

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή Εργασία

**Συνεδριακός Τουρισμός και η Τουριστική Εκπαίδευση Στην
Ελλάδα**

**Σπουδαστής: Γριτσίπης Ιωακείμ
Εισηγητής: Σπηλιόπουλος Ιωάννης**

ΠΑΤΡΑ 2006

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---------------|---|
| Πρόλογος..... | 5 |
| Εισαγωγή..... | 6 |

Κεφάλαιο 1^ο

Συνεδριακός Τουρισμός - Η δυναμικότερη εναλλακτική μορφή τουρισμού στον κόσμο.

| | | |
|-------|---|----|
| 1.1 | Γενικά..... | 10 |
| 1.2 | Ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα..... | 12 |
| 1.3 | Κίνητρα έλξης πελατών συνεδριακού τουρισμού σε χώρες του εξωτερικού..... | 17 |
| 1.4 | Κίνητρα έλξης πελατών συνεδριακού τουρισμού Στην Ελλάδα..... | 20 |
| | § ΠΙΝΑΚΑΣ 1..... | 22 |
| 1.5 | Νέες τάσεις συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα..... | 24 |
| 1.5.1 | e - Συνέδριο..... | 24 |
| | § Πλεονεκτήματα & οφέλη e-συνεδρίου..... | 27 |
| | § Centra-one..... | 27 |
| | § Παραδείγματα τεχνικής υλοποίησης της υπηρεσίας e-συνεδρίου μέσω τεχνολογίας centra-one..... | 28 |

| | | |
|-------|--|----|
| 1.5.2 | Συνέδρια εν-πλω..... | 30 |
| 1.5.3 | Videoconference..... | 32 |
| 1.6 | Οργάνωση και επιτυχία μικρών συνεδρίων και meetings..... | 33 |
| 1.6.1 | Γενικά..... | 33 |
| 1.6.2 | Διοργάνωση ενός επιτυχημένου συνεδρίου στα πλαίσια μιας ξενοδοχειακής μονάδας..... | 34 |
| 1.6.3 | Οφέλη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων από συνέδρια και meetings..... | 39 |
| 1.6.4 | Team-Support: ένα νέο μοντέλο συνεδριακών υπηρεσιών..... | 40 |

Κεφάλαιο 2^ο

| | |
|--|-----------|
| Προοπτικές ανάπτυξης Συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα..... | 42 |
|--|-----------|

Κεφάλαιο 3^ο

| | |
|--|----|
| Τουριστική Εκπαίδευση | |
| Γενικά..... | 51 |
| 3.1 Χαρακτηριστικά της Τουριστικής Εκπαίδευσης..... | 54 |
| 3.2 Η Τουριστική εκπαίδευση σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο..... | 56 |
| 3.3 Οργανισμοί Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης..... | 58 |

Κεφάλαιο 4^ο

Συμπεράσματα & Προτάσεις για βελτίωση της ήδη υπάρχουσας κατάστασης

4.1 Συμπεράσματα.....61

Προτάσεις.....63

Επίλογος.....64

Βιβλιογραφία.....65

Παράρτημα.....66

Παράρτημα Εικόνων.....92

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί στην σύγχρονη εποχή που διανύουμε, μια από τις πιο αναπτυσσόμενες και ταυτόχρονα ενδιαφέρουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η παρούσα μελέτη έχει ως σκοπό να εξετάσει, όσο δυνατόν πιο διεξοδικά όλες τις πτυχές του συνεδριακού τουρισμού, στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στο νομό Αττικής. Η παρουσία της χώρας μας γίνεται ολοένα και πιο αισθητή στην ξένη αγορά και αυτό αποτέλεσε σημαντικό έναυσμα στην προσπάθεια μου να προσεγγίσω το θέμα και να παραθέσω στοιχεία τα οποία περιγράφουν την χώρα μας ως πλέον αρκετά ικανό συνεδριακό προορισμό.

Στις επόμενες σελίδες που ακολουθούν παρατίθενται πολύτιμες πληροφορίες και στατιστικά στοιχεία, τα οποία οδηγούν στο γενικό συμπέρασμα ότι ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να αποδώσει τεράστια οφέλη τόσο στον οικονομικό όσο και τον κοινωνικό–πολιτιστικό τομέα σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο. Βέβαια, αν και η σωστή και πετυχημένη διοργάνωση επιβαρύνει με αρκετά έξοδα τους οργανωτικούς παράγοντες, τα κέρδη, η προβολή και το prestige έρχονται να αντισταθμίσουν με τον καλύτερο τρόπο οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη μορφή του μπορεί να οριστεί σε γενικές γραμμές, σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

Ανάμεσα στους πραγματικά αμέτρητους θεσμούς, ο τουρισμός, έχει αποκτήσει τα τελευταία πενήντα περίπου χρόνια μια ιδιάζουσα κοινωνική λειτουργικότητα, στο βαθμό και στο μέτρο που έχει αναχθεί σε βασικό κοινωνικό και αναντικατάστατο θεσμό της αναπτυγμένης κοινωνίας. Ο θεσμός διαφέρει από τους άλλους παρεμφερείς θεσμούς λόγω των ιδιαίτερων γνωρισμάτων του, απαιτεί ελεύθερο χρόνο, κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος γίνεται συνήθως σε άγνωστο χώρο, η μορφή και το επίπεδό του αποτελούν συνάρτηση ενός συγκεκριμένου επαγγελματικού και εισοδηματικού επιπέδου, είναι ιδιαίτερα εύθραυστος σαν κοινωνικός θεσμός και τέλος συχνά η

λειτουργικότητα του θεσμού εξαρτάται αποκλειστικά από μία σωρεία υποκειμενικών διαθέσεων, οι οποίες είναι αδύνατο να προβλεφθούν.

Η έξαρση της τουριστικής διακίνησης που είχε αρχίσει να γίνεται εμφανής από το διάστημα του Μεσοπολέμου, εντάθηκε μετά τη λήξη του Β' Παγκοσμίου πολέμου σε σημαντικό βαθμό. Ο τουρισμός λοιπόν, γνωρίζει μία σημαντική άνθηση στη διάρκεια του Μεσοπολέμου την εποχή του «αριστοκρατικού τουρισμού», του τουρισμού δηλαδή των λουτροπόλεων, των κοσμικών κέντρων, των καζίνων και των «παρισινών» θεαμάτων, που πολύ λίγοι άνθρωποι είχαν τη δυνατότητα να διασκεδάσουν έτσι την ανία τους.

Βέβαια για την επίτευξη της επιτάχυνσης της τουριστικής ανάπτυξης συντέλεσαν η τεχνολογική εξέλιξη που υπήρξε τόσο αλματώδης και εντυπωσιακή, ώστε εκμηδένισε τις αποστάσεις, δίνοντας στο σύγχρονο άτομο τη δυνατότητα πρόσβασης ακόμα και στα πιο απομακρυσμένα σημεία, οι κατακτήσεις των εργαζομένων που με την πάροδο των χρόνων, τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και των αναγκών, και τη διαμόρφωση νέων συνθηκών διαβίωσης, κατάφεραν να θεσμοθετήσουν τις διακοπές αρχικά και τις πληρωμένες διακοπές στη συνέχεια, η ποιοτική υποβάθμιση της ζωής για μια μεγάλη σειρά χωρών της υφελίου λόγω της συσσώρευσης πληθυσμού στα αστικά και βιομηχανικά κέντρα. Ο τουρισμός για όλον αυτόν τον κόσμο λοιπόν έγινε αναγκαιότητα και πρακτική ιδιάζουσα σημασίας, χωρίς δυνατότητα επιστροφής στα προηγούμενα ισχύοντα.

Μέσα στα γενικότερα πλαίσια των νέων κατευθύνσεων και στόχων, εντάσσεται και το πρόγραμμα ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού, το οποίο, όχι μόνο προωθεί την ισόρροπη

και αρμονική συνύπαρξη του τουριστικού κλάδου με άλλους τομείς της οικονομίας και του πολιτισμού, αλλά πολύ περισσότερο επιχειρεί διαφοροποίηση της εθνικής τουριστικής μας ταυτότητας σε διεθνή δεδομένα.

Μια από τις σημαντικές και ταυτόχρονα κερδοφόρες μορφές αυτού του τουρισμού είναι και ο λεγόμενος *Συνεδριακός Τουρισμός*, που αποκτά ιδιαίτερο περιεχόμενο με τη διοργάνωση εκδηλώσεων και συναντήσεων και αποτελεί ίσως την πιο ευοίωνα προοπτική για την προβολή της Ελλάδας και των δυνατοτήτων της μέσω των διεθνών επαφών.

Οι συνέδριοι ανήκουν σε ομάδες ατόμων με συγκεκριμένες δραστηριότητες, σε ποικίλους τομείς, που μετακινούνται σε μία χώρα με σκοπό να ερευνήσουν, να μελετήσουν, να ανταλλάξουν απόψεις και νέες προτάσεις, να καταλήξουν σε συμπεράσματα, να κάνουν τις ανακοινώσεις τους, δηλαδή να πραγματοποιήσουν ένα συνέδριο. Αμέσως γίνεται φανερό ότι μιλάμε για μια υπόθεση με μεγάλο φάσμα θεματολογίας και ποικιλίας ενδιαφερόντων που όχι μόνο ανταποκρίνεται στις αυξανόμενες ανάγκες πληροφόρησης της εποχής μας, αλλά κυρίως εξελίσσεται σε παράγοντα κοινωνικής, επιστημονικής, οικονομικής και καλλιτεχνικής ανάπτυξης και δημιουργίας.

Συνεπώς μιλάμε για ομαδικότητα των ταξιδιών, γεγονός πολύ σημαντικό στο να καταστεί γνωστή σε κάθε Έλληνα και κάθε ξένο τόσο η φυσική ομορφιά και η ιστορική κληρονομιά της Ελλάδας, όσο και η ανοδική πορεία της στον επιστημονικό και εμπορικό χώρο.

Από την παραπάνω περιγραφή μπορεί κάποιος πολύ εύκολα να συνδέσει και να συγχύσει τον συνεδριακό τουρισμό με τον επαγγελματικό και τον εκθεσιακό τουρισμό.

Είναι τρεις μορφές διαφορετικές, που όμως συνδέονται άμεσα μεταξύ τους.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν θα προσπαθήσουμε να θέσουμε τις διαφορές τους, ούτως ώστε να μπορέσουμε να διαχωρίσουμε τη μια μορφή από την άλλη, θα γνωρίσουμε νέες τάσεις και μορφές του συνεδριακού τουρισμού, άλλες γνώριμες στην Ελλάδα, άλλες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους και άλλες που μας είναι τελείως άγνωστες. Θα ενημερωθούμε για το κατά πόσο η Αθήνα έχει αναπτύξει συνεδριακό τουρισμό ώστε να μπορέσει να αναμετρηθεί με τις ήδη υπάρχουσες και καταξιωμένες συνεδριακές πόλεις του εξωτερικού, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Αθήνας και τέλος τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Αττική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Συνεδριακός Τουρισμός - Η δυναμικότερη εναλλακτική μορφή τουρισμού στον κόσμο.

1.1 Γενικά

Ο συνεδριακός τουρισμός, όπως ήδη προαναφέραμε είναι η πλέον δυναμικότερη εναλλακτική μορφή τουρισμού στον κόσμο όπου δημιουργήθηκε με την ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα ακολουθούν αυτό το είδος τουρισμού ως μέσο για την υλοποίηση κάποιων στόχων τους, όπως την επαφή και συνεργασία με διάφορες εταιρίες, προμηθευτές, την προώθηση προϊόντων τους κ.τ.λ.

Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, η πρόοδος των επιστημών, της τεχνολογίας, της πληροφορικής και του αυτοματισμού, παράλληλα με τις απαιτήσεις της κοινωνίας μας η οποία επιβάλλει επείγοντως την αλλαγή παραστάσεων σε κάθε εργασία.

Η δύναμη της μορφής αυτής, του τουρισμού φαίνεται από τον γρήγορο ρυθμό της δημιουργίας πολλών συνεδριακών

κέντρων σε πολλά μέρη της γης καθώς και από τον μεγάλο ανταγωνισμό των περιοχών για την ανάληψη τέτοιων εκδηλώσεων. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι η μορφή του τουρισμού που απαιτεί ειδική υποδομή και εξοπλισμό. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι υψηλής κοινωνικής στάθμης (επιστήμονας, ανώτερο στέλεχος), με συνέπεια να είναι και ανώτερου οικονομικού επιπέδου. Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη αγοραστική δύναμη η οποία αυξάνεται με την εξασφάλιση των βασικών του αναγκών την οποία προσφέρουν πολλές φορές διάφοροι σπόνσορες.

Τους συνεδριακούς τουρίστες πολλές φορές τους συνοδεύουν και άτομα του οικογενειακού ή εργασιακού τους περιβάλλοντος οπότε δημιουργείται μια άλλη ομάδα τουριστών, οι συνοδοί, η οποία είναι αρκετά υπολογίσιμη τόσο από τους οργανωτές των συνεδρίων όσο και από τις τουριστικές επιχειρήσεις που υποστηρίζουν κατά κόρον τα συνέδρια.

Ο χρόνος διεξαγωγής τους στο μεγαλύτερο ποσοστό είναι εκτός περιόδου τουριστικής αιχμής, γεγονός που βοηθά στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας. Το κέρδος, ειδικά από τα διεθνή συνέδρια, είναι η μεγάλη εισροή συναλλάγματος για τη χώρα υποδοχής. Η διάρκειά τους κυμαίνεται από μία ημέρα έως και μία εβδομάδα με ελάχιστες εξαιρέσεις (αυτό συνήθως εξαρτάται και το budget της κάθε επιχείρησης που αναλαμβάνει να διοργανώσει ένα συνέδριο).

Το χρονικό αυτό διάστημα αυξάνεται με διάφορες προ- ή μετά-συνεδριακές εκδηλώσεις που συμβάλλουν στη μεγαλύτερη απόδοση της δυναμικής αυτής μορφής τουρισμού.

Η χώρα μας και ειδικά η Αθήνα βρίσκεται στις πρώτες επιλογές των οργανωτών συνεδρίων και προσπαθεί με τη συνεχή

βελτίωση της συνεδριακής της υποδομής να διατηρηθεί και να αντέξει το μεγάλο ανταγωνισμό που παρατηρείται τελευταία σε παγκόσμιο επίπεδο.

1.2 Ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα

Από τα αποσπασματικά στοιχεία που υπάρχουν, συνάγεται ότι ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3-4% του αριθμού των εισροής τουριστι αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής κού συναλλάγματος. Σε αρκετές όμως από τις μικρότερες βορειοευρωπαϊκές και σε ορισμένες κεντροευρωπαϊκές χώρες καθώς και σε πολλές από τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και μεγαλουπόλεις, η οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με τον τουριστικό τομέα ως σύνολο φαίνεται να υπερβαίνει αρκετά τους διεθνείς μέσους όρους που προαναφέρθηκαν.

Από την άποψη εξειδίκευσης του συνεδριακού τουρισμού, με βάση τα στοιχεία τη περιόδου 1987-99, η χώρα μας φαίνεται να κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη (1-2% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την International Meetings Association (ICCA) τα πρόσφατα χρόνια). Γενικά μπορεί να λεχθεί ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι μέτριος.

Η πρωτεύουσα φαίνεται να συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια ενώ σημαντικά είναι τα μερίδια της Κρήτης, της Δωδεκανήσου και της Μακεδονίας.

Τα τελευταία χρόνια, σε παγκόσμιο επίπεδο, η συνεδριακή

δραστηριότητα αναπτύσσεται με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς (μεταξύ 1 και 2%). Για την χώρα μας η κίνηση φαίνεται να κυμαίνεται από έτος σε έτος τα τελευταία χρόνια, χωρίς όμως σαφή ανοδική ή καθοδική τάση.

Οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι δύο, δηλ. τα διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών, κ.ά.) από τη μεριά (associate market), που καλύπτει περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής κίνησης και οι μεγάλες; κυρίως επιχειρήσεις (corporate market) από την άλλη, που καλύπτουν μεν μικρότερο μέρος της κίνησης σε αριθμούς αλλά αρκετά μεγαλύτερο μέρος του οικονομικού αντικειμένου, λόγω υψηλότερης κατά κεφαλήν δαπάνης.

Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικότερα μικρότερο βαθμό εποχικότητας από το τουρισμό συνολικά καθώς και εποχική συμπληρωματικότητα με τη μεγάλη μάζα του γενικού τουρισμού.

Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15% περίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

Η μέση ημερήσια δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εμφανίζεται πολλαπλάσια του αντίστοιχου μεγέθους για το γενικό τουρισμό (έως και δεκαπλάσια). Επειδή όμως η μέση διάρκεια παραμονής των συνεδριακών επισκεπτών τοποθετείται μεταξύ 4 και 5 ημερών και είναι γενικά βραχύτερη απ' ό,τι συμβαίνει με το γενικό τουρισμό, η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εξακολουθεί μεν να είναι υψηλότερη, σε σύγκριση με τον γενικό

τουρισμό αλλά σε μικρότερο βαθμό (διπλάσια έως τετραπλάσια).

Για τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις, το μέσο μέγεθος των συνεδριακών εκδηλώσεων από άποψη αριθμού συνέδρων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 ατόμων. Συνολικά όμως το μέσο μέγεθος είναι ακόμα μικρότερο.

Το μέσο μέγεθος των συνεδρίων στην Ελλάδα υπολείπεται κατά πολύ του διεθνούς μέσου όρου και δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 170 άτομα. Αυτό φαίνεται να συνδέεται και με την σχετικά περιορισμένη προσφορά συνεδριακών χώρων μεγάλης χωρητικότητας καθώς επίσης και με τον γενικά χαμηλό βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

Η συμμετοχή σε συνέδριο τείνει να δημιουργήσει πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, με τρόπους όπως, η επιμήκυνση της διαμονής του συνέδρου, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνέδρου (συζύγου, τέκνων κλπ.), για σκοπούς γενικού τουρισμού κ.ά. Σε ορισμένες χώρες για κάθε διανυκτέρευση συνέδρου κατά τη διάρκεια του συνεδρίου μπορεί να προκαλείται μέχρι και μία ακόμα διανυκτέρευση.

Η συνολική προσφορά χώρων στη χώρα μας για συνεδριακές εκδηλώσεις άνω των 100 ατόμων εμφανίζεται αρκετά μεγάλη (150 χιλ. περίπου θέσεις). Οι χώροι βέβαια είναι κατά κανόνα πολύσκοποι και χρησιμοποιούνται συχνά και για πολλά άλλα είδη εκδηλώσεων (εορταστικές εκδηλώσεις, παραστάσεις, διαλέξεις, παρουσιάσεις κ.ά.). Σε κάθε όμως περίπτωση, από την άποψη της χωρητικότητας της συνεδριακής υποδομής, οι δυνατότητες υποδοχής υπερβαίνουν κατά πολύ την ζήτηση. Από την πλευρά της προσφοράς στενότητας παρουσιάζονται μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες εγκαταστάσεις ενώ άλλες αδυναμίες εντοπίζονται κύρια στην ποιότητα μέρους της ειδικής υποδομής και των υπηρεσιών.

Η ύπαρξη και η ικανοποιητική λειτουργία τόσο της γενικής υποδομής όσο και της ειδικής υποδομής και του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού - που συναρτώνται και με το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιοχής - διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού. Αυτό γίνεται σαφές και από τη γεωγραφική κατανομή του διεθνώς.

Πέρα από την ικανοποιητική στάθμη της γενικότερη υποδομής, που απαιτείται για τη στήριξη του συνεδριακού τουρισμού, η συμβουλή του δημοσίου παίρνει και άλλες ειδικότερες μορφές, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής:

- Δημιουργία μεγάλων σύγχρονων συνεδριακών κέντρων κατάλληλων για μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις.
 - Δημιουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών, συχνά με την συνεργασία και του ιδιωτικού τομέα, με σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων και την προβολή μιας πόλης, χώρας ή περιοχής ως τόπου προορισμού για συνεδριακές εκδηλώσεις.
 - Δημιουργία συστημάτων πιστοποιημένης εξειδικευμένης κατάρτισης για στελέχη οργάνωσης και διεξαγωγής συνεδριακών εκδηλώσεων είτε από μη κερδοσκοπικές οργανώσεις με ή και δίχως την αρωγή του δημοσίου, είτε και από το δημόσιο.
 - Επιδότηση με διάφορες μορφές για την κάλυψη μέρους του κόστους διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων, έτσι ώστε να αυξάνεται η ελκυστικότητα της χώρας σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.
 - Επιδότηση των επενδύσεων για την δημιουργία ειδικής συνεδριακής υποδομής.
 - Προβολή και διαφήμιση
- Στην Ελλάδα η πρόοδος από την άποψη των ειδικών μέτρων και της εξειδικευμένης μέριμνας του δημοσίου για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Η κρατική

παρέμβαση έχει ουσιαστικά περιοριστεί στην επιδότηση της κατασκευής συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων μικρής ή μεσαίας χωρητικότητας.

Σημαντικότερη είναι η πρόοδος από την άποψη της γενικής υποδομής. Με τα έργα και τις λοιπές παρεμβάσεις που εντάσσονται στα διαδοχικά Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης, εξοπλίζεται σιγά-σιγά τη χώρα με σύγχρονη υποδομή και βελτιώνεται αποφασιστικά της εικόνας της από την άποψη αυτή. Ειδικότερα σε ότι αφορά την Πρωτεύουσα τα έργα για την Ολυμπιάδα του 2004 θα βελτιώσουν γρηγορότερα και αποφασιστικότερα την υποδομή στην ευρύτερη περιοχή, πράγμα που συμβάλει και στην αύξηση της ελκυστικότητας της Πρωτεύουσας ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων

Είναι αρκετές οι μονάδες που ασκούν μια ενεργό και συγκροτημένη πολιτική παρουσίαση στις ειδικές αγορές και τα φόρα που έχουν δημιουργηθεί διεθνώς για το συνεδριακό τουρισμό και εκμαίευση πελατείας. Η ως τώρα ανάπτυξη του κλάδου στη χώρα μας είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα αυτών των προσπαθειών από την πλευρά της προσφοράς.

Η συλλογική όμως δράση του ιδιωτικού τομέα, που όπως δείχνει η διεθνής εμπειρία μπορεί να διαδραματίσει αξιόλογο ρόλο, δεν φαίνεται ακόμη να έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό και μαζί με την ενεργοποίηση του δημοσίου είναι ένα από τα ζητούμενα.

1.3 Κίνητρα έλξης πελατών συνεδριακού τουρισμού σε χώρες του εξωτερικού

A. ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Υπεύθυνος φορέας είναι η Κεντρική Υπηρεσία Τουρισμού. Παρουσιάζει ένα πολύ ποιοτικό δίκτυο συνεδριακών πόλεων ξενοδοχείων, το οποίο σε συνδυασμό με το Convention Planner's Guide to Germany προασπίζουν και προωθούν τον συνεδριακό τουρισμό. Η Κεντρική Υπηρεσία Τουρισμού έχει κύριο μέλημά της την αναλυτική πληροφόρηση, για την υποδομή και τις συνεδριακές υπηρεσίες που ενδιαφέρουν τους meeting planners, την έκδοση εντύπων, την δημιουργία πακέτων επαγγελματικού τουρισμού. Ήδη από το 1983 το Γερμανικό κράτος συμπεριέλαβε για πρώτη φορά στα ερωτηματολόγια της έρευνάς του που διεξάγει σε ετήσια βάση

για τον τουρισμό ερωτήσεις που αφορούσαν σε ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους.

B. ΑΥΣΤΡΙΑ

Η πλούσια πολιτιστική της παράδοση, η ιστορική κοσμοπολίτικη πλευρά της και η εύκολη προσπελασιμότητά της από το κέντρο της Ευρώπης αποτελούν κίνητρα έλξης τουριστών. Αλλά και το άρτιο συγκοινωνιακό δίκτυό της, η επαρκής ξενοδοχειακή υποδομή της σε συνδυασμό με τις πλούσιες συνεδριακές διευκολύνσεις συντελούν στην προσέλκυση

πελατείας υψηλού μορφωτικού επιπέδου αλλά και οικονομικής επιφάνειας. Έχει 15 συνεδριακές πόλεις.

Επίσης υπάρχει ο σύνδεσμος Round-Table Convention που εγγράφει 150 μέλη-ξενοδοχεία που ειδικεύονται στον επαγγελματικό τουρισμό, καθώς και το σύγχρονο Austrian Convention Bureau. Υπεύθυνος για την προβολή της Αυστρίας είναι ο Εθνικός Τουριστικός Οργανισμός.

Γ. ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Η προβολή και η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού γίνεται από την British Tourism Authority και ένα δίκτυο Convention Center τοπικό, περιφερειακό, εθνικό.

Δ. ΓΑΛΛΙΑ

Υπεύθυνος οργανισμός για την προβολή και προώθηση του τουρισμού είναι το Maison de la France. Επίσης και οι 88 επιτροπές τουρισμού που διοργανώνουν τις εκθέσεις, τα συνέδρια και τη διαφήμιση του επαγγελματικού τουρισμού. Για να γίνει ανταγωνιστικό το προϊόν που προσφέρουν δίνουν έμφαση στη φήμη του προορισμού Γαλλία, σε ειδικά γεγονότα, σε νέες ιδέες κ.τ.λ. Υπάρχει convention bureau σε κάθε πόλη για την προώθηση του επαγγελματικού τουρισμού, και η ανώνυμη εταιρία Groupement Interests Economiques που λαμβάνει χρήματα τόσο από τον δημόσιο προϋπολογισμό και από τον ιδιωτικό τομέα για

την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού και την έλξη πελατών αυτής της κατηγορίας.

Ε. ΑΣΙΑ

Η Ασία κατέλαβε σημαντική προσπάθεια προκειμένου να τραβήξει τον διεθνή συνεδριακό τουρισμό. Συγκεκριμένα το Asian Association of Convention and Visitors Bureau με συγκροτημένες προσπάθειες κατάφερε να τραβήξει το 14% της διεθνούς αγοράς όπου το 1960 έφτανε μόλις το 2%. Η θεαματική αυτή αύξηση είναι και αποτέλεσμα της εκπαίδευσης των στελεχών της τουριστικής βιομηχανίας με απώτερο στόχο την καλύτερη παροχή υπηρεσιών.

Οι ισχυρότερες χώρες στην αγορά συνεδριακού εισερχόμενου τουρισμού προς την Ευρώπη είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Μεγάλη Βρετανία. Ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία. Επιπλέον, οι Σκανδιναβικές χώρες, η Αυστρία, το Βέλγιο και η Ισπανία είναι ταχύτατα αναπτυσσόμενες χώρες στον κλάδο του εξερχόμενου συνεδριακού τουρισμού, ενώ εκτιμάται ότι και η Σουηδία στο μέλλον μπορεί να καταλάβει ένα σημαντικό μερίδιο στην αγορά.

Οι αναπτυσσόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Ιαπωνία και η Κεντρική Αμερική, αναμένεται να παίξουν σημαντικό ρόλο τα επόμενα χρόνια. Καθώς η Κινέζικη οικονομία αναπτύσσεται, τα νούμερα του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού αυξάνονται.

Στην Ιαπωνία φαίνεται πως ο συνεδριακός τουρισμός προς την Ευρώπη φαίνεται να εκτινάσσεται. Οι πιο αγαπημένοι

προορισμοί των Ιαπώνων επαγγελματιών τουριστών είναι η Ιταλία και η Γαλλία.

Άλλες σημαντικές, αναπτυσσόμενες ευρωπαϊκές χώρες έλξης συνεδριακού τουρισμού είναι η Κροατία, η Λετονία, η Εσθονία και η Ισλανδία. Από την Ασία ξεχωρίζουν η Κίνα και η Ιαπωνία, όπως ήδη προαναφέραμε, ενώ από την Κεντρική Αμερική η Κούβα, ο Παναμάς και το Πουέρτο Ρίκο.

1.4 Κίνητρα έλξης πελατών συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα, κατά γενική ομολογία, θεωρείται ιδανικός τόπος για την φιλοξενία και διεξαγωγή συνεδρίων. Μερικά από τα πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι το κλίμα, η ελληνική φιλοξενία, η ιστορική σχέση της Ελλάδας με τις επιστήμες και τις τέχνες, ασφάλεια που παρέχεται στους επισκέπτες μας, η θάλασσα και η ύπαρξη παραθαλάσσιων ξενοδοχείων, που καταλαμβάνουν μεγάλη έκταση και προσφέρουν (εκτός από υψηλού επιπέδου συνεδριακή υποδομή), ποικιλία από δραστηριότητες και υπηρεσίες, δηλαδή των γνωστών resorts. Πραγματικά υπάρχουν πολλά resorts στην Ελλάδα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας. Μερικά από αυτά είναι: Αστέρας Βουλιαγμένης, Lagonissi Grand Resort, τα δύο Sofitel Capsis στη Ρόδο και στην Κρήτη, Rodos Palace, Kipriotis Village, Porto Carras, Sani Resort, Elounda Beach, Grecotel Corfu Imperial κ.α. Μάλιστα κάποια από τα παραπάνω ξενοδοχεία έχουν αποκτήσει διεθνή φήμη λόγω της εντυπωσιακής τους τοποθεσίας.

Τα resorts αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας σε σχέση με άλλες χώρες που ενώ προσελκύουν πολύ σημαντικότερο αριθμό διεθνών συνεδρίων (Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία), υστερούν κλιματολογικά και γεωφυσικά σε σχέση με τη χώρα μας. Σ' αυτό συντελεί ότι οι μήνες με τη μεγαλύτερη συνεδριακή δραστηριότητα παγκόσμια είναι Μάιος, Ιούνιος, Σεπτέμβριος και Οκτώβριος, δηλαδή εποχή που στην Ελλάδα ο καιρός είναι πολύ καλός.

Τα resorts είναι ιδανικά για τους ταξιδιώτες που θέλουν να συνδυάσουν την εργασία με τις διακοπές, ή και να παρατείνουν τη διαμονή τους μετά το συνέδριο. Υπάρχουν πολλές αίθουσες συνεδριάσεων σε ειδυλλιακό περιβάλλον καθώς έχουν θέα τη θάλασσα, το οποίο βοηθάει να χαλαρώσουν οι σύνεδροι, βελτιώνει τη διάθεση και μειώνει την ένταση, ενώ διευκολύνει στην ανταλλαγή απόψεων και στη λήψη αποφάσεων.

Επιπλέον τα resorts δίνουν τη δυνατότητα στα άτομα που συνοδεύουν τους σύνεδρους να περάσουν ευχάριστα τις ώρες που ο σύντροφος τους είναι απασχολημένος με το συνέδριο. Λόγω της τοποθεσίας τους, παρέχουν ευκαιρία για δραστηριότητες όπως θαλάσσια σπορ και κολύμπι σε πισίνες. Πολλά προσφέρουν αθλητικές εγκαταστάσεις όπως tennis, γήπεδα volley ή και golf, ενώ άλλα διαθέτουν υποδομές για αναζωογόνηση και φροντίδα του σώματος, δηλαδή γυμναστήρια, κέντρα θαλασσοθεραπείας, spa, εξειδικευμένο προσωπικό στην παροχή ψυχαγωγίας και άθλησης στους πελάτες ή ακόμα πλούσιους κήπους για βόλτες και χαλάρωση.

Πολλά ξενοδοχειακά συγκροτήματα στη χώρα σε εντυπωσιακές εκτάσεις και με πλήθος επιχειρηματικών και ψυχαγωγικών ανέσεων, είναι κατάλληλα για συνδυασμό

επαγγελματικών συναντήσεων και διακοπών. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα resorts προσφέρουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα στη χώρα στην προσπάθεια της για διεθνή συνεδριακή καταξίωση και μπορούν να αποτελέσουν το μοχλό για την καθιέρωση της Ελλάδας ως συνεδριακού προορισμού.

- 1) Στον **πίνακα 1** που ακολουθεί, σύμφωνα με μελέτες και διάφορα στατιστικά στοιχεία παραθέτουμε τα οφέλη που μπορεί να προσκομίσει μια χώρα εκμεταλλευόμενη σωστά τον συνεδριακό τουρισμό, καθώς και τους παράγοντες που μπορούν να τον επηρεάσουν.

**Article II. Σ
ΤΑΤΙΣΤΙΚΑ**

Section 2.01

**Section 2.02 Οφέλη του
συνεδριακού τουρισμού**

- § *Επέκταση τουριστικών δραστηριοτήτων*
- § *Προσέλκυση επισκεπτών υψηλής εισοδηματικής στάθμης*
- § *Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου*
- § *Απόκτηση περισσότερου συναλλάγματος*
- § *Λύση του προβλήματος συγκέντρωσης τουρισμού στις μεγαλουπόλεις*
- § *Ενίσχυση έργων υποδομής & βελτίωση της υπάρχουσας*
- § *Μείωση του ποσοστού ανέργων*
- § *Πολιτισμική αναβάθμιση*

Section 2.03

**Section 2.04 Παράγοντες που
επηρεάζουν τον**

Section 2.05 Συνεδριακό Τουρισμό

- § *Χώρα προέλευσης*
- § *Μέσα μεταφοράς*
- § *Οικονομικοί παράγοντες*
- § *Δαπάνες*
- § *Φύλο και αριθμός μετακινούμενων*
- § *Σκοπός*

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

1.5 Νέες τάσεις Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα

Μέχρι σήμερα σημαντικά συνέδρια έλαβαν χώρα σε μεγάλες πόλεις, επωφελούμενα ξενοδοχειακών μονάδων που φιλοξένησαν τους συμμετέχοντες και κατέστησαν ευχάριστη τη διαμονή τους. Εκτός όμως απ' τις γνωστές ξενοδοχειακές μονάδες, και τα πνευματικά κέντρα για τη διεξαγωγή συνεδρίων έρχονται τώρα και στην Ελλάδα να καθιερωθούν κάποιες νέες τάσεις και νέες μορφές συνεδριακού τουρισμού.

Πρόκειται για τα e-συνέδρια, τα συνέδρια εν-πλω και τα videoconferences για τα οποία θα μιλήσουμε παρακάτω αναλυτικότερα.

1.5.1 e - Συνέδριο

Το Internet δεν έχει εισβάλλει μόνο στην προσωπική μας ζωή αλλά και στην επαγγελματική μας. Οι εταιρείες πληροφορικής αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες παρέχουν συνεχώς προϊόντα και υπηρεσίες που εξασφαλίζουν οικονομία χρόνου, μειώνουν το κόστος επιμόρφωσης, ενώ ταυτόχρονα δίνουν τη δυνατότητα γρήγορης και εύκολης ενημέρωσης σε θέματα γενικού αλλά και ειδικού ενδιαφέροντος.

Μία τέτοια υπηρεσία είναι και το e-Συνέδριο. Πρόκειται για τη ζωντανή μετάδοση των εργασιών ενός συνεδρίου που

διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο με συνέδρους που δεν είναι παρόν. Εξυπηρετεί όλους εκείνους που ενδιαφέρονται, είτε να παρακολουθήσουν τις εργασίες ενός συνεδρίου, είτε να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σ' ένα συνέδριο αλλά λόγω διαφόρων περιορισμών γεωγραφικών, χρονικών και άλλων δεν είναι δυνατή η παρουσία τους σε αυτό.

Οι δυνατότητες της υπηρεσίας αυτής είναι εντυπωσιακές. Καταρχήν δίνει τη δυνατότητα συμμετοχής σε μεγάλο αριθμού συνέδρων, που λόγω κάποιων κολλημάτων δεν μπορούν να παραστούν στο εκάστοτε συνέδριο. Σε ένα συνέδριο οι ομιλητές πραγματοποιούν τις διαλέξεις τους, παρουσιάζουν το υλικό τους στις οθόνες και μέσω της υπηρεσίας e-συνέδριο οι απόντες σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να ακούσουν τον ομιλητή και να δουν τις διαφάνειές του. Μπορούν ακόμη να παραθέσουν τις απόψεις τους οι οποίες μεταδίδονται στο συνεδριακό χώρο αλλά και στους υπόλοιπους μη παρόντες συμμετέχοντες.

Μια άλλη σημαντική παροχή του e-συνεδρίου είναι δυνατότητα καταγραφής των εργασιών του συνεδρίου προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να έχουν πρόσβαση σε αυτές οποιαδήποτε στιγμή θελήσουν.

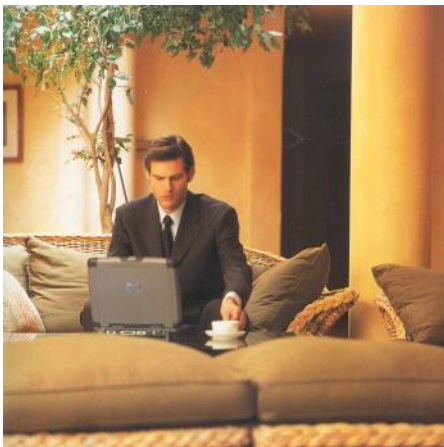
Αυτό μπορεί να γίνει είτε μέσω CD είτε μέσα από το Internet.

Το e-συνέδριο διαθέτει επίσης πολλές εικονικές αίθουσες όπου στην κάθε μία υπάρχει κι ένας διερμηνέας, ανάλογα με τη γλώσσα που έχει επιλέξει ο σύνεδρος, ο οποίος μεταφράζει τον εκάστοτε ομιλητή του συνεδρίου αλλά και όλα όσα συμβαίνουν στο συνέδριο . Μ' αυτό το σύστημα βλέπουμε πως αποφεύγεται οποιοδήποτε πρόβλημα επικοινωνίας μεταξύ των

συνέδρων μιας κι ο καθένας μπορεί να καταλάβει το θέμα του συνεδρίου, να εκφέρει γνώμη, να συμφωνήσει ή και να διαφωνήσει με κάτι.

Το e-συνέδριο είναι μια νέα, πρωτοποριακή υπηρεσία η οποία απευθύνεται κυρίως σε επιχειρήσεις, εταιρίες διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων, τα ξενοδοχεία που φιλοξενούν στις αίθουσές τους συνέδρια, τις ανώτερες πανεπιστημιακές σχολές και τα ερευνητικά κέντρα που πραγματοποιούν επίσης συνέδρια.

Μια εταιρία στην Ελλάδα που παρέχει υπηρεσίες e-συνεδρίου είναι η Centra-one την οποία θα δούμε παρακάτω.



§ Πλεονεκτήματα – Οφέλη του e- συνεδρίου

«Τα πλεονεκτήματα - οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση της υπηρεσίας αυτής είναι ιδιαίτερα σημαντικά και αξίζει να τα αναφέρουμε:

1. Απαλείφουν το μεγαλύτερο μέρος του κόστους διοργάνωσης ενός συνεδρίου.
2. Έρχονται σε συχνότερη επαφή με τους συνεργάτες και τους πελάτες τους.
3. Απαλείφουν το κόστος που προκύπτει από τη μετακίνηση και τη διαμονή των συμμετεχόντων.
4. Κερδίζουν χρόνο στην οργάνωση του συνεδρίου.
5. Αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, λόγω της μεγαλύτερης ταχύτητας διασποράς και διάχυσης της πληροφορίας και της γνώσης.

§ Centra-One

Πρόκειται για τη μοναδική εταιρία στην χώρα μας που ασχολείται με την διοργάνωση ενός e-συνεδρίου και που παρέχει όλον τον εξοπλισμό για τη σωστή διοργάνωση του.

Για τη σωστή διεκπεραίωση ενός συνεδρίου, σύμφωνα με την τεχνολογία της Centra-One, απαιτούνται οι παρακάτω τεχνικές υποδομές:

1. Ηλεκτρονικός Υπολογιστής ή Laptop.
2. Video Projector ο οποίος θα μπορεί να ανεβάζει ανάλυση 1024x768 και 16 Bit.
3. Μικρόφωνο. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ασύρματου ή ενσύρματου μικροφώνου.

4. Κονσόλα Ήχου. Είναι απαραίτητη για να οδηγηθεί ο ήχος του Η/Υ στις εγκαταστάσεις του συνεδρίου. Στην κονσόλα ήχου θα συνδέεται και το μικρόφωνο του παρουσιαστή.
5. Οθόνη προβολής. Η οθόνη προβολής που θα βρίσκεται στον χώρο θα πρέπει να έχει το ανάλογο μέγεθος έτσι ώστε να είναι εφικτή η παρακολούθηση των διαφανειών που προβάλλονται από όλους τους παρευρισκόμενους.

§ Παραδείγματα τεχνικής υλοποίησης της υπηρεσίας e- συνέδριο μέσω της τεχνολογίας Centra-One.

A. Ο κύριος παρουσιαστής θα βρίσκεται στο πλατό του χώρου και θα έχει τον απόλυτο έλεγχο του τερματικού που θα βρίσκεται δίπλα του. Αυτός θα είναι υπεύθυνος για την αλλαγή των διαφανειών, καθώς και για το ποιος από τους συμμετέχοντες μέσω Centra θα έχει τον λόγο να μιλήσει.

Η φωνή του παρουσιαστή θα μεταδίδεται

α) μέσω του Η/Υ σε όλους τους συμμετέχοντες που παρακολουθούν το συνέδριο μέσω Centra.

β) Μέσω ενισχυτή που θα βρίσκεται στο χώρο, σε όλους τους παρευρισκόμενους.

Εάν χρειαστεί να δειχτεί μέσω Centra, Live video του χώρου, τότε απαραίτητη είναι η ύπαρξη μιας Web Camera, η οποία θα προβάλλει είτε τον παρουσιαστή που θα μιλά, είτε το χώρο του συνεδρίου.

Μέσω του προβολικού μηχανήματος που θα βρίσκεται στον χώρο θα προβάλλεται η οθόνη του Η/Υ (Centra). Με κάθε αλλαγή διαφάνειας από τον παρουσιαστή, αυτή θα προβάλλεται μέσα από

την πλατφόρμα σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες και μέσω του προβολικού στο χώρο.

Στην περίπτωση που ο παρουσιαστής δεν θέλει να έχει τον έλεγχο του H/Y τότε απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ατόμου (Leader) το οποίο θα διαχειρίζεται το Centra. Οι αρμοδιότητες του ατόμου είναι να αλλάζει τις διαφάνειες μέσω Centra, όποτε το ζητήσει ο παρουσιαστής, καθώς και το να δίνει το λόγο σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες όταν αυτό του επιτραπεί.

B. Στη δεύτερη περίπτωση ο κύριος παρουσιαστής του συνεδρίου δεν κάνει τίποτε άλλο, εκτός από το να παρουσιάζει τις διαφάνειες που προβάλλονται στο Video wall. Για να γίνει εφικτό κάτι τέτοιο χρειάζονται να γίνουν τα εξής πράγματα:

- Ένας H/Y ο οποίος θα τρέχει το Centra Symposium και θα έχει σύνδεση με το Web (ISDN 64). Ο κύριος ομιλητής θα φορά ένα μικρόφωνο πέτου το οποίο θα συνδέεται με το τερματικό του Centra, καθώς και με την κεντρική κονσόλα ήχου που θα βρίσκεται στο χώρο. Έτσι η φωνή του θα μεταδίδεται μέσω κονσόλας στα κεντρικά ηχεία του συνεδρίου και μέσω H/Y στο Web.

- Το Laptop του ομιλητή θα πρέπει να είναι συνδεδεμένο με το προβολικό του συνεδρίου έτσι ώστε όλοι οι παρευρισκόμενοι να βλέπουν την παρουσίαση του, ενώ αντίθετα οι διαφάνειες του συνεδρίου θα φτάνουν σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες μέσω Centra.

Βασικό στο όλο σενάριο είναι το άτομο το οποίο θα διαχειρίζεται το τερματικό του Centra, να αλλάζει τις διαφάνειες με τη σειρά που αυτές προβάλλονται στο χώρο.

- Όλο το υλικό του συνεδρίου, θα πρέπει να έχει εισαχθεί από

πριν στον κεντρικό Centra Server ο οποίος θα βρίσκεται στην ΟΤΕ-NET.

-Το υλικό το οποίο θα εισαχθεί στον Centra Server θα πρέπει να έχει δημιουργηθεί έτσι ώστε να είναι Pro-Download απ' όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες.

Τέλος απαραίτητη κρίνεται η παρουσία του CIN Leader στην εικονική αίθουσα του συνεδρίου για την αντιμετώπιση ερωτήσεων που αφορούν τη χρήση της τεχνολογίας.»

Περιοδικό «SYNEDRIO» Οκτώβριος 2001

1.5.2 Συνέδρια εν πλω

Μια άλλη, νέα μορφή συνεδρίου που κάνει τώρα τα βήματά της στην αγορά είναι τα συνέδρια εν-πλω. Ως τώρα είχαμε συνηθίσει τα περισσότερα συνέδρια να διεξάγονται σε συνεδριακές αίθουσες, εντός και αλλά εκτός ξενοδοχείων. Τα πράγματα δείχνουν πως αντάξια στο έργο αυτό μπορούν να αντεπεξέλθουν και τα κρουαζιερόπλοια. Τα κρουαζιερόπλοια δεν έχουν σε τίποτα να ζηλέψουν τα ξενοδοχεία ξηράς μιας και αποτελούν υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, κατάλληλες να φιλοξενήσουν και να ταξιδέψουν μεγάλο αριθμό επιβατών. Την ιδέα έχουν ήδη πραγματοποιήσει μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες και αρκετές μεσαίες και δυναμικές επιχειρήσεις που πολύ έξυπνα εκμεταλλεύονται τις κρουαζιέρες για τα incentives, και τα συνέδρια.

Ταυτόχρονα, διαθέτουν πλήρως οργανωμένους επαγγελματικούς και συνεδριακούς χώρους με σύγχρονες

εγκαταστάσεις, επικοινωνιακό εξοπλισμό και οπτικοακουστικά μέσα. Αίθουσες ειδικά διαμορφωμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες, διαφόρων μεγεθών, επιτρέπουν τη διεξαγωγή μεγάλων και μικρών συνεδριάσεων.

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

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

Το κρουαζιερόπλοιο, επίσης, καθώς είναι υπερσύγχρονα εξοπλισμένο, είναι σε θέση να ικανοποιήσει τα ενδιαφέροντα όχι μόνο των συνέδρων αλλά και όσων στη διάρκεια του συνεδρίου - κρουαζιέρας επιθυμούν να ξοδέψουν το χρόνο τους έξω απ' τις αίθουσες συνεδριάσεων.

Κάνοντας εξάσκηση στο γκολφ, κάνοντας ηλιοθεραπεία, στην πισίνα ή στους χώρους υδροθεραπείας, στο γυμναστήριο ή στις αίθουσες μασάζ, ψωνίζοντας απ' τα καταστήματα κ.ά.

Τέλος, όλοι έχουν τη δυνατότητα ν' αλλάζουν παραστάσεις, καθώς το πλοίο επισκέπτεται καθημερινά κι ένα

διαφορετικό μέρος και να συνδυάσουν έτσι διακοπές, δουλειά και διασκέδαση.

1.5.3 Videoconference

Το videoconference ή αλλιώς βιντεοδιάσκεψη παρουσιάζει ομοιότητες με το τηλέφωνο, με τη μόνη διαφορά ότι οι σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να βλέπει ο ένας τον άλλον.

Η μορφή αυτή συνεδρίου, αν και πρωτοποριακή αλλά και αρκετά χρόνια στον συνεδριακό τουρισμό δεν κατάφερε να σταθεί και να προχωρήσει στο χώρο. Αυτό, βέβαια οφείλεται σε αρκετά σοβαρούς παράγοντες όπως το υψηλό κόστος για τη διεξαγωγή ενός τέτοιου συνεδρίου. Παρ' όλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει το videoconference προκειμένου να αναδειχθεί σαν μια σημαντική νέα τάση συνεδριακού τουρισμού, αξίζει να σημειώσουμε και τα πλεονεκτήματά του, τα οποία εστιάζονται στην μείωση του κόστους από την ελάττωση των ταξιδιών των συνεδριακών τουριστών, στην ταχύτερη λήψη αποφάσεων καθώς και στην μεγαλύτερη ασφάλεια των συμμετεχόντων.



Τέλος αξίζει να αναφέρουμε ότι ένα σύστημα videoconference μπορεί να χρησιμοποιηθεί εύκολα και γρήγορα από οποιονδήποτε μιας και δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικό ως προς την χρήση του.

1.6 Οργάνωση & Επιτυχία μικρών συνεδρίων και meeting

1.6.1 Γενικά

Η επιτυχημένη διεξαγωγή ενός meeting είναι συνισταμένη ποικίλων παραγόντων. Δεν υπάρχει κάποια χρυσή συνταγή, υπάρχουν όμως κάποιες γενικές αρχές που αν τις ακολουθήσετε, μπορείτε να αποφύγετε λάθη και παραλείψεις που θα δημιουργήσουν αρνητική εντύπωση στους παρευρισκόμενους. Η επιτυχία ενός meeting βασίζεται σε δύο ακρογωνιαίους λίθους. Κατά πρώτο στην άψογη οργάνωσή του και κατά δεύτερο στην καλή προετοιμασία και την ικανότητα επικοινωνίας του ομιλητή.

§ Οργάνωση

Ο οργανωτής ή η ομάδα οργάνωσης του meeting, προκειμένου να αποφευχθούν οι δυσάρεστες εκπλήξεις θα πρέπει να λάβει υπόψη του όλες τις παραμέτρους για την επιλογή τόσο της αίθουσας που θα φιλοξενήσει το meeting όσο και του οπτικοακουστικού εξοπλισμού. Θα πρέπει να εξασφαλιστούν όλες εκείνες οι προϋποθέσεις που θα δημιουργήσουν ένα ευχάριστο και ξεκούραστο περιβάλλον για τους προσκεκλημένους.

§ Αίθουσα

Τα βασικά κριτήρια που κάνουν μία αίθουσα κατάλληλη είναι:

- 1) Διαστάσεις
- 2) Διαμόρφωση
- 3) Εξαερισμός

§ Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός (Audiovisual)

1.6.2 Διοργάνωση ενός επιτυχημένου συνεδρίου στα πλαίσια μιας ξενοδοχειακής μονάδας.

Η σωστή διοργάνωση και διεκπεραίωση ενός συνεδρίου στα πλαίσια μιας ξενοδοχειακής μονάδας είναι αποτέλεσμα πολλών παραγόντων και υπηρεσιών. Πράγματι για να οργανωθεί σωστά ένα συνέδριο απαιτείται η συμμετοχή υπηρεσιών, όπως, τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες, λεωφορεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, επισιτιστικές υπηρεσίες, εταιρίες οπτικοακουστικού εξοπλισμού αλλά και πολλές άλλες ακόμα, ανάλογα με τις εκάστοτε απαιτήσεις του συνεδρίου.

Τα επιτυχημένα συνέδρια αποσκοπούν στη μεγιστοποίηση των στόχων του ξενοδοχείου και κατά συνέπεια στην μετάδοση των σωστών μηνυμάτων προς τους συμμετέχοντες του συνεδρίου. Για το λόγο αυτό είναι σημαντικό ο διοργανωτής του συνεδρίου, σε συνεργασία με τα τμήματα του ξενοδοχείου που έχουν άμεση σχέση με τη διεξαγωγή του συνεδρίου, να οργανώσει ένα πρόγραμμα (λίστα) με τα σημαντικότερα σημεία τα οποία μπορεί να επηρεάσουν τη συμμετοχή και άριστη διεξαγωγή μιας συνάντησης.

Η λίστα θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει τα παρακάτω σημεία τα οποία θα εξετάσουμε στη συνέχεια αναλυτικότερα: προορισμός, απαιτήσεις συνεδρίουσυναντήσεις πριν το συνέδριο, συχνή επανεξέταση όλων των παραμέτρων, οπτικοακουστικός

εξοπλισμός, διάταξη αίθουσας, φαγητό, αφίξεις-αναχωρήσεις.
Αναλυτικότερα έχουμε:

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ:

Η επιλογή του προορισμού παίζει τον σημαντικότερο ρόλο στην επιτυχία του συνεδρίου. Ο χώρος στον οποίο θα διεξαχθεί το συνέδριο μπορεί να επηρεάσει θετικά αλλά και αρνητικά την ψυχολογία των συμμετεχόντων του συνεδρίου.

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ:

- § Από πού προέρχονται οι περισσότεροι σύνεδροι.
- § Το budget των συνέδρων ή της εταιρίας στην περίπτωση που πληρώνει εκείνη τα έξοδα διαμονής.
- § Τι είδος διαμονής προτιμούν να πληρώσουν.
- § Ποια είναι η προβλεπόμενη συμμετοχή τους.
- § Ποιες είναι οι προγραμματιζόμενες ημερομηνίες του συνεδρίου.
- § Αν θα χρησιμοποιήσουν μια αίθουσα ή και άλλα syndicates.
- § Αριθμός και τύπος δωματίων που επιθυμούν.
- § Τρόπος άφιξης και αναχώρησης.
- § Τρόπος πληρωμής του συνεδρίου.

ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ:

- § Ημερομηνίες release.
- § Τοπικοί και κτιριακοί κανονισμοί.
- § Μεταφορικές απαιτήσεις.
- § Επιπρόσθετες χρεώσεις.

FOLLOW UP:

- § Επανεξέταση όλων όσων έχουν συμφωνηθεί.
- § Επανεξέταση του συμβολαίου.
- § Επανεξέταση του προσωρινού προγράμματος σε σχέση με τους χώρους που έχουν προκρατηθεί
- § Έλεγχος των βοηθητικών χώρων-αποθηκών.
- § Επανεξέταση των ακυρωτικών σε περίπτωση ακύρωσης την τελευταία στιγμή, ανάλογα με το τι έχει υπογραφεί στο συμβόλαιο.

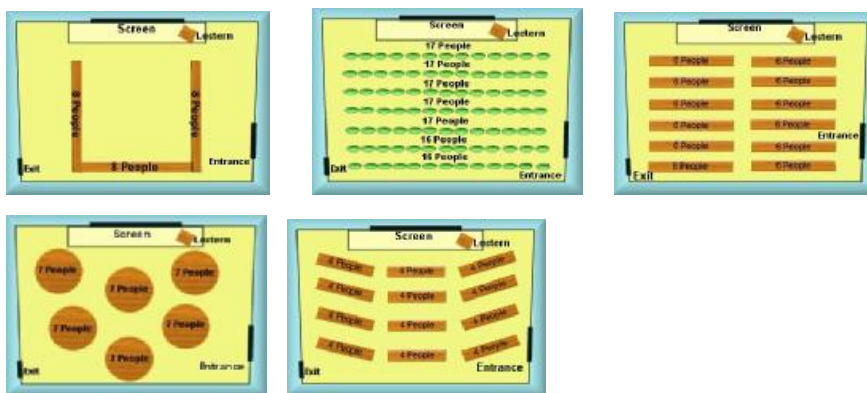
ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ:

- § Καταγραφή του εξοπλισμού που διαθέτουμε για το εκάστοτε συνέδριο.
- § Επικοινωνία με το τμήμα συντήρησης σε περίπτωση κάποιου προβλήματος ή βραχυκυκλώματος.

ΔΙΑΤΑΞΗ ΑΙΘΟΥΣΑΣ:

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι διάταξης μιας αίθουσας, ανάλογα με το πλήθος των συμμετεχόντων, το μέγεθος της αίθουσας αλλά και το πόσο αυστηρό είναι το συνέδριο, και είναι οι εξής:

- § Π – Shape
- § Theatre style (θεατρική διάταξη)
- § Classroom (σχολική διάταξη)
- § Banquet (με στρογγυλά τραπέζια)
- § Ψαροκόκαλο



ΦΑΓΗΤΟ (F&B):

- § Εξετάζουμε τα coffee breaks που έχουν επιλέξει οι σύνεδροι.
- § Εξετάζουμε τα γεύματα των συνέδρων, αν έχουν επιλέξει σερβιριστό φαγητό ή μπουφέ. (Συνήθως στα συνέδρια άνω των 30-40 ατόμων προτιμάται ο μπουφές, διότι υπάρχει

μεγαλύτερη ποικιλία φαγητών κι έτσι αποφεύγονται πιθανόν παράπονα).

- § Εξετάζουμε τον ακριβή αριθμό συμμετεχόντων, ούτως ώστε να ενημερώσουμε και τα αντίστοιχα τμήματα (κουζίνα, maitre, αποθήκη).
- § Ελέγχουμε την πολιτική χρεώσεων.



ΑΦΙΞΕΙΣ & ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ:

- § Ενημερωνόμαστε για τις ώρες αφίξεων και αναχωρήσεων των συνέδρων.
- § Ελέγχουμε εάν τυχόν υπάρχουν transfer και ενημερωνόμαστε για τις πτήσεις τους.
- § Εάν υπάρχουν αποσκευές ελέγχουμε την πολιτική διαχείρισης τους.
- § Ελέγχουμε τις δυνατότητες μεταφορών για τις εκδρομές του προγράμματος.

Βλέπουμε πως όλα τα παραπάνω σημεία αποτελούν το πρόγραμμα ενός συνεδρίου στα πλαίσια μιας ξενοδοχειακής μονάδας, το οποίο είναι απαραίτητο να εκδίδεται από τον αρμόδιο διοργάνωσης

συνεδρίων και meetings, ούτως ώστε να αποφεύγονται τα λάθη και οι κακοτοπιές. Αποτελεί μια συνοπτική περιγραφή του συνεδρίου το οποίο πρέπει να μοιράζεται σ' όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου, ακόμα και σε αυτά που δεν έχουν άμεση σχέση με το συνέδριο.

Πηγή: Συνέντευξη από τον κύριο Νικόλαο Τρικουράκη, Γενικό Διευθυντή του ξενοδοχείου THE MARGI

1.6.3 Οφέλη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων από συνέδρια και meeting.

Έχει αποδειχθεί πως τα έσοδα που μπορεί να προκύψουν από τα πιο μικρά έως και τα πιο μεγάλα συνέδρια μπορεί να αποτελέσουν ένα σημαντικό ποσοστό του συνολικού τζίρου της ξενοδοχειακής μονάδας σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα Όπως είναι φυσικό τα παραπάνω έσοδα επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες όπως για παράδειγμα το μέγεθος του ξενοδοχείου, η τοποθεσία του, η εποχικότητα, και τέλος η τιμή των συνεδριακών αιθουσών και των δωματίων.

Τα οφέλη των συνεδρίων και των εταιρικών meeting για ένα ξενοδοχείο είναι συνοπτικά τα εξής:

- § Βελτιώνουν τον μέσο όρο διανυκτερεύσεων στις χαμηλές περιόδους.
- § Χρησιμοποιούνται περισσότερα τμήματα των ξενοδοχείων, όπως εστιατόρια, bar, αθλητικές εγκαταστάσεις.
- § Η επιχείρηση αποκτά prestige και κύρος.
- § Κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου οι εισπράξεις των διαφόρων τμημάτων αυξάνονται έως και 50%.

1.6.4 TEAM SUPPORT: Ένα νέο μοντέλο συνεδριακών υπηρεσιών

Η **‘Team Support’** (ομάδα υποστήριξης οργάνωσης εκδηλώσεων και συνεδρίων) είναι ένα νέο μοντέλο, όπου ομάδες εξειδικευμένων συνεργατών, προσφέρουν αποκλειστικά για την κάθε περίπτωση τις ζητούμενες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, φορέας οργάνωσης έχει ανάγκη προσυνεδριακά να καλύψει τις εγγραφές των συνέδρων. Για το κομμάτι αυτό εξειδικευμένος συνεργάτης της Team Support έχοντας την κατάλληλη υποδομή καλύπτει αυτήν την υπηρεσία. Στην περίπτωση αυτή ο οργανωτής πληρώνει το συγκεκριμένο στέλεχος και δεν έχει ανάγκη να εκπαιδεύσει άτομα και να στελεχωσει ειδικό τμήμα, ούτε να αγοράσει ακριβότερα πακέτο υπηρεσιών και να πληρώσει υπηρεσίες από τις οποίες θα χρησιμοποιήσει μόνο μία. Παράλληλα λόγω της εμπειρίας διεκπεραιώνονται σωστά οι εργασίες.

Με την Team Support προσφέρεται και σε προμηθευτές (γραφεία ταξιδίων που δεν έχουν εξειδικευμένα τμήματα και ξενοδοχεία) η δυνατότητα να συμπεριλάβουν συνεδριακές υπηρεσίες στην υποδομή τους, εξασφαλίζοντας έτσι επιπλέον έσοδα από την πώληση των υπηρεσιών αυτών.

Στόχος της είναι η διασφάλιση της ποιότητας σε κάθε υπηρεσία. Αποτελέσματά της είναι η μείωση του κόστους των επιχειρήσεων, αφού δεν χρειάζεται η πρόσληψη και εκπαίδευση μόνιμου προσωπικού.

Οι επαγγελματίες που αποτελούν τις ομάδες αυτές είναι κυρίως:Project managers, Στελέχη γραμματειακής υποστήριξης, Σύμβουλοι δημοσίων σχέσεων, Γραφίστες, Δημοσιογράφοι κ.λ.π. όπου μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους είτε μεμονωμένα είτε σαν ομάδα.

Ο τόπος εργασίας των επαγγελματιών, μπορεί να είναι η έδρα της ομάδας, τα γραφεία των φορέων οργάνωσης(in house) ή ένας συνδυασμός και των δύο.

www.traveldailynews.gr

Θ. Βαρβία, Γεν. Διευθυντής I.C.O&
Κ. Παπαγεωργίου, Συντονιστής E.C.O team

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Προοπτικές ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα .

Αναμφισβήτητα, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αποτελεί μία από τις βασικές προτεραιότητες της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας - στα χαρτιά τουλάχιστον-, καθώς η ανάδειξη αλλά και η προβολή του συνεδριακού τουρισμού και των ταξιδίων θεωρείται πλέον διεθνώς από τις πλέον αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θα περιοριστεί η εποχικότητα του τουρισμού μας.

Ωστόσο στη χώρα μας και παρά την επιτυχημένη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων, δεν έχουν γίνει ουσιαστικά βήματα για την προώθηση της Ελλάδας ως συνεδριακό προορισμό. Παράγοντες όπως η υπέρμετρη σημασία και προβολή στο παραδοσιακό προϊόν της χώρας που δεν είναι άλλο από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, η έλλειψη ειδικών υποδομών, αλλά και η απουσία ειδικού φορέα προώθησης του συνεδριακού τουρισμού κρατούν σε πολύ χαμηλά επίπεδα αυτό το κομμάτι του τουρισμού. Αξιοσημείωτο είναι δε το γεγονός ότι εξαιτίας της διάλυσης ουσιαστικά του Athens CVB η Αθήνα έχασε την ευκαιρία να φιλοξενήσει το συνέδριο των Βρετανών tour operators, το οποίο αποτελούσε μία πρώτης τάξεως ευκαιρία διαφήμισης της πόλης. Όσο αφορά στην αναστολή λειτουργίας του Athens CVB ο κ. Τάσος Κούμανης, πρόεδρος του ΣΕΟΕΣ ανέφερε: "...δεν υπάρχει η ελάχιστη

πιθανότητα ένα τέτοιο γραφείο, όχι να πετύχει αλλά ούτε και να επιβιώσει στη χώρα μας, διότι δεν υπάρχει προοπτική να συμμετάσχουν ενεργά όλοι αυτοί που ωφελούνται από τηνπροσέλκυση συνεδρίων".

Στους ανασταλτικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε και την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού αλλά και των κατάλληλων εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα ιδρύματα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης. Ενδεