

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

111
21
22/04/04



Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ ΚΑΙ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:

Κος ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΤΗΛΙΓΑΔΑ ΑΘΑΝΑΣΙΑ

ΦΙΛΙΠΠΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ

ΠΑΤΡΑ 2004



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ορισμός.....	5
Μεγέθη συνεδριακών κέντρων.....	5
Ορολογία των συνεδριακών εκδηλώσεων	5
- Συνέδρια	5
- Διασκέψεις – Συνδιασκέψεις	6
- Συσκέψεις.....	6
- Συνελεύσεις.....	6
- Διαλέξεις, ομιλίες.....	6
- Ημερίδες.....	7
- Φόρουμ.....	7
- Συμπόσια	7
- Σεμινάρια.....	7
- Συναντήσεις	8
Ο Συνεδριακός Τουρισμός.....	8
Οι Σύζυγοι των Συνέδρων.....	9
Επιλογή χρόνου, όγκου και είδους συνεδρίου	9
Καταλληλότητα χρόνου.....	10
Μορφές συνεδρίασης με παρακείμενα ξενοδοχεία και συνεδριακά Κέντρα	11
Καταλληλότητα τόπου.....	11
Δυνατότητες που αφορούν την τοποθεσία του ξενοδοχείου	13
Συνεδριακός Τουρισμός.....	14
Οι φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων.....	19
- Φορείς μη επιχειρηματικού χαρακτήρα	19
- Φορείς επιχειρηματικού χαρακτήρα	20
Διακρίσεις συνεδρίων με βάση τους φορείς που τα οργανώνουν	20
- Επιστημονικά συνέδρια.....	20
- Εμπορικά συνέδρια	22
- Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου.....	22
- Συνέδρια διεθνών οργανισμών.....	23
- Συσκέψεις.....	23

- Σεμινάρια.....	23
Ιθύνοντες (εντεταλμενοι) – Οργανωτές – Σύεδροι.....	24
Οφέλη που αποκομίζει ο χώρος υποδοχής του συνεδριακού Τουρισμού.....	26
Ποιοι και πώς χρηματοδοτούν συνέδρια στην χώρα μας.....	27
Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα και στην Πελοπόννησο.....	27
- Προτάσεις.....	29
- Οφέλη.....	31
Χαρακτηριστικά στοιχεία των ξενοδοχείων ως κέντρων οργάνωσης Συνεδρίων.....	31
Οι συνεδριακοί χώροι, ο εξοπλισμός τους και το ανθρώπινο δυναμικό.....	32
- Χώροι που σχετίζονται με το συνέδριο.....	32
Προδιαγραφές ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων και εξοπλισμού.....	35
- Θάλαμοι μεταφραστών.....	35
- Ηχομόνωση – Ηχοπροστασία.....	35
- Ακουστική.....	36
- Χρόνος αντήχησης.....	36
- Διάχυση.....	37
- Ηλεκτρακουστικό σύστημα.....	37
Οπτικοακουστικός εξοπλισμός.....	37
- Ηχητικά συστήματα.....	38
- Φωτισμός.....	38
- Οθόνες προβολής.....	39
- Μηχανήματα προβολής slides.....	39
- Κινηματογραφικές μηχανές προβολής.....	39
- Επιδιασκόπιο.....	39
- View graph.....	39
Έπιπλα.....	40
Καθίσματα.....	40
Τραπέζια.....	43
Τύποι διάταξης τραπεζιών.....	43
- Πέταλο.....	43
- Ο τύπος του κλειστού Π.....	44
- Ο τύπος του κλειστού πετάλου.....	44

- Ο τύπος Τ	44
- Ο τύπος Ε	45
- Ο τύπος Ι	45
Το προσωπικό του συνεδρίου	45
Ο διευθυντής εξυπηρέτησης συνεδρίων	47
Πυρασφάλεια	49
Γραμματεία	50
Ασφάλεια χώρων	52
Προσφορές και υπηρεσίες του ξενοδοχείου προς τους συνέδρους	53
- Στέγαση	54
- Συνεδριακοί χώροι	54
- Αίθουσες για εκθέσεις	55
- Πρόσθετη υλικοτεχνική υποδομή	55
- Επισιτιστικές υπηρεσίες	56
Οι λειτουργικές διαδικασίες προετοιμασίας και διεξαγωγής συνεδρίων	58
Σειρά εργασιών για πραγματοποίηση συνεδρίων	58
Τρόποι, έλεγχος και κατάλογος κρατήσεων δωματίων	60
- Με ευθύνη του οργανωτή	60
- Με ευθύνη του ξενοδοχείου	60
- Έλεγχος των κρατήσεων δωματίων	61
- Κατάλογος συνέδρων	62
Συστήματα κρατήσεων	62
- Ταχυδρομικές επιστολές	62
- Λίστες δωματίων	63
- Κρατήσεις μέσω ταξιδιωτικού γραφείου	65
Λειτουργίες σε σχέση με τα δωμάτια	67
V.I.P.'s	67
Τιμές δωματίων	67
Λειτουργίες σε σχέση με τα ποτά	70
- Ανοικτό μπαρ	70
- Μπαρ τοις μετρητοίς	70
Υπηρεσίες διατροφής	71
Check in/ Check out	72
Προσυνεδριακή συνάντηση	76

Specification sheet.....	76
Funntion sheet.....	77
Τιμολόγηση συνεδρίου.....	78
Χρεώσεις συνεδριακών χώρων.....	79
Προβλήματα κατά την χρησιμοποίηση των συνεδριακών χώρων.....	82
Καθαρισμός των συνεδριακών χώρων.....	84
Αξιολόγηση της διεξαγωγής του συνεδρίου.....	84
- Αξιολόγηση κατά μονάδα.....	84
- Κριτική από τον πελάτη.....	86
Διαφήμιση μέσω των Media.....	86
Ο ρόλος της διαφήμισης.....	86
- Αποτελεσματική διαφήμιση.....	87
- Σχεδιασμός διαφήμισης.....	88
Φυλλάδια συνεδριακών κέντρων.....	89
Συγκρατημένη αισιοδοξία.....	91
Πελοπόννησος.....	94
- Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία – Ολυμπίας.....	94
- Συνεδριακό Κέντρο Αχάϊα Clauss – Πάτρα.....	105
Καλαμάτα.....	108
Κέρκυρα.....	110
Πηγές.....	113

ΟΡΙΣΜΟΣ

Συνεδριακά κέντρα είναι: στεγασμένοι χώροι συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτουν τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μικτών εκδηλώσεων, δηλαδή συνεδριακών και συναφών πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή/και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

ΜΕΓΕΘΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ

Από πλευράς μεγέθους, τα ΣΚ διακρίνονται σε 3 κατηγορίες, με κριτήριο τον αριθμό συνέδρων (Α/Σ), που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα (και όχι αθροιστικά στο σύνολο των συμπληρωματικών αιθουσών), ως ακολούθως:

- 1) Σ.Κ. μικρού μεγέθους 200-500 συνέδρων.
- 2) Σ.Κ. μεσαίου μεγέθους 501-1200 συνέδρων.
- 3) Σ.Κ. μεγάλου μεγέθους 1201-3000 συνέδρων.

Ο αριθμός των συνέδρων που δέχεται η κύρια συνεδριακή αίθουσα προκύπτει από τη σχέση «καθαρή επιφάνεια αίθουσας» προς $1,20\mu^2$

(Διευκρινίζεται ότι) Σ.Κ. δυναμικότητας άνω των 3000 ατόμων δεν είναι δυνατόν να υπαχθούν στο Ν. 1892/90.

ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Συνέδρια:

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

Το θέμα του συνεδρίου εξαρτάται από την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο κ.λ.π.

Η κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων σχετίζεται με το φορέα, υπό την ευθύνη του οποίου συνέρχονται.

Τα περισσότερα συνέδρια, πραγματοποιούνται σε τακτική βάση συνήθως ετήσια. Αποτελούνται τις περισσότερες φορές, σε ότι αφορά τη διεξαγωγή τους, από το κυρίως συνέδριο το οποίο συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι και από άλλα μικρότερα συνεδριακά τμήματα, δευτερεύοντα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου.

Για το κυρίως συνέδριο, απαιτείται μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο ανάλογου του αριθμού των συνέδρων. Για τις δευτερεύουσες συνεδριάσεις απαιτούνται μικρότεροι χώροι, όσοι και ο αριθμός των επιτρόπων.

Διασκέψεις – Συνδιασκέψεις:

Οι όροι αυτοί είναι συνώνυμοι μεταξύ τους και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις σε μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί την συμμετοχή των ατόμων σε αυτό. Ισχύουν και εδώ όσα αναφέρθηκαν για το συνέδριο.

Συσκέψεις:

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές ως συσκέψεις στρογγυλής τράπεζας. Ο όρος αυτός συνιστά ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα. Με την καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν, σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό σώμα ή εκτελεστικό

Συνελεύσεις:

Έχει επικρατήσει ο όρος αυτός κυρίως για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας, μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της Διοίκησής της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.

Διαλέξεις – Ομιλίες:

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που χαρακτηρίζεται ειδήμων στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την αναλυτική παρουσίασή της. Μπορεί να αφορά θέμα γενικού ενδιαφέροντος ή

ειδικούς, όπως επίσης και να ακολουθεί η όχι συζήτηση στο τέλος. Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει.

Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη και λιγότερη επισημότητα.

Ημερίδες:

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις.

Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά, συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, ημερήσιας διάρκειας.

Φόρουμ (Forum):

Ο όρος αυτός περιγράφει συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικός γνώρισμά τους είναι ότι ακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο. Ο συντονιστής της όλης διαδικασίας ομαδοποιεί θέσεις, απόψεις και προβλήματα και οδηγεί ανάλογα τη διαδικασία. Οι συμμετέχοντες συνήθως κάθονται σε διατάξεις τραπεζιών ή εδράνων και σπανιότερα σε διατάξεις μόνο καθισμάτων.

Συμπόσια:

Ο όρος αυτός δεν υποδηλώνει ένα πλούσιο και επίσημο γεύμα ή δείπνο. Αφορά "πνευματική τροφή" που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο από ότι στο φόρουμ. Το συμπόσιο είναι σχεδόν συνώνυμο με το φόρουμ.

Σεμινάρια:

Στο ευρύ κοινό είναι γνωστή μόνο μια πλευρά αυτού του όρου: αυτή που συνδέεται με τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας – άσχετα αν χρησιμοποιούνται σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και βοηθήματα – και στόχο έχει την συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο, ο όρος αυτός καθορίζει το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας η οποία έχει τα χαρακτηριστικά του συμποσίου και του φόρουμ. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός. Αντίθετα, ο αντίστοιχος αριθμός σε συμπόσια ή φόρουμ είναι μεγαλύτερος.

Συναντήσεις (Meetings):

Έχει καθιερωθεί σαν όρος και στη γλώσσα μας. Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου.

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός διακρίνεται από:

- Την διάρκεια των συνεδρίων:

Σύμφωνα με μια εκτεταμένη έρευνα, η πλειονότητα των συνεδρίων έχει διάρκεια 4-5 ημέρες. Το 37,7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 ημέρες, ενώ το 19,8% 6-8 ημέρες.

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του, αξιοποιώντας και το Σαββατοκύριακο. Κάτι τέτοιο φυσικά, αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και την τελική τουριστική του δαπάνη.

- Το μέγεθος των συνεδρίων:

Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθος του εξαρτάται από πολλούς παραμέτρους. Το μέγεθος του φορέα υπό την ευθύνη του οποίου πραγματοποιείται, προδικάζει σε κάποιο βαθμό το μέγεθος του συνεδρίου, όχι όμως καθοριστικά.

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

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

Πιο αναλυτικά:

Το 35,9% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 100 άτομα.

Το 29,1% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 101-250 άτομα.

Το 16,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 251-500 άτομα.

Το 9,6% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 501-1000 άτομα.

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

Το 2,8% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 2500 άτομα.

ΟΙ ΣΥΖΥΓΟΙ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΩΝ

Τα συνέδρια αποτελούν ιδανικές 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 πραγματοποιηθεί έχουν, με διαφορετικό φυσικά σκεπτικό, κοινό στόχο την προσέλκυση των συνοδών. Οι συνοδοί των συνέδρων έχοντας περισσότερο χρόνο στη διάθεσή τους πραγματοποιούν πολλά τουριστικά έξοδα που αφορούν κυρίως τις οργανωμένες εκδρομές, τις αγορές, τις επισκέψεις σε εκθέσεις ή μουσεία και γενικότερα κάνοντας χρήση υπηρεσιών εκτός από αυτές που παρέχουν τα ξενοδοχεία.

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

ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΡΟΝΟΥ, ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΟΥΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Εφόσον για το ξενοδοχείο η συνεδριακή του πολιτεία, αποτελεί ένα συμπλήρωμα και όχι τη βασική πελατεία του, τότε η καταγραφή θα πρέπει να αφορά τις διαθέσιμες κλίνες του για κάθε εβδομάδα, μήνα ή ημέρα του έτους. Η διάθεση όλων των κλινών του ξενοδοχείου για ένα συνέδριο που θα προκαλέσει προβλήματα στην υποδοχή της βασικής της πελατείας, θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με ιδιαίτερη προσοχή. Πρέπει να κάνει σωστές εκτιμήσεις –

με μικρή απόκλιση – για το πότε και σε ποιο βαθμό είναι διαθέσιμο το ξενοδοχείο για την συνεδριακή του πελατεία.

Τα μεγάλα συνέδρια συνήθως “κλείνονται” πριν από την ετήσια υπογραφή συμβολαίων του ξενοδοχείου με τα τουριστικά γραφεία και τους “tours operators”.

Για τα μικρότερα, συνέδρια που “κλείνονται” σε σχετικά κοντινές με τη διεξαγωγή τους ημερομηνίες, η αντιμετώπισή τους είναι γρήγορη και πιο αποτελεσματική διότι οι κρατήσεις που αφορούν τη βασική πελατεία του ξενοδοχείου, έχουν ήδη γίνει.

Στο σημείο αυτό, έχει ολοκληρωθεί η καταγραφή των δυνατοτήτων της μονάδας για τη φιλοξενία συνεδρίων. Ο ξενοδόχος γνωρίζει για ποια συνέδρια το προϊόν του είναι κατάλληλο, γνωρίζει τι μπορεί και τι δεν μπορεί να προσφέρει, γνωρίζει για πόσους και για ποιους μπορεί να καλύψει τις ανάγκες και επιθυμίες.

ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑ ΧΡΟΝΟΥ

Οι φορείς υπό την ευθύνη των οποίων πραγματοποιείται το συνέδριο, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους το χρόνο διεξαγωγής του. Η επιλογή γίνεται με βασικό κριτήριο την προσέλκυση του μεγαλύτερου αριθμού συνέδρων. Για το λόγο αυτό, γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στον τόπο επιλογής και του βαθμού της επαγγελματικής απασχόλησης των συνέδρων του φορέα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Ενώ ο Σεπτέμβριος και ο Μάιος είναι οι μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια, αντίθετα ο Ιανουάριος εμφανίζει τη μικρότερη συχνότητα συνεδρίων (προφανώς λόγω της εορταστικής ατμόσφαιρας των ημερών και των διακοπών που τις συνοδεύουν).

Η επιλογή θερινών μηνών για διεξαγωγή, αφορά προορισμούς που δεν έχουν ιδιαίτερα ζεστό κλίμα και προσφέρουν παράλληλα με το συνέδριο και ολιγοήμερες διακοπές.

Έτσι, γνωρίζει το μέγεθος και το είδος των συνεδρίων που βασικά μπορεί να φιλοξενήσει. Παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα τις επιλογές του

είναι η υπάρχουσα υποδομή της μονάδας και η υπάρχουσα συνεδριακή υλικοτεχνική υποδομή.

Επίσης, έμμεσα επηρεάζουν και οι γειτονικές του ξενοδοχειακές μονάδες. Αυτές, ενώ σε πολλές περιπτώσεις λειτουργούν ανταγωνιστικά σε κάποιες περιπτώσεις μπορούν να συνεργαστούν τόσο συμπληρώνοντας όσο και συνδυάζοντας προσφορές και υπηρεσίες.

Με αυτή την έννοια, η συγκεκριμένη μονάδα μπορεί να αυξήσει τις δυνατότητές της και έτσι να θέσει μεγαλύτερους στόχους.

ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΠΑΡΑΚΕΙΜΕΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Αυτή η συνεργασία μπορεί να γίνει μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις και για μεγάλα μεγέθη συνεδρίων, όταν μόνη της η μονάδα δεν μπορεί να ανταπεξέλθει, είτε λόγω διαθεσιμότητας των εγκαταστάσεών της, είτε λόγω πάγιας αδυναμίας της για τέτοια μεγέθη.

Μορφές μιας τέτοιας συνεργασίας είναι:

- Χρήση των εγκαταστάσεων αυτόνομου συνεδριακού κέντρου ή μεγάλης συνεδριακής αίθουσας στην πόλη.
- Χρήση του συνεδριακού χώρου γειτονικού ξενοδοχείου. Αυτό μπορεί να λειτουργήσει και αντίστροφα.

ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑ ΤΟΠΟΥ

Παρακάτω αναφέρονται τα κριτήρια εκείνα, που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων.

- 1) Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής είναι το σημαντικότερο κριτήριο από την πλευρά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.

- 2) Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης των συνέδρων.
- 3) Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά, η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον καθορίζει η διάρκεια του συνεδρίου.
- 4) Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης που περιέχεται στο συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου. Όπως ψυχαγωγικές εκδηλώσεις κ.λ.π.
- 5) Η γενικότερη εικόνα που προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων: πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα κ.λ.π.
- 6) Και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

Η Ευρώπη σαν ήπειρος διεξαγωγής συνεδρίων, δέχεται το 60,5% του ολικού αριθμού, η Βόρειος Αμερική το 15%, η Ασία το 12,5%, η Νότιος Αμερική το 5,4%, η Αφρική το 4,4% και η Αυστραλία το 2,2%.

Στην Ευρώπη, οι πόλεις που δέχονται τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, στις Ηνωμένες Πολιτείες η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη. Η περίπτωση του Ελσίνκι είναι αξιομνημόνευτη γιατί λαμβάνει και αυτή ένα σταθερό μερίδιο από το συνεδριακό τουρισμό. Και είναι αξιομνημόνευτη η περίπτωση της γιατί βρίσκεται στο τελευταίο βορειοανατολικό σημείο του Ευρωπαϊκού Βορρά, είναι μια από τις ακριβές πρωτεύουσες της Ευρώπης και έχει παρατεταμένο βαρύ χειμώνα και μικρό καλοκαίρι.

Πολλά διεθνή συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη, γιατί ισχύει μια εκ περιτροπής επιλογή μεταξύ των κάθε φορά υποψηφίων χωρών. Όταν υπάρχουν χορηγοί είναι φυσικό να προσπαθούν να επηρεάσουν, για την διεξαγωγή τους, υποψηφιότητες χωρών ή πόλεων στις οποίες επικεντρώνονται οι δραστηριότητές τους.

Εθνικοί φορείς, όταν πραγματοποιούν συνέδρια με διεθνή συμμετοχή, είναι αυτονόητο πως επιλέγουν τόπο διεξαγωγής μέσα στα Εθνικά τους όρια.

Η επιλογή του ξενοδοχείου ακολουθεί. Αφού, δηλαδή, έγινε η επιλογή της χώρας και της πόλης που θα διεξαχθεί το συνέδριο. Τότε, δηλαδή,

ξεκινάει ο ανταγωνισμός σε επίπεδο ξενοδοχείου. Αρκετές φορές, όμως, οι ξενοδοχειακές μονάδες, έχουν θέση υποψηφιότητα στο αρχικό στάδιο της επιλογής. Αυτό συμβαίνει, γιατί το ξενοδοχείο με τις συνεδριακές του δυνατότητες βαραίνει σημαντικά στην απόφαση της επιλογής της χώρας ή και της πόλης, με δεδομένο ότι αποτελεί μέρος της όλης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής της.

Τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Πρέπει να γίνουν γνωστά:

- α) Η διάρκεια της μεταφοράς και η δαπάνη της ως το αεροδρόμιο, το σιδηροδρομικό σταθμό της πόλης διεξαγωγής του συνεδρίου.
- β) Η απόσταση και η εκτίμηση της διάρκειας του ίδιου ταξιδιού με αυτοκίνητο.
- γ) Η χρονοαπόσταση της μεταφοράς και η δαπάνη της από το αεροδρόμιο, το σιδηροδρομικό σταθμό ή το λιμάνι μέχρι το ξενοδοχείο.
- δ) Οι δυνατότητες προσπέλασης και αντίστοιχα η δαπάνη τους από τις κύριες μεγάλες πόλεις της χώρας, για την περίπτωση των εθνικών συνεδρίων, με αυτοκίνητο, με σιδηρόδρομο, με αεροπλάνο ενδεχόμενα και με πλοίο.

Οι μονάδες που απέχουν πολύ από τα σημεία άφιξης των συνέδρων (αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί), βρίσκονται σε μειονεκτική θέση έναντι των ανταγωνιστών τους.

Τα απομονωμένα ξενοδοχεία έχουν μικρότερες πιθανότητες επιλογής απ' ό,τι τα ξενοδοχεία που βρίσκονται στο κέντρο της πόλης.

Τα πολυτελή ξενοδοχεία στα προάστια των πόλεων δεν είναι ελκυστικά για τους τουρίστες που επισκέπτονται τις πόλεις για πολιτιστικούς λόγους, ούτε για τους ταξιδιώτες επαγγελματίες.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στη χώρα μας, συνέδρια επιστημονικών φορέων έχουν τη δυνατότητα, κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, να επιχορηγούνται από το Υπουργείο Πολιτισμού. Με βάση τα συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια, προκύπτει ότι τα ιατρικά συνέδρια είναι μεγαλύτερα από άποψη όγκου συμμετοχής, έχουν τον υψηλότερο βαθμό συμμετοχής ξένων συνέδρων και την τελευταία τριετία είναι αυτά που δι εξάγονται με την μεγαλύτερη συχνότητα. Ακολουθούν αυτά των ανθρωπιστικών, κοινωνικοπολιτικών και θετικών επιστημών, στην συνέχεια εμφανίζονται τα τεχνολογικά και τέλος αυτά της νομικής επιστήμης.

Ταξινόμηση συνεδρίων κατά κατηγορία και αριθμό συνέδρων περιόδου 1981-1987.

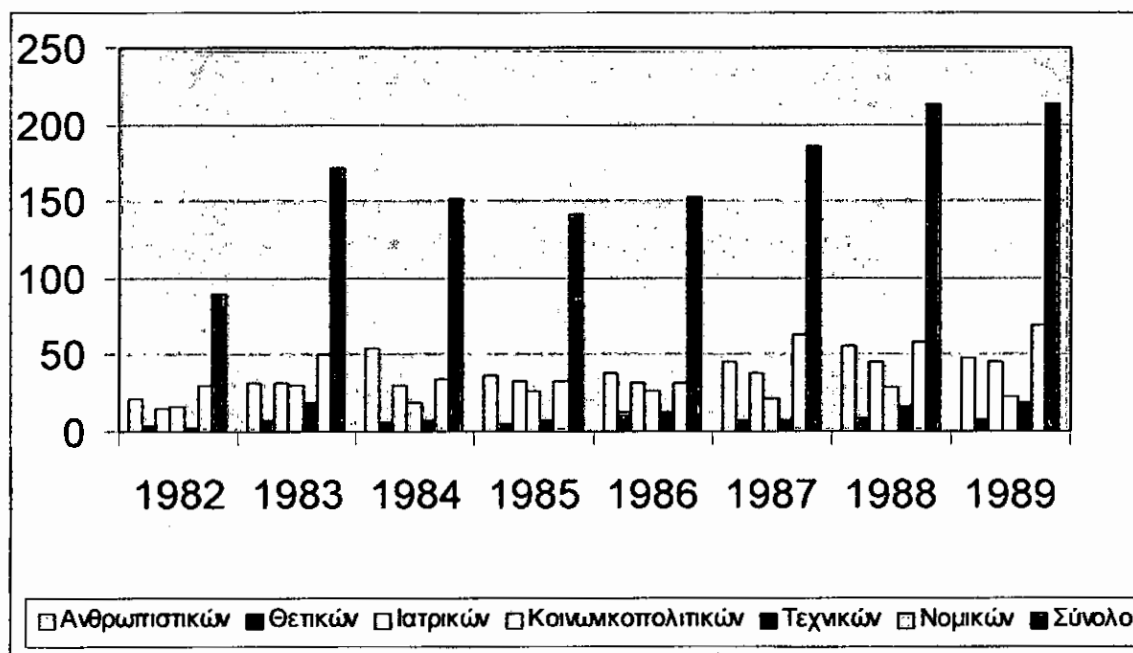
Κατηγορία Συνεδρίων	Αριθμό συνεδρίων	Ποσοστό %	Έλληνες σύνεδροι	Ποσοστό %	Ξένοι σύνεδροι	Ποσοστό %
Ανθρωπιστικών	271	27,1	39,95	17,7	11,62	17,1
Θετικών	150	15	25,6	11,3	11,58	17,1
Ιατρικών	278	27,8	108,5	48,2	26,47	39,1
Κοινωνικοπολιτικών	186	18,6	35,44	15,7	7,65	11,3
Τεχνικών	68	6,8	10,68	4,7	7,33	10,8
Νομικών	45	4,5	4,6	2	2,96	4,3
Σύνολο	998	100	224,76	100	67,61	100

Σημείωση:

- 1) Ο αριθμός των συνεδρίων αφορά συνολικά και τα Πανελλήνια – Τοπικά και τα Διεθνή Συνέδρια.
- 2) Στα Πανελλήνια – Τοπικά δεν διευκρινίζεται τυχόν συμμετοχή ξένων προσκεκλημένων.
- 3) Δεν αφορούν τα παραπάνω μεγέθη όλα τα συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν. Αφορούν εκείνα μόνο που χρηματοδοτήθηκαν από το Υπουργείο Πολιτισμού και της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, υπάρχουν τουλάχιστον 5-6 άλλοι φορείς που έχουν δυνατότητα χρηματοδότησης συνεδρίων.

Κύκλος συνεδρίων 1982-1989 στην Ελλάδα

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Ανθρωπιστικών	22	32	54	37	38	46	55	48
Θετικών	4	8	6	5	13	8	9	8
Ιατρικών	15	32	30	33	31	38	46	45
Κοινωνικοπολιτικών	17	30	19	26	27	22	29	23
Τεχνικών	2	19	8	8	13	8	16	19
Νομικών	30	51	34	33	31	63	58	70
Σύνολο	90	172	151	142	153	185	213	213



Από την άλλη όχθη, απομένει ο ιδιωτικός τομέας που τον αποτελούν η Helipro-ΔΕΘ Α.Ε., γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία, γραφεία δημοσίων σχέσεων και όσοι οργανώνουν συνέδρια.

Σημαντικά, λοιπόν, η παρουσία στο χώρο των οργανωτών συνεδρίων, της Helipro-ΔΕΘ Α.Ε., Μέλος τη Ένωσης Διεθνών Εκθέσεων (V.F.I.), της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνεδριουπόλεων (E.F.C.T.), της Εθνικής Ένωσης Διοικητικών Στελεχών Εκθέσεων (N.A.E.M.), της Διεθνούς Ένωσης Συνεδρίων και Διασκέψεων (I.C.C.A.), της Διεθνούς Έκθεσης Γραφείων Συνεδρίων και Επισκεπτών (LACUB) και της Διεθνούς Ομοσπονδίας

Φεστιβαλικών Οργανώσεων (FIDOF), έχει να επιδείξει την εξής συνεδριακή δραστηριότητα για τα έτη 1989 και 1990.

1989		1990	
Πραγματοποιηθέντα συνέδρια	229	Πραγματοποιηθέντα συνέδρια: α) Διεθνή 21 β) Πανελλήνια 97 γ) Περιφερειακά 81 δ) Διάφορες εκδηλώσεις 5	204
Πλήθος συνέδρων	36191	Πλήθος συνέδρων	40000
Συνεδριακές ημέρες	177	Συνεδριακές ημέρες	203
Έσοδα από τις εκδηλώσεις αυτές	17892895	-	-

Ακόμα, στα πλαίσια της συνεδριακής πολιτικής της Helexpo-ΔΕΘ Α.Ε., αναφέρονται και η διαμόρφωση εθνικής συνεδριακής πολιτικής και η δημιουργία εθνικού φορέα συνεδρίων. Πολιτική που παίρνει συγκεκριμένη εκδήλωση στην προοπτική δημιουργίας του νέου μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου Πολλαπλών Χρήσεων.

Ένας άλλος σημαντικός φορέας προβολής της συνεδριακής Ελλάδας, είναι τα ελληνικά γραφεία οργάνωσης Συνεδρίων που εδρεύουν στο εξωτερικό. Ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση του γραφείου Grecian – Cypriana Meeting & Incentive Travel.

Τα συνέδρια αποτελούν ένα πολύ σημαντικό τμήμα διεθνούς επιχειρηματικού τουρισμού. Περίπου ο ένας στους πέντε τουρίστες που ταξιδεύουν για επιχειρηματικούς λόγους (1-2% της διεθνούς τουριστικής κίνησης), παίρνει μέρος σε κάποιο συνέδριο πολυεθνικής ανώνυμης εταιρείας ή κάποιου άλλου οργανισμού.

