναι συνέδρια που αποφασίζονται από ιδιωτικούς φορείς.

Μια από τις κυριότερες διακρίσεις, όπως αναφέρθηκε, είναι και ο εθνικός ή διεθνής χαρακτήρας των συνεδρίων. Ο εθνικός χαρακτήρας των συνεδρίων έχει να κάνει με τα συνέδρια που γίνονται σε εθνικό επίπεδο μιας χώρας. Από την άλλη, μια από τις δραστηριότητες των παγκόσμιων και διεθνών Οργανισμών είναι να παίρνουν αποφάσεις για μεγάλα ζητήματα που απασχολούν την παγκόσμια κοινότητα ή τις χώρες μέλη τους και να διαμορφώνουν μια κοινά αποδεκτή πολιτική αντιμετώπισης αυτών των ζητημάτων. Τα πιο συχνά θέματα για τα οποία γίνονται διεθνή συνέδρια είναι:

- Τα ανθρώπινα δικαιώματα
- Το περιβάλλον.
- Το παγκόσμιο εμπόριο.
- Η πολιτιστική κληρονομιά.
- Η αλλαγή του κλίματος της Γης.
- Η αντιμετώπιση της πείνας κ.λπ. κ.λπ.

Τα πιο γνωστά συνέδρια είναι αυτά που αποφασίζονται από τους διάφορους Οργανισμούς των Ηνωμένων Εθνών, για θέματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος όπως :

- i. την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας (WHO).
- ii. τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας (FAO).
- iii. τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO).
- iv. την Ύπατη Αρμοστεία για τους πρόσφυγες (UNHCR).
- v. τον Οργανισμό Εκπαίδευσης, Επιστήμης και Πολιτισμού (UNESCO).
- vi. το Ταμείο των Ηνωμένων Εθνών για τα παιδιά (UNICEF) κ.λπ..
- vii. τη Διεθνή Επιτροπή του Ερυθρού Σταυρού (ICRC).

Όσον αφορά τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα των συνεδριών, οι φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα είναι τα επιμελητήρια, κρατικοί οργανισμοί, διεθνείς οργανισμοί, ενώ οι φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα (Σφακιανάκης 2000).

Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα είναι επίσης συνδικαλιστικές οργανώσεις και σωματεία, κοινωφελείς οργανισμοί, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες.

Στους φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα συγκαταλέγονται επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί εφόσον οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες της αλλοδαπής. Οι συναντήσεις που πραγματοποιούν οι φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα είναι δυνατόν να αφορούν:

- συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα (οργάνωσης, παραγωγής, πωλήσεων κ.λπ.),
- συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων, όπως: διοικητικών συμβουλίων, επιτροπών κ.λπ.,
- παρουσιάσεις νέων προϊόντων,
- σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα,
- συνελεύσεις μετόχων,
- συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων.

4.1.3 Οργανωτές

Ένας βασικός παράγοντας που διαμορφώνει τον συνεδριακό τουρισμό είναι οι οργανωτές των συνεδρίων. Οι οργανωτές συνεδρίων δεν αποφασίζουν για την πραγματοποίηση των συνε-

δρίων ούτε αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους. Αυτές οι ενέργειες ανήκουν στην αρμοδιότητα των φορέων των συνεδρίων. Είναι τα φυσικά πρόσωπα ή επαγγελματικές ενώσεις ή διάφορες τουριστικές υπηρεσίες ή Εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση και τη διαχείριση των συνεδρίων για λογαριασμό των φορέων (Τουριστική Αγορά, 2003).

Τα κυριότερα καθήκοντα των οργανωτών είναι η επιλογή του τουριστικού προορισμού και του συνεδριακού κέντρου ή του ξενοδοχείου που διαθέτει συνεδριακούς χώρους, η επιλογή των συνέδρων και του μεγέθους του συνεδρίου, η επιλογή του χρόνου και της διάρκειας του συνεδρίου, η επιλογή των θεμάτων ή των εκδηλώσεων που θα λάβουν χώρα κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, η επιλογή των εισηγητών, ο καθορισμός των επισιτιστικών υπηρεσιών, η γνωστοποίηση και προβολή του συνεδρίου, η υπόδειξη χορηγών και γενικότερα η οργάνωση, η επίβλεψη, ο συντονισμός και ο έλεγχος όλων των προσυνεδριακών συνεδριακών και μετασυνεδριακών εργασιών.

Οι οργανωτές συνεδρίων είναι δυνατόν να διακριθούν στις παρακάτω κατηγορίες (Σφακιανάκης 2000):

Οι φορείς των Συνεδρίων: Είναι αρκετές οι περιπτώσεις όπου οι φορείς των συνεδρίων που πραγματοποιούν ένα συνέδριο αναλαμβάνουν και την οργάνωση του συνεδρίου χρησιμοποιώντας δικό τους προσωπικό.

Όταν οι φορείς κάνουν πολλά συνέδρια, θεσπίζουν οργανικές διευθύνσεις ή τμήματα ή γραφεία ή επιτροπές συνεδρίων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση των συνεδρίων. Αυτό συμβαίνει κυρίως στους Δημόσιους φορείς συνεδρίων και στους διεθνείς και παγκόσμιους οργανισμούς που πραγματοποιούν τα μεγάλα διεθνή συνέδρια.

Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων: Είναι τα φυσικά πρόσωπα ή οι εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά και κατ' επάγγελμα με την οργάνωση συνεδρίων και λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων.

Οι οργανωτές συνεδρίων διακρίνονται ανάλογα με τις ειδικότερες εργασίες που πραγματοποιούν ως εξής (Τουριστική Αγορά 2003):

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

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

✓ Σε έναν εξωτερικό επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων, τον λεγόμενο PCO (Professional Congress Organized) που είναι ο κατ' εξοχήν επαγγελματίας οργανωτής συνεδρίων. Ο PCO μπορεί να είναι φυσικό πρόσωπο ή εταιρία που αναλαμβάνει την οργάνωση και τη διαχείριση ενός συνεδρίου σε όλα τα στάδια του.

Τα Συνεδριακά Κέντρα: Τα μεγάλα και αυτοτελή συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους πολλές φορές αναλαμβάνουν και την όλη οργάνωση των συνεδρίων από το να περιορίζονται στην παραχώρηση των χώρων τους και του εξοπλισμού τους στους φορείς ή στους οργανωτές συνεδρίων.

Τα συνεδριακά κέντρα είναι οι πιο ειδήμονες οργανωτές συνεδρίων γιατί έχουν σαν αποκλειστική απασχόληση τους τα συνέδρια, άρα διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία, τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες και γνώσεις μαζί με το απαραίτητο προσωπικό και τον αναγκαίο εξοπλισμό, που εγγυώνται την επιτυχή διεξαγωγή των συνεδρίων.

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

4.1.4 Σύεδροι και Συνοδοί Συνέδρων

Οι σύεδροι και οι συνοδοί τους, διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό το συνεδριακό τουρισμό. Ο αριθμός και το είδος των συμμετεχόντων αποφασίζεται από τον φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο, ο οποίος και αναλαμβάνει την υποχρέωση να τους προσκαλέσει. Η επαγγελματική

ιδιότητα των συνεδρων εξαρτάται από το είδος των συνεδρίων και από τη φύση των φορέων που αποφασίζουν την πραγματοποίησή τους (Σφακιανάκης 2000).

Τα κριτήρια, με βάση τα οποία επιλέγονται οι σύνεδροι, συνοψίζονται στα ακόλουθα: κύρος, φήμη, υψηλό κοινωνικό, επαγγελματικό, οικονομικό και επιστημονικό υπόβαθρο π.χ. επιστήμονες, καθηγητές, τεχνοκράτες, καλλιτέχνες κ.ά., οι οποίοι προάγουν το συνέδριο λόγω της θέσης και της κοινωνικής παρουσίας τους, είναι πρόθυμοι να αποδεχθούν τα συμπεράσματα του συνεδρίου, αλλά και συνεργάσιμοι, κατά την παραδοχή τυχόν σφαλμάτων τους.

Χαρακτηριστικό των συνεδρων είναι ότι είναι καταξιωμένοι εκπρόσωποι του συνόλου που εκπροσωπούν. Οι σύνεδροι είναι συνήθως τα επιτυχημένα στελέχη του κάθε συνόλου τα οποία διακρίνονται από τις επαγγελματικές τους επιδόσεις, την γενική και ειδική μόρφωση που διαθέτουν, την έντονη κοινωνική τους συμμετοχή και παρουσία, τη γλωσσομάθειά τους, την κοσμοπολίτικη εμπειρία τους (Τουριστική Αγορά 2003).

Κάθε σύνεδρος, σε ένα συνέδριο, αντιπροσωπεύει μια επιστήμη, μια επιχείρηση, μια εταιρία, έναν οργανισμό, ένα κόμμα, μια χώρα, μια επαγγελματική ένωση, μια ομάδα ανθρώπων και γενικά ένα κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό σύνολο, τοπικό, εθνικό ή διεθνές. Εκφράζει τις απόψεις του συνόλου που αντιπροσωπεύει, παραθέτει την απαιτούμενη επιστημονική ή επαγγελματική γνώση και πείρα, και διαθέτει την κατάλληλη προσωπικότητα και την εξοικείωση με τις πρακτικές ενός συνεδρίου, για να στηρίξει τις απόψεις του και να κάνει αισθητή την παρουσία του στο χώρο του συνεδρίου.

Αν και οι συνοδοί δεν συμμετέχουν καθόλου σε συνέδρια ή έχουν πάρα πολύ μικρή συμμετοχή, αναπτύσσουν έντονη πολιτιστική και τουριστική δράση, στους ενδιαμέσους χρόνους ή στην αρχή και στο τέλος του συνεδρίου, ενώ μοιράζονται μαζί με τους συνέδρους τα τουριστικά, κυρίως, προϊόντα της χώρας προορισμού.

Έχει εκτιμηθεί ότι στο 72% των πραγματοποιούμενων συνεδρίων, οι σύνεδροι έχουν συνοδούς και μόνο στο 28% των συνεδρίων οι σύνεδροι δεν έχουν συνοδούς. Οι φορείς, οι οργανωτές συνεδρίων, καθώς και οι υπεύθυνοι συνεδριακών χώρων, αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη προσοχή τους συνοδούς, φροντίζουν για τη διασκέδαση τους και τα ψώνια τους, προσπαθώντας να ικανοποιήσουν με κάθε δυνατό τρόπο τις ανάγκες και επιθυμίες τους. Οι συνοδοί των συνεδρων έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεση πραγματοποιούν υψηλή τουριστική δαπάνη που αφορά στις οργανωμένες εκδρομές, στις αγορές, στις επισκέψεις σε εις ή μουσεία και γενικότερα κάνοντας χρήση περισσότερων υπηρεσιών από αυτές που παρέχουν τα ξενοδοχεία (Stoughton and Cotterell, 1994).

Όσοι καταρτίζουν συνεδριακά πακέτα, οφείλουν να προσφέρουν πακέτα ελκυστικά με υψηλή ποιότητα παρερχομένων υπηρεσιών, αρτιότητα ξενοδοχειακών και συνεδριακών εγκαταστάσεων και ένα πρόγραμμα εμπλουτισμένο, με εξωσυνεδριακές δραστηριότητες, όπως είναι η ψυχαγωγία η διασκέδαση, η συμμετοχή σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις.

Στην πράξη, ένας σύνεδρος μένει ευχαριστημένος από ένα συνέδριο αν ευχαριστηθεί ο συνοδός του.

4.1.5 Επίσημοι, Εισηγητές, Χορηγοί, Δημοσιογράφοι και άλλοι εμπλεκόμενοι

Στις δραστηριότητες πού αφορούν τα συνέδρια εμπλέκονται πάρα πολλοί άνθρωποι εκτός από τους φορείς, τους οργανωτές, τους συνέδρους και τους συνοδούς τους. Οι κυριότεροι είναι οι εξής (Καραβίτης 1992):

I. Οι χορηγοί.

Οι χορηγοί είναι τα φυσικά πρόσωπα ή οργανωμένα σύνολα (συνήθως επιχειρήσεις) που αναλαμβάνουν οικιοθελώς μέρος της δαπάνης των συνεδρίων. Αυτό γίνεται για να επιτύχουν μέσω αυτών, τους δικούς τους σκοπούς, οι οποίοι είναι να αποκτήσουν δημοσιότητα, να προάγουν τις δημόσιες σχέσεις τους, να προβληθούν, να επιδιώξουν συνεργασίες, παράλληλα με τους φορείς των συνεδρίων και γενικότερα να ενισχύσουν τη θέση τους στον χώρο. Έχουν τη δυνατότητα να διανέμουν διαφημιστικά φυλλάδια με τα προγράμματα ενεργειών τους μέσα στους φακέλους που δίδονται στους συνέδρους. Συχνά επίσης εκθέτουν προϊόντα στους χώρους των συνεδρίων για να τα γνωστοποιήσουν στους συνέδρους.

II. Οι Δημοσιογράφοι.

Σε περίπτωση που το συνέδριο αποτελεί τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές γεγονός που συμβάλλει στη διαμόρφωση της επικαιρότητας και ενδιαφέρει πολλούς τότε το συνέδριο καλύπτεται από δημοσιογράφους της έντυπης και της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας. Η κάλυψη επιδιώκεται από τους οργανωτές του συνεδρίου καθόσον συμβάλλει στην γνωστοποίηση του περιεχομένου του και τελικά στην επιτυχία των σκοπών του.

III. Οι επίσημοι.

Σαν επίσημοι χαρακτηρίζονται οι αντιπρόσωποι των τοπικών αρχών οι οποίοι εγκαινιάζουν τα συνέδρια και απευθύνουν τους εναρκτήριους χαιρετισμούς. Επίσημοι θεωρούνται και τα πο-

λύ σπουδαία πρόσωπα (VIPs) που ενώ προέρχονται από άλλους χώρους, μπορούν να προσδώσουν κύρος ή δημοσιότητα στο συνέδριο με την παρουσία τους.

Όσο πιο σπουδαίο θεωρείται ένα συνέδριο, τόσο πιο σπουδαίοι είναι και οι επίσημοι. Η παρουσία των επισήμων όμως δεν είναι υποχρεωτική αλλά είναι πάντα επιθυμητή.

IV. Οι εισηγητές.

Οι εισηγήσεις γίνονται από τα άτομα τα οποία καλούνται να παρουσιάσουν το θέμα που έχουν αναλάβει. Συνήθως οι εισηγητές είναι οι κορυφαίοι ή τουλάχιστον οι καλύτεροι της επιστήμης, ή του επαγγελματικού κλάδου ή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ή της τεχνολογίας, που αντιπροσωπεύουν.

Επειδή όμως είναι δύσκολη η παρουσία των κορυφαίων ή των καλύτερων, επιδιώκεται η παρουσία μόνο ενός εξ αυτών, ο οποίος χαρακτηρίζεται και κύριος εισηγητής, ο οποίος θα έχει τον ρόλο του συντονιστή του συνεδρίου.

V. Τα λοιπά προσωπικά των συνεδρίων.

Λέγοντας λοιπό προσωπικό συνεδρίων εννοείται το τεχνικό προσωπικό που χειρίζεται τον πολύπλοκο σύγχρονο εξοπλισμό των χώρων των συνεδρίων, οι διερμηνείς οι οποίοι χρησιμοποιούνται όταν υπάρχουν ανάγκες διερμηνείας και το προσωπικό της γραμματειακής υποστήριξης των συνεδρίων.

VI. Το προσωπικό της τουριστικής υποστήριξης των συνεδρίων.

Κανένα συνέδριο δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί επιτυχώς χωρίς το προσωπικό αυτό. Είναι το προσωπικό που αναλαμβάνει το συνεδριακό προορισμό, γιατί σήμερα τα περισσότερα συνέδρια, τουλάχιστον τα μεγαλύτερα, γίνονται σε τουριστικούς προορισμούς, διαφορετικούς από τους τόπους των συνεδρίων.

Το μεγαλύτερο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού είναι η τουριστική υποστήριξη των συνεδρίων σε όλα τα επίπεδα της τουριστικής δραστηριότητας. Όλο το προσωπικό που εμπλέκεται σε αυτή την υποστήριξη δεν είναι άμεσα συνεδριακό προσωπικό αλλά γίνεται έμμεσα (Τουριστική Αγορά, 2003).

4.1.6 Χρόνοι συνεδρίων

Σύμφωνα με εκτεταμένες παγκόσμιες έρευνες και σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA, (www.iccaworld.com) η πλειονότητα των συνεδρίων έχει μέση διάρκεια 3-8 ημέρες. Το 39% των συνεδρίων έχει μέση διάρκεια 2-3 ημέρες, ενώ το 42% διαρκεί 4-5 ημέρες και το 10% 6-8 ημέρες. Μόλις το 9% των συνεδρίων διαρκεί μια ημέρα όπου και χαρακτηρίζεται στη συνεδριακή ορολογία ως ημερίδα.

Επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του ή φροντίζει να ξεκινήσει νωρίτερα, αξιοποιώντας και το Σαββατοκύριακο. Κάτι τέτοιο φυσικά, αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και την τελική τουριστική του δαπάνη (Stoughton and Cotterell, 1994).

Ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται αντιεποχική εναλλακτική μορφή τουρισμού. και πραγματοποιείται συνήθως κατά την άνοιξη και το φθινόπωρο, δηλαδή στην ενδιάμεση τουριστική εποχή. Την άνοιξη και το φθινόπωρο γίνονται το 74% των συνεδρίων, ενώ μόνο το 21 % γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα.

Πιο συγκεκριμένα ο Σεπτέμβριος και ο Μάιος είναι οι μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια, αντίθετα ο Ιανουάριος εμφανίζει το μικρότερο αριθμό διεξαγωγής (λόγο της εορταστικής ατμόσφαιρας των ημερών και των διακοπών που ακολουθούν).

Η επιλογή θερινών μηνών για διεξαγωγή συνεδρίων, συνδυάζεται με προορισμούς που δεν έχουν ιδιαίτερα ζεστό κλίμα και προσφέρουν παράλληλα με το συνέδριο και εναλλακτική θεώρηση διακοπών έστω και ολιγοήμερων.

Τα συνέδρια πρέπει να επαναλαμβάνονται όσο γίνεται συχνότερα. Σήμερα υπολογίζεται ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, το 25% γίνονται κάθε 3, 4 ή 5 χρόνια και το 10% γίνονται μόνο μια φορά και δεν επαναλαμβάνονται.

Η διάρκεια των συνεδρίων καθώς και η περιοδικότητα τους αποφασίζετε από τους φορείς τους που αναλαμβάνουν το κόστος τους. Και επειδή το κατά ημέρα κόστος είναι μεγάλο η διάρκεια πρέπει να είναι όσο γίνεται μικρή σε συνδυασμό πάντοτε με τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα των συνεδρίων.(WTO, 1997).

4.1.7 Μεγέθη συνεδρίων

Το μέγεθος ενός συνεδρίου καθορίζεται από τον αριθμό των συνέδρων που συμμετέχουν σε αυτό Δεν υπάρχει όμως τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο

Το μέγεθος του αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Στοιχεία που επηρεάζουν το βαθμό συμμετοχής και κατ' επέκταση το τελικό μέγεθος του συνεδρίου είναι το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται το συνέδριο, ο βαθμός συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν, καθώς και οι ημερομηνίες διεξαγωγής του.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τη νομοθεσία (Κοινή υπουργική απόφαση 23908/9.4.91/ΦΕΚ 208/Β) που καθορίζει τις προδιαγραφές των συνεδριακών κέντρων, καθορίζεται το μέγεθος των



συνεδρίων. Έτσι διακρίνονται τα μικρά συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 200-500 σύνεδροι, τα μεσαία συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 501-1200 σύνεδροι και τα μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 1201-3000 σύνεδροι.

Σύμφωνα με αυτή τη διάκριση και την έρευνα της ICCA για την συνεδριακή αγορά το 92% των συνεδρίων υπάγεται στις τέσσερις πρώτες κατηγορίες (μέχρι 1000 σύνεδροι) και μόνο το 8% των συνεδρίων έχει άνω των 1000 συνέδρων, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των συνεδρίων (65%), που αντιπροσωπεύει τα επιχειρηματικά συνέδρια, έχει μέχρι 250 συνέδρους.

4.1.8 Τόποι διεξαγωγής συνεδρίων

Στο συνεδριακό τουρισμό σαν τόποι των συνεδρίων εννοούνται, πρώτον ο χώρος μέσα στον οποίο πραγματοποιούνται τα συνέδρια και δεύτερον ο τουριστικός προορισμός ο οποίος φιλοξενεί τους χώρους των συνεδρίων.

Όσον αφορά τους χώρους μέσα στους οποίους πραγματοποιούνται τα συνέδρια, οι πιο αντιπροσωπευτικοί από αυτούς είναι τα συνεδριακά κέντρα, των οποίων οι προδιαγραφές ανέγερσης (θέση, μέγεθος, εξοπλισμός, κατηγορίες κ.λπ.) έχουν θεσπιστεί νομοθετικά.

Ο μεγάλος «πονοκέφαλος» όμως για τον υπεύθυνο της οργάνωσης ενός συνεδρίου είναι η επιλογή του τόπου, όπου θα πραγματοποιηθεί η εκδήλωση. Δηλαδή ένας προορισμός για να επιλεγεί να φιλοξενήσει εκδηλώσεις, πρέπει να έχει κάποια χαρακτηριστικά γνωρίσματα τα οποία παράλληλα αποτελούν και κριτήρια προϋποθέσεις για την επιλογή του.

Οι προϋποθέσεις για να προτιμηθεί ένας τόπος για τη διεξαγωγή συνεδρίων και συναντήσεων είναι οι ακόλουθες (Καραβίτης, 1992):

1. Το κόστος.

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

2. Η εύκολη πρόσβαση.

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

3. Η ύπαρξη συνεδριακής υποδομής.

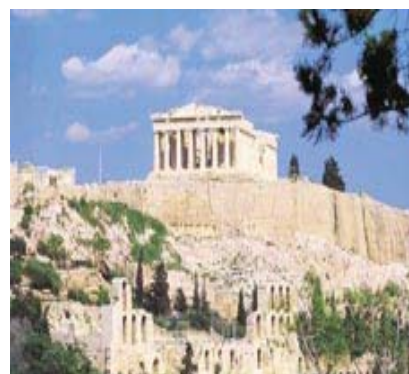
Ο οργανωτής της εκδήλωσης πρέπει να ψάχνει για προορισμούς με συνεδριακά κέντρα ή ξενοδοχεία με την κατάλληλη υποδομή για φιλοξενία συνεδρίων και συναντήσεων. Όταν αναμένονται συμμετέχοντες από το εξωτερικό ή από άλλες πόλεις της χώρας (οπότε θα χρειαστεί να διανυκτερεύσουν), είναι καλύτερα η κράτηση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

4. Η αίγλη (image) του προορισμού.

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

5. Αξιοθέατα, δυνατότητα για διασκέδαση και αναψυχή.

Περιοχές με διάφορα αξιοθέατα όπως αρχαία μνημεία, μουσεία, φυσική ομορφιά και δυνατότητα για νυχτερινή διασκέδαση, έχουν μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα ώστε να προτιμηθούν από τον οργανωτή, καθώς θα δώσουν την



ευκαιρία στους σύνεδρους και για άλλες δραστηριότητες τις ημέρες του συνεδρίου (Χρήμα και Τουρισμός, 2001).

6. Οι κλιματολογικές συνθήκες.

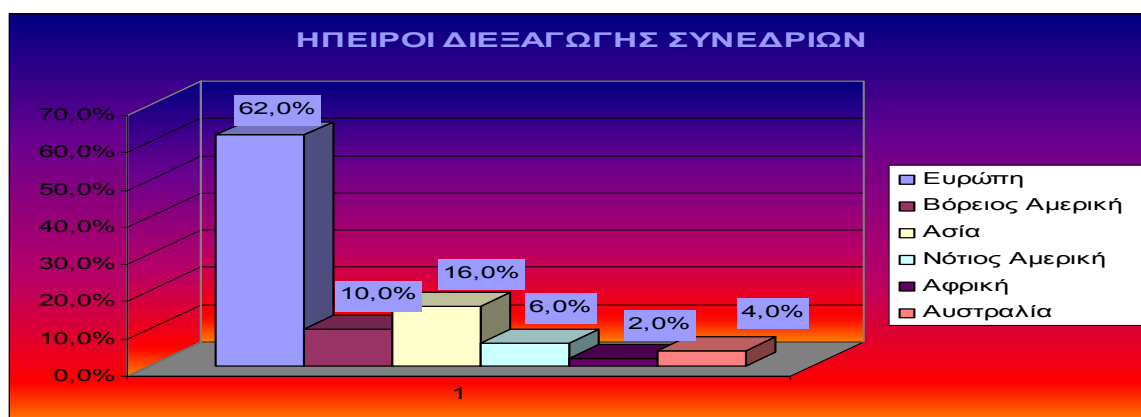
Είναι καλύτερα τους καλοκαιρινούς μήνες να αποφεύγονται περιοχές με πολύ ζέστη και αντίστοιχα το χειμώνα περιοχές με πολύ κρύο (Kerimoglu, 2002).

7. Πολιτική ευστάθεια και εγγυημένες υπηρεσίες ασφαλείας.

Το θέμα της ασφάλειας είναι στις μέρες μας πρωτεύον παράγοντας για την επιλογή του τόπου. Γι' αυτό το λόγο επιλέγονται τόποι με πολιτική ευστάθεια (Kerimoglu, 2002).

Συμπερασματικά, η επιτυχημένη επιλογή ενός τόπου για διεξαγωγή συνεδρίου αποτελεί συνισταμένη πολλών παραγόντων και σίγουρα δεν είναι εύκολη υπόθεση. Ωστόσο τα παραπάνω κριτήρια είναι χρήσιμα να τα λαμβάνει υπόψη ο εκάστοτε οργανωτής συνεδρίου, συνάντησης ή ημερίδας, την ώρα που πρέπει να κάνει την επιλογή του.

Η Ευρώπη σαν ήπειρος διεξαγωγής συνεδρίων σύμφωνα με στοιχεία της ICCA δέχεται το 62% του ολικού αριθμού, η Βόρειος Αμερική το 10%, η Ασία το 16%, η Νότιος Αμερική το 6%, η Αφρική το 2% και η Αυστραλία το 4% .



Στην Ευρώπη, οι πόλεις που δέχονται τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι η Βαρκελώνη, το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, στις Ηνωμένες Πολιτείες η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη.

Η σειρά του ξενοδοχείου έρχεται μετά. Αφού δηλαδή έγινε η επιλογή της χώρας και της πόλης που θα διεξαχθεί το συνέδριο, λειτουργεί ο ανταγωνισμός σε επίπεδο ξενοδοχείου. Το ξενοδοχειακό κατάλυμα με τις όποιες συνεδριακές του δυνατότητες βαραίνει σημαντικά στην

απόφαση της επιλογής της χώρας ή και της πόλης, με δεδομένο ότι αποτελεί τμήμα της όλης απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής της.

Τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων. Οι οργανωτές τους συνδυάζουν με αυτό τον τρόπο, το συνεδριακό με το θαλάσσιο τουρισμό.

4.2 Θεσμικό Πλαίσιο και Συνεδριακός Τουρισμός.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που κάθε σύγχρονη χώρα έχει συμφέρον να ενθαρρύνει και να αναπτύξει, πολύ περισσότερο δεδομένου ότι η τουριστική δαπάνη θεωρείται υπερτριπλάσια αυτής των συνηθισμένων ταξιδιών διακοπών, κυρίως αυτών που γίνονται στα πλαίσια του μαζικού τουρισμού. Υπάρχουν, ως γνωστόν, χώρες στις οποίες η μορφή αυτή του τουρισμού έχει εξαιρετική άνθηση.

Ήδη όμως και στη χώρα μας εμφανίζει αισθητή άνοδο, ενώ η διοργάνωση συνεδρίων σιγά-σιγά παύει να είναι προνόμιο των ξενοδοχείων, με τη δημιουργία πλέον ειδικών συνεδριακών κέντρων. Βέβαια στις προδιαγραφές που αφορούν τα ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων προβλέπεται μια αίθουσα πολλαπλών χρήσεων η οποία με τον κατάλληλο φωτισμό, την απαραίτητη ηχομόνωση, την κατάλληλη διαμόρφωση, την απαραίτητη τεχνική υποστήριξη και τον εξοπλισμό, μπορεί να μετατραπεί και να χρησιμοποιηθεί για τη διεξαγωγή συνεδρίου, εάν δεν υπάρχει κάποια ειδικά προορισμένη για τον σκοπό αυτό.

Η φροντίδα της πολιτείας για τον θεσμό αυτό, την ανάπτυξη αλλά και την προστασία του επείγει. Θέματα νομικού ενδιαφέροντος τα οποία δημιουργούνται για την όλη αυτή δραστηριότητα είναι πολλά και ποικίλα. Αφορούν μεταξύ άλλων τους χώρους στους οποίους πραγματοποιείται το συνέδριο, δηλαδή τα συνεδριακά κέντρα, τους συνέδρους και την προστασία τους, αλλά και τους οργανωτές, τα προσόντα και την κατοχύρωση τους.

4.2.1 Τα συνεδριακά κέντρα και η Ελληνική Νομοθεσία

Όλα όσα αφορούν στα συνεδριακά κέντρα καθορίστηκαν με την υπ' αριθμό 23908/9/4/91 Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.) που δημοσιεύθηκε στο υπ' αριθμό 208 Φύλλο της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, Τεύχος Β και συμπληρώθηκε με διόρθωση που δημοσιεύθηκε στο Φ.Ε.Κ. 298/Τεύχος Β/8.5.91. Η παραπάνω απόφαση καθορίζει τις προδιαγραφές ανέγερσης συνεδριακών κέντρων για την υπαγωγή τους στο καθεστώς κινήτρων του Ν. 1892/90.

Τα συνέδρια, λοιπόν, πλέον αρχίζουν να έχουν τους δικούς τους ειδικούς άρτια οργανωμένους και εξοπλισμένους χώρους, χωρίς φυσικά να έχουν πάψει να φιλοξενούνται και σε ξενοδοχεία. Όσον αφορά όμως τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν τα συνεδριακά κέντρα προκειμένου να ενισχυθούν με βάση τους αναπτυξιακούς νόμους, προβλέπεται ειδική διαδικασία αλλά και τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές.

Τα συνεδριακά κέντρα, σύμφωνα με τον ορισμό που περιέχεται στη σχετική Υπουργική Απόφαση, αποτελούν στεγασμένους χώρους συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτουν τις ανάγκες όχι μόνον αμιγώς συνεδριακών αλλά και μεικτών εκδηλώσεων, δηλαδή συνεδριακών και συναφών πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών είτε σκέτων ή, παράλληλα με τις παραπάνω, ψυχαγωγικών εκδηλώσεων. Αυτά σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Τα συνέδρια διακρίνονται από την άποψη του μεγέθους τους σε τρεις κατηγορίες, με κριτήριο τον αριθμό συνεδρών που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα και όχι αθροιστικά στο σύνολο των συμπληρωματικών αιθουσών. Υπάρχουν δηλαδή τα μικρού μεγέθους συνεδριακά κέντρα που μπορούν να φιλοξενήσουν από 200 έως και 500 συνέδρους, τα μεσαίου μεγέθους με χωρητικότητα από 501 έως και 1.200 συνέδρους και τέλος τα μεγάλου μεγέθους.

Σημειώνεται ότι συνεδριακά κέντρα δυναμικότητας μεγαλύτερης των 3000 ατόμων δεν είναι δυνατόν να υπαχθούν στο Ν. 1892/90. Ο αριθμός των συνεδρών που μπορεί να δεχθεί η κύρια συνεδριακή αίθουσα προκύπτει από τη σχέση «καθαρή επιφάνεια αίθουσας» προς $1.20\mu^2$.

Τα συνεδριακά κέντρα, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, είναι δυνατό να ανεγερθούν είτε μόνα τους είτε και σε συνδυασμό με τουριστική εγκατάσταση.

Η εγκατάσταση αυτή μπορεί να είναι ξενοδοχείο είτε κλασικού τύπου είτε τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων είτε και μεικτής λειτουργικής μορφής, οπωσδήποτε όμως 5 και 4 αστέρων. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να πληροί η εγκατάσταση αυτή τις ισχύουσες προδιαγραφές του ΕΟΤ ή εάν έχει ανεγερθεί στο παρελθόν, να πληρούσε τις προδιαγραφές που ίσχυαν τότε όσον αφορά την τάξη και τη δυναμικότητά της.

Άλλη προϋπόθεση για την ανέγερσή τους είναι η επάρκεια κλινών στην ευρύτερη περιοχή. Θα πρέπει συγκεκριμένα να υπάρχει διπλάσιος αριθμός κλινών από τη δυναμικότητά τους σε

συνέδρου, σε ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων σε ακτίνα 15 χλμ. για τα μικρού μεγέθους κέντρα, 20 χλμ. για τα μεσαίου και 30 χλμ. για τα μεγάλου μεγέθους.

Εάν δεν επαρκούν οι κλίνες που υπάρχουν στην περιοχή, είναι δυνατό να ανεγερθεί μέρος, αλλά ακόμη και το σύνολο του αριθμού αυτού σε συνδυασμό με το συνεδριακό κέντρο. Θα πρέπει βέβαια να μην απαγορεύεται, με βάση άλλες διατάξεις η δημιουργία νέων κλινών στην περιοχή, ούτε και να υπόκειται η περιοχή σε περιορισμούς. Προβλέπεται όμως μια εξαίρεση που αφορά στα μικρού μεγέθους κέντρα με δυναμικότητα μέχρι 150 συνέδρους, τα οποία επιχειρείται να δημιουργηθούν σε παραδοσιακά κτίσματα έπειτα από έγκριση καταλληλότητας και των αρχιτεκτονικών σχεδίων, σε ένα στάδιο, από τον ΕΟΤ. Στην περίπτωση αυτή βέβαια θα πρέπει να υπάρχει ο ανάλογος αριθμός κλινών σε καταλύματα στην ευρύτερη περιοχή.

4.2.2 Έγκριση ίδρυσης συνεδριακού κέντρου

Προκειμένου να χορηγηθεί η άδεια ίδρυσης ενός συνεδριακού κέντρου, είναι απαραίτητη η έγκριση του Ε.Ο.Τ. ως προς τη σκοπιμότητα της δημιουργίας του, την καταλληλότητα του οικοπέδου στο οποίο θα ανεγερθεί και την αρτιότητα της αρχιτεκτονικής μελέτης (Κοινή υπουργική απόφαση 23908/9.4.91/ΦΕΚ 208/Β).

Όσον αφορά το πρώτο στάδιο, δηλαδή την έγκριση σκοπιμότητας, η διαδικασία είναι διαφορετική ανάλογα με το εάν χρειάζεται ή όχι προέγκριση χωροθέτησης.

Στη μεν περίπτωση κατά την οποία πρόκειται να ανεγερθεί σε περιοχή για την οποία δεν χρειάζεται προέγκριση χωροθέτησης, ο ενδιαφερόμενος ακολουθεί μόνον την απαραίτητη για την έγκριση της σκοπιμότητας, υποβάλλοντας στην αρμόδια Διεύθυνση του Ε.Ο.Τ. τοπογραφικό διάγραμμα. Το διάγραμμα αυτό θα πρέπει να έχει προηγουμένως θεωρηθεί από την αρμόδια πολεοδομική υπηρεσία σχετικά με τη δυνατότητα δημιουργίας συνεδριακού κέντρου, σύμφωνα με τις χρήσεις γης που έχουν θεσμοθετηθεί για την περιοχή. Παράλληλα υποβάλλεται και μια τεχνική έκθεση που αφορά συγκεκριμένα στοιχεία.

Εάν όμως το συνεδριακό κέντρο πρόκειται να ανεγερθεί σε περιοχή για την οποία απαιτείται προέγκριση χωροθέτησης, ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει να υποβάλει στην αρμόδια υπηρεσία του Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. πλήρη φάκελο με τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για τη χωροθέτηση ξενοδοχειακών μονάδων μαζί με μία τεχνική έκθεση. Ταυτόχρονα υποβάλλει και την έγκριση του Ε.Ο.Τ. όσον αφορά στη σκοπιμότητα δημιουργίας του συνεδριακού κέντρου.

Η έγκριση σκοπιμότητας, που φέρει την υπογραφή του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ., αποτελεί προϋπόθεση της έγκρισης καταλληλότητας του οικοπέδου ή του γηπέδου.

Στο δεύτερο στάδιο, της έγκρισης της καταλληλότητας του οικοπέδου, ακολουθείται η διαδικασία που προβλέπεται γενικά για τουριστικές εγκαταστάσεις. Υποβάλλεται, δηλαδή, πλήρης φάκελος με τα απαραίτητα δικαιολογητικά, όπως τοπογραφικά διαγράμματα φωτογραφίες, τεχνική έκθεση, βεβαιώσεις διάφορες από συναρμόδιους φορείς κ.λπ. Η έγκριση αυτή ισχύει για δύο χρόνια.

Το τρίτο στάδιο, συνίσταται στην έγκριση της αρχιτεκτονικής μελέτης, για την οποία υποβάλλεται και πάλι σειρά διάφορων δικαιολογητικών και η οποία ισχύει για τέσσερα χρόνια.

Αν εν τω μεταξύ έχει εκδοθεί οικοδομική άδεια, η διάρκεια της ισχύος της έγκρισης του Ε.Ο.Τ. ακολουθεί τη διάρκεια ισχύος της. Αν όμως μετά την παρέλευση της τετραετίας δεν έχει εκδοθεί οικοδομική άδεια ή, αν έχει εκδοθεί έχει μείνει ανεκτέλεστη ή έχει λήξει, απαιτείται ανανέωση των εγκρίσεων του Ε.Ο.Τ., σύμφωνα με τους όρους δόμησης και τις προδιαγραφές που θα ισχύουν όταν θα αιτείται η ανανέωση.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι προδιαγραφές που προβλέπονται όσον αφορά τα κτίρια, τις ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, αλλά κυρίως την ακουστική του χώρου, είναι εξαιρετικά λεπτομερειακές.

4.2.3 Σχετικές Διατάξεις

Με την υπουργική απόφαση υπ' αριθμό 23908/9/4/91 Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.) που δημοσιεύθηκε στο υπ' αριθμό 208 Φύλλο της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, Τεύχος Β και συμπληρώθηκε με διόρθωση που δημοσιεύθηκε στο Φ.Ε.Κ. 298/Τεύχος Β/8.5.91 θεσμοθετήθηκαν ειδικές προδιαγραφές με στόχο την υπαγωγή τους στο καθεστώς του Ν. 1892/90 «για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη...». Οι λειτουργικές και τεχνικές προϋποθέσεις που καθορίστηκαν με τον τρόπο αυτό έχουν ως στόχο να διασφαλίσουν: α)τη χωροθέτηση των συνεδριακών κέντρων με κριτήρια την ικανοποιητική κάλυψη και στήριξη τους, από πλευράς, κοινωνικής υποδομής και εξοπλισμού, καθώς και ειδικής τουριστικής υποδομής και ανωδομής, β)την άρτια διάταξη και διαμόρφωση των χώρων τους για την κάλυψη των αναγκών των συγχρόνων συνεδρίων με βάση τη διεθνή εμπειρία, γ)την πληρότητα εγκαταστάσεων, υπηρεσιών και εξοπλισμού για την επιτυχή οργάνωση των συνεδρίων, δ)την ασφάλεια, τόσο των συνέδρων, όσο και του απασχολούμενου, στις υπηρεσίες των συνεδριακών κέντρων, προσωπικού.

Στις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, κατά τον Ν. 2160/93 άρθρο 2 παράγραφος 3, συμπεριλαμβάνονται «τα συνεδριακά κέντρα, τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα ιππικού τουρισμού, τα αεροθεραπευτήρια και υδροθεραπευτήρια, οι ειδικές εγκαταστάσεις αυτών, όπως καταλύματα, χώροι άθλησης...». Είναι φανερό ότι η απαρίθμηση αυτή, αντίθετη με άλλες διατάξεις της ισχύουσας νομοθεσίας (π.χ. τεχνικές προδιαγραφές ΕΟΤ ή νομοθεσία περί ναυλομεσητικών γραφείων κ.λ.π.) δε βασίζεται σε συγκεκριμένα και ενιαία κριτήρια και είναι ανομοιογενής. Άλλωστε, η συγκεκριμένη διάταξη δεν περιέχει ορισμό των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής με συγκεκριμένα συστατικά στοιχεία, από τον οποίο να προκύπτει για ποιους λόγους υιοθετείται αυτή η απαρίθμηση. Η απαρίθμηση πάντως που περιλαμβάνει η παρ. 3 του αρθρ. 2 του Ν. 2160/93 συγχέει και εξομοιώνει, καθώς και τις χαρακτηρίζει ως μορφές εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, ετερόκλητες εγκαταστάσεις ή τμήματα εγκαταστάσεων ή ακόμα και γνωστά τουριστικά επαγγέλματα, που δεν αποτελούν εγκαταστάσεις. Για τους παραπάνω λόγους, η απαρίθμηση της διάταξης αυτής δεν έχει μέχρι σήμερα υιοθετηθεί από τη θεωρία, τη διοικητική πρακτική του ΕΟΤ και τη τουριστική αγορά και ως αποτέλεσμα της μη υιοθέτησής της, οι έννομες συνέπειες, που η ίδια η διάταξη προβλέπει, δεν έχουν εφαρμογή σε όλες τις απαριθμούμενες μορφές εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων.

Στην αρχή της παραπάνω διάταξης ορίζεται ότι «κάθε μορφή τουρισμού, όπως, για παράδειγμα, ο συνεδριακός, θαλάσσιος, κ.α. υπάγεται στην αρμοδιότητα του ΕΟΤ» και πως η διαπίστωση αυτή θα μπορούσε να εκληφθεί ότι, έμμεσα, υποδεικνύει το κριτήριο χαρακτηρισμού των εγκαταστάσεων ως ειδικής τουριστικής υποδομής. Υποδεικνύει δηλαδή ως ειδοποιό διαφορά, την κάλυψη των αναγκών των θεματικών μορφών τουρισμού, εάν η, κατά τα παραπάνω, απαρίθμηση εγκαταστάσεων, που ακολουθεί, αμέσως μετά, δεν παραγνώριζε πλήρως το κριτήριο αυτό.

Σήμερα, η εγκυρότερη απαρίθμηση μορφών εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής περιλαμβάνεται στον αναπτυξιακό νόμο (Ν. 1892/90). Η απαρίθμηση αυτή περιλαμβάνει: τα συνεδριακά κέντρα, τις μαρίνες, τα γήπεδα γκολφ, τα κέντρα θαλασσοθεραπείας κ.α. Από τις παραπάνω λειτουργικές μορφές εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, λεπτομερείς προδιαγραφές, υφίστανται σήμερα για τις μαρίνες. Ακόμη, με κοινές αποφάσεις των συναρμόδιων υπουργών, έχουν θεσπιστεί λεπτομερείς τεχνικές προδιαγραφές μόνο για τα συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ κ.ά., που ισχύουν, όμως, μόνο για τις εγκαταστάσεις αυτές που πρόκειται να υπαχθούν στα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου.

Αξίζει να σημειωθεί και το Φ.Ε.Κ. 2202/22.12.99, Υπουργική Απόφαση Τ/4486/3.12.99, που παρουσιάζει τις προϋποθέσεις χορήγησης ειδικού σήματος λειτουργίας σε επιχειρήσεις Συνεδριακών Κέντρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.1 Το μέγεθος της Συνεδριακής αγοράς – Διεθνής κατάσταση

Τα τελευταία χρόνια, με την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, την ανάπτυξη των πολιτιστικών δεσμών μεταξύ των χωρών και την ευρύτερη οικονομική ενοποίηση παρατηρείται αλματώδης ανάπτυξη του θεσμού των συνεδρίων. Παράλληλα, η εμφάνιση νέων αγορών, αλλά και η πύκνωση των εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών, δίνουν νέα διάσταση στον θεσμό.

Σε παγκόσμιο επίπεδο η συνεδριακή δραστηριότητα αναπτύσσεται με χαμηλούς ρυθμούς (1-2%). Οι κύριες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών διεθνώς είναι οι διάφορες κατηγορίες οργανώσεων/σωματείων που καλύπτουν το 65-75% της συνολικής κίνησης συνέδρων και οι μεγάλες οργανωμένες επιχειρήσεις που καλύπτουν το 25-35% της συνολικής κίνησης συνέδρων.

Από τα 1-1,5 δις των ανθρώπων που κάνουν παγκοσμίως κάθε χρόνο τουρισμό τα 400-600 εκατομμύρια εμπλέκονται στον επαγγελματικό τουρισμό δίδοντάς του την πρώτη θέση μεταξύ όλων των μορφών τουρισμού στον ετήσιο ρυθμό μεγέθυνσης κατά τα τελευταία 40 χρονιά (Chon and Weber 2002).

Ο επαγγελματικός τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ουσιαστική στήριξη της Εθνικής Οικονομίας. Ανήκει σε αυτά τα είδη του θεματικού τουρισμού που αφορούν σε επισκέπτες υψηλού οικονομικού, μορφωτικού και κοινωνικού επιπέδου και κατ' επέκταση, μπορεί να αποφέρει σημαντικές εισροές σε μια χώρα.

Κάθε τρίτο επαγγελματικό ταξίδι στην Ευρώπη, έχει αφορμή ένα συνέδριο. Οι πελάτες αυτοί, πραγματοποιούν ετησίως κατά μέσο όρο, 48 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις και κλείνουν 8 εκατομμύρια αεροπορικά εισιτήρια (Lowson, 2000).

Οι μεγάλες Ευρωπαϊκές χώρες που διαθέτουν διεθνή αυτόνομα συνεδριακά κέντρα είναι οι εξής: Ιταλία 5, Ισπανία 3, Ισραήλ 2, Πορτογαλία 2, Γαλλία 5, Γερμανία 6, Ελβετία 3, Ολλανδία 2, Αυστρία 2, Μεγάλη Βρετανία 6, Σουηδία 1, Δανία 1.(WTTC).

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή πρακτική του συνεδριακού τουρισμού, το 30% διανέμεται σε συνέδρια των 1.500 ατόμων, το 27% της αγοράς καλύπτουν συνέδρια μέχρι 5.000 άτομα και

συνέδρια των 10.000 ατόμων που αγγίζουν το 20% της αγοράς και μόνο το 23% της αγοράς διανέμεται σε συνέδρια άνω των 10.000 ατόμων (Chon and Weber 2002).

Τα συνέδρια είναι επαναλαμβανόμενα, με τάση ετήσιας αναδιοργάνωσης. Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA, (www.iccaworld.com) τα περισσότερα, συνέδρια διοργανώνονται Μάιο (13,4%), Ιούνιο (16,8%), Σεπτέμβριο (18,8%) και Οκτώβριο (6,6%). Η λιγότερο δημοφιλής εποχή των συνεδρίων είναι η περίοδος από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο καθώς επίσης και οι δυο τελευταίοι μήνες του έτους. Πάντως, ο Ιούλιος και ο Αύγουστος θεωρούνται ως οι κατ'εξοχήν ακατάλληλοι μήνες για συνέδρια. Αυτό γίνεται εύκολα κατανοητό αρκεί να αναλογιστεί κανείς τα προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός κατά τους θερινούς μήνες, ποσό μάλλον στην περίπτωση που ενισχυθεί και υπερφορτωθεί από τον συνεδριακό. Συμπερασματικά την άνοιξη και το φθινόπωρο γίνονται το 74% των συνεδρίων ενώ μόνο το 21% γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα. Τα μισά διεθνή συνέδρια (40-45%) πραγματοποιούνται σε συνεδριακά κέντρα, το 36% σε ξενοδοχεία και το 19% σε πανεπιστήμια. Όσον αφορά το αντικείμενο των συνεδρίων επικρατούν τα ιατρικά συνέδρια, τα επιστημονικά συνέδρια και τα συνέδρια τεχνολογίας (Chon and Weber 2002).

Στατιστικά, η ήπειρος που φιλοξενεί κάθε χρόνο τα περισσότερα διεθνή συνεδρία είναι η Ευρώπη, η αντίστοιχη χώρα είναι οι Η.Π.Α. και η αντίστοιχη πόλη η Βαρκελώνη. Στο σύνολο των συνεδρίων η πρώτη χώρα είναι οι Η.Π.Α. όπου κάθε χρόνο γίνονται 20.000 συνέδρια διαφόρων τύπων τα οποία παρακολουθούνται από 10 εκατομμύρια ανθρώπους. Ακολουθεί η Γερμανία, η Ισπανία ενώ η Ελλάδα καταλαμβάνει την 21^η θέση.

Στις χώρες της Ευρώπης έχουμε στην πρώτη θέση την Γερμανία, Ισπανία, Γαλλία, τη Μεγάλη Βρετανία, την Ιταλία και τις Κάτω χώρες, ενώ η Ελλάδα από την 15^η ανέβηκε στην 13^η θέση. Η Βαρκελώνη βρίσκεται στην πρώτη θέση των πόλεων με την μεγαλύτερη συνεδριακή κίνηση, ενώ ακολουθεί η Σιγκαπούρη και στην τρίτη θέση έρχεται η Βιέννη. Η Αθήνα βελτιώνει διαρκώς την θέση της καταλαμβάνοντας την 22^η θέση παγκοσμίως. Η Ισπανία είναι η μόνη χώρα που έχει δυο προορισμού στην παγκόσμια κατάταξη, την Βαρκελώνη και την Λισαβόνα. Στην Ευρώπη η Βαρκελώνη αναδεικνύεται πρώτη και ακολουθούν η Βιέννη, το Βερολίνο, το Παρίσι, και η Κοπεγχάγη. Η Αθήνα φτάνει την 16^η θέση. (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ).

Με βάση τα δηλωμένα η εικόνα για τα κλεισμένα συνέδρια μέχρι το 2016 διαμορφώνεται ως εξής: εικόνα μέχρι το 2016 διαμορφώνεται ως εξής: Η.Π.Α και Γερμανία καταλαμβάνουν αντίστοιχα την πρώτη και δεύτερη θέση στη λίστα των κορυφαίων χωρών για τα μελλοντικά συνέδρια από 2005 σε 2016. Καναδάς, Κίνα χώρες από τις οποίες καμία δεν περιλαμβάνεται στις κο-

ρυφαίες δέκα το 2004, είναι αντίστοιχα ο 8ος και 10ος συνεδριακός προορισμός. Έτσι μέχρι στιγμής διαμορφώνεται σειρά ΗΠΑ, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Ισπανία, Αυστρία, Καναδάς, Ιαπωνία, Κίνα. Η Ελλάδα καλυτερεύει πάλι τη θέση της, 17η.

Όσον αφορά τις πόλεις η Κοπεγχάγη 7η στην ταξινόμηση των αριθμών συνεδρίων κατά το 2004, έχει τον υψηλότερο αριθμό για συνεδρία το 2016 ακολουθούμενη στενά από την Βαρκελώνη. Το Πεκίνο από 10η θέση το 2004 ανεβαίνει στην 5η θέση μαζί με το Βερολίνο, το Σίδνεί μπαίνει επίσης στις πρώτες δέκα, η Αθήνα πίσω από την Κωνσταντινούπολη στη δέκατη έκτη θέση, μαζί με τη Λισαβόνα που χάνει επί του παρόντος έδαφος. Έτσι έχουμε τη σειρά Κοπεγχάγη, Βαρκελώνη, Βιέννη, Παρίσι, Βερολίνο, Πεκίνο, Πράγα, Χονγκ Κονγκ, Σίδνεί, Άμστερνταμ, Σεούλ, Κέηπ Τάουν, Μελβούρνη (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ).

Όσον αφορά στη διάρκεια των συνεδρίων, οι παγκόσμιες στατιστικές δείχνουν ότι το 9% των συνεδρίων διαρκεί 1 μέρα, το 39% διαρκεί 2-3 μέρες, το 42% διαρκεί 4-5 μέρες, ενώ το 10% διαρκεί από 6-8 μέρες. Όσον αφορά στη συχνότητα των συνεδρίων, έχει υπολογισθεί ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, το 25% γίνονται κάθε 3, 4 ή 5 χρονιά και το 10% γίνονται 1 φορά και δεν επαναλαμβάνονται.

Τα μεγέθη συνεδρίων ποικίλουν ως εξής: μικρά συνέδρια από 200-500 σύνεδρους, μεσαία συνέδρια από 501-1.200 σύνεδροι και μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 1.201-3.000 σύνεδροι (Κοινή υπουργική απόφαση 23908/9.4.91/Φ.Ε.Κ. 208/Β).

5.2 Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Μεσογειακής Αγοράς

Οι μεσογειακές χώρες αποτελούν παραδοσιακούς προορισμούς, τόσο για τους ευρωπαίους, όσο και για τους υπερπόντιους τουρίστες. Η γενικά, ανοδική πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα πραγματοποιείται λοιπόν σε ένα γεωγραφικό χώρο, όπου αναπτύσσονται ισχυρές ανταγωνιστικές δυνάμεις.

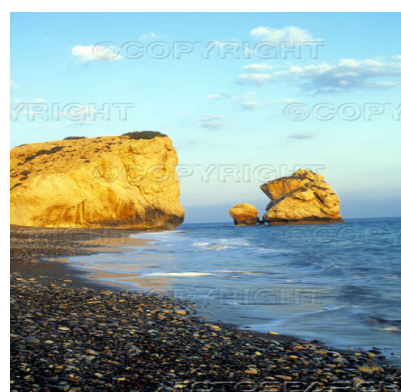
Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι περιορισμένη και «απειλείται» σταθερά από α) τη διεύρυνση της ζήτησης των εκτός Ε.Ε. μεσογειακών προορισμών (Τουρκία, Ισραήλ, Αίγυπτο, Κύπρο, Τυνησία, Μαρόκο κ.ά.), που διαθέτουν παρόμοιο αλλά και «φθηνότερο» τουριστικό προϊόν, β) την κυριαρχία των παραδοσιακών ευρωπαϊκών-μεσογειακών προορισμών (Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία κ.ά.), που διαθέτουν τουριστικό προϊόν υψηλότερου επιπέδου και σαφώς πιο διαφοροποιημένο και γ) την άνοδο των μακρινών προορισμών στη διεθνή τουριστική αγορά.

Οι πόροι που μπορεί να εκμεταλλευτεί η Ελλάδα είναι κυρίως ο ελληνικός πολιτισμός, πολλά από τα μνημεία του οποίου έχουν μια μοναδική πανανθρώπινη αξία, αλλά και οι ανεκμετάλλευτοι φυσικοί πόροι, τα τοπία, οι περιοχές οικολογικού ενδιαφέροντος, οι ορεινοί όγκοι, τα ποτάμια και οι λίμνες, ο νησιωτικός χαρακτήρας. Η προοπτική της βιώσιμης αξιοποίησης των πόρων αυτών μέσω του τουρισμού, είναι η μόνη απάντηση στο πρόβλημα της μειωμένης ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (Χρήμα και Τουρισμός, 2001).

Ορισμένα χαρακτηριστικά από τους ανταγωνιστές της Ελλάδας αναφέρονται παρακάτω.

ΚΥΠΡΟΣ

Το φυσικό περιβάλλον σε συνδυασμό με την παράδοση και τις σύγχρονες υπηρεσίες, προσφέρουν στον επισκέπτη ένα φάσμα επιλογών. Περισσότερα από εξήντα ξενοδοχεία καθώς επίσης και το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο, είναι σε θέση να καλύψουν κάθε ζήτηση και να συμβάλλουν στον άριστο σχεδιασμό προγραμμάτων για συνέδρια. Σαράντα οκτώ ταξιδιωτικά γραφεία διοργανώνουν με επιτυχία, τόσο μικρής, όσο και μεγάλης εμβέλειας συνέδρια (Τσεκούρας, 1991).



Στη Κύπρο φιλοξενούνται, κάθε χρόνο, πάνω από 600 συνέδρια και ταξίδια κινήτρων. Την προώθηση του τουρισμού έχει αναλάβει ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού στη Λευκωσία.

Οι πόλεις που προτιμούνται είναι η Λεμεσός, η Πάφος, η Λάρνακα, η Αγία Νάπα, η Λευκωσία, η Τρόδος.

ΓΑΛΛΙΑ

Κυριότερα χαρακτηριστικά της χώρας αυτής είναι η ιστορική και η πλούσια γαστριμαργική της παράδοσή της, καθώς και η έντονη καλλιτεχνική της δημιουργία (θέατρο, όπερα, μπαλέτα κ.ά.). Είναι πασίγνωστη, εδώ και αρκετά χρόνια, για τους έντονους ρυθμούς ζωής της, σε συνδυασμό με το άρτιο συγκοινωνιακό της δίκτυο.

Επίσημος οργανισμός για την προβολή και προώθηση του τουρισμού στη Γαλλία και στο εξωτερικό αποτελεί το Maison de la France, το οποίο ελέγχεται από τον Υπουργό Τουρισμού. Παράλληλα, υπάρχουν οι περιφερειακές υπηρεσίες για τον τουρισμό, που ασχολούνται με θέματα που άπτονται του τουριστικού περιεχομένου. Ονομάζονται Comites Regionales du Tour-

isme και ανέρχονται σε είκοσι δυο, όσες είναι και οι περιφέρειες της Γαλλίας. Όσον αφορά στους νομούς της χώρας, υπάρχουν επιτροπές οι Comites Departmentale du Tourisme, οι ο-



ποίες ανέρχονται σε ογδόντα οκτώ, όσοι είναι και οι νομοί. Οι περιφέρειες, όσο και οι νομοί, χρηματοδοτούν τις αντίστοιχες υπηρεσίες και επιτροπές, διοργανώνουν τις εκθέσεις, τα συνέδρια, τις επισκέψεις και τη διαφήμιση του συνεδριακού τουρισμού, ώστε να γίνει ανταγωνιστικό το προϊόν που προσφέρουν, δίνοντας έμφαση στη φήμη του προορισμού της Γαλλία, ως συνεδριακού προορισμού (Τσεκούρας, 1991).

Παράλληλα, υπάρχουν Γραφεία Οργανώσεων (Convention Bureau) σε κάθε μεγάλη πόλη, που στηρίζουν την προβολή του συνεδριακού/ εκθεσιακού τουρισμού, καθώς επίσης και την όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτηση των συνέδρων/ εκθετών και συνοδών τους. Τα Γραφεία αυτά τα συναντάμε και σε τοπικό, νομαρχιακό και περιφερειακό επίπεδο, όπου συνεργάζονται με τα Γραφεία Τουρισμού.

Οι κυριότερες συνεδριακές πόλεις της Γαλλίας είναι το Παρίσι, η Νάντη, η Λίλ, οι Κάννες, η Ντιζόν, το Μονπελλιέ, η Νίκαια, η Ορλεάνη, το Στρασβούργο κ.α.

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Μια από της χώρες της Μεσογείου που χαρακτηρίζεται από έντονους ρυθμούς ζωής. Στην Πορτογαλία λειτουργεί το Γραφείο Οργάνωσης Συνεδριών στην Λισσαβόνα σε συνεργασία με την πορτογαλική αεροπορική εταιρία TAP και τη συμμετοχή ξενοδόχων, σιδηροδρόμων της Πορτογαλίας, του Εμπορικού Επιμελητηρίου και του Συνδέσμου Ταξιδιωτικών Γραφείων της Πορτογαλίας. Το πρόγραμμα SIFIT I και II (Sistema de Incentivos Financierios ao Investimento no Turismo) προέβλεπε χρηματοδότηση 45% για το εσωτερικό της χώρας, για δημιουργία συνεδριακής υποδομής σε ξενοδοχεία και 25% αντίστοιχα, για τις παραλιακές περιοχές. Ο Κρατικός Φορέας για την προώθηση των επενδύσεων στην Πορτογαλία παρουσιάζει ένα σύστημα χρηματικών κινήτρων που ενθαρρύνει, τόσο τις τοπικές, όσο και τις ξένες επενδύσεις, στην ανάπτυξη της υποδομής της (ΕΤΑ Α.Ε, 2002).



ΙΣΡΑΗΛ

Το χαρακτηριστικότερο της χώρας αποτελεί ο θρησκευτικός θησαυρός και τα μνημεία της. Με θέματα τουρισμού ασχολείται το Υπουργείο Τουρισμού του Ισραήλ ενώ είναι μέλος του



European Federation of Conference Towns. Το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο της Ιερουσαλήμ (Jerusalem International Conference Center) με δράση πολύ σημαντική, προσδίδει στη χώρα μια ξεχωριστή «γραμμή» για τη διοργάνωση των συνεδρίων. Η χωρητικότητα του ανέρχεται σε 10.000

συνέδρους και περιλαμβάνει είκοσι επτά αίθουσες (ETA A.E, 2002).

ΤΟΥΡΚΙΑ

Χαρακτηριστικά της χώρας αποτελούν ο πολιτιστικός θησαυρός και τα μνημεία της σε συνδυασμό με τη ζωή «ανατολής και δύσης».

Το Υπουργείο Τουρισμού Τουρκίας που πιστοποίησε το Έβδομο Αναπτυξιακό Σχέδιο Α-



νάπτυξης, έδωσε έμφαση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, στην προώθηση και διαφήμιση του στο εξωτερικό, σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού ώστε να αναπτυχθεί ο τουρισμός τη χειμερινή περίοδο, μειώνοντας την τουριστική εποχικότητα. Έχει κατορθώσει να εφαρμόσει μια σειρά μέτρων, όπως

πιστοποιήσεις γραφείων, ίδρυση και λειτουργία γραφείων που οργανώνουν τον επαγγελματικό τουρισμό (Τσεκούρας, 1991).

Στους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς συγκαταλέγονται η Σμύρνη, η Κωνσταντινούπολη, ο Μαρμαράς, η Άγκυρα.

Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, έχει απεριόριστες δυνατότητες να διαφοροποιήσει και να ενισχύσει τη θέση της στη διεθνή αγορά, εκμεταλλευόμενη τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της, δηλαδή τους τουριστικούς της πόρους, που την κάνουν να ξεχωρίζει από τους άλλους μεσογειακούς προορισμούς και μπορούν να εξασφαλίσουν ένα σταθερό μέλλον.

5.3 Η Συνεδριακή αγορά στην Ελλάδα

Η χώρα μας μέχρι πρόσφατα αν και είχε όλες τις προϋποθέσεις να γίνει ένας καταξιωμένος συνεδριακός προορισμός (κλίμα, μνημεία, φυσικές ομορφιές,) όμως:

α. η έλλειψη της κατάλληλης υποδομής,

β. η έλλειψη επαγγελματισμού, που στο συνεδριακό τουρισμό δε συγχωρείτε καθώς οι συμμετέχοντες προέρχονται κατά κανόνα από τα υψηλότερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα

γ. στερεότυπα που έχουν διαμορφωθεί εδώ και δεκαετίες και η αντίληψη που κυριαρχεί στο εξωτερικό, ότι η Ελλάδα σημαίνει (κυρίως) "ήλιος, θάλασσα και μνημεία"

αποτελούσαν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού.

Η Ελλάδα, που ως γνωστό θέλει να υπερηφανεύεται για τα αποτελέσματα και την ανάπτυξη του τουριστικού της προϊόντος, έχει πλήρως αγνοήσει τις προοπτικές και τη δυναμική του Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού.

Η ελληνική αγορά συνεδριακού τουρισμού άρχισε να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη τα τελευταία χρόνια. Αυτό οφείλεται στο αυξημένο ενδιαφέρον των ξένων οργανισμών, που επιλέγουν την Ελλάδα ως τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων τους. Σημαντικό πρόβλημα που παρατηρείται στην ελληνική συνεδριακή αγορά είναι η έλλειψη οργανωμένων συνεδριακών κέντρων και η έλλειψη ιδιαίτερα οργανωμένων γραφείων (Convention Bureau) στους διάφορους συνεδριακούς προορισμούς, γεγονός που δυσχεραίνει την προώθηση του συνεδριακού προϊόντος στη χώρα μας και στο εξωτερικό (Χρήμα και Τουρισμός, 2002). Η μέχρι σήμερα εμπειρία δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο κύκλος εργασιών των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και όχι παρά τη διεθνή ύφεση, η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό αυξάνεται σε αντίθεση με τον γενικό τουρισμό που μειώνεται.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δίνει τη δυνατότητα στους τουριστικούς προορισμούς/ περιοχές να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και να αυξήσουν τα έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Ακόμα, στις συνεδριακές δραστηριότητες απαιτείται και η παροχή συγκεκριμένων εξειδικευμένων υπηρεσιών για την ικανοποίηση των συνεδριακών αναγκών (μεταφράσεις, σχεδιασμοί και παραγωγή εντύπων, οπτικοακουστικά, γραμματειακή υποστήριξη κ.λπ., καθώς και υψηλής ποιότητας τυπικών τουριστικών υπηρεσιών. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί τη βασική πηγή για επαναδραστηριοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών

στα μεγάλα αστικά κέντρα, γεγονός που ενισχύει τη διαδικασία της τουριστικής αστικοποίησης (Λαγός, 2001).

Στην Ελλάδα υπάρχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα σε φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, σε υποδομές που διαμορφώνουν την τουριστική της εικόνα και στηρίζουν την τουριστική επιχειρηματικότητα του συνεδριακού τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα αυτά ενισχύουν σταθερά την τουριστική δραστηριότητα και δημιουργούν εισόδημα, συνάλλαγμα και απασχόληση. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα που έχει η χώρα μας για τη διενέργεια συνεδριακού τουρισμού είναι τα ακόλουθα:

- Η χώρα μας διαθέτει άριστες κλιματολογικές συνθήκες και πληθώρα αξιοθέατων, ιστορία, κληρονομιά και παράδοση που λίγοι διαθέτουν. Αυτό αποτελεί σημαντικό κίνητρο για τη διοργάνωση ενός συνεδρίου, διότι πέραν της τυπικού λόγου οργάνωσης των συνεδρίων είναι και η παροχή υπηρεσιών αναψυχής και ψυχαγωγίας στους συνέδρους, το οποίο αποτελεί ουσιαστικό στοιχείο του συνεδριακού προϊόντος ή πακέτου.
- Τα συνέδρια μπορούν να διεξαχθούν κυρίως σε αστικά κέντρα όπου υπάρχουν οι ανάλογες υποδομές απ' όπου ο σύνεδρος μπορεί να επισκεφθεί ατομικά ή ομαδικά ενδιαφέρουσες περιηγητικές προτάσεις. Αυτό συνδέεται άμεσα και με την περιφερειακή ανάπτυξη. Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην ισόρροπη ανάπτυξη των Περιφερειών, καθ' ότι αποτελεί ένα χρυσοφόρο προϊόν.
- Έχει ικανοποιητική υποδομή σε επαγγελματικές εταιρίες οργάνωσης συνεδρίων, καθώς επίσης και σε εταιρίες υπηρεσιών μετάφρασης και διερμηνείας.
- Υπάρχουν 1.121 ξενοδοχεία με συνεδριακούς χώρους που αποτελούν ικανοποιητική υποδομή προκειμένου η χώρα μας να μπορέσει να φιλοξενήσει στο μέλλον περισσότερα συνέδρια.

Τα κυριότερα μειονεκτήματα που έχει η χώρα μας για τη διενέργεια συνεδριακού τουρισμού είναι τα ακόλουθα (Σακελαρίου, 1999).

- Η γενική τουριστική υποδομή δεν είναι ικανοποιητική. Δεν υπάρχει οδικό δίκτυο καλό σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς της χώρας που έλκουν τουρίστες. Ιδιαίτερα κατά τους χειμερινούς μήνες υπάρχει δυσκολία στην προσφορά επαρκών υπηρεσιών.
- Οι κατάλληλοι χώροι για συνέδρια δυναμικότητας 500 και άνω ατόμων είναι περιορισμένοι.
- Ελάχιστα είναι τα ξενοδοχεία που μπορούν να προσφέρουν ταυτόχρονα συνεδριακή υποδομή και διευκολύνσεις πολλών αστερών.

Τα συνέδρια που γίνονται στη χώρα μας παρουσιάζουν τα ακόλουθα κύρια χαρακτηριστικά (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 1999).

Διάρκεια συνεδρίων: Μικρής διάρκειας 3 μέρες, μεγάλης διάρκειας 5 μέρες.

Κατανομή των πραγματοποιημένων συνεδρίων: διεθνή 30%, εθνικά 70%.

Μέγεθος των συνεδρίων: Μέσο μέγεθος περίπου 170 άτομα.

Υφιστάμενη προσφορά συνεδριακών χώρων και κέντρων χώρων: Χώροι πολλαπλών χρήσεων. Η ανυπαρξία κατάλληλης συνεδριακής υποδομής για υποδοχή μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων είναι φανερή. Όσον αφορά την πλειοψηφία των συνεδριακών χώρων είναι συγκεντρωμένη στις περιοχές της Αττικής, της Θεσσαλονίκης και της Κρήτης.

Τα εθνικά συνέδρια μεγέθους 250-700 ατόμων καλύπτουν το 70% του αριθμού των συνεδρίων.

Το τυπικό ελληνικό συνέδριο έχει μέση διάρκεια 3-4 ημερών, περιλαμβάνει περί τους 250 συμμετέχοντες και αποτελείται από μια σύνθεση της τάξης του 25% αλλοδαπών και 75% Έλληνες.

Τα συνέδρια χαρακτηρίζονται από μια εποχικότητα. Περίοδος αιχμής είναι το τρίμηνο Απριλίου - Ιουνίου (40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου - Σεπτεμβρίου (35%) και το τρίμηνο Οκτωβρίου - Δεκεμβρίου (15%).

Στην Ελλάδα σήμερα (Στατ. Στοιχεία μέχρι Σεπτέμβριος, 2004), υπάρχουν 1.121 ξενοδοχεία σε ολόκληρη τη χώρα, από τα οποία τα 806 διαθέτουν συνεδριακούς χώρους, τα 202 διαθέτουν και συνεδριακό κέντρο και 13 που διαθέτουν μόνο συνεδριακό κέντρο

Η έλλειψη μεγάλων συνεδριακών εγκαταστάσεων είναι εμφανής και η κατασκευή τους εκτιμάται ότι θα προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό συνεδριακών εκδηλώσεων και θα καταστήσει το συνεδριακό προϊόν της Ελλάδας ανταγωνιστικό σε σχέση με τους άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς (Λαζανά, 2003).

Πέραν της παραπάνω ξενοδοχειακής συνεδριακής υποδομής, υπάρχουν και 15 αυτοτελή (εκτός ξενοδοχείων) συνεδριακά κέντρα συνολικής χωρητικότητας 14.000 συνέδρων. Σ' αυτά πρέπει να προστεθούν 27 συνεδριακοί χώροι, επίσης εκτός ξενοδοχείων, που μπορούν να φιλο-

ξενήσουν 13.000 συνέδρους. Έτσι, η συνολική προσφορά χώρων για συνεδριακές εκδηλώσεις είναι 180.000 περίπου θέσεις.

Οι περιοχές της Κ. Ελλάδας, της Κρήτης, της Κ. Μακεδονίας, της Πελοποννήσου, της Δωδεκανήσου συγκεντρώνουν σημαντικό αριθμό τουριστικών μονάδων, συνεδριακών χώρων και συνεδριακών κέντρων, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες, οι οποίες είτε υστερούν είτε στερούνται παντελώς σχετικών υποδομών. Βέβαια, το μεγαλύτερο βάρος των συνεδριακών υποδομών φέρουν, κατά πλειοψηφία, τα ξενοδοχεία της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (που έχουν μια μακρά παράδοση στη διοργάνωση και επιτυχή έκβαση συνεδριακών και εκθεσιακών δραστηριοτήτων). Αλλά και στην επαρχία (π.χ. Ρόδος, Κρήτη, Κέρκυρα, Χαλκιδική) υπάρχουν συνεδριακοί χώροι ικανοί να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των συμμετεχόντων και να προσφέρουν ικανοποίηση ακόμα και στους πιο απαιτητικούς συνέδρους.

Στην Ελλάδα πραγματοποιούνται ετησίως 12.000 -15.000 κάθε μορφής συνεδριακές εκδηλώσεις. Η Αθήνα συγκεντρώνει περίπου το 40% της συνολικής συνεδριακής κίνησης, ενώ σημαντικά μερίδια έχουν η Κρήτη, η Δωδεκάνησος και η Μακεδονία. Η πλειονότητα των συνεδριακών κέντρων είναι χωρητικότητας 150-300 ατόμων. Οι πόλεις με την υψηλότερη κάλυψη σε ξενοδοχειακά συνεδριακά κέντρα είναι η Αθήνα, η Ρόδος, η Θεσσαλονίκη, το Ηράκλειο, η Μύκονος (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 1999).

Η πλειονότητα των συνεδριακών χώρων είναι χωρητικότητας 800-1.000 ατόμων. Ειδικότερα, οι συνεδριακοί χώροι:

- Στην κατηγορία χωρητικότητας 300 - 500 ατόμων και 500 -800 ατόμων σε πρώτη θέση βρίσκεται η Αττική.
- Στην κατηγορία χωρητικότητας 800 -1.000 ατόμων σε πρώτη θέση βρίσκεται η Χαλκιδική.
- Στην κατηγορία των 150-300 ατόμων η πλειονότητα είναι ξενοδοχεία Α' κατηγορίας
- Στην κατηγορία των 300-500 ατόμων η πλειονότητα είναι ξενοδοχεία πολυτελείας.
- Στις άλλες δύο κατηγορίες των 500-800 και 800-1.000 ατόμων κυριαρχούν τα ξενοδοχεία πολυτελείας

Η συνολική εικόνα που παρουσιάζει ο συνεδριακός τουρισμός στη χώρα μας, και ιδιαίτερα σε περιφερειακό επίπεδο, δεν είναι ικανοποιητική. Ωστόσο, εκτιμάται ότι υπάρχουν σημαντικές και εμφανείς αναπτυξιακές δυνατότητες τα προσεχή χρόνια.

Η παρέμβαση του κράτους για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θεωρείται περιορισμένη και μη αποτελεσματική. Η μόνη ουσιαστική παρέμβαση είναι η επιδότηση του κόστους κατασκευής συνεδριακών εγκαταστάσεων, στο πλαίσιο των επιχορηγήσεων και των επιδοτήσεων των αναπτυξιακών νόμων.

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί, αναμφίβολα, μια επικερδή ειδική μορφή τουρισμού. Η μέχρι σήμερα εμπειρία δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο κύκλος εργασιών τους από τους συνεδριακούς πελάτες τους ήταν διπλάσιο από τους άλλους πελάτες τους. Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δίνει τη δυνατότητα στους τουριστικούς προορισμούς / περιοχές να επιμηκύνουν την τουριστική τους περίοδο και να αυξήσουν τα έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών.

Ο συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει κατά μέσο όρο δύο φορές περισσότερα από τον απλό τουρίστα και αυτό όχι μόνο γιατί είναι άτομο το οποίο βρίσκεται σε καλή οικονομική κατάσταση, αλλά και γιατί μεγάλο μέρος των εξόδων του καλύπτεται όχι από τον ίδιο, αλλά από την επιχείρηση ή τον φορέα που εργάζεται. Ο συνεδριακός τουρισμός αναμένεται να επηρεάσει τη συνολική τουριστική κίνηση, καθ' ότι ο μικρός αριθμός των πρόσθετων επισκεπτών δύναται να αυξήσει σε ανάλογη και σε μεγαλύτερη έκταση την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων. Βασική προϋπόθεση για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι η ποιοτική αναβάθμιση των συνεδριακών εγκαταστάσεων και η μετακίνηση της συνεδριακής δραστηριότητας σε περιφερειακό επίπεδο για τη διενέργεια ειδικών ή θεματικών συνεδρίων που συνδέονται με την τοπικότητα (Λούκης, 2002).

Διαπιστώνεται ότι η χώρα μας δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε συνεδριακά κέντρα μεγάλης χωρητικότητας σε σχέση με άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς (π.χ. Γαλλία, Γερμανία, Ισπανία, Μ. Βρετανία). Τέλος, ο συνεδριακός τουρισμός κινητοποιεί και δραστηριοποιεί μια ευρεία γκάμα επιχειρήσεων που σχετίζονται, άμεσα ή έμμεσα, με την τουριστική βιομηχανία, δηλαδή τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις γραφεία ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού κ.ά. που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη. Κύριο χαρακτηριστικό της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι η αφύπνιση του ενδιαφέροντος, τόσο των κρατικών φορέων όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και οι επενδύσεις σε έρ-

γα υποδομής που σχετίζονται γενικά με τον επαγγελματικό τουρισμό, όπως ίδρυση συνεδριακών και εκθεσιακών κέντρων, η βελτίωση του ήδη υπάρχοντος οπτικοακουστικού εξοπλισμού κ.ά.

Για την καλύτερη και ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, προτείνονται τα ακόλουθα μέτρα τουριστικής πολιτικής:

✓ Να δημιουργηθεί θεσμικό πλαίσιο για την πιστοποίηση των γραφείων τουρισμού που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, είτε αυτά λειτουργούν αυτοτελώς είτε ως τμήμα μιας τουριστικής επιχείρησης

✓ Να δημιουργηθεί ένας μη κερδοσκοπικός Οργανισμός Συνεδρίων και Φιλοξενίας (Convention Bureau) με περιφερειακή διάρθρωση. Αυτά τα γραφεία αποτελούν συνήθως μικτές επιχειρήσεις μεταξύ του Ε.Ο.Τ., της τουριστικής βιομηχανίας και του Εμπορικού Επιμελητηρίου. Είναι ευέλικτες μονάδες, και οι βασικές τους λειτουργίες είναι:

- Ο σχεδιασμός και η παραγωγή του απαραίτητου υλικού.
- Η συμμετοχή (σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ.) σε εμπορικές εκθέσεις.
- Η οργάνωση, ο συντονισμός και η εκτέλεση διαφόρων διαφημιστικών εκστρατειών για τη γνωστοποίηση του συνεδριακού τουριστικού προϊόντος στην ευρύτερη περιοχή που αντιπροσωπεύουν.
- Η αποτελεσματική βοήθεια στους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό για την εκτέλεση προγραμμάτων που έχουν εξασφαλίσει (συνέδρια, σεμινάρια).
- Η εκπαίδευση των τουριστικών παραγόντων στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και στις απαιτήσεις αυτού του είδους.

✓ Να εκδοθεί ένας επαγγελματικός οδηγός με πληροφορίες σχετικά με τα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα της περιοχής ή της χώρας, αλλά και με άλλες πληροφορίες που σχετίζονται με καταστήματα, με πληροφορίες για τον καιρό, μνημεία, μουσεία, όπερες, θεατρικές παραστάσεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.ά.

✓ Να δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων, είτε σε έντυπη είτε σε ηλεκτρονική μορφή, η οποία θα παρουσιάζει όλα τα στοιχεία που αφορούν σε συνέδρια /εκθέσεις, ανά είδος, χώρα, φορέα διοργάνωσης, αριθμό συμμετεχόντων, τόπο διεξαγωγής κ.ά. που θα αποτελεί ουσιαστικό και εύχρηστο εργαλείο για όλους όσους διοργανώνουν ή εξυπηρετούν συνέδρια, εκθέσεις και παρεμφερείς διοργανώσεις.

✓ Να υπάρξει δικτύωση του συνεδριακού δικτύου (ξενοδοχειακού, πανεπιστημιακού κ.λπ.) με το δίκτυο των πολιτιστικών πόλεων.

✓ Να γίνει χωροταξική κατανομή της συνεδριακής κίνησης κα σε περιοχές του ελλαδικού χώρου που έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα για ειδικές ή θεματικές συνεδριακές εκδηλώσεις, με την ενίσχυση της συνεδριακής υποδομής και σε μικρότερες κατηγορίες ξενοδοχείων ή σε αυτόνομα συνεδριακά κέντρα.

✓ Να εκσυγχρονιστούν οι υποδομές των τουριστικών επιχειρήσεων (κυρίως ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ΑΑ και Α κατηγορίας και τουριστικών γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων / εκθέσεων), ώστε να υπάρξει ποιοτική αναβάθμιση της ειδικής συνεδριακής υποδομής.

✓ Να γίνει ενημέρωση και επανακατάρτιση των εργαζομένων του συνεδριακού κλάδου με στόχο την εξοικείωση με τις πρακτικές που χρησιμοποιούνται σε άλλες χώρες.

✓ Να αναληφθεί πρωτοβουλία από τους φορείς του συνεδριακού κλάδου για την πραγματοποίηση έρευνας σε ελλαδικό επίπεδο, η οποία να απαντά σε συγκεκριμένα ερωτήματα που αφορούν τη συχνότητα των συνεδρίων, τον αριθμό των συμμετεχόντων, την ποσοστιαία συμμετοχή των συνοδών ατόμων στα συνέδρια, τις κτιριακές εγκαταστάσεις, κ.λ.π.

Είναι ίσως η πρώτη φορά που η συνεδριακή προοπτική για τη χώρα μας έχει μια δυναμική. Μια δυναμική που απορέει από την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και με καμία δύναμη δεν πρέπει να μείνει ανεκμετάλλευτη, όπως ανεκμετάλλευτη έμεινε η προολυμπιακή και η Ολυμπιακή περίοδος, όπου δεν έγινε καμία προσπάθεια για τον συνεδριακό τουρισμό. Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι ένα γεγονός διεθνούς εμβελείας, όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, συμβάλλει καταλυτικά στην προβολή ενός συνεδριακού προορισμού και την αύξηση συνεδρίων πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη διεξαγωγή του.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες, πέρα από την προβολή της χώρας μας σε όλον τον κόσμο, άφησαν και μια κληρονομιά από υποδομές που βελτίωσαν την εικόνα της χώρα αυξάνοντας έτσι τη δυνατότητα της διεκδίκησης διεθνών συνεδρίων και εκθέσεων, κάνοντας πιο εύκολη την πρόσβαση στα κέντρα αποφάσεων της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς.

Η περίοδος μετά τη λήξη των Αγώνων προσφέρει επιπλέον ευκαιρίες εκμετάλλευσης με σκοπό να διατήρηση τη φλόγα αναμμένη για μεγαλύτερο διάστημα. Για παράδειγμα, προωθώντας εκπαιδευτικές επισκέψεις σε πιθανούς αγοραστές προκειμένου να δουν αθλητικές εγκαταστάσεις, δημιουργώντας επαφές με ολυμπιακές φυσιογνωμίες ώστε να διοργανώσουν συναντήσεις και προωθώντας εκδηλώσεις για συμμετοχή σε ολυμπιακές δραστηριότητες ώστε να ζήσουν οι ίδιοι την εμπειρία της αναζήτησης προγραμμάτων και να προωθήσουν το δίδυμο μήνυμα της αποτελεσματικότητας και της αρμονίας, που χαρακτηρίζει τους ελληνικούς Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η υγιεινή διαβίωση, ο τίμιος ανταγωνισμός, το καθαρό περιβάλλον, η κοινωνική ευθύνη, η μεγαλύτερη δημοκρατική συμμετοχή, η συμμετοχή πολλών πολιτισμών, η σημασία της εθνικής διαφοροποίησης, όλα αυτά αντιπροσωπεύονται από την Ελλάδα και από την αξέχαστη κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Τέτοιες έννοιες καθιστούν την Ελλάδα ικανή να δώσει έμφαση στη μοναδικότητα της και στην ιδιαιτερότητά της και, από την άλλη μεριά, να δώσει πρότυπα σε μία αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση.

5.4. S.W.O.T. Ανάλυση της ελληνικής συνεδριακής αγοράς

Στην Ελλάδα, ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια από τις ειδικές μορφές τουρισμού με δυναμική παράδοση, σε ότι αφορά τη ζήτηση, αλλά όχι πάντοτε με επαρκείς υποδομές και υπηρεσίες (ιδιαίτερα πχ για την εξυπηρέτηση μεγάλων διεθνών συνεδρίων). Ο συνεδριακός τουρισμός εμφανίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη σε χωρικά προσδιορισμένες περιοχές της χώρας (κυρίως τις τουριστικές, με μεγάλη ανάπτυξη και τα μεγάλα αστικά κέντρα). Επιπλέον, επιτρέπει συνδυασμούς, τόσο με ταξίδια διακοπών, όσο και με ταξίδια ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με στοιχεία πολλών ερευνών και μελετών, θεωρείται μια ειδική μορφή τουρισμού με πολύ ικανοποιητική κατά κεφαλή δαπάνη τουριστών για τις χώρες, οι οποίες την αναπτύσσουν.

Η μεθοδολογία που θα ακολουθήσει είναι αυτή της SWOT Analysis όπου εκτιμώνται τα Ισχυρά σημεία (Strengths), τα Αδύνατα σημεία (Weaknesses), οι Ευκαιρίες (Opportunities) και οι Απειλές (Threats) που έχει το συνεδριακό προϊόν στην Ελλάδα. Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται τα βασικά συμπεράσματα της SWOT Analysis.

Ισχυρά σημεία Strengths	Αδύνατα σημεία Weaknesses	Ευκαιρίες Opportunities	Απειλές Threats
Η Ελλάδα διαθέτει άριστες κλιματολογικές συνθήκες και αξιοθέατα.	Ανεπαρκείς υποδομές, υπηρεσίες και οργανωτικές δομές σε πολλές περιοχές της χώρας.	Αξιοποίηση των μεταολυμπιακών έργων.	Η μη συστηματική και εξειδικευμένη προβολή στις ειδικές αγορές του εξωτερικού.
Συνολική προσφορά συνεδριακών χώρων 180,000 περίπου θέσεων.	Δυνατότητες οργάνωσης μόνο μεσαίου και μικρού βεληνεκούς διεθνών συνεδρίων.	Οργάνωση αυτοδύναμων συνεδριακών κέντρων σε διάφορες περιοχές της χώρας.	Αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ των οργανωτών συνεδρίων.

Σημαντικές παρεμβάσεις όπως επενδύσεις και υποδομές και τεχνολογικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες σε σημαντικό αριθμό ξενοδοχείων και συνεδριακών κέντρων.	Χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους στη δανειοδότηση ή την έγκριση επενδυτικών σχεδίων. Μικρός και ο αριθμός επιχειρήσεων που ασχολούνται με την οργάνωση συνεδρίων.	Ανάπτυξη συνδυασμένων δραστηριοτήτων συνεδριακού τουρισμού και τουρισμού διακοπών και ειδικών/ εναλλακτικών μορφών τουρισμού.	
Αρκετές δυναμικές εταιρίες εμπλέκονται στο συνεδριακό τουρισμό τα τελευταία χρόνια	Μη ύπαρξη θεσμικού πλαισίου για την πιστοποίηση των συνεδριακών γραφείων και για την κατοχύρωση οργανωτών συνεδρίων.	Ικανοποιητική κερδοφορία στις επιχειρήσεις του κλάδου.	
Ικανοποιητικός αριθμός απασχολούμενων σε παρεμφερείς κλάδους όπως εταιρίες μεταφορών ,μετάφρασης, οπτικοακουστικού εξοπλισμού.	Έλλειψη σε εξειδικευμένου και καταρτισμένου προσωπικού σε οργάνωση και διαχείριση συνεδρίων.	Πολλές ευκαιρίες σε τουριστικά και αστικά κέντρα με σημαντική ειδική τουριστική υποδομή.	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο :ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1 Πολιτικές Ανάπτυξης

Είναι γενικά αποδεκτό ότι η ανάπτυξη είναι προϊόν πολύπλευρης προσπάθειας, που δεν περιορίζεται μόνο στον ιδιωτικό τομέα και στις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, αλλά προϋποθέτει και την κατάλληλη στήριξη και πολιτική από τις διάφορες βαθμίδες του δημόσιου τομέα και από τους διάφορους φορείς του.

Περαιτέρω σημασία για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μια περιοχή έχει η ύπαρξη της αναγκαίας γενικής και ειδικής υποδομής. Δεν είναι όμως μόνο οι υποδομές. Δεν πρέπει ούτε για μια στιγμή να διαφεύγει ότι ο τουρισμός από τη φύση του είναι ανθρωποκεντρικός. Παράγεται και προσφέρεται από τον άνθρωπο για τον άνθρωπο. Αυτό ισχύει κατ' εξοχήν στον συνεδριακό τουρισμό, όπου ο ρόλος του ανθρώπινου παράγοντα είναι καταλυτικός. Είναι γι' αυτό επιτακτική ανάγκη να δημιουργηθούν ικανά και εξειδικευμένα στελέχη, σε όλα τα επίπεδα, που θα πάρουν στα χέρια τους τη μεγάλη υπόθεση του συνεδριακού τουρισμού. Επιπλέον οι επιχορηγήσεις και οι επιδοτήσεις είναι μορφές πολιτικής που στηρίζουν την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Τις παραπάνω πολιτικές θα τις εξετάσουμε εν συντομία ευθείς αμέσως.

6.1.1 Γενική υποδομή

Ο μαζικός τουρισμός σε μια χώρα μπορεί να αναπτυχθεί σε αρκετά μεγάλο βαθμό, έστω και αν οι γενικότερες ελλείψεις της χώρας προορισμού σε υποδομή είναι ακόμη αρκετές. Αυτό φαίνεται και από τους σχετικά μεγάλους αριθμούς επισκεπτών που συγκεντρώνουν συγκριτικά λιγότερο αναπτυγμένες χώρες ή περιοχές με το κατάλληλο φυσικό περιβάλλον (π.χ. Τουρκία, Μαρόκο, Τυνησία, κ.ά).

Από τη γεωγραφική κατανομή του συνεδριακού τουρισμού, φαίνεται ότι το είδος αυτό τουρισμού είναι συγκριτικά περισσότερο απαιτητικό από άποψη γενικής υποδομής και της λειτουργίας των θεσμών. Γενικότερα, για την προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού η συνολικότερη εικόνα και ο βαθμός πληρότητας της υποδομής μιας χώρας παίζει πολύ μεγαλύτερο ρόλο απ' ότι για το γενικό τουρισμό.

Παρά τα προβλήματα και τις αδυναμίες στην αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων, τα έργα και οι λοιπές παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης, εξοπλίζουν σιγά σιγά την Ελλάδα με σύγχρονη υποδομή και βελτιώνουν αποφασιστικά της εικόνα της από την άποψη αυτή.

Σημασία βέβαια εκτός από την φυσική ύπαρξη της υποδομής έχει και ο τρόπος λειτουργίας των κλάδων που παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες. Και από την άποψη αυτή οι ελλείψεις, ιδιαίτερα στις νησιωτικές περιοχές της χώρας, όπου συγκεντρώνεται πολύ σημαντικό και αυξανόμενο τμήμα της συνεδριακής υποδομής, φαίνεται να είναι σχετικά μεγαλύτερες. Τα προβλήματα και οι αδυναμίες φαίνεται να είναι εντονότερα στις μεταφορές, ιδιαίτερα στις περιόδους ύφεσης της γενικής τουριστικής κίνησης.

Ειδικότερα σε ότι αφορά την πρωτεύουσα η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, βελτιώσαν γρήγορα και αποφασιστικότερα την υποδομή στην ευρύτερη περιοχή, πράγμα που θα συμβάλει και στην αύξηση της ελκυστικότητας της πρωτεύουσας για την διεξαγωγής συνεδρίων. Η επιτυχής διεξαγωγή της μεγαλύτερης και απαιτητικότερης εκδήλωσης διεθνώς έχει καταστήσει την Αθήνα και κατ' επέκταση την Ελλάδα κατάλληλη για όποια άλλη εκδήλωση.

Σε αντιδιαστολή με τη δημιουργία υποδομής, από την άποψη άλλων θεμάτων που προσδιορίζουν τη συνολικότερη εικόνα μιας χώρας, είναι και η εύρυθμη λειτουργία του κράτους, η ποιότητα της παιδείας, η επιχειρηματική και επαγγελματική συνέπεια, κ.ά. Η ικανοποίηση των συνέδρων από την ποιότητα των άμεσων υπηρεσιών που τους προσφέρονται, όταν υπάρχει, μπορεί σε αρκετά μεγάλο βαθμό να αντισταθμίσει την όχι ικανοποιητική γενικότερη εικόνα, χωρίς όμως να εξαλείφει ολωσδιόλου τον δυσμενή της αντίκτυπο (Λούκης, 2002).

6.1.2. Ειδική υποδομή

Σε αντιδιαστολή με τη γενική υποδομή, όπου η πρόοδος που σημειώνεται είναι πολύ σημαντική, η πρόοδος από την άποψη των ειδικών μέτρων και της εξειδικευμένης μέριμνας για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι εξαιρετικά περιορισμένη.

Από την άποψη των γενικών τουριστικών υποδομών, υπήρξαν αρκετά θετικές εξελίξεις κατά τα τελευταία χρόνια τόσο λόγω των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης όσο και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Οι ελλείψεις όμως σε ειδικές και κυρίως συνεδριακές υποδομές είναι πολύ σοβαρές και αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη και επέκταση αυτού του κλάδου.

Παράλληλα με την ανάδειξη και προστασία του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής, είναι απαραίτητη η δημιουργία υποδομών και προγραμμάτων που να επιτρέπουν την ευχάριστη και δημιουργική απασχόληση του εκτός ξενοδοχείου ελεύθερου χρόνου, και τον εμπλουτισμό της προσφοράς με ποιοτικά στοιχεία που να ικανοποιούν ποικίλα ενδιαφέροντα 12 μήνες τον χρόνο. Τέτοιες υποδομές περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων.

- Γήπεδα γκολφ και τένις
- Θερμαινόμενες κλειστές πισίνες
- Σάουνα και υδρομασάζ
- Γυμναστήρια
- Κέντρα Θαλασσοθεραπείας
- Κέντρα ιπποτουρισμού
- Μαρίνες κ.λπ.

Είναι χαρακτηριστική από την άποψη αυτή η εικόνα που παρουσιάζει η Ελλάδα σε σύγκριση με τις άμεσα ανταγωνίστριες χώρες. Έτσι, για παράδειγμα, η Ισπανία διαθέτει 254 γήπεδα γκολφ, η Πορτογαλία 55, η Τουρκία 10 και η Ελλάδα 5. Στα συνεδριακά κέντρα η κατάσταση δεν είναι πολύ καλύτερη. Η Ισπανία διαθέτει 46, η Πορτογαλία 44, η Τουρκία 6 και η Ελλάδα 9. Το ίδιο ισχύει και για τα κέντρα θαλασσοθεραπείας με την Ισπανία να διαθέτει 89, την Πορτογαλία 42, την Τουρκία 31 και την Ελλάδα 5. Τέλος, η Ισπανία διαθέτει 260 μαρίνες, η Πορτογαλία 17, η Τουρκία και η Ελλάδα από 15 (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 1999).

Πέρα όμως από την ποσοτική αυτή υστέρηση, υπάρχει και μία ανισορροπία σε ό,τι αφορά στην εσωτερική κατανομή των συνεδριακών υποδομών στη χώρα μας. Παρατηρείται έτσι το περίεργο φαινόμενο η Αθήνα να διαθέτει μια αξιόλογη ξενοδοχειακή υποδομή υψηλής στάθμης χωρίς ούτε ένα μεγάλο, αυτόνομο και αμιγές συνεδριακό κέντρο, ενώ αντίθετα η επαρχία (Κως, Ρόδος, Κρήτη κ.λπ.) να διαθέτει αξιόλογη συνεδριακή υποδομή.

Κρίσιμης σημασίας για την επιτυχή λειτουργία του συνεδριακού κέντρου είναι ο σχεδιασμός της κατασκευής και των εγκαταστάσεων του. Είναι επίσης σαφές ότι προϋπόθεση επιτυ-

χούς λειτουργίας ενός σύγχρονου συνεδριακού κέντρου είναι η διοίκηση του από επαγγελματίες υψηλής στάθμης και μεγάλων ικανοτήτων. Δίχως τον κατάλληλο σχεδιασμό και χωρίς ικανή διοίκηση ο κίνδυνος να προκύψουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα είναι μεγάλος (Λούκης, 2002).

Μέρος της συνεδριακής δραστηριότητας απαρτίζεται από εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας, που αριθμούν πολλές εκατοντάδες ή ακόμη και αρκετές χιλιάδες συνέδρους, οι οποίοι στη διάρκεια της εκδήλωσης καταναλώνουν μια ευρεία γκάμα αγαθών και υπηρεσιών. Πολύ συχνά η κάλυψη του συνόλου των αναγκών τέτοιου μεγέθους εκδηλώσεων βρίσκεται πέρα από τις δυνατότητες μιας και μόνο τουριστικής επιχείρησης και όταν ακόμη αυτή είναι μεγάλου μεγέθους και χρειάζεται η συμμετοχή περισσότερων. Και όταν όμως ακόμη πρόκειται για εκδηλώσεις μικρότερης κλίμακας, η οργανωτική πλευρά του αντικειμένου εξακολουθεί να είναι αρκετά απαιτητική και να υπερβαίνει τις δυνατότητες μικρότερου μεγέθους τουριστικών μονάδων.

Η σύζευξη των παραγωγικών δυνατοτήτων και της χωρητικότητας περισσότερων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση μεγάλης κλίμακας εκδηλώσεων μπορεί να γίνεται με τη συνεργασία μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων, από εξειδικευμένα γραφεία οργάνωσης συνεδριακών εκδηλώσεων, που αναλαμβάνουν τον σχετικό συντονισμό για λογαριασμό των πελατών τους, με πρωτοβουλία των οργανώσεων τις οποίες αφορά το συνέδριο ή και με άλλους κατά περίπτωση τρόπους.

Από την άλλη μεριά μέρος ή και το σύνολο της οργανωτικής πλευράς εκδηλώσεων μικρότερου μεγέθους, στις οποίες εμπλέκονται και τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους, αναλαμβάνεται επίσης από εξειδικευμένα γραφεία οργάνωσης συνεδρίων. Αυτά είναι τα Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας.

Τα Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας αποτελούν μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, συχνά συνεταιριστικού χαρακτήρα, που μπορούν να λειτουργήσουν ως ουδέτερο έδαφος για γόνιμη συνεργασία μεταξύ οικονομικών μονάδων οι οποίες κατά τα άλλα μπορεί να είναι ανταγωνιστικές μεταξύ τους. Χρηματοδοτούνται εν μέρει από δημόσιους πόρους (κεντρική διοίκηση, αυτοδιοίκηση) και κατά το υπόλοιπο από συνδρομές επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και άλλων συγγενών κλάδων, που επιθυμούν να είναι μέλη και με την ιδιότητα αυτή επωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει το Γραφείο. Συγκεντρώνουν πόρους και έχουν μέγεθος και χαρακτήρα που τους επιτρέπει να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες.

Στην Ελλάδα για τη δημιουργία Γραφείων Συνεδρίων και Φιλοξενίας δεν φαίνεται να γίνεται ακόμη σοβαρός λόγος, παρά τις προτάσεις που έχουν γίνει από ενδιαφερόμενους κλάδους και το ενδιαφέρον που έχει επιδειχθεί.

6.1.3 Κατάρτιση – Εκπαίδευση

Η ανάπτυξη και επέκταση των υλικοτεχνικών υποδομών δεν είναι από μόνη της αρκετή. Για να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά οι υποδομές αυτές, χρειάζεται γνώση και εμπειρία.

Οι ικανότητες, οι δεξιότητες και οι γνώσεις που χρειάζονται για το συνεδριακό τουρισμό συμπίπτουν σε αρκετά μεγάλο βαθμό με κείνες που χρειάζονται και για το γενικό τουρισμό. Στο συνεδριακό κλάδο, όμως, από τη μια μεριά οι απαιτήσεις για ποιότητα εξυπηρέτησης είναι μεγαλύτερες και συνεχώς αυξανόμενες ενώ από την άλλη, ειδικότερα για το καθαυτό συνεδριακό μέρος απαιτούνται και στελέχη με εξειδίκευση και πείρα στην παροχή υπηρεσιών, όπως ο συνολικός σχεδιασμός και η κατάρτιση προσφορών, οι πωλήσεις, η οικονομική διαχείριση των συνεδριακών δραστηριοτήτων, η οργάνωση των χώρων και της διαδικασίας διεξαγωγής, η εξυπηρέτηση των συνέδρων, η παραγωγή εποπτικού και άλλου συναφούς οπτικοακουστικού και έντυπου υλικού, κλπ (Λούκης, 2002).

Για την καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των συνεδριακών εκδηλώσεων σε εξειδικευμένα στελέχη σε ορισμένες χώρες, οι μεγαλύτερες μονάδες του κλάδου οργανώνουν ειδικά προγράμματα κατάρτισης ή και επανακατάρτισης μικρής διάρκειας για εργαζόμενους και συνεργάζονταν με εκπαιδευτικούς οργανισμούς που παρέχουν κατάρτιση ή τίτλους σε θέματα που αφορούν τον τουριστικό κλάδο γενικότερα, έτσι ώστε τα προγράμματα σπουδών να περιλαμβάνουν μαθήματα σχετικά με τον συνεδριακό κλάδο.

Ως προς την κατάρτιση του εργατικού δυναμικού στον τουριστικό τομέα οι πρακτικές και οι απόψεις ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό από χώρα σε χώρα και μεταξύ φορέων. Από ορισμένες πλευρές, ιδίως από την εργοδοσία, αποδίδεται μεγάλη σημασία στην πείρα που αποκτάται κατά την άσκηση του επαγγέλματος και μικρή σημασία στην κατάρτιση με τη σχολική ή την πανεπιστημιακή έννοια. Παρ' όλα αυτά σε όλες σχεδόν τις χώρες, στο πλαίσιο της γενικότερης εξάπλωσης της εκπαίδευσης και της αυξημένης σημασίας που αποδίδεται σ' αυτήν η προσφορά εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε θέματα τουρισμού, σε όλα τα επίπεδα, συμπεριλαμβανομένου και του πανεπιστημιακού, συνεχώς αυξάνεται, τόσο από τον ιδιωτικό τομέα όσο και από τον δημόσιο.

Σε κάθε περίπτωση είναι όλο και συχνότερο το φαινόμενο οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί να συνεργάζονται με τις εργοδοτικές και τις επαγγελματικές οργανώσεις με στόχο την προσαρμογή του περιεχομένου των σπουδών στις εξελισσόμενες ανάγκες

6.1.4 Επιδοτήσεις – Ενισχύσεις

Πηγή χρηματοδότησης των συνεδριακών εκδηλώσεων που αφορούν ιδιωτικές επιχειρήσεις είναι κατά κανόνα ο προϋπολογισμός τους. Έτσι για το είδος αυτό της συνεδριακής δραστηριότητας η επιδότηση δεν φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο. Στην περίπτωση όμως των συνεδριακών εκδηλώσεων που αφορούν οργανώσεις, η επιδότηση, ως πηγή κάλυψης μέρους του κόστους, παίζει σημαντικό ρόλο και λαμβάνει διάφορες μορφές (Τουρισμός και Οικονομία , 2002).

