

Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΠΟΤΑΜΙΑΝΑΚΗ ΦΑΝΗ
ΜΟΥΡΤΖΑΚΗ ΜΑΡΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:

ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	3
ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	7
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	9
ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	18
ΜΕΓΕΘΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	19
ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ	20
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	21
ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ	22
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	23
ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	24
Ο ΦΟΡΕΑΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΥΠΟΨΙΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ	25
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	26
ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	27
ΕΝΑΛΛΑΓΗ ΧΡΗΣΕΩΝ.....	30
ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ.....	30
ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΘΕΑΤΡΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΜΕ ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ	31
ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ.....	35
ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΕΔΡΑΝΑ	35
ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ.....	36
ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ	37
Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ.....	41
ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΑ	42
ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	46
ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ	48
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	50
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	52
ΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	57

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΥΜΕΝΟΥ ΤΟΥ **ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με μακρά ιστορία και διάδοση ανάμεσα στους πολιτισμούς του ανθρώπου. Η δραστηριότητα που υποδηλώνει έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα. Οι πολίτες της αρχαίας Ελλάδας και της αρχαίας Ρώμης απαλλαγμένοι από την καταναγκαστική εργασία ένιωθαν την ανάγκη να ταξιδέψουν, εντάσσοντας παράλληλα τη δραστηριότητα τους αυτή εντός πλαισίου των υπόλοιπων κοινωνικών και πολιτικών τους ενδιαφερόντων. Έτσι τα θρησκευτικά προσκυνήματα, οι Ολυμπιακοί αγώνες και οι λουτροθεραπείες επέτρεψαν στους ταξιδιώτες να ανακαλύψουν την διαδρομή, το τοπίο, τους οικισμούς και τους κατοίκους τους, να βιώσουν την περιπέτεια και τις εκπλήξεις του ταξιδιού.

Ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα εμφανίζεται ως πολιτιστικό και θρησκευτικό συμβάν. Οι μετακινήσεις των εμπόρων προς τη Μέση Ανατολή, οι σταυροφορίες και οι περιγραφές των ταξιδιωτών από τις χώρες του «μεταξιού» και από την πλευρά της χριστιανικής Δύσης αλλά και τα μουσουλμανικά κέντρα των αράβων στην ιβηρική χερσόνησο, έφεραν σε επαφή εντελώς διαφορετικούς κόσμους δημιουργώντας ένα έντονο αίσθημα περιέργειας αυξάνοντας ταυτόχρονα τον αριθμό των ταξιδιωτών που επισκέπτονται τις περιοχές αυτές.

Ουσιαστικά όμως ο πρόδρομος του τουρισμού ήταν η « Grand Tour» που ανήκε στις παραδόσεις της Ευρωπαϊκής αριστοκρατίας και είχε ως στόχο τη συμβολική και ουσιαστική συμμετοχή της ανώτερης τάξης στις πολιτισμικές παραδόσεις της Ευρώπης για όλο τον 18^ο και 19^ο αιώνα. Σταδιακά το ταξίδι αποκτά έντονη οικονομική διάσταση.

Προς το τέλος του 19^{ου} αιώνα, σε όλη την Ευρωπαϊκή αριστοκρατία και την αστική τάξη η ανάγκη για ταξίδια γίνεται «βασική ανάγκη». Παράλληλα δημιουργείται ένα δίκτυο περιοχών

τις οποίες αυτές οι τάξεις επισκέπτονται, ανάλογα με την καταγωγή τους, την οικονομική τους δυνατότητα, τις φιλικές και κοινωνικές τους σχέσεις κ.ο.κ. Δίπλα στην περιήγηση έρχονται στη μόδα και οι λουτροθεραπείες σε συνδυασμό με τα τυχερά παιχνίδια και το καζίνο. Δημιουργούνται έτσι οι μεγάλες λουτροπόλεις της κεντρικής και νότιας Ευρώπης που αποτελούν τόπο συγκέντρωσης της αριστοκρατίας και των αστών.

Το μεγαλύτερο μέρος των μελετών που έχουν γίνει για τον τουρισμό, πιστοποίησαν ότι ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο το οποίο συναρθρώνεται με πολλές σφαίρες της κοινωνικής ζωής. Η συνθετότητα του αντανακλάται αφενός στους ποικίλους τρόπους με τους οποίους έχει επιχειρηθεί η προσέγγιση του και αφετέρου στους διαφορετικούς ορισμούς του, οι οποίοι καταδεικνύουν και την ταυτόχρονη ενασχόληση με τον τουρισμό επιστημόνων απ' όλο το φάσμα των κοινωνικών επιστημών. Για παράδειγμα, ο τουρισμός προσλαμβάνεται ως ιερό προσκύνημα ή σταυροφορία προς αναζήτηση της « αυθεντικότητας » ιερό ταξίδι ή παιχνίδι ένα είδος εθνοτικών σχέσεων, μια μορφή ιμπεριαλισμού, μια διαδικασία πολιτισμικής επαγωγής, ένας παράγοντας κοινωνικής μεταβολής, ένας τρόπος αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου.

Πέρα όμως από τους διαφορετικούς ορισμούς, είναι κοινός τόπος ότι ο τουρισμός εμπεριέχει το ταξίδι και την προσωρινή επίσκεψη σε ένα μέρος που βρίσκεται μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας, καθώς επίσης και το γεγονός ότι αυτή η μετακίνηση είναι εθελοντική.

Παρόμοια άποψη έχει διατυπώσει νωρίτερα ο Dumazedier (1968), που θεωρεί ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου, πράγμα που σημαίνει ότι οι τουρίστες είναι ελεύθεροι από τις υποχρεώσεις τους, οι οποίες ορίζονται κοινωνικά και πολιτισμικά. Με την προσέγγιση αυτή φαίνεται να συμφωνεί ο Boyer (1972), ο οποίος ισχυρίζεται ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου, εφόσον η κίνηση και η μετακίνηση είναι οι παράγοντες που «κατασκευάζουν» τον τουρίστα. Ο «τουρίστας» ορίζεται από τους Mc Intoch και Goelder (1982) «ως ένα άτομο που ταξιδεύει από τόπο σε τόπο για λόγους που δεν σχετίζονται με την εργασία». Με βάση αυτές τις απόψεις, ένας πολιτισμός είναι ένα σύνολο από περισσότερο ή λιγότερο σημαντικές υποχρεώσεις, που οι άνθρωποι διεθνοποιούν κατά τη διάρκεια της κοινωνικοποίησης τους η οποία συντελείται όταν

ταξιδεύουν. Μεταξύ των πιο σημαντικών υποχρεώσεων είναι η εργασία. Κατά συνέπεια όταν ένα άτομο είναι ελεύθερο από την εργασία και επιχειρεί να μετακινηθεί, τότε το άτομο αυτό γίνεται τουρίστας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο ορισμός του μαζικού τουρισμού από τον Nettekoven (1972): «είναι το σύνολο των κοινωνικών και οικονομικών φαινομένων που απορρέουν από την εθελοντική και προσωρινή αλλαγή του τόπου κατοικίας».

Τις παραπάνω θέσεις συμμερίζεται η V.L. Smith (1989), η οποία δέχεται ότι το φαινόμενο του τουρισμού είναι δύσκολο να οριστεί ακριβώς επειδή υπάρχουν επιχειρηματίες και σύνεδροι οι οποίοι ταξιδεύουν συνεχώς και μπορούν να συνδυάσουν συσκέψεις με τουριστικού τύπου δραστηριότητες. Γενικά όμως, συνεχίζει, ο τουρίστας είναι ένα περιστασιακά αργόσχολο άτομο το οποίο επισκέπτεται με τη θέληση του ένα μέρος μακριά από το σπίτι του με σκοπό να βιώσει την εμπειρία της αλλαγής. Τα κίνητρα του τουρισμού προέρχονται από τρεις βασικούς παράγοντες που σχηματίζουν μια εξίσωση:

Τουρισμός = Ελεύθερος χρόνος (leisure time) + Διακριτικό εισόδημα (discretionary income) + Θετική συγκατάθεση (positive local sanctions).

Η Smith λέγοντας "discretionary income" εννοεί το εισόδημα που προκύπτει μετά την κάλυψη των βασικών αναγκών του ατόμου, ενώ με τον όρο "sanctions" τις συμβάσεις που συνοδεύουν το ταξίδι και είναι αποδεκτές από την κάθε κοινωνία. Αναφέρει ως παράδειγμα το ταξίδι με auto stop. Στην Ευρώπη, σε αντίθεση με την Αμερική, θεωρείται ένας αποδεκτός τρόπος μετάβασης από τόπο σε τόπο.

Η συνθήκη ότι ο τουρισμός είναι αποκλειστικά ένα είδος αργίας είναι αρκετά περιοριστική. Ο τουρισμός, για παράδειγμα, θα μπορούσε να ειπωθεί και ως παράγοντας μιας ευρείας διαδικασίας που αφορά την κινητικότητα στο χώρο. Με αυτή την έννοια ο τουρισμός μπορεί πολύ απλά να εκληφθεί ως η διαδικασία της μετάβασης από τόπο σε τόπο μέσα στα ίδια γεωγραφικά πλαίσια από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων ή πιο απλά, ως μια προσωρινή αλλαγή των τόπων διαμονής. Επιπλέον ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένα οικονομικό φαινόμενο που αναπτύσσεται σύμφωνα με τους κανόνες της προσφοράς και της ζήτησης, ως ένα ψυχολογικό φαινόμενο εφόσον μια σειρά από ανάγκες προηγούνται ενός τουριστικού ταξιδιού, ως κοινωνικό φαινόμενο

που αναδεικνύει κοινωνικούς ρόλους και επαφές που αναπτύσσονται ανάμεσα στους τουρίστες, τους οργανωτές του ταξιδιού, τους ξεναγούς και το ντόπιο πληθυσμό. Τέλος, ο τουρισμός θεωρείται και πολιτισμικό φαινόμενο επειδή φέρνει σε επαφή άτομα διαφορετικών πολιτισμικών μορφωμάτων, και μ' αυτή την έννοια μπορεί να θεωρηθεί και ως πολιτισμική αναμέτρηση ή ένα πολιτισμικό "shock". Ως τέτοιο φαινόμενο, ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί και ως παράγοντας πολιτισμικής αλλαγής.

Ο ελληνικός τουρισμός αρχίζει να αναπτύσσεται ταχύτατα μετά το 1950 ακολουθώντας το ρεύμα της ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού. Την πενταετία 1990-1995, ο μέσος ρυθμός αύξησης των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών ήταν 8,4% με αποτέλεσμα να έχουμε 9 εκατομμύρια αφίξεις το 1990, έναντι 3 εκατομμυρίων αφίξεων το 1975. Επιπλέον, ο τομέας του τουρισμού παράγει το 10% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος, ενώ δημιουργεί το 35% των άδηλων πόρων σε συνάλλαγμα και το 6,4% των επενδύσεων.

Η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα το σχεδιασμό από την κεντρική πολιτική εξουσία αρκετών προγραμμάτων που αφορούσαν:

- Την καλύτερη οργάνωση των τουριστικών κέντρων της χώρας (πενταετές πρόγραμμα 1966-1970)
- Την οργανική ένταξη του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης στα πλαίσια της περιφερειακής ανάπτυξης (πρόγραμμα 1968-1972)
- Τον προσανατολισμό της τουριστικής ανάπτυξης

Παρόλα αυτά, μόλις το 1982 ο τουρισμός αντιμετωπίζεται ως σημαντικός παραγωγικός τομέας και για πρώτη φορά εξετάζεται η συμβολή του στη γενικότερη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας, κυρίως μέσα από τις μελέτες που εκπονήθηκαν από το Κ.Ε.Π.Ε.

Εάν επιχειρήσουμε να σχολιάσουμε συνολικά την άσκηση της κρατικής πολιτικής στον τομέα του τουρισμού θα πρέπει να πούμε ότι, αρχικά, δεν δίνεται μεγάλη έμφαση στον τουρισμό ως παράγοντα ανάπτυξης. Αντιμετωπίστηκε σαν μια σημαντική πηγή κάλυψης των βραχυπρόθεσμων συναλλαγματικών αναγκών της χώρας, ακολουθήθηκε μια πολιτική συνεχώς αυξανόμενων

κινήτρων με στόχο την παραπέρα ανάπτυξη του, χωρίς όμως να έχουν προσδιοριστεί με σαφήνεια η στρατηγική και οι στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν για τον ελληνικό τουρισμό.

ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εστιάζοντας στην Κρήτη θα πρέπει να επισημάνουμε ότι είναι μια από τις κυριότερες περιοχές αλλοδαπού τουρισμού, αφού το 94% του συνόλου των διανυκτερεύσεων με βάση τα στοιχεία του 1990 πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς στο νησί. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η Κρήτη διαθέτει διεθνούς σημασίας αρχαιολογικούς χώρους, σημαντικό αριθμό παραδοσιακών οικισμών και έρχεται πρώτη σε σχέση με τις άλλες περιφέρειες της χώρας σε ανθρωπογενή τοπία.

Αφετηρία για την ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί ήταν η ίδρυση από τον Ε.Ο.Τ. του «Ξενία» το 1965 στο Ηράκλειο, καθώς επίσης και οι κρουαζιέρες του «Σεμίραμις» και του «Αγγέλικα» εκείνη την περίοδο. Τα προηγούμενα χρόνια ο τουρισμός ήταν περιηγητικής μορφής, ενώ η οικονομία του νησιού βασιζόταν στην αγροτική παραγωγή.

Σταδιακά η Κρήτη κατέλαβε από την δεκαετία του 1970 την πρώτη θέση στις προτιμήσεις ελληνικών προορισμών στην συντριπτική πλειοψηφία των αγορών ζήτησης. Πρώτο σταθμό υποδοχής αποτέλεσε η Ανατολική Κρήτη όπως μαρτυρεί η αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού της.

<u>ΕΤΟΣ</u>	<u>ΚΛΙΝΕΣ</u>
1966	1600
1980	25805
1994	71420

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη τουριστική ανάπτυξη και στους άλλους νομούς της Κρήτης. Παρ' όλα αυτά όμως ο νομός Ηρακλείου εξακολουθεί να βρίσκεται στην πρώτη θέση, τουλάχιστον σε ότι αφορά στην ξενοδοχειακή υποδομή. Με βάση στοιχεία του 1998, ο νομός εξακολουθεί να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μέρος των τουριστικών εγκαταστάσεων, με 550 ξενοδοχειακές μονάδες (μεγάλου ή μικρότερου μεγέθους) και 110,000 κλίνες.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που βασίστηκε στην ανάγκη επικοινωνίας και ενημέρωσης των ανθρώπων. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους συναντιούνται, συνεδριάζουν, συσκέπτονται και συναποφασίζουν. Επειδή δεν είναι δυνατόν πάντα τα άτομα αυτά να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με κάποια κριτήρια ένα κοινό τόπο για τη συνάντησή τους.

Η μετακίνηση προς τον τόπο συνάντησης είναι τουριστική μετακίνηση που σε συνδυασμό με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί τον συνεδριακό τουρισμό. Ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι ένα νέο φαινόμενο. Σε πρώιμη μορφή είναι γνωστό από την αρχαιότητα. Στην «Ιστορία του Ελληνικού Έθνους» (τόμος αρχαϊκού πολιτισμού) διαβάζουμε:

«οι αμφικτιονίες ήταν οργανώσεις συνεργασίας που αναπτύχθηκαν γύρω από ιερά πριν το τέλος του VII αιώνα. Οι αποφάσεις που λαμβάνονταν αφορούσαν την κατασκευή – συντήρηση ναών, προσφορά θυσιών, εκδίκαση ιεροσυλιών, οργάνωση πανηγυριών και τη διαχείριση περιουσιακών στοιχείων του ιερού. Οι συναντήσεις αντιπροσώπων διαφόρων κρατών ανά τακτά χρονικά διαστήματα έδινε την ευκαιρία για ανταλλαγές απόψεων σχετικά με άλλα θέματα κοινού ενδιαφέροντος π.χ. τη ρύθμιση διαφορών. Η ιερότητα του χώρου διευκόλυνε την προσέγγιση απόψεων, και η επίκληση της τιμώμενης θεότητας ως εγγυήτριας των συμφωνιών προσέδιδε ιδιαίτερο κύρος. Μερικές αμφικτιονίες εξελίχθηκαν σε οργανισμούς που διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στις διακριτικές σχέσεις».

Σήμερα χιλιάδες χρόνια μετά τα συνέδρια δεν έχουν απλώς εξελιχθεί σε απαραίτητο μέσο για την ενημέρωση πάνω σε επιστημονικά θέματα, αλλά έχουμε φτάσει στο σημείο να μιλάμε για οργανωμένη εκμετάλλευσή τους και για συγκεκριμένη συνεδριακή πολιτική. Ως το σημαντικότερο κομμάτι του επαγγελματικού τουρισμού, στα συνέδρια οφείλονται πάνω από το 30% όλων των επαγγελματικών ταξιδιών φθάνοντας π.χ. το 1993 μόνο στην Αμερική τα 85 εκατομμύρια ταξίδια. Την ίδια χρονιά

αυτό το τμήμα της αγοράς δημιουργεί 2,9 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και 225 δις \$.

Η Ελλάδα λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει μπορεί με ορθολογικό προγραμματισμό και με την δημιουργία της κατάλληλης υποδομής να αναδειχθεί σε διεθνές συνεδριακό κέντρο ιδιαίτερης σημασίας.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο συνεδριακός τουρισμός ανάλογα με:

α) το είδος της συμμετοχής διακρίνεται σε:

- 1) διεθνή και
- 2) εθνικά – τοπικά

β) το φορέα διοργάνωσης διακρίνεται σε:

- 1) θεσμικά (institutional)
- 2) επιχειρηματικά και
- 3) δημόσια

Διεθνή, εθνικά – τοπικά

Διεθνή:

Με τον όρο διεθνή συνέδρια εννοούμε τα συνέδρια που χαρακτηρίζονται από ευρεία συμμετοχή αλλοδαπών. Τα διεθνή συνέδρια είναι πιο σημαντικά από τα εθνικά-τοπικά λόγω των

πλεονεκτημάτων και του μεγαλύτερου οφέλους που προσφέρουν στη χώρα, π.χ. περισσότερο συνάλλαγμα, προβολή, κ.α. Αυτά με τη σειρά τους διακρίνονται σε:

- Συνέδρια Διεθνών Οργανισμών
- Εθνικά συνέδρια με ευρεία διεθνή συμμετοχή

Διοργανώνονται από διεθνείς οργανισμούς ή από εθνικούς φορείς. Οι κυριότερες χώρες που φιλοξένησαν διεθνή συνέδρια το 2001:

<i>ΧΩΡΕΣ</i>	<i>ΣΥΝΟΛΟ ΣΥΝΕΔΡ ΙΩΝ</i>	<i>ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΔΙΕΘ. ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ %</i>	<i>ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝ. ΜΕ ΕΥΡΕΙΑ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ</i>	<i>ΣΥΝΟΛΟ %</i>
ΗΠΑ	973	8,70	3,20	11,90
Γαλλία	734	5,85	3,10	8,95
Αγγλία	700	5,25	3,35	8,60
Γερμανία	505	3,65	2,50	6,15
Ελβετία	292	3,60	0,30	3,60
Ιταλία	344	3,20	1,00	4,20
Ολλανδία	367	2,50	2,00	4,50
Βέλγιο	284	2,45	1,00	3,45
Ισπανία	273	2,00	1,40	3,40
Αυστρία	199	1,90	0,50	2,40
Καναδάς	189	1,80	0,50	2,30
Φιλανδία	161	1,45	0,55	2,00
Σουηδία	138	1,35	0,35	1,70
Ιαπωνία	195	1,30	1,10	2,40
Δανία	134	1,05	0,60	1,65
Αυστραλία	124	1,00	0,50	1,50

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα η κυριότερη χώρα διεξαγωγής συνεδρίων είναι οι ΗΠΑ με 937 συνέδρια που καλύπτουν το 11,9% του συνόλου. Ακολουθούν μια σειρά από Ευρωπαϊκές χώρες με κυριότερες τη Γαλλία και την Αγγλία με 734 συνέδρια και κάλυψη του 8,95% του συνόλου, και 700 συνέδρια και κάλυψη 8,6% του συνόλου αντίστοιχα.

Στη διηπειρωτική κατανομή των διεθνών συνεδρίων η κατάσταση έχει ως εξής:

ΗΠΕΙΡΟΣ	ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝ. %	ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΕΘΝ. ΟΡΓ. ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΜΜΕΤ. %	ΣΥΝΟΛΟ
Ευρώπη	41,70	18,80	60,50
Βόρεια Αμερική	11,00	4,00	15,00
Ασία	8,80	3,70	12,50
Νότια Αμερική	4,00	1,40	5,40
Αφρική	4,10	0,30	4,40
Αυστραλία	1,70	0,50	2,20
	71,30	28,70	100,00

Όπως παρατηρούμε, τα συνέδρια διεθνών οργανισμών καλύπτουν το 71,30% του συνόλου ενώ τα συνέδρια εθνικών οργανισμών καλύπτουν το υπόλοιπο 28,7%. Ακόμη παρατηρούμε ότι η Ευρώπη παραμένει παγκοσμίως η πιο σημαντική περιοχή για συνέδρια αν και πριν από 40 χρόνια προσέλκυε σχεδόν το 80% όλων των διεθνών συνεδρίων.

Εθνικά – τοπικά συνέδρια:

ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	%
Διεθνή	143	68
Εθνικά-τοπικά	63	32
Σύνολο	197	100

Όπως φαίνεται τα διεθνή συνέδρια αποτελούν την πλειοψηφία των συνεδρίων με πάνω από τα δύο στα τρία συνέδρια να είναι διεθνή.

Θεσμικά – Επιχειρηματικά – Δημόσια:

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα συνέδρια που διοργανώνονται από συλλόγους, ομοιοεπαγγελματικές οργανώσεις ή άλλα όργανα με ευρύτερους κοινωνικούς σκοπούς. Για παράδειγμα συνέδριο της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, ιατρικών συλλόγων, εφοπλιστικοί σύλλογοι, οικολογικές οργανώσεις, κ.λπ..

Επιχειρηματικά:

Εδώ ανήκουν τα συνέδρια που διοργανώνονται από επιχειρήσεις και οργανισμούς με ξεκάθαρους επιχειρηματικούς σκοπούς και στόχους. Για παράδειγμα συνέδριο πωλητών Coca Cola, IBM, κ.λπ.

Δημόσια:

Σ' αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται συνέδρια δημοσίων οργανισμών, πολιτικών κομμάτων, πολιτικών – συνδικαλιστικών οργανώσεων π.χ. Γ.Σ.Ε.Ε.

Χαρακτηριστικά Θεσμικών – Επιχειρηματικών – Δημοσίων συνεδριών

Η αγορά των συνεδριών είναι αρκετά ετερογενής. Σ' αυτόν τον κλάδο διακρίνονται δύο κύριοι τομείς οι οποίοι είναι ο θεσμικός και ο επιχειρηματικός κλάδος συνεδριών. Αυτοί οι δύο τομείς έχουν εμφανείς διαφορές στα χαρακτηριστικά τους :

- τα επιχειρήματα συνέδρια είναι μικρότερα στο μέγεθος και γίνονται πιο συχνά ενώ τα θεσμικά είναι μεγαλύτερα και τακτικά επαναλαμβανόμενα π.χ. ετήσια. Βεβαίως, το 78% των συνεδριών στην Ευρώπη και το 80% των συνεδριών στην Αμερική είναι θεσμικά.
- ο μέσος όρος συμμετοχής σ' αυτά τα συνέδρια είναι 390 άτομα αν και σε μερικά από αυτά οι συμμετοχές είναι αρκετές χιλιάδες
- στα θεσμικά συνέδρια συνηθίζεται να συνοδεύονται σύνεδροι από τους (τις) συζύγους τους.
- η σημαντικότερη ίσως διαφορά είναι η ελευθερία επιλογής για τη συμμετοχή στο συνέδριο. Οι επιχειρηματικοί σύνεδροι υποχρεούνται να παρευρίσκονται και να συμμετέχουν στο συνέδριο από τις επιχειρήσεις τους. Από την άλλη οι θεσμικοί

είναι ελεύθεροι να αποφασίσουν αν και σε ποιο συνέδριο θα συμμετάσχουν.

- οι διοργανωτές θεσμικών συνεδρίων συμπεριφέρονται σαν tour operators οι οποίοι επιλέγουν τους προορισμούς και προσπαθούν να τους «πουλήσουν» στους πιθανούς συνέδρους. Συνεπώς αυτοί οι πελάτες συμπεριφέρονται σαν τουρίστες επειδή έχουν μια ευρεία επιλογή διαφορετικών συνεδρίων σε διαφορετικές τοποθεσίες με διαφορετικό κόστος σε διαφορετικό χρόνο. Έτσι για την επιλογή και την αγοραστική συμπεριφορά του εξετάζει παράγοντες όπως: η θελκτικότητα του τόπου του συνεδρίου, οι δικές τους ανάγκες και επιθυμίες κ.α.

- στους επιχειρηματικούς συνέδρους, τα έξοδα καλύπτονται από την εταιρεία ενώ οι συμμετέχοντες σε ένα θεσμικό συνέδριο εκτός των εξόδων για τα ποσά εγγραφής και συμμετοχής πρέπει να καλύψουν οι ίδιοι τα υπόλοιπα έξοδά τους ή να βρουν χρηματοδότη από κάποιον τρίτο

- στα δημόσια συνέδρια τα έξοδα συνήθως καλύπτονται από το φορέα διοργάνωσης και όχι από τους συνέδρους

Διάφορες εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα

Συνέδρια

Είναι η συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα με σκοπό την συζήτηση και ανάπτυξη θέματος και ενδεχομένως λήψη αποφάσεων.

Ο όρος συνέδρια – convention χρησιμοποιείται κατά κύρον στη Β. Αφρική για την περιγραφή σημαντικών συνεδρίων. Διαφέρουν από τα συνέδρια – congress ως προς το μέγεθος και τη σημασία τους

υπερέχοντας σημαντικά και στους δύο τομείς. Τα τελευταία είναι συνήθως ολομέλειες με σκοπό την πληροφόρηση και έχουν πιο «διεθνή» χαρακτήρα.

Διάσκεψη – Συνδιάσκεψη

Οι όροι είναι συνώνυμοι μεταξύ τους και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις με μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί ενεργό συμμετοχή σε αυτό. Ο συνηθέστερος όρος που χρησιμοποιείται είναι ο αγγλικός conference.

Συσκέψεις

Είναι γνωστές και σαν “round table conferences”, δηλαδή συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης και αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων. Συσκέψεις οργανώνονται τόσο από θεσμικούς όσο και από επιχειρηματικούς ή πολιτικούς φορείς. Ανάλογα με το είδος της σύσκεψης καταλήγουν σε συμπεράσματα ή αποφάσεις ανάλογα με το αν είναι συμβουλευτικού ή εκτελεστικού χαρακτήρα.

Συνελεύσεις

Με αυτόν τον όρο περιγράφονται οι συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας μεταξύ των μελών π.χ. μιας οργάνωσης ή μιας επιχείρησης.

Ημερίδες

Αποτελούν συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν «γενέθλιες» επετείους του φορέα που τις πραγματοποιεί. Έτσι χαρακτηρίζονται συχνά ημερήσια συνέδρια επιστημονικών ενώσεων.

Φόρουμ

Με αυτόν τον όρο που έχει επικρατήσει περιγράφονται συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό είναι ότι επακολουθεί συζήτηση με ερωτήσεις από το ακροατήριο.

Ολομέλειες (assemblies)

Κύριος σκοπός τους είναι η δημιουργία νομοθεσίας ή η ανάπτυξη πολιτικής. Παρακολουθούνται από μεγάλο αριθμό αντιπροσώπων που έχουν δικαίωμα ψήφου ή ομιλίας.

Σεμινάρια

Τα σεμινάρια εμφανίζονται με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του φόρουμ. Συνήθως ο αριθμός των συμμετοχών είναι μικρός και συγκεκριμενοποιεί το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας σε σχέση με το φόρουμ.

Ομάδες εργασίας (work shops)

Είναι μια μέθοδος εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει την εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου θέματος. Συνήθως αφορά μεγέθη 15-30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να εξετάσουν κάποιο θέμα, κάποιο πρόβλημα και να καταλήξουν στις απαραίτητες λύσεις.

Συναντήσεις (meetings)

Αφορά καθαρά συναντήσεις ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος που δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες «εταιρικές» ή επιχειρησιακές συναντήσεις.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό «Τουρισμός και Οικονομία» η διάρκεια των συνεδρίων χωρίζεται ως εξής:

- τα 37,7% διαρκούν έως 3 ημέρες
- τα 38,8% διαρκούν έως 4-5 ημέρες
- τα 19,8% διαρκούν έως 6-8 ημέρες

Το υπόλοιπο ποσοστό (3,7%) αφορά συνέδρια που ξεπερνούν τις 8 ημέρες σε διάρκεια. Βεβαίως θα πρέπει να παρατηρήσουμε ότι πολύ μεγάλα σε διάρκεια συνέδρια είναι πολύ σπάνια και καθώς τα συνέδρια διεξάγονται συνήθως εργάσιμες μέρες, πολλοί σύνεδροι χρησιμοποιούν το Σαββατοκύριακο για να παρατείνουν την παραμονή τους. Σύμφωνα άλλωστε με τον κύριο Φωτεινάκη (υπεύθυνο οργάνωσης συνεδριακών και άλλων εκδηλώσεων στο ξενοδοχείο Χανδρής) « η μέγιστη διάρκεια ενός κλασσικού

συνεδρίου είναι 4 ημέρες. Η μέση διάρκεια είναι 2,5 ημέρες αν συμπεριλαμβάνονται και τα μονοήμερα συνέδρια-ημερίδες». Σύμφωνα άλλωστε με στοιχεία του Υπουργείου Πολιτισμού, η κατάσταση στην Ελλάδα το 1996 είχε ως εξής:

<u>ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ</u>	<u>ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ</u>	<u>ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΕ ΗΜΕΡΕΣ</u>	<u>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ</u>
Διεθνή	134	488	3,64
Εθνικά-Τοπικά	63	241	3,82
Σύνολο	197	729	3,67

Βλέπουμε ότι ο μέσος όρος είναι περίπου 3,5 ημέρες. Αξιοσημείωτο πάντως είναι ότι την μεγαλύτερη μέση διάρκεια συνεδρίων την είχαν τα ιατρικά (διεθνή και εθνικά) με 5 ημέρες.

ΜΕΓΕΘΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Το μέγεθος των συνεδρίων εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως:

- το μέγεθος και το είδος του φορέα που το διοργανώνει
- η συχνότητα επανάληψης του συνεδρίου
- οι ημερομηνίες διεξαγωγής
- οι εγκαταστάσεις και ο τόπος διεξαγωγής
- το ενδιαφέρον του θέματος
- το κόστος
- η ευκολία πρόσβασης

Ο αριθμός των συμμετεχόντων έχει ως εξής:

- 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 έως 2500 και άνω άτομα

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι στο 91,4% των συνεδρίων λαμβάνουν μέρος ως 1000 άτομα και στο 81,8% έως 500 άτομα. Οι οργανισμοί που διοργανώνουν και άλλα μικρά συνέδρια – συναντήσεις εκτός του κυρίου συνεδρίου τους, διαμορφώνουν μια ενδιαφέρουσα δευτερεύουσα αγορά.

ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Ο Σεπτέμβριος είναι ο πρώτος μήνας για τη διεξαγωγή συνεδρίων με το Μάιο δεύτερο. Έτσι τα συνέδρια αυξάνουν την πληρότητα σε αυτούς τους μήνες χαμηλής κίνησης, αμβλύνοντας έτσι την εποχικότητα. Χωρίς εκπλήξεις οι χειμερινοί μήνες Δεκεμβρίου, Ιανουαρίου και Φεβρουαρίου είναι οι λιγότερο δημοφιλείς μήνες για συνέδρια. Αναλυτικά η κατάσταση παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

<i>ΜΗΝΕΣ</i>	<i>%</i>
Ιανουάριος	1,5
Φεβρουάριος	2
Μάρτιος	4
Απρίλιος	6
Μάιος	13,5
Ιούνιος	13
Ιούλιος	9
Αύγουστος	12
Σεπτέμβριος	18
Οκτώβριος	12,5
Νοέμβριος	6
Δεκέμβριος	2,5

Συνήθως Ιούλιο και Αύγουστο γίνονται συνέδρια σε χώρες με όχι και τόσο θερμό καλοκαίρι. Βεβαίως αυτοί οι θερμοί μήνες προτιμώνται περισσότερο για καλοκαιρινές διακοπές παρά για να αφιερώσουν χρόνο σε θέματα εργασίας. Δεν αποκλείεται όμως ο συνδυασμός ενός συνεδρίου με ολιγοήμερες διακοπές στον τόπο του συνεδρίου.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Η συχνότητα διεξαγωγής συνεδρίων από τους οργανισμούς που πραγματοποιούν τα συνέδρια τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα είναι:

- το 40,6% των συνεδρίων διεξάγονται ετήσια
- το 24,0% των συνεδρίων διεξάγονται κάθε 2 χρόνια
- το 13,3% των συνεδρίων διεξάγονται κάθε 3 χρόνια
- το 6,9% των συνεδρίων διεξάγονται κάθε 4 χρόνια
- το 3,4% των συνεδρίων διεξάγονται κάθε 5 χρόνια
- το 11,8% των συνεδρίων διεξάγονται δεν καθόρισαν

Παρατηρούμε με ενδιαφέρον ότι το 64,6% των συνεδρίων διεξάγεται περιοδικά έως και με 2 χρόνια διαφορά μεταξύ τους. Επίσης αξίζει να σημειώσουμε ότι όσο συχνότερα διεξάγεται ένα συνέδριο, αυξάνονται οι πιθανότητες να επανέλθει σε κάποιο τόπο έπειτα από ορισμένα χρόνια. Σύμφωνα με τον κύριο Νίκο Κυριακόπουλο: «λόγω του έντονου ανταγωνισμού πρέπει να είμαστε ευχαριστημένοι αν επιστρέψει πάλι στην χώρα μας ένα συνέδριο έπειτα από 10 χρόνια.

ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ

Σύμφωνα με μια έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ" τα συνέδρια χρησιμοποιούν τις παρακάτω κτηριακές εγκαταστάσεις:

- στο ποσοστό 38% συνεδριακά κέντρα
- στο ποσοστό 30% ξενοδοχεία
- στο ποσοστό 19% πανεπιστήμια
- στο ποσοστό 9% άλλες εγκαταστάσεις
- στο ποσοστό 4% δεν απάντησαν

αξίζει να σημειωθεί ότι από το 38% των συνεδρίων χρησιμοποιεί συνεδριακά κέντρα, το 33% χρησιμοποιεί αποκλειστικά και μόνο αυτή πηγαίνοντας σε χώρες που διαθέτουν αυτές τις εγκαταστάσεις. Αυτό σημαίνει καθαρά ότι λόγω της μη ύπαρξης συνεδριακών κέντρων στη χώρα μας (πλην ίσως μικρών σχετικά εγκαταστάσεων) η Ελλάδα είναι εκτός αγοράς από το 33% της διεθνούς συνεδριακής αγοράς.

Πόσο χρόνο πριν αποφασίζεται και επιλέγεται ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου

οι τόποι διεξαγωγής των συνεδρίων «κλείνονται» πολύ νωρίς. Έχοντας υπ' όψιν το μεγάλο βαθμό οργάνωσης που απαιτείται, η περίοδος μεταξύ της επιλογής του προορισμού και της ημερομηνίας διεξαγωγής είναι πολύ μεγάλη:

- το 59% των συνεδρίων αποφασίζονται έως 2 χρόνια νωρίτερα
- το 18% των συνεδρίων αποφασίζονται έως 3 χρόνια νωρίτερα
- το 13% των συνεδρίων αποφασίζονται έως 4 χρόνια νωρίτερα

- το 10% των συνεδρίων αποφασίζονται έως 5 χρόνια νωρίτερα

ή ακόμα πιο νωρίς από την ημερομηνία που θα διεξαχθεί. Αυτό σημαίνει πως οι προορισμοί για αρκετές χιλιάδες συνέδρια που θα διεξαχθούν ως το τέλος της δεκαετίας έχουν ήδη επιλεγεί.

Στην Ελλάδα ισχύει σε γενικές γραμμές ότι και παγκοσμίως αν και σύμφωνα με την κυρία Σοφία Καλαντίδου (υπεύθυνη συνεδρίων και εκδηλώσεων στο ξενοδοχείο «Park Hotel»), τα «κρατικά – δημόσια συνέδρια διοργανώνονται την τελευταία στιγμή».

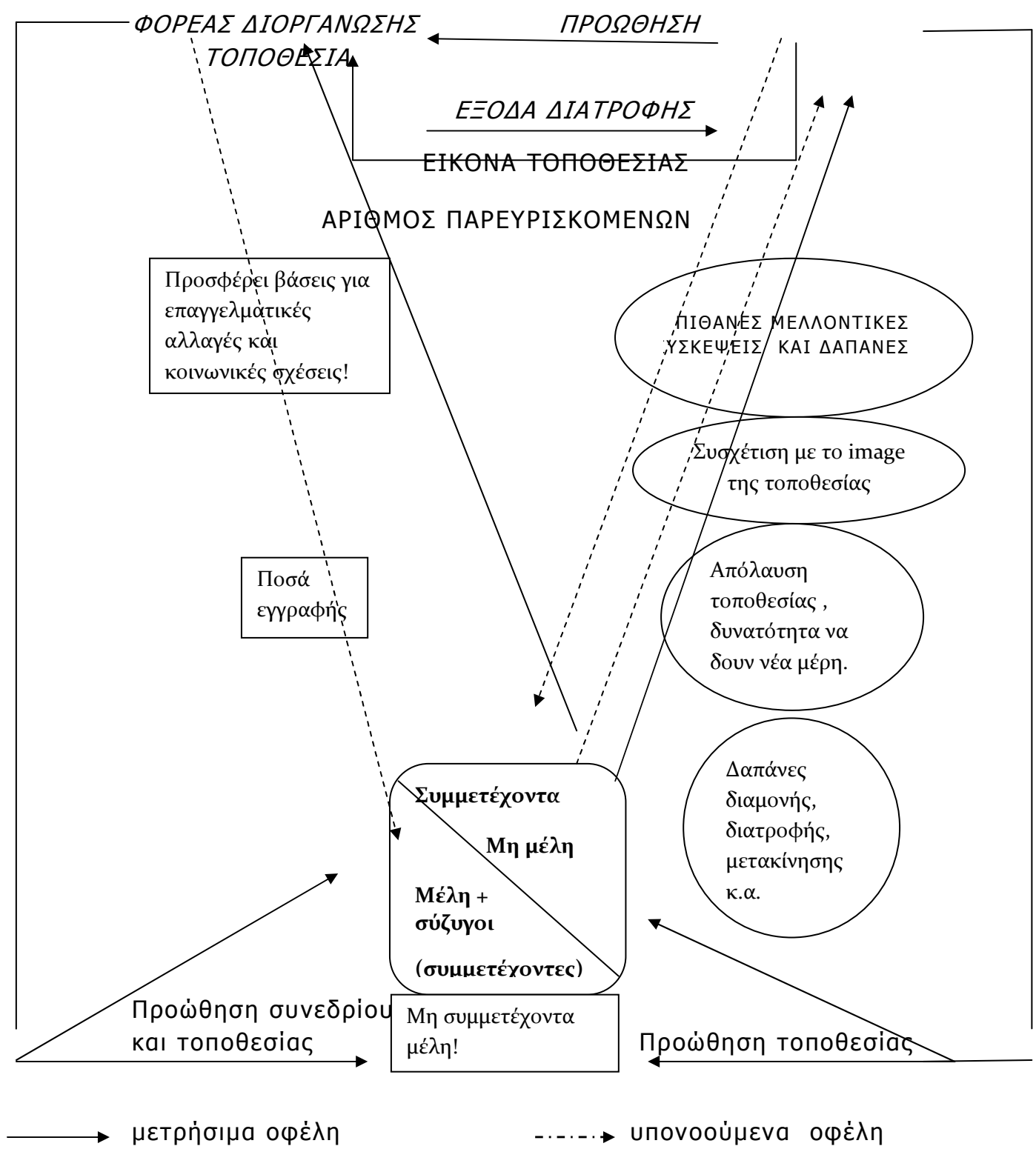
Εμπλεκόμενα μέρη στην αγορά συνεδρίων

Κάποιος μπορεί να διακρίνει στην αγορά των συνεδρίων ένα σύστημα με 3 κύρια εμπλεκόμενα μέρη:

1. το φορέα που διοργανώνει το συνέδριο
2. τον τόπο του συνεδρίου
3. τους πιθανούς συνέδρους

Σύμφωνα με τους Var , Cesario και Mauser , ο φορέας διοργάνωσης και οι παράγοντες του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου έχουν κοινό σκοπό και στόχο την προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων συνεδρίων. Γι' αυτό τοποθετούνται δίπλα στο παρακάτω σχεδιάγραμμα στο οποίο φαίνεται ο συσχετισμός των εμπλεκόμενων μερών. Μερικές από αυτές τις σχέσεις απτές ενώ μερικές άλλες είναι μη απτές και δύσκολο μετρήσιμες:

ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ



εκτός από τα τρία αυτά κύρια μέρη , υπάρχουν και άλλα μικρότερα. Για παράδειγμα οι εκθέτες έχουν ένα δεδομένο ενδιαφέρον, γεγονός που φαίνεται από το ότι στην Αμερική το 34% όλων των θεσμικών συνεδρίων γίνονται σε συνδυασμό με κάποια έκθεση. Το σπονσοράρισμα από τις εκθέσεις , που είναι το δεύτερο σε σημασία μέγεθος εσόδων των ιθυνόντων μετά τα ποσά εγγραφής των συνεδρίων που αποτελούν περίπου το 38% των συνολικών εσόδων. Παρόλα αυτά οι εκθέτες φαίνεται να έχουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του υποψηφίου συνέδρου για τη συμμετοχή ή όχι στο συνέδριο.

Ο φορέας διοργάνωσης και παράγοντες που λαμβάνονται υπόψιν στην επιλογή της τοποθεσίας του συνεδρίου

Η επιλογή του τύπου διεξαγωγής του συνεδρίου από το φορέα της οργάνωσης είναι μια αρκετά πολύπλοκη διαδικασία στην οποία λαμβάνονται υπόψιν πολλοί παράγοντες με διαφορετική βαρύτητα ο καθένας . Οι πιο σημαντικοί από αυτούς είναι:

- 1) Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής.
- 2) Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης, συνήθως αεροπορικής στον προορισμό
- 3) Η χρονοαπόσταση από τα διάφορα κέντρα στον πιθανό τύπο φιλοξενίας του συνεδρίου
- 4) Η ύπαρξη των απαραίτητων εγκαταστάσεων για τη διαμονή και τη φιλοξενία των συνέδρων
- 5) Η γενικότερη εικόνα και τα θέλγητρα που προσφέρει ο τύπος προορισμού

- 6) Ικανοποιητικές καιρικές συνθήκες και κατάλληλο κλίμα
- 7) Ασφάλεια και σταθερότητα, κοινωνική και πολιτική ομαλότητα
- 8) Οικονομικό κόστος . Τιμές των προσφερόμενων υπηρεσιών αλλά και το γενικότερο κόστος ζωής στη χώρα.
- 9) Προηγούμενη εμπειρία από τη διοργάνωση συνεδρίου στην περιοχή
- 10) Νυχτερινή ζωή, δυνατότητες διασκέδασης – ψυχαγωγίας
- 11) Συγκοινωνιακό και επικοινωνιακό δίκτυο του τόπου προορισμού.

Οι παραπάνω παράγοντες δεν είναι τοποθετημένοι σε σειρά σημαντικότητας καθώς κάτι τέτοιο δεν είναι εύκολα μετρήσιμο. Άλλωστε κάθε άτομο έχει διαφορετικά κριτήρια για το τι είναι σημαντικό σύμφωνα με τις εκάστοτε ανάγκες του.

Ο ρόλος του ξενοδοχείου στο συνεδριακό τουρισμό

Ο τουρίστας πριν μετακινηθεί απαιτεί εκ των προτέρων την ύπαρξη της δυνατότητας ικανοποίησης μιας σειράς βασικών αναγκών, όπως εκείνων του ύπνου και του φαγητού. Αυτές παρέχονται κατεξοχήν από τα τουριστικά καταλύματα των οποίων η ύπαρξη και η λειτουργία χρονολογείται από την αρχαιότητα. Τα πρώτα ίχνη τουριστικών καταλυμάτων στην Αν. Μεσόγειο ανακαλύφθηκαν στην Κρήτη το 1500π.χ. Αργότερα στον ιερό λόφο της Ακρόπολης δημιουργούνται:

α) δημόσιοι κοιτώνες με κύριο σκοπό την ανάπαυση των επισκεπτών

β) ξενώνες και

γ)πανδοχείο που προοριζόταν να υποδέχεται δωρεάν τους προσκυνητές. Τον 5^ο αιώνα π.Χ χρονολογείται το πρώτο Ελληνικό πανδοχείο το οποίο ανακαλύφθηκε στις Πλαταιές της Βοιωτίας.

Στη Ρώμη το κράτος είχε κατασκευάσει τα λεγόμενα «κοινωνικής φύσης πανδοχεία» κατά μήκος των πλέον πολυσύχναστων οδών, προκειμένου να εξασφαλίσει τη «στεγασμένη διανυκτέρευση» των ταξιδιωτών. Παράλληλα όμως κάνουν και την εμφάνισή τους τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Μετά από αυτή τη μικρή ιστορική αναδρομή αν προσπαθούσαμε να ορίσουμε το τουριστικό κατάλυμα θα λέγαμε ότι : «τουριστικό κατάλυμα είναι το κατάλυμα που μπορεί διαρκώς ή περιοδικά να προσφέρει στους πελάτες του δωμάτια για διανυκτέρευση, καθώς και άλλες πρόσθετες υπηρεσίες».

Οι συνεδριακοί χώροι

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

- χώρους συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών κ.λπ)
- χώρους εκθέσεων
- χώρους συνεστιάσεων(δεξιώσεων, συγκεντρώσεων, μπουφέ, καλωσορίσματος κ.λπ)

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

Οι διαστάσεις των χώρων, η χωρητικότητά 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 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. Δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι πολλοί οργανωτές, μεταφέροντας ίσως και την επιθυμία των αντίστοιχων φορέων που εκπροσωπούν, δεν θέλουν την παρουσία στη μονάδα και άλλων εκδηλώσεων παράλληλα με τη δική τους. Το ξενοδοχείο θα πρέπει να εμφανίσει εναλλακτικές λύσεις και συνδυασμούς ούτως ώστε σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο να μην υπάρχουν σημεία τριβής και δυσαρέσκειας.

Το "σπάσιμο" μιας διάσκεψης σε ομάδες εργασίας(work shops) Αυξάνει την ανάγκη για μικρότερους και περισσότερους χώρους . Ίσως στην περίπτωση αυτή, αν η λύση των διαχωριστικών των χώρων δεν είναι επιθυμητή από τον πελάτη, θα πρέπει να προτείνεται, εφόσον το μέγεθος το επιτρέπει, η χρήση των πιο ευκολοπροσπέλαστων διαθέσιμων υπνοδωματίων.

Οι σουίτες πολλές φορές χρησιμοποιούνται για πολύ μικρού μεγέθους συσκέψεις.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να αποτελεί κατασκευή με σταθερή διάταξη καθισμάτων και μόνιμες ηχητικές και οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση κ.λπ). Σε μια τέτοια περίπτωση, που συνεπάγεται υψηλό κόστος επένδυσης, το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να δεχτεί διεθνή συνέδρια. φυσικά υπερέχει σε κάθε άποψη από τους ανταγωνιστές του εφόσον αυτοί δε διαθέτουν κάτι παρόμοιο.

Ωστόσο παραμένει πάντα στην επικαιρότητα η άποψη ότι θα πρέπει κάθε αίθουσα να έχει δυνατότητα προσαρμογής σε όλα τα είδη των δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων. Η άποψη αυτή τεκμηριώνεται από το σκεπτικό ότι τα κεφάλαια που θα δαπανηθούν θα πρέπει να αποδώσουν και ανάλογα. Πράγματι μια τέτοια επένδυση αποδίδει συνήθως με συνεχή και σταθερό κύκλο εργασιών συνεδρίων και όχι από πιθανές και ευκαιριακές συνεργασίες.

Ανεξάρτητα από το γεγονός του κόστους που αφορά την κατασκευή και τον εξοπλισμό ενός τέτοιου χώρου , λαμβάνεται πάντα υπόψη ότι αυτός μπορεί ενδεχόμενα να αποστέρησε τη μονάδα από άλλα τμήματα εκμετάλλευσης (εσόδων). 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 και η κατακόρυφη ανάπτυξη με πρόσθετη εκμετάλλευση των υπόγειων χώρων.

Η συνεδριακή αίθουσα, είτε αποτελεί μόνιμη εγκατάσταση με καθίσματα εντοιχισμένα σε σταθερή διάταξη, είτε όχι, θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές που συνιστάται σε:

α) σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει:

- το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι του ξενοδοχείου και μη
- τη 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 (αίθριο, κήπο κ.λπ.)
- την απρόσκοπτη κυκλοφορία-μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.
- Δημιουργία βεστιαρίων, τουαλετών και προθαλάμου για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής των συνέδρων,
- Δημιουργία χωλ εισόδου (η τελική ωφέλιμη επιφάνεια του ποικίλει ανάλογα με τους σκοπούς που καλείται να εκπληρώσει. Σαν γενική διατύπωση μπορούμε να πούμε ότι δεν θα πρέπει να είναι μικρότερη του 1/10 ούτε εξυπηρετεί να είναι μεγαλύτερη του 1/3 της βασικής αίθουσας που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς όπως:
 - Χώρος συγκέντρωσης και αναμονής
 - Χώροι σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών

β) εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με τη δημιουργία κατάλληλων εισόδων-εξόδων και διαδρόμων

γ) πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου

δ) πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών

ε) κατάλληλη διακόσμηση

στ) σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης

ζ) δυνατότητα αυξομείωσης (όταν δεν αποτελεί η συνεδριακή αίθουσα μόνιμη εγκατάσταση με εντοιχισμένα καθίσματα σε σταθερή διάταξη) του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

Εναλλαγή χρήσεων

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 σε μια ώρα αργότερα μπουφές.

Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα θα πρέπει να βρίσκονται σε χώρους-αποθήκες κοντά στους συνεδριακούς χώρους .

Ο χρόνος και το κόστος εργασίας αυτών των αλλαγών θα πρέπει να είναι γνωστά στο ξενοδοχείο και να συνεκτιμώνται κάθε φορά.

Η αλλαγή της χρήσης σχετίζεται πολλές φορές και με την αυξομείωση του αρχικού χώρου.

Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση των κινητών χωρισμάτων(τοιχών)που μεταφέρονται εύκολα και κουμπώνουν στο δάπεδο και στην οροφή.

Εφόσον η ποιότητα τους είναι καλή, προσφέρουν απομόνωση σε ικανοποιητικό βαθμό.

Το ενδεχόμενο της εναλλαγής της χρήσης και της αυξομείωσης του αρχικού χώρου δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα στη διακόσμηση του χώρου.

Αυτή θα πρέπει να γίνει από ειδικούς και έμπειρους διακοσμητές με βάση την πολλαπλότητα των χρήσεων της αίθουσας.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι να συνδυαστούν διακοσμητικά στοιχεία που να ταιριάζουν τόσο με την αυστηρή ατμόσφαιρα ενός συνεδρίου όσο και με το χαρούμενο κλίμα μιας γαμήλιας δεξίωσης.

Διευθέτηση χώρων με καθίσματα

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου με καθίσματα (καρέκλες, πολυθρόνες ή καρεκλοπολυθρόνες)έδρανα ή τραπέζια εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του

συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατιθέμενης αίθουσας.

Τα καθίσματα χρησιμοποιούνται όταν οι σύνεδροι είναι πολλοί γιατί εξοικονομούν χώρο ή όταν ο χώρος είναι πολύ μικρός, γιατί δημιουργούν μια πιο οικεία και ζεστή ατμόσφαιρα.

Οι διατάξεις που θα περιγραφούν είναι γνωστές σαν διατάξεις θεατρικού τύπου ή διατάξεις ακροατηρίου.

Σε αυτές λοιπόν τις διατάξεις πρέπει να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, που για 400 ή και περισσότερους συνέδρους θα πρέπει να έχουν πλάτος 1,80-2,00 μέτρα.

Για λιγότερα από 400 άτομα οι διάδρομοι απαιτούν πλάτος 1,20-1,60 μέτρα. Απαιτούνται επίσης διπλοί διάδρομοι, ιδίως όταν υπάρχει διάλογος μεταξύ ομιλητή και συνέδρων (με μικρόφωνα τοποθετημένα κατά μήκος των διαδρόμων).

Ακόμα πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψιν: το διάστημα (απόσταση μεταξύ διπλανών καθισμάτων) πρέπει να είναι τουλάχιστον 5cm. Η απόσταση (η απόσταση ενός καθίσματος από το μπροστινό του) πρέπει να είναι 85cm από κέντρο σε κέντρο καθίσματος.

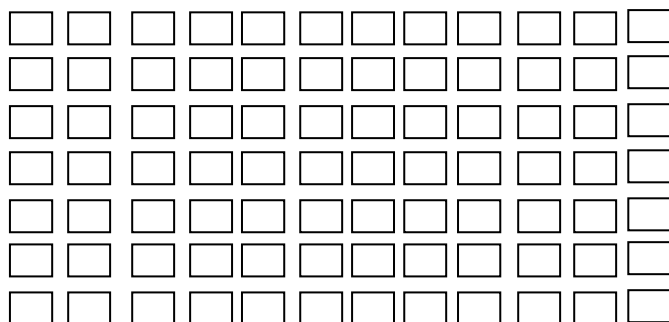
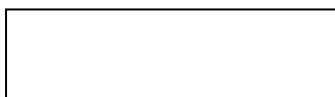
Η πρώτη σειρά καθισμάτων πρέπει να απέχει τουλάχιστον 1,80cm από την μπροστινή πλευρά της εξέδρας ή την πλευρά του τραπεζιού των επικεφαλής.

Υπάρχουν εκτός από τις διατάξεις κλασικού θεατρικού τύπου, όπου τα καθίσματα έχουν διάταξη ευθειών και παραλλαγές του τύπου αυτού όπως: ο ημικυκλικός, ο κυκλικός ο σχήματος V.

Διατάξεις θεατρικού τύπου με καθίσματα

Κλασικός θεατρικός τύπος

Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο.



Ημικυκλικός θεατρικός τύπος

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



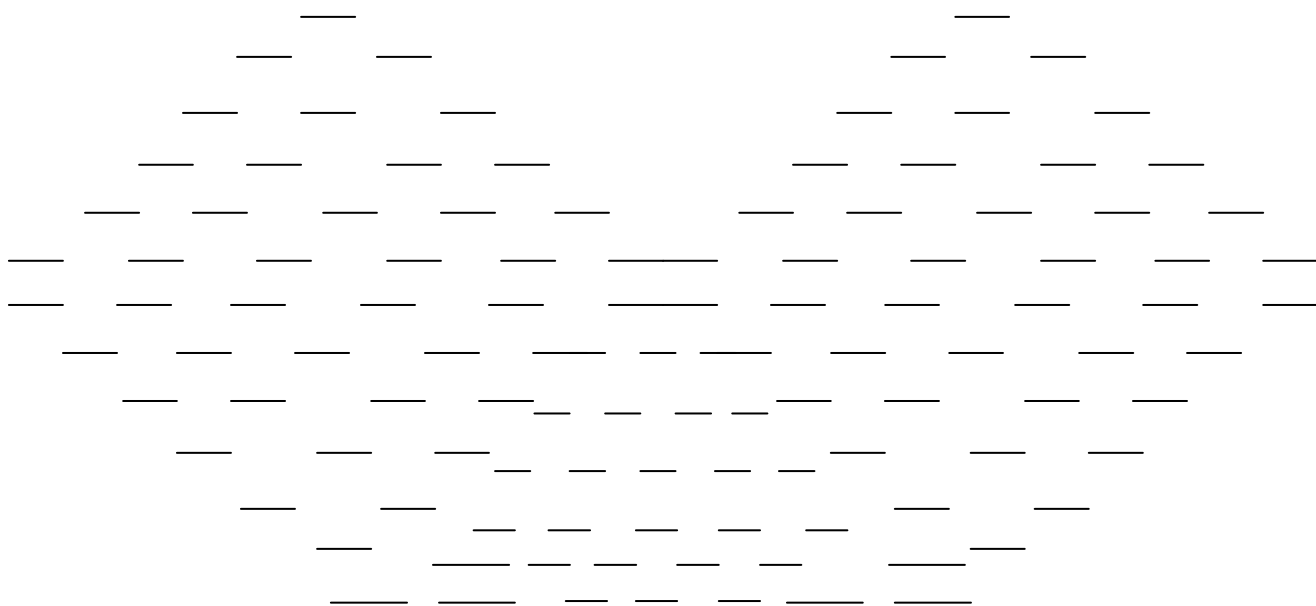
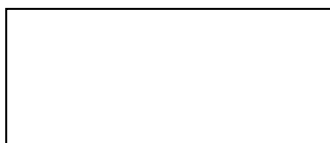
Κυκλικός θεατρικός τύπος

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



Διάταξη σχήματος V

Όπως και οι προηγούμενοι δυο 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.

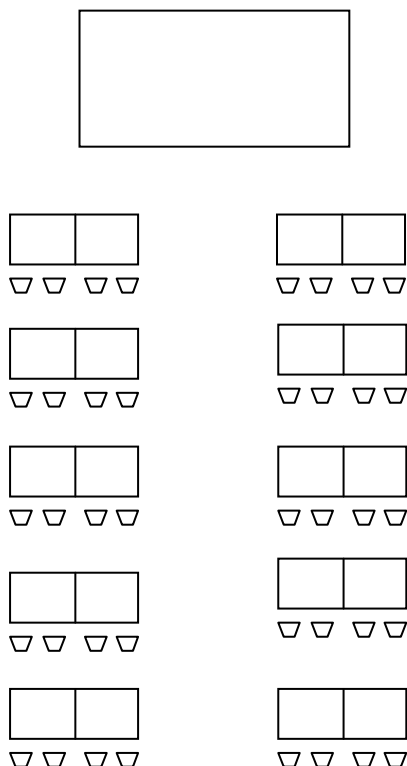


Διευθέτηση χώρων με έδρανα

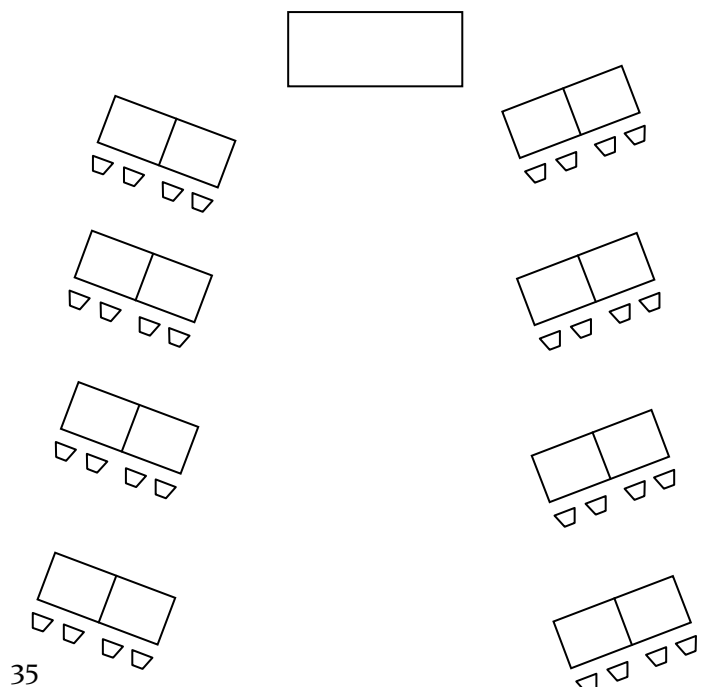
Τα έδρανα έχουν πλάτος 45-46εκ. Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ότι καθίσματα. Θα πρέπει και εδώ όπως και στη διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, με μεγαλύτερο πλάτος όμως. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά- πίσω) θα πρέπει να είναι 1-1.10 μέτρα, ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς από την εξέδρα πρέπει να είναι 2.50-3.50 μέτρα. Η χρήση των τραπεζιών-εδράνων παρέχει μικρή απόδοση του χώρου, γιατί χρησιμοποιούνται μόνο από τη μια πλευρά τους. Με τον τρόπο αυτό εξυπηρετούνται συνέδρια με μικρού αριθμού συμμετεχόντων. Η διάταξη των εδράνων είναι γνωστή σαν σχολικό στυλ. Στα έδρανα τοποθετούνται καράφες νερού με ποτήρια και σταχτοδοχεία για κάθε 4 άτομα (έναντι 3 για διάταξη μόνο με καθίσματα) καθώς και μολύβια και μπλόκ σημειώσεων για κάθε άτομο.

Διατάξεις χώρων με έδρανα

Κλασικός τύπος



Τύπου V





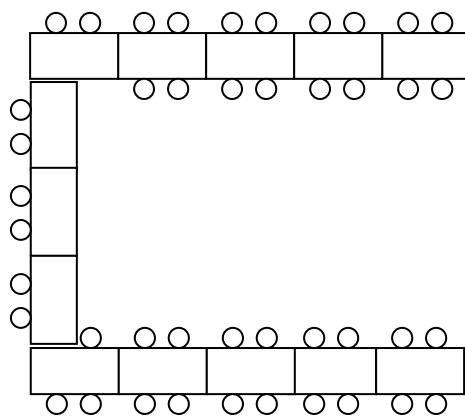
Διευθέτηση χώρων με τραπέζια

Χρησιμοποιούνται τραπέζια ,που έχουν πλάτος 76 εκ. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διάταξης τους που ποικίλουν με τη χρήση του χώρου. Τα τραπέζια όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων , εξοικονομούν χώρο γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δυο πλευρές τους σε αντίθεση με τα τραπέζια – έδρανα. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια μικρού αριθμού συνέδρων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και σχετικής οικειότητας. Στη συνέχεια θα παραθέσουμε τους πιο αντιπροσωπευτικούς σχηματικούς τύπους διατάξεων τραπεζιών. Οι ίδιες διατάξεις λειτουργούν και για παραθέσεις γευμάτων – δείπνων .Οι πλάτες των καθισμάτων πρέπει να απέχουν από τον τοίχο ή οποιοδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1-1.30 μέτρα για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους συνέδρους και για τους τραπεζοκόμους.

Διατάξεις χώρων με τραπέζια

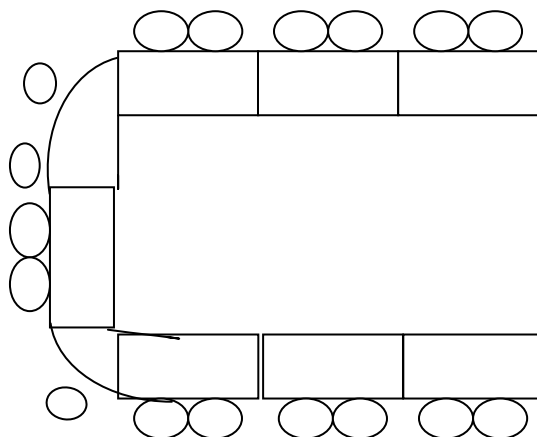
Σχηματικός τύπος Π

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



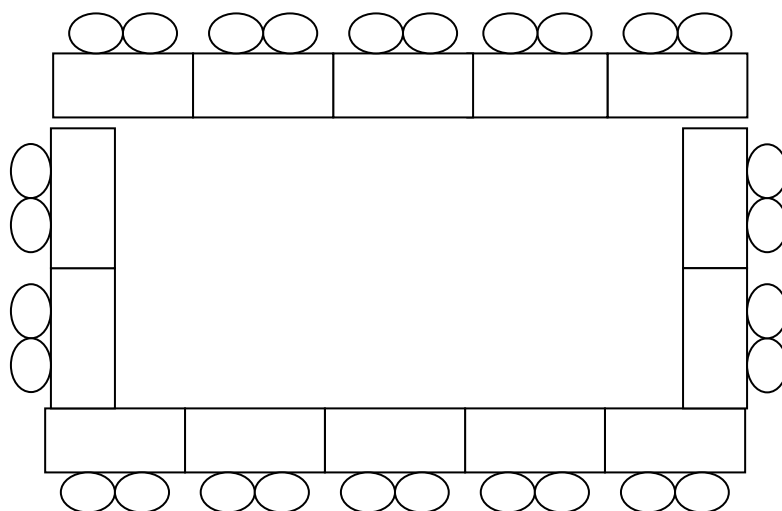
Πέταλο

Παραλλαγή του 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 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

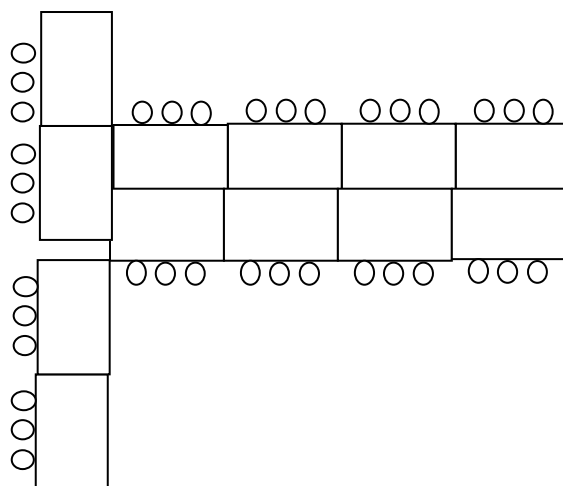


Ο τύπος του κλειστού πετάλου

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

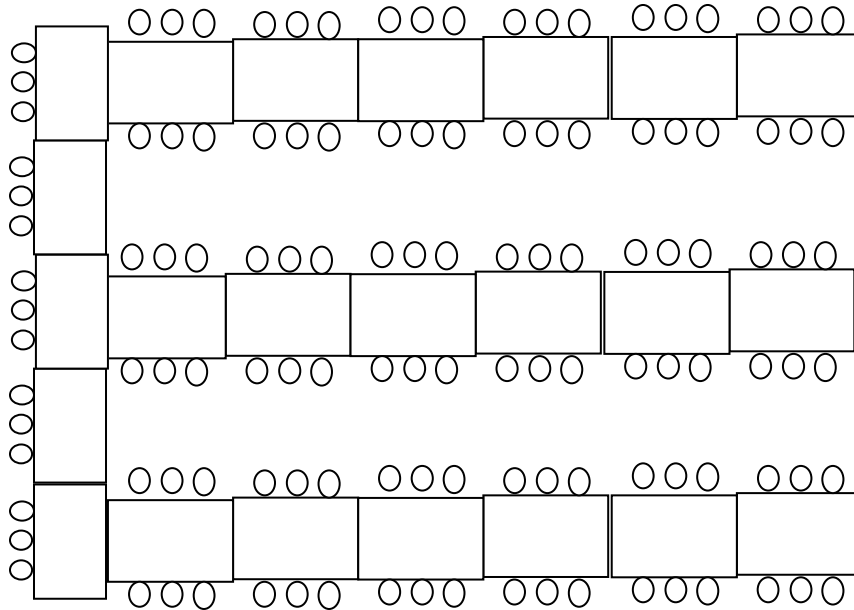
Ο τύπος T

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40 – 50 ατόμων



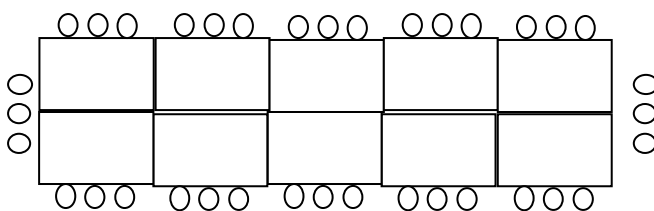
Ο τύπος E

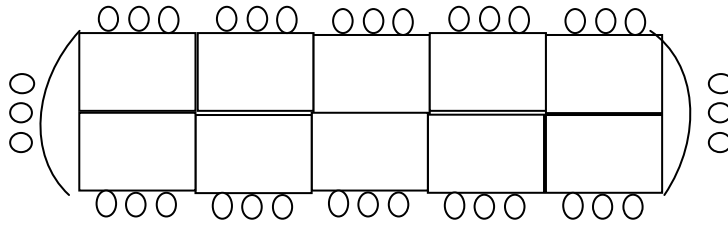
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή τύπου E αποτελεί ο τύπος «κτένα» όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπέζιων. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.



Ο τύπος I

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





Διατάξεις με χρήση τραπεζιών τύπου «σερπαντίνας»

Η χρήση τραπεζιών διαφόρων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.

Ο εξοπλισμός των χώρων

Ο συγκεκριμένος εξοπλισμός που είναι απαραίτητος σε ένα ξενοδοχείο για την διεξαγωγή συνεδρίων αφορά την επίπλωση (τύπου καθισμάτων, τραπέζια, έδρανα, αναλόγια) και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό των συνεδρίων

Καθίσματα και τραπέζια

Η αρχική επιλογή θα πρέπει να καλύπτει τις παρακάτω βασικές ιδιότητες:

- Αντοχή
- Στερεότητα
- Ευκολία αποθήκευσης
- Ελαστικότητα στη χρήση

Καθίσματα

Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια, έχουν διαστάσεις 46*46 cm με 43cm ύψος. Οι στιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες έχουν μεγαλύτερες διαστάσεις 51*51 cm με ύψος 43 cm αναδιπλωμένες, όπως και οι στιβαζόμενες, είναι εύκολες στη μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι όμως άνετες ούτε πάντα σταθερές. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι καλής ποιότητας. Τα καθίσματα του τύπου 46*46*43 χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνεστιάσεις.

Τραπέζια

Τα τραπέζια έχουν συνήθως ύψος 76 cm. Οι διαστάσεις του κλασικού τετράγωνου τραπέζιού είναι 76*76*76 cm. Ενώ τα 76 cm θεωρούνται τυπικό πλάτος, το μήκος είναι δυνατόν να είναι μεγαλύτερο, οπότε έχουμε τραπέζια παραλληλόγραμμου. Τα τραπέζια με πλάτος 45-46cm είναι του τύπου τραπέζια-έδρανα και χρησιμοποιούνται μόνο από τη μια τους πλευρά κυρίως για συσκέψεις. Τραπέζια με το κλασικό πλάτος των 76 cm χρησιμοποιούνται σαν τραπέζια της «κεφαλής του συνεδρίου» καθώς επίσης σαν βάσεις εκθεμάτων. Τα στρογγυλά τραπέζια χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνεστιάσεις και ποικίλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20 m παρέχει δυνατότητα εστίασης 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για 10-12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης και μικρές ομάδες εργασίας (work shops). Μια μικρή ποσότητα ημικυκλικών τραπέζιων βοηθά ιδιαίτερα σε πρωτότυπες διαστάσεις. Τραπέζια

τύπου «σερπαντίνας» μας δίνουν τη δυνατότητα για πρωτότυπη διάταξη σε εστιάσεις τύπου μπουφέ.

Εξέδρες και αναλόγια

Οι εξέδρες, που διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μεγεθών και τύπων, χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν είτε το τραπέζι των τιμώμενων προσώπων σε συνεστίαση, είτε τη θέση των ομιλητών στα συνέδρια. Ειδικοί τύποι (πασαρέλα) χρησιμοποιούνται σε επιδείξεις μόδας.

Τα αναλόγια διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τύποι που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο με τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο λαμπτήρα και έτοιμες καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων.

Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

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 που νοικιάζουν τέτοιο εξοπλισμό, διαθέτοντας και το κατάλληλο προσωπικό. Διευθύνσεις και πρόσφατες προσφορές τιμών τέτοιων γραφείων θα πρέπει να παρέχονται από τον ξενοδόχο 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.

Η ύπαρξη οπτικοακουστικού εξοπλισμού στη μονάδα, εξασφαλίζει ευκολότερα συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων. Τα πιο απαραίτητα και αντιπροσωπευτικά είδη του σχετικού εξοπλισμού είναι:

1) Ηχητικά συστήματα

- Μικρόφωνα (ενσύρματα και ασύρματα) και οι βάσεις τους
- Ενισχυτές
- Ηχεία

2) Φωτισμός

- Σταθερά σημεία
- Κινητά στοιχεία φωτισμού

3) Οθόνες προβολής:

Προτιμούνται ή οι εντελώς λευκές ή αυτές με μεταλλική επιφάνεια, που τοποθετούνται στον τοίχο σε ειδική αγκίστρα

4) Μηχάνημα προβολής slides:

Υπάρχουν πολλοί τύποι αλλά το γεγονός ότι κάθε τύπος έχει το δικό του δίσκο για slides δημιουργεί προβλήματα

5) Επιδιασκόπιο:

Είναι μηχάνημα που προβάλλει οτιδήποτε απαιτείται αφού πρώτα τυπωθεί σε διαφάνεια

6) View-graph:

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

7) Δορυφορική τηλεόραση

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»

8) Μεταφραστικές εγκαταστάσεις

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια. Για κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:

- Μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνεδρίου και σύστημα επιλογής γλώσσας της επιθυμίας του διακόπτη αυξομείωσης ήχου
- Ειδικές καμπάνες για τους μεταφραστές
- Τεχνικό κέντρο με τα μηχανήματα συντονισμού

Ο αριθμός των γλωσσών που χρησιμοποιούνται σε μεγάλα διεθνή συνέδρια είναι 9-12. Για κάθε γλώσσα απαιτείται ο αντίστοιχος μεταφραστικός θάλαμος με την κατάλληλη ηχομόνωση.

Το σύστημα διατίθεται είτε σαν ασύρματο είτε με καλωδιώσεις

9) Μαγνητόφωνα , ηλεκτρονικούς υπολογιστές, φωτοτυπικά μηχανήματα

Μέρος του κινητού εξοπλισμού που χρησιμοποιείται για μαγνητοφωνήσεις ομιλιών, δακτυλογράφηση κειμένων και αναπαραγωγή έντυπου υλικού.

Εφόσον η μονάδα δεν μπορεί να προσφέρει τέτοια υπηρεσία, δίνει στον οργανωτή διευθύνσεις , τηλέφωνα και προσφορές ειδικών γραφείων.

10) Συστήματα επικοινωνίας και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις με ασύρματη ή ενσύρματη μέθοδο

Τα συστήματα επικοινωνίας και τηλεφώνου , θεωρούνται σημαντικά σε μεγάλα και σύνθετα συνέδρια ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν άμεσα οι παρευρισκόμενοι

11) Λοιπόν συναφής εξοπλισμός

Είναι απαραίτητο για τη διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων η μονάδα διαθέτει:

- Μαυροπίνακες ή πίνακες «εραγιέ» (συρομένους ή σταθερούς)
- Κιμωλίες ή ειδικούς μαρκαδόρους

- Μολύβια , στυλό , μπλοκ σημειώσεων με τη φήρμα της επιχείρησης
- Πίνακες ανακοινώσεων

Το ανθρώπινο δυναμικό

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

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το έμψυχο 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.

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι η ψυχή του συνεδρίου. Η απόλυτη συνεργασία, η υπακοή και πειθαρχία, οι συγχρονισμένες και σκόπιμες κινήσεις ,η ταχύτητα και η αγάπη για τη δουλειά αυτή, είναι μερικά από τα βασικά προσόντα που απαιτούνται .

Συνήθως, υπάρχει ένας μόνιμος πυρήνας ο οποίος ενισχύεται με έκτακτο κατά περίπτωση προσωπικό: τούτο αφορά κυρίως ειδικότητες που σχετίζονται με τις υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο στην καθημερινή του πελατεία. Αφορά επίσης και προσωπικό που απασχολείται με τη διεξαγωγή του συνεδρίου, εκτός από τις δυο παραπάνω κατηγορίες προσωπικού που είναι απαραίτητες, απαιτούνται και άλλες ειδικότητες.

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

Αρκετές φορές η μονάδα καλείται να εξυπηρετήσει τον οργανωτή τροφοδοτώντας τον με κατάλληλο προσωπικό, που θα ασχοληθεί

με τη διεξαγωγή του συνεδρίου ή την εξυπηρέτηση των συνέδρων πάνω σε θέματα που δεν καλύπτουν οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου (ξεναγοί, συνοδοί, δακτυλογράφοι κ.λπ).

Είναι απίθανο, ακόμα και η μεγαλύτερη μονάδα, να μπορεί να απασχολεί όλο το χρόνο μια ομάδα τέτοιων επαγγελματιών.

Αρκετές μονάδες με μεγάλο κύκλο εργασιών που αφορά συνέδρια προσλαμβάνουν για όλο το χρόνο ή για μια συγκεκριμένη περίοδο ένα άτομο ,που συντονίζει και διευθύνει την εργασία των συνοδών.

Εφόσον η μονάδα αποφασίζει να προσφέρει και τη γενικότερη οργάνωση του συνεδρίου.

Οι λειτουργίες διαδικασίας προετοιμασίας και διεξαγωγής συνεδρίων

- *To Management και ο ρόλος του*

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

Η επικοινωνία με τα τμήματα των ξενοδοχείων που εμπλέκονται στο συνέδριο θα πρέπει να αρχίσει πολύ πριν τη διεξαγωγή του. Εσωτερικώς συσκέψεις βοηθούν στο να καλυφθούν όλα τα σχετικά θέματα στην παραμικρή τους λεπτομέρεια.

- *Οι κρατήσεις δωματίων*

Οι κρατήσεις δωματίων των συνέδρων μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε με ευθύνη του οργανωτή του συνεδρίου , είτε απευθείας από τους συνέδρους στο ξενοδοχείο

- *Αφίξεις συνέδρων*

Η έναρξη του συνεδρίου αποτελεί μια ιδιαίτερα λεπτή φάση. Όταν οι συμμετέχοντες φτάνουν την παραμονή και διανυκτερεύουν στο ξενοδοχείο η κατάσταση απλοποιείται. Αν οι σύνεδροι φτάνουν την ίδια μέρα του συνεδρίου, τότε υπάρχει εργασία αιχμής για μια ή δυο ώρες ακριβώς πριν την έναρξη του συνεδρίου

- *Επισιτιστικές υπηρεσίες*

Το ξενοδοχείο καλείται να προσφέρει όλη τη «γκάμα» των υπηρεσιών του στους συνέδρους. Η συμμετοχή των επισιτιστικών υπηρεσιών , είναι απαραίτητη και αποτελεί για μεν την μονάδα πηγή κέρδους, για δε το

συνέδριο ένα σπουδαίο και ουσιαστικό τμήμα του συνεδριακού πακέτου

- Είδη επισιτιστικών εκδηλώσεων

Κατά τη διεξαγωγή συνεδρίων είναι δυνατόν να παρέχονται:

- Παράθεση προγευμάτων με κλασικό τρόπο και σε στυλ μπουφέ
- Παράθεση γευμάτων με κλασικό τρόπο ή σε στυλ μπουφέ
- Παράθεση δείπνων με κάποιο καλλιτεχνικό πρόγραμμα ή και με το χορό
- Προσφορά καφέ στα διαλείμματα των συνεδριάσεων
- Προσφορά ποτών και ορεκτικών στην έναρξη του συνεδρίου
- Προσφορά ποτών

- Συμμετοχή των συνέδρων στις επισιτιστικές εκδηλώσεις

Είναι πράγματι δύσκολο στους οργανωτές του συνεδρίου να γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό συμμετοχής των συνέδρων σε αυτές. Με υπολογισμό μιας «μίνιμουμ» και μιας «μάξιμουμ» συμμετοχής καθορίζεται η συμφωνία.

- Τρόπος χρέωσης

Οι κλασικοί τρόποι χρέωσης, τοις μετρητοίς ή με υπογραφή του λογαριασμού από συνέδρους αποφεύγονται ως χρονοβόροι. Η διανομή προσκλήσεων (κουπονιών) στους συνέδρους λύνει τα χέρια.

- Η ψυχαγωγία των συνέδρων

Έχει μεγάλη σημασία η ψυχαγωγία των συνέδρων εφόσον πολλοί από αυτούς συνδυάζουν τη συμμετοχή τους στο συνέδριο με τις ετήσιες ή ολιγοήμερες διακοπές τους. Γενικά θα πρέπει να αποφεύγονται τα υπερφορτωμένα προγράμματα που δεν αφήνουν περιθώρια ξεκούρασης, τα ψώνια σαν κύρια και

αποκλειστική δραστηριότητα, τα κοινά και «εκτός μόδας» θέματα και η ένταση. Αντίθετα συνιστώνται ήπιες μορφές ψυχαγωγίας και διασκέδασης, πρωτοτυπία και απασχόληση με εκλεπτισμένο ύφος.

Προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα

Γενικά:

Οι προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στη χώρα μας εμφανίζονται θετικές γιατί σύμφωνα με αντικειμενικές εκτιμήσεις διαθέτει τις περισσότερες προϋποθέσεις πέρα από αυτό το αναμφισβήτητο θετικό γεγονός, οι αισιόδοξες προοπτικές ισχυροποιούνται από τις έντονες αυξητικές τάσεις που εμφανίζουν στη διεθνή αγορά τα μεμονωμένα επαγγελματικά ταξίδια, τα συνέδρια, τα ταξίδια «κίνητρα» και οι εκθέσεις.

Διαθέτει τις περισσότερες από τις απαραίτητες προϋποθέσεις

Η χώρα μας διαθέτει τις περισσότερες απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού και είναι οι παρακάτω :

α)ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες

β) θετική εικόνα στις κυριότερες συναφείς τουριστικές αγορές

γ) φυσικές ομορφιές και ποικιλία αξιοθέατων

δ) δημιουργία εκθέσεων-θεσμών

ε) ευνοϊκή γεωγραφική θέση που συνεχώς επιβεβαιώνεται

στ) χαμηλό κόστος ζωής που επιτρέπει την πραγματοποίηση μεγαλύτερης διάρκειας παραμονής.

Αποτελεί ήδη καθιερωμένο τουριστικό προορισμό

Το γεγονός αυτό της δίνει τη δυνατότητα να αναπτύξει ευκολότερα και με μικρότερο κόστος, τις κυριότερες μορφές επαγγελματικού τουρισμού.

Διαθέτει αξιόλογο επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό, διεθνούς φήμης

Κορυφαίοι Έλληνες επιστήμονες και επαγγελματίες συμμετέχουν σε διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις. Με την ιδιότητα τους αυτή μπορούν να επηρεάσουν τους φορείς προκειμένου να επιλέγονται ελληνικοί προορισμοί για τις όποιες μαζικές εκδηλώσεις τους.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Γενικά

Αναλύοντας τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας ξεκινήσαμε με την ευοίωνη διαπίστωση πως η χώρα μας μπορεί να πάρει σημαντικό τμήμα αυτής της αγοράς.

Η αγορά αυτή είναι ανερχόμενη σταθερά και η χώρα μας διαθέτει πολλές από τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να κατακτήσει σημαντικό τμήμα της. Οι προτάσεις μας κατά συνέπεια εστιάζονται σε δυο βασικά σημεία .

Το ένα αφορά στη δημιουργία ή και βελτίωση τέτοιων προϋποθέσεων και το άλλο στη διαφήμιση και προβολή τους.

Προτάσεις

Είναι γεγονός πως οι προτάσεις αυτές έχουν διατυπωθεί και ειπωθεί τόσο στους αρμόδιους φορείς της πολιτείας όσο και σε κάθε ενδιαφερόμενο και εμπλεκόμενο μέλος της τουριστικής οικογένειας πολλές φορές. Οι προτάσεις που παραθέτουμε είναι οι ακόλουθες:

1. Πρέπει να βελτιωθούν οι συνθήκες που σχετίζονται με εξυπηρέτηση που παρέχετε από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και την αναχώρηση.
2. Να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες που παρέχονται από τις αεροπορικές εταιρίες και σχετίζονται με την τήρηση του ακριβούς χρόνου αναχωρήσεων – αφίξεων

3. Να βελτιωθεί η πρώτη εικόνα που δίνουν στον ταξιδιώτη τα σημεία εισόδου στη χώρα μας (αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες)
4. Να βελτιωθεί το τηλεπικοινωνιακό μας δίκτυο
5. Να συνεχιστεί ο ρυθμός προσαρμογής ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών με τις απαιτήσεις αυτής της αγοράς
6. Να ενταθεί η διαφημιστική καμπάνια της χώρας μας στο εξωτερικό. Ιδιαίτερα για το συνεδριακό τουρισμό βασικό στοιχείο της διαφήμισης θα πρέπει να είναι η μοναδικότητα της ελληνικής «ατμόσφαιρας» που διαφοροποιεί αισθητά το προϊόν από τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες
7. Να ενεργοποιηθεί το ελληνικό και ομογενειακό επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό που διαπρέπει στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
8. Να προετοιμαστούν διαφημιστικά φυλλάδια υψηλών προδιαγραφών
9. Να γυριστούν επαγγελματικά βίντεο
10. Να εξεταστεί η διαφήμιση της χώρας μας σε ειδικά περιοδικά συνεδρίων
11. Να προσκληθούν πιθανοί αγοραστές του ελληνικού προϊόντος , για επισκέψεις σε αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες και επαφή με την ελληνική ατμόσφαιρα(ιστορία, παράδοση, πολιτισμός, μοναδικότητα τοπίου, τρόπου ζωής).

Μενού για συνέδρια



MENOU 1

Χορτόπιτα ή Τυρόπιτα
Σαλάτα Ανάμικτη

Κόκορας Κρασάτος
με Χοντρό Μακαρόνι

Μπουφές Γλυκών
Ποικιλία από Παραδοσιακά Γλυκά
Γαλατομπούρεκο, Μπακλαβά, Ραβανί
Καφές

MENOU 2

Πιάτο Ορεκτικών
(Τυροκροκέτες, Λουκάνικο, Πατατοσαλάτα)
Χόρτα

Μοσχάρι Γιουβέτσι
στο Πήλινο με Λαζάνια

Μπουφές Γλυκών
Ποικιλία από Παραδοσιακά Γλυκά

Καρυδόπαστα
, Γιαννιώτικο,
Μπουγάτσα
Καφές



MENOU 3

Σπανακόπιτα
Σαλάτα Χωριάτικη

Γουρουνόπουλο Σούβλας
με Πατάτες Φούρνου

Μπουφές Γλυκών
Ποικιλία από Παραδοσιακά Γλυκά
Γαλατομπούρεκο, Μπακλαβά, Πορτοκαλόπιτα
Καφές

MENOU 4

Τυρόπιτα
Σαλάτα Μαρούλι Λάχανο

Αρνί Σούβλας με Πατάτες στο Φούρνο

Μπουφές Γλυκών
Ποικιλία από Παραδοσιακά Γλυκά
Καρυδόπαστα, Σαραγλί, Γιαννιώτικο
Καφές



MENOU 5

Κολοκυθόπιτα
Χωριάτικη Σαλάτα

Χοιρινό με Σέλινο

Μπουφές Γλυκών
Ποικιλία από Παραδοσιακά Γλυκά
Καρυδόπιτα, Σοκολατόπιτα, Γιαννιώτικο
Καφές

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Βασιλική Γαλάνη Μουτάφη :Προσεγγίσεις του Τουρισμού :Το επινοημένο και το αυθεντικό ,Σύγχρονα θέματα.
- 2) Krzysztof Przeckowski Tourism as a subject of interdisciplinary research.
- 3) Douglas G.Pearce and Richard W.Butler Tourism Research Critiques and challenges,Routledge
- 4) Valene L.Smith,1989,p.1-3,V.L Smith(ed.)
Host and Guests the Anthropology of Tourism U.P.P
- 5) Adrian Furnham , 1984, Tourism and Culture Shock,Annals of Tourism Research vol :11:1
- 6) Στέλιος Βαρβαρέσος 1997, Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις σελ.20-21 και σελ. 147
- 7) Λούκος Κ. Αποφασιστικός ο ρόλος του Συνεδριακού Τουρισμού ,Τουρισμός και Οικονομία Δεκέμβριος 90,σελ.133
- 8) Λούκος Κ. Αποφασιστικός ρόλος του συνεδριακού τουρισμού Τουρισμός και Οικονομία Δεκέμβριος 92,σελ. 131-134
- 9) Martin Oppermann Annals of tourism Research vol.24 number 1 σελ.181
- 10) The convention Licison Council Manual Ουάσιγκτον,1985,σελ.40

- 11) Mananging convention and group Lusiness Leonard Hoyle,David Dorf
- 12) The Educational institute of the American hotel and motel association "T. Jones , 1989
- 13) "τουρισμός και οικονομία", «πως πρέπει να είναι οι αίθουσες συνεδρίων στα ξενοδοχεία ». Σεπτέμβριος 1988

- 14) Law son Fred «hotels, motels and condominiums: design, planning and maintenance» the architectural press L.T.D. London
- 15) Milton T. Astroff , James R. Abbey «convention sales and services » , «Waterbury Press» Η.Π.Α. 1988
- 16) Μαρία Κρανίκα «ταξίδια incentive : το νέο κίνητρο για την απόδοση των στελεχών », οικονομική εφημερίδα «Κέρδος» 17 Φεβρουαρίου 1989
- 17) A.Rosso «PERCHE UN VIAGGIO INCENTIVE» , περιοδικό «Convogn»
- 18) Τουρισμός και οικονομία «επαγγελματικά ταξίδια, υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης»