

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ

ΛΙΟΚΑΛΟΥ ΕΙΡΗΝΗ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	5
1.1. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	5
1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	8
1.3. Η ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	9
1.4. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
1.5. ΔΙΑΡΚΕΙΑ – ΜΕΓΕΘΟΣ – ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ	22
2.1. Ο ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ	22
2.2. ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	25
2.3. ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΤΑ ΣΥΓΚΑΛΟΥΝ	28
2.4. ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	32
2.5. ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ.....	34
2.6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΟΦΕΛΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	35
2.7. ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	36
2.8. ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΕΝ ΠΛΩ.....	39
2.9. ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ «ΕΝ ΠΑΩ».....	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	46
3.1.ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	47
3.2. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ.....	54
3.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ, ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑ	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ Ο	

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	60
4.1. ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	60
4.2. ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ.....	66
4.3.Ο ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	78
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	84
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	85
ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	85
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	85
ΑΡΘΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ	86

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιομηχανία του Συνεδριακού Τουρισμού είναι σήμερα διεθνώς αναγνωρισμένη όσον αφορά τη συνολική προσφορά-συμβολή της στην οικονομία κάθε χώρας υποδοχής.

Ως εναλλακτική μορφή τουρισμού διαθέτει επίσης πολύ σημαντικό αναπτυξιακό δυναμικό. Οι σημαντικότερες θετικές οικονομικές επιδράσεις της βιομηχανίας αυτής είναι η συμβολή της στην απασχόληση καθώς και στην αύξηση του εισοδήματος τόσο σε εθνικό όσο και περιφερειακό επίπεδο.

Ο Συνεδριακός Τουρισμός παράλληλα συνδέεται με ένα εύρος άλλων κερδών (και δαπανών) πιο άυλης φύσης. Τα άυλα αυτά οφέλη περιλαμβάνουν τα σχετικά κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη της χώρας προορισμού, την ανταλλαγή των ιδεών, την καλλιέργεια των επιχειρησιακών επαφών, την παροχή φόρουμ για την παροχή ποιοτικού πακέτου εκπαίδευσης και κατάρτισης και τέλος τη διευκόλυνση των τεχνολογικών μεταφορών.

Αναγνωρίζοντας λοιπόν τη σημασία της ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού, σήμερα τα περισσότερα έθνη και πόλεις προσπαθούν να αναπτύξουν τις κατάλληλες στρατηγικές για να αποκτήσουν μια ανταγωνιστικότερη θέση στην παγκόσμια αγορά και παράλληλα να φιλοξενήσουν όσο το δυνατόν περισσότερες Διεθνείς Διασκέψεις σε ετήσια βάση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι ειδικοί και συγγραφείς του τουριστικού μάρκετινγκ¹ αναφερόμενοι στον όρο *συνεδριακός τουρισμός* τον προσεγγίζουν γενικά ως τη μετάβαση σε έναν τόπο ή πραγματοποίηση διαφόρων επαγγελματικών δραστηριοτήτων οι οποίες ταυτόχρονα συνυπάρχουν (σε μεγάλο ή μικρότερο ποσοστό) με την παραθεριστική, ταξιδιωτική ή περιηγητική δραστηριότητα καθώς επίσης και με την αναψυχή, με άλλα ενδιαφέροντα ή παραγωγικές δραστηριότητες τις οποίες πραγματοποιεί συνήθως μια ομάδα ανθρώπων με κοινό επαγγελματικό προσανατολισμό, ή μια επιχείρηση ή κάποιες οργανώσεις, σωματεία κλπ.

Βασικός σκοπός του συνεδριακού τουρισμού είναι η συνάντηση πολλών ατόμων και η μετάβασή τους σε έναν τόπο για την παρουσίαση απόψεων, την πληροφόρηση, την κατάρτιση, την επαφή και γνωριμία, την προώθηση των συμφερόντων της ομάδας κλπ.

Η λέξη Συνέδριο ως ουσιαστικό σημαίνει τη συνάντηση πολλών ατόμων σε ένα μέρος με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων ή την αντιμετώπιση προβλημάτων και την εξεύρεση λύσεων σε θέματα σοβαρά που αφορούν ένα σύνολο ανθρώπων που λειτουργούν και αποφασίζουν από κοινού.

¹ Αθανασίου, Λ. (2002) Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.

Με την πάροδο των χρόνων καθώς παρατηρείται εξέλιξη της τεχνολογίας, των μεταφορών και της διεθνοποίησης² έχει ως αποτέλεσμα την δυνατότητα πραγματοποίησης συναντήσεων -σε τακτά χρονικά διαστήματα- ανάμεσα σε ανθρώπους οι οποίοι λειτουργούν στον ίδιο επαγγελματικό χώρο αλλά σε διαφορετικό γεωγραφικό χώρο (ή και στον ίδιο πολλές φορές) όπου συγκεντρώνονται σε διάφορες αίθουσες (χώρους, κέντρα, συνεδριακός εξοπλισμός) που έχουν κατασκευαστεί με κατάλληλο τρόπο προκειμένου να καλύψουν αυτήν την ανάγκη, δηλαδή να μπορούν τα άτομα να συναντιούνται και να ανταλλάσσουν απόψεις και ιδέες.

Η αξία και η σοβαρότητα της «συνεδριακής» προσέγγισης όσον αφορά σε αυτή τη μορφή τουρισμού είναι γεγονός ότι είναι διευρυμένη, καθώς συγκαταλέγει όλο το φάσμα, από τις αυστηρά επαγγελματικές εκδηλώσεις, όπου ο παράγων «αναψυχή» ή είναι περιορισμένος ή δεν υφίσταται, μέχρι και τις εκδηλώσεις όπου το στοιχείο αυτό επικρατεί, ανάμεσα σε όλα τα άλλα ενδιαφέροντα, τα οποία στην ουσία υπάρχουν αλλά δεν έχουν τόση βαρύτητα. Στην τελευταία αυτή περίπτωση – δηλαδή όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους γίνεται, δεν είναι λίγες οι φορές όπου παρατηρείται ότι δεν υπάρχει διαφοροποίηση ανάμεσα στη συνεδριακή δραστηριότητα και στο γενικό τουρισμό αναψυχής. Παραδείγματος χάριν, όταν αναφερόμαστε στον τουρισμό κινήτρων ή “incentives”, εννοούμε στην προσφορά που παρέχει η επιχείρηση στους υπαλλήλους της προκειμένου να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους, δίνοντάς τους την δυνατότητα για δωρεάν διακοπές.

² Cooper C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill and r. Shepherd (1998). Tourism: Principles and Practice.. 2nd edition. Pearson, Essex.

Παρόλο που θεωρείται επαγγελματικός τουρισμός, στην πραγματικότητα δεν υφίσταται επαγγελματικό στοιχείο ή υπάρχει σε πολύ μικρό βαθμό.

Οι παράγοντες ή τα στοιχεία που συνθέτουν τη μορφή του συνεδριακού τουρισμού είναι τα εξής:³

- Οι σύνεδροι – τουρίστες
- Ο τουριστικός προορισμός/τόπος του συνεδρίου
- Ο χώρος στον οποίο θα πραγματοποιηθεί το συνέδριο
- Η οργανωτική δομή του συνεδρίου (οργάνωση, διοίκηση, κλπ.)
- Η τουριστική υποστήριξη του συνεδρίου, δηλαδή ο αριθμός των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται στους συνέδρους. Παράλληλα με την εξασφάλιση παροχής αυτών των υπηρεσιών οι οποίες χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικές αλλά στην ουσία είναι πολύ σημαντικές για την πραγματοποίηση ενός επιτυχημένου συνεδρίου, υπάρχουν και ορισμένες ακόμη υπηρεσίες πολύ βασικές στην επιτυχή ολοκλήρωση της οργάνωσης όπως:

1. Γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων
2. Επιχειρήσεις τροφοδοσίας συνεδριακών κέντρων
3. Υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης
4. Υλικά και εργασίες διαμόρφωσης εκθεσιακών χώρων
5. Μηχανογραφημένα προγράμματα διαχείρισης συνεδριακών εκδηλώσεων

³ Mcintosh, R.W. (2000). Tourism: Principles, Practices and Philosophies. 5th Edition, John

6. Γραφεία μεταφοράς και ξενάγησης των συνέδρων

7. Οργανωμένα γραφεία διερμηνέων συνεδρίων

1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από τη στιγμή που εμφανίστηκε στη Γη ο άνθρωπος, υπήρχαν συναντήσεις.⁴ Επίσης, με βάση αρχαιολογικές ανακαλύψεις, σήμερα γνωρίζουμε πως βρέθηκαν πρωτόγονα ερείπια τα οποία χρησιμοποιούσαν ως χώρους στους οποίους συγκεντρώνονταν οι άνθρωποι προκειμένου να συζητήσουν για θέματα κοινού ενδιαφέροντος, όπως σχέδια για το κυνήγι, πολεμικές δραστηριότητες, διαπραγματεύσεις για ειρήνη, ή την οργάνωση εορτών μιας φυλής. Κυρίως οι πόλεις αποτέλεσαν το βασικό σημείο για την ανθρώπινη δράση και την ανάπτυξη του εμπορίου.

Κατά την αρχαιότητα και συγκεκριμένα στη Ρώμη υπήρχε ένας αξιόλογος αριθμός κτιρίων τα οποία είχαν προσαρμοστεί κατάλληλα με σκοπό την διοργάνωση συζητήσεων και συναντήσεων. Υπήρχε, για παράδειγμα, η Αρχαία Ρωμαϊκή Αγορά (το γνωστό Forum). Η Αρχαία Αγορά αποτελούσε ένας δημόσιος χώρος ο οποίος βρισκόταν κεντρικά της πόλης και χρησίμευε για την ανάπτυξη δημόσιων συζητήσεων, για δικαστικά θέματα καθώς και για άλλα σημαντικά ζητήματα της πολιτείας.

Πολύ συχνά πολιτικές συζητήσεις καθώς και ιστορικοί λόγοι πραγματοποιούνταν σε βήματα ρητόρων (Rostra), ενώ οι συναντήσεις της

Wiley & Sons Inc, New York.

⁴ Montgomery, R. J. and Strick, S. K. (1995) Meetings, Conventions, and Expositions: An Introduction to the Industry. New York: Van Nostrand Reinhold.

Συγκλήτου γίνονταν στο Comitium. Ενώ παρατηρούμε ότι από αρχαιοτάτων χρόνων οι άνθρωποι είχαν αντιληφθεί τη σημασία που έχει η συγκρότηση-συνάθροιση ανθρώπων με σκοπό τη συζήτηση και επίλυση σοβαρών θεμάτων που τους αφορούσαν, ωστόσο οι πρώτες σοβαρές και ολοκληρωμένες προσπάθειες με σκοπό την ανάπτυξη του σύγχρονου συνεδριακού τουρισμού (όπως τον ονομάζουμε σήμερα) ξεκίνησαν τους τελευταίους δύο αιώνες, ειδικά στις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρώπη, ενώ τέλος, την μεγάλη ανάπτυξη και διάδοση γνώρισε ο συνεδριακός τουρισμός την δεκαετία του 1960.

1.3. Η ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

1.3.1. Οι εξελίξεις στον 19^ο και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα στις Η.Π.Α. και την Ευρώπη

Ανάμεσα στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και τις αρχές του 20^{ου}, η βιομηχανοποίηση επεκτάθηκε στις Η.Π.Α. καθώς και στην δυτική Ευρώπη. Χάρη στην ανάπτυξη της βιομηχανίας και ως επακόλουθο την ανάπτυξη του εμπορίου γρήγορα διαπιστώθηκε ότι όλοι οι επιχειρηματικοί κλάδοι χρειάζονταν να έχουν επαγγελματικούς χώρους στους οποίους θα μπορούσαν να συναντηθούν και να αναπτύξουν τις ιδέες τους, καθώς και να πάρουν αποφάσεις από κοινού.⁵

⁵ Falk, E.T. and Pizam, A.(1991). The United States meetings market. International Journal of Hospitality Management 10 (2), 111-118.