Κύρια πηγή χρηματοδότησης των επιδοτήσεων είναι ο ευρύτερος δημόσιος τομέας (κεντρική κυβέρνηση, τοπική αυτοδιοίκηση, δημόσιοι οργανισμοί ή επιχειρήσεις). Ο ρόλος των ιδιωτικών επιχειρήσεων είναι συγκριτικά περιορισμένος αλλά όχι ασήμαντος.

Μερικές φορές όμως η επιδότηση πηγάζει όχι από τους δημόσιους φορείς της χώρας ή του τόπου διεξαγωγής μιας συνεδριακής εκδήλωσης αλλά και από φορείς της χώρας ή της περιοχής προέλευσης των συνέδρων, με τη λογική της ενθάρρυνσης δραστηριοτήτων που προάγουν ή μεταβιβάζουν τη γνώση ή διευρύνουν την πληροφόρηση.

Η έκταση της επιδότησης ποικίλλει κατά περίπτωση και εξαρτάται από την πολιτική του κάθε κράτους και των επιμέρους φορέων του στο θέμα.

Στην Ελλάδα σχετικά με τις επιδοτήσεις συνεδριακών εκδηλώσεων κατά καιρούς παρέχεται οικονομικοί στήριξη από το Υπουργείο Πολιτισμού, το Υπουργείο Ανάπτυξης, το Υπουργείο Τουρισμού και άλλους φορείς για ορισμένες εκδηλώσεις (Λούκης, 2002).

Η μόνη ουσιαστική έως τώρα παρέμβαση του κράτους για τον συνεδριακό τουρισμό είναι η επιδότηση του κόστους κατασκευής συνεδριακών εγκαταστάσεων, παλαιότερα μεν στο πλαίσιο των επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων για τις τουριστικές επενδύσεις γενικά, με τον αναπτυξιακό νόμο και πιο συγκεκριμένα για τις συνεδριακές εγκαταστάσεις.

Ειδικότερα με τον αναπτυξιακό νόμο (2601/98) παρέχονται ισχυρά κίνητρα επένδυσης σε συνεδριακές εγκαταστάσεις με τη μορφή της επιχορήγησης που μπορεί στην περίπτωση της δημιουργίας αυτοτελών κέντρων να φθάσει το 40% του κόστους κατασκευής, ανεξαρτήτως πε-

ριοχής. Το ποσοστό της επιχορήγησης περιορίζεται έως και το 35% στην περίπτωση της επέκτασης ή της δημιουργίας συνεδριακών εγκαταστάσεων ως τμημάτων ξενοδοχείων.

6.2 Η σημασία της πολιτικής για την ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού για την Ελλάδα

Η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι κανείς θα μπορούσε εκ πρώτης όψεως να συμπεράνει.

Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντικείμενο, το οποίο και ενδιαφέρει περισσότερο. Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην άμβλυνση της εποχικότητας, δημιουργώντας σημαντική ζήτηση στις περιόδους με σχετικά χαμηλούς δείκτες πληρότητας, όπως το διάστημα Απριλίου-Ιουνίου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου, όπου οι ξενοδοχειακές μονάδες παραμένουν σε λειτουργία αλλά ακόμη και στη διάρκεια της νεκρής χειμερινής περιόδου, τουλάχιστον σε ορισμένες περιοχές (Καραβίτης, 1992). Επιπλέον ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης της Περιφέρειας.

Το συμμετέχον σε συνέδρια κοινό, αποτελείται από άτομα μεσαίας και ανώτερης οικονομικής τάξης τα οποία θα βγουν έξω και θα ξοδέψουν χρήματα για διάφορες αγορές, φαγητό, διασκέδαση κ.λπ.

Αυτή η μορφή τουρισμού δημιουργεί πολλές θέσεις άμεσης και παράπλευρης εργασίας και βοηθά στην ανάπτυξη των κύριων πόλεων της Περιφέρειας, καθώς επίσης κρατά τον πληθυσμό στον τόπο του και μακρόχρονα τον επαυξάνει.

Το μοντέλο αυτό τουριστικής ανάπτυξης, σε συνδυασμό με τον παραθεριστικό τουρισμό, το έχουν ακολουθήσει με μεγάλη επιτυχία πολλές πόλεις και κωμοπόλεις της Κεντρικής Ευρώπης, με αποτέλεσμα να έχουν σχεδόν 12 μήνες σαιζόν και το σημαντικότερο όλων είναι ότι έχουν μέσο όρο διαμονής περίπου τέσσερις ημέρες ανά επισκέπτη. Και βέβαια έμμεσα επωφελούνται κι όλοι οι πολίτες από τις υποδομές που δημιουργούνται στην πόλη τους για τη στήριξη και καλή οργάνωση των συνεδρίων, καθώς επίσης και από την ανταλλαγή κουλτούρας που γίνεται.

Όλα αυτά εξετάζονται παρακάτω με περισσότερη λεπτομέρεια.

6.2.1 Η αυξημένη μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη

Ιδιαίτερα για μια χώρα όπως η Ελλάδα, όπου η μέση ημερήσια τουριστική δαπάνη εμφανίζεται συγκριτικά χαμηλή, η αύξηση των επισκεπτών με υψηλή μέση ημερήσια δαπάνη αποκτά πολύ μεγαλύτερη οικονομική σημασία.

Για τον ελληνικό τουρισμό ένα από τα βασικά ζητούμενα είναι η βαθμιαία μετακίνηση από την παροχή συγκριτικά φθηνών υπηρεσιών σε επισκέπτες χαμηλών εισοδημάτων, στην προσέλκυση επισκεπτών με μεγαλύτερες απαιτήσεις και υψηλότερες οικονομικές δυνατότητες (Παυλόπουλος, 1999).

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο ποιότητας για την λειτουργία των συνεδριακών κέντρων, ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την τοπική οικονομία μέσω της αγοραστικής δύναμης του επιχειρηματικού-συνεδριακού επισκέπτη. Το εγχειρίδιο ποιότητας απευθύνεται σε στελέχη που απασχολούνται στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και αποτελεί αποτέλεσμα της συνεργασίας μεταξύ του Διακρατικού Δικτύου Συνεδριακών Κέντρων με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού και το Σύνδεσμο Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδριών. Η συνεργασία αυτή εντάσσεται στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Leonardo Da Vinci EL/03/B/F/NT-148002.

Σε μερικές πόλεις, σύμφωνα με το εγχειρίδιο ποιότητας, η επένδυση 1 € στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, αποδίδει περισσότερο από 35 €. Η απόδοση αυτή προέρχεται από τα χρήματα που δαπανούν οι επισκέπτες για διαμονή, ψυχαγωγία, διατροφή και ψώνια.

Παράδειγμα υπολογισμού των οικονομικών ωφελειών μίας διοργάνωσης για ολόκληρη την πόλη αποτελεί το παρακάτω σενάριο.

Σενάριο:

- Εκδήλωση: Τριήμερη συνάντηση 300 στελεχών μεγάλης επιχείρησης
- Όλοι οι συμμετέχοντες διανυκτερεύουν 5 νύχτες (1 νύχτα πριν και 1 μετά την εκδήλωση)
- Το 80% των συμμετεχόντων συνοδεύονται από 1 επιπλέον άτομο
- Τιμές διανυκτέρευσης: 150 € το μονόκλινο δωμάτιο, 180 € το δίκλινο δωμάτιο
- Ημερήσια έξοδα για διατροφή ή ψώνια: 100€ ανά άτομο
- Κόστος ταξιδιού: 400 € ανά άτομο

- Εντός των επόμενων 3 ετών το 50% των συμμετεχόντων επιστρέφει στην πόλη για ιδιωτική επίσκεψη.

Έσοδα:

Ξενοδοχείων

(60 συμμετέχοντες * 150 € για 5 νύχτες)

(240 συμμετέχοντες * 180 € για 5 νύχτες)

261.000 €

Ταξιδιού (540 * 400 €)

216.000 €

Διατροφή και ψώνια (540 * 100 € για 6 ημέρες.)

324.000 €

Χωρίς να έχουν αποτιμηθεί τα εξής:

- Κρατικά έσοδα φόρων από ΦΠΑ και φόρους αεροδρομίου
- Έσοδα τοπικής αυτοδιοίκησης ή ιδιωτών από μεταφορικά μέσα, μουσεία κλπ
- Έσοδα από διάφορες άλλες δραστηριότητες των συμμετεχόντων.

Από την τριήμερη εκδήλωση των 300 ατόμων, υπολογίστηκαν έσοδα ύψους 801.000 € για διάφορους φορείς της πόλης.

Επίσης εκτιμάται ότι θα προκύψουν επιπλέον έσοδα για την πόλη, από το γεγονός ότι κατά την επόμενη τριετία το 50% των συμμετεχόντων θα επιστρέψουν με την οικογένεια τους για ιδιωτική επίσκεψη. Τα έσοδα αυτά υπολογίζονται στο ύψος των 400.000 €.

Επομένως, μία εκδήλωση 300 ατόμων μπορεί να αποφέρει στην πόλη μέσα σε 3 χρόνια, 1.200.000€.

Ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι ούτε «λαϊκός», ούτε «μέσος» αλλά «ποιοτικός». Η μέση τουριστική δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αυξημένη περίπου 4 φορές σε σχέση με

τη μέση τουριστική δαπάνη ενός κλασσικού τουρίστα. Ο συνεδριακός τουρίστας έχει την οικονομική του ευρωστία για να αντιμετωπίσει ένα ταξίδι υψηλών οικονομικών προδιαγραφών.

Η αυξημένη κίνηση συνεδριακών τουριστών με υψηλά εισοδήματα μπορεί να συντηρήσει και να αυξήσει τις υποδομές και τις υπηρεσίες σε μια περιοχή, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για την αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής και για άλλες κατηγορίες τουριστών με αυξημένες απαιτήσεις.

6.2.2 Η μείωση της εποχικότητας

Η ένταση της εποχικότητας της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα είναι από τις υψηλότερες στην Ευρώπη και τείνει να αυξάνεται σε αντιδιαστολή με ότι συμβαίνει στις περισσότερες από τις άλλες τουριστικές χώρες, όπου εκδηλώνονται τάσεις μείωσης του βαθμού εποχικότητας. (Τσίτουρας, 1998).

Ορισμένα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα κατά καιρούς ανοίγουν στη διάρκεια της νεκρής περιόδου μονάδες ή τμήματα μονάδων που παραμένουν κλειστά, για να φιλοξενήσουν συνεδριακές εκδηλώσεις. Η άμβλυνση της εποχικότητας με τη σειρά της μπορεί να αυξήσει το βαθμό πληρότητας και να βελτιώσει την κερδοφορία ή να συμβάλει στην μείωση ή την απάλειψη των ζημιών (Χρήμα και Τουρισμός, 2001).

Η ομαλότερη σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό κατανομή της συνεδριακής δραστηριότητας στη διάρκεια του έτους αλλά και η τάση της συνεδριακής κίνησης να συγκεντρώνεται περισσότερο σε περιόδους εκτός της περιόδου αιχμής του γενικού τουρισμού είναι αποτέλεσμα ορισμένων κρίσιμων διαφορών στα χαρακτηριστικά του συνεδριακού τουρισμού σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό. (Τουρισμός και Οικονομία, 2002).

Σε αντίθεση με τον γενικό τουρισμό ο συνεδριακός τουρισμός: δεν συνδέεται στενά με την περίοδο των διακοπών αλλά συχνά τοποθετείται ή μπορεί να τοποθετηθεί στο πλαίσιο του εργάσιμου χρόνου και εκτός της περιόδου των διακοπών, που αποτελεί και την περίοδο αιχμής. Δεν συνδέεται τόσο στενά με τις καιρικές συνθήκες, και παρουσιάζει αρκετή ευελιξία ως προς το χρόνο πραγματοποίησης του:

6.2.3 Δύναμη ανάπτυξης για την Περιφέρεια

Τα οφέλη που φέρνει ο συνεδριακός τουρισμός στην περιφέρεια είναι ποικιλόμορφα και αγγίζουν σχεδόν όλους τους τομείς της οικονομίας.

Πλειάδα επαγγελμάτων και ειδικοτήτων εμπλέκονται για την ομαλή διεξαγωγή συνεδρίων και εκθέσεων, όπως:

1. Ξενοδοχεία
2. Ταξιδιωτικοί πράκτορες
3. Ξεναγοί
4. Μεταφραστές
5. Οδηγοί ταξί
6. Εστιατόρια
7. Εταιρείες οπτικοαουστικών συστημάτων
8. Τεχνικές εταιρείες κ.λπ.

Θεωρητικά, η Περιφέρεια με τα σημερινά δεδομένα θα μπορούσε να χωριστεί σε δύο τμήματα ανάλογα με τις υπάρχουσες υποδομές και προορισμούς:

Το πρώτο τμήμα αφορά στους ανεπτυγμένους προορισμούς σε συνεδριακές και άλλες υποδομές, όπως ξενοδοχεία, αεροδρόμια λιμάνια, δρόμοι κ.λπ. Αυτοί στην ουσία είναι δύο κύριοι προορισμοί: η Κρήτη και η Ρόδος και λιγότερο η Κέρκυρα. Οι συγκεκριμένες περιοχές, έχοντας αναπτύξει τις κατάλληλες υποδομές και έχοντας επίσης τις κατάλληλης κλιματολογικές συνθήκες, επιμηκύνουν ή συμπληρώνουν την τουριστική τους περίοδο, αγκαλιάζοντας τον συνεδριακό τουρισμό καθώς ως προορισμοί είναι ήδη γνωστοί και αγαπητοί.

Το δεύτερο τμήμα αφορά στους τουριστικούς προορισμούς όλης της υπόλοιπης Ελλάδας. Το τμήμα αυτό, τόσο λόγω της μη ύπαρξης μεγάλων ξενοδοχείων όσο και λόγω της παντελούς ελλείψεων των απαραίτητων και αναγκαίων υποδομών, όπως αεροδρόμια, δρόμοι κ.λπ, δεν αναπτύχθηκε με εξαίρεση την ύπαρξη κάποιων μεμονωμένων περιπτώσεων, κυρίως ξενοδοχείων, που μπορούν να υποδεχτούν και να διενεργήσουν συνέδρια, μιας και είναι εξοπλισμένα με μικρές ή μεσαίες αίθουσες.

Γεγονός αδιαμφισβήτητο είναι ότι οι προορισμοί του πρώτου τμήματος αναπτύχθηκαν στον βαθμό αυτό χωρίς κανέναν εθνικό ή τοπικό σχεδιασμό, αλλά μόνο από προσωπικές πρωτοβουλίες διαφόρων ξενοδόχων, που συνεπικουρούμενοι από τον αναπτυξιακό νόμο διαισθάνθηκαν

την ύπαρξη και τη ζήτηση αυτής της αγοράς: αγοράς που επιζητά και άλλους προορισμούς εκτός από τα μεγάλα αστικά κέντρα.

Προκειμένου να αναπτυχθεί η Περιφέρεια υπάρχει ανάγκη δημιουργίας ενός σύγχρονου θεσμικού πλαισίου για συνέδρια. Επίσης, θα πρέπει να υπάρξει ένας εθνικός σχεδιασμός και ειδικότερα ένας τοπικός σχεδιασμός. Ο εθνικός σχεδιασμός θα πρέπει να αναπτύξει ένα καλύτερο και αρτιότερο εθνικό οδικό δίκτυο, ένα καλύτερο και ορθολογικότερο σιδηροδρομικό δίκτυο με σταθμούς σε αεροδρόμια, αλλά κυρίως θα πρέπει να επανεξετάσει και επαναχαράξει μια νέα αεροδρομική πολιτική με γνώμονα, όχι πλέον τις αμυντικές ανάγκες της χώρας, αλλά τις αναπτυξιακές και τουριστικές της ανάγκες.

Δεν είναι δυνατόν νησιά με 500 έως 3.000 κατοίκους να έχουν άρτια αεροδρόμια και περιφέρειες όπως η Στερεά Ελλάδα με πληθυσμό 610.000 κατοίκους να μην έχουν ούτε ένα. Εάν και εφόσον η Πολιτεία αντιμετωπίσει σωστά το θέμα, η Περιφέρεια θα μπορεί να δέχεται χωρίς κανένα πρόβλημα συνέδρια διάρκειας τεσσάρων έως πέντε ημερών, τα οποία θα φέρουν χιλιάδες άτομα. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική πηγή εσόδων και ανάπτυξης για τις τοπικές κοινωνίες (Χρήμα και Τουρισμός, 2001).

Ο τοπικός σχεδιασμός θα πρέπει να λάβει υπόψη του τον εθνικό σχεδιασμό, τον ανταγωνισμό στην αγορά συνεδριακού τουρισμού. Επίσης, θα πρέπει να λύσει τα όποια προβλήματα μπορούν να προκύψουν στην προώθηση ενός προορισμού από συγκρουόμενα συμφέροντα των τοπικών παραγόντων και τοπικών πληθυσμών μιας περιοχής. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δώσει κάθε περιφέρεια στην προβολή και προώθηση της. Θα πρέπει να γίνει συνείδηση η αναγκαιότητα της ενσωμάτωσης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και της γαστρονομικής παράδοσης στα πακέτα προσφορών προς τους συνέδρους.

Να ενθαρρυνθούν οι δήμοι να διατηρήσουν την αρχιτεκτονική παράδοση αναλλοίωτη, ειδικά στο ιστορικό κέντρο της πόλης να αυξήσουν τους πεζόδρομους και γιατί όχι να κάνουν ολόκληρες συνοικίες με πεζόδρομους ούτως ώστε η πόλη να γίνει πιο ανθρώπινη και ελκυστική στον σύνεδρο ο οποίος όταν δεν συνεδριάζει αυτομάτως μετατρέπεται σε τουρίστα.

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δώσει κάθε Περιφέρεια στην εικόνα της. Ο σύγχρονος τουρίστας έχει ταξιδέψει πολύ, είναι πλέον απαιτητικός, όχι μόνο ως προς τις προσφερόμενες υπηρεσίες, αλλά και ως προς την αισθητική και την καθαριότητα του τόπου που επισκέπτεται.

Η υφιστάμενη κατάσταση ως προς την πρόσβαση της πλειονότητας των τουριστικών προορισμών της Ελλάδας είναι ιδιαίτερα μειονεκτική σε σχέση με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς του εξωτερικού.

Ο σύνεδρος και κυρίως ο ξένος σύνεδρος, θα πρέπει βάσει των σημερινών δεδομένων να επιβιβαστεί σε 2 τουλάχιστον αεροπορικές πτήσεις και σε συνδυασμό με οδική ή σιδηροδρομική πρόσβαση να φτάσει στον προορισμό του.

Θα πρέπει λοιπόν με τις κατάλληλες υποδομές η πρόσβαση των συνέδρων στα ξενοδοχεία και τα συνεδριακά κέντρα να είναι εύκολη. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί εάν η απόσταση του προορισμού από το αεροδρόμιο δεν απέχει περισσότερο από 70 χλμ., εάν η μετακίνηση των συνέδρων από και προς το συνεδριακό κέντρο είναι άμεση με όσο το δυνατόν αρτιότερα μέσα μαζικής μεταφοράς. Αυτά τα μοντέλα ανάπτυξης και προσέλκυσης έχουν χρησιμοποιηθεί κατά κόρον από διάφορες πόλεις της Ευρώπης.

Η Πολιτεία και οι τοπικές κοινωνίες θα έπρεπε να αντλήσουν από αυτά, αν όχι όλα, αρκετά στοιχεία προκειμένου να σχεδιάσουν την ανάπτυξη των Περιφερειών.

Ενδεχομένως το ευτύχημα κάποιων Περιφερειών είναι ότι έμειναν ουραγοί της τουριστικής ανάπτυξης και επομένως μπορούν να σχεδιάσουν το μέλλον τους με τα νέα δεδομένα, αποφεύγοντας τα λάθη άλλων περιοχών.

Η Ελλάδα έχει ένα καλό κλίμα που βοήθησε για να εξελιχθεί και να φθάσει σε πολύ υψηλό σημείο ο πολιτισμός μας. Έχουμε θαυμάσια τοπία, έχουμε μοναδικά πολιτισμικά μνημεία, έχουμε καλές τουριστικές εγκαταστάσεις, έχουμε Ιστορία, κληρονομιά και παράδοση που λίγοι τη διαθέτουν, έχουμε ιστορικά πρόσωπα που υπήρξαν ιδρυτές και θεμελιωτές επιστημών και τεχνών. Επομένως, δεν θα έπρεπε να λείπει τίποτα ώστε να έχουμε σε πολλά μέρη της Ελλάδας, όλο το δωδεκάμηνο του έτους, προγραμματισμένα συνέδρια επιστημόνων και επαγγελματιών.

Και οι 13 Περιφέρειες της Ελλάδος μπορούν άνετα να φιλοξενήσουν συνέδρια. Η Αθήνα με την αρχαία και τη χριστιανική της Ιστορία θα μπορούσε σε σταθερή βάση να έχει συνέδρια Φιλοσοφίας, Θεάτρου, Τέχνης, Γλυπτικής και Αρχιτεκτονικής. Η Θεσσαλονίκη της Ιστορίας και του Ελληνιστικού και Βυζαντινού Πολιτισμού. Η Θράκη με τον Δημόκριτο της Φυσικής και της Χημείας. Η Σάμος με τον Πυθαγόρα των Μαθηματικών και της Φιλοσοφίας, το ίδιο η Μυτιλήνη της Τεχνολογίας με τον Πιττακό. Η Χίος με τον Όμηρο, η Κως με τον Ιπποκράτη, η Κρήτη με τον πολιτισμό της. Τα Ιόνια Νησιά με τη μακρά ιστορία τους και τη νεότερη συμβο-

λή τους στα ελληνικά και όχι μόνο γράμματα. Τα Κυκλαδονήσια με τις ομορφιές τους και τα τόσα που έχουν διαχρονικά προσφέρει στον πολιτισμό. Η Ήπειρος με τα θέατρο της Δωδώνης κι η Νικόπολη με όλη την ιστορία της. Η Στερεά Ελλάδα με τους Δελφούς και με τα άλλα σημαντικά μέρη και μνημεία της και τον πολιτισμό της. Η Θεσσαλία με τα Μετέωρα και η Μαγνησία με το Πήλιο. Η Πελοπόννησος με το θέατρο της Επιδαύρου και το Ναύπλιο με τη Μάνη και την Πάτρα με τα πολλά της μνημεία στο Άργος και τα άλλα μέρη της Είναι μερικά από τα σημεία της Ελλάδος που μπορούν να γίνουν δημοφιλείς συνεδριακοί προορισμοί χωρίς να έχουν τίποτα να ζηλέψουν από άλλες πόλεις του εξωτερικού.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: Η ΠΟΛΗ ΤΩΝ ΔΕΛΦΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

7.1. Γνωριμία με τους Δελφούς

Ο μύθος της προέλευσης της πλέον σημαντικής θρησκευτικής τοποθεσίας στην αρχαία Ελλάδα αρχίζει με δυο αετούς που απελευθέρωσε ο Ζεус στους αντίποδες του κόσμου. Ο τόπος όπου συναντήθηκαν ήταν εκεί που ο βασιλιάς των θεών τοποθέτησε τον Ιερό Λίθο (τον ομφαλό) που έδειχνε το κέντρο του κόσμου. Όλοι οι δρόμοι οδηγούσαν στους Δελφούς γιατί πάνω από όλα το Μαντείο ήταν το σταυροδρόμι. Ο δρόμος του πολέμου και της ειρήνης περνούσαν και οι δυο από τους Δελφούς και όταν η Πυθία έδινε τον χρησμό και ο Απόλλωνας έδινε την ευχή ή την κατάρα του τότε ανοίγονταν οι δρόμοι σε όλες τις γωνιές της Ελλάδος.

Οι Έλληνες, λαός που ταξίδευε, εμπορευόταν και αποίκιζε όλη τη Μεσόγειο θεωρούσε λοιπόν τους Δελφούς, το κέντρο του κόσμου και έχτιζαν τα ιερά τους σε ίσες αποστάσεις από αυτούς.

Η Ακρόπολη και η Αφαία απέχουν από τους Δελφούς, 121 χλμ. Οι Δελφοί ισαπέχουν από τη Δωδώνη και το Δίον (περίπου 195 χλμ). Επίσης, από την Ολυμπία και την Ακρόπολη (περίπου 121 χλμ). Οι ναοί αυτοί σχηματίζουν ανά δύο ένα ισοσκελές τρίγωνο με τους Δελφούς. Η ερώτηση που εύλογα έρχεται στο νου του καθενός είναι πώς το 2000 πΧ οι άνθρωποι μπορούσαν να μετρήσουν τόσο μακρινές αποστάσεις σε ευθεία γραμμή χωρίς τα σύγχρονα εξελιγμένα γεωγραφικά συστήματα ή έστω αεροφωτογραφίες.

Στο παρόν σημείο θα ξεκινήσει η γνωριμία με τους Δελφούς, μελετώντας τον γεωφυσικό προσδιορισμό της περιοχής, την ιστορία, το μύθο και την πραγματικότητα.

7.1.1 Γεωφυσικός Προσδιορισμός

Ο νομός Φωκίδας είναι ενταγμένος γεωγραφικά και διοικητικά στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, η οποία έχει περίπου 50.000 κατοίκους. Συνορεύει με το νομό Βοιωτίας ανατολικά, το νομό Φθιώτιδας βόρεια και το νομό Αιτωλοακαρνανίας δυτικά. Στα νότια βρέχεται από τον Κορινθιακό κόλπο.

Είναι από τους πιο ορεινούς νομούς της Ελλάδας με εναλλασσόμενο γεωμορφολογικό τοπίο, αφού περιλαμβάνει τέσσερα από τα υψηλότερα βουνά της χώρας, την Γκίονα, τον Παρνασσό, τα Βαρδούσια και την Οίτη, με πετρώδες κατά κύριο λόγο έδαφος, ενώ ταυτόχρονα διαθέτει

την Λίμνη του Μόρνου από την οποία υδροδοτείται η Αθήνα και τον Ελαιώνα της Άμφισσας, ίσως την μεγαλύτερη έκταση με ελιές που υπάρχει σήμερα (www.fokida.gr).

Η Φωκίδα είναι ευλογημένο μέρος, με καταπράσινες πλαγιές και πεδιάδες με ελαιώνες που απλώνονται μέχρι τα παράλια της. Όπως όλες οι περιοχές γύρω από τον Παρνασσό έτσι και η Φωκίδα, προσφέρει απόλυτο συνδυασμό της ορεινής ομορφιάς με τις γαλάζιες παραλίες στις ακτές της.

Παραδοσιακά η Φωκίδα χωρίζεται σε δύο επαρχίες, οι οποίες δεν υφίστανται πλέον ως διοι-



κητικές μονάδες, την Παρνασσίδα με πρωτεύουσα την Άμφισσα και τη Δωρίδα με πρωτεύουσα το Λιδωρίκι. Πρωτεύουσα του νομού είναι η Άμφισσα, ενώ μεγάλες πόλεις είναι η Ιτέα, το Λιδωρίκι, οι Δελφοί, η Δεσφίνα, το Γαλαξίδι, η

Γραβιά και το Ευπάλιο.

Οι Δελφοί είναι από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στην Φωκίδα και συγκεντρώνουν χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο κάθε χρόνο. Σε απόσταση 180 χιλιομέτρων από την Αθήνα, οι Δελφοί είναι μία κωμόπολη της επαρχίας Παρνασσίδας και έχει 2.373 κατοίκους. Αποτελεί έδρα του Δήμου Δελφών ο οποίος συμπεριλαμβάνεται από τα Δημοτικά Διαμερίσματα των Δελφών και του Χριστού (www.aroundparnassos.gr).

Η κωμόπολη των Δελφών είναι ένας τυπικός τουριστικός προορισμός. Είναι χτισμένη στο φρύδι του γκρεμού και διαθέτει επαρκή τουριστική υποδομή, αρκετά καλά ξενοδοχεία και αρχιτεκτονικό περιβάλλον με παραδοσιακά και μοντέρνα κτήρια. Το ιστορικό χωριό των Δελφών μετακινήθηκε από την αρχική του θέση σε αυτήν, για να γίνει δυνατή η διενέργεια ανασκαφών, μια και ήταν χτισμένο ακριβώς πάνω από τον αρχαιολογικό χώρο.

Το υψόμετρο των Δελφών είναι 560–580 μέτρα. Το κλίμα έχει χαρακτηριστικά του μεσογειακού κλίματος, όμως επηρεάζεται από τον Παρνασσό. Στους Δελφούς το χειμώνα βρέχει συνεχώς και μερικές φορές χιονίζει. Αντίθετα με τα καλοκαίρια τα οποία είναι ζεστά.

7.1.2 Η μυθολογία

Σύμφωνα με τον μύθο, οι Δελφοί, το πιο σημαντικό ιερό της Ελλάδος, ήταν το κέντρο του κόσμου, γιατί σ' αυτό το μέρος συναντήθηκαν οι δύο αετοί, όταν ο Δίας, ο πατέρας των θεών και των ανθρώπων, τους άφησε ελεύθερους, τον έναν από την ανατολή και τον άλλον από την δύση. Σ' αυτό το σημείο ο Δίας έριξε τον ιερό βράχο και οι Δελφοί έγιναν γνωστοί στα πέρατα του κόσμου ως ο ομφαλός της Γης, το κέντρο του κόσμου.

Την εποχή αυτή η κύρια θεότητα που λατρευόταν στο μικρό οικισμό ήταν η Γη. Φρουρούμενη σ' ένα σπηλαιώδες χάσμα, από τον οφιόσχημο γιο της Πύθωνα, έδινε χρησμούς στους πιστούς. Η περιοχή ονομαζόταν Πυθώ.

Ο Απόλλωνας γιος του Δία έφυγε από τον Όλυμπο με σκοπό να σκοτώσει τον Πύθωνα και να κατακτήσει αυτό το όμορφο και ιερό μέρος. Μετά την σφαγή του Πύθωνα ο Απόλλωνας αυτοεξορίστηκε με σκοπό την αυτοτιμωρία και τον εξαγνισμό του, πριν επιστρέψει νικητής στους Δελφούς.

Δέλφις σημαίνει στ' αρχαία Ελληνικά Δελφίни, και γι' αυτό οι Δελφοί ονομάστηκαν έτσι. Προς τιμή του δελφινιού, και αυτό γιατί αυτή τη μορφή πήρε ο Απόλλωνας κατά το ταξίδι της επιστροφής του, οδηγώντας το καράβι με τους Κρήτες ναυτικούς με σκοπό να μείνουν στους Δελφούς για να χτίσουν το ιερό του και να γίνουν οι ιερείς του.

Με την επιστροφή του ο Απόλλωνας στέφτηκε επισήμως προστάτης και άρχοντας των Δελφών. Ο Απόλλωνας ο θεός της Κάθαρσης και της μαντείας, δίδαξε στους ανθρώπους το «μέτρο» και έγινε η πιο ηθική και ειρηνική έκφραση του Ελληνικού Πνεύματος. Ο θεός παίρνει την προσωνυμία "Πύθιος" και το μαντείο ανήκε πλέον σ' αυτόν.

Στο σημείο που έγινε η σφαγή του Πύθωνα, τοποθετήθηκε ο ομφαλός βράχος. Ο ομφαλός σημαίνει "κέντρο της γης" και εκεί ήταν το Ιερό Μαντείο των Δελφών.

7.1.3 Αρχαία Ιστορία

Ο ιερός χώρος του Απόλλωνα απλώνεται ανάμεσα σε δύο τεράστιους βράχους, τις Φαιδριάδες. Για πολλούς αιώνες αυτός ο χώρος ήταν θρησκευτικό και πνευματικό κέντρο του τότε αρχαίου κόσμου. Οι Δελφοί ήταν το γεωγραφικό κέντρο του κόσμου, «ο ομφαλός της γης», το σημείο συνάντησης των δύο αετών που άφησε ο Δίας από τα πέρατα του ουρανού για να βρουν το κέντρο του κόσμου.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της αρχαιολογικής έρευνας η περιοχή των Δελφών κατοικείται ήδη από τα μυκηναϊκά χρόνια (14^{ος} -11^{ος} αι. π.Χ.).

Στην επόμενη περίοδο (11^{ος}- 9^{ος} αι. π.Χ.) εγκαθιδρύεται στους Δελφούς η λατρεία του Απόλλωνα , που εγκαταστάθηκε στους Δελφούς αφού πρώτα σκότωσε, κατά την παράδοση, το δράκοντα Πύθωνα που φύλαγε το μαντείο της Γης.

Κατά τον 8ο και 7ο αι. π.Χ. διαμορφώνεται ο ιερός χώρος, ενώ προς το τέλος του 7ου χτίζονται οι πρώτοι λίθινοι ναοί, αφιερωμένοι ο ένας στον Απόλλωνα και ο άλλος στη θεά Αθηνά. Οι Δελφοί ανήκαν πολιτικά στη φωκική πόλη Κρίσσα, το σημερινό Χρυσό (Χρυσό). Στις αρχές του 6ου αι. π.Χ. προσχώρησαν στην Αμφικτιονία, ένωση πόλεων-κρατών με κοινούς πολιτικούς σκοπούς, η οποία προστάτευσε το ιερό από κατακτητικές βλέψεις.

Το 585 π.Χ., ο τύραννος Κλεισθένης της Σικυώνος απελευθέρωσε τους Δελφούς από την πόλη της Κρίσσας και την κόμη της Κίρρας, οι οποίες επέβαλαν υπέρογκα ποσά στους επισκέπτες που έφθαναν στο λιμάνι τους, για να ζητήσουν την βοήθεια του μαντείου και πολλές φορές τους λήστευαν.

Με την βοήθεια της Αμφικτιονικής Συμμαχίας (Αθηναίων, Θεσσαλών κτλ.), ο Κλεισθένης απέκλεισε το λιμάνι της με τον στόλο των Σικυωνίων και μετά από μακρά πολιορκία, η οποία κράτησε δέκα χρόνια, κατέλαβε και κατάστρεψε ολοσχερώς την Κίρρα (πρώτος ιερός πόλεμος 595-585 π.Χ.).

Ο Κλεισθένης έχτισε καινούργιο θησαυροφυλάκιο και διοργάνωσε τους Πυθικούς Αγώνες μεγαλειωδώς, κάθε τέσσερα χρόνια, σαν τους αγώνες της Ολυμπίας (από ένα μόνο μουσικό άθλημα, πρόσθεσε αρματοδρομίες, πυγμαχία, τρέξιμο, κλπ.). Το ιερό ανατέθηκε στην προστασία της Συμμαχίας, η οποία ονομάστηκε και Δελφική Αμφικτιονία.

Η έδρα της Αμφικτιονίας μεταφέρθηκε στους Δελφούς κι έτσι άρχισε ουσιαστικά η πολιτική ιστορία της πόλης. Με τον καιρό η Δελφική Αμφικτιονία απέκτησε αποφασιστικές αρμοδιότητες στη διοίκηση του Ιερού.

Το 548 π.Χ. κάηκε ο ναός του Απόλλωνα και άρχισε η οικοδόμηση νέου με την υλική βοήθεια διαφόρων ελληνικών πόλεων. Από τον 6ο ως τον 4ο αι. π.Χ. το ιερό γνωρίζει μεγάλη ακμή και κοσμεύεται με οικοδομήματα και πολυάριθμα αναθήματα που αφιερώνονται στο θεό από πόλεις και απλούς πολίτες.

Κάθε πόλη που είχε σκοπό την αποίκηση εκτός των τότε Ελληνικών συνόρων, έπρεπε να συμβουλευτεί τους χρησμούς από το Μαντείο των Δελφών.

Όταν η αποίκηση στεφόταν με επιτυχία, οι προσφορές, και τα δώρα κατέκλυζαν τον ναό σαν δείγμα ευχαριστίας και σεβασμού. Γι' αυτό και οι Δελφοί σύντομα έγιναν η δυνατότερη και ισχυρότερη οικονομικά πόλη της Ελλάδας.

Από το νησί Σίφνος που κατά την αρχαία περίοδο ήταν από τα οικονομικά ισχυρότερα, έστειλαν εισφορές και έχτισαν ένα πανέμορφο Ιωνικού ρυθμού ναό που ήταν προφανής ο σκοπός του να επισκιάσει τους υπόλοιπους θησαυρούς, και θησαυροφυλάκια.

Οι Αθηναίοι επίσης έχτισαν το θησαυροφυλάκίό τους στους Δελφούς μετά την μάχη του Μαραθώνα κατά την οποία υπερνίκησαν τους Πέρσες.

Οι Δελφοί όμως ήταν ουδέτερη ζώνη όπου γειτόνευαν τα θησαυροφυλάκια πόλεων που βρίσκονταν σε εμπόλεμη κατάσταση μεταξύ τους. Όταν οι Συρακούσες νίκησαν την Αθήνα στην κρίσιμη μάχη κατά τον Πελοποννησιακό πόλεμο, έσπευσαν να χτίσουν το μεγαλύτερο θησαυροφυλάκίό τους ακριβώς απέναντι από αυτό των Αθηνών.

Κάθε ισχυρή πόλη της Αρχαίας Ελλάδας είχε χτισμένο στους Δελφούς το θησαυροφυλάκιο της. Οι πόλεις που δεν ήταν τόσο οικονομικά ισχυρές για να χτίσουν το θησαυροφυλάκίό τους ανέγειραν αγάλματα στην Ιερά Οδό.

Διάφοροι ιεροί πόλεμοι σημαδεύουν τη λειτουργία του Μαντείου, καθώς Φωκείς, Λοκροί, Αθηναίοι κ.ά. εποφθαλμιούν τον πλούτο και επεμβαίνουν στην ανεξαρτησία του. Τόσο ο πόλεμος εναντίον της Κρίσσης (600-590 π.Χ.), όσο και εκείνος για την απαλλαγή των Δελφών από την επικυριαρχία των Φωκέων ονομάζονται ιεροί πόλεμοι (Α' και Β'). Το 356 π.Χ. κηρύχτηκε ο Γ' ιερός πόλεμος, διάρκειας 10 χρόνων, που έληξε με επικράτηση των Φωκέων. (Αντωνιάδης, 2006).

Αργότερα ο Φίλιππος της Μακεδονίας νίκησε τους Φωκείς και ανέλαβε την ηγεσία της Αμφικτιονίας. Το 339-338 π.Χ. ο Δ' ιερός πόλεμος έδωσε την αφορμή στο Φίλιππο να εισβάλλει στη νότια Ελλάδα (Μάχη Χαιρώνειας).

Από το 191 π.Χ. κυριαρχούν οι Ρωμαίοι. Το 86 π.Χ. το Ιερό λεηλατείται από το στρατηγό Σύλλα. Ο αυτοκράτορας Νέρωνας συμμετείχε στα Πύθια, όταν 500 αγάλματα των Δελφών μεταφέρονταν στη Ρώμη για τον εξωραϊσμό της. Τον 2ο αι. μ.Χ. ο Αδριανός φρόντισε μέσω δω-

ρεών την οικονομική ενίσχυση του ιερού, όμως νέες προσπάθειες ανάκτησης της ακμής του δεν είχαν αποτέλεσμα.

Πράγματι, το 392 μ.Χ. ο αυτοκράτορας Θεοδόσιος απαγόρευσε την αρχαία λατρεία και το μαντείο αναγκάστηκε να κλείσει.

Οι Γότθοι και Σλάβοι εισβολείς λεηλάτησαν τους Δελφούς, που είχαν επίσης την ατυχία να το χτυπήσουν και πολλοί καταστρεπτικοί σεισμοί.

Το 1891 έως 1893μ.Χ., έγιναν ανασκαφές στους Δελφούς και επαναφέρθηκαν στο φως το Θέατρο, το Στάδιο, το ιερό του Απόλλωνα, τα θησαυροφυλάκια και άλλα κτίρια, μαζί με 6000 επιγραφές από αγάλματα και άλλα έργα (Καρούζος, 1996).

7.1.4. Το Μαντείο, η Πυθία και οι Χρησμοί

Στο Μαντείο έρχονταν όλοι όσοι επιθυμούσαν κάποια συμβουλή. Το Μαντείο των Δελφών ήταν θρησκευτική εμπειρία κατά την οποία όλα τα ερωτήματα έβρισκαν απαντήσεις και οι συμβουλές των ιερέων του Απόλλωνα ακολουθούνταν κατά γράμμα. . Οι χρησμοί του θεού εκφράζονταν από την Πυθία, ιέρεια του Μαντείου, και ερμηνεύονταν από τους ιερείς του Απόλλωνα. Το τυπικό στη λειτουργία του μαντείου πήρε την οριστική του μορφή μέσα στον 6ο αι. π.Χ. και έμεινε αναλλοίωτο έως την εποχή του Αδριανού (2ος αι. π.Χ.).

Οι προσκυνητές καθαρίζονταν με το νερό της Κασταλίας πηγής, πλήρωναν έναν ορισμένο φόρο, τον πελανόν και θυσίαζαν ένα ζώο στο βωμό του Απόλλωνα. Ο Απόλλωνας ήταν εκείνος που συμβούλευε μέσω της ιέρειάς του, Πυθίας, η οποία καθόταν στο τρίποδο ανάμεσα στις αναθυμιάσεις που ήταν το μέσο επικοινωνίας με τον Απόλλωνα. Για να εκλεγεί μια γυναίκα στο ιερό αυτό αξίωμα θα έπρεπε να είναι πάνω από 50 ετών, ενώ δεν ήταν απαραίτητο να είναι παρθένος πριν εκλεγεί. Κατόπιν όφειλε να εγκαταλείψει την οικογένειά της και να μένει μέσα στο ιερό αφιερωμένη στο θεό.

Αρχικά χρησμοί δίνονταν μόνο μια φορά το χρόνο στις 7 του μηνός Βυσίου (Φεβρουάριος-Μάρτιος) στα γενέθλια του Απόλλωνα, αλλά αργότερα δίνονταν στις 7 κάθε μήνα και για να μπορέσει το μαντείο να ανταποκριθεί στις νέες απαιτήσεις ανέβασε τον αριθμό των Πυθιών σε τρεις.



Πριν από κάθε επικοινωνία με τον Απόλλωνα, έπρεπε να τηρηθούν κάποιοι τελετουργικοί κανόνες από την ιέρεια Πυθία.

Πρώτα έπρεπε να πλυθεί στα ιερά νερά της Κασταλίας πηγής για να καθαρίσει και εξαγνίσει το σώμα της εσωτερικά, και μόνο τότε μπορούσε να καθίσει στον ομφάλιο βράχο και ν' αρχίσει την διαδικασία επικοινωνίας με τον Απόλλωνα. Η μάντισσα ανέβαινε στον ιερό τρίποδα για να επικοινωνήσει με τον Απόλλωνα μόνον εφόσον ο θεός είχε δείξει ότι θέλει να μιλήσει. Αυτό το έκανε στη διάρκεια της θυσίας ενός κατσικιού που έφερναν οι ιερείς και πριν το θυσιάσουν το έβρεχαν με παγωμένο νερό. Εάν το κατσίκι ριγούσε σύγκορμο τότε θα γινόταν χρησμοδοσία, διαφορετικά η Πυθία δεν ανέβαινε καν στον ιερό τρίποδα, τον θρόνο του θεού (Ζέρβας, 2004).

Το 1892 Γάλλοι αρχαιολόγοι άρχισαν ανασκαφές στην περιοχή του ιερού των Δελφών με σκοπό να βρουν κάτι που να αποδεικνύει ότι υπήρχε χάσμα που επέτρεπε σε αέρια να αναδύθουν και να δημιουργήσουν το κανάλι "επικοινωνίας" μεταξύ Πυθίας και Απόλλωνα. Δεν κατόρθωσαν όμως να βρουν κάτι που να το αποδεικνύει.

Στα τέλη του 1990 μια ομάδα αποτελούμενη από ένα αρχαιολόγο, έναν τοξικολόγο, ένα χημικό, και έναν γεωλόγο υποστήριξαν το αντίθετο. Σύμφωνα με την θεωρία τους, ο ομφαλός βράχος, πάνω στον οποίο καθόταν η Πυθία και ανάμεσα στις αναθυμιάσεις έλεγε στους χρησμούς της, βρισκόταν ακριβώς πάνω από ένα χάσμα που είχε δημιουργηθεί εξαιτίας της ολισθηρότητας των υπογείων πλακών, αφήνοντας μία δίοδο ώστε οι αναθυμιάσεις αέριων όπως αιθάνιο και μεθάνιο, να ανεβαίνουν στην επιφάνεια του εδάφους και να εισπνέονται από την Πυθία (Καρούζος, 1996).

Αν κάποιος εισπνεύσει μικρή ποσότητα αιθυλενίου έρχεται σε κατάσταση ευφορίας, και δημιουργούνται παραισθησιακά οράματα. Όταν η Πυθία ήταν στην "κατάσταση" επικοινωνίας με τον Απόλλωνα και ζητούνταν οι ερωτήσεις και συμβουλές, οι απαντήσεις της Πυθίας δίνονταν ασυνάρτητα, εκείνη παραληρούσε. Οι ιερείς του ιερού ήταν εκείνοι που "μετέφραζαν" και έδιναν κάποιο νόημα στα όσα εκείνη έλεγε. Οι απαντήσεις του Μαντείου ήταν πάντα σοφές και προνοητικές και γι' αυτό το Μαντείο ήταν αξιοσέβαστο και τόσο φημισμένο.

Οι προφητείες εκφράζονταν με μυστικιστικό τρόπο ή με ένα συντακτικό που τους έδινε περισσότερη από μία εξήγηση.

Ο φιλόσοφος Ηράκλειτος (500π.χ.) υποστήριξε ότι το Μαντείο ούτε αποκρύπτει, ούτε αποκαλύπτει την αλήθεια, μόνο την υπαινίσσεται. Ένα σχετικό παράδειγμα είναι αυτού του βασιλιά Κροίσου. Όταν ο Λύδιος βασιλιάς Κροίσος ρώτησε το Μαντείο αν ήταν σωστό και σοφό

να επιτεθεί στην Ελλάδα, η απάντηση που του δόθηκε ήταν η εξής: Αν επιτεθείς θα καταστρέψεις ένα μεγάλο Βασίλειο. Ο Κροίσος άκουσε τον χρησμό και επιτέθηκε. Το αποτέλεσμα όμως δεν ήταν αυτό που περίμενε. Η στρατιά του Κροίσου ηττήθηκε και το μεγάλο Βασίλειο που καταστράφηκε, ήταν το δικό του. Ο Κροίσος δεν έπαψε να υποστηρίζει την σοφία και διορατικότητα του Μαντείου των Δελφών, και πόσο αληθινός ήταν ο χρησμός (www.aroundparnassos.gr).

Μια από τις διασημότερες προφητείες του Μαντείου, είναι και ένας Σπαρτιάτη ευγενή ο οποίος ρώτησε την Πυθία εάν θα πεθάνει στην επικείμενη μάχη και, άρα, εάν θα πρέπει να λάβει μέρος. Η απάντηση της Πυθίας ήταν κλασσική: «Ἡξεις ἀφίξεις ου ἐν τῷ πολέμῳ θνήξεις». Εάν μπει κόμμα μετά το "ήξεις" η προφητεία σημαίνει "Θα πας, δεν θα γυρίσεις, στον πόλεμο θα πεθάνεις". Εάν, πάλι, μπει κόμμα μετά το "αφίξεις", η προφητεία σημαίνει "Θα πας και θα γυρίσεις, δεν θα πεθάνεις στον πόλεμο". Η προφητεία βέβαια παραδόθηκε χωρίς κόμμα και θα έβγαινε αληθινή όποιο και να ήταν το αποτέλεσμα της μάχης. Η σύγχρονη Ελληνική έκφραση "ήξεις αφίξεις", που σημαίνει ακαταληψία και ασαφή λόγο, προέρχεται από εκείνο τον χρησμό της Πυθίας, πριν από 2.500 χρόνια.

Σε μια άλλη διάσημη περίπτωση, όταν οι Πέρσες βάδιζαν προς την Αθήνα, το 480 π.Χ., οι Αθηναίοι ζήτησαν τη συμβουλή του θεού και του Μαντείου. Η Πυθία συμβούλευσε την πόλη ότι θα σωθεί από τα "ξύλινα τείχη" της. Πολλοί γηραιότεροι και θρησκευόμενοι Αθηναίοι θεώρησαν ότι αυτό σήμαινε ότι έπρεπε να χτίσουν ξύλινα τείχη γύρω από την Ακρόπολη και να οχυρωθούν εκεί για να αντιμετωπίσουν τους Πέρσες (Αντωνιάδης, 2006).

Ο Θεμιστοκλής, όμως, ένας από τους στρατηγούς της Αθήνας, έπεισε τον υπόλοιπο λαό της πόλης ότι τα "ξύλινα τείχη" της πόλης ήταν ο ένδοξος στόλος της. Ο Θεμιστοκλής μετέφερε τον πληθυσμό της πόλης στην Αίγινα και μετά κατάστρεψε τον Περσικό στόλο και στρατό στην Σαλαμίνα. Αυτοί που ερμήνευσαν τον Δελφικό χρησμό κυριολεκτικά χάθηκαν στον βράχο της Ακρόπολης ύστερα από σύντομη Περσική πολιορκία.

Ενώ η δύναμη και η δόξα του Μαντείου μεγάλωνε, αυξήθηκαν και οι πόλεμοι μεταξύ πόλεων-κρατών για το ποιος θα έχει υπό την κυριαρχία του το Μαντείο και τους θησαυρούς του. Οι Φωκείς, οι Αμφισσείς ακόμα και οι Αθηναίοι, όλοι προσπάθησαν να επέμβουν στην οικονομική και θρησκευτική δύναμη του Μαντείου. Οι Θηβαίοι κατηγορήσαν τους Φωκείς στην Αμφικτιονική Συμμαχία, ότι κατέλαβαν μια μεγάλη περιοχή από το μαντείο. Η Συμμαχία τους βρήκε ένοχους και τους διέταξε να πληρώσουν ένα μεγάλο πρόστιμο. Οι Φωκείς οι οποίοι δεν μπορούσαν να πληρώσουν το πρόστιμο, πήραν τα όπλα και διάλεξαν ως αρχηγό τους τον ληστή

Φιλόμηλο, ο οποίος κατέλαβε τους Δελφούς και σκότωσε πολλούς από τους ιερείς. Για να δικαιολογήσει τις πράξεις του, διέταξε την Πυθία να βγάλει ένα χρησμό που να λέει, ότι όλα αυτά που έγιναν, ήταν πεπρωμένο να γίνουν. Όταν η Πυθία αρνήθηκε, την ανέβασαν με την βία στο τρίποδο και όπως ήταν τρομοκρατημένη από τις λόγγες των στρατιωτών, είπε : "είσθε ελεύθεροι να κάνετε ότι θέλετε".

Ο Μέγας Αλέξανδρος παραβίασε την ιερότητα των Δελφών και ανάγκασε την Πυθία να δώσει τον χρησμό που αυτός ήθελε.

Η χρησιμοδότηση της Πυθίας στον βυζαντινό αυτοκράτορα Ιουλιανό τον Παραβάτη (361-363 μ.Χ.) επιβεβαιώνει το γεγονός της οριστικής επικράτησης του χριστιανισμού έναντι της ειδωλολατρίας: (σε μετάφραση) «Να πείτε του βασιλιά ότι γκρεμίστηκε το περίτεχνο παλάτι. Ο Φοίβος (*Απόλλωνας*) δεν έχει πια στέγη, ούτε προφητική δάφνη, ούτε πηγή που μιλάει και το πηγαίο νερό στέρεψε πια».

7.1.5 Ο Αρχαιολογικός Χώρος

Οι ανασκαφές στους Δελφούς άρχισαν το 1892 από τη Γαλλική Αρχαιολογική Σχολή, όπου η αρχαιολογική σκαπάνη έφερε στο φως πλήθος από πολύτιμες μαρτυρίες του παρελθόντος. Οι Δελφοί ανέδειξαν μια πλούσια ποικιλία τεχνοτροπιών και σχολών όλων σχεδόν των περιόδων της ελληνικής τέχνης, με έργα που φτιάχτηκαν από δημιουργούς προερχόμενους από τα πιο παραγωγικά κέντρα του ελληνικού κόσμου, από τις αρχαϊκές Κυκλάδες μέχρι τη μικρασιατική Πέργαμο των ελληνιστικών χρόνων, από την Κόρινθο, την Αθήνα, τη Μακεδονία, μέχρι και τις ελληνικές αποικίες της Δύσης (Ντάσιος, 1996).



Ο **ναός του Απόλλωνα** ήταν το σπουδαιότερο κτήριο στους Δελφούς. Γύρω του υπήρχε περίβολος με διάφορες πύλες. Από την κύρια πύλη άρχιζε η λιθόστρωτη Ιερά Οδός που οδηγούσε στο δωρικό ναό του θεού, στο κέντρο του ιερού. Στο μνημείο του ναού διακρίνονται τρεις οικοδομικές φάσεις, εκ των οποίων η νεότερη χρονολογείται μεταξύ 373 και 330 π.Χ. Κάτω από το άδυτο βρισκόταν ο υπόγειος χώρος, όπου έδινε τους χρησμούς η Πυθία. Κτίσθηκε στην ίδια θέση και με τα ίδια σχέδια παλαιότερου ναού του 6ου αιώνα. Σήμερα έχει την μορφή που έλαβε με την αναστήλωση των ετών 1938-1941.

Δεξιά και αριστερά την Ιερά Οδό πλαισίωναν μνημεία και αναθήματα που αφιέρωναν οι αρχαίες πόλεις ύστερα από μεγάλες νίκες τους. Αγάλματα, ανάγλυφες συνθέσεις, "θησαυροί" Τα σπουδαιότερα είναι **τα αναθήματα των Λακεδαιμονίων, των Αρκάδων, των Αθηναίων, ο "Δούρειος Ίππος" των Αργείων, οι θησαυροί των Σικυωνίων, των Σιφνίων, των Μεγαρέων**, κ.ά. Ο Θησαυρός των Αθηναίων, το μικρό κτήριο δωρικού ρυθμού με δύο κίονες στην πρόσοψη ανάμεσα στις παραστάσεις, κτίσθηκε από τους Αθηναίους από λάφυρα των Περσών από το Μαραθώνα. Η χρονολόγηση του διχάζει τους αρχαιολόγους. Μερικοί θεωρούν ότι κτίστηκε μετά τη μάχη του Μαραθώνα (490 π.Χ.), ενώ άλλοι υποστηρίζουν ότι αφιερώθηκε από τη νέα Αθηναϊκή Δημοκρατία (505-500 π.Χ.) Είναι το μοναδικό μνημείο του χώρου που υψώνεται στις πραγματικές του διαστάσεις μετά την αναστήλωση του 1903-1906.

Πάνω από τη ΒΔ πλευρά του ναού βρίσκεται **το Θέατρο** (4ος αι. π.Χ.) χωρητικότητας 5.000 περίπου θεατών. Εκεί τελούνταν δραματικοί και λυρικοί αγώνες. Το Θέατρο κατασκευάστηκε



τον 4ο π.Χ. αιώνα αλλά την σημερινή του μορφή πήρε στην αρχή των ρωμαϊκών αυτοκρατορικών χρόνων. Το κοίλο του είχε τριάντα πέντε σειρές καθισμάτων και στην πλακόστρωτη ορχήστρα σώζονται τα θεμέλια της σκηνής.

Ψηλότερα και έξω από το Ιερό, βρίσκεται **το Στάδιο**, που οι κερκίδες του σώζονται ακόμα και σήμερα σε πολύ καλή κατάσταση. Κατασκευάστηκε τον 5ο π.Χ. αιώνα για τη διεξαγωγή των πανελλήνιων αγώνων των Πυθίων. Εκτός από τους γυμνικούς (αθλητικούς αγώνες) γίνονταν και μουσικές εκδηλώσεις. Ανακαινίσθηκε από τον Ηρώδη τον Αττικό (2ος μ.Χ. αιώνας), που έκτισε τη μνημειώδη είσοδο με τις ανίδες.

Στα ΝΑ του Ιερού του Απόλλωνα βρίσκεται **το Ιερό της Αθηνάς Προνοίας**, με έξι κολώνες



στην πρόσοψη. Σώζονται ερείπια αρχαϊκού και μεταγενέστερου ναού της θεάς, δύο θησαυρών και η περίφημη Θόλος. **Η Θόλος** είναι ένα κυκλικό οικοδόμημα αριστουργηματικής αρχιτεκτονικής. Συνδυάζει τον δωρικό ρυθμό στην εξωτερική κιονοστοιχία και τον κορινθιακό στους ημικίονες που εφάπτονταν των κυκλικών τοίχων. Κτίσθηκε γύρω στο 380 π.Χ. και ο προορισμός του παραμένει αβέβαιος. Σήμερα έχει τη

μορφή που πήρε με τη μερική αναστύλωση του 1938.

Μετά το Ιερό της Αθηνάς Προνοίας ο επισκέπτης συναντά **το Γυμνάσιο**. Το Γυμνάσιο ήταν ένα συγκρότημα οικοδομημάτων, όπου γυμνάζονταν και διδάσκονταν οι νέοι των Δελφών. Υπήρχαν ειδικές εγκαταστάσεις όπου γινόταν η άσκηση στο τρέξιμο, καθώς και παλαίστρα και λουτρό για να πλένονται οι αθλητές μετά τους αγώνες.

Προς το Ιερό της Αθηνάς Προνοίας και μετά το Γυμνάσιο αναβλύζει **η Κασταλία** πηγή στην χαράδρα των Φαιδριάδων. Στην ιερή πηγή των Δελφών εξαγνίζονταν οι προσκυνητές και με το νερό της ράντιζαν οι ιερείς το ναό του Απόλλωνα. Σήμερα σώζονται οι δύο μνημειακές κρήνες, η αρχαϊκή και η λαξευμένη στο βράχο ρωμαϊκή κρήνη με τις κόγχες για τα αναθήματα στη νύμφη Κασταλία (Υπουργείο Τουρισμού, 2004)

7.1.6 Το Μουσείο των Δελφών

Δίπλα από τον αρχαιολογικό χώρο βρίσκεται το Μουσείο των Δελφών και είναι ένα από τα σημαντικότερα μουσεία όχι μόνο της Ελλάδας αλλά και όλου του κόσμου. Το κτίριο είναι κατασκευασμένο από λευκό μάρμαρο με πολύ μοντέρνα και λιτή γραμμή, βρισκόμενο σε αρμονία με τον αρχαιολογικό χώρο και το φυσικό τοπίο των Δελφών. Στους χώρους του εκτίθενται σημαντικά αγάλματα και αντικείμενα τέχνης καθώς και ευρήματα αρχαιολογικής και ιστορικής σημασίας (www.aroundparnassos.gr).

Με την είσοδο στο μουσείο, βρίσκεται το "Τρίποδο των Δελφών". Ήταν το τριπόδου που χρησιμοποιούνταν από τους ιερείς του ναού, όπου από τις αναθυμιάσεις της δάφνης η Πυθία ερχόταν σε επικοινωνία με τον θεό Απόλλωνα και προέβλεπε τους χρησμούς.

Στη συνέχεια της διαδρομής μέσα στο μουσείο εκθέτονται ευρήματα όπως, περικεφαλαίες, κοσμήματα και είδη καθημερινής χρήσης. Εντυπωσιακά είναι τα ελεφάντινα κεφάλια από χρυσελεφάντινα αγάλματα που αποδίδονται στον Απόλλωνα και την Άρτεμη.

Στον μεγαλύτερο και ευρύτερο χώρο του μουσείου βρίσκονται αγάλματα και απόψεις από τα αετώματα του ναού και των θησαυρών. Ανάμεσα τους βρίσκεται η Σφίγγα της Νάξου, αφιέρωμα από τον θησαυρό των Ναξίων, που αγέρωχη, στέκει σαν φύλακας στον μουσειακό χώρο. Επίσης υπάρχει τμήματα από την ανάγλυφη ζωφόρο του θησαυρού των Σιφνίων, στα οποία αναπαριστούνε σκηνές από την μάχη των Ολύμπιων θεών με του Γίγαντες. Στο μουσείο εκθέτονται και μαρμάρινες μετώπες του θησαυρού των Αθηναίων, με παραστάσεις Αμαζονομαχίας, των άθλων του Ηρακλή και του Θησέα καθώς και άλλων σκηνών από την Ελληνική ιστορία και μυθολογία.

Σε ένα από τα πολλά δωμάτια του μουσείου εκτίθενται οι δίδυμοι Κούροι του Άργους, φιλοτεχνημένα από τον Αργείο γλύπτη Πολυμήδη. Τα αγάλματα αυτά βρέθηκαν σε άριστη κατάσταση. Έχει επικρατήσει η άποψη ότι τα όμοια αγάλματα, απεικονίζουν τον Βίτων και τον Κλέοβις, δύο αδέρφια από το Άργος, που η μητέρα τους η ιέρεια Κυδίππη είχε καθυστερήσει να παραστεί στην τελετή λατρείας στο ιερό της Ήρας στο Άργος, οι δύο γιοι της, για να την ευχαριστήσουν μετέφεραν οι ίδιοι την μητέρα τους στην άμαξα της, σε μια απόσταση 8 χμ. Η μητέρα τους προσευχήθηκε στην θεά Ήρα να τους χαρίσει ότι είναι πολυτιμότερο στον άνθρωπο. Το βράδυ ξεκουράστηκαν στους χώρους του ναού, κοιμήθηκαν αλλά δεν ξύπνησαν ποτέ γιατί η θεά Ήρα τους χάρισε την αθανασία. Για αυτήν την ηρωική τους πράξη, οι Αργείοι αφιέρωσαν τα δύο αγάλματα στους Δελφούς. Μία άλλη εκδοχή υποστηρίζει ότι οι δίδυμοι Κούροι απεικονίζουν τους Διόσκουρους, που λατρεύονταν από τους Πελοποννήσιους. (Ζέρβας, 2004).



Σε μια από τις μεγαλύτερες αίθουσες βρίσκεται και ο περίφημος ομφαλός, ο μεγάλος πέτρινος βράχος, που ήταν ο τάφος του Πύθωνα και υποδήλωνε την θέση του κέντρου της Γης, καθώς εδώ συναντήθηκαν οι δύο αετοί που έστειλε ο Δίας.



Στα τελευταία δωμάτια του μουσείου βρίσκεται ένα από τα πιο γνωστά αγάλματα του μουσείου, ο Ηνίοχος, ο οποίος στέκεται μόνος στο δωμάτιο που έχει διαμορφωθεί. Το χάλκινο άγαλμα βρέθηκε στους Δελφούς και αρχικά αποτελούσε μέρος ενός μεγαλύτερου συμπλέγματος, που παρουσίαζε άρμα με τέσσερα άλογα, από τα οποία μερικά μόνο μερικά τμήματα σώθηκαν. Το ύψος του είναι 1.8μ και αποτελείται από έξι διαφορετικά κομμάτια. Είχε αφιερωθεί στον Απόλλωνα από τον τύραννο της Γέλας, Πολύζαλο, το 478 π.Χ., μετά την νίκη του στις αρματοδρομίες στους Πυθικούς αγώνες. Τα μάτια του είναι φτιαγμένα από όνυχα και δίνουν την εντύπωση ότι ο Ηνίοχος παρακολουθεί κάθε κίνηση στον χώρο. Υπάρχει γραφική αναπαράσταση που δείχνει πως θα ήταν το άγαλμα στην ολοκληρωμένη του μορφή.

Στην έξοδο του μουσείου, υπάρχει η μακέτα όπου απεικονίζει πως ήταν ο αρχαιολογικός χώρος των Δελφών και ο ναός του Απόλλωνα, κατά την περίοδο ακμής στα αρχαία χρόνια. Οι λεπτομέρειες του χώρου έχουν αποδοθεί ρεαλιστικά για να κατανοήσει ο επισκέπτης την αρχική

εικόνα του ναού και του χώρου γύρω από αυτόν, που είχε όταν ήταν το σημαντικότερο και ιερότερο μέρος της Αρχαίας Ελλάδας (Κολωνία, 1996).

7.1.7 Μουσείο Δελφικών Εορτών Σικελιανού

Στη νεότερη εποχή, η μνήμη των Δελφών παρέμεινε ζωντανή ως πηγή γνήσιας καλλιτεχνικής και ανθρωπιστικής συγκίνησης και ενέπνευσε ή επηρέασε το έργο μεγάλων δημιουργών στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο.



Κατά τον 20ο αιώνα ο ποιητής Άγγελος Σικελιανός και η γυναίκα του Εύα Palmer-Σικελιανού επιχειρούν την αναβίωση των Δελφών ως παγκόσμιου κέντρου.

Η Δελφική Ιδέα του Αγγέλου Σικελιανού εκφράζει το όραμα της συμβίωσης και της συμφιλίωσης των λαών και της λύτρωσης του ανθρώπου από την αποξένωση και την απομόνωση της σύγχρονης κοινωνίας μέσα από τον ποιητικό λόγο και τις διαχρονικές αξίες του αρχαίου Ελληνικού πνεύματος. «Πρότεινα τους Δελφούς», τόνισε ο Σικελιανός, «ως σύνθημα που χάρη στην προαιώνια προέλευσή του εγκλείει δυναμικά την ικανότητα μιας οικουμενικής ιδεολογικής ακτινοβολίας πάνω σ'ολάκερη τη γη».

Το Μάιο του 1927 ο Άγγελος και η Εύα Σικελιανού οργανώνουν στους Δελφούς τις Πρώτες Δελφικές Εορτές. Το σπίτι τους κατασκευάστηκε στην περίοδο των πρώτων Δελφικών Εορτών, σε εξαιρετικά προνομιακή θέση, δίπλα στον αρχαιολογικό χώρο, με θέα τον Παρνασσό, το χωριό των Δελφών και την κοιλάδα της Άμφισσας. Χτίστηκε χωρίς συγκεκριμένο αρχιτεκτονικό σχέδιο με πολλά αμερικανικά και ελληνικά στοιχεία από ντόπιους μάστορες, τους περίφημους «πετράδες», υπό την επίβλεψη της Εύας Σικελιανού. Η οικογένεια έπαψε να κατοικεί μετά τις



Δεύτερες Δελφικές Εορτές.

Κατά τη διάρκεια του '60 το σπίτι απαλλοτριώνεται υπέρ του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών αναλαμβάνει την αποκατάσταση του και τη μετατροπή του σε Μουσείο Δελφικών Εορτών Τα εκθέματα του μουσείου περιλαμβάνουν φωτογραφικό και έντυπο υλικό από τις Δελφικές Εορτές που οργάνωσαν ο Άγγελος και η Εύα Σικελιανού (1927 και 1930), κοστούμια από τις παραστάσεις αρχαίου δράματος στο αρχαίο θέ-

ατρο των Δελφών, τον περίφημο αργαλειό της Εύας Σικελιανού, χειρόγραφα κείμενα του ποιητή και άλλα αντικείμενα (www.delphi.gr).

7.2 Οργάνωση συνεδρίων στους Δελφούς

7.2.1 Οι Αμφικτιονίες

Η πρώτη μορφή συνεδρίων ήταν αδιαμφισβήτητα ο θεσμός των Αμφικτιονιών στην Αρχαία Ελλάδα. Η λέξη σημαίνει συγκέντρωση «αμφικτιόνων» δηλαδή ανθρώπων που κατοικούν γύρω από το ναό. Έτσι λοιπόν στις αμφικτιονίες συνέρχονταν αντιπρόσωποι πόλεων που γειτόνευαν με κάποιο ναό. Η διπλή γραφή της λέξης οφείλεται στην διπλή ετυμολογία αυτής από τους αρχαίους Έλληνες. Αυτή με το «υ» είναι εκείνη κατά την οποία η μυθολογική παράδοση κατά την οποία η αμφικτιονία των Θερμοπυλών ήταν θεσμός που ιδρύθηκε από τον Αμφικτύωνα, γιό του Δευκαλίωνα και αδελφού του Έλληνα. Η γραφή του με «υ» είναι η πραγματική και μαρτυρεί την προέλευση του θεσμού δηλαδή συνέλευση γειτονικών λαών (αμφικτιόνων, περικτιόνων, περιοικούντων.) σε κοινό ιερό χώρο κατά τακτή ημέρα προς τέλεση εορτής υπέρ του λατρευόμενου θεού στο ιερό.

Στην αρχή οι αμφικτιονίες συζητούσαν και αποφάσιζαν για θέματα σχετικά με το ναό, όπως για τη συντήρηση και κατασκευή του, για θυσίες και γενικότερα για τη διαχείριση του. Με την ευκαιρία αυτή όμως συζητούσαν και θέματα που αφορούσαν τις σχέσεις μεταξύ των πόλεων. Καθώς ο χώρος ήταν ιερός επικαλούνταν και το θεό να εγγυηθεί για τη τήρηση των συμφωνιών. Χωρίς να χάσουν των θρησκευτικό τους χαρακτήρα οι αμφικτιονίες άρχισαν να γίνονται θεσμοί. Συνεδρίαζαν δυο φορές το χρόνο και οι κάποιες αποφάσεις τους ήταν τόσο σοβαρές που γίνονταν νόμοι και ρύθμιζαν τις σχέσεις μεταξύ των πόλεων.

Η Αμφικτιονία των Θερμοπυλών, το 1522 π.Χ., αναφέρεται ως η πρώτη αμφικτιονία, που πραγματοποιούνταν δυο φορές το χρόνο, με την συμμετοχή δώδεκα Ελληνικών Φυλών που κατοικούσαν στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής Ελλάδας. Το φθινόπωρο γινόταν στην αρχαία Μαλιακή Ανθήλη και την άνοιξη στους Δελφούς. Από τις πιο γνωστές αμφικτιονίες ήταν εκείνη της Δήλου, η οποία και πήρε σοβαρές αποφάσεις για τα νησιά του Αιγαίου και της Μικρασιατικής Ελλάδος.

Η αμφικτιονία των Δελφών προήλθε από την συγχώνευση άλλων 3 μικρότερων αμφικτιονιών, του Απόλλωνα της κοιλάδας των Τεμπών, της Δήμητρας στις Θερμοπύλες και του Πυθίου Απόλλωνα στους Δελφούς. Η συγχώνευση αυτών των 3 αμφικτιονιών και η οργάνωση της

εξ αυτής νέας προερχόμενης ήταν το μεγάλο έργο των Δωριέων, για τους οποίους η ιερατική πολιτεία των Δελφών, παρείχε ιδιάζουσα προστασία και εύνοια.

Οι Αμφικτιονίες γίνονταν συνήθως στα προαύλια των ναών και συμμετείχαν σε αυτές δυο αντιπρόσωποι κάθε αμφικτιονικής πόλης μετά ψήφου ή και περισσότεροι χωρίς δικαίωμα ψήφου ακόμα και όλοι οι κάτοικοι των αμφικτιονικών πόλεων, οπότε η Αμφικτιονία ονομάζονταν Εκκλησία των Αμφικτιονιών.

Το θεσμό των Αμφικτιονιών διαδέχθηκε αργότερα ο θεσμός των «Κοινών» που επικράτησε στον ελληνικό χώρο για τρεις ολόκληρους αιώνες. Οι συγκεντρώσεις πολιτών για την επίλυση τοπικών ζητημάτων δεν ήταν άγνωστες όμως και σε άλλες αρχαίες χώρες.

7.2.2 Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών

Το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών (Ε.Π.Κε.Δ) ιδρύθηκε με έμπνευση και πρωτοβουλία του Κωνσταντίνου Καραμανλή, με στόχο την δημιουργία στους Δελφούς ενός ευρωπαϊκού και παγκόσμιου πνευματικού κέντρου. Η δράση του Ε.Π.Κε.Δ συνδέεται με τις πολιτιστικές και ανθρωπιστικές αξίες που συμβολίζουν οι Δελφοί.

Οι πρώτες συζητήσεις ξεκινούν τη δεκαετία του '50 και το 1959 υποβάλλεται από ομάδα Ελλήνων βουλευτών πρόταση στο Συμβούλιο της Ευρώπης για ίδρυση Πνευματικού Κέντρου στους Δελφούς η οποία και γίνεται αποδεκτή. Το 1965 ξεκινούν οι εργασίες για την κατασκευή του συνεδριακού κέντρου, το κόστος του οποίου καλύπτεται από κρατικούς πόρους και με την οικονομική συμβολή του Συμβουλίου της Ευρώπης. Το 1977 με νόμο της Βουλής ιδρύεται το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών, ως Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου, υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού και του Συμβουλίου της Ευρώπης (www.eccd.gr).

Στον ιδρυτικό νόμο αναφέρεται ότι σκοπός του Ε.Π.Κε.Δ είναι «η εξυπηρέτησις διεθνούς πολιτιστικού συμφέροντος» και «η ανάπτυξις των κοινών πολιτιστικών στοιχείων, τα οποία ενώνουν τους λαούς της Ευρώπης» με «σύνταξιν μελετών Ευρωπαϊκού Πολιτισμού, την διοργάνωσιν συναντήσεων και πάσης φύσεως δραστηριοτήτων πολιτιστικού περιεχομένου...».

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Ε.Π.Κε.Δ. αποτελείται από 11 μέλη, εκ των οποίων οι 7 είναι Έλληνες ενώ οι υπόλοιποι είναι από άλλες χώρες του Συμβουλίου της Ευρώπης. Εξ' αξιώματος περιλαμβάνονται ο Γενικός Γραμματέας του Συμβουλίου της Ευρώπης, ο Πρόεδρος



της Επιτροπής Πολιτιστικής Συνεργασίας του Συμβουλίου της Ευρώπης και εκπρόσωποι των Ελληνικών Υπουργείων Πολιτισμού και Εξωτερικών. Τα υπόλοιπα μέλη απαρτίζονται από προσωπικότητες των γραμμάτων και των τεχνών. Με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού ορίζεται το Διοικητικό Συμβούλιο και ο Διευθυντής του Ε.Π.Κε.Δ.. Ο τακτικός προϋπολογισμός του Ε.Π.Κε.Δ προέρχεται από επιχορήγηση του Υπουργείου Πολιτισμού.

Η κεντρική υπηρεσία στεγάζεται σε ένα ιδιόκτητο νεοκλασικό κτίριο στην Πλάκα, σε ένα συνολικό χώρο 518τ.μ. όπου φιλοξενούνται κατά καιρούς μικρά εικαστικά γεγονότα, διαλέξεις και σεμινάρια. Η κύρια υποδομή είναι το συνεδριακό κέντρο στους Δελφούς.

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες του Ε.Π.Κε.Δ είναι κατά κύριο λόγο συναντήσεις που συνδυάζουν την έρευνα, την παιδεία και την καλλιτεχνική δημιουργία. Αναλυτικότερα (Υπουργείο Πολιτισμού, «Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών», 1996):

1. Διεθνείς Συναντήσεις. Οι Διεθνείς Συναντήσεις Αρχαίου Ελληνικού Δράματος ξεκίνησαν το 1985 και οργανώνονται κάθε δυο χρόνια στις αρχές του καλοκαιριού. Πρόκειται για ένα πολυσύνθετο πρόγραμμα, που συνδυάζει την θεωρητική προσέγγιση, την καλλιτεχνική δημιουργία και την θεατρική παιδεία με στόχο την καταγραφή των απόψεων και σχολών στο αρχαίο δράμα και την παρουσίαση καλλιτεχνικών προτάσεων. Για την διοργάνωση των Συναντήσεων Αρχαίου Ελληνικού Δράματος αναπτύσσονται και συνεργασίες με διεθνή φεστιβάλ, θεατρικούς οργανισμούς και καλλιτεχνικούς φορείς.

2. Διεθνές Εικαστικό Πρόγραμμα. Το Εικαστικό Πρόγραμμα περιλαμβάνει συμπόσια, εκθέσεις, σεμινάρια καθώς και προγράμματα παραμονής και εργασίας καλλιτεχνών στους Δελφούς. Ξεκίνησε το 1988 με την Διεθνή Συνάντηση «Οι Εικαστικές Τέχνες στο τέλος του 20^{ου} αιώνα». Το 1994 το εικαστικό πρόγραμμα αναδιαμορφώνεται με την δημιουργία στους Δελφούς του Πάρκου Γλυπτικής, το οποίο εμπλουτίζεται με νέα αποκτήματα μέσω των προγραμμάτων διαμονής και εργασίας καλλιτεχνών στους Δελφούς και με μια μόνιμη συλλογή έργων σύγχρονης τέχνης.



3. Εκπαιδευτικά Προγράμματα. Το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών ξεκίνησε το 1995 Σεμινάρια Αρχαίας Ελληνικής Γλώσσας και Πολιτισμού με στόχο την επιμόρφωση των κλασικών φιλολόγων καθηγητών της Μέσης Εκπαίδευσης των Ευρωπαϊκών χωρών στα Αρχαία Ελληνικά. Τα Σεμινάρια οργανώνονται κάθε χρόνο με διάρκεια δυο εβδομάδων όπου διδάσκεται η αρχαία ελληνική γλώσσα και με την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. Στα πλαί-

σια του σεμιναρίου το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών συγκροτεί και αρχείο με πληροφορίες και στοιχεία για τα σχολεία και τους καθηγητές που διδάσκουν αρχαία Ελληνικά.

4. Συνέδρια. Το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών διοργανώνει είτε μόνο του είτε με την συνεργασία άλλων φορέων (πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, διεθνείς οργανισμούς, κ.λ.π..) στην Ελλάδα και στο εξωτερικό συνέδρια, συμπόσια, σεμινάρια, και ημερίδες πάνω στις Ελληνικές Σπουδές, Φιλοσοφία, Κοινωνιολογία, Οικονομία, Ιστορία, Αρχαιολογία, Αρχιτεκτονική, Περιβάλλον, Μαθηματικά, Πληροφορική, Τεχνολογία κ.λ.π.

5. Αρχαία Υδραυλίσ. Το πρόγραμμα ανακατασκευής της Αρχαίας Υδραύλεως (του πρώτου ηλεκτροφόρου μουσικού οργάνου στην ιστορία) ξεκίνησε το 1995 και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 1999. για την ανακατασκευή του έγιναν συστηματικές μελέτες όλων των αρχαίων σχετι-



κών πηγών και στις αρχαιολογικές μουσικές κλίμακες. Για την κατασκευή των αυλών ακολουθήθηκε πιστά το αρχαιολογικό εύρημα του Δίου, που ανακαλύφθηκε το 1992.

Το πρόγραμμα παρουσιάσεων της Υδραύλεως ξεκίνησε το 1999. η πρώτη παρουσίαση έγινε στην Ιαπωνία και ακολούθησαν πολλές άλλες σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η παρουσίαση περιλαμβάνει διαλέξεις, έκθεση φωτογραφιών και σχεδίων με θέμα την ιστορία και την ανακατασκευή του οργάνου καθώς και μουσική συναυλία. Στο πρόγραμμα Υδραυλίσ εντάσσεται και η παραγωγή CD με αρχαίες ελληνικές μελωδίες και τραγούδια της μεσαιωνικής,

δημοτικής, λαϊκής παράδοσης και της έντεχνης μουσικής με τους ήχους της Υδραύλεως.

6. Εγκυκλοπαίδεια Πολυμέσων: Η Ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων. Το Εγκυκλοπαιδικό Ψηφιακό Έργο Πολυμέσων με θέμα την Ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων ξεκίνησε το 1995. την υλοποίηση και φροντίδα μοιράστηκε μαζί με το Ε.Π.Κε.Δ το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Το υλικό παρουσιάζεται σε δυο ψηφιακούς δίσκους, ένα που αφορούν την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αρχαία Ολυμπία και στους Πανελλήνιους Αγώνες στην αρχαιότητα, και ένα που αφορά τα καθοριστικά σύμβαντα, από την Α' Ολυμπιάδα στην Αθήνα το 1896 μέχρι τους Ολυμπιακούς Αγώνες στο Σινδεϋ.

7.2.3. Συνεδριακή Υποδομή στους Δελφούς

Οι Δελφοί ως τόπος συνάντησης και ενόρασης φιλοξενούν κοντά στα 30 συνέδρια τον χρόνο με θέματα που αφορούν τη Φιλοσοφία, τη Κοινωνιολογία, την Οικονομία, την Ιστορία, την

Αρχαιολογία, την Αρχιτεκτονική, το Περιβάλλον, την Τεχνολογία κ.λ.π.. την οργάνωση των συνεδρίων γίνεται είτε από το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών, είτε από άλλους κρατικούς ή ιδιωτικούς φορείς, επιχειρήσεις, εταιρίες κ.α. Τα συνέδρια αυτά είναι και διεθνούς φήμης, γεγονός που κάνει επιτακτική την ανάγκη για τη δημιουργία ενός συνεδριακού χώρου τουλάχιστον 1.500 θέσεων. Η συνεδριακή αγορά των Δελφών καλύπτεται από τις αίθουσες του συνεδριακού κέντρου του Ευρωπαϊκού Πολιτιστικού Κέντρου Δελφών καθώς και από τις ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες δυο ξενοδοχείων Α΄ κατηγορίας, του ξενοδοχείου Αμαλία και του ξενοδοχείου Ξενία. Αναλυτικότερα.

1.Συνεδριακό Συγκρότημα Ευρωπαϊκού Πολιτιστικού Κέντρου Δελφών. Βρίσκεται στη δυτική άκρη του σημερινού χωριού των Δελφών, σ' ένα τοπίο σπάνιας φυσικής καλλονής, με θέα τον περίφημο ελαιώνα της Άμφισσας. Απλώνεται σε ιδιόκτητη δενδροφυτευμένη έκταση 100 στρεμμάτων και περιλαμβάνει Συνεδριακό Κέντρο και Ξενώνα.



Το Συνεδριακό Κέντρο, τυπικό αρχιτεκτονικό δείγμα του Μοντέρνου Κινήματος, χτίστηκε στη δεκαετία του '60 από τον καθηγητή Αρχιτεκτονικής Α. Κιτσίκη και τον αρχιτέκτονα Α. Λαμπάκη. Δυο είναι οι κυρίες αίθουσες συνεδρίων. Η πρώτη είναι η αμφιθεατρική αίθουσα ΑΠΟΛΛΩΝ δυναμικότητας 250 ατόμων, με σύστημα αυτόματης μετάφρασης προδιαγραφών Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η δεύτερη αίθουσα είναι η αίθουσα ΔΙΟΝΥΣΟΣ δυναμικότητας 90 ατόμων με σύστημα αυτόματης μετάφρασης και αυτή. Επιπλέον υπάρχουν βοηθητικές αίθουσες διασκέψεων και λοιποί χώροι. Οι δύο αίθουσες διασκέψεων είναι δυναμικότητας 30 και 20 ατόμων αντίστοιχα. Υπάρχουν και δύο αίθουσες για εργαστήρια και εκθέσεις, χώρος εκθέσεων, βιβλιοθήκη, χώρος Γραμματείας, Γραφείο Τύπου, χώρος υποδοχής και ένας αίθριος χώρος.

Ο Ξενώνας του Ε.Π.Κε.Δ. είναι ένα σύγχρονο ξενοδοχειακό συγκρότημα, διαρθρωμένο σε πολλά επίπεδα με αμφιθεατρική διάταξη, με ημιυπαίθριους χώρους, βεράντες, μπαρ, σαλόνι και υποδοχή. Διαθέτει 46 δωμάτια, εκ των οποίων 44 δίκλινα (συμπεριλαμβανομένου και δίκλινου



δωματίου για άτομα με ειδικές ανάγκες) και δύο σουίτες. Το εστιατόριο του Ξενώνα μπορεί να εξυπηρετήσει 160 άτομα. Η απόσταση μεταξύ του Ξενώνα και του Συνεδριακού Κέντρου είναι 2 λεπτά με τα πόδια μέσα από τους κήπους του Κέντρου και το Πάρκο Γλυπτικής.

2. Ξενοδοχείο Αμαλία.

Το ξενοδοχείο Αμαλία βρίσκεται στην πλαγιά του βουνού με θέα στο βάθος τη θάλασσα, και τον κόλπο της Ιτέας. Είναι ξενοδοχείο Α' κατηγορίας με 184 δωμάτια με κλιματισμό.



Στο χώρο του ξενοδοχείου λειτουργούν δυο αίθουσες που εξυπηρετούν συνεδριακές εκδηλώσεις. Η μεγάλη αίθουσα είναι χωρητικότητας 200 ατόμων ενώ η δεύτερη εξυπηρετεί μικρότερου μεγέθους συνέδρια χωρητικότητας 40 ατόμων. Υπάρχει και η δυνατότητα αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου ανάλογα με τις ανάγκες. Οι ανάγκες προκύπτουν από το μέγεθος του συνεδρίου καθώς και το πρόγραμμα του συνεδρίου.

Ανάμεσα σε όλα το ξενοδοχείο διαθέτει εστιατόριο, καφετέρια, μαγαζιά, βεράντες, κήπους ακόμα και πισίνα.

3. Ξενοδοχείο Ξενία.

Το ξενοδοχείο Ξενία είναι ξενοδοχείο Α' κατηγορίας. Έχει την δυνατότητα να φιλοξενήσει συνέδρια μικρότερου μεγέθους στις δυο αίθουσες που διαθέτει. Η μια αίθουσα είναι χωρητικότητας 100 ατόμων ενώ η δεύτερη είναι δυναμικότητας 55 μόνο ατόμων. Διαθέτει εστιατόριο, καφετέρια, βεράντες, και κήπους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο: ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

8.1 Μεθοδολογία της έρευνας

Η διεξαγωγή στατιστικής έρευνας εντάσσεται μέσα στα πλαίσια της εργασίας για να εξετασθεί η σημαντικότητα του συνεδριακού τουρισμού στην περιοχή των Δελφών. Επιλέχθηκε η μέθοδος των ανώνυμων ερωτηματολογίων με ερωτήσεις που αφορούσαν στη διερεύνηση ποιοτικών δεδομένων τόσο για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά όσο και για τις ερωτήσεις που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό στην περιοχή των Δελφών.

Ο συνολικός αριθμός των ερωτηματολογίων είναι 160. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από κατοίκους της περιοχής, από ανθρώπους που απασχολούνται σε διάφορες υπηρεσίες (τουριστικές, τραπεζικές, δημοτικές, κ.τ.λ.) και ανθρώπους που μπορεί να μη διανέμουν στην περιοχή αλλά έχουν σχέση με τους Δελφούς και αυτό τους επιτρέπει να έχουν και άποψη για τον συνεδριακό τουρισμό στην περιοχή. Η έρευνα διεξήχθη κατά τους μήνες Μάρτιο- Απρίλιο του έτους 2007.

Τα ερωτηματολόγια παραδοθήκαν και συμπληρώθηκαν προσωπικά από τους ερωτηθέντες. Τυχόν διευκρινιστικές επεξηγήσεις σε ερωτήσεις δόθηκαν επί τόπου έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η ορθότητα του τρόπου συμπλήρωσης και η πληρότητα των απαντήσεων. Έγινε μια προσπάθεια ισόποσης κατανομής των ηλικιών, του φύλου και του επιπέδου εκπαίδευσης ώστε το δείγμα να θεωρείται αντιπροσωπευτικό.

Μετά το στάδιο της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ακολούθησε ο συστηματικός έλεγχος και η κωδικοποίηση των απαντήσεων ώστε να καταστεί εφικτή η επεξεργασία των δεδομένων.

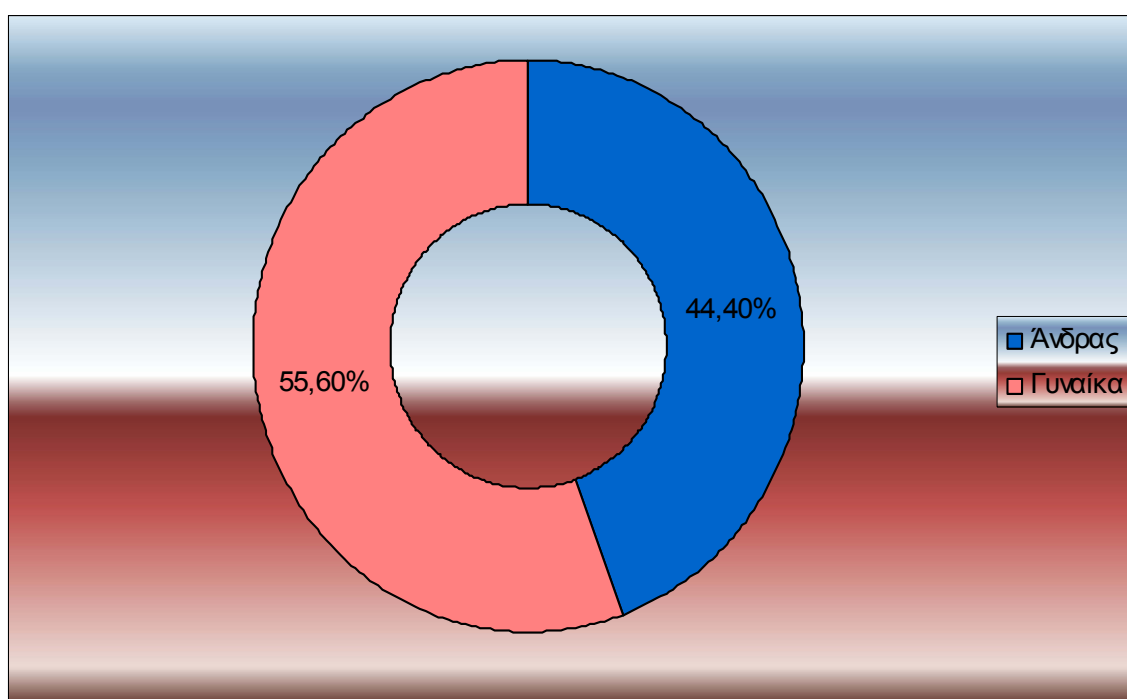
Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν αποτέλεσαν τη βάση δεδομένων της έρευνας, η οποία δημιουργήθηκε πάνω στο πρόγραμμα Excel και επεξεργάστηκε στατιστικά μέσω του προγράμματος SPSS 12.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από είκοσι τρεις (23) ερωτήσεις. Οι δεκατρείς (13) πρώτες ερωτήσεις σχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό στους Δελφούς, εκ των οποίων οι οκτώ (8) ερωτήσεις περιέχουν υπό-ερωτήσεις, οι οποίες αντλούν πληροφορίες για την άποψη των ερωτώμενων για το πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε οικονομικά, πολιτιστικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα και προβλήματα την περιοχή.

8.2. Δημογραφικά Στοιχεία

Το δείγμα αριθμεί συνολικά 160 άτομα από τα οποία 89 είναι γυναίκες με ποσοστό 55,6% και 71 άντρες με ποσοστό 44,4%.

Φύλο	Απόλυτη Συχνότητα	Σχετική Συχνότητα
Ανδρας	71	44,4%
Γυναίκα	89	55,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

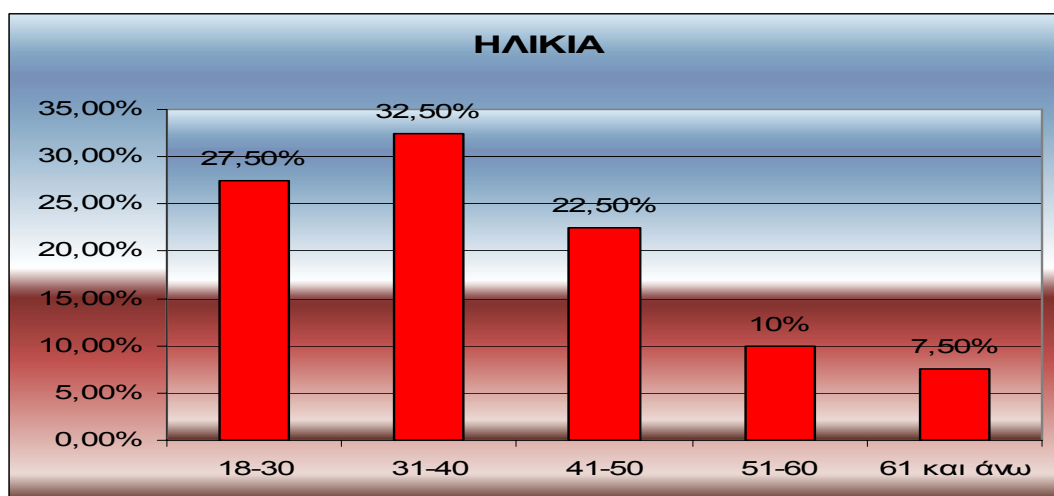


Διάγραμμα 8.1: Φύλο.

Η ηλικιακή σύνθεση που προέκυψε από την έρευνα παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα συχνοτήτων και στο διάγραμμα.

Ηλικία	Απόλυτη Συχνότητα	Σχετική Συχνότητα
18-30	44	27,5%
31-40	52	32,5%
41-50	36	22,5%
51-60	16	10,0%
61 και άνω	12	7,5%

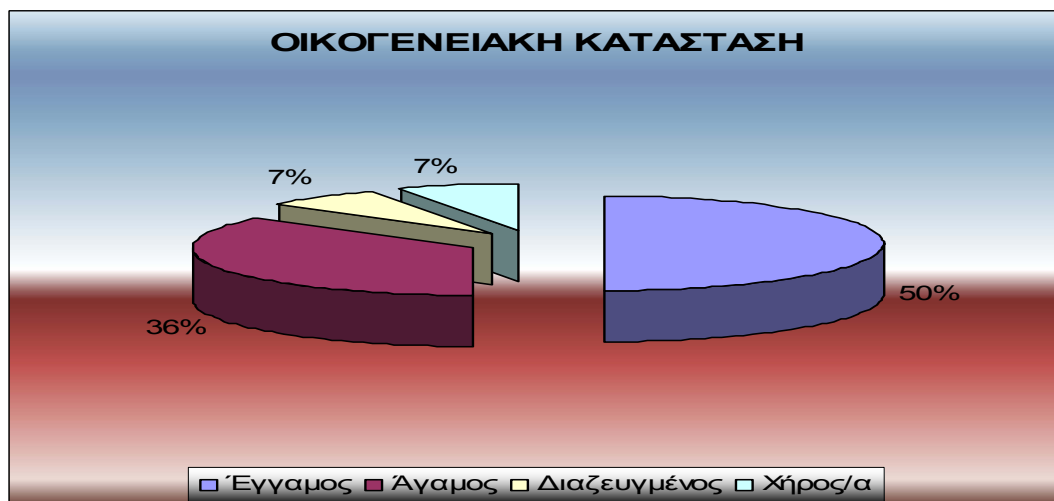
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%
--------	-----	------



Διάγραμμα 8.2: Ηλικιακή σύνθεση.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων προκύπτουν τα εξής.

<i>Οικογενειακή κατάσταση</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>Έγγαμος</i>	80	50,0%
<i>Άγαμος</i>	58	36,3%
<i>Διαζευγμένος</i>	11	6,9%
<i>Χήρος /α</i>	11	6,9%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.3: Οικογενειακή κατάσταση.

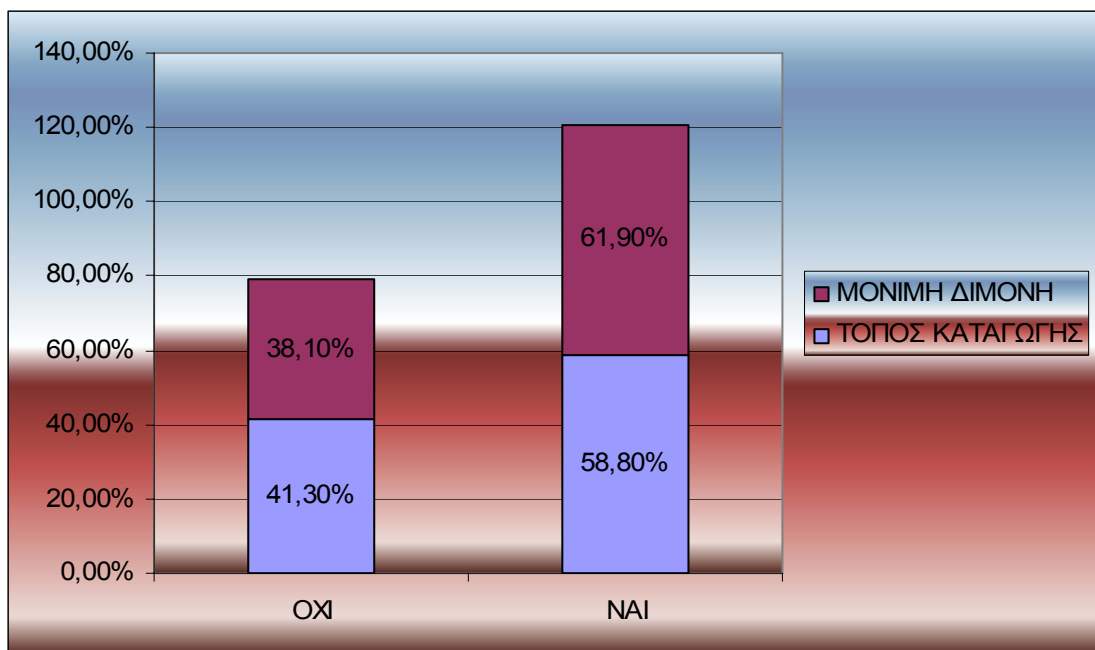
Ο μέσος όρος των παιδιών όσων δήλωσαν έγγαμοι είναι 2 παιδιά. Από τα παιδιά ποσοστό 74,4% είναι ανήλικα ενώ μόλις το 25,6% είναι ενήλικα.

Στην ερώτηση αν ο τόπος καταγωγής σας είναι οι Δελφοί το 58,8% απάντησε ΝΑΙ ενώ το 41,3% ΟΧΙ.

<i>Ο τόπος καταγωγής σας είναι οι Δελφοί</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>ΟΧΙ</i>	66	41,3%
<i>ΝΑΙ</i>	94	58,8%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%

Στην ερώτηση που ακολούθησε για το αν διαμένουνε μόνιμα στους Δελφούς το 61,9% απάντησε θετικά ενώ το 38,1% αρνητικά.

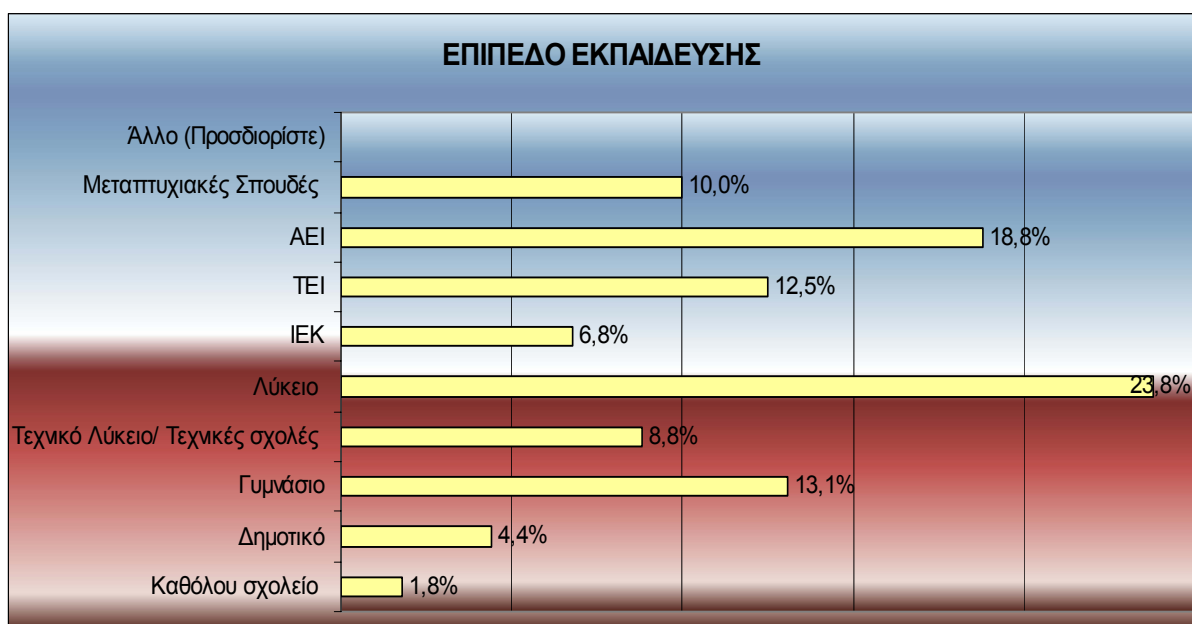
<i>Διαμένετε μόνιμα στους Δελφούς</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>ΟΧΙ</i>	61	38,1%
<i>ΝΑΙ</i>	99	61,9%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



Διάγραμμα 8.4: Τόπος καταγωγής οι Δελφοί και μόνιμη διαμονή.

Το μορφωτικό επίπεδο σύμφωνα με τις απαντήσεις διαμορφώθηκε ως εξής.

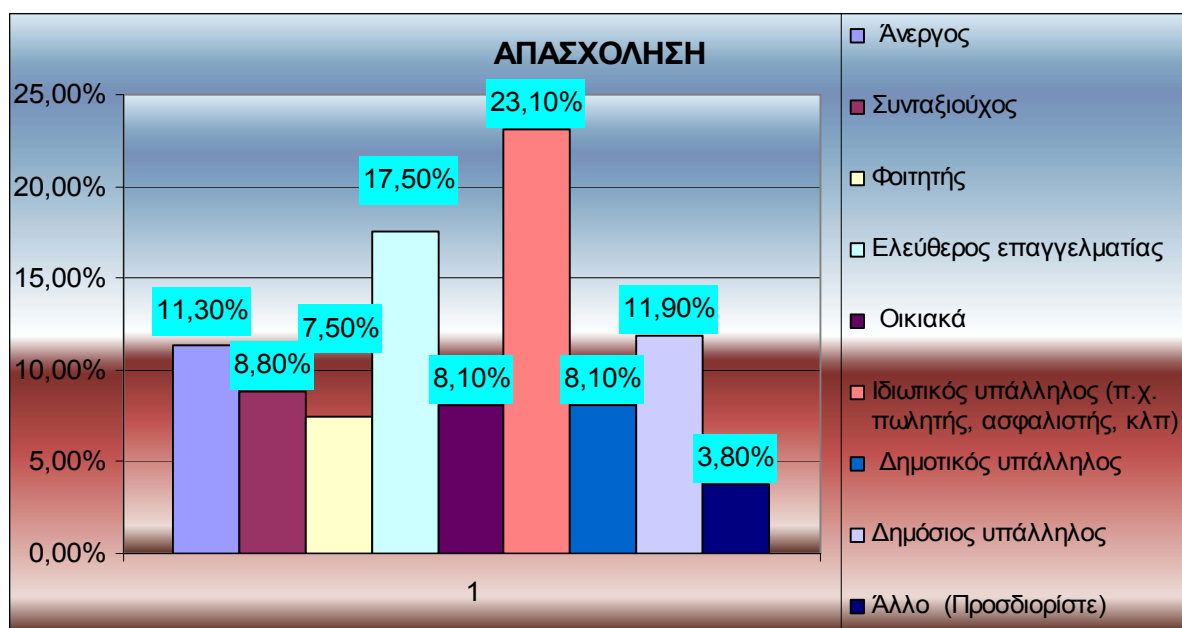
<i>Επίπεδο εκπαίδευσης</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>Καθόλου σχολείο</i>	3	1,9%
<i>Δημοτικό</i>	7	4,4%
<i>Γυμνάσιο</i>	21	13,1%
<i>Τεχνικό Λύκειο/ Τεχνικές σχολές</i>	14	8,8%
<i>Λύκειο</i>	38	23,8%
<i>ΙΕΚ</i>	11	6,9%
<i>ΤΕΙ</i>	20	12,5%
<i>ΑΕΙ</i>	30	18,8%
<i>Μεταπτυχιακές Σπουδές</i>	16	10,0%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



Διάγραμμα 8.5: Επίπεδο εκπαίδευσης.

Στα προσωπικά στοιχεία του δείγματος ανήκει και η απασχόληση η οποία παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα συχνοτήτων και στο διάγραμμα.

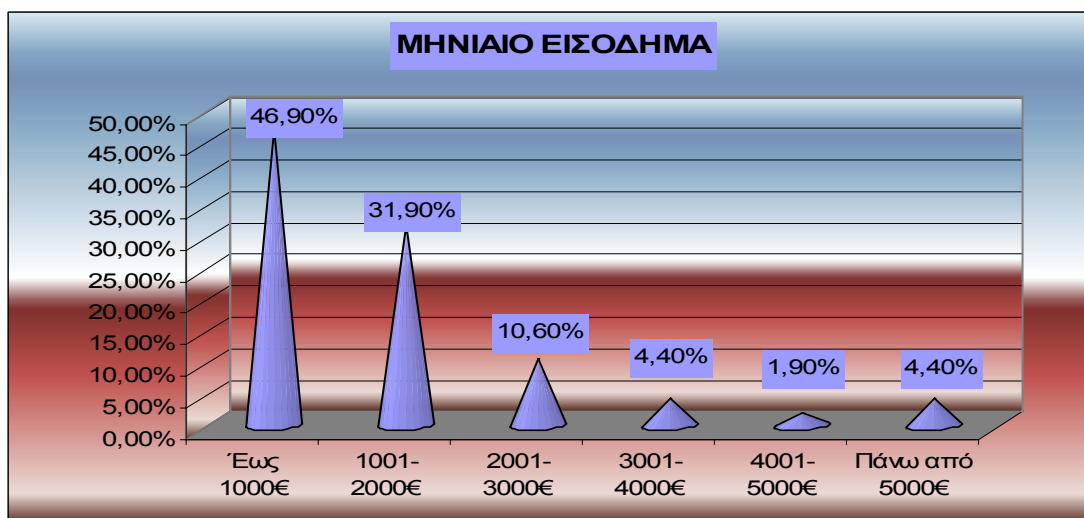
<i>Απασχόληση</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>Άνεργος</i>	18	11,3%
<i>Συνταξιούχος</i>	14	8,8%
<i>Φοιτητής</i>	12	7,5%
<i>Ελεύθερος επαγγελματίας</i>	28	17,5%
<i>Οικιακά</i>	13	8,1%
<i>Ιδιωτικός υπάλληλος (π.χ. πωλητής, ασφαλιστής, κλπ)</i>	37	23,1%
<i>Δημοτικός υπάλληλος</i>	13	8,1%
<i>Δημόσιος υπάλληλος</i>	19	11,9%
<i>Άλλο (Προσδιορίστε)</i>	6	3,8%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



Διάγραμμα 8.6: Απασχόληση.

Τα προσωπικά στοιχεία ολοκληρώνονται με την παρουσίαση του μηνιαίου ατομικού εισοδήματος. Τα εισοδήματα κυμαίνονται από 1000 € μέχρι και πάνω από 5000€ το μήνα. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση έως 1000€ μηναίο ατομικό εισόδημα με σημαντική διαφορά από τις άλλες κατηγορίες εισοδημάτων, γεγονός που μας αποδεικνύει ότι τα εισοδήματα δεν είναι υψηλά.

<i>Εισόδημα</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>Έως 1000€</i>	75	46,9%
<i>1001-2000€</i>	51	31,9%
<i>2001-3000€</i>	17	10,6%
<i>3001-4000€</i>	7	4,4%
<i>4001-5000€</i>	3	1,9%
<i>Πάνω από 5000€</i>	7	4,4%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



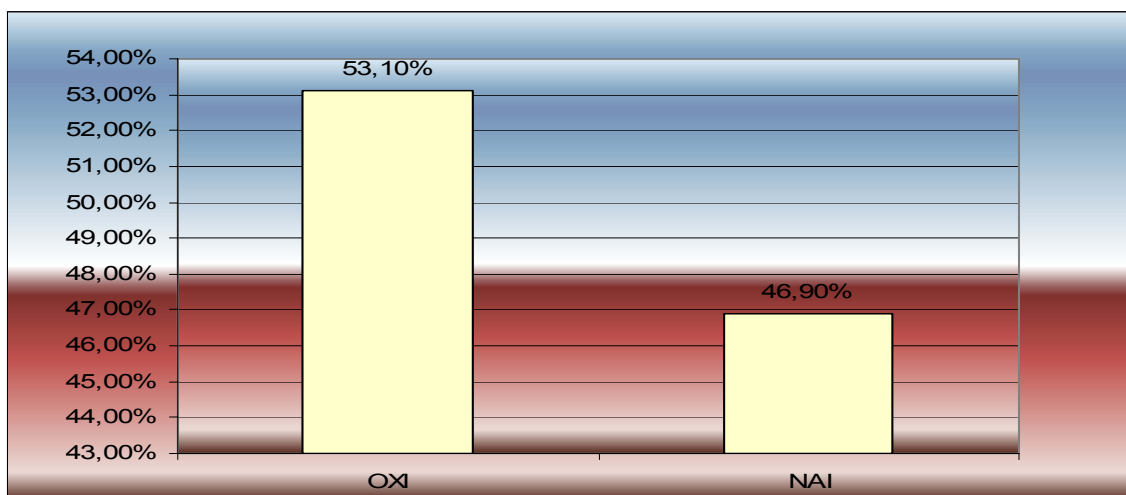
Διάγραμμα 8.7: Μηνιαίο εισόδημα

Με μια περιγραφική προσέγγιση το προφίλ του δείγματος όπως απορρέει από τα προσωπικά στοιχεία που συγκεντρώθηκαν αποτελείται από γυναίκες (55,62%), η ηλικιακή σύνθεση διαμορφώνεται κυρίως από άτομα ηλικίας έως 40 χρονών και το μορφωτικό επίπεδο εντοπίζεται στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Σε ότι αφορά την οικογενειακή κατάσταση το 50% του δείγματος είναι έγγαμοι με 2 παιδιά κατά μέσο όρο με ποσοστό 74,4% ανήλικα. Καταγωγή από τους Δελφούς έχει το 58,75% του δείγματος ενώ διαμένουν μόνιμα στους Δελφούς το 61,9%. Στον ιδιωτικό τομέα απασχολείται το 23,12%, ενώ ακολουθεί το επάγγελμα του ελεύθερου επαγγελματία με 17,5%. Τα μηνιαία ατομικά εισοδήματα ανέρχονται στο μεγαλύτερο ποσοστό (46,90%) έως 1000 €.

8.3 Συνεδριακός Τουρισμός στους Δελφούς

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το αν ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους από το συνεδριακό τουρισμό, το 53,1% απάντησε Όχι ενώ το 46,9% απάντησε Ναι.

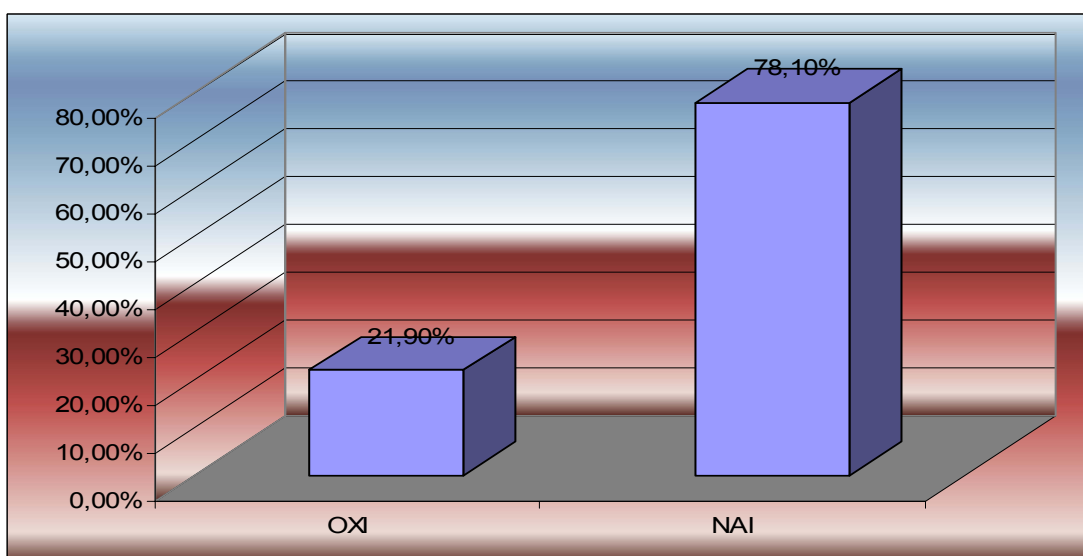
<i>Ωφελείστε προσωπικά, ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους από το συνεδριακό τουρισμό</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΟΧΙ	85	53,1%
ΝΑΙ	75	46,9%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.8: Ωφελείστε από το συνεδριακό τουρισμό

Η δεύτερη ερώτηση έχει να κάνει με το αν ερωτώμενοι γνωρίζουν ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών. Τα ποσοστά κυμάνθηκαν ως εξής: Το 21,9% απάντησε αρνητικά ενώ το 78,1% γνωρίζει για την διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων στην περιοχή.

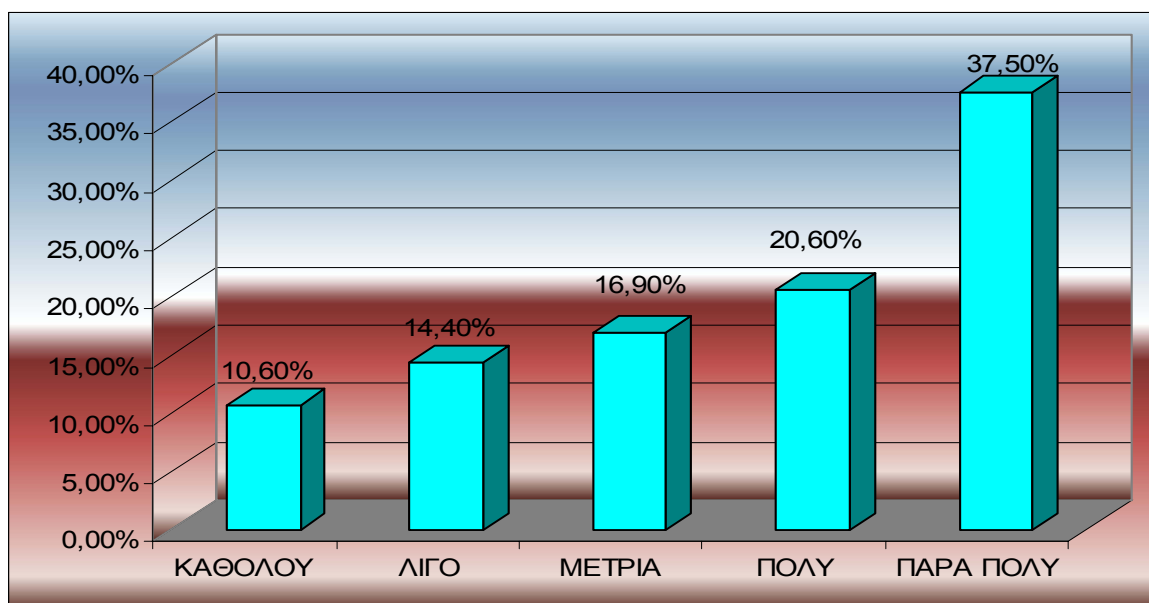
<i>Γνωρίζετε ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>OXI</i>	32	21,9%
<i>NAI</i>	125	78,1%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



Διάγραμμα 8.9: Γνωρίζετε ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια

Στην τρίτη ερώτηση γίνεται λόγος για το αν η ιστορική φήμη των Δελφών καθιέρωσε την περιοχή ως δημοφιλή προορισμό για τα συνέδρια. Το 10,6% δεν συμφωνεί καθόλου, το 14,4% συμφωνεί λίγο, το 16,9% μέτρια, το 20,6% πολύ ενώ το 37,5% των ερωτηθέντων συμφωνεί πάρα πολύ με το γεγονός ότι η ιστορική φήμη των Δελφών καθιέρωσε την περιοχή ως δημοφιλή συνεδριακό προορισμό.

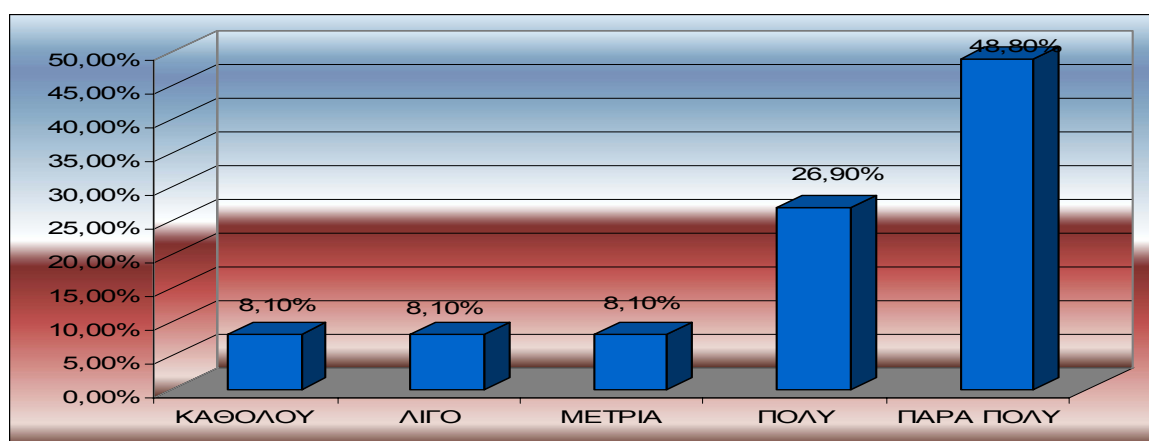
<i>Συμφωνείτε ότι η ιστορική φήμη των Δελφών καθιέρωσε την περιοχή ως δημοφιλή προορισμό για τα συνέδρια.</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	17	10,6%
ΛΙΓΟ	23	14,4%
ΜΕΤΡΙΑ	27	16,9%
ΠΟΛΥ	33	20,6%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	60	37,5%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.10: Ιστορική φήμη των Δελφών.

Για το αν είναι οι Δελφοί ασφαλής προορισμός για την διεξαγωγή συνεδρίων η έρευνα έδειξε τα εξής: Το 8,1% απάντησε καθόλου. Το ίδιο ποσοστό απάντησε λίγο καθώς και μέτρια. Το 26,9% απάντησε πολύ ενώ 48,8% των ερωτηθέντων συμφωνεί ότι οι Δελφοί είναι ασφαλής συνεδριακός προορισμός.

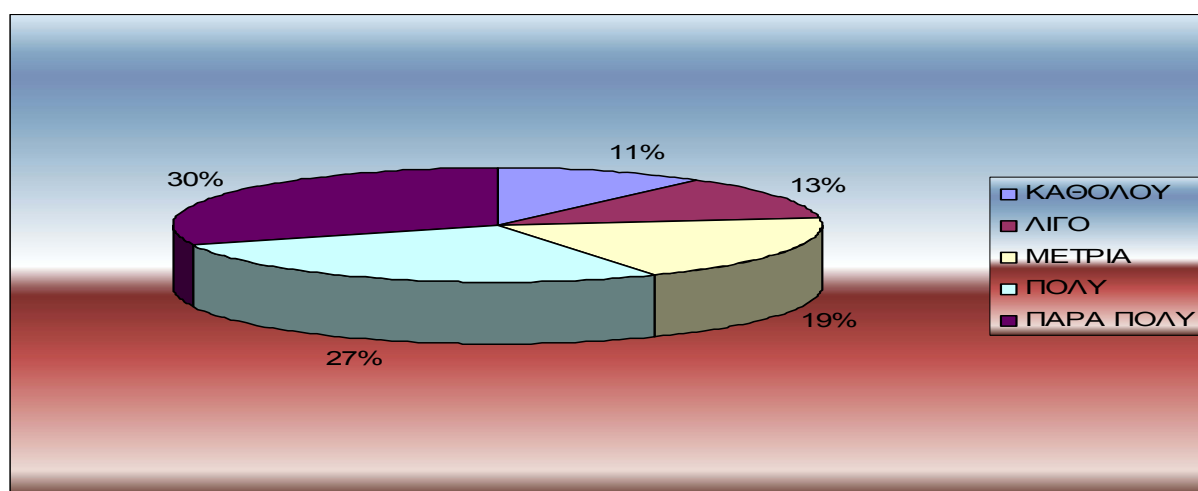
<i>Συμφωνείτε ότι οι Δελφοί είναι ασφαλής προορισμός για τη διεξαγωγή συνεδρίων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	13	8,1%
ΛΙΓΟ	13	8,1%
ΜΕΤΡΙΑ	13	8,1%
ΠΟΛΥ	43	26,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	78	48,8%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.11: Ασφαλής προορισμός.

Μια από τις πιο σημαντικές ερωτήσεις της έρευνας είναι αυτή που ζητάει την άποψη των ερωτηθέντων για το αν συμφωνούν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή των Δελφών. Το 10,6% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν συμφωνεί καθόλου με την άποψη ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για την περιοχή. Το 12,5% συμφωνεί λίγο, το 18,8% συμφωνεί μέτρια, ενώ το 27,5% συμφωνεί πολύ. Το 30,6% απάντησε ότι συμφωνεί πάρα πολύ ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για την περιοχή.

<i>Συμφωνείτε ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή των Δελφών.</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	17	10,6%
ΛΙΓΟ	20	12,5%
ΜΕΤΡΙΑ	30	18,8%
ΠΟΛΥ	44	27,5%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	49	30,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

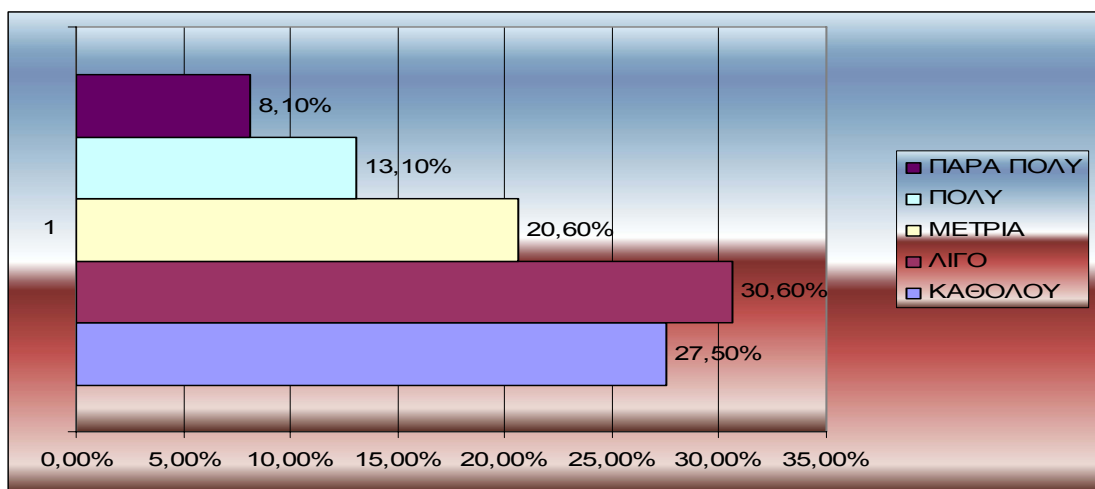


Διάγραμμα 8.12: Δύναμη ανάπτυξης.

Οι επόμενες ερωτήσεις της έρευνας έχουν να κάνουν με το πόσο έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά, περιβαλλοντικά θεάματα της περιοχής καθώς και στη βελτίωση των υποδομών και κατά πόσο ενδιαφέρεται η Τοπική Αυτοδιοίκηση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην περιοχή.

Στην ερώτηση για το πόσο έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής των Δελφών, υπάρχουν τέσσερις υπό-ερωτήσεις οι οποίες ζητήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι. Η πρώτη έχει να κάνει με την προσέλκυση επενδύσεων στην περιοχή όπου το 27,5% απάντησε καθόλου, το 30,6% λίγο, το 20,6% μέτρια, το 13,1% πολύ και το 8,1% πάρα πολύ.

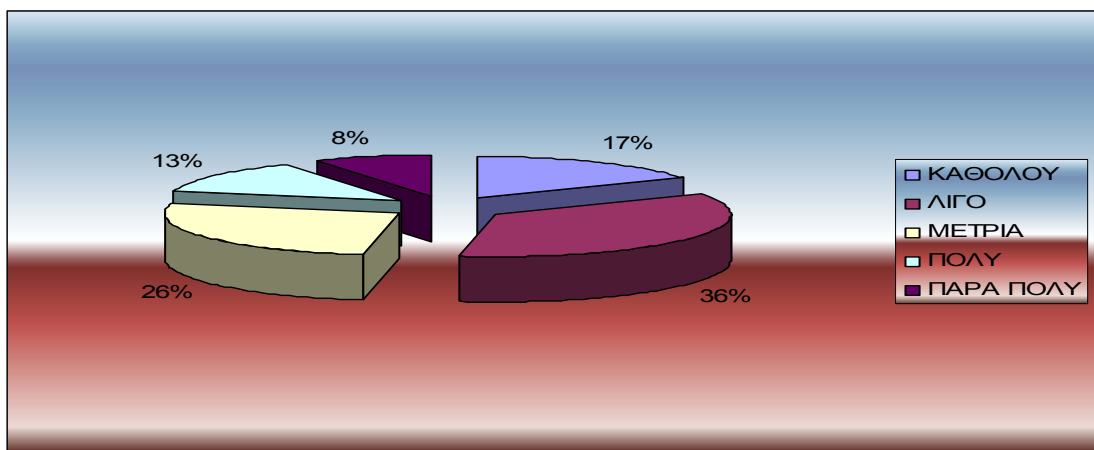
<i>Προσέλκυση επενδύσεων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	44	27,5%
ΛΙΓΟ	49	30,6%
ΜΕΤΡΙΑ	33	20,6%
ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	13	8,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.13: Προσέλκυση επενδύσεων.

Η δεύτερη ερώτηση που σχετίζεται με την οικονομική ανάπτυξη αφορά την αύξηση θέσεων εργασίας. Το 16,9% του δείγματος απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν συνέβαλλε καθόλου στην αύξηση των θέσεων εργασίας, το 35,6% απάντησε λίγο, το 26,3% απάντησε μέτρια, το 13,1% πολύ ενώ μόνο το 8,1% απάντησε πάρα πολύ.

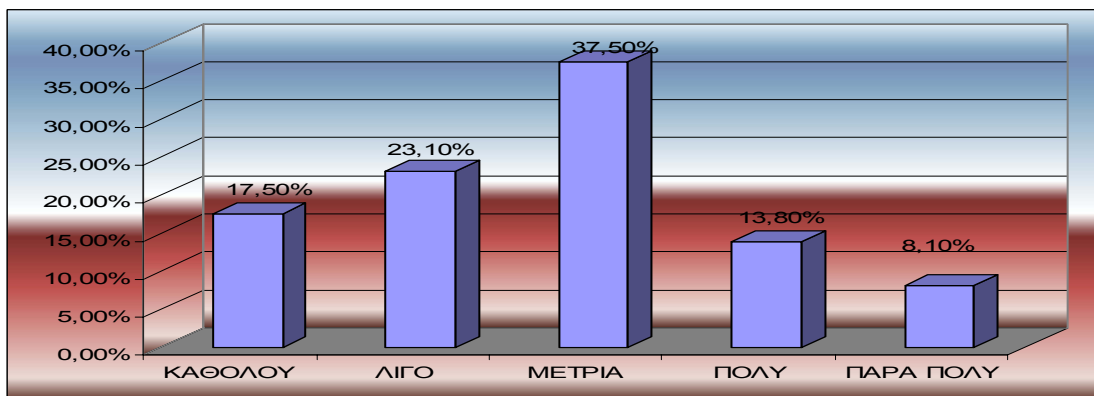
<i>Αύξηση θέσεων εργασίας</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	27	16,9%
ΛΙΓΟ	57	35,6%
ΜΕΤΡΙΑ	42	26,3%
ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	13	8,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.14: Αύξηση θέσεων εργασίας.

Σε ότι αφορά την αύξηση των κρατικών χρηματοδοτήσεων το 17,5% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν συνέβαλλε καθόλου στην αύξηση των κρατικών χρηματοδοτήσεων, το 23,1% απάντησε λίγο, το 37,5% απάντησε μέτρια, το 13,8% πολύ ενώ παρατηρούμε ότι πάλι το 8,1% απάντησε πάρα πολύ.

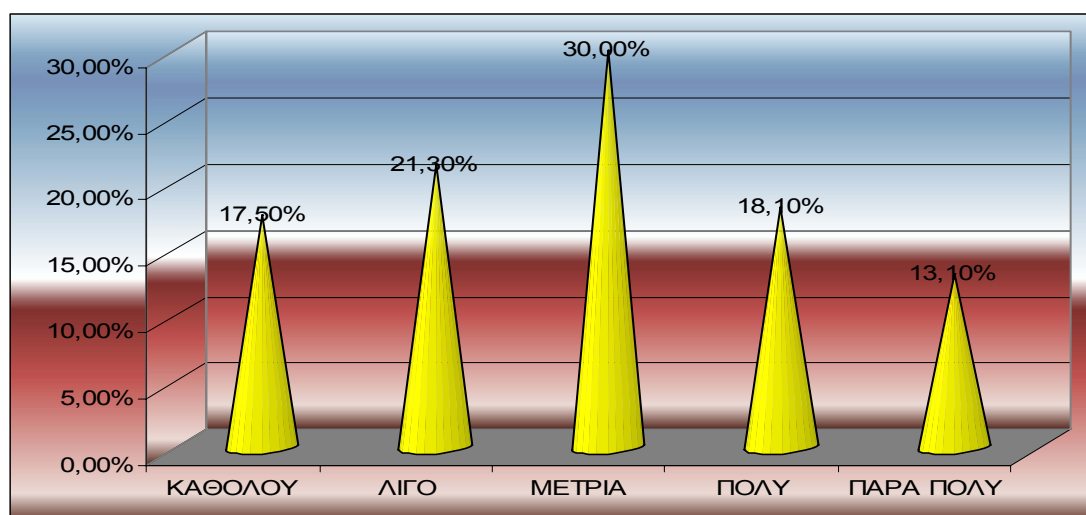
<i>Αύξηση κρατικών χρηματοδοτήσεων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	28	17,5%
ΛΙΓΟ	37	23,1%
ΜΕΤΡΙΑ	60	37,5%
ΠΟΛΥ	22	13,8%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	13	8,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.15: Αύξηση κρατικών χρηματοδοτήσεων.

Η ερώτηση που κλίνει τον κύκλο για την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη έχει να κάνει με την ενίσχυση του προσωπικού ή οικογενειακού εισοδήματος. Εδώ οι απαντήσεις έχουν μοιραστεί ως εξής: Το 17,5% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει ενισχύσει καθόλου το προσωπικό ή οικογενειακό εισοδήματος, το 21,3% απάντησε λίγο, το 30,0% απάντησε μέτρια, το 18,1% πολύ ενώ το 13,1% απάντησε ότι το προσωπικό ή οικογενειακό εισοδήματος έχει ενισχυθεί πάρα πολύ.

<i>Ενίσχυση προσωπικού ή οικογενειακού εισοδήματος</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	28	17,5%
ΛΙΓΟ	34	21,3%
ΜΕΤΡΙΑ	48	30,0%
ΠΟΛΥ	29	18,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

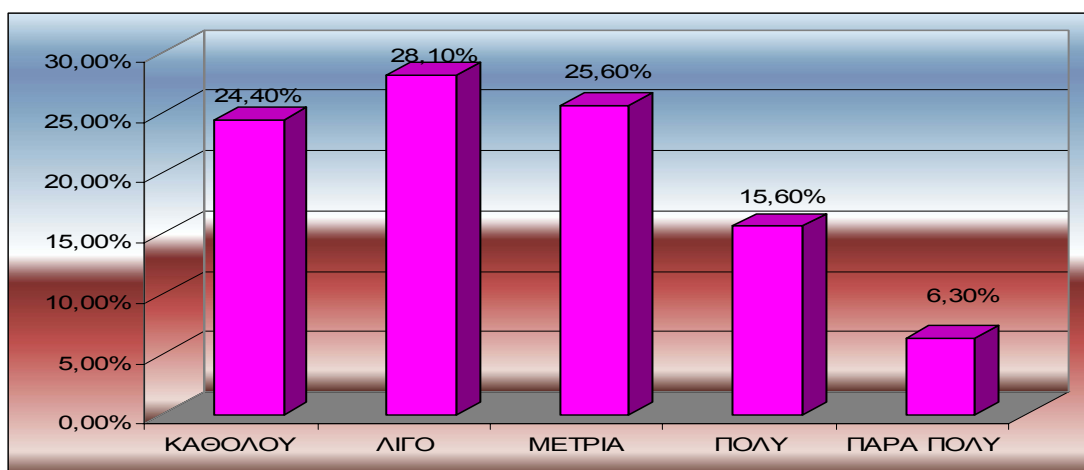


Διάγραμμα 8.16: Ενίσχυση προσωπικού ή οικογενειακού εισοδήματος.

Μια άλλη ομάδα ερωτήσεων είναι αυτή που αφορά κατά πόσο ο συνεδριακός τουρισμός έχει επιδράσει στα κοινωνικά θέματα της περιοχής. Στην ερώτηση για τη συγκράτηση του πληθυ-

σμού στην περιοχή το 24,4% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 28,1% πιστεύει πως έχει επιδράσει λίγο, το 25,6% μέτρια, το 15,6% πολύ, ενώ μόνο το 6,3% πιστεύει ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει επιδράσει πάρα πολύ στη συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή.

<i>Συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	39	24,4%
ΛΙΓΟ	45	28,1%
ΜΕΤΡΙΑ	41	25,6%
ΠΟΛΥ	25	15,6%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	10	6,3%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

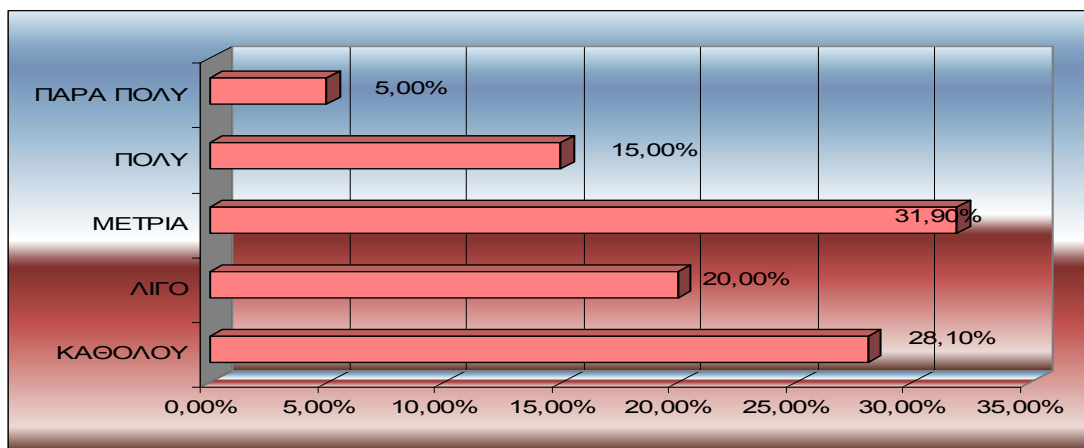


Διάγραμμα 8.17: Συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή.

Όσον αφορά την προσέλκυση νέων κατοικιών το 28,1% των ερωτηθέντων απάντησε καθόλου, το 20,0% λίγο, το 31,9% μέτρια, το 15,0% πολύ, ενώ μόνο το 5,0% πιστεύει ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει προσελκύσει πάρα πολύ νέους κατοίκους στους Δελφούς.

<i>Προσέλκυση νέων κατοίκων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	45	28,1%
ΛΙΓΟ	32	20,0%

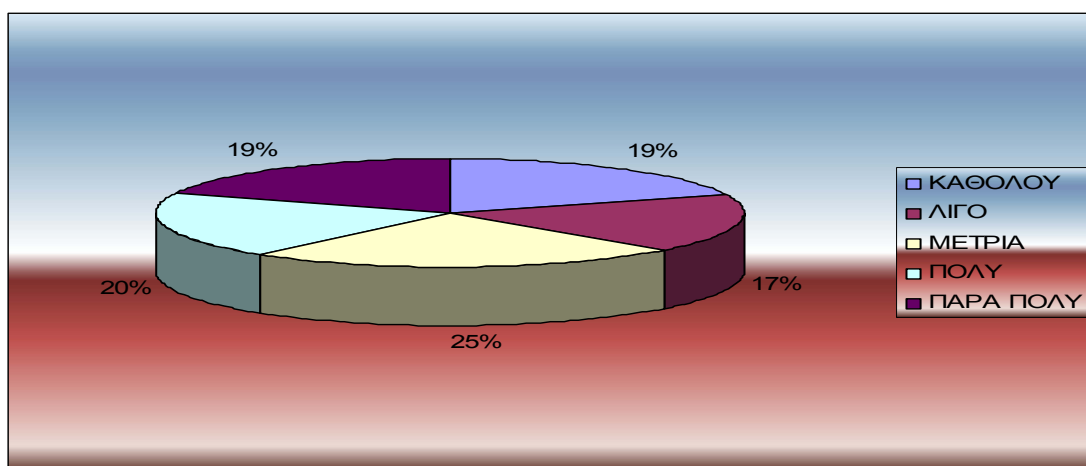
ΜΕΤΡΙΑ	51	31,9%
ΠΟΛΥ	24	15,0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	8	5,0%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.18: Προσέλκυση νέων κατοίκων.

Τέλος σε ότι έχει να κάνει με την αύξηση των πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων τα ποσοστά μοιράζονται σχεδόν ισόποσα με 19,4% να απαντάει καθόλου, το 17,5% λίγο, το 24,4% λίγο, το 20,0% πολύ και το 18,8% πάρα πολύ.

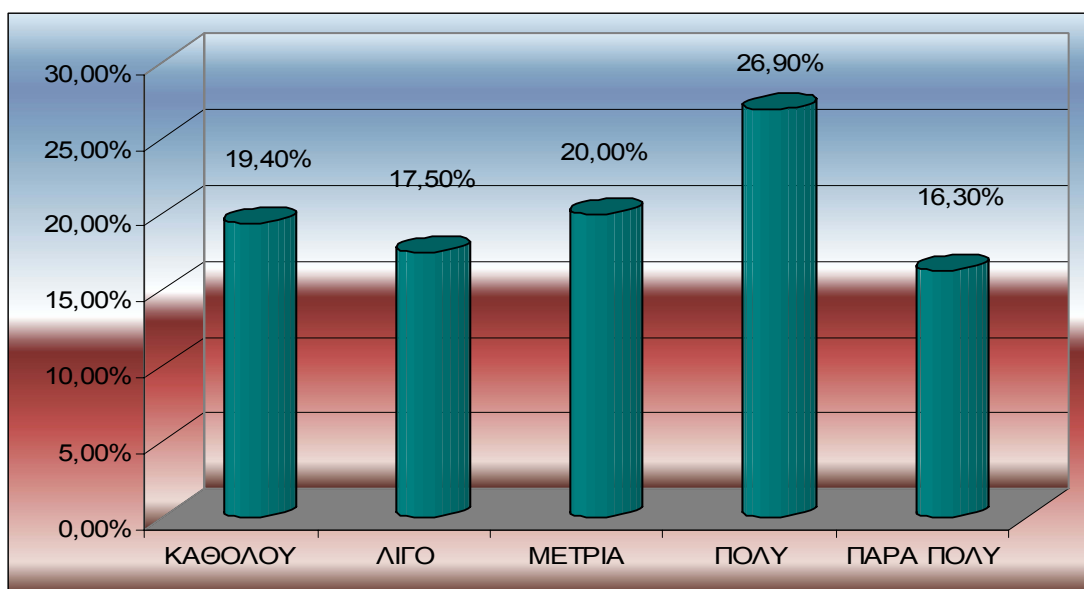
<i>Αύξηση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	31	19,4%
ΛΙΓΟ	28	17,5%
ΜΕΤΡΙΑ	39	24,4%
ΠΟΛΥ	32	20,0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	18,8%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.19: Αύξηση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων.

Σε ότι αφορά τα περιβαλλοντικά θέματα οι απαντήσεις είχαν ως εξής. Σχετικά με το αν ο συνεδριακός τουρισμός έχει επιδράσει στην προστασία του περιβάλλοντος το 19,4% απάντησε καθόλου, το 17,5% θεωρεί λίγο, το 20,0% μέτρια, το 26,9% πολύ και το 16,3% του δείγματος πάρα πολύ.

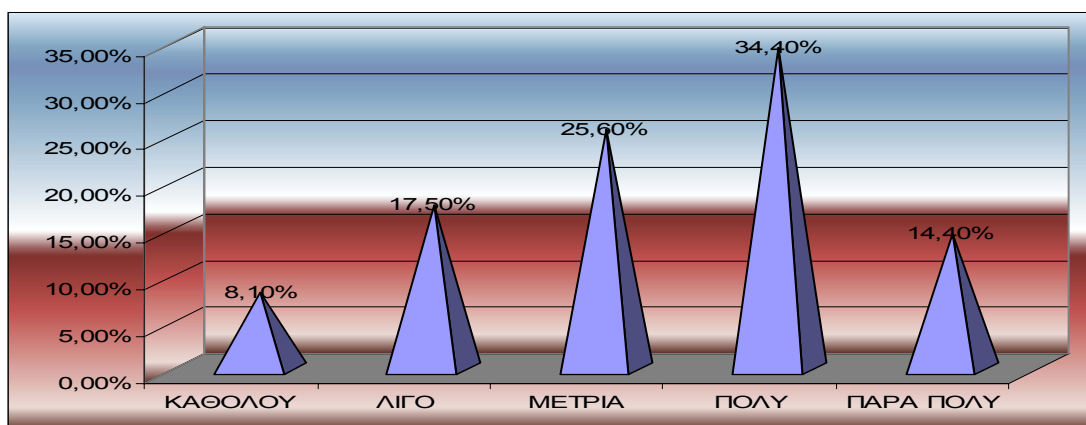
<i>Προστασία φυσικού περιβάλλοντος</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	31	19,4%
ΛΙΓΟ	28	17,5%
ΜΕΤΡΙΑ	32	20,0%
ΠΟΛΥ	43	26,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	26	16,3%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.20: Προστασία φυσικού περιβάλλοντος.

Για το αν έχει επίδραση ο συνεδριακός τουρισμός στα προγράμματα καθαριότητας των δρόμων το 8,1% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου επίδραση, το 17,5% λίγο, το 25,6% μέτρια, το 34,4% πολύ και το 14,4% μόνο απάντησε πάρα πολύ.

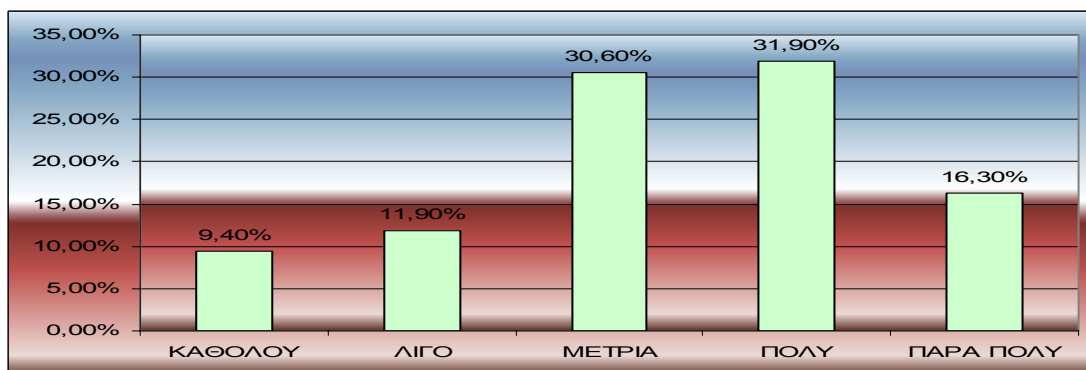
<i>Προγράμματα καθαριότητας δρόμων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	13	8,1%
ΛΙΓΟ	28	17,5%
ΜΕΤΡΙΑ	41	25,6%
ΠΟΛΥ	55	34,4%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	23	14,4%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.21: Προγράμματα καθαριότητας δρόμων.

Οι απαντήσεις κυμάνθηκαν στα ίδια ποσοστά στην ερώτηση για το κατά πόσο έχει επίδραση ο συνεδριακός τουρισμός στα προγράμματα πυρασφάλειας. Εστί λοιπόν το 9,4% απάντησε καθόλου, το 11,9% λίγο, το 30,6% μέτρια, το 31,9% πολύ και το 16,3% πάρα πολύ.

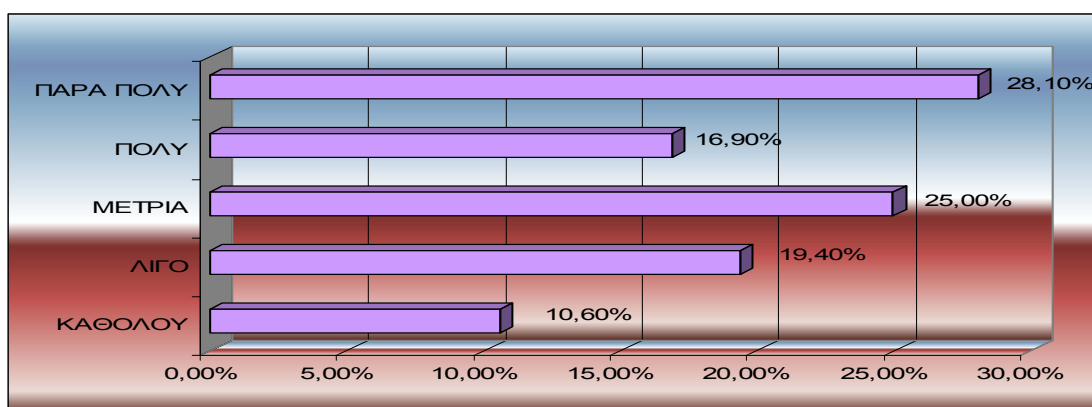
<i>Προγράμματα πυρασφάλειας</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	15	9,4%
ΛΙΓΟ	19	11,9%
ΜΕΤΡΙΑ	49	30,6%
ΠΟΛΥ	51	31,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	26	16,3%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.22: Προγράμματα πυρασφάλειας.

Για το πόσο έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στην υποστήριξη ήπιων τουριστικών προγραμμάτων όπως οι πεζοπορίες το 10,6% θεωρεί ότι δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 19,4% απάντησε λίγο, το 25,0% μετρια, το 16,9% πολύ και το 28,1% πάρα πολύ.

<i>Υποστήριξη ήπιων τουριστικών προγραμμάτων (π.χ. πεζοπορίες)</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	17	10,6%
ΛΙΓΟ	31	19,4%
ΜΕΤΡΙΑ	40	25,0%
ΠΟΛΥ	27	16,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	45	28,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

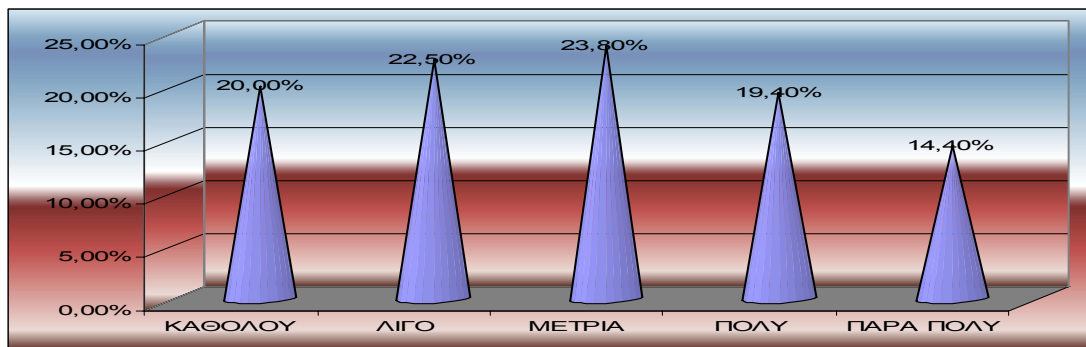


Διάγραμμα 8.23: Υποστήριξη ήπιων τουριστικών προγραμμάτων.

Μια άλλη ερώτηση η οποία συμπεριλαμβάνει μια ομάδα ερωτήσεων έχει να κάνει με το πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στη βελτίωση των υποδομών στην περιοχή. Στην ερώτηση αν έχει αναβαθμίσει την ποιότητα των δημόσιων υπηρεσιών το 20,0% απάντησε καθόλου, το 22,5% λίγο, το 23,8% μετρια, ενώ το 19,4% πολύ και το 14,4% πάρα πολύ.

<i>Αναβάθμιση της ποιότητας των δημόσιων υπηρεσιών</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	32	20,0%
ΛΙΓΟ	36	22,5%

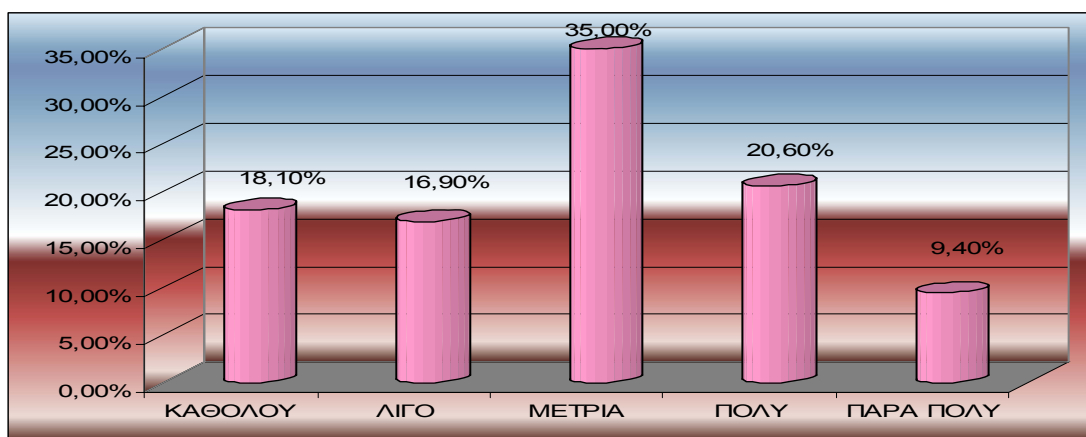
ΜΕΤΡΙΑ	38	23,8%
ΠΟΛΥ	31	19,4%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	23	14,4%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.24: Αναβάθμιση της ποιότητας των δημόσιων υπηρεσιών.

Για την βελτίωση του οδικού δικτύου το 18,1% του δείγματος θεωρεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 16,9% λίγο, το 35% μέτρια, το 20,6% πολύ και μόνο το 9,4% πάρα πολύ.

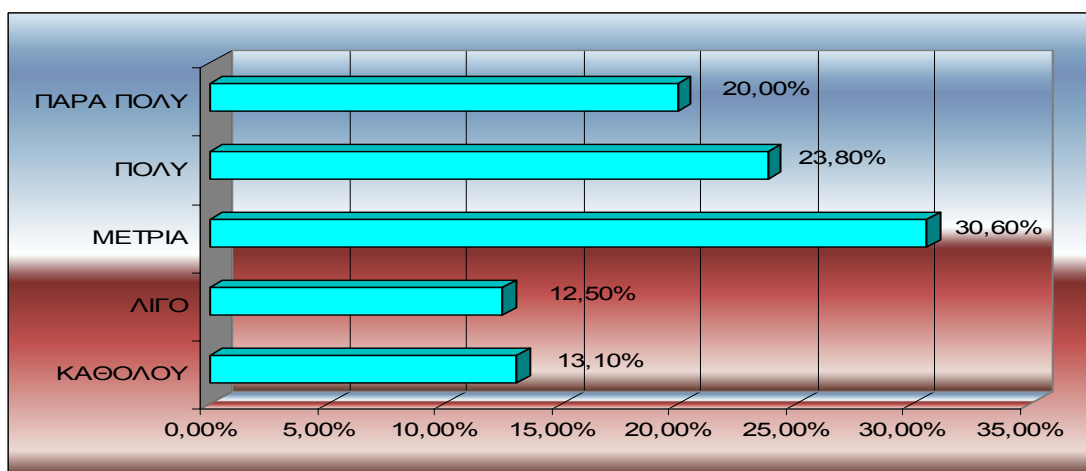
Βελτίωση οδικού δικτύου	Απόλυτη Συχνότητα	Σχετική Συχνότητα
ΚΑΘΟΛΟΥ	29	18,1%
ΛΙΓΟ	27	16,9%
ΜΕΤΡΙΑ	56	35,0%
ΠΟΛΥ	33	20,6%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	15	9,4%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.25: Βελτίωση οδικού δικτύου.

Στην τελευταία ερώτηση αυτής της ομάδας που έχει να κάνει με το αν ο συνεδριακός τουρισμός έχει επιδράσει σε βαθμό τέτοιο ώστε να υπάρχουν τουριστικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, το 13,1% απάντησε καθόλου, το 12,5% λίγο, το 30,6% μέτρια ενώ πολύ απάντησε το 23,8% και πάρα πολύ το 20,0%.

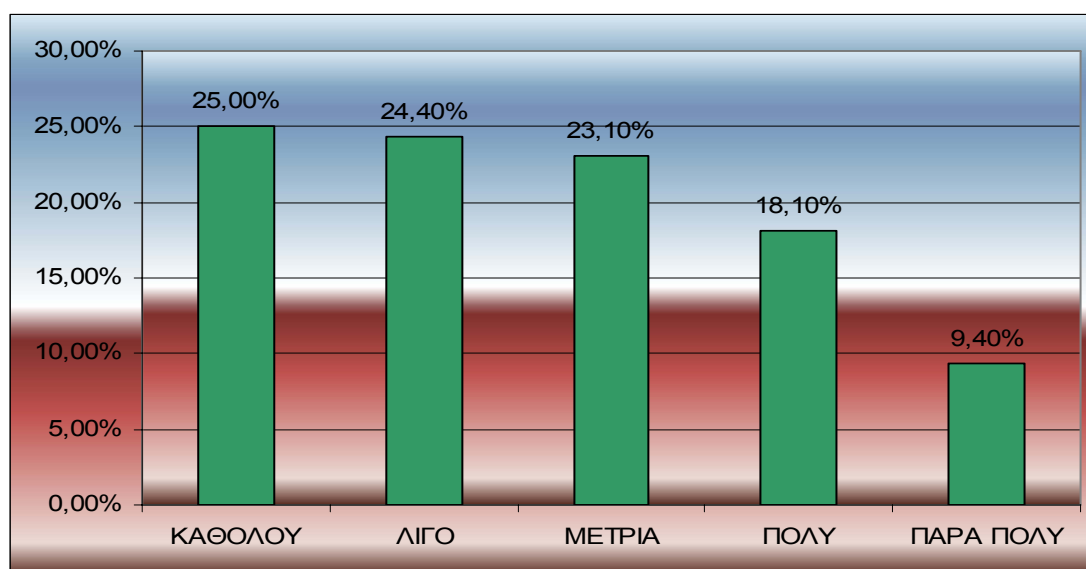
<i>Τουριστικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	21	13,1%
ΛΙΓΟ	20	12,5%
ΜΕΤΡΙΑ	49	30,6%
ΠΟΛΥ	38	23,8%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	32	20,0%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.26: Τουριστικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου.

Κατά πόσο έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε πολιτιστικά θέματα στην περιοχή φαίνεται από τα παρακάτω. Στο αν έχει επιδράσει στην αναπαλαίωση και συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων το 25,0% απάντησε καθόλου, το 24,4% απάντησε λίγο, το 23,1% μέτρια, το 18,1% πολύ και μόνο το 9,4% πάρα πολύ.

<i>Αναπαλαίωση και συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	40	25,0%
ΛΙΓΟ	39	24,4%
ΜΕΤΡΙΑ	37	23,1%
ΠΟΛΥ	29	18,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	15	9,4%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

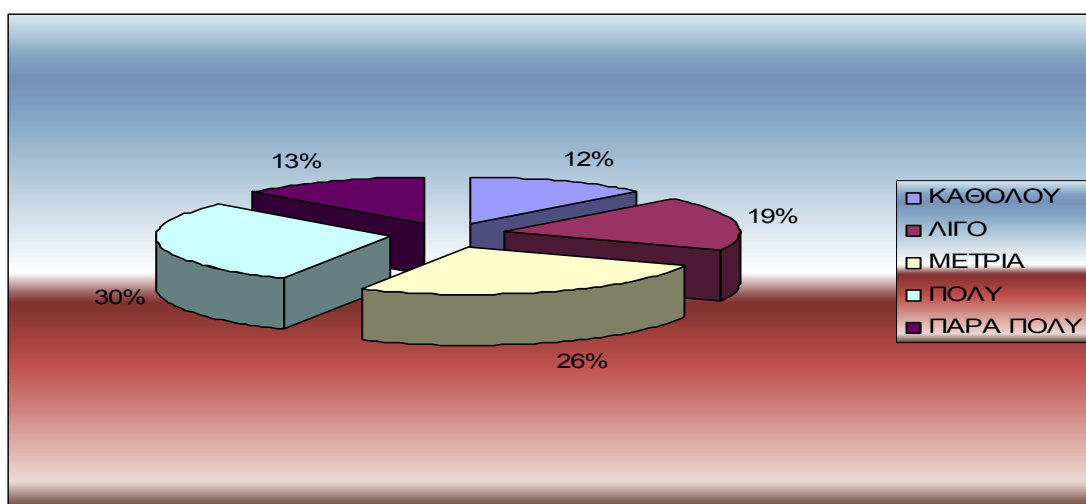


Διάγραμμα 8.27: Αναπαλαίωση και συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων.

Σε ότι έχει να κάνει σχέση με τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης το 12,5% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει καθόλου επίδραση, το 18,8% πιστεύει ότι έχει επιδράσει λίγο, το 26,3% μέτρια, το 29,4% πολύ και το 13,1% πάρα πολύ.

Οι Δελφοί είναι γνωστοί για την πολιτιστική δραστηριότητα που αναπτύσσουν και κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες με τη διοργάνωση φεστιβάλ και εκθέσεων διεθνούς φήμης.

<i>Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	20	12,5%
ΛΙΓΟ	30	18,8%
ΜΕΤΡΙΑ	42	26,3%
ΠΟΛΥ	47	29,4%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

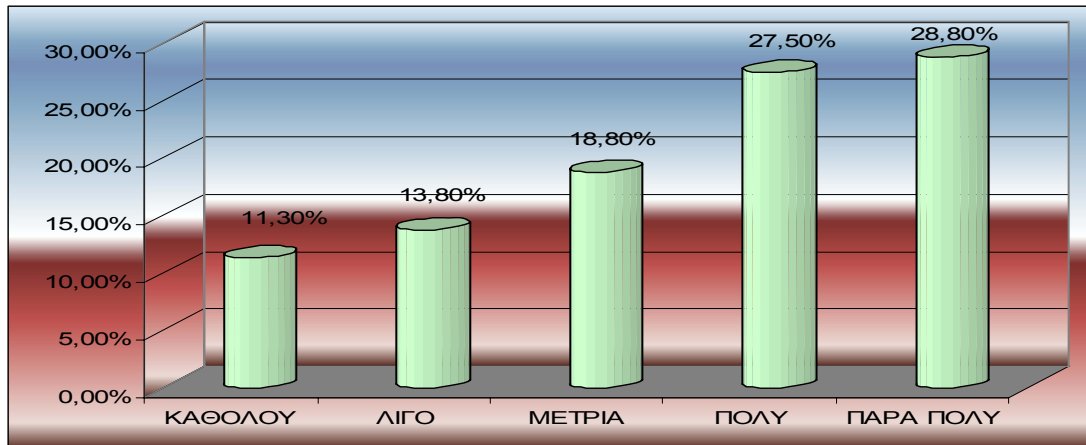


Διάγραμμα 8.28: Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης.

Για την προστασία του αρχαιολογικού χώρου το 11,3% θεωρεί ότι δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 13,8% λίγο, το 18,8% μέτρια, το 27,5% πολύ και το 28,8% πάρα πολύ.

<i>Προστασία αρχαιολογικού χώρου</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	18	11,3%
ΛΙΓΟ	22	13,8%
ΜΕΤΡΙΑ	30	18,8%
ΠΟΛΥ	44	27,5%

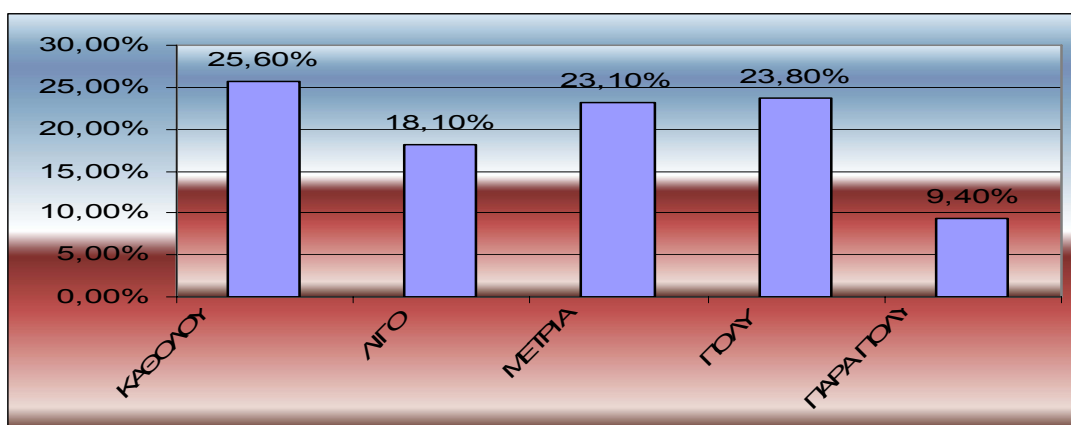
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	46	28,8%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.29: Προστασία αρχαιολογικού χώρου.

Στο ερωτηματολόγιο υπάρχει μια ερώτηση για το πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε μερικά θέματα που απασχολούν την περιοχή. Για το αν οι Δελφοί έχουν αξιοποιηθεί περισσότερο τουριστικά μέσω του συνεδριακού τουρισμού οι απαντήσεις κυμάνθηκαν ως εξής. Το 25,6% απάντησε καθόλου, το 18,1% απάντησε λίγο, το 23,1% απάντησε μέτρια, το 23,8% πολύ και μόνο το 9,4 % θεωρεί ότι αξιοποιήθηκε πάρα πολύ η περιοχή.

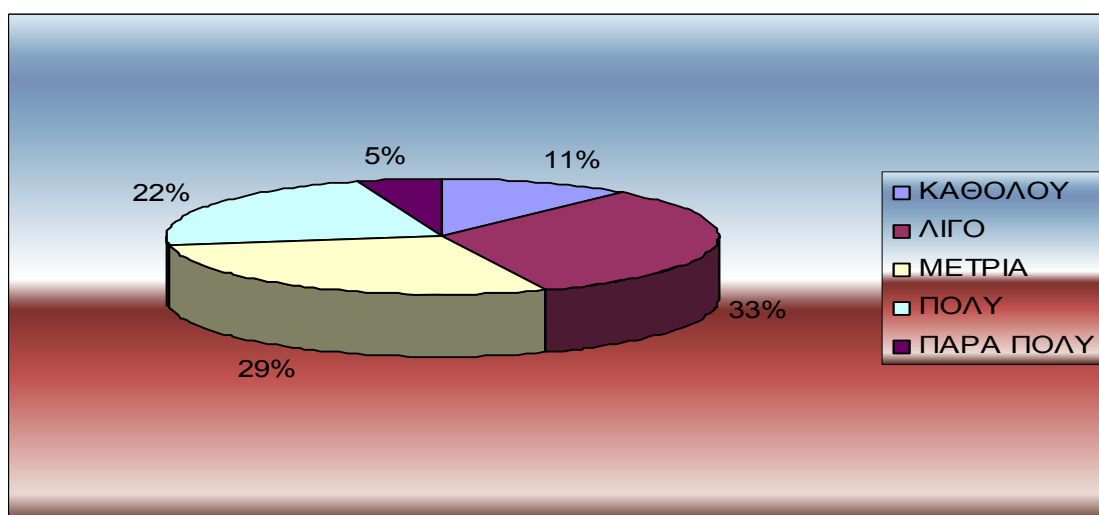
<i>Οι Δελφοί αξιοποιηθήκαν περισσότερο τουριστικά</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	41	25,6%
ΛΙΓΟ	29	18,1%
ΜΕΤΡΙΑ	37	23,1%
ΠΟΛΥ	38	23,8%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	15	9,4%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.30: Οι Δελφοί αξιοποιήθηκαν περισσότερο τουριστικά

Σχετικά με την αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας του τουρισμού το 11,3% θεωρεί ότι δεν αντιμετωπίζεται καθόλου, το 32,5% λίγο. Το 28,8% μέτρια, το 22,5% πολύ και μόνο το 5% θεωρεί ότι η εποχικότητα έχει αντιμετωπιστεί πάρα πολύ με το συνεδριακό τουρισμό.

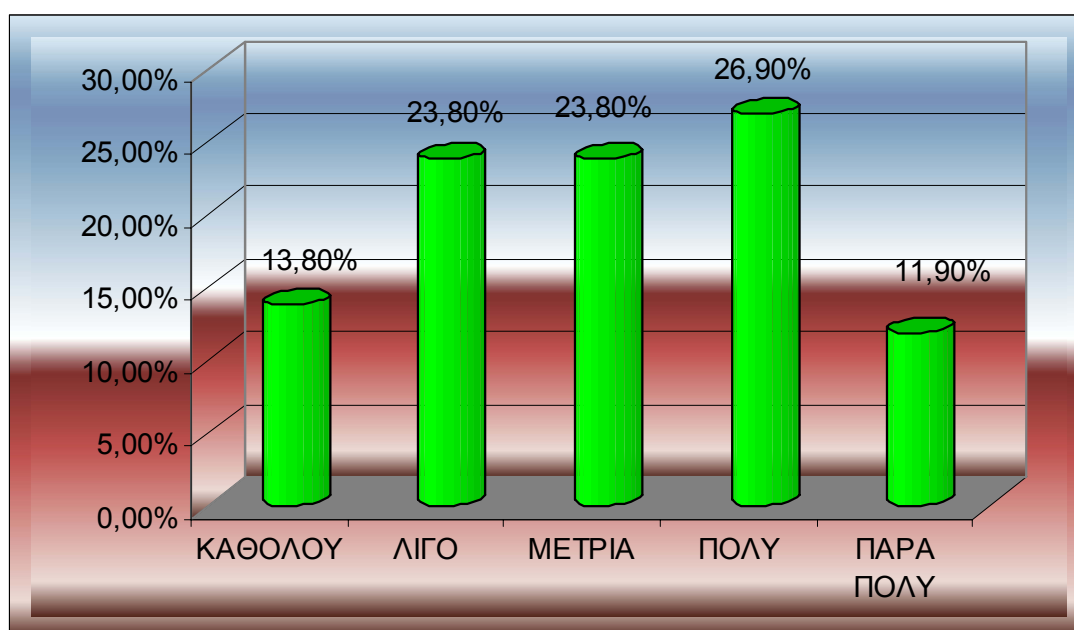
Αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού	Απόλυτη Συχνότητα	Σχετική Συχνότητα
ΚΑΘΟΛΟΥ	18	11,3%
ΛΙΓΟ	52	32,5%
ΜΕΤΡΙΑ	46	28,8%
ΠΟΛΥ	36	22,5%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	8	5,0%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.31: Αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού.

Για το αν η περιοχή των Δελφών έγινε πιο γνωστή μέσω των συνεδρίων που πραγματοποιούνται στην περιοχή οι απαντήσεις είχαν ως εξής. Το 13,8% απάντησε καθόλου, το 23,8% απάντησε λίγο. Το ίδιο ποσοστό απάντησε μέτρια, το 26,9% πολύ ενώ το 11,9% θεωρεί σύμφωνα με την έρευνα ότι οι Δελφοί έγιναν ακόμα πιο γνωστοί λόγω των διεθνών συνεδρίων.

<i>Η περιοχή των Δελφών έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	22	13,8%
ΛΙΓΟ	38	23,8%
ΜΕΤΡΙΑ	38	23,8%
ΠΟΛΥ	43	26,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19	11,9%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

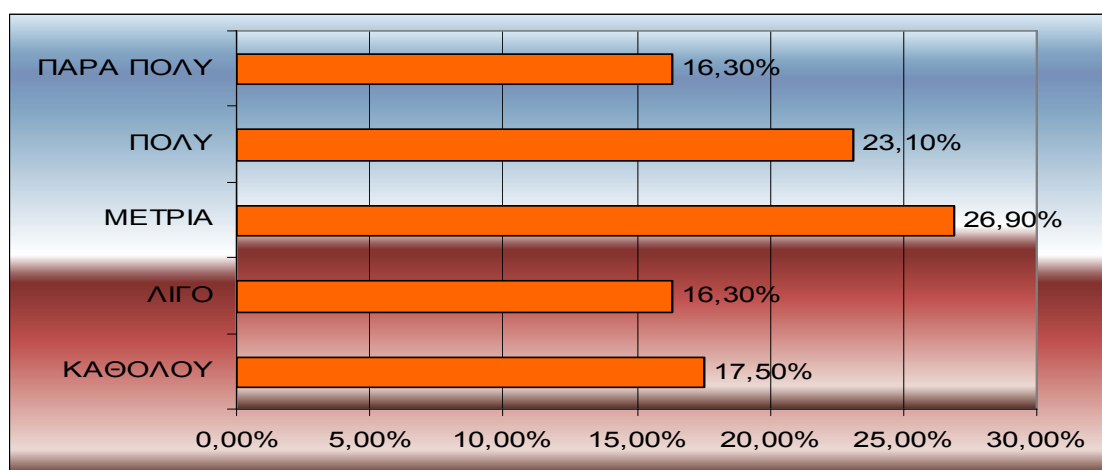


Διάγραμμα 8.32: Η περιοχή έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων.

Στο αν αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού οι απαντήσεις διακυμάνθηκαν ως εξής. Το 17,5% απάντησε ότι δεν αναπτύσσονται καθόλου, το 16,3% απάντησε λίγο, το 26,9% μέτρια, το 23,1% πολύ και τέλος το 16,3% πάρα πολύ.

Οι Δελφοί λόγω της γεωγραφικής θέσης τους αλλά και λόγω της ιστορίας τους μπορούν να αναπτύξουν και άλλες μορφές τουρισμού όπως είναι ο χειμερινός (Παρνασσός), ο πολιτιστικός, ακόμα και θρησκευτικό χάρις τα μοναστήρια που υπάρχουν στην περιοχή με την πλούσια εκκλησιαστική παράδοση.

<i>Αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού.</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	28	17,5%
ΛΙΓΟ	26	16,3%
ΜΕΤΡΙΑ	43	26,9%
ΠΟΛΥ	37	23,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	26	16,3%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%

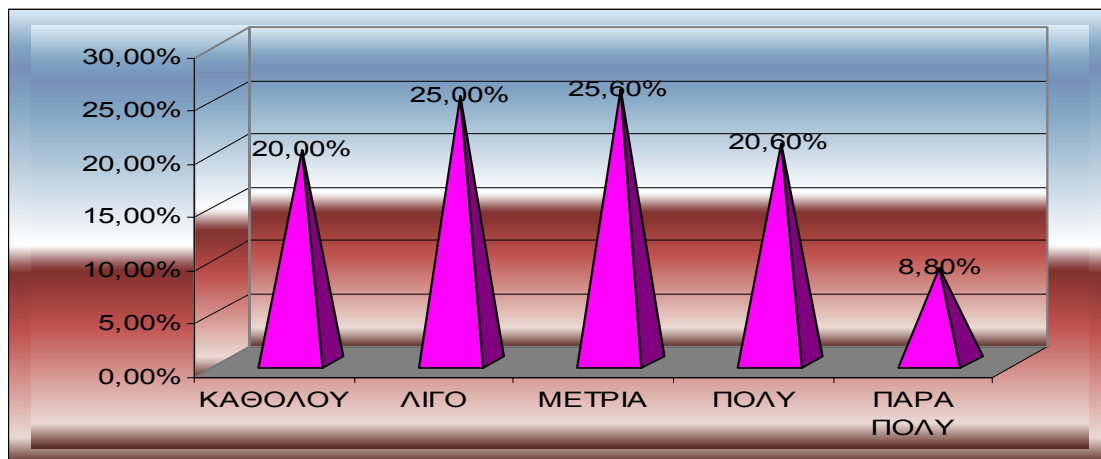


Διάγραμμα 8.33: Αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού.

Κατά πόσο ενδιαφέρεται για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού η Τοπική Αυτοδιοίκηση φαίνεται από τα παρακάτω. Για το αν ενδιαφέρεται για την τουριστική διαφήμιση και προβολή της περιοχής το 20% απάντησε καθόλου, το 25% απάντησε λίγο, το 25,6% μέτρια, το 20,6% πολύ και το 8,8% πάρα πολύ.

<i>Τουριστική διαφήμιση και προβολή της περιοχής</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	32	20,0%

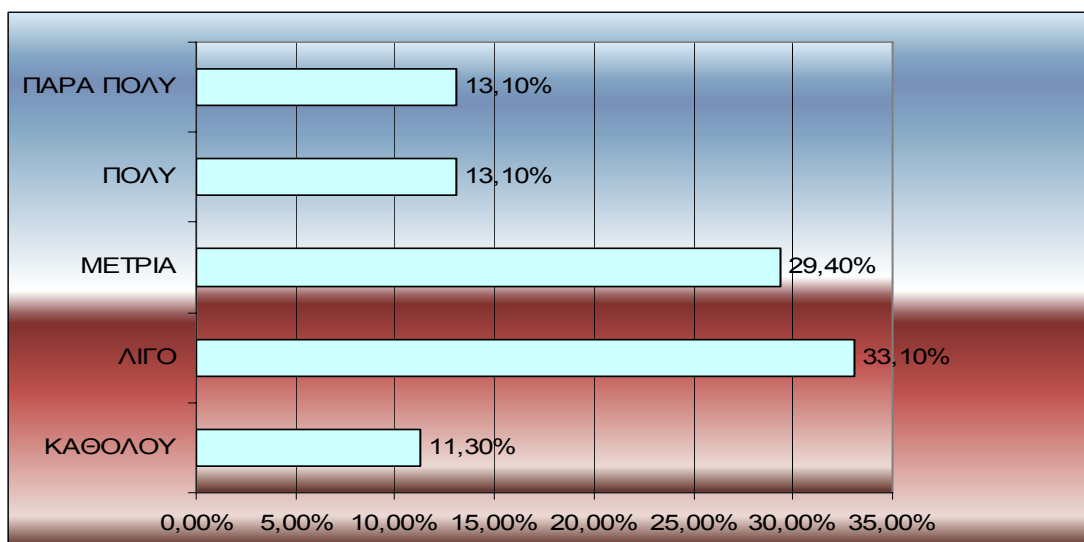
ΛΙΓΟ	40	25,0%
ΜΕΤΡΙΑ	41	25,6%
ΠΟΛΥ	33	20,6%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	14	8,8%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.34:Τουριστική διαφήμιση και προβολή της περιοχής.

Για την ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο πολιτιστικός τουρισμός, οι απαντήσεις διακυμάνθηκαν ως εξής. Το 11,3% πιστεύει ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση δεν ενδιαφέρεται καθόλου, το 33,1% λίγο, το 29,4% μέτρια, το 13,1% πολύ και το ίδιο ποσοστό συγκεντρώνει η απάντηση πιστεύει πάρα πολύ.

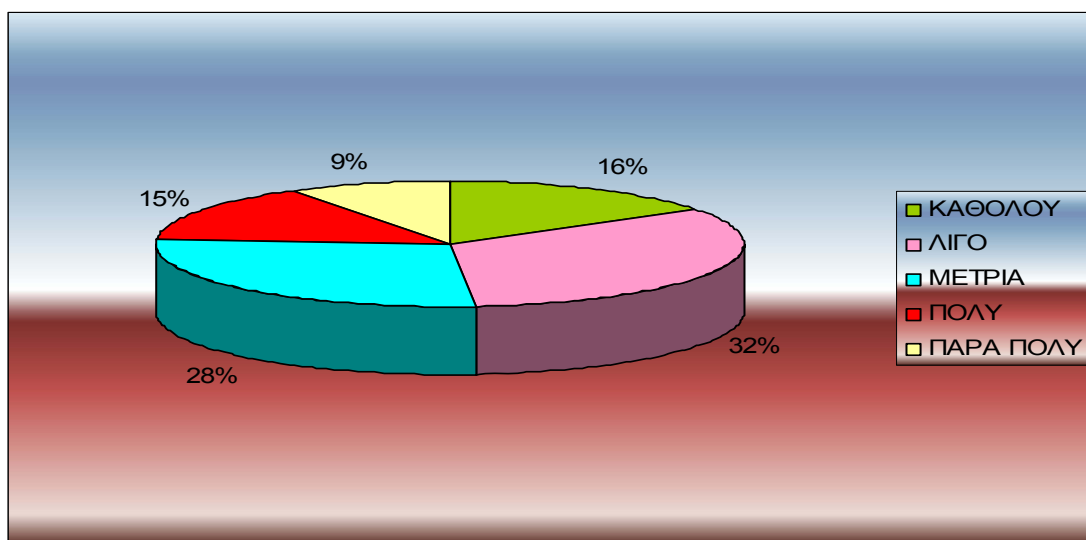
<i>Ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.χ. πολιτιστικός)</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	18	11,3%
ΛΙΓΟ	53	33,1%
ΜΕΤΡΙΑ	47	29,4%
ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.35: Ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Σχετικά με την επαγγελματική επιμόρφωση των κατοίκων σχετικά με τουριστικά ζητήματα το 15,6% θεωρεί ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση δεν ενδιαφέρεται καθόλου, το 33,1% ότι ενδιαφέρεται λίγο, το 27,5% μέτρια, το 15% πολύ και μόνο το 8,8% θεωρεί ότι το ενδιαφέρον της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για την επιμόρφωση των κατοίκων είναι πάρα πολύ.

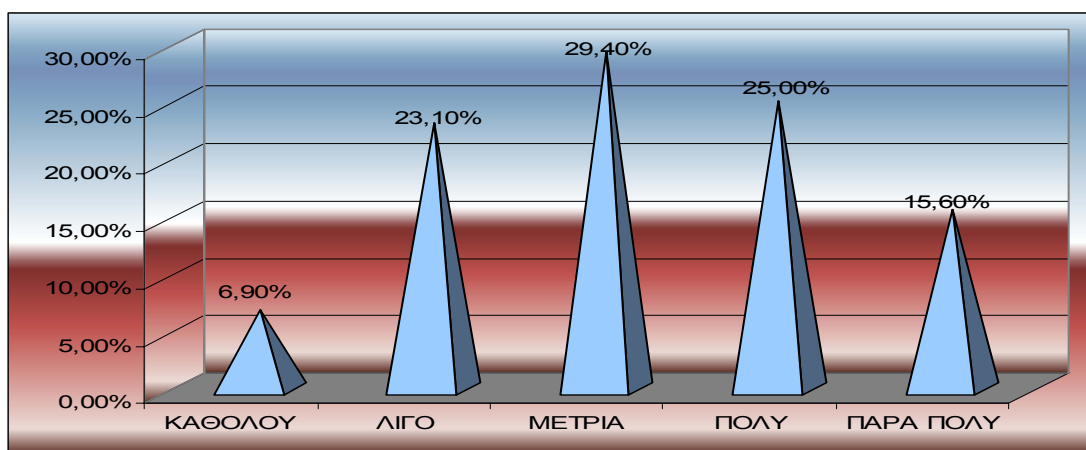
<i>Επαγγελματική επιμόρφωση των κατοίκων σχετικά με τουριστικά ζητήματα</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	25	15,6%
ΛΙΓΟ	53	33,1%
ΜΕΤΡΙΑ	44	27,5%
ΠΟΛΥ	24	15,0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	14	8,8%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.36: Επαγγελματική επιμόρφωση των κατοίκων.

Όσον αφορά τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων το 6,9% του δείγματος απάντησε ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση δεν ενδιαφέρεται καθόλου, το 23,1% ότι ενδιαφέρεται λίγο, το 29,4% μέτρια, το 25% πολύ, ενώ το 15,6% πάρα πολύ.

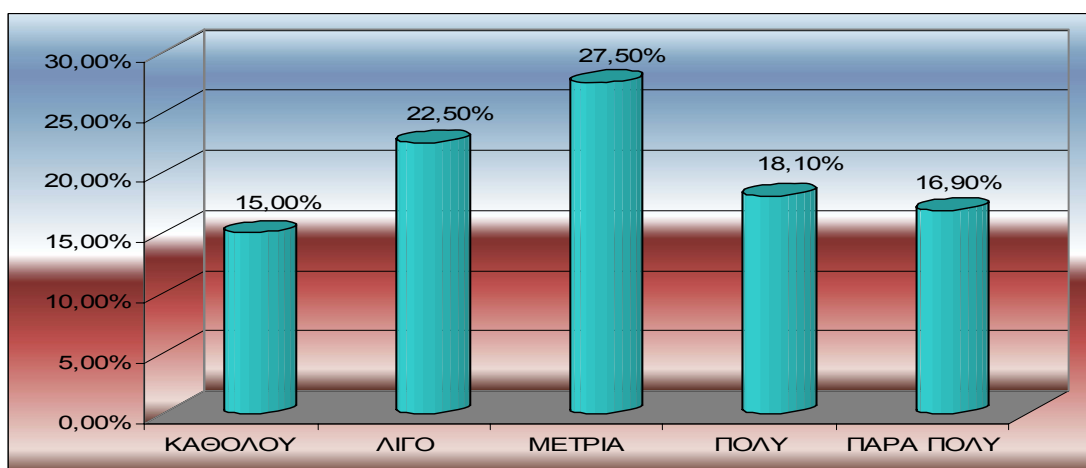
<i>Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	11	6,9%
ΛΙΓΟ	37	23,1%
ΜΕΤΡΙΑ	47	29,4%
ΠΟΛΥ	40	25,0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	25	15,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.37: Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Το ενδιαφέρον της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για τις επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη έλαβε τα εξής ποσοστά. Το 15% θεωρεί ότι δεν έχει ενδιαφερθεί καθόλου, το 22,5% λίγο, το 27,5% θεωρεί μέτριο το ενδιαφέρον, το 18,1% απάντησε πολύ και το 16,9% πάρα πολύ.

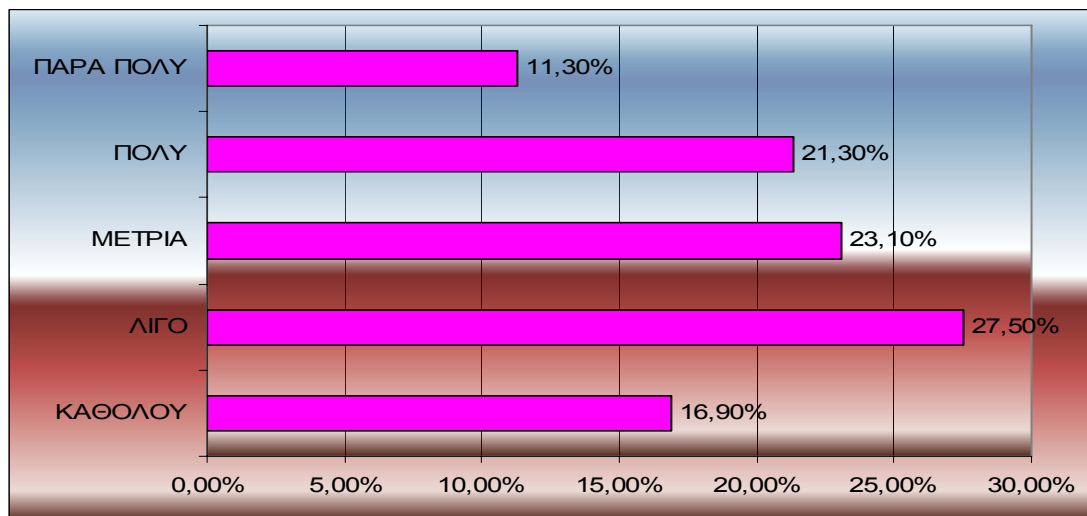
<i>Επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	24	15,0%
ΛΙΓΟ	36	22,5%
ΜΕΤΡΙΑ	44	27,5%
ΠΟΛΥ	29	18,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	27	16,9%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.38: Επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη.

Η έρευνα τελειώνει με ερωτήσεις που σχετίζονται με το κατά πως έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στα παρακάτω προβλήματα. Σε ότι αφορά την αύξηση των τιμών και υπηρεσιών, το 16,9% απάντησε πως δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 27,5% λίγο, το 23,1% μέτρια, το 21,3% πολύ και το 11,3% πάρα πολύ.

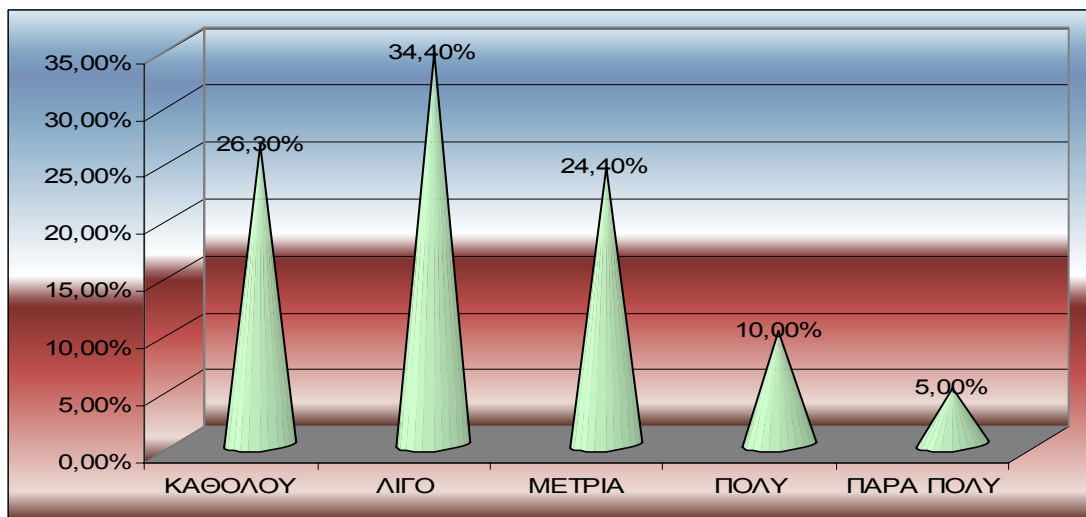
<i>Αύξηση τιμών αγαθών και υπηρεσιών</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	27	16,9%
ΛΙΓΟ	44	27,5%
ΜΕΤΡΙΑ	37	23,1%
ΠΟΛΥ	34	21,3%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	18	11,3%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.39: Αύξηση τιμών αγαθών και υπηρεσιών.

Σχετικά με το πρόβλημα της ρύπανσης του περιβάλλοντος και την ηχορύπανση το 26,3% ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 34,4% λίγο, το 24,4% πιστεύει ότι έχει επιδράσει μέτρια, το 10% πολύ και το 5% πάρα πολύ.

<i>Ρύπανση του περιβάλλοντος και ηχορύπανση</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	42	26,3%
ΛΙΓΟ	55	34,4%
ΜΕΤΡΙΑ	39	24,4%
ΠΟΛΥ	16	10,0%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	8	5,0%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



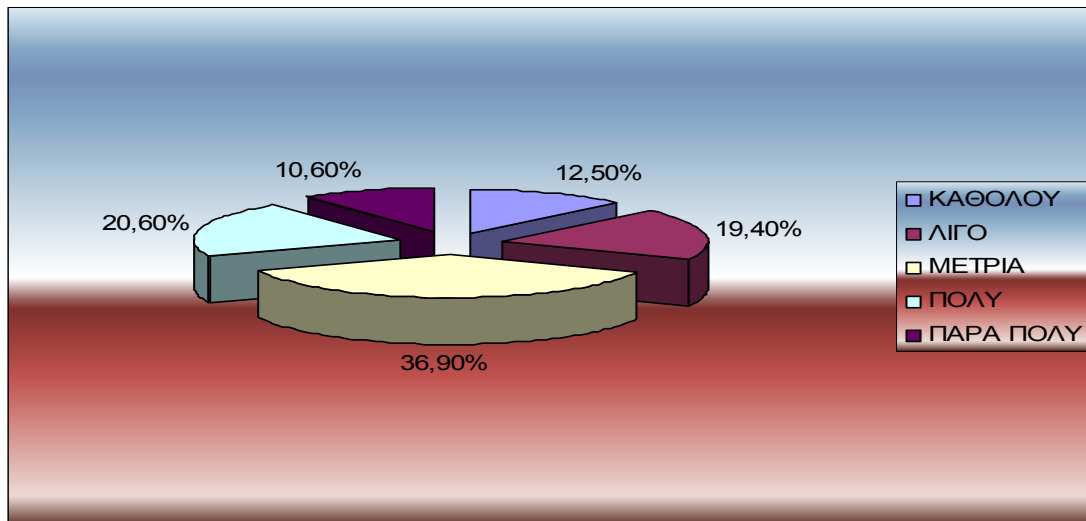
Διάγραμμα 8.40: Ρύπανση του περιβάλλοντος και ηχορύπανση.

Πως έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στο κυκλοφοριακό πρόβλημα παρουσιάζεται παρακάτω. Το 12,5% πιστεύει ότι δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 19,4% λίγο, το 36,9% μέτρια, το 20,6% πολύ, και το 10,6% πάρα πολύ.

Είναι γεγονός ότι το κυκλοφοριακό πρόβλημα δεν είναι πλέον μόνο πρόβλημα των μεγάλων αστικών κέντρων αλλά και των μικρών ακόμα πόλεων που συγκεντρώνουν τουρίστες.

<i>Κυκλοφοριακό πρόβλημα</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	20	12,5%
ΛΙΓΟ	31	19,4%
ΜΕΤΡΙΑ	59	36,9%
ΠΟΛΥ	33	20,6%

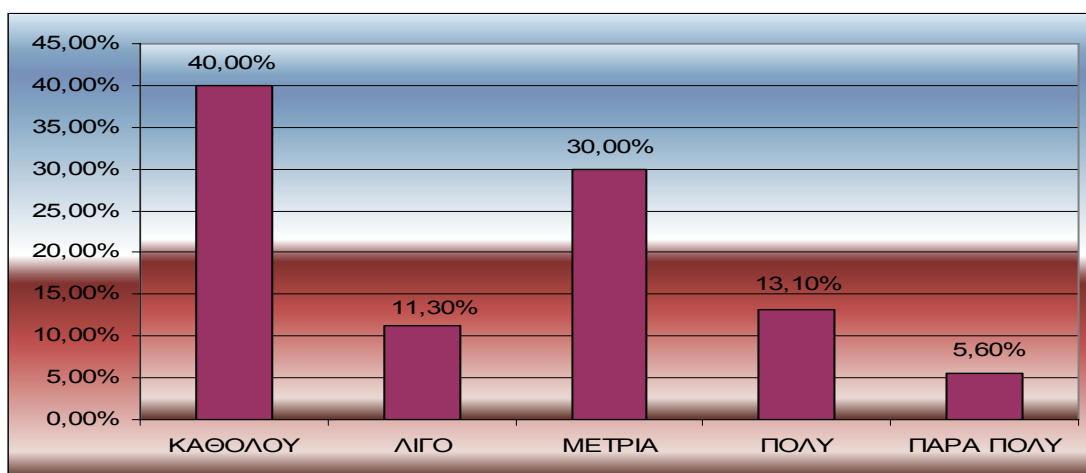
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	17	10,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.41: Κυκλοφοριακό πρόβλημα

Για το αν έχει περιορίσει την αίσθηση της ασφάλειας ο συνεδριακός τουρισμός οι απαντήσεις κυμάνθηκαν ως εξής. Το 40% απάντησε καθόλου, το 11,3% λίγο, το 30% μέτρια, το 13,1% πολύ και μόνο το 5,6% απάντησε πάρα πολύ.

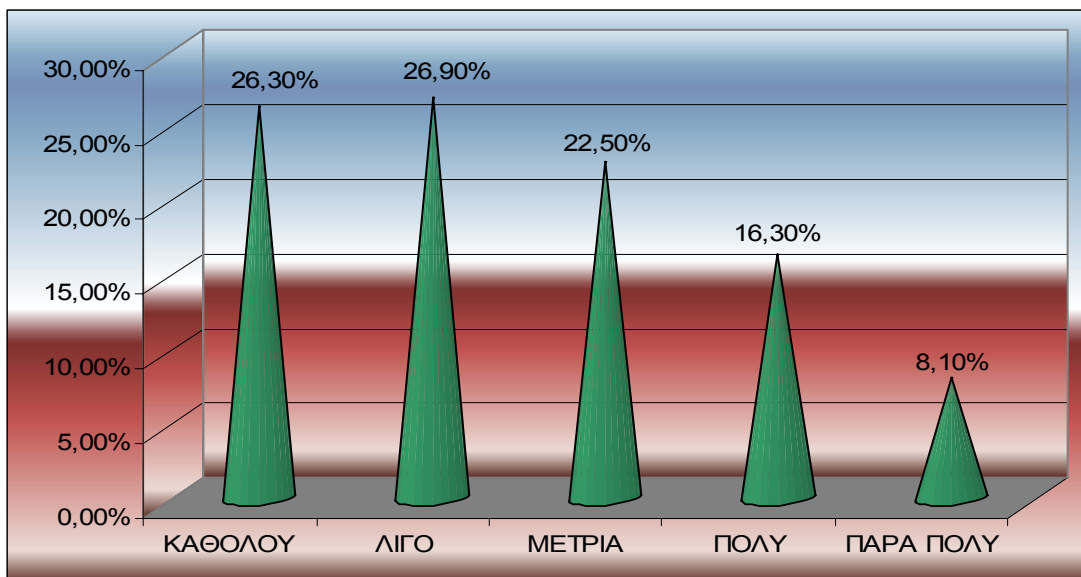
<i>Περιορισμένη αίσθηση α- σφάλειας</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	64	40,0%
ΛΙΓΟ	18	11,3%
ΜΕΤΡΙΑ	48	30,0%
ΠΟΛΥ	21	13,1%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	9	5,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.42: Περιορισμένη αίσθηση ασφάλειας.

Το πρόβλημα της πολυκοσμίας σε ανοιχτούς χώρους απαντήθηκε από το δείγμα ως εξής. Το 26,3% θεωρεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου σε αυτό το πρόβλημα, το 26,9% θεωρεί λίγο, το 22,5% μέτρια, το 16,3% πολύ και το 8,1% μόνο θεωρεί πάρα πολύ.

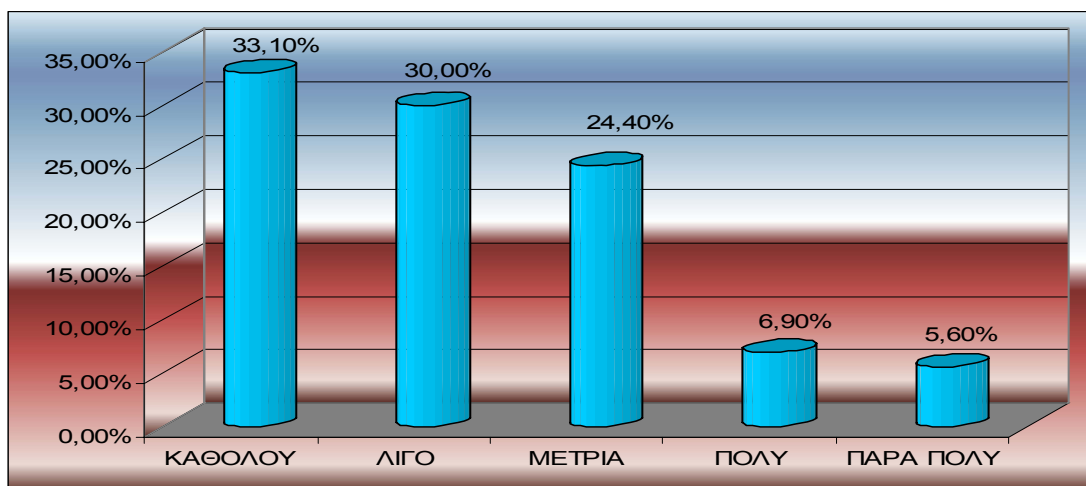
<i>Πολυκοσμία σε ανοιχτούς χώρους</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
<i>ΚΑΘΟΛΟΥ</i>	42	26,3%
<i>ΛΙΓΟ</i>	43	26,9%
<i>ΜΕΤΡΙΑ</i>	36	22,5%
<i>ΠΟΛΥ</i>	26	16,3%
<i>ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ</i>	13	8,1%
<i>ΣΥΝΟΛΟ</i>	160	100%



Διάγραμμα 8.43: Πολυκοσμία σε ανοιχτούς χώρους.

Στο πρόβλημα της αλλοίωσης του τοπικού στοιχείου οι απαντήσεις διακυμάνθηκαν ως εξής. Το 33,1% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου στην αλλοίωση του τοπικού στοιχείου, το 30% απάντησε λίγο, το 24,4% θεωρεί ότι έχει επιδράσει μέτρια ενώ το 6,9% πολύ και μόνο το 5,6% πάρα πολύ.

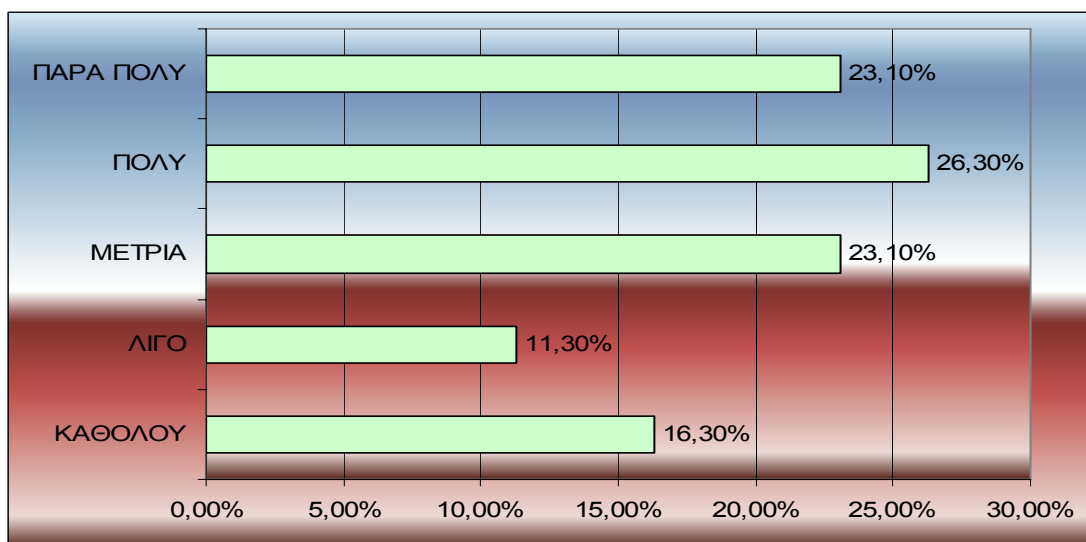
<i>Αλλοίωση του τοπικού στοιχείου</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	53	33,1%
ΛΙΓΟ	48	30,0%
ΜΕΤΡΙΑ	39	24,4%
ΠΟΛΥ	11	6,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	9	5,6%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.44: Αλλοίωση του τοπικού στοιχείου.

Τέλος σε ότι αφορά το πρόβλημα της ανεπάρκειας χώρων στάθμευσης το 16,3% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει επιδράσει καθόλου, το 11,3% θεωρεί πως έχει επιδράσει λίγο, το 23,1% πιστεύει πως έχει επιδράσει μέτρια, το 26,3% πολύ ενώ το 23,1% πάρα πολύ.

<i>Ανεπάρκεια χωρών στάθμευσης</i>	<i>Απόλυτη Συχνότητα</i>	<i>Σχετική Συχνότητα</i>
ΚΑΘΟΛΟΥ	26	16,3%
ΛΙΓΟ	18	11,3%
ΜΕΤΡΙΑ	37	23,1%
ΠΟΛΥ	42	26,3%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	37	23,1%
ΣΥΝΟΛΟ	160	100%



Διάγραμμα 8.45: Ανεπάρκεια χώρων στάθμευσης.

8.4 Έλεγχος ανεξαρτησίας και Πίνακες Διπλής Εισόδου

Στο παρόν σημείο κρίθηκε αναγκαίο να μετρηθεί ο βαθμός εξάρτησης μεταξύ δυο μεταβλητών με τον έλεγχο ανεξαρτησίας χ^2 . όπου πραγματοποιείται ο έλεγχος μεταξύ των δυο υποθέσεων:

- H_0 : οι μεταβλητές X , Ψ κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, έναντι της εναλλακτικής,
- H_1 : οι μεταβλητές X , Ψ δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό.

Η τιμή της στατιστικής χ^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (p-value) και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα:

Αν $P\text{-value} > 0,05$ αποδεχόμαστε την H_0 δηλαδή οι μεταβλητές που εξετάζουμε είναι ανεξάρτητες.

Αν $P\text{-value} < 0,05$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%.

Αναλυτικά στο παράρτημα εμφανίζονται οι συχνότητες και τα ποσοστά επί του συνόλου των ερωτηθέντων μέσω πινάκων διπλής εισόδου, ενώ πραγματοποιείται ο έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 με μεταβλητές που αφορούν συσχέτιση μεταβλητών σχετικών με το συνεδριακού τουρισμού.

8.4.1. Συσχέτιση μεταβλητών

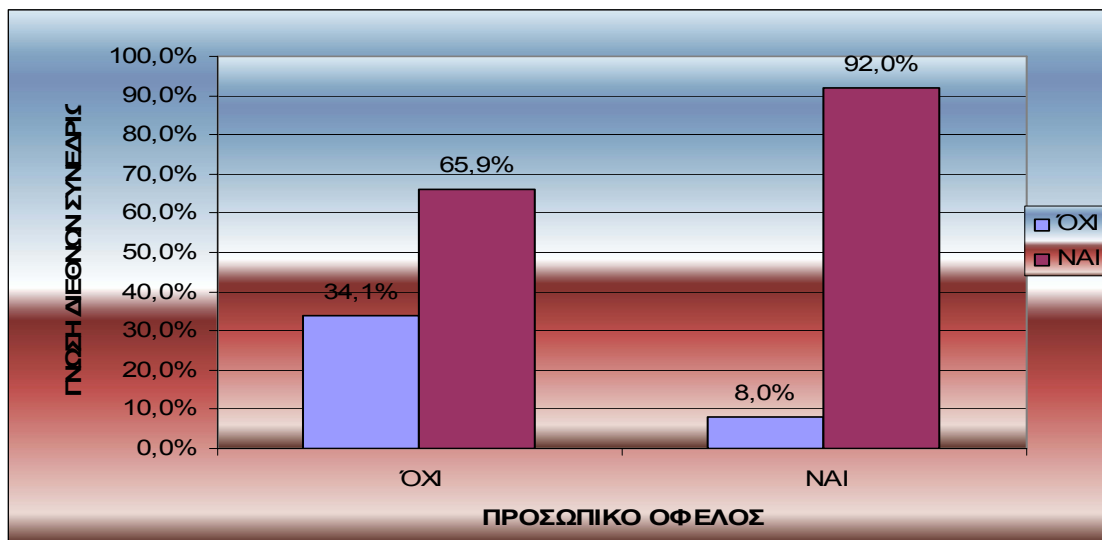
Στο παρόν σημείο θεωρήθηκε σκόπιμο να γίνει συσχέτιση μεταξύ κάποιων κύριων μεταβλητών που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Οι μεταβλητές που επιλέχθηκαν έχουν να κάνουν με το αν ωφελούνται οι ερωτώμενοι προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό, με το αν γνωρίζουν για τη διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων στην περιοχή και με το αν ο συνεδριακός τουρισμός είναι δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στους Δελφούς.

Οι απαντήσεις σχετικά με το αν ωφελούνται οι ερωτώμενοι προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό με το αν γνωρίζουν ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή διαμορφώθηκαν ως εξής. Το 34,1% του δείγματος που απάντησε ότι δεν ωφελείται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό δεν γνωρίζει ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή. Αντίθετα το 65,9% απάντησε ότι μπορεί να μην ωφελείται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας, γνωρίζει όμως για τη διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων στους Δελφούς. Από όσους ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό μόνο το 8% απάντησε ότι δεν γνωρίζει ότι γίνονται διεθνή συνέδρια στους Δελφούς, ενώ το 92% αυτών που απάντησαν ότι ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους γνωρίζουν και για τη διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων στην περιοχή.

Κάνοντας τον έλεγχο ανεξαρτησίας παρατηρούμε ότι $p\text{-value}=0,000<0,01$ οπότε απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και επομένως δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση περί συσχέτισης των δυο μεταβλητών σε επίπεδο σημαντικότητας 99%. Υπάρχει δηλαδή εξάρτηση των δυο μεταβλητών και όπως απεικονίζεται παρακάτω στο διάγραμμα, όσο περισσότερο ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό, τόσο περισσότερο γνωρίζουν για τη διεξαγωγή διεθνών φήμης συνεδρίων στους Δελφούς.

Γνωρίζετε ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών				
Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας από το συνεδριακό τουρισμό		OXI	NAI	ΣΥΝΟΛΟ
	OXI	29	56	85
		34,1%	65,9%	100%
		18,1%	35%	53,1%

νεδριακό τουρι- σμό ;	ΝΑΙ	6	69	75
		8%	92%	100%
		3,8%	43,1%	46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	35	125	160
		21,9%	78,1%	100%

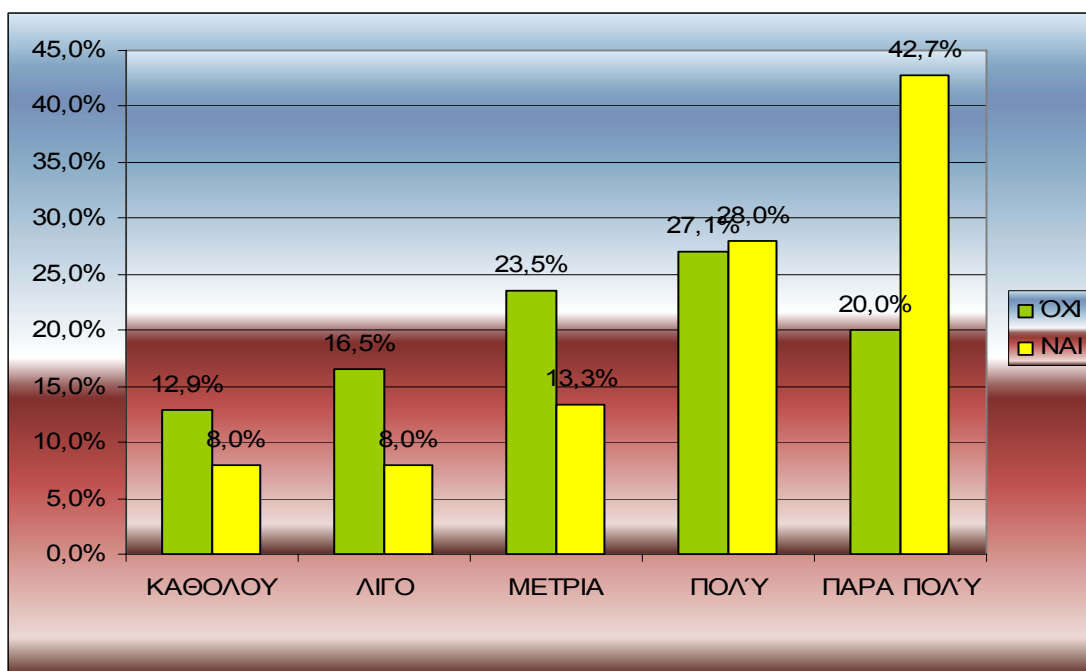


Διάγραμμα 8.46:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και γνώσης για διεθνή συνέδρια.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η συσχέτιση μεταξύ της μεταβλητής του προσωπικού οφέλους και της μεταβλητής που αφορά τη δύναμη ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού για τον τουρισμό στους Δελφούς. Από το σύνολο αυτών που απάντησαν ότι δεν ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους από το συνεδριακό τουρισμό το 12,9% θεωρεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι καθόλου σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στους Δελφούς, το 16,5% απάντησε λίγο, το 23,5% θεωρεί μέτρια δύναμη ανάπτυξης το συνεδριακό τουρισμό, το 27,1% απάντησε πολύ και το 20% πάρα πολύ. Στο σύνολο όμως αυτών που ωφελούνται από το συνεδριακό τουρισμό και αποτελούν το 46,9% του συνολικού δείγματος, μόνο το 8% απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι καθόλου σημαντική δύναμη ανάπτυξης για την περιοχή. Το ίδιο χαμηλό ποσοστό συγκέντρωσε και η απάντηση λίγο, το 13,3% απάντησε μέτρια, το 28% απάντησε πολύ και το 42,7% απάντησε πάρα πολύ.

Συσχέτιση βρέθηκε να υπάρχει ανάμεσα στις δυο αυτές μεταβλητές με $p\text{-value} = 0,017$, τιμή η οποία εφόσον είναι μικρότερη του 0.05 απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση σε επίπεδο σημαντικότητας 95% και επομένως δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση περί συσχέτισης των δυο μεταβλητών.

Συμφωνείτε ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή των Δελφών.							
Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς σας από το συνεδριακό τουρισμό ;		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΣΥΝΟΛΟ
	OXI	11 12,9% 6,9%	14 16,5% 8,8%	20 23,5% 12,5%	23 27,1% 14,4%	17 20,0% 10,6%	85 100% 53,1%
	NAI	6 8,0% 3,8%	6 8,0% 3,8%	10 13,3% 6,3%	21 28,0% 13,1%	32 42,7% 20,0%	75 100% 46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	17 10,6%	20 12,5%	30 18,8%	44 27,5%	49 30,6%	160 100%



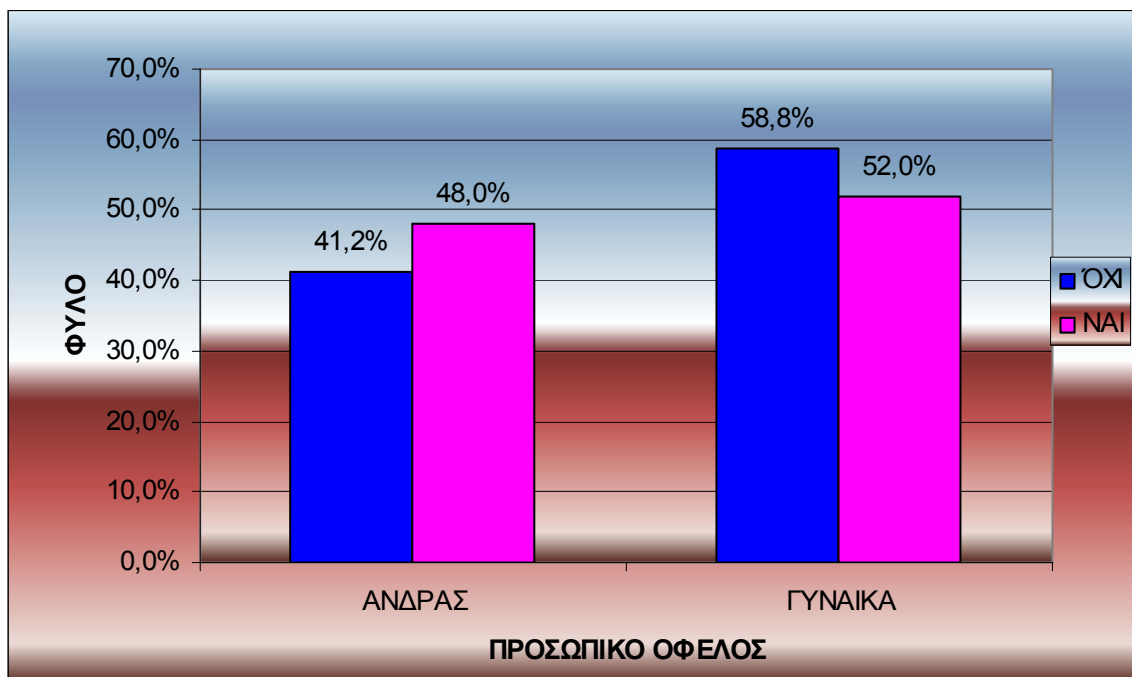
Διάγραμμα 8.47:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και δύναμης ανάπτυξης.

Σε ότι έχει να κάνει με τις απαντήσεις των δυο φύλων σε σχέση με το αν ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους από το συνεδριακό τουρισμό το 41.2% αποτελείται από άντρες που δεν έχουν όφελος προσωπικό και το 58.8% που δεν ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους είναι γυναίκες. Από όσους απάντησαν ότι ωφελούνται παρατηρούμε ότι περισσότερες είναι οι γυναίκες με ποσοστό 52% ενώ οι άντρες συγκέντρωσαν το ποσοστό 48%.

Από τον έλεγχο ανεξαρτησίας παρατηρούμε ότι $p\text{-value}=0,386 > 0,05$. Σύμφωνα με τις υποθέσεις που διατυπώθηκαν αρχικά αποδεχόμαστε την H_0 , οπότε οι μεταβλητές που εξετάζουμε είναι ανεξάρτητες.

Φύλο ερωτώμενου				
Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς σας από το συνεδριακό τουρισμό ;	OXI	Άνδρας	Γυναίκα	ΣΥΝΟΛΟ
		35	50	85
	NAI	41,2%	58,8%	100%
		21,9%	31,2%	53,1%
	NAI	36	39	75
		48%	52,0%	100%

		22,5%	24,4%	46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	71	89	160
		44,4%	55,6%	100%



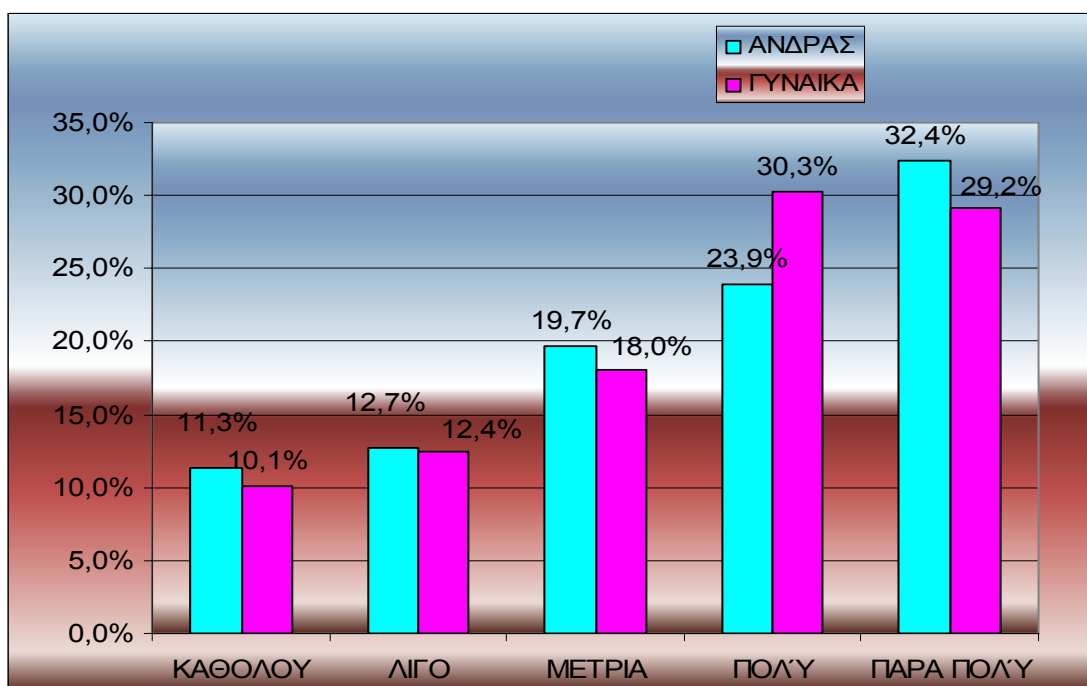
Διάγραμμα 8.48:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και φύλο ερωτώμενου.

Η σχέση μεταξύ του φύλου και της μεταβλητής που αφορά τη δύναμη ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού για τον τουρισμό στους Δελφούς, μας δείχνει ότι είναι περισσότερες οι γυναίκες που θεωρούν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για την περιοχή. Αυτό είναι συνέπεια και των παραπάνω συμπερασμάτων της έρευνας όπου παρατηρήθηκε ότι οι γυναίκες ωφελούνται περισσότερο από το συνεδριακό τουρισμό. Και εδώ $p\text{-value}=0,934 > 0,05$ άρα αποδεχόμαστε την H_0 , οπότε οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

Αναλυτικά παρουσιάζονται τα ποσοστά στον πίνακα διπλής εισόδου και στο διάγραμμα που ακολουθεί.

Συμφωνείτε ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή των Δελφών.

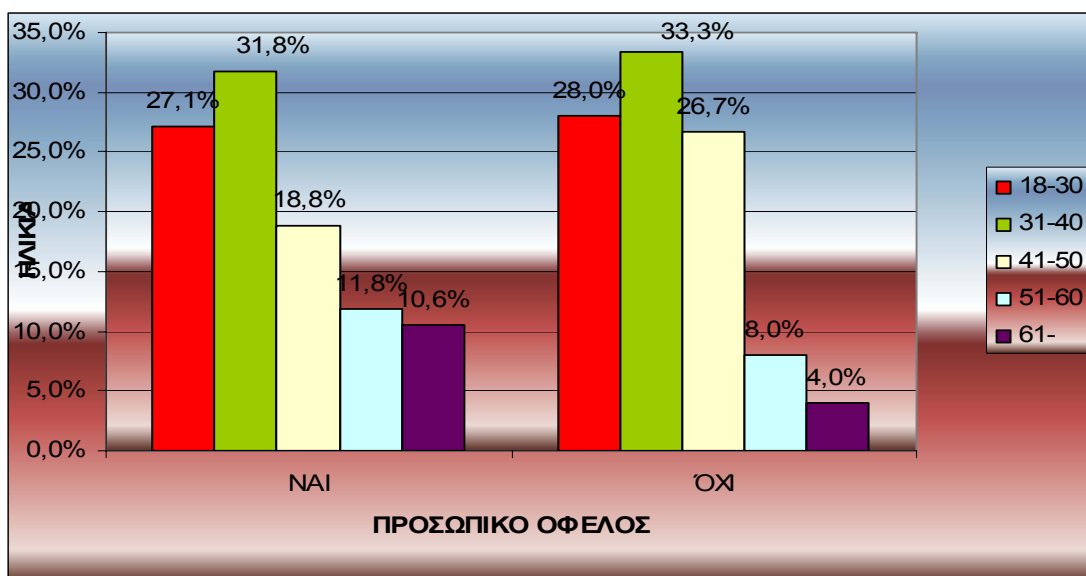
Φύλο		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΝΔΡΕΣ	8 11,3% 5,0%	9 12,7% 5,6%	14 19,7% 8,8%	17 23,9% 10,6%	23 32,4% 14,4%	71 100% 44,4%
	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	9 10,1% 5,6%	11 12,4% 6,9%	16 18,0% 10,0%	27 30,3% 16,9%	26 29,2% 16,3%	89 100% 55,6%
	ΣΥΝΟΛΟ	17 10,6%	20 12,5%	30 18,8%	44 27,5%	49 30,6%	160 100%



Διάγραμμα 8.49:Συσχέτιση φύλου και δύναμης ανάπτυξης.

Σε ότι έχει να κάνει με την ηλικία και αυτούς που ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό διαπιστώνουμε ότι αυτοί που δηλώνουν ότι ωφελούνται είναι οι ηλικίες μεταξύ 31-40 ενώ οι ηλικίες άνω των 61 είναι αυτοί που ωφελούνται λιγότερο. Δηλαδή όσο αυξάνεται η ηλικία τόσο λιγότερο όφελος υπάρχει. Αναλυτικότερα παρουσιάζονται στον πίνακα.

Ηλικία ερωτώμενου							
Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς σας από το συνεδριακό τουρισμό ;		18-30	31-40	41-50	51-60	61 και άνω	ΣΥΝΟΛΟ
	OXI	23 27,1% 14,4%	27 31,8% 16,9%	16 18,8% 10,0%	10 11,8% 6,3%	9 10,6% 5,6%	85 100% 53,1%
	NAI	21 28,0% 13,1%	25 33,3% 15,6%	20 26,7% 12,5%	6 8,0% 3,8%	3 4,0% 1,9%	75 100% 46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	44 27,5%	52 32,5%	36 22,5%	16 10,0%	12 7,5%	160 100%



Διάγραμμα 8.50:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και ηλικίας ερωτώμενου.

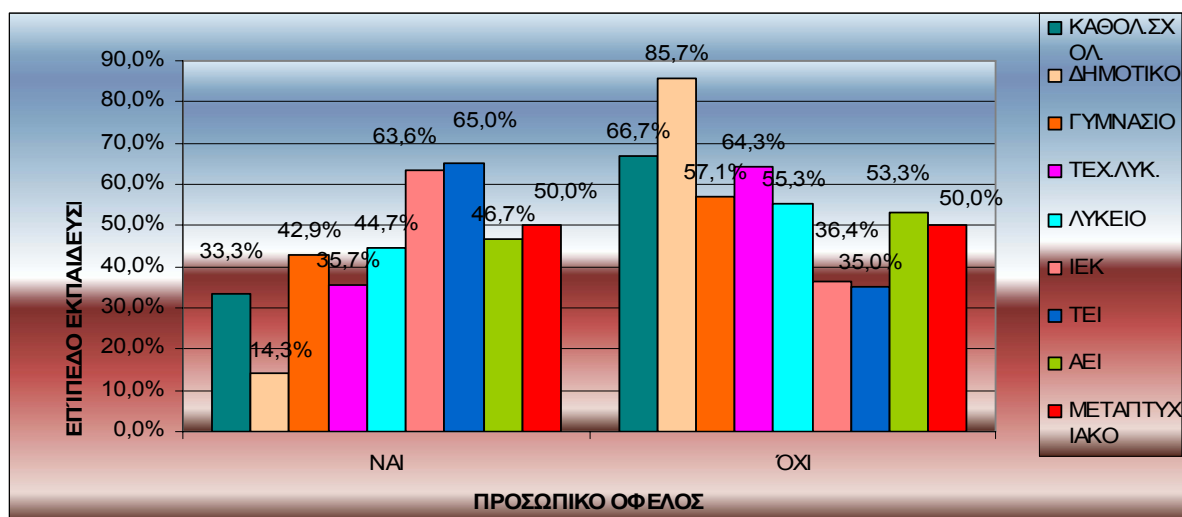
Το $p\text{-value}=0,406 > 0,05$. Αποδεχόμαστε την H_0 , οπότε οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

Η συσχέτιση μεταξύ του επιπέδου εκπαίδευσης και της μεταβλητής που αφορά αυτούς που ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους από το συνεδριακό τουρισμό παρουσιάζει τα εξής. Το $p\text{-value}= 0,428 > 0,05$, γεγονός που μας επιτρέπει να αποδεχθούμε την H_0 σε επίπεδο σημαντικότητας 95%, οπότε οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Στον πίνακα διπλής εισόδου παρατίθενται τα ποσοστά και οι συχνότητες της συσχέτισης. των δυο ανεξάρτητων μεταβλητών.

Παρατηρούμε και από το διάγραμμα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό όσων δηλώνουν ότι ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς τους, είναι απόφοιτοι κάποιου ΙΕΚ ή κάποιου ΤΕΙ ενώ τα άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης συγκεντρώνουν τα χαμηλότερα ποσοστά.

Επίπεδο εκπαίδευσης											
Ωφελείστε προσωπι- κά ή του- λάχιστον ένα μέλος της οικο-		Καθόλ σχολ	Δημοτι- κό	Γυμνά- σιο	Τεχ Λυκειο	Λύκειο	ΙΕΚ	ΤΕΙ	ΑΕΙ	Μετ. Σπου	ΣΥΝΟ ΛΟ

γένειας σας από το συνε- δριακό τουρισμό	OXI	2 2,4% 1,3%	6 7,1% 3,8%	12 14,1% 7,5%	9 10,6% 5,6%	21 24,7% 13,1%	4 4,7% 2,5%	7 8,2% 4,4%	16 18,8% 10,0%	8 9,4% 5,0%	85 100% 53,1%
	NAI	1 1,3% 0,6%	1 1,3% 0,6%	9 12,0% 5,6%	5 6,7% 3,1%	17 22,7% 10,6%	7 9,3% 4,4%	13 17,3% 8,1%	14 18,7% 8,8%	8 10,7% 5,0%	75 100% 46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	3 1,9% 1,9%	7 4,4% 4,4%	21 13,1% 13,1%	14 8,8% 8,8%	38 23,8% 23,8%	11 6,9% 6,9%	20 12,5% 12,5%	30 18,8% 10,0%	16 10% 10%	160 100%

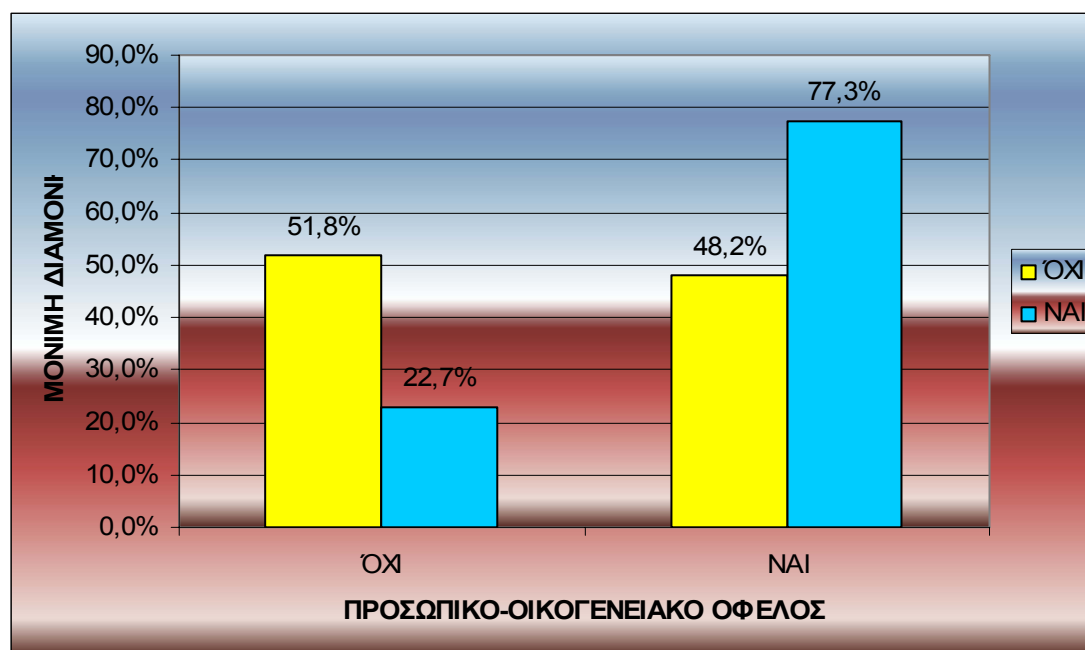


Διάγραμμα 8.51:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και επιπέδου εκπαίδευσης.

Όσον αφορά αυτούς που ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό και το αν μένουν μόνιμα στους Δελφούς τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 51,8% αυτών που δεν ωφελούνται δεν είναι ούτε μόνιμοι κάτοικοι των Δελφών ενώ το 48,2% μπορεί να μην ωφελείται αλλά είναι μόνιμοι κάτοικοι. Αντιθέτως το 22,7% ωφε-

λείται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας από το συνεδριακό τουρισμό αλλά δεν διαμένει μόνιμα στους Δελφούς. Το ποσοστό 77,3% δήλωσε ότι είναι μόνιμοι κάτοικοι των Δελφών και ωφελούνται από το συνεδριακό τουρισμό στην περιοχή τους. Παρατηρούμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών και είναι λογικό αυτοί που κατοικούν μόνιμα στην περιοχή να είναι και αυτοί που ωφελούνται περισσότερο. Το $p\text{-value} = 0,000$, τιμή η οποία είναι μικρότερη του 0.05 οπότε και απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση σε επίπεδο σημαντικότητας 95% και δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση περί συσχέτισης των δυο μεταβλητών.

Διαμένετε μόνιμα στους Δελφούς				
Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας από το συνεδριακό τουρισμό ;		OXI	NAI	ΣΥΝΟΛΟ
	OXI	44 51,8% 27,5%	41 48,2% 25,6%	85 100% 53,1%
	NAI	17 22,7% 10,6%	58 77,3% 36,3%	75 100% 46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	61 38,1%	99 61,9%	160 100%



Διάγραμμα 8.52:Συσχέτιση προσωπικού οφέλους και μόνιμης διαμονής στους Δελφούς.

8.4.2: Προσδιοριστικοί παράγοντες του οφέλους προσωπικού ή οικογενειακού από το συνεδριακό τουρισμό

Στις παραπάνω στατιστικές αναλύσεις διατυπώθηκε το προφίλ αυτών που ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό. Στο παρόν σημείο θα προσδιοριστεί κατά πόσο ορισμένοι παράγοντες επηρεάζουν τη μεταβλητή που εξετάζουμε, δηλαδή το προσωπικό ή οικογενειακό όφελος από το συνεδριακό τουρισμό.

Για τον καθορισμό των παραγόντων που προσδιορίζουν την απάντηση των ερωτώμενων σχετικά με το αν ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό, χρησιμοποιήθηκαν μεταβλητές που έχουν να κάνουν με παράγοντες που συμβάλουν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μια περιοχή. Αυτοί οι παράγοντες όπως προέκυψε και από το θεωρητικό κομμάτι της διπλωματικής, είναι η αίσθηση ασφάλειας του τόπου, η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, παράγοντες που έχουν να κάνουν με την «εικόνα» (image) της περιοχής και κάποια από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων.

Συγκεκριμένα εκτιμήθηκε η εξής συνάρτηση:

$$\text{Ofelos} = \alpha_0 + \alpha_1 * \text{gnosi_diethi_synedria} + \alpha_2 * \text{pio_gnosti_perioxi} + \alpha_3 * \text{diorg. _politistki_ekdil.} + \alpha_4 * \text{rupansi_peribal.} + \alpha_5 * \text{aisthisi_asfalias} + \alpha_6 * \text{stathmeusi} + \alpha_7 * \text{monimi_diamoni} + \alpha_8 * \text{eiso-dima} + \varepsilon_i$$

Όπου :

Ofelos: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος ωφελείται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

gnosi_diethi_synedria: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος γνωρίζει ότι διεξάγοντα διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

pio_gnosti_perioxi: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 5 ανάλογα με το πόσο συμφωνεί ο ερωτώμενος με το αν η περιοχή των Δελφών έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν συμφωνεί καθόλου, την τιμή 2 στην περίπτωση που απαντάει λίγο, την τιμή 3 όταν δηλώνει μέτρια, την τιμή 4 για το αν συμφωνεί πολύ και τέλος την τιμή 5 για το πάρα πολύ.

diorg_politistki_ekdil: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 5 ανάλογα με το πόσο συμφωνεί ο ερωτώμενος με την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στην διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που δεν συμφωνεί καθόλου, την τιμή 2 στην περίπτωση που απαντάει λίγο, την τιμή 3 όταν δηλώνει μέτρια, την τιμή 4 για το αν συμφωνεί πολύ και τέλος την τιμή 5 για το πάρα πολύ.

rupansi_peribal: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 5 ανάλογα με το πόσο συμφωνεί ο ερωτώμενος με την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στην ρύπανση του περιβάλλοντος και στην ηχορύπανση. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που δεν συμφωνεί καθόλου, την τιμή 2 στην περίπτωση που απαντάει λίγο, την τιμή 3 όταν δηλώνει μέτρια, την τιμή 4 για το αν συμφωνεί πολύ και τέλος την τιμή 5 για το πάρα πολύ.

aisthisi_asfalias: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 5 ανάλογα με το πόσο συμφωνεί ο ερωτώμενος με την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στην αίσθηση ασφάλειας στην περιοχή. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που δεν συμφωνεί καθόλου, την τιμή 2 στην περίπτωση που απαντάει λίγο, την τιμή 3 όταν δηλώνει μέτρια, την τιμή 4 για το αν συμφωνεί πολύ και τέλος την τιμή 5 για το πάρα πολύ.

Stathmeusi: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 5 ανάλογα με το πόσο συμφωνεί ο ερωτώμενος με την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στην ανεπάρκεια χώρων στάθμευσης. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που δεν συμφωνεί καθόλου, την τιμή 2 στην περίπτωση που απαντάει λίγο, την τιμή 3 όταν δηλώνει μέτρια, την τιμή 4 για το αν συμφωνεί πολύ και τέλος την τιμή 5 για το πάρα πολύ.

monimi_diamoni: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος διαμένει μόνιμα στην περιοχή των Δελφών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Eisodima: μεταβλητή η οποία λαμβάνει τις τιμές από 1 ως 6 ανάλογα με το ύψος του εισοδήματος. Η μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που το εισόδημα είναι έως 1000 €, την τιμή 2 στην περίπτωση που το εισόδημα είναι 1001-2000 €, την τιμή 3 όταν το εισόδημα είναι

2001-3000 €, την τιμή 4 όταν το εισόδημα είναι 3001-4000 €, την τιμή 5 για το εισόδημα που είναι 4001-5000 € και τέλος την τιμή 6 για το εισόδημα που είναι πάνω από 5000 €.

ε_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Επειδή η εξαρτημένη μεταβλητή είναι διχοτομική μεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων α_i του υποδείγματος για το αν οι ερωτώμενοι ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό πραγματοποιήθηκε με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης (binary logistic regression), η οποία στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου της μέγιστης πιθανοφάνειας. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα εμπειρικά αποτελέσματα.

<i>Μεταβλητές</i>	<i>Υπόδειγμα logit. ofelos</i>
Σταθερά	-5,714 *** (23,589)
gnosi_diethi_synedria	1,528*** (7,158)
pio_gnosti_perioxi	0,417** (4,915)
diorg._politistki_ekdil:	0,654*** (10,369)
rupansi_peribal:	-0,566** (5,586)
aisthisi_asfalias:	0,778*** (13,195)
Stathmeusi	-0,380** (4,909)
monimi_diamoni:	1,803*** (14,488)
Eisodima	0,308**

	(3,986)
R ² (Nagelkerke)	0,453
2 Log likelihood	154,838
Hosmer and Lemeshow	7,513

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Wald.

***, ** και *, υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Έτσι η εκτιμώμενη συνάρτηση έχει την εξής μορφή:

$$\text{Ofelos} = -5,714 + 1,528 * \text{gnosi_diethi_synedria} + 0,417 * \text{pio_gnosti_perioxi} + 0,654 * \text{diorg_politistiki_ekdil} - 0,566 * \text{rupansi_peribal.} + 0,778 * \text{aisthisi_asfalias} - 0,380 * \text{stathmeusi} + 1,803 * \text{monimi_diamoni} + 0,308 * \text{eisodima}$$

Τα αποτελέσματα της παραπάνω εκτίμησης υποδηλώνουν ότι το η περιοχή των Δελφών έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων, η ρύπανση του περιβάλλοντος και η ηχορύπανση, η ανεπάρκεια χώρων στάθμευσης και το εισόδημα είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Αντίθετα το αν γνωρίζουν ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών, η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης, η αίσθηση ασφάλειας στην περιοχή και η μόνιμη διαμονή στους Δελφούς είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο 1%.

Συγκεκριμένα, οι ερωτώμενοι οι οποίοι γνωρίζουν ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό. Αυτό είναι λογικό αφού όσοι πιο πολλοί γνωρίζουν ότι στην περιοχή διεξάγονται διεθνή συνέδρια θα θέλουν και να ασχοληθούν με το συνεδριακό τουρισμό εφόσον θα μπορούν να επωφεληθούν ή οι ίδιοι προσωπικά ή κάποιο μέλος της οικογένειας τους.

Το ίδιο συμβαίνει και με το γεγονός ότι οι Δελφοί έγιναν ακόμα πιο γνωστοί από τα διεθνή συνέδρια. Οι ερωτώμενοι που συμφωνούν με αυτή την άποψη έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό. Συμπεραίνουμε πάλι ότι με την διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων στην περιοχή ολοένα και πιο πολλοί επωφελούνται αφού ασχολούνται με το συνεδριακό προϊόν.

Επιπλέον η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων από την πλευρά της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αυξάνει την πιθανότητα να ωφελούνται οι ερωτώμενοι προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό. Η δυνατότητα για ψυχαγωγία μέσω πολιτιστικών εκδηλώσεων, δίνει μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα ώστε να προτιμηθεί η περιοχή από τον οργανωτή, καθώς θα δώσει την ευκαιρία στους συνέδρους και για άλλες δραστηριότητες τις ημέρες του συνεδρίου. Οπότε οι Δελφοί θα είναι ένας συνεδριακός προορισμός που προσφέρει πέρα από συνεδριακές υποδομές και δυνατότητες ψυχαγωγίας στους συνέδρους με άμεσο αποτέλεσμα να ωφελούνται περισσότερο και όσοι ασχολούνται με το συνεδριακό τουρισμό.

Αντίθετα η ρύπανση του περιβάλλοντος και η ηχορύπανση έχουν μικρότερη πιθανότητα να ωφελήσουν προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας των ερωτώμενων από το συνεδριακό τουρισμό. Οι περιοχές που έχουν σοβαρό πρόβλημα ρύπανσης και ηχορύπανσης δεν προτιμώνται από τους οργανωτές συνεδρίων με αποτέλεσμα να μην αναπτύσσεται ο συνεδριακός τουρισμός στην περιοχή και το όφελος να είναι μικρό ως ανύπαρκτο (Kerimoglu, 2002).

Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει με την ανεπάρκεια χώρων στάθμευσης που λιγοστεύει την πιθανότητα να ωφελήσει προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας των ερωτώμενων από το συνεδριακό τουρισμό. Ο λόγος και εδώ είναι ότι οι περιοχές αυτές με τέτοιου είδους προβλήματα είναι λιγότερο ελκυστικές από τους οργανωτές συνεδρίων.

Το θέμα της ασφάλειας είναι στις μέρες μας πρωτεύον παράγοντας για την επιλογή του τόπου. Γι' αυτό το λόγο επιλέγονται τόποι με πολιτική ευστάθεια. (Kerimoglu, 2002). Οι Δελφοί είναι αδιαμφισβήτητα ένας συνεδριακός προορισμός που προσφέρει ασφάλεια χωρίς να την περιορίζει. Επομένως η αίσθηση ασφάλεια έχει μεγαλύτερη πιθανότητα να κάνει τους ερωτώμενους να πιστεύουν ότι ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας των ερωτώμενων από το συνεδριακό τουρισμό.

Οι ερωτώμενοι που διαμένουν μόνιμα στους Δελφούς έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνεδριακό τουρισμό από αυτούς που δεν μένουν μόνιμα στην περιοχή. Αυτό είναι λογικό γιατί αυτοί που μένουν μόνιμα στους Δελφούς μπορούν να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία που τους δίνει ο συνεδριακός τουρισμός και να ωφεληθούν από το συνεδριακό προϊόν.

Τέλος όσο αυξάνεται το εισόδημα των ερωτώμενων τόσο αυξάνεται η πιθανότητα οι ερωτώμενοι να ωφελούνται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας τους από το συνε-

δριακό τουρισμό. Αυτό συμβαίνει γιατί όσοι ωφελούνται από το συνεδριακό τουρισμό αυξάνουν και το εισόδημα τους μέσα από τη συνεδριακή δραστηριότητα που αναπτύσσουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί, αναμφίβολα, μια επικερδή μορφή τουρισμού και αυτό διότι οι συνθήκες ανάπτυξης της μορφής αυτής έχουν διαφοροποιηθεί σημαντικά, τα τελευταία χρόνια με πολύ έντονους ρυθμούς. Με τη διεθνοποίηση της επιχειρησιακής δραστηριότητας, η μορφή αυτή συνδέεται με ένα ευρύτερο φάσμα ανθρώπων και μάλιστα, με αυξημένες τουριστικές δαπάνες.

Παράλληλα, ο συνεδριακός τουρισμός κινητοποιεί και δραστηριοποιεί μια ευρεία γκάμα επιχειρήσεων που σχετίζονται, άμεσα ή έμμεσα, με την τουριστική βιομηχανία, δηλαδή τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, γραφεία ενοικίασης οπτικοαουστικού εξοπλισμού κ.α. Κύριο χαρακτηριστικό της αλματώδους ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι η αφύπνιση του ενδιαφέροντος, τόσο των κρατικών φορέων, όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και η επένδυση σε έργα υποδομής και ανωδομής που σχετίζονται με το συνεδριακό τουρισμό, όπως ίδρυση συνεδριακών κέντρων, βελτίωση του ήδη υπάρχοντος οπτικοαουστικού εξοπλισμού κ.α.

Όλα αυτά έχουν σα στόχο την απόσπαση, όσο το δυνατόν μεγαλύτερου, μεριδίου από την, ολόένα, αυξανόμενη, πίτα της συνεδριακής τουριστικής αγοράς. Αυτό βέβαια, σημαίνει ότι θα πρέπει να καταβληθεί κάθε μέγιστη δυνατή προσπάθεια, για την, πλήρη και ουσιαστική, ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του συνεδριακού τουρίστα.

Ο συνεδριακός τουρίστας συγκεντρώνει στο σύνολο του, όλα τα χαρακτηριστικά του ποιοτικού τουρίστα. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι, ως επί το πλείστον, υψηλού εισοδηματικού και πολιτιστικού επιπέδου και στην περίπτωση διεξαγωγής συνεδρίου, οι δαπάνες στις οποίες επιδίδεται είναι σχεδόν τριπλάσιες από αυτές στις οποίες προβαίνει ένας κλασικός τουρίστας. Εν συνεχεία, δείχνει ιδιαίτερη εκτίμηση στις ιστορικές και πολιτιστικές ρίζες ενός τόπου, ενώ ταυτόχρονα, οι απαιτήσεις του, όσον αφορά στην ποιότητα εξυπηρέτησης, κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου, αλλά και εν γένει τη διαμονή του, αυξάνονται σημαντικά. Πάντως, εάν ο τουρίστας αυτός μείνει ικανοποιημένος από την διαμονή του σε έναν τόπο, τότε, με μαθηματική βεβαιότητα, είναι πρόθυμος να επιστρέψει στο ίδιο ξενοδοχείο για τις διακοπές του και ενδέχεται, ως εκ τούτου, να προσελκύσει φίλους και γνωστούς, ως δευτερογενή πελατεία

Ο συνεδριακός τουρισμός χρειάζεται τους ανάλογους συνεδριακούς χώρους και ξενοδοχειακά καταλύματα. Λέγοντας κατάλληλο ξενοδοχειακό κατάλυμα εννοούμε την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, καθώς επίσης και τον επαρκή αριθμό κλινών. Αν ληφθούν υπόψη τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, που είναι σύνεδροι, επιχειρηματίες και συνοδοί αυτών, γίνεται εύκολα κατανοητό ότι η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος και ποιοτικής στάθμης, δημιουργεί περαιτέρω ανάγκες για την εξυπηρέτησή τους, εκτός δηλαδή από την μεταφορά και παραμονή, που συνοψίζονται σε εστίαση, ψυχαγωγία, διασκέδαση, διευκολύνσεις, κάλυψη ενδιαφερόντων κ.λ.π. Η σημασία του πολιτιστικού στοιχείου και η ανάπτυξη συνεδριακών κέντρων σε περιοχές που προσφέρουν ποικιλία στοιχείων, μνημεία, μουσεία, αξιοθέατα, θεατρικές παραστάσεις, μιούζικαλ, όπερα κ.α. είναι σημαντική.

Στην περίπτωση, που ο συνεδριακός τουρισμός συνδυαστεί με τις υπόλοιπες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τα αποτελέσματα αναμένονται θεαματικά. Και αυτό διότι η χώρα μας διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία φυσικών και τεχνητών πόρων και θέλγητρων, που προσελκύουν πληθώρα τουριστών, οι οποίοι ενδιαφέρονται να τη γνωρίσουν σε βάθος, απολαμβάνοντας κάθε στοιχείο της. Τόσο λοιπόν οι λουτρικές και ιαματικές εγκαταστάσεις, οι μαρίνες, οι πλαζ, τα ξενοδοχεία, τα κάμπινγκ όσο και τα σπήλαια, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα παραδοσιακά κτίσματα, τα μουσεία, τα δάση κ.λ.π., αποτελούν πόλους έλξης και πραγματικές ευκαιρίες για επενδύσεις που θα καρποφορήσουν στο εγγύς μέλλον. Επομένως, ποικίλες είναι οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να συνδυαστούν με το συνεδριακό τουρισμό και να έχουν ως σκοπό την ανάδειξη, κάθε φορά, συγκεκριμένων στοιχείων της χώρας μας, με απώτερο στόχο, τη μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των συνεδριακών τουριστών.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δημιουργεί μια νέα δυναμική σε πάρα πολλούς τομείς της οικονομίας, γιατί αναμφίβολα, προϋποθέτει την ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και αναδομών της χώρας. Προκειμένου το συνεδριακό προϊόν να καταστεί ανταγωνιστικό και οι επιχειρήσεις βιώσιμες, είναι απαραίτητη η ύπαρξη πολλών ειδών και τύπων υποδομών και δραστηριοτήτων με το συντονισμό και την υποστήριξη του κράτους. Άλλωστε, το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο ευνοεί την ανάπτυξη τέτοιων δραστηριοτήτων με τις επιχορηγήσεις και δανειοδοτήσεις που προσφέρει στους ενδιαφερόμενους επενδυτές. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, έχουν δοθεί κίνητρα σε παραμεθόριες περιοχές, οι οποίες αρχίζουν, σιγά-σιγά, να δραστηριοποιούνται προς αυτόν τον τομέα.

Ταυτόχρονα, οδηγεί στην εισροή περισσότερου συναλλάγματος, καθώς επίσης και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, με τα οφέλη που κάτι τέτοιο συνεπάγεται. Ακόμα, προσφέ-

ρει εργασιακές ευκαιρίες σε πληθώρα επαγγελμάτων, αυξάνοντας τα έσοδα, τόσο σε ιδιώτες και επιχειρήσεις, όσο και στην ευρύτερη οικονομία της χώρας.

Αναμφισβήτητα, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν ένα κοινωνικό, αθλητικό, οικονομικό και εμπορικό γεγονός, το οποίο συγκέντρωσε το διεθνές ενδιαφέρον. Στατιστικές μελέτες έχουν αποδείξει ότι, κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων στο Σίνδεϋ και στη Βαρκελώνη, οι χώρες πραγματοποίησαν υπερδιπλάσια συνέδρια λόγω της Ολυμπιάδας. Έτσι και η χώρα μας βρέθηκε στο κέντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος για τον ίδιο λόγο και πρέπει να προσελκύσει πολλά μεγάλα συνέδρια. Είναι βέβαιο, πως τα έργα υποδομής που πραγματοποιήθηκαν, δημιουργούν καλύτερες συνθήκες, επηρεάζοντας θετικά τον τουρισμό μας.

Από την άλλη πλευρά είναι πολλές οι παραλείψεις που υπάρχουν στην οργάνωση των συνεδριακών εκδηλώσεων από την πλευρά της πολιτείας.

Στην Ελλάδα, δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο το οποίο να πιστοποιεί τη λειτουργία των γραφείων τουρισμού που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων (CVB) σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό επίπεδο, με αποτέλεσμα να μην είναι πιστοποιημένα ούτε να έχουν άδεια για τον σκοπό αυτό.. Επιπλέον είναι αναγκαία η δημιουργία φορέων, που θα “εντάξουν” διάφορες περιοχές της χώρας μας στο διεθνή χάρτη των συνεδρίων. Σήμερα μόνο η Θεσσαλονίκη, η Ρόδος και η Κως, ανήκουν στην Ένωση Ευρωπαϊκών Συνεδριακών Πόλεων (European Federation of Conference Towns). Μόλις πριν λίγα χρόνια άρχισαν προσπάθειες από ιδιώτες με στόχο να δημιουργηθεί ένας φορέας-εκφραστής της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού.

Η έλλειψη συνεδριακών χώρων μετατρέπει χώρους συναυλιών ή κλειστών σταδίων σε συνεδριακούς χώρους μη αφήνοντας την Ελλάδα να εξελιχθεί σε ένα παγκόσμιο συνεδριακό κέντρο. Δυο παραδείγματα αποτελούν το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών και το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας. Όμως, η ιδιωτική πρωτοβουλία έχει επίσης οδηγήσει στη δημιουργία μικρότερων συνεδριακών χώρων, ιδανικών, από κάθε άποψη, για μικρής εμβέλειας συνέδρια. Παραδείγματα αποτελούν το Συνεδριακό Κέντρο της Αγροτικής Τράπεζας, το Ευγενίδειο Ίδρυμα. κ.α.

Η υπάρχουσα νομοθεσία (Ν. 2601/98) καθορίζει προδιαγραφές για τη δημιουργία αμιγώς συνεδριακών κέντρων. Όμως η σύγχρονη πρακτική επιτάσσει τον εμπλουτισμό της με προδιαγραφές που να επιτρέπουν, αφενός, τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων πολλαπλών χρήσεων και αφετέρου, τη σύνδεση τους με άλλες τουριστικές δραστηριότητες (γκολφ, καζίνο, μαρίνες), ώστε να εξασφαλισθεί η βιωσιμότητά τους.

Ένα ακόμα πρόβλημα της Ελλάδος που την κάνει απωθητική από τη διοργάνωση διεθνών, κυρίως, συνεδρίων είναι το κυκλοφοριακό που παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονο στην Αθήνα, αλλά τουλάχιστον αυτό το πρόβλημα το συναντάμε σε όλες τις μεγάλες πόλεις του εξωτερικού. Σοβαρά είναι επίσης τα προβλήματα που δημιουργούνται από την έλλειψη επαρκών χώρων στάθμευσης. Από την άλλη τα ελληνικά αεροδρόμια υστερούν σε σύγκριση με τα αεροδρόμια άλλων συνεδριακών προορισμών. Η αναγκαστική αλλαγή αεροπλάνου στην Αθήνα αυξάνει το κόστος, με αποτέλεσμα οι σύνεδροι να αναζητούν άλλους προορισμούς.

Λόγω του ότι η σύνδεση του συνεδριακού τουρισμού με τις ελληνικές αρχαιότητες είναι αναγκαία για τη διεύρυνση του, οι διοργανωτές συνεδρίων φιλοδοξούν να «ανοίξουν» οι αρχαιολογικοί χώροι για συνέδρια π. χ. προκειμένου να φιλοξενούν την εναρκτήρια τελετή μεγάλων συνεδρίων. Μια περιοχή της Ελλάδας με πλούσια ιστορία και αρχαιολογική αξία στους αιώνες, που φιλοξενεί συνέδρια όχι μόνο σε εθνικό-τοπικό επίπεδο αλλά και σε διεθνές επίπεδο είναι οι Δελφοί.

Οι Δελφοί είναι ένας τυπικός τουριστικός προορισμός που απέχει 180 χιλιόμετρα από την Αθήνα, με επαρκή τουριστική υποδομή, αρκετά καλά ξενοδοχεία και αρχιτεκτονικό περιβάλλον με παραδοσιακά και μοντέρνα κτήρια.. Από τους πρώτους προσκυνητές του ιερού του Απόλλωνα μέχρι τις μέρες μας η περιοχή των Δελφών κατακλύζεται από χιλιάδες επισκέπτες κάθε εποχή του χρόνου.

Οι ήδη υπάρχουσες συνεδριακές υποδομές μπορούν να καλύψουν συνέδρια μικρού μεγέθους μέχρι 250αταμα. Η παγκόσμια όμως εμβέλεια των Δελφών με τους χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο, απαιτεί μεγαλύτερης χωρητικότητας συνεδριακές εγκαταστάσεις ώστε να μπορεί να φιλοξενεί μεγαλύτερου μεγέθους συνέδρια.

Στην περιοχή υπάρχουν ξενοδοχεία Α' κατηγορίας που μπορούν να φιλοξενήσουν τους «απαιτητικούς» συνεδριακούς τουρίστες, καθώς επίσης και υπηρεσίες, εστιατόρια, καφετέριες και άλλου είδους επιχειρήσεις υψηλής ποιότητας.

Σύμφωνα με τα παραπάνω οι Δελφοί θα μπορούν άνετα να γίνουν ένας συνεδριακός προορισμός παγκόσμιας εμβέλειας λόγω της «ιδιαίτερης αίγλης» που διαθέτουν, καθώς και των αρχαίων μνημείων, του μουσείου, της φυσικής ομορφιάς και της δυνατότητας για νυχτερινή διασκέδαση. Όλα αυτά δίνουν ένα μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα ώστε να προτιμηθούν από τον οργανωτή, καθώς θα δώσουν την ευκαιρία στους σύνεδρους και για άλλες δραστηριότητες τις ημέρες του συνεδρίου.

Από την έρευνα που έγινε στην περιοχή για της ανάγκες της διπλωματικής εργασίας διαπιστώθηκε ότι ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό του δείγματος ωφελείται προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειας του από το συνεδριακό τουρισμό. Πάρα πολύ μεγάλο είναι το ποσοστό που γνωρίζει ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών, καθώς και το ποσοστό αυτών που συμφωνούν ότι η ιστορική φήμη των Δελφών καθιέρωσε την περιοχή ως δημοφιλή προορισμό για τα συνέδρια. Ελάχιστοι είναι αυτοί που δεν συμφωνούν ότι οι Δελφοί είναι ασφαλής προορισμός για τη διεξαγωγή συνεδρίων και δεν θεωρούν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες πάντως ενώ θεωρούν σημαντική δύναμη ανάπτυξης το συνεδριακό τουρισμό πιστεύουν ότι δεν έχει προσελκύσει επενδύσεις, ούτε κρατικές χρηματοδοτήσεις και δεν έχει αυξήσει σημαντικά τις θέσεις εργασίας. Το προσωπικό ή οικογενειακό εισόδημα έχει αυξηθεί σε μέτρια επίπεδα όμως θεωρούν ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν έχει μπορέσει να συγκρατήσει τον πληθυσμό ή να προσελκύσει νέους κατοίκους.

Σε ότι αφορά τα περιβαλλοντικά θέματα της περιοχής το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος θεωρεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει συμβάλει θετικά σε όλα αυτά τα προγράμματα που έχουν να κάνουν με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, τα προγράμματα καθαριότητας των δρόμων, της πυρασφάλειας αλλά και της υποστήριξης ήπιων τουριστικών προγραμμάτων.

Σε θέματα υποδομών όπως είναι η αναβάθμιση της ποιότητας των δημοσίων υπηρεσιών και η βελτίωση του οδικού δικτύου οι απαντήσεις ήταν απογοητευτικές σε αντίθεση με τις τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρονται, οι οποίες θεωρούνται υψηλού επιπέδου.

Ο συνεδριακός τουρισμός φαίνεται από την έρευνα ότι έχει συμβάλει δυναμικά όχι μόνο στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης, αλλά και στην προστασία του αρχαιολογικού χώρου. Αντίθετα η αναπαλαίωση και η συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων δεν συγκέντρωσε θετικές απαντήσεις.

Στο αν οι Δελφοί αξιοποιήθηκαν περισσότερο τουριστικά μέσω του συνεδριακού τουρισμού και αν αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της εποχικότητας, η έρευνα έδειξε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η επίδραση του συνεδριακού τουρισμού είναι λίγη ως μέτρια. Από μέτρια ως πολύ απαντήθηκαν οι ερωτήσεις που έχουν να κάνουν με το αν αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο πολιτιστικός τουρισμός και αν η περιοχή των Δελφών έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων.

Για το πόσο ενδιαφέρεται για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού η Τοπική Αυτοδιοίκηση μέσω της τουριστικής διαφήμισης και προβολής της περιοχής, την ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, την επαγγελματική επιμόρφωση των κατοίκων σχετικά με τουριστικά ζητήματα, τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και τις επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη οι απαντήσεις κυμάνθηκαν σε μέτρια επίπεδα.

Σε ότι έχει σχέση με την επίδραση του συνεδριακού τουρισμού στα προβλήματα που ταλανίζουν την περιοχή, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος απάντησε ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει καθόλου ως μέτρια επιδράσει στην αύξηση τιμών αγαθών και υπηρεσιών καθώς και στη ρύπανση του περιβάλλοντος και στην ηχορύπανση, ενώ δεν έχει αλλοιώσει το τοπικό στοιχείο, ούτε έχει περιορίσει την αίσθηση ασφάλειας στην περιοχή και δεν έχει συμβάλει στο πρόβλημα της πολυκοσμίας στους ανοιχτούς χώρους. Αντίθετα μεγάλο παρουσιάζεται το κυκλοφοριακό πρόβλημα που συνοδεύεται πάντα και με το πρόβλημα της ανεπάρκειας χώρων στάθμευσης.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.

Με βάση την παγκόσμια τουριστική πρακτική η λειτουργία των γραφείων που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων είναι αναγκαία και απαραίτητη, για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Στην Ελλάδα, τα πεπειραμένα γραφεία που σχεδιάζουν και διοργανώνουν συνέδρια είναι λίγα. Θα πρέπει να δημιουργηθούν γραφεία που διοργανώνουν συνεδρία (Convention Bureau) στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας, τα οποία θα αναλάβουν, εξ' ολοκλήρου, την προώθηση, την διαφήμιση, τη γνωστοποίηση στο ευρύ κοινό του συνεδριακού τουριστικού προϊόντος, την πώληση και γενικότερα, την εξυπηρέτηση μιας επαγγελματικής διοργάνωσης (έκθεσης, συνεδρίου κ.α.) στην ευρύτερη περιοχή που αντιπροσωπεύουν.

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

Χρήσιμη θα ήταν και η λειτουργία μιας βάσης δεδομένων, είτε σε έντυπη, είτε σε ηλεκτρονική μορφή, η οποία θα παρουσιάζει όλα τα στοιχεία που αφορούν σε συνέδρια ανά είδος, χώρα, φορέα διοργάνωσης, αριθμό συμμετεχόντων, τόπο διεξαγωγής κ.α. Η βάση αυτή θα ενημερώνεται τακτικά και θα αποτελεί, ουσιαστικό και εύχρηστο, εργαλείο για όλους όσους διοργανώνουν ή θέλουν να συμμετέχουν σε συνέδρια και παρεμφερείς διοργανώσεις.

Άλλο μέτρο που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι η άριστη συγκοινωνιακή και μεταφορική σύνδεση. Ειδικότερα, η εύκολη και γρήγορη πρόσβαση και μεταφορά των συνέδρων, δεν μπορεί παρά να συμβαδίζει με το δίκτυο συγκοινωνιών μιας χώρας. Επομένως, δεν μπορεί να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός, ανεξάρτητα από το δίκτυο συγκοινωνιών και τη δυνατότητα μεταφοράς και πρόσβασης, δηλαδή την ολοκλήρωση του οδικού, σιδηροδρομικού και ακτοπλοϊκού δικτύου της χώρας.

Από την άλλη απαιτείται και η ύπαρξη του κατάλληλου προσωπικού που συνίσταται σε εξειδικευμένο και άρτια καταρτισμένο δυναμικό, το οποίο καλείται να διευκολύνει και να εξυπηρετήσει, με κάθε δυνατό τρόπο, τον «απαιτητικό» τουρίστα του συνεδριακού τουρισμού. Το ίδιο ισχύει και για τους έμμεσα απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία π.χ. εστιατόρια, καταστήματα, κέντρα διασκέδασης, τράπεζες κ.α., μια και η στελέχωση προσωπικού αντικατοπτρίζει το πνευματικό επίπεδο μιας χώρας, συντελώντας στην εδραίωση της γνώμης που διαμορφώνει κάθε συνεδριακός τουρίστας που επισκέπτεται την Ελλάδα.

Με μια λέξη, η λέξη ποιότητα είναι αυτή που χαρακτηρίζει το συνεδριακό τουρισμό. Ποιότητα που βασίζεται σε μια ανάπτυξη συνεδριακών προορισμών ποιότητας που στηρίζεται στο δίκτυο μεταφορών, σε ποιοτικά πιστοποιημένα συνεδριακά κέντρα, γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων, κατάλληλα ξενοδοχεία με ανάλογη υποδομή. Αυτό θα είναι το μοντέλο που θα πρέπει να εφαρμόσει η Ελλάδα αν θέλει μακροχρόνια να επικρατήσει στο συνεδριακό τουρισμό.

Η συμμετοχή των Δελφών στην γενικότερη συνεδριακή "πίτα" της χώρας είναι ιδιαίτερα πωχή. Είναι σαφές ότι, για μια περιοχή όπως οι Δελφοί που διαθέτουν στοιχειώδη συνεδριακή υποδομή, καλή ξενοδοχειακή υποδομή, πολιτιστική κληρονομιά και τεράστια φυσική ομορφιά, οι δυνατότητες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι μεγάλες.

Για την ανάδειξη των Δελφών σε σημαντικό συνεδριακό προορισμό απαιτούνται συγκεκριμένες ενέργειες. Οι ενέργειες που απαιτούνται αφορούν τους τρεις παρακάτω βασικούς εταίρους :

- Την αυτοδιοίκηση (τοπική και νομαρχιακή),
- Τους τοπικούς φορείς (επαγγελματικούς, επιστημονικούς κλπ) και
- Τις επιχειρήσεις που διαθέτουν συνεδριακές εγκαταστάσεις και εξοπλισμό.

Η τοπική και νομαρχιακή αυτοδιοίκηση.

Ο ρόλος της αυτοδιοίκησης, ιδιαίτερα σημαντικός για την προσέλκυση και διοργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων, συνοψίζεται στα εξής:

- Στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, στους τομείς ευθύνης της αυτοδιοίκησης όπως:
 - καθαριότητα, στάθμευση, πράσινο, φωτισμός, πεζοδρόμια, εικόνα και αισθητική της πόλης (*τοπική αυτοδιοίκηση*) και
 - δρόμοι, συγκοινωνίες, υπηρεσίες και λοιπές υποδομές (*νομαρχιακή αυτοδιοίκηση σε συνδυασμό με την κεντρική διοίκηση*).
- Στην υποβοήθηση της ενεργοποίησης δημοσίων και ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των μεγάλων υποδομών των πόλεων και των νομών.
- Στη διαμόρφωση στρατηγικών και πολιτικών για την οικονομική ανάπτυξη του δήμου και του νομού, που επιτυγχάνεται από τη συνεργασία των επαγγελματικών και κοινωνικών φορέων της περιοχής.

Ένα άλλο στοιχείο, που θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν για τις δραστηριότητες που σχετίζονται με το συνεδριακό τουρισμό, είναι η ανάπτυξη σχεδίου περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης της τουριστικής περιοχής που καταρτίζεται από την τοπική και νομαρχιακή αυτοδιοίκηση.

Παράλληλα, η αυτοδιοίκηση μπορεί να συνεισφέρει στη συνεδριακή υποδομή υποστηρίζοντας την ανάπτυξη ιστοσελίδας στο Διαδίκτυο, την δημιουργία χώρων πληροφόρησης στα σημεία εισόδου των επισκεπτών, την διαχείριση ηλεκτρονικών περιπτέρων πληροφόρησης, σε χώρους που επισκέπτονται περισσότερο οι τουρίστες, καθώς και την εκστρατεία πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης (μέσω σεμιναρίων και άλλων εκδηλώσεων) των κατοίκων και επαγγελματιών της πόλης και της ευρύτερης περιοχής.

Σημαντικό επίσης είναι να μετέχει στην δημιουργία ενός περιφερειακού γραφείου συνεδρίων και εκδηλώσεων, αφού σήμερα θεωρείται ότι η λειτουργία τέτοιων γραφείων αποτελεί βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Τα γραφεία αυτά μπορεί να δραστηριοποιούνται είτε σε Εθνικό επίπεδο, με σκοπό την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στο σύνολο της χώρας, είτε σε Τοπικό και Περιφερειακό επίπεδο, με τη μορφή οργανισμών που αντιπροσωπεύουν μια συγκεκριμένη πόλη ή περιοχή με σκοπό την εκεί αύξηση και συντονισμό των συνεδριακών εν γένει εκδηλώσεων και των ταξιδιών κινήτρων.

Οι τοπικοί φορείς.

Οι Επιστημονικοί φορείς μπορούν να δραστηριοποιηθούν στους αντίστοιχους πανελλήνιους αλλά και διεθνείς οργανισμούς και να προωθήσουν τα μέλη τους σε καίριες θέσεις ώστε να επιτύχουν την ανάθεση συνεδριακών εκδηλώσεων στους Δελφούς.

Οι Τοπικοί Λαογραφικοί, Πολιτιστικοί και άλλοι παρεμφερείς φορείς, μπορούν να οργανώσουν λαογραφικές εκδηλώσεις, εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια σημαντικών συνεδρίων, ώστε να προωθηθεί η εικόνα ενός τόπου με πολιτιστικό ενδιαφέρον.

Οι Τοπικοί Εμπορικοί και Επιμελητηριακοί φορείς μπορούν να διοργανώσουν παράλληλες εμπορικές εκδηλώσεις με τοπικό χρώμα κατά τη διάρκεια διαφόρων συνεδρίων.

Οι συνεδριακές επιχειρήσεις.

Στους Δελφούς οι μόνες συνεδριακές επιχειρήσεις, επί του παρόντος, είναι τα ξενοδοχεία με συνεδριακή υποδομή και το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών. Η ανάπτυξη των Δελφών σε συνεδριακό προορισμό θα πρέπει να στηριχθεί αρχικά στην τοπική ένωση ξενοδόχων, δηλαδή το σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων, ασχέτως εάν διαθέτουν ή όχι συνεδριακές εγκαταστάσεις. Αυτό θα μπορούσε επιτευχθεί μέσω μιας επιτροπής συντονισμού υπό την αιγίδα της ένωσης ξενοδόχων και, σε μελλοντικό στάδιο, στο περιφερειακό γραφείο συνεδρίων και εκδηλώσεων. Η καταλληλότερη μορφή ενός περιφερειακού γραφείου συνεδρίων και εκδηλώσεων, θεωρείται ότι είναι αυτή της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας που δίδει την δυνατότητα και στην τοπική αυτοδιοίκηση να συμμετάσχει. Σκοπός της εταιρείας θα πρέπει να είναι η αύξηση των συνεδριακών εν γένει εκδηλώσεων και των ταξιδιών κινήτρων στην ευρύτερη περιοχή μέσα από τον συντονισμό δράσεων των τοπικών φορέων, την ενημέρωση των εμπλεκόμενων στην συνεδριακή διαδικασία και την ανάληψη και υλοποίηση εθνικών ή κοινοτικών προγραμμάτων. Η εταιρεία μπορεί να διοικείται από διοικητικό συμβούλιο και (ευέλικτη) διοικούσα επιτροπή, περιβαλλόμενες από σειρά επαγγελματιών του χώρου με εξειδικευμένες γνώσεις πάνω στο αντικείμενο του συνεδριακού τουρισμού και τις λοιπές δραστηριότητες της εταιρείας.

Όπως γίνεται αντιληπτό από την μελέτη, η ανάπτυξη της περιοχής των Δελφών σε συνεδριακό προορισμό είναι εφικτή εάν

- υπάρχουν οι προϋποθέσεις (περιβάλλον, ιστορία, κληρονομιά),
- δραστηριοποιηθούν οι τοπικοί φορείς,
- δημιουργηθούν οι υποδομές και

- αναπτυχθούν τα κατάλληλα συντονιστικά όργανα (όπως το περιφερειακό γραφείο συνεδρίων και εκδηλώσεων) που θα αναλάβουν την επιτυχή διεκπεραίωση των εκδηλώσεων αυτών, εδραιώνοντας και αναπτύσσοντας τον συνεδριακό τουρισμό στη συγκεκριμένη περιοχή.

Με σωστή και δυνατή διαφημιστική προβολή όλοι θα μάθουν ότι εκτός από το μύθο στην Ελλάδα μπορούν να ζήσουν μια πραγματικότητα που δεν έχει τίποτα να ζηλέψει τις υπηρεσίες των πιο προηγμένων συνεδριακών προορισμών του κόσμου.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία

Ξένη βιβλιογραφία.

Aronsson L., (2000). *The Development of Sustainable Tourism*. Thomson, United Kingdom.

Chon, K.S. and Weber, K. (2002). *Convention tourism: International research and Industry Research and Industry Perspectives*. Haworth, New York.

Colin M., (1996). *Tourism and Politics. Policy, Power and Place*. Wiley, New York.

Cooper C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill, and R. Shepherd, (1998). *Tourism: Principles and Practice*. 2nd edition: Pearson, Essex.

Eagles P., F. McCool and C. Hayns (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas, Guidelines for Planning and Management..* (The World Conservation Union),- Gland- Switzerland and Cambridge- The United Nations Environment and the World Tourism Organization.

Leonard J.L., Jenkins C., (2004). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. Εκδόσεις Κριτική. Αθήνα.

MacCannell D., (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. Schocken Books Inc., New York.

Mathieson, A. and G. Wall (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, London.

Mcintosh, R.W., (2000). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. 5th Edition, John Wiley& Sons Inc, New York.

Mill, R.C. and A.M. Morrison, (1985). *The Ecotourism System, Engelwood Cliff*. Prentice Hall, N.J.

Shaw G., and A.M. Williams, (1994). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective* 2nd Edition, Blackwell Publishers Ltd, Oxford.

Shaw G., and A.M. Williams, (2004). *Tourism and Tourism spaces*. SAGE Publications Ltd. London.

Smith, S.L.J., (1990). *Dictionary of Concepts in Recreation and Leisure Studies*. Greenwood Press, New York.

Stoughton H. and P. Cotterell, (1994). *Conferences an organizer's guide* Great Britain.

Ελληνική βιβλιογραφία

Αντωνιάδης Α. (2006). *Οι Πολιτικοί Σχεδιασμοί του Ιερατείου*. Εκδόσεις Άγνωστο, Αθήνα.

Αποστολόπουλος Κ., Ε. Θεοδοροπούλου και Α.Γ. Τσακατούρα.(2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Τεχνικά Επαγγελματικά Εκπαιδευτήρια 2ος Κύκλος.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998). *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές: Η ελληνική πραγματικότητα*. Εκδόσεις Προπομπός. Αθήνα.

Γαλανή-Μουτάφη Β., (2002). *Ερευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα & την Κύπρο. Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*. Εκδόσεις Προπομπός Αθήνα.

Γκρίμπα Ε., Γ. Ζαχαράτος, Δ. Λαγός και Π. Τσάρτας, (2002) *Μελέτη Επαγγελματικού Τουρισμού για την αξιοποίηση της ακίνητης περιουσίας του Ε.Ο.Τ.* ΕΤΑ Α.Ε. Αθήνα.

Ευθυμιάτου-Πουλάκου, Α. (1994). *Τουριστικό Δίκαιο*. Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.

Ζέρβας, Π. (2004). *Δελφοί και μαντείο*. Εκδόσεις Μακρής, Αθήνα.

Ηγουμενάκης Ν., Κ. Καραβίτης και Π. Λύτρας, (1998). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Καραβίτης, Κ. (1992). *Επαγγελματικός τουρισμός: συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων, οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Κοκκώσης, Χ. και Π. Τσάρτας, (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Εκδόσεις Κριτική. Αθήνα.

Κομίλης Π..(1986). *Θέματα προγραμματισμού-Διερεύνηση αναπτυξιακών δυνατοτήτων- Τουριστικές δραστηριότητες*. Δ/Ο, ΚΕΠΕ, Αθήνα.

Λαζανά, Φ. (2003). *Εισαγωγή στον Επαγγελματικό Τουρισμό*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Λούκης Α. Αθανασίου, (2002). *Ο Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, εξελίξεις, προβλήματα, δυνατότητες και πολιτική*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Αθήνα.

Λύτρας Π., (1989). *Ο τουρισμός προς το 2000*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Μαγνήσαλης, Κ. (1992). *Δημόσιες σχέσεις*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Παυλόπουλος, Π. Γ., (1999). *Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Αθήνα.

Σφακιανάκης, Κ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα.

Τσάρτας, Π.(1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι :Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.

Ταάντας Ν., Μουσιάδης Χ., Μπαγιάτης Ν., Χατζηπαντελής Θ., (1999). *Ανάλυση δεδομένων με τη βοήθεια στατιστικών πακέτων SPSS, EXCEL, S-PLUS*. Εκδόσεις Ζήτα, Θεσσαλονίκη.

Τσεκούρας Γ. και Συνεργάτες, (1991). *Μεταβολή του προτύπου του μαζικού τουρισμού-νέες μορφές τουρισμού*., ΕΤΒΑ Σύμβουλοι Αναπτυξιακού Προγραμματισμού και Περιβαλλοντικής Προστασίας. Διεύθυνση Μελετών, Αθήνα.

Τσίτουρας Α.,(1998). *Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Αθήνα.

Αρθρα

Ξένα Αρθρα.

Briassoulis H., (2000). Environmental Impacts of Tourism: a Framework for analysis and evolution. *Tourism and Environment*.

Clawson M. & Knetsch J.L (1966). Economics of Outdoor Recreation. *Johns Hopkins University Press*, Baltimor.

Jansen-Verdeke, M. and A. Dietvorst (1987). Leisure, recreation, tourism: a geographic view on integration. *Annals of Tourism Research* 14, p.p.361-375.

Kerimoglu E., (2002). A Comparative study for advantages and disadvantages of Istanbul in the world congress tourism market. *Istanbul Technical University faculty of architecture urban and regional department*.

Lane B., (1992). Tourism strategies and Rural Development. *Note to the secretariat of Tourism Committee of OECD*, Paris, p.p.15.

Leiper N., (1981). Towards a cohesive curriculum in tourism: the case for a distinct discipline. *Annals of Tourism Research* 8 .p.p69-84.

Lowson F., (2000). Congress, Convention & Exhibition facilities, planning, design & management. *Architectural Press*.

Medlik, S.(1993). *Travel and tourism hospitality*. Butterworth Heinemann.

Mitchell, L.S.(1984). Tourism research in the United States: a geographical perspective. *Geojournal* 9,p.p.5-15.

Karnel P., (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises. *Journal of Cleaner production*.

Roberts L, Simpson F.(1997). Developing partnership approaches to tourism in Central and Eastern Europe. *Journal of Sustainable Tourism* 7, p.p.314-330.

Ελληνικά Άρθρα.

Γκρίμπα, Ε. (2002). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές Τουρισμού. *ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ*, τεύχος Σεπτεμβρίου.

Κολωνία, Ρ. (1996). Τα αριστουργήματα του μουσείου. *Επτά Ημέρες της Καθημερινής*, τόμος ΚΓ', Αρχαιολογικοί Τόποι.

Καρούζος Χ., (1996). Το Ιερό και το Μαντείο. *Επτά Ημέρες της Καθημερινής*, τόμος ΚΓ', Αρχαιολογικοί Τόποι.

Λαγός, Δ. (2001). Η τουριστική αστικοποίηση ως μια νέα μορφή χωρικής ανάπτυξης. *Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*. Τόμος 17, σ.σ.125-146. Αθήνα

Μπούρα Χ. (1974). Τουρισμός και μνημειακός πλούτος. *Αρχιτεκτονικά θέματα*, σ.σ 46-49.

Ντάσιος, Φ. (1996). Ο Αρχαιολογικός Τόπος. *Επτά Ημέρες της Καθημερινής*, τόμος ΚΓ', Αρχαιολογικοί Τόποι.

Σακελαρίου Ν., (1999). Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα. *Συνεδριακή Αγορά*, Τεύχος 1 σ.σ.16-22. Αθήνα.

Πηγές επίσημα έγγραφα

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), (1980). *L'impact du tourisme sur l' environnement: rapport general*. Paris, p.p.26-28.

World Travel & Tourism Council (WTTC), (1997) *Tourism Statistics*.

World Travel Organization (WTO), (1997). *Travel and tourism fairs-Guidelines for exhibitors*.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (1999). *Έρευνα για τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των ξένων τουριστών στην Ελλάδα*, σ.σ. 298-312 Θεσσαλονίκη.

Εγχειρίδιο Ποιότητας για την λειτουργία των συνεδριακών κέντρων, *Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Leonardo Da Vinci EL/03/B/F/NT-148002*, 2006.

Κοινή υπουργική απόφαση 23908/9.4.91/ΦΕΚ 208/Β.

Κοινή υπουργική απόφαση Φ.Ε.Κ. 298/Τεύχος Β/8.5.91.

Τουρισμός και Οικονομία (2002). *Αφιέρωμα: Συνεδριακός Τουρισμός*. Τεύχος 280, σελ 54-107.

Τουριστική Αγορά (2003). *Συνεδριακός Τουρισμός*. Τεύχος 157, σελ. 140-147.

Τουριστική Αγορά (2003). *Συνεδριακός Τουρισμός: Πορεία και προοπτικές*. Τεύχος 160, σελ 92-106.

Υπουργείο Πολιτισμού(1996). *Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών*.

Υπουργείο Τουρισμού (2004). *Δελφοί*. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Χρήμα και Τουρισμός (2001). *Φάκελος Συνεδριακός Τουρισμός*. Τεύχος 65, σελ 112-173.

Χρήμα και Τουρισμός (2002). *Έρευνα: Συνεδριακός Τουρισμός*. Τεύχος 76, σελ 102-200.

Διαδικτυακές πηγές-τόποι

www.aroundparnassos.gr

www.delphi.gr

www.eccd.gr

www.gnto.gr

www.hapco.gr

www.iccaworld.com

www.synedrio.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Κατάταξη- Αριθμός Συνεδρίων ανά χώρα-Ευρώπη 1995-2004- πηγή ICCA

Κατάταξη- Αριθμός Συνεδρίων Ανά Χώρα-Ευρώπη 1995-2004- Πηγή Icca

Rank	Country	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	Germany	8,3%	9,4%	10,2%	9,2%	10,4%	11,2%	9,8%	9,1%	8,7%	10,1%
2	Spain	6,6%	6,7%	7,1%	8,4%	8,1%	7,5%	8,2%	9,4%	9,4%	10,0%
3	France	10,9%	9,7%	9,1%	9,2%	9,1%	10,1%	8,9%	7,3%	7,1%	8,0%
4	United Kingdom	11,4%	10,1%	11,0%	10,4%	10,4%	11,7%	8,0%	8,8%	8,7%	7,6%
5	Italy	7,9%	8,0%	8,5%	7,8%	8,5%	7,4%	8,7%	8,0%	8,5%	6,7%
6	Netherlands	7,3%	7,8%	6,9%	6,5%	6,1%	6,9%	6,1%	4,8%	5,3%	6,7%
7	Austria	3,5%	5,1%	3,8%	4,1%	4,1%	3,7%	3,8%	3,8%	5,0%	4,7%
8	Sweden	4,7%	4,5%	4,4%	5,3%	4,4%	4,5%	4,8%	4,8%	5,0%	4,5%
9	Switzerland	3,5%	3,7%	3,9%	3,8%	3,4%	3,7%	3,7%	4,6%	5,3%	4,3%
10	Finland	3,9%	4,1%	4,0%	4,0%	5,0%	3,8%	4,7%	4,1%	4,5%	3,9%
11	Portugal	2,2%	2,5%	3,0%	4,8%	2,1%	2,7%	3,5%	3,6%	4,2%	3,8%
12	Denmark	4,4%	5,2%	3,7%	4,0%	3,7%	3,2%	4,3%	4,4%	3,2%	3,3%
13	Greece	2,5%	2,3%	2,7%	2,7%	2,9%	2,1%	2,8%	3,6%	2,4%	3,1%
14	Hungary	2,7%	4,4%	2,6%	2,3%	2,9%	2,5%	1,9%	2,7%	2,7%	2,8%
15	Norway	3,0%	2,6%	2,9%	2,3%	2,9%	2,9%	2,9%	2,7%	2,8%	2,6%
16	Belgium	3,9%	3,5%	4,1%	3,9%	2,8%	3,5%	2,8%	3,3%	2,3%	2,5%
17	Czech Republic	2,6%	1,8%	2,1%	2,2%	2,6%	1,8%	2,3%	2,1%	2,8%	2,2%
18	Poland	1,4%	1,4%	1,9%	1,4%	1,9%	2,4%	2,9%	2,0%	1,8%	2,1%

19	Ireland	1,6%	1,6%	1,5%	1,3%	1,5%	1,4%	1,7%	1,4%	2,2%	2,0%
20	Turkey	1,6%	1,4%	1,7%	1,0%	1,8%	1,0%	1,9%	1,7%	1,8%	1,9%
21	Slovenia	0,9%	0,4%	0,7%	0,9%	1,0%	1,1%	0,8%	1,0%	9,0%	1,1%
22	Croatia	0,1%	0,2%	0,3%	0,8%	4,0%	0,5%	8,0%	9,0%	9,0%	1,0%
23	Russia	0,9%	0,8%	0,4%	0,6%	8,0%	0,5%	7,0%	1,2%	9,0%	1,0%
24	Iceland	0,7%	0,6%	1,0%	0,4%	7,0%	1,1%	4,0%	8,0%	6,0%	0,6%
	Other	3,6%	2,6%	2,7%	2,9%	2,7%	2,6%	3,6%	4,0%	3,0%	3,4%
	Totals	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Κατάταξη-Αριθμός Συνεδρίων ανά πόλη-πηγή ICCA.

Κατάταξη-Αριθμός Συνεδρίων Ανά Πόλη-Πηγή Icca

Rank	City	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	Barcelona	29	47	48	46	46	49	63	94	89	107
2	Singapore	46	31	35	45	55	52	49	56	78	104
3	Vienna	42	66	47	67	64	59	58	70	95	103
4	Berlin	34	31	31	42	48	61	56	64	73	95
5	Hong Kong	25	46	37	25	35	47	56	36	37	87
6	Paris	66	64	56	58	54	87	73	68	69	84
7	Copenhagen	47	74	43	65	59	48	72	88	62	73
8	Lisbon	20	29	32	61	29	36	46	57	64	69
9	Budapest	35	71	40	40	47	47	40	59	59	66
10	Beijin	38	34	22	23	27	41	37	39	19	65
11	Stockholm	39	47	42	61	43	53	51	70	72	65
12	Amsterdam	46	57	52	60	54	63	51	57	44	59

13	Prague	41	33	36	35	49	37	47	48	65	57
14	Seoul	26	33	41	36	43	24	60	60	38	57
15	Kuala Lumpur	12	21	23	23	25	16	24	48	38	54
16	London	39	39	55	47	52	81	56	59	49	52
17	Bangkok	11	20	34	17	28	33	24	46	47	49
18	Madrid	35	30	39	71	47	53	42	42	52	49
19	Helsinki	31	36	37	34	55	42	54	41	64	45
20	Dublin	21	29	24	22	25	23	34	24	49	42
21	Rome	20	31	41	35	37	24	44	44	54	42
22	Athens	22	20	20	24	19	19	22	37	27	41
23	Oslo	22	19	17	20	28	27	22	32	32	38

ΠΙΝΑΚΑΣ 3. Διεθνής Κατάταξη-Αριθμός Συνεδρίων Ανά Πόλη-Ευρώπη.

Διεθνής Κατάταξη-Αριθμός Συνεδρίων Ανά Πόλη-Ευρώπη											
	City	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	Barcelona	29	47	48	46	45	49	63	94	89	107
2	Vienna	42	66	47	67	64	59	58	70	95	103
3	Berlin	34	31	31	42	48	61	56	64	73	95
4	Paris	66	64	56	58	54	87	73	68	69	84
5	Copenhagen	47	74	43	65	59	48	72	88	62	73
6	Lisbon	20	29	32	61	29	36	46	57	64	69
7	Boudapest	36	71	40	40	47	47	40	59	59	66
8	Stockholm	39	47	42	61	43	53	51	70	72	65
9	Amsterdam	46	57	52	60	54	63	51	57	44	59
10	Prauge	41	33	36	35	49	37	47	48	65	57
11	London	39	39	55	47	52	81	56	59	49	52

12	Madrid	35	30	39	71	47	53	42	42	52	49
13	Helsinki	31	36	37	34	55	42	54	41	64	45
14	Dublin	21	29	24	22	25	23	34	24	49	42
15	Rome	20	31	41	35	37	24	44	44	54	42
16	Athens	22	20	20	24	19	19	22	37	27	41
17	Oslo	22	19	17	20	28	27	22	32	32	38
18	Endiburg	27	25	37	35	36	45	31	45	43	37
19	Instabul	23	18	24	14	24	21	27	32	40	37
20	Geneva	13	12	10	23	10	26	20	33	37	36
21	Glasgow	14	13	11	14	15	20	22	20	32	31
22	Munich	11	27	16	12	26	29	27	34	25	28
23	Brussels	31	25	34	38	31	40	30	41	25	26
24	Sevilia	8	8	11	13	17	15	19	23	17	25
25	Valencia	2	5	6	8	11	11	14	15	23	24
26	Upsala	5	6	8	6	5	8	7	10	7	22
27	Goteborg	11	10	18	13	16	19	16	21	26	21
28	Ljubljana	6	3	4	9	10	13	8	15	17	20
29	The Hague	16	12	8	12	13	16	8	10	8	19
30	Venice	8	8	9	12	13	8	15	6	13	19
31	Toulouse	6	7	9	7	7	18	10	8	13	18
32	Cracow	6	6	8	9	9	16	25	12	12	17
33	Nice	13	14	6	26	34	18	11	16	11	17
34	Rotterdam	10	12	4	6	8	11	16	9	13	17
35	Florence	12	17	17	17	23	25	11	24	20	16
36	Lyon	8	10	10	10	21	15	15	15	20	16
37	Warsaw	13	13	6	12	18	18	20	26	19	16
38	Manchester	4	10	6	13	9	5	6	14	8	15
39	Tampere	8	12	11	9	6	11	18	16	9	15
40	Cambridge	22	11	4	9	11	19	9	11	11	14
41	Reykjavik	8	10	16	7	14	27	10	23	14	14

42	Turku	7	6	4	11	6	8	7	11	9	14
43	Zurich	10	18	4	9	15	14	10	15	20	14
	Other	798	900	921	1017	1016	1120	1102	1192	1132	1201
	Unkwon	50	48	64	66	46	54	54	60	31	5
	Totals	1738	1989	1955	2225	2205	2456	2399	2711	2674	2841

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 Κατάταξη Χωρών Με Βάση Τα Δηλωμένα Συνέδρια Μέχρι Το 2016.

Κατάταξη Χωρών Με Βάση Τα Δηλωμένα Συνέδρια Μέχρι Το 2016			
Rank	Country	#	%
1	U.S.A	568	8,9%
2	Germany	322	5,0%
3	United Kingdom	304	4,8%
4	Italy	294	4,6%
5	Spain	282	4,4%
6	Australia	281	4,4%
7	France	271	4,2%
8	Canada	244	3,8%
9	Japan	205	3,2%
10	China-P.R	181	2,8%
11	Netherlands	165	2,6%
12	Brazil	163	2,6%
13	Sweden	148	2,3%
14	Finland	142	2,2%
15	Denmark	141	2,2%
16	Austria	141	2,2%
17	Greece	136	2,1%

18	South Africa	132	2,1%
19	Republic of Korea	130	2,0%
20	Switzrland	126	2,0%
21	Portugal	119	1,9%
22	Turkey	108	1,7%
23	Czech Republic	103	1,6%
24	Belgium	90	1,4%
25	Poland	88	1,4%
26	Mexico	85	1,3%
27	Hungary	84	1,3%
28	Hong Kong-China	82	1,3%
29	Norway	76	1,2%
30	Thailand	72	1,1%
31	Ireland	69	1,1%
32	India	66	1,0%
33	Argentina	65	1,0%
34	Singapore	58	0,9%
35	Malaysia	49	0,8%
36	Slovenia	45	0,7%
37	Chinese Taipei	44	0,7%
38	Russia	40	0,6%
39	New Zealand	40	0,6%
40	Chilie	38	0,6%
41	Croatia	36	0,6%
42	Philippines	30	0,5%
43	Indonesia	27	0,4%
44	Egypt	24	0,4%
45	Malta	22	0,3%
	Other	455	7,1%
	Total	6,391	100,0%

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και γνώσης για διεθνή συνέδρια

			Γνώση για διεθνή συνέδρια		
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΣΥΝΟΛΟ
Προσω- πικό ή οικογε- νειακό όφελος	ΟΧΙ	Count	29	56	85
		% within ofelos	34,1%	65,9%	100,0%
		% of Total	18,1%	35,0%	53,1%
	ΝΑΙ	Count	6	69	75
		% within ofelos	8,0%	92,0%	100,0%
		% of Total	3,8%	43,1%	46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	Count	35	125	160
		% within ofelos	21,9%	78,1%	100,0%
		% of Total	21,9%	78,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15,903(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	14,412	1	,000		
Likelihood Ratio	17,179	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	15,804	1	,000		
N of Valid Cases	160				

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,41.

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και δύναμης ανάπτυξης.

		Δύναμη ανάπτυξης					ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΘΟΛ ΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
Προ- σωπικό ή οικο- γενεια- κό ό- φελος	OXI	Count	11	14	20	23	85
		% within ofelos	12,9%	16,5%	23,5%	27,1%	100,0%
		% of Total	6,9%	8,8%	12,5%	14,4%	53,1%
	NAI	Count	6	6	10	21	75
		% within ofelos	8,0%	8,0%	13,3%	28,0%	100,0%
		% of Total	3,8%	3,8%	6,3%	13,1%	46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	Count	17	20	30	44	160
		% within ofelos	10,6%	12,5%	18,8%	27,5%	100,0%
		% of Total	10,6%	12,5%	18,8%	27,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,109(a)	4	,017
Likelihood Ratio	12,314	4	,015
Linear-by-Linear Association	9,464	1	,002
N of Valid Cases	160		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,97.

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και φύλο ερωτώμενου.

			Φύλο		
			ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Προσω- πικό ή οικογε- νειακό όφελος	OXI	Count	35	50	85
		% within ofelos	41,2%	58,8%	100,0%
		% of Total	21,9%	31,3%	53,1%
	NAI	Count	36	39	75
		% within ofelos	48,0%	52,0%	100,0%
		% of Total	22,5%	24,4%	46,9%
ΣΥΝΟΛΟ		Count	71	89	160
		% within ofelos	44,4%	55,6%	100,0%
		% of Total	44,4%	55,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,752(b)	1	,386		
Continuity Correction(a)	,501	1	,479		
Likelihood Ratio	,752	1	,386		
Fisher's Exact Test				,427	,240
Linear-by-Linear Association	,747	1	,387		
N of Valid Cases	160				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,28.

Πίνακες Συσχέτισης φύλου και δύναμης ανάπτυξης.

			Φύλο		ΣΥΝΟΛΑ
			ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	
Δύναμη ανάπτυξης	ΚΑΘΟΛΟΥ	Count	8	9	17
		% within			
		dinami_anaptiksi	47,1%	52,9%	100,0%
		s			
		% of Total	5,0%	5,6%	10,6%
	ΛΙΓΟ	Count	9	11	20
		% within			
		dinami_anaptiksi	45,0%	55,0%	100,0%
		s			
		% of Total	5,6%	6,9%	12,5%
	ΜΕΤΡΙΑ	Count	14	16	30
		% within			
		dinami_anaptiksi	46,7%	53,3%	100,0%
		s			
		% of Total	8,8%	10,0%	18,8%
	ΠΟΛΥ	Count	17	27	44
		% within			
		dinami_anaptiksi	38,6%	61,4%	100,0%
		s			
		% of Total	10,6%	16,9%	27,5%
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	Count	23	26	49
		% within			
		dinami_anaptiksi	46,9%	53,1%	100,0%
		s			
		% of Total	14,4%	16,3%	30,6%
ΣΥΝΟΛΑ		Count	71	89	160
		% within			
		dinami_anaptiksi	44,4%	55,6%	100,0%
		s			
		% of Total	44,4%	55,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,834(a)	4	,934
Likelihood Ratio	,840	4	,933
Linear-by-Linear Association	,016	1	,900
N of Valid Cases	160		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,54.

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και ηλικίας.

		ΗΛΙΚΙΑ					ΣΥΝΟΛΟ	
		18-30	31-40	41-50	51-60	61-		
Προ- σωπι- κό ο- φέλος	OXI	Count						
		23	27	16	10	9	85	
		% within ofelos	27,1%	31,8%	18,8%	11,8%	10,6%	100,0%
		% of Total	14,4%	16,9%	10,0%	6,3%	5,6%	53,1%
	NAI	Count	21	25	20	6	3	75
		% within ofelos	28,0%	33,3%	26,7%	8,0%	4,0%	100,0%
		% of Total	13,1%	15,6%	12,5%	3,8%	1,9%	46,9%
	ΣΥΝΟΛΟ	Count	44	52	36	16	12	160
		% within ofelos	27,5%	32,5%	22,5%	10,0%	7,5%	100,0%
		% of Total	27,5%	32,5%	22,5%	10,0%	7,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,003(a)	4	,406
Likelihood Ratio	4,138	4	,388
Linear-by-Linear Association	1,148	1	,284
N of Valid Cases	160		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,63.

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και επιπέδου εκπαίδευσης.

			ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ									ΣΥΝΟΛΟ
			ΚΑΘ. ΣΧΟΛ.	Δημο- τικό	Γυμνά- σιο	Τεχν.Λ υκείο	Λύκειο	ΙΕΚ	ΤΕΙ	ΑΕΙ	ΜΕΤΑΠ ΤΥΧ.	
ΟΦΕΛΟΣ	ΟΧΙ	Count	2	6	12	9	21	4	7	16	8	85
		%										
		within ofelos	2,4%	7,1%	14,1%	10,6%	24,7%	4,7%	8,2%	18,8 %	9,4%	100,0%
	ΝΑΙ	% of Total	1,3%	3,8%	7,5%	5,6%	13,1%	2,5%	4,4%	10,0 %	5,0%	53,1%
		Count	1	1	9	5	17	7	13	14	8	75
		%										
	ΣΥΝΟΛΟ	within ofelos	1,3%	1,3%	12,0%	6,7%	22,7%	9,3%	17,3 %	18,7 %	10,7%	100,0%
		% of Total	,6%	,6%	5,6%	3,1%	10,6%	4,4%	8,1%	8,8%	5,0%	46,9%
		Count	3	7	21	14	38	11	20	30	16	160
	%											
	within ofelos	1,9%	4,4%	13,1%	8,8%	23,8%	6,9%	12,5 %	18,8 %	10,0%	100,0%	
	% of Total	1,9%	4,4%	13,1%	8,8%	23,8%	6,9%	12,5 %	18,8 %	10,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,055(a)	8	,428
Likelihood Ratio	8,478	8	,388
Linear-by-Linear Association	2,753	1	,097
N of Valid Cases	160		

a. 4 cells (22,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,41.

Πίνακες Συσχέτισης προσωπικού οφέλους και μόνιμη διαμονή στους Δελφούς.

		ΜΟΝΙΜΗ ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΤΟΥΣ ΔΕΛΦΟΥΣ			
		oxi	nai	Total	
Προσω- πικό ή οικογε- νειακό όφελος	oxi	Count	44	41	85
		% within ofelos	51,8%	48,2%	100,0%
		% of Total	27,5%	25,6%	53,1%
	nai	Count	17	58	75
Total		% within ofelos	22,7%	77,3%	100,0%
		% of Total	10,6%	36,3%	46,9%
		Count	61	99	160
		% within ofelos	38,1%	61,9%	100,0%
		% of Total	38,1%	61,9%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	14,301(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	13,094	1	,000		
Likelihood Ratio	14,684	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	14,211	1	,000		
N of Valid Cases	160				

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,59.

Προσδιοριστικοί παράγοντες του οφέλους προσωπικού ή οικογενειακού από το συνεδριακό τουρισμό.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	154,838(a)	,339	,453

a Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
------	------------	----	------

1	7,513	8	,482
---	-------	---	------

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1(a)	diethni	1,528	,571	7,158	1	,007	4,607
	pio_gnvsti	,417	,188	4,915	1	,027	1,517
	diorganwsi_politi						
	stikwn_ekdilwse	,654	,203	10,369	1	,001	1,924
	wn						
	rypansi_perivallo						
	ntos	-,566	,239	5,586	1	,018	,568
	aisthisi_asfaleias	,778	,214	13,195	1	,000	2,176
	statmeysi	-,380	,172	4,909	1	,027	,684
	monimi_diamoni	1,803	,474	14,488	1	,000	6,067
	eisodima	,308	,154	3,986	1	,046	1,360
	Constant	-5,714	1,177	23,589	1	,000	,003

a Variable(s) entered on step 1: diethni, pio_gnvsti, diorganwsi_politistikwn_ekdilwsewn, rypansi_perivallontos, aisthisi_asfaleias, statmeysi, monimi_diamoni, eisodima.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΟΡΟΙ

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

Συνέδριο /Συνέλευση/ Congress (Ευρώπη): τακτική συνάντηση μεγάλων ομάδων ατόμων, με σκοπό το διάλογο σε συγκεκριμένα θέματα. Συνήθως, διαρκεί αρκετές μέρες έχοντας αρκετές παράλληλες συνεδρίες. Το διάστημα μεταξύ δυο συνεδρίων, συνήθως, καθορίζεται από πριν λ.χ. ετήσιο, ανά διετία, τριετία κ.α. Μάλιστα, τα διεθνή συνέδρια διοργανώνονται ανά διετία ή τριετία, ενώ τα εθνικά είναι ετήσια.

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

Σύσκεψη ή συζήτηση στρογγυλής τραπέζης /Round table conference: αφορούν σε συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Τα άτομα που συμμετέχουν στη σύσκεψη είναι ισότιμα και με καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό ή εκτελεστικό σώμα.

Συμπόσιο/Symposium: συνάντηση ατόμων που είναι ειδικοί πάνω σε έναν τομέα, που σχετίζεται άμεσα με το θέμα της συνάντησης, παρουσίαση εισηγήσεων, συζήτηση επί του θέματος, παρατηρήσεις και συμπεράσματα σχετικά με το υπό συζήτηση θέμα.

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

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

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

Κολόκιουμ/Colloquium: ανεπίσημη συνάντηση για συζήτηση θεμάτων ακαδημαϊκής ή ερευνητικής φύσεως, με σκοπό τη διαλεύκανση θεματικών περιοχών, αμοιβαίου ενδιαφέροντος, με ανταλλαγή απόψεων. Πραγματοποιείται με τυχαία περιοδικότητα.

Σεμινάριο/Seminar: με σκοπό συνάντησης κυρίως εκπαιδευτικό. Τα θέματα του είναι εξειδικευμένα, έχουν πυκνό πρόγραμμα και διαρκούν συνήθως μερικές ημέρες. Διοργανώνονται αυτοτελώς ή στα πλαίσια ενός συνεδρίου, εκδήλωσης.

Εργαστήριο/Workshop: αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειριστάμενη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά σε μεγέθη 15-30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο, λύνοντας και

συζητώντας σχετικά προβλήματα. Συνήθως, αφορά σε σύγκλιση διαφορετικών απόψεων σε συγκεκριμένο θέμα.

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

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

Association meeting: συνάντηση, συνεδρίαση ένωσης, συνεταιρίων, συνεταιρισμών, σωματείων αλλά και συνέδρια που διοργανώνονται από Διεθνείς Κρατικούς Οργανισμούς. Υπάγονται τα επιστημονικά συνέδρια λ.χ. Διεθνές Συνέδριο Χημικών, εμπορικά συνέδρια λ.χ. Συνέδριο Διεθνούς Οργανισμού Εκδοτών, οικογενειακά συνέδρια λ.χ. Διεθνές Συνέδριο Εβραίων Γυναικών. Προτιμώνται συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία, πανεπιστήμια.

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

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

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

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

Ολομέλεια/ Plenary session: συνεδρίαση κατά την οποία συμμετέχουν όλα τα μέλη ή έχουν το δικαίωμα να συμμετέχουν ή ακόμα, μερικές φορές, έχουν την υποχρέωση να συμμετέχουν.

Ομάδα εμπειρογνομόνων/ Group of experts: ομάδα ειδικών σε ένα συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο.

Ομάδα εργασίας/ WORKING GROUP OR PARTY: ομάδα η οποία συνεδριάζει με σκοπό την μελέτη και ανάλυση, από κάθε δυνατή πλευρά, ενός θέματος ή την επίλυση ενός προβλήματος. Συνήθως, έχει την υποχρέωση να καταλήξει σ' ένα συμπέρασμα το οποίο θα πρέπει να παρουσιάσει σ' ένα ευρύτερο κοινό ή ένα ή ανώτερο όργανο.

Συζήτηση πάνελ ή με συντονιστή/Panel discussion-panel meeting: συζήτηση με συντονιστή μεταξύ, δύο ή περισσότερων, ομιλητών και του ακροατηρίου.

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

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

Πλωτός συνεδριακός τουρισμός: διοργάνωση συνεδρίων που πραγματοποιούνται σε κρουαζιερόπλοια.

Λοιποί Όροι:

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

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

Διοικητική Επιτροπή/ Οργανωτική Επιτροπή/ Executive Committee/ Local Host: η Διοικητική Επιτροπή αποτελείται από τα άτομα (μέλη) που αποφασίζουν τη στρατηγική και καθορίζουν την πολιτική που θα ακολουθήσει η οργάνωση της εκδήλωσης. Η Οργανωτική Επιτροπή εφαρμόζει την στρατηγική και την πολιτική που έχει αποφασιστεί. Έμπειροι διοργανωτές ενημερώνουν ότι για την επιτυχία μιας εκδήλωσης είναι απαραίτητο να υπάρχει ισορροπία μεταξύ των απαιτήσεων των μελών και των διοργανωτών.

Προμηθευτής Εκθεσιακών Υπηρεσιών/Exposition Service Contractor: εταιρία που συνεργάζεται με εκθεσιακό κέντρο ή ξενοδοχείο, είτε σε αποκλειστική βάση, είτε κατ' αποκοπή και παρέχει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες για το στήσιμο και τη λειτουργία μιας έκθεσης. Οι εργασίες περιλαμβάνουν εγκατάσταση δομής, επιγραφές, ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, ενοικίαση επίπλων, μακέτες, εργάτες κ. α. Κατά τη συνεργασία με μια τέτοια εταιρία, οι παροχές, όπως και οι τιμές, είναι διαπραγματεύσιμες. Είναι δε λογικό να ζητηθούν προσφορές από αρκετές εταιρίες

προτού ληφθεί η απόφαση. Όλα αυτά ισχύουν, βέβαια, εφόσον το κέντρο ή το ξενοδοχείο που έχει επιλεγεί δεν έχει αποκλειστική συνεργασία με Προμηθευτή Εκθεσιακών Υπηρεσιών.

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



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα «Βιώσιμη Ανάπτυξη»

Κατεύθυνση : Τοπική Ανάπτυξη

Διευθυντής : Καθηγητής Κωνσταντίνος Δ. Αποστολόπουλος

Ελ. Βενιζέλου 70, 176 71 Καλλιθέα

τηλ : 2109549204 fax: 2109577050.

Έρευνα : «Συνεδριακός Τουρισμός – Η Περίπτωση των Δελφών».

Ερευνήτρια : Τουρή Μαρία

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος μεταπτυχιακής έρευνας και απευθύνεται σε περιοίκους της υπό μελέτη περιοχής των Δελφών, οι οποίοι μπορούν να έχουν άποψη για το συνεδριακό τουρισμό στην περιοχή τους.

Παρακαλούμε να διαβάσετε προσεκτικά τις ακόλουθες ερωτήσεις. Η συνεργασία σας είναι εξαιρετικής σημασίας. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν εμπιστευτικά και μόνο για την επεξεργασία του ερωτηματολογίου.

1. Ωφελείστε προσωπικά ή τουλάχιστον ένα μέλος της οικογένειάς σας από το συνεδριακό τουρισμό ;

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		0

2. Γνωρίζετε ότι διεξάγονται διεθνή συνέδρια στην περιοχή των Δελφών ;

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		0

3. Συμφωνείτε ότι η ιστορική φήμη των Δελφών καθιέρωσε την περιοχή ως δημοφιλή προορισμό για τα συνέδρια ;

ΚΑΘΟΛΟΥ	
ΛΙΓΟ	
ΜΕΤΡΙΑ	
ΠΟΛΥ	
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

4. Συμφωνείτε ότι οι Δελφοί είναι ασφαλής προορισμός για τη διεξαγωγή συνεδρίων ;

ΚΑΘΟΛΟΥ	
ΛΙΓΟ	
ΜΕΤΡΙΑ	
ΠΟΛΥ	
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

5. Συμφωνείτε ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντική δύναμη ανάπτυξης για τον τουρισμό στην περιοχή των Δελφών ;

ΚΑΘΟΛΟΥ	
ΛΙΓΟ	
ΜΕΤΡΙΑ	
ΠΟΛΥ	
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

6. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής των Δελφών ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Προσέλκυση επενδύσεων					
Αύξηση θέσεων εργασίας					
Αύξηση κρατικών χρηματοδοτήσεων					
Ενίσχυση προσωπικού ή οικογενειακού εισοδήματος					

7. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε κοινωνικά θέματα της περιοχής των Δελφών ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή					
Προσέλκυση νέων κατοίκων					
Αύξηση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων					

8. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε περιβαλλοντικά θέματα της περιοχής των Δελφών ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
--	---------	------	--------	------	-----------

Προστασία φυσικού περιβάλλοντος					
Προγράμματα καθαριότητας δρόμων					
Προγράμματα πυρασφάλειας					
Υποστήριξη ήπιων τουριστικών προγραμμάτων (π.χ. πεζοπορίες)					

9. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στη βελτίωση των υποδομών της περιοχής των Δελφών ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αναβάθμιση της ποιότητας των δημόσιων υπηρεσιών					
Βελτίωση οδικού δικτύου					
Τουριστικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου					

10. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός σε πολιτισμικά θέματα της περιοχής των Δελφών ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αναπαλαίωση και συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων					
Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς φήμης					
Προστασία αρχαιολογικού χώρου					

11. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στα παρακάτω θέματα ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Οι Δελφοί αξιοποιήθηκαν περισσότερο τουριστικά					
Αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού					

Η περιοχή των Δελφών έγινε ακόμα πιο γνωστή λόγω των διεθνών συνεδρίων					
Αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες μορφές τουρισμού.(π.χ. πολιτιστικός)					

12. Πώς ενδιαφέρεται για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού η Τοπική Αυτοδιοίκηση ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Τουριστική διαφήμιση και προβολή της περιοχής					
Ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.χ. πολιτιστικός)					
Επαγγελματική επιμόρφωση των κατοίκων σχετικά με τουριστικά ζητήματα					
Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων					
Επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη					

13. Πώς έχει επιδράσει ο συνεδριακός τουρισμός στα παρακάτω προβλήματα ;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αύξηση τιμών αγαθών και υπηρεσιών					
Ρύπανση του περιβάλλοντος και ηχορύπανση					
Κυκλοφοριακό πρόβλημα					
Περιορισμένη αίσθηση ασφάλειας					
Πολυκοσμία σε ανοιχτούς χώρους					
Αλλοίωση του τοπικού στοιχείου					
Ανεπάρκεια χωρών στάθμευσης					

Προσωπικά Στοιχεία:

14. Φύλο ερωτώμενου

Άνδρας		1
Γυναίκα		2

15. Ποια είναι η ηλικία σας;

18-30		1
31-40		2
41-50		3
51-60		4
61-άνω		5

16. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Έγγαμος		1
Άγαμος		2
Διαζευγμένος		3
Χήρος /α		4

17. Πόσα παιδιά έχετε;

18. Τα παιδιά σας είναι κάτω των 18 ετών ;

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		0

19. Ο τόπος καταγωγής σας είναι οι Δελφοί;

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		0

20. Διαμένετε μόνιμα στους Δελφούς ;

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		0

21. Επίπεδο εκπαίδευσης (Σημειώστε ένα μόνο X)

Καθόλου σχολείο	
Δημοτικό	
Γυμνάσιο	
Τεχνικό Λύκειο/ Τεχνικές σχολές	
Λύκειο	
ΙΕΚ	
ΑΕΙ	

Μεταπτυχιακές Σπουδές	
Άλλο (Προσδιορίστε)	

22. Ποια είναι η απασχόληση σας ;

A. Άνεργος		1
B. Συνταξιούχος		2
Γ. Φοιτητής		3
Z. Ελεύθερος επαγγελματίας		4
H. Οικιακά		5
Θ. Ιδιωτικός υπάλληλος (π.χ. πωλητής, ασφαλιστής, κλπ)		6
I. Δημοτικός υπάλληλος		7
K. Δημόσιος υπάλληλος		8
Λ. Άλλο (Προσδιορίστε)		9

23. Πόσο είναι το μηνιαίο σας εισόδημα ;

Έως 1000€		1
1001-2000€		2
2001-3000€		3
3001-4000€		4
4001-5000€		5
Πάνω από 5000€		6

Σας ευχαριστώ για την πρόθυμη συνεργασία σας.

Τουρή Μαρία.