



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ

ΛΙΟΥΔΑΚΗ ΔΗΜΗΤΡΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2006

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι έννοιες των λέξεων «Συνέδριο» κα «Συνεδριακός Τουρισμός» είναι λίγο ως πολύ γνωστές στους περισσότερους σήμερα. Η αντίληψη που επικρατεί κυρίως είναι η συγκέντρωση σε μια αίθουσα ενός αριθμού ατόμων, με σκοπό την παρακολούθηση για 2-3 ημέρες τις εργασίες που παρουσιάζονται από κάποιους ομιλητές.

Η πραγματικότητα όμως είναι ότι ένα συνέδριο έχει και πολύ πιο σημαντικές παραμέτρους (αν και όχι τόσο εμφανείς) όπως η επικοινωνία. Κάποιες δεκάδες ή και εκατοντάδες άνθρωποι από διάφορα σημεία της χώρας ή ακόμα και της γης, συναντιούνται συστήνονται, συζητούν, ανταλλάζουν απόψεις, προβληματισμούς. Ένα συνέδριο έχει την ικανότητα να φέρνει κοντά ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα, που διαφορετικά δεν θα είχαν ίσως ποτέ την ευκαιρία να συναντηθούν. Το συνέδριο θα αποτελέσει την γέφυρα που θα τους φέρει κοντά στο να καταθέσουν νέες ιδέες, ανακαλύψεις, καθώς και τους τρόπους και τις πρακτικές που χρησιμοποιήθηκαν. Είναι η ευκαιρία που προσφέρεται στους ανθρώπους να γνωρίσουν την χώρα ή τον τόπο που τους φιλοξενεί.

Τα τελευταία χρόνια έχει καταστεί σαφές ότι η διεθνής άνοδος του επαγγελματικού τουρισμού και ιδιαίτερα του συνεδριακού τουρισμού, θα μπορούσε να αποτελέσει για την χώρα μας σημαντικό βοήθημα στην ανάπτυξη της τουριστικής της αγοράς. Για τον λόγο αυτό, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στον τομέα αυτό του τουρισμού, καθώς μπορεί να προβάλλει την χώρα μας στο εξωτερικό και μάλιστα μέσω ανθρώπων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ξεκινώντας θα πρέπει να σκεφτείτε τι σημαίνει Ελλάδα και σίγουρα το μυαλό σας θα «πάει» σε ήλιο, θάλασσα κοσμοπολίτικα νησιά και αρχαία μνημεία. Ωστόσο η πραγματικότητα της σημερινής Ελλάδας είναι διαφορετική. Τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα έχει «αγκαλιάσει» το συνεδριακό τουρισμό παρέχοντας υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Η χώρα δεν αποτελεί πλέον μόνο προορισμό αναψυχής και θερινών διακοπών, καθώς έχει υιοθετηθεί ένα νέο τουριστικό δόγμα που διαφοροποιεί – εμπλουτίζει το τουριστικό προϊόν και την οδηγεί σε ένα τουριστικό μοντέλο δωδεκάμηνης διάρκειας, υψηλής ποιότητας και πολλών θεματικών πεδίων με κυριότερο το συνεδριακό τουρισμό.

1.1 Η Ελλάδα και το συνεδριακό προϊόν

Σήμερα η Ελλάδα προσφέρει ένα «ολοκληρωμένο» συνεδριακό προϊόν ως αποτέλεσμα της αισθητής – σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν – βελτίωσης της επίγειας (συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία) και αεροπορικής υποδομής (η συμβολή των ιδιωτικών αεροπορικών εταιριών, π.χ. Aegean είναι καθοριστική)

Υπάρχουν πλέον μικρά, μεσαία και μεγάλα συνεδριακά κέντρα (αυτόνομα ή σε ξενοδοχεία) στις μεγαλύτερες πόλεις και στα δημοφιλέστερα νησιά (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα, Κρήτη, Ρόδος, Κως) και πολλά, μεγάλα, υψηλού επιπέδου ξενοδοχεία – που διοικούνται από διεθνείς και Ελληνικές αλυσίδες – και δεν υπολείπονται των μεγάλων ξενοδοχείων της Ευρώπης, τόσο από πλευράς υποδομής, όσο και επιπέδου παροχής υπηρεσιών. Υπάρχει επίσης η δυνατότητα σε αρκετές περιοχές της χώρας να εξασφαλιστεί μεγάλος αριθμός δωματίων τεσσάρων και πέντε αστέρων, σε πολύ μικρή ακτίνα από τα συνεδριακά κέντρα. Είναι αξιοσημείωτο ότι ένας μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων έχει εκ βάθρων ανακαινιστεί τα τελευταία χρόνια, έχουν κατασκευαστεί καινούρια ξενοδοχεία και επιπλέον, διεθνείς αλυσίδες, έχουν συμπεριλάβει στα πλάνα τους την παρουσία τους στην Ελλάδα, όπως η Intercontinental στην Θεσσαλονίκη, η Hilton στη Ρόδο, η Hyatt (με δύο ξενοδοχεία), η Accor και η Starwood (με τρία ξενοδοχεία) στην Αθήνα.

Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα που καθιστούν την Ελλάδα «ελκυστική» ως συνεδριακό προορισμό. Καταρχήν οι ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα. Η χώρα έχει ηλιοφάνεια περισσότερο από 300 ημέρες το χρόνο, οι χειμώνες είναι ήπιοι με αποτέλεσμα σε πολλές πόλεις και νησιά, όπως η Κρήτη και η Ρόδος, η θερμοκρασία για παράδειγμα το Νοέμβριο να είναι πάνω από 20 βαθμούς Κελσίου. Έτσι υπάρχει η δυνατότητα τόσο για τους συμμετέχοντες στα συνέδρια, όσο και για τα συνοδεύοντα πρόσωπα για συνδυασμό εργασίας και διακοπών.

1.2 Η Ελλάδα και οι συνεδριακές δραστηριότητες

Πραγματικά λοιπόν η Ελλάδα είναι ιδανική για «συνεδριακές» δραστηριότητες. Οι μικρές αποστάσεις μέσα στην χώρα, δίδουν την ευκαιρία σε συνέδρους και συνοδεύοντα πρόσωπα να απολαύσουν τις φυσικές ομορφιές και να θαυμάσουν τα μοναδικά αρχαία μνημεία και μουσεία, που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την επικράτεια, όπως η Ακρόπολη και το μουσείο της Βεργίνας. Εδώ, πραγματικά βρίσκεται το συγκριτικό πλεονέκτημα, και συνάμα η ειδοποιός διαφορά της Ελλάδας σε σχέση με άλλους συνεδριακούς προορισμούς και είναι η πολιτιστική της κληρονομιά. Ο πολιτισμός είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί τη χώρα και κατά συνέπεια το τουριστικό – συνεδριακό της προϊόν σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες, η σχέση του Ελληνικού πολιτισμού με τις τέχνες, τον αθλητισμό και τις επιστήμες, είναι διαχρονική και δεν πρέπει επίσης να λησμονούμε ότι η Ελλάδα είναι η γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων.

Άλλο ένα σημαντικό πλεονέκτημα της χώρας μας είναι ότι κατατάσσεται στις φθηνότερες χώρες της Ευρώπης, καθώς σύμφωνα με επίσημα στοιχεία η Αθήνα είναι πολύ φθηνότερη σε σχέση με άλλες συνεδριακές πόλεις όπως Λονδίνο, Παρίσι, Βιέννη, Μαδρίτη και Βαρκελώνη.

Άλλα αξιοσημείωτα πλεονεκτήματα της Ελλάδας είναι η γαστρονομική παράδοση, καθώς η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, συνδυάζει την απολαυστική γεύση και την Ελληνική διατροφή. Η παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία και η ασφάλεια που μπορεί να ζήσει και να απολαύσει ένας ξένος επισκέπτης, καθώς

και το επίπεδο εγκληματικότητας στη χώρα μας, είναι από τα χαμηλότερα στην Ευρώπη.

Επιπρόσθετα, υπάρχουν έμπειροι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων οι οποίοι έχουν οργανώσει με επιτυχία μεγάλο αριθμό διεθνών συνεδρίων και μπορούν να υλοποιήσουν κάθε είδους εκδήλωση, εξασφαλίζοντας την άψογη διεξαγωγή τους.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να προσφέρει ένα ολοκληρωμένο συνεδριακό προϊόν και να ικανοποιήσει τους πλέον απαιτητικούς πελάτες, διοργανώνοντας άρτια, παγκόσμια συνέδρια¹.

¹ Βλ: Σωτηρόπουλος Αλ. (2001), Περιοδικό «Συνέδριο» έκδοση Annual Magazine Guide, No 8, Αθήνα, σελ. 60.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

2. ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σήμερα μιλάμε για «συνεδριακό τουρισμό». Για να ερευνήσουμε όμως ποια είναι η σχέση των συνεδρίων με τον τουρισμό και των συνέδρων με τον τουρίστα, θα προσπαθήσουμε να κάνουμε μια σύγκριση των χαρακτηριστικών τους.

2.1 Τουρισμός – Συνέδρια

- Και τα δύο γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη με την βελτίωση των μέσων μεταφοράς. Ειδικότερα στην περίπτωση των συνεδρίων, η δημιουργία των πτήσεων charter, οδήγησε στη μαζικοποίηση του συνεδριακού τουρισμού.

- Και τα δύο επηρεάστηκαν θετικά από την «στρεσαρισμένη» εποχή μας, που δημιουργούσε την ανάγκη διεξόδου με την αλλαγή περιβάλλοντος και τα ταξίδια. Με συνέπεια μεγάλα ταξίδια, να οργανώνονται κάθε χρόνο σε διαφορετικό μέρος.

- Και ο τουρισμός και τα συνέδρια έχουν συναλλακτικό όφελος για την χώρα υποδοχής.

2.2 Τουρίστας – Σύεδρος

- Ο τουρίστας ταξιδεύει για λόγους αναψυχής, ξεκούρασης, αλλαγή περιβάλλοντος, αγορών, πολιτιστικών ενδιαφερόντων. Ο σύεδρος ταξιδεύει για λόγους επαγγελματικού ενδιαφέροντος, αλλά παράλληλα θέλει και προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τον ελεύθερο χρόνο του ικανοποιώντας και τις άλλες του ανάγκες.

- Και ο τουρίστας και ο σύεδρος, ταξιδεύουν έχοντας εξασφαλίσει κάποιο «πακέτο» υπηρεσιών, που περιλαμβάνει τουλάχιστον μεταφορά – διαμονή – διατροφή, το οποίο στην περίπτωση του συνέδρου προσφέρεται συνήθως σε ειδική τιμή προσφοράς ή και πολλές φορές δωρεάν.²

² Βλ. Κουμέλης Θεόδωρος (1989). Βιβλίο «Ο Τουρισμός προς το 2000» Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ. 143.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με τη διάρκεια, το μέγεθός τους, την διεθνή ή εθνική συμμετοχή των συνέδρων, τον τρόπο χρηματοδότησής τους και τέλος την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι σύνεδροι.

3.1 Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σύμφωνα με μια εκτεταμένη έρευνα που πραγματοποίησε το τμήμα συνεδρίων της Union des Associations International και παρουσιάστηκε από τον κ. Λούκο, διευθυντή ξενοδοχείων μια ειδικό εμπειρογνώμονα για τον συνεδριακό τουρισμό, η πλειονότητα των συνεδρίων έχει διάρκεια 4-5 ημέρες. Το 37.7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 ημέρες, ενώ το 19,8% 6-8 ημέρες.

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει την 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.

3.2 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

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

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

Η πλειονότητα των συνεδρίων, αφορά συνέδρια μικρού μεγέθους μέχρι και 100 άτομα.

Πιο αναλυτικά:

Το 35,9% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	100	άτομα
Το 29,1% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	101-250	άτομα
Το 16,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	251-500	άτομα
Το 9,6% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	500-1000	άτομα
Το 5,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	1001- 2500	άτομα
Το 2,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως	Πάνω από 2500	άτομα

3.2.1 Ο ΣΥΝΕΔΡΟΙ ΣΥΧΝΑ ΣΥΝΟΔΕΥΟΝΤΑΙ

Τα συνέδρια αποτελούν καταπληκτικές ευκαιρίες για διακοπές για τους σύνεδρους ή για τους συζύγους των συνέδρων. Πολλές φορές μάλιστα, εκεί που η συμμετοχή ή όχι στο συγκεκριμένο συνέδριο βρίσκεται σε οριακά επίπεδα, το άτομο που θα συνοδεύσει είναι αυτό που θα παίξει τον αποφασιστικό ρόλο στην τελική επιλογή. Για το λόγο αυτό, τόσο ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο, όσο και ο τόπος που θα διεξαχθεί έχουν, με διαφορετικά φυσικά σκεπτικό, κοινό στόχο την προσέλκυση των συνέδρων. Οι συνοδοί των συνέδρων, έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεσή τους πραγματοποιούν υψηλή τουριστική δαπάνη, που αφορά κυρίως οργανωμένες εκδρομές, αγορές, επισκέψεις, εκθέσεις ή μουσεία και γενικότερα κάνοντας χρήση περισσότερων υπηρεσιών από αυτές που περεχούν τα ξενοδοχεία.

Από την μέχρι τώρα διεθνή εμπειρία που αφορά συνέδρια μη υποχρεωτικής συμμετοχής, διαπιστώνεται ότι 3 στους 10 σύνεδρους συνοδεύονται.³

³ Βλ. Κραβαρίτης Κώστας (1992), βιβλίο «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα σελ. 38,39.

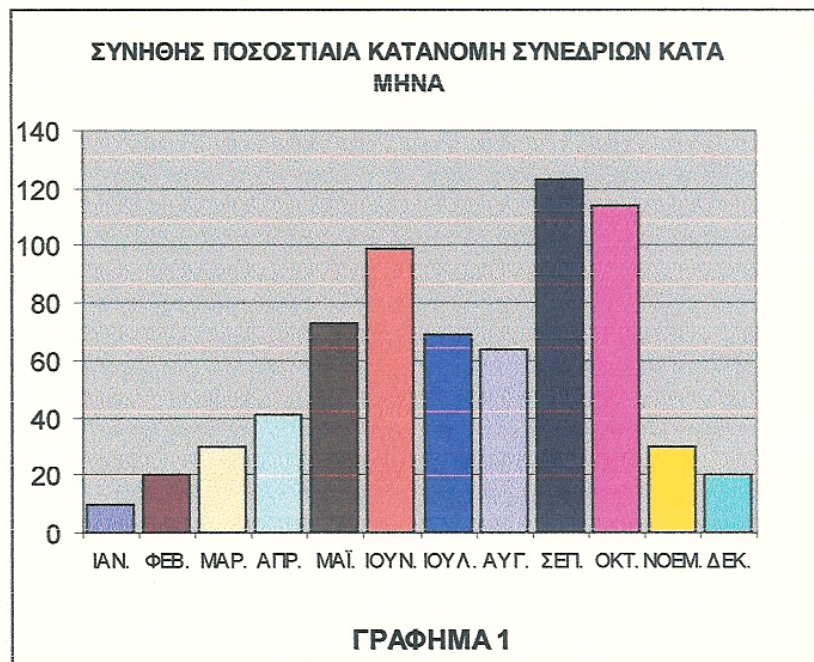
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

4. Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

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

Οι μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια είναι ο Σεπτέμβριος και ο Οκτώβρης, ενώ αντίθετα ο Ιανουάριος εμφανίζει το μικρότερο αριθμό συνεδρίων, εξαιτίας πιθανόν της εορταστικής ατμόσφαιρας των ημερών και των διακοπών που τις συνοδεύουν και οι οποίες έχουν ήδη απομακρύνει πολλούς από τις εργασίες τους (ΓΡΑΦΗΜΑ 1).



**ΠΗΓΗ: «ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ», (1992), Σελ. 40**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥΣ

5. Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥΣ

Τα κριτήρια που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων είναι:

I) Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής, η οποία είναι το σημαντικότερο κριτήριο.

II) Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προορισμού και προέλευσης των συνέδρων.

III) Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης, που σχετίζεται με το συγκεκριμένο τουριστικό «πακέτο» του συνεδρίου. Πρόσθετες ψυχαγωγικές εκδηλώσεις.

IV) Η γενικότερη εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλει ο συγκεκριμένος τόπος, σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων: πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα και με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες.

Και φυσικά οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

5.1 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εκτός από τα κριτήρια που χρειάζονται για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής του συνεδριακού τουρισμού, προκύπτουν τώρα και τα οφέλη που ο συνεδριακός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στον τόπο υποδοχής του. Αυτά αναλύονται συνοπτικά παρακάτω.

I) Συμβάλλει στην προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου, σε ανάλογο με αυτό επίπεδο (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, διεθνές, παγκόσμιο).

II) Επιτρέπει ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνέδρων, που λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης αποτελούν σημαντικό διαφημιστικό «μοχλό».

III) Δημιουργεί προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, αλλά και για νέες επισκέψεις των συνέδρων στον τόπο με άλλη σύνθεση και ιδιότητα.

IV) Επιτρέπει τη διασπορά της τουριστικής κίνησης σε ευρύτερα χρονικά και γεωγραφικά πλαίσια:

1. Μπορεί να κατευθυνθεί σε μη κατ' ανάγκη παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς.

2. Μπορεί να λειτουργήσει και εκτός τουριστικής αιχμής, με όλα τα ευεργετικά επακόλουθα για τον τόπο και για τις εμπλεκόμενες με προσφορά σχετικών υπηρεσιών, επιχειρήσεις.

V) Συνεπάγεται υψηλή τουριστική δαπάνη και από την άποψη αυτή αποτελεί τουρισμό επιλεκτικό ή υψηλής εισοδηματικής στάθμης.⁴

5.2 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΕΤΑΙΡΙΚΑ MEETINGS ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Εκμεταλλεούμενες το σχετικό αναπτυξιακό νόμο, οι τουριστικές – ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, επενδύουν την τελευταία δεκαετία σε συνεδριακά κέντρα. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού με δυνατότητα σημαντικής ενίσχυσης των εσόδων μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Σε σύντομο χρονικό διάστημα τα έσοδα που προκύπτουν από το συνεδριακό κέντρο ενός ξενοδοχείου μπορεί να αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό ποσοστό του συνολικού ετήσιου τζίρου του. Παράγοντες, όπως η τοποθεσία του ξενοδοχείου, η εποχικότητα, ο μέσος όρος πληρότητας από τα συμβόλαια των TOUR OPERATORS και οι τιμές που εξασφαλίζονται από αυτούς, καθώς και ο αριθμός δωματίων που μπορεί να διατεθεί για τα συνέδρια κάθε φορά, επηρεάζουν σημαντικά την περίοδο απόσβεσης της επένδυσης.

