



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΘΕΜΑ:**

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**



**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Α. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ: ΚΑΡΙΠΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ  
ΚΕΦΑΛΑ ΙΩΑΝΝΑ**

**ΠΑΤΡΑ 2005**

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>  | <b>5</b>  |
| <b>ΜΕΡΟΣ Α΄</b>  |           |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>  |           |
| <b>ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ &amp; ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ</b>  | <b>9</b>  |
| 1.1. ΓΕΝΙΚΑ  | 9         |
| 1.2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ   | 10        |
| 1.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ & BACKGROUND  | 11        |
| 1.2.2. ΕΠΙΛΕΚΤΟΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ  | 12        |
| 1.3. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ   | 13        |
| 1.4. Η ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ  | 14        |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>  |           |
| <b>ΕΙΔΗ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ</b>   | <b>16</b> |
| 2.1. ΓΕΝΙΚΑ  | 16        |
| 2.2. ΙΑΤΑ  | 17        |
| 2.3. CHARTER   | 18        |
| 2.3.1. ΙΣΤΟΡΙΑ ΠΤΗΣΕΩΝ CHARTER   | 18        |
| 2.3.2. ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΤΗΣΕΩΝ CHARTER   | 22        |
| 2.4. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ  | 25        |
| 2.5. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΛΟΓΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ<br>ΘΕΤΙΚΑ Ή ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ<br>ΚΑΙ ΚΑΤ' ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | 26        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο</b>  | <b>30</b> |
| <b>CONVENTION BUREAUX</b>   | <b>30</b> |
| <b>3.1. ΓΕΝΙΚΑ</b>  | <b>30</b> |
| <b>3.2. ΤΟΥΡΙΣΤΑ &amp; ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ</b>  | <b>30</b> |
| <b>3.2.1. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡ. ΓΡΑΦΕΙΩΝ</b>  | <b>33</b> |
| <b>3.3. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ</b>                             | <b>34</b> |
| <b>3.4. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ CONVEUTION BYREAUX</b>  | <b>35</b> |
| <b>3.4.1. ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΩΝ CONVEUTION BYREAUX</b>  | <b>37</b> |
| <b>3.4.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ CONVEUTION BYREAUX</b>  | <b>42</b> |
| <b>3.5. CONVEUTION BYREAUX ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ</b>   | <b>46</b> |
| <b>3.5.1. CONVEUTION BYREAUX ΣΤΗ ΡΟΔΟ &amp; ΚΡΗΤΗ</b>   | <b>48</b> |
| <br>  |           |
| <b>ΜΕΡΟΣ Β΄</b>   |           |
| <br>  |           |
| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο</b>  |           |
| <br>  |           |
| <b>ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>  | <b>49</b> |
| <br>  |           |
| <b>4.1. ΓΕΝΙΚΑ</b>  | <b>49</b> |
| <b>4.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΝΝΟΙΑ</b>  | <b>51</b> |
| <b>4.2. Η ΑΘΗΝΑ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ</b>  | <b>52</b> |
| <b>4.2.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ &amp; ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ</b> | <b>55</b> |
| <b>4.3. ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ</b>                        | <b>63</b> |
| <b>4.3.1. ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ</b>  | <b>64</b> |

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ</b>  | <b>66</b> |
| <b>5.1. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>                         | <b>66</b> |
| <b>5.2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ</b>   | <b>67</b> |
| <b>5.2.1. ΟΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΟΤΑΝ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ<br/>ΚΑΠΟΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ</b>   | <b>69</b> |
| <b>5.3. ΦΟΡΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ</b>   | <b>79</b> |
| <b>5.4. ΧΩΡΟΙ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ<br/>&amp; ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΕΣ</b> | <b>81</b> |

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο**

|  |            |
|--|------------|
| <b>ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ<br/>ΚΑΙ ΤΟΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ</b>   | <b>82</b>  |
| <b>6.1. ΓΕΝΙΚΑ</b>   | <b>82</b>  |
| <b>6.2. 1ο ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ &amp;<br/>ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ</b> | <b>82</b>  |
| <b>6.3. EXCLUSIVE TRAVEL 2005</b>  | <b>92</b>  |
| <b>6.4. ΡΗΙΛΟΧΕΝΙΑ 2004</b>  | <b>95</b>  |
| <b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ – ΣΧΟΛΙΑ</b>   | <b>99</b>  |
| <b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b>  | <b>114</b> |
| <b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>   | <b>116</b> |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>  | <b>117</b> |

## ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί μια ουσιαστική πτυχή στην οικονομία της χώρας μας. Η γεωγραφική θέση της χώρας, οι φυσικές της ομορφιές, ο πολιτισμός, η ιστορία της είναι τα στοιχεία εκείνα τα οποία τοποθετούν τη χώρα μας μέσα στις πρώτες επιλογές των επισκεπτών και τουρισμών.

Τα δεδομένα αυτά μόνα του δεν είναι ικανά να υποστηρίξουν την επιλογή αυτή. Οι τουριστικές υποδομές, η τουριστική παιδεία και η εκπαίδευση των άμεσα εμπλεκομένων φορέων και ατόμων στον Τουρισμό αποτελούν τους βασικούς πυλώνες για την ανάπτυξη αυτού του τόσο δυναμικού παράγοντα της Οικονομίας μας.

Ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός εξειδικευμένες τουριστικές δραστηριότητες, αναβαθμίζουν το γενικότερο επίπεδο του τουρισμού, προσελκύοντας ανθρώπους του πνεύματος και της επιστήμης, και ενισχύουν τουριστικά όλες τις περιόδους του χρόνου καταργώντας σχεδόν την εποχικότητα στην χώρα μας.

Οι Ολυμπιακές Αερογραμμές, συμμετέχοντας ενεργά στην ανάπτυξη και προώθηση του Τουρισμού, και έχοντας εντοπίσει την αυξανόμενη δυναμική του Συνεδριακού Τουρισμού και τα οφέλη που απορρέουν από αυτόν έχουν ήδη τοποθετηθεί ουσιαστικά έχοντας δημιουργήσει συγκεκριμένη Υπηρεσία Συνεδριακού Τουρισμού στην οργανωτική δομή τους.

Με το εκτεταμένο δίκτυο πτήσεων που οι ίδιες έχουν και με τις συνεργασίες που έχουν αναπτύξει, συνδέουν 38 πόλεις από 5 Ηπείρους με την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη και στη συνέχεια με 30 πόλεις της Ηπειρωτικής και της Νησιωτικής Ελλάδας. Προσφέρουν λοιπόν πολλές δυνατότητες στην εξυπηρέτηση, υποστήριξη και ανάπτυξη του Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού.

Η αυξανόμενη ποσοστιαία συμμετοχή των επαγγελματικών ταξιδιών και Συνεδρίων στον κύκλο των εργασιών και των εσόδων της εταιρείας μας είναι ένα θέμα στο οποίο η Διοίκηση και ο Εμπορικός Κλάδος των Ολυμπιακών Αερογραμμών προσβλέπει, για να ενδυναμώσει και να βελτιώνει συνεχώς το σχετικό μερίδιό μας στην συγκεκριμένη αυτή κατηγορία της αγοράς.

Η Υπηρεσία Συνεδριακού Τουρισμού απαρτιζόμενη από ικανά και αξιόλογα στελέχη μας, στόχο της έχει την στενή συνεργασία με επιχειρήσεις και παράγοντες της οργάνωσης και υλοποίησης του ταξιδιωτικού μέρους των Διεθνών Συνεδρίων, ώστε σχεδιάζοντας και εφαρμόζοντας συγκεκριμένες δράσεις να είμαστε σε θέση να προσφέρουμε την καλύτερη δυνατή αερομεταφορά στους μετέχοντες.

Συγκεκριμένα:

Προσφέρουμε ειδικές τιμές στην οικονομική κατηγορία αλλά και σε αρκετές περιπτώσεις και στην Business Class όταν αυτό απαιτείται.

Προκειμένου να εξυπηρετηθεί η υλοποίηση ενός Συνεδρίου με μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων, λειτουργούμε ευέλικτα ώστε στα πλαίσια του προγράμματος πτήσεων της Εταιρείας να προγραμματίζουμε και να προχωράμε σε αύξηση της διαθεσιμότητας των θέσεων.

Περαιτέρω, προχωρούμε ακόμη και σε δρομολόγηση εκτάσεων πτήσεων ή σε ειδικές περιπτώσεις τροποποιούμε ελαφρώς τους χρόνους άφιξης ή αναχώρησης των δρομολογίων μας, ιδιαίτερα του Εσωτερικού δικτύου.

Προσφέρουμε ειδικές εξυπηρετήσεις στους διοργανωτές προκειμένου να μετακινηθούν για έρευνα του χώρου και της συγκεκριμένης περιοχής όπου θα γίνει το Συνέδριο (inspection) χορηγώντας τους εκπτώτικα ή και δωρεάν εισιτήρια.

Προσφέρουμε ειδική εξυπηρέτηση και τιμές για την μεταφορά έντυπου υλικού και εμπορευμάτων τα οποία αφορούν στην οργάνωση και παρουσίαση του Συνεδρίου.

Ενημερώνουμε και συνεργαζόμαστε με τα Γραφεία μας στο Εξωτερικό σε όποιες πόλεις αυτό απαιτείται από το συγκεκριμένο Συνέδριο, προκειμένου να προσφέρουμε την καλύτερη εξυπηρέτηση στους συνέδρους που πρόκειται να μεταβούν στη χώρα μας.

Όλα τα ανωτέρω δύνανται να υλοποιηθούν κάθε φορά με την άμεση επαφή και την αρμονική συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς καθώς και τους διοργανωτές των Συνεδρίων.

Πρόσφατα, έχουμε ήδη υποστηρίξει την διεξαγωγή σημαντικών Διεθνών Συνεδρίων στη χώρα μας όπως το Tourism Association Seminar στη Ρόδο, την Διεθνή Διάσκεψη Ασφαλείας στην Αθήνα, το Συνέδριο Τουρισμού και Ανάπτυξης, το Συνέδριο της UNESCO στην Αθήνα και διάφορα άλλα.

Να υπενθυμίσω την επιτυχημένη συμβολή των Ολυμπιακών Αερογραμμών ως Μεγάλου Χορηγού, στη μεταφορά Ολυμπιακών Επιτροπών διαφόρων κρατών και Ομάδων από διάφορα σημεία του πλανήτη, για να λάβουν μέρος στο Μέγιστο γεγονός που διοργάνωσε η χώρα μας, τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 καθώς και του Παραολυμπιακούς.

Όλα όσα έχω ήδη παραθέσει, μας επιτρέπουν να αντιμετωπίζουμε την προοπτική υποστήριξης ενός τόσο νευραλγικού κομματιού του Τουρισμού, με επίγνωση της σπουδαιότητάς του, με ευθύνη αλλά και με αισιοδοξία ως προς την επίτευξη του στόχου.

Σήμερα, μετά την επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, την βελτίωση υποδομών σε ξενοδοχειακές μονάδες και Συνεδριακά κέντρα και βεβαίως την προβολή της χώρας μας παγκοσμίως, προβάλλει εντονότερη η ανάγκη συνεργασίας Κρατικών Φορέων, Διοργανωτών και Αερομεταφορέων, προκειμένου να αξιοποιηθούν τα οφέλη που προέκυψαν.

Όλοι μαζί πρέπει να εκπονήσουμε και να υποστηρίξουμε τη διαμόρφωση των φορέων και των Διοργανωτών Συνεδρίων, του ειδικού αυτού κλάδου δραστηριότητας του Τουρισμού, προκειμένου η επιλογή της Ελλάδος να είναι

όχι απλώς ένας τόπος διεξαγωγής συνεδρίων αλλά να καθιερωθεί η χώρα μας ως η **επιτυχημένη επιλογή**.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

### 1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Υπάρχει μια ξεκάθαρη σχέση ανάμεσα στα ξενοδοχεία και τις αεροπορικές εταιρείες ειδικά σε εκείνες που ταξιδεύουν διεθνώς. Οι αεροπορικές εταιρείες θέλουν να εξασφαλίσουν στους επιβάτες 1<sup>η</sup>ς θέσης διαμονή στις πόλεις που επισκέπτονται. Οι αεροπορικές εταιρείες τροφοδοτούν τα ξενοδοχεία και αντιστρόφως. Ακόμη και έτσι, αρκετά ξενοδοχεία που κάποτε ήταν ιδιοκτησία αεροπορικών εταιρειών πέρασαν σε άλλα συνεταιρικά χέρια. Η American Eastern, TWA και η United όλες κατείχαν μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες που πουλήθηκαν για οικονομικού λόγους.

Η Swissair είναι ένα παράδειγμα του παντρέματος των τουριστικών επιχειρηματικών τμημάτων. Η Swissair ελέγχει τη Reishuro Kuoni, θυγατρική της Kuoni Travel, που με τη σειρά της ορίζει το Kuoni Hotel Management μια ξενοδοχειακή εταιρεία στηριζόμενη στη διοίκηση ξενοδοχείων στην Καραϊβική και τη Μεσόγειο.

Η θεωρία ήταν ότι ο πελάτης θα έπαιρνε μια πτήση της United Airlines, θα νοίκιαζε ένα αμάξι της Hertz και θα πήγαινε στο ξενοδοχείο που συνεργάζεται με την αντίστοιχη αεροπορική εταιρεία. Τα computer θα αναγνώριζαν τις απαιτήσεις για κρεβάτια – δωμάτια, αυτοκίνητα και θέσεις αεροπορικές επιτρέποντας στην εταιρεία να προσφέρει χαμηλές τιμές ή άλλες παροχές.

Η κύρια αγορά τέτοιων αερογραμμών για αυτούς τους κολοσσούς είναι οι επαγγελματίες που ταξιδεύουν σε μεγάλο βαθμό για τους οποίους η τιμή δωματίου δεν είναι σημείο αναφοράς. Οι ταξιδιώτες με σκοπό την ευχαρίστηση που πληρώνουν τα δικά τους έξοδα ενδιαφέρονται πιο πολύ για τις τιμές δωματίων.

Πολλοί ταξιδιώτες Αμερικανοί ενδιαφέρονται να μένουν σε Αμερικάνικα ξενοδοχεία στο εξωτερικό γιατί αισθάνονται ασφαλέστεροι και δέχονται μια πιο «οικογενειακή φιλοξενία» που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους. Αναμένουν να βρίσκουν αγγλόφωνα άτομα στη ρεσεψιόν και σε καίριες θέσεις. Φαγητό αμερικάνικο βρίσκεται στο menu, άλλη μια προτίμηση των αμερικανών ταξιδιωτών.

## **1.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ**

Ο τουρισμός βρίσκεται παντού με αποτέλεσμα η σχέση ανάμεσα στη μεταφορά και την τουριστική ανάπτυξη να έχει κατά παράδοση θεωρηθεί ως σχέση «κοτόπουλου και αυγού». Η επαρκής μεταφορική υποδομή και το δικαίωμα στην πρόσβαση παραγωγής είναι μία από τις σημαντικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη προς κάθε κατεύθυνση.

Στις περισσότερες περιπτώσεις ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε περιοχές όπου υπήρχαν εκτεταμένα μεταφορικά δίκτυα και υπήρχε το ενδεχόμενο περαιτέρω ανάπτυξης. Το γεγονός ότι στις περισσότερες κατευθύνσεις παγκοσμίως, ο ταξιδιώτης μπορεί να βρει επαρκή φιλοξενία και ανέσεις κοντά στους μεταφορικούς σταθμούς αποδεικνύεται από αυτό.

Από την άλλη πλευρά η τουριστική ανάπτυξη έχει διεγείρει τη γρήγορη ανάπτυξη της μεταφοράς. Μιας και εκατομμύρια τουριστών περιμένουν να μεταφερθούν με ασφάλεια, ταχύτητα και με άνεση στον προορισμό του. Σαφώς σε λογικό κόστος. Η τουριστική βιομηχανία πρέπει να ρυθμιστεί έτσι, ώστε να προσαρμοστεί σε αυτή την αυξανόμενη, και επίσης εξεζητημένη απαίτηση. Σε απάντηση, η τεχνολογία έχει επιτρέψει σε νέους τύπους στόχων να παραχθούν γρήγορα, ενώ υπάρχουν επίσης παραδείγματα ριζικής ανάπτυξης της ποιότητας των υπηρεσιών κατά την μεταφορά για τον τουρισμό στις δύο περασμένες δεκαετίες.

Σ' αυτή την εργασία θα παραθέσουμε μοντέλα και στοιχεία μεταφοράς, εξετάζοντας θέματα όπως η συχνότητα μεταφοράς και δίνοντας μια

ανταγωνιστική ανάλυση των κυρίων μοντέλων. Εν τέλει επεξηγούνται οι κύριες μελλοντικές πολιτικές και οικονομικές τάσεις που αναμένεται να επηρεάσουν την τουριστική μεταφορά καθώς μπαίνουμε στην Τρίτη χιλιετία.

### **1.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ BACK ROUND**

Η μετακίνηση για τον τουρισμό είναι ένα απαραίτητο στοιχείο του τουριστικού προϊόντος σε δύο περιπτώσεις:

- α) είναι το μεταφορικό μέσο για να φτάσεις στον προορισμό σου
- β) είναι απαραίτητο ως μεταφορικό μέσο για την μετακίνηση στον τόπο προορισμού.

Μιας και η μεταφορά θεωρείται ως μέρος της άνεσης, το ταξίδι είναι τουλάχιστον τόσο σημαντικό όσο ο ίδιος ο προορισμός μόνος του. Για κάποιες κατηγορίες επισκεπτών, το ταξίδι επομένως φαίνεται σαν μια έλξη προς δικό του όφελος και βέβαια μέρος της τουριστικής εμπειρίας. Η θέα από το πούλμαν ή ο ενθουσιασμός της πτήσης είναι και τα δύο παραδείγματα της χρησιμότητας του ταξιδιού. Όμως για τον επιχειρηματία ταξιδιώτη, η μεταφορά μπορεί να φαίνεται ως απαραίτητο κακό και είναι συνδεδεμένη με ένα άσχημο στοιχείο.

**Η επιλογή του επισκέπτη για το είδος της μεταφοράς που θα επιλέξει εξαρτάται από:**

- Την απόσταση και τον παράγοντα χρόνο
- Την κατάσταση και την άνεση
- Την ασφάλεια και τη χρησιμότητα
- Τη συγκριτική τιμή των υπηρεσιών που προσφέρονται
- Τη γεωγραφική θέση και απομόνωση
- Τη σειρά των προσφερόμενων υπηρεσιών
- Το επίπεδο του ανταγωνισμού μεταξύ των υπηρεσιών

## **Οι συνέδροι συχνά συνοδεύονται**

Τα συνέδρια αποτελούν καταπληκτικές ευκαιρίες για διακοπές στους ή στις (συνηθέστερα) συζύγους των συνέδρων. Πολλές φορές μάλιστα, εκεί που η συμμετοχή ή όχι στο συγκεκριμένο συνέδριο βρίσκεται σε οριακά επίπεδα, το άτομο που θα συνοδεύσει είναι αυτό που θα παίξει τον αποφασιστικό ρόλο στην τελική επιλογή. Για το λόγο αυτό, τόσο ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο όσο και ο τόπος που θα διεξαχθεί έχουν, με διαφορετικό φυσικά σκεπτικό, κοινό στόχο την προσέλκυση των συνοδών. Οι συνοδοί των συνέδρων έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεσή τους πραγματοποιούν υψηλή τουριστική δαπάνη που αφορά κυρίως στις οργανωμένες εκδρομές, στις αγορές, στις επισκέψεις σε εκθέσεις ή μουσεία και γενικότερα κάνοντας χρήση περισσότερων υπηρεσιών από αυτές που παρέχουν τα ξενοδοχεία. Από τη μέχρι τώρα διεθνής εμπειρία, που αφορά συνέδρια μη υποχρεωτικής συμμετοχής, διαπιστώνεται ότι 3 στους 10 συνέδρους συνοδεύονται.

### **1.2.2 ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ**

Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών από «αέρα» είναι σαφέστατα επισκέπτες. Διπλωμάτες, πλήρωμα και άλλες κατηγορίες αποκλείονται για σκοπούς τουριστικών στατιστικών. Το αεροπορικό ταξίδι είναι ελκυστικό εξαιτίας της ταχύτητας και της εμβέλειας. Για του επιχειρηματίες προσφέρει κοινωνική θέση όπως επίσης κερδίζει πολύτιμο χρόνο για την εργασία του όταν κατά βάση ταξιδεύει σε μεγάλες διαδρομές. Όπου υφίσταται η γεωγραφική απομόνωση, για παράδειγμα στις κοινότητες των νησιών, ο αέρας είναι ο κυριότερος και συχνά το μόνο λογικά γρήγορο μεταφορικό μέσο ταξιδιού. Η αερομεταφορά περιλαμβάνει τόσο τις οργανωμένες και ναυλωμένες κατηγορίες πτήσεων, όσο και τους φόρους αέρα σε όλο τον κόσμο. Η ναυλωμένη αερομεταφορά αναδύθηκε το 1950 στην Ευρώπη και τη Β. Αμερική, με το να μεταφέρονται τουρίστες- επισκέπτες από κρύα βόρεια

κλίματα σε νότιους ηλιόλουστους προορισμούς της Μεσογείου και της Φλόριντα ή της Καραϊβικής αντιστοίχως.

### 1.3 ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Τα δίκτυα μεταφορών διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- Χερσαίες μεταφορές (οδικές και σιδηροδρομικές)
- Θαλάσσιες και
- Εναέριες

Τα τρία παραπάνω δίκτυα συνιστούν το πλέγμα υποδομής μέσω του οποίου πραγματοποιούνται οι μετακινήσεις των αγαθών, των προσώπων και κατά συνέπεια των τουριστών. Τα μέσα που εξυπηρετούν τα δίκτυα χωρίζονται:

Ανάλογα με τις ομάδες μεταφερόμενων προσώπων σε:

- Μέσα μαζικής μεταφοράς (τραίνο, αεροπλάνο, πούλμαν)
- Μέσα ατομικά (αυτοκίνητο Ι.Χ. , μοτοσικλέτα)

Ανάλογα με το φορέα λειτουργίας σε:

- Δημόσια μέσα μεταφοράς
- Ιδιωτικά μέσα μεταφοράς

Ο άνθρωπος από την προϊστορική εποχή χρησιμοποίησε για τις μεταφορές του εξημερωμένα ζώα. Τα άλογα εξημερώθηκαν περίπου στο 4000 π.χ. και το τροχός ανακαλύφθηκε το 3500 π.χ. από τους Σουμέριους στη Μεσοποταμία. Από τα προϊστορικά χρόνια οι άνθρωποι ταξίδευαν με σχεδίες και στη συνέχεια με μονόξυλα και ιστία.

Η μηχανοκίνητη μεταφορά είναι πρόσφατη και άρχισε με τραίνο το 19<sup>ο</sup> αιώνα, στη συνέχεια με το αυτοκίνητο και στον 20<sup>ο</sup> αιώνα με το αεροπλάνο.

Ενώ ο πρώτος Παγκόσμιος Πόλεμος στηρίχτηκε στη χρήση του αυτοκινήτου το δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος επιβεβαίωσε τη χρήση του αεροπλάνου για

πολιτική χρήση και στρατιωτικούς σκοπούς. Το 1927 διανύθηκε για πρώτη φορά η απόσταση Ν. Υόρκης – Παρισιού με αεροπλάνο, το οποίο οδηγούσε ο Κάρολος Λίντμπεργκ.

Η ιδέα της πτήσης με μηχανή βαρύτερη από τον αέρα είναι πολύ παλιά. Τα πρώτα σοβαρά σχέδια για την επίτευξη του σκοπού αυτού εκπονήθηκαν από τον Λεονάρντο Ντα Βίντσι, που μελέτησε τις φτερούγες των πουλιών και κατασκεύασε μια μηχανή με βάση το σύστημα των φτερών, που όμως δεν κατάφερε να πετάξει. Μετά από τον Ντα Βίντσι προσπάθησαν και άλλοι πολλοί να κατασκευάσουν ιπτάμενες μηχανές, βαρύτερες από τον αέρα, έχοντας ως υπόδειγμα τα φτερά των πουλιών, χωρίς όμως αποτέλεσμα.

#### **1.4 Η ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ**

Το αεροπορικό ταξίδι είναι ίσως η πιο σημαντική μεταφορική καινοτομία του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Έχει κάνει δυνατή τη μεταφορά επιβατών σε ελάχιστο χρόνο και έχει ενισχύσει την απαίτηση για ταξίδια μεγάλης απόστασης. Είναι γεγονός ότι κανένα μέρος του κόσμου δεν απέχει πια από κάποιο άλλο περισσότερο από 24 ώρες με τη χρήση αεροπλάνου.

Η αερομεταφορά έχει καταφέρει στις προηγούμενες δεκαετίες να αποκτήσει ένα πολύ σημαντικό μερίδιο στις μετακινήσεις που ξεπερνούν τα 500 χιλιόμετρα. Μιας και τα νέα αεροσκάφη, όπως το Boeing 747 – 400 θέσεων, έχουν μπει σε χρήση, η εμβέλεια του αεροπορικού ταξιδιού έχει επεκταθεί σε πάνω από 15000 χιλιόμετρα για ασταμάτητες πτήσεις.

Οι προγραμματισμένες αεροπορικές εταιρίες προσφέρουν ένα ασφαλές, άνετο, αξιόπιστο, τακτικό και συγκριτικά εύκολα – καταναλούμενο προϊόν. Οι αερογραμμές έλκουν τους επιχειρηματίες ταξιδιώτες, οι οποίοι εκτιμούν την ταχύτητα και την ευελιξία ανάμεσα στις διάφορες πτήσεις, ειδικά σε εμπορικές διαδρομές και τους αργοπορημένους επιβάτες που έχουν τη δυνατότητα να φθάσουν στον προορισμό τους γρήγορα και χωρίς σπατάλη χρόνου και χρήματος.

Οι υπηρεσίες εδάφους είναι πιο εξεζητημένες από κάθε άλλο είδος μεταφοράς και επομένως η ταξιδιωτική εμπειρία είναι επαυξημένη.

Η ποιότητα των υπηρεσιών και των ανέσεων που προσφέρονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, έχει εισάγει νέα βιομηχανικά πρότυπα στα άλλα μέσα μεταφοράς. Εν τέλει, οι αερογραμμές προσφέρουν έναν αριθμό κινήτρων για τους πιστούς πελάτες τους διαμέσου ποικίλων «συχνών πτήσεων» προγράμματα. Παρ' όλα αυτά η αερομεταφορά είναι το πιο ακριβό μέσο μεταφοράς, ειδικά για τα μικρής διάρκειας ταξίδια, ας πούμε στην Ευρώπη.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **ΕΙΔΗ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ**

#### **2.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Σήμερα τα αεροπλάνα έχουν μπει για τα καλά στη ζωή μας, εκμηδενίζοντας κυριολεκτικά τις αποστάσεις. Τα κράτη κατάλαβαν από νωρίς τη σπουδαιότητα και τις δυνατότητες αυτού του μέσου μεταφοράς και προσπάθησαν από νωρίς να διατυπώσουν ένα νομοθετικό πλαίσιο διεθνούς χαρακτήρα, καθώς και να φτιάξουν ένα νέο κλάδο Δικαίου, το αεροπορικό. Σταθμός στο Αεροπορικό Δίκαιο είναι η «Σύμβαση των Παρισίων» που υπογράφηκε στις 13 Οκτωβρίου 1919. Η χώρα μας επικύρωσε τη συμφωνία με το Ν. 2569/1921 που ίσχυσε από 11.07.1922 έως και 1944, και την οποία διαδέχτηκε η Σύμβαση του Σικάγου, η οποία ισχύει και σήμερα.

Κατά τη Σύμβαση του Παρισιού τα αεροσκάφη κάθε κράτους – μέλους μπορούσαν ελεύθερα να περνούν από τον εναέριο χώρο των άλλων κρατών – μελών, χωρίς καμία διατύπωση. Ακόμη η Σύμβαση παρέπεμπε και στις αρκετές διμερείς συμφωνίες που είχαν γίνει ανάμεσα στα κράτη – μέλη. Από αυτές τις συμφωνίες προήλθαν οι λεγόμενες «ελευθερίες του αέρα», οι οποίες άνοιξαν το δρόμο στις αεροπορικές μεταφορές και οι οποίες είναι:

- A) Η διέλευση μέσα από τον εναέριο χώρο
- B) Η στάση για μη εμπορικούς σκοπούς
- Γ) Η μεταφορά επιβατών, εμπορευμάτων και ταχυδρομείου της εθνικότητας του μεταφορέα.
- Δ) Η μεταφορά επιβατών κ.λ.π. από μια χώρα στη χώρα εθνικότητας του μεταφορέα
- Ε) Η μεταφορά επιβατών κ.λ.π. από μια χώρα σε ορισμένη τρίτη χώρα.

Στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική οι ταξιδιώτες προτιμούν το αεροπλάνο για τη μεταφορά τους όταν πρόκειται για μακρινό ταξίδι πάνω από



500 χιλιόμετρα, ή και για μικρότερη απόσταση όταν το ταξίδι περιέχει και θαλάσσια διαδρομή.

Οι εποχιακές μεταβολές που χαρακτηρίζουν τον τουρισμό επηρεάζουν σημαντικά τον κλάδο των μεταφορών.

Στην πολιτική αεροπορία παρουσιάστηκαν πολλά προβλήματα. Τα αεροπλάνα πετούσαν, στάθμευαν, πλήρωναν και εισέπρατταν σε διαφορετικές χώρες με διαφορετικό νόμισμα και διαφορετική νομοθεσία. Το 1919, όταν δημιουργήθηκε η θεωρία εθνικού εναέριου χώρου πάνω από επικράτειες, τα προβλήματα πολλαπλασιάστηκαν. Την εποχή της Σύσκεψης του Σικάγου το 1944, ήταν φανερό ότι ο Κανονισμός Εναέριας Κυκλοφορίας, ήταν θέμα διμερών συμφωνιών μεταξύ των κυβερνήσεων.

## **2.2 I.A.T.A.:**

I.A.T.A.A. είναι μια διεθνής ένωση αερομεταφορών με την οποία έχουν συμβληθεί οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις αερομεταφορών σε παγκόσμιο επίπεδο. Στόχος της είναι ο πελάτης με την αγορά του εισιτηρίου να εξασφαλίζει σε διεθνές επίπεδο το ίδιο επίπεδο υπηρεσιών ποιοτικά και ποσοτικά.

Αποφάσεις των συνεδρίων κίνησης της I.A.T.A. τυποποιούν τα εισιτήρια ώστε να γίνεται δυνατή η μεταξύ των αεροπορικών εταιριών σύνδεση και ανταλλαγή κρατήσεων, ενώ διατηρούν μια σταθερή σχέση των διεθνών ναύλων και τιμών.

## **I.C.A.O. – ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ:**

Είναι μια οργάνωση 80 περίπου κυβερνήσεων, με σκοπό να προάγουν την πολιτική αεροπλοΐας σε παγκόσμιου πλάτους κλίμακα. Αυτή η οργάνωση ιδρύθηκε στη συνδιάσκεψη του Σικάγου το 1914. Τα 96 άρθρα της Συνέλευσης του Σικάγου όρισαν τα προνόμια και τους περιορισμούς των συμβαλλόμενων χωρών.

## **ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ:**

Τα αεροσκάφη διαιρούνται σε πολιτικά και πολεμικά. Τα πολεμικά ανήκουν στο κράτος, ενώ τα πολιτικά διακρίνονται στα κρατικά και αστικά. Όσα είναι κρατικά, όπως είναι ευνόητο, ανήκουν στο κράτος. Τα αστικά χωρίζονται σε εμπορικά, τα οποία παρέχουν υπηρεσίες επί αμοιβή και τα οποία ανήκουν σε οργανισμούς, εταιρίες, λέσχες ή ιδιώτες και χρησιμοποιούνται για αθλητικούς ή τουριστικούς σκοπούς ή και για ατομική χρήση από τους ιδιοκτήτες τους. Σε καμιά περίπτωση δε επιτρέπεται η διενέργεια εμπορίου ή μεταφοράς προσώπων με αμοιβή από αυτά τα αεροπλάνα.