Σύμφωνα με τους μελετητές Falk και Pizam (1991)⁶ τις συναντήσεις αυτές δεν θα τις πραγματοποιούσαν αποκλειστικά και μόνον επιχειρηματίες και επαγγελματίες αλλά αντιθέτως, θα υπήρχε η δυνατότητα σε όσους ανθρώπους αναπτύσσουν ποικίλες δραστηριότητες -σε όλους τους τομείς- να μπορούν να συναντηθούν προκειμένου να συζητήσουν και να ανταλλάξουν ιδέες σε πολιτικά, θρησκευτικά, λογοτεχνικά, ψυχαγωγικά και διάφορα άλλα θέματα. Τελικά η πραγματοποίηση αυτού του οράματος επιτεύχθηκε καθώς γρήγορα αναπτύχθηκε ένα δίκτυο από συλλόγους, οι οποίοι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους επιζητούσαν να λαμβάνουν μέρος σε ετήσιες συναντήσεις μελών. Καθώς οι άνθρωποι κατάλαβαν πως τους ήταν απαραίτητο να δημιουργηθούν σύλλογοι για διάφορες κοινωνικές -και άλλες- δραστηριότητες στους οποίους θα λάμβαναν μέρος και θα έπαιρναν αποφάσεις επάνω σε σημαντικά ζητήματα, έγινε αντιληπτό στην αμερικανική κουλτούρα ότι έπρεπε να ενεργοποιηθούν για την κάλυψη αυτής της ανάγκης. Και η ανάγκη αυτή για την ανάπτυξη και συμμετοχή σε συλλόγους αποτέλεσε μέρος μιας σπουδαίας και ιδιαίτερης δημοκρατικής παράδοσης που, σύμφωνα με μελετητές, ανάγεται χρονολογικά από τους πρώτους άποικους και στις οργανωμένες τους θρησκευτικές συναντήσεις.⁷

Το πρώτο γραφείο συνεδρίων όσον αφορά πάντα τις Η.Π.Α. άνοιξε στο Detroit το 1896. Εκείνη τη χρονική περίοδο είχε παρατηρηθεί άνθιση του εθνικού εμπορίου κι έτσι έμποροι καθώς και επαγγελματικοί σύλλογοι έδειξαν

⁶ Falk, E.T. and Pizam, A.(1991). The United States meetings market. *International Journal of Hospitality Management* 10 (2), 111-118.

⁷ Falk, E.T. and Pizam, A.(1991). The United States meetings market. *International Journal of Hospitality Management* 10 (2), 111-118.

από κοινού εκδήλωση ενδιαφέροντος στο να κατορθώσουν να συναθροίζονται συγκεντρώνουν σε ένα σημείο τα μέλη τους με τη βοήθεια ενός είδος συνεδρίων σε διάφορες περιοχές σε ολόκληρη τη χώρα. Ως πρώτο βήμα η διεύθυνση ενός ξενοδοχείου αναλάμβανε να διαφημίσει μια περιοχή ή πόλη μέσω της διαφήμισης αλλά και δημιουργώντας και εξοπλίζοντας κατάλληλα ορισμένους χώρους για την πραγματοποίηση αυτών των συνεδρίων και συναντήσεων. Στην πορεία όπου τα οικονομικά οφέλη που πήγαζαν από την ανάπτυξη των συνεδρίων έγιναν αντιληπτά (και φυσικά αποδεκτά) από τις πόλεις, τότε συνέλαβαν την ιδέα οι επιχειρηματίες του Detroit να εντάξουν στο προσωπικό τους έναν πωλητή με σκοπό ο τελευταίος να αναλάβει τη διοργάνωση επιχειρηματικών συνεδρίων στην περιοχή. Αυτός ο τρόπος επιχειρηματικής στρατηγικής γρήγορα αποδείχθηκε έξυπνος και αποδοτικός με αποτέλεσμα να γίνει δημοφιλής κι έτσι κι άλλες πόλεις να λειτουργήσουν με τον ίδιο τρόπο μέσα στην επόμενη δεκαετία. Γραφεία συνεδρίων ιδρύθηκαν στο Cleveland το 1908, στο Denver και στο St. Louis το 1909, και στο Los Angeles το 1910.⁸

Ήταν τόσο μεγάλη η απήχηση που είχε η επιχειρηματική στρατηγική του Detroit που μέσα σε λίγα χρόνια παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των αριθμών των γραφείων συνεδρίων στις Ηνωμένες Πολιτείες, γεγονός που οδήγησε και στην ίδρυση του **International Association of Convention Bureaus (IACB)** το 1914. Οι βασικοί στόχοι του ήταν αφενός να παρέχει την δυνατότητα σε διάφορες επιχειρήσεις να πληροφορούνται οτιδήποτε αφορά σχετικά με την βιομηχανία συνεδρίων όσον αφορά στα μέλη της και αφετέρου

⁸ Rogers, T.,1998. Conferences: A twenty-first century Industry. Harlow: Addison Wesley Longman. Wesley Longman

να συμβάλλει στην προώθηση επαγγελματικών μεθόδων που θα βοηθήσουν στη δημιουργία και στην εξυπηρέτηση συνεδρίων και συναντήσεων. Η έντονη επιδίωξη επίτευξης απόκτησης όλο και περισσότερων επισκεπτών επιπλέον της βιομηχανίας συνεδρίων οδήγησε στην προσθήκη του γράμματος “V” για “Visitors” στο όνομα του οργανισμού το 1974, μετονομαζόμενος έτσι σε **International Association of Convention and Visitors Bureaus (IACVB)**. Τα μέλη του IACVB σταδιακά αυξήθηκαν και μόλις από είκοσι οκτώ που υπήρχαν το 1920, έγιναν σήμερα περίπου 500 γραφεία σε τριάντα χώρες, αντιπροσωπεύοντας περισσότερα από 1.200 επαγγελματικά μέλη.

Παρόλο που όπως είδαμε στις Η.Π.Α. υπήρξε έντονη δραστηριότητα και οργάνωση σχετικά με την ανάπτυξη και εξέλιξη του συνεδριακού τουρισμού, δεν συνέβη το ίδιο και με την Ευρώπη εκείνη την χρονική περίοδο.

Ο Rogers (1998)⁹ επίσης αναφέρει ότι η συνέλευση της Βιέννης, η οποία πραγματοποιήθηκε από τον Σεπτέμβριο του 1814 μέχρι τον Ιούνιο του 1815, δύναται να χαρακτηριστεί ως το πρώτο πραγματικό διεθνές συνέδριο κατά το οποίο ήταν πραγματικά εντυπωσιακή η συμμετοχή των αντιπροσώπων από τις περισσότερες παγκόσμιες δυνάμεις της εποχής. Παράλληλα ο Rogers τονίζει ότι από την διοργάνωση αυτού του μικρού αριθμού συνεδρίων (από τα οποία τα περισσότερα είχαν καθαρά επιστημονικό ή πολιτικό χαρακτήρα) και πραγματοποιήθηκαν στο υπόλοιπο του 19^{ου} αιώνα και στο πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα, δεν μπορούν να αξιολογηθούν ως σπουδαία, ενώ πραγματοποιούνταν σε αραιά χρονικά διαστήματα, επομένως δεν μπορούσαν

⁹ Rogers, T.,1998. Conferences: A twenty-first century Industry. Harlow: Addison Wesley Longman. Wesley Longman

να θεωρηθούν σαν μία βιομηχανία. Επίσης, η μορφή που είχαν οι επιχειρήσεις εκείνη την εποχή και οι ελλείψεις δυνατότητες που παρουσίαζαν δεν βοηθούσαν καθόλου στην διοργάνωση συνεδρίων όπου απόψεις και ιδέες θα μπορούσαν να ανταλλαχθούν. Ωστόσο οι σπουδαιότεροι παράγοντες που αποτέλεσαν σοβαρό εμπόδιο στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού εκείνη τη χρονική περίοδο ήταν το ξέσπασμα των δυο παγκοσμίων πολέμων που όπως γνωρίζουμε έγιναν στο πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα στην Ευρώπη, με αποτέλεσμα να ανακόψουν την δυναμική ανάπτυξη της βιομηχανίας στην περιοχή.

1.3.4. Η Βιομηχανία Συνεδρίων από τη δεκαετία του 1950 και έπειτα

Κατά την δεκαετία του 1950 και μετά η διεύρυνση της βιομηχανίας συνεδρίων πρέπει να αποδοθεί σε διάφορες συνθήκες που δημιουργήθηκαν αναφορικά και με την πλευρά της προσφοράς και με την πλευρά της ζήτησης. Οι συνθήκες αυτές που συνέβαλλαν στην μεγαλύτερη διάδοση του συνεδριακού τουρισμού έχουν άμεση σχέση με τους παράγοντες που κι εκείνοι με τη σειρά τους συνέβαλαν στην επιπλέον εξέλιξη του τουρισμού γενικά. Για παράδειγμα, η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, η όλο και αυξανόμενη εκδήλωση ενδιαφέροντος για τα ταξίδια, η επίτευξη απόκτησης περισσότερου ελεύθερου χρόνου και φυσικά η εξέλιξη και βελτίωση στις μεταφορές και στην τεχνολογία αποτέλεσαν πολύ σπουδαίους παράγοντες στην ανάπτυξη της βιομηχανίας συνεδρίων. Ο Lawson (1982)¹⁰ κάνει λόγο για έναν μεγάλο αριθμό παραγόντων ειδικά για τον συνεδριακό τουρισμό οι οποίοι συνετέλεσαν στην

¹⁰ Lawson, F., 1982. Conference and Convention Centres. London: Routledge.

γρηγορότερη και μεγαλύτερη ανάπτυξη του:¹¹

- Διεύρυνση των κυβερνητικών και άλλων οργανισμών, καθώς και μεγαλύτερη εκδήλωση ενδιαφέροντος και ανάγκης για πραγματοποίηση συναντήσεων μεταξύ των δημοσίων και των ιδιωτικών τομέων.
- Επέκταση των πολυεθνικών επιχειρήσεων και των πανεθνικών οργανισμών οι οποίοι στην ουσία επεδίωκαν (και επέβαλαν) με κάθε τρόπο την πραγματοποίηση περισσότερων συναντήσεων μεταξύ των διαφόρων τμημάτων τους και μεταξύ των διαφόρων περιοχών τους.
- Εξελίξεις και περισσότερες δράσεις όσον αφορά στα ενδιαφέροντα των συλλόγων και στις επαγγελματικές ομάδες και συλλόγους.
- Μεταβολές όσον αφορά στον τρόπο και τις μεθόδους των πωλήσεων και η χρησιμοποίηση των συνεδρίων για την προώθηση των πωλήσεων.
- Η ανάγκη για κατοχή των πιο πρόσφατων πληροφοριών και μεθόδων μέσω της εκπαίδευσης management μέσα στην εταιρεία. Επίσης, η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη και η συμμετοχή σε προγραμματισμένες συναντήσεις.
- Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού οδήγησε στην σταδιακή μελέτη και δημιουργία εξειδικευμένων συνεδρίων σε συγκεκριμένο αντικείμενο - κάθε φορά- κατά το οποίο θα μπορούσε ένα πρόσωπο που θα ήταν γνώστης να ενημερώσει και να μεταδίδει πληροφορίες σε σημαντικό ποσοστό ανθρώπων που δραστηριοποιούνταν περιφερειακά.

¹¹ Lawson, F., 1982. Conference and Convention Centres. London: Routledge.

Καθώς υπήρξε μεγάλη ανάγκη για πραγματοποίηση συναντήσεων και παρακολούθηση συνεδρίων και λόγω του ότι παρουσιάστηκαν αξιόλογα οικονομικά οφέλη από την ανάπτυξη αυτής της βιομηχανίας, αρκετές πόλεις σε ολόκληρη την υφήλιο εκδήλωσαν έντονο ενδιαφέρον να επενδύσουν σημαντικά χρηματικά ποσά προκειμένου να αναβαθμιστούν και να δημιουργήσουν ειδικούς χώρους (αίθουσες, κέντρα κλπ) οι οποίοι θα ήταν κατάλληλα εξοπλισμένοι προκειμένου να μπορούν να πραγματοποιούνται απρόσκοπτα αυτές οι συναντήσεις και φυσικά η χώρα-προορισμός να γίνεται οικονομικά πιο ισχυρή. Παράλληλα, η αντιπροσώπευση και η κοινή πορεία και κατεύθυνση της βιομηχανίας μέσω των διεθνών, των εθνικών και των τοπικών συλλόγων αναπτύχθηκε εξίσου σε αξιόλογο βαθμό.¹²

1.4. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με την διάρκεια, το μέγεθος και τον χρόνο και τόπο διεξαγωγής τους.¹³

- Διάρκεια
- Μέγεθος
- Χρόνος- Τόπος διεξαγωγής

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

¹² Lawson, F., 1982. Conference and Convention Centres. London: Routledge.

¹³ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

1. τη χώρα προέλευσης
2. το οικονομικό αποτέλεσμα
3. τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου
4. τα μέσα μεταφοράς
5. τη χρηματοδότηση της μετακίνησης
6. τη μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη
7. το φύλο των μετακινούμενων
8. την ηλικία των μετακινούμενων
9. τον αριθμό των μετακινούμενων
10. το συγκεκριμένο επαγγελματικό σκοπό

1.5. ΔΙΑΡΚΕΙΑ – ΜΕΓΕΘΟΣ – ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Είναι γεγονός πως το μεγαλύτερο ποσοστό των διεξαχθέντων συνεδρίων δεν υπερβαίνουν τις 4 με 5 μέρες.¹⁴ Εκτιμάται σήμερα πως το 37,7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 μέρες, ενώ μόλις το 19,8% 6-8 μέρες. Ωστόσο είναι

σημαντικό να αναφερθεί πως οι διεργασίες που πραγματοποιούνται εντός της ολοκλήρωσης των συνεδρίων γίνονται σε εργάσιμες μέρες, ενώ ορισμένοι σύνεδροι έρχονται νωρίτερα από την προκαθορισμένη ημερομηνία, είτε παραμένουν μετά την ολοκλήρωση των εργασιών. Αυτό το γεγονός σε κάθε περίπτωση παρατείνει την παραμονή του συνεδριακού τουρίστα και ως επακόλουθο, αυξάνονται και τα τουριστικά του έξοδα.

ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Όσον αφορά αυτόν τον παράγοντα δεν υπάρχει καθορισμένο μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθος του επηρεάζεται ανάλογα με τις συνθήκες κάτω από τις οποίες διεξάγεται. Πιο συγκεκριμένα, ο φορέας που αναλαμβάνει την οργάνωση ενός συνεδρίου στην ουσία διαμορφώνει και το μέγεθος του συνεδρίου. Ανάλογα με τον αριθμό και το πόσο συχνά ο φορέας διοργανώνει συνέδρια, το πόσο ενδιαφέρον παρουσιάζει το θέμα του συνεδρίου, ο προορισμός (πόλη) στον οποίο διεξάγεται το συνέδριο καθώς και οι εγκαταστάσεις που επιλέχθηκαν, οι ημερομηνίες στις οποίες θα πραγματοποιηθεί, διαδραματίζουν τον βασικότερο ρόλο και στο βαθμό συμμετοχής και στο τελικό μέγεθος.

Η πλειοψηφία των συνεδρίων αφορά συνέδρια μικρού μεγέθους μέχρι και 100 άτομα. Τα ποσοστά είναι τα εξής :¹⁵

¹⁴ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

¹⁵ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

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 **501-1000** άτομα.

Το **5,8%** των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως **1001-2500** άτομα.

Το **2,8%** των συνεδρίων αφορά συνέδρια πάνω από **2500** άτομα.

Παράλληλα με τον σκοπό που εξυπηρετεί ένα συνέδριο, είναι γεγονός πως η συμμετοχή του σε αυτό παρέχει τη δυνατότητα στα άτομα που θα λάβουν μέρος να «ξεφύγουν» για μικρό χρονικό διάστημα από την ρουτίνα που έχει η ζωή των περισσότερων ανθρώπων. Επίσης αρκετές φορές δίνεται η ευκαιρία μέσω της συμμετοχής σε ένα συνέδριο να συνυπάρξει με την πραγματοποίηση ολιγοήμερων διακοπών, παρόλο που οι σύνεδροι δεν έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο.

Ένας ακόμη σοβαρός παράγοντας που επηρεάζει στην απόφαση διεξαγωγής του συνεδρίου είναι και εάν θα λάβει μέρος σε συγκεκριμένο συνέδριο και ο άνθρωπος ο οποίος θα τον / την συνοδέψει. Ένα μεγάλο ποσοστό των συνεδρίων επιλέγει να συνοδεύεται από κάποιο πρόσωπο.

Τόσο ο φορέας που αναλαμβάνει τη διεξαγωγή του συνεδρίου όσο και ο προορισμός στον οποίο θα πραγματοποιηθεί το εν λόγω συνέδριο είναι αυτονόητο πως (για διαφορετικούς λόγους ο καθένας) και οι δυο επιθυμούν να τραβήξουν το ενδιαφέρον των συνοδών. Οι συνοδοί από την πλευρά τους έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο και υψηλή τουριστική δαπάνη η οποία εμπεριέχει

μια σειρά από υπηρεσίες όπως εκδρομές, αγορές κλπ. Στους 10 συνέδρους, οι 3 συνοδεύονται.¹⁶

ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Δυο στοιχεία τα οποία αποτελούν σπουδαίας σημασίας για την επιτυχή διεξαγωγή ενός συνεδρίου είναι α) ο χρόνος και β) ο τόπος (προορισμός, πόλη).¹⁷ Ωστόσο παρεμβαίνουν και κάποιοι ακόμη παράγοντες που επηρεάζουν κι αυτοί σημαντικά το αποτέλεσμα ενός συνεδρίου. Πιο αναλυτικά πρόκειται για τις κλιματολογικές συνθήκες οι οποίες υπάρχουν σε μια περιοχή καθώς και οι επαγγελματικές δραστηριότητες των υποψηφίων συνέδρων εκείνη την συγκεκριμένη εποχή. Οι μήνες οι οποίοι είναι οι πιο διαδεδομένοι για την πραγματοποίηση συνεδρίων είναι ο Μάιος και ο Σεπτέμβριος, ενώ οι μήνες στους οποίους η ζήτηση είναι πολύ μικρή ή ανύπαρκτη είναι ο Ιανουάριος (ενδεχομένως λόγω του ότι είναι εποχή όπου επικρατούν γιορτές).

Αναφορικά με τον τόπο διεξαγωγής τα κριτήρια επιλογής είναι τα εξής :

1. Η ύπαρξη της κατάλληλης συνεδριακής και υλικοτεχνικής υποδομής, αποτελεί ο σπουδαιότερος λόγος από πλευράς του φορέα ο οποίος θα αναλάβει τη διεξαγωγή του συνεδρίου.
2. Η εύκολη πρόσβαση σε συνδυασμό πάντα με τον προορισμό-χώρα ή τον

¹⁶ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

¹⁷ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

τόπο προέλευσης του μεγαλύτερου αριθμού των συνέδρων.

3. Η χιλιομετρική απόσταση που υπάρχει ανάμεσα στον τόπο προορισμού και προέλευσης των συνέδρων

4. Η ύπαρξη ή όχι σωστής και ικανοποιητικής υποδομής που έχει δημιουργήσει η χώρα καθώς και η ειδικότερη που αφορά το συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου, πρόσθετα ταξίδια, ψυχαγωγικές εκδηλώσεις κ.ά.

5. Ο σωστός τρόπος προβολής και ανάδειξης ενός συγκεκριμένου τόπου, δηλαδή η θετική εικόνα που δίνει προς τα έξω ως προορισμός ο οποίος έχει την ανάληψη πραγματοποίησης συνεδρίων, εάν η πόλη έχει βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία όπως: ήσυχο και γραφικό χρώμα, πολιτιστική ή πνευματική κληρονομιά, επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα, με ειρηνικές δραστηριότητες.

6. Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν. Η Ευρώπη σαν ήπειρος δέχεται το **60,5%** του ολικού αριθμού των συνεδρίων , η Β. Αμερική το **15%** , η Ασία το **12,5 %** , η Αφρική το **4,4%** και η Αυστραλία το **2,2%** .¹⁸

Οι πόλεις της Ευρώπης οι οποίες θεωρούνται οι πιο δημοφιλείς προορισμοί λόγω της άρτιας υποδομής που έχουν είναι το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, ενώ στις Η. Π .Α είναι η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη. Επίσης, μια πόλη της Ευρώπης είναι το Ελσίνκι, η πρωτεύουσα της Φιλανδίας που παρά τον παρατεταμένο χειμώνα και παρόλο που χαρακτηρίζεται ως μια

¹⁸ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

πολυδάπανη πρωτεύουσα, έχει μεγάλο μέρος στη διεθνή συνεδριακή "πίτα" ¹⁹

Υπάρχουν επίσης και άλλοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν σημαντικά στην απόφαση επιλογής των πόλεων καθώς πολλά διεθνή συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη, αλλά επιλέγεται κάποια άλλη χώρα από τις υποψήφιες. Στην περίπτωση όπου χορηγοί ανήκουν σε διαφορετικές εθνότητες τότε γίνονται σοβαρές προσπάθειες να επιλεγεί η χώρα ή η πόλη που υπάρχει κάποιο ενδιαφέρον εκ μέρους τους. Αφού επιλεγεί η χώρα και η πόλη έρχεται η σειρά επιλογής του ξενοδοχείου. Τα τελευταία χρόνια αρκετοί επιλέγουν το κρουαζιερόπλοιο για το συνέδριο τους. Αυτή η επιλογή αυξάνεται σταθερά, ειδικά για μικρά και μεσαία συνέδρια.²⁰

¹⁹ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

²⁰ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ

2.1. Ο ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ 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 στην επόμενη ενότητα.²¹

2.1.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Τα συνέδρια στην ουσία αποτελούν συνάντηση-συνάθροιση ατόμων οι οποίοι έχουν κοινά σημεία και στόχους, όπου έτσι έρχονται σε επαφή, συνεδριάζουν, συσκέπτονται και συναποφασίζουν.

Το θέμα το οποίο θα απασχολήσει το συνέδριο προσδιορίζεται γενικότερα από την κοινή ιδιότητα, κάτω από την οποία έρχονται σε επαφή οι συμμετέχοντες. Δύναται να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο.

Σε όλη τη διάρκεια διεξαγωγής κυρίως συνεδρίου, θεωρείται απαραίτητο να είναι διαθέσιμη μια κατάλληλα εξοπλισμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο μεγέθους ανάλογα με τον αριθμό των συνέδρων.

²¹ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

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

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.²²

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.

FORUM (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

²² Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα

μόρφωση κάποιων ατόμων.

«WORKSHOPS»

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

MEETINGS (ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ)

Αφορά τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις.

2.2. 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:²³

- ❖ Την υπόστασή τους
- ❖ Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους
- ❖ Τους στόχους τους

Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

²³ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

- ❖ Τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας του

2.2.1. ΦΟΡΕΙΣ ΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

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

- Μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

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

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

- 1) Ε.Ο.Τ. που διαθέτει τμήμα συνεδριάσεων και εκθέσεων,

- 2) Υπουργείο Πολιτισμού, η Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης,
- 3) Γενική Γραμματεία Ερευνών και Τεχνολογίας (Γραφείο επιστημονικών Τεχνολογικών Συνεδρίων),
- 4) η Δ.Ε.Θ. (HELEXPO),
- 5) Ο ιδιωτικός τομέας
- 6) Εκπαιδευτικά κέντρα

Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και αυτό συμβαίνει συνήθως στον χώρο των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες «σύλλογος», «εταιρεία», «σύνδεσμος».

-Φορείς με Επιχειρησιακό χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδος νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί, μπορεί να είναι πολυεθνικοί, εφόσον οι δραστηριότητες τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες του εξωτερικού. Οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούν αυτές οι επιχειρήσεις έχουν καθαρά ενδοεπιχειρησιακό χαρακτήρα και ονομάζονται επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις που αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα αποτελούν μια σημαντική αγορά με έντονο ενδιαφέρον. Οι συναντήσεις αυτές αφορούν :

- συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα

(οργάνωσης , παραγωγής , πωλήσεων κλπ),

- ❑ συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων όπως διοικητικών συμβουλίων, επιτροπών κλπ,
- ❑ παρουσιάσεις νέων προϊόντων,
- ❑ σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα,
- ❑ συνελεύσεις μετόχων,
- ❑ συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων (incentives).²⁴

2.3. ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΤΑ ΣΥΓΚΑΛΟΥΝ

2.3.1. 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,

²⁴ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

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.

2.3.2. 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.²⁵

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.

²⁵ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

2.3.3. 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.

2.3.4. 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.²⁶

²⁶ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

2.3.5. 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 η 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.

2.3.6. 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 παρευρίσκονται, να γνωρίσουν καλύτερα τα καινούρια στελέχη τους που εκπαιδεύονται.²⁷

²⁷ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα

2.3.7. ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΟΙ

Οι σύνεδροι αποτελούν τον σκοπό της ύπαρξης του συνεδριακού τουρισμού. Είναι γεγονός πως η επιτυχής έκβαση του συνεδρίου εξαρτάται από το πόσο υψηλό θα είναι το ποσοστό που θα λάβει μέρος. Παράλληλα οι επιδιώξεις των μετεχόντων συνέδρων είναι διαφορετικές καθώς επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες όπως: το φύλο, την ηλικία, την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος στο συνέδριο καθώς και από το εάν συνοδεύονται ή όχι.²⁸

Οι σύνεδροι δείχνουν με διαφορετικό τρόπο το ενδιαφέρον τους ή όχι (ακόμη και ενθουσιασμό) όσον αφορά τους λόγους και την επιτυχία του συνεδρίου. Δεν είναι λίγες οι φορές όπου η πραγματοποίηση ενός συνεδρίου αποτελεί την ευχάριστη δυνατότητα για τα πρόσωπα που θα λάβουν μέρος να αλλάξουν περιβάλλον και ατμόσφαιρα και παράλληλα να ψυχαγωγηθούν, ακόμη και οι οργανωτές δίνουν σημασία σε αυτό το κομμάτι που προσφέρει κάθε συνέδριο.

Οι σύνεδροι επίσης αφενός λόγω του υψηλού ποσοστού τους και ιδιαίτερα της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης αποτελούν ένα διαφημιστικό πλεονέκτημα όχι μόνο για το ξενοδοχείο αλλά και για τον τόπο φιλοξενίας.

2.4. ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι μια από τις πλέον προνομιακές χώρες για την

Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

²⁸ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

πραγματοποίηση συνεδρίων, καθώς είναι προικισμένη με φυσική ομορφιά, κουλτούρα και έθιμα.

Προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού :²⁹

Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική κατάσταση. Η προϋπόθεση αυτή αφορά τον τουρισμό στο σύνολο του και ιδιαίτερα το συνεδριακό. Κρίση τύπου κόλπου- Γιουγκοσλαβίας αναβάλουν επ' αόριστον συνέδρια ή και τα ματαιώνουν.

Συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή. Η άρτια και εξειδικευμένη υποδομή αποτελεί βασικό κριτήριο που ζητά πάντα ο φορέας. Αυτή η υποδομή βρίσκεται είτε σε ξενοδοχείο είτε σε αυτόνομα συνεδριακά κέντρα. Η πολιτεία έχει καθορίσει προδιαγραφές που καλύπτουν πλήρως τα συνεδριακά κέντρα και τις συνεδριακές αίθουσες σε ξενοδοχείο.

Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών με ανάλογες υπηρεσίες και αξιοθέατα σε κοντινές σχετικά αποστάσεις είναι κάτι που διαθέτει η Ελλάδα.

Εύκολη πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης που προϋποθέτει αεροδρόμια κοντά στα συνεδριακά κέντρα, απευθείας πτήσεις από και προς την πόλη των συνεδρίων.

Γενικότερη υποδομή του χώρου υποδοχής. Αυτή η προϋπόθεση απαιτεί καλούς δρόμους, συγκοινωνίες, επικοινωνίες, νοσοκομεία, πάρκα και απαιτούνται και από τον απλό κάτοικο του τόπου.

Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες

Η εικόνα που έχει καθιερώσει η χώρα ή ο τόπος προορισμού. Η προϋπόθεση αυτή αφορά το χαρακτήρα του τόπου:

²⁹ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

1. Ήσυχος και με γραφικό χαρακτήρα
2. Με πολιτιστικά και πνευματικά ενδιαφέροντα
3. Με έντονη επιστημονική έρευνα Με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες
4. Με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα

Η χώρα ή ο τόπος προορισμού να είναι γνωστός και να θεωρείται «in».

Αυτή η προϋπόθεση είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς ο τόπος προορισμού δεν πρέπει απλώς να είναι γνωστός αλλά να εντυπωσιάσει τον επισκέπτη πριν ακόμα φθάσει εκεί.³⁰

2.5. ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Οι κοινωνίες υποδοχής που φιλοξενούν συνέδρια αποκομίζουν ένα σημαντικό αριθμό οφελών από αυτά. Συνοπτικά αναφέρονται παρακάτω τα οφέλη διεξαγωγής συνεδρίων σε ένα προορισμό:

- ❑ Συμβάλουν στην προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου ανάλογα με το επίπεδο της έκτασης αυτού (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, διεθνές, παγκόσμιο).
- ❑ Λόγω του ότι συνήθως τα άτομα που συμμετέχουν σε συνέδρια έχουν υψηλή κοινωνική και οικονομική θέση, διαφημίζεται χωρίς έξοδα και σε μεγάλο βαθμό ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου.
- ❑ Η πετυχημένη διεξαγωγή συνεδρίου δημιουργεί προϋποθέσεις για

³⁰ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

ανάληψη και διεξαγωγή μελλοντικών συνεδρίων καθώς και επιστροφή σε αυτόν τον προορισμό των συνέδρων με άλλη ιδιότητα (π.χ. τουρίστες).

□ Για να δημιουργηθεί η απαραίτητη υλικοτεχνική υποδομή για διεξαγωγή συνεδρίων, είναι αναγκαία η επένδυση μεγάλου κεφαλαίου. Αυτό σημαίνει ότι λόγω του όγκου της επένδυσης, η περιοχή που διεξάγονται συνέδρια συγκεντρώνει τουρίστες με υψηλά εισοδήματα. Ως αποτέλεσμα αυτού δίδεται η δυνατότητα μεγαλύτερων κερδών τόσο στις τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής όσο και στους κάτοικους της κοινωνίας υποδοχής των τουριστών.

□ Τα συνέδρια επιτρέπουν την διασπορά (διασκορπισμό) της τουριστικής κίνησης σε μεγαλύτερα χρονικά και γεωγραφικά πλαίσια :

□ Μπορούν να κατευθύνουν τον τουρισμό σε μη παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς.

□ Μπορούν να παρέχουν τουρισμό πέρα από περιόδους τουριστικής αιχμής (high season), με αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών των επιχειρήσεων και την διεύρυνση των θέσεων και χρόνου εργασίας.³¹

2.6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΟΦΕΛΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

Όπως έχει τονιστεί παραπάνω, τα οφέλη που προκύπτουν για τον τόπο υποδοχής και φιλοξενίας των συνεδρίων είναι πολλά και ποικίλα. Πιο

³¹ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

συγκεκριμένα όσο αφορά τις ξενοδοχειακές μονάδες τα συνέδρια τις βοηθούν σε περιόδους χαμηλής πληρότητας και τις προσδίδουν, στο μέλλον, σημαντικά οφέλη που απορρέουν από την προβολή της.³²

Ειδικότερα, η τιμολόγηση ανά άτομο στα συνέδρια τιμολογούνται υψηλότερα από ότι στην παροχή των ίδιων αγαθών από άλλα τμήματα της επιχείρησης (εστιατόριο, bar) αποτέλεσμα, με το ίδιο κόστος παροχής προϊόντος, η ξενοδοχειακή επιχείρηση αυξάνει το κέρδος της.

Επίσης δίδεται στην ξενοδοχειακή επιχείρηση η δυνατότητα καλύτερης αξιοποίησης χώρων, πολλές φορές και μη λειτουργικών, με άμεση συνέπεια την αύξηση εκμετάλλευσης του χώρου του ξενοδοχείου.

Επιπλέον, το ωράριο εργασίας του προσωπικού της ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί -να προσαρμοσθεί και να επαναπροσαρμοσθεί ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης, σε καλύτερη βάση, αφού οι όποιες παρεχόμενες εκδηλώσεις είναι από πολύ πριν προγραμματισμένες και η όποια πρόβλεψη αναγκών μπορεί να προγραμματιστεί απαλλαγμένη από πίεση χρόνου.³³

2.7. ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

A. ΤΟ MANAGEMENT ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ

³² Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

³³ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Ένα συνέδριο συνδυάζει την παροχή όλων των προσφερόμενων από το ξενοδοχείο υπηρεσιών. Κατά συνέπεια είναι μεγάλη η ανάγκη του σωστού προγραμματισμού και συντονισμού όλων των απαραίτητων λειτουργιών.

Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες -που ένα σημαντικό μέρος της πελατείας τους αποτελείται από συνέδρια- έχουν υπεύθυνο συντονιστή της προετοιμασίας και διεξαγωγής τους. Αυτός είναι ο διευθυντής συνεδρίων.

Πιο συγκεκριμένα στις "εργασίες" του διευθυντή συνεδρίων αναφέρεται:³⁴

1. Παραλαμβάνει την σχετική αλληλογραφία με τον πελάτη, καθώς και το ιδιωτικό συμφωνητικό που έχει υπογραφεί.
2. Πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο «εκδηλώσεων - συνεδρίων»
3. Έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές των συνεδρίων και δημιουργεί μαζί τους πνεύμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας.
4. Ενημερώνει γραπτά όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα. Αποστέλλονται στα μέλη του φορέα τα σχετικά έντυπα κρατήσεων. Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τους υποψήφιους συνέδρους, θα επιστραφούν και θα επέχουν θέση εντολής κράτησης,
5. Συγκαλεί εσωτερικές συσκέψεις με τους υπευθύνους των τμημάτων που θα συνεργαστούν για την διεξαγωγή.
6. Προσκαλεί τους οργανωτές ή και τους εκπροσώπους του φορέα, σε κοινή σύσκεψη λίγες μέρες πριν από την έναρξη του συνεδρίου.
7. Επιβλέπει, παρακολουθεί και ελέγχει κατά την διάρκεια του συνεδρίου,
8. Ρυθμίζει σε συνεργασία μετά την διεξαγωγή, θέματα τελικής χρέωσης.

³⁴ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Είναι σαφές ότι ορισμένα από τα στάδια αυτά συμπυκνώνονται, ή δεν υπάρχουν καθόλου σε ορισμένες περιπτώσεις.³⁵

B. ΠΩΛΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Η επιχείρηση που παρέχει την εκδήλωση, σε συνεννόηση με τον υποψήφιο πελάτη, πριν από την εκδήλωση, καταρτίζουν ένα συμφωνητικό που περιλαμβάνει τις λεπτομέρειες της εκδήλωσης. Αυτό το συμφωνητικό δεσμεύει τόσο τον πελάτη, όσο και την επιχείρηση και αποτελεί την βάση μιας επιτυχημένης εκδήλωσης. Τα κυριότερα στοιχεία που αναφέρονται σε αυτό το συμφωνητικό είναι:

- Νούμερο εκδήλωσης (για το συγκεκριμένο ημερολογιακό έτος που λαμβάνει χώρα η εκδήλωση, πόσες άλλες εκδηλώσεις του ίδιου χαρακτήρα έχουν πραγματοποιηθεί)
- Επωνυμία οργανωτή
- Τύπος εκδήλωσης
- Μικρότερος δυνατός αριθμός συμμετεχόντων
- Μεγαλύτερος δυνατός αριθμός συμμετεχόντων
- Οργανωτής
- Οδηγίες πληρωμής
- Μενού - Ποτά
- Service.
- Διαμόρφωση χώρου εκδήλωσης
- Διακόσμηση χώρου εκδήλωσης

³⁵ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

- ❑ Παρεχόμενα οπτικοακουστικά μέσα
- ❑ Διασκέδαση συμμετεχόντων
- ❑ Ασφάλεια

Η επιχείρηση που αναλαμβάνει να διοργανώσει την εκδήλωση πρέπει να δώσει προσοχή στους παρακάτω παράγοντες και σημεία:

- Χαρακτηριστικά του πελάτη (φερεγγυότητα, φήμη κλπ)
- Χαρακτηριστικά συνδαιτυμόνων εκδήλωσης
- Ημερομηνία πραγματοποίησης εκδήλωσης
- Είδος- Χαρακτηριστικά εκδήλωσης
- Χώρος εκδήλωσης
- Στυλ εκδήλωσης (ιδιαίτερες ανάγκες)
- Συμμετέχοντες στην εκδήλωση
- Μενού- ποτά- επιπρόσθετες υπηρεσίες εκδήλωσης
- Ελάχιστη χρέωση- τρόπος πληρωμής
- Προκαταβολή- ρήτρα επιβεβαίωσης.³⁶

2.8. ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΕΝ ΠΛΩ

Μια ιδιαίτερη μορφή συνεδρίου έχει ξεκινήσει τα παρθενικά της βήματα και στον ελλαδικό χώρο. Μια πρωτοτυπία, ένα νέο προϊόν που σαν βάση του έχει το πλοίο. Το πλοίο, το οποίο παύει πλέον να είναι ένα μεταφορικό μέσο μόνο, μια και στον 20ο αιώνα εκτός από μεταφορά μπορεί να προσφέρει διαμονή, διατροφή και ψυχαγωγία.

³⁶ Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Η νέα αυτή μορφή συνεδρίων πάνω σε πλοία, είναι πολύ προσιτή αφού για ακόμη μια φορά γίνεται συνδυασμός της εργασίας με την αναψυχή. Πολλές είναι οι εταιρίες (αλλοδαπές κυρίως) που κλείνουν συμφωνίες με οργανωτές για κάποιο συνέδριο εν πλω. Η νέα αυτή μορφή δεν αποφέρει μόνο στους πλοιοκτήτες αλλά και γενικά στον τουρισμό. Οι σύνεδροι εκτός από την εργασία, όπως προαναφέρθηκε, συνδυάζουν τη δουλειά και την ψυχαγωγία. Κάνοντας κρουαζιέρα έρχονται σε επαφή με νέους τόπους όπου εκτός από την τοπική κατανάλωση τουριστικών αγαθών που κάνουν πολλές φορές για τις μετέπειτα διακοπές τους τα μέρη που επισκέφθηκαν.

Φυσικά, η δυναμικότητα των πλοίων αυτών δεν μπορεί να συγκριθεί με τη δυναμικότητα ενός συνεδριακού κέντρου. Και λόγω το ότι είναι κάτι νέο για τη χώρα μας, δεν υπάρχουν ειδικοί συνεδριακοί χώροι στα κρουαζιερόπλοια οπότε διαμορφώνονται κάποιοι χώροι όπως το εστιατόριο, το σινεμά ή η ντίσκο. Πιστεύεται ότι σύντομα στο μέλλον θα μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε και αυτό λόγω του ανταγωνισμού ο οποίος είναι ακόμη «νωπός».

2.8.1. ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΕ ΠΛΟΙΑ

Υπάρχουν τρεις μορφές διοργάνωσης συνεδρίων σε πλοία: ενοικίαση κρουαζιερόπλοιου από εταιρία ενοικιάσεως σκαφών, πραγματοποίηση συνεδρίου σε πλοίο γραμμής, ενοικίαση ειδικά εξοπλισμένου πλοίου.

A. Ενοικίαση κρουαζιερόπλοιου από εταιρία ενοικιάσεως

Πολλές είναι οι εταιρίες διεθνώς οι οποίες διαθέτουν τα σκάφη τους προς

ενοικίαση για οποιαδήποτε χρήση. Συνήθως, ενοικιάζονται για μίνι κρουαζιέρες ή και για συνέδρια από ένα μικρό αριθμό ατόμων.

Το κόστος για ένα τέτοιο είδος συνεδρίου είναι αρκετά υψηλό. Πρέπει να υπολογισθεί η τιμή ενοικίασης του πλοίου, το κόστος του ελλιμενισμού και ανεφοδιασμού, το κόστος ασφάλισης του ταξιδιού όπως επίσης και το κόστος των μισθών του προσωπικού που θα προσληφθούν για την εξυπηρέτηση των συνέδρων. Επίσης, πρέπει να αναφέρουμε ότι οι οργανωτές πολλές φορές δυσκολεύονται να βρουν το κατάλληλο πλοίο μας και οι χώροι που διαθέτουν δεν μπορούν να φιλοξενήσουν πολλά άτομα και εκτός αυτού, λόγω του ότι είναι καινούργιο στο χώρο, δεν υπάρχουν εξειδικευμένα γραφεία και πολλές φορές δυσαρεστούν τους πελάτες και πάνω από όλα τον οργανωτή.

Βέβαια, όταν ο οργανωτής βρει το κατάλληλο πλοίο και προσλάβει πεπειραμένα άτομα για να καθορίσει και το δρομολόγιο ανάλογα με τις απαιτήσεις των πελατών.

B. Πραγματοποίηση συνεδρίου σε πλοίο της γραμμής

Ο δεύτερος τρόπος είναι το συνέδριο να λάβει χώρα σε πλοίο ο οποίος έχει προκαθορισμένο δρομολόγιο.

Το πλεονέκτημα είναι ότι ο οργανωτής μπορεί να επιλέξει από μια μεγάλη γκάμα δρομολογίων και πλοίων όσον αφορά τον ελλαδικό χώρο. Επίσης ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος, το οποίο επιτρέπει τον οργανωτή να διοργανώσει μεγαλύτερα συνέδρια ως προς τον αριθμό των ατόμων.

Το χαμηλό κόστος οφείλεται στην καταπολέμηση της εποχικότητας από τις ναυτιλιακές εταιρίες, οι οποίες ρίχνουν την τιμή ώστε να μη ταξιδεύουν άδεια

τα πλοία, ειδικά τους χειμερινούς μήνες.

Τα μειονεκτήματα είναι ότι οι συνέδροι κάνουν το ίδιο δρομολόγιο αναγκαστικά (alle retour), χωρίς να μπορούν να αλλάξουν το πρόγραμμα οι υπηρεσίες που προσφέρονται δεν αναλογούν στο επιθυμητό επίπεδο όπως και το ότι δεν μπορούν αποκλειστικά να εξυπηρετούν μόνο συνέδρους αφού υπάρχουν και άλλοι πελάτες.

Γ. Ενοικίαση ειδικά εξοπλισμένου πλοίου

Όπως αναφέρθηκε, το συνέδριο «εν πλω» είναι ένα νέο προϊόν για την τουριστική αγορά και τον τουρισμό, το οποίο όμως έχει αλματώδη ανάπτυξη γι' αυτό και πολλές ναυτιλιακές εταιρίες φρόντισαν να διαμορφώσουν ή ακόμη να κατασκευάσουν πλοία, τα οποία εκτός από το να ανταποκρίνονται στις ανάγκες μιας κρουαζιέρας μπορούν να εξυπηρετούν και συνέδρια.

Στην ουσία είναι πλωτά συνεδριακά κέντρα με όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό σε μεταφραστικά, οπτικοακουστικά συστήματα, δορυφορική κάλυψη και γενικότερα ό,τι μέσα χρειάζεται ένα συνέδριο. Η παροχή των υπηρεσιών είναι υψηλή μιας και το προσωπικό, στη συγκεκριμένη περίπτωση, είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο. Επίσης, ο οργανωτής είναι αυτός που θα επιλέξει το δρομολόγιο του πλοίου και δεν επωμίζεται το βάρος της εύρεσης των οπτικοακουστικών μέσων.

Τα μειονεκτήματα των πλοίων αυτών είναι ότι δεν έχουν μεγάλη δυναμικότητα και το κόστος ενοικίασης τους είναι πολύ υψηλό.

2.9. ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ «ΕΝ ΠΛΩ»

Τα συνέδρια «εν πλω» είναι ένα προϊόν, εκτός από πρωτότυπο, απόλυτα ταιριαστό με την ελληνική πραγματικότητα, καθώς οι αμέτρητες παραθαλάσσιες περιοχές μπορούν να χρησιμοποιηθούν ώστε να μην κορεστούν οι προορισμοί.

Αναμφισβήτητα όμως το νέο αυτό προϊόν είναι σύμφωνο με τις σύγχρονες τάσεις που ζητούν τουρισμό υψηλού επιπέδου με μια δόση «glamour».

Πραγματικά τα συνέδρια «εν πλω» θα προσελκύσουν τουρίστες πολύ υψηλού επιπέδου, που χρειάζεται η Ελλάδα, αλλά θα δώσουν και αυτή τη νότα της διαφορετικότητας και της αίγλης.

Όσον αφορά τους συνέδρους, αυτοί έχουν τη μεγάλη ευκαιρία να συνδυάσουν τη δουλειά τους με μια αξέχαστη εμπειρία. Το συνέδριο εν πλω θα μοιάζει πάρα πολύ με διακοπές και σίγουρα θα είναι πιο ευχάριστο από ένα συνέδριο σε συνεδριακό κέντρο. Ο σύνεδρος δύσκολα θα κουραστεί και θα βαρεθεί, μια και θα μπορεί να γνωρίσει πολλούς διαφορετικούς προορισμούς κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, «εν ώρα εργασίας» δηλαδή. Οι σύνεδροι βέβαια, δεν μπορούν να φύγουν από το χώρο που γίνεται το συνέδριο, είναι απερίσπαστοι και μπορούν να γνωρίσουν καλύτερα τους υπολοίπους συνέδρους.

Οι σύνεδροι δεν είναι αναγκασμένοι να πηγαίνουν σε πολλά εστιατόρια, να παίρνουν ταξί και γενικότερα να χρησιμοποιούν κάποιες υπηρεσίες από εκείνες που συγκεντρώνουν τα συχνότερα παράπονα τουριστών στη χώρα μας.

Τέλος, η εταιρία που οργανώνει το συνέδριο και καλύπτει κάποια από τα έξοδα των συνέδρων αποφεύγει μερικά από αυτά όπως έξοδα transfer από

το ξενοδοχείο στο συνεδριακό κέντρο, προμήθειες σε τυχόν κέντρα διασκέδασης.

Γενικά, πρέπει να αναφέρουμε ότι το είδος αυτό βοηθάει περιοχές οι οποίες δεν είναι τόσο αναπτυγμένες. Τέτοιες περιοχές είναι τα ελληνικά νησιά που κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου ερημώνουν και μόνο την καλοκαιρινή περίοδο, δηλαδή 4-5 μήνες ζουν σε «φυσιολογικούς ρυθμούς».

Εκτός από ειδικούς παράγοντες που επηρεάζουν τα συνέδρια «εν πλω» (καιρικές συνθήκες, τιμή πετρελαίου και δολαρίου κ.α.) όπως και να γίνουν για να φτάσουμε σε ικανοποιητικό επίπεδο ανάλογο των μεσογειακών χωρών σε αυτόν τον τομέα. Κρίνεται αναγκαίο :

- Να υιοθετηθεί μια συντονισμένη, επιθετική πολιτική πωλήσεων και μάρκετινγκ ειδικά για το θέμα των συνεδρίων «εν πλω».

- Να προγραμματιστεί συχνότερη και συνεχείς συμμετοχή Να υιοθετηθεί μια συντονισμένη, επιθετική πολιτική πωλήσεων και μάρκετινγκ ειδικά για το θέμα των συνεδρίων «εν πλω». Σε όλο τον κόσμο πραγματοποιούνται πολύ συχνά σαλόνια θαλάσσιου τουρισμού, στα οποία η ελληνική συμμετοχή, συνήθως λάμπει... δια της απουσίας της!

- Σχετική υποδομή και γραφεία οργάνωσης συνεδρίων «εν πλω» υπάρχει μόνο στην Αθήνα και τον Πειραιά

Τέλος, πρέπει να ξεκινήσει μια προσπάθεια αποτελεσματικής και εμφανούς βελτίωσης του συνόλου των ελληνικών μαρίνων. Οι περισσότερες ελληνικές μαρίνες, μόλις και μετά βίας προσφέρουν στοιχειώδεις υπηρεσίες στα διερχόμενα πλοία, σε αντίθεση με τις αντίστοιχες μαρίνες της γειτονικής μας Τουρκίας που είναι σύγχρονες, ελκυστικές και άρτια οργανωμένες. Έτσι, ενώ στην Ελλάδα υπερτερεί κατά κράτος στην ομορφιά των θαλασσών και στις

παραλίες, η Τουρκία κερδίζει το χαμένο έδαφος με την υποδομή και τη συνεχή αναβάθμιση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σήμερα είναι ήδη γνωστό πως η σημασία της λέξης «συνέρχεστε» υπήρχε από αρχαιοτάτων χρόνων. Οι Έλληνες, ιδιαίτερα από τον 5^ο π.Χ. αιώνα μετείχαν ενεργά σε συγκεντρώσεις και ανοικτές συναθροίσεις αναπτύσσοντας διάφορα θέματα πολιτικής, επιστημονικής ή φιλοσοφικής διάστασης. Έκτοτε, αυτή η μορφή επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων, σε διάφορα πεδία επιστημονικών ή κοινωνικών πεδίων υπερ-αυξήθηκαν.³⁷

Εκτιμάται ότι στο κοντινό μέλλον οι συνεδριακές δραστηριότητες κάθε είδους θα ακολουθούν όλο και πιο υψηλή πορεία. Παρά το γεγονός ότι η τεχνολογία αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς, όπως το Internet, η teleconference ή η ηλεκτρική πληροφόρηση και να παρέχουν άλλου είδους τρόπο πραγματοποίησης των καθημερινών μας συναλλαγών, ωστόσο δεν θα έχουν αντίκτυπο στην δυναμική του «συνέρχεστε» και την ανθρώπινη επαφή. Η αμεσότητα της ανθρώπινης πρόσωπο με πρόσωπο επαφής, δεν μπορεί με κανέναν τρόπο να υποκατασταθεί μέσω της ανέκφραστης ηλεκτρονικής τεχνολογίας.

Επίσης η τεχνολογία έχει δημιουργήσει μια αποξένωση μεταξύ ανθρώπου σε άνθρωπο και τους έχει απομακρύνει κατά κάποιον τρόπο από την φυσική, άμεση επαφή, ενώ προβλέπεται ότι τα χρόνια που θα έρθουν με την περαιτέρω ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδοσιακές και ανθρώπινες εκφράσεις του «συνέρχεστε».

Οι μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις θα επιδιώκουν να κάνουν ομαλή τη

³⁷ Καπλανίδης Ζαχαρίας (2002), "WWW.SYNEDRIO.GR".

συνύπαρξη αφενός των όλο και πιο αναβαθμισμένων τεχνικών που εφαρμόζονται για την επίτευξη των στόχων τους, με την περαιτέρω ενδυνάμωση των ανθρώπινων σχέσεων μέσα στο εργασιακό περιβάλλον.

Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα και οι διάφοροι επιστημονικοί ή κλαδικοί οργανισμοί να αναπτύσσουν όλο και πιο πολλά περισσότερα επιχειρήματα για να συνέρχονται, με βασικό σκοπό την προώθηση και καλύτερευση των γνώσεων, καθώς και την καθιέρωση συγκεκριμένων πρακτικών στο χώρο τους.

Όλες οι προαναφερόμενες διαπιστώσεις οι οποίες αφορούν το τουριστικό κομμάτι φανερώνουν πως ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός και οι ανάγκες για σχετική οργάνωση και δημιουργία κατάλληλων υποδομών θα πρέπει να αποτελέσουν τον σκοπό και την επίτευξη κάθε Πολιτείας, που φιλοδοξεί να αναπτύξει αξιόλογη τουριστική βιομηχανία.

3.1.ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Ελλάδα παρόλο που αποτελεί μια πολύ όμορφη χώρα και επιδιώκει με διάφορους τρόπους να προβάλλει το τουριστικό της προϊόν, ωστόσο όσον αφορά τον Συνεδριακό και τον Επαγγελματικό Τουρισμό δεν έχει δείξει το απαιτούμενο ενδιαφέρον ούτως ώστε να δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ανάπτυξή τους. Δυστυχώς τόσο ο Δημόσιος όσο και ο ιδιωτικός τομέας, παρόλο που έχει εκδηλώσει κάποιο ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια, ωστόσο λειτουργεί χωρίς έλεγχο και οργάνωση και περισσότερο μεμονωμένα ενώ δεν έχει αξιοποιήσει όλες τις υπάρχουσες εξειδικευμένες

δυνάμεις του χώρου, για παράδειγμα, είναι μοναδικό και ταυτόχρονα, καταστροφικό φαινόμενο, ξενοδόχοι και επαγγελματίες Οργανωτές Συνεδρίων (PCO) να συμπεριφέρονται συχνά με πολύ σκληρό και ανταγωνιστικό τρόπο χωρίς να επιδιώκουν συνεργασία (όπως θα ήταν το φυσικό) με στόχο την παγκόσμια αγορά και την αύξηση του φτωχότατου 0,7% μεριδίου της χώρας μας στην παγκόσμια Συνεδριακή Αγορά. Το φαινόμενο αυτό θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό καθώς χρησιμοποιεί με τον σωστό τρόπο την τεχνογνωσία και την επιβολή ενός συλλογικού και δυναμικού Marketing στο χώρο.³⁸

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τόσο τα συνέδρια όσο και ο συνεδριακός τουρισμός να μην είναι ανεπτυγμένοι σε μεγάλο βαθμό στη χώρα μας.

Στον πίνακα των χωρών της Ευρώπης σχετικά με την δραστηριοποίηση συνεδρίων, η χώρα μας εντάσσεται 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 ο οποίος θα συνέβαλλε στην ενδυνάμωση της χώρας και στην καλύτερη διαφήμισή της στις άλλες χώρες χωρίς να την δυσφημίζει, φαίνεται να μην ενδιαφέρει τους αρμόδιους.

Οι λόγοι οι οποίοι στέκονται ως εμπόδιο για την ανάδειξη και ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αποτελούν αφενός η μη ύπαρξη της προβολής και διαφήμισης από το κράτος.

³⁸ Καπλανίδης Ζαχαρίας (2002), "WWW.SYNEDRIO.GR".

Η Ελλάδα έως σήμερα δεν έχει δείξει την απαιτούμενη προσοχή όσον αφορά την ορθή και μεθοδική οργάνωση των συνεδρίων ενώ δεν λαμβάνει μέρος σοβαρά στις εκθέσεις που γίνονται με σκοπό την προβολή και τη διαφήμιση.

3.1.1. ΑΠΟΥΣΙΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Μερικοί από τους σπουδαιότερους παράγοντες που στάθηκαν ανασταλτικοί για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αποτελούν α) η μη ύπαρξη αξιόλογης υποδομής καθώς γνωρίζουμε ότι το παλιό αεροδρόμιο βρισκόταν σε ιδιαίτερα κακή κατάσταση, β) η υπάρχουσα συγκοινωνία η οποία δεν καλύπτει τις ανάγκες των πολιτών για μετακίνηση και γ) στην Αθήνα ακόμη δεν έχει δημιουργηθεί ένας κατάλληλος χώρος ο οποίος θα αποτελεί συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας από 10.000 έως 15.000 άτομα.

Ένας συνεδριακός χώρος που διαθέτει η Θεσσαλονίκη κι αυτός δυστυχώς δεν έχει τη δυνατότητα να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό συνέδρων και επιπλέον παρόλο που έχει καλά ξενοδοχεία, είναι λίγα σε αριθμό κι έτσι πάλι δεν επαρκούν ώστε να φιλοξενήσουν μεγάλο αριθμό τουριστών.

Είναι γεγονός πως όσα συνέδρια πραγματοποιήθηκαν στη χώρα μας δεν διέθεταν μεγάλο αριθμό συνέδρων, ενώ όλα πραγματοποιούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων ή στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας.

Βέβαια είναι αντιληπτό πως για να μπορέσει η οποιαδήποτε αίθουσα να μεταβληθεί σε έναν χώρο που θα είναι κατάλληλα εξοπλισμένος για την υλοποίηση συνεδρίων χρειάζεται να επενδυθεί ένα αξιόλογο ποσό ενώ επίσης

αποτελεί 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.

3.1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Μέχρι σήμερα δεν έχει πραγματοποιηθεί μελέτη όσον αφορά την συνεδριακή αγορά, σε διεθνές επίπεδο η οποία να συλλέγει τη σπουδαιότερη πληροφορία που θα φτάνει από το εξωτερικό και ιδιαίτερα από τους ίδιους τους διοργανωτές συνεδρίων (είτε φορείς, είτε ενώσεις, είτε συλλόγους, είτε οργανισμούς, είτε πρακτορεία - διοργανωτές).

Η βασική πληροφορία θα είναι εκείνη που θα περιγράφει λεπτομερώς και σαφώς για ποιον λόγο επιλέγεται μια χώρα και όχι μια άλλη καθώς και άλλους βασικούς παράγοντες όπως: τα μεγέθη των συνεδρίων, το περιεχόμενο των εργασιών, το προφίλ του συνεδριακού πελάτη, τις διευκολύνσεις που ζητούνται και τα παράλληλα προγράμματα και εκδηλώσεις στο πλαίσιο του συνεδρίου, και πέρα από 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).

Ο στόχος αυτός δεν δύναται να επιτευχθεί εάν δεν υπάρχουν τα εξής:

1. Conventions bureaux και σχετική δουλειά, από 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).³⁹

³⁹ Ειδικό Αφιέρωμα (1999), Περιοδικό "Τουρισμός και Οικονομία", Αθήνα.

3.1.3. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Σήμερα είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε πως η χώρα μας χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων επειδή υπάρχουν ορισμένες άλλες χώρες οι οποίες προσφέρουν καλύτερα «πακέτα». Ειδικότερα η Τουρκία, και έτσι επηρεάζει τον ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα ένας αριθμός decision makers να επιλέγουν την Τουρκία για την διεξαγωγή συνεδρίων.

3.1.4. ΤΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΟ

Το κυκλοφοριακό αποτελεί ένας ακόμη αρνητικός παράγοντας, με αποτέλεσμα να έχει επηρεάσει αρνητικά την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, ενώ κάποιοι άλλοι δεν θεωρούν αυτόν τον λόγο ως εμπόδιο. Παρά το γεγονός ότι η Αθήνα είναι μια σύγχρονη και όμορφη πρωτεύουσα ωστόσο όσον αφορά το κυκλοφοριακό είναι ιδιαίτερα έντονο, ωστόσο είναι ένα πρόβλημα που παρατηρείται σε όλες τις μεγάλες πόλεις σε ολόκληρο τον κόσμο. Ωστόσο εφόσον υλοποιηθούν σοβαρά έργα τα οποία βρίσκονται υπό κατασκευή έργων αυτό θα συμβάλλει στην καλύτερευση του κυκλοφοριακού και έτσι θα μπορέσει και η πόλη να αποκτήσει καλύτερη εικόνα ως συνεδριακός προορισμός.

3.1.5. Η ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ «ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ»

Τα προβλήματα που υπήρχαν στον Εθνικό Αερομεταφορέα αποτέλεσαν έναν σοβαρό λόγο ο οποίος απότρεπε και επιβράδυνε την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα. Με γεγονός πως τα τελευταία χρόνια υπήρξαν και πολλές απεργίες και στάσεις εργασίας, αυτό είχε ως αποτέλεσμα να δυσχεράνει περισσότερο την κατάσταση. Όλες αυτές οι καθυστερήσεις και ματαιώσεις πτήσεων έχουν καταστήσει την Ο.Α. αναξιόπιστη, διεθνώς παρουσιάζοντας μια άσχημη εικόνα για τη χώρα μας όσον αφορά στον τουρισμό γενικότερα.

Ωστόσο σήμερα το πρόβλημα αυτό έχει αποκατασταθεί με την ύπαρξη του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος» το οποίο χαρακτηρίζεται ως ένα από τα πιο σύγχρονα, λειτουργικά και ασφαλή αεροδρόμια στον κόσμο. Επιπλέον διαθέτει μια πολύ καλή τεχνολογική υποδομή καθώς και υψηλό επίπεδο υπηρεσιών, γεγονός που του προσδίδει κύρος κι έτσι έχει πραγματικά αποκτήσει παγκόσμια αναγνώριση, αλλά και την εμπιστοσύνη του επιβατικού κοινού.⁴⁰

Η εύκολη πρόσβαση και μετακίνηση των πολιτών (και κατ' επέκτασιν) των τουριστών αποτελεί ένα πολύ σοβαρό ζήτημα για την επιλογή μιας πόλης ώστε να φιλοξενήσει ένα διεθνές συνέδριο κάθε χρόνο.

⁴⁰ Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος. <http://www.aia.gr>.

3.1.6. ΛΑΝΘΑΣΜΕΝΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Ένα ζήτημα που θεωρείται πολύ σημαντικό και το συναντούν συχνά 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 συνεδρίου⁴¹

Δεν είναι λίγες οι φορές όπου οι οργανωτές για τον οποιονδήποτε λόγο αποφασίζουν να κάνουν αλλαγές στα όσα έχουν προσυμφωνήσει, ακόμα και «στο παρά πέντε», με αποτέλεσμα να δημιουργείται δυσαρέσκεια και αρνητικό κλίμα.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν όσο το δυνατόν πιο καλά αυτές οι ξαφνικές εξελίξεις, υποχρεώνονται να παίρνουν πολλούς εξωεπιχειρηματικούς συνεργάτες, οι οποίοι πρέπει και να ελέγχονται από την αρχή ως το τέλος του συνεδρίου.

Ο οργανωτής δεν επιφορτίζεται μόνος του όλη την οργάνωση αλλά έχει κοντά του μια ομάδα ατόμων, που τις περισσότερες φορές, δεν μιλούν και την ίδια γλώσσα. Επομένως είναι πολύ βασικό να μπορέσει να υπάρξει μια αμοιβαία συνεννόηση και ομοφωνία απόψεων όσον αφορά το πώς θα οργανωθεί το συνέδριο και ότι άλλο ακολουθεί σ' αυτό.

3.2. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Η ελληνική στρατηγική πολιτική όσον αφορά τον τουρισμό μελετά και έχει

εφαρμόσει πρόγραμμα με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στη χώρα μας. Σήμερα έχουν αναπτυχθεί και είναι πολύ δημοφιλείς οι εναλλακτικών προτάσεων τουρισμού (όπως για παράδειγμα ο Ορειβατικός και ο περιπατητικός τουρισμός, ο Θρησκευτικός τουρισμός, ο Αγροτουρισμός κλπ) συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην επίλυση του της εποχικότητας καθώς και της αναβάθμισης του τουριστικού μας προϊόντος, μεταξύ άλλων και ο συνεδριακός τουρισμός.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μεγάλο ενδιαφέρον εκ μέρους σημαντικής μερίδας τουριστών για τον συνεδριακό τουρισμό κι αυτό είχε ως αποτέλεσμα ένας μεγάλος αριθμός συνεδριακών κέντρων και αιθουσών για συνέδρια που προσφέρονται από ξενοδοχεία να έχουν κατασκευαστεί σε πολλές χώρες.

Παρά το γεγονός ότι το ποσοστό των διεθνών συνεδρίων που υλοποιούνται σε μεγάλες πόλεις έχει αυξηθεί σημαντικά, όσον αφορά την Ελλάδα και την Αθήνα, ενώ τελευταία έχει αυξηθεί η ζήτησή της ως προορισμός για υλοποίηση διεθνών και Ευρωπαϊκών συνεδρίων συγκριτικά με παλαιότερα, δεν έχει τη θέση που θα έπρεπε (και θα μπορούσε) να έχει παγκόσμια, ως συνεδριακός προορισμός.

3.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ, ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

⁴¹ Σωτηρόπουλος Αλ. (2002).WWW.SYNEDDRIO.GR.

α. Τα πλεονεκτήματα

Η Αθήνα ως πρωτεύουσα διαθέτει αξιόλογα πλεονεκτήματα κι έτσι αποτελεί πολύ ενδιαφέροντα προορισμό για την πραγματοποίηση συνεδρίων.

Τα σπουδαιότερα από αυτά είναι : α) οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες και β) η πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η γεωγραφική θέση της πόλης, που δίνει τη δυνατότητα για συνδυασμό των συνεδρίων με περιηγήσεις και κρουαζιέρες.

Επίσης ένα ακόμη πλεονέκτημα για τη χώρα μας είναι και το γεγονός ότι εντάσσεται στις φθηνότερες πόλεις της Ευρώπης, ενώ άλλοι θετικοί παράγοντες είναι: η Ελληνική φιλοξενία, η ασφάλεια, η αγορά, η νυχτερινή ζωή, το προσωπικό το οποίο ομιλεί πολλές ξένες γλώσσες (σε αντίθεση με άλλες χώρες όπως η Γερμανία, η Ισπανία και η Γαλλία όπου υστερούν σε αυτό το κομμάτι) και οι φημισμένοι Έλληνες Καθηγητές Ιατρικής, καθώς η πλειοψηφία των συνεδρίων παγκόσμια είναι ιατρικά και φαρμακευτικά.

β. Τα μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα της Αθήνας είναι σοβαρά. Το πρώτο αφορά στην επίγεια και αεροπορική υποδομή που δεν είναι η κατάλληλη, ενώ τα υπόλοιπα αφορούν: στην έλλειψη μεγάλου αριθμού ειδικευμένων στελεχών στην οργάνωση συνεδρίων, στην μόλυνση της ατμόσφαιρας (η οποία ωστόσο δεν αποκόπτει τη διάθεση των τουριστών να ταξιδέψουν στην Ελλάδα για την παρακολούθηση συνεδρίων) όμως σε συνδυασμό με το κυκλοφοριακό δίνουν μια αρνητική εικόνα για την πόλη σε διεθνές επίπεδο.

Ένα ακόμη αρνητικό αποτελούν οι οδηγοί των TAXI, καθώς έχει παρατηρηθεί σε κάποιο ποσοστό ότι συμπεριφορά τους δεν είναι κόσμια και έχει εκδηλωθεί δυσαρέσκεια εκ μέρους πολλών τουριστών.

γ. Οι ευκαιρίες

Το γεγονός ότι πραγματοποιήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες εδώ το 2004 αυτό συνέβαλλε σε πολύ μεγάλο βαθμό να πραγματοποιηθούν αρκετά έργα τα οποία αναβάθμισαν την Αθήνα και προσέλκυσαν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών.

Όσον αφορά το σήμερα, στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού η Εταιρεία Τουριστικής & Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών μέσα από την ανάπτυξη και λειτουργία του Athens Convention Bureau ⁴² έχει ως σκοπό την ενδυνάμωση του τοπικού συνεδριακού κομματιού και ως αποτέλεσμα και την ενίσχυση της ευρύτερης οικονομίας της πόλης.

Το Athens Convention Bureau (το οποίο έχει σχεδόν ένα χρόνο ύπαρξης) επέτυχε να ενισχύσει σε ικανοποιητικό βαθμό την παρουσία της Αθήνας στη συνεδριακή αγορά, ενώ μέσα από τη λειτουργία του βοηθάει με τις υπηρεσίες που διαθέτει όλες τις ενέργειες διεκδίκησης και προσέλκυσης συνεδρίων, παρέχει έγκυρες και αξιόπιστες πληροφορίες και προωθεί μέσα από πρόγραμμα προβολής το συνεδριακό προϊόν της πόλης.

⁴² Άρθρο από τον Επενδυτή - "Συνεδριακός Τουρισμός & Ανάπτυξη" 23.04.09. Τελευταία ημερομηνία ανάκτησης: 30-5-2010.

Διαθέτοντας δικτυακό τόπο (www.athensconventionbureau.gr) αλλά παράλληλα κυκλοφορώντας και το περιοδικό ACB mag μέσα από κείμενα και ειδικά άρθρα προβάλλεται η Αθήνα ως συνεδριακός προορισμός στη διεθνή συνεδριακή αγορά ενώ παράλληλα δίδονται και χρήσιμες πληροφορίες οι οποίες αφορούν όλες τις προϋποθέσεις που δημιουργούν το συνεδριακό τουρισμό αλλά και το ευρύτερο τουριστικό προϊόν της πόλης.

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

Ωστόσο, είναι καλό να αναφερθεί πως επιβάλλεται και μελλοντικά να μην εφησυχαστεί η Ελλάδα επειδή μέσα από αυτήν την λειτουργία αλλά αντιθέτως να συνεχίσουν να πραγματοποιούνται δράσεις, έργα και συνεργασίες οι οποίες θα ενισχύσουν ακόμη περισσότερο το ελληνικό τουριστικό προϊόν και θα αναπτύξουν περαιτέρω τον Συνεδριακό Τουρισμό, ενώ παράλληλα θα μπορέσει έτσι η χώρα να αντιμετωπίσει πιο δυναμικά τις επιπτώσεις της κρίσης αλλά και να δημιουργήσει πλαίσια για την επιτυχημένη οργάνωση και προώθηση της Ελλάδας ως συνεδριακού προορισμού.

δ. Οι κίνδυνοι

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

II. Σήμερα εκτιμάται ότι οι κυριότεροι ανταγωνιστές της Αθήνας από το εξωτερικό είναι η Μαδρίτη και η Βαρκελώνη, η Κωνσταντινούπολη, η Πορτογαλία, η Κύπρος και η Μάλτα, οι οποίες έχουν επιτύχει να αναπτύξουν σε σημαντικό βαθμό τη μορφή Συνεδριακού Τουρισμού. Όλοι οι παραπάνω προορισμοί προσφέρουν πολύ πιο αναβαθμισμένη (συγκρινόμενη με την Αθήνα) συνεδριακή υποδομή, η οποία διαθέτει: μεγάλα συνεδριακά κέντρα, πολυτελή ξενοδοχεία με μεγάλους συνεδριακούς χώρους, τα οποία διοικούνται από διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων.

Παράλληλα μέσα από μελέτες διαφαίνεται ότι οι κυριότεροι ανταγωνιστές της Αθήνας από το εσωτερικό είναι η Ρόδος, η Κρήτη, η Κως, η Κέρκυρα και η Θεσσαλονίκη. Ωστόσο οι Ελληνικοί προορισμοί, εκτός από τα μεγάλα πλεονεκτήματά τους (ιδανικό κλίμα, διεθνή φήμη, deluxe ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα, κα), θα πρέπει να επιλύσουν το πρόβλημα της έλλειψης απευθείας αεροπορικών πτήσεων με το εξωτερικό, το οποίο σε συνδυασμό με τα προβλήματα της Ο.Α. είναι τροχοπέδη για την διεθνή καταξίωση τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ Ο ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

4.1. 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: ⁴³

1. Χώρους συνεδριάσεων

2. Χώρους εκθέσεων

3. Χώρους συνεστιάσεων

Η διάθεση από το ξενοδοχείο των χώρων του για ένα συνέδριο, προϋποθέτει αρχικά την απόλυτη γνώση των χώρων του ξενοδοχείου με κάθε λεπτομέρεια.

⁴³ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα

Οι διαστάσεις των χώρων, η χωρητικότητα τους σε άτομα, που φυσικά ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και χρήση του χώρου (οι συνέδριοι 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 τραπέζιων;) 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.

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

Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 133-136.

εντοιχισμένα (πακτωμένα) σε σταθερή διάταξη είτε όχι, θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές και συνίστανται σε:⁴⁴

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

□ Το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνεδρων που είναι ένοικοι ξενοδοχείου και μη.

□ Τη μη δημιουργία πρόσθετων εισόδων – εξόδων για τους συνεδρους 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 συνεδρων).

⁴⁴ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 133-136.

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.

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:⁴⁵

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).

⁴⁵ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα

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.

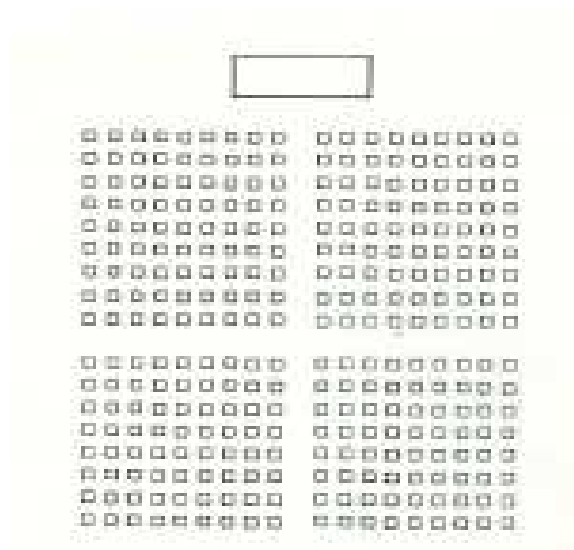
7. Κατάλληλη διακόσμηση.

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

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

4.2. ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

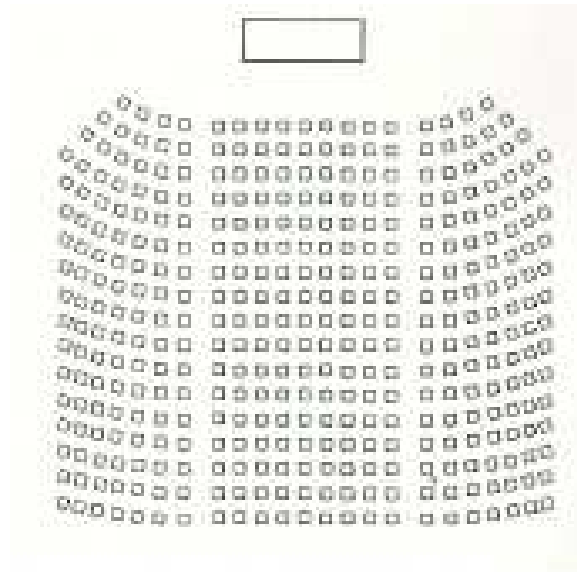
4.2.1. Ο ΚΛΑΣΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



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 m⁴⁶

4.2.2.Ο ΗΜΙΚΥΚΛΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



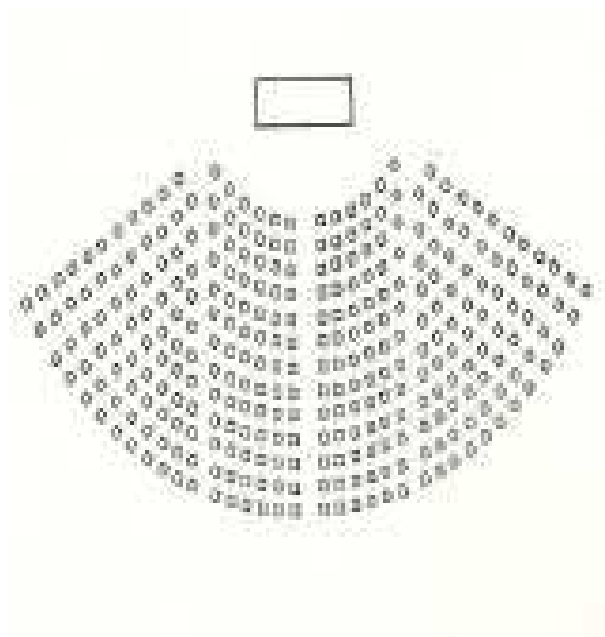
Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων (μεταξύ διαδρόμων

⁴⁶ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα Ξενοδοχεία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, Σελ. 133-136.

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.

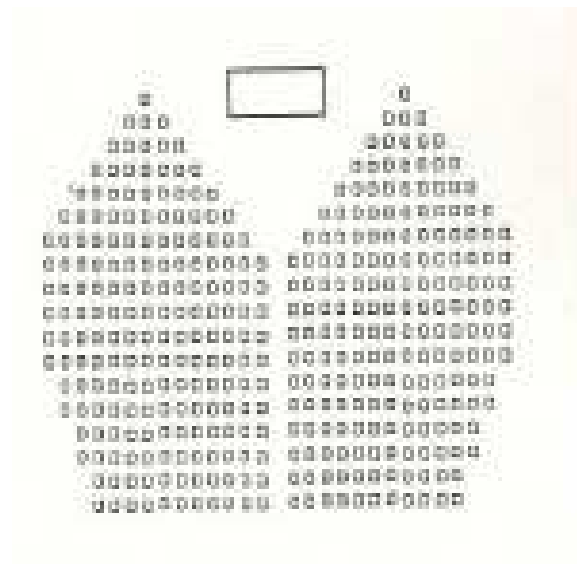
4.2.3.Ο ΚΥΚΛΙΚΟΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ



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.

4.2.4.Η ΔΙΑΤΑΞΗ ΣΧΗΜΑΤΟΣ 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 άλλα ισχύει, ότι και για τους δυο προηγούμενους τύπους.