Η χώρα μας, παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες κερδοφόρας πορείας για τους ενδιαφερόμενους, όντας ουσιαστικά στην παρθένα αγορά, για την οργάνωση Ευρωπαϊκών και παγκοσμίων συνεδρίων, αφού κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην ανάθεση διεξαγωγής, διεθνών γεγονότων κυρίων, λόγω έλλειψης συνεδριακών κέντρων. Οι επιχειρηματίες του χώρου, μπαίνουν δυναμικά σε αυτόν τον τομέα, δίνοντας την προοπτική στη χώρα μας, να κερδίσει σύντομα ένα σημαντικό μερίδιο της συγκεκριμένης αγοράς.

⁴ Βλ. Κραβαρίτης Κώστας (1992), βιβλίο «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα σελ. 38,54.

Τα οφέλη των συνεδρίων και εταιρικών meetings για τις επιχειρήσεις είναι συνοπτικά τα ακόλουθα.

- Βελτιώνει τον μέσο όρο διανυκτερεύσεων στις χαμηλές περιόδους.
- Χρησιμοποιούνται περισσότερα τμήματα των ξενοδοχείων για ειδικές εκδηλώσεις, αποφέροντας έσοδα (εστιατόρια, bars, αθλητικές εγκαταστάσεις).
- Στη διάρκεια ενός συνεδρίου οι εισπράξεις των διαφόρων «τμημάτων» αυξάνονται έως και 40%.
- Προάγει τοπικά το κοινωνικό πρόσωπο της επιχείρησης.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τις προσφερόμενες τιμές δωματίων σε συνέδρια είναι κυρίως οι ακόλουθοι:

- Περίοδος χρόνου
- Μέγεθος group
- Αριθμός διανυκτερεύσεων
- Τύπος δωματίων (standard, executive)
- Σχέση μονόκλινων / δίκλινων
- Υπηρεσίες (αν είναι μόνο με πρωινό ή με ημιδιατροφή, αν υπάρχουν εκδηλώσεις, ενοικίαση αιθουσών).⁵

⁵ Βλ: Γκίκα Ματίνα (2001), «www.synedrio.gr»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ

6. ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ

Πριν ασχοληθούμε με τους φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων, κρίνουμε σκόπιμο να αναφερθούμε στις εκδηλώσεις του συνεδριακού χαρακτήρα τις οποίες θα περιγράψουμε παρακάτω.

6.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Είναι η συνάντηση ατόμων, που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους, τα οποία συναντιούνται, συνεδριάζουν, συσκέπτονται και συναποφασίζουν.

Το θέμα του συνεδρίου καθορίζεται σε γενικές γραμμές από την κοινή ιδιότητα, κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο.

Στη φάση της διεξαγωγής του κυρίως συνεδρίου, απαιτείται μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο μεγέθους ανάλογα με τον αριθμό των συνέδρων.

ΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ – ΣΥΝΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ

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

ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ

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

ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΙΣ

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

ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ – ΟΜΙΛΙΕΣ

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

Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη.

ΗΜΕΡΙΔΕΣ

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

ΦΟΡΟΥΜ

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

ΣΥΜΠΟΣΙΑ

Αφορά «πνευματική τροφή» που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο

ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

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

WORKSHOPS

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

MEETINGS

Αφορά τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις.

6.2 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα, ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Οι φορείς διακρίνονται ανάλογα με:

- Την υπόσταση τους
- Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους
- Τους στόχους τους
- Τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας του

6.2.1 ΦΟΡΕΙΣ ΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

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

6.2.2 ΦΟΡΕΙΣ ΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδος νομικής υπόστασης με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα. Είναι επίσης και οι συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί.

6.3 ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Μετά την περιγραφή των συνεδριακών εκδηλώσεων και των φορέων του, κρίνω σκόπιμο να παρουσιάσω πιο κάτω, τα βασικότερα είδη συνεδρίων.

6.3.1 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Τα επιστημονικά συνέδρια είναι κυρίως τα ιατρικά συνέδρια. Πολλοί γιατροί και άλλοι επιστήμονες, προσπαθούν να συνδυάζουν κατά κάποιο τρόπο διακοπές και συνεχή εκπαίδευση.

Στη χώρα μας τα συνέδρια επιστημονικών φορέων επιχορηγούνται από το Υπουργείο Πολιτισμού.

Με βάση τα συνέδρια που χρηματοδοτήθηκαν τα τελευταία χρόνια, προκύπτει ότι τα ιατρικά συνέδρια είναι τα μεγαλύτερα από άποψη όγκου συμμετοχής, έχουν τον υψηλότερο βαθμό συμμετοχής ξένων συνέδρων και είναι αυτά που διεξάγονται με μεγαλύτερη συχνότητα.

Ακολουθούν αυτά των ανθρωπιστικών, κοινωνικοπολιτικών και θετικών επιστημών, στη συνέχεια εμφανίζονται τα τεχνολογικά και τέλος αυτά της νομικής επιστήμης.

6.3.2 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Τα συνέδρια αυτά αποτελούν οικονομικά συμφέροντα για τον ξενοδόχο. Πολύ συχνά, μεγάλες που εθνικές εταιρίες, ενώσεις παραγωγών, συνεταιρισμοί ακόμη και μεμονωμένοι κατασκευαστές, επωφελούνται από αυτές τις συγκεντρώσεις, για να προωθήσουν τις δημόσιες σχέσεις τους και μέσω αυτών τις πωλήσεις τους.

Συνήθως παραλλαγή εμπορικών συνεδρίων είναι ο συνδυασμός Συμποσίου και Έκθεσης. Η μορφή αυτή επαγγελματικής συγκέντρωσης, έχει το πλεονέκτημα, ότι μπορεί να οργανώνεται κάθε έτος.

Επίσης, υπάρχει η τάση να ονομάζονται εμπορικά συνέδρια και αυτά που οργανώνονται από αυτόνομες επιχειρήσεις, μέσα στα πλαίσια των προσπαθειών τους, που αφορούν την ίδια την επιχείρηση και όχι τον κλάδο γενικότερα.

6.3.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΟΜΜΑΤΙΚΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ, ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Τα συνέδρια διοργανώνονται ακόμη, από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί, μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς.

Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι η χάραξη στρατηγικής τους, ή η ιδεολογική τοποθέτησή τους ή η λειτουργία και ανάπτυξή τους.

6.3.4 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Η συμμετοχή κάποιου κράτους ως μέλους ενός διεθνούς οργανισμού, του δίνει το δικαίωμα να συμμετέχει σε συνέδρια που οργανώνει ο οργανισμός αυτός. Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι, ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους – μέλους του οργανισμού.

Συνήθως τα συνέδρια αυτά είναι σε ετήσια βάση. Οι διεθνείς οργανισμοί οργανώνουν τακτικές ή έκτακτες συναντήσεις των εκπροσώπων των κρατών – μελών τους, κατά τις οποίες αξιολογούν την πορεία τους, χαράζουν πολιτική ανάλογα με τις διεθνείς συγκυρίες και εξελίξεις.

6.3.5 ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ

Οι συσκέψεις χαρακτηρίζονται από το μικρό αριθμό συμμετεχόντων, καθώς επίσης και από τη μικρή τους διάρκεια (λίγες ώρες έως δύο ημέρες). Ακόμη, άλλο ένα χαρακτηριστικό τους είναι το υψηλό επίπεδο θέσης των συμμετεχόντων μέσα στην εταιρεία ή οργάνωση ή γενικά ο φορέας που πραγματοποιεί τη σύσκεψη.

Οι συσκέψεις πραγματοποιούνται από φορείς τόσο επιχειρησιακού, όσο και από μη επιχειρησιακού χαρακτήρα. Οι συσκέψεις μπορεί να καταλήγουν ή να συνδυάζονται με γεύματα εργασίας.

6.3.6 ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

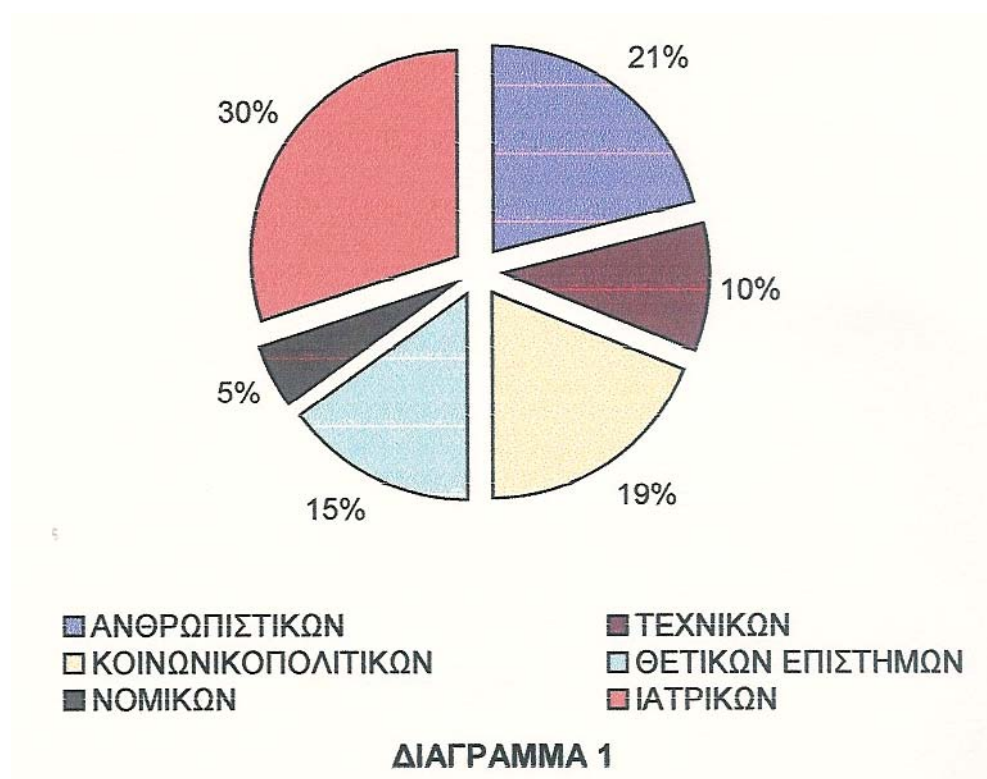
Στις περιπτώσεις των σεμιναρίων επιζητείται η δημιουργία μιας συγκεκριμένης «οικογενειακής» ατμόσφαιρας, που θα διευκολύνει τη δημιουργία

ενός επαγγελματικού πνεύματος και τη βελτίωση και ανάπτυξη των σχέσεων των συμμετεχόντων.

Επίσης, θα βοηθήσει τα διευθυντικά στελέχη, που διδάσκουν ή παρειαυρίσκονται, να γνωρίσουν καλύτερα τα νέα στελέχη τους, που εκπαιδεύονται.⁶

⁶ Βλ. Κραβαρίτης Κώστας (1992), βιβλίο «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα σελ. 59, 70, 42.

Ο ΚΥΚΛΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2001-2003 ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΠΗΓΗ: WWW.SYNEDRIA.GR

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

**ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ, ΟΙ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ
Ο ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

7. ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ, ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ Ο ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

7.1 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Τα συνέδρια είναι εξαιρετικά σύνθετες και πολυεπίπεδες εκδηλώσεις. Η οργάνωση τους δεν μπορεί να είναι τυχαία, αλλά πρέπει να λαμβάνεται από ξενοδοχεία, που διαθέτουν άρτια εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο προσωπικό, όπως και κατάλληλους χώρους και εγκαταστάσεις.

Το προσωπικό του συνεδρίου, αποτελεί το έμπυχο μέρος του εξοπλισμού του συνεδρίου. Θα πρέπει να είναι εξειδικευμένο, όμως υπάρχουν περιπτώσεις, όπου ειδικεύεται από τους φορείς, ή τα τμήματα εκπαίδευσης του ίδιου του ξενοδοχείου. Κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης διενεργούνται ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης για το προσωπικό, ώστε να ενημερωθεί πλήρως για τη στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθήσει.

Η σωστή οργάνωση και συνεργασία μεταξύ του Διευθυντή και της ομάδας του, συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην καλή διεξαγωγή και επιτυχία του συνεδρίου. Μεγάλη σημασία, έχει και η ικανότητα του Διευθυντή να δίνει σύντομες και ακριβείς εντολές, οι οποίες γίνονται αμέσως κατανοητές, χωρίς παραπέρα εξηγήσεις. Η επικοινωνία αυτή είναι απαραίτητη για να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος.

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι και οι τεχνικοί, που χειρίζονται το συνεδριακό οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Οι τεχνικοί πρέπει να επιλέγονται με προσοχή, και να έχουν άρτια τεχνική εκπαίδευση, αλλά και εξοικείωση, με το συγκεκριμένο τύπο του εξοπλισμού που διαθέτει η μονάδα.

Επίσης, οι συνοδοί που καθοδηγούν και συνοδεύουν τους συνέδρους, σύμφωνα με το πρόγραμμά τους, θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την περιοχή, και να είναι σε θέση να τους ενημερώνουν και να τους πληροφορούν καλά. Η καλή εμφάνισή τους, καθώς και η άριστη συμπεριφορά τους θεωρούνται απαραίτητα.

7.1.2 ΟΙ ΙΘΥΝΟΝΤΕΣ (ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΙ)

Οι ιθύνοντες είναι πρόσωπα με υψηλή ιεραρχική θέση και έχουν τη δυνατότητα να συναποφασίσουν για τη διεξαγωγή, τον τόπο και το χρόνο του συνεδρίου.

Ο κάθε ιθύνων έχει μια προσωπική και συγκεκριμένη άποψη για το σκοπό των συγκεντρώσεων και τον τρόπο διεξαγωγής.

Οι ιθύνοντες επιθυμούν να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό, πράγμα που συνεπάγεται την αναζήτηση και την επαφή, με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Επίσης, δίνουν έμφαση στο να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και εορταστικά γεύματα. Και ακόμη, επιδιώκουν μια οικογενειακή ατμόσφαιρα, για να προωθηθούν οι επαφές μεταξύ των συμμετεχόντων και για να αυξήσουν τη συνοχή τους.

Γενικά, μπορούμε να πούμε, πως οι ιθύνοντες επιδιώκουν υπέρμετρα την προβολή, τόσο του φορέα που εκπροσωπούν, όσο και τη δική τους, μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου.⁷

Επιπλέον όταν ξεκινήσει το συνέδριο, είναι υποχρεωμένη να δώσει τα press kits, (δημοσιογραφικοί φάκελοι, που περιέχουν το πρόγραμμα του συνεδρίου) με κάποιο αναμνηστικό δώρο (π.χ. στυλό). Πάντα πρέπει να έχει στη διάθεσή της κασέτες, σημειωματάρια. Τέλος, εκτός από το check in των πελατών, κάνει και το check out των πελατών.

7.1.3 ΤΑ ΕΦΟΔΙΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ Ο ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Για να θεωρηθεί κάποιος οργανωτής συνεδρίου, χρειάζεται να έχει την απαιτούμενη επαγγελματική κατάρτιση, ώστε να εξασφαλίζεται η επιτυχία του συνεδρίου.

Ένας οργανωτής θα πρέπει να είναι ιδιοκτήτης επιχείρησης που να ασχολείται με την οργάνωση συνεδρίων, και η οποία να στεγάζεται σε γραφεία, με επιφάνεια 100 τ.μ. Απαιτείται να δραστηριοποιείται κυρίως στην οργάνωση

⁷ Βλ. Κραβαρίτης Κώστας (1992), βιβλίο «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα Σελ. 137, 52.

συνεδρίων και να διαθέτει συνεδριακό πρόγραμμα hardware με 25 τουλάχιστον θέσεις εργασίας.

Μια σωστή οργανωμένη εταιρεία, πρέπει να έχει στο εργασιακό προσωπικό, το λιγότερο πέντε καταρτισμένα άτομα, τα οποία να είναι εξειδικευμένα και να ασχολούνται αποκλειστικά με τη διοργάνωση συνεδρίων.

Τα άτομα αυτά θα πρέπει να γνωρίζουν τέλεια μια ξένη γλώσσα, αγγλικά, γερμανικά, γαλλικά, ιταλικά, ισπανικά, και ο ένας από αυτούς να είναι κάτοχος πτυχίου Α.Ε.Ι., Ελληνικής ή ξένης εκπαιδευτικής σχολής.

Το οργανωτικό συνεδριακό κέντρο, θα πρέπει να διαθέτει κατάλληλο μηχανολογικό εξοπλισμό και κυρίως επαγγελματικό φωτοτυπικό heavy duty προδιαγραφών η μηχανογραφική διαβίβαση φαξ, τηλεφωνικό κέντρο τουλάχιστον πέντε γραμμών και συνεδριακό software.

Η εταιρεία οφείλει να έχει κατατεθειμένο κεφάλαιο πάνω από 13 εκατομμύρια που θα της επιτρέψει να χρηματοδοτεί, χωρίς προβλήματα, συνεδριακές εκδηλώσεις.

Στην πράξη, όμως, για συνέδρια με εκατοντάδες συνέδρους που γίνονται σε πανάκριβα ξενοδοχεία, τα ίδια κεφάλαια θα πρέπει να ξεπερνούν τα 100 εκατ. δραχμές, εφόσον πραγματοποιούνται κάθε χρόνο μια σειρά από συνεδριακές εκδηλώσεις, με μεγάλο αριθμό συμμετοχών.

Αλλωστε, από την ανάληψη μιας συνεδριακής εκδήλωσης, μέχρι το κλείσιμό της μεσολαβεί χρονικό διάστημα, αρκετών μηνών, στη διάρκεια του οποίου η συνεδριακή εταιρεία, πρέπει να κινείται με προκαταβολές, που θα έχει λάβει από τους πελάτες.

Για να πάρει κάποιος άδεια λειτουργίας γραφείου συνεδριακού τουρισμού, χρειάζεται να απευθυνθεί στον Ε.Ο.Τ., ο οποίος χορηγεί την άδεια λειτουργίας σε όσους διαθέτουν, εκτός από τις παραπάνω προϋποθέσεις και τις προβλεπόμενες τυπικές προϋποθέσεις, σύμφωνα με τα μέτρα που ισχύουν σήμερα.

Επίσης, απαιτείται η κατάθεση εγγυητικής επιστολής στην τράπεζα ύψους 10 εκατομμυρίων δραχμών.

Εδώ αξίζει να επισημανθεί, ότι όσοι ασχολούνται με την οργάνωση συνεδρίων, χωρίς να έχουν τις προβλεπόμενες προϋποθέσεις διώκονται ποινικά, για αθέμιτο ανταγωνισμό και παράνομη άσκηση επαγγέλματος.⁸

7.2 ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Οι απαραίτητοι χώροι σε ένα ξενοδοχείο, που αφορούν τη συνεδριακή του πελατεία, οφείλουν να καλύπτουν τις συγκεκριμένες ανάγκες της, που συνδέονται με το συνέδριο αυτό καθ' αυτό. Είναι αυτοί που κυρίως πρέπει να απεικονίζονται στο διαφημιστικό έντυπο της μονάδας, για τη συνεδριακή της αγορά.

Οι χώροι αυτοί κατατάσσονται σε:

1. Χώρους συνεδριάσεων
2. Χώρους εκθέσεων
3. Χώρους συνεστιάσεων

Η διάθεση από το ξενοδοχείο των χωρών του για ένα συνέδριο, προϋποθέτει αρχικά την απόλυτη γνώση των χωρών του ξενοδοχείου με κάθε λεπτομέρεια. Οι διαστάσεις των χωρών, η χωρητικότητα τους σε άτομα, που φυσικά ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και χρήση του χώρου (οι σύνεδροι χρησιμοποιούν μόνο καθίσματα ή και έδρανα – τραπέζια, η συνεστίαση είναι σε στυλ μπουφέ ή απαιτεί πλήρες σερβίρισμα; Τι χωρητικότητα προσφέρει η χρήση τετράγωνων και τι των στρογγυλών τραπεζιών;) είναι σοβαρά στοιχεία, που σε συνδυασμό με το είδος, το μέγεθος και το πρόγραμμα του κάθε συνεδρίου, βοηθούν τη μονάδα να μεγιστοποιήσει το κέρδος της και να προσφέρει τις καταλληλότερες υπηρεσίες της.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να αποτελεί κατασκευή με σταθερή διάταξη καθισμάτων και μόνιμες ηχητικές και οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση). Σε μια τέτοια περίπτωση – που συνεπάγεται υψηλό κόστος επένδυσης – το ξενοδοχείο έχει δυνατότητα να δεχθεί διεθνή συνέδρια.

Ανεξάρτητα από το γεγονός του κόστους, που αφορά την κατασκευή και τον εξοπλισμό ενός τέτοιου χώρου λαμβάνεται πάντα υπόψη, ότι αυτός μπορεί ενδεχόμενα να αποστερήσει τη μονάδα από άλλα τμήματα εκμετάλλευσης.

⁸ Ειδικό αφιέρωμα (1997), «Εφημερίδα Ναυτεμπορική» Αθήνα, σελ. 16

Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία πόλης, η ένταξη των μόνιμων συνεδριακών αιθουσών, γίνεται συνήθως στους υπόγειους χώρους. Τούτο συμβαίνει, γιατί το κόστος της γηπεδικής έκτασης είναι μεγάλο και οι υψηλοί όροι δόμησης, που ισχύουν επιβάλλουν συγκεκριμένα κατασκευαστικά πρότυπα. Ένα από αυτά είναι η κατακόρυφη ανάπτυξη με πρόσθετη εκμετάλλευση των υπόγειων χώρων.

Η συνεδριακή αίθουσα, είτε αποτελεί μόνιμη εγκατάσταση με καθίσματα εντοιχισμένα (πακτωμένα) σε σταθερή διάταξη είτε όχι, θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές και συνίστανται σε:

1. Σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει:

- Το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι ξενοδοχείου και μη.

- Τη μη δημιουργία πρόσθετων εισόδων – εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από το δρόμο, είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (κήπο).

- Την απρόσκοπτη κυκλοφορία – μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα, και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.

2. Δημιουργία βεστιαρίων, τουαλετών και προθαλάμου (για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής των συνέδρων).

3. Δημιουργία χολ εισόδου, που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς, όπως:

- Χώρος συγκέντρωσης και αναμονής
- Χώρος σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών

4. Εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα, με τη δημιουργία των κατάλληλων εισόδων – εξόδων και διαδρόμων.

5. Πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού και ανανέωσης του αέρα του χώρου.

6. Πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών.

7. Κατάλληλη διακόσμηση.

8. Σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης.

9. Δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

7.2.1 ΕΝΑΛΛΑΓΗ ΧΡΗΣΕΩΝ

Συχνά δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στη συνέχεια κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μια ώρα αργότερα μπουφές. Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα, θα πρέπει να βρίσκονται σε χώρους – αποθήκες, κοντά στους συνεδριακούς χώρους.

Η αλλαγή της χρήσης, σχετίζεται πολλές φορές και με την αυξομείωση του αρχικού χώρου. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση των κινητών χωρισμάτων (τοίχων) που μεταφέρονται εύκολα και «κουμπώνουν» στο δάπεδο, μεταξύ τους και στην οροφή. Εφόσον η ποιότητά τους, είναι καλή, προσφέρουν ηχομόνωση σε ικανοποιητικό βαθμό.

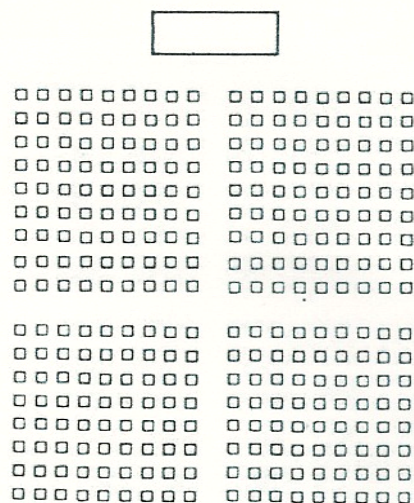
7.2.2 ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου με καθίσματα (καρέκλες, καρεκλοπολυθρόνες ή πολυθρόνες), έδρανα ή τραπέζια, εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου, σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατεθειμένης αίθουσας. Τα καθίσματα χρησιμοποιούνται, όταν οι σύνεδροι είναι πολλοί, γιατί εξοικονομούν χώρο, ή όταν ο χώρος είναι πολύ μικρός, γιατί δημιουργούν πιο οικεία και ζεστή ατμόσφαιρα.⁹

⁹ Κραβαρίτης Κώστας (1992), βιβλίο «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία» Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα σελ. 121, 123.

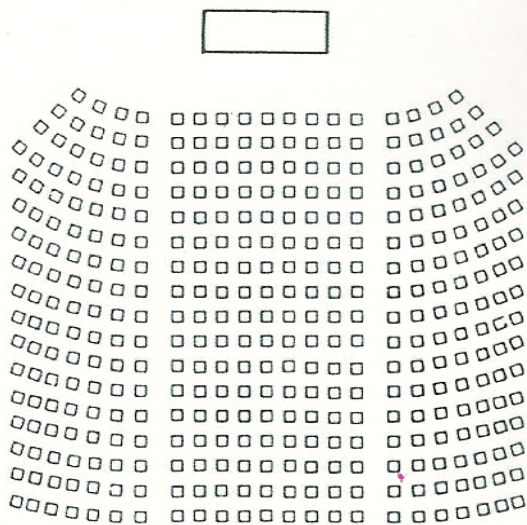
Κλασικός θεατρικός τύπος.

Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η πρώτη σειρά απέχει από την εξέδρα 1,80 m. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο. Υπενθυμίζεται ότι τα διαστήματα των καθισμάτων πρέπει να είναι 5 cm, η δε απόσταση 85 cm. Οι διάδρομοι προσπέλασης για περισσότερα από 400 άτομα απαιτούν πλάτος 1,80 - 2 m, ενώ για λιγότερα από 400 άτομα 1,20 1,60 m.



Ημικυκλικός θεατρικός τύπος.

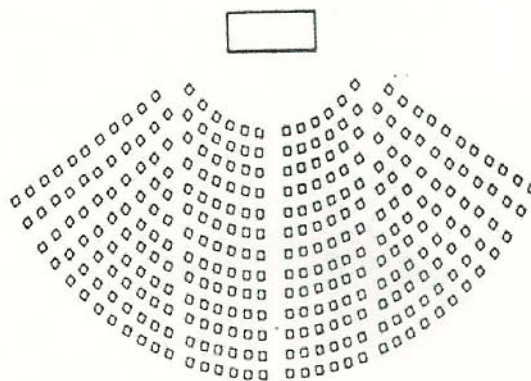
Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων (μεταξύ διαδρόμων προσπέλασης) είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά, της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική. Οι πρώτες σειρές καθισμάτων πρέπει να απέχουν 3,70 m. Τα διαστήματα και οι αποστάσεις είναι τα ίδια με τον κλασικό θεατρικό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



ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 125.

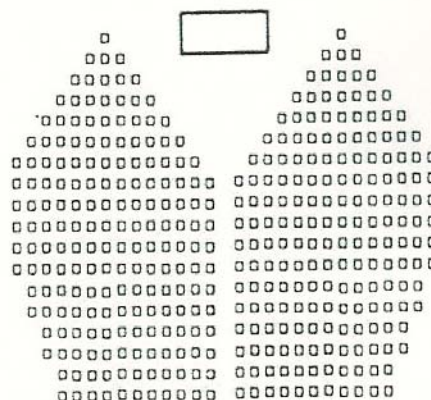
Κυκλικός θεατρικός τύπος.

Η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης κάθετους προς την εξέδρα, ενώ η αναγκαιότητα για οριζόντιους διαδρόμους αποκτά εκ των πραγμάτων δευτερεύουσα σημασία. Ισχύουν οι ίδιες αποστάσεις, διαστήματα και αριθμητικά δεδομένα, που ισχύουν και για ημικυκλικό τύπο.



Διάταξη σχήματος V

Όπως και οι προηγούμενοι δύο τύποι διατάξεων (ημικυκλικός και κυκλικός) δεν παρέχει δυνατότητα στο χώρο για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων. Κατά τα αλλά ισχύει, ότι και για τους δυο προηγούμενους τύπους.



ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 126.

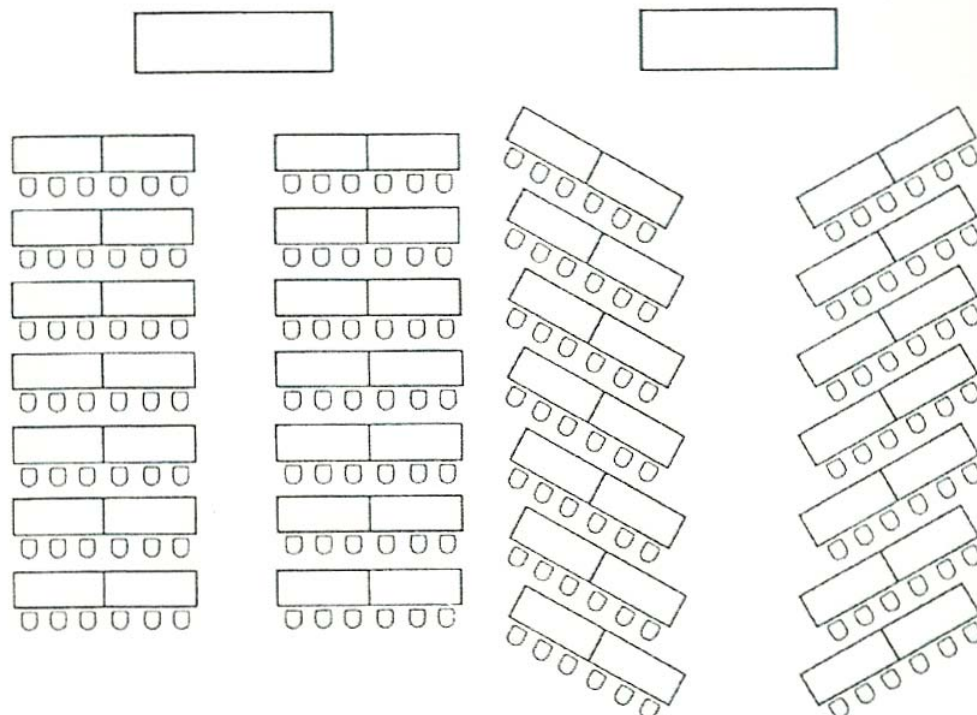
7.2.3. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ

Τα έδρανα έχουν πλάτος 45 - 46 cm. Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ότi τα καθίσματα. Θα πρέπει και εδώ, όπως και στη διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, με κάπως μεγαλύτερο πλάτος. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά πίσω), θα πρέπει να είναι 1 - 10 m, ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς των εδράνων από την εξέδρα, πρέπει να είναι 2,50 - 3,50 m. Η χρήση των τραπεζιών - εδράνων, παρέχει μικρή απόδοση του χώρου, γιατί χρησιμοποιούνται μόνον από τη μια πλευρά τους. Η διάταξη των εδράνων είναι γνωστή σαν «σχολικό στυλ».

Στα έδρανα τοποθετούνται καράφες νερού με ποτήρια και σταχτοδοχεία για κάθε 4 άτομα, καθώς και μολύβια και μπλοκ σημειώσεων για κάθε άτομο.

Κλασικού τύπου

Τύπου V



ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 127.

7.2.4. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ

Τα τραπέζια, όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων, εξοικονομούν χώρο, γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δύο πλευρές τους, σε αντίθεση με τα τραπέζια - έδρανα. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια, μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και οικειότητας.

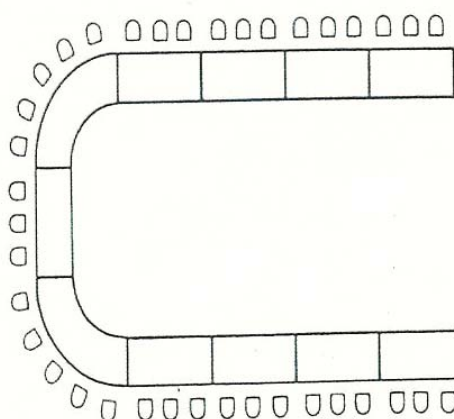
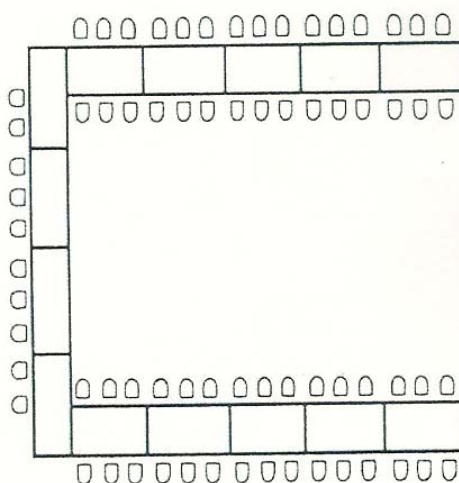
Οι πλάτες των καθισμάτων, πρέπει να απέχουν από τον τοίχο, ή από οποιαδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1 - 1,30 m, για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους συνέδρους και για τους τραπεζοκόμους.

Σχηματικός τύπος Π

Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60 - 70 ατόμων. Απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο θεωρείται αυτός των 60 cm. Στα τραπέζια της «κεφαλής», δεν τοποθετούνται από την εσωτερική πλευρά καθίσματα. Παραλλαγή τύπου Π θεωρείται ο τύπος

Πέταλο

Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».

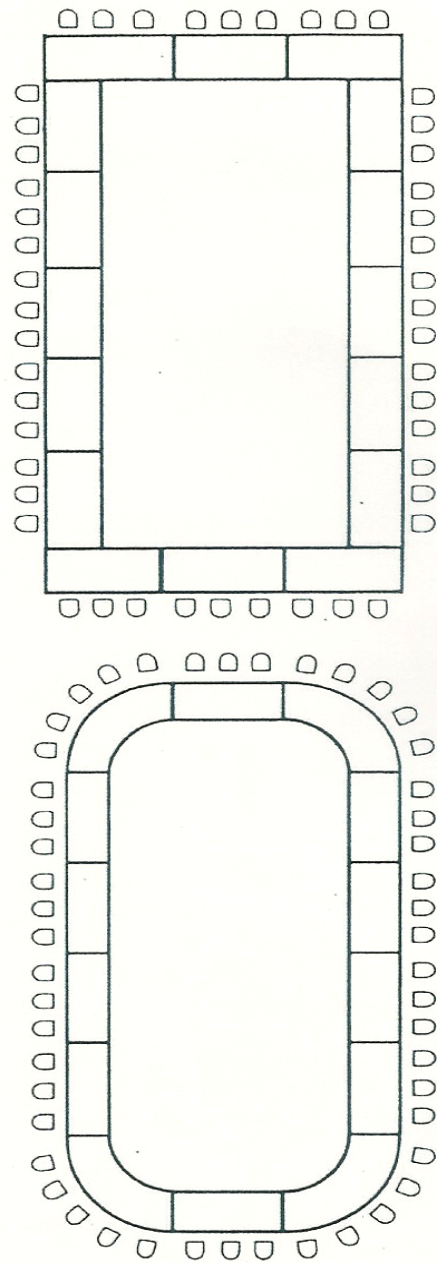


Ο τύπος του κλειστού Π

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

Ο τύπος του κλειστού πέταλου

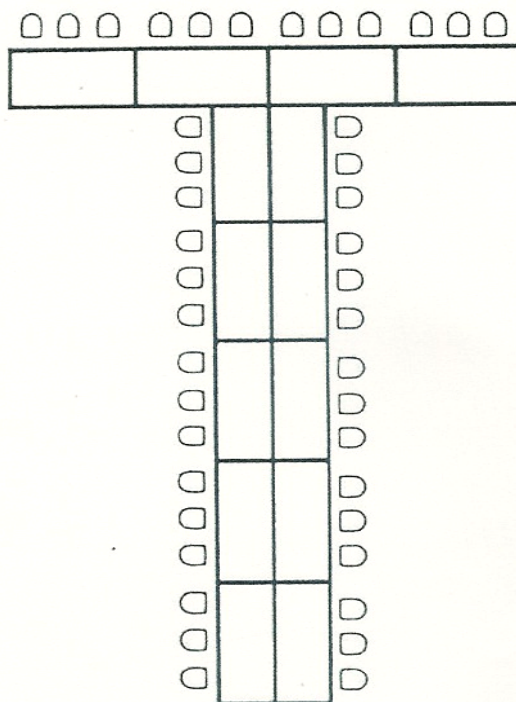
Είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού Π, που εξυπηρετεί και αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.



ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 129.

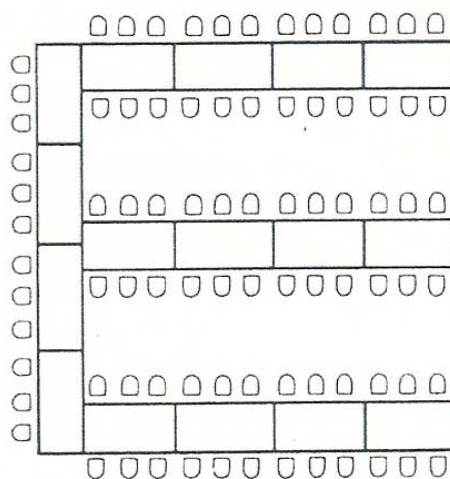
Ο τύπος T

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40 - 50 ατόμων.



Ο τύπος E

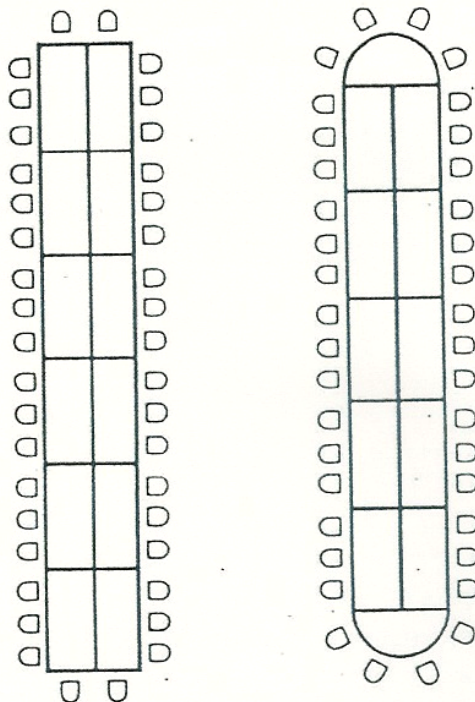
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου E αποτελεί ο τύπος «κτένα», όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπεζιών. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.



ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 130.

Ο τύπος Ι

Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.

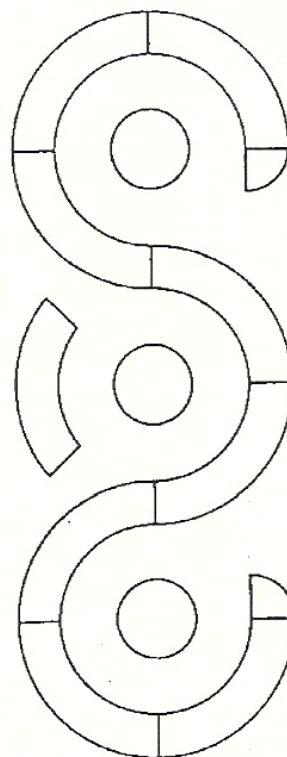
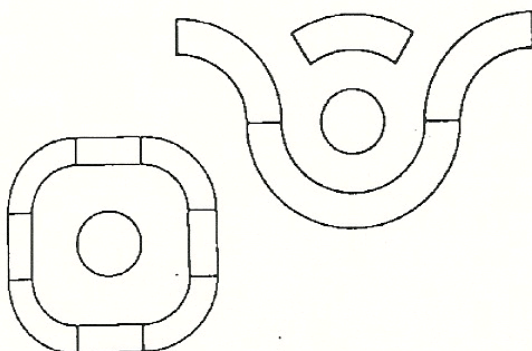


ΠΗΓΗ: Βλ: Κραβαρίτης Κώστας

Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία', Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ 131.

Διάταξης με χρήση τραπεζιών τύπου «σερπαντίνα»

Η χρησιμοποίηση τραπεζιών διάφορων τύπων μας δίνει την δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.



7.3. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Βασικό στοιχείο στη διεξαγωγή ενός συνεδρίου είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός. Υπάρχουν ξενοδοχεία) που χωρίς να διαθέτουν τέτοιο εξοπλισμό, συμμετέχουν στην αγορά συνεδρίων. Στην περίπτωση αυτή, έχουν τη δυνατότητα να υποδείχνουν στον οργανωτή ειδικές επιχειρήσεις - γραφεία, που νοικιάζουν τέτοιο εξοπλισμό, διαθέτοντας και το κατάλληλο προσωπικό. Διευθύνσεις τέτοιων γραφείων και πρόσφατες προσφορές τιμών τους. Θα πρέπει να παρέχονται από το ξενοδοχείο στον οργανωτή.

Οι κύριοι λόγοι που συνήθως ξενοδοχειακές μονάδες δε διαθέτουν το σύνολο ή τμήμα του αναγκαίου εξοπλισμού, είναι οι εξής:

- Υπάρχει ελάχιστη συνεδριακή πελατεία και η απόσβεση τέτοιας δαπάνης είναι αμφίβολη. Προμήθεια τέτοιου εξοπλισμού, που η τεχνολογική πρόοδος σε ελάχιστα χρόνια τον καθιστά ξεπερασμένο, κρίνεται οπωσδήποτε ασύμφορη.
- Δεν υπάρχει ο απαιτούμενος αποθηκευτικός χώρος.
- Υπάρχουν πολλές δυνατότητες ενοικίασης εξοπλισμού σε χαμηλές τιμές.

Πρέπει να τονιστεί όμως, πως η ύπαρξη οπτικοακουστικού εξοπλισμού στη μονάδα, εξασφαλίζει ευκολότερα συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων. Τα είδη του σχετικού εξοπλισμού, που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα παρουσιάζονται παρακάτω:

ΗΧΗΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Τα μικρόφωνα, οι βάσεις τους, οι ενισχυτές και τα ηχεία είναι τα πιο απαραίτητα. Η καλή απόδοσή τους και η σωστή διανομή του ήχου μέσα στο χώρο είναι βασική. Όταν δεν διαθέτουμε ασύρματα μικρόφωνα, απαιτούνται προεκτάσεις στις καλωδιώσεις, οι οποίες πρέπει να εφαρμόζονται στο δάπεδο με τη βοήθεια αυτοκόλλητων ταινιών. Ο έλεγχος των εγκαταστάσεων πριν από συνέδριο είναι απαραίτητος.

ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Εάν η εξέδρα βρίσκεται σε μόνιμη θέση είναι εύκολο να γίνει προμήθεια και τοποθέτηση με τη βοήθεια ειδικών, πρόσθετου φωτισμού σε σταθερά σημεία. Σε περιπτώσεις αλλαγών των θέσεων της εξέδρας χρησιμοποιούνται πρόσθετα κινητά στοιχεία φωτισμού. Γενικά, ο φωτισμός πρέπει να πλησιάζει το φυσικό φως της ημέρας και καθ' όλη τη διάρκεια του συνεδρίου να ελέγχεται από ειδικούς.

ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Προτιμούνται ή οι εντελώς λευκές ή αυτές με αργυρόχρωμη μεταλλική επιφάνεια, που τοποθετούνται στον τοίχο σε ειδικά άγκιστρα.

ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ SLIDES

Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου, διευκολύνει το χρήστη. Η σύνδεση του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση, κάνει πιο «ζωντανή» και αποτελεσματική τη χρήση του.

ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Η χρήση τους κατά τη διάρκεια των συνεδρίων έχει αρχίσει να μειώνεται. Οι ταινίες των 16 χιλ. κάνουν για οποιαδήποτε μηχανή προβολής.

ΕΠΙΔΙΑΣΚΟΠΙΟ

Είναι μηχανήμα/ που προβάλλει οτιδήποτε απαιτείται, αφού πρώτα τυπωθεί σε διαφάνεια. Ειδικοί τύποι «επιδιασκοπίων» μπορούν να συνδέονται με ηλεκτρονικό υπολογιστή, του οποίου η οθόνη να προβάλλεται μέσω του μηχανήματος αυτού στον τοίχο.

VIEW - GRAPH

Προβάλλει τις σημειώσεις του ομιλητή που γράφονται τη στιγμή της ομιλίας με ειδικό μολύβι πάνω στη γυάλινη οθόνη του μηχανήματος.

VIDEO - ΔΟΡΥΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Η χρήση του VIDEO έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό, γιατί αποτελεί την πιο εύχρηστη και ασφαλή μέθοδο προβολής. Χρησιμοποιείται συνήθως σε ολιγομελείς ομάδες και η προβολή γίνεται μέσω της οθόνης της τηλεόρασης.

Τελευταία, όμως με την τεχνολογική εξέλιξη κυκλοφορούνε στην αγορά τεράστιες οθόνες τηλεόρασης, που χρησιμοποιούνται και για μεγαλύτερες ομάδες ατόμων. Ακόμη, υπάρχει το σύστημα της βιντεοπροβολής, που επιτρέπει στον ομιλητή να προβάλλει την εικόνα του, στην οθόνη της τηλεόρασης, μέσω μιας κάμερας που τον κινηματογραφεί και μεταδίδει ταυτόχρονα.

Μέσω της δορυφορικής τηλεόρασης παρέχεται η δυνατότητα ταυτόχρονου διαλόγου και οπτικής επαφής ατόμων, που βρίσκονται σε άλλα σημεία της Γης. Καθιερώθηκε με τον όρο «Τηλεδιάσκεψη».

ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια.

Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:

- Μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνέδρου και σύστημα επιλογής του καναλιού (γλώσσας) επιθυμίας του, διακόπτη αυξομείωσης του ήχου.
- Ειδικές καμπίνες για τους μεταφραστές.
- Τεχνικό κέντρο με τα μηχανήματα συντονισμού

Ο αριθμός των γλωσσών που χρησιμοποιούνται σε μεγάλα διεθνή συνέδρια είναι 9-12.

ΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΑ, ΓΡΑΦΟΜΗΧΑΝΕΣ, ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΑ, ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ

Μέρος του κινητού εξοπλισμού, που χρησιμοποιείται για μαγνητοφωνήσεις

ομιλιών, δακτυλογράφηση κειμένων και αναπαραγωγή έντυπου υλικού.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕ ΑΣΥΡΜΑΤΗ Ή ΕΝΣΥΡΜΑΤΗ ΜΕΘΟΔΟ

Τα συστήματα επικοινωνίας και τηλεφώνου, γενικότερα, θεωρούνται σημαντικά σε μεγάλα και σύνθετα συνέδρια, ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα οι παρευρισκόμενοι (ομιλητές, σύνεδροι, προσωπικό). Οι ανοικτές γραμμές και οι συσκευές που κτυπούν σε άλλο χώρο, μόλις σηκώσει ο ομιλητής το ακουστικό και χωρίς να επιλέξει νούμερο, όπως και τα ασύρματα τηλέφωνα, έχουν μεγάλη χρήση και χρησιμότητα.

Στο σημείο αυτό αναφέρουμε την απαραίτητη ύπαρξη telex - telefax και μεγάλου αριθμού τηλεφωνικών εξωτερικών γραμμών. Η υποδομή αυτή διευκολύνει την επικοινωνία των συνέδρων και των εκπροσώπων του Τύπου, που πιθανόν να καλύπτουν το συνέδριο για λογαριασμό εφημερίδας ή περιοδικών¹⁰.

¹⁰ Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 133-136.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΜΕΓΑΛΕΣ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

8. ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Ο Συνεδριακός Τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς στη διεθνή αγορά και η Ελλάδα θα πρέπει να διεκδικήσει να έχει ένα σημαντικό μερίδιο σ' αυτή την ιδιαίτερα προσοδοφόρα αγορά.

Οι μεγάλες και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακές μονάδες έχουν κατανοήσει πλήρως τη σημασία που έχει ο συνεδριακός τουρισμός και έχουν προσαρμόσει ανάλογα τις μακροχρόνιες πολιτικές τους.

Σημαντικές επενδύσεις έχουν γίνει για την ανάπτυξη και προβολή του συνεδριακού τουρισμού από τους ιδιωτικούς φορείς για να προβάλουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν στον τομέα των συνεδρίων.

Όμως, ο διεθνής ανταγωνισμός εντείνεται και παρατηρείται το φαινόμενο της διεύρυνσης του μεριδίου των αναπτυσσομένων τουριστικών οικονομιών και στον τομέα του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού.

Το κόστος παροχής συνεδριακών υπηρεσιών είναι πολύ χαμηλότερο στις νέες τουριστικές αγορές, με αποτέλεσμα να προσελκύονται διεθνή συνέδρια, ολοένα και περισσότερο σε αναπτυσσόμενες χώρες που έχουν κάνει μεγάλες επενδύσεις σε σύγχρονες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες.

Για τους λόγους αυτούς οι Έλληνες ξενοδόχοι απαιτούν να υπάρξει μια συγκεκριμένη και εξειδικευμένη συνεδριακή τουριστική πολιτική που θα ενισχύσει τη διεθνή ανταγωνιστικότητα της χώρας μας.

Το ελληνικό κράτος καλείται να αναλάβει να ασκήσει μια πολυδιάστατη πολιτική στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και είναι αναγκαίο κάθε χρόνο να γίνεται μια μεγάλη διαφημιστική καμπάνια, που να προβάλλει την ελληνική Τουριστική Οικονομία, τις ομορφιές της χώρας και την υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακή οικονομία που διαθέτει αυτή. Στο πλαίσιο αυτής της καμπάνιας που θα πρέπει να γίνεται στις κυριότερες αγορές του εξωτερικού, θα ενταχθεί η συστηματική προβολή του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού.

8.1. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Το κόστος πραγματοποίησης ενός συνεδρίου «επιπέδου», επηρεάζεται άμεσα, τόσο από το κόστος των άμεσων επενδύσεων σε πάγια στοιχεία όσο, και από το κόστος του κυκλοφορούντος κεφαλαίου.

Οι χώροι διεξαγωγής συνεδρίων, στοιχίζουν πολύ σημαντικά ποσά, τα οποία θα πρέπει να αποσβένονται μακροχρόνια. χωρίς επιβάρυνση των συνολικών αποτελεσμάτων των συνεδρίων.

Το λειτουργικό κόστος είναι άμεση συνάρτηση του εργατικού κόστους και του κόστους χρηματοδότησης.

Το εργατικό κόστος εμφανίζει ανελαστικότητα, ενώ αυξάνει σημαντικά, εφόσον γίνονται σεμινάρια επανακατάρτισης.

Το δανειοδοτικό κόστος προϋποθέτει ένταση ενίσχυση του ανταγωνισμού μεταξύ των τραπεζών, ώστε να κατεβεί το λειτουργικό τους κόστος και να μειωθεί κατ' επέκταση το ύψος των δανειοδοτικών επιτοκίων.

Έτσι, το κράτος θα πρέπει να δώσει κίνητρα σε όλους τους φορείς του ασχολούνται με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών επιπέδου και με τη διεξαγωγή συνεδρίου.

Μόνο με την ύπαρξη κινήτρων που θα καθιστούν ελκυστικότερες τις επενδύσεις στον κλάδο των ξενοδοχείων και των συνεδρίων θα υπάρξουν ουσιαστικά αποτελέσματα.

Οι κρατικοί φορείς πρέπει να παρέχουν καλύτερες υπηρεσίες εφ' όσον ο συνεδριακός τουρισμός είναι σημαντικότερος για την οικονομία του κράτους.

Αυτό σημαίνει, ότι πρέπει να λυθούν και μια σειρά από άλλα προβλήματα, όπως είναι:

- Επιτάχυνση των ρυθμών εκτέλεσης των μεγάλων έργων υποδομής και κυρίως των υποδομών μεταφορών.
- Τα μεγάλα αστικά κέντρα. χρειάζονται συμπληρωματικά μέτρα για την επιτάχυνση του χρόνου κυκλοφορίας των αυτοκινήτων.
- Στήριξη με ενισχύσεις των προσπαθειών ιδιωτών να κατασκευάσουν μεγάλους χώρους παρκαρίσματος σε πυκνοκατοικημένα αστικά κέντρα.
- Βελτίωση των αστικών συγκοινωνιακών μεταφορών.

- Οριστική επίλυση των προβλημάτων που δημιουργούν οι απεργίες στα αεροδρόμια και στα λιμάνια σε περιόδους τουριστικής αιχμής¹¹.

¹¹ βλ. Ειδικό Αφιέρωμα (1997) «Εφημερίδα Ναυτεμπορική» Αθήνα, σελ. 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

9. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

Τι είναι ένα ταξίδι «κίνητρο»; Είναι ένα ταξίδι «δώρο» που παρέχεται σαν επιβράβευση στους εργαζομένους εκείνους, που κατέβαλαν ιδιαίτερες και πετυχημένες προσπάθειες στο να υπερβούν τους προκαθορισμένους επιχειρησιακούς στόχους. Είναι ένα από τα κίνητρα που έχουν υιοθετήσει πολλές επιχειρήσεις τον τελευταίο καιρό, στην προσπάθειά τους να συνδυάσουν την ηθική και υλική επιβράβευση,

Οι συνηθέστερες μορφές των κινήτρων είναι:

- Ηθική επιβράβευση με μορφή εγκωμίου,(π.χ. «μπράβο»).
- Επιβράβευση με χρηματικά έπαθλα.
- Επιβράβευση με συγκεκριμένο υλικό αγαθό.
- Επιβράβευση με προσφορά ταξιδιού.

9.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ: ΚΟΙΝΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ

Είναι σαφές ότι σε ένα ταξίδι «κίνητρο», ο κυρίαρχος ταξιδιωτικός σκοπός είναι αυτός της αναψυχής. Στο συμμετέχοντα προσφέρεται υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, ενώ στο όλο ταξιδιωτικό πρόγραμμα, ο βασικός άξονας είναι η υποκίνηση, μέσω της βελτίωσης του ηθικού του. Σε ένα ταξίδι συνεδρίου, ο βασικός σκοπός είναι αυτός της συμμετοχής στο συνέδριο.

Παρά την ειδοποιό διαφορά ως προς το σκοπό, εντούτοις, σε ένα ταξίδι «κίνητρο», συναντάμε κάποιου είδους συνεδριακή εκδήλωση, κυρίως με μορφή σεμιναρίων ή ομιλιών. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε, ότι σύμφωνα με σχετική έρευνα, μόνο ένα 17% των ταξιδιών «κινήτρων», στο Ηνωμένο Βασίλειο δεν προέβλεπε κάποιου είδους ανάμιξη σε συνεδριακή εκδήλωση, ενώ αντίστοιχα στις Ηνωμένες Πολιτείες μόλις το 21%. Ο David Hackett πρόεδρος του Marketing Organization Group των «Incentive» ταξιδιωτικών πρακτόρων σημειώνει: «...Πολλές εταιρείες μεταμφιέζουν ένα «Incentive» ταξίδι, σε συνεδριακό. Με ποιο τρόπο; διοργανώνοντας επιχειρηματικά σεμινάρια για τα στελέχη τους μακριά από το γραφείο, σε κάποιο εξωτερικό προορισμό».

Τονίζει επίσης, ότι κάθε ομάδα εργαζομένων στην οποία προσφέρεται ταξίδι

«κίνητρο», αποτελείται από τα καλύτερα στελέχη της επιχείρησης.

Έτσι λοιπόν, το να διοργανώσεις μια ειδική συνάντηση με αυτά τα στελέχη, κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού «κινήτρου», στο εξωτερικό, αποδίδει πρόσθετα οφέλη.

Φυσικά, ανεξάρτητα από την ύπαρξη ή όχι σύσκεψης, ή σεμιναρίου, είναι αυτονόητο πως γίνονται ομιλίες από τους εκπροσώπους της επιχείρησης, που συνοδεύουν τους βραβευθέντες, με τις οποίες τους ευχαριστούν και τους συγχαίρουν.

Η επιλογή ενός τόπου για συνεδριακή εκδήλωση, αρκετές φορές γίνεται με κριτήρια που δεν αφορούν μόνο το συγκεκριμένο τόπο, αλλά και άλλες παραμέτρους.

Η επιλογή του προορισμού «Incentive» είναι επιλογή της διοίκησης της επιχείρησης που προσφέρει το ταξίδι, χωρίς να επηρεάζεται από άλλες παραμέτρους.

Η κατά κεφαλή δαπάνη είναι μεγαλύτερη, για τον τουρίστα «Incentive», απ' ότι για το συνεδριακό τουρίστα.

Για τα ταξίδια «κίνητρα» επιλέγονται προορισμοί με βασικό κριτήριο τα θέλγητρα της τοποθεσίας και της ευρύτερης περιοχής του ξενοδοχείου, ενώ για τα συνεδριακά, οι εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων¹².

¹² Βλ: Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 59, 70.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΤΑ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

10. ΤΑ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην Ελλάδα είναι ελάχιστοι αυτοί που γνωρίζουν τι πραγματικά χρειάζεται για την άρτια οργάνωση ενός συνεδρίου, και ακόμα πιο λίγοι είναι αυτοί που είναι και πανεπιστημιακά καταρτισμένοι για το τι απαιτεί ένα συνεδριακό πρόγραμμα.

10.1. ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Οι περισσότερες βέβαια αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές έχουν διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες στις οποίες υπάρχει κάποιος διαμορφωμένος χώρος για συνέδρια, που δυστυχώς όμως δεν πληρεί τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός μεγάλου συνεδρίου.

Μια χώρα, όπως η Ελλάδα, οφείλει και πρέπει να επενδύσει σε ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο συνεδριακός, γιατί με αυτόν θα αυξηθεί ποιοτικά ο τουρισμός της χώρας και κατ' επέκταση και η ίδια η χώρα.

Η Ελλάδα έχει ανάγκη από ποιοτικά τουριστικά ρεύματα και όχι από ποσοτικά.

Υπάρχει μια στασιμότητα στον ελληνικό τουρισμό, ο οποίος είναι κυρίως μαζικός και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται και μια φθίνουσα πορεία, μια και το κόστος παραγωγής των τουριστικών υπηρεσιών δεν είναι πια χαμηλό.

Έτσι, πολλοί ξένοι στρέφονται σε άλλα κράτη, που μπορεί να έχουν το ίδιο κόστος με τις τουριστικές περιοχές της Ελλάδας είναι όμως πιο οργανωμένα.

Οι απαιτήσεις όλων μεγαλώνουν ολοένα, γι' αυτό και θα πρέπει να υλοποιηθεί και όχι μόνο να συζητηθεί η ανέγερση κάποιων μεγάλων συνεδριακών κέντρων.

Αρκετά είναι τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα, που συχνά παρέχουν τις ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες τους για τη διεξαγωγή των συνεδρίων.

Εντούτοις, λίγα είναι τα ξενοδοχεία που έχουν καταφέρει να «διακριθούν» στο συγκεκριμένο χώρο, ελέγχοντας ένα αρκετά σημαντικό κομμάτι της «πίτας» του συνολικού κύκλου των συνεδριακών εκδηλώσεων, που γίνονται στη χώρα κάθε χρόνο.

Ο συνεδριακός τουρισμός αν και είναι πολύ σημαντικός για την ελληνική οικονομία, δεν είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος στην Ελλάδα, τόσο λόγω της

έλλειψης των κατάλληλων υποδομών, όσο και λόγω άλλων παραγόντων που συνδέονται με προβλήματα που απορρέανε από:

- Άσχημες υπηρεσίες.
- Εξωτερική ισοτιμία της δραχμής (στο παρελθόν)
- Έλλειψη συστηματικής διεθνούς προβολής των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του ελληνικού συνεδριακού προορισμού.
- Κακή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών.

10.2. ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας μεγάλης συνεδριακής εκδήλωσης είναι η ύπαρξη μεγάλων και κατάλληλων χώρων που να μπορούν να εξυπηρετούν εκατοντάδες άτομα.

Πολλά ξενοδοχεία, κατασκευάστηκαν εδώ και αρκετά χρόνια χωρίς να έχουν κάνει τις κατάλληλες προβλέψεις, όσον αφορά στη δραστηριοποίησή τους στην αγορά των συνεδριακών υπηρεσιών.

Έτσι, παρουσιάζονται προβλήματα στους διατιθέμενους χώρους, που δεν μπορούν να προσαρμοσθούν ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε οργανωτή.

Στο χώρο των συνεδριακών εκδηλώσεων, προσπάθησαν να μπουν και διάφοροι άλλοι φορείς, χωρίς όμως μεγάλες επιτυχίες) για να περιθωριοποιηθούν τόσο λόγω έλλειψης κατάλληλων χώρων, όσο και επιπέδου παρεχόμενων υπηρεσιών.

Σημαντικές προσπάθειες έγιναν για να γίνουν καθαρά εκθεσιακοί χώροι και χώροι πραγματοποίησης συνεδρίων.

Εδώ παρατηρείται το φαινόμενο να ανακύπτουν προβλήματα από:

- Έλλειψη κατάλληλων χώρων, για διεξαγωγή συνεδρίων, παράλληλα με μεγάλες εκθέσεις.
- Έλλειψη τεχνικών υποδομών στις συνεδριακές αίθουσες.
- Πολύ κακής ποιότητας παρεχόμενες υπηρεσίες από το απασχολούμενο προσωπικό.
- Σοβαρά προβλήματα από έλλειψη επαρκών χώρων στάθμευσης.

Συνεπώς, η πετυχημένη διεξαγωγή σειράς συνεδρίων, από τα ξενοδοχεία

επιβάλλει την επίλυση πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους προβλημάτων, από τα οποία κυριότερο είναι αυτό της ύπαρξης κατάλληλων συνεδριακών αιθουσών.

10.3. ΝΕΕΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Κοινή εκτίμηση παραγόντων της συνεδριακής αγοράς είναι ότι θα πρέπει να γίνουν νέες σημαντικού ύψους επενδύσεις για τις συνεδριακές ανάγκες, τόσο της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, όσο και άλλων περιοχών της χώρας. Σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, υπάρχουν μεγάλοι προορισμοί, όσον αφορά στη δημιουργία νέων μεγάλων ξενοδοχείων, που θα διαθέτουν και τις κατάλληλες συνεδριακές υποδομές.

Το πρόβλημα είναι ίσως σοβαρότερο για τη Θεσσαλονίκη, η οποία διεκδικεί το ρόλο της «οικονομικής μητρόπολης της Νοτιοανατολικής Ευρώπης» .

Η πραγματοποίηση νέων μεγάλων επενδύσεων, οπωσδήποτε θα επιλύσει και προβλήματα που πηγάζουν από τη «στενότητα» κατάλληλων συνεδριακών χώρων.

Όπως άλλωστε δείχνει η εμπειρία, οι συνεδριακές εκδηλώσεις είναι άρρηκτα συνδεδεμένες και με την παροχή άλλων υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, όπως είναι η διανυκτέρευση η εστίαση και η αναψυχή.

Συνεπώς, η ίδρυση νέων μεγάλων ξενοδοχείων στα μεγάλα κέντρα της χώρας θα συμβάλει τόσο στην πλήρη αναβάθμιση του τουρισμού, όσο και των συνεδριακών εκδηλώσεων.¹³

¹³ Βλ: Ειδικό αφιέρωμα (1997), "Εφημερίδα Ναυτεμπορική" Αθήνα, σελ 2,19.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

11. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Είναι γεγονός, ότι η έννοια του «συνέρχεστε» είναι ήδη γνωστή από την Αρχαιότητα. Οι Έλληνες, ιδιαίτερα από τον 50 αιώνα, κάνουν ευρεία χρήση της στην πράξη, με ανοικτές συναθροίσεις και ανοικτά θέματα πολιτικής, επιστημονικής ή φιλοσοφικής χροιάς. Έκτοτε, τέτοιου είδους ανάγκες επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων, σε διάφορα πεδία επιστημονικών ή κοινωνικών πεδίων πολλαπλασιάστηκαν.

Στο μέλλον, οι συνεδριακές δραστηριότητες κάθε είδους θα συνεχίσουν την αυξανόμενη πορεία. Μπορεί οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας, όπως το Internet, η teleconference ή η ηλεκτρική πληροφόρηση να αλλάζουν σημαντικά τον τρόπο των καθημερινών μας συναλλαγών, αλλά πολύ λίγο θα επηρεάσουν την ανάγκη του «συνέρχεστε» και την ανθρώπινη επαφή. Η αμεσότητα της ανθρώπινης tet - a - tet επαφής, δεν είναι δυνατόν να υποκατασταθεί με την ψυχρή ηλεκτρονική τεχνολογία.

Όσο η τεχνολογία απομονώνει τον άνθρωπο από την καθημερινή του επαφή με τον άνθρωπο, όπως θα συμβεί ενδεχομένως τα επόμενα χρόνια με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδοσιακές και ανθρώπινες εκφράσεις του «συνέρχεστε».

Οι μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις θα θέλουν να συνδυάζουν, διαρκώς, περισσότερο τη βελτίωση τεχνικών που εφαρμόζονται για την επίτευξη των στόχων τους, με την αναβάθμιση των ανθρώπινων σχέσεων και του εργασιακού περιβάλλοντος.

Κατ' επέκταση και οι διάφοροι επιστημονικοί ή κλαδικοί οργανισμοί θα αντιμετωπίζουν διαρκώς και περισσότερα επιχειρήματα για να συνέρχονται, με στόχο την προώθηση και βελτίωση των γνώσεων, καθώς και την καθιέρωση συγκεκριμένων πρακτικών στο χώρο τους.

Όλες αυτές οι διαπιστώσεις, από τουριστικής πλευράς, σημαίνουν, ότι ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός και οι ανάγκες για σχετική οργάνωση και υποδομή είναι και πρέπει να είναι στο στόχαστρο κάθε Πολιτείας, που φιλοδοξεί να αναπτύξει αξιόλογη τουριστική βιομηχανία.

11.1. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

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, και βέβαια όταν λέμε η Ελλάδα, δεν εννοούμε δυστυχώς μόνο το Δημόσιο.

Και ο ιδιωτικός Τομέας, παρά κάποια αφύπνιση που τα τελευταία 3 χρόνια, εξακολουθεί να ενεργεί σπασμωδικά και κυρίως μεμονωμένα, χωρίς μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, χωρίς αξιοποίηση όλων των εξειδικευμένων δυνάμεων του χώρου, για παράδειγμα, είναι μοναδικό και ταυτόχρονα, καταστροφικό φαινόμενο, ξενοδόχοι και επαγγελματίες Οργανωτές Συνεδρίων (PCO) να συμπεριφέρονται συχνά σαν ανελέητοι ανταγωνιστές, αντί να συνεργάζονται, όπως θα έπρεπε, με στόχο την παγκόσμια αγορά και την αύξηση του φτωχότατου 0,7% μεριδίου της χώρας μας στην παγκόσμια Συνεδριακή Αγορά. Το φαινόμενο αυτό είναι αποφασιστικής σημασίας, γιατί αποδυναμώνει την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας και την επιβολή ενός συλλογικού και δυναμικού Marketing στο χώρο.¹⁴

Όπως ήδη είναι γνωστόν, τα συνέδρια και γενικότερα ο συνεδριακός τουρισμός είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο στη χώρα μας.

Στον πίνακα των χωρών της Ευρώπης, σε ότι αφορά την ενασχόληση με τα συνέδρια, η Ελλάδα έρχεται στις τελευταίες θέσεις από άποψη προβολής, εξυπηρέτησης και προσφοράς. Η θέση μας στον πίνακα είναι δίπλα σε χώρες όπως το Ισραήλ, Αίγυπτος, η Τυνησία, η Αλγερία, σε ότι αφορά την οργάνωση και τις δυνατότητες.

Ένας τουρισμός επιπέδου, που θα μπορούσε να αναβαθμίσει την Ελλάδα, να την προβάλλει στο εξωτερικό, ως χώρα με καλά στοιχεία και όχι με αρνητικά, . δεν ενδιαφέρει τους αρμόδιους.

Τα αίτια, που ο συνεδριακός τουρισμός βρίσκεται σε τόσο χαμηλό επίπεδο είναι η έλλειψη προβολής και διαφήμισης από την πολιτεία.

Η Ελλάδα έχει δείξει μια αδιαφορία, ως προς την οργάνωση των συνεδρίων

¹⁴ Βλ: Καπλανίδης Ζαχαρίας (2002), "WWW.SYNEDRIO.GR".

και δεν συμμετέχει σοβαρά στις εκθέσεις που γίνονται με σκοπό την προβολή και τη διαφήμιση.

11.1.1. ΑΠΟΥΣΙΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Ένας πολύ σημαντικός λόγος μη συνεδριακού τουρισμού είναι και η έλλειψη σοβαρής υποδομής. Το παλιό αεροδρόμιο ήταν σε άθλια κατάσταση, η υπάρχουσα συγκοινωνία δεν εξυπηρετεί και το βασικότερο δεν υπάρχει στην Αθήνα συνεδριακό κέντρο, που να μπορεί να φιλοξενήσει 10.000 και 15.000 άτομα.

Ένα συνεδριακό κέντρο, που έχει η Θεσσαλονίκη δεν είναι σε θέση να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό συνέδρων και εκτός από αυτό η Θεσσαλονίκη διαθέτει μεν καλά ξενοδοχεία, αλλά όχι αρκετά, ώστε να μπορούν να φιλοξενήσουν τόσα πολλά άτομα.

Όσα συνέδρια έχουν γίνει στην Ελλάδα είναι μικρού αριθμού συνέδρων, και το κυριότερο γίνονται σε αίθουσες ξενοδοχείων ή στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας.

Εξυπακούεται ότι για να μετατραπεί η οποιαδήποτε αίθουσα σε χώρο κατάλληλο για συνέδριο έχει μεγάλο κόστος, αλλά και χάσιμο πολύτιμου χρόνου. Γι' αυτό το λόγο και, τα μεγάλα διεθνή συνέδρια που γίνονται στη χώρα μας είναι ελάχιστα. Ο ετήσιος αριθμός των συνεδρίων αυτών είναι μονοψήφιος.¹⁵

11.1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αυτό που ακόμα δεν έχει γίνει είναι μια βαθιά ανάλυση της συνεδριακής αγοράς, σε διεθνές επίπεδο, που να συλλέγει τη σπουδαιότερη πληροφορία, η οποία θα φτάνει απ' το εξωτερικό και κυρίως κι απ' τους ίδιους τους διοργανωτές συνεδρίων (είτε φορείς, είτε ενώσεις, είτε συλλόγους, είτε οργανισμούς, είτε πρακτορεία - διοργανωτές).

Και εννοούμε την πληροφορία εκείνη που εξηγεί εμμέσως πλην σαφώς, γιατί επιλέγεται μια χώρα και όχι μια άλλη, κι όλες τις άλλες παραμέτρους: τα μεγέθη των συνεδρίων, το περιεχόμενο των εργασιών, το προφίλ του

¹⁵ Βλ. Ειδικό αφιέρωμα (1997), «Εφημερίδα Ναυτεμπορική» Αθήνα, σελ. 7.

συνεδριακού πελάτη, τις διευκολύνσεις που ζητούνται και τα παράλληλα προγράμματα και εκδηλώσεις στο πλαίσιο του συνεδρίου, και πέρα απ' αυτό το σπουδαιότερο: πώς μπορούμε να προσφέρουμε τα αναγκαία για να αναβαθμιστεί το συνεδριακό μας προϊόν και ποια θα είναι τα έξτρα, που θα το κάνουν να δείχνει ιδιαίτερο, πρωτότυπο και ενδιαφέρον (ανταγωνιστικό δηλαδή και ταυτόχρονα ξεχωριστό).

Αυτά δεν μπορούν να γίνουν ποτέ, χωρίς να υπάρχουν:

1. Conventions bureaux και σχετική δουλειά, απ' τα γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού.
2. Προσπάθεια σύνδεσης με εταιρείες και επιστημονικούς φορείς ή συλλόγους απ' όλο την κόσμο.
3. Προσφορά ειδικών πακέτων συνεδριακών διοργανώσεων.
4. Βελτίωση γενικής και ειδικής υποδομής.
5. Σταθερή ποιότητα και έλεγχος του χώρου για απομόνωση των μη επαγγελματιών.
6. Πλήρης καταγραφή της συνεδριακής μας βιομηχανίας.
7. Στατιστικά στοιχεία - υλικό έρευνας και μελέτης για τους ειδικούς.
8. Βελτίωση της αεροπορικής σύνδεσης των τουριστικών προορισμών με τις ξένες πρωτεύουσες τους περισσότερους μήνες του χρόνου.
9. Επαφή με τους διεθνείς οργανισμούς συνεδριακού τουρισμού (VIA, ICCA, ESAE, SITE, MWA, ETTFA, FFCT, IAPCO, WATE).¹⁶

¹⁶ Βλ: Ειδικό αφιέρωμα (1999), Περιοδικό "Τουρισμός & Οικονομία" Αθήνα, σελ 98.

11.1.3. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με ένα μεγάλο αριθμό ερωτηθέντων στις συνεντεύξεις, η Ελλάδα χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων, γιατί κάποιες άλλες χώρες προσφέρουν φθηνότερα «πακέτα». Ειδικότερα η Τουρκία, και έτσι επηρεάζει τον ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα ένας αριθμός decision makers να προτιμάνε την Τουρκία για την διεξαγωγή συνεδρίων.

11.1.4. ΤΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΟ

Το κυκλοφοριακό, σύμφωνα με έναν αριθμό των ερωτηθέντων, έχει επηρεάσει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, ενώ κάποιοι άλλοι δεν το δέχονται αυτό. Είναι γεγονός, ότι το κυκλοφοριακό είναι ιδιαίτερα έντονο στην Αθήνα, ωστόσο είναι ένα πρόβλημα που συναντάται σε κάθε μεγάλη πόλη σε ολόκληρο τον κόσμο. Όμως με την ολοκλήρωση σημαντικών υπό κατασκευή έργων, είναι δυνατή η βελτίωση του, που θα έχει ευεργετικά αποτελέσματα για την πόλη και την εικόνα της ως συνεδριακό προορισμό.

11.1.5. Η ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΤΗΣ ΥΠΑ

Είναι κοινά αποδεκτό, ότι η κατάσταση στον Εθνικό Αερομεταφορέα αποτελεί τροχοπέδη στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα μας. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, οι απεργίες και οι στάσεις εργασίας έχουν επιδεινώσει ιδιαίτερα την κατάσταση. Όλες αυτές οι καθυστερήσεις και ματαιώσεις πτήσεων έχουν καταστήσει την Ο.Α. αναξιόπιστη, διεθνώς, πράγμα το οποίο έχει προκαλέσει μεγάλο πλήγμα στον τουρισμό γενικότερα.

Τη μεγαλύτερη ευθύνη, όμως, φέρουν οι κυβερνήσεις της μετά Ωνάση εποχής, καθώς δεν φρόντισαν να διορίζουν κατάλληλα πρόσωπα στη διοίκηση της εταιρείας, με αποτέλεσμα. η Ολυμπιακή Αεροπορία, ενώ μέχρι το 1975 που κρατικοποιήθηκε ήταν μια εύρωστη, οικονομικά εταιρεία, από το 1977, μέχρι σήμερα να παρουσιάζει έλλειμμα. Όμως επειδή «η φτώχεια φέρνει γκρίνια» δημιουργήθηκε αυτή η κατάσταση τα τελευταία χρόνια.

Μεγάλη όμως ευθύνη για τις καθυστερήσεις των πτήσεων και την

κατάσταση του αεροδρομίου του Ελληνικού, φέρουν γενικότερα οι υπάλληλοι της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.), οι οποίοι τα τελευταία χρόνια σχεδόν κάθε Χριστούγεννα και καλοκαίρι «ανακαλύπτουν» νέα αιτήματα, με αποτέλεσμα να προκαλείται το γνωστό χάος στο αεροδρόμιο, με τις γνωστές καταστρεπτικές συνέπειες στον τουρισμό, καθώς η δυσφήμιση που υφίσταται η χώρα μας είναι τεράστια.

Ο παράγοντας προσβασιμότητας είναι πολύ σημαντικός για την επιλογή μιας πόλης ώστε να φιλοξενήσει ένα διεθνές συνέδριο, όμως τα γνωστά προβλήματα της Ολυμπιακής Αεροπορίας, και της Υ.Π.Α. έχουν ως συνέπεια η Αθήνα να υστερεί σημαντικά σε αυτόν τον τομέα σε σχέση με ανταγωνίστριες πόλεις και να χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων κάθε χρόνο.¹⁷

11.1.6. ΛΑΝΘΑΣΜΕΝΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Ένα από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι συμβάλλοντες στα συνέδρια είναι η μη σωστή ενημέρωση του οργανωτή σε θέματα που αφορούν την ημερομηνία, τον αριθμό των συμμετεχόντων και τις ανάγκες του συνεδρίου.

Από τους οργανωτές, γίνονται συνεχείς αλλαγές των συμφωνημένων, ακόμα και την τελευταία στιγμή, με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση.

Για να καλυφθούν από απρόσμενες εξελίξεις, αναγκάζονται να παίρνουν πολλούς εξωεπιχειρηματικούς συνεργάτες, οι οποίοι πρέπει και να ελέγχονται από την αρχή ως το τέλος του συνεδρίου.

Ο οργανωτής δεν είναι συνήθως ένα πρόσωπο, αλλά μια ομάδα ατόμων, που τις περισσότερες φορές, δεν μιλούν και την ίδια γλώσσα.

Πρέπει λοιπόν, να μπορέσουν να συνεννοηθούν με όλα τα άτομα, και να συμφωνούν και όλοι μεταξύ τους, για το πώς θα οργανωθεί το συνέδριο και ότι άλλο ακολουθεί σ' αυτό.

11.2. ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ιδιωτική πρωτοβουλία, ενισχυμένη οικονομικά από την πολιτεία, τα τελευταία χρόνια, κατασκεύασε αξιόλογους συνεδριακούς χώρους σε πολλές

¹⁷ βλ. Σωτηρόπουλος Αλ. (2002) "WWW.SYNEDRIO.GR"

πόλεις της χώρας.

Δημιουργήθηκαν, έτσι, οι προϋποθέσεις ανάπτυξης και εξάπλωσης του θεσμού των συνεδρίων στη χώρα μας, εξασφαλίζοντας τις βασικές υποδομές που χρειάζονται οι οργανωτές συνεδρίων.

Η βελτίωση των επιδόσεων της ελληνικής οικονομίας. αυξάνει το ενδιαφέρον της διεθνούς οικονομικής κοινότητας για τις ελληνικές επιχειρήσεις, γεγονός που δημιουργεί τις προϋποθέσεις για διεξαγωγή συνεδρίων με τη συμμετοχή πολλών ξένων προσκεκλημένων.

Ήδη οι αναδιαρθρώσεις που συντελούνται στο χώρο των τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών και η προώθηση σειράς νέων προϊόντων και υπηρεσιών στην ελληνική αγορά, έδωσαν αφορμή για να υπάρξει ουσιαστική βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων συνεδριακών υπηρεσιών.

Αρκετά χαρακτηριστική προς αυτή την κατεύθυνση είναι η αυξανόμενη συμμετοχή σε συνεδριακές εκδηλώσεις, που γίνονται στην Ελλάδα πολιτικών και οικονομικών εφημερίδων και περιοδικών διεθνούς εμβέλειας.

Ένα συνέδριο μπορεί να έχει επιτυχία, από τις ενδιαφέρουσες επιστημονικές ανακοινώσεις, και τα τελικά συμπεράσματα, αλλά να έχει αποτυχία στην οργάνωση την μετακινήσεων των συνέδρων και την επιλογή των χωρών διαμονής ή φυσικά και αντίστροφα.

Οι προοπτικές ανάπτυξης του θεσμού των συνεδρίων στην χώρα μας. είναι θετικές δεδομένου, ότι η Ελλάδα ήταν πάντα ένας τόπος που κέντριζε πάντοτε το ενδιαφέρον των ξένων και εύκολα αποφάσιζαν τον συνδυασμό της συμμετοχής τους σε μια συνεδριακή εκδήλωση και των τουριστικών τους διακοπών.¹⁸

11.2.1. ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ

Πρώτα απ' όλα η Αθήνα χρειάζεται ένα Διεθνές Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο, το οποίο πρέπει να είναι όσο το δυνατόν μεγαλύτερο. Θα πρέπει να συνεργαστούν ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας για την ανεύρεση της καταλληλότερης τοποθεσίας και του (υψηλού) ποσού για την κατασκευή του.

Είναι κοινή πεποίθηση, ότι η πόλη χρειάζεται καλύτερη προβολή ως

¹⁸ Βλ.: Ειδικό αφιέρωμα (1997) «Εφημερίδα Ναυτεμπορική» Αθήνα, σελ. 10.

συνεδριακός προορισμός. Οφείλουμε να αναγνωρίσουμε, ότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει κάποια βήματα προόδου σε αυτόν τον τομέα. Ωστόσο, πρέπει να γίνουν πολλά ακόμα, ώστε να σταματήσει η χώρα μας στο εξωτερικό να σημαίνει μόνο «ήλιος, θάλασσα και μνημεία». Γι' αυτό χρειάζονται η δημιουργία ενός Convention and Visitors Bureau, ως επιτελικό όργανο για την προβολή της πόλης διεθνώς ως συνεδριακός προορισμός.

Από την άλλη πλευρά, η πολιτεία θα πρέπει πρώτα απ' όλα να συνειδητοποιήσει τη σημασία, αυτής της μορφής τουρισμού, για τη σχετική μας βιομηχανία. Να συνειδητοποιήσει ότι γενικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού βοηθούν στην προσέλκυση επισκεπτών υψηλού εισοδηματικού και πολιτιστικού επιπέδου. Επίσης, έχουμε τουρισμό 12 μηνών και όχι 7. Ο Συνεδριακός Τουρισμός, δραστηριοποιείται κυρίως από το Σεπτέμβριο έως Ιούνιο.

Το ελληνικό τουριστικό γραφείο πρέπει να υποστηριχθεί και να επιβιώσει, ώστε να συνεχίσει τη διαφήμιση και την προώθηση όλων των μορφών του τουρισμού μας.

Τέλος, αναγκαία είναι η αναπροσαρμογή της γενικότερης τουριστικής πολιτικής της χώρας μας και ανάληψη των απαραίτητων ενεργειών, οι οποίες θα αναδείξουν την ποιοτική σύνθεση του συνεδριακού της προϊόντος και ενισχύουν τη θέση της στο διεθνή ανταγωνισμό.¹⁹

¹⁹ Βλ: Καπλανίδης Ζαχαρίας (2002), "WWW.SYNEDRIO.GR".

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

12. Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τα νεότευκτα κρουαζιερόπλοια, όπως είναι γνωστό, αποτελούν υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, κατάλληλες να φιλοξενήσουν και να ταξιδεύουν μεγάλο αριθμό επιβατών.

Ταυτόχρονα, διαθέτουν πλήρως οργανωμένους επαγγελματικούς και συνεδριακούς χώρους, με σύγχρονες εγκαταστάσεις, επικοινωνιακό εξοπλισμό και οπτικοακουστικά μέσα. Αίθουσες ειδικά διαμορφωμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες, διαφόρων μεγεθών, επιτρέπουν τη διεξαγωγή μεγάλων και μικρών συνεδριάσεων.

Επιπλέον, τα κρουαζιερόπλοια είναι χώροι, όπου οι ταξιδιώτες μπορούν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, πολύ πιο εύκολα και γρήγορα απ' ό,τι σε κάποιο ξενοδοχείο στην ξηρά. Ο κλειστός χώρος του πλοίου διευκολύνει τη συγκέντρωση των συμμετεχόντων και τους παροτρύνει να έρθουν σε επαφή μεταξύ τους ανταλλάσσοντας ιδέες και απόψεις. Τους παρέχει παράλληλα τη δυνατότητα μιας διαρκούς και άμεσης παρουσίας, κάτι που συντελεί ιδιαίτερα στην αποδοτική προβολή του θέματος που τους ενδιαφέρει, καθώς βρίσκονται όλοι στον ίδιο χώρο και μάλιστα εν πλω.

Αυτό βέβαια, τους δίνει και τη δυνατότητα να γνωριστούν πολύ καλύτερα μεταξύ τους, γιατί μπορούν όχι μόνο να δουλέψουν, αλλά και να διασκεδάσουν μαζί, πράγμα που βοηθά τη συνεργασία και βελτιώνει το επίπεδο των σχέσεων.

Το κρουαζιερόπλοιο, επίσης, καθώς είναι υπερσύγχρονα εξοπλισμένο, είναι σε θέση να ικανοποιήσει τα ενδιαφέροντα, όχι μόνο των συνέδρων, αλλά και όσων στη διάρκεια του συνεδρίου - κρουαζιέρας, επιθυμούν να ξεδέψουν το χρόνο τους, έξω απ' τις αίθουσες συνεδριάσεων. Κάνοντας εξάσκηση στο γκολφ, κάνοντας ηλιοθεραπεία στην πισίνα ή στους χώρους υδροθεραπείας, στο γυμναστήριο ή στις αίθουσες μασάζ και ψωνίζοντας απ' τα καταστήματα.

Τέλος, όλοι έχουν τη δυνατότητα ν' αλλάξουν παραστάσεις, καθώς το πλοίο επισκέπτεται καθημερινά και ένα διαφορετικό μέρος, με αποτέλεσμα να έχουν την ευχέρεια να συνδυάζουν έτσι, διακοπές, δουλειά και διασκέδαση.²⁰

²⁰ Βλ.: Μπενάκης Μιχάλης (2002), «WWW.SYNEDRIO.GR»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

13. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

13.1. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - HELEXPO A.E.

Η εβδομηνταπεντάχρονη πορεία και πείρα στη διοργάνωση συνεδρίων και εκθέσεων, έχουν αναδείξει τη Helexpo A.E. το μεγαλύτερο συνεδριακό φορέα της χώρας μας ως HELEXPO - ΔΕΘ για 65 έτη (εθνικό εκθεσιακό φορέα) και από τον Ιανουάριο του 2000 ως HELEXPO - A.E. (επίσημο ελληνικό εκθεσιακό φορέα). Συμβαδίζοντας πάντα με τα ζητούμενα της νέας εποχής, η HELEXPO - A.E., συμβάλλει στην περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ιδιαίτερα στη Θεσσαλονίκη, όπου πραγματοποιείται κάθε χρόνο η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης. Τα συνεδριακά κέντρα της είναι το «Ιωάννης Βελλίδης» και το «Νικόλαος Γερμανός» στη Θεσσαλονίκη, και το Εκθεσιακό Συνεδριακό Κέντρο Αττικής «ΕΣΚΑ».

Το συνεδριακό κέντρο «Ιωάννης Βελλίδης», είναι το μεγαλύτερο αυτόνομο συνεδριακό κέντρο που υπάρχει σήμερα στην Ελλάδα, χωρητικότητας 2.400 ατόμων. Βρίσκεται εντός των χώρων του Εκθεσιακού Κέντρου Θεσσαλονίκης, έκτασης 48.780 τετραγωνικών μέτρων, κι αυτό είναι ένα από τα βασικότερα πλεονεκτήματά του. Το κέντρο διακρίνεται για τη λειτουργικότητά του και τη δυνατότητά του να φιλοξενεί κάθε είδους εκδηλώσεις.

Το «Ιωάννης Βελλίδης» διαθέτει πέντε αίθουσες, βοηθητικούς χώρους και χώρους υποδοχής με τον πιο σύγχρονο εξοπλισμό.

Το σύνολο των χώρων του είναι κλιματισμένο και διαθέτει σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα καλύπτοντας τις ανάγκες μεταγλώττισης για έντεκα γλώσσες. Στο συνεδριακό αυτό κέντρο, υπάρχει επίσης η δυνατότητα οργάνωσης τριών παράλληλων εκδηλώσεων. Επίσης, διαθέτει roof - garden που μπορεί να φιλοξενήσει δεξιώσεις 1.000 ατόμων, ενώ το υπόγειο πάρκινγκ εξασφαλίζει τη στάθμευση 430 αυτοκινήτων. Το «Ιωάννης Βελλίδης» λειτουργεί όλο το χρόνο και φιλοξενεί τις πολυπληθέστερες εκδηλώσεις της πόλης, καθώς σε αυτό μπορούν να οργανωθούν μεγάλα συνέδρια, ημερίδες, συμπόσια, σεμινάρια, ομιλίες, συνεντεύξεις Τύπου, εταιρικές παρουσιάσεις, συναυλίες κλασικής και σύγχρονης μουσικής, ακόμη και θεατρικές παραστάσεις.

Στο κέντρο των εγκαταστάσεων της HELEXPO στη Θεσσαλονίκη, και σε κτιριακό συγκρότημα 6.000 τ.μ. λειτουργεί επίσης αυτόνομα το δεύτερο Συνεδριακό Κέντρο, με την επωνυμία «Νικόλαος Γερμανός».

Το συνεδριακό αυτό κέντρο, διαθέτει τέσσερις αίθουσες με συνολική δυναμικότητα εξυπηρέτησης 720 ατόμων. Σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα, μηχανήματα προβολής, μικροφωνικές εγκαταστάσεις και άνετες καμπίνες διερμηνείας για οκτώ γλώσσες, εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία της οποιασδήποτε εκδήλωσης.

Το «Νικόλαος Γερμανός» διαθέτει χώρους για την υποδοχή συνέδρων, γραφεία οργανωτών, αίθουσα VIP, Κέντρο Τύπου, εστιατόριο και χώρο δεξιώσεων.

13.1.1. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - HYATT

Τον Απρίλιο του 1999, το ξενοδοχείο Hyatt Regency άλλαξε τα δεδομένα στην ξενοδοχειακή υποδομή της Θεσσαλονίκης -τα ξενοδοχείο Hyatt Regency Thessalonica βρίσκεται σε μία θέση, ιδιαίτερως προνομιακή. Απέχει ελάχιστα μόνο λεπτά από το Διεθνές Αεροδρόμιο Μακεδονία και βρίσκεται πολύ κοντά στο κέντρο της Θεσσαλονίκης. Απαλλαγμένο από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα περισσότερα ξενοδοχεία του κέντρου, προσφέρει ένα περιβάλλον ειδυλλιακό και γαλήνιο, παρέχοντας συγχρόνως, χάρη στο πλήρες οδικό δίκτυο, τη δυνατότητα άμεσης και σύντομης πρόσβασης στην πόλη.

Το Hyatt Regency Thessalonica προσφέρει ξενοδοχειακές υπηρεσίες συνεδρίων από τις μεγαλύτερες και τελειότερες στα Βαλκάνια, με πλήρεις και άψογες υποδομές και πολλαπλώς αναπτυσσόμενους χώρους για τη διοργάνωση κάθε είδους επαγγελματικών ή κοινωνικών συναντήσεων.

Διαθέτει ένα υπερσύγχρονο, πολλαπλώς αναπτυσσόμενο συνεδριακό κέντρο και ευέλικτες αίθουσες, που διαμορφώνονται ανάλογα με την περίπτωση και τις ανάγκες της εκδήλωσης που φιλοξενείται σ' αυτούς.

Το Grand Ballroom, ο βασικός συνεδριακός χώρος του ξενοδοχείου, μπορεί να διαχωριστεί σε τρεις ισοδύναμες αίθουσες, τα Ballroom I, II και III ή να συνενωθεί με το Pre-Function Area, δημιουργώντας, σε πλήρη ανάπτυξη, έναν εξαιρετικά μεγάλο συνεδριακό χώρο συνολικής επιφάνειας 844 τ.μ. και μέγιστης δυναμικότητας 1.050 ατόμων. Επίσης, οι ευέλικτες αίθουσες Ephesus και Epidaurus μπορούν και αυτές να υποδιαιρεθούν σε τρεις μικρότερους χώρους, η κάθε μία, προσφέροντας τη δυνατότητα για τη διενέργεια συμβουλίων, σεμιναρίων και γενικώς δραστηριοτήτων με τη συμμετοχή περιορισμένου αριθμού ατόμων. Ακόμη, υπάρχουν δύο πλήρως εξοπλισμένα Business Centers των 20 τ.μ. έκαστο, για 24ωρη γραμματειακή υποστήριξη. Η βασική μικροφωνική εγκατάσταση και η οθόνη προβολής συμπεριλαμβάνονται στην τιμή ενοικίασης των αιθουσών. Βάση των επιθυμιών ή των αναγκών των πελατών, μπορεί να διατεθεί σ' αυτούς οποιαδήποτε οπτικοακουστική τεχνολογική υποστήριξη της διοργάνωσής τους, καθώς και το αναγκαίο έμπυχο δυναμικό, προκειμένου να επιτευχθεί αποτέλεσμα αντάξιο των προσδοκιών τους. Το προσωπικό που υποστηρίζει της ποικίλες διοργανώσεις είναι άρτια εκπαιδευμένο και διακρίνεται για τον υψηλό επαγγελματισμό, την αποτελεσματικότητα και την ευγένειά του.

Τέλος, οι λέξεις κλειδιά που σηματοδοτούν τη διαφορά είναι: ποιότητα, αξιοπιστία, επαγγελματισμός, πλήρεις και άψογες υποδομές. Όλα αυτά σε συνδυασμό εγγυώνται την απόλυτη επιτυχία κάθε εκδήλωσης. Οι λειτουργικές και καλαίσθητες αίθουσες, ο υπερσύγχρονος υλικοτεχνικός εξοπλισμός, το ανθρώπινο δυναμικό όλων των βαθμίδων σε συνδυασμό με τη πολυετή διεθνή πείρα και την τεχνογνωσία της εταιρείας HYATT, αποτελούν την ειδοποιό διαφορά.

13.2. ΡΟΔΟΣ - SOFITEL CAPSIS HOTEL

Στο νησί της Ρόδου δημιουργήθηκε πρόσφατα ένα από τα μεγαλύτερα και σπουδαιότερα συνεδριακά κέντρα της Ελλάδας. Το «Marika Capsis 2000» Convention Center ανταποκρίνεται άριστα στις υψηλές ευρωπαϊκές προδιαγραφές. Η πρωτοποριακή κατασκευή του ολοκληρώθηκε το έτος 2001, σε διάστημα δέκα μηνών, και κόστισε συνολικά 20.588.235 Ευρώ (7 δις. δραχμές).

Το πρώτο συνέδριο φιλοξενήθηκε το Σεπτέμβριο του 2001 και διοργανώθηκε από την κατασκευαστική εταιρεία αεροπλάνων «Embraer», με έδρα τη Βραζιλία.

Το «Marika Capsis 2000» έχει συνολικά 100 συνεδριακές αίθουσες διαφόρων χωρητικοτήτων και συνολική συνεδριακή χωρητικότητα έως 8.000 άτομα, εκθεσιακό κέντρο 3.170 τ.μ και επιπλέον εκθεσιακό χώρο 2.000 τ.μ. Η μεγαλύτερη συνεδριακή του αίθουσα μπορεί να φιλοξενήσει έως 3.000 άτομα και είναι μια από τις ελάχιστες αίθουσες με φυσικό φωτισμό στη Μεσόγειο.

Το καινούργιο κέντρο είναι μοντέρνο, πλήρως εξοπλισμένο με σύγχρονα οπτικοακουστικά και τηλεπικοινωνιακά μέσα, μεταφραστικά συστήματα και εξαιρετικά έμπειρο προσωπικό.

Οι περιφερειακές παροχές του είναι ένα ακόμη πού σημαντικό πλεονέκτημα του κέντρου: βρίσκεται χτισμένο μπροστά στη μαγευτική παραλία της Ιξιάς, δίπλα στο ξενοδοχείο «Sofitel Capsis Rhodes» , απέχει μόλις 10 λεπτά από το Διεθνές Αεροδρόμιο της Ρόδου και 5 λεπτά από τη Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου.

Το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα, να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό συνέδρων. Διαθέτει 591 executive δωμάτια για άτομα με ειδικές ανάγκες, λειτουργεί όλο το χρόνο. Στις προσφερόμενες υπηρεσίες του περιλαμβάνονται πισίνες, Jacuzzi, 4 εστιατόρια και 7 μπαρ.

Το 2003 πρόκειται να λειτουργήσει και το νέο κέντρο θαλασσοθεραπείας, ολοκληρώνοντας έτσι την άρτια εικόνα που αναζητούν οι μεγάλες εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων.

Επίσης, δίπλα από το συνεδριακό κέντρο, υπάρχουν 10.000 επιπλέον δωμάτια σε ξενοδοχεία 3,4 και 5 αστέρων.

13.2.1. ΡΟΔΟΣ - RODOS PALACE

Η δραστηριοποίηση της Εταιρείας Ρόδος Παλάς Α.Ε. Cambourakis Group of Hotels στο χώρο του Συνεδριακού Τουρισμού- ξεκίνησε πριν από 20 χρόνια, με τη δημιουργία του πρότυπου συνεδριακού του κέντρου. Από το 1990 έως το 1993 πραγματοποιήθηκε μια μεγάλη επένδυση ύψους 4 δις. δραχμών, η οποία περιέλαβε την επέκταση του συνεδριακού κέντρου και την κατασκευή της

Executive VIP πτέρυγας. Αυτή η κίνηση είχε ως εύλογο αποτέλεσμα την προσέλκυση μεγάλων διεθνών συνεδρίων.

Το συνεδριακό κέντρο του Rodos Palace βρίσκεται στο κέντρο του κόλπου της Ιαλυσσού, σε απόσταση 4 χιλιομέτρων από το κέντρο της πόλης.

Έχει συνολική χωρητικότητα 4.000 συνέδρων σε 20 πλήρως εξοπλισμένες αίθουσες πολλαπλών χρήσεων, σχεδιασμένες έτσι ώστε να πληρούν τις αυστηρές ευρωπαϊκές προδιαγραφές.

Το κέντρο παρέχει συνολικό συνεδριακό χώρο 5.500 τ.μ, ενώ οι δυναμικές τους ποικίλλουν και μπορούν να φιλοξενήσουν από 20 έως 1.300 άτομα.

Η μεγαλύτερη και πολυτελέστερη αίθουσα είναι η Jupiter, 850 τετραγωνικών μέτρων, με δυναμικότητα 1.300 συνέδρων σε διάταξη θεάτρου, η οποία ανακαινίστηκε πλήρως, προκειμένου να φιλοξενήσει την Κοινή Διάσκεψη Υπουργών Εξωτερικών και Άμυνας της Δυτικοευρωπαϊκής Ένωσης. Χαρακτηρίζεται από άριστη ακουστική και είναι εφοδιασμένη με σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης σε οκτώ γλώσσες.

Από τις νέες εγκαταστάσεις η μεγαλύτερη είναι η Αίθουσα των Ρόδων, 520 τ.μ, χωρητικότητας 650 συνέδρων σε διάταξη θεάτρου. Το Αμφιθέατρο των Δελφών, 450 τ.μ, είναι ένας αμφιθεατρικός χώρος πολλαπλών δυνατοτήτων σε 3 επίπεδα, με χωρητικότητα 600 συνέδρων σε διάταξη θεάτρου. Λόγω του πλεονεκτήματος του φυσικού φωτισμού, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολλών ειδών εκδηλώσεις.

Οι αίθουσες Nafsika και Nefeli μπορούν να χρησιμοποιηθούν για συναντήσεις μικρότερων ομάδων.

Είναι σημαντικό το γεγονός ότι όλες οι αίθουσες διαθέτουν δικό τους μεταφραστικό και οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Επιπλέον, ένα εντυπωσιακό φουαγιέ και ένα Atrium με Vip Lounge, τα γραφεία υποδοχής και το Business Center, διαμορφώνουν ένα χώρο 1400 τ.μ, ο οποίος μπορεί να φιλοξενήσει δεξιώσεις 2000 ατόμων.

Το μεγαλύτερο συνέδριο που πραγματοποιήθηκε στο συνεδριακό κέντρο και στο νησί της Ρόδου εν γένει είναι το Effort 2001, με τη συμμετοχή 5000 συνέδρων και 100 εταιρειών από 64 χώρες.

Ο 20^{ος} όροφος πύργος του πολυτελούς ξενοδοχειακού συγκροτήματος. ανακαινίστηκε πρόσφατα, εκτελώντας ένα φιλόδοξο επενδυτικό πρόγραμμα ύψους 3,5 δις. δραχμών, το οποίο είχε ως αποτέλεσμα τη ριζική deluxe αναδιαμόρφωση των χώρων του.

Στο σύνολό του, το συγκρότημα διαθέτει 785 δωμάτια, suites, bungalows, presidential suites & villas υψηλής αισθητικής, προσφέροντας όλες τις υπηρεσίες που απαιτούν οι σύγχρονοι επιχειρηματίες και VIPS.

13.3. ΚΩ - KIPRIOTIS VILLAGE

Η Κως θεωρείται ένας από τους βασικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας, τόσο λόγω της ιστορίας της όσο και λόγω της φυσικής ομορφιάς της.

Η εταιρεία Kipriotis Hotels, η οποία μέχρι σήμερα έχει να επιδείξει άριστης ποιότητας ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, δημιούργησε στην καρδιά του Αιγαίου το «συνεδριακό πάρκο της Ευρώπης».

Πρόκειται για ένα υπερσύγχρονο και πολυτελές συνεδριακό κέντρο πέντε αστέρων, το οποίο λειτουργεί από το 1998 και φιλοξενεί διεθνή συνέδρια υψηλού επιπέδου.

Οι εγκαταστάσεις του βρίσκονται στη θέση Ψαλίδι, 3 χιλιόμετρα από το λιμάνι της Κω και 25 χιλιόμετρα από το αεροδρόμιο.

Η κεντρική αίθουσα «Ιπποκράτης» είναι μία από τις μεγαλύτερες αίθουσες συνεδριάσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, διαστάσεων 1.708 τ.μ και χωρητικότητας 2.200 θέσεων, με άρτιο οπτικοακουστικό εξοπλισμό και δυνατότητα μετάφρασης σε 8 γλώσσες. Η αίθουσα υποδοχής, διαστάσεων 3.000 τ.μ, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σαν εκθεσιακός χώρος.

Το αμφιθέατρο «Πανάκεια» έχει δυναμικότητα 650 θέσεων, ενώ οι αίθουσες «Αίγλη» και «Ιασσώ» έχουν δυναμικότητα 500 θέσεων η κάθε μία. Η συνολική χωρητικότητα των 22 αιθουσών του Kos International Convention Center φτάνει τα 5.500 άτομα.

Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του συνεδριακού κέντρου, εκτός της δομής του και των υπηρεσιών που προσφέρει αυτόνομα, είναι ότι βρίσκεται ακριβώς δίπλα στο ξενοδοχειακό συγκρότημα Kipriotis Village 4 Superior, το οποίο μπορεί στα 651 bungalows του να φιλοξενήσει έως και 2.000 επισκέπτες.

Το Συνεδριακό Κέντρο υποστηρίζεται από άλλα δύο ξενοδοχεία: το νεόκτιστο, 5 αστέρων Deluxe Panorama Hotel, το οποίο διαθέτει 251 δωμάτια - σουίτες και το 4 αστέρων Hippocrates Palace 200 δωματίων.

Η Εταιρεία Κυπριώτη έχει επενδύσει εξίσου και στο προσωπικό της, το οποίο διαθέτει άριστη εκπαίδευση και εξειδίκευση γύρω από το αντικείμενο, ώστε να ανταποκρίνεται άψογα στις υψηλές απαιτήσεις της αγοράς.²¹

13.4. ΚΕΡΚΥΡΑ - GRECOTEL CORFU IMPERIAL

Σε απόσταση 10 λεπτών περίπου από το Grecotel Corfu Imperial (περιοχή Κομένου Κέρκυρας) και σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους βρίσκονται το νέο συνεδριακό κέντρο της Grecotel και το θεματικό χωριό. Η ευρύτερη περιοχή είναι καταπράσινη και ιδιαίτερα όμορφη. Όσον αφορά το συνεδριακό κέντρο, έχει δυνατότητα 1.400 θέσεων και διαθέτει χωριστούς χώρους συνεδρίασης και υπερσύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό.

Το κέντρο λειτουργεί από τον Σεπτέμβριο του 2000. Αξίζει να σημειώσουμε τη σημασία που δίνεται στη διατήρηση του τοπικού αρχιτεκτονικού χρώματος και στη διατήρηση του φυσικού τοπίου της περιοχής.

Το θεματικό χωριό που υπάρχει από το 1975 και σταμάτησε να λειτουργεί το 1995, ξεκίνησε να λειτουργεί εκ νέου και επαναφέρει αυθεντικές μνήμες της κερκυραϊκής ζωής του 19^{ου} αιώνα.

Με παραδοσιακά κτίρια, φούρνους, μπακάλικα, εκκλησίες και άλλους χώρους σύγχρονους, ικανούς να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες, διαμορφωμένους όμως, σύμφωνα με το χρώμα και το ύφος της παλαιάς εποχής, το χωριό μπορεί να φιλοξενήσει 1.400 άτομα ταυτόχρονα στην κεντρική του πλατεία και 800-850 σε στεγασμένο χώρο με πλήρως εξοπλισμένη «υπηρεσία κουζίνας», μπορεί να καλύψει τις ανάγκες που προκύπτουν, ενώ οι επισκέπτες

²¹ Βλ.: Ειδικό αφιέρωμα (2002), Περιοδικό «Business & Τουρισμός» Αθήνα, σελ. 24-26, 30-32.

μπορούν να παρακολουθήσουν όσα διαδραματίζονται γευματίζοντας καθισμένοι, σ' ένα απ' τα δέκα διαφορετικά επίπεδα με θέα στον κεντρικό χώρο, εκδηλώσεων ο οποίος θυμίζει θέατρο.²²

13.5. ΚΡΗΤΗ - CAPSIS BEACH HOTEL

Η εταιρεία Capsis Convention Centers & Resort Hotels. διαθέτει ακόμα ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων, το οποίο βρίσκεται στην ιδιωτική Χερσόνησο της Αγίας Πελαγίας, στο Ηράκλειο της Κρήτης, 22 χιλιόμετρα από την πόλη του Ηρακλείου και από το Διεθνές αεροδρόμιό του.

Το βραβευμένο «Capsis Beach Hotel & Sofitel Capsis Palace Convention Center». είναι το μοναδικό συνεδριακό κέντρο στη Μεσόγειο με 11 Ο συνεδριακές αίθουσες και συνολική χωρητικότητα έως 4.800 συνέδρους. Διαθέτει 3 συνεδριακά κέντρα, ενώ η μεγαλύτερη αίθουσα μπορεί να φιλοξενήσει έως 1.200 συνέδρους, η οποία μπορεί να διαιρεθεί και σε μικρότερες ανάλογα με τις ανάγκες του εκάστοτε συνεδρίου.

Το Εκθεσιακό Κέντρο του «Capsis Beach Hotel & Sofitel Capsis Palace Convention Center», εκτείνεται σε ένα μεγαλοπρεπή και λειτουργικό χώρο 1.140 τ.μ δημιουργώντας πάντα τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τη φιλοξενία σημαντικών εκθέσεων.

Το υπαίθριο αμφιθέατρο του κέντρου, δυναμικότητας 500 ατόμων, προσφέρεται και για καλλιτεχνικές συναντήσεις, αφού έχει ως επιπρόσθετο πλεονέκτημα την ειδυλλιακή θέα τη θάλασσα.

Το συνεδριακό κέντρο διαθέτει στο σύνολό του σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό και μεταφραστικές υπηρεσίες. Το εξειδικευμένο προσωπικό του και το προσωπικό service που παρέχει, ανταποκρίνονται σε συνέδρια υψηλών απαιτήσεων.

Το πολυτελές ξενοδοχειακό συγκρότημα «Capsis Beach Hotel & Sofitel Capsis Palace Convention Center», αναλαμβάνει τη φιλοξενία των συνέδρων σε 664 πλήρως ανακαινισμένα δωμάτια, εκ των οποίων 56 σουίτες, 3 προεδρικές σουίτες και Royal Villa με 3 ιδιωτικές πισίνες, Jacuzzi και Barbeque. Το

²² Βλ.: Ειδικό αφιέρωμα (1999), Περιοδικό «Τουρισμός & Οικονομία» Αθήνα, σελ. 106.

συγκρότημα διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο γυμναστήριο και κέντρο ομορφιάς και εγκαταστάσεις ποικίλων αθλητικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων.

Συνδυάζοντας τις επαγγελματικές υποχρεώσεις με την άνεση και την ψυχαγωγία, οι σύνεδροι και οι προσωπικότητες των διεθνών συνεδρίων απολαμβάνουν ένα εντυπωσιακό περιβάλλοντα χώρο με κήπους, λίμνες, καταρράκτες, θερμοκήπια, το μεγαλύτερο ιδιωτικό ζωολογικό κήπο της Ελλάδας, αρχαία από τη Μινωική περίοδο και δύο εκκλησάκια, ενώ οι επαγγελματικές τους ανάγκες και οι προσωπικές τους επιθυμίες, ικανοποιούνται άψογα και άμεσα από το ολοκληρωμένο service του ξενοδοχείου.

13.5.1. ΚΡΗΤΗ - CRETA MARIS

Το ξενοδοχείο Creta Maris των Maris Hotels πρωτοπορεί δημιουργώντας το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο της περιοχής. Έχοντας κατακτήσει το πρώτο Πιστοποιητικό Ποιότητας 1809001 στη Μεσόγειο, τείνει στο να «κατακτήσει» και τη συνεδριακή βιομηχανία, προσφέροντας στον χώρο ένα συνεδριακό κέντρο υψηλής ποιότητας και αντίστοιχων παροχών.

Το συνεδριακό κέντρο βρίσκεται κοντά στο κοσμοπολίτικο κόλπο της Χερσονήσου και απέχει 24 χιλιόμετρα, ανατολικά του Διεθνούς Αεροδρομίου του Ηρακλείου. Οι χώροι του κέντρου είναι λειτουργικοί, βασισμένοι στις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς και εξοπλισμένοι με την τελευταία τεχνολογία στα συστήματα μετάφρασης και οπτικοακουστικής.

Η αίθουσα «Zeus» και μόνο, έχει τη δυνατότητα να φιλοξενήσει συνέδρια 2.000 ατόμων, προσφέροντας παράλληλα όλες τις σύγχρονες τεχνολογίες και το εξειδικευμένο προσωπικό που απαιτεί ένα μεγάλο συνέδριο.

Ένα ακόμη ιδιαίτερο στοιχείο είναι το menu για τις εκδηλώσεις των συνεδρίων, τα οποία χαρακτηρίζονται από την ποικιλία, τη φαντασία, την άψογη εκτέλεση και παρουσίαση.