### **2.3 CHARTER:**

Συχνά τουριστικού οργανισμού ή επιχειρήσεις μισθώνουν ολόκληρο ή μέρος ενός αεροπλάνου. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για charter. Βασικό χαρακτηριστικό των πτήσεων αυτών είναι ότι πρόκειται για πτήσεις κλειστού κύκλου περιήγησης, με εξαιρετικά χαμηλό ναύλο.

Τα charter χρησιμοποιούνται από μεγάλες ιδιωτικές εταιρίες. Επιτυγχάνουν μεγάλη πληρότητα θέσεων που πλησιάζει το 100% εκμεταλλεόμενες της ζήτησης που δημιουργεί η χαμηλή τους τιμή.

Ο ναυλωτής του αεροσκάφους πρέπει να διαθέτει συμβόλαιο το οποίο να εξασφαλίζει τη κάλυψη ελάχιστου αριθμού θέσεων σε κάθε πτήση. Ένα αεροσκάφος μπορεί να ναυλωθεί από έναν ορισμένο αριθμό ναυλωτών, ανάλογα με το μέγεθος του. Ο αριθμός των ναυλωτών και ο αριθμός των θέσεων που έχει ναυλώσει ο καθένας πρέπει να είναι ίδιοι και στα δύο σκέλη της πτήσης.

#### **2.3.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΠΤΗΣΕΩΝ CHARTER:**

Οι μισθωμένες πτήσεις ή πτήσεις charter έχουν μικρή και πρόσφατη ιστορία. Αρχικά είχαν τη μορφή έκτακτης μίσθωσης του αεροπλάνου

(συνήθως μαζί με το πλήρωμα του ) από ένα ή περισσότερους επιβάτες για ένα συγκεκριμένο ταξίδι. Συνήθως επρόκειτο για βιαστικούς ταξιδιώτες που έχαναν την πτήση τους ή μίσθωναν ένα μικρό αεροπλάνο στην περίπτωση που ακυρωνόταν για κάποιο λόγο η πτήση.

Η οριζόντια ή κάθετη ολοκλήρωση ορισμένων τουριστικών οργανισμών οδήγησαν τον κλάδο στην απόλυτη εξάρτησή τους από ένα μικρό αριθμό γιγαντιαίων οργανισμών. Ένα από τα αποτελέσματα του σημερινού κατεστημένου είναι η ιδιαίτερα ανεπτυγμένη αγορά δρομολογίων charter προς διάφορους προορισμούς. Στην πράξη ο ταξιδιωτικός πράκτορας έχει τις ίδιες ευκαιρίες επιλογών με τις πτήσεις charter, όπως θα είχε εάν χρησιμοποιούσε τα δρομολόγια μιας οποιαδήποτε κανονικής αεροπορικής εταιρίας.

Το ταξιδιωτικό κοινό μπορεί να διαλέξει ανάμεσα σε διάφορα πακέτα που προσφέρονται από τους οργανωτές πτήσεων charter. Καθώς και να έχει επιλογή ανάμεσα σε διάφορες ώρες αναχωρήσεων καθημερινά στους πιο πολυσύχναστους προορισμούς. Μ' αυτές τις συνθήκες είναι κάπως δύσκολο να ξεχωρίσει κανείς τις προγραμματισμένες κανονικές πτήσεις από τις συμπληρωματικές μισθωμένες. Και τα δύο είδη εταιριών χρησιμοποιούν τον ίδιο τύπο αεροσκάφους, προσφέρουν τις ίδιες ανέσεις, την ίδια συχνότητα δρομολογίων και ακόμη την ίδια ασφάλεια, μια παροχή που για αρκετό καιρό τις διαφοροποιούσε. Η μόνη σημαντική διαφορά είναι η τιμή.

Οι αεροπορικές εταιρείες με προγραμματισμένες πτήσεις κατάλαβαν ότι ήταν αδύνατον να περιορίσουν τις μισθωμένες πτήσεις. Έκαναν μεγάλες προσπάθειες να αντιμετωπίσουν την ανταγωνιστικότητα με νέες μεθοδεύσεις σχετικά με τις τιμές τους, για ταξίδια που συμπεριλαμβάνουν και διαμονή. Όμως οι εταιρείες μισθωμένων πτήσεων, μη μέλη της I.A.T.A. , γνώρισαν μεγάλη άνθιση σε βάρος του επιπέδου ζήτησης των μελών της I.A.T.A.

Οι λόγοι που κάνουν τις μισθωμένες πτήσεις με διαμονή πιο φθηνές είναι:

A) Αξιοποίηση του αεροσκάφους. Οι τουριστικού οργανωτές που χρησιμοποιούν μισθωμένες πτήσεις συνήθως δημιουργούν δρομολόγια

που κάνουν πλήρη χρήση του αεροσκάφους, με πτήσεις περισσότερων ωρών. Το κεφαλαιουχικό κόστος του αεροπλάνου διαιρείται με περισσότερες ώρες πτήσης, έτσι που η κάθε ώρα πτήσης να κοστίζει λιγότερο. Επίσης μειώνοντας το χώρο που καταλαμβάνει κάθε θέση, οι οργανωτές μπορούν να μεταφέρουν περισσότερους επιβάτες.

- B) Μεγαλύτερη πληρότητα. Ενώ οι κανονικές εταιρίες υπολογίζουν τη μέση πληρότητα περίπου στο 50% των διαθέσιμων θέσεων, οι τουριστικού οργανωτές την υπολογίζουν στο 85% - 90% στις μισθωμένες πτήσεις. Αυτό γίνεται δυνατό εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης και της ελαστικότητας των απαιτήσεων των ταξιδιωτών, ώστε να είναι δυνατή η μετατόπιση επιβατών από μια πτήση σε άλλη.
- Γ) Μειωμένο εργατικό κόστος. Οι εταιρίες μισθωμένων πτήσεων συνήθως δε χρειάζονται τόσο περίπλοκη οργάνωση όπως οι μεταφορές με κανονικές πτήσεις. Η απουσία ενδιάμεσων σταθμών ανάμεσα στα κύρια σημεία της πτήσης, μειώνουν το κόστος διαχείρισης των αεροσκαφών στα αεροδρόμια. Επίσης, οι εταιρίες charter δεν χρειάζονται εκτεταμένο ιδιόκτητο δίκτυο πωλήσεων, το οποίο απαιτεί την ανάλογη επάνδρωση.
- Δ) Ορθολογιστική διαχείριση. Λειτουργούν σε καθαρά εμπορική βάση, χωρίς να εξαρτώνται από πολιτικές αποφάσεις που επιβάλλουν αντιεμπορικά δρομολόγια και αεροπορικές υπηρεσίες, που είναι ζημιογόνες.

Οι μισθωμένες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με το σκοπό του αεροπορικού ταξιδιού:

- 37 Μισθωμένες πτήσεις αποκλειστικά διαθέσιμες σε οργανισμούς που επιθυμούν να μεταφέρουν τα μέλη τους σε συγκεκριμένο προορισμό.
- 38 Μισθωμένες αεροπορικές κρουαζιέρες, όπου το μισθωμένο αεροσκάφος χρησιμοποιείται για την προσέγγιση διαφόρων προορισμών. Έτσι η ομάδα τουριστών συνοδεύεται συνεχώς από το ίδιο αεροσκάφος, κάνοντας για παράδειγμα το γύρο του κόσμου.

39 Μισθωμένες τακτικές πτήσεις back, που επαναλαμβάνονται για ένα χρονικό διάστημα (π.χ. κάθε εβδομάδα ή δεκαπενθήμερο ) προς ορισμένους προορισμούς. Αυτές είναι συνήθως πτήσεις με πληρωμένη διαμονή.

Η επίδραση των μισθωμένων πτήσεων στην τουριστική ανάπτυξη είναι σημαντική. Ακριβέστερα οι πτήσεις charter έφεραν τα παρακάτω αποτελέσματα:

- 1) Την επέκταση του τουρισμού. Αναμφίβολα, η επέκταση των μισθωμένων πτήσεων αύξησε σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ροή από κέντρα παραγωγής τουρισμού προς διάφορους προορισμούς, λόγω της συμμετοχής ατόμων με μέτρια οικονομικά μέσα στην αγορά διακοπών του εξωτερικού.
- 2) Την ανάπτυξη των τουριστικών πρακτορείων. Τα charter στήριξαν τη μαζικότητα του τουρισμού, πράγμα που οδήγησε τα τουριστικά πρακτορεία σε εντυπωσιακή ανάπτυξη, τόσο σε αριθμό όσο και σε μέγεθος.
- 3) Τον κίνδυνο οικονομικής πίεσης. Οι μεγάλοι τουριστικοί οργανωτές, που στοχεύουν σε μια συνεχόμενη αναπτυσσόμενη αγορά στις χώρες παραγωγής τουρισμού, συνήθως αγωνίζονται να ολοκληρώσουν τον κύκλο υπηρεσιών τους, έχοντας το δικό τους αεροσκάφος, αυτοδιαχειριζόμενο κατάλυμα, τα δικά τους λεωφορεία για μεταφορά και εκδρομές κ.λ.π. Αυτή η ολοκλήρωση των παρεχόμενων υπηρεσιών εξυπηρετεί στη μείωση των τιμών τους ή στην επίτευξη μεγαλύτερου κέρδους.

Για να επιτύχουν όμως τα πιο πάνω, συχνά ασκούν πίεση σε ξενοδόχους, σε άλλους τοπικούς επαγγελματίες του τουρισμού και ακόμη σε κυβερνήσεις αναπτυσσόμενων χωρών, έτσι ώστε να εξασφαλίσουν τις ευνοϊκότερες συνθήκες λειτουργίας τους. Αυτό οδηγεί σε οικονομική πίεση της χώρας που δέχεται τον τουρισμό, ενώ το οικονομικό όφελος της χώρας αυτής περιορίζεται.

### 2.3.2 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΤΗΣΕΩΝ CHARTER

Υπολογίζεται ότι για το διάστημα 1961 – 1995, ο τουρισμός έφερε στην Ελλάδα 175 εκ. Τουρίστες οι οποίοι παρέμειναν κατά μέσο όρο για διάστημα 8 ημερών και πραγματοποίησαν 1240 δις. διανυκτερεύσεις άφησαν επίσης, σε συνάλλαγμα κατά μέσο όρο 8 δολάρια ανά διανυκτέρευση.

Οι επιπτώσεις, όμως, από τις ραγδαίες εξελίξεις στον αεροπορικό κλάδο, προεκτείνονται σε ένα γενικότερο οικονομικό πλαίσιο που προσεγγίζει όλες τις οικονομικές δραστηριότητες. Στην παρούσα φάση το ζητούμενο είναι η σχέση (ουσιαστικά εξάρτηση) που έχει δημιουργηθεί μεταξύ του ελληνικού τουρισμού και του παγκόσμιου με τις αεροπορικές εταιρίες.

Η ύπαρξη ή μη , αεροπορικής υποδομής, κρίνει σε πρώτη φάση τη πορεία και τις προοπτικές του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού.

Η σχέση αυτή φανερώνεται εύγλωττα αφού άνω του 75% της συνολικής τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα χρησιμοποιεί το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο. Παράλληλα δε, το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστικών αυτών επιλέγει, για οικονομικούς λόγους, και όχι μόνο, τις πτήσεις charter.

Το γεγονός αυτό σε αριθμούς σημαίνει ότι ο αριθμός των μεταφερθέντων επιβατών με πτήσεις charter αντιστοιχεί στο 55% της συνολικής κίνησης προς την Ελλάδα που στην ουσία οδηγεί στην πρώτη θέση ανάμεσα στα μεταφορικά μέσα με συνέπεια οι αυξομειώσεις τους, και όχι μόνο, να επηρεάζουν και να κατευθύνουν τον ελληνικό τουρισμό.

Η έντονη αυτή εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τις εξελίξεις στις αερομεταφορές αποδεικνύεται και από τα παρακάτω γεγονότα:

- Η Ελλάδα είναι ο πιο απομακρυσμένος, γεωγραφικά, ευρωπαϊκός προορισμός, για τις κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών.

- Λόγω των παραπάνω, το ποσοστό συμμετοχής του αεροπορικού ναύλου στην τελική τιμή του πακέτου, είναι συγκριτικά το υψηλότερο ως προς τις άλλες ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές χώρες.
- Η αντικατάσταση αυτού του μεταφορικού μέσου είναι ιδιαίτερα δύσκολη.
- Η χρησιμοποίηση μεγάλης χωρητικότητας αεροσκαφών στις πτήσεις charter, καθιστά ακόμη περισσότερο την τουριστική προσφορά, αυξάνοντας την εξάρτηση του τουρισμού μας από λίγους tour operators και χώρες.

Οι εταιρίες charter αποτελούν, πλέον, «εργαλεία» ενός ισχυρότερου μηχανισμού που ελέγχει και κατευθύνει την τουριστική κίνηση. Στο μηχανισμό αυτό, που ελέγχεται από μεγάλους ευρωπαϊκούς tour operators υπάρχει πλέον ως απαραίτητο στοιχείο και με κάποια μορφή (μέγεθος αεροσκάφους) η εταιρία charter. Το γεγονός αυτό, η σχέση με την αεροπορική εταιρία, που αποτελεί και το σημείο υπεροχής του κάθε tour operator, μπορεί να μετατρέψει, υπό άλλες συνθήκες

### **Charter's και εταιρίες χαμηλού κόστους**

Πέρα όμως από την προσπάθεια ανοίγματος νέων αγορών, η στήριξη μίας πολιτικής αποδέσμευσης από την ολιγοπωλιακή εξάρτηση της τουριστικής μας ζήτησης από τους μεγάλους tour operators – και στις παραδοσιακές αγορές – συνδέεται άμεσα με τις αερομεταφορές. Οι πτήσεις charter τις οποίες διαχειρίζονται είτε ανεξάρτητες αεροπορικές εταιρίες (μη εξαρτώμενες από συγκεκριμένους tour operators) ή ακόμη ελεγχόμενες από επενδυτικά σχήματα τα οποία συνδέονται με την προσφορά, διευκολύνουν την δημιουργία – και ασφαλώς και την διάθεση – τουριστικών πακέτων από μικρούς tour operators και specialists, δηλαδή εξειδικευμένους σε προγράμματα για την Ελλάδα μόνο, οι οποίοι δεν διαθέτουν δικά τους

αεροπλάνα ή δεν έχουν την δυνατότητα να ναυλώσουν από μόνοι τους μια σειρά πτήσεων.

Η σημασία των low cost αεροπορικών εταιριών στην υποστήριξη προγραμμάτων μικρών tour operators ή άλλων που διαχειρίζονται ειδικά προγράμματα όπως περιηγητικά, ιστορικά, θαλάσσιες περιηγήσεις με επανδρωμένα ή μη σκάφη, θρησκευτικά και οικολογικά tours και άλλα, είναι καθοριστική.

Η ύπαρξη ιδιωτικών αεροπορικών εταιριών που θα καλύψουν αυτή την ανάγκη είναι καθοριστικής σημασίας. Χαρακτηριστικά θα αναφέρω ότι στην γειτονική μας Τουρκία υπάρχουν περίπου 75 αεροπλάνα που ανήκουν σε ιδιωτικές εταιρίες πτήσεων charters ενώ στην χώρα μας δεν υπάρχει καμία. Αν και ομολογουμένως οι συνθήκες δεν είναι πλέον ευνοϊκές για την δημιουργία αεροπορικών εταιριών πιστεύω ότι υπάρχει περιθώριο για την ύπαρξη βιώσιμων τέτοιων προσπαθειών.

Οι εταιρίες αυτές θα μπορούσαν να είναι κοινό – πρακτικά σχήματα όπως εταιρίες λαϊκής βάσης στο πρότυπο των αντίστοιχων ακτοπλοϊκών εταιριών. Μία ή δύο τέτοιες εταιρίες που θα εξυπηρετούσαν δρομολόγια αποδεδειγμένης αποδοτικότητας από και προς καταξιωμένους προορισμούς – αγορές ακόμα και αν δεν είχαν κερδοσκοπικό χαρακτήρα θα προσέφεραν σοβαρότατη υπηρεσία στους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας.

#### **ΠΟΣΟΣΤΑ % ΕΠΙ ΤΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕ ΠΤΗΣΕΙΣ CHARTER:**

| ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ  | 1994  | 1993  | 1992  | 1991  | 1990  |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. ΗΡΑΚΛΕΙΟ | 25,80 | 25,50 | 24,80 | 24,90 | 24,40 |
| 2. ΡΟΔΟΣ    | 15,50 | 15,80 | 16,60 | 16,10 | 17,10 |
| 3. ΚΕΡΚΥΡΑ  | 11,50 | 12,70 | 13,30 | 14,50 | 13,30 |
| 4. ΕΛΛΗΝΙΚΟ | 12,30 | 13,30 | 12,80 | 14,10 | 16,20 |



|                |      |      |      |      |      |
|----------------|------|------|------|------|------|
| 5. ΚΩΣ         | 8,40 | 7,90 | 7,90 | 7,80 | 7,40 |
| 6. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ | 5,60 | 5,00 | 5,00 | 4,80 | 4,90 |
| 7. ΧΑΝΙΑ       | 4,50 | 3,60 | 4,50 | 4,00 | 3,90 |
| 8. ΖΑΚΥΝΘΟΣ    | 3,40 | 3,30 | 3,70 | 3,80 | 3,10 |
| 9. ΣΑΜΟΣ       | 2,20 | 2,30 | 2,20 | 1,90 | 2,10 |
| 10. ΣΚΙΑΘΟΣ    | 1,70 | 1,80 | 1,70 | 1,60 | 1,80 |

## 2.4 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Στην συμβολή για την ανάπτυξη των αερομεταφορών και του τουρισμού έχουν συνεισφέρει και οι βελτιώσεις – επεκτάσεις των ήδη υπάρχοντων και οι κατασκευές νέων αεροδρομίων. Στην Ευρώπη, γίνονται σημαντικές επεκτάσεις σε κομβικά αεροδρόμια όπως το Heathrow, το Charles de Gaul, το Main στη Φραγκφούρτη, το αεροδρόμιο Malpensa του Μιλάνο.

Ταυτόχρονα σε όλες τις μεριές του κόσμου κατασκευάζονται αεροδρόμια – μαμούθ, τα οποία θα δεχθούν τα εκατοντάδες εκατομμύρια των επιβατών της επόμενης χιλιετηρίδας. Τελειότερο όλων το τεχνολογικό επίτευγμα στην Οσάκα, χτισμένο πάνω σε νησί. Ακολουθούν τα καινούργια αεροδρόμια στο Μακάο, την Ταϊβάν, το Ζουχάι στη Κίνα, το Ελ. Βενιζέλος στην Ελλάδα και το μεγαθήριο του Τσεκ Λαπ Κοκ στο Χονγκ Κονγκ.

### Τα μεγαλύτερα αεροδρόμια του κόσμου από επιβατικής Πλευράς:

| ΕΤΟΣ | ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ |          | ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΕΣ | ΟΔΙΚΕΣ | ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ | ΣΥΝΟΛΟ |
|------|-------------|----------|----------------|--------|-----------|--------|
|      | ΤΑΚΤΙΚΕΣ    | ΕΚΤΑΚΤΕΣ |                |        |           |        |
| 1989 | 16,3        | 50       | 2,8            | 14,14  | 16,5      | 8,54   |
| 1990 | 17,7        | 50       | 3              | 14,01  | 11,2      | 9,31   |
| 1991 | 16,8        | 53       | 1,75           | 14,8   | 13,69     | 8,271  |
| 1992 | 17,9        | 57       | 0,78           | 8,3    | 16,02     | 9,756  |
| 1993 | 18,63       | 57       | 0,57           | 8,9    | 14,9      | 9,913  |

**ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ  
ΑΝΑ ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ:**

| AIRPORTS                          |       |       |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 1992                              | 1995  | 1994  | 1993  |       |
| 1. CHICAGO (O' HARE)              | 67.25 | 66.40 | 65.10 | 64.40 |
| 2. ATLANTA (HARTSFIELD)           | 57.70 | 53.80 | 46.60 | 41.50 |
| 3. LONDON (HEATHROW)              | 54.50 | 51.50 | 49.50 | 45.00 |
| 4. DALLAS (FORT WORTH)            | 54.30 | 52.50 | 49.50 | 51.80 |
| 5. LOS ANGELES (INTERNATIONAL)    | 53.90 | 50.90 | 47.60 | 46.90 |
| 6. TOKYO (HANEDA)                 | 45.80 | 41.60 | 41.60 | 42.70 |
| 7. FRANKFURT (MAIN INTERNATIONAL) | 38.10 | 34.80 | 32.20 | 30.60 |
| 8. SAN FRANCISCO (INTERNATIONAL)  | 36.20 | 34.50 | 32.70 | 32.50 |
| 9. MIAMI (INTERNATIONAL)          | 33.20 | 29.90 | 28.50 | 26.30 |
| 10. DENVER (STAPLETON)            | 31.00 | 33.00 | 32.60 | 30.70 |
| 11. SEOUL (KEMPO)                 | 30.90 | 26.50 | 21.90 | 21.20 |
| 12. NEW YORK (J.F.K.)             | 30.30 | 28.70 | 26.60 | 27.70 |
| 13. DETROIT (WAYNE COUNTRY)       | 29.00 | 26.60 |       |       |
| 14. PARIS (CHARLES DE GAULLE)     | 28.30 | 28.60 | 25.60 | 25.10 |
| 15. HONG KONG (KAI TAK)           | 28.00 | 25.70 | 24.80 | 22.40 |

**2.5 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΛΟΓΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΘΕΤΙΚΑ  
Ή ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤ'  
ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Με το πέρασμα των χρόνων οι έννοιες «αεροπλάνο» και «τουρισμός» καταστάθηκαν άμεσα συνδεδεμένες αν όχι ταυτόσημες. Έτσι είναι λογικό μια αναφορά στους λόγους που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την εξέλιξη των δύο άρρηκτα συνδεδεμένων εννοιών, να θεωρηθεί απαραίτητη.

Και πρώτα απ' όλα θα πρέπει να αναφερθούμε στην τεράστια συμβολή των κατασκευαστικών εταιριών. Σήμερα η αεροπορική βιομηχανία προσφέρει μια τεράστια ποικιλία μοντέλων αεροσκαφών, τα οποία καλύπτουν πλήρως όλες τις ανάγκες των αεροπορικών εταιριών για όλων των ειδών τις πτήσεις τους, από περιφερειακές, μικρής εμβέλειας (short-range), μεσαίας εμβέλειας (medium-range). Η συνεργασία των εταιριών κολοσσών, κατασκευής κινητήρων, Rolls Royce, General Electric και **Pratt & Whitney**, με τις **Boeing**, **Airbus** και **Mc Donnell Douglas** δίνει μια αίσθηση ασφάλειας και συνέπειας.

Κατά τη διάρκεια των πτήσεων καθιστώντας το αεροπλάνο ως το ασφαλέστερο από όλα τα μέσα μεταφοράς.

Αρνητικό στοιχείο αποτελεί το φθηνό εισιτήριο που είναι συνάρτηση των άπειρων πληρωμάτων και ιπταμένων συνοδών, του ερασιτεχνικού τρόπου λειτουργίας τους, των σοβαρών ελλείψεων στο πρόγραμμα τεχνικής συντήρησης των αεροσκαφών και την παλαιότητα του στόλου τους, σε σημείο που να καταστρατηγούνται οι διεθνείς κανόνες ασφαλείας με αποτέλεσμα την δημιουργία δυστυχημάτων.

Φυσικά η ασφάλεια των πτήσεων εξαρτάται και από άλλους παράγοντες κυρίως όμως της τρομοκρατίας (αεροπειρατείες, βομβιστικές ενέργειες) και των συστημάτων ελέγχου εναέριας κυκλοφορίας.

Ειδικά το τελευταίο προβληματίζει όλους όσους ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό. Το φαινόμενο τείνει να γίνει ευρωπαϊκό, καθώς στις Η.Π.Α. το 1993 το 83% των πτήσεων αναχωρούσαν εντός 15 λεπτών από την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης.

Οι ατελείωτες καθυστερήσεις που μαστίζουν τα Ελληνικά και Ευρωπαϊκά αεροδρόμια οφείλονται σε τρεις κυρίως λόγους.

- Στις απεργίες των ελεγκτών εναέριας κυκλοφορίας κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου.

- Στην κυκλοφοριακή συμφόρηση των αιθέρων και τον κορεσμό των ευρωπαϊκών αεροδρομίων.
- Στο γεγονός ότι σε αντίθεση με τις Η.Π.Α. οι Ευρωπαίοι διέθεταν 54 κέντρα ελέγχου εναέριας κυκλοφορίας που περιλαμβάνουν μια μεγάλη ποικιλία συστημάτων radar και computer που όπως είναι φυσικό χρησιμοποιούν διαφορετικές γλώσσες προγραμματισμού.

Η λύση δόθηκε με το Euro control δηλαδή ένα ενιαίο σύστημα εναέριας κυκλοφορίας, για όλη την Ευρώπη, με έδρα τις Βρυξέλλες.

Ο Ελληνικός τώρα εναέριος χώρος καλύπτει πάνω από 1500 κινήσεις αεροσκαφών την ημέρα, το 70% των οποίων είναι αφίξεις και αναχωρήσεις και το 30% υπερπτήσεις.

Ένας άλλος παράγοντας που επιδρά αρνητικά στην ανάπτυξη των αερομεταφορών και του τουρισμού είναι οι πόλεμοι σε παγκόσμιο, ηπειρωτικό ή υπερτοπικό επίπεδο. Για παράδειγμα, οι αερομεταφορείς υπέστησαν δυσθεώρατες ζημιές από τον πόλεμο του Κόλπου οδηγώντας τις περισσότερες από αυτές στην εμφάνιση μεγάλων χρεών και πολλών αδιάθετων θέσεων.

Το τελευταίο οφείλεται στους φόβους που προκαλούν οι προεκτάσεις ενός πολέμου (αεροπειρατείες, βομβιστικές ενέργειες) με άμεση οικονομική ζημιά για τις αεροπορικές εταιρίες. Επίσης εξαιτίας της κρίσης του πετρελαίου και των αυξητικών τάσεων της τιμής του εξαιτίας του πολέμου του Κόλπου, οι αεροπορικές εταιρίες επιβαρύνθηκαν κατά 1,2 δις δολάρια.

Ακόμη η αεροπορική βιομηχανία και ο τουρισμός επηρεάζονται άμεσα από οποιαδήποτε παγκόσμια οικονομική ύφεση. Τα 230 μέλη της I.A.T.A. έχασαν μεταξύ του 1990 και του 1993, συνολικά 15,6 δις δολάρια γεγονός που τις εξασθένησε οικονομικά.

Οι συνθήκες καλυτέρεψαν για τις αερομεταφορές καθώς την τριετία 1994 – 1996 καλύφθηκε το 85% των ζημιών τους που προήλθαν την προηγούμενη τετραετία. Υπολογίζεται ότι η παγκόσμια επιβατική κίνηση θ' αυξάνεται κατά μέσο όρο 6,6% κατ' έτος με αποτέλεσμα να έχει διπλασιαστεί μέχρι το 2010. Πάντως τα πράγματα εξελίχθηκαν σε ικανοποιητικά επίπεδα αφού η κίνηση αυξήθηκε κατά 5% σε σχέση με το 1994.

Πρωθητικοί ναύλοι προσπαθούν να προσφέρουν φθηνότερες τιμές ελαχιστοποιώντας τις ευκαιρίες για αλλαγή στις συμφωνίες ταξιδιού και σιγουρεύοντας τον επιβάτη όσο το δυνατών γρηγορότερα. Αυτοί οι ναύλοι περιλαμβάνουν τους APEX κ' IPEX.

Οι πτήσεις charter χρησιμοποιούνται για να διευκολύνουν τη μετακίνηση των εκδρομέων που έχουν διαλέξει πακέτο διακοπών ή ακόμη και για συμφωνίες που περιλαμβάνουν μόνο τη θέση που παίρνεις σε ένα αεροπλάνο χωρίς άλλες υπηρεσίες.

Οι πτήσεις charter γίνονται απευθείας χωρίς ενδιάμεσο σταθμό προσγείωσης επομένως οι επιβάτες δεν χρειάζεται να αλλάξουν αεροσκάφος. Το μεγαλύτερο κέρδος παίρνουν οι εταιρείες από τις υπηρεσίες στις πτήσεις charter (90%) παρά από τις προγραμματισμένες (10%).

Το ποσοστό των ταξιδιωτών που δεν βιάζονται να φθάσουν γρήγορα στον προορισμό τους έχει αυξηθεί, με αποτέλεσμα αυτοί οι ταξιδιώτες να έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο και να μην απαιτούν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Φτιάχνουν μόνοι τους τις συμφωνίες των διακοπών τους και έτσι δε χρειάζονται ευελιξία. Παρ' όλα αυτά οι επιχειρηματίες ταξιδιώτες πληρώνουν για τους ναύλους τους, επομένως είναι ευσυνειδήτως τιμής. Συνολικός, υπολογίζεται ότι το 15% του διεθνούς τουρισμού χρησιμοποιεί την αερομεταφορά ενώ το 86% των Ευρωπαίων χρησιμοποιεί τα αεροπλάνα για ταξίδια εκτός Ευρώπης. Η ανάπτυξη στην αεροπορική μεταφορά είναι μια πρόβλεψη κατά μέσο όρο 5,5% ανά χρόνο για το 2000 και 5% ανά χρόνο από το 2000 έως το 2010.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### CONVENTION BUREAUX

#### 3.1. ΓΕΝΙΚΑ

Τα τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν και πρέπει να παίξουν ένα νέο αναβαθμισμένο ρόλο στο νέο τουριστικό περιβάλλον. Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα υγιές περιβάλλον ανταγωνισμού και να έχει συνειδητοποιηθεί από την πολιτεία η σημασία του να δοθούν τα απαραίτητα εργαλεία και κίνητρα ανάπτυξης.

#### 3.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Σε σειρά κινήσεων με στόχο την αναβάθμιση του κλάδου των τουριστικών γραφείων και την επίλυση προβλημάτων έχει προχωρήσει ο Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ). Πολλά από αυτά τα προβλήματα και τις σχετικές προτάσεις ο ΗΑΤΤΑ τις επεξεργάζεται και τις προωθεί όχι μόνο προς τους αρμόδιους κυβερνητικούς φορείς αλλά και με δράσεις σε τοπικό επίπεδο, όπως αυτές για την πάταξη παράνομων δραστηριοτήτων ή την λήψη μέτρων που αφορούν σε παράνομες ενέργειες κρατικών ή άλλων φορέων. Όπως γνωρίζεται πολλά από αυτά τα θέματα έχουν αποτελέσει μεμονωμένα το επίκεντρο ερευνών, συνεντεύξεων τύπου, μαχητικών διεκδικήσεων με την χρήση κάθε νόμιμου μέσου κ.λ.π.

Ο ΗΑΤΤΑ πιστεύει ότι τα τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν και πρέπει να παίξουν ένα νέο αναβαθμισμένο ρόλο στο νέο τουριστικό περιβάλλον, συμβάλλοντας στην προβολή και προώθηση αλλά και την διαμόρφωση ενός νέου, περισσότερο ανταγωνιστικού και διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος. Σε αυτό τον νέο τους ρόλο, όμως είναι απαραίτητο να έχουν πραγματοποιηθεί όλες οι απαραίτητες αλλαγές που θα έχουν αφενός δημιουργήσει ένα υγιές περιβάλλον ανταγωνισμού και αφετέρου θα έχει

συνειδητοποιηθεί από την πολιτεία η σημασία του να δοθούν τα απαραίτητα εργαλεία και κίνητρα ανάπτυξης.

Ο Σύνδεσμος έχει κάνει επαφές με τους αρμόδιους κυβερνητικού παράγοντες προκειμένου να προωθήσει θεσμικές ρυθμίσεις που αφορούν στα τουριστικά γραφεία, τον εκσυγχρονισμό του επαγγέλματος, τη βελτίωση ανταγωνιστικότητας και την ανάπτυξη των τουριστικών γραφείων.

Επίσης, ο ΗΑΤΤΑ κινείται προς την κατεύθυνση να προωθήσει ρυθμίσεις που αφορούν σε φορολογικά και οικονομικά θέματα των τουριστικών γραφείων, αλλά και αλλαγές που σχετίζονται με τις επιμέρους δραστηριότητες του κάθε γραφείου, όπως εισερχόμενος τουρισμός, εξερχόμενος τουρισμός, αερομεταφορές, ακτοπλοία – θαλάσσιος τουρισμός, τουριστικές οδικές μεταφορές, θεματικές μορφές τουρισμού.

Οι ρυθμίσεις αυτές έχουν ως στόχο την καλύτερη λειτουργία των τουριστικών γραφείων και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των μελών του Συνδέσμου. Αποτέλεσμα των ρυθμίσεων αυτών θα είναι η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και η παροχή καλύτερης ποιότητας υπηρεσιών.

## ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ

### Εξυγίανση – Εκσυγχρονισμός επαγγέλματος

| ΘΕΜΑ                                      | Απαιτούμενες Ενέργειες   | Συναρμόδιοι Φορείς   |
|---|--|--|
| 1. Αναμόρφωση Νόμου 393/76                | Τελική επεξεργασία Σ.Ν. Άξονες:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Ø Εκσυγχρονισμός επαγγέλματος</li> <li>Ø Πάταξη παράνομων δραστηριοτήτων</li> <li>Ø Εποπτεία/Μηχανισμοί ελέγχου</li> </ul>   |  |
| 2. Βελτίωση Π.Δ. 339/96                   | Υιοθέτηση σύγχρονων ρυθμίσεων και δημιουργία Ταμείου Αντασφάλισης για Οργανωμένα Ταξίδια.  | Συγχρηματοδότηση του Ταμείου από το ΕΠΑΝ (αντίστοιχα με Ταμείο Εγγυοδοσίας ΜΜΕ)  |
| 3. Τουριστικό Επιμελητήριο                | Υιοθέτηση πρότασης τουριστικών φορέων/Δημιουργία θυγατρικού Ταμείου Αντασφάλισης για Οργανωμένα Ταξίδια. Ενδεχόμενες βελτιώσεις υπάρχοντος Σ.Ν.  | ΥΠΑΝ   |
| 4. Ξεναγοί                                | Προσαρμογή κείμενης νομοθεσίας στο κοινοτικό δίκαιο/εξυγίανση αγοράς   |  |
| 5. Εφαρμογή κείμενης νομοθεσίας           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ø Ρυθμίσεις με μέτρα που θα επιτρέψουν την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς</li> <li>Ø Δημιουργία μηχανισμού εποπτείας – ελέγχου</li> <li>Ø Παρέμβαση Υπ. Τουρισμού για πάταξη παράνομων ενεργειών κρατικών φορέων (Αγροτουριστική, Εργατική Εστία, Γεν. Γραμματεία Νέας Γενιάς κ.λ.π.), και αυτοδιοίκησης, παράνομων προκηρύξεων διαγωνισμών, κ.λ.π.</li> <li>Ø Τήρηση κείμενης νομοθεσίας από άλλους φορείς</li> </ul> | <p>Γενικές Γραμματείες Περιφερειών<br/> Υπουργείο Δημόσιας Τάξης (Τουριστική Αστυνομία)<br/> Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών (ΣΔΟΕ)</p> <p>Υπουργεία, νομικά πρόσωπα ευρύτερου δημόσιου τομέα, Αυτοδιοίκηση</p> |
| 6. Κανονισμός Σχέσεων Ξενοδόχων – Πελατών | Εκσυγχρονισμός.<br>Εκκρεμεί Σ.Ν.<br>Κατανομή ευθυνών.  |  |



### 3.2.1. ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Στο άρθρο 3 του Νόμου 393/1976 «περί ιδρύσεως και λειτουργίας τουριστικών γραφείων» όπως τούτο αντικαταστάθηκε με το άρθρο 3 του Π.Δ. 288/1991 προστίθενται οι παράγραφοι 7 και 8 που έχουν ως ακολούθως:

1. Η ίδρυση και λειτουργία γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων και η παροχή υπηρεσιών συνεδριακού τουρισμού επιτρέπονται μόνο σε νομικά πρόσωπα – γραφεία γενικού τουρισμού, με τις εξής πρόσθετες προϋποθέσεις:
  - α) Να είναι ήδη κάτοχοι του ειδικού σήματος που παρέχεται επίσημα σε όλα τα τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού.
  - β) Να δραστηριοποιούνται αποδεδειγμένα και νόμιμα με αυτή την ιδιότητα για τουλάχιστον τέσσερα (4) χρόνια.
  - γ) Να διαθέτουν τρεις (3) τουλάχιστον εξειδικευμένους υπαλλήλους που απασχολούνται αποκλειστικά στη διοργάνωση συνεδρίων, εκ των οποίων ο ένας τουλάχιστον να είναι κάτοχος πτυχίου ελληνικού ή ισότιμου αλλοδαπού ΑΕΙ.
  - δ) Να διαθέτουν ικανή και κατάλληλη μηχανοργάνωση σε hardware και software.
  - ε) Να καταθέτουν εγγυητική επιστολή στον ΕΟΤ ύψους είκοσι χιλιάδων (20.000) ευρώ.
  - στ) Να έχουν κατατεθειμένο κεφάλαιο τουλάχιστον πενήντα χιλιάδες (50.000) ευρώ.
  - ζ) Να διαθέτουν ή να αποκτούν εντός διετίας από τη λήψη της κατά τον νόμο αδείας, πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας (ISO) από αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης.
2. Στις παραπάνω επιχειρήσεις παρέχεται από τον ΕΟΤ σύμφωνα με το άρθρο 3 του Νόμου 2160/1993 το ειδικό σήμα λειτουργίας.

### **3.3. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ**

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει ριζικές αλλαγές στα ταξίδια σε παγκόσμιο επίπεδο, γεγονός που έχει επηρεάσει και τα επαγγελματικά ταξίδια στην Ελλάδα.

Μετά το τρομοκρατικό χτύπημα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2001 η ταξιδιωτική αγορά υπέστη μεγάλη οικονομική κρίση, ενώ συνέτεινε στο να υπάρξουν ριζικές αλλαγές.

Οι κυριότερες δυσμενείς αλλαγές για το επαγγελματικό ταξίδι συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- Ø Οι αεροπορικές εταιρείες ανακοίνωσαν σε πρώτη φάση μείωση της βασικής προμήθειας των ταξιδιωτικών γραφείων με στόχο στο εγγύς μέλλον να γίνει μηδενική.
- Ø Στελέχη εταιρειών μείωσαν τα ετήσια επαγγελματικά ταξίδια τους, αντικαθιστώντας τις συναντήσεις κυρίως σε conference calls.
- Ø Αυξήθηκαν σταδιακά οι κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων μέσω του Διαδικτύου (με μικρό ποσοστό για την Ελλάδα).
- Ø Αυξήθηκαν σταδιακά οι κρατήσεις μέσω των SBT (Self Booking Tools).
- Ø Αυξήθηκαν σταδιακά οι κρατήσεις στις αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους LCC (low cost carriers) οι οποίες δεν έχουν συμφωνίες συνεργασίας με τα γραφεία ταξιδιών.

## ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

| ΘΕΜΑ   | Απαιτούμενες Ενέργειες  | Συναρμόδιοι Φορείς                              |
|--|---|---|
| 1.Μείωση προμηθειών αεροπορικών εισιτηρίων αμοιβή επί των αεροπορικών εισιτηρίων | <ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Θεσμική στήριξη κλάδου τουριστικών γραφείων</li> <li>∅ Αντιμετώπιση της αντικατάστασης της προμήθειας από το τέλος εξυπηρέτησης με το ίδιο καθεστώς, δεδομένου ότι αποτελεί μέρος του εισιτηρίου (χωρίς Φ.Π.Α.)</li> </ul> | Υπουργείο Οικονομικών                           |
| 2. Κόστος τελών αεροδρομίου  | ∅ Μείωση τελών και λοιπών επιβαρύνσεων κατά την εκτός αιχμής περίοδο.   | Υπ. Μεταφορών / ΥΠΑ<br>Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος |

### 3.4. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ CONVENTION & VISITORS BUREAUX

Τα convention & visitors Bureaux έχουν καθιερωθεί, εδώ και έναν αιώνα ως ο πλέον αποτελεσματικός μηχανισμός τουριστικής προβολής σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο. Αυτοί οι οργανισμοί έχουν στην πλειοψηφία τους συνεργατική μορφή, αφού συνενώνουν όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς μιας περιοχής – δημόσιο, τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρήσεις κ.λ.π. – σε κοινή δράση. Ασχολούνται με την ανάπτυξη τόσο του συνεδριακού τουρισμού όσο και άλλων επιμέρους μορφών τουρισμού. Το πρώτο γραφείο αυτής της μορφής ιδρύθηκε το 1895 στο Ντιτρόιτ των Ηνωμένων Πολιτειών σε μια περίοδο ραγδαίας ανάπτυξης της συνεδριακής αγοράς. Το 1914 συστάθηκε Διεθνής Ένωση των convention Bureau (International Association of Convention and Visitor Bureau με μερικές δεκάδες ιδρυτικά μέλη. Η Διεθνής Ένωση εκπροσωπεί σήμερα πάνω από 500 γραφεία σε 30 χώρες.

## **ΗΑΤΤΑ «ΑΞΙΕΠΑΙΝΕΣ ΟΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΙΔΙΩΤΩΝ»**

Σε ότι αφορά τη Συνεδριακό/Εκθεσιακό κέντρο της Αθήνας, θεωρούμε φιλόδοξο το στόχο της έναρξης λειτουργία του για το 2006 με δεδομένους τους χαμηλούς ρυθμούς που κινείται το θέμα. Η δημιουργία του Convention Bureau της Αθήνας (αν και καθυστερημένα) είναι αναμφισβήτητα μια θετική κίνηση, την οποία πρέπει να στηρίξουν όλοι οι εμπλεκόμενοι. Η τεχνολογία σαφέστατα θα παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην προώθηση του συνεδριακού / εκθεσιακού προϊόντος και οι επενδύσεις στον τομέα αυτό πρέπει να αυξηθούν.

**Θεσμικό πλαίσιο, επενδυτικά κίνητρα. Επαρκή;**

**Αδυναμίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν;**

Το θεσμικό πλαίσιο πρέπει να χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, σαφήνεια και σαφή αναπτυξιακό χαρακτήρα, ενώ παράλληλα να είναι ελκυστικό ώστε να προσελκύσει νέες ποιοτικές επενδύσεις σε συνεδριακές / εκθεσιακές υποδομές. Δυστυχώς όμως και παρά τις κατά καιρούς εξαγγελίες, ο νέος Αναπτυξιακός Νόμος δεν έχει ακόμα κατατεθεί, χωρίς βέβαια να σημαίνει ότι αν κατατεθεί θα περιέχει και μέτρα ευνοϊκά για την ανάπτυξη του συνεδριακού / εκθεσιακού τουρισμού.

Έχει γίνει σημαντική πρόοδος στη βελτίωση αλλά και τη δημιουργία νέων υποδομών από την πλευρά των ιδιωτών, επισημαίνει ο πρόεδρος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Γιάννης Ευαγγέλου. Ο συνεδριακός τουρισμός, πρέπει να προβάλλεται και να προωθείται ανεξάρτητα από τη γενική διαφημιστική καμπάνια.

Οι επιχειρηματίες, κάνοντας χρήση των δυνατοτήτων που τους έδωσε ο αναπτυξιακός νόμος, προχώρησαν στη δημιουργία που τους έδωσε ο αναπτυξιακός νόμος, προχώρησαν στη δημιουργία σημαντικών υποδομών. Οι υποδομές αυτές, ωστόσο, (συνεδριακές αίθουσες, χώροι εκδηλώσεων και εστίασεως, μέσα παροχής παράλληλων υπηρεσιών, όπως τεχνικής υποστήριξης ενός συνεδρίου, μέσα μεταφοράς και αναψυχής κ.λ.π.), έχουν

ανάγκη από έργα γενικότερης υποστήριξης μιας περιοχής ή ενός συγκεκριμένου χώρου, επισημαίνει ο πρόεδρος του ΗΑΤΤΑ, όπως δρόμοι πρόσβασης, πύλες υποδοχής (αεροδρόμια, λιμάνια κ.λ.π.), όπου στις περισσότερες περιπτώσεις διαπιστώνουμε σημαντική υστέρηση.

Σε ό,τι αφορά τη στάση της πολιτείας, εκτός από τη συμμετοχή του ΕΟΤ σε τρεις εκθέσεις εξειδικευμένες στον συνεδριακό τουρισμό, δεν έχει γίνει καμία προσπάθεια να εφαρμοσθεί κάποιο ειδικό πρόγραμμα και μεθόδευση προβολής και προσέλκυσης πελατείας για το συνεδριακό τουρισμό, με εξαίρεση το Γραφείο ΕΟΤ της Αγγλίας για την προσπάθεια του οποίου αναφέρεται στη συνέχεια την δηλώσεών του. Ο συνεδριακός τουρισμός, πρέπει να προβάλλεται και να προωθείται ανεξάρτητα από τη γενική καμπάνια γιατί αλλιώς χάνεται κάθε προσπάθεια, αφού είναι γνωστό πως η διεθνής πελατεία του συνεδριακού τουρισμού προτιμά υποδομές και χώρους διαφορετικούς από αυτούς που χρησιμοποιούνται για τον τουρισμό διακοπών. Παρόμοια ή και παρόμοιες, εταιρίες μετά convention Bureau με την ίδια θεσμική μορφή θα μπορούσαν να δημιουργηθούν για την προώθηση και άλλων μορφών ειδικού ενδιαφέροντος τουρισμού με την αξιοποίηση διάφορων πολιτιστικών εκδηλώσεων ως μέσο προβολής στην Ελλάδα και το εξωτερικό, κάνοντας χρήση του τεράστιου πλούτου πολιτιστικών δυνατοτήτων που διαθέτει η Ελλάδα από το χώρο των τεχνών, αλλά και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

#### **3.4.1. ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΩΝ CONVENTION BYREAUX**

Μια ενδιαφέρουσα πρόταση κατατέθηκε την Πέμπτη 4 Δεκεμβρίου στον πρόεδρο του ΕΟΤ και στον ΥΠΑΝ και στην Επιτροπή παρακολούθησης του ΕΠΑΝ – Γ' ΚΠΣ. Αφορά τη δημιουργία ενός Οργανισμού Προβολής του Τουρισμού, μέσω του Πολιτισμού. Η πρόταση αναφέρεται στη δημιουργία μιας εταιρίας μη κερδοσκοπικού ή άλλου χαρακτήρα με συμμετοχή του ΕΟΤ

(ή της υπό ίδρυση ΑΕ του ΕΟΤ), και των φορέων του τουριστικού κλάδου, με βάση το μοντέλο του convention Bureau της Αττικής (ACVB), ώστε η δράση της να είναι ευέλικτη και αποτελεσματική. Στην ιδρυτική ομάδα του Οργανισμού – σύμφωνα με την πρόταση – θα δύναται να συμμετέχουν ως μέτοχοι της εταιρίας: οι ΟΤΑ, οι Περιφέρειες και ΝΠΔΔ ή ΝΠΙΔ που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό. Σε άλλο επίπεδο και με σχέση συνδεδεμένου μέλους (πελάτες) θα συμμετέχουν εταιρίες συναφείς με τον τουρισμό, που επιθυμούν να προβληθούν οι υπηρεσίες τους και η δραστηριότητα τους και ιδιαίτερα αυτές που έχουν ειδικό ενδιαφέρον στα ποιοτικά και εναλλακτικά προγράμματα τουρισμού.

Σκοπός της εταιρίας θα είναι – σύμφωνα με την πρόταση – η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και ιδιαίτερα των θεματικών και λοιπών εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσω του πολιτισμού. Πρόκειται για πρωτοβουλία του ΗΑΤΤΑ, που υπογράφουν και άλλοι φορείς (ΣΕΟΕΣ, ΣΕΠΟΣ, ΕΞΑ, ATHENS CVB). Δημοσιεύουμε το κείμενο της πρότασης.

Ο πολιτισμικός πλούτος είναι αναμφισβήτητα το σπουδαιότερο στοιχείο το οποίο συνεισφέρει στην προβολή της ταυτότητας των λαών και παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή ενός ταξιδιωτικού προορισμού. Μέχρι σήμερα φυσικά, μέσα στο πλαίσιο του μαζικού τουρισμού, ο ρόλος τους ήταν συγκεκριμένος. Τώρα πια όμως, λαμβανομένων υπόψη των διεθνών τάσεων και προτιμήσεων, καλείται να αξιοποιηθεί με ένα διαφορετικό τρόπο, μέσα από μία διαδικασία ενεργούς σύνδεσής του με την παραγωγική δραστηριότητα του τουρισμού, η οποία θα έχει σαν στόχο, τόσο τη διαφοροποίηση της ζήτησης, όσο και την προβολή του συνολικού τουριστικού προορισμού.

Η πρόταση είναι να δημιουργηθεί μια εταιρία μη κερδοσκοπικού ή άλλου χαρακτήρα με συμμετοχή του ΕΟΤ (ή της υπό ίδρυση ΑΕ του ΕΟΤ), και των φορέων του τουριστικού κλάδου, με βάση το μοντέλο του convention

Bureau της Αττικής (ACVB), ώστε η δράση της να είναι ευέλικτη και αποτελεσματική.

Σκοπός της εταιρίας θα είναι η προβολή του ελληνικού τουρισμού προϊόντος και ιδιαίτερα των θεματικών και λοιπών εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσω του πολιτισμού. Συγκεκριμένα η δραστηριότητα της εταιρίας θα συνίσταται στους εξής άξονες:

- Την καταγραφή όλων των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα.
- Την προβολή τους στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα, ώστε να αξιοποιηθούν σαν μέσο προσέλκυσης επισκεπτών με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα.
- Δημιουργία πολιτιστικών εκδηλώσεων στην Ελλάδα, κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, για τους ξένους επισκέπτες και οι οποίες θα προβάλλονται επίσης στο εξωτερικό και στόχο θα έχουν την προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού. (Π.χ. θεατρικές και μουσικές παραστάσεις στα αγγλικά, κλασικού ή ποιοτικού παραδοσιακού θεματολογίου στις τουριστικές περιοχές κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου).
- Προβολή του ελληνικού προϊόντος με περιοδείες παραστάσεων σε τρίτες χώρες με σκοπό την προβολή της Ελλάδας και του τουρισμού, σε συνεργασία με τα κατά τόπους γραφεία του ΕΟΤ, τις Πρεσβείες και τις Ενώσεις Απόδημου Ελληνισμού.

Η δράση της εταιρίας θα επεκτείνεται εκτός από τις θεατρικές και μουσικές παραστάσεις σε περιοδείες όλων των μορφών τέχνης, όπως χορός, εικαστικά, αρχαία εκθέματα, εκθέσεις φωτογραφίας, παρουσιάσεις τοποθεσιών και σημαντικών καλλιτεχνικών και άλλων εκδηλώσεων με πολυμέσα κ.λ.π.

Οι παραπάνω παρατάσεις θα συνδυάζονται με παράλληλες εκδηλώσεις προβολής του συνολικού τουριστικού προϊόντος, των ειδικών και

εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αλλά και περιοχές και περιφέρειες ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και φυσικού κάλλους.

Οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και η προβολή του τουριστικού προϊόντος θα είναι άμεσα συνδεδεμένες κατά τη διάρκεια της προβολής του όλου εγχειρήματος. Το τουριστικό προϊόν θα προβάλλεται συγχρόνως με της πολιτιστική εκδήλωση, με ένα σύνολο ενεργειών, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την πολιτιστική εκδήλωση μέσα από μια σειρά ενεργειών.

Έμφαση θα δίδεται στην αξιοποίηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων με προγράμματα προβολής του πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την περίοδο της πραγματοποίησής του ώστε να αποδίδει το μέγιστο αποτέλεσμα και της τουριστικής προβολής, αλλά και των διαφημιζομένων συνδεδεμένων ή μη επιχειρήσεων.

- Διαφήμιση της διοργάνωσης με διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης.
- Συνεντεύξεις Τύπου, όπου θα καλούνται επίσης ο τουριστικός Τύπος και οι σημαντικοί αλλοδαποί παράγοντες του τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας θα προβάλλεται ταινία ή slides σχετικά με το τουριστικό προϊόν, με σύγχρονη διανομή έντυπου και ηλεκτρονικού διαφημιστικού υλικού.
- Προβολή της ίδιας ή άλλης ταινίας ή των slides πριν και κατά τη διάρκεια του διαλείμματος της παράστασης.
- Διανομή υλικού προβολής περιοχών και τουριστικών υπηρεσιών και προγραμμάτων από stands που θα είναι τοποθετημένα σε χώρο ο οποίος πρέπει να είναι χωροταξικά γειτονικός με το χώρο που πραγματοποιείται η εκδήλωση.
- Αναπαραγωγή του θεάματος και των παράλληλων εκδηλώσεων από κρατικούς και ιδιωτικούς τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς της Ελλάδας και του εξωτερικού από τους οποίους θα προβληθούν, επίσης, και οι χορηγοί, όπως και οι τουριστικοί προορισμοί.



Προτείνεται, επίσης, η χρησιμοποίηση του δορυφορικού σταθμού του ΟΤΕ για την προβολή των τουριστικών προϊόντων, των προορισμών, αλλά και των χορηγών.

- Άλλες παράλληλες εκδηλώσεις μπορεί να είναι έκθεση φωτογραφίας, προβολή ταινιών, φεστιβάλ γαστρονομίας κ.λ.π.

Στην ιδρυτική ομάδα του Οργανισμού θα δύνανται να συμμετέχουν ως μέτοχοι στην εταιρία: οι ΟΤΑ, οι Περιφέρειες και ΝΠΔΔ ή ΝΠΙΔ που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό.

Σε άλλο επίπεδο και με σχέση συνδεδεμένου μέλους (πελάτες) θα συμμετέχουν εταιρίες συναφείς με τον τουρισμό, που επιθυμούν να προβληθούν οι υπηρεσίες και η δραστηριότητά τους και ιδιαίτερα αυτές που έχουν ειδικό ενδιαφέρον στα ποιοτικά και εναλλακτικά προγράμματα τουρισμού.

Ενώσεις απόδημου ελληνισμού που έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, Ιδρύματα και πολύ μεγάλες επιχειρήσεις κοινωνικού σκοπού, μπορούν να συμμετέχουν ως αρωγά μέλη, συνεισφέροντας με χρηματικά ποσά ή παροχές για τον σκοπό της εταιρίας.

- Το οργανόγραμμα του Οργανισμού θα μπορούσε συνοπτικά να ορισθεί ως εξής:
  - Η δημιουργία μιας Γενικής Διεύθυνσης, στην οποία ανήκουν τα εξής τμήματα:
    - Τμήμα Διοικητικό-Οικονομικό με αντίστοιχες αρμοδιότητες διαχείρισης των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων.
    - Τμήμα προώθησης του Ελληνικού Τουρισμού Προϊόντος μέσω του Πολιτισμού, με κύρια αρμοδιότητα την επιλογή των πολιτιστικών γεγονότων, των αγορών και των τρόπων προβολής του τουριστικού προϊόντος, το οποίο θα προβαίνει στην αντίστοιχη έρευνα αγοράς και θα καθορίζει την πολιτική προβολής στο εξωτερικό και στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.

- Τμήμα διακρατικών συνεργασιών, το οποίο θα ασχολείται με τη συνεργασία με άλλες χώρες για την παρουσίαση κοινών πολιτιστικών εκδηλώσεων σε μεγάλες αγορές και κατά συνέπεια για τη δημιουργία κοινών τουριστικών πακέτων, καθώς και για την αμοιβαία παρουσίαση πολιτιστικών εκδηλώσεων σε άλλες χώρες με την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Τμήμα προβολής του αθλητικού τουρισμού.
- Τμήμα προβολής εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσω του πολιτισμού και τέλος
- Τμήμα καταγραφής και προώθησης πολιτιστικών εκδηλώσεων.

### **3.4.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ CONVENTION & VISITORS BUREAUS**

Κοινωνιολόγοι αλλά και ιστορικοί υποστηρίζουν ότι από τότε που υπάρχουν άνθρωποι υπάρχουν και συναντήσεις. Αρχαιολογικές ανασκαφές έφεραν στο φως χώρους που εξυπηρετούσαν ως τόποι συνάντησης και συγκέντρωσης ανθρώπων προκειμένου να εξετάσουν, συζητήσουν και συναποφασίσουν θέματα κοινού ενδιαφέροντος, όπως πολεμικές επιχειρήσεις, σχέδια κυνηγιού ή στρατηγικές διαπραγμάτευσης ειρήνης.

Με την ανάπτυξη των πόλεων, ο κοινός χώρος συνάθροισης καθιερώθηκε ως απαραίτητο πολεοδομικό στοιχείο. Επιπλέον η ανάπτυξη του εμπορίου και η δημιουργία εμπορικών – οικονομικών και άλλων ενώσεων και φορέων συνέβαλε τα μέγιστα στην κατασκευή χώρων συναθροίσεων και συναντήσεων. Πόλεις που αναπτύχθηκαν ως εμπορικοί και διαμετακομιστικοί κόμβοι απολάμβαναν πολυποίκιλα ποσοτικά και ποιοτικά οφέλη από τη σχεδιασμένη ή αυθόρμητη συνάντηση. Παρόλο που τα οικονομικά κυρίως οφέλη ήταν εμφανή για τον προορισμό από την οργάνωση συνεδριακών γεγονότων, η προσέλκυσή τους δεν είχε δομή και οργάνωση ώστε να αναπτυχθεί αυτόνομα ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας.

Ο σκοπός ίδρυσης και ύπαρξης του γραφείου είναι απλός και μοναδικός: να προσελκύει σε συστηματική και οργανωτική βάση ενώσεις, φορείς, οργανισμούς και επιχειρήσεις που διοργανώνουν συνέδρια και συναντήσεις στην πόλη τους.

Παρόλο που η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού υπήρξε αλματώδης, οι ειδικές συνεδριακές υποδομές (κυρίως οι συνεδριακοί χώροι των ξενοδοχείων) ήταν ανεπαρκείς αφού στον αρχικό σχεδιασμό τους δεν είχε προβλεφθεί η εξυπηρέτηση της πολλά υποσχόμενης συνεδριακής αγοράς. Στα μέσα του περασμένου αιώνα πρωτοπόρες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προβλέποντας τη δυναμική ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, όπως η Holiday Inn, Sheraton, Hilton, Marriott και Hyatt, επένδυσαν σε υποδομές αλλά και σε οργανωτικές δομές προκειμένου να εξυπηρετήσουν την αυξανόμενη ζήτηση.

Τι είναι όμως το CVB; Σύμφωνα με την IACVB είναι «ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που εκπροσωπεί μια πόλη ή ευρύτερη περιοχή με σκοπό να παρέχει τις υπηρεσίες του στους τουρίστες – ταξιδιώτες στον προορισμό... ασχέτως αν ο λόγος επίσκεψης αυτών είναι επαγγελματικός ή ψυχαγωγικός» Με πολύ απλά λόγια ο πρωταρχικός και κύριος λόγος λειτουργίας ενός CVB είναι να «πουλάει την πόλη ή τον προορισμό».

Προκειμένου όμως να «πουλάει» τον προορισμό με όρους ποιότητας και αξιοπιστίας, υποχρέωση του CVB είναι να έχει συντονιστικό – ρυθμιστικό ρόλο των παραγωγών τουριστικών και συνεδριακών προϊόντων και υπηρεσιών και όλων των υπολοίπων δορυφορικών πόρων συμπεριλαμβανομένων των τοπικών αρχών, των εμπορικών – οικονομικών – τουριστικών ενώσεων, των τουριστικών και φυσικών πόρων κ.λ.π.

**«Οι άνθρωποι πηγαίνουν όπου προσκληθούν. Δουλειά του Γραφείου Συνεδρίων και Επισκεπτών είναι να τους προσκαλέσει»**

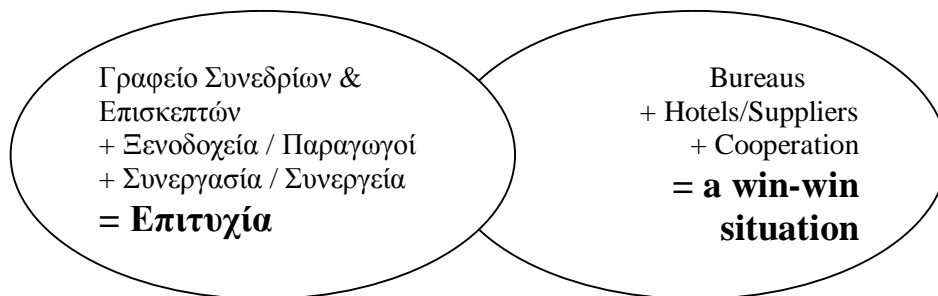
Επιτυχία του θεσμού των CVBs βασίζεται στην απλή αρχή ότι η πιθανοί υποψήφιοι επισκέπτες συνεδριακού και επιχειρηματικού τουρισμού προσελκύονται αποτελεσματικότερα σε έναν προορισμό μέσω ενός συλλογικού, ολοκληρωμένου προγράμματος προσέλκυσης, παρά από ανεξάρτητες μεμονωμένες ενέργειες. Συνεπώς το CVB λειτουργεί και δραστηριοποιείται εκπροσωπώντας και συντονίζοντας όλους τους παραγωγικούς εμπλεκόμενους πόρους της τοπικής και περιφερειακής συνεδριακής και τουριστικής βιομηχανίας, δηλαδή της ομάδας προορισμού (distination team) όπως αυτή εμφανίζεται παραστατικά στο σχήμα Νο 1. Ο όρος «πουλάω τον προορισμό» συμπεριλαμβάνει ενέργειες και δράσεις που αφορούν στην προώθηση του προορισμού στην παγκόσμια τουριστική και συνεδριακή αγορά, σχεδιάζοντας και υλοποιώντας στρατηγικά και επιχειρησιακά προγράμματα marketing που θα προσελκύσουν τα ενδιαφερόμενα μέρη (ενώσεις, οργανωτές συνεδρίων, φορείς κ.λ.π.) στον προορισμό. Παράλληλα το CVB θα πρέπει να βοηθήσει και να υποστηρίξει τον υποψήφιο διοργανωτή συνεδρίου τόσο κατά την προσυνεδριακή και συνεδριακή διαδικασία, όσο και στη μετασυνεδριακή περίοδο. Η ανάδειξη των φυσικών, πολιτιστικών, ψυχαγωγικών και άλλων πόρων είναι απαραίτητη για τη «συσκευασία». Τέλος το χτίσιμο της εικόνας της πόλης και του προορισμού και η συνεχής επαύξησή της θα πρέπει να είναι μια εκ των κύριων δραστηριοτήτων του CVB. Το marketing προορισμού (destination marketing) θα βοηθήσει ώστε η φήμη του προορισμού να είναι θετική στον πιθανό επισκέπτη. Για παράδειγμα εάν ο πιθανός επισκέπτης της Αθήνας έχει διαμορφωμένη άποψη για την πόλη ως «μη ασφαλούς» θα αποφύγει να την επισκεφθεί ακόμη και εάν στην πραγματικότητα είναι η ασφαλέστερη πόλη του κόσμου. Συνεπώς είναι σημαντικό για το CVB να διαμορφώσει θετική εικόνα για τον προορισμό.

**Η απουσία του CVB σαφώς ελαχιστοποιεί τις πιθανότητες επιτυχίας ανάδειξης της θετικής εικόνας του προορισμού.**

Με την ανάπτυξη της ενιαίας παγκοσμιοποιημένης τουριστικής αγοράς, τα CVBs, εκτός του εντεινόμενου ανταγωνισμού μεταξύ τουριστικών – συνεδριακών προορισμών, έχουν να αντιμετωπίσουν και να διαχειριστούν και την εσωτερική αγορά, αυτή των μελών που το αποτελούν. Τα οφέλη είναι πολλά για τα μέλη αλλά ορατά μόνον αν κατανοηθούν από τις επιχειρήσεις με όρους στρατηγικούς marketing. Η πολύ απλή αλλά και παραστατική εξίσωση του Griffin Miller (1990) περιλαμβάνει την ουσία, αλλά και το κίνητρο μιας επιχείρησης για την συμμετοχή της στο CVB.