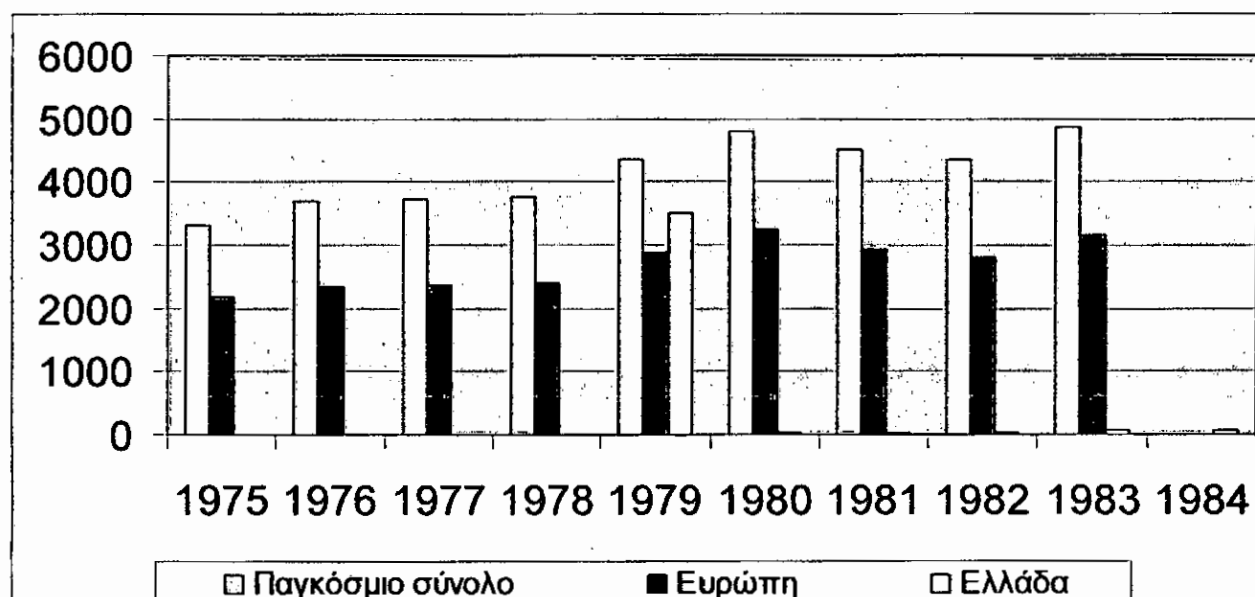
Όσον αφορά τον εσωτερικό συνεδριακό τουρισμό, οι αριθμοί φαίνονται να είναι πολύ υψηλότεροι αν και ακριβείς μετρήσεις είναι δυσκολότερες. Ας σημειωθεί ότι αυτό το είδος συνεδριακού τουρισμού αποτελεί χαρακτηριστικό του επιχειρηματικού τουρισμού των ανεπτυγμένων κρατών.

Στις Η.Π.Α., υπολογίστηκε ότι περίπου 850.000 συνέδρια έγιναν εκείνο το χρόνο, ενώ η Βρετανική εσωτερική συνεδριακή αγορά υπολογίζεται να είναι μεταξύ 8 και 12% του όλου μεγέθους του επιχειρηματικού τουρισμού.

Παρατηρώντας τον πίνακα που ακολουθεί, συμπεραίνεται ότι η Ευρώπη είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός της δραστηριότητας των διεθνών συνεδρίων διαφόρων οργανισμών, φιλοξενώντας περισσότερο από το 65% του γενικού συνόλου, κάθε χρόνο.

Διεθνείς συγκεντρώσεις μη κρατικών οργανισμών (1975-1984)

	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Παγκόσμιο σύνολο	3320	3699	3737	3763	4345	4812	4528	4353	4864	-
Ευρώπη	2166	2327	2376	2392	2884	3254	2931	2814	3147	-
Ποσοστό (7)	65,00	63,00	64,00	64,00	66,00	68,00	61,00	65,00	65,00	-
Ελλάδα	-	-	-	-	3500	37,00	41,00	42,00	57,00	74,00
Ποσοστό (%)	-	-	-	-	0,8	0,8	0,9	1,00	1,2	-



Υπολογίζεται ότι το 1983, αυτού του είδους η συνεδριακή αγορά έδειξε αύξηση 11,7% σε σύγκριση με το προηγούμενο χρόνο, με την Ευρώπη πάλι να παίρνει τη μερίδα του λέοντος. Μολονότι δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία,

για τα χρόνια 1984-1985, η πρόσφατη διεθνής οικονομική ανάκαμψη πιθανόν να σημαίνει άνοδο στον αριθμό των συνεδρίων αυτού του είδους.

Η Ελλάδα, όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, φιλοξενεί σχετικά μικρό αριθμό τέτοιων συνεδρίων, αλλά δείχνει μια σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια.

Αν και η ευρωπαϊκή υπεροχή στο συνεδριακό χώρο είναι αναμφισβήτητη, οι Η.Π.Α. οργάνωσαν περισσότερα συνέδρια διεθνών οργανισμών, πάνω από 500 το 1983. Μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών, τον ίδιο χρόνο, η Γαλλία προηγείτο με 496, ακολουθούμενη από τη Βρετανία με 460, την (τέως) Δ. Γερμανία με 287 και την Ιταλία με 245

Κατά μέσο όρο, το μέγεθος αυτού του είδους συνεδρίων, είναι να μην είναι μεγάλο. Βάσει στοιχείων, πάνω από 21% των συνεδρίων αυτών, δεν αριθμούν πάνω από 100 συνέδρους, το 32% αριθμούν από 101 έως 300 και μόνο το 17% από 301 έως 500 συνέδρους. Τα ονομαζόμενα μεγάλα συνέδρια, δηλαδή εκείνα που αριθμούν πάνω από 1.000 συνέδρους, αποτελούν μόλις το 11% του γενικού συνόλου.

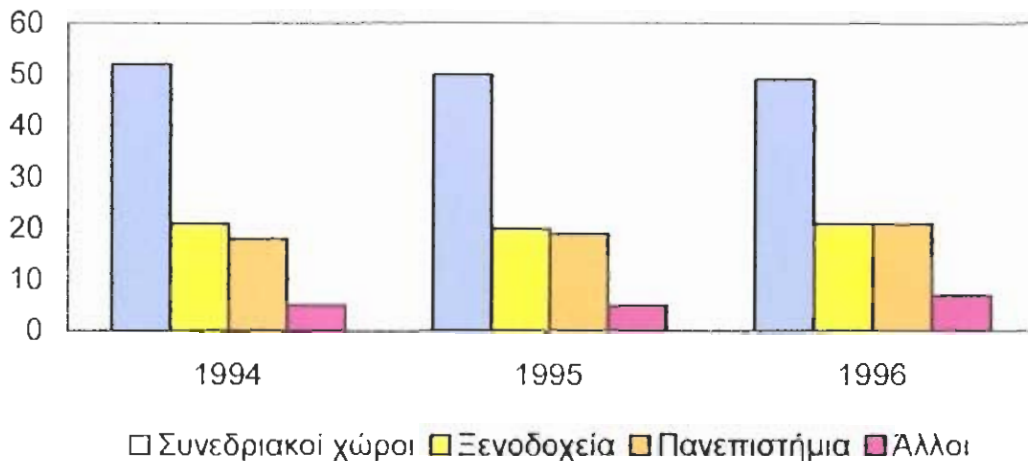
Συνεπώς, αυτά τα στοιχεία φαίνεται να ενισχύουν τις πιθανότητες συμμετοχής των ξενοδοχείων στην οργάνωση τέτοιου είδους συνεδρίων, εφόσον το μέγεθος των τελευταίων ανταποκρίνεται στις χωρητικές και οργανωτικές δυνατότητες πολλών ξενοδοχειακών μονάδων.

Τέλος, υπάρχει η κατηγορία των διαφόρων ανωνύμων εταιρειών όπου οργανώνονται διεθνή συνέδρια με βάση επιχειρηματικούς σκοπούς. Η συνεδριακή δραστηριότητα αυτής της κατηγορίας είναι δύσκολο να ερευνηθεί, διότι τα περισσότερα συνέδρια δεν οργανώνονται υπό την αιγίδα κάποιας κρατικής τουριστικής αγοράς.

Για παράδειγμα, στην Ελλάδα, τα περισσότερα συνέδρια διεθνών επιχειρήσεων που γίνονται στα ξενοδοχεία δεν δηλώνονται στον Ε.Ο.Τ. και αυτό φαίνεται να είναι η βασική αιτία της έλλειψης στοιχείων στον τομέα αυτό. Παρ' όλα αυτά, είναι η πιο σπουδαία κατηγορία συνεδρίων.

Το 1983, υπολόγισε ότι 714.000 συνέδρια ανωνύμων εταιρειών έγιναν με δαπάνη πάνω από 6,36 δις. δολ. Η ίδια αναφορά υπολόγισε την γενική συνεδριακή δαπάνη στην Αμερική να ανέρχεται στα 27,8 δις. δολ., έτσι, το κομμάτι της συνεδριακής δραστηριότητας των ανωνύμων εταιρειών αποτέλεσε το 23% της γενικής συνεδριακής δαπάνης.

Υπογραμμίζεται ότι το 80% όλων των συνεδρίων αυτού του είδους, κατέγραψαν συμμετοχή μεταξύ 20 και 200 συνέδρων. Επίσης, σημειώνεται ότι αν και μόνο το 3% αυτών των συνεδρίων έγινε εκτός Η.Π.Α., έλαβαν το 8% της δαπάνης των ανωνύμων εταιρειών.



ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

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

Οι φορείς διακρίνονται με κριτήρια όπως:

- α) Την υπόστασή τους, από καθαρά νομική άποψη.
- β) Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους.
- γ) Το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους (στόχο).
- 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,

κοινωνοφελείς οργανισμοί, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες.

- 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 χώρες του εξωτερικού.

Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών, προδικάζει και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Οι εκδηλώσεις αυτές έχουν χαρακτήρα ενδοεπιχειρησιακό και αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα, ωστόσο αποτελούν μια σημαντική αγορά που συγκεντρώνει μεγάλο ενδιαφέρον.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΤΑ ΟΡΓΑΝΩΝΟΥΝ

- Επιστημονικά συνέδρια

Τα επιστημονικά συνέδρια, κυρίως τα ιατρικά συνέδρια, μπορούν να έχουν μια ιδιαίτερη αξία και να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα. Πολλοί γιατροί και άλλοι επιστήμονες συνδυάζουν διακοπές και συνεχή εκπαίδευση - ενημέρωση. Αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθόσον η ενημέρωση συνδυάζεται και με μια ευχάριστη αλλαγή. Το φορολογικό καθεστώς πολλών κρατών ενθαρρύνει την οργάνωση αυτών των συγκεντρώσεων.

Οι δαπάνες του συνεδρίου αφαιρούνται από το ετήσιο φορολογητέο εισόδημα, τουλάχιστον κατά ένα μέρος. Τα επιστημονικά συνέδρια παρουσιάζουν το πλεονέκτημα ότι η διάρκειά τους είναι κατά κανόνα μεγάλη. Τέλος, τα συνέδρια αυτά ενδιαφέρουν συγχρόνως και επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τα συναφή με το συνέδριο προϊόντα

τους. Αυτό σημαίνει πως συνδυάζονται με πολλές παράλληλες εκδηλώσεις και κυρίως με εκθέσεις.

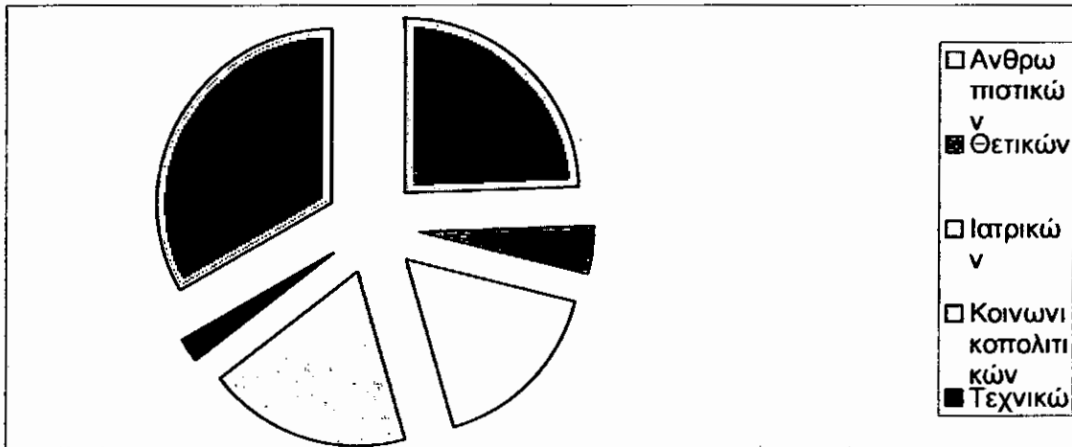
Συνήθως επιχορηγούνται από το Κράτος, αλλά και από τις επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα σχετίζονται με το συνέδριο.

Ταξινόμηση συνεδρίων κατά κατηγορία και αριθμό συνέδρων περιόδου 1981-1987

Κατηγορία Συνεδρίων	Αριθμός συνεδρίων	Ποσοστό %	Έλληνες σύεδροι	Ποσοστό %	Ξένοι σύεδροι	Ποσοστό %
Ανθρωπιστικών	271	27,1	39,946	17,7	11,620	17,1
Θετικών	150	15,0	25,596	11,3	11,584	17,1
Ιατρικών	278	27,8	108,503	48,2	26,468	39,1
Κοινωνικοπολιτικών	186	18,6	35,436	15,7	7,651	11,3
Τεχνικών	68	6,8	10,680	4,7	7,331	10,8
Νομικών	45	4,5	4,595	2,0	2,957	4,3
Σύνολο	998	100	224,756	100	67,611	100

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Ανθρωπιστικών	22	32	54	37	38	46	55	48
Θετικών	4	8	6	5	13	8	9	8
Ιατρικών	15	32	30	33	31	38	46	45
Κοινωνικοπολιτικών	17	30	19	26	27	22	29	23
Τεχνικών	2	19	8	8	13	8	16	19
Νομικών	30	51	34	33	31	63	58	70
Σύνολο	90	172	151	142	153	185	213	213

Διάγραμμα: Ο κύκλος συνεδρίων περιόδου 1982-1989 που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα



- Εμπορικά συνέδρια

Τα εμπορικά, καθώς και τα συνέδρια επαγγελματικών φορέων, έχουν άμεση σχέση με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν. Αυτές οι επιδιώξεις μπορεί να ποικίλουν από φορέα σε φορέα και μπορεί να είναι: η αύξηση της παραγωγικότητας, των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς. Όλα αυτά φυσικά όχι για λογαριασμό του ίδιου του φορέα αλλά των μελών του, που μπορεί να είναι νομικά πρόσωπα (ενώσεις, εταιρείες, οργανισμοί) ή φυσικά πρόσωπα).

Τα συνέδρια αυτά συμφέρουν οικονομικώς τον ξενοδόχο. Πολύ συχνά, μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, ενώσεις παραγωγών, συνεταιριστικές, ακόμη και μεμονωμένοι κατασκευαστές αξιοποιούν αυτές τις συγκεντρώσεις, για να προωθήσουν τα προϊόντα τους εάν το ξενοδοχείο διαθέτει τους αναγκαίους χώρους και τα τεχνικά μέσα, ένα ξενοδοχείο διαθέτει τους αναγκαίους χώρους, ένα τέτοιο συνέδριο θα μπορεί να συνοδεύεται από μια έκθεση. Η έκθεση έχει και η ίδια ενοίκιο και συνδυάζεται με γεύματα και δεξιώσεις, που είναι εξίσου αποδοτικές. Γενικά, ένα ξενοδοχείο έχει συμφέρον να επιδιώκει συνέδρια τα οποία περιλαμβάνουν και εκθέσεις.

- Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις (π.χ. συνδικαλιστικές, γυναικείες ενώσεις) και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς.

Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη στρατηγικής τους, η λειτουργία και η ανάπτυξή τους κ.λ.π.

- **Συνέδρια διεθνών οργανισμών**

Οι διεθνείς οργανισμοί αποτελούν, θα λέγαμε, την απόρροια της διεθνούς συνεργασίας. Η συμμετοχή κάποιου κράτους ως μέλους ενός διεθνούς οργανισμού του δίνει το δικαίωμα να συμμετέχει σε συνέδρια που οργανώνει ο οργανισμός αυτός.

Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους – μέλους του οργανισμού.

Η συνήθης ορολογία για τα συνέδρια αυτά, είναι διεθνής διάσκεψη ή διεθνής συνδιάσκεψη. Υπάρχει άμιλλα μεταξύ των κρατών – μελών για την καλύτερη οργάνωση και διεξαγωγή του συνεδρίου, με αποτέλεσμα να προβάλλονται και οι καλύτερες τουριστικές υπηρεσίες τους.

Συνήθως, τα συνέδρια αυτά είναι σε ετήσια βάση. Ενδεικτικά, αναφέρουμε το συνέδριο του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας (κάθε έτος), της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, της Διεθνούς Ολυμπιακής Εταιρείας κ.λ.π.

- **Συσκέψεις**

Χαρακτηρίζονται από το μικρό αριθμό συμμετεχόντων καθώς και από τη μικρή τους διάρκεια (λίγες ώρες έως δύο ημέρες). Επίσης, άλλο χαρακτηριστικό είναι το υψηλό επίπεδο θέσης των συμμετεχόντων, μέσα στην εταιρεία, οργάνωση ή γενικά το φορέα.

Η αλλαγή του χώρου που συνήθως πραγματοποιείται η σύσκεψη και που συνήθως βρίσκεται μέσα στις εγκαταστάσεις των γραφείων του φορέα, είναι κάτι που όλοι οι συμμετέχοντες θα το ήθελαν. Μια μικρή αίθουσα σε ένα κοντινό ξενοδοχείο ή ακόμη καλύτερα μια ειδικά διαμορφωμένη σουίτα ξενοδοχείου εξασφαλίζει άνεση στα στελέχη και συντελεί αποφασιστικά στη λήψη αποφάσεων.

Οι αποφάσεις μπορεί να συνδυάζονται με γεύματα εργασίας.

- **Σεμινάρια**

Τα σεμινάρια μπορούν να αποτελέσουν μια σταθερή πελατεία σε ξενοδοχεία απομονωμένα από μεγάλα αστικά κέντρα απαραίτητη

προϋπόθεση φυσικά γι' αυτό είναι οι χώροι τους και οι εγκαταστάσεις τους να ανταποκρίνονται στις όποιες ειδικές ανάγκες.

Τα σεμινάρια αποσκοπούν στη δημιουργία ενός επαγγελματικού πνεύματος και στη βελτίωση και ανάπτυξη των σχέσεων των συμμετεχόντων. Επίσης, θα βοηθήσει τα διευθυντικά στελέχη που παρευρίσκονται, να γνωρίσουν καλύτερα τα νέα στελέχη τους που εκπαιδεύονται.

ΙΘΥΝΟΝΤΕΣ (ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΙ) – ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ – ΣΥΝΕΔΡΟΙ

Κάποια πρόσωπα με την υψηλή ιεραρχική θέση που κατέχουν – στους φορείς, οργανώσεις, ενώσεις, συλλόγους, επιχειρήσεις κ.λ.π. - έχουν την δυνατότητα να συναποφασίσουν για την διεξαγωγή, τον τόπο και το χρόνο του συνεδρίου. Αυτούς γενικά ονομάζουμε ιθύνοντες ή εντεταλμένους. Δεν αποφασίζουν πάντα οι ιθύνοντες για όλες τις τεχνικές διαδικασίες του συνεδρίου. Αυτό είναι δουλειά των οργανωτών του.

Ιθύνοντες και οργανωτές στοχεύουν ίσως για διαφορετικούς λόγους στην επιτυχία του συνεδρίου και φυσικά στην ικανοποίηση των συνέδρων.

- Οι ιθύνοντες (εντεταλμένοι)

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

Μερικές από αυτές είναι:

- Η επιθυμία να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό, που συνεπάγεται την επαφή με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.
- Η έμφαση στο να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και εορταστικά γεύματα.
- Η επιδίωξη μιας οικογενειακής ατμόσφαιρας, για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων.

Γενικά, οι ιθύνοντες επιδιώκουν υπέρμετρα την προβολή, τόσο του φορέα που εκπροσωπούν όσο και την δική τους, μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου. Την επιτυχία του συνεδρίου θα την εκμεταλλευτούν ανάλογα.

- Οι οργανωτές των συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να εμφανίζονται στην παρακάτω μορφή:

- Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Η επιτροπή αυτή μπορεί να έχει μόνιμη σύνθεση και λειτουργία, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις σχετικού χαρακτήρα. Ονομάζεται και οργανωτική επιτροπή.
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, είτε γενικού χαρακτήρα, είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων. Αρκετά τέτοιου είδους γραφεία έχουν κάνει τα τελευταία χρόνια αισθητή την παρουσία τους στο χώρο.
- Ταξιδιωτικά γραφεία. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με πείρα στο συνεδριακό τουριστικό πακέτο στοχεύουν στο κέρδος, έχοντας προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον χώρο των δημοσίων σχέσεων.

Επίσης αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με κύρια απασχόλησή τους τα συνέδρια, λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη του συνεδρίου.

- Οι σύνεδροι

Οι σύνεδροι αποτελούν πολυπληθέστερη κατηγορία από τις δύο προηγούμενες. Σε ότι αφορά τις επιθυμίες τους, αυτές διαφέρουν με βάση το φύλο των συνέδρων (άνδρες, γυναίκες, μικτό), την ηλικία τους, την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος και το γεγονός εάν συνοδεύονται από τους/τις συζύγους τους.

Η ψυχαγωγία, σαν απαραίτητο στοιχείο του συνεδρίου, αποτελεί πρόσθετη πηγή εσόδων τόσο για την ξενοδοχειακή μονάδα όσο και για την ευρύτερη περιοχή.

Από την άλλη πλευρά, οι συνέδροι, λόγω του αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης, αποτελούν μια τεράστια διαφημιστική δύναμη τόσο για τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου όσο και για το ξενοδοχείο.

ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΑΠΟΚΟΜΙΖΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα οφέλη που ο συνεδριακός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στον τόπο υποδοχής του τα ακόλουθα:

- α) Συμβάλλει στην προβολή του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου σε επίπεδο τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, διεθνές, παγκόσμιο.
- β) Επιτρέπει ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνέδρων, που λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης αποτελούν σημαντικό διαφημιστικό παράγοντα.
- γ) Δημιουργεί προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, αλλά και για νέες επισκέψεις των συνέδρων στον τόπο για διαφορετικούς λόγους.
- δ) Επιτρέπει την επέκταση της τουριστικής κίνησης χρονικά και γεωγραφικά:
 - 1) Μπορεί να κατευθύνει σε μη παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς.
 - 2) Μπορεί να λειτουργήσει και εκτός τουριστικής αιχμής.
- ε) Απαιτεί υψηλή τουριστική δαπάνη άρα αποτελεί τουρισμό επιλεκτικό ή υψηλής οικονομικής κατάστασης.

ΠΟΙΟΙ ΚΑΙ ΠΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Ο Ε.Ο.Τ., το ΥΠΠΟ^{*} και η ΓΓΕΤ^{*} χρηματοδοτούν συνέδρια με τουριστικό ενδιαφέρον, ανθρωπιστικών, οικονομικών, νομικών, κοινωνικοπολιτικών και θετικών – εφαρμοσμένων επιστημών αντίστοιχα. Το ΥΠΠΟ και η ΓΓΕΤ δηλώνουν συναρμοδιότητα στην διοργάνωση ιατρικών συνεδρίων.

Ο Ε.Ο.Τ. δεν προσφέρει άμεσα οικονομική βοήθεια. Συνεισφέρει ωστόσο σε εκδηλώσεις κοινωνικού τύπου, ξεναγήσεις σε αρχαιολογικούς και άλλους χώρους κ.λ.π. Αντιθέτως, η ΓΓΕΤ χρηματοδοτεί συνέδρια χωρίς να συνεισφέρει ουσιαστικά στις κοινωνικές εκδηλώσεις που συνοδεύουν τις εργασίες του συνεδρίου.

Ακόμα ως σπόνσορες μπορούν να λειτουργήσουν κρατικοί και ημικρατικοί φορείς, ιδιώτες, υπουργεία, κοινωφελείς οργανισμοί, τράπεζες, ναυτιλιακές εταιρείες, ασφαλιστικές φαρμακευτικές κ.λ.π.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ

Η Ελλάδα αν και συγκεντρώνει πολλές προϋποθέσεις για την προσέλκυση αυτών των μορφών τουρισμού, φιλοξενεί ελάχιστα συνέδρια, εκθέσεις κ.λ.π. Σύμφωνα με δειγματοληπτική έρευνα της Horwath Consulting – Ελλάδος η συνεδριακή πελατεία των ελληνικών ξενοδοχείων αντιπροσωπεύει μόλις το 6,8% του συνόλου. Στα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία το αντίστοιχο ποσοστό φτάνει το 11,3%. Γενικώς οι επιχειρηματίες αντιστοιχούν στο 14% της πελατείας των ελληνικών ξενοδοχείων του δείγματος ενώ στα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία το ανάλογο ποσοστό διαμορφώνεται στο 28,7%. Ας μην ξεχνάμε ότι σύμφωνα με μελέτη της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας

* ΥΠΠΟ: Δ/ση πολιτιστικής κίνησης του Υπουργείου Πολιτισμού

* ΓΓΕΤ: Γραφείο επιστημονικών και τεχνολογικών Συνεδρίων της γεν. γραμματείας έρευνας και τεχνολογίας.

ξενοδοχείων, η Αθήνα εμφανίζεται ως 5^η κατά σειρά προτίμησης πρωτεύουσα της Ευρώπης για διοργάνωση συνεδρίων από Αμερικανούς και η Ελλάδα κατέχει μια από τις υψηλότερες θέσεις στον κατάλογο των πιο ελκυστικών προορισμών για την φιλοξενία συνεδριακών εκδηλώσεων.

Η Πελοπόννησος έχει πολλές από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη του συνεδριακού και του εκθεσιακού τουρισμού.

- Κατ' αρχήν ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη και σταθερή πολιτική κατάσταση. Ας μην ξεχνάμε ότι ο τουρισμός και ιδιαίτερα αυτός που εξετάζουμε είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος, γιατί επηρεάζεται και απ' το κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον. Υπενθυμίζουμε ότι αυτής της κατηγορίας ο τουρισμός ματαιώθηκε, λόγω της κρίσης του κόλπου και ότι τα συνέδρια που προγραμματίστηκαν στην γειτονική Γιουγκοσλαβία αναζήτησαν το τελευταίο δίμηνο άλλη χώρα υποδοχής τους.
- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες. Η χώρα μας ως προς το κλίμα της θεωρείται προνομιούχος. Φυσικές ομορφιές και ποικιλία αξιοθεάτων, καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, αρχαιολογικών μνημείων, μουσείων κ.λ.π., στοιχεία που αφορούν την φυσική, πολιτιστική και ιστορική ταυτότητα του τόπου, στοιχεία που όμως ήδη έχουμε αναφέρει, εκτιμούνται και υπολογίζονται από τον συνεδριακό τουρίστα.
- Θετική εικόνα (image) στις κυριότερες συναφείς τουριστικές αγορές. Που σημαίνει ότι έχει κάποια χαρακτηριστικά απ' αυτά που θεωρούνται θετικά στοιχεία για την ανάπτυξη του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού όπως: α) ήσυχος τόπος και με γραφικό χρώμα, β) με πολιτιστικά και πνευματικά ενδιαφέροντα, γ) με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα.
- Ευνοϊκή γεωγραφική θέση που σημαίνει σταυροδρόμι πολλών χωρών και χαμηλό κόστος ζωής που επιτρέπει παραμονή μεγαλύτερης διάρκειας στοιχεία που γενικά αφορούν όλη την ελληνική επικράτεια.

Στα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Πελοπόννησος ως τόπος συνεδριακού τουρισμού, συγκαταλέγονται θεμελιακά προβλήματα που αν τουλάχιστον τα βασικότερα απ' αυτά δεν εξαλειφθούν, δεν μπορούμε να μιλάμε καν για συνεδριακό – εκθεσιακό τουρισμό. Όπως:

- Έλλειψη αυτόνομων συνεδριακών κέντρων, πράγμα που χρονίζει αδικαιολόγητα.
- Έλλειψη γενικότερα συνεδριακής υποδομής.
- Ελλιπής αεροπορική πρόσβαση (με τις τακτικές αεροπορικές γραμμές).
- Υποβαθμισμένες υπηρεσίες επικοινωνιών και συγκοινωνιών.
- Προσφερόμενες υπηρεσίες που ποιοτικώς διακυμαίνονται.
- Έλλειψη ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών με ανάλογες υπηρεσίες (πλήρες σύστημα επικοινωνιών μέσα στο ξενοδοχείο, γραμματειακή υποστήριξη όπου χρειάζεται, πλούσια και πρωτότυπα προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής μέσα και έξω από το ξενοδοχείο).

Προτάσεις:

Οι προτάσεις μας εστιάζονται σε δύο βασικά σημεία: το ένα αφορά στην δημιουργία ή και βελτίωση των προϋποθέσεων που προαναφέραμε και το άλλο στη διαφήμιση και προβολή τους.

Πολλές από τις προτάσεις αυτές μάλιστα έχουν ήδη διατυπωθεί στους αρμόδιους φορείς.

Αυτό στο οποίο θα' πρεπε να δοθεί η μεγαλύτερη βαρύτητα είναι η δημιουργία αυτόνομου συνεδριακού κέντρου στην Πάτρα, στον Νομό Αχαΐας, στα πρότυπα του συνεδριακού κέντρου της Xelexro στην Θεσσαλονίκη, δηλαδή ενός πλήρους διεθνούς συνεδριακού κέντρου που να ανταποκρίνεται στα ευρωπαϊκά και διεθνή δεδομένα, με τα απαραίτητα οπτικοακουστικά μέσα, βοηθητικούς χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείων, εστιατορίων, γραφείων, εκθετήριων χώρων κ.λ.π.

Ο νομός Αχαΐας στο εσωτερικό γίνεται ο συνδετικός κρίκος της Δυτικής Ηπειρωτικής Ελλάδας με την Πελοπόννησο και τα νησιά, ενώ το λιμάνι της Πάτρας είναι η σημαντική πόλη της Ελλάδας για την Δύση. Αποτελεί, δηλαδή, τον πλέον κατάλληλο τόπο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Προτείνουμε λοιπόν:

- α) Την ανάπτυξη ενός πολιτικού αεροδρομίου στον Άραξο, για την τακτική εναέρια σύνδεση της Περιφέρειας με τις εσωτερικές ή εξωτερικές γραμμές και την ανάπτυξη της Πάτρας σε συνεδριακό κέντρο.
- β) Την βελτίωση των υπαρχουσών συγκοινωνιών και οδικών αρτηριών.

- γ) Να βελτιωθούν οι συνθήκες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση που παρέχεται από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και αναχώρηση. Να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες που παρέχονται από την Ο.Α. και σχετίζονται με την τήρηση του ακριβούς χρόνου αναχωρήσεων – αφίξεων και το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών κατά την διάρκεια των πτήσεων.
- δ) Να πυκνώσουν τα δρομολόγια της Ο.Α. ιδιαίτερα στο εσωτερικό, ούτως ώστε να μειωθεί η εξάρτηση που έχουν οι τουριστικοί προορισμοί συνεδρίων από τις πτήσεις charter.
- ε) Να βελτιωθεί η πρώτη εικόνα που δίνουν στον ταξιδιώτη τα σημεία εισόδου της Περιφέρειας (αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες κ.λ.π.).
- ζ) Να συνεχιστεί ο ρυθμός προσαρμογής ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών με τις απαιτήσεις αυτής της αγοράς (δημιουργία συνεδριακών χώρων, εκπαίδευση απόλυτης επικοινωνιακής κάλυψης, διαφήμιση και προβολή τους στις ειδικές αυτές αγορές) και οι νέες ξενοδοχειακές κατασκευές να προβλέπουν δημιουργία συνεδριακών χώρων μεγάλης δυναμικότητας.
- η) Να δοθούν κίνητρα για την ανάπτυξη συνεδριακών κέντρων.

Αυτά εφόσον αφορά την υποδομή. Τώρα, όσον αφορά την διαφήμιση και προβολή:

- Να ενταθεί η διαφημιστική “καμπάνια” της χώρας μας στο εξωτερικό, ενώ βασικό στοιχείο της διαφήμισης για τον συνεδριακό τουρισμό θα πρέπει να είναι η μοναδικότητα της ελληνικής “ατμόσφαιρας” που διαφοροποιεί αισθητά το προϊόν της από άλλες ανταγωνίστριες χώρες.
- Να προετοιμαστούν διαφημιστικά φυλλάδια υψηλών προδιαγραφών και επαγγελματικά video.
- Να προσκληθούν πιθανοί αγοραστές του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος για επισκέψεις σε αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες και επαφή με την μοναδική “ατμόσφαιρα” της περιφέρειας της Πελοποννήσου (ιστορία, πολιτισμός, παράδοση, μοναδικότητα τοπίου, “χρωμάτων” και τρόπου ζωής).

Εκτός όμως από την Πάτρα σε μικρότερα ίσως συνεδριακά εκθεσιακά κέντρα, θα μπορούσαν να αναπτυχθούν – εφόσον ισχύσουν οι προϋποθέσεις που έχουμε αναφέρει – η περιοχή της Ολυμπίας στον νομό Ηλείας και στο Ναύπλιο κοντά στην ιστορική περιοχή των Μυκηνών στο νομό Αργολίδας. Πρόκειται για σημεία παγκοσμίως γνωστά για την ιστορία τους και την πολιτιστική τους κληρονομιά που συνδυάζουν και την μοναδική φυσική ομορφιά.

Οφέλη από τον συνεδριακό τουρισμό:

Απ' αυτά που έχει μέχρι τώρα αναφερθεί προκύπτουν και τα οφέλη που ο συνεδριακός και ο εκθεσιακός τουρισμός έχει την δυνατότητα να προσφέρει στον τόπο υποδοχής που εξετάζουμε. Συνοπτικά αυτά είναι:

- α) Συμβάλλει στην προβολή της Πελοποννήσου σε ανάλογο με του συνεδρίου επιπέδου (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, διεθνές, παγκόσμιο).
- β) Επιτρέπει ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνεδρων που λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης αποτελούν σημαντικό διαφημιστικό "μοχλό".
- γ) Δημιουργεί προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, αλλά και για νέες επισκέψεις των συνεδρων στον τόπο με άλλη σύνθεση και ιδιότητα.
- δ) Μπορεί να λειτουργήσει και εκτός τουριστικής αιχμής με όλα τα ευεργετικά επακόλουθα για την Πελοπόννησο και για τις εμπλεκόμενες με προσφορά των σχετικών υπηρεσιών, επιχειρήσεις.
- ε) Συνεπάγεται υψηλή τουριστική δαπάνη και από την άποψη αυτή αποτελεί τουρισμό επιλεκτικό ή υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΩΣ ΚΕΝΤΡΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Τα ξενοδοχεία σήμερα είναι ένα δυναμικό δείγμα των τουριστικών επιχειρήσεων. Όσα από αυτά έχουν κατάλληλο δομή και προδιαγραφές είναι συγχρόνως και κέντρα οργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων.

Οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρεί το ξενοδοχείο προκειμένου να καλείται ως συνεδριακό κέντρο είναι οι εξής:

- 1) Συνεδριακή αίθουσα: Μεγάλος χώρος με καθίσματα, ενιαίος, ανάλογος της δυναμικότητας του συνεδρίου.
- 2) Βοηθητικές αίθουσες: Μικρότεροι χώροι στην διάθεση ομάδων συνέδρων για προσυεδριάσεις ή επισυεδριάσεις.
- 3) Χώρους αναψυχής και ανάγκης: Μπαρ – καφετέριες, αίθουσες αναμονής, τηλεφωνικά κέντρα κ.λ.π.
- 4) Πλήρης ηχομόνωση των συνεδριακών αιθουσών.
- 5) Τέλεια ακουστική και φωτισμός.
- 6) Τέλειες εγκαταστάσεις ήχου και εικόνας.
- 7) Εκπαιδευμένα κατάλληλα μόνιμο και extra προσωπικό.

Εξυπακούεται ότι για την συνολική σωστή και άρτια διεξαγωγή ενός συνεδρίου, παίζουν καθοριστικό ρόλο και ορισμένοι εξω-ξενοδοχειακοί παράγοντες όπως συγκοινωνιακή εξυπηρέτηση, τοπική τουριστική αγορά, τουριστικά ενδιαφέροντα περιοχής κ.ά.

ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ, Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Χώροι που σχετίζονται με το συνέδριο:

Οι χώροι που σχετίζονται με το συνέδριο σε ένα ξενοδοχείο, οφείλουν να καλύπτουν τις συγκεκριμένες ανάγκες που αφορούν το ίδιο το συνέδριο. Οι χώροι αυτοί πρέπει να απεικονίζονται στο διαφημιστικό έντυπο της μονάδας, για την συνεδριακή της αγορά.

Οι χώροι αυτοί διακρίνονται σε:

- Χώρους συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών κ.λ.π.).
- Χώρους εκθέσεων.
- Χώρους συνεστιάσεων (δεξιώσεων, συγκεντρώσεων κ.λ.π.)

Για να διαθέσει ένα ξενοδοχείο τους χώρους του θα πρέπει να γνωρίζει με κάθε λεπτομέρεια τους χώρους αυτούς. Οι διαστάσεις των χώρων, η χωρητικότητά τους σε άτομα, που φυσικά ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και τη χρήση του χώρου είναι σοβαρά στοιχεία που σε συνδυασμό με το είδος, το μέγεθος και το πρόγραμμα του κάθε συνεδρίου, συντελούν στην αύξηση του κέρδους της επιχείρησης.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι πολλοί οργανωτές δεν θέλουν να διεξάγοντα παράλληλες εκδηλώσεις με τη δική τους. Το ξενοδοχείο θα πρέπει να προτείνει λύσεις και συνδυασμούς έτσι ώστε σε μία τέτοια περίπτωση να μην υπάρξει δυσaréσκεια.

Ο διαχωρισμός μιας διάσκεψης σε ομάδες εργασίας εμφανίζει την ανάγκη για μικρότερους χώρους. Ίσως, εάν η λύση των διαχωριστικών των χώρων δεν είναι επιθυμητή από τον πελάτη θα πρέπει να γίνεται χρήση των κατάλληλων διαθέσιμων υπνοδωματίων. Οι σουίτες πολλές φορές χρησιμοποιούνται για πολύ μικρού μεγέθους συσκέψεις.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να διαθέτει μόνιμη διάταξη καθισμάτων και μόνιμες οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση κ.λ.π.). Σε μία τέτοια περίπτωση, το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να δεχθεί διεθνή συνέδρια. Φυσικά, μια τέτοια επιχείρηση είναι πιο ανταγωνιστική σε σχέση με άλλες που δε διαθέτουν κάτι παρόμοιο.

Ωστόσο, υπάρχει η άποψη ότι θα πρέπει κάθε αίθουσα να προσαρμόζεται σε όλα τα είδη των δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων. Η άποψη αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι τα κεφάλαια που θα δαπανηθούν θα πρέπει να αποδώσουν και ανάλογα. Πράγματι, μια τέτοια επένδυση αποδίδει συνήθως με συνεχή και σταθερά συνέδρια και όχι από περιστασιακές εκδηλώσεις.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να αποτελεί κατασκευή με σταθερή διάταξη καθισμάτων και μόνιμες ηχητικές και οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση). Σε μια τέτοια περίπτωση το ξενοδοχείο υπερéχει από τους ανταγωνιστές του εφόσον αυτοί δεν διαθέτουν κάτι παρόμοιο.

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

- α) Σωστή ένταξη της αίθουσας μέσα στο συνολικό χώρο της ξενοδοχειακής μονάδας η οποία θα επιτρέπει:
- Το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνεδρών που είναι ένοικοι του ξενοδοχείου και μη.
 - Τη δημιουργία πρόσθετων εσόδων – εξόδων για τους συνεδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από τον δρόμο, είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (αίθριο, κήπο κ.λ.π.).
 - Την εύκολη κύκλοφορία – μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.
- β) Λειτουργία βεστιάριων, τουαλετών και προθαλάμου (για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής των συνεδρων).
- γ) Δημιουργία χωλ εισόδου που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς όπως:
- Χώρος συγκέντρωσης και αναμονής.
 - Χώρος σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών.
- δ) Εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα.
- ε) Πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου.
- στ) Πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών.
- ζ) Κατάλληλη διακόσμηση.
- η) Σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης.
- θ) Δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

Συχνά, επίσης, δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή, στο ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στην συνέχεια κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μία ώρα αργότερα μπουφές. Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα θα πρέπει να βρίσκονται σε χώρους – αποθήκες κοντά στους συνεδριακούς χώρους. Ο χρόνος και το κόστος εργασίας αυτών των αλλαγών, θα πρέπει να συνεκτιμώνται κάθε φορά.

Η αλλαγή της χρήσης σχετίζεται και με την αυξομείωση του αρχικού χώρου. Αυτό επιτυγχάνεται με την χρήση των κινητών χωρισμάτων (τοιίχων), που μεταφέρονται εύκολα και "κουμπώνουν" στο δάπεδο, μεταξύ τους και στην οροφή. Μπορεί όμως τα χωρίσματα αυτά να είναι συρόμενα

προσφέροντας ακόμα καλύτερη λειτουργικότητα, βασικό στοιχείο της οποίας είναι η ικανοποιητική ηχομόνωση.

Το ενδεχόμενο της εναλλαγής χρήσης, δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα στην διακόσμηση του χώρου. Αυτή πρέπει να γίνει από ειδικούς και έμπειρους διακοσμητές. Γίνεται δε, εύκολα αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι να συνδυαστούν διακοσμητικά στοιχεία που να ταιριάζουν τόσο με την αυστηρή ατμόσφαιρα ενός συνεδρίου όσο και με το χαρούμενο κλίμα μιας γαμήλιας δεξίωσης.

ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με την εφημερίδα της Κυβερνήσεως:

ΘΑΛΑΜΟΙ ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΩΝ

Εν προκειμένω τηρείται ο διεθνής κανονισμός ISO 2603 που αποτελεί παράρτημα της απόφασής μας αυτής (συμπληρωματικό παράρτημα).

ΗΧΟΜΟΝΩΣΗ – ΗΧΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

Οι αίθουσες συνεδριακών κέντρων, από πλευράς ηχοπροστασίας και ηχομονώσεως υπάγονται την κατηγορία Α «υψηλής ακουστικής άνεσης» του άρθρου 12 του κτιριοδομικού κανονισμού (Υ.Α. 3046/304 ΦΕΚ 59/Δ/3.2.89) και η κατασκευή τους ακολουθεί τα κριτήρια των χώρων «συναθροίσεων».

Οι τιμές ηχομονώσεως που προβλέπονται στον πίνακα 2 του άρθρου 12 είναι οι ελάχιστες επιτρεπτές, ενώ οι τιμές εφαρμογής εξαρτώνται από τη στάθμη θορύβου του περιβάλλοντος ούτως ώστε να επιτυγχάνεται η επιθυμητή στάθμη θορύβου εντός της αίθουσας. Ιδιαίτερη μέριμνα θα λαμβάνεται στην περίπτωση γειτνιάσεως της αίθουσας με χώρους αρχαιολογικών εγκαταστάσεων ή χώρους στους οποίους παράγονται θόρυβοι μεγάλης εντάσεως (π.χ. discotheque) για την αποφυγή μεταδόσεως θορύβων και κραδασμών προς της αίθουσα. Στην περίπτωση αυτή, συνιστάται η

απομόνωση του φέροντος οργανισμού της αίθουσας από τους φέροντες οργανισμούς των χώρων όπου παράγονται οι θόρυβοι ή κραδασμοί.

Η μέγιστη στάθμη θορύβου στην αίθουσα, όταν αυτή είναι δυνατή και η εγκατάσταση του κλιματισμού σε λειτουργία δεν θα υπερβαίνει την τιμή NC 35, ενώ συνιστάται η τιμή NC 30. Για την επίτευξη της επιθυμητής στάθμης θορύβου θα χρησιμοποιηθούν τα κατάλληλα υλικά για την κατασκευή δαπέδων, οροφών και τοίχων πληρώσεως.

ΑΚΟΥΣΤΙΚΗ

Γενικές παρατηρήσεις – Καταληπτότητα:

Η ακουστική τόσο των μεγάλων αιθουσών συνεδρίων όσο και των βοηθητικών συνεδριακών χώρων θα πρέπει να είναι κατάλληλη για την εξυπηρέτηση των συνεδριακών εκδηλώσεων που θα φιλοξενήσουν. Το μέγεθος που θα πρέπει να ρυθμιστεί είναι κυρίως η καταληπτότητα, που θα πρέπει να είναι τέτοια ώστε να επιτρέπει την απρόσκοπτη επικοινωνία του λόγου σε ποσοστό τουλάχιστον 90% των θέσεων των μεγάλων αιθουσών και το σύνολο των θέσεων των μικρότερο αιθουσών.

Απρόσκοπτη θεωρείται η επικοινωνία σε συγκεκριμένη θέση, εφόσον:

- α) Η απώλεια συμφώνων δεν ξεπερνά το 10% σε όλες τις πρότυπες αίθουσες από 125 έως και 4.000Hz, ή
- β) Ο λόγος στάθμης ηχητικής πίεσης του άμεσου προς το ανακλώμενο πεδίο δεν είναι μικρότερος από 6DB, ή
- γ) Ο βελτιωμένος συντελεστής παρεμβολής αντηχήσεως (IMPROVED REVERBERATION INTERFERENCE FACTOR κατά MANKOVSKI) είναι μεγαλύτερος από 1,9.

Όποιοδήποτε από τα προηγούμενα κριτήρια θεωρείται ικανό για την υποστήριξη της ακουστικής επάρκειας των αιθουσών.

ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΤΗΧΗΣΗΣ

Ο χρόνος αντήχησης των αιθουσών θα πρέπει να συμφωνεί με τις απαιτήσεις του κριτηρίου καταληπτότητας, που έχει επιλεγεί σε συνάρτηση με το μέγεθός τους και το μέγεθος του ακροατηρίου. Σε καμία περίπτωση, ο

χρόνος αντήχησης των αιθουσών δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το 1sec στις πρότυπες οκτάβες.

ΔΙΑΧΥΣΗ

Θα πρέπει να καταβληθεί κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε το ηχητικό μέρος των αιθουσών να έχει καλή διάχυση στο φάσμα συχνοτήτων από 30 έως 2.500 Hz.

Η ικανοποιητική ακουστική της αίθουσας θα επιτυγχάνεται από την κατάλληλη επιλογή των ακουστικών επιφανειών της.

ΗΛΕΚΤΡΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Το ηλεκτρακουστικό σύστημα των αιθουσών θα πρέπει να διαθέτει μεγάλη ισχύ, ώστε να δίνει εντάσεις μέχρι 100DB, σε όλες τις θέσεις με υψηλή παραμόρφωση. Θα πρέπει επίσης να έχει δυνατότητα ισοστάθμισης της καμπύλης συχνοτήτων ανά 1/3 οκτάβας και τη δυνατότητα επιλογής και μείξεως των ηχητικών πηγών του.

Τα κριτήρια καταλληλότητας που αναφέρθηκαν στην παράγραφο, ισχύουν και κατά τη λειτουργία της ηλεκτρακουστικής εγκατάστασης.

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

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

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

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

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

Ηχητικά συστήματα:

Τα μικρόφωνα, οι βάσεις τους, οι ενισχυτές και τα ηχεία είναι τα πιο απαραίτητα. Η καλή απόδοσή τους και η σωστή διανομή του ήχου μέσα στο χώρο είναι βασική. Όταν υπάρχει προβολή, θα πρέπει να καταβάλλεται μέριμνα, ώστε η ένταση του ήχου να βρίσκεται κοντά στην οθόνη, γιατί έχει αποδειχθεί ότι οι άνθρωποι καταλαβαίνουν καλύτερα, όταν εικόνα και ήχος προέρχονται από την ίδια κατεύθυνση. Όταν δεν διαθέτουμε ασύρματα μικρόφωνα απαιτούνται προεκτάσεις στις καλωδιώσεις. Είναι απαραίτητο, εφόσον επιλέγεται ενσύρματο σύστημα, οι καλωδιώσεις να εφαρμόζουν στο δάπεδο με τη βοήθεια αυτοκόλλητων ταινιών. Ο έλεγχος των εγκαταστάσεων πριν από το συνέδριο είναι απαραίτητος.

Φωτισμός:

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

Οθόνες προβολής:

Προτιμούνται ή οι εντελώς λευκές ή αυτές με αργυρόχρωμη μεταλλική επιφάνεια, που τοποθετούνται στον τοίχο σε ειδικά άγκιστρα. Οι τυλιγμένες σε ρολό που στηρίζονται σε τρίποδα και είναι ενσωματωμένες μαζί του είναι δύσχρηστες και για καθαρά πρακτικούς λόγους πρέπει να αποφεύγονται.

Μηχανήματα προβολής slides:

Υπάρχουν πολλοί τύποι και το γεγονός ότι ο κάθε τύπος έχει το δικό του δίσκο για slides, δημιουργεί πρόβλημα. Ο τύπος Carousel τη Kodak (2x2 ή 35mm), λόγω της διάδοσής του, μειώνει το πρόβλημα αυτό. Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου, διευκολύνει το χρήστη. Η σύνδεσή του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση κάνει πιο "ζωντανή" και αποτελεσματική τη χρήση του.

Κινηματογραφικές μηχανές προβολής:

Η χρήση τους κατά τη διάρκεια των συνεδρίων έχει αρχίσει να μειώνεται. Οι ταινίες των 16χιλ. (που είναι συνήθως το μέγεθος των κινηματογραφικών ταινιών) κάνουν για οποιαδήποτε μηχανή προβολής.

Επιδιασκόπιο:

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

View – graph:

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

ΕΠΙΠΛΑ

Τα έπιπλα σε μια συνεδριακή μονάδα αποτελούν στοιχεία διακόσμησης αλλά και λειτουργικού εξοπλισμού, καθώς το υλικό κατασκευής τους καθορίζει την ανθεκτικότητα και την αίσθηση αναπαυτικότητας. Υπάρχουν πολλά υλικά κατασκευής επίπλων, αλλά αυτά που χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι το σουηδικό ξύλο, η οξιά και η αδιάβροχη φορμάικα (NDF, MBF).

Τα υλικά κατασκευής επίπλων κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες:

- α) Στα ψυχρά, στα οποία ανήκουν τα πλαστικά και τα μεταλλικά, και
- β) Στα θερμά, στα οποία ανήκουν τα ξύλινα.

Η διαφορά ανάμεσα στο μέταλλο και στο ξύλο είναι αρκετά μεγάλη.

Τα μεταλλικά έπιπλα αποτελούν την συμβιβαστική λύση μεταξύ ξύλου και πλαστικού. Έχουν χαμηλό κόστος, είναι ελαφριά, πρακτικά και δεν χρειάζονται ιδιαίτερα συντήρηση.

Το ξύλο είναι πιο ελκυστικό και ακριβό, αλλά επηρεάζεται από την θερμότητα, την υγρασία και την έντονη χρήση. Οι βασικότερες προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν τα έπιπλα είναι:

- α) Αντοχή και διάρκεια,
- β) Λειτουργικότητα,
- γ) Ευκολία αποθήκευσης,
- δ) Πολλαπλότητα χρήσεων.

ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ

Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια, έχουν διαστάσεις 46x46cm με 43cm ύψος.

Οι στοιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες που δεν προσδίδουν βέβαια ιδιαίτερη επισημότητα, έχουν διαστάσεις μεγαλύτερες (51x51x43). Οι αναδιηγούμενες, όπως και οι στοιβαζόμενες, είναι εύκολες στη μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι, όμως, άνετες, ούτε πάντα σταθερός. Για τον



K287



K288



K365



K366



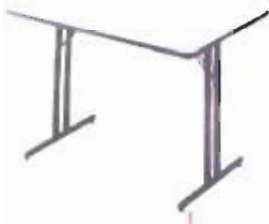
K285



P286



K367



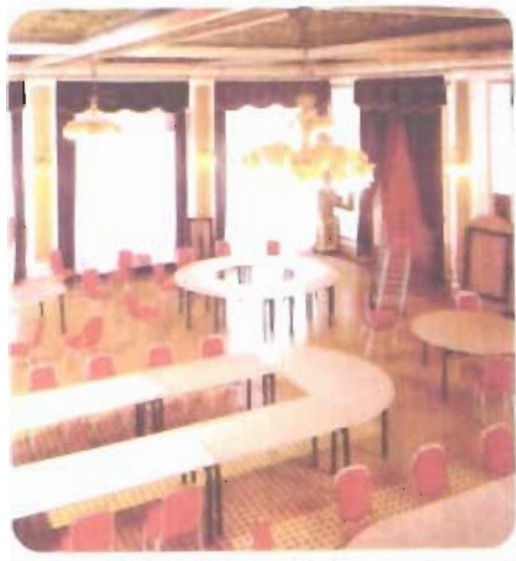
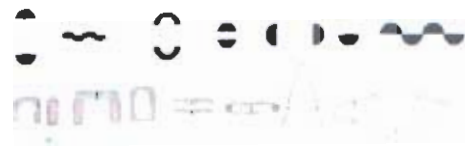
ΒΑΪΗ ΠΥΞΙΔΟΜΕΝΗ



K368



K369



ΤΡΑΠΕΖΙΑ

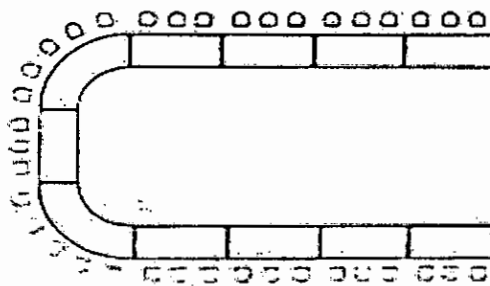
Τα τραπέζια έχουν ύψος συνήθως 76cm. Οι διαστάσεις του κλασσικού τετραγώνου τραπεζιού είναι 76x76x76. Ενώ τα 76-78cm θεωρούνται τυπικό πλάτος, το μήκος είναι δυνατόν να είναι μεγαλύτερο, οπότε έχουμε τραπέζια τύπου παραλληλόγραμμου. Τα τραπέζια με πλάτος 45-46cm είναι του τύπου τραπεζιού – έδρανα που χρησιμοποιούνται μόνο από την μία τους πλευρά κυρίως για συσκέψεις. Η πρακτική, οδήγησε στην λύση, για εξοικονόμηση χώρου, ακόμη μικρότερης διάστασης στα τραπέζια – έδρανα, αυτής των 38-40cm. Τραπέζια με το κλασσικό πλάτος των 76cm χρησιμοποιούνται σαν τραπέζια της "κεφαλής" του συνεδρίου. Αυτού του πλάτους τραπέζια χρησιμοποιούνται επίσης σαν βάσεις εκθεμάτων.

Τα στρογγυλά τραπέζια χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνεστιάσεις και ποικίλλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20m παρέχει δυνατότητα εστίασης για 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για άτομα 10-12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης και μικρές ομάδες εργασίας .μία μικρή ποσότητα ημικυκλικών τραπεζιών, βοηθά ιδιαίτερα σε πρωτότυπες διατάξεις. Τραπέζια τύπου "σερπαντίνας" δίνουν την δυνατότητα για πρωτότυπη και λειτουργική διάταξη σε εστιάσεις τύπου μπουφέ.

ΤΥΠΟΙ ΔΙΑΤΑΞΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΩΝ

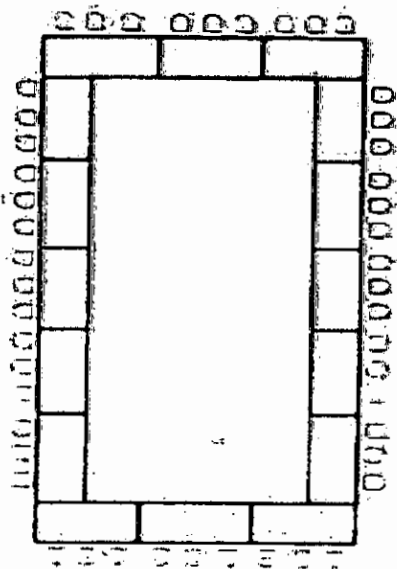
ΠΕΤΑΛΟ

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



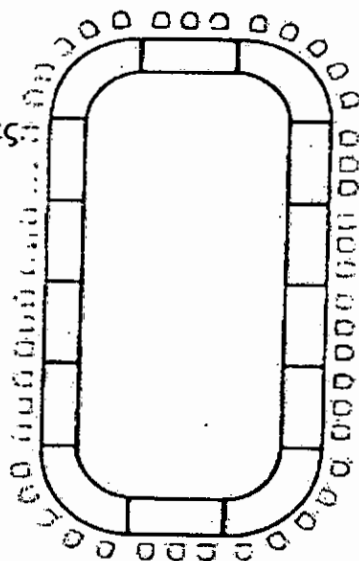
Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ Π

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



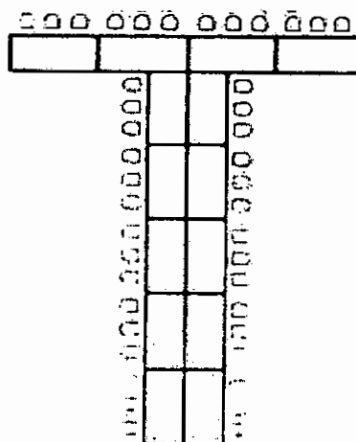
Ο ΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΠΕΤΑΛΟΥ

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



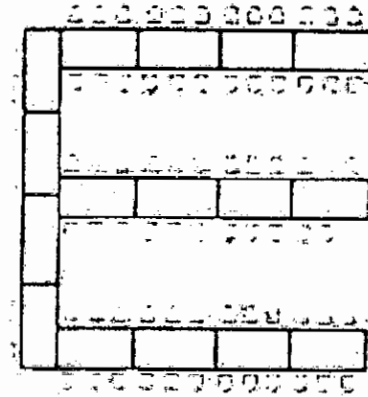
Ο ΤΥΠΟΣ Τ

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.



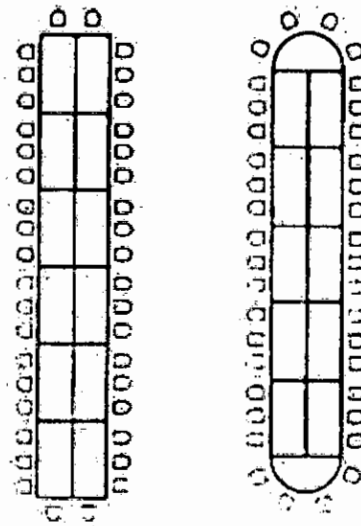
Ο ΤΥΠΟΣ Ε

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



Ο ΤΥΠΟΣ Ι

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



ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Τα συνέδρια είναι εξαιρετικά απαιτητικές εκδηλώσεις. Η οργάνωσή τους δεν μπορεί να είναι επιπόλαιη αλλά πρέπει να αναλαμβάνεται από πολύ καλά εξειδικευμένο προσωπικό, όπως και κατάλληλες εγκαταστάσεις.

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το έμπυχο μέρος του εξοπλισμού του συνεδρίου. Θα πρέπει να είναι εκπαιδευμένο όμως αυτό μπορεί να γίνει από τους φορείς ή τα τμήματα εκπαίδευσης του ίδιου του ξενοδοχείου. Διενεργούνται σεμινάρια επιμόρφωσης για το προσωπικό, ώστε να ενημερωθεί για τη στρατηγική που θα εφαρμόσει.

Η σωστή συνεργασία μεταξύ του Διευθυντή και της ομάδας του, συμβάλλουν αποφασιστικά στην καλή διεξαγωγή του συνεδρίου. Μεγάλη σημασία έχει και η ικανότητα του Διευθυντή να δίνει ακριβείς εντολές οι οποίες να γίνονται αμέσως κατανοητές. Αυτό είναι αποτέλεσμα συνεχούς εξάσκησης και από τις δύο πλευρές. Η επικοινωνία αυτή είναι απαραίτητη για να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος.

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι η ψυχή του συνεδρίου. Η απόλυτη συνεργασίας, η υπακοή και πειθαρχία, οι συγχρονιστικές κινήσεις, η ταχύτητα είναι μερικά από τα προσόντα που χρειάζονται.

Συνήθως, υπάρχει ένα μόνιμο προσωπικό το οποίο ενισχύεται με έκτακτο, κατά περίπτωση, προσωπικό. Αυτό το προσωπικό αφορά υπηρεσίες που προσφέρει το Ξενοδοχείο στην καθημερινή του πελατεία (υποδοχή, υπνοδωμάτια, καθαριότητα, σερβίρισμα φαγητών, ψυχαγωγία κ.λ.π.). Αφορά επίσης και προσωπικό που απασχολείται με τις δεξιώσεις διαρρυθμίσεις αιθουσών συνεστίασης, σερβίρισμα κ.λ.π.).

Κατά τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου, εκτός από τις δύο παραπάνω κατηγορίες προσωπικού που είναι απαραίτητες, απαιτούνται και άλλες ειδικότητες.

Οι τεχνικοί που χειρίζονται το συνεδριακό οπτικοακουστικό εξοπλισμό, επιλέγονται με προσοχή και έχουν πολύ καλή τεχνική εκπαίδευση για να χειριστούν τον εξοπλισμό που διαθέτει η μονάδα.

Η ίδια προσοχή στην επιλογή τους απαιτείται και όταν ο εξοπλισμός αυτός έχει νοικιαστεί από γραφεία, χωρίς να έχει διατεθεί προσωπικό για το χειρισμό του.

Αρκετές φορές η μονάδα καλείτε να διαθέσει το κατάλληλο προσωπικό, που θα ασχοληθεί με την εξυπηρέτηση των συνέδρων πάνω σε θέματα που δεν καλύπτουν οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου (συνοδοί, ξεναγοί, διερμηνείες κ.λ.π.).

Είναι δύσκολο ακόμα και το μεγαλύτερο ξενοδοχείο να μπορεί να απασχολεί μόνιμα τέτοιους επαγγελματίες. Όταν μάλιστα απαιτείται εξειδικευμένη εκπαίδευση, γνώση ξένων γλωσσών, γνώση χειρισμού υπολογιστή, ενώ συγχρόνως αυτοί οι ειδικοί γνωρίζουν τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου.

Οι συνοδοί που συνοδεύουν τους συνέδρους, σύμφωνα με το πρόγραμμά τους, θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την περιοχή και να είναι σε θέση να τους ενημερώνουν πλήρως και σωστά.

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ (THE CONVENTION SERVICE MANAGER)

Ο άνθρωπος που κατέχει την θέση αυτή, έχει σαν κύριο καθήκον τον συντονισμό και επίβλεψη των λειτουργιών εξυπηρέτησης του συνεδρίου.

Αφού έχει ολοκληρωθεί η "πώληση" του συνεδρίου στο ξενοδοχείο, ο Διευθυντής αρχίζει να επεξεργάζεται τις ειδικές λεπτομέρειες που αφορούν το service, με τον αρχηγό του συνεδριακού group. Οποιαδήποτε προβλήματα παρουσιασθούν κατά την διάρκεια του συνεδρίου, θα λυθούν από αυτόν. Πρέπει να δουλεύει στενά με όλα τα υπεύθυνα τμήματα, συντονίζοντας τις προσπάθειες των τμημάτων τροφίμων και ποτών (Food & Beverage Department), της υποδοχής (Front office), καθώς και του τμήματος αιθουσών και δεξιώσεων (Banquet Department).

Η θέση του Convention Service Manager περιέχει κύρος αλλά και υπευθυνότητα. Αν υπάρχει κάποιο άτομο μέσα στην επιχείρηση που μπορεί να "φτιάξει" ή να "χαλάσει" ένα συνέδριο, είναι ο εν λόγω διευθυντής.

Είναι το "σημείο επαφής", ανάμεσα στον αντιπρόσωπο των συνέδρων και την ξενοδοχειακή μονάδα, επιφορτισμένος να βρει λύσεις ακόμα και για κάποιες ανάγκες ή προβλήματα "εκτός προγράμματος".

Οι ώρες εργασίας του Διευθυντή Συνεδρίων είναι πολλές και συχνά απρογραμμάτιστες. Βασικά πρέπει να δίνει την εντύπωση στους συνέδρους ότι βρίσκεται όλες τις ώρες μέσα στο ξενοδοχείο.

Μάλιστα, εάν το συνέδριο έχει και άλλες μικρότερες ομάδες εργασίας που πρέπει να συντονιστούν, καταλαβαίνουμε ότι οι προσωπικές στιγμές του διευθυντή είναι πολύ λίγες. Είναι υποχρεωμένος, επίσης, να ζητήσει και να πάρει λεπτομερειακή πληροφόρηση, έτσι ώστε να εξυπηρετήσει καλύτερα τους συνέδρους. Μια ώρα τουλάχιστον πριν από κάθε "γεγονός" του συνεδρίου πρέπει να επισκέπτεται τον αντίστοιχο χώρο και να ελέγχει το set-

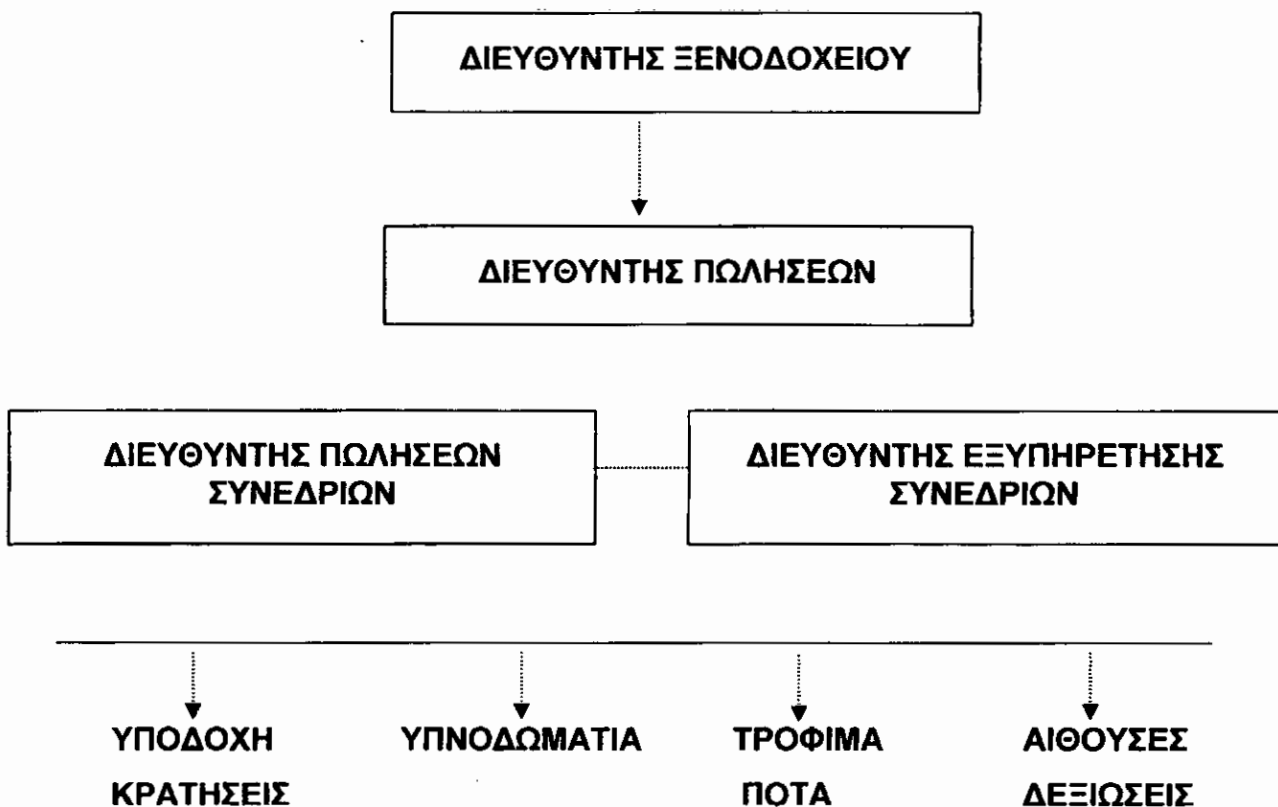
up, την οπτικοακουστική εγκατάσταση, την ετοιμότητα του προσωπικού, την ασφάλεια του χώρου και των ανθρώπων που είναι υπεύθυνοι για αυτή (security) κ.ά.

Πώς όμως γίνεται κάποιος Διευθυντής Συνεδρίων;

Αν και δεν υπάρχει στάνταρ κανόνες, οι περισσότεροι έχουν ανέβει μέσω των τμημάτων Υποδοχής (Front office) και Δεξιώσεων (Banquet), επειδή στα τμήματα αυτά έρχονται πιο συχνά αντιμέτωποι με τις δυσκολίες της δουλειάς αυτής. Βέβαια πρέπει να υπάρχει και κάποιος άλλος που θα αξιολογήσει σωστά το άτομο αυτό και θα τον κάνει επικεφαλή του τμήματος.

Το επόμενο βήμα είναι να προαχθεί στο τμήμα Πωλήσεων των Συνεδρίων (Convention Sales Department). Και αυτό γιατί το άτομο όντας στην θέση αυτή και έχοντας παράλληλα την πείρα της εξυπηρέτησης συνέδρων και γενικά ομάδων, ξέρει τι να υποσχεθεί και να δώσει, κι αυτό τον κάνει χρήσιμο ή πιο σωστά απαραίτητο στην επιχείρηση.

Ακολουθεί ένα σχεδιάγραμμα το οποίο τοποθετεί τον Διευθυντή Συνεδρίων όσο πιο σωστά γίνεται μέσα στην όλη διάρθρωση των τμημάτων με τα οποία είναι άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένη η θέση που κατέχει.



Ο “ρόλος” του Διευθυντή Συνεδρίων μπορεί να αναλυθεί στα επόμενα οκτώ στάδια:

- 1) Παραλαμβάνει την σχετική αλληλογραφία με τον πελάτη, καθώς και το ιδιωτικό συμφωνητικό που έχει υπογραφεί, ελέγχοντάς το για τυχόν ασάφειες.
- 2) Πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο “εκδηλώσεων – συνεδρίων” και συνεργάζεται με τον Υπεύθυνο Πωλήσεων για μεγαλύτερη ενημέρωση.
- 3) Έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου και δημιουργεί μαζί τους πνεύμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας. Διευκρινίζονται εκεί κενά και ασάφειες που δεν καλύφθηκαν ακόμη.
- 4) Ενημερώνει γραπτά (υπηρεσιακά σημειώματα, φωτοτυπημένα σχετικά έγγραφα), όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα. Αποστέλλονται στα μέλη του φορέα τα σχετικά έντυπα κρατήσεων (με την προϋπόθεση ότι οι κρατήσεις των δωματίων θα γίνουν με ευθύνη της ξενοδοχειακής μονάδας και όχι μέσω του φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο). Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τους υποψηφίους συνέδρους θα επιστραφούν με την έννοια της εντολής κράτησης.
- 5) Συγκαλεί εσωτερικές συσκέψεις με τους υπεύθυνους των τμημάτων που θα συνεργαστούν για την διεξαγωγή.
- 6) Προκαλεί τους οργανωτές ή και τους αντιπροσώπους του φορέα σε κοινή σύσκεψη λίγες ημέρες πριν από την έναρξη του συνεδρίου.
- 7) Επιβλέπει μετά την διεξαγωγή του συνεδρίου θέματα τελικής χρέωσης. Γνωρίζει επίσης ότι ο ικανοποιημένος πελάτης είναι πολύ πιθανόν να προτιμήσει ξανά την μονάδα.

ΠΥΡΑΣΦΑΛΕΙΑ

Είναι ένα από τα καθήκοντα του Διευθυντή Συνεδρίων η επιθεώρηση των συνεδριακών χώρων σχετικά με την ασφάλεια που παρέχουν σε περίπτωση φωτιάς. Τα κυριότερα σημεία που πρέπει να προσεχθούν είναι τα εξής:

- 1) Τοποθέτηση συστήματος συναγερμού.

- 2) Ο αντιπρόσωπος των συνέδρων πρέπει να αναγνωρίζει τότε πρόκειται για συναγερμό φωτιάς.
- 3) τοποθέτηση σημάτων εξόδου (Exit) που οδηγούν στις πόρτες εξόδων της μονάδας.
- 4) Ύπαρξη ειδικού φωτισμού σε περίπτωση συναγερμού.
- 5) Αποφυγή εμποδίων στους διαδρόμους και στις εξόδους.
- 6) Οι πόρτες εξόδου δεν είναι κλειδωμένες.
- 7) Οι πόρτες που οδηγούν στις σκάλες κινδύνου ανοίγουν και κλείνουν αυτόματα.
- 8) Οδηγίες σε περίπτωση φωτιάς βρίσκονται σε όλα τα δωμάτια.
- 9) Σήματα που απαγορεύουν την χρησιμοποίηση ανελκυστήρων σε περίπτωση φωτιάς.
- 10) Οι αίθουσες συνεδρίων έχουν πόρτες εξόδου-εισόδου ανάλογες με την χωρητικότητά τους (μέχρι 300 άτομα: 2 έξοδοι, μέχρι 1000 άτομα: 3 έξοδοι, μέχρι 1000 άτομα: 4 έξοδοι).
- 11) Οι τοίχοι και οι πόρτες να είναι φτιαγμένες από κατάλληλα υλικά που θα εμποδίζουν την εξάπλωση της φωτιάς.
- 12) Ύπαρξη security - υπεύθυνου ασφάλειας για την πρόληψη αλλά και τον γρήγορο εντοπισμό φωτιάς. Εκπαίδευση των υπαλλήλων για πώς θα μπορέσουν να βοηθήσουν στην κατάσβεση της φωτιάς και στην ασφάλεια των πελατών.
- 13) Εκπαίδευση των υπαλλήλων για το πώς θα μπορέσουν να βοηθήσουν στην κατάσβεση της φωτιάς στην ασφάλεια των πελατών.

ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ

Βασικός μοχλός της ομαλής διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι η Γραμματεία, που λειτουργεί επί τόπου. Τα στελέχη που θα απαρτίζουν την Γραμματεία πρέπει να διακρίνονται από οργανωτική πληρότητα, ευελιξία, ταχύτητα, ψυχραιμία, δυνατότητα αποτελεσματικής αντιμετώπισης απρόοπτων, αντοχή (οργανωτική και ψυχολογική) και να έχουν ευγενική και ευχάριστη συμπεριφορά.

Απαραίτητο, επίσης, είναι μερικά από τα στελέχη της Γραμματείας –αν όχι όλα- να είναι τα ίδια που είχαν εργαστεί στην προκαταρκτική γραμματεία (εγγραφή συνέδρων), για να έχουν την συνέχεια της εικόνας και να ξέρουν πρόσωπα, πράγματα και κυρίως προβλήματα.

Πάντως, στα περισσότερα συνέδρια η Γραμματεία από την αρχή έως το τέλος είναι μία και μοναδική, στελεχωμένη από “μόνιμο” προσωπικό.

Δύο από τα βασικά “εργαλεία” της Γραμματείας για την καλή άσκηση του έργου της, είναι ένας πίνακας ανακοινώσεων, συνεχώς ενημερωμένος με οποιαδήποτε αλλαγή του προγράμματος ή με άλλα θέματα που αφορούν τους συνέδρους, κι ένας πίνακας “μηνυμάτων” προς και από τους συνέδρους.

Φυσικά, όσο πιο σωστή δουλειά έχει γίνει στην οργανωτική υποδομή της Γραμματείας και του τρόπου που θα εργασθεί, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να πετύχει στην δύσκολη αποστολή της.

Τα κυριότερα έντυπα που θα μπορεί κάποιος να προμηθευτεί από την Γραμματεία, είναι τα εξής:

- 1) Μεγάλοι φάκελοι από την αποστολή έντυπου υλικού.
- 2) Τελικό πρόγραμμα.
- 3) Αποδείξεις καταβολής αντιτίμου συμμετοχής.
- 4) Προσκλήσεις για τις διάφορες εκδηλώσεις στα πλαίσια του συνεδρίου.
- 5) Τα κείμενα εισηγήσεων – ομιλιών.
- 6) Έντυπο με πληροφορίες για τον τόπο που γίνεται το συνέδριο.
- 7) Κάρτες ή επιστολές “ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ” για τα δωμάτια των ξενοδοχείων.
- 8) Διπλώματα παρακολούθησης του συνεδρίου.
- 9) Έντυπο εντυπώσεων.

Επίσης, χρειάζονται τα παρακάτω υλικά:

- 1) Ντοσιέ χάρτινα, πλαστικά ή δερμάτινα με χρυσοτυπία ή μεταξοτυπία του σήματος, της επωνυμίας, του τόπου και του χρόνου του συνεδρίου.
- 2) Μολύβια διάρκειας, στυλό και μαρκαδόροι.
- 3) Μπλοκ χαρτιού για σημειώσεις.
- 4) Κονκάρδες πέτου. Οι κονκάρδες πρέπει να παραλλάζουν χρωματικά για τους συνέδρους, τους παρατηρητές, τους οργανωτές, τους εκπροσώπους των Μ.Μ.Ε. κ.λ.π.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΧΩΡΩΝ (SECURITY)

Το προσωπικό ασφαλείας της μονάδας, πρέπει να εκπαιδευτεί και μέσα στο συνεδριακό κέντρο, μαθαίνοντας ταυτόχρονα τα πάντα γύρω από τους χώρους του ξενοδοχείου και τις λειτουργίες αυτών. Στις περιπτώσεις μεγάλων συνεδριακών κέντρων, το προσωπικό είναι μόνιμο, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και έκτακτο.

Υπάρχουν ειδικές εταιρείες security που “νοικιάζουν” το προσωπικό τους. Επίσης, πολλά ξενοδοχεία διατηρούν λίστες με μεμονωμένα άτομα (αστυνομικοί εκτός υπηρεσίας, πυροσβέστες κ.ά.), τους οποίους καλούν οποιαδήποτε στιγμή τους χρειαστούν. Έχουν ήδη εκπαιδευτεί στις βασικές διαδικασίες ασφάλειας και είναι μια εξαιρετική πηγή βοήθειας.

Πότε, όμως, το προσωπικό ασφαλείας είναι απαραίτητο; Κατά την είσοδο και έξοδο επισκεπτών στο χώρο του συνεδρίου επειδή άτομα ξένα προς τις λειτουργίες της εκδήλωσης μπορούν να εισέλθουν στις αίθουσες που χρησιμοποιούνται. Το προσωπικό πρέπει να προσέχει οποιονδήποτε δείχνει ύποπτος. Π.χ. θα είναι πολύ περίεργο κάποιος να φοράει παλτό ή ένα φαρδύ αδιάβροχο τη στιγμή που έξω ο καιρός είναι ζεστός. Η εγρήγορση για κάθε τι παράξενο είναι απαραίτητη. Η παρουσία προσωπικού ασφαλείας είναι, επίσης, επιβεβλημένη στους χώρους εκφόρτωσης προϊόντων και εισόδου – εξόδου φορτηγών ή άλλων οχημάτων. Κάθε αντικείμενο ή δέμα που μπαίνει ή βγαίνει από τον χώρο της μονάδας, πρέπει να ελέγχεται. Σε περίπτωση διεθνών συνεδρίων τα πράγματα είναι ακόμα πιο δύσκολα λόγω του συνήθως μειωμένου (ολιγάριθμου) προσωπικού ασφαλείας. Πρέπει λοιπόν και ο αντιπρόσωπος των συνέδρων να ορίσει δικούς του ανθρώπου που θα παρακολουθήσουν τις διαδικασίες. Μόνο οι σύνεδροι πρέπει να έχουν πρόσβαση στους ανάλογους χώρους. Οι ταυτότητες συμμετοχής αν και απαραίτητες δεν είναι πάντα αποτρεπτικές, όσον αφορά τους παρείσακτους. Ακόμα, και οι υπάλληλοι της μονάδας, μπορεί να είναι ύποπτοι κλοπής κυρίως, λόγω της προφανούς ιδιότητάς τους και λόγω της γνώσης τους γύρω από “κρυφούς” χώρους της μονάδας. Τα ηλεκτρονικά συστήματα παρακολούθησης (εσωτερικό κύκλωμα τηλεόρασης – κάμερες, συναγερμοί),

αν και υπάρχουν σε μεγάλη ποικιλία, δεν χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό κυρίως λόγω του κόστους τους. Τα κυριότερα καθήκοντα του προσωπικού ασφαλείας είναι:

- Η απομάκρυνση παρείσακτων ή ταραχοποιών χωρίς να προκαλέσουν την προσοχή των συνέδρων.
- Το σβήσιμο μικρής έκτασης πυρκαγιών.
- Πρόληψη και αναφορά ατυχημάτων.
- Προειδοποίηση των συνέδρων για τοποθετήσεις βομβών χωρίς πρόκληση κατάστασης πανικού.
- Γνώση των εξόδων (exits) του ξενοδοχείου ώστε σε περίπτωση εκκένωσης του κτιρίου, να μπορούν να καθοδηγήσουν τους καλεσμένους.
- Έλεγχος ομάδων ανθρώπων σε καταστάσεις πανικού.
- Γνώση των νόμων που σχετίζονται με την δουλειά τους.

ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΔΡΟΥΣ

Πρώτος στόχος για να μπορέσει η ξενοδοχειακή μονάδα να προσδιορίσει τη συνεδριακή πελατεία της είναι η καταγραφή των δυνατοτήτων της. Με τον τρόπο αυτό θα αποφευχθεί απώλεια χρόνου και χρημάτων, εφόσον το ξενοδοχείο δε θα απευθυνθεί σε λάθος συνέδριο και γενικά δε θα πλησιάσει εκείνους που τις ανάγκες και επιθυμίες τους, δεν μπορεί να ικανοποιήσει.

Θα πρέπει δηλαδή να καταγράψει όλα τα στοιχεία που αφορούν τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, την δυνατότητα παροχής συγκεκριμένων υπηρεσιών, καθώς και τις δυνατότητες που παρέχει η γεωγραφική θέση που βρίσκεται η μονάδα. Η καταγραφή θα πρέπει να αποτυπώσει την πραγματική εικόνα. Σε αντίθετη περίπτωση, οι ανακριβείς μετρήσεις θα οδηγηθούν σε λάθος εκτιμήσεις με συνέπειες.

Η διαδικασία αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνει ποιοτική και ποσοτική καταγραφή. Συγκεκριμένα:

- Στέγαση.

- Συνεδριακές αίθουσες.
- Χώροι για εκθέσεις.
- Πρόσθετος συνεδριακός εξοπλισμός.
- Δυνατότητες προσφοράς επισιτιστικών υπηρεσιών.
- Δυνατότητες για ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους.

- **Στέγαση**

Πρέπει να προσδιοριστεί ο αριθμός ατόμων που μπορεί να δεχθεί το ξενοδοχείο.

Επειδή, σε κάθε ξενοδοχειακή μονάδα τα μονόκλινα δωμάτια είναι πολύ λιγότερα σε αριθμό, η δε διάθεση των δίκλινων δωματίων για μονόκλινα δεν συμφέρει από οικονομική άποψη, ο ξενοδόχος είναι προτιμότερο να αναζητήσει συνέδρια που χρησιμοποιούν δίκλινα δωμάτια. Εκείνα, δηλαδή, τα συνέδρια στα οποία οι συμμετέχοντες δέχονται να μοιραστούν το δωμάτιο με ένα φίλο ή που συνοδεύονται από τις (ή τους) συζύγους τους.

Επίσης, ο ξενοδόχος θα πρέπει να γνωρίζει ότι οι σύνεδροι έχουν κάποιες ιδιαίτερες προτιμήσεις όσο αφορά το υπνοδωμάτιό τους. Όπως:

- Μοκέτα στο δάπεδο.
- Τηλέφωνο με απευθείας εξωτερική σύνδεση.
- Κλιματισμό.
- Ευρυχωρία για τακτοποίηση των αποσκευών τους, των ρούχων τους, των φακέλων τους.
- Υπηρεσία δωματίου ή ψυγείο με αναψυκτικά και ποτά.
- Τηλεόραση.

- **Συνεδριακοί χώροι**

Η εργασία καταγραφής των διαφόρων συνεδριακών χώρων θα βοηθήσει να αντιληφθούν ακριβώς τη δυνατότητα εξυπηρέτησης συνεδρίων. Επίσης, θα κάνει γνωστό στους οργανωτές των συνεδρίων τη δυνατότητα για χρήση μίας ή περισσότερων αιθουσών, έτσι ώστε να ρυθμίσουν το πρόγραμμα του συνεδρίου ανάλογα.

Πρέπει να προσδιοριστεί:

- Ο αριθμός των αιθουσών που υπάρχουν και η δυναμικότητά τους. Η τελευταία μπορεί είτε να είναι σταθερή, είτε μεταβλητή. Στην περίπτωση που δεν έχουμε μόνιμη εγκατάσταση θα πρέπει να υπολογιστούν οι εναλλακτικές διατάξεις της αίθουσας, ανάλογα με τη χρήση τραπεζιών, εδράνων ή μόνο καθισμάτων.
- Η δυνατότητα συνδυασμού περισσότερων αιθουσών.
- Η δυνατότητα διαχωρισμού της κύρια συνεδριακής αίθουσας σε μικρότερες.
- Η δυνατότητα δημιουργίας γραφείου εγγραφής και υποδοχής των συνέδρων.
- Η δυνατότητα ύπαρξης χώρου συγκέντρωσης.

• Αίθουσες για εκθέσεις

Σε περίπτωση που το συνέδριο περιλαμβάνει και έκθεση, αυτή θα πρέπει να μπορεί να γίνει σε κοντινό με τη συνεδριακή αίθουσα χώρο.

Ο ξενοδόχος οφείλει να γνωρίζει τις δυνατότητες του χώρου.

Θα πρέπει να γνωρίζει:

- Τις διαστάσεις του χώρου.
- Το φορτίο που μπορεί να δεχθεί το πάτωμα.
- Τη δυνατότητα της χρήσης κινητών χωρισμάτων.
- Τη δυνατότητα για διάφορες παροχές (τηλεφωνική σύνδεση, τρεχούμενο νερό, παροχή ηλεκτρικής ενέργειας, φωτισμό, κλιματισμός κ.λ.π.).

• Πρόσθετη υλικοτεχνική υποδομή

Η υποδομή αυτή μπορεί να αποτελεί σταθερό τμήμα στη συνεδριακή αίθουσα, εφόσον οι εγκαταστάσεις είναι μόνιμες. Μέρος ή το σύνολο της υποδομής αυτής μπορεί να είναι κινητό.

Ο ξενοδόχος θα πρέπει να γνωρίζει την ποιότητα και την ποσότητα σε ότι αφορά:

- Ηχητικά συστήματα (μικρόφωνα, βάσεις, ενισχυτές, ηχεία).
- Συστήματα κλιματισμού.
- Είδος φωτισμού.

- Αναλόγια, εξέδρες, πίνακες.
- Μηχανήματα και οθόνες προβολής.
- Κινηματογραφικές μηχανές προβολής.
- Επιδιασκόπιο.
- Εγκαταστάσεις αυτόματης μετάφρασης (ασύρματη ή ενσύρματη, αριθμός καναλιών, δηλαδή αριθμός γλωσσών στις οποίες μπορεί να γίνεται μετάφραση).
- Μαγνητόφωνα.

Στην περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν διαθέτει κάποιο τμήμα από τον παραπάνω εξοπλισμό, θα πρέπει να έρθει σε επαφή με γραφεία ενοικίασης εξοπλισμού.

• **Επισιτιστικές υπηρεσίες**

Αυτή η καταγραφή θα εντοπίσει την ποιοτική και ποσοτική δυνατότητα παροχής επισιτιστικών υπηρεσιών. Τα διάφορα εδέσματα αποτελούν μέρος των υπηρεσιών προς τους συνέδρους, για το οποίο ο ξενοδόχος μπορεί να πληρωθεί ικανοποιητικά.

Πρέπει να προσδιοριστεί:

- Ο αριθμός των ατόμων που μπορεί να φιλοξενήσει η αίθουσα εστίασης των συνέδρων ή το τμήμα του εστιατορίου που μπορεί να διαθέτει γι' αυτούς.
- Ο χρόνος που απαιτείται για την αλλαγή της χρήσης της αίθουσας από επισιτιστική σε συνεδριακή και αντίστροφα.
- Η δυνατότητα του προσωπικού να σερβίρουν ταυτόχρονα ένα μεγάλο αριθμό συνέδρων γρήγορα και αποτελεσματικά.
- Η δυνατότητα προσφοράς γευμάτων εκτός από την αίθουσα εστίασης και σε άλλους χώρους όπως: κήπος, αίθριο, πισίνα.
- Η δυνατότητα προσφοράς στα διαλείμματα μεταξύ των συνεδριάσεων καφέ, τσάι, βουτημάτων κ.ά.
- Επιλογές ψυχαγωγίας συνέδρων και συνοδών.

Είναι πολύ απαραίτητο στοιχείο αυτό της ψυχαγωγίας των συνέδρων και των συνοδών τους. Ο ξενοδόχος θα πρέπει να καταγράψει όχι μόνο τις επιλογές που δίνει η επιχείρησή του για ψυχαγωγία αλλά και αυτές που διατίθενται στην ευρύτερη περιοχή.

Ένα άλλο στοιχείο που κάνει τις υπηρεσίες πιο αποτελεσματικές είναι αυτό της ψυχαγωγίας και απασχόλησης των παιδιών, που πολλές φορές συνοδεύουν τους συνέδρους, ιδίως μάλιστα όταν συνδυάζεται το συνέδριο με ολιγοήμερες οικογενειακές διακοπές.

Η καταγραφή των επιλογών για ψυχαγωγία των συνέδρων και συνοδών τους εντός και εκτός ξενοδοχείου θα πρέπει να περιλαμβάνει:

α) Ψυχαγωγία συνέδρων και συνοδών μέσα στο ξενοδοχείο:

- Αναγνωστήρια που να διαθέτουν τοπικό, εθνικό και διεθνή τύπο.
- Πισίνα και ειδικά διαρρυθμισμένοι χώροι κοντά της.
- Γυμναστήριο, σάουνα, μασάζ, υδρομασάζ.
- Αθλητικές εγκαταστάσεις.
- Κυλικείο, bar.
- Μουσική και δυνατότητα για χορό.
- Καλλιτεχνικά προγράμματα και διαγωνισμοί.
- Κομμωτήριο, περιποίηση προσώπου κ.λ.π.
- Καταστήματα για ψώνια μέσα στο ξενοδοχείο.
- Αίθουσα κινηματογράφου.
- Δυνατότητες για φροντίδα νηπίων και ψυχαγωγίας παιδιών.

β) Ψυχαγωγία συνέδρων και συνοδών εκτός ξενοδοχείου:

- Δυνατότητες για ενημέρωση, ψυχαγωγία και αναψυχή που παρέχει η πόλη ή η ευρύτερη περιοχή της (μουσεία, γκαλερί, αρχαιολογικοί χώροι, θέατρα, νυκτερινά κέντρα, πάρκα, ζωολογικοί κήποι, εθνικοί δρυμοί, χώροι αναψυχής).
- Δυνατότητες ομαδικών οργανωμένων περιηγήσεων – ξεναγήσεων.
- Δυνατότητες περιήγησης πεζή.

Δεν προτιμούνται τα υπερφορτωμένα προγράμματα που δεν αφήνουν περιθώρια ξεκούρασης, τα ψώνια σαν αποκλειστική δραστηριότητα, τα κοινά θέματα και η ένταση.

Προτιμούνται ήπιες μορφές ψυχαγωγίας και διασκέδασης πρωτοτυπία στην απασχόληση.

Συγκεκριμένοι φορείς επιθυμούν για τα μέλη τους τη συμμετοχή σε ομαδικά αθλήματα και παιχνίδια, γιατί πιστεύουν πως με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η συλλογικότητα και συνεργασία. Ευθύνη του ξενοδοχείου είναι να μειώσει τις πιθανότητες μικροτραυματισμών και ατυχημάτων.

Το ξενοδοχείο μπορεί να αυξήσει την πληρότητα του εφόσον πραγματοποιούνται εκθέσεις σε αυτόνομους εκθεσιακούς χώρους της περιοχής που είναι εγκατεστημένη. Μπορεί επίσης, εφόσον έχει τις σχετικές εγκαταστάσεις να φιλοξενεί εκθέσεις ή συνέδρια που συνδυάζονται με εκθέσεις. Οι τελευταίες αποτελούν συνήθη πρακτική εφόσον σχεδόν πάντα πραγματοποιούνται από τον χορηγό της συνεδριακής εκδήλωσης.

ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΣΕΙΡΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΓΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ένα συνέδριο περιλαμβάνει την παροχή όλων των ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, είναι μεγάλη η ανάγκη του σωστού προγραμματισμού και συντονισμού όλων των απαραίτητων λειτουργιών.

Μεγάλα ξενοδοχεία που ένα μέρος της πελατείας τους αποτελείται από συνέδρια, έχουν υπεύθυνο συντονιστή της προετοιμασίας και διεξαγωγής τους. Ονομάζεται διευθυντής συνεδρίων και είναι υπόλογος στο γενικό διευθυντή της μονάδας και επικοινωνεί με τα τμήματα που εμπλέκονται (κρατήσεις, υποδοχή, υπνοδωμάτια, τμήματα επισιτισμού κ.λ.π.).

Στα ξενοδοχεία εκείνα που σπάνια διεξάγονται συνέδρια, ο διευθυντής δεξιώσεων είναι ο πιο αρμόδιος από τα στελέχη για να ασχοληθεί με την

προετοιμασία και πραγματοποίησή τους. Άλλοτε, ένας μόνιμος συνεργάτης του έχει τον τίτλο του υπευθύνου των συνεδρίων και παραχωρείται σε αυτόν κάθε αρμοδιότητα.

Σε μικρότερες μονάδες, και με δυνατότητες μόνο για μικρά συνέδρια (μέχρι τριάντα άτομα) ο Maitre d' Hotel με τη βοήθεια του διευθυντή του ξενοδοχείου, αναλαμβάνει την όλη προετοιμασία και διεξαγωγή τους.

Η επικοινωνία με τα τμήματα του ξενοδοχείου που σχετίζονται με το συνέδριο, θα πρέπει να αρχίσει πολύ πριν τη διεξαγωγή του. Ο διευθυντής συνεδρίων πρέπει να εκτελέσει τις εξής εργασίες πριν τη διεξαγωγή των συνεδρίων:

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

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.

ΤΡΟΠΟΙ, ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ

Οι κρατήσεις των υπνοδωματίων των συνεδρων μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε μέσω του οργανωτή του συνεδρίου, είτε μέσω του ξενοδοχείου.

- **Με ευθύνη του οργανωτή**

Είναι ο τρόπος που προτιμούν τα περισσότερα ξενοδοχεία γιατί δεν τους δεσμεύει χρόνο. Η τελική λίστα δωματίων με το είδος των δωματίων, τις ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης και τα ονοματεπώνυμα των συνεδρων, έρχεται στη μονάδα έτοιμη, μέσω του οργανωτή. Ο οργανωτής, στην περίπτωση αυτή, έχει την ευθύνη της επαφής με τους συνέδρους, χρησιμοποιώντας το έντυπο που συμπληρώνει και επιστρέφει ο κάθε σύνοδος. Ταξινομημένα τα έντυπα αυτά δίνουν τη λίστα των δωματίων.

- **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. Το τμήμα κρατήσεων του ξενοδοχείου αναλαμβάνει μια επίπονη εργασία που πρέπει να εκτελέσει με μεγάλη προσοχή.

Εδώ παρουσιάζεται το έντυπο, που χρησιμοποιείται από ξενοδοχείο της αλυσίδας Ledra Marriot στο Ορλάντο των Η.Π.Α.

ORLANDO MARRIOTT HOTEL
 1000 MARRIOTT AVENUE
 ORLANDO, FLORIDA 32817

RESERVATION REQUEST

PLEASE PRINT CLEARLY AND IN BLOCK LETTERS

NAME: _____
 ADDRESS: _____
 CITY: _____ STATE: _____ ZIP: _____
 TELE: _____

ARRIVAL DATE: _____ DEPARTURE DATE: _____
 ARRIVAL TIME: _____ FLIGHT NO: _____
 NUMBER OF ROOMS: _____ NUMBER IN PARTY: _____
 ADULTS: _____ CHILDREN & AGES: _____
 SPECIAL REQUEST: _____

NAME: _____
 ADDRESS: _____
 CITY: _____ STATE: _____ ZIP: _____
 TELE: _____

FOR THOSE WHO WISH TO ARRIVE EARLY AND/OR DEPART LATE, THE ABOVE DATE
 INDICATES SPECIAL GROUP RATES AND SPECIAL RATE NIGHTS. THESE RATES ARE NOT
 AVAILABLE FOR INDIVIDUAL GUESTS OR GROUPS OF GUESTS.

DAILY ROOM RATES SINGLE: \$ _____ DOUBLE: \$ _____
 SUITE: \$ _____
 CHILDREN STAYING IN THE SAME ROOM WITH
 THEIR PARENTS NO EXTRA CHARGE.
 ALL RATES ARE SUBJECT TO 4% STATE TAX.
 MAXIMUM NUMBER OF PEOPLE IN ROOM - FIVE (5).
 RESERVATIONS ARE TENTATIVELY HELD PENDING
 RECEIPT OF DEPOSIT OR AMERICAN EXPRESS OR
 OTHERS CLUB CARD NUMBER _____
 EXPIRE DATE: _____

Special request for location, smoking room, etc. will be noted but cannot be
 guaranteed. Room are subject to change at any time and not to confirmation by
 RESERVATION MANAGER.

CHECK IN: AFTER 4:00 PM CHECK OUT: 11:00 AM
 Baggage must be checked out with the Bell Captain if departure time is later than
 11:00 AM.

THIS IS A RESERVATION REQUEST AND MUST BE ACCOMPANIED BY ONE (1) NIGHTS ROOM DEPOSIT. A WRITTEN
 CONFIRMATION WILL BE SENT TO YOU AFTER RECEIPT OF DEPOSIT. ALL REQUESTS MUST BE RECEIVED BY _____
 AFTER SUCH DATE, THEY WILL BE ACCEPTED ON A SPACE AVAILABLE BASIS.

• Έλεγχος των κρατήσεων δωματίων

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

Συνήθως, κάποιοι από τους ιδύνοντες, καθώς και ορισμένα μέλη της οργανωτικής επιτροπής τυγχάνουν ιδιαίτερης περιποίησης σαν V.I.Ps. Επίσης, πρέπει να υπάρχουν λίγα δωμάτια διαθέσιμα για συνέδρους, που προστίθενται στην τελευταία στιγμή.

• Κατάλογος συνέδρων

Μετά τον τελικό έλεγχο των κρατήσεων, τυπώνεται ο κατάλογος των συνέδρων.

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

Ο κατάλογος μπορεί να συμπληρώνεται ακόμη και μέχρι την τελευταία στιγμή.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Οι πληροφορίες για τις κρατήσεις των δωματίων στέλνονται στα μέλη του group τρεις έως έξι μήνες πριν από το συνέδριο. Η καλύτερη μέθοδος κρατήσεων που θα ακολουθήσει η ξενοδοχειακή μονάδα – συνεδριακό κέντρο θα εξαρτηθεί από ορισμένους παράγοντες:

- α) Το μέγεθος της ομάδας των συνέδρων.
- β) Εάν το συνέδριο θα πραγματοποιηθεί σε ένα ξενοδοχείο ή σε περισσότερα (city-wide convention).
- γ) Εάν η συμμετοχή είναι υποχρεωτική ή εθελοντική.
- δ) Η πολιτική και οι διαδικασίες της συγκεκριμένης συνεδριακής μονάδας.

Τα συστήματα κρατήσεων που χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι τα εξής:

Ταχυδρομικές επιστολές (Postal Reply Cards):

Είναι κατά κανόνα το συνηθέστερο μέσον κρατήσεων. Τυπώνονται από το ξενοδοχείο και στέλνονται ή στον αρχηγό της συνεδριακής μονάδας και από εκεί στους συνέδρους ή κατευθείαν σε αυτούς. Και στις δύο περιπτώσεις, ο συμμετέχων επιστρέφει την επιστολή απευθείας στο τμήμα κρατήσεων του ξενοδοχείου. Είναι πολύ σημαντικό οι επιστολές να είναι απλές και ξεκάθαρες ως προς την σύνταξη και το νόημά τους.

Πρέπει μέσω αυτών, το τμήμα κρατήσεων να παίρνει απαραίτητες πληροφορίες όπως οι ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης, οι ώρες άφιξης

και αναχώρησης, το είδος του δωματίου ή δωματίων που ζητά ο σύνεδρος, αν αυτός θα συνοδεύεται ή όχι και αν ναι από πόσα άτομα, ειδικές επιθυμίες του συνέδρου. Πρέπει, επίσης, και να δίνονται πληροφορίες όπως το χρονικό διάστημα κράτησης του δωματίου, αν το δωμάτιο μπορεί ή όχι να κρατηθεί για κάποιες ημέρες πέρα των συγκεκριμένων και για πόσες, αν είναι απαραίτητη ή όχι κάποιου είδους προκαταβολής ή εγγύησης, καθώς και την διεύθυνση του ξενοδοχείου, ώστε να ξέρει ο συμμετέχων που θα στείλει την επιστολή.

Λίστες δωματίων (Rooming Lists):

Αν και οι ταχυδρομικές επιστολές είναι η πιο κοινή μέθοδος κρατήσεων δεν σημαίνει ότι είναι και η πιο επιθυμητή. Τα περισσότερα ξενοδοχεία προτιμούν να λαμβάνουν μια πάγια, σταθερή λίστα δωματίων –που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν από τους συνέδρους- από τον αρχηγό του group παρά να παίρνουν μεμονωμένες επιστολές από κάθε σύνεδρο. Δηλαδή, ο αρχηγός του group αφού λάβει τις επιστολές από τους συνέδρους, φτιάχνει μια λίστα με τα δωμάτια που θα καταληφθούν και την στέλνει στον υπεύθυνο κρατήσεων του ξενοδοχείου, όπου θα λάβει μέρος το συνέδριο. Είναι πολύ σημαντικό για το τμήμα της Υποδοχής να ξέρει αν οι κρατήσεις θα γίνουν μέσω Ταχυδρομικών Επιστολών ή μέσω Λίστας Δωματίων, προκειμένου να μπορέσει να οργανώσει την λειτουργία του ανάλογα.

Οι Λίστες Δωματίων χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνέδρια όπου η συμμετοχή είναι υποχρεωτική ή τουλάχιστον προβλέψιμη. Μάλιστα, ο Διευθυντής Συνεδρίων θα πρέπει να ενθαρρύνει την χρήση της λίστας, γιατί έτσι μειώνεται ο φόρτος εργασίας του τμήματος κρατήσεων.

• Κρατήσεις μέσω ταξιδιωτικού γραφείου

Όταν περισσότερα από ένα ξενοδοχεία χρησιμοποιούνται το συνέδριο ονομάζεται "city-wide" και οι κρατήσεις είναι ευθύνη ενός ταξιδιωτικού γραφείου που όμως λειτουργεί κυρίως σαν ένα μεσιτικό γραφείο. Το ταξιδιωτικό γραφείο στέλνει καρτέλες κρατήσεων (reservation forms) στον οργανισμό που θα κάνει το συνέριο και αυτές θα περιληφθούν στο "συνεδριακό πακέτο" που θα σταλεί στα μέλη του οργανισμού.

Αφού τα μέλη λάβουν τα "πακέτα" αυτά, στέλνουν τις προσωπικές τους κρατήσεις πάλι στο ταξιδιωτικό γραφείο το οποίο θα έρθει σε συνεννόηση με τα ξενοδοχεία σχετικά με το κλείσιμο των δωματίων, πάντα βέβαια σύμφωνα με τις επιθυμίες των συνέδρων.

Συνήθως, προβλέπεται και κάποιος extra χώρος στην κάρτα κράτησης προκειμένου το κάθε μέλος να γράψει και μια δεύτερη ή τρίτη επιλογή ξενοδοχείου σε περίπτωση που η πρώτη του επιλογή δεν είναι δυνατό να ικανοποιηθεί.

Συνήθως, τα ταξιδιωτικά γραφεία χρειάζονται και ζητούν ένα διάστημα έξι μηνών πριν αρχίσουν οι εργασίες του συνεδρίου, έτσι ώστε, να πραγματοποιήσουν τις παραπάνω εργασίες. Ένα γραφείο μπορεί σε κάποια δεδομένη χρονική στιγμή να εξυπηρετεί τις λειτουργίες περισσότερων από ένα συνέδριο, με εκτεταμένη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. Κάρτες επιβεβαίωσης των κρατήσεων πρέπει να σταλούν σε όλους τους συνέδρους. Ένα αντίγραφο από κάθε κράτηση επιβεβαίωση θα σταλεί στο ξενοδοχείο που επιλέχθηκε, ενώ ένα άλλο αντίγραφο θα παραμείνει στο ταξιδιωτικό γραφείο.

Our dining options, Membership Bureau, A-1388, 6410 Opryland Drive, Nashville, TN 37214

Welcome to the Opryland Hotel.

Name of Group	# OF ROOMS	ROOM TYPE	Room Selection	2 PERSONS
Dates of Function (Please print or type)		Conservatory	<input type="checkbox"/> 1 PERSON	<input type="checkbox"/> 2 PERSONS
Name		King	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Title		Standard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Company Name		SUITE TYPE	1 BEDROOM	2 BEDROOM
Address		Standard Parlor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
City	State	Jr. Suite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Phone Office ()	Home ()	Columnade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sharing room with	Zip	Parthenon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arrival Date	Departure Date	Contidential	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Conservatory	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*There is a possibility your requested room type may not be available. If room type requested is not available, the next available room type will be assigned.

Reservations must be accompanied by one night's room deposit. Opryland Hotel accepts deposits made by check, MasterCard, VISA, Diners Club, Discover, Carte Blanche or American Express. (Refunds will be made only when cancellations are received at least 72 hours prior to scheduled arrival date.)

Rates are quoted for single or double occupancy. Children age and under and sharing room with adults are free. The rate for outside food is \$5.00 per person.

Special Requests (subject to availability):

Rollaway Bed _____

Crib _____

Connecting Room _____

Handicapped Room _____

Other _____

Credit Card # _____

Expiration Date ____/____/____

Reservations received after _____ will be confirmed on a space available basis.


Check-in 3 p.m.
Check-out 11 a.m.

Rooms may not be available prior to 3 p.m. check-in time.

Arrival at hotel by Auto _____ Airport Shuttle _____ Flight # _____

Airline _____ Estimated time of arrival _____ a.m. _____ p.m.

If you need additional information, call our Reservations Department at 615/869-1000.


LAS VEGAS CONVENTION BUREAU
 CONVENTION CENTER, FLARINO ROAD
 P. O. BOX 10000
 LAS VEGAS, NEVADA 89144

Date: MAY 15, 19

FROM: Charal Morgan, Convention Sales

SUBJECT: REQUEST FOR ROOM COMMITMENT

The National Nurses Association was requested to obtain
 tentative firm room commitments for their convention in Las Vegas, Nevada.
 The tentative dates of Oct. 9, 12 through Oct. 22, 19
 for 4287 3641 agrees to reserve the following number of
 classes shown at the rates shown below, providing a written acceptance
 of the convention organization is received by the hotel or motel prior to
May 15, 19
 BY:

NUMBER OF:	SINGLES <u>100</u>	RATE <u>\$34-22</u>
	DOUBLES <u>475</u>	RATE <u>\$27-32</u>
	TWINs _____	RATE _____
	SUITES <u>25</u>	RATE <u>\$75-118</u>

GRAND TOTAL ROOMS 600

ROOM DEPOSIT (1) NOT REQUIRED. (IF REQUIRED, STATE AMOUNT) \$50.00

BOOKED BY:	<u>Charal Morgan</u>	<u>Allyn Hotel</u>
NAME		HOTEL OR MOTEL
	<u>Sales Manager</u>	<u>May 20</u>
TITLE		DATE

PUBLIC SPACE AVAILABLE yes negotiable
 RATE OR GRATIS

PUBLIC SPACE DESCRIBED ON ATTACHMENT (NOTE TO HOTEL: IF APPLICABLE PLEASE ENCLOSE BROCHURE)

RESERVATIONS FOR PUBLIC SPACE TO BE REQUESTED AND CONFIRMED BY LETTER.

NOTE: TO BE COMPLETED IN TRIPLICATE. MAIL TWO (2) COPIES TO THE LAS VEGAS CONVENTION BUREAU. HOTEL OR MOTEL TO OBTAIN ONE (1) COPY.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΔΩΜΑΤΙΑ

V.I.P.'s

Ο υπεύθυνος των συνεδρων ετοιμάζει μια λίστα με τους επίσημους προσκεκλημένους και την παραδίδει στον Διευθυντή Συνεδρίων (Convention Service Manager) της ξενοδοχειακής μονάδας. Αν η λίστα αυτή δεν δοθεί έγκαιρα είναι υποχρέωση του Διευθυντή να την ζητήσει και αυτό γιατί εννοείται πως οι επίσημοι καλεσμένοι έχουν τον πρώτο λόγο στο κλείσιμο των δωματίων.

Τα καλύτερα δωμάτια δίδονται πάντα στους V.I.P.'s ανεξαρτήτως της πληρότητας του ξενοδοχείου. Είναι πρώτιστο καθήκον του Διευθυντή Συνεδρίων να κάνει ένα έλεγχο σχετικά με το τι είδος δωματίων ζητήθηκαν, καθώς και τι είδους υπηρεσίες. Ο έλεγχος αυτός γίνεται συνήθως δύο έως τρεις ημέρες πριν από την άφιξη των V.I.P.'s και περιλαμβάνει επίσης τις ακριβείς ημέρες και ώρες άφιξης. Η πολιτική των μεγάλων συνεδριακών κέντρων, είναι να δίδεται ιδιαίτερη προσοχή στους V.I.P.'s και στις επιθυμίες τους.]

Οι υπηρεσίες όπως ιδιαίτερη διακόσμηση, λουλούδια, ποτά, καθώς και ιδιαίτερο προσωπικό εξυπηρέτηση θεωρούνται δεδομένα.

ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ

Ένας από τους παράγοντες που παίζουν βασικότατο ρόλο στο κλείσιμο ενός συνεδρίου είναι οι τιμές βάση των οποίων θα χρεωθούν τα δωμάτια των καλεσμένων.

Επειδή τα περισσότερα μεγάλης κλίμακας συνέδρια "σχεδιάζονται" πολύ καιρό πριν από την τέλεσή τους, τα ξενοδοχεία δεν δεσμεύονται σε σπάντα τιμές από πολύ νωρίς. Αυτή η πολιτική των συνεδριακών κέντρων, γίνεται γνωστή στους ενδιαφερόμενους από την αρχή κιόλας των διαπραγματεύσεων. Συμπεριλαμβάνεται ακόμα και στο συμβόλαιο του

συνεδρίου το γεγονός ότι "όλες οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγή". Αυτό προφυλάσσει το ξενοδοχείο από πιθανές αλλαγές τιμών στο μέλλον.

Ο καθορισμός των τιμών βασίζεται στους εξής παράγοντες:

- α) Εποχή.
- β) Μέγεθος του συνεδριακού group.
- γ) Χρόνος παραμονής των συνέδρων.
- δ) Είδος δωματίων.
- ε) Αριθμός προσώπων σε κάθε δωμάτιο.
- στ) Η επιτυχία προηγούμενων συνεδρίων από το συγκεκριμένο οργανισμό.

Φυσικά, ο σκοπός του ξενοδοχείου είναι να κλείσει το συνέδριο με όσο το δυνατόν υψηλότερη τιμή, πάντοτε όμως μέσω διαπραγματεύσεων. Παράγοντες που παίζουν επίσης ρόλο σε πιθανή μείωση τιμών είναι:

- α) Πόσα χρήματα αναμένεται να ξοδέψει η συνεδριακή ομάδα;
- β) Θα υπάρξουν "coctail-parties";
- γ) Θα υπάρξουν δεξιώσεις;
- δ) Θα διεξαχθούν εκθέσεις παράλληλα με το συνέδριο;
- ε) Ποια είναι η πιθανότητα για μελλοντική συνεργασία με το ίδιο συνεδριακό group.

Πάντως, ανεξάρτητα από το τι τιμές θα καθοριστούν πρέπει η τελική ρύθμιση να είναι σαφής προς τα ενδιαφερόμενα μέρη προς αποφυγή μελλοντικών παρεξηγήσεων που πιθανώς θα οδηγούσαν σε αποτυχία το συνέδριο.

• Διατροφικές παροχές

Κατά την διεξαγωγή συνεδρίων είναι δυνατόν να παρέχονται:

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

- **Ανταπόκριση των συνέδρων στις υπηρεσίες διατροφής**

Είναι δύσκολο στους οργανωτές του συνεδρίου να γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό των συνέδρων σε αυτές. Υπολογίζεται ένα μίνιμουμ και ένα μέγιστομ αριθμός συμμετοχής και έτσι καθορίζεται η συμφωνία. Εάν η συμφωνία για μίνιμουμ συμμετοχή στο δείπνο είναι για 300 άτομα και συμμετέχουν μόνο 280, θα καταβληθεί το αντίτιμο για τους 300.

- **Οικονομική επιβάρυνση**

Οι κλασικοί τρόποι της επιβάρυνσης αποφεύγονται γιατί σε μεγάλους αριθμούς συνέδρων είναι χρονοβόροι.

Εκτός αυτού, ο τρόπος χρέωσης με υπογραφές δεν συνίσταται, γιατί μερικοί σύνεδροι μπορεί να μην είναι πελάτες του ξενοδοχείου. Η λύση των προσκλήσεων 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, ενώ ο πελάτης δεν μπορεί εκ των πραγμάτων να ελέγχει την διαδικασία αυτή.

- **Προσφορά οινοπνευματωδών ποτών**

Η προσφορά ποτών είναι δυνατόν να ακολουθήσει έναν από τους παρακάτω τρόπους:

- **Ανοικτό μπαρ**

Οι σύνεδροι επιλέγουν ποτά της προτίμησής τους και οι οργανωτές τα εξοφλούν μετά.

- **Τοις μετρητοίς**

Ο κάθε σύνεδρος πληρώνει ο ίδιος τα ποτά που καταναλώνει.

- **Με κουπόνια**

Αυτά αγοράζονται από τον σύνεδρο και παραδίδονται κατά την αγορά του ποτού.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΠΟΤΑ

Ανοικτό μπαρ (Open bar ή Host bar)

Κατά την λειτουργία ενός ανοικτού μ μπαρ, τα ποτά σερβίρονται από τον αντιπρόσωπο (διοργανωτή) των συνεδρίων και όχι από τους ίδιους του καλεσμένους. Ένα ανοικτό μπαρ, είναι εφοδιασμένο με όλα τα απαραίτητα ποτά προκειμένου να παρασκευασθεί οποιοδήποτε είδος ποτών (ή τουλάχιστον αυτά που έχουν συμφωνηθεί να προσφερθούν) και στελεχώνεται από ένα ή δύο μπάρμεν.

Οι χρεώσεις, όσον αφορά τον συγκεκριμένο τύπο μπορ, γίνονται με τρεις βασικούς τρόπους:

α) Βάσει των ποτών που καταναλώθηκαν από τους καλεσμένους.

Η δοσολογία πρέπει να είναι καθορισμένη και ο μπάρμαν ενημερωμένος περί αυτού, γι' αυτό και η παρουσία του είναι απαραίτητη.

β) Βάσει του αριθμού των καλεσμένων.

Στο είδος αυτό χρέωσης, παίζουν ρόλο και άλλοι παράγοντες όπως η διάρκεια του γεγονότος και ο τύπος (είδος) των ποτών που καταναλώθηκαν. Συνήθως, όμως, ο τελευταίος παράγοντας αμελείται εάν η χρέωση είναι ίδια, είτε πρόκειται για αναψυκτικό είτε για ανάμεικτο ποτό.

γ) Βάσει του αριθμού μπουκαλιών.

Ο αντιπρόσωπος των συνέδρων πληρώνει για τα μπουκάλια που ανοίχθηκαν κατά την διάρκεια του γεγονότος, ανεξάρτητα από το περιεχόμενό τους μετά το άνοιγμα. Μερικά ξενοδοχεία επιτρέπουν στον αντιπρόσωπο, να κρατήσει τα ανοιγμένα μπουκάλια, ενώ άλλα όχι.

Μπαρ τοις μετρητοίς (Cash bar)

Στην περίπτωση αυτή, οι σύνεδροι πληρώνουν οι ίδιοι τα ποτά που θα καταναλώσουν. Η παροχή υπηρεσιών γίνεται με δύο τρόπους: ή ο μπάρμαν λαμβάνει τα χρήματα σε ρευστό μετά την παράδοση της παραγγελίας, ή πρέπει να υπάρχει ένα τραπέζι, όπου θα πωλούνται κουπόνια και τα οποία θα συλλέγει ο μπάρμαν αφού παρασκευάσει και παραδώσει το ποτό.

Η δεύτερη μέθοδος προτιμάται, γι' αυτό και χρησιμοποιείται συχνότερα. Αυτό το σύστημα κουπονιών επιτρέπει ταχύτερη εξυπηρέτηση, γιατί ο

μπάρμαν δεν ασχολείται με το να παίρνει χρήματα και να δίνει ρέστα. Επίσης, μειώνεται και ο αριθμός του προσωπικού. Ο έλεγχος γίνεται καλύτερος και τα λάθη ή κλεψιές του λιγότερα, ενώ ο εντοπισμός τους ευκολότερος.

Υπάρχουν όμως και μερικά μειονεκτήματα όσον αφορά τη μέθοδο των κουπονιών. Οι σύνεδροι δεν συνειδητοποιούν εύκολα την ανάγκη απόκτησης κουπονιών και ίσως δεν μπορεί να υπάρξει αρκετό προσωπικό, όπως ταμίες για να παραδώσουν τα κουπόνια. Επίσης, εάν η ποικιλία των ποτών είναι μεγάλη, υπάρχει ο κίνδυνος από τους καλεσμένους να μην καταλάβουν την λειτουργία του συστήματος αυτού. Είναι απαραίτητη, λοιπόν, η μείωση των ειδών όσον αφορά τα κουπόνια, ο διαφορετικός χρηματισμός τους και φυσικά η ενημέρωση των συνέδρων γύρω από την λειτουργία της μεθόδου αυτής.

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Οι υπηρεσίες διατροφής είναι απαραίτητες και αποτελούν για μεν το ξενοδοχείο κέρδος, για δε το συνέδριο ένα ουσιαστικό τμήμα του συνεδριακού πακέτου. Οι αρχικές συμφωνίες περιγράφουν είδη μενού, τρόπο σερβιρίσματος, τον ξενοδοχειακό χώρο που θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις, και τον αριθμό συμμετεχόντων σε αυτές. Για συνέδρια που κλείνονται καιρό πριν, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στην κοστολόγηση των υπηρεσιών διατροφής.

Ο διευθυντής του τμήματος δεξιώσεων ή για μικρότερα ξενοδοχεία ο διευθυντής επισιτισμού είναι εκείνοι που αναλαμβάνουν να προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες στους συνέδρους. Φυσικά, ασχολούνται και με κάθε είδους εκδήλωση που απαιτεί προσοχή (επίσημες δεξιώσεις σε γάμους, αρραβώνες, γεύματα εργασίας, παιδιά γενέθλια κ.λ.π.).

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

Ο διευθυντής δεξιώσεων αναλαμβάνει το σερβίρισμα του μενού και τις σχετικές με αυτό υπηρεσίες, όπως η κατάλληλη διαρρύθμιση του χώρου.

CHECK IN/ CHECK OUT

CHECK IN

Εάν οι σύνεδροι φθάσουν στο συνεδριακό κέντρο, όλοι μαζί σαν ομάδα, ο αντιπρόσωπος τους υπογράφει την κάρτα ενοικιάσεως των δωματίων και παίρνει τα αντίστοιχα κλειδιά. Ο κάθε φάκελος έχει γραμμένο το όνομα του συνέδρου και τον αριθμό του δωματίου του.

Αν το group αναμένεται να φθάσει μεμονωμένα (δηλαδή το κάθε μέλος χωριστά), τότε οι κάρτες ενοικιάσεως συμπληρώνονται νωρίτερα γι' αυτούς με τα κλειδιά να τοποθετούνται σε φακέλους και με τα ονόματά τους να αναγράφονται πάνω σε αυτούς. Το μόνο που κάνει ο καλεσμένος, είναι να υπογράψει για το κλειδί και να οδηγηθεί στο δωμάτιό του.

Όσον αφορά τις εγγραφές των συνέδρων στις εκδηλώσεις και γεγονότα του συνεδρίου ακολουθείται διαφορετική διαδικασία όπου οι συμμετέχοντες λαμβάνουν "συνεδριακά πακέτα" και πληρώνουν τα έξοδα συμμετοχής στους αντιπροσώπους του οργανισμού ή της επιχείρησης για λογαριασμό της οποίας γίνεται το συνέδριο.

Στις περιπτώσεις "συνεδριακών εγγραφών", το ανάλογο γραφείο τοποθετείται σε άλλο χώρο από εκείνον της Υποδοχής. Ο Διευθυντής Συνεδρίων αν και δεν έχει δικαιοδοσία για την όλη διαδικασία πρέπει να προσέχει ώστε όλα να λειτουργούν κανονικά. Γιατί αν ο σύνεδρος πρέπει να περιμένει πολλή ώρα για να εγγραφεί ή αν η εξυπηρέτηση δεν είναι καλή, δημιουργεί αμέσως άσχημη εικόνα για το ξενοδοχείο έστω και αν δεν ευθύνεται αυτό. Το γραφείο υπεύθυνο για τις εγγραφές αυτές λειτουργεί ταυτόχρονα και ως κέντρο πληροφοριών.

Μια λίστα όπου αναγράφονται τα γεγονότα και οι ημερήσιες εκδηλώσεις με χρονολογική σειρά και μια άλλη λίστα με υπενθυμίσεις και αλλαγές της τελευταίας στιγμής, είναι απαραίτητο να βρίσκονται πάνω στο γραφείο. Σπάνια, όπως αναφέραμε, το ξενοδοχείο λαμβάνει μέρος στην παραπάνω διαδικασία, παρ' όλα αυτά είναι σημαντικό για τον Διευθυντή Συνεδρίων να καταλαβαίνει τα προβλήματα που μπορεί ο υπεύθυνος των συνέδρων να αντιμετωπίσει. Μη ικανό ή εκπαιδευμένο προσωπικό, λιγιστές προμήθειες όπως ταυτότητες συμμετοχής ή γραφομηχανές, λανθασμένες

πινακίδες καθοδήγησης που μπορούν να προκαλέσουν σειρές αναμονής και σύγχυση, είναι μερικά από τα προβλήματα. Ο Διευθυντής Συνεδρίων πρέπει να προλάβει τέτοιες καταστάσεις.

Για την εγγραφή των συνέδρων χρησιμοποιούνται τρία διαφορετικά γραφεία που προσφέρουν τις εξής υπηρεσίες:

- α) Την παράδοση των συνεδριακών πακέτων.
- β) Την είσπραξη αντίτιμου συμμετοχής με ταυτόχρονη παράδοση της ταυτότητας συμμετοχής.
- γ) Την παροχή πληροφοριών σχετικά με κάποιες ειδικές υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρονται (αγορά βιβλίων, ξεναγήσεις κ.λ.π.).

Όσον αφορά τα συνεδριακά πακέτα, αυτά ή δίδονται στους συμμετέχοντες κατά την εγγραφή ή μπορούν να μοιραστούν στα δωμάτιά τους πριν από την άφιξη, μόνο ύστερα από την σύμφωνη γνώμη του αντιπροσώπου τους.

Συνήθως το πακέτο περιέχει:

- α) Λίστα των γεγονότων του συνεδρίου.
- β) Κουπόνια πληρωμών για τρόφιμα ή ποτά (αν προβλέπονται).
- γ) Ένα γράμμα γνωριμίας που θα αναλύει τους λόγους και σκοπούς του συνεδρίου.
- δ) Μία λίστα με τα ονόματα των υπευθύνων και αντιπροσώπων.
- ε) Πληροφορίες για τους ομιλητές και τις ομιλίες τους.

Εδώ ο Διευθυντής Συνεδρίων έχει μια ευκαιρία να προβάλλει το ξενοδοχείο και τις εσωτερικές πωλήσεις υπηρεσιών του. Θα το πετύχει αν μέσα στο πακέτο του συνεδρίου συμπεριλάβει –ύστερα από συνεννόηση με τον αντιπρόσωπο των συνέδρων- τα εξής:

- α) Τις ανέσεις του ξενοδοχείου.
- β) Τις ώρες λειτουργίας των τμημάτων του (εστιατόριο, bars κ.ά.).
- γ) Τις διαδικασίες για γρήγορη εξόφληση λογαριασμών και πληροφορίες σχετικές με την ομαλή αναχώρησή του.
- δ) Μικρά δώρα όπως σημειωματάρια, στυλό, μπρελόκ και με το σήμα του ξενοδοχείου.

CHECK OUT


Μια προβληματική διαδικασία check – out μπορεί να καταστρέψει ένα, κατά τα άλλα, πολύ καλά οργανωμένο συνέδριο. Η εντύπωση της τελευταίας στιγμής είναι πολύ σημαντική και αν δεν είναι καλή, μπορεί να οδηγήσει τον σύνεδρο, σε λάθος συμπεράσματα όσο καλά και αν εξυπηρετήθηκε κατά τις τρεις ή τέσσερις ημέρες του συνεδρίου.

Συνήθως η ώρα του Check – out τοποθετείται γύρω στις 12:00 με 1:00 το μεσημέρι. Εάν, όμως, το συνέδριο τελειώνει με ένα μεσημεριανό ελαφρύ γεύμα για τους καλεσμένους πρέπει και οι διαδικασίες αναχώρησης και πληρωμών να γίνουν μετά από αυτό.

Στην περίπτωση, όμως, που απαγορεύεται το πέραν της καθορισμένης ώρας check – out πρέπει οι διαδικασίες να γίνουν πριν από το γεύμα. Οι λογαριασμοί των καλεσμένων θα είναι ήδη έτοιμοι, έτσι ώστε να μην υπάρξει αργή εξυπηρέτηση και οι αποσκευές θα τοποθετηθούν σε κατάλληλο σημείο μέχρι την ώρα της αναχώρησης.

Υπάρχει και το σύστημα του "extress check – out", το οποίο όμως μπορεί να λειτουργήσει μόνο όταν η ομάδα των συνέδρων θα πραγματοποιήσει τις πληρωμές της με πιστωτικές κάρτες. Αυτό πρέπει να γίνει γνωστό στον Διευθυντή Συνεδρίων νωρίς, έτσι ώστε, να κινηθεί έγκαιρα τις διαδικασίες για την χρησιμοποίηση του συστήματος αυτού.

Express Check-Out Form

 <p>OMNI'S EXPRESS CHECK-OUT</p> <p>We hope your stay with us was enjoyable, and we look forward to serving you again soon.</p> <p>For your convenience, enclosed please find a copy of your itinerary. To avoid unnecessary delays upon your departure, we invite you to use our Express Checkout Service. We ask that you authorize the requested information on the back of this envelope and leave it with our Concierge in the Main Hotel or with the Front Desk in the Business Building.</p> <p>Check out time is 12 noon.</p> <p>May we remind you that late arrival or early departure causes forfeiture of deposit unless changes are made 14 days in advance of arrival date.</p>	<p>Please check me out of Room # _____ My room will be vacated at _____ AM.</p> <p>CHECKOUT TIME IS 12 NOON Any departure past our checkout hour will be at a charge of \$75.00 up until 3 PM at which time a full days room rate will be charged.</p> <p>Please indicate manner of payment: <input type="checkbox"/> American Express <input type="checkbox"/> Diners Club <input type="checkbox"/> MasterCard <input type="checkbox"/> Visa <input type="checkbox"/> Carte Blanche Card Number _____ Exp. Date _____</p> <p>Name _____ Address _____ City _____ State _____ ZIP _____ Signature _____</p>
--	--

The Sagamore, Bolton Landing, New York.

Boca Raton
HOTEL and CLUB

EXPRESS CHECK OUT

We want you to stay. But if you must, just card and sign your name and we will send
fill out this Express Check-Out form. Give it the bill to you.
to the room clerk on the day you leave.
We'll speed you on your way. Just fill in the (Come back and visit again real soon)

EXPRESS CHECK OUT: Please check out room number _____

on (day) _____ (date) _____ (hour) _____ and mail statement to _____

NAME _____ (Please print)

ADDRESS _____

CITY _____

STATE _____

ZIP _____

The following credit cards are acceptable for identification purposes only. The Boca Raton Hotel and Club
will bill you; American Express, Diners, Carte Blanche, Air Travel Card.

Card No. _____ (signature)

ΠΡΟΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ

Ο Διευθυντής Πωλήσεων κανονίζει την διεξαγωγή μιας προσυνεδριακής συνάντησης ανάμεσα στον Διευθυντή Συνεδρίων και των υφισταμένων του και τον αντιπρόσωπο του συνεδριακού group και των συνεργατών του. Αυτή η συνάντηση είναι απαραίτητη προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οποιαδήποτε προβλήματα κατά την διάρκεια του συνεδρίου. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η άμεση και συχνή επικοινωνία είναι ο βασικότερος ίσως παράγοντας στην όλη "συνεδριακή υπόθεση".

Από την στιγμή που θα πραγματοποιηθεί η συνάντηση και μετά, υπεύθυνος είναι μόνο ο Διευθυντής Συνεδρίων. Αυτός θα ασχοληθεί και με τον πελάτη (οργανισμό, επιχείρηση) και με το προσωπικό εξυπηρέτησης του συνεδρίου. Εάν μια ξενοδοχειακή – συνεδριακή μονάδα επιθυμεί να πετύχει σε αυτό το είδος δουλειάς, πρέπει να έχει και καλούς πωλητές με μακριά και πλατιά ακτίνα δράσης, καθώς και καλούς οργανωτές που θα ξέρουν πώς να λειτουργήσουν και να συντονισθούν μέσα στην μονάδα.

Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία που θα καθοριστούν μέσα από αυτή την συνάντηση είναι το "specification sheet", το οποίο αποτελεί ένα λεπτομερειακό πρόγραμμα ολόκληρου του συνεδρίου και το οποίο θα καταρτισθεί με την πλήρη συνεννόηση του Διευθυντή Συνεδρίων και του αντιπροσώπου των συνέδρων. Ο καθορισμός τιμών για δωμάτια, τρόφιμα και ποτά είναι ένα επίσης σημαντικό στοιχείο της συνάντησης αυτής.

SPECIFICATION SHEET

Το "specification sheet" το οποίο θα μπορούσε να μεταφραστεί σαν Δελτίο Προγράμματος Συνεδρίου, συντάσσεται από τον Διευθυντή Συνεδρίου και αποτελεί μια λεπτομερειακή απεικόνιση του γεγονότος. Το Δελτίο Προγράμματος καλύπτει και αναλύει όλες τις δραστηριότητες που θα λάβουν μέρος μέσα στο συνεδριακό κέντρο όπως: συναντήσεις, ομιλίες, διαλείμματα ξεκούρασης, διαδικασίες κρατήσεων, τιμολόγηση, ειδικά προγράμματα για τις συνοδούς των συνέδρων, εκθέσεις, ειδικά γεγονότα και γενικά κάθετι που θα

χρειαστεί την προσοχή από μέρους του προσωπικού. Είναι το εργαλείο για τον σχεδιασμό και την επικοινωνία ανάμεσα στα άμεσα εμπλεκόμενα τμήματα του ξενοδοχείου. Μοιράζεται δε σε όλους τους ανθρώπους που θα απασχοληθούν στην εξυπηρέτηση και οργάνωση του συνεδρίου τουλάχιστον μία εβδομάδα πριν φθάσει στην μονάδα το group. Το Δελτίο αυτό, επίσης, βοηθά στο να αποφευχθούν δικαιολογίες του τύπου “Δεν άκουσα” ή “Δεν μου το είπαν”, οι οποίες συχνά διατυπώνονται μέσα στα ξενοδοχεία. Η διαφορά ανάμεσα στο Δελτίο Προγράμματος και το Δελτίο λειτουργίας (Function Sheet) είναι ότι το πρώτο αναφέρεται σε όλο το συνέδριο, ενώ το δεύτερο έχει να κάνει με την λεπτομερειακή ανάλυση μιας μόνο λειτουργίας ή γεγονότος που θα πραγματοποιηθεί κάποια συγκεκριμένη ώρα και χώρο.

FUNCTION SHEET

Μετά την οριστικοποίηση του προγράμματος του συνεδρίου πρέπει να δοθεί ξεχωριστή προσοχή σε κάθε επιμέρους εκδήλωση και λειτουργία. Αυτό επιτυγχάνεται πρώτα από όλα με την σύνταξη του Δελτίου Λειτουργιών της εκδήλωσης. Τα περισσότερα στοιχεία για την σύνταξη του παίρνονται από το Δελτίο Προγράμματος που αναλύσαμε προηγουμένως. Πάντα όμως περιλαμβάνονται και άλλες λεπτομέρειες ανάλογα με την ιδιαιτερότητα της εκδήλωσης. Το είδος της αίθουσας, η διακόσμηση, οπτικοακουστικά συστήματα και άλλες ειδικές υπηρεσίες που έχουν ζητηθεί, πρέπει να αναφέρονται στο Δελτίο λειτουργιών.

Αντίγραφα του Δελτίου πρέπει να σταλούν στα ενδιαφερόμενα τμήματα από όπου οι προϊστάμενοι και το υπαλληλικό προσωπικό θα αντλήσουν τις απαραίτητες πληροφορίες για το τι θα κάνουν και πως θα εξυπηρετήσουν τους συνέδρους. Είναι απολύτως απαραίτητο να εκδίδεται για κάθε εκδήλωση και το ανάλογο “function – sheet” κι αυτό γιατί μόνο έτσι θα γίνουν κατανοητές και οι τελευταίες λεπτομέρειες και θα ελαχιστοποιηθούν οι κίνδυνοι για παρεξηγήσεις ή αποτυχίες.

ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Μετά από τις διαδικασίες που γίνονται πριν την διεξαγωγή του συνεδρίου είναι και η τιμολόγησή τους.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν διαθέτει πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές χώρες.

Το ίδιο και για σχετικούς λόγους, συμβαίνει με το ελληνικό συνεδριακό προϊόν.

Ο ξενοδόχος με τη σειρά του θα πρέπει να δημιουργήσει εκείνα τα πλεονεκτήματα της μονάδας του που τον ισχυροποιούν έναντι των ανταγωνιστών του.

Είναι ήδη αντιληπτό ότι ο ανταγωνισμός του ξενοδόχου δεν περιορίζεται στην τοπική περιοχή, αλλά είναι τις περισσότερες φορές διεθνής.

Οι τιμές προσδιορίζονται κυρίως με βάση τον ελεύθερο ανταγωνισμό. Τα στενά πλαίσια τιμών που για κάθε κατηγορία ξενοδοχείων διαμόρφωνε το κράτος, δεν ισχύουν πλέον γιατί επί σειρά ετών παρατηρείται συνεχής διεύρυνση των ορίων τους (κατώτατο – ανώτατο). Τα τελευταία χρόνια καθορίζεται μόνο η κατώτατη τιμή για κάθε κατηγορία και παραμένει ελεύθερη η ανώτατη τιμή.

Τα επίπεδα τιμών εξαρτώνται από τους εξής παράγοντες:

- Την ποσότητα και το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Την ποιότητά τους.
- Τον χρόνο που ζητούνται και παρέχονται οι συγκεκριμένες υπηρεσίες.
- Την όλη επένδυση σε υποδομή και συγκεκριμένες εγκαταστάσεις.

Ο ξενοδόχος, πρέπει να καθορίσει τις τιμές του έτσι που να έχει ευελιξία. Ευελιξία, που καθορίζεται από τον χρόνο υποδοχής του συνεδρίου και την πληρότητα που έχει για το διάστημα αυτό το ξενοδοχείο του. Έτσι, θα μπορέσει να λειτουργήσει πιο ανταγωνιστικά. Συνήθως, επιλέγει τις τιμές του μέσα από πλαίσια τιμών που ο ίδιος έχει προκαθορίσει.

Είναι αυτονόητο πως τα πλαίσια τιμών που θέτει ο ίδιος ο ξενοδόχος δεν είναι ανακοινώσιμα, παρά μόνο η ανώτατη τιμή τους, γιατί σε αντίθετη

περίπτωση μειώνεται η διαπραγματευτική ικανότητα. Οι τιμές είναι δυνατό να ποικίλουν ανάλογα με τις εποχές του έτους (υψηλή περίοδος, μέση ή χαμηλή) και την πληρότητα.

Η τιμή βασίζεται κυρίως στο αν το δωμάτιο χρησιμοποιείται από ένα, δύο ή τρία άτομα. Οι τιμές αφορούν:

- Δωμάτιο και πρωινό, (BB).
- Ημιδιατροφή (HB).
- Και πλήρη διατροφή (FB).

Οι προσφορές του ξενοδοχείου της πόλης ή ενός απομονωμένου ξενοδοχείου δεν είναι οι ίδιες. Το πρώτο θα φιλοξενήσει συνέδριο που σπάνια θα περιλαμβάνει και πλήρη διατροφή, ενώ το δεύτερο θα δεχθεί σπάνια συνέδριο που να αρκείται σε δωμάτιο και πρωινό.

Η ελαστικότητα της τιμής δε θα πρέπει ν' αντανakλά μόνον το κόστος του προϊόντος και κάποιο επιθυμητό κέρδος, αλλά και την οικονομική δυνατότητα της πελατείας.

Από το ξενοδοχείο δεν διατίθεται στους συνέδρους μόνο η στέγαση και οι επισιτιστικές υπηρεσίες, αλλά επιπρόσθετα και η αίθουσα του συνεδρίου με τον εξοπλισμό του, οι επίσημες δεξιώσεις και η ψυχαγωγία που απαιτούν επιμέρους τιμές οι οποίες δίνονται στον πελάτη είτε ξεχωριστά είτε σαν ενιαίο σύνολο μαζί με την τιμή του υπνοδωματίου – γευμάτων.

Το ενοίκιο της αίθουσας συνεδρίασης, του εξοπλισμού και των άλλων χώρων για χρήση των συνέδρων είναι δυνατόν να μη χρεωθεί. Ιδίως μάλιστα αν έχουν επιτευχθεί υψηλές τιμές σε άλλες υπηρεσίες. Ο ξενοδόχος θα πρέπει να γνωρίζει από ποιο σημείο και μετά μπορεί να κάνει τέτοιου είδους διευκολύνσεις. Αυτές, ενώ μπορεί να κοστίζουν λίγο, συχνά δελεάζουν τον πελάτη.

ΧΡΕΩΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Οι τρόποι χρέωσης αν και δεν υπόκεινται σε σταθερούς κανόνες, επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες όπως το είδος της συνεδριακής

ομάδας, τον τύπο και τον αριθμό των επισιτιστικών υπηρεσιών που προβλέπονται, την αίθουσα που έχει κρατηθεί και το χώρο που αυτή διαθέτει καθώς και κάποιες άλλες ειδικές υπηρεσίες που πιθανόν να έχουν ζητηθεί (ιδιαίτερη διακόσμηση κ.ά.). Εάν η ομάδα έχει νοικιάσει ικανό αριθμό δωματίων, τότε συνήθως δεν υπάρχει χρέωση για τις αίθουσες. Αν, όμως, το συνεδριακό group δεν έχει ανάγκη από επισιτιστικές υπηρεσίες ή δωμάτια, τότε οι τιμές των αιθουσών είναι υψηλές, προκειμένου να καλυφθούν ευνόητα έξοδα όπως τα εργατικά, η εξυπηρέτηση, το καθάρισμα και η τακτοποίηση της αίθουσας.

Ο Διευθυντής Συνεδρίων πρέπει να ξέρει πόσο κοστίζουν τα παραπάνω προκειμένου να έχει μεγαλύτερη ευελιξία στις διαπραγματεύσεις με τον πελάτη.

Το κέρδος της συνεδριακής μονάδας σε σχέση με το φαγητό, τα δωμάτια και τις άλλες παραγωγικές υπηρεσίες καθορίζουν τις τελικές χρεώσεις των αιθουσών.



Αρ. _____

Ημερομ. _____

ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟ ΕΟΡΤΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

Συμφωνία μεταξύ του ΧΙΛΤΟΝ ΤΟΥ ΠΑΝΑΜΑ Α.Ε. – ΧΙΛΤΟΝ ΑΘΗΝΩΝ
αφε' ενός ονομαζόμενου Hotel

_____ αφετέρου ονομαζομένου "Διοργανωτής"

_____ Αρ. Τηλ. _____

_____ Δ.Ο.Υ. _____

_____ Γραμματέας _____

_____ Ώρες: από _____ έως _____

που θα χρησιμοποιηθούν _____

αριθμός ατόμων _____ Τιμή κατ' άτομο _____

Δρχ.

Δρχ.

ΣΥΝΟΛΟ Δρχ. _____

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ο σχεδιασμός της πραγματοποίησης ειδικών γεγονότων σε διαφορετικές αίθουσες είναι μια δύσκολη και πολύ περίπλοκη εργασία που προϋποθέτει την στενή συνεργασία του Διευθυντή Συνεδρίων και του αντιπροσώπου των συνέδρων. Ένας παράγοντας που πρέπει, για παράδειγμα, να ληφθεί υπόψη είναι η ανάγκη για μικρότερες αίθουσες που θα χρησιμοποιηθούν από τις ομάδες εργασίες, μετά από μια γενική συνεδρίαση.

Σημαντικό πρόβλημα θα δημιουργηθεί εάν δεν υπάρχει κάποιος αριθμός αιθουσών για να καλυφθεί η παραπάνω ανάγκη.

Μερικές φορές ο διοργανωτής του συνεδρίου (meeting planner) υπερ – εκτιμά τον αριθμό των συνέδρων που παρευρίσκονται για το συνέδριο. Συνεπώς, οι αίθουσες διασκέψεων που θα χρησιμοποιηθούν είναι μεγαλύτερες από ότι χρειάζεται. Αυτό το πρόβλημα λύνεται με το να δημιουργείται ρητά στο συμβόλαιο πότε και πως θα γίνουν οι απαραίτητες ρυθμίσεις μόλις γίνει γνωστός ο ακριβής αριθμός των συνέδρων που θα λάβουν μέρος.

Ένα άλλο πρόβλημα δημιουργείται όταν οι περισσότεροι σύνεδροι αποφασίζουν να συμμετάσχουν σε μια συγκεκριμένη ομάδα εργασίας, απορρίπτοντας τις άλλες που προσφέρονται. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί να έχουμε, για παράδειγμα, ενενήντα συνέδρους που πηγαίνουν σε μια αίθουσα χωρητικότητας εβδομήντα – πέντε ατόμων. Εδώ ο Διευθυντής Συνεδρίων πρέπει να ενεργήσει γρήγορα.

Πρώτα πρέπει να ζητήσει άδεια από τον αντιπρόσωπο του οργανισμού που κάνει το συνέδριο, να αλλάξει αίθουσα για την συγκεκριμένη ομάδα εργασίας.

Δεύτερον, πρέπει ήδη να έχει διαλέξει την κατάλληλη αίθουσα και κατόπιν να την ετοιμάσει κατάλληλα για την ομάδα. Αυτά πρέπει να γίνουν μέσα σε διάστημα λεπτών για να μην ξεφύγει το συνέδριο από το καθορισμένο πρόγραμμά του.

Άλλο πρόβλημα που μπορεί να παρουσιασθεί είναι η ταυτόχρονη δύο ή περισσότερων συνεδρίων. Οι οργανισμοί που μπορεί να συμμετέχουν στην

διεξαγωγή των συνεδρίων μπορεί να προέρχονται ή από διαφορετικούς χώρους δουλειάς ή –ακόμα χειρότερο- από τον ίδιο χώρο δουλειάς πράγμα που σημαίνει ότι είναι ανταγωνιστές.

Γι' αυτό πολλές φορές οι συνεδριακές ομάδες ή καλύτερα οι αντιπρόσωποί τους δεν δέχονται την διεξαγωγή άλλων συνεδρίων παράλληλα με το δικό τους "κάτω από την ίδια στέγη". Και αυτό μπορεί κάλλιστα και να αναγράφεται πάνω στο συμφωνητικό. Όμως, πολλά πράγματα μπορούν να συμβούν από την στιγμή που υπογράφονται τα συμβόλαια μέχρι την τελική πραγματοποίηση του συνεδρίου.

Τέτοιες περιπτώσεις πάντως, απαιτούν την γρήγορη ανταπόκριση και από τον Διευθυντή Συνεδρίων και από τον πελάτη. Τα καλύτερα μέσα αντιμετώπισης είναι η πρόληψη, με την έγκαιρη συνεννόηση των ενδιαφερόμενων και αν με αυτήν δεν γίνει τίποτα, τότε είναι αναγκαίος ο διαχωρισμός των συνεδριακών ομάδων με τις συνεδριάσεις τους να πραγματοποιούνται σε διαφορετικές κατάλληλα διαρρυθμισμένες αίθουσες.

Η διορατικότητα και δυνατότητα γρήγορων ελιγμών από μέρους του Διευθυντή Συνεδρίων είναι το κυριότερο στοιχείο που θα βοηθήσει στην αποφυγή τέτοιων προβλημάτων.

Ένα ακόμα ζήτημα το οποίο θέλει μεγάλη προσοχή είναι η κατάρτιση των ωριαίων προγραμμάτων χρησιμοποίησης των αιθουσών (χρονοδιάγραμμα).

Εάν ο Διευθυντής Συνεδρίων μπορεί να οργανώσει παρόμοιες εκδηλώσεις του συνεδρίου στον ίδιο χώρο, θα κατορθώσει να αποταμιεύσει πολύτιμο χρόνο και χρήμα λόγω του μειωμένου χρόνου στησίματος της αίθουσας.

Τα χρονοδιαγράμματα, όμως μπορούν να "καταστραφούν" πολύ εύκολα, εάν διαφορετικά, μεμονωμένα γεγονότα ξεφύγουν του ωραρίου πραγματοποίησής τους.

Ας πάρουμε για παράδειγμα την περίπτωση ενός ομιλητή που αντί να τελειώσει την ομιλία του στις 6:00μ.μ., την τελειώνει στις 6:40μ.μ. Εν τω μεταξύ έχει κανονιστεί μια μικρή δεξίωση με μικρό μπαρ και ζεστά ορεκτικά για τις 6:15μ.μ.

Σε αυτή την περίπτωση ο Διευθυντής Συνεδρίων μπορεί να προτείνει στον αντιπρόσωπο των συνέδρων δύο λύσεις: να σερβίρει κανονικά τα κρύα

πλέον ορεκτικά, ή να φτιαχτούν φρέσκα για τα οποία όμως θα πληρώσει εκ νέου η ομάδα των συνέδρων ή ο οργανισμός στον οποίο ανήκουν. Αυτό, πάντως που είναι σίγουρο είναι το ότι ο αντιπρόσωπος είναι υπεύθυνος για τους ομιλητές και όχι ο Διευθυντής Συνεδρίων.

Εάν κάποιος γεγονός (ομιλία, συνεδρίαση) τελειώσει νωρίτερα, πρέπει ο Διευθυντής Συνεδρίων να είναι ικανός να "στήσει" ένα ανοικτό μπαρ πολύ γρήγορα και σωστά ή να προτείνει στους καλεσμένους κάποιον από τους άλλους χώρους του ξενοδοχείου όπως κάποιο coffee – bar ή κοινόχρηστο σαλόνι όπου θα μπορέσουν να εξυπηρετηθούν από την υπηρεσία δωματίων (room service).

ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Η πλέον απαραίτητη ενέργεια μετά το τέλος μιας συνεδρίασης ή συνεστίασης, είναι ο καθαρισμός της αίθουσας που χρησιμοποιήθηκε. Ο λόγος είναι προφανής: Μελλοντικοί πελάτες μπορεί να χαθούν ή θα δοθεί άσχημη εντύπωση, εάν κάποιος καλεσμένος περνώντας δίπλα από μια αίθουσα διαπιστώσει ότι είναι βρώμικη και γενικά ακατάστατη. Οι καρέκλες και τα τραπέζια πρέπει να αποθηκεύονται. Μάλιστα, τα καθίσματα συνεδρίων καταπονούνται πιο πολύ από οποιοδήποτε άλλο έπιπλο μέσα στην συνεδριακή μονάδα. Η ταχύτητα αποθήκευσης –τοποθέτησης σε συνδυασμό πάντα με την προσεκτική μεταχείριση είναι τα βασικά σημεία προσοχής από μέρους του προσωπικού.

Η αποθήκευση είναι ένας κοινός "πονοκέφαλος" για τους υπεύθυνους συνεδρίων. Και αυτό γιατί στις περισσότερες περιπτώσεις τα ξενοδοχεία παραμελούν την δημιουργία κατάλληλων, ευρύχωρων και ευπροσπέλαστων χώρων αποθήκευσης συνεδριακών επίπλων. Χώροι οποίοι είναι μικροί και δύσκολοι για να κινηθείς μέσα σε αυτούς, μικραίνουν την ζωή των επίπλων. Τραπέζια και καρέκλες που στοιβάζονται αδέξια μοιραίο είναι να καταστρέφονται σιγά-σιγά.

Κάθε σκεύος που χρησιμοποιήθηκε (τασάκια, ποτήρια) πρέπει να απομακρύνεται και να καθαρίζεται. Το ίδιο ισχύει για τα λινά (τραπεζομάντηλα

λόγο αυτό, θα πρέπει να επιλέγονται με προσοχή και να είναι καλής ποιότητας. Τα καθίσματα του τύπου 46x46x43 χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνεστιάσεις.



κ.ά.) τα οποία πρέπει να μεταφέρονται αμέσως στο χώρο του πλυντηρίου και να αντικαθιστώνται με καθαρά.

Κατόπιν, ειδικό προσωπικό (housemen) προβαίνει τον επιμελή καθαρισμό χαλιών και μοκετών. Χρησιμοποιούνται συνήθως μηχανές καθαρισμού με ισχυρή απορρόφηση, υψηλό αριθμό λειτουργίας και ευελιξία. Λειτουργούν με ειδικό πάνινο φίλτρο και έχουν την δυνατότητα χρήσης χάρτινου φιλτροσάκου.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

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 τον καθορισμό των υπευθύνων για κάθε τομέα δραστηριότητας καθώς και τη συνεχή επίβλεψη και παρακολούθηση κατά την 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.

Αξιολόγηση κατά μονάδα

Η κριτική της διεξαγωγής μπορεί να γίνει σε εσωτερικές σκέψεις και θα πρέπει να είναι αντικειμενική και συγχρόνως αυστηρή. Θα περιλαμβάνει απαραίτητα όλες τις λειτουργίες της διεξαγωγής του συνεδρίου που έγιναν με ευθύνη του ξενοδοχείου. Η αξιολόγηση των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων ευθύνης των οργανωτών, δίνει στον ξενοδόχο την πολύτιμη εμπειρία ώστε να δώσει χρήσιμες συμβουλές στους οργανωτές του επόμενου συνεδρίου.

Η αξιολόγηση από τη μονάδα που αφορά τα οικονομικά μεγέθη – συνολικά και επιμέρους – καθώς και η σύγκρισή τους με πρότυπα, αποτελεί προέκταση της αξιολόγησης που αναφέρθηκε. Άλλωστε αυτού του είδους η

“αξιολόγηση” αποτελεί και μια από τις απαραίτητες λειτουργίες του management σε κάθε επίπεδο (έλεγχος).

Κριτική από τον πελάτη

Με τον γενικό όρο “πελάτης”, δίνεται η δυνατότητα κριτικής στους ιθύνοντες, στους οργανωτές, στους συνέδρους ή και στις τρεις αυτές ομάδες. Με τους οργανωτές, το ξενοδοχείο έρχεται άμεσα σε επικοινωνία πριν και κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής, ενώ λιγότερο από τους ιθύνοντες και αισθητά λιγότερο με τους συνέδρους.

Η αξιολόγηση σε βάθος μπορεί να γίνει με συγκεκριμένες ερωτήσεις, που απαντά ο πελάτης και που περιέχονται σε ειδικό έντυπο, το οποίο συνήθως παραδίδεται στον πελάτη κατά την άφιξή του ή του ταχυδρομείται μετά. Όταν του ταχυδρομείται μετά την εκδήλωση θα πρέπει να συνοδεύεται από κάποια επιστολή.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ “MEDIA”

Η διαφήμιση μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης χωρίζεται σε δύο κύριες κατηγορίες: στην γραπτή και στην προφορική.

Η γραπτή, έχει να κάνει με εφημερίδες, περιοδικά, ειδικές εκδόσεις για επαγγελματίες του κλάδου, εκδόσεις που απευθύνονται στις διοικήσεις οργανισμών, ενώσεων, εταιρειών κ.ά.

Η προφορική, περιλαμβάνει το ραδιόφωνο και την τηλεόραση. Υπάρχει και ένα τρίτο είδος διαφήμισης που περιλαμβάνει πινακίδες, αφίσες, πόστερς. Αυτό το είδος όμως, ελάχιστα συνεισφέρει στην προσέλκυση συνεδριακών πελατών.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Ο κύριος σκοπός της διαφήμισης είναι “να πληροφορήσει και να πουλήσει”.

Για συγκεκριμένα είδη αγορών το να “πουλήσει” η διαφήμιση είναι πολύ σημαντικό. Για παράδειγμα, πολλά πακέτα διακοπών πωλούνται μέσω καταναλωτικών περιοδικών και εφημερίδων. Οι διαφημίσεις σε περιοδικά για επαγγελματίες και σε περιοδικά που δίδονται μέσα στα αεροπλάνα, μπορεί να επηρεάσει τους ταξιδιώτες για επαγγελματικούς σκοπούς, ώστε να κάνουν τις επιλογές τους όσον αφορά τα ξενοδοχεία.

Και διαφημίσεις που έχουν σχέση με φαγητά και ποτά, μπορεί να προσελκύσουν πελάτες εστιατορίων και άλλων επισιτιστικών μονάδων.

Αλλά όταν ερχόμαστε να μιλήσουμε για νέο τριήμερο συνέδριο με 750 συνέδρους, πρέπει να είμαστε ρεαλιστές, όσον αφορά την ικανότητα μιας και μόνης διαφήμισης να “πουλήσει” το ίδιο και τόσο άμεσα όσο και αυτές που προαναφέρθηκαν.

Κανένας δεν περιμένει από έναν διοργανωτή να κάνει μια συμφωνία εκατομμυρίων μόνο και μόνο επειδή είδε ή διάβασε μια διαφήμιση για μια συγκεκριμένη μονάδα.

Αντιθέτως, ο διοργανωτής θα τηλεφωνήσει ή θα γράψει ένα γράμμα ζητώντας και άλλες πληροφορίες θα επισκεφθεί την μονάδα για μια προσωπική εκτίμηση των χώρων και των υπηρεσιών και τέλος θα διαπραγματευθεί την τιμή. Αλλά, αν προσέξουμε, θα δούμε ότι η μοναδική αυτή διαφήμιση εκπλήρωσε στο ακέραιο το σκοπό της: είπε στον διοργανωτή κάτι. Και άνοιξε τον δρόμο για την μετέπειτα απ’ ευθείας επικοινωνία που οδήγησε στο κλείσιμο, στην πώληση του συνεδρίου. Μπορούμε λοιπόν, τώρα να διαπιστώσουμε την σημασία της καλής διαφήμισης και για την μονάδα και για τον πελάτη.

Αποτελεσματική διαφήμιση

Πότε μια διαφήμιση ενεργεί αποτρεπτικά και καταστρέφει πιθανές πωλήσεις;

- 1) Όταν είναι πολύ γενική.
- 2) Υπερθετικοί άνευ σημασίας όπως “οι καλύτεροι συνεδριακοί χώροι”, “οι πιο μοντέρνες εγκαταστάσεις”, “φιλικότατο προσωπικό” κ.ά.
- 3) Όταν υπερηφανεύεται και εξυμνεί τα χαρακτηριστικά της μονάδας, χωρίς όμως να τα αναλύει λεπτομερειακά.
- 4) Όταν δεν “μιλάει” στον πελάτη.

- 5) Όταν έχει εικόνες που δεν έχουν καμία σχέση με συνεδριακούς χώρους και υπηρεσίες.
- 6) Όταν περιέχει βαρετά μηνύματα που αφήνουν αδιάφορο τον πελάτη.

Τι είναι αυτό, λοιπόν, που κάνει μια διαφήμιση αποτελεσματική;

Τι πρέπει να προσέξει και να λάβει υπόψη του ο σχεδιαστής;

- 1) Να έχει σαφώς καθορισμένους στόχους.
- 2) Πρέπει αυτά που θα γράφονται ή θα λέγονται σε μια διαφήμιση, να έχουν σχέση με τα στοιχεία που θα προβληθούν μέσω της επιστολικής επικοινωνίας ή του FOLLOW – UP.
- 3) Η διαφήμιση πρέπει να αντανακλά το ύφος και το προφίλ της μονάδας στην οποία αναφέρεται.
- 4) Πρέπει να στοχεύει σε συγκεκριμένες αγορές, π.χ. αν η μονάδα ασχολείται με εκπαιδευτικά σεμινάρια, πρέπει η διαφήμιση να αγγίζει τα ενδιαφέροντα και τις απαιτήσεις των διαφόρων εκπαιδευτικών διευθυντών.
- 5) Πρέπει να μιλάει στην γλώσσα των υποψηφίων πελατών.
- 6) Πρέπει να δίνει κίνητρα, να κινεί το ενδιαφέρον.
- 7) Πρέπει να προσφέρει λύσεις σε προβλήματα επαγγελματιών του κλάδου.
- 8) Πρέπει να δίνει την δυνατότητα για εύκολη επικοινωνία του πελάτη με τον υπεύθυνο της μονάδας (αριθμοί τηλεφώνου, φαξ, διευθύνσεις, κουπόνια κ.ά.).

Σχεδιασμός διαφήμισης

Η διαφήμιση αποτελείται από τέσσερα βασικά μέρη:

- α) Τον τίτλο.
- β) Την εικονογράφηση.
- γ) Το κείμενο.
- δ) Την υπογραφή ή το σήμα της συνεδριακής μονάδας.

Ο τίτλος τραβά την προσοχή του αναγνώστη και τον προετοιμάζει για ότι ακολουθεί. Επίσης, τον παρακινεί να συνεχίσει την ανάγνωση. Η εικονογράφηση συχνά αποτελεί το πιο σημαντικό μέρος της διαφήμισης.

Καμιά λέξη δεν μπορεί να περιγράψει την συνεδριακή μονάδα όσο μια σωστά τραβηγμένη φωτογραφία. Είναι, όμως, σημαντικό να ταιριάζει με το

όλο πνεύμα και ύφος της διαφήμισης. Ένα συχνό λάθος, είναι η απουσία ανθρώπων από τους χώρους της μονάδας. Η έλλειψη του ανθρώπινου παράγοντα δημιουργεί μια εικόνα αποστείρωσης και κενότητας.

Το κείμενο πρέπει να είναι σαφές και ευανάγνωστο. Πρέπει να περιλαμβάνει το όνομα, την διεύθυνση και τον αριθμό τηλεφώνου του υπεύθυνου της μονάδας.

Πρέπει να λέει στον αναγνώστη και υποψήφιο πελάτη γιατί πρέπει να διαλέξει αυτή την συγκεκριμένη μονάδα, αντί κάποιας άλλης. Το μήνυά της οφείλει να είναι τίμιο, ορθολογικό και να μην υπόσχεται προϊόντα και υπηρεσίες που δεν μπορεί η μονάδα να προσφέρει.

Το σήμα παίζει ρόλο στην ανάγνωση της ομάδας. Αποτελεί το σήμα κατατεθέν που την ξεχωρίζει από άλλες. Πρέπει να χρησιμοποιείται σε όλες τις διαφημίσεις μέσω των "MEDIA".

ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ (BROCHURES)

Μία εναλλακτικό μορφή διαφήμισης είναι τα φυλλάδια (brochures). Κύριος σκοπός των διαφημιστικών αυτών εντύπων είναι να "πουλήσουν" προϊόντα ή υπηρεσίες.

Χρησιμοποιούνται ευρύτατα και αποτελούν ένα από τα μέσα αναζήτησης πελατών. Η λειτουργία τους στηρίζεται στον συνδυασμό εικόνων και λέξεων.

Το πρώτο βήμα όσον αφορά την προετοιμασία τους είναι το κείμενο το οποίο πρέπει να περιέχει τα στοιχεία εκείνα που θέλει η μονάδα να μεταφέρει στους υποψήφιους πελάτες της. Κατόπιν, πρέπει να αποφασισθεί το είδος των εικόνων (φωτογραφίες) που θα εκτυπωθούν και θα περιέχονται στο φυλλάδιο. Τέλος, δίδεται ιδιαίτερη προσοχή στο μέγεθος, στην σωστή κατανομή του χώρου (δηλαδή πόσος χώρος θα διατεθεί για το κείμενο και πόσος για τις εικόνες), και στο είδος της εκτύπωσης.

Ένα τέτοιο έντυπο, προκειμένου να είναι αποτελεσματικό, οφείλει να περιέχει τις εξής πληροφορίες:

- 1) Λεπτομερειακά σχεδιαγράμματα των χώρων που προορίζονται για συνεδριάσεις, banquets και άλλες λειτουργίες.
- 2) Μια λίστα με τις διαστάσεις και την χωρητικότητα των παραπάνω χώρων.
- 3) Φωτογραφίες των λειτουργικών χώρων της μονάδας συμπεριλαμβανομένων των εστιατορίων και μπαρς.
- 4) Λίστα με τον εξοπλισμό των χώρων και ειδικά του οπτικοακουστικού.
- 5) Περιγραφές άλλων χώρων που μπορεί να ενδιαφέρουν τον αντιπρόσωπο του οργανισμού και τους συνέδρους.

Βασικό είναι, επίσης, ο σχεδιασμός τέτοιων εντύπων να γίνεται βάσει των αναγκών του πελάτη, και όχι βάσει του τι θέλει ή τι φαίνεται ωραίο στον σχεδιαστή. Τα έντυπα αυτά δεν προωθούν μόνο τις πωλήσεις της μονάδας, αλλά χρησιμοποιούνται και από τον αγοραστή με δύο τρόπους:

- α) Ο αντιπρόσωπος του οργανισμού θα χρειαστεί να πείσει και τους ανωτέρους του σχετικά με την επιλογή της συγκεκριμένης μονάδας ως τόπου συνεδρίου. Το έντυπο που ήδη θα έχει, μπορεί να είναι απαραίτητο βοήθημα.
- β) Το πρόσωπο, αρμόδιο για το σχέδιο προγράμματος του συνεδρίου, θα πρέπει να μπορεί να χρησιμοποιήσει το έντυπο σαν αρχικό οδηγό σχεδιασμού. Γι' αυτό πρέπει να περιέχει συγκεκριμένες και όχι περιττές πληροφορίες.

Το διαφημιστικό φυλλάδιο πρέπει να λέει και να δείχνει ότι η μονάδα μπορεί πραγματικά να προσφέρει, απευθυνόμενο στις πραγματικές ανάγκες του συνεδριακού αγοραστή.

Δυστυχώς, αυτή τη στιγμή ο ετήσιος τζίρος του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα δεν αντιστοιχεί παρά μόνο σ' ένα μικρό ποσοστό κι αυτό γιατί ο συνεδριακός τουρισμός (αυτή η πολλά υποσχόμενη εναλλακτική μορφή τουρισμού) πολύ λίγο έχει γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης στη χώρα μας, με αποτέλεσμα το κομμάτι της πίτας που αντιστοιχεί προσωρινά στην Ελλάδα, να είναι δυσανάλογο των δυνατοτήτων της.

Για ν' αναπτυχθεί λοιπόν η χώρα μας ως συνεδριακός προορισμός, δεν αρκεί μόνο να συνδυάζει το κλίμα, την υποδομή, το φυσικό περιβάλλον, καθώς και την πολιτιστική και ιστορική παράδοση. Θα πρέπει παράλληλα με

τους ανωτέρω παράγοντες να εξασφαλίζεται η εύκολη προσπέλαση στον συγκεκριμένο προορισμό κι αναφέρομαι στην αδυναμία αεροπορικής σύνδεσης με βασικούς τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας, όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Μύκονος κ.λ.π. Όταν λοιπόν οι αεροπορικές συγκοινωνίες αδυνατούν να εξυπηρετήσουν σωστά τότε η τουριστική ανάπτυξη του προορισμού είναι περιορισμένη, αν όχι σε όγκο τουριστών (περίπτωση charters), σίγουρα σε ποιοτικό τουρισμό ο οποίος είναι δεδομένος όσον αφορά την ταυτότητα και τις πηγές του (τουρισμός συνεδρίων, incentives corporate meetings, VIP traveller κ.ά.).

Για να μην αναφερθώ και σε άλλους παράγοντες όπως: η διαφημιστική προβολή της χώρας μας προς το εξωτερικό (που δίνει την εντύπωση ότι είναι ίδια από το 1960 έως σήμερα με το να προβάλλει την Ελλάδα μόνο για τον ήλιο και τη θάλασσα που διαθέτει) και η δημιουργία κινήτρων που πρέπει να θεσμοθετηθούν από την πολιτεία που αφορούν τον εκσυγχρονισμό των εργοδοτικών επιδοτήσεων τη δημιουργία οικονομικών κινήτρων (όπως η επιστροφή του ΦΠΑ) προς τους ίδιους τους πελάτες καθώς και τη φορολογική ελάφρυνση των τουριστικών επιχειρήσεων για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Οι προτάσεις, λοιπόν, προς την πολιτεία είναι συγκεκριμένες, ώστε να μη χρειάζεται να πελαγοδρομεί μεταξύ πολλών επιλογών για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα μας.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Αριθμός συνέδρων	Ποσοστό % 1996	Ποσοστό % 1995
Λιγότεροι από 100	14,65	14,19
100-500	57,16	55,58
501-1.000	15,09	16,60
1.001-3000	9,95	10,10
περισσότεροι από 3.000	3,14	3,23

Πηγή: Union of international associations

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΑΝΑ ΠΟΛΗ, 1994-1996
(ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΟΝΤΑΙ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ 30 ΠΡΩΤΕΣ)**

Πόλη	1994	1995	1996
Κοπεγχάγη	42	57	73
Βιέννη	53	47	54
Βουδαπέστη	28	32	53
Ιερουσαλήμ	20	39	46
Βαρκελώνη	25	34	45
Χονγκ – Κονγκ	24	34	45
Άμστερνταμ	49	50	44
Στοκχόλμη	28	32	40
Παρίσι	51	43	40
Μελβούρνη	19	27	31
Σύδνεϊ	22	19	30
Ελσίνκι	23	24	28
Εδιμβούργο	19	29	28
Σεούλ	15	17	27
Λονδίνο	30	35	26
Μαδρίτη	40	40	25
Πράγα	26	35	25
Δουβλίνο	13	23	24
Σιγκαπούρη	32	45	23
Μόναχο	15	9	22
Βρυξέλλες	18	33	22
Όσλο	24	18	20
Αθήνα	17	15	20
Πεκίνο	19	23	19
Μανίλα	12	13	18
Βερολίνο	39	22	18
Αμβέρσα	5	9	18
Λισσαβώνα	30	16	17
Μπανγκόγκ	13	10	17
Ρώμη	15	18	16

Πηγή: ICCA DATA, Ιούλιος 1997

ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ

Σε μία δύσκολη για τον τουρισμό χρονιά, σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι λογικό ότι δεν θα μπορούσαμε να μιλάμε για αύξηση του συνεδριακού τουρισμού και ενίσχυση της συνεδριακής δραστηριότητας.

Ο πόλεμος στο Ιράκ και η διάδοση του ιού της άτυπης πνευμονίας, αλλά και η ύφεση της οικονομίας, σε διεθνή επίπεδο αποτέλεσαν παράγοντες που επηρέασαν αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό κατά την φετινή χρονιά, ιδιαίτερα δε τον τομέα των συνεδρίων, όπου, σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, σημειώθηκαν πολλές ακυρώσεις κρατήσεων, ενώ υπήρξαν ακόμη και συνέδρια που ματαιώθηκαν. Και όλη αυτή λίγους μήνες πριν από την τέλεση στην Αθήνας της Ολυμπιάδας του 2004.

Χωρίς καμία δόση μεψιμοιρίας, οφείλουμε να πούμε ότι τη σεζόν του 2003, η οποία μόλις ολοκληρώθηκε, όχι μόνο αύξηση της συνεδριακής δραστηριότητας δεν υπήρξε, αλλά μάλλον για μείωση θα μπορούσαμε να κάνουμε λόγο. Τόσο στο σύνολο της χώρας κυρίως, όμως στην Αθήνα.

Δυστυχώς, δεν αναφέραμε αυτό που πέτυχαν οι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό και τα συνέδρια σε άλλες συνεδριακές χώρες, με πρόσφατο το παράδειγμα του Σίδνεϋ δηλ. να αυξήσουμε τα μερίδια της χώρας μας στην διεθνή συνεδριακή αγορά.

Η Ελλάδα συνεχίζει να συγκεντρώνει μόλις το 1-2% του συνολικού αριθμού συνεδριακών εκδηλώσεων, που καταγράφονται από την International Meetings Association. Ενώ εξαιρετικά μέτριος είναι και ο αριθμός ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού. Το μόνο που θα μπορούσαμε να παρουσιάσουμε ως βήμα προόδου στον τομέα του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού, είναι η ATHENS CONVENTION EXHIBITION AND VISITORS BUREAU.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις των στελεχών του WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC), το 2011 τα έσοδα από τον συγκεκριμένο κλάδο θα ανέρχονται σε 179,49 δις δολάρια για την Ευρωπαϊκή Ένωση και σε 482,61 δις δολάρια σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ας ελπίσουμε ότι μέχρι το 2011 η Ελλάδα θα διαθέτει την απαραίτητη υποδομή, ώστε να διεκδικεί με αξιώσεις μεγαλύτερο κομμάτι της συνεδριακής "πίτας".

Βέβαια μην περιμένουμε και θαύματα, θα περάσουν χρόνια ωστόσο η Ελλάδα, θα μπορεί να αγωνίζεται επί ίσοις όροις καταξιωμένους συνεδριακούς προορισμούς όπως είναι η Ισπανία, η Βρετανία, η Ιταλία και να διεκδικεί την διοργάνωση μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων.

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

1) ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΟΛΥΜΠΙΑ

(Κεντρικά γραφεία: Καψάλη 4, Αθήνα, τηλ. 7249235, Φάξ: 7244813)

Λειτουργεί από τον Απρίλιο έως Νοέμβριο. Όλοι οι χώροι είναι κλιματιζόμενοι.

Περιλαμβάνει 150 bungalows με χωρητικότητα 200 ατόμων.

- Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων έχει πλήρη οπτικοακουστικό εξοπλισμό και σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης σε 8 γλώσσες και χωρητικότητα 500 ατόμων.
- Η παλιά αίθουσα συνεδριάσεων με δυνατότητας φιλοξενίας 200 ατόμων, οπτικοακουστικό εξοπλισμό και με σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης σε 4 γλώσσες.
- Υψηλής τεχνολογίας τηλεπικοινωνιακά συστήματα.
- Τέσσερις παράλληλες αίθουσες σεμιναρίων, 50 ατόμων η κάθε μία με σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης σε 4 γλώσσες.
- Αίθουσες για ομάδες εργασίας, συμβούλια κ.λ.π.
- Εκθεσιακός χώρος έκτασης 250τ.μ.

ΠΑΤΡΑ

Σύμφωνα με την προκαταρκτική μελέτη για το συνεδριακό κέντρο της Πάτρας, που έχει γίνει από την Τεχνική Διεύθυνση του ΕΟΤ, το κέντρο αυτό θα κατασκευαστεί στην Παραλία της Πάτρας, όπου θα καταλαμβάνει συνολική έκταση 14.803τ.μ. και θα συνδυαστεί με μαρίνα σκαφών.

Το κέντρο θα περιλαμβάνει μια κεντρική αίθουσα συνεδρίων 1000 ατόμων, τέσσερις συμπληρωματικές αίθουσες συνεδριάσεων 50-200 ατόμων, εκθεσιακό κέντρο 6.072τ.μ. χώρους πληροφοριών, αίθουσες προβολής,

ταινιοθήκη, δημοσιογραφικούς χώρους χωρητικότητας 50 ατόμων, studio τηλεόρασης και ραδιοφώνου, δύο γραφεία τύπου, τέσσερα ατομικά γραφεία διαφόρων χρήσεων (για VIP's), εστιατόρια και κλειστούς χώρους στάθμευσης, βιντεοταινίες, S-SHS, οθόνες Η/Υ, κανάλια τηλεόρασης με ενσωματωμένο μαγνητόφωνο για την καταγραφή των πρακτικών καθώς και press room για συνεντεύξεις.

ΟΛΥΜΠΙΑ

1) AMALIA

A Κατηγορίας

(R.160) τηλ: 0624-22190-1, fax: 22444

Αριθμός αιθουσών: 2

Χωρητικότητα: έως 280 άτομα

2) BEST WESTERN – EUROPA

A Κατηγορίας

(R.42), τηλ.: 0624-22650, 22700, fax:23166

Αριθμός αιθουσών: 1

Χωρητικότητα: έως 150 ατόμων

ΠΑΤΡΑ

1) PORTO RIO

Κατηγορία A Superior

(R.210, Bgls 48), Ρίο, Πάτρα, τηλ: 061:992102, 992212, 992124, fax: 992115, tlx: 312207

Αριθμός αιθουσών: 3

Χωρητικότητα: έως 860 άτομα

2) ASTIR

A Κατηγορίας

(R.121), Αγίου Ανδρέου 16, Πάτρα, τηλ: 061-277502, 276311, fax: 271644, tlx: 312167

Αριθμός αιθουσών: 5

Χωρητικότητα: έως 1060 άτομα

**Καλώς ήλθατε στον δικτυακό τόπο του Συνεδριακού Πολιτιστικού
Κέντρου
του Πανεπιστημίου Πατρών**



Το Πανεπιστήμιο Πατρών, το τρίτο Α.Ε.Ι. της χώρας σε αριθμό φοιτητών, ακαδημαϊκών Τμημάτων και προσωπικού, σχεδίασε και ανήγειρε στο χώρο της Πανεπιστημιούπολης το Συνεδριακό και Πολιτιστικό Κέντρο (ΣΠΚ), αποσκοπώντας να συμβάλει στην καλύτερη και αποτελεσματικότερη διεξαγωγή επιστημονικών και άλλων συνεδρίων και συναντήσεων, καθώς επίσης και την περαιτέρω πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης των Πατρών και της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Ελλάδας. Φιλοδοξία του Πανεπιστημίου Πατρών είναι το Συνεδριακό και Πολιτιστικό Κέντρο να αποτελέσει έναν τέτοιο πόλο έλξης και μοχλό ανάπτυξης της πολιτιστικής ζωής της περιοχής.

Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας, σε έκταση 25 στρεμμάτων. ([Περιβάλλον χώρος - Πρόσβαση](#)). Έχει αναπτυχθεί σε δύο επίπεδα συνολικής επιφάνειας 9.300 τ.μ. και μπορεί να φιλοξενήσει έως και 2.000 συνέδρους ταυτόχρονα. Είναι σχεδιασμένο με διεθνείς προδιαγραφές, εφοδιασμένο με τον σύγχρονο

τεχνολογικό εξοπλισμό, ενώ ταυτόχρονα παρέχει και τη δυνατότητα διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων (θέατρο, μουσική, χορό) και εκθέσεων υψηλών απαιτήσεων.

Στους ειδικότερους στόχους του ΣΠΚ του Πανεπιστημίου Πατρών είναι η φιλοξενία συνεδρίων, συμποσίων και σεμιναρίων, μουσικών, θεατρικών και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου. Οι χώροι διατίθενται, μετά από αίτηση, και σε άλλους φορείς για τη διοργάνωση παρόμοιων εκδηλώσεων, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στον [κανονισμό λειτουργίας](#) του.

Το ΣΠΚ ξεκίνησε τη λειτουργία του τον Ιούνιο του 1999 και εγκαινιάστηκε από τον Πρόεδρο της Ελληνικής Δημοκρατίας κ. Κ. Στεφανόπουλο τον Ιούλιο του 2000. Μέχρι και το τέλος του έτους 2002 φιλοξένησε με επιτυχία 498 εκδηλώσεις: επιστημονικά συνέδρια, ημερίδες, συμπόσια, διαλέξεις, εκθέσεις βιβλίου, εκδηλώσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Υπουργείων και άλλων φορέων, συναυλίες, χορευτικές και θεατρικές παραστάσεις.

Το ΣΠΚ διοικείται από την **Επιτροπή Διοίκησης και Εποπτείας**:

1. Καθ. Νικόλαος Ζούμπος, Πρύτανης, Πρόεδρος
2. Καθ. Κωνσταντίνος Βαγενάς, Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού & Ανάπτυξης.
3. Καθ. Γεώργιος Σταυρόπουλος, Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών Υποθέσεων & Προσωπικού
4. Σταμάτης Αλαχιώτης, Καθ. Τμ. Βιολογίας, Τέως Πρύτανης.
5. Ιωάννης Βαράκης, Καθ. Τμ. Ιατρικής.
6. Γεράσιμος Λυμπεράτος, Καθ. Τμ. Χημικών Μηχανικών, Πρόεδρος Επιτροπής Πολιτιστικής Ανάπτυξης (ΕΠΑ) Πανεπιστημίου Πατρών.
7. Γεώργιος Σκόνδρας, Διευθυντής Διεθνών, Δημοσίων Σχέσεων & Δημοσιευμάτων Πανεπιστημίου Πατρών

Γραμματέας:

Ανδρονίκη Χρυσάφη, Υπεύθυνη Λειτουργίας ΣΠΚ

Συντονιστής Λειτουργικών Θεμάτων ΣΠΚ:

Καθηγητής Ι. Βαράκης

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Ισόγειο

•Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1)

•Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4),

•Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10)

•Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-11, I-12, I-13)

•Εκθεσιακοί χώροι ισογείου: Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. (I-5) με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200τ.μ. (I-6),

Ισόγειο - Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1)



Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1), χωρητικότητας 1080 ατόμων (προς το παρόν λειτουργεί μόνο η πλατεία, χωρητικότητας 700 θέσεων), με οκτώ μεταφραστικούς θαλάμους και ηλεκτρική οθόνη προβολής 6,00X5,00 μ., για την εξυπηρέτηση μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων. Στην τελική της διαμόρφωση περιλαμβάνει σκηνή 700 τ.μ. (με τους βοηθητικούς χώρους), σχεδιασμένη έτσι ώστε να μπορεί να υποδεχθεί και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (κονσέρτα, παραστάσεις όπερας, θεάτρου κ.ά.). Η αίθουσα διαθέτει κατάλληλη ακουστική για την υποστήριξη των εκδηλώσεων αυτών.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

- Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1)
- Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4),
- Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10)
- Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-11, I-12, I-13)
- Εκθεσιακοί χώροι ισόγειου: Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. (I-5) με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200τ.μ. (I-6),

Ισόγειο - Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4)

Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4), με παρασκήνια και βοηθητικούς χώρους, 4 μεταφραστικούς θαλάμους και ηλεκτρική οθόνη προβολής 4.00Χ3.00 μ., για την εξυπηρέτηση των εκδηλώσεων. Η σκηνή μπορεί να υποδεχθεί συνεδριακές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις. Το αμφιθέατρο αυτό, επίσης, διαθέτει [κατάλληλη ακουστική μελέτη](#).



Κτιριακή Υποδομή

Αίθουσες

Ισόγειο

• Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1)

• Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4).

• Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10)

• Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-11, I-12, I-13)

• Εκθεσιακοί χώροι ισόγειου: Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. (I-5) με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200τ.μ. (I-6).

Ισόγειο - Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10, I-11, I-12, I-13)

Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10), χωρητικότητας 130 ατόμων, εξοπλισμένη με 2 μεταφραστικούς θαλάμους και κινητά συνεδριακά καθίσματα με αναλόγιο, για να μπορεί να τροποποιηθεί.

Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-11, I-12, I-13), χωρητικότητας 80 ατόμων, εξοπλισμένες επίσης με 2 μεταφραστικούς θαλάμους η κάθε μία και κινητά συνεδριακά καθίσματα με αναλόγιο.

* Οι Αίθουσες Παραλλήλων Συνεδριάσεων (I-10, 11, 12 και 13) έχουν τη δυνατότητα να ενοποιηθούν ανά δύο μεταξύ τους.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Ισόγειο

- Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα (I-1)
- Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων (I-4),
- Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων (I-10)
- Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων (I-11, I-12, I-13)
- Εκθεσιακοί χώροι ισόγειου: Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. (I-5) με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200τ.μ. (I-6),

Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων

Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. (I-5) με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200 τ.μ. (I-6), η οποία συνδέεται άμεσα με τον χώρο του κεντρικού φουαγιέ. Μπορεί να λειτουργήσει και ανεξάρτητα, ως χώρος εικαστικών εκθέσεων.



Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Πρώτος Όροφος

• Εκθεσιακός χώρος 470 τ.μ.

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 90 ατόμων έκαστη.

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 60 ατόμων έκαστη, και

• Δύο (2) αίθουσες για συναντήσεις εργασίας, χωρητικότητας 15-20 ατόμων έκαστη.

Πρώτος Όροφος

Στον 1ο όροφο λειτουργούν:

- οι διοικητικές υπηρεσίες του ΣΠΚ.
- ο Σταθμός Πρώτων Βοηθειών, ο οποίος περιέχει βασικό εξοπλισμό αντιμετώπισης επειγόντων περιστατικών και
- Βιβλιοθήκη – Αρχείο, η οποία περιλαμβάνει:
 - Πρακτικά επιστημονικών εκδηλώσεων που έχουν πραγματοποιηθεί αποκλειστικά και μόνο στον συγκεκριμένο χώρο.
 - Εκδόσεις (βιβλία, άλμπουμ κ.ά) που αναφέρονται στην πόλη της Πάτρας και την ευρύτερη περιοχή, για την καλύτερη ενημέρωση των επισκεπτών του ΣΠΚ.
 - Το Αρχείο Τύπου και το Φωτογραφικό Αρχείο του ΣΠΚ.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Πρώτος Όροφος

• Εκθεσιακός χώρος 470 τ.μ

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 90 ατόμων έκαστη,

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 60 ατόμων έκαστη, και

• Δύο (2) αίθουσες για συναντήσεις εργασίας, χωρητικότητας 15-20 ατόμων έκαστη

Πρώτος Όροφος - Αίθουσες Σεμιναρίων II-8, II-9

Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων (II-8, II-9) χωρητικότητας 90 ατόμων έκαστη.

Όλες οι Αίθουσες του 1ου ορόφου διαθέτουν κινητά συνεδριακά καθίσματα και μπορούν να δεχθούν ποικίλες διαμορφώσεις.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Πρώτος Όροφος

• Εκθεσιακός χώρος 470 τ.μ

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 90 ατόμων έκαστη,

• Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 60 ατόμων έκαστη, και

• Δύο (2) αίθουσες για συναντήσεις εργασίας, χωρητικότητας 15-20 ατόμων έκαστη.

Πρώτος Όροφος - Αίθουσες Σεμιναρίων II-6, II-7

Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων (II-6, II-7) χωρητικότητας 60 ατόμων έκαστη.

Όλες οι Αίθουσες του 1ου ορόφου διαθέτουν κινητά συνεδριακά καθίσματα και μπορούν να δεχθούν ποικίλες διαμορφώσεις.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες

Πρώτος Όροφος

- Εκθεσιακός χώρος 470 τ.μ.
- Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 90 ατόμων έκαστη.
- Δύο (2) αίθουσες σεμιναρίων χωρητικότητας 60 ατόμων έκαστη. και
- Δύο (2) αίθουσες για συναντήσεις εργασίας, χωρητικότητας 15-20 ατόμων έκαστη.

Πρώτος Όροφος - Αίθουσες για συναντήσεις εργασίας

Δύο (2) αίθουσες για συναντήσεις εργασίας, χωρητικότητας 15-20 ατόμων έκαστη.

Όλες οι Αίθουσες του 1ου ορόφου διαθέτουν κινητά συνεδριακά καθίσματα και μπορούν να δεχθούν ποικίλες διαμορφώσεις.

ΑΡΓΟΛΙΔΑ

SALANDI BEACH

B Κατηγορίας

(R.404), Κρανίδι, τηλ: 0754-21391-3

Αριθμός αιθουσών: 1

Χωρητικότητα: έως 300 άτομα

2) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΧΑΙΑ CLAUSS – ΠΑΤΡΑ

(Πάτρα, τηλ.: 2610-325051, fax: 2610-338269, tlx: 312236. Γραφεία Αθηνών: Μικράς Ασίας 43, Χαλάνδρι, Αθήνα, τηλ.: 210-6846737-41, fax:210-6849222, tlx: 210-223110.

- Δύο αίθουσες συνεδρίασης έκτασης 300τ.μ. και 250τ.μ. αντίστοιχα, με πλήρη παροχή υπηρεσιών στήριξης και υποδομής.
- Δύο αίθουσες συνεδριάσεων 60τ.μ. η κάθε μία.

Όλες οι παραπάνω αίθουσες βρίσκονται σε ένα μοντέρνο κλιματιζόμενο κτίριο και προσφέρουν πλήρη οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Επίσης, υπάρχουν δυνατότητες διοργάνωσης εκδηλώσεων είτε στο "Κελλάρι Δανιέλη", για 200 άτομα είτε στον μεγάλο κήπο χωρητικότητας 2000 ατόμων.

PORTO RIO HOTEL

Ημερομηνία:

Σχετικά με την εκδήλωσή σας, αποφασίζουμε τα κάτωθι:

ΚΕΝΤΡΙΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ – ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

ΚΕΝΤΡΙΚΗ Ενοίκιο 200.000 ημερησίως

Κεντρική 600 ατόμων

Σχολική 260 ατόμων

ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ Α' Ενοίκιο 120.000 ημερησίως

Κεντρική 180 ατόμων

Σχολική 100 ατόμων

ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ Β' Ενοίκιο 60.000 ημερησίως

Κεντρική 80 ατόμων

Σχολική 40 ατόμων

ΟΡΓΑΝΑ συμπεριλαμβανόμενα στο ενοίκιο:

Διαφανειοσκόπιο, T.V./video, μικροφωνική για ομιλία, οθόνη, όλες οι αίθουσες κλιματίζονται.

COFFEE BREAKS: Καφέ, τσάϊ, βουτήματα, κέϊκ, χυμό.....550 κατ' άτομο

Σάντουιτς Porto Rio, αναψυκτικό..... 1.400 κατ' άτομο

PORTO RIO HOTEL: Rio – Patras, Greece Tel.: 2610 – 992102 – 992212 – 992124, Telex:

31 2207, GRAV GR, Fax: 992115

Athens office: 3, Parnonos str. 51 25 MAROUSSI GR, Tel.: 8029930,

Fax: 8068579

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ASTIR (ΚΑΤ. Α')

ΤΗΛ: 2610-276311

FAX: 2610-271644

Πάτρα

Διαθέτει μία αίθουσα 600 ατόμων THEATRE STYLE ή 200 ατόμων SCHOOL STYLE.

PORTO RIO (ΚΑΤ. Α')

ΤΗΛ: 2610-992102/8029930

FAX: 2610-992115/8068579

Ρίο

Διαθέτει τρεις αίθουσες:

- 1) Μία αίθουσα 600 ατόμων THEATRE STYLE ή 260 ατόμων SCHOOL STYLE.
- 2) Μία αίθουσα 180 ατόμων THEATRE STYLE ή 100 ατόμων SCHOOL STYLE.
- 3) Μία αίθουσα 80 ατόμων THEATRE STYLE ή 40 ατόμων SCHOOL STYLE.

ΛΑΚΟΠΕΤΡΑ BEACH (ΚΑΤ. Α')

ΤΗΛ: 26930-51080-3

FAX: 2693-51045

Λακόπετρα Κάτω Αχαΐας

Διαθέτει μία αίθουσα THEATRE STYLE 120 ατόμων.

ΑΜΑΛΙΑ (ΚΑΤ. Α')

ΤΗΛ: 26240-22190-2/3237301

FAX: 2624-22444

Ολυμπία

Διαθέτει δύο αίθουσες:

- 1) Μία αίθουσα 200 ατόμων THEATRE STYLE ή 120 SCHOOL STYLE.
- 2) Μία αίθουσα 80 ατόμων THEATRE STYLE ή 50 SCHOOL STYLE.

ΞΕΝΙΑ ΠΑΛΛΑΣ (ΚΑΤ. L.)

ΤΗΛ: 27510-28981-3

FAX: 2752-28987

Ακροναυπλία, Ναύπλιο

Κατά τους θερινούς μήνες:

Μία αίθουσα 100 απόμων THEATRE STYLE ή 70 απόμων SCHOOL STYLE

και

κατά τους θερινούς μήνες:

Μία αίθουσα 400 απόμων THEATRE STYLE ή 250 SCHOOL STYLE.

ΚΑΛΑΜΑΤΑ

ELITE

A Κατηγορίας

(R. 147), Παραλιακή οδός, Καλαμάτα, τηλ: 27210-22434, 25015, 85303, fax: 84369, tlx: 252147, 252197

Αριθμός αιθουσών: 7

Χωρητικότητα: έως 1450 άτομα

PHARAE PALACE

A Κατηγορίας

(R. 76), Ναυαρίνου και Ρήγα Φερραίου, τηλ: 27210-94421-4, fax: 93969

Αριθμός αιθουσών: 1

Χωρητικότητα: έως 200 άτομα

ΛΟΥΤΡΑΚΙ

POSEIDON BEACH

Κατηγορία DE LUXE

(R. 100, Bgls 300), τηλ: 27440-26411-8, fax: 26424

Αριθμός αιθουσών: 3

Χωρητικότητα: έως 490 άτομα, ανοιχτό αμφιθέατρο 800 θέσεων

ΝΑΥΠΛΙΟ

XENIA COMPLEX

Κατηγορία DE LUXE και A, Ακροναυπλία, τηλ: 27520-28981-3, 28991-3,
fax:28987, tlx: 298154

α) XENIA'S PALACE

Κατηγορία DE LUXE, (R. 48 Stes 3, Bgls 54)

Αριθμός αιθουσών: 1

Χωρητικότητα: έως 400 άτομα

β) "XENIA" HOTEL

A Κατηγορίας, (R. 58)

Αριθμός αιθουσών: 1

Χωρητικότητα: έως 100 άτομα

ΑΜΑΛΙΑ

A Κατηγορίας

(R. 172), Νέα Τίρυνθα, τηλ.: 27520-24401-4, fax: 24400

Αριθμός αιθουσών: 2

ΝΑΦΛΙΑ PALACE (Πελοπόννησος)

LOUIS PALAZZO DI ZANTE / LOUIS ROYAL PALACE (ΚΑΤ. Α') Βασιλικός
Ζάκυνθος.

2 αίθουσες συνεδρίων με μεγαλύτερη την "Macedonia", χωρητικότητας 208
συνέδρων σε θεατρική διάταξη.

LOUIS PARAZZO DI ZANTE

LOUIS ROYAL PALACE

Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, όλες οι αίθουσες διαθέτουν σύγχρονη
οπτικοακουστικά μέσα και άρτιο τεχνικό εξοπλισμό. www.louishotels.com.

ΖΑΚΥΝΘΟΣ

LOUIS IMPERIAL ZANTE ΚΑΤ. Α' BAZILIC

Συνεδριακή χώροι και χώροι επαγγελματικών συναντήσεων "VERGINA"
αίθουσα συνεδρίων χωρητικότητας μέχρι 280 συνέδρων σε θεατρική διάταξη.

Διαθέτει σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και άρτιο εξοπλισμό. Γραμματειακή
υπηρεσία

ΚΕΡΚΥΡΑ

CORFU PALACE

Δημοκρατίας 2, τηλ.: 26610-39485, fax: 26610, 31749 (e-mail info @ corfu palace.com).

Το νέο συνεδριακό κέντρο Διονύσιος Σολωμός λειτουργεί στο ξενοδοχείο CORFU PALACE στην Κέρκυρα από τον Δεκέμβριο του 2002. Παρέχει 550τ.μ. ωφέλιμου χώρου και αποτελείται από μία αίθουσα πολλαπλών χρήσεων 350 θέσεων, προσφέροντας παράλληλα την δυνατότητα διάσπασης σε 3 μικρότερες αίθουσες χωρητικότητας 100 θέσεων. Οι αίθουσες που προκύπτουν φέρουν τα ονόματα των Κερκυραίων Νικόλαου Μάτζαρου (συνθέτης τους Εθνικού ύμνου), Σπύρου Σαγκρή (συνθέτη του ύμνου των Ολ. Αγ.) και του συγγραφέα Κων/νου Θεοτόκη.

Ο χώρος του μπαρ καλύπτει την ανάγκη των coffee breaks, ενώ διαθέτει δορυφορική κουζίνα ικανή να καλύψει δεξίωση 250 ατόμων ή κοκτέιλ 500 ατόμων, διαθέτει επίσης γραφείο γραμματειακής υποστήριξης των διοργανωτών, εξοπλισμό με σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα, καθώς επίσης την δυνατότητα τοποθέτησης στις αίθουσες καμπίνων μετάφρασης. Ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός της PHILIPS παρέχει όλες τις δυνατότητες λειτουργίας για την εξυπηρέτηση ενός σύγχρονου συνεδρίου.

“MESSONGHI BEACH”

Το νέο απόκτημα του ξενοδοχείου “Messonghi beach”.

Το “Kerkyra Lounge”, έχει γίνει γνωστό ως ένα από τα πλέον λειτουργικά και επιτυχημένα συνεδριακά κέντρα της Κέρκυρας. Έχει διάφορους χώρους χωρητικότητας 20 έως 800 ατόμων, εμπλουτισμένο με σύγχρονα μέσα επικοινωνίας και τεχνολογίας, σύγχρονο συνεδριακό εξοπλισμό, προσφορά επιτυχημένα συνέδρια, σε συνδυασμό εργασίας και διακοπών μέσα στο υπέροχο περισ. Του ξενοδοχείου.

2^ο χιλ. νοτιοανατολικό από την πόλη της Κέρκυρας.

ΚΕΡΚΥΡΑ

α/α	ΟΝΟΜΑ – Διεύθυνση – Τηλέφωνα	Δυνατότητες - παροχές
		ΚΕΡΚΥΡΑ
1	CORFU HILTON Οδός Ναυσικός Κανόνι- τηλ.: 26610 36540 Κατηγορία LUX	Αίθουσα 500 ατόμων σε THEATRE STYLE ή 220 ατόμων σε SCHOOL STYLE, με μόνιμη εγκατάσταση μεταφραστικού τμήματος σε 3 γλώσσες.
2	CHANDRIS CORFU – Δασσιά- τηλ.: 26610 33071-5 Κατηγορία: A	Αίθουσα 400 ατόμων σε SCHOOL STYLE επίπεδη ή σε δύο επίπεδα αμφιθεατρικά (45) με 4 θαλάμους αυτόματης μετάφρασης.
3	ASTIR PALACE CORFU Κομμένο, Γουβιά – τηλ.:26610 91490 & 91481 Κατηγορία LUX	Αίθουσα 200 ατόμων σε THEATRE STYLE ή 150 ατόμων σε SCHOOL STYLE, χωρίς μόνιμο σύστημα μετάφρασης.
4	GRAND HOTEL – GLYFADA BEACH Γλυφάδα τηλ: 26610 37919 & 94201 Κατηγορία: A	Αίθουσα 250 ατόμων σε THEATRE STYLE ή 150 ατόμων σε SCHOOL STYLE, χωρίς μόνιμο σύστημα μετάφρασης.
5	SAN STEFANO Μπενίτσες – Τηλ: 26610 – 36036 & 92292	α) αίθουσα 60 ατόμων β) Αίθουσα 40 ατόμων. (Σημ.: Οι δύο παραπάνω αίθουσες ενώνονται σε μία για 100 άτομα σε THEATRE STYLE).

PATRA PALACE

ΤΗΛ.2610 623131

Το ξενοδοχείο έχει μία κεντρική αίθουσα στον πρώτο όροφο χωρητικότητας 450 ατόμων, η οποία χωρίζεται σε 4 μικρότερες χωρητικότητας 100 ατόμων. Οι αίθουσες είναι πλήρως εξοπλισμένες με οπτικοακουστικό υλικό, καθίσματα και ροτόντες. Σε περίπτωση συνεδρίου όπου δεν χρησιμοποιούνται τραπέζια, η χωρητικότητα των ατόμων αυξάνεται σε 800 άτομα. Οι αίθουσες έχουν τα εξής ονόματα: Αφροδίτη, Ερατώ, Αρτεμις, Αθήνα.



GRECOTEL CORFU IMPERIAL
Corfu, Greece

Συνέδρια και εκδηλώσεις

Σύντομη επισκόπηση

Αίθουσες και εξοπλισμός

Σχεδιαγράμματα

Ενημερώστε μας για τις ανάγκες σας

“Αψογή εξυπηρέτηση και πλήρης εξοπλισμός για εξασφαλισμένη επιτυχία.”

Η μεγάλη εμπειρία και οι υψηλές προδιαγραφές του τμήματος συνεδρίων και δεξιώσεων αποτελούν εγγύηση για ένα ποιοτικό αποτέλεσμα. Το ξενοδοχείο διαθέτει τρεις συνεδριακές αίθουσες, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για οποιοδήποτε επαγγελματικό ή ιδιωτικό γεύμα, χορό ή άλλο κοινωνικό γεγονός, φιλοξενώντας από 20 μέχρι 550 άτομα. Με δυνατότητα εγκατάστασης τεχνολογικού εξοπλισμού και ειδικούς χώρους για εκθέσεις. Όλες οι αίθουσες έχουν φυσικό φωτισμό, αυτόνομο κλιματισμό και εκπληκτική θέα. Μέχρι σήμερα έχουν φιλοξενηθεί πολλά διεθνή και ευρωπαϊκά συνέδρια, με κορυφαίο γεγονός τη Σύνοδο Κορυφής των Ευρωπαίων ηγετών το 1994.

Τεχνικός Εξοπλισμός

- Βήμα/αναλόγιο
- Overhead, video, slide projectors
- Flip Charts
- Video γιαντοσθόνη
- Οθόνες video/TV
- Μικροφωνική εγκατάσταση (κανονικά & ρομπότα μικρόφωνα)



Γίνετε συνδρομητής στο Ενημερωτικό Δελτίο μας [Ζητήστε ένα ενημερωτικό φυλλάδιο

POWERED BY I.S. IMPACT

© copyright 2002 GRECOTEL S.A. - All Rights Reserved



Corfu Palace Hotel

Member of
"de Grande Classe"

[Home](#) | [About Corfu](#) | [Hotel Description](#) | [Conference Center](#) | [Virtual Tour](#) | [General Information](#) | [Res](#)

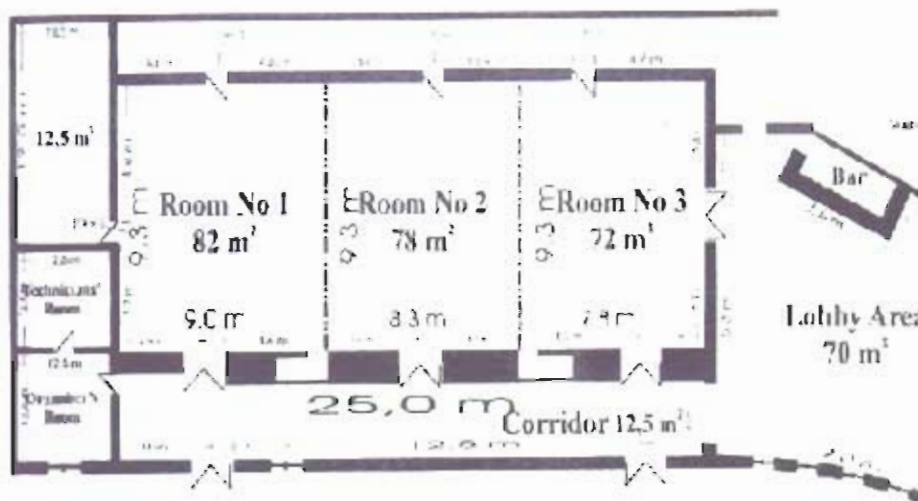


★★★★★

*The Great Tradition of
an elegant first class Hotel
in the capital of the
famous island*



CONFERENCE CENTER



Layouts



[Click to Enlarge](#)
Theatre Style



[Click to Enlarge](#)
School Style



[Click to Enlarge](#)
Reception



[Click to Enlarge](#)
Fish Bone

The Corfu Palace Hotel is proud to introduce the new 550 m² large Conf named after the national poet Dionysios Solomos.

The Conference Center consists of 1 main conference room with a capacity and can be divided in to 3 equal sized rooms with a capacity of 100 sites. The rooms are named after the famous Corfiots: Nikolaos Mantzaros (The Anthem Composer), Spyros Samaras (The Olympic Games Anthem Composer) and Konstantinos Theotokis.

The Lobby and Bar area are used to serve the coffee breaks and the satellite area is able to produce for up to 250 pers. set menu dinner or 500 pers Cocktail Reception. There is also an organizer's room available offering the required electrical office equipment as well as secretary support. Translation booths can be placed in the main conference area and the latest technology in audiovisual guarantees a modern conference.

The breakdown possibilities of the rooms are the following :

	D. Solomos Main Conference Room	K. Theotokis Room 1	S. Samaras Room 2
Size	233 m ²	82 m ²	78 m ²
Dimensions	25,00 x 9,32	8,80 x 9,32	8,40 x 9,32
Hight	280 / 300 cm	280 / 300 cm	280 / 300 cm
Capacity			
School Type	150pax	60pax	50pax
Theater Type	350pax	90pax	80pax

Reception	220pax	60pax	60pax
Cocktail Party	350 pax	80pax	80pax
U Shape	90 pax	40pax	40pax

[Click here to view the slideshow](#)

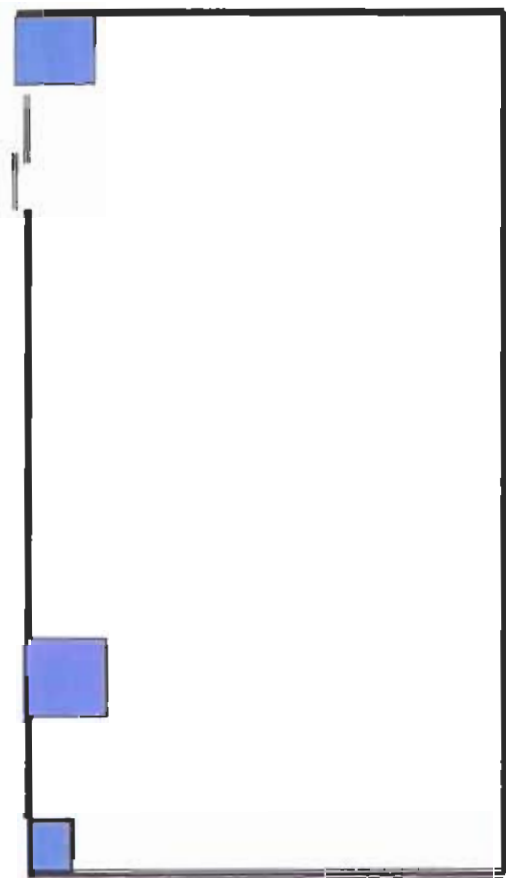
Copyright © 2003 - Corfu Palace Hotel
2, Leoforos Demokratias - 49100 Corfu - Greece
Tel.: +30 2661 039485 - Fax: +30 2661 031749
Email: info@corfupalace.com

Created & Powered by:
[Kerkyra Network](#) An InfoNet On Line Partner

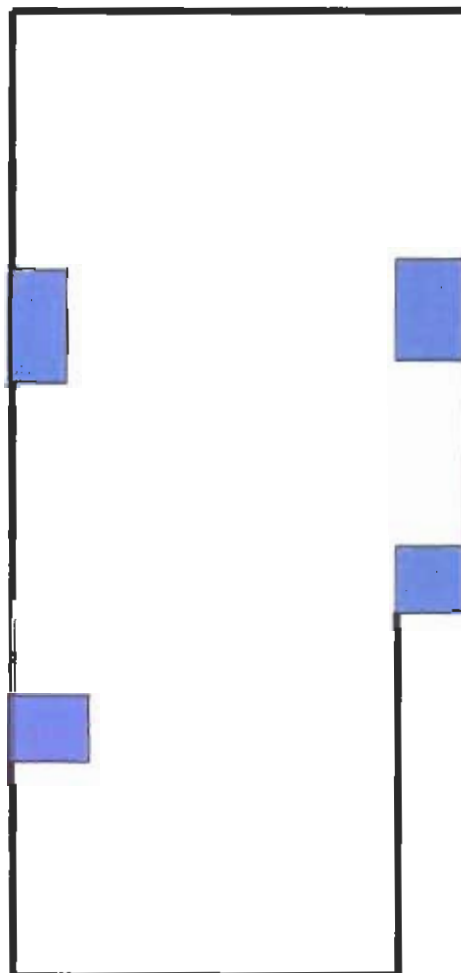
DIVANI CORFU PALACE

Floor plans and additional information

CALYPSO Hall



NAUSICAA Hall



ROOM	AREA	HEIGHT	CAPACITY CLASSROOM	CAPACITY THEATRE	CAPACITY BANQUET
NAUSICAA	194 m ²	2.80 m	160	210	160
LOUNGE	223 m ²	2.80 m	165	210	160
LOUNGE A	111 m ²	2.80 m	80	100	80
LOUNGE B	112 m ²	2.80 m	80	100	80
CALYPSO	58 m ²	2.80 m	35	45	48
CORFUO	27 m ²	2.60 m	18	27	20



GRECOTEL CORFU IMPERIAL
Corfu, Greece

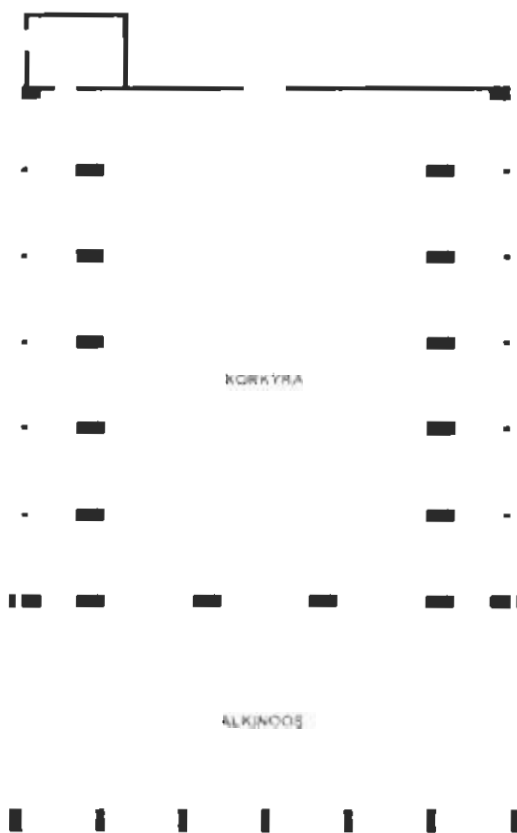
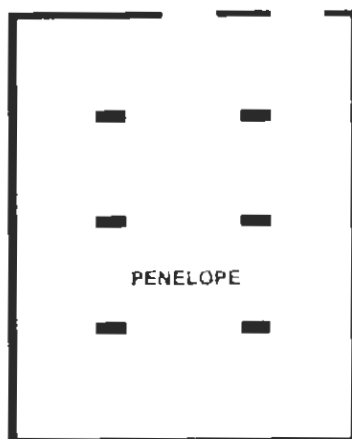
Συνέδρια και εκδηλώσεις

Σύντομη επισκόπηση

Αίθουσες και εξοπλισμός

Σχεδιαγράμματα

Ενημερώστε μας για τις ανάγκες σας



Γίνετε συνδρομητής στα Ενημερωτικό Δελτίο μας | Ζητήστε ένα ενημερωτικό φυλλάδιο

POWERED BY I.S. IMPACT
© copyright 2002 GRECOTEL S.A. - All Rights Reserved



“Ασφαγή εξυπηρέτηση και πλήρης εξοπλισμός για εξασφαλισμένη επιτυχία.”

Η μεγάλη εμπειρία και οι υψηλές προδιαγραφές του τμήματος συνεδρίων και δεξιώσεων αποτελούν εγγύηση για ένα ποιοτικό αποτέλεσμα. Το ξενοδοχείο διαθέτει τρεις συνεδριακές αίθουσες, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για οποιοδήποτε επαγγελματικό ή ιδιωτικό γεγονός, χαρά ή άλλα κοινωνικά γεγονότα, φιλοξενώντας από 20 μέχρι 550 άτομα. Με δυνατότητα εγκατάστασης τεχνολογικού εξοπλισμού και ειδικούς χώρους για εκθέσεις. Όλες οι αίθουσες έχουν φυσικό φωτισμό, αυτόνομο κλιματισμό και εκπληκτική θέα. Μέχρι σήμερα έχουν φιλοξενηθεί πολλά διεθνή και ευρωπαϊκά συνέδρια, με κορυφαία γεγονός τη Σύνοδο Κορυφής των Ευρωπαϊκών ηγετών το 1994.

Τεχνικός Εξοπλισμός

- Βήμα/αναλόγιο
- Overhead, video, slide projectors
- Flip Charts
- Video γιγαντοθόνη
- Οθόνες video/TV
- Μικροφωνική εγκατάσταση (κανονικά & ασύρματα μικρόφωνα)

GRECOTEL CORFU IMPERIAL
Corfu, Greece

Συνεδρία και εκδηλώσεις

Σύντομη επισκόπηση

Αίθουσες και εξοπλισμός

Σχεδιαγράμματα

Ενημερώστε μας για τις ανάγκες σας



Γίνετε συνδρομητής στο Ενημερωτικό Δελτίο μας | Ζητήστε ένα ενημερωτικό φυλλάδιο

POWERED BY I.E. IMPACT

© copyright 2002 GRECOTEL S.A. - All Rights Reserved

ΠΗΓΕΣ

- Internet
www.confer.upatras.gr
Συνεδριακό Κέντρο Πατρών
- Χρήμα και Τουρισμός:
"Φάκελος Συνεδριακός Τουρισμός", Τεύχος 65, 2001.
"Αφιέρωμα Ιόνια Νησιά". Τεύχος 73, 2002.
"Το Νέο Συνεδριακό Κέντρο Corfu Palace", Τεύχος 79, 2003.
"Αισθητική και Ποιότητα στον Ξενοδοχειακό Εξοπλισμό", Τεύχος 68, 2002.
"Συνεδριακός Τουρισμός", Τεύχος 43, 1999.
- Τουρισμός και Οικονομία
"Συνεδριακός Τουρισμός κ' Ολυμπιάδα 2004", Τεύχος 224, 1997.
- Τουριστική Αγορά
"Εξοπλισμός Συνεδριακών Χώρων", Τεύχος 19, 1997.
"Εκθέτη και Διεθνές Forum για τον Συνεδριακό Τουρισμό", Τεύχος 22, 1997.
- Tourism Flash (Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος)
- Mexil Σαρή Κεχαγιάς, 2004.
- Congresses Incentives meetings In Greece. The ultimate choice Hellenic sun editions year 2001.
- Synedrio Magazine
Ο Σύμβουλος στην Οργάνωση Συνεδρίων και εκδηλώσεων 2004.
- Βιβλιοθήκη Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών.
Πτυχιακές Εργασίες:
2018, 2329, 2448, 2991, 1472, 1488, 1539, 1994, 2003
- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