Το πρώτο συνέδριο με θέμα «Maris Hotels Ready to Meet the Challenge of the New Century» πραγματοποιήθηκε με επιτυχία το Φεβρουάριο του 2001, στοχεύοντας στην περαιτέρω εκπαίδευση του προσωπικού και τη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών των ξενοδοχείων. Ο συνδυασμός της πολυτέλειας και του παραδοσιακού, νησιώτικου στιλ, καθώς και η άνεση της διαμονής στα 697 δωμάτια, bungalows και σουίτες του ξενοδοχείου, προσελκύουν συνέδρια διεθνούς φήμης και συμμετοχών.²³

13.5.2. ΚΡΗΤΗ - PORTO ELOUNDA MARE

Εκλεπτυσμένο και φιλόξενο το Porto Elounda Mare δεν αποτελεί μόνο ένα πολυτελές θέρετρο αναψυχής αλλά κι ένα ζωντανό χώρο που κάθε γωνιά του, όλο τον χρόνο, προσφέρει ιδανικές συνθήκες διαμονής και ιδανικές συνθήκες διεξαγωγής ενός μικρού μεν - αλλά απαιτητικού σε προδιαγραφές ποιότητας συνεδρίου - ή όποιας άλλης συνάντησης εργασίας.

Σύνθημα και φιλοσοφία και βασική αρχή των δημιουργών του είναι η ποιότητα και σ' ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό είναι business...with pleasure! Οι δυνατότητες, το ύφος και η ταυτότητα της μονάδας το εγγυώνται.

Το Porto Elounda de luxe resort, μοναδικό μέλος της αλυσίδας Summit Hotels & Resorts στην Ελλάδα, είναι σχεδιασμένο από τον κ. Σπύρο Κοκοτό, δημιουργό όλων των ξενοδοχείων πολυτελείας στην Ελούντα.

Οι αίθουσες συνεδρίων, υπόδειγμα υψηλής αρχιτεκτονικής και αισθητικής, έχουν θέα στη θάλασσα και είναι άρτια εξοπλισμένες με τα πιο σύγχρονα μέσα υποστήριξης συνεδρίων και εκδηλώσεων.

Μια ομάδα έμπειρων στελεχών του συγκροτήματος παρέχει κάθε δυνατότητα οργανωτικής υποστήριξης για μια επιτυχημένη εκδήλωση.

Οι αίθουσες συνεδρίων «Isola di Candia» και «Τηλέμαχος» στεγάζονται στο κεντρικό κτίριο, είναι χωρητικότητας 250 συνεδρίων και 80 συνέδρων αντίστοιχα και διακοσμημένες με μοναδικές συλλογές, χαρτών της Κρήτης η μία, και παλαιών υφαντών η άλλη.

13.5.3. ΚΡΗΤΗ - ALDEMAR

Η Aldemar αποτελεί σήμερα μία από τις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές

²³ Βλ.: Ειδικό Αφιέρωμα (2002), Περιοδικό «Business & Τουρισμός» Αθήνα, σελ. 24, 28.

αλυσίδες στην Ελλάδα, με πέντε ιδιόκτητα ξενοδοχεία, συνολικής δυναμικότητας 5.000 κλινών και το πρώτο Κέντρο Θαλασσοθεραπείας στην Ελλάδα.

Όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας είναι τεσσάρων και πέντε αστέρων, είναι εγκατεστημένα στην Κρήτη (Royal Mare Village, Knossos Royal Village & Cretan Village).

Στο πλαίσιο της παροχής εξειδικευμένων και ποιοτικών υπηρεσιών, η Aldemar έχοντας εισχωρήσει δυναμικά στο χώρο του επαγγελματικού τουρισμού, διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για την οργάνωση και υλοποίηση επαγγελματικών και επιτυχημένων συνεδρίων και incentives σε συνδυασμό με την αναψυχή και τις διακοπές...Διεθνή συνέδρια και incentives μεγάλων εταιρειών, εμπιστεύθηκαν τα τελευταία χρόνια την εταιρεία.

Στην Κρήτη, το Aldemar Knossos Royal Village, διαθέτει αυτόνομο συνεδριακό κέντρο, συνολικής έκτασης 900 τ.μ. δύο υπερσύγχρονες συνεδριακές αίθουσες (400 και 500 ατόμων), οπτικοακουστικό εξοπλισμό που περιλαμβάνει overhead projectors, slide projectors, οθόνες προβολής, μικροφωνική καλωδιακή εγκατάσταση, ταυτόχρονο σύστημα μετάφρασης (μέχρι 4 γλώσσες), αλλά και βοηθητικές αίθουσες καθώς επίσης και ευρύχωρους κοινόχρηστους χώρους, που πλαισιώνουν το συνεδριακό κέντρο.

Υπαίθριοι χώροι, γύρω από την πισίνα αλλά και στην παραλία, ενδείκνυνται για την οργάνωση gala nights, και ειδικών θεματικών βραβείων, ενώ οι ίδιοι χώροι μπορούν να φιλοξενήσουν μέχρι 900 άτομα. Κι ακόμη... 364 μπαγκαλόους και 49 ανεξάρτητες βίλες με ιδιαίτερη πισίνα, 6 εστιατόρια, 40 μέτρων, θερμαινόμενη πισίνα, γυμναστήριο και εγκαταστάσεις για χερσαία και θαλάσσια σπορ.

Παραπλεύρως, η αλυσίδα διαθέτει δύο ακόμη ξενοδοχειακές μονάδες, το πολυτελές Royal Mare Village (415 δωμάτια bungalows) και το γραφικό Cretan Village (342 δωμάτια bungalows), τα οποία μπορούν να εξυπηρετήσουν μικρές συναντήσεις μέχρι 100 ατόμων. Το Κέντρο Θαλασσοθεραπείας Royal Mare Thalasso, σε άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο Knossos Royal Village και κάνει κάθε συνέδριο και incentive μια ξεχωριστή εμπειρία.²⁴

²⁴ Βλ. Ειδικό Αφιέρωμα (1999), Περιοδικό «Τουρισμός & Οικονομία» Αθήνα, σελ. 109, 112.

14. ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ

Σ' αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να γίνει μια αναφορά στις προσπάθειες που γίνονται από την πολιτεία, έτσι ώστε να ανοιχτούν οι δρόμοι για το μέλλον του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα.

14.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Μετά από χρόνια πολλά, γεμάτα λόγια και υποσχέσεις, το συνεδριακό κέντρο της Αθήνας φαίνεται ότι θα κατασκευαστεί την άνοιξη του 2004, δηλαδή πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, στις εγκαταστάσεις του Ανατολικού Αεροδρομίου του Ελληνικού. Μια ιδανική τοποθεσία, κοντά στο κέντρο της πόλης, στο λιμάνι, και έχει καλή πρόσβαση στο αεροδρόμιο. Οι υπάρχουσες υποδομές δεν απαιτούν πολύ χρόνο για να διαμορφωθούν κατάλληλα και, ήδη, οι επαγγελματίες οργανωτές το προβάλλουν όταν διεκδικούν συνέδρια στο εξωτερικό. Πρόκειται για ένα συνεδριακό κέντρο, δυναμικότητας 4500 θέσεων. Δεν προβλέπεται η κατασκευή άλλων έργων σ' αυτό το σημείο, θα γίνουν μόνο όσα χρειάζονται για την εξυπηρέτηση του κέντρου.

14.2 CONVENTION BUREAU

Μια απ' τις προτεραιότητες της επίσημης πολιτείας είναι η δημιουργία και η λειτουργία του ελληνικού Convention Bureau, στα μέσα του 2002.

Πρόκειται για μια αστική εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Θα ασχολείται με την προβολή της χώρας ως συνεδριακού προορισμού, εκμεταλλευόμενη τα χρήματα που θα διαχειρίζεται, τα οποία θα δίνουν όλα τα συνεργαζόμενα μέλη (Ο Σύνδεσμος των Επαγγελματιών Οργανωτών των Συνεδρίων, ο ΕΟΤ, ο ΗΑΤΤΑ, ο Δήμος Αθηναίων, η νομαρχία Αττικής, και ο ΣΕΟΕΣ). Θα μπει, δηλαδή, μέσα στα λόμπι που συζητούνται οι χώρες - συνεδριακοί προορισμοί. Διότι, αυτή τη στιγμή, σε τέτοια λόμπι η Ελλάδα δεν είναι μέσα.

Όσο για τη στελέχωση, υπάρχουν πολύ αξιόλογα άτομα από την Ελλάδα. Άλλωστε, χρειάζονται 3-4 άνθρωποι, ένας πολύ καλός διευθυντής και

μια καλή γραμματειακή υποστήριξη.

Αναμφισβήτητα είναι απαραίτητη η δημιουργία του Convention Bureau, γιατί θα είναι το βασικότερο εργαλείο του συνεδριακού κέντρου και για να υπάρχει σημείο αναφοράς. Διότι, χωρίς αυτό, δεν μπορούν εκείνοι οι οποίοι θέλουν να πραγματοποιήσουν ένα θα τους ενημερώσει, θα τους καθοδηγήσει, θα τους εξυπηρετήσει.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΠΟΨΗ

Η περιγραφή της παρούσας κατάστασης ουσιαστικά αποτέλεσε μια εξειδίκευση και κατά το δυνατόν ποσοτική τεκμηρίωση της αντίστοιχης προσέγγισης του θέματος που έχει σχέση με τον συνεδριακό τουρισμό.

Ωστόσο είναι γεγονός ότι η Ελλάδα τη χρονική περίοδο του 1940 βρισκόταν σε εμπόλεμη κατάσταση, πράγμα που σημαίνει ότι, βρισκόταν σε μια περίοδο πολιτικής, οικονομικής και κοινωνικής σύγχυσης. Είναι άξιο θαυμασμού, λοιπόν το γεγονός ότι η Ελλάδα κατάφερε, ως κατεχοχίν τουριστική χώρα, μέσα σε 60 μόλις χρόνια να περάσει από την οικογενειακή ξενοδοχειακή μονάδα, στη δημιουργία υποδομής του συνεδριακού τουρισμού.

Ως γνωστόν, ο τουρισμός βασίζεται στις ξενοδοχειακές μονάδες. Μέχρι και σήμερα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα κατευθύνεται από ιδιωτικά κεφάλαια. Έτσι, οι προσπάθειες που γίνονταν, ήταν κατά κύριο λόγο, προσπάθειες ιδιωτών, οι οποίοι προσπαθούσαν με οποιοδήποτε τρόπο μπορούσαν, να στηρίξουν και ν' αυξήσουν τα κεφάλαιά τους. Αυτό πολλές φορές, λειτουργούσε, παρασιτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού, προκαλώντας εστίες αθέμιτου ανταγωνισμού, κάτι το οποίο λειτούργησε ως τροχοπέδη στον τουρισμό. Δεν έπαψαν όμως ποτέ να υπάρχουν και οι ξενοδοχειακές μονάδες - αλυσίδες (μεγαθήρια), οι οποίες κινήθηκαν υποδειγματικά και παραδειγματικά, όχι μόνο για την Ελλάδα, αλλά και για το εξωτερικό.

Από την καταγραφή των δεδομένων προκύπτει ότι το 1985, νομοθετήθηκαν ευνοϊκές ρυθμίσεις, που ωφελούσαν τις μικρές οικογενειακές – ξενοδοχειακές μονάδες. Όπως ήταν λογικό, λοιπόν ξεφύτρωσαν παντού, τέτοιου είδους ξενοδοχειακές μονάδες. Με αλλά λόγια οποίος είχε την οικονομική δυνατότητα, να φτιάξει μια μονάδα 5 έως 10 δωματίων, αποκτούσε το δικαίωμα της χάραξης τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα. Δυστυχώς,

παρατηρήθηκαν απαράδεκτα φαινόμενα αντιμετώπισης τουριστών και παροχής υπηρεσιών, στο βωμό του εύκολου κέρδους. Η κατάσταση έφυγε από κάθε έλεγχο, επειδή στον χώρο μπήκαν ξαφνικά, μικροεπιχειρηματίες, οι οποίοι στερούνται την τουριστική παιδεία.

Η Ελλάδα όμως είναι προικισμένη γεωφυσικά αλλά και γεωγραφικά, σε αναφορά με το φαινόμενο του τουρισμού. Αυτό δεν μπορούσε να διαφύγει από το επιχειρηματικό μάτι, μεγαλοεπιχειρηματιών στον τουρισμό, ανά τον κόσμο. Έτσι δεν άργησε, ευτυχώς ή δυστυχώς να κάνει αισθητή την παρουσία του το ξένο κεφάλαιο στην Ελλάδα. Εταιρίες μεγαθήρια, όπως η TUI, και η LUFTHANSA έκαναν δυναμική την παρουσία τους στην Ελλάδα, κλείνοντας έτσι, τα περιθώρια πλέον, για «παιχνίδια» στον τουρισμό, χρησιμοποιώντας ως όπλα τους την πολυετή εμπειρία, το εξειδικευμένο προσωπικό, τις αεροπορικές τους Εταιρίες, τα ταξιδιωτικά γραφεία τους και τους TOUR OPERATORS, που έχουν, σε όλο τον κόσμο.

Αυτή η κατάσταση, σε συνδυασμό με το ότι οι πρώτοι απόφοιτοι Ελληνικών τουριστικών σχολών, έκαναν αισθητή την παρουσία τους και έβαλαν τον τουρισμό της Ελλάδας σε νέα βάση. Είναι η περίοδος όπου παίρνουν την κατάσταση στα χέρια τους πλέον, έμπειροι και καταρτισμένοι άνθρωποι του χώρου. Από τότε, έως και σήμερα, έγιναν αρκετές σοβαρές προσπάθειες για το μέλλον του τουρισμού στην Ελλάδα, δυστυχώς όμως η προσπάθεια ήταν μονόπλευρη.

Ίσως η σημερινή κατάσταση στον τουρισμό, να σηματοδοτήσει μια νέα εποχή, η οποία να χαρακτηρίζεται από σοβαρότητα δράσης, τόσο από την πλευρά του ιδιωτικού τομέα, αλλά κυρίως από την συνεργασία του ιδιωτικού κεφαλαίου, με το ενδιαφέρον του κρατικού φορέα στο Συνεδριακό Τομέα.

Πιστεύω ότι, η παρούσα κατάσταση, έχει την δυνατότητα να απογειώσει το Ελληνικό τουριστικό προϊόν, στους αιθέρες της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, δημιουργώντας ένα δυναμικό παρόν και στον τομέα του Συνεδριακού Τουρισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Κουμέλης Θεόδωρος (1989) «Ο Τουρισμός προς το 2000», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
2. Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
3. Μαγνίσαλης Κώστας, «Δημόσιες Σχέσεις» Interbooks, Αθήνα, 1988.
4. Πετρέας Χρ. «Τουριστικό Marketing», εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα, 1989.
5. Καπέλλος, Π. «Η σύγχρονη διεθνής φάση και η Ελληνική αφασία», Τουριστική Αγορά, Ιανουάριος 1991.
6. Κραβαρίτης Κώστας, «Αρχιτεκτονική και εξοπλισμός ξενοδοχείων», Αθήνα. 1986.

ΠΗΓΕΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

1. ANNUAL MAGAZINE GUIDE Νο 8 – 2001, ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ, ΑΘΗΝΑ.
2. ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ «BUSINESS & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», ΜΑΡΤΙΟΣ 2003.
3. ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ», Φάκελος Συνεδριακός Τουρισμός, 1998.

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΤΥΠΟΣ

1. Ημερήσια Πρωινή Οικονομική Εφημερίδα «Η Ναυτεμπορική», Ειδική Ετήσια Έκδοση, Μαΐος, 1997.

ΠΗΓΕΣ

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ – INTERNET

1. www.synedrio.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	4
1.1 Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	4
1.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
2. ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	8
2.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΥΝΕΔΡΙΑ	8
2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ – ΣΥΝΕΔΡΟΣ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
3. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
3.1 Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	10
3.2 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	10
3.2.1 Ο ΣΥΝΕΔΡΟΙ ΣΥΧΝΑ ΣΥΝΟΔΕΥΟΝΤΑΙ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
4. Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
5. Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥΣ	15
5.1 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
5.2 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΕΤΑΙΡΙΚΑ MEETINGS ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	

6. ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ.....	19
6.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ.....	19
6.2 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	21
6.2.1 ΦΟΡΕΙΣ ΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ	21
6.2.2 ΦΟΡΕΙΣ ΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ	21
6.3 ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	21
6.3.1 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	22
6.3.2 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	22
6.3.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΟΜΜΑΤΙΚΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ, ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ	23
6.3.4 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ.....	23
6.3.5 ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ	23
6.3.6 ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ.....	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7. ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ, ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ Ο ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	27
7.1 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	27
7.1.2 ΟΙ ΙΘΥΝΟΝΤΕΣ (ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΙ)	28
7.1.3 ΤΑ ΕΦΟΔΙΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ Ο ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	28
7.2 ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	30
7.2.1 ΕΝΑΛΛΑΓΗ ΧΡΗΣΕΩΝ.....	32
7.2.2 ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ	32
7.2.3. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ.....	35
7.2.4. ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ.....	36
7.3. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8. ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ.....	45
8.1. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.....	49
9.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ: ΚΟΙΝΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ.....	49

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

10. ΤΑ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	52
10.1. ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	52
10.2. ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	53
10.3. ΝΕΕΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ.....	54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

11. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	56
11.1. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	57
11.1.1. ΑΠΟΥΣΙΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	58
11.1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	58
11.1.3. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	60
11.1.4. ΤΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΟ	60
11.1.5. Η ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΤΗΣ ΥΠΑ.....	60
11.1.6 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	61
11.2. ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	61
11.2.1. ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ.....	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

12. Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	65
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

13. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	67
13.1. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - HELEXPO A.E.....	67
13.1.1. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - HYATT.....	68
13.2. ΡΟΔΟΣ - SOFITEL CAPSIS HOTEL	69
13.2.1. ΡΟΔΟΣ - RODOS PALACE.....	70
13.3. ΚΩ - KIPRIOTIS VILLAGE.....	72
13.4. ΚΕΡΚΥΡΑ - GRECOTEL CORFU IMPERIAL	73
13.5. ΚΡΗΤΗ - CAPSIS BEACH HOTEL	74
13.5.1. ΚΡΗΤΗ - CRETA MARIS.....	75
13.5.2. ΚΡΗΤΗ - PORTO ELOUNDA MARE.....	76
13.5.3. ΚΡΗΤΗ - ALDEMAR.....	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14

14. ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ.....	78
14.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ	78

14.2 CONVENTION BUREAU	78
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΑΠΟΨΗ	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	82
ΠΗΓΕΣ	82