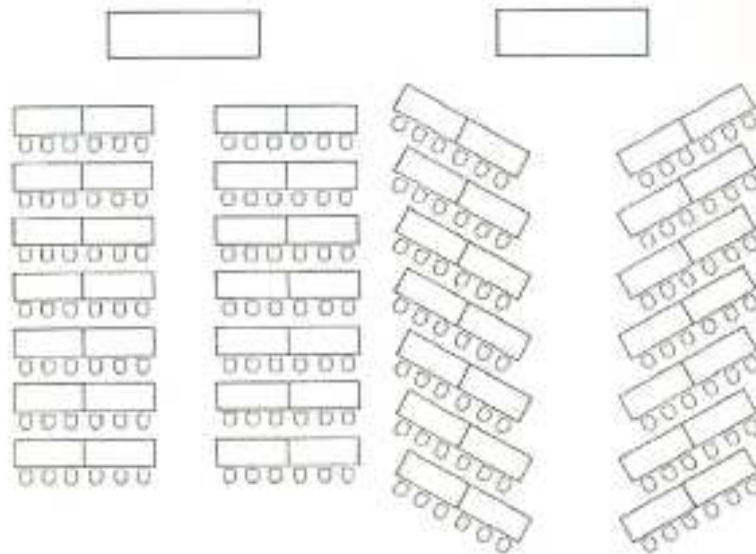
4.2.5.Η ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ

Τα έδρανα έχουν πλάτος 45 - 46 cm. Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ότι 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

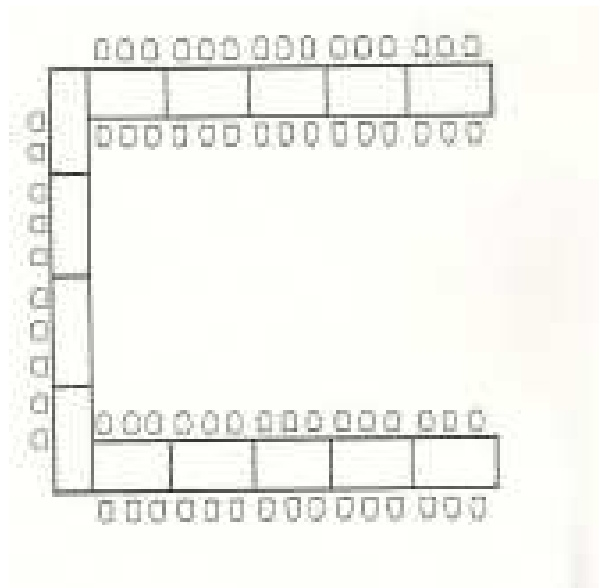


4.2.6.ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ

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.

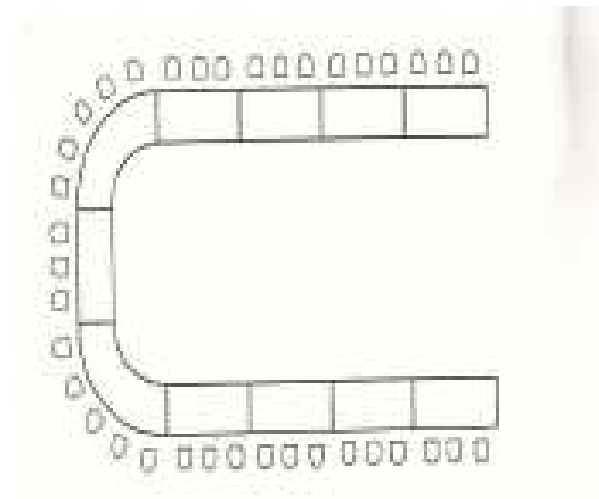
Οι πλάτες των καθισμάτων, πρέπει να απέχουν από τον τοίχο, ή από οποιαδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1 - 1,30 m, για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους συνέδρους και για τους τραπεζοκόμους.

4.2.7.Ο ΣΧΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ ΠΠ



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

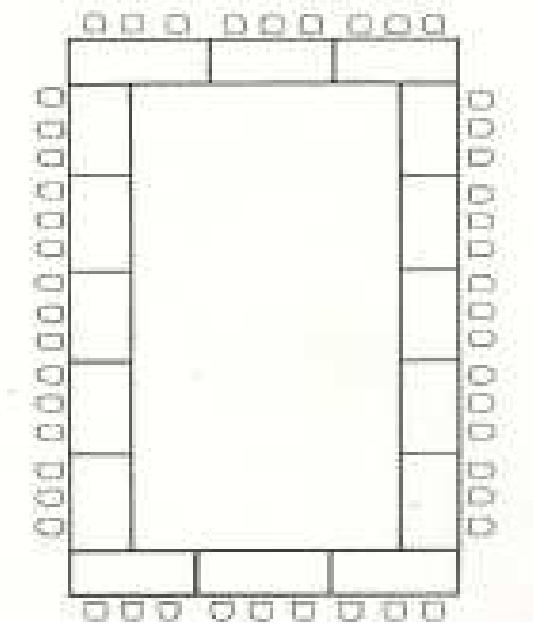
4.2.8.Ο ΤΥΠΟΣ ΠΕΤΑΛΟ



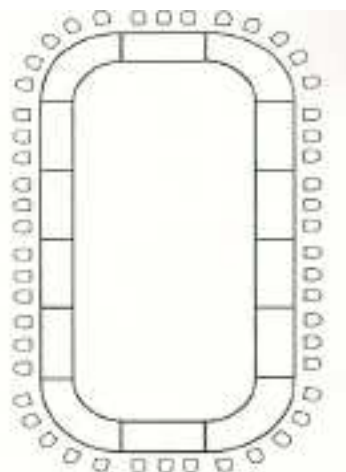
Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».

4.2.9.Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ 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.



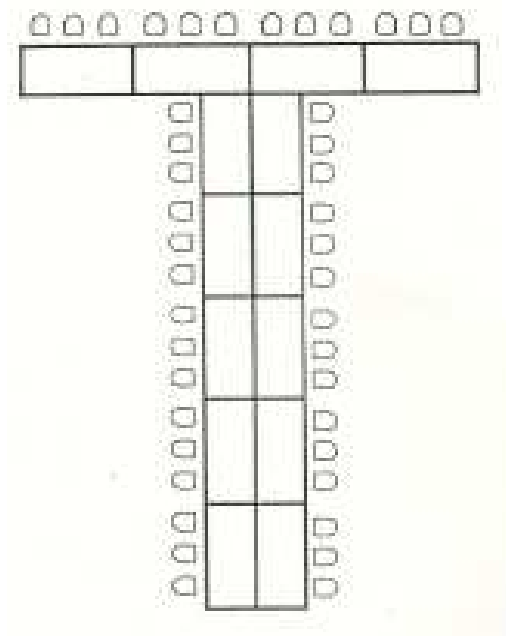
4.30.Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΠΕΤΑΛΟΥ



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

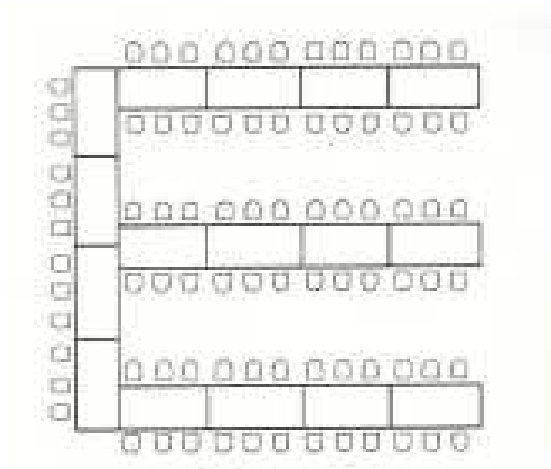
ανάγκες και σκοπιμότητες.

4.31.Ο ΤΥΠΟΣ Τ



Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.

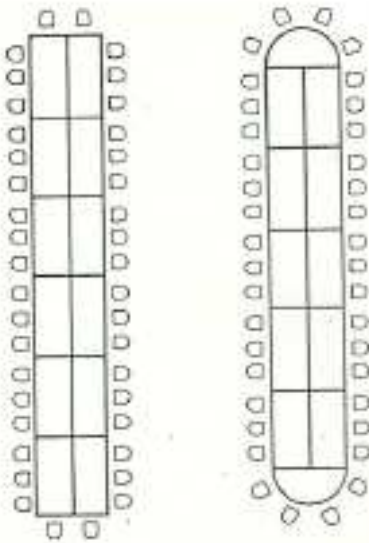
4.32.Ο ΤΥΠΟΣ Ε



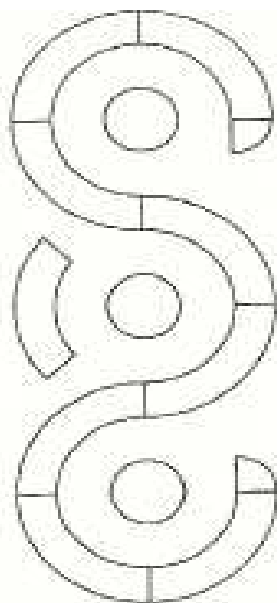
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου Ε αποτελεί ο τύπος «κτένα», όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπεζίων. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.

4.33.Ο ΤΥΠΟΣ Ι

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



3.34. ΔΙΑΤΑΞΗ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΩΝ ΤΥΠΟΥ «ΣΕΡΠΑΝΤΙΝΑ»



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

4.3.Ο 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:⁴⁷

- 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

⁴⁷ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων Στα

μονάδα, εξασφαλίζει ευκολότερα συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων. Τα είδη του σχετικού εξοπλισμού, που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα παρουσιάζονται παρακάτω:

4.3.1.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.

4.3.2.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.

4.3.3.ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

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

4.3.4.ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ 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.

4.3.5.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.

4.3.6.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.

4.3.7.VIEW GRAPH

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

4.3.8.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 προβάλει 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».

4.3.9.ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

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

Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:⁴⁸

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.

4.40.ΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΑ, ΓΡΑΦΟΜΗΧΑΝΕΣ, ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ

Μέρος του κινητού εξοπλισμού, που χρησιμοποιείται για μαγνητοφωνήσεις

⁴⁸ Κραβαρίτης Κώστας (1992), Βιβλίο: "Επάγγελμα Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδριών Στα

ομιλιών, δακτυλογράφηση κειμένων και αναπαραγωγή έντυπου υλικού.

4.41.ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΓΡΑΦΙΚΕΣ 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 περιοδικών.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η Ελλάδα είναι μια ευλογημένη χώρα καθώς διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα. Αφενός οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, τα αναρίθμητα νησιά και αφετέρου το πλήθος αρχαιολογικών χώρων και μνημείων την καταστούν ως έναν από τους πιο όμορφους και σπουδαίους προορισμούς για κάθε τουρίστα από όλον τον κόσμο.

Ωστόσο έως σήμερα η Ελλάδα μειονεκτεί όσον αφορά την ορθή και καθολική ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού εξαιτίας διαφόρων εσωτερικών προβλημάτων, μη ύπαρξης οργάνωσης αλλά και ελλείψεων όπως είναι η μη ολοκληρωμένη και δυναμική στρατηγική πολιτική για την περαιτέρω ανάπτυξη αυτού του τουριστικού τομέα αλλά και της μη σωστής υποδομής και παροχής χώρων κατάλληλα εξοπλισμένων για την διεξαγωγή Συνεδρίων και διεθνών διασκέψεων.

Η Ελλάδα θα πρέπει να δημιουργήσει ένα σωστό και ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανάπτυξης (και επένδυσης αξιόλογου χρηματικού ποσού) που θα συμβάλλει στην ανάδειξη και πλήρη ένταξη του Συνεδριακού Τουρισμού στο δυναμικό του τουριστικού τομέα, καθώς αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού πραγματικά προσφέρει μόνο θετικά στην κάθε χώρα υποδοχής και παράλληλα συνεισφέρει τα μέγιστα στην οικονομία της χώρας, εντάσσοντας έτσι μελλοντικά την Ελλάδα σε μια από τις πρώτες θέσεις επιλογής προορισμού για την διεξαγωγή συνεδρίων και διεθνών διασκέψεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αθανασίου, Λ. (2002) Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.

Κουτσουράδης Γ. Αχιλλέας (2002), *Τουρισμός και Δίκαιο* , Προβλήματα και Προοπτικές, Τμήμα Νομικής Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης – Δήμος Μαλίων Ηράκλειου Κρήτης , Μάλια , 30 Σεπτεμβρίου – 1 Οκτωβρίου 2000.

Κραβαρίτης Κώστας (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός / Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Cooper C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill and r. Shepherd (1998). *Tourism: Principles and Practice.. 2nd edition.* Pearson, Essex.

Falk, E.T. and Pizam, A.(1991). The United States meetings market. *International Journal of Hospitality Management* 10 (2), 111-118.

Montgomery, R. J. and Strick, S. K. (1995) *Meetings, Conventions, and Expositions: An Introduction to the Industry.* New York: Van Nostrand Reinhold.

Rogers, T.,1998. *Conferences: A twenty-first century Industry.* Harlow: Addison Wesley Longman. Wesley Longman

ΑΡΘΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ

Καπλανίδης Ζαχαρίας (2002), "WWW.SYNEDRIO.GR".

Γκίκα Ματίνα (2001).www.synedrio.gr.

Σωτηρόπουλος Αλ. (2002).WWW.SYNEDDRIΟ.GR.

Άρθρο από τον Επενδυτή - "Συνεδριακός Τουρισμός & Ανάπτυξη" 23.04.09.

Τελευταία ημερομηνία ανάκτησης: 30-5-2010.

ΝΟΜΟΣ 3299/2004 (ΦΕΚ 261 / Τ. Α΄ / 23-12-2004.

Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος. <http://www.aia.gr>.