Τα μέλη θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι το CVB είναι, ουσιαστικά, η προέκταση του δικού τους συστήματος πωλήσεων και marketing. Οι παραγωγοί ενδιαφέρονται να πουλήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, το ίδιο και το CVB συνολικά για τον προορισμό. Η συνδυασμένη προσφορά και παροχή ολοκληρωμένου, ποιοτικά ανώτερου διαφοροποιημένου τουριστικού – συνεδριακού πακέτου, θα δημιουργήσει συνθήκες θετικής αποδοχής του προορισμού από τη συνεδριακή αγορά, αλλά επίσης θα λειτουργήσει και ως παράγων επίτευξης οικονομιών κλίματος για τα μέλη σε όρους προώθησης και προβολής.

Συνοπτικά τα CVB έχουν ένα πολύ ευαίσθητο και παράλληλα σημαντικό ρόλο να επιτελέσουν στην τουριστική και συνεδριακή βιομηχανία. Η απουσία τους CVB σαφώς ελαχιστοποιεί τις πιθανότητες επιτυχίας ανάδειξης της θετικής εικόνας του προορισμού, της ανάπτυξης της τουριστικής αλλά και γενικότερα της οικονομικής δραστηριότητας της περιοχής και των εμφανών θετικών επιδράσεων της στην τοπική και περιφερειακή οικονομική, κοινωνική και πολιτική δομή. Πολύ απλά όπως ο πρώην Πρόεδρος του IACVB κ. Richard Newman τόνισε «οι άνθρωποι πηγαίνουν όπου προσκληθούν. Δουλειά του Γραφείου Συνεδρίων και Επισκεπτών είναι να τους προσκαλέσει».



### 3.5. Convention Bureau στην Αθήνα!

Χρειάστηκαν δύο χρόνια προετοιμασίας για να δημιουργηθεί το Athens CVB. Εκτενείς ήταν οι συζητήσεις για το καταστατικό της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας, όπου συμμετέχουν τα Τουριστικά και Ταξιδιωτικά Γραφεία της Ελλάδας (HATTA), ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ), ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (ΣΕΠΟΣ) και η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ). Εκτενώς συζητήθηκε και ο εσωτερικός κανονισμός του γραφείου Συνεδρίων, Εκθέσεων και Επισκεπτών Αθηνών, όπως επίσης και το Επιχειρησιακό Σχέδιο του Athens CVB. Όλα πήγαν καλά, κι έτσι δημιουργήθηκε και θα λειτουργήσει – επιτέλους – το Athens CVB.

Η δημιουργία του είναι γεγονός, όπως και η συνεργασία μεταξύ συγκεκριμένων εμπλεκόμενων φορέων που συμφώνησαν και ένωσαν τις δυνάμεις τους. Όλοι επισημαίνουν πως το Athens CVB, έχει σπουδαίο έργο να επιτελέσει κι εύχονται τη δημιουργία δικτύου γραφείων που θα ενισχύσει την ελληνική περιφέρεια.

Έχει τονισθεί κατ' επανάληψη και απ' όλους τους εμπλεκόμενους στην τουριστική δραστηριότητα, η ανάγκη για τη δημιουργία CVBs σε όλες τις περιοχές που γίνονται συνέδρια, αλλά κι ενός δικτύου όπου όλα αυτά τα γραφεία θα συνεργάζονται μεταξύ τους και θα προωθούν το ελληνικό συνεδριακό προϊόν.

Χαρακτηριστικά είναι όσα μας είπε ο πρόεδρος του Athens CVB Γιάννης Ευαγγέλου: «Το σοβαρότερο πρόβλημα στην προώθηση του συνεδριακού τουρισμού είναι το προφίλ της Ελλάδας, αλλά και των τουριστικών θέρετρων. Δεν είναι δυνατόν να προβάλλεται ένας προορισμός ως ιδανικός να φιλοξενήσει ένα συνέδριο ή ένα ταξίδι κινήτρων, με τον ίδιο τρόπο που προβάλλεται ο τουρισμός διακοπών, ούτε να εντάσσεται στην καμπάνια για τον μαζικό τουρισμό και η προβολή του συνεδριακού προϊόντος.

Μια εξειδικευμένη καμπάνια και ένα πρόγραμμα προβολής για τον συνεδριακό τουρισμό, που θα τονίζουν τις υποδομές, τη γνώση και την εμπειρία των ανθρώπων που έχουν την ευθύνη παροχής υπηρεσιών είναι τα πρώτα βήματα για να φτιάξουμε το προφίλ της Ελλάδας σαν χώρα που ξέρει και μπορεί να αναλάβει παρόμοιες διοργανώσεις.

Η ακριβής επωνυμία του, είναι «Γραφείο Συνεδρίων, Εκθέσεων και Επισκεπτών Αθηνών και Αττικής» (Athens – Attica Convention, Exhibitions and Visitors Bureau). Ιδρύθηκε με σκοπό να προωθήσει και να εξυπηρετήσει τη συνεδριακή και εκθεσιακή αγορά, την αγορά των ταξιδιών κινήτρων (incentives) και γενικότερα την τουριστική αγορά της Αθήνας και της ευρύτερης περιοχής της Περιφέρειας Αττικής και κατά συνέπεια τις επιχειρήσεις που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με τον τομέα του τουρισμού, των συνεδρίων, των εκθέσεων και των ταξιδιών κινήτρων. Το Athens CVB είναι ένας συνεργατικός οργανισμός με τη μορφή της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας, στον οποίο συνενώνουν τους πόρους και την τεχνογνωσία τους όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς, δηλαδή οι εκπρόσωποι των τουριστικών επιχειρήσεων, η Περιφέρεια Αττικής, η Τοπική και Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, ο ΕΟΤ κ.α.

*«Για τη χρηματοδότηση του είναι πολλές οι ιδέες, άλλωστε δεν νομίζω ότι χρειάζονται πάρα πολλά χρήματα για τη στήριξη ενός τέτοιου γραφείου. Μπορεί να είναι χρήματα από τον προϋπολογισμό του τομέα τουρισμού ή από*

*χορηγούς που θα ενδιαφέρονται να προβάλλουν τα προϊόντα τους στα διάφορα συνέδρια. Αλλά και οι τουριστικοί επιχειρηματίες θα μπορούν να συμβάλλουν, διότι και αυτοί θα έχουν ωφέλεια από τη δημιουργία ουσιαστικά μιας τάσης για να αυξηθεί ο συνεδριακός τουρισμός».*

### **3.5.1. Convention Bureaus στη Ρόδο και την Κρήτη**

Παρότι, σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα αποτελεί – έστω και σε μικρό βαθμό- προτιμητέο τουριστικό προορισμό, η χώρα μας είναι η μοναδική από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς που δεν έχει αναπτύξει τον θεσμό των Convention Bureaus.

Μόλις το 2001, με πρωτοβουλία των ξενοδόχων της Θεσσαλονίκης ιδρύθηκε στην πόλη ένα αρμόδιο γραφείο, το Thessaloniki Bureau (TCVB), υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης, της Νομαρχίας και του Δήμου Θεσσαλονίκης και μόλις πρόσφατα ξεκίνησε τη λειτουργία του το αρμόδιο γραφείο της Αθήνας.

#### **Ευκολίες διοργανωτών**

Το CVB της Αθήνας, όπως και αυτό της Θεσσαλονίκης, δίνει πληροφορίες για τη συνεδριακή υποδομή και διοργάνωση συνεδρίων, διαφημίζει και προβάλλει τους συνεδριακούς χώρους της πόλης στο εξωτερικό, καθώς και τις λοιπές δραστηριότητες που θα ήταν ελκυστικές για τους συνέδρους, αναλαμβάνει τη φιλοξενία επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων από όλο τον κόσμο και διευκολύνει τους διοργανωτές για την καλύτερη δυνατή επίτευξη των συνεδρίων που θα γίνονται στην Αθήνα.

Σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ ανάλογα γραφεία αναμένεται να αναπτυχθούν στη Ρόδο και την Κρήτη, περιοχές που αποτελούν σημαντικούς συνεδριακούς προορισμούς στη χώρα μας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 4.1 ΓΕΝΙΚΑ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε ότι η ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού είναι ραγδαία παγκοσμίως. Οι αιτίες που προκάλεσαν αυτή την ανάπτυξη είναι κατά κύριο λόγο οι επιστημονικές ανακαλύψεις, τα τεχνολογικά επιτεύγματα που απαιτούν τη συνάντηση ατόμων διαφορετικών εθνικοτήτων με κοινά όμως ενδιαφέροντα και σκοπό την ανταλλαγή απόψεων.

Η ιστορία της Ελλάδας, σίγουρα έχει πολλά να μας πει για συγκεντρώσεις. Οι Έλληνες ανακάλυψαν την αξία του διαλόγου και μέσα στους αιώνες συνέχισαν και ανέπτυξαν την «ανακάλυψη» τους. Συνεστίασεις στις οποίες ελάμβαναν χώρα συζητήσεις επάνω σε πολιτικά, μορφωτικά, αθλητικά και πολεμικά θέματα, ήταν καθημερινή πραγματικότητα. Όλα αυτά όμως, δεν γινόταν με σκοπό την τουριστική προσέλκυση ατόμων, ούτε απέβλεπαν σε κάποιο οικονομικό όφελος της πόλης – κράτους που τις φιλοξενούσε.

Στην περίοδο της πρώιμης αρχαιότητας συναντάμε τον θεσμό των **Αφικτιόνων** όπου ήταν ενώσεις ανεξαρτήτων γειτονικών πόλεων, οι οποίες και αποτελούσαν την κυριότερη μορφή ενώσεως που είχαν φθάσει οι Έλληνες και αποτελούν τον πρόδρομο των σημερινών συνεδριών.

Παράδειγμα συγκέντρωσης αντιπροσώπων πόλεων παρατηρούμε και αργότερα στα **Κοινά και στις Συμπολιτείες**. Η ανάπτυξη του φαινομένου αυτού δεν έγινε βάσει κάποιου συγκεκριμένου σχεδίου, ήταν απλώς μια αντίδραση των απαιτήσεων των καιρών. Σήμερα χιλιάδες χρόνια μετά, τα συνέδρια όχι απλά έχουν εξελιχθεί σε απαραίτητο μέσο επαφής των ανθρώπων και των λαών, για την ευρεία ενημέρωση πάνω σε επιστημονικά και τεχνολογικά επιτεύγματα, που αναπτύσσονται με ραγδαίους ρυθμούς αλλά

είναι ένα αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας της επικοινωνίας των ανθρώπων.

Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του Συνεδριακού τουρισμού είναι η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, η πρόοδος των επιστημών, της τεχνολογίας, της πληροφορικής και του αυτοματισμού παράλληλα με τις αυξανόμενες απαιτήσεις μιας κοινωνίας γεμάτης από γρήγορους ρυθμούς εργασίας και άγχους που δημιούργησαν την ανάγκη αναζήτησης διεξόδου με την συνδυασμένη αλλαγή παραστάσεων και περιβάλλοντος.

Με τον όρο Συνεδριακό Τουρισμό εννοούμε τις μετακινήσεις ή εκδηλώσεις που συνδυάζουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό την καθαρά παραθεριστική ταξιδιωτική ή περιηγητική διάσταση και γενικότερα την αναψυχή με άλλα ενδιαφέροντα ή παραγωγικές δραστηριότητες, που συνδέονται με την ιδιότητα των συμμετεχόντων ως μελών ενός επαγγέλματος για επιχειρήσεις ή άλλων οργανώσεων, Σωματείων ή συμφερόντων.

Οι εργασίες προετοιμασίας και διεξαγωγής μιας Συνεδριακής Εκδήλωσης δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή υπηρεσιών μέσα στην αίθουσα αλλά συμπεριλαμβάνουν και ένα ευρύτερο φάσμα υπηρεσιών για τη συνολική επιτυχία της διοργάνωσης.

Η Ελλάδα μας, ο τόπος γέννησης του διαλόγου, παρόλο που πλήρη όλες τις προϋποθέσεις για να έχει ενεργεί συμμετοχή στην εν λόγω αγορά, δυστυχώς δυσκολεύεται να προωθήσει στο εξωτερικό τα αναμφισβήτητα προσόντα της και να ανακτήσει την απαιτούμενη εμπιστοσύνη. Λόγω των ελλείψεων που αντιμετωπίζει στη υποδομή, την πολυτάραχη πολιτική ζωή της και τα μακροχρόνια προβλήματά της, εμπνέει ανασφάλεια στους παράγοντες οι οποίοι θα τις εξασφάλιζαν την άνοδο του Συνεδριακού Τουρισμού και των ταξιδιών – κινήτρων.

#### 4.1. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΝΝΟΙΑ

Μια από τις πιο δυναμικές μορφές σύγχρονου τουρισμού είναι ο Συνεδριακός Τουρισμός. Η τυπική έννοια του όρου, αφορά στην μετακίνηση προς έναν τόπο συνάντησης ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους οι οποίοι δεν προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο.

Η ουσιαστική έννοια του όρου Συνεδριακός Τουρισμός στηρίζεται στην επέκταση των τουριστικών δυνατοτήτων, στην προσαρμογή στις νέες μορφές τουριστικής διακίνησης και στο περισσότερο συνάλλαγμα. Οι τουρίστες είναι μορφωμένοι, με περισσότερες απαιτήσεις και μεγαλύτερη οικονομική δυνατότητα. Με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου επέρχεται ίαση για τον τραυματισμένο και βαριά «άρρωστο» τουρισμό των μεγαλουπόλεων.

Ο Συνεδριακός Τουρισμός παρουσιάζεται με αισιόδοξες προοπτικές και το κυριότερο ενισχύει με ποιοτικές παραμέτρους το τουριστικό προϊόν κάθε χώρας στην οποία διεξάγεται.

Η ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού όχι μόνο δεν έρχεται σε αντίθεση με το τουριστικό προφίλ κάθε χώρας, αλλά ενισχύει με τον καλύτερο τρόπο την ανταγωνιστικότητά της στη διεθνή τουριστική αγορά.

Το Συνέδριο δεν αποτελεί καινούρια δραστηριότητα. Έχει τις ρίζες τους στην Αρχαία Ελλάδα, όταν κατά την περίοδο της πρώιμης αρχαιότητας αντιπρόσωποι κάθε «Έθνους» συγκεντρώνονταν για να συζητήσουν κοινά προβλήματα και να πάρουν αποφάσεις πάνω σε θέματα θρησκευτικής και πολιτικής σημασίας. Φυσικά με την εξέλιξη των μέσων μεταφοράς άρχισαν να ξεφεύγουν από τα πλαίσια των συνόρων. Έτσι στην εποχή μας έχουμε φτάσει στο 8 – 10% ετησίως των διεθνών συνεδρίων.

Στην Ευρώπη τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους αποτελούν το 60% της Διεθνούς αγοράς και αυξάνονται με ρυθμό 5% ετησίως. Στις δε Μεσογειακές χώρες η Ισπανία ανεβαίνει πολύ με την Ελλάδα να ακολουθεί.

Στην Ελλάδα πηγές χρηματικής ενίσχυσης για ένα συνέδριο μπορεί να είναι εκτός από χορηγούς εταιρείες και όλα σχεδόν τα Υπουργία, τα Πανεπιστήμια, οι Δήμοι.

Οι κυριότεροι όμως θεσμοθετημένοι φορείς είναι το Υπουργείο Πολιτισμού, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) και η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας.

Κριτήρια για το ύψος των χρημάτων αποτελούν η εποχή διεξαγωγής του συνεδρίου και ο τόπος διεξαγωγής.

### **ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ**

Τα ξενοδοχεία τα οποία έχουν αίθουσες κατάλληλες για τη διοργάνωση συνεδρίων και διαφόρων εκδηλώσεων, έχουν τμήμα που ασχολείται με όλες τις ενέργειες και φροντίδες μιας σωστής και άριστα οργανωμένης εκδήλωσης, το λεγόμενο τμήμα «Συνεδρίων και Εκδηλώσεων», «Convention and Banquet Department».

### **ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Τα Συνέδρια διακρίνονται με βάση τα εξής κριτήρια:

- Διάρκεια
- Μέγεθος
- Την Εθνική ή Διεθνή συμμετοχή των συνεδρίων
- Τον τρόπο χρηματοδότησης
- Την κοινή ιδιότητα κατά την οποία συνέρχονται οι σύνεδροι, που φανερώνει το φορέα υπό την αιγίδα του οποίου συγκαλείται το Συνέδριο.

### **4.2. Η ΑΘΗΝΑ ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

Τα οφέλη που προκύπτουν για τους προορισμούς του συνεδριακού τουρισμού, αφορούν την προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου και των τουριστικών επιχειρήσεων που εμπλέκονται στη διοργάνωσή του. Έτσι,

πραγματοποιείται διαφήμιση με εμβέλεια απήχησης ανάλογα με το επίπεδο (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, παγκόσμιο) με μηδενική διαφημιστική δαπάνη. Επίσης, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, καθώς και για επισκέψεις των συνέδρων με διαφορετικό σκοπό ταξιδιού από τη συμμετοχή τους σε συνέδριο. Συμβάλλει στη χωροχρονική κατανομή της τουριστικής κίνησης αποδυναμώνοντας έτσι τις χωρικές και τις χρονικές εντάσεις, και τέλος, πραγματοποιείται αύξηση της τουριστικής δαπάνης λόγω της υψηλής εισοδηματικής κατηγορίας που ανήκουν οι σύνεδροι.

Σύμφωνα με στοιχεία της Union de Associations Internationales, (Ε. Βελισσαρίου, 200, σ. 43, πιν. 4), για την ποσοστιαία κατανομή των συνεδρίων στα κυριότερα κράτη για τα έτη 1989 και 1996, παρατηρούμε ότι η Ελλάδα είναι στην τελευταία θέση, τόσο σε συνέδρια διεθνών οργανισμών (1996: 0,91%), όσο και σε συνέδρια εθνικών οργανισμών με διεθνή συμμετοχή (1996: 0,13%) που μας δίνει μια συνολική παρουσία για την Ελλάδα (1996: 1,04%). Επίσης, από την ίδια πηγή (πιν.5) όπου καταγράφονται οι κυριότερες πόλεις που φιλοξένησαν διεθνή συνέδρια το 1989 και το 1996 σε ποσοστιαία μορφή του παγκόσμιου συνόλου, καμία πόλη της Ελλάδας δεν κατάφερε να έχει παρουσία.

Στον ευρωπαϊκό χώρο, τα κράτη που συγκεντρώνουν τα περισσότερα συνέδρια είναι, η Γαλλία, η Αγγλία, η Γερμανία, η Ιταλία, κ.α., (Ε. Βελισσαρίου, 2000, σ. 43, πίν. 4). Οι σημαντικότεροι λόγοι που αποτελούν επιλογή για την πραγματοποίηση συνεδρίων είναι, η γεωγραφική τους θέση (βρίσκονται στο κέντρο της Ευρώπης) και διαθέτουν την απαιτούμενη γενική υποδομή (συγκοινωνιακό δίκτυο για εύκολες μετακινήσεις των συνέδρων) και ειδική υποδομή (συνεδριακές και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις).

## **Τα κίνητρα και η αναγκαιότητά του ως τουριστικής δραστηριότητας**

Η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αυξάνει ολοένα και περισσότερο. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους συναντιούνται, συνεδριάζουν, συσκέπτονται, συναποφασίζουν. Επειδή δεν είναι δυνατόν πάντα τα άτομα αυτά όταν συνεδριάζουν να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με κάποια κριτήρια έναν κοινό τόπο για τη συνάντησή τους.

Τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της Αθήνας διαμορφώνονται από τη συγκρότηση των στοιχείων της προσφοράς (φυσικούς, περιβαλλοντικούς, πολιτιστικούς, ιστορικούς και ανθρωπογενείς πόρους, καθώς και υποδομές και υπηρεσίες) και της ζήτησης (τα κίνητρα και τον τύπο οργάνωσης των ταξιδιών), αναφύοντας έτσι την πολυμορφική της τουριστική δραστηριότητα (αστικός, πολιτιστικός- ιστορικός, εκπαιδευτικός, επαγγελματικός, συνεδριακός, τουρισμός).

Η συμμετοχή της Αθήνας σε Ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο επίπεδο για τη φιλοξενία και την οργάνωση συνεδριακών συναντήσεων είναι σχεδόν μηδαμινή με κύρια αιτία την ανεπάρκεια σε συνεδριακά κέντρα (δηλαδή στεγασμένοι χώροι συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτουν τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μη μικτών εκδηλώσεων, δηλαδή, συνεδριακών και συναφών πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο, Κ. Κραβαρίτης, 1992 σ. 188), για την επιτυχή και επαρκή διοργάνωση μεγάλων συνεδριακών ή άλλων συναφών συναντήσεων / εκδηλώσεων.

#### **4.2.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ & ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ**

Παράθεση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που αφορούν την Αθήνα ως τον προορισμό για τη φιλοξενία και τη διοργάνωση συνεδριακών δραστηριοτήτων, θα πρέπει σε γενικές γραμμές να τα αναζητήσουμε σε θέματα που αφορούν τις συνεδριακές υποδομές, τις ευκολίες συγκοινωνιακής πρόσβασης, τις δυνατότητες για παράλληλες εκδηλώσεις, καθώς και η συνάφεια του τόπου διεξαγωγής τους συνεδρίου με το περιεχόμενό του.

**Έτσι, τα πλεονεκτήματα για την Αθήνα είναι:**

**α. Συνεδριακά κέντρα.** Τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας, (Κ. Κραβαρίτης, 1992, σ. 185), είναι: το Ζάππειο Μέγαρο (4 αίθουσες, Συνολ. Δυναμ. 660 ατόμων), το Ευγενίδειο Ίδρυμα (1 αίθουσα, Συνολ. Δυναμ. 350 ατόμων), το Πολεμικό Μουσείο (1 αίθουσα, Συνολ. Δυναμ. 400 ατόμων), το Πάντειο Πανεπιστήμιο (1 αίθουσα, Συνολ. Δυναμ. 500 ατόμων) το ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία (4 αίθουσες, Συνολ. Δυναμ. 570 – 1235 ατόμων), το ξενοδοχείο Athens Hilton (3 αίθουσες, Συνολ. Δυναμ. 1740 – 2550), το ξενοδοχείο Athenaeum Intercontinental (4 αίθουσες, Συνολ. Δυναμ. 920 – 2280 ατόμων) και το ξενοδοχείο Divani Caravel (4 αίθουσες, Συνολ. Δυναμ. 1270 – 2450 ατόμων). Μέσα από την παραπάνω παράθεση των κυριότερων παρατηρούμε ότι δίνεται η δυνατότητα για κάλυψη συμμετοχών των μέχρι και 2000 άτομα σε ενιαίο χώρο. Επίσης είναι στο κέντρο (ή γύρο απ' αυτό) της πόλης. Είναι, είτε ανεξάρτητα είτε ενσωματωμένα σε ξενοδοχεία. Στη δεύτερη περίπτωση μπορούν να προσφέρουν και την εξασφάλιση της διαμονής για τους συμμετέχοντες, όπου ανάλογα με τον αριθμό των συνέδρων και των συνοδών, αλλά και τη διαθεσιμότητα των κλινών, του ξενοδοχείου που έχει την διοργάνωση, θα εξασφαλίσει η διαμονή τους είτε στο σύνολό τους, είτε μέρος αυτών και οι υπόλοιποι σε κοντινά ξενοδοχεία.

**β. Ξενοδοχειακή υποδομή (καταλύματα).** Τα ξενοδοχεία της Αθήνας πολύ καλές υποδομές, τόσο σε επίπεδο προϊόντος (καταλύματα, αίθουσες συνεδρίων), όσο και σε επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών, ειδικά στην κατηγορία των ΑΑ και Α κατηγορίας (5 και 4 αστέρων αντίστοιχα), ικανά να προσφέρουν διαμονή και να αναλάβουν τη διοργάνωση συνεδρίων (όσα βέβαια έχουν τη δυνατότητα αιθουσών και υλικοτεχνικής υποδομής). Χωροταξικά, αρκετά απ' αυτά βρίσκονται, στο κέντρο της πόλης και σε ακτίνα από δεκάδες μέτρα έως και 3 – 5 χιλ., και μερικά απέχουν, από το κέντρο της πόλης 10 – 20 χιλ. Στην πρώτη περίπτωση δίνεται η δυνατότητα, όταν χρησιμοποιούνται τα παραπλήσια μεταξύ τους ξενοδοχεία για τη διοργάνωση συνεδρίων, να αξιοποιούνται οι διαθέσιμες κλίνες για τη διανυκτέρευση, των συνέδρων σε μια απόσταση που διανύουν εύκολα και ευχάριστα με τα πόδια, διευκολύνοντας τις μετακινήσεις τους.

**γ. Υποδομή για τη διευκόλυνση των μετακινήσεων στην πόλη.** Η ύπαρξη σε ικανοποιητικά επίπεδα λειτουργίας του metro, το τελευταίο διάστημα αλλά και η προγραμματισμένη επέκτασή του για την όσο δυνατόν διευρυνόμενη κάλυψη περισσότερων περιοχών της Αθήνας καθώς και με τη δημιουργία σύγχρονου οδικού δικτύου (Αττικής, κ.α.) συμβάλλουν τόσο στην εύκολη πρόσβαση από το αεροδρόμιο προς το κέντρο της πόλης, όσο και στη διευκόλυνση των μετακινήσεων μέσα στην πόλη εξαιτίας του περιφερειακού οδικού δικτύου που κατασκευάζεται, συμβάλλει στην διευκόλυνση των μετακινήσεων στην πόλη. Το metro προσφέρει τεράστιες δυνατότητες για γρήγορη, ασφαλή και προγραμματισμένη μετακίνηση στην Αθήνα, σε αντίθεση με τα συμβατικά επίγεια μέσα μεταφοράς (λεωφορεία, ταξί, αυτοκίνητα Ι.Χ.).

**δ. Υποδομή για δυνατότητα ψυχαγωγίας, ξεναγήσεων, επισκέψεων ιαματικούς χώρους.** Η Αθήνα προσφέρει σε πολύ μεγάλο



βαθμό τη ικανότητα ικανοποίησης πολιτιστικών ενδιαφερόντων, καθώς και για είδος διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Επίσης, η οργανωμένη τουριστική υποδομή για τις ξεναγήσεις, εκδρομές, περιηγήσεις και επισκέψεις σε θεματικούς χώρους αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος δίνει τη δυνατότητα για τους συνέδρους και στους συνοδούς τους, να αξιοποιήσουν δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο τους ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους.

**ε. Κλιματολογικές συνθήκες.** Από τον Απρίλιο έως και τον Νοέμβριο η Αθήνα παρέχει άριστες κλιματολογικές συνθήκες για τη διεξαγωγή συνεδρίων, εξασφαλίζοντας στους συνέδρους και στους συνοδούς τους ευχάριστη διαμονή και δυνατότητα πραγματοποίησης επισκέψεων, περιηγήσεων και εκδρομών, τόσο στο χρονικό πλαίσιο του συνεδρίου όσο και στο πλαίσιο μετά τη λήξη του συνεδρίου, ως ευκαιρία για ολιγοήμερες διακοπές εκμεταλλευόμενοι τον καιρό.

**στ. Συνάφεια της Αθήνας ως τόπος πραγματοποίησης συνεδρίων.** Υπάρχει συνάφεια της Αθήνας σχετικά με θέματα που το περιεχόμενό τους σχετίζεται με την οικονομία, κοινωνιολογία, την πολιτική, τον τουρισμό, τον πολιτισμό, την ιατρική, κ.λ.π.

**Ενώ τα μειονεκτήματα είναι:**

**α. Ο χρόνος και απόσταση.** Η Αθήνα απέχει σε απόσταση και απαιτείται ανάλωση χρόνου και κόστους για τους συμμετέχοντες – συνέδρους από τα κράτη της κεντρικής Ευρώπης, όπου η Γερμανία, η Γαλλία, η Μεγάλη Βρετανία εκτιμάται η μεγαλύτερη αγορά επιχειρηματικών ταξιδιών όπως προκύπτει από την εκτίμηση για το 1997, (Ε. Βελισαρίου, 2000, σ. 39 – 40, πιν. 3), πόσο μάλλον αν αναφερθούμε για αγορές της Αμερικής και της Ασίας.

**β. Η ποιότητα των υπηρεσιών.** Ορισμένες υπηρεσίες που παρέχονται, από τους έμμεσα εμπλεκόμενους οι οποίοι υποστηρίζουν γενικά την ανάπτυξη και τη λειτουργία της τουριστικής δραστηριότητας σ' έναν προορισμό, δεν είναι κι οι καλύτερες δυνατές με ορισμένες να είναι οι χειρίστες. Για παράδειγμα, η συμπεριφορά των οδηγών ταξί, η καθαριότητα της πόλης, η μόλυνση του περιβάλλοντος κ.λ.π., είναι κάποια από τα θέματα που αφορούν στον σύνολο τον προορισμό Αθήνα, για φιλοξενία ειδικών μορφών τουρισμού, όπως είναι ο συνεδριακός τουρισμός, που αποτελείται από ανθρώπους με υψηλό εισόδημα και μορφωτικό – εκπαιδευτικό επίπεδο με ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος.

**γ. Η οργάνωση και η υποδομή για μεγάλες διοργανώσεις (παγκόσμια συνέδρια).** Η Αθήνα υστερεί στην ανάληψη μεγάλων διοργανώσεων με συμμετοχή άνω των 2.500 ατόμων. Οι ελλείψεις είναι τόσο σε θέματα οργανωτικά, όσο και σε θέματα υλικοτεχνικής υποδομής για να καλύψει διοργανώσεις σ' αυτό το μέγεθος. Υπάρχει έλλειψη ενός μεγάλου (άνω των 2.500 ατόμων) και σύγχρονου συνεδριακού αυτόνομου κέντρου στην Αθήνα, που να δώσει τη δυνατότητα ανάληψης και διοργάνωσης τέτοιων συναντήσεων και επιπλέον δυνατότητα με παράλληλη – ταυτόχρονη, διοργάνωση εκθέσεων, όπως συμβαίνει σε ορισμένα συνέδρια, για παράδειγμα, συνηθίζεται σε ιατρικά συνέδρια να οργανώνονται εκθέσεις παράλληλα σε παραπλήσιους χώρους από αυτών των ομιλιών.

**δ. Η διαμορφωμένη εικόνα της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού στη διεθνή αγορά.** Η εικόνα της Αθήνας στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά των συνεδρίων είναι αδύνατη. Η ευρωπαϊκή και η διεθνής αγορά της ζήτησης δεν τη βλέπουν ως συνεδριακό προορισμό. Η Αθήνα έχει διαμορφώσει μια εικόνα πολυμορφικού τουριστικού προορισμού, όπως αστικού, διακοπών, αναψυχής, ψυχαγωγικός, επαγγελματικός, πολιτιστικός,

εκπαιδευτικός, αθλητικός, τουριστικός προορισμός. Συνεπώς, δεν έχει καθιερωμένη εικόνα ως συνεδριακού προορισμού, που να αναγνωρίζεται στη διεθνή τουριστική αγορά των συνεδρίων.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ**

Για την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας με τη συμβολή της διοργάνωσης συνεδρίων, απαιτούνται κάποιες προϋποθέσεις, οι οποίες παρατίθενται παραπάνω, που αφορούν τον τουρισμό στο σύνολό του, αφού ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί ειδική μορφή του τουρισμού και οι σύνεδροι – συμμετέχοντες συγκαταλέγονται στους τουρίστες, καθώς και στη γνώση των κριτηρίων επιλογής ενός συνεδριακού τόπου. Μ' αυτές τις πληροφορίες, θα δοθεί η δυνατότητα να αναπτυχθούν οι προτάσεις για τη βελτίωση της τουριστικής ανάπτυξης της Αθήνας, ως τόπος διεξαγωγής συνεδρίων.

**Προϋποθέσεις του τόπου για τη διοργάνωση συνεδρίων.** Έτσι, θα πρέπει να παρέχεται: α) ασφάλεια, β) συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή (κυρίως για κάποια συνέδρια που αναπτύσσουν ταυτόχρονα στον ίδιο κτιριακό χώρο και εκθεσιακή δραστηριότητα για την προβολή και την προώθηση των προϊόντων τους), γ) ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών με ανάλογε ειδικές υπηρεσίες (υποστηρικτικές για τη διοργάνωση των συνεδρίων) με επαρκή αριθμό καταλυμάτων, δ) εύκολη πρόσβαση από τις χώρες αποστολής των τουριστικών – συνέδρων, ε) άνετη η μετακίνηση στην πόλη για την πρόσβαση στον συνεδριακό χώρο (ανεξάρτητο συνεδριακό κέντρο ή ξενοδοχείο), στ) επάρκεια σε θέσεις στάθμευσης, ζ) η γενική υποδομή της πόλης (συγκοινωνιακό δίκτυο, επικοινωνίες, νοσοκομεία, κ.λ.π.), η ποιότητα στο περιβάλλον (φυσικό και δομημένο), ψυχαγωγικές δραστηριότητες καθώς και κάθε είδους ταξιδιωτικές υπηρεσίες (δυνατότητα

διοργάνωσης εκδρομών, επισκέψεων σε αξιοθέατα και παράλληλων δραστηριοτήτων ψυχαγωγικού ή θεματικού ενδιαφέροντος), αποτελούν πρωταρχική σημασία, η) ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, θ) η εικόνα που προβάλλει η πόλη τόπος προορισμού για τη διοργάνωση συνεδρίων στις αγορές ζήτησης και ο βαθμός δημοτικότητάς της σ' αυτές (μόδα).

Τα κριτήρια επιλογής ενός συνεδριακού τόπου, (Ε. Βελισαρίου, 2000, σ. 49), φαίνονται στον σχετικό πίνακα.

### ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΝΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ

| Κριτήρια                                  | Ιδιωτικός Τομέας | Σύνδεσμοι και Οργανώσεις |
|---|------------------|--------------------------|
| Κατάλληλοι χώροι                          | 62%              | 67%                      |
| Καλό φαγητό                               | 36%              | 47%                      |
| Δυνατότητες διασκέδασης εντός του κτιρίου | 38%              | 47%                      |
| Άνετη ατμόσφαιρα                          | 42%              | 47%                      |
| Κεντρική θέση                             |                  |                          |
| Συγκοινωνιακά                             | 35%              | 47%                      |
| Προσιτή περιοχή                           |                  |                          |
| Καλή υλικοτεχνική υποδομή                 | 10%              | 20%                      |
| Λοιπά                                     | 2%               | 20%                      |

Συνεπώς, οι προτάσεις για τη βελτίωση της τουριστικής ανάπτυξης της Αθήνας από τη διεξαγωγή των συνεδρίων μπορούν να διατυπωθούν ως εξής:

#### I. Ανάπτυξη συνεδριακών χώρων για παγκόσμιες συναντήσεις.

Παρ' όλη την ικανοποιητική υποδομή σε συνεδριακούς χώρους, είτε ως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα ή σε συνεδριακούς χώρους ξενοδοχείων, απαιτείται κυρίως η δημιουργία σύγχρονων σε υλικοτεχνική υποδομή αυτόνομων συνεδριακών κέντρων, που να δύναται να καλύψουν παγκόσμιες

συναντήσεις, με υψηλό επίπεδο σε ποιότητα υπηρεσιών, οργάνωσης σε όλους τους τομείς που αφορούν τη διοργάνωσή τους και χωρητικότητας άνω των 2.500 – 3.000 ατόμων. Αυτού του μεγέθους τα συνέδρια παρέχουν τεράστια προβολή και εξαιτίας της δυναμικής που τα χαρακτηρίζει μπορούν να καθιερώσουν ένα τόπο σαν τόπο διεξαγωγής συνεδρίων. Πολλαπλασιάζονται έτσι οι θετικές επιπτώσεις από τη διεξαγωγή του στον τόπο που πραγματοποιούνται, τόσο στις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, όσο και στις επιχειρήσεις των άλλων κλάδων της οικονομίας που συμπληρώνουν και υποστηρίζουν τη γενική τουριστική προσφορά.

**II. Βελτίωση των ξενοδοχειακών μονάδων.** Η βελτίωση των ξενοδοχειακών μονάδων αφορά, είτε σε επίπεδο χρήσης καταλύματος για συνέδρους, είτε και σε επίπεδο διοργάνωσης συνεδρίων στη μονάδα τους, δηλαδή στους συνεδριακούς χώρους που διαθέτει. Η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, τόσο στους συνεδριακούς χώρους τους, όσο και στα δωμάτιά τους, είναι το πρώτιστο. Η αναβάθμιση, λοιπόν, θα πρέπει να αφορά την υλικοτεχνική υποδομή σε νέες τεχνολογίες και συστήματα επικοινωνίας όπως, για τους συνεδριακούς χώρους (συστήματα τηλεδιάσκεψης, Internet, οθόνες τοίχου), για τα δωμάτια (H/Y, Fax, κ.λ.π.). Βέβαια δεν θα παρέχονται απ' όλη τη δύναμη των δωματίων, αλλά σ' ένα μικρό ποσοστό, ως διαφοροποίηση του προϊόντος «δωμάτια», με τον χαρακτηρισμό, για παράδειγμα, Executive Rooms ή Business Rooms. Έτσι αναπτύσσεται ένα προϊόν στις απαιτήσεις της συνεδριακής αγοράς.

**III. Η δημιουργία ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων.** Η ανάγκη για ψυχαγωγία και διασκέδαση είναι απαραίτητη για τους συμμετέχοντες σ' ένα συνέδριο. Από τα κριτήρια επιλογής του τόπου φαίνεται, ότι είναι στις προτιμήσεις των συνέδρων για διασκέδαση στον ίδιο κτιριακό χώρο που πραγματοποιείται το συνέδριο. Θα πρέπει να δοθεί αυτή η δυνατότητα, που δίνει την ευκαιρία να ξεφύγουν από το μονότονο και κουραστικό πρόγραμμα

ενός συνεδρίου. Το δε είδος της ψυχαγωγίας θα πρέπει να προσανατολίζεται προς της επιθυμίες αυτής της ειδικής αγοράς.

**IV. Βελτίωση της προβολής και προώθησης του συνεδριακού τουρισμού.** Σ' αυτό τον τομέα δεν έχει πραγματοποιηθεί σχεδόν τίποτα με οργάνωση και συνέπεια. Εκτός από τα διαφημιστικά φυλλάδια ή στο διαδίκτυο των ξενοδοχείων, δεν υπάρχει επαρκής εικόνα ότι η Αθήνα και η ευρύτερη περιοχή της μπορεί να αποτελεί συνεδριακό προορισμό. Θα πρέπει να αναπτυχθεί και να πραγματοποιηθεί ένα έντονο πρόγραμμα προβολής-προώθησης, για την Αθήνα ως προορισμός διοργάνωσης συνεδρίων, με συνέπεια, οργάνωση και συντονισμό με διαφορετική ένταση σε βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο χρονικό ορίζοντα. Τα έντυπα και κυρίως τα ηλεκτρονικά μέσα θα μπορούσε να αποτελούν την πρώτη γραμμή, όπου σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων, από τους επίσημους φορείς, να λειτουργήσει υποστηρικτικά και ενισχυτικά (ως προς τα μέσα), που θα προβάλουν και θα προωθούν την Αθήνα, ως τον προορισμό που διαφοροποιείται μέσα από τις ιδιαιτερότητές του, ως ένας συνεδριακός προορισμός στο γενικότερο πλαίσιο του τουριστικού προορισμού και μάλιστα πολυμορφικού. Αυτό σημαίνει ότι πέρα από τις αυστηρές γραμμές που οριοθετεί η συμμετοχή στη δραστηριότητα ενός συνεδρίου, ο προορισμός Αθήνα και κατά συνέπεια Αττική, σε συνδυασμό με μια ικανή σε – για ανάπτυξη δράσης- ακτίνα γύρω απ' αυτή την ευρύτερη περιοχή, που συνδυάζει εκδρομές, περιηγήσεις και κρουαζιέρα, σε χρονικό πλαίσιο μονοήμερου ή διήμερου, μπορεί να καλύψει όλες τις μορφές των αναγκών των συμμετεχόντων με πολύ ικανοποιητικό τρόπο. Μην ξεχνάμε, ότι πάνω απ' όλα η συνεδριακή δραστηριότητα είναι «Τουρισμός», και το κίνητρο των συμμετεχόντων είναι πρωτίστως η ευκαιρία να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, να αλλάξουν περιβάλλον και να αναπτύξουν τουριστική δράση, εκμεταλλευόμενοι το τερπνόν μετά του ωφελίμου. Γι' αυτό και υπάρχει ικανοποιητική συμμετοχή των συνοδών των συμμετεχόντων σε μια ειδική

μορφή επαγγελματικού τουρισμού (σαν ευρύτερη κατηγορία), όπως είναι ο συνεδριακός. Έτσι, μπορούν να αντιμετωπιστούν οι ανταγωνιστικοί προορισμοί σε μια εικόνα, που θα ενισχύει τα δυνατά σημεία και θα μειώνει τα αδύνατα σημεία του τουριστικού προορισμού Αθήνα- Αττική και την ευρύτερη περιοχή, εκμεταλλευόμενοι τις ευκαιρίες και αντιμετωπίζοντας τις απειλές για τη διοργάνωση συνεδρίων.

**Εκπαίδευση στους εμπλεκόμενους στην εξυπηρέτηση και στη διοργάνωση των συνεδρίων.** Αποτελεί από τις βασικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη των συνεδριακού τουρισμού. Η εκπαίδευση θα πρέπει να αφορά, τόσο τους άμεσα, όσο και έμμεσα εμπλεκόμενους αυτής της ειδικής μορφής τουρισμού, λόγω των υψηλών και ειδικών απαιτήσεων που έχει η αγορά των συνεδρίων.

**Ανάπτυξη αυτόνομων εκθεσιακών κέντρων.** Η ανάγκη δημιουργίας αυτόνομων εκθεσιακών κέντρων έχει σημασία για τη μεγάλη χωρητικότητα που πρέπει να παρέχεται για τη διοργάνωση εκθέσεων, εξαιτίας των περιορισμένων προσφερόμενων χώρων από τις ξενοδοχειακές μονάδες. Η πράξη αποδεικνύει, ότι αρκετά συνέδρια αναπτύσσουν συμπληρωματικά και εκθεσιακή δραστηριότητα παράλληλα με τις δραστηριότητες των συνεδρίων, προκειμένου να εκθέσουν τα προϊόντα τους στους συμμετέχοντες και να πραγματοποιηθούν και κάποιες συμφωνίες ή πωλήσεις.

#### **4.3. ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ**

Είναι σαφές και αποτελεί γενικά αποδεκτή εκτίμηση ότι η ανάπτυξη του τομέα αυτού μπορεί να επιτευχθεί μόνο ως συνισταμένη συνδυασμένων προσπαθειών σε πολλά επίπεδα με έμφαση το ποιοτικό στοιχείο.

Αναμένεται ότι ο αριθμός αλλοδαπών της περίοδο 2000 – 2010 θα συνεχίσει να αυξάνεται με ρυθμούς παραπλήσιους της περιόδου 1989 – 1999.

Με βάση στοιχεία της ICCA Ο ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ Συνεδριακών επισκεπτών στην Ελλάδα για συνεδριακές εκδηλώσεις κυμάνθηκε μεταξύ 20.000 – 40.000.

Η ισχυρή επιδότηση των συνεδριακών κέντρων έχει οδηγήσει στην ένταξη ενός σημαντικού αριθμού νέων επενδύσεων του είδους στον αναπτυξιακό νόμο τα τελευταία χρόνια. Πρόκειται όμως ως επί το πλείστον για μικρές νέες μονάδες, τοπικής κυρίως σημασίας σε περιοχές που προσελκύουν περιορισμένη τουριστική κίνηση, είτε αποτελούν σημαντικά τουριστικά κέντρα αλλά με περιορισμένη συνεδριακή κίνηση.

#### **4.3.1. ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ**

Σε σύγκριση με τη συνολική χωρητικότητα των συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων στην Ελλάδα αναμένεται προσθήκη 2, 500 – 3,000 στη διάρκεια 3 – 4 ετών λόγω των εντάξεων στον αναπτυξιακό νόμο.

Τα συνεδριακά κέντρα ανάλογα με τη δυναμικότητά τους, κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες:

- Κέντρα μικρού μεγέθους δυναμικότητας 200 – 500 θέσεις.
- Κέντρα μεσαίου μεγέθους δυναμικότητας 500 – 1200 θέσεις.
- Κέντρα μεγάλου μεγέθους δυναμικότητας 1200 – 3000 θέσεις.

Τα απαιτούμενα ανά θέση και ανά μέγεθος κτιρίου τετραγωνικά μέτρα διαμορφώνονται ανάλογα με τη δυναμικότητα του κέντρου:

- Κέντρα μικρού μεγέθους 8,5 τ.μ. ανά θέση
- Κέντρα μεσαίου μεγέθους 8 τ.μ. ανά θέση
- Κέντρα μεγάλου μεγέθους 7, 5 τ.μ. ανά θέση

Τα ανά τετραγωνικό μέτρο κατασκευαστικό κόστος των αυτόνομων κτιρίων είναι αυξημένο λόγω των ειδικών προδιαγραφών τους τοποθετείται δε στα σημερινά δεδομένα στην τάξη του 2100 € ανά τετραγωνικό μέτρο.



Εφόσον όμως το Συνεδριακό Κέντρο κατασκευάζεται μέσα σε κτιριακό πυρήνα ξενοδοχείου τα μεγέθη ελαττώνονται κατά το ποσοστό που αντιστοιχεί στην ξενοδοχειακή υποδομή που ήδη έχει υπολογιστεί.

Αυτή η μείωση όμως δεν μπορεί να ξεπεράσει το 50%.

**ΕΚΤΕΝΕΣΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΛΗΦΘΟΥΝ ΑΠΟ:**

20 [www. Synedrio. gr](http://www.Synedrio.gr)

21 [www. sepos. gr](http://www.sepos.gr)

22 [www.ltep.gr](http://www.ltep.gr)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

#### 5.1. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Από στοιχεία που υπάρχουν, έχει υπολογισθεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3 – 4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6 – 7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος. Σε αρκετές όμως από τις μικρότερες βόρειο – ευρωπαϊκές πρωτεύουσες ή μεγαλουπόλεις, οι οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με τον τουριστικό τομέα ως σύνολο, φαίνεται να υπερβαίνει αρκετά τους διεθνείς μέσους όρους που προαναφέρθηκαν.

Από άποψη εξειδίκευσης στο συνεδριακό τουρισμό, με βάση στοιχεία της περιόδου 1987 – 1999, η χώρα μας φαίνεται να κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη, 1.2% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την International Meetings Association. Γενικά λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι μέτριος.

Η πρωτεύουσα φαίνεται να συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης, ενώ σημαντικά είναι και τα μερίδια της Κρήτης, της Δωδεκανήσου και της Μακεδονίας. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η συνεδριακή δραστηριότητα φαίνεται να αναπτύσσεται με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς, στην χώρα μας όμως δεν υπάρχει σαφή ανοδική ή καθοδική τάση.

Για τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις, το μέσο μέγεθος από άποψη αριθμού συνέδρων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 ατόμων, συνολικά όμως το μέσο μέγεθος είναι αρκετά μικρότερο. Στην Ελλάδα το μέσο μέγεθος δεν υπερβαίνει τα 170 άτομα. Αυτό φαίνεται να συνδέεται με τη σχετικά περιορισμένη προσφορά συνεδριακών χώρων μεγάλης χωρητικότητας και

γενικά με το χαμηλό βαθμό ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού στην χώρα.

Οι χώροι που διατίθενται για συνέδρια, κατά κανόνα, είναι πολύσκοποι και χρησιμοποιούνται συχνά και για πολλά άλλα ήδη εκδηλώσεων (π.χ. παραστάσεις, διαλέξεις, παρουσιάσεις, εορταστικές εκδηλώσεις). Σε κάθε περίπτωση, όμως, μπορούμε με βεβαιότητα να πούμε ότι η παρούσα ζήτηση καλύπτεται με την παρούσα υποδομή. Από την πλευρά της προσφοράς, στενότητες παρουσιάζονται μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες εγκαταστάσεις, ενώ κι άλλες αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στην ποιότητα μέρους της ειδικής υποδομής και των υπηρεσιών.

## **5.2.: Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Είναι τόσα λίγα αυτά που προσφέρει η χώρα μας στον Συνεδριακό Τουρισμό σε σχέση με τις απαιτήσεις του αλλά και με την προσφορά από τις ανταγωνίστριες χώρες που κυριαρχούν στο κλάδο, που κάνει την όλη κατάσταση μάλλον απογοητευτική.

Πολύ λίγα ξενοδοχεία και συνεδριακοί χώροι έχουν σκεφθεί σοβαρά το θέμα και έχουν δημιουργήσει σωστές εγκαταστάσεις. Τα υπόλοιπα βασίστηκαν σε μικρής κλίμακας επενδύσεις χωρίς να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στις λεπτομέρειες με μοναδικό του σκοπό το γρήγορο και εύκολο κέρδος.

Όσο για τα Συνεδριακά Κέντρα που τόσο ανάγκη τα έχει η χώρα μας δυστυχώς βρίσκονται μόνο στα συρτάρια. Τα ήδη υπάρχοντα, παρεμπόπτοντος, Συνεδριακά Κέντρα παρ' όλη τη διαφήμιση που τους κάνουν δεν είναι ικανά να αντεπεξέλθουν στην ολοένα αυξανόμενη συνεδριακή αγορά. Δεν διαθέτουν σύγχρονο εξοπλισμό τις περισσότερες φορές δεν λειτουργεί σωστά.

Το μεγαλύτερο μέρος των ξενοδοχείων μας, ανά την χώρα, κατασκευάσθηκαν όταν ο συνεδριακός τουρισμός ήταν ακόμη κάτι πολύ μακρινό για την Ελλάδα και φυσικά δεν είχαν προβλέψει τους κατάλληλους χώρους για τέτοιου είδους εκδηλώσεις. Άλλωστε την εποχή εκείνη κανείς δεν ενδιαφερόταν για τέτοιου είδους εκδηλώσεις.

Όταν το φαινόμενο του συνεδριακού τουρισμού άρχισε να γίνεται αξιοπρόσεκτο πολλοί ενδιαφέρθηκαν να κάνουν κάτι για να προσελκύσουν αυτό το είδος του τουρισμού. Αυτό ήταν τις περισσότερες φορές υπόγειες αίθουσες που δεν χρησίμευαν σε τίποτε άλλο, διαμορφωμένες αίθουσες χορού, ημιώροφοι ακρησιμοποίητοι λόγω διαφόρων προβλημάτων όπως, ακατάλληλος εξαερισμός, ανεπαρκής φωτισμός, κακή ηχητική χώρα, υγρασία.

Ο τεχνικός εξοπλισμός είναι ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα. Πανάρχαια συστήματα μικροφωνικών εγκαταστάσεων και οπτικοακουστικών μέσω συναντιόνται ακόμη και σε πολύ καλά ξενοδοχεία. Ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η χώρα είναι η τρομοκρατία. Η Αθήνα συγκριτικά με άλλες Ευρωπαϊκές πόλεις έχει τα λιγότερα, ίσως κρούσματα τρομοκρατικών επιθέσεων αλλά έχει επίσης τη μεγαλύτερη δυνατή διαφήμιση επί του θέματος. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, εξυπηρετώντας συμφέροντα, δίνουν μεγάλη έκταση στα γεγονότα με αποτέλεσμα να δίνουμε προς τα έξω μια εικόνα αστάθειας η οποία φοβίζει τους πιθανούς υποψήφιους «πελάτες μας».

Η χώρα διαθέτει διάφορους χώρους διεξαγωγής συνεδρίων. Οι περισσότεροι από αυτούς ανήκουν σε ξενοδοχεία και είναι προϊόντα επενδύσεων της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Τα ξενοδοχεία τα οποία προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες βρίσκονται ως επί το πλείστον στην Αθήνα, στην Θεσσαλονίκη, στη Κρήτη, στη Ρόδο, στη Κέρκυρα και σε διάφορες άλλες τουριστικές περιοχές της χώρας.

Το ερώτημα που τίθεται είναι αν μπορούν αυτά τα ξενοδοχεία να αντεπεξέλθουν στην ολοένα αυξανόμενη ζήτηση και πόσο λειτουργικές είναι οι εγκαταστάσεις τους ώστε να μπορούν να ανταγωνισθούν το «ξένο προϊόν». Το αξιοπρόσεκτο είναι ότι καμία από αυτές τις αίθουσες δεν είναι καθαρά συνεδριακή. Στην Ελλάδα άλλωστε δεν υπάρχει ούτε ένα συνεδριακό κέντρο. Υπάρχουν όμως ελπίδες και μελέτες κρυμμένες και ξεχασμένες στα άδυτα της γραφειοκρατίας.

Οι ήδη διαμορφωμένοι κρατικοί χώροι βρίσκονται μέσα σε ιδρύματα, μουσεία, πανεπιστήμια κ.λ.π. είναι μικρής χωρητικότητας και δεν διαθέτουν τον κατάλληλο σύγχρονο τεχνικό εξοπλισμό. Εξαιρεση αποτελεί το Ζάππειο Μέγαρο το οποίο λόγω του ότι φιλοξένησε σημαντικές εκδηλώσεις (Ε.Ο.Κ. – Ο.Η.Ε.) εκσυγχρονίσθηκε.

#### **5.2.1. ΟΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΟΤΑΝ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΚΑΠΟΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ**

Εργασίες που πρέπει να πραγματοποιηθούν από το στέλεχος που αναλαμβάνει την προπαρασκευή και διεξαγωγή, ανεξάρτητα από το συγκεκριμένο του τίτλο.

Ο «ρόλος» του διευθυντή συνεδρίων – εάν αυτός είναι ο τίτλος του – και μέσα στο διάστημα που οριοθετήθηκε προηγουμένα, περιγράφεται σε οκτώ στάδια.

Πιο συγκεκριμένα ο διευθυντής συνεδρίων:

- α) παραλαμβάνει τη σχετική αλληλογραφία με τον πελάτη καθώς και το ιδιωτικό συμφωνητικό που έχει υπογραφεί. Ελέγχει για τυχόν ασάφειες.
- β) πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο «εκδηλώσεων – συνεδρίων» και ενδεχομένως συνεργάζεται με τον πωλητή για μεγαλύτερη ενημέρωση
- γ) έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου και δημιουργεί μαζί τους πνεύμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας. Διευκρινίζονται εκεί ασάφειες και κενά που δεν καλύφθηκαν ακόμη

- δ) ενημερώνει γραπτά (υπηρεσιακά σημειώματα, φωτοτυπημένα σχετικά έντυπα) όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα. Αρχίζει ο σωστός προγραμματισμός. Αποστέλλονται στα μέλη του φορέα τα σχετικά έντυπα κρατήσεων (με την προϋπόθεση φυσικά ότι οι κρατήσεις των δωματίων θα γίνουν με ευθύνη της μονάδας και όχι μέσω του φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο). Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τους υποψήφιους συνέδρους, θα επιστραφούν και θα επέχουν θέση εντολής κράτησης.
- ε) συγκαλεί εσωτερικές συσκέψεις με τους υπευθύνους των τμημάτων που θα συνεργαστούν για τη διεξαγωγή. Εκεί ρυθμίζονται κενά που δεν καλύφθηκαν από την εσωτερική αλληλογραφία
- στ) προσκαλεί τους οργανωτές ή και τους εκπροσώπους του φορέα, σε κοινή σύσκεψη λίγες ημέρες πριν από την έναρξη του συνεδρίου. Σε αυτήν συμμετέχουν και οι υπεύθυνοι των τμημάτων, όπου επαναλαμβάνεται – επιβεβαιώνεται η όλη προετοιμασία στη λεπτομέρειά της.
- ζ) επιβλέπει, παρακολουθεί και ελέγχει κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, έτοιμος να προλάβει κάθε δυσάρεστη εξέλιξη
- η) ρυθμίζει σε συνεργασία (όπως και στο στ) μετά τη διεξαγωγή, θέματα τελικής χρέωσης. Γνωρίζει επίσης ότι ο ικανοποιημένος πελάτης είναι πολύ πιθανόν να προτιμήσει ξανά τη μονάδα.

Είναι σαφές, ότι ορισμένα από τα στάδια αυτά συμπυκνώνονται, ή δεν υπάρχουν καθόλου σε ορισμένες περιπτώσεις. Ο χειρισμός και η προετοιμασία που απαιτείται για δύο διαφορετικά συνέδρια είναι μεγάλη. Όσο μεγάλη μπορεί να είναι και η διαφορά μεταξύ ενός διεθνούς συνεδρίου, με την αιγίδα της Ε.Ο.Κ., που κλείστηκε 2 χρόνια πριν, για 750 συνέδρους και θα διαρκέσει 8 ημέρες, από μια σύσκεψη 30 στελεχών από την «ΠΕΙΡΑ.Ι.ΚΗ ΠΑΤΡΑ.Ι.ΚΗ» που κλείστηκε μια εβδομάδα πριν και θα διαρκέσει 2 ημέρες.

## **Οι κρατήσεις των δωματίων**

Οι κρατήσεις των υπνοδωματίων των συνεδρων μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε με ευθύνη του οργανωτή του συνεδρίου, είτε απευθείας από τους συνέδρους στο ξενοδοχείο.

## **Κρατήσεις μέσω του οργανωτή**

Τον τρόπο αυτό επιδιώκουν τα περισσότερα ξενοδοχεία γιατί τους αποδεσμεύει πολύτιμο χρόνο. Η τελική λίστα δωματίων (rooming list) με το είδος των δωματίων (μονόκλινα, δίκλινα κ.λ.π.), τις ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης και τα ονοματεπώνυμα των συνεδρων, έρχεται στη μονάδα έτοιμη με την ευθύνη του οργανωτή. Ο οργανωτής, στην περίπτωση αυτή, έχει την ευθύνη της επαφής με τους συνέδρους, χρησιμοποιώντας το έντυπο που συμπληρώνει και επιστρέφει ο κάθε σύνεδρος (postal reply card) και που στην ουσία αποτελεί αίτηση κράτησης δωματίου. Ταξινομημένα τα έντυπα αυτά δίνουν πληροφόρηση για τη σύνταξη της λίστας των δωματίων.

## **Κρατήσεις με ευθύνη του ξενοδοχείου**

Στην περίπτωση αυτή το ξενοδοχείο προμηθεύεται από τον οργανωτή καταστάσεις με τα μέλη του φορέα και επικοινωνεί το ίδιο με επιστολές ή τις «postal reply cards». Το τμήμα κρατήσεων της μονάδας εμπλέκεται σε μια μακρόχρονη και επίπονη εργασία που πρέπει να εκτελέσει με μεγάλη προσοχή.

## **Έλεγχος και κρατήσεων δωματίων**

Στην τελευταία εσωτερική σύσκεψη – που συμμετέχει και ο οργανωτής – γίνεται ο τελευταίος έλεγχος της λίστας των δωματίων, είτε έγινε αυτή με ευθύνη του οργανωτή είτε του ξενοδοχείου. Ο έλεγχος αυτός περιλαμβάνει κάθε συμφωνία που σχετίζεται με τα δωμάτια (τιμές, ημερομηνίες αφίξεων – αναχωρήσεων, σύνεδροι με περιποίηση V.I.P. κ.λ.π.)

Συνήθως, κάποιοι από τους ιθύνοντες, καθώς και ορισμένα μέλη της οργανωτικής επιτροπής, απολαμβάνουν ιδιαίτερη περιποίηση σαν V.I.P.s.

Κρίνεται επίσης σκόπιμο, να υπάρχουν λίγα δωμάτια διαθέσιμα για συνέδρους, που προστίθενται την τελευταία στιγμή.

### **Κατάλογος συνέδρων**

Μετά τον τελικό έλεγχο των κρατήσεων, τυπώνεται με τη βοήθεια του οργανωτή ο κατάλογος των συνέδρων.

Φυσικά υπάρχει η πιθανότητα κάποιοι σύνεδροι να μην προτιμήσουν τη συγκεκριμένη μονάδα αλλά, αντί αυτής, άλλη. Στην περίπτωση αυτή, είναι ευθύνη του οργανωτή ή του φορέα να κάνει γνωστό να θα παρακολουθήσουν τελικά τις άλλες κοινές δραστηριότητες και κοσμικές εκδηλώσεις για να προβλεφθούν τα σχετικά.

Μετά τη δημιουργία του καταλόγου ετοιμάζονται φάκελοι με τα ονοματεπώνυμά τους που περιέχουν το πρόγραμμα του συνεδρίου. Ανάλογα με τη συμφωνία, ο φάκελος αυτός διανέμεται είτε κατά την άφιξή τους από το ξενοδοχείο, είτε κατά την είσοδό τους στο συνεδριακό χώρο.

Είναι βέβαιο πως θα πρέπει να αναμένονται συμπληρωματικές εγγραφές στο σχετικό κατάλογο, ο οποίος μπορεί να συμπληρώνεται ακόμη και μέχρι την τελευταία στιγμή.

### **Αφίξεις συνέδρων**

Η έναρξη του συνεδρίου αποτελεί μια ιδιαίτερη λεπτή φάση. Όταν οι συμμετέχοντες φθάνουν την παραμονή και διανυκτερεύουν στο ξενοδοχείο, η κατάσταση απλοποιείται. Τότε, είναι δυνατόν το υλικό και οι φάκελοι να διανεμηθούν στα δωμάτια και να γίνουν οι εγγραφές κατά το χρόνο της άφιξης των συνέδρων.

Εάν η μονάδα βρίσκεται κοντά σε αεροδρόμιο, ή σταθμό ή τέλος σε σχετικά μικρή απόσταση από τον τόπο κατοικίας των συνέδρων και οι σύνεδροι φθάνουν το ίδιο πρωί, τότε υπάρχει εργασία αιχμής για μια ή δύο ώρες ακριβώς πριν από την έναρξη του συνεδρίου.

Για να εξασφαλισθεί η έναρξή του με καλές συνθήκες, για να αποφευχθούν συγκρούσεις και εκνευρισμοί, θα πρέπει να δημιουργηθούν – ανάλογα με τον



αριθμό των συμμετεχόντων – μία, δύο ή τρεις θυρίδες (γραμμές αναμονής που θα καταλήγουν σε ισάριθμους υπαλλήλους). Ευανάγνωστες πινακίδες θα πρέπει να αναρτώνται σε εμφανή σημεία που θα υποδηλώνουν τα γράμματα (αρχικά επωνύμων) που θα εξυπηρετεί η κάθε θυρίδα (π.χ. Α-Ζ, Η-Λ, κ.ο.κ). Παραπέρα διαχωρισμός μπορεί να γίνει με βάση το σκεπτικό, εάν οι σύνεδροι που φθάνουν έχουν εγγραφεί κανονικά ή όχι.

Έτσι, ένας τέτοιος διαχωρισμός μπορεί να αφορά:

- Συνέδρους που έχουν καταβάλει το δικαίωμα συμμετοχής τους και έχουν ήδη εγγραφεί και ρυθμίσει κανονικά όλες τις απαραίτητες διατυπώσεις
- Συνέδρους οι οποίοι έχουν μεν εγγραφεί, αλλά δεν έχουν καταβάλει το δικαίωμα συμμετοχής τους
- Συνέδρους οι οποίοι φθάνουν την τελευταία στιγμή χωρίς να έχουν εγγραφεί και φυσικά χωρίς να έχουν πληρώσει δικαίωμα συμμετοχής.

Για τις ώρες αυτές, το προσωπικό πρέπει να είναι πολυπληθές, να γνωρίζει γλώσσες και να είναι ειδικευμένο σε αυτό το είδος της εργασίας. Θα ληφθεί μέριμνα ώστε να τοποθετηθούν κοντά στις θυρίδες, σε κάποια απόσταση, συνοδοί που θα κατευθύνουν τους αφικνούμενους στην κατάλληλη θυρίδα. Όλη αυτή η διαδικασία βέβαια αφορά κυρίως τους οργανωτές και έχει να κάνει αποκλειστικά με το συνέδριο αυτό καθεαυτό. Βέβαια, πάντα είναι πιθανό ο οργανωτής να ζητήσει τη συνδρομή του ξενοδοχείου στη διαδικασία αυτή.

Το ξενοδοχείο αντιμετωπίζει παραπλήσια προβλήματα με αυτά που αναφέρθηκαν και που αφορούν την άφιξη των συνέδρων για την παρακολούθηση του συνεδρίου. Τα προβλήματα του ξενοδοχείου κατά την άφιξη του πελάτη – συνέδρου είναι αυτά που αντιμετωπίζει σε αφίξεις πολυάριθμων groups, όταν οι σύνεδροι – πελάτες φθάνουν μαζικά. Η ταχύτητα στις διαδικασίες, που γίνονται κατά την άφιξη του πελάτη, (εγγραφή-διάθεση του δωματίου) θεωρείται αναγκαία. Χρήση υπολογιστή με εκτυπωτή, τις κάνει ταχύτερες.

## 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 τη μονάδα πηγή κέρδους, για δε το συνέδριο ένα σπουδαίο και ουσιαστικό τμήμα του όλου συνεδριακού «πακέτου». Οι αρχικές συμφωνίες περιγράφουν επακριβώς είδη μενού, τρόπο σερβιρίσματος, τον ξενοδοχειακό χώρο που θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις, και τον αριθμό συμμετεχόντων σε αυτές – με εγγύηση ως προς τον μικρότερο αριθμό συμμετοχής. Για συνέδρια που κλείνονται καιρό πριν, χρειάζεται μεγάλη προσοχή στον καθορισμό της τιμής πώλησης των επισιτιστικών υπηρεσιών, γιατί πάρα πολλοί παράμετροι επηρεάζουν καθοριστικά τόσο το κόστος κτήσης τροφίμων όσο και το εργατικό κόστος.

Ο διευθυντής του τμήματος δεξιώσεων (Banqueting Mgr.), ή για μικρότερα ξενοδοχεία ο διευθυντής επισιτισμού (Food and Beverage Mgr.), είναι εκείνοι που έχουν την ευθύνη να προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες στους συνέδρους. Φυσικά, ασχολούνται και με κάθε άλλους είδους επισιτιστική εκδήλωση που πραγματοποιείται αυτόνομα και όχι σαν επιμέρους εκδήλωση του συνεδρίου (επίσημες δεξιώσεις σε γάμους, αρραβώνες, γεύματα εργασίας, παιδικά γενέθλια κ.λ.π.).

Ο διευθυντής συνεδρίων ενημερώνει – όπως αναφέραμε και προηγούμενα – όχι μόνο το τμήμα δεξιώσεων αλλά και την κουζίνα που θα παρασκευάσει το συγκεκριμένο μενού.

Ο διευθυντής δεξιώσεων επιφορτίζεται με το σερβίρισμα του menu και τις σχετικές με αυτό υπηρεσίες, αλλά και ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης, με τις διαρρυθμίσεις τους σχετικού χώρου και τις διατάξεις των τραπεζιών που απαιτούνται.

Η χωρητικότητα σε άτομα των αιθουσών που χρησιμοποιούνται για εστίαση (τραπεζαρίες, εστιατόρια, αίθουσες δεξιώσεων), ποικίλει ανάλογα με το είδος της συγκεκριμένης εκδήλωσης. Σαν γενικό κανόνα μπορούμε να

δεχθούμε ότι απαιτούνται 1,12-1.49μ<sup>2</sup> κατ' άτομο και 0,93-1,12,μ<sup>2</sup> σε περιπτώσεις buffet<sup>2</sup>.

### **Είδη επισιτιστικών εκδηλώσεων**

Κατά τη διεξαγωγή συνεδρίων είναι δυνατόν να παρέχονται:

- παράθεση προγευμάτων με κλασικό τρόπο<sup>3</sup> ή σε στυλ μπουφέ<sup>4</sup>
- παράθεση δειπνων με κλασικό τρόπο ή σε στυλ μπουφέ
- παράθεση δειπνων με κάποιο καλλιτεχνικό πρόγραμμα ή και με χορό
- προσφορά καφέ στα διαλείμματα των συνεδριάσεων
- προσφορά ποτών και ορεκτικών στην έναρξη του συνεδρίου (reception party)
- προσφορά ποτών

### **Επισιτιστικές εκδηλώσεις με συγκεκριμένο «θέμα»**

Είναι εκδηλώσεις που κοστίζουν, αλλά εντυπωσιάζουν. Κυρίως συνδυάζουν και εμφανίζουν το θέμα τους με συγκεκριμένη διακόσμηση του χώρου (σκηνικά) και απαραίτητα μουσική επένδυση. Φυσικά τα προσφερόμενα εδέσματα ως προς την Παρασκευή και παρουσίασή τους, είναι σχετικά με το ύφος της εκδήλωσης.

Το θέμα πρέπει να είναι πρωτότυπο και εφόσον μπορεί να συσχετισθεί με το συγκεκριμένο συνέδριο, γίνεται ακόμη πιο πετυχημένο.

Οι «ιταλικές» και μεξικάνικες βραδιές» σαν θέματα, έχουν «κατά κόρον» παρουσιαστεί και έπαψαν να θεωρούνται πρωτότυπες.

Το Τάσος Γκιώνης – ένας από τους πιο πετυχημένους διευθυντές ξενοδοχείων στη χώρα μας – υλοποίησε κατά το παρελθόν, σε επώνυμη ξενοδοχειακή μονάδα της Αθήνας, με ιδιαίτερη επιτυχία τα:

- «το δείπνο της Μπαμπέτ», με την ευκαιρία της επίσημης προβολής του ομώνυμου κινηματογραφικού έργου. Οι δυσχέρειες στα σκηνικά και στην παραγωγή και σερβίρισμα των πολυάριθμων πιάτων του menu, ξεπεράστηκαν με τη βοήθεια ικανών συνεργατών του

- «το δείπνο του Τιτανικού» με το menu που προσέφερε το ομώνυμο πλοίο στο τελευταίο του ταξίδι. Το κεκλιμένο κατάστρωμα του πλοίου που διαμορφώθηκε στην αίθουσα του ξενοδοχείου, φιλοξενούσε την ορχήστρα. Τη φορά αυτή όχι με εντολή του πλοιάρχου, αλλά του διευθυντή του ξενοδοχείου, η ορχήστρα έπαιζε την ίδια μουσική.

### **Συμμετοχή των συνέδρων στις επισιτιστικές εκδηλώσεις**

Είναι πράγματι δύσκολο στους οργανωτές του συνεδρίου να γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό συμμετοχής των συνέδρων σε αυτές. Έτσι με υπολογισμό μιας «μίνιμουμ» και μιας «μάξιμουμ» συμμετοχής, καθορίζεται η συμφωνία. Εάν η γραπτή ή προφορική συμφωνία για μίνιμουμ συμμετοχή στο δείπνο είναι για 300 άτομα και συμμετέχουν μόνο 287, θα καταβληθεί το αντίτιμο για τους 300.

### **Τρόπος χρέωσης**

Οι κλασικοί τρόποι χρέωσης («τοις μετρητοίς» ή με υπογραφή του λογαριασμού από συνέδρους) αποφεύγονται γιατί σε περιπτώσεις μεγάλου αριθμού συνέδρων είναι χρονοβόροι. Εκτός αυτού ο τρόπος χρέωσης με υπογραφές δεν ενδείκνυται, γιατί μερικοί σύνεδροι μπορεί να μην είναι πελάτες του ξενοδοχείου. Η διανομή προσκλήσεων (κουπονιών) στους συνέδρους λύνει πολλά προβλήματα. Οι προσκλήσεις είναι δυνατόν να συλλέγονται είτε στην είσοδο του χώρου που γίνεται η εκδήλωση, είτε στα τραπέζια.

Το μέτρημα των πιάτων που σερβίρονται από την κουζίνα δεν εξυπηρετεί πάντα, γιατί ο τρόπος αυτός ελέγχεται από την επιχείρηση και την κατοχυρώνει, ενώ ο πελάτης δεν μπορεί εκ των πραγμάτων να παρακολουθήσει τη διαδικασία αυτή.

### **Αλκοολούχα ποτά (μπαρ)**

Η προσφορά ποτών είναι δυνατόν ν' ακολουθήσει έναν από τους παρακάτω τρόπους.

*Ανοικτό μπαρ (open bar)*

Οι σύνεδροι επιλέγουν ποτά της αρεσκείας τους και οι οργανωτές τα εξοφλούν μετά. Τούτο γίνεται σε καθορισμένους χώρους και χρόνους.

#### *Τοις μετρητοίς*

Ο κάθε σύνεδρος πληρώνει μόνος του τα ποτά, που καταναλώνει.

#### *Με κουπόνια*

Αυτά προαγοράζονται από το σύνεδρο και παραδίδονται κατά την αγορά του ποτού.

### **Η ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους**

Έχουμε ήδη τονίσει στο πρώτο μέρος του βιβλίου τη μεγάλη σημασία της ψυχαγωγίας των συνέδρων, εφόσον πολλοί από αυτούς συνδυάζουν τη συμμετοχή τους σε αυτό με τις ετήσιες ή τις ολιγοήμερες διακοπές τους. Είναι ήδη γνωστή η αναγκαιότητα της ψυχαγωγίας και απασχόλησης των συνοδών και συνέδρων, ενήλικων ή και παιδιών. Το ξενοδοχείο γνωρίζει τις δυνατότητες του για προσφορά τέτοιων υπηρεσιών και φροντίζει να προσφέρει τις καταλληλότερες για κάθε περίπτωση (από άποψη είδους, πλήθους δραστηριοτήτων και φυσικά τιμής).

Γενικά, θα πρέπει να αποφεύγονται τα υπερφορτωμένα προγράμματα που δεν αφήνουν περιθώρια ξεκούρασης, τα ψώνια σας κύρια και αποκλειστική δραστηριότητα, τα κοινά και «εκτός μόδας θέματα» και η ένταση. Αντίθετα, συνιστώνται ήπιες μορφές ψυχαγωγίας και διασκέδασης, πρωτοτυπία και απασχόληση με εκλεπτυσμένο ύφος.

Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα, επιθυμούν για τα μέλη τους τη συμμετοχή σε ομαδικά αθλήματα και παιχνίδια, γιατί πιστεύουν πως βελτιώνουν με τον τρόπο αυτό τη συλλογική προσπάθεια και συνεργασία μεταξύ τους. Ευθύνη του ξενοδοχείου είναι να μειώσει στο ελάχιστο – σε ότι φυσικά εξαρτάται από αυτό- τους κινδύνους μικροτραυματισμών και ατυχημάτων.

## **Εκθέσεις**

Η ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί να αυξήσει την πληρότητά της εφόσον πραγματοποιούνται εκθέσεις σε αυτόνομους εκθεσιακούς χώρους της πόλης ή της περιοχής που είναι εγκατεστημένη. Μπορεί επίσης, εφόσον έχει την απαραίτητη υποδομή να φιλοξενεί στις εγκαταστάσεις της εκθέσεις με αυτοδύναμη παρουσία ή συνέδρια που συνδυάζονται με εκθέσεις. Οι τελευταίες αποτελούν συνήθη πρακτική εφόσον σχεδόν πάντα πραγματοποιούνται από την επιχείρηση – χορηγό της συνεδριακής εκδήλωσης.

Το αρμόδιο στέλεχος του ξενοδοχείου συνεργάζεται με τον εκθέτη τον οποίο έχει επακριβώς ενημερώσει με έντυπο υλικό και τις διαστάσεις και τις δυνατότητες του εκθεσιακού χώρου της μονάδας. Εάν δεν καλύπτονται οι ανάγκες του εκθέτη, του προτείνονται εναλλακτικές λύσεις για γειτονικούς χώρους. Φυσικά, όλοι επιθυμούν να έχουν κάτω από μια ενιαία «στέγη» όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με ένα συνέδριο.

Ο υπεύθυνος του ξενοδοχείου συνεργάζεται και συνιστά διακοσμητές που να παρουσιάζουν έναν οργανωμένο χώρο για τις συγκεκριμένες απαιτήσεις που ίσως δεν μπορούν να καλυφθούν από το προσωπικό της μονάδας. Συμφωνεί για τις ημέρες και ώρες λειτουργίας της έκθεσης και για την προσπέλαση, μέσω διαδρομής που έχει σημανθεί, των συνέδρων στη συγκεκριμένη εκθεσιακή αίθουσα. Ενημερώνει αυτούς που θα πρέπει να συνεργαστούν για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης διεξαγωγής.

## **Η αξιολόγηση της διεξαγωγής συνεδρίου**

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου με τρόπο ικανοποιητικό θα επιτρέψει στο ξενοδοχείο να αποκτήσει την απαραίτητη φήμη. Αυτό εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό, από τις προετοιμασίες και τα μέτρα, που έχουν ληφθεί από την αρχή. Ένα από τα κλειδιά της επιτυχίας αφορά στον καθορισμό των υπευθύνων για κάθε τομέα δραστηριότητας, καθώς και τη συνεχή επίβλεψη και παρακολούθηση κατά τη διεξαγωγή.

Μεταξύ του τέλους μιας συνεδριακής εκδήλωσης και της διεξαγωγής της επόμενης είναι αναγκαία μια αξιολόγηση. Η αξιολόγηση βοηθά στο να μην ξαναγίνουν τα ίδια λάθη και αποτελεί ένα απαραίτητο συμπλήρωμα των λειτουργιών της διεξαγωγής του συνεδρίου.

### **5.3 ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, άσχετα αν σε κάποιες φάσεις τη μεταβιβάζει σε εξουσιοδοτημένα όργανα.

Οι φορείς διακρίνονται από τη σκοπιά κάτω από την οποία κάθε φορά εξετάζονται. Έτσι μπορεί να έχουμε διάκριση – ανάλογα με τα κριτήρια – και σε φορείς με βάση:

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

#### **Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα**

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

Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και συνήθως αυτό συμβαίνει στο χώρο των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες<sup>9</sup> «σύλλογος», «εταιρεία», «σύνδεσμος» κ.λ.π.

## **Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα**

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα κ.λ.π. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί εφόσον οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες της αλλοδαπής.

Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών και οι συγκεκριμένες ανάγκες τους, προδικάζουν και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Οι εκδηλώσεις αυτές είναι καθαρά ενδοεπιχειρησιακού χαρακτήρα και ενδιαφέροντος και αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου, ωστόσο αποτελούν μια σημαντική αγορά προς την οποία υπάρχει έντονο ενδιαφέρον.

Οι συναντήσεις που πραγματοποιούν οι φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα είναι δυνατόν να αφορούν:

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



## 5.4 ΧΩΡΟΙ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ & ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΕΣ

### ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

- AFEA S. A. CORPORATE TRAVEL CONSULTANTS – CONGRESS & EVENT MANAGEMENT
- AMPHITRION CONGRESS ORGANIZING BUREAU
- C & C INTERNATIONAL S. A.
- EPSILON TRAVEL
- ERASMUS CONFERENCES TOURS & TRAVEL S. A.
- FREI S. A. CONGRESS
- GOLDEN SUN HOLIDAYS
- HELLENIC TOURS S. A.
- INTERDYNAMIC S. A.
- J. GRAPSAS S. A.
- KM TRAVEL & TOURISM L. T. D.
- LA GRECA D. M. C.
- NEREUS CONGRESS & CONFERENCES
- NOSTALGIA TRAVEL
- PREMIER DESTINATIONS S. A.
- RODOS TOURS
- RODOS EXPRESS
- SBODOS EXPRESS
- SBOKOS D. M. C. S. A.
- THESIS
- TRAVEL PLAN
- TRIAENA TOURS & CONGRESS
- ZITA CONGRESS & TRAVEL

### ΕΤΑΙΡΙΕΣ

#### ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

- ANDREADIS AUDIOVISUAL
- P. C. PODIMATAS AUDIOVISUAL S. A.
- PROJECTOR AUDIOVISUAL

### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

#### ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

- ALDEMAR HOTELS
- ASTIR PALACE VOULIAGMENI
- ATHENAEUM INTERCONTINENTAL ATHENS
- ATHENS HILTON HOTEL
- ATHENS LEDRA MARRIOTT
- BELLA MARIS HOTEL
- BEST WESTERN FENIX HOTEL
- CANDIA MARIS
- CAPSIS MARIS HOTEL
- GRANDE BRETAGNE
- HOTEL PENTELIKON
- HYATT REGENCY THESSALONIKI
- KALIMERA KRITI
- KEMPINSKI HOTEL NIKOPOLIS THESSALONIKI
- KIPRIOTIS HOTEL & KICC
- LOUIS CRETA PRINCESS
- MONTANA S. A.
- NEPTUNE HOTELS RESORT & CONVENTION CENTRE
- NOVOTEL ATHENS
- PARK HOTEL ATHENS
- PLAZA RESORT HOTEL
- PORTO MYRIKA
- RITHYMNA PALACE GRECOTEL
- RODOS PALACE
- SANI RESORT
- SILVA MARIS HOTEL
- SOFITEL ATHENS AIRPORT

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>

### ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

#### 6.1. ΓΕΝΙΚΑ

Το Συνέδριο του HAPCO με θέμα Συνεδριακό και Επαγγελματικώς Τουρισμός: Μια δυναμική συνιστούσα για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού στη μεταολυμπιακή περίοδο αποτελεί την πρώτη οργανωμένη και συστηματική απόπειρα εξέτασης του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα. Με την συμμετοχή καταξιωμένων ακαδημαϊκών κορυφαίων επαγγελματιών από το χώρο του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού και εκπροσώπων σημαντικών τουριστικών φορέων της Ελλάδας και του εξωτερικού το Συνέδριο φιλοδοξεί να αποτυπώσει τα σημερινά δεδομένα να διερευνήσει τις κυρίαρχες τάσεις και να διαβλέψει τις μελλοντικές εξελίξεις του συνεδριακού κλάδου. Στόχοι του Συνεδρίου είναι να συμβάλει στη διαμόρφωση ισχυρής συνεδριακής κουλτούρας στη χώρα και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

#### 6.2. «ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

**ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ** από το (συν + χρόνος), είναι επίθετο, αυτός που γίνεται την ίδια χρονική στιγμή με κάποιον άλλον, αυτός που ανήκει στη σημερινή εποχή, το τωρινός, ο σημερινός, ο μοντέρνος.

**ΜΕΤΑΦΟΡΑ** (από το μετά + το ρήμα φέρω), μετακίνηση προσώπων ή αντικειμένων από τον ένα τόπο στον άλλο, η πράξη του μεταφέρω.

Μεταφορά, εξάλλου, ονομάζεται στη μουσική η αλλαγή τονικότητας. Και πιθανολογώ ότι υπάρχει μια παρόμοια μουσική αρμονία μεταξύ κόστους και απόλαυσης στη μεταφορά ή όλο και εκλείπει;

**ΡΟΛΟΣ** από το γαλλικό *roll*, κύλινδρος τυλιγμένος – τυπωμένου χαρτιού και μεταφορικά η συμβολή σε κάποιο έργο, στη διαμόρφωση μιας κατάστασης. Έχουν ρόλο, δηλαδή, διαμορφώνουν μια κατάσταση οι μεταφορές. Στο συνέδριο θα σας έλεγα ότι δεν θα υπήρχε κανένα συνέδριο αν δεν υπήρχαν αερομεταφορές.

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ** (ανά + πτύσσω) απλώνω, ξεδιπλώνω, ξετυλίγω. Αυξάνω, μεγαλώνω, επεκτείνω, προάγω, διαμορφώνω σωματικά, πνευματικά ή ηθικά – δημιουργεί υποχρέωση το ανάπτυξη – ερμηνεύω και αναλύω.

**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ**. Δεν ήξερα ότι είναι τόσο σοβαρή η λέξη επάγγελμα. Προέρχεται από το ρήμα επί και αγγέλλομαι και αυτό που με βαραίνει περισσότερο είναι ότι σημαίνει υπόσχομαι, έχω ηθική δέσμευση απέναντι σε αυτό που εμφανίζω.

**Το ΣΥΝΕΔΡΙΟ** είναι από το συν + έδρα, σύσκεψη πολλών προσώπων για σπουδαία ζητήματα, η ολότητα των συγκεντρωμένων σε σύσκεψη.

**Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ** είναι μια ελληνική λέξη, προέρχεται από το αγγλικό *tourism*, από το γαλλικό *tour* ή *tourne* και από το λατινικό *tornare*, που προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη *τόρνος*. Και η ερμηνεία που δίνει το λεξικό είναι η κίνηση των περιηγητών και το σύνολο των υπηρεσιών ή οργανισμών που εξυπηρετούν την κίνηση αυτή σε μια χώρα.

Κι έχουμε και την **ΕΛΛΑΔΑ**. Για το λήμμα Ελλάδα δεν καταφύγαμε στην εγκυκλοπαίδεια, το αφήσαμε στην ερμηνεία που αντιλαμβάνεται καθένας από μας για την Ελλάδα. Όπως ο καθένας μας συνάντησε την Ελλάδα του από την οικογένειά του, όπως ο καθένας μας βίωσε και βιώνει τη δική του Ελλάδα στη ζωή του σας παιδί, σαν σπουδαστής, σαν εργαζόμενος και σαν πολίτης.

Αν αρχίσουμε από τις πρώτες μεταφορές θα πρέπει να θυμηθούμε ότι η σύγχρονη κοινωνία στην ανθρωπότητα γεννήθηκε από μικρές νομαδικές

φυλές που μετακινούνταν προς εξεύρεση τροφής. Τα άτομα ενώθηκαν σε οικογένειες, οι οικογένειες σε ομάδες, οι ομάδες σε φυλές, οι φυλές σε φύλα – ινδοευρωπαϊκό είναι το δικό μας – φύλα σε εθνότητες, οι εθνότητες σε ενώσεις – Ευρωπαϊκή είναι η δικιά μας.

Στις μικρές νομαδικές φυλές το κάθε μέλος είχε είτε από επιτηδειότητα είτε από ανάγκη έναν ρόλο, όπως ανιχνευτής κυνηγός ή φύλακας, αργότερα γεωργός ή κτηνοτρόφος. Είχαν επάγγελμα, δηλαδή είχαν υποσχεθεί για το καθήκον τους, όπως ερμηνεύει το λεξικό. Οι ομοειδών καθηκόντων, δηλαδή ίδιου επαγγέλματος, συχνά αντάλλασσαν με συζητήσεις απόψεις, δηλαδή συνεδρίαζαν – με τη μέγιστη ακριβολογία της λέξης, καθ' ότι εκεί ήταν και η έδρα τους – με στόχο μέσω της ανταλλαγής γνώσης – αυτό που κάνουμε και εμείς σήμερα – τη λήψη αποφάσεων για τη βελτίωση της ζωής τους και του τρόπου διαχείρισής της.

Όταν ο τροχός βελτίωσε τις μεταφορές κι όταν αργότερα ο λόγος αναπτύχθηκε (δηλαδή ξετυλίχτηκε, απλώθηκε, όπως ερμηνεύει το λεξικό), από τον Σωκράτη πέρασε στον Πλάτωνα, στον Κρίτωνα και στον Φαίδωνα, αλλά κι όταν το κέντρο της κάθε εθνότητας έγινε η αγορά, οι μεταφορές, οι επαγγελματίες και τα συνέδρια υπήρχαν στην αγορά της κλασικής αρχαιότητας ή στο φόρουμ της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας.

Για την αγορά, πάλι από την εγκυκλοπαίδεια Δομή: βρίσκουμε την ερμηνεία της λέξης, που λει: Η λέξη προέρχεται από το ρήμα εγείρω, συναθροίζω, σαν κι εμάς, και αρχικά σήμαινε τη συνάθροιση, αργότερα τον τόπο όπου συναθροίζονταν οι πολίτες του αρχαίου ελληνικού άστεως για να πληροφορηθούν ή να συζητήσουν τα δημόσια πράγματα και τις ιδιωτικές τους υποθέσεις. Ο τόπος αυτός έγινε αργότερα και χώρος εμπορικών συναλλαγών, δηλαδή το οικονομικό κέντρο της ελληνικής πόλης. Σαν γυμνασιόπαιδα εύκολα λοιπόν αντιλαμβανόμαστε γιατί οι επαγγελματίες, οι ιθύνοντες, οι διοικούντες και οι ειδικοί μεταφέρονται στα φόρα και συνεδριάζουν.

Ας πάμε στα δύσκολα. Στην Ελλάδα έχουμε μεταφορές, έχουμε συνέδρια, έχουμε επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων που ταξιδεύουν για το επάγγελμά τους ή συμμετέχουν σε συνέδρια, έχουμε τουρισμό, αλλά θέλουμε και πάρα, πάρα, μα πάρα πολύ να έχουμε ανάπτυξη.

Και ειδικότερα στον Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό, που η κάθε ημέρα του εισφέρει τα τετραπλάσια από κάθε ημέρα του παραθεριστικού τουρισμού.

Μόνο από τη γενική αντίληψη του σύγχρονου παγκόσμιου περιβάλλοντος θα μπορούσαμε να είχαμε ρεαλιστικές προτάσεις, ίσως και ευκαίριες λύσεις στη μικρή Ελλάδα μας. Λοιπόν, οι σύγχρονες μεταφορές είναι στο πάνελ με επαγγελματίες που η αγορά, δηλαδή η συνάθροισή μας κατά το λεξικό, τους καταξιώνει με επιτυχίες για τη γνώση και την επιτηδειότητά τους.

### **«Ολυμπιακές Αερογραμμές: Οι προοπτικές και η οργάνωσή τους για την υποστήριξη του Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού»**

Ο τουρισμός αποτελεί μια ουσιαστική πτυχή στην οικονομία της χώρας μας. Η γεωγραφική θέση της χώρας μας, οι φυσικές της ομορφιές, ο πολιτισμός, η Ιστορία της, είναι τα στοιχεία εκείνα τα οποία την τοποθετούν μέσα στις πρώτες επιλογές των τουριστών και των επισκεπτών. Τα δεδομένα αυτά μόνα τους δεν είναι ικανά να υποστηρίξουν την επιλογή αυτή. Οι τουριστικές υποδομές, η τουριστική παιδεία και η εκπαίδευση όλων των εμπλεκόμενων φορέων και ατόμων στον τουρισμό αποτελούν τους βασικούς πυλώνες για την ανάπτυξη αυτού του τόσο δυναμικού παράγοντα, του τουρισμού.

Ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός, εξειδικευμένες τουριστικές δραστηριότητες, αναβαθμίζουν το γενικότερο επίπεδο του τουρισμού, προσελκύοντας ανθρώπους του πνεύματος και των επιστημών και ενισχύοντας τουριστικά όλες τις περιόδους του χρόνου καταργώντας, όπως

έχει ήδη αναφερθεί και από τους προηγούμενους, της εποχικότητα στη χώρα μας.

Οι Ολυμπιακές Αερογραμμές συμμετέχοντας ενεργά στην ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού και έχοντας εντοπίσει την αυξανόμενη δυναμική του Συνεδριακού Τουρισμού και τα οφέλη, βεβαίως, που απορρέουν από αυτόν, έχουν ήδη τοποθετηθεί ουσιαστικά, έχοντας δημιουργήσει συγκεκριμένη υπηρεσία Συνεδριακού Τουρισμού στην οργανωτική δομή τους.

Με το εκτεταμένο δίκτυο πτήσεων που έχουμε και με τις συνεργασίες που έχουμε αναπτύξει ήδη συνδέουμε 38 πόλεις από τις πέντε ηπείρους με την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και στη συνέχεια βεβαίως με 30 πόλεις στην ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα. Προσφέρουμε λοιπόν πολλές δυνατότητες στην εξυπηρέτηση, στην υποστήριξη και στην ανάπτυξη του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού.

Η αυξανόμενη ποσοστιαία συμμετοχή των επαγγελματικών ταξιδιών και συνεδρίων στον κύκλο εργασιών και των εσόδων της εταιρίας μας, είναι ένα θέμα στο οποίο η Διοίκηση και ο εμπορικός κλάδος των Αερογραμμών προσβλέπουν για να ενδυναμώσουν και να βελτιώνουν συνεχώς το σχετικό μερίδιό μας στη συγκεκριμένη αυτή κατηγορία της αγοράς.

Η υπηρεσία Συνεδριακού Τουρισμού, απαρτιζόμενη από ικανά και αξιόλογα στελέχη, έχει στόχο τη στενή συνεργασία με επιχειρήσεις, παράγοντες, φορείς, για την οργάνωση και την υλοποίηση του ταξιδιωτικού μέρους των συνεδρίων, ώστε σχεδιάζοντας αφενός και εφαρμόζοντας αφετέρου συγκεκριμένες δράσεις να είμαστε σε θέση να προσφέρουμε την καλύτερη αερομεταφορά στους συμμετέχοντες. Συγκεκριμένα προσφέρουμε ειδικές τιμές τόσο στην οικονομική θέση όσο και στη business class, όταν αυτό απαιτείται.

Προκειμένου να εξυπηρετηθεί η υλοποίηση ενός συνεδρίου με μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων λειτουργούμε ευέλικτα, ώστε στα πλαίσια του

προγράμματος των πτήσεών μας η εταιρία να μπορεί να προγραμματίσει και να προχωρήσει σε αύξηση της διαθεσιμότητας των θέσεων.

Περαιτέρω, προχωρούμε ακόμη και σε δρομολόγηση εκτάκτων πτήσεων ή και ναυλωμένων πτήσεων, σε ειδικές δε περιπτώσεις διαφοροποιούμε ακόμη και τους χρόνους άφιξης ή αναχώρησης δρομολογίων μας και ιδιαίτερα στο δίκτυο του εσωτερικού. Προσφέρουμε ιδιαίτερες εξυπηρέτησεις και στους διοργανωτές, προκειμένου να μετακινηθούν οι ίδιοι για την έρευνα του χώρου και της συγκεκριμένης περιοχής όπου θα γίνει το συνέδριο, χορηγώντας τους είτε εκπτώτικα είτε δωρεάν εισιτήρια.

Προσφέρουμε ειδική εξυπηρέτηση και τιμές ακόμη και για το έντυπο υλικό που μπορεί να χρειαστεί να μεταφερθεί και τα εμπορεύματα ακόμη, που μπορεί να αφορούν είτε στην παρουσίαση είτε στην οργάνωση αυτού του συνεδρίου.

Ενημερώνουμε πάντα και συνεργαζόμαστε με τα γραφεία μας στο εξωτερικό, σε όποιες πόλεις χρειάζεται, ανάλογα με το συγκεκριμένο συνέδριο, προκειμένου έτσι να μπορούμε να προσφέρουμε την καλύτερη εξυπηρέτηση στους συνέδρους που πρόκειται να μεταβούν στη χώρα μας.

Όλα τα ανωτέρω δύνανται να υλοποιηθούν κάθε φορά με την άμεση επαφή και με την αρμονική συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς, καθώς βεβαίως και με τους διοργανωτές των συνεδρίων.

Εδώ αξίζει να επισημανθεί ότι πρόσφατα έχει ήδη υποστηρίξει τη διεξαγωγή σημαντικών διεθνών συνεδρίων στη χώρα μας, όπως το Tourism Association Seminar στο Ρόδο, τη Διεθνή Διάσκεψη Ασφαλείας στην Αθήνα, το Συνέδριο Τουρισμού και Ανάπτυξης στην Αθήνα, το Συνέδριο της UNESCO επίσης στην Αθήνα και διάφορα άλλα.

Βέβαια δεν θα θέλαμε σε καμία περίπτωση να παραλείψουμε την επιτυχημένη συμβολή των Ολυμπιακών Αερογραμμών ως μεγάλου χορηγού στη μεταφορά Ολυμπιακών Επιτροπών από διάφορες χώρες, και ομάδων από πάμπολλα σημεία του πλανήτη, για να λάβουν μέρος στο μέγιστο αυτό

γεγονός που διοργάνωσε η χώρα μας, του Ολυμπιακού Αγώνες του 2004, καθώς και τους Παραολυμπιακούς.

Όλα όσα έχουμε ήδη παραθέσει μας επιτρέπουν να αντιμετωπίζουμε την προοπτική υποστήριξης ενός τόσο νευραλγικού κομματιού του τουρισμού με επίγνωση της σπουδαιότητάς του, με ευθύνη, αλλά και με αισιοδοξία ως προς την επίτευξη του στόχου.

Σήμερα μετά την επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, την όποια βελτίωση υποδομών σε ξενοδοχειακές μονάδες καθώς και συνεδριακά κέντρα, και βεβαίως την προβολή της χώρας μας παγκοσμίως, προβάλλει ακόμα εντονότερη η ανάγκη συνεργασίας κρατικών φορέων, διοργανωτών και αερομεταφορέων, προκειμένου να αξιοποιηθούν τα οφέλη που προέκυψαν.

Όλοι μαζί πρέπει να υποστηρίξουμε τη διαμόρφωση μιας νέας τουριστικής πολιτικής για να μπορεί η Ελλάδα να διεκδικήσει μια σοβαρή θέση στη λίστα της επιλογής διεξαγωγής διεθνών συνεδρίων. Η υποστήριξη των ολυμπιακών Αερογραμμών είναι στη διάθεση των φορέων και βεβαίως των διοργανωτών συνεδρίων, του ειδικού αυτού κλάδου, ώστε η επιλογή της Ελλάδας να είναι όχι απλώς τόπος διεξαγωγής συνεδρίων, αλλά η χώρα μας να καθιερωθεί ως η επιτυχημένη επιλογή.

Είμαστε στη διάθεση των διοργανωτών σε περαιτέρω προτάσεις, σε συνεργασίες, με στόχο πάντοτε την καλύτερη οργάνωση και την υποστήριξη ενός τόσο σημαντικού έργου προς όφελος όλων μας.

### **«Αερομεταφορές: Ο βασικός κρίκος στην ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού»**

Ενδεικτικά θα αναφερθούμε σε αυτά που καταλήξαμε χθες: Έλλειψη νομοθετικού πλαισίου, έλλειψη επαγγελματισμού και άκουσα τον κύριο Αστρά να λέει με καημό αυτή «η περιβόητη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου». Αυτό είναι ένα πράγμα που κάθε Οκτώβριο το ακούμε να συζητιέται και ποτέ δεν είχε γίνει κάτι ουσιαστικό.



Αλλά βέβαια ας μην είμαστε απαισιόδοξοι και γκρινιάρηδες, έχουμε μπει στη μεταολυμπιακή περίοδο και έχουν γίνει αρκετά πράγματα. Υπάρχει ένα σύγχρονο αεροδρόμιο, ακριβό βέβαια, υπάρχουν καινούριοι δρόμοι, συγκοινωνιακά μέσα, μετρό και πολλά άλλα έργα υποδομής. Ας ελπίσουμε ότι οι επενδύσεις αυτές θα αποδώσουν από δω και πέρα. Βέβαια πάντα με το συν Αθηνά και χείρα κίνει. Γιατί χωρίς να κουνήσουμε τα δικά μας τα χέρια δεν θα γίνει απολύτως τίποτα.

Εμείς στην Aegean έχουμε κάνει ήδη κάποιες προσπάθειες, οι οποίες δεν είχαν επιτυχία. Από τον χειμώνα του 2002 και μέχρι τα μέσα του 2003 είχαμε βάλει δρομολόγια με σκοπό να βοηθήσουμε στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, τα οποία ξεκινούσαν από το Ντυσελντορφ, τη Στουτγκάρδη και το Μόναχο και μέσω Αθηνών κατέληγαν στο Ηράκλειο, έπειτα από συνεννόηση με τους ξενοδόχους, τον ΕΟΤ και την Τοπική Αυτοδιοίκηση. Δυστυχώς δεν υπήρξε η κατάλληλη υποστήριξη και απόδοση και αναγκαστήκαμε να το σταματήσουμε.

Θέλω λιγάκι εδώ να επανέλθω στο θέμα του ακριβού αεροδρομίου και νομίζω ότι είναι κάτι το οποίο πρέπει να σημειώσετε και να κάνουμε από κοινού κάποια πράγματα. Ήδη με την κίνηση που έκανε το BAR, δηλαδή το σώμα των Διευθυντών των αεροπορικών εταιριών που είναι στην Ελλάδα, αντιδρώντας στην αύξηση που επεβλήθη από το ΑΙΑ χωρίς ουσιαστική διαβούλευση, καταφέραμε να σταματήσουμε οποιαδήποτε αύξηση για του χρόνου.

Κάποιες αυξήσεις της τάξεως από 3,5% μέχρι 5% έχουν επιβληθεί σε διάφορες υπηρεσίες για το 2004, αλλά για το 2005 δεν θα υπάρξει άλλη αύξηση. Αυτό είναι κάτι, αλλά δεν είναι το παν. Θα δώσω έτσι μια τάξη μεγέθους, ένα παράδειγμα, σε ένα εισιτήριο εσωτερικού το οποίο κάνει 100 € το 40% πηγαίνει στα τέλη του αεροδρομίου των Σπάτων, στο σπατόσημο και άλλες χρεώσεις.

Το 60 € καταλήγουν στο χέρι της εταιρίας και αυτή είναι η αναλογία κυρίως στα εισιτήρια εσωτερικού κι αυτός είναι και ένας συντελεστής που επιβαρύνει το κόστος σημαντικότερα, διότι το κόστος της μεταφοράς επιβαρύνει το κόστος του συνολικού πακέτου που βγάζετε και ούτω καθεξής. Θεωρώ ότι οι συντελεστές για την επιτυχία ενός συνεδρίου είναι πολλοί, τους ξέρουμε όλοι, αλλά εγώ θεωρώ ότι η μεταφορά είναι ο βασικός κρίκος, γιατί αποτελεί ή δημιουργεί αν θέλετε στον επιβάτη, ταξιδιώτη, σύνεδρο την πρώτη και την τελευταία εντύπωση.

Και αν είναι κακή η πρώτη εντύπωση θα έχει ξεκινήσει στραβά το συνέδριο και θα πρέπει να γίνουν πολλά για να επανέλθει η καλή διάθεση του συνέδρου, ενώ εάν είναι η τελική κακή εντύπωση, τότε θα ξεχάσει όλες τις καλές. Νομίζω ότι συμφωνείτε σε αυτό.

Η συντριπτική πλειοψηφία των συνεδρίων και ειδικά στην Ελλάδα – όπου λόγω της γεωγραφικής μας θέσης και της νησιωτικής μας υφής οι μεταφορές γίνονται αεροπορικώς – δεν γίνονται μέσα στην αιχμή του καλοκαιριού, όπως ξέρουμε, και αυτό είναι από μόνο του θετικό γιατί συντελεί στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην τόνωση της τουριστικής κίνησης.

Όταν βέβαια υπάρχουν πολλά συνέδρια ή πέφτουν ένα – δύο μαζί ή είναι μεγάλος ο αριθμός των συνεδρίων δημιουργείται κάποιο πρόβλημα στην εξεύρεση των θέσεων, αλλά νομίζω ότι αντιμετωπίζεται και θεωρώ ότι με την υπάρχουσα προσφορά θέσεων και συχνοτήτων, για το εσωτερικό της Ελλάδος μιλώντας, δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα να ικανοποιηθεί οποιαδήποτε ζήτηση και για τα επόμενα τρία, τέσσερα και πέντε χρόνια ίσως. Ασφαλώς, θα ήταν το ιδανικό τα συνέδρια να γίνονται σε μια πόλη η οποία διαθέτει διεθνή αεροπορική σύνδεση, αλλά αυτό θα σήμαινε μόνο την Αθήνα και βέβαια δεν είναι κάτι που μπορεί κανείς να το δεχθεί και να το προτείνει.

Αλλά επαναλαμβάνω ότι υπάρχουν πολλές τακτικές πτήσεις, μπορούν να δρομολογηθούν έκτακτες πτήσεις κι επίσης υπάρχουν και charter. Εμείς

υπολογίζουμε ότι έχουμε διακινήσει το 2004 στις τακτικές πτήσεις μεταξύ οκτώ και δέκα χιλιάδων επιβατών και άλλους τόσους σε charter.

Όπως ίσως γνωρίζετε οι πιο πολλοί, έχουμε τρεις μονάδες, τρία B737-400 τα οποία ασχολούνται αποκλειστικά με charter. Το καλοκαίρι ιδίως εκτελούν σειρές για tour operators μεγάλες, αλλά και ό,τι επιπλέον ζητηθεί.

Έχουμε πάρα πολύ καλές σχέσεις και ευχαριστώ γι' αυτό όλους τους διοργανωτές των συνεδρίων, πολλοί είστε εδώ, με τους περισσότερους αν όχι όλους έχουμε συνεργαστεί και προσπαθούμε να είμαστε πάντα ευέλικτοι και συνεργάσιμοι.

Επίσης, επικεντρωνόμαστε στην προσφορά υπηρεσιών ποιότητας, πράγμα και για το οποίο, όπως θα ξέρετε βέβαια όλοι, βραβευτήκαμε. Πήραμε το πρώτο βραβείο για το 2004-2005 από τον ERA, τον Σύνδεσμο των Περιφερειακών Αεροπορικών Εταιριών. Αυτή η εμμονή μας στην ποιότητα νομίζω ότι ταιριάζει στο πνεύμα όλων αυτών που συζητήσαμε εδώ, αλλά και στην ποιότητα των περισσότερων από σας.

Προσπαθούμε λοιπόν να είμαστε όσο γίνεται ευέλικτοι, να απαντούμε σύντομα και να σας βοηθάμε. Υπάρχουν πολλές ειδικές υπηρεσίες που προσφέρουμε όταν εσείς τις χρειάζεστε, κάποιο ειδικό check in counter για τσεκάρισμα, ειδικά φαγητά, ειδική περιποίηση και όλα αυτά τα οποία είναι της δουλειάς μας τα ξέρετε και δεν χρειάζεται να τα αναφέρω. Επίσης, έχουμε βοηθήσει και υποστηρίξει τις προσπάθειες διεξαγωγής συνεδρίου στην Ελλάδα και νομίζω ότι συντελέσαμε κι εμείς ώστε κάποια συνέδρια να γίνουν στην Ελλάδα.

**Σταύρος Δαλιάκας**

Εμπορικός Διευθυντής Aegean Airlines

### 6.3 EXCLUSIVE TRAVEL 2005

The Luxury Travel and Tourism Event είναι ο γενικός τίτλος της πρώτης έκθεσης που διοργανώθηκε στο Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής στο Μαρούσι από τις 21 μέχρι τις 23 Ιανουαρίου.

Επιτυχημένη χαρακτήρισε την πρώτη εξειδικευμένη εκδήλωση για τον τουρισμό υψηλού επιπέδου η διοργανώτρια εταιρεία Europartners και ανανέωσε το ραντεβού για του χρόνου στις 2- Ιανουαρίου, πιο προσεκτικά και πιο μελετημένα, αλλά και με την πείρα που αποκτήθηκε από την διοργάνωση της Exclusive Travel 2005.

Τα εγκαίνια έγιναν στις 21 Ιανουαρίου, παρουσία του υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Αβραμόπουλου, του προέδρου του World Travel and Tourism Council κ. Jean – Claude Baumgarten, του προέδρου του ΕΟΤ, κ. Αριστείδη Καλογερόπουλου, καθώς και άλλων παραγόντων και επιχειρηματιών. Στο χαιρετισμό του ο υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης έκανε λόγο για το νοικοκύρεμα του τουριστικού περιβάλλοντος, που χαρακτηρίζει τη νέα εποχή στον ελληνικό τουρισμό, με τη δημιουργία νέων επενδυτικών συνθηκών στις οποίες έρχεται να συμβάλει η έκθεση με τη διαμόρφωση υψηλών προδιαγραφών ποιότητας.

Η πρώτη διοργάνωση της Exclusive Travel είχε την ευκαιρία να φιλοξενήσει πάνω από 60 εκθέτες και να υποδεχτεί αρκετές εκατοντάδες επισκεπτών, επαγγελματίες, μαθητές, αλλά και απαιτητικούς ιδιώτες, με ενδιαφέρον τόσο για τον πολυτελή τουρισμό όσο και για τη διοργάνωση αυτή καθ' εαυτή, ως πρώτη του είδους. Στους εκθέτες συγκαταλέγονται πολυτελή καταλύματα και ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρείες, σκάφη αναψυχής, κρουαζιέρες, κλαδικές εκδόσεις κ.α. Μέγας χορηγός της έκθεσης ήταν ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, με την οικονομική υποστήριξη του οποίου προσκλήθηκαν και φιλοξενήθηκαν invited buyers του εξωτερικού.

Η εικόνα που αποκόμισαν όλες οι πλευρές ήταν θετική, τονίζοντας τη σημασία που έχει να καθιερωθεί μια τέτοιου είδους έκθεση στα ελληνικά δεδομένα. Από την πλευρά των εκθετών εκφράστηκε ικανοποίηση για την ποιότητα των περιπτέρων με την παρουσία γνωστών και μεγάλων ξενοδοχειακών ομίλων. Ο κ. Σπύρος Μαγκανιώτης, διευθυντής Πωλήσεων του Ομίλου Διβάνη, μας δήλωσε ότι η προσπάθεια ήταν έντιμη και μάλιστα, αν υποστηριχτεί από τους εμπλεκόμενους στον τουρισμό φορείς, μπορεί να φέρει καλύτερα αποτελέσματα στην επόμενη διοργάνωση. Ο κ. Μαγκανιώτης χαρακτήρισε την έκθεση ως «καλή αρχή», με ικανοποιητική την προσέλκυση ειδικευμένων ανθρώπων, εταιρειών, διοργανωτών συνεδρίων, που εμπλέκονται στον τουρισμό ποιότητας και προσδοκά στην επόμενη διοργάνωση να υπάρξει αύξηση στον αριθμό των buyers, αλλά και να διαδοθεί το μήνυμα σε ένα ευρύτερο και πολυπληθέστερο κοινό.

Από το περίπτερο του «Astir Palace», ενός από τους νικητές βραβείων της έκθεσης, εκφράστηκε η άποψη ότι ήταν θετικό που δεν υπήρχε συνωστισμός και οι συνομιλίες γίνονταν με άνεση. Εμφανής όμως ήταν η απουσία από την έκθεση τόσο της περιφέρειας όσο και μεγάλων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων και ομίλων, όπως η «Μεγάλη Βρετανία», το «Ledra Marriott» και το «Intercontinental», κάτι που προκάλεσε ερωτηματικά σε πολλούς επισκέπτες, ενώ στα μείον της διοργάνωσης ήταν το γεγονός ότι δεν προσέλκυσε επισκέπτες από τον τοπική αγορά των γύρω δήμων (Μαρούσι, Κηφισιά κ.λ.π.).

Η κα Χρύσα Κόλλα, διευθύντρια του Kudonia Travel, θεωρεί ότι η διοργάνωση ήταν καλή και οι εκθέσεις υψηλού επιπέδου, διατύπωσε όμως την άποψη ότι υπήρχε οργανωτικό κενό στον ορθό προγραμματισμό των προκαθορισμένων συναντήσεων με τους buyers και μικρή προσέλευση ειδικευμένου κοινού και επαγγελματιών του χώρου του τουριστικού υψηλής ποιότητας.

Στις αδυναμίες της διοργάνωσης πρέπει να καταγραφεί και το γεγονός ότι δεν έγινε εγκαίρως γνωστός ο τρόπος πρόσβασης στο χώρο του εκθεσιακού κέντρου, με τη διανομή τύπου ενημερωτικού εντύπου για τα μέσα μεταφοράς και τους δρόμους μέσω των οποίων μπορούσαν οι επισκέπτες να οδηγηθούν εκεί, καθώς και το ότι η γραμματεία υποδοχής, αν και χαμογελαστή και φιλόξενη, δεν προέβαινε σε συστηματική καταγραφή των επισκεπτών άμα τη αφίξει τους.

Τόσο από την πλευρά των εκθετών, όμως, όσο και από την πλευρά των επισκεπτών τονίστηκε η σημασία της διοργάνωσης μιας τέτοιας έκθεσης, καθώς έρχεται να καλύψει ένα σημαντικό κενό που υπήρχε έως τώρα στην Ελλάδα στον τομέα του τουρισμού υψηλού επιπέδου και εκφράστηκε η προσδοκία ότι στο μέλλον θα μπορέσει να λειτουργήσει πραγματικά ως σημείο αναφοράς για τον πολυτελή τουρισμό στη χώρα μας.

#### **ΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ**

Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσίασε η διεθνής ημερίδα που διοργανώθηκε στο πλαίσιο των παράλληλων εκδηλώσεων της Exclusive Travel 2005, με θέμα «Τουρισμός υψηλού επιπέδου: Δυνατότητες, Ιδιαιτερότητες και Προκλήσεις». Κεντρικός ομιλητής ήταν ο πρόεδρος του World Travel and Tourism Council κ. Jean – Claude Baumgarten. Η ημερίδα απαρτίστηκε από τρεις επιμέρους ενότητες. Στην πρώτη, που είχε θέμα το real estate και το μόνιμο τουρισμό υψηλού επιπέδου, συζητήθηκαν ανάμεσα στα άλλα οι προοπτικές του time sharing στην Ελλάδα και η αξιοποίηση ακινήτων για την προσέκλυση τουρισμού υψηλού επιπέδου. Η δεύτερη ενότητα κινήθηκε γύρω από τις νέες τουριστικές τάσεις πολυτελείας στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, όπου αναπτύχθηκε το θέμα του θαλάσσιου τουρισμού και οι κρουαζιέρες. Η τρίτη ενότητα ήταν συζήτηση του τουρισμού υψηλού επιπέδου στην Ελλάδα, τις υποδομές, το ανθρώπινο δυναμικό, την προβολή και τις σχέσεις αλληλεξάρτησης των εννοιών αυτών.

Ο κ. Αβραμόπουλος δήλωσε: Ο συνεδριακός τουρισμός, εκ των πραγμάτων, καθίσταται μια εκ των βασικότερων πολιτικών για τον τουρισμό, ιδιαίτερα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ήδη η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος προωθεί το σχέδιο για τη δημιουργία ολοκληρωμένου συνεδριακού κέντρου στο χώρο του Ελληνικού και ενθαρρύνονται παρόμοιες πρωτοβουλίες. Το επιτυχές παράδειγμα της Βαρκελώνης έχει πολλά να μας διδάξει, για το πως μπορούμε να αξιοποιήσουμε και αυτήν την εναλλακτική και ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού. Η χώρα μας προσφέρεται για μεγάλης διάρκειας τουριστικές δραστηριότητες και έχει παρατηρηθεί ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας από τους πλέον προσοδοφόρους και ποιοτικά αναβαθμισμένους τομείς τουριστικής δραστηριότητας. Τον υποστηρίζουμε, τον ενθαρρύνουμε και μελετούμε τις νέες υποδομές.

#### **Ευρύ το πεδίο δράσης για τον ελληνικό τουρισμό;**

**Δ.Α.:** Τόσο ευρύ όσο και η ίδια η Ελλάδα, η οποία προσφέρεται και αναδεικνύεται ως ένας εκ των πιο ελκυστικών προορισμών. Μας περιμένει δουλειά, αλλά μας ενθουσιάζει και μας εμπνέει.

#### **6.4. PHILOXENIA 2004**

Μια σειρά παράλληλων εκδηλώσεων θα πραγματοποιήσει και φέτος ο ΗΑΤΤΑ κατά τη διάρκεια της Διεθνούς Τουριστικής έκθεσης Philoxenia στη Θεσσαλονίκη, από τις 4 έως τις 7 Νοεμβρίου.

Όπως κάθε χρόνο ο ΗΑΤΤΑ θα βραβεύσει το καλύτερο έντυπο Ελληνικού Τουριστικού Γραφείου. Τις συμμετοχές που θα βραβευτούν θα επιλέξει ειδική επιτροπή από επαγγελματίες του χώρου. Οι βραβευθέντες θα ανακοινωθούν επίσημα κατά την διάρκεια της έκθεσης.

Κατά την διάρκεια της έκθεσης θα γίνει παρουσίαση του ΕλληνοΒουλγαρικού Τουριστικού Επιμελητηρίου. Στόχος είναι η σύσφιξη των τουριστικών σχέσεων των δύο γειτονικών χωρών καθώς και η προώθηση της προσπάθειας της έκθεσης να παίξει το ρόλο του σημείου συνάντησης των τουριστικών επαγγελματιών της ευρύτερης περιοχής των Βαλκανίων και όχι μόνο.

Επίσης, θα πραγματοποιηθεί εκδήλωση με θέμα «Προώθηση της Δικτύωσης των Τουριστικών ΜΜΕ (clustering)». Ο ΗΑΤΤΑ έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα και έχει εργαστεί ώστε να καταθέσει εδώ και πολλούς μήνες σειρά τεκμηριωμένων απόψεων. Εξάλλου για την συνεισφορά του συνδέσμου σε αυτό το θέμα έχει γίνει ειδική μνεία από κρατικά στελέχη και επικεφαλής του Ελληνικού τουρισμού.

Τέλος, θα πραγματοποιηθεί συναυλία με τίτλο «Η μουσική των λαών - Ο ήχος των Βαλκανίων» από τον ΗΑΤΤΑ και τον Δήμο Θεσσαλονίκης υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού και του ΕΟΤ. Στη συναυλία αυτή θα συμμετέχουν συγκροτήματα από τις χώρες των Βαλκανίων, Σερβία, Βουλγαρία, Τουρκία και Ελλάδα. Την Ελλάδα εκπροσωπεί η Σαββίνα Γιαννάτου, με το συγκρότημά της *Primanera en Salonico*, τη Βουλγαρία, η 20μελής χορωδία *Angelite*, την Τουρκία, ο *Burhan Ocal* και οι *Trakya All Stars* και τη Σερβία η μπάντα *Bojan Ristic Orkestar*.

Ήδη η συναυλία αυτή έχει οργανωθεί δύο φορές στο Ηρώδειο στην Αθήνα, στο πλαίσιο τους εορτασμού της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού, το Σεπτέμβρη.

## **Αξιοποίηση των Ολυμπιακών Ακινήτων**

**Τώρα είναι η ώρα για την δέσμευση χώρου δημιουργίας του  
Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου Αθηνών**



Ο ΗΑΤΤΑ εδώ και χρόνια τονίζει την ανάγκη δημιουργίας ενός Συνεδριακού και Εκθεσιακού κέντρου στην Αθήνα το οποίο θεωρεί ως απαραίτητη προϋπόθεση για να μπορέσει η Αθήνα να διεκδικήσει με αξιώσεις μερίδιο αγοράς από την διεθνή πίτα των μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων. Σήμερα περισσότερο από ποτέ αυτή η ανάγκη είναι πρωταρχικής σημασίας όχι μόνο γιατί μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων έχει δημιουργηθεί το κατάλληλο περιβάλλον και υποδομές για την προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού αλλά γιατί έτσι μπορεί να συνδυαστεί με ιδανικό τρόπο η εκμετάλλευση μιας από τις υπάρχουσες υποδομές με ένα όραμα τουριστικής ανάπτυξης της πρωτεύουσας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στελέχη του ΗΑΤΤΑ σε συνεργασία με άλλους τουριστικούς φορείς περιηγούνται στις Ολυμπιακές υποδομές ώστε να μπορέσουν να σχηματίσουν συγκεκριμένη άποψη για το ποιοι χώροι θα μπορούσαν να είναι κατάλληλοι για την δημιουργία του εκθεσιακού και συνεδριακού κέντρου Αθηνών. Επίσης έχουν καλέσει ειδικό από την Μ. Βρετανία για να προσδιοριστούν οι χώροι που πληρούν τις σχετικές προϋποθέσεις καταλληλότητας.

Στο πλαίσιο των πρωτοβουλιών που ανέλαβε ο ΗΑΤΤΑ απέστειλε επιστολή με θέμα την Αξιοποίηση των Ολυμπιακών Ακινήτων στον υφυπουργό Τουρισμού Αναστάσιο Λιάσκο και τον πρόεδρο του ΕΟΤ Χάρη Κοκώση.

Ο Σύνδεσμος επισημαίνει ότι τουριστικός κόσμος της χώρας με ιδιαίτερη ικανοποίηση βίωσε την άψογη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και γνώρισε τις νέες Ολυμπιακές εγκαταστάσεις. Τόνισε ότι θεωρεί επιβεβλημένο, στα πλαίσια του προγραμματισμού για την αξιοποίηση των ολυμπιακών ακινήτων στην μετά – ολυμπιακή περίοδο, να επιλεγούν σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού / ΕΟΤ και τους τουριστικούς φορείς της χώρας τα πλέον κατάλληλα ακίνητα που θα μετατραπούν σε συνεδριακά – εκθεσιακά κέντρα υψηλών προδιαγραφών. Αντίστοιχη συνεργασία θα πρέπει να υπάρξει

προκειμένου να τεθούν οι ειδικές προδιαγραφές για τα συμπληρωματικά έργα και τον τεχνολογικό εξοπλισμό που θα απαιτηθεί για την ολοκλήρωσή τους.

Ενδεικτικά ο ΗΑΤΤΑ σημείωσε ότι το γήπεδο basket στον Άγιο Κοσμά, σε συνδυασμό με το γειτονικό γήπεδο ξιφασκίας θα μπορούσε κάλλιστα να χρησιμοποιηθεί ως συνεδριακό κέντρο. Αξίζει να σημειωθεί ότι μετά τις επιτόπιες επισκέψεις έχει προκύψει ενδιαφέρον και για τον χώρο του γηπέδου του Tae Kwo Do και του «πάρκου των χορηγών».

«Τώρα είναι μια θαυμάσια ευκαιρία να εμπλουτίσουμε την τουριστική προσφορά της πρωτεύουσας και όλων των ολυμπιακών πόλεων με ειδική υποδομή που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού με ιδιαίτερη έμφαση στο συνεδριακό και αθλητικό τουρισμό, καθώς οι υποδομές που έχουν ήδη δημιουργηθεί αποτελούν μια εξαιρετική βάση.

Παράλληλα θα πρέπει να εξεταστεί, σε συνεργασία με τους τουριστικούς και αθλητικούς φορείς της χώρας, η περαιτέρω αξιοποίηση λοιπών αθλητικών εγκαταστάσεων για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού τόσο στην Αθήνα όσο και στις άλλες Ολυμπιακές πόλεις.

Το Υπουργείο Τουρισμού, το Υπουργείο Πολιτισμού και οι Ολυμπιακοί Δήμοι της χώρας, καλούνται να συμπαρασταθούν στην όλη προσπάθεια, προκειμένου να αποκτήσει η χώρα τις βάσεις που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού και στην αύξηση του εισερχόμενου τουριστικού ρεύματος γενικότερα.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

### Πολιτική επιρροή στην μεταφορά για τον τουρισμό.

Οι διεθνείς μεταφορές πάντα έχουν επηρεαστεί από τις ενέργειες των κυβερνήσεων και η μεταφορά στον τουρισμό επηρεάζεται από τέτοια γεγονότα. Υπάρχουν ελέγχει στο εξωτερικό, χρειάζονται βίζα και πάντα ελέγχονται εκτενώς. Για την αερομεταφορά ο έλεγχος οπουδήποτε και αν είναι εγκατεστημένος είναι το σημείο που τις εξελίσσει από τις χερσαίες ή θαλάσσιες μεταφορές.

Εξαιτίας της φύσης του η μεταφορά στον τουρισμό μέσω του αέρα έχει αναπτυχθεί σαν ένα πολύπλοκο πολιτικό θέμα. Οι αερογραμμές είναι σημαντικές για την εθνική οικονομία για το ξένο συνάλλαγμα και για πληρωμή από ξένους ταξιδιώτες. Οι αερογραμμές είναι ιδιοκτησία του κράτους, έχουν υποχωρήσει από τις κυβερνήσεις και ταξιδεύουν με διεθνείς σημαίες.

Η μεταφορά στον τουρισμό διευθύνουν ένα ανταγωνιστικό πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον, ειδικά για το διεθνές γενικό πλαίσιο, διότι αυτό παρουσιάζει τα μέσα μεταφοράς στο εσωτερικό και το εξωτερικό ώστε να φθάσουμε στον προορισμό μας. Αυτό το ανταγωνιστικό περιβάλλον διευθύνεται από την έκταση στην οποία η μεταφορά για τον τουρισμό ελέγχεται από την κυβέρνηση.

### **Να υπάρξει εθνική πολιτική μεταφορών και τουρισμού**

Σήμερα περισσότερο από κάθε άλλη φορά είναι αναγκαίο να υπάρξει εθνική πολιτική μεταφορών του τουρισμού, μια πολιτική που θα αγκαλιάζει το σύνολο της χώρας μας και θα συμβάλει στην ανάπτυξη του τουρισμού και των αερομεταφορών σε όλες τις περιφέρειες της χώρας μας και θα προτείνει λύσεις. Λύσεις που θα οδηγήσουν στη δημιουργία αεροπορικών εταιριών charters ελληνικών συμφερόντων. Λύσεις που θα προσελκύσουν αεροπορικές εταιρίες να πετάξουν στην Ελλάδα. Λύσεις που θα εξασφαλίσουν

την συνέχιση και βελτίωση της προσφοράς του Εθνικού μας αερομεταφορέα χωρίς να θυσιάζουν την βιωσιμότητά του. Για όλα αυτά απαιτείται αφενός η πολιτική βούληση από πλευρά κράτους και αφετέρου η δραστηριοποίηση όλων μας.

## **ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ**

Η συμβολή του Συνεδριακού Τουρισμού στον τουριστικό τομέα μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη από ότι κανείς θα μπορούσε να συμπεράνει αρχικά. Καθώς:

- Ø Η μέση δαπάνη ανά Συνεδριακό επισκέπτη είναι μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντικείμενο.
- Ø Λόγω της εποχιακής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικής συνεδριακής κίνησης μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή μεγαλύτερη έκταση τους βαθμούς πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων, γι' αυτό είναι απαραίτητη η βελτίωση της δομής και της πληρότητας.
- Ø Ένα τρίτο όφελος είναι ότι οι Συνεδριακές εκδηλώσεις μπορούν να οδηγήσουν σε πολλή σημαντική δευτερογενή αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Αναμένεται ότι μέχρι το 2010 θα υπάρξει μια αύξηση της τάξης του 0,5 – 0,75 εκατοστιαίων μονάδων η οποία δημιουργείται με έναυσμα το Συνεδριακό τουρισμό.

Σήμερα μιλάμε για «Συνεδριακό Τουρισμό». Για να κατανοήσουμε ποια είναι η σχέση των συνεδρίων με τον τουρισμό και των συνέδρων με τον τουρίστα θα κάνουμε μια σύγκριση των χαρακτηριστικών τους.

## **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΥΝΕΔΡΙΑ:**

- Ø Και τα δύο γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη με την βελτίωση των μέσων μεταφοράς. Οι σύνεδροι, εξαιτίας του περιορισμένου χρόνου που

διαθέτουν, ο οποίος δεν τους επιτρέπει πολύωρες μετακινήσεις, στο μεγαλύτερο ποσοστό των αφίξεων τους διακινούνται αεροπορικώς.

∅ Και ο τουρισμός και τα συνέδρια, στην περίπτωση των διμερών και διεθνών, έχουν συναλλαγματικό όφελος για τη χώρα υποδοχής.

#### **ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ – ΣΥΝΕΔΡΟΣ:**

∅ Ο τουρίστας ταξιδεύει για λόγους αναψυχής, ξεκούρασης, αλλαγής περιβάλλοντος αγορών, πολιτιστικών ενδιαφερόντων κ.λ.π. Ο σύεδρος ταξιδεύει για λόγους επαγγελματικού ενδιαφέροντος, αλλά παράλληλα θέλει και προσπαθεί να εκμεταλλευθεί τον ελεύθερο χρόνο του ικανοποιώντας και τις άλλες τους ανάγκες. Γεγονός που έχει οδηγήσει και στη δημιουργία των λεγομένων «παραλλήλων εκδηλώσεων» που έχουν αυτόν ακριβώς το σκοπό.

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

Από την παραπάνω σύγκριση φαίνεται ότι δικαίως μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τους όρους «Συνεδριακός Τουρισμός» και «Συνεδριακός Τουρισμός» και να εννοούμε μια ειδική μορφή τουρισμού.

#### **Ο ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΙΑ ΑΨΟΓΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΜΕ ΤΟ ΜΙΚΡΟΤΕΡΟ ΔΥΝΑΤΟ ΚΟΣΤΟΣ.**

Είναι πραγματικά εντυπωσιακό το πώς, για μια μόνο διοργάνωση, ένα συνέδριο, συνεργάζονται άνθρωποι 30 περίπου διαφορετικών επαγγελματιών, ενώ στο σύνολό τους οι εργαζόμενοι κυμαίνονται από 70 άτομα για ένα μικρό συνέδριο μέχρι και 300 άτομα για ένα μεγάλο.

Στον ίδιο χώρο εργάζονται ταυτόχρονα άνθρωποι που αναλαμβάνουν τα έντυπα του συνεδρίου (αφίσες, προσκλήσεις κ.α.), τη φύλαξη και την καθαριότητα του χώρου (προσωπικό ασφαλείας – σεκιούριτι, καθαρίστριες και καθαριστές για όλους τους χώρους, παρκαδόροι), τη γραμματειακή υποστήριξη (γραμματείς, υπεύθυνοι ενημέρωσης – πληροφόρησης, υπάλληλοι αρχειοθέτησης των πρακτικών, σύνταξης και διανομής των μελετών, στατιστικών, των επιστημονικών ερευνών κ.α.), οι αρμόδιοι τροφοδοσίας (σεφ, σερβιτόροι, υπεύθυνοι χώρου εστίασης κ.α.), οι χρήστες τεχνολογικού εξοπλισμού (ηχολήπτες, ηλεκτρολόγοι, ηλεκτρονικοί), οι μεταφραστές, ταξιθέτες, υπεύθυνοι αιθουσών και προγραμμάτων και τόσο άλλοι επαγγελματίες με τους βοηθούς τους.

## **ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ**

Υπάρχουν συνέδρια ιδιωτών (Associations) και εταιρειών (Corporate). Για τη διοργάνωση οποιουδήποτε συνεδρίου υπάρχουν οι επαγγελματίες διοργανωτές που κανονίζουν τα πάντα, με πρώτο τους μέλημα να καταρτίσουν τον προϋπολογισμό του κόστους διοργάνωσης. Και για τα μεν εταιρικά, το κόστος είναι δεδομένο από την αρχή, μιας και η ίδια η εταιρεία έχει αποφασίσει πόσα χρήματα θα διαθέσει για το συνέδριο που θέλει να κάνει. Για δε τα συνέδρια των ιδιωτών, θα πρέπει να υπολογιστούν τα έσοδα και τα έξοδα που θα έχει το συνέδριο. Τα έσοδά του προέρχονται από το δικαίωμα της εγγραφής των συνέδρων, από διάφορες χορηγίες καθώς και από τις όποιες εκθέσεις, παρεμφερείς με το θέμα του συνεδρίου, πραγματοποιούνται στο πλαίσιο αυτού. Τα έξοδα έχουν να κάνουν με όλους τους ανθρώπους αλλά και τους υλικούς πόρους που βοηθούν στη σωστή διεξαγωγή του.

Αναλυτικά λοιπόν, η διαδικασία που ακολουθείται για τη σωστή διοργάνωση ενός συνεδρίου (αφού μελετηθεί ο προϋπολογισμός του) είναι η εξής:

- **Έντυπο υλικό:** η πρώτη ανακοίνωση του συνεδρίου, το αρχικό και το τελικό του πρόγραμμα, το βιβλίο των πρακτικών, οι αφίσες για τη διαφήμισή του.
- **Οι μεταφορές:** η εξασφάλιση της μετάβασης και επιστροφής των συνέδρων.
- **Διανομή:** η εξασφάλιση των διανυκτερεύσεων των συνέδρων.
- **Συνεδριακός χώρος:** που θα διεξαχθεί το συνέδριο.
- **Εξοπλισμός συνεδριακού χώρου:** με οπτικοακουστικά μέσα (μεταφράσεις, βιντεοσκοπήσεις, προβολές) γραμματεία συνεδρίου (τήρηση πρακτικών, ενημέρωση συνέδρων, πληροφόρηση του κοινού), διαμόρφωση χώρων για Coffee break και για γεύματα, διοργάνωση της έκθεσης που θα συνοδεύει το συνέδριο, φροντίδα για εύρεση εταιρείας catering που θα τα αναλάβει.
- **Κοινωνικό πρόγραμμα:** οι τελετές έναρξης λήξης του συνεδρίου, ένα πλάνο για το πώς μπορούν να περάσουν ευχάριστα τον ελεύθερο χρόνο τους οι σύνεδροι, διάφορα gala και επαφές με διάφορους φορείς του τόπου.
- **Εκδρομές:** κίνητρο για την προσέλκυση των συνέδρων και τη διαφήμιση της χώρας μας μέσω της προβολής των ιδιαίτερων στοιχείων της, εθνικών και τοπικών.
- **Αναμνηστικά δώρα:** προσφέρονται στους σύνεδρους για να θυμούνται τη χώρα που τους φιλοξένησε.

Η προετοιμασία ενός διεθνές, πανευρωπαϊκού ή παγκόσμιου συνεδρίου μπορεί να ξεκινήσει μέχρι και 6 με 7 χρόνια πριν τη διεξαγωγή του, ενώ για ένα πανελλήνιο χρειάζεται λιγότερο από ένας χρόνος.

## **ΠΟΣΟ ΣΤΟΙΧΙΖΕΙ ΕΝΑ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΚΑΙ ΠΩΣ ΘΑ ΜΕΙΩΣΕΤΕ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ**

Ποικίλλει και διαμορφώνεται ανάλογα με την εμβέλεια του συνεδρίου (τοπικό, εθνικό ή με διεθνή χαρακτήρα), τη διάρκεια του συνεδρίου, το τι θα περιλαμβάνει το συνέδριο (απλή συμμετοχή, αεροπορικά εισιτήρια, διαμονή σε ξενοδοχείο).

Για ένα διεθνές ή πανευρωπαϊκό ή παγκόσμιο συνέδριο η απλή συμμετοχή των συνέδρων κοστίζει από 400 μέχρι 450 ευρώ (κατά μέσο όρο) το άτομο για τέσσερις μέρες που συνήθως διαρκεί το συνέδριο.

Αν για το συνέδριο αυτό θα πρέπει να εξασφαλιστούν και αεροπορικά εισιτήρια και διαμονή σε ξενοδοχείο το κόστος για κάθε σύεδρο ξεκινά από 1.000 ευρώ.

Για τα πανελλήνια συνέδρια που γίνονται στην Αθήνα το κόστος κυμαίνεται από 170 μέχρι 200 ευρώ το άτομο για δύο μέρες που συνήθως διαρκούν. Όταν γίνονται εκτός Αθηνών, η τιμή ανεβαίνει στα 500 ευρώ το άτομο για τις δύο μέρες.

Όσο για το κόστος ενοικίασης ενός συνεδριακού χώρου, και αυτό ποικίλλει ανάλογα με το τι θα επιλέξει ο ιδιώτης, ο φορέας, η εταιρεία που το πραγματοποιεί. Οι συνεδριακές αίθουσες αθηναϊκών ξενοδοχείων στο κέντρο της πρωτεύουσας ενοικιάζονται προς 5 – 5,50 ευρώ ανά τ.μ. και το κόστος ανεβαίνει ανάλογα με τις έξτρα υπηρεσίες που θα ζητήσουν (κέτερινγκ, μετάφραση, τεχνολογικό εξοπλισμό).

Η ενοικίαση του εξοπλισμού (μικρόφωνα, οθόνες κ.λ.π.) κυμαίνεται από 350 – 400 ευρώ. Η ενοικίαση ενός ανεξάρτητου κέντρου ποικίλλει. Για παράδειγμα το ενοίκιο στο Μέγαρο Μουσικής ανέρχεται σε 16.000 ευρώ ανά ημέρα, το οποίο αντιστοιχεί σε πάνω από 8 ευρώ ανά τ.μ. Από την άλλη πλευρά στο κέντρο Ηεlexρο το ενοίκιο είναι περίπου 2,5 ευρώ το τ.μ.



## **ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ**

Σημαντικότερο ρόλο στη διοργάνωση συνεδρίων παίζει η ύπαρξη της απαραίτητης υποδομής, των χώρων εκείνων που μπορούν να φιλοξενήσουν ένα συνέδριο και να προσφέρουν κάθε δυνατή διευκόλυνση για την επιτυχημένη διεξαγωγή του.

Κίνητρα, με σημαντικότερο την οικονομική ενίσχυση, για τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων προσφέρει ο αναπτυξιακός νόμος 2601/98. Σύμφωνα με τις διατάξεις του, για τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων, θέρετρων σκι, εγκαταστάσεων spa, μαρίνων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, αθλητικών και προπονητικών εγκαταστάσεων, η επιδότηση αφορά στη χορήγηση μετρητών κατά 35% από το σύνολο της προϋπολογισμένης δαπάνης, επιδότηση leasing κατά 35% ή εναλλακτικά, φορολογική απαλλαγή κατά 70% και επιδότηση τόκων δανείων κατά 35%.

Ειδικά για τα συνεδριακά κέντρα που δεν αποτελούν τμήμα ξενοδοχειακής μονάδας (καθώς και για τα γήπεδα γκολφ) ισχύουν τα εξής κίνητρα: χορήγηση μετρητών κατά 40% της προϋπολογισμένης δαπάνης και επιδότηση τόκων δανείων κατά 40% ή εναλλακτικά, φορολογική απαλλαγή 100% και επιδότηση τόκων δανείων κατά 40%.

Το ελάχιστο ύψος της επένδυσης για την ίδρυση συνεδριακών κέντρων καθορίζεται στα 760.000 ευρώ, με εξαίρεση τις επενδύσεις που γίνονται στις περιοχές κινήτρων Δ, για τις οποίες το ελάχιστο ύψος ορίζεται στα 450.000 ευρώ. για τις επενδύσεις που αφορούν στην επέκταση των συνεδριακών κέντρων, το ελάχιστο ύψος καθορίζεται σε 450.000 ευρώ εκτός από αυτές που γίνονται στην περιοχή κινήτρων Δ, όπου ισχύει ως ελάχιστο ύψος τα 300.000 ευρώ.

Οι απαραίτητες προϋποθέσεις και τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου είναι:

- Η έγκριση σκοπιμότητας (όπου αυτή απαιτείται). Χορηγείται από τον ΕΟΤ και συγκεκριμένα από τη Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων, Τμήμα Τουριστικών Επενδύσεων και Ενημέρωσης Επενδυτών.
- Η προέγκριση χωροθέτησης της εγκατάστασης και έγκριση των περιβαλλοντικών όρων από το ΥΠΕΧΩΔΕ.
- Η έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου και αρχιτεκτονικής μελέτης από τον ΕΟΤ, Διεύθυνση Τουριστικών Εγκαταστάσεων, Τμήμα Σχεδιασμού.
- Η οικοδομική άδεια για την ανέγερση της εγκατάστασης από τα κατά τόπους γραφεία της Πτολεοδομίας.
- Το ειδικό σήμα λειτουργίας.

Η επιδότηση βέβαια αναφέρεται στη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου. Από εκεί και πέρα θα πρέπει να υπολογιστούν τα έσοδα και τα έξοδα κατά τη λειτουργία του. Τα έσοδά του προέρχονται από την ενοικίαση του χώρου, τις τηλεπικοινωνίες, την εστίαση, το πάρκινγκ, τις θέσεις των VIP, τις χορηγίες, τη διαφήμιση και τα έξοδά του από τα συνεργεία για την καθαριότητα και τη φύλαξη του χώρου, τους λογαριασμούς κοινής ωφέλειας (ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ κ.λ.π.), τη συντήρηση, τις αποσβέσεις, τους μισθούς και τα επιδόματα του προσωπικού, την ασφάλιση τα έκτακτα έξοδα εκδηλώσεων. Περισσότερα έσοδα εξασφαλίζονται από τη διοργάνωση συνεδρίων, την έκδοση εισιτηρίων και την εγγραφή των συμμετεχόντων.

## **ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Εκτός όμως από τα έσοδα που έχει το ίδιο, το συνεδριακό κέντρο, έκδηλη είναι και η θετική επίδραση που έχει ένα συνέδριο στην τοπική και την εθνική οικονομία, καθώς, σύμφωνα με υπολογισμούς που έχουν γίνει, τα έσοδα από ένα μεγάλο συνέδριο (2.000 ατόμων) μπορούν να αγγίξουν τα 3. εκατ. Ευρώ. χαρακτηριστικά παραδείγματα για τα έσοδα που απέφεραν στην τοπική οικονομία τρία μεγάλα συνεδριακά κέντρα του εξωτερικού είναι τα εξής:

Το Hynes στη Βοστώνη έχει αποφέρει 393 εκατ. ευρώ, το Convention and Exhibition Center στο Σίδνεϊ έχει αποφέρει 324 εκατ. ευρώ και το Palais des Festivals et des Congres στο Παρίσι 305 εκατ. ευρώ.

Ωστόσο, η επένδυση για τη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου δεν είναι εύκολη υπόθεση. Θα πρέπει να συνοδεύεται και από την κατάλληλη υποστηρικτική υποδομή όπως υψηλής τάξης ξενοδοχειακά καταλύματα, υψηλό επίπεδο συγκοινωνιών, άρτιο τεχνολογικό εξοπλισμό κ.α.

Από μόνη της δεν είναι αρκετή, χρειάζεται να συνδυάζει και άλλες δραστηριότητες που θα κάνουν την επένδυση πραγματικά επικερδή, οπότε και με την κατάλληλη προβολή των συνεδρίων να προσελκύσουμε τουρισμό υψηλής ποιότητας.

## **ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ ΣΥΝΕΔΡΟΥ**

Σημαντικότερη είναι η συμβολή των συνέδρων στη γενικότερη τουριστική κίνηση μιας χώρας. Είναι αδιαμφισβήτητο ο πολυπόθητος επισκέπτης, και όχι τυχαία, αφού ξοδεύει 4 φορές περισσότερα χρήματα από έναν απλό τουρίστα. Έχει υπολογιστεί ότι ένας σύνεδρος για να συμμετέχει σε ένα συνέδριο τεσσάρων ημερών (περιλαμβάνονται: αεροπορικά εισιτήρια, 3 διανυκτερεύσεις και το συνέδριο) πληρώνει γύρω στα 1.000 ευρώ. Για τα υπόλοιπα έξοδά του (διατροφή, διασκέδαση κ.λ.π.) εκτιμάται ότι ξοδεύει άλλα 1.000 ευρώ, άρα 2.000 ευρώ συνολικά. Την ίδια στιγμή ένας απλός τουρίστας μπορεί να έρθει για τέσσερις μέρες στην Ελλάδα, χωρίς το σύνολο των χρημάτων που θα δαπανήσει να ξεπερνά τα 550 με 600 ευρώ.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που έχει συγκεντρώσει η ICCA, το μεγαλύτερο ποσοστό (54%) των ατόμων που μετέχουν στα συνέδρια προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες. Οι σύνεδροι συνήθως ανήκουν σε υψηλό μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο και οι απαιτήσεις τους για την κάλυψη των αναγκών τους κατά τη διάρκεια ενός συνεδριακού ταξιδιού είναι περισσότερες από αυτές ενός τουρίστα που κάνει διακοπές.

Μελέτες που έχουν γίνει αποδεικνύουν ότι τα άτομα που συμμετέχουν σε ένα συνέδριο, διαμένουν κάποιες μέρες περισσότερες από τη διάρκεια του συνεδρίου στο τόπο του συνεδριακού προορισμού. Παράλληλα, η κοινωνική τους θέση τους επιτρέπει να επιστρέψουν στον προορισμό αυτό, καθιερώνοντάς τον ως τόπο οικογενειακού τουρισμού, αφού φυσικά έχουν βεβαιωθεί για την ύπαρξη οργάνωσης, ασφάλειας και κατάλληλης υποδομής που προσφέρει άνετες και πολυτελείς διακοπές. Έτσι, τα συνέδρια, εκτός του ότι συμβάλλουν στην αύξηση των αφίξεων τουριστών και κυρίως των εσόδων που έχει η χώρα μας από την τουριστική κίνηση, συμβάλλουν και στην άμβλυνση της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό και αποτελούν την άμεση διαφήμιση και προβολή μας στο εξωτερικό.

## **ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

**Ελλείψεις βασικών υποδομών, ασαφές θεσμικό πλαίσιο, «ερασιτέχνες» διοργανωτές που δρουν στο χώρο και ανεπαρκές μάρκετινγκ είναι τα σημαντικότερα «αγκάθια» του συνεδριακού τουρισμού της Ελλάδας.**

Η έλλειψη βασικής συνεδριακής υποδομής στην Αθήνα και τη συμπρωτεύουσα, η έλλειψη υποστήριξης από το κράτος, το ότι δεν υπάρχει σαφές θεσμικό πλαίσιο, το ανεπαρκές μάρκετινγκ, καθώς και το ότι δεν έχουν δοθεί ακόμη από τις αρμόδιες αρχές οι χρήσεις των κτιρίων που θα προκύψουν από την Ολυμπιάδα είναι τα σημαντικότερα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού της Ελλάδας.

Παράλληλα, οι «ερασιτέχνες» διοργανωτές που δρουν στον χώρο εγκυμονούν κινδύνους για κακές διοργανώσεις που θα δυσφημήσουν τη χώρα, λειτουργώντας αρνητικά στην προσέλκυση μεγάλων συνεδρίων και κυρίως περισσότερων συνεδρίων.

«Ο καθένας μπορεί να κανονίσει ένα συνέδριο λόγω της έλλειψης σαφούς θεσμικού πλαισίου στον τομέα αυτό», λέει ο πρόεδρος του ΣΕΠΟΣ, κ. Δημ. Μάτζιος. «Αυτό δημιουργεί αμφίβολα αποτελέσματα στην έκβαση του συνεδρίου, αμαυρώνει τον κλάδο και ανεβάζει το κόστος της διοργάνωσης. Οι επαγγελματίες είναι δικτυωμένοι και πετυχαίνουν άψογη διοργάνωση και καλύτερες τιμές απ' ό,τι ένας άνθρωπος που ασχολείται για πρώτη φορά ή αυτόνομα με τη διοργάνωση συνεδρίων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι εταιρείες που ασχολούνται επαγγελματικά με τα συνέδρια δεν ξεπερνούν τις 20.

## **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ**

Παρεμβάσεις προς τη νέα τουριστική ηγεσία, ώστε να προωθηθεί η νομοθετική κατοχύρωση του επαγγέλματος των οργανωτών συνεδρίων και να εκλείψει το φαινόμενο της οργάνωσης συνεδρίων από ανθρώπους που δεν

γνωρίζουν τον χώρο και αποτελούν – σύμφωνα με τους νόμιμους διοργανωτές – σταθερή πηγή φοροδιαφυγής. Προς αυτή την κατεύθυνση ο ΣΕΠΟΣ θα επιδιώξει και τη δημιουργία Μητρώου Συνεδρίων.

Δυναμική παρουσία του ΣΕΠΟΣ στη διεθνή έκθεση συνεδριακού τουρισμού της Φρανκφούρτης IMEX (12-14 Μαΐου), η οποία συγκεντρώνει πλέον την προσοχή όλων των παραγόντων του παγκόσμιου συνεδριακού τουρισμού. «Βασικός σκοπός της ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας είναι η διεθνής προαγωγή του επαγγέλματος των οργανωτών συνεδρίων, μέσα από ρυθμίσεις των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τη διενέργεια ερευνών, τη θέσπιση επαγγελματικών προδιαγραφών για τη συνεδριακή βιομηχανία, τη συνεργασία των μελών κ.α.»

Πρωώθηση της κατάρτισης συμβολαίου μεταξύ ξενοδόχων και διοργανωτών συνεδρίων, το οποίο θα διασφαλίζει και τις δύο πλευρές.

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα του κλάδου είναι ότι δεν υπάρχει Μητρώο συνεδρίων. «Ο επίσημος φορέας, ο ΕΟΤ, δεν κρατάει μητρώο για τα συνέδρια που πραγματοποιούνται, με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν επίσημα στατιστικά στοιχεία, να μην μπορούν να γίνουν συγκρίσεις και να βελτιωθούν τα κακώς κείμενα του χώρου».

Τέσσερα υπομνήματα για τα καίρια θέματα που αφορούν στον συνεδριακό τουρισμό έχουν σταλεί στον υπουργό Τουρισμού, Δημήτρη Αβραμόπουλο. Το πρώτο υπόμνημα αφορά στην κατοχύρωση του επαγγέλματος των διοργανωτών συνεδρίων αναφέροντας ότι παρόλο που υπάρχει ο νόμος 393/76 και αναφέρει ότι τα τουριστικά γραφεία έχουν το δικαίωμα διοργάνωσης συνεδριακών εκδηλώσεων, δεν κατοχυρώνει τα γραφεία αυτά στο να έχουν την αποκλειστικότητα των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων. Και έτσι δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός, φοροδιαφυγή και δυσφήμιση για τη χώρα μας εξαιτίας κακών υπηρεσιών. Στο δεύτερο υπόμνημα γίνεται αναφορά στη δημιουργία του συνεδριακού – εκθεσιακού κέντρου στο Ελληνικό, τονίζοντας ότι θα πρέπει να προχωρήσει το έργο.

Στο τρίτο υπόμνημα τονίζεται η αναγκαιότητα εκπαίδευσης και κατάρτισης των ανθρώπων που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό, ενώ στο τέταρτο ζητάει τη δημιουργία Μητρώου Συνεδρίων, οπότε θα υποχρεούνται όσοι οργανώνουν συνέδρια να έχουν ειδική άδεια και οι ιδιοκτήτες των χώρων όπου οργανώνονται αυτά αφενός να την απαιτούν, αφετέρου να το δηλώνουν στον ΕΟΤ. Και σε περιπτώσεις που δεν θα τηρείται η νομιμότητα, να υπάρχουν οι ανάλογες κυρώσεις.

Για να επιλυθούν τα χρόνια προβλήματα των κλάδων των συνεδρίων και να αναπτυχθεί αυτή η ειδική μορφή τουρισμού, θα πρέπει σύμφωνα με τους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων να υπάρχει ένας κεντρικός σχεδιασμός, συντονισμός από την πολιτεία, οι κατάλληλες υποδομές, προβολή της χώρας στην παγκόσμια συνεδριακή αγορά, με εξειδικευμένη διαφημιστική καμπάνια που να απευθύνεται στο ειδικό αυτό target group.

## **ΤΑ ΔΙΕΘΝΗ «ΤΟΡ» ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Βεβαίως μια και αναφερόμαστε σε διεθνείς προτιμήσεις αξίζει να ρίξουμε μια ματιά στο πλέον πρόσφατα στοιχεία του ICCA (International congress & Convention Association). Σύμφωνα μ' αυτά και για το 2002, οι πρώτες ευρωπαϊκές συνεδριακές πόλεις σε αριθμό διεθνών διοργανώσεων ήταν η Βαρκελώνη (79), η Κοπενχάγη (73), η Στοκχόλμη (64), η Βιέννη (58) και η Λισσαβόνα (52).

Οι πρωτιές στην κατηγορία των 5 πρώτων πόλεων, αλλάζουν από χρονιά σε χρονιά, ωστόσο το παράδειγμα των συγκεκριμένων προορισμών, (τόσο σε επίπεδο υποδομής όσο και σε επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών στους ενδιαφερομένους) μπορεί ν' αποτελέσει βασικό οδηγό για τις δικές μας κινήσεις.

Σε διεθνές επίπεδο, σύμφωνα με τα στοιχεία του ίδιου οργανισμού και το 2002 πρώτη στη διοργάνωση διεθνών συναντήσεων ήταν η χώρα των ΗΠΑ, όπου όμως, το 2002, πραγματοποιήθηκαν λιγότερες σε αριθμό διοργανώσεις

(225) σε σχέση με το 2000 (281) – αλλά περισσότερες απ’ το 2001 (206). Ακολουθούν η Ισπανία (177), η Μεγ. Βρετανία (149) και η Ιαπωνία (149) και η Γερμανία (144). Σε επίπεδο ηπείρων, το 60% των διοργανώσεων πραγματοποιείται στην Ευρώπη, το 18% στην Ασία, το 11% στη Β. Αμερική, το 5% στη Λατινική Αμερική, το 4% στην Αυστραλία / Ωκεανία και το 3% στην Αφρική.

Σε ό,τι αφορά τον αριθμό συμμετεχόντων σε διεθνείς συνεδριάσεις, συνέδρια και συναντήσεις – δηλαδή το μέγεθος των συνεδρίων – τη μερίδα του λέοντος (32%) κατέχει η κατηγορία από 50 – 249 συνέδρους.

Ακολουθεί η κατηγορία από 250 – 499 συνέδρους (με ποσοστό 27%), η κατηγορία 500 – 999 συνέδρους (ποσοστό 18%), ενώ, από ποσοστό 11% καταλαμβάνουν οι κατηγορίες 1000 – 1999 ατόμων και άνω των 2.000 ατόμων.

Σχετικά με τις κατηγορίες τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων που προτιμούν οι διοργανωτές συνεδρίων για την πραγματοποίηση εταιρικών συναντήσεων και συνεδριάσεων, το ICCA, σημειώνει πως σε ποσοστό 69% προτιμούνται τα ξενοδοχεία πόλης, σε ποσοστό 34% τα διάφορα γραφεία, σε ποσοστό 32% τα συνεδριακά κέντρα, σε ποσοστό 31% τα περιφερειακά ξενοδοχεία, σε ποσοστό επίσης 31% τα θέρετρα, σε ποσοστό 21% οι ειδικής μορφής εγκαταστάσεις, σε ποσοστό 8% τα σκάφη, ενώ ποσοστό 6% καταλαμβάνουν άλλες – γενικά – κατηγορίες εγκαταστάσεων.

## **ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑ ΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ – ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ**

«Η παρέμβαση της πολιτείας θα πρέπει να είναι από δύο πλευρές. Αφενός από την πλευρά της προσφοράς, αφετέρου από την πλευρά της ζήτησης.

Σε ό,τι αφορά την προσφορά: Για να καταστεί ένας προορισμός συνεδριακός / εκθεσιακός θα πρέπει να υπάρχουν σημαντικές συνεδριακές



υποδομές. Οι ανταγωνιστικοί προορισμοί διαθέτουν σημαντικά συνεδριακά κέντρα (αποκλειστικά): Ισπανία 46, Τουρκία 6, Πορτογαλία 44, Κύπρος 2, ενώ στην Ελλάδα 9. Με αναγωγή ανά εκατομμύριο αφίξεων και αναλογικά με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς, η Ελλάδα έπρεπε να έχει σήμερα: 15 αυτόνομα συνεδριακά κέντρα. Αυτός είναι και ο στόχος που ο ΣΕΤΕ έως το 2010. Για να πραγματοποιηθούν, βέβαια, οι επενδύσεις αυτές καθώς και οι απαραίτητες για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς μας, χρειάζεται ένα ξεκάθαρο, σταθερό και ελκυστικό θεσμικό επενδυτικό πλαίσιο, προσαρμοσμένο στις συνθήκες της αγοράς.

Σε ό,τι αφορά τη ζήτηση: Η προβολή του τουριστικού προϊόντος «συνεδριακός / εκθεσιακός τουρισμός» θα πρέπει να γίνεται στο πλαίσιο της εθνικής προβολής και προπάντων με συνέπεια, συνέχεια και οργάνωση. Φυσικά η επιτυχία των ανωτέρω προϋποθέτει τη στενή συνεργασία δημοσίου – ιδιωτικού τομέα, την οποία το ΣΕΤΕ επιθυμεί και υποστηρίζει».

«Οι τουριστικοί επιχειρηματίες πρέπει να μεταφέρουν την επιχειρηματική άποψη στη διαμόρφωση της τουριστικής προβολής της χώρας, να συμβάλλουν στην ανάπτυξη ποιοτικών υποδομών μέσα από τις επενδύσεις τους και να διασφαλίζουν την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Ρόλος των ιδιωτών δεν είναι να προβάλλουν μόνοι τους το τουριστικό προϊόν «Συνεδριακός / εκθεσιακός τουρισμός», αν και λόγω της απουσίας εθνικής προβολής σε πολλές περιπτώσεις επενδύουν προς την κατεύθυνση αυτή για να στηρίξουν τη λειτουργία των ίδιων των επιχειρήσεών τους με μεγάλο αναλογικά κόστος.

Στο πλαίσιο του εμπλουτισμού και της αναβάθμισης του συνεδριακού / εκθεσιακού προϊόντος, είναι γνωστό ότι οι Ελληνικές Τουριστικές Επιχειρήσεις έχουν προβεί τα τελευταία χρόνια σε σημαντικές επενδύσεις, όμως παράλληλα πρέπει να διασφαλιστεί σημαντική αύξηση της ζήτησης και ειδικότερα των μεριδίων αγοράς ώστε να είναι αφενός βιώσιμες και αποδοτικές, αφετέρου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητά τους».

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εξαιτίας των προβλημάτων και των αδυναμιών στη αποτελεσματική αξιολόγηση των πόρων τα έργα και τις λοιπές παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά κοινοτικά πλαίσια στήριξης, εξοπλίζεται σιγά σιγά η χώρα με σύγχρονη υποδομή και βλέπουμε την προσπάθεια για την βελτίωση της εικόνας αυτής. Με τον τρόπο αυτό ικανοποιείται σταδιακά η πιο από τη βασική από τη πλευρά του δημοσίου, προϋπόθεση για την εξυπηρέτηση των αναγκών των συνεδριακών επισκεπτών και ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Πρέπει λοιπόν να λάβουμε σοβαρά υπόψη μας ότι ο συνεδριακός τουρισμός καθώς και η οργάνωση ενός συνεδρίου μπορεί να είναι ένας καρπός από το χρυσοφόρο δέντρο των εσπερίδων που χρειάζεται εντατική καλλιέργεια του εδάφους του, δηλαδή υποδομή. Η Ελλάδα πληρεί όλες τις προϋποθέσεις για να λάβει τμήμα της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς. Σε όλα αυτά θα βοηθήσει και η σωστή διαφημιστική καμπάνια στην Ελλάδα.

Παράλληλα με την καταλυτική συνεργασία των αερομεταφορών. Οι αερομεταφορές παρ' όλο που κοστίζουν ακριβά συγκριτικά με τα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς αποτελούν τον κύριο μετακίνησης των συνέδρων, με μέγιστη χρήση των πτήσεων charter (= μισθωμένες πτήσεις κλειστού κύκλου περιήγησης με χαμηλό ναύλο). Η μεταφορά αποτελεί το κύριο συστατικό του τουριστικού προϊόντος που να ερμηνευθεί στην ευρεία του κατάσταση, ο επισκέπτης – σύνεδρος ξοδεύει όχι μόνο στον τόπο προορισμού αλλά επίσης και καθ' οδών προς και από τον τόπο προορισμού.

Στον τόπο προορισμού, οι «εξαρτώμενοι» επισκέπτες χρησιμοποιούν ταξί, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, εγχώρια αεροπλάνα, τρένα, καράβια και πιθανώς προγραμματισμένες υπηρεσίες πούλμαν. Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την κάθε μορφή δαπάνης του τουρίστα – συνέδρου για να επεξηγήσουμε την σημασία της μεταφοράς σαν ένα στοιχείο του προϊόντος.

Υπάρχουν και συνεχώς αυξάνονται, τα παραδείγματα μεταφοράς, τόσο από μια χώρα σε άλλη και στην ίδια πόλη, που γίνονται ένα ελκυστικό προϊόν.

Πραγματικά τα βήματα που ήδη γίνονται από το ευρύ φάσμα των τουριστικών επιχειρήσεων στη χώρα μας δίνουν ένα αισιόδοξο μήνυμα για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού σε συνδυασμό με τις αερομεταφορές στην Ελλάδα.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:**

### **Ελληνική Βιβλιογραφία:**

**Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΛΟΥΚΗ Α. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ  
Αθήνα 2002**

**ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ, ΣΠΗΛΙΩΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, Δ. ΛΑΛΟΥΜΗΣ & Β. ΡΟΥΠΑΣ**

**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ Ι.Τ.Ε.Π. 1998 -  
2005**

**ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ, Υ.Π.Α. (ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ  
ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ)**

**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΚΩΣΤΑ Ν. ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, Αθήνα 1992**

### **ΞΕΝΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

**Airlines Worldwide, B.I. Hengi**

**Tourist Bussines, Thomson, KINDMAN 1998**

**Meeting Couventions of Iuceutive Travel, Melen Adam and Associates  
1989**

**How to Developer and Promote Succeslul Seminans and Workshops,  
Jom Wiley, USA 1990**

**Marketing peril turismo, SARIN S.P.A. ROME 1987**

**Πηγές από τα διαδίκτυο**

**[www.synedrio.gr](http://www.synedrio.gr)**

**[www.iata.org](http://www.iata.org)**

**[www.wttc.org](http://www.wttc.org)**

**[www.worldtourism.org](http://www.worldtourism.org)**

**[www.tbr.org](http://www.tbr.org)**

**[www.tia.org](http://www.tia.org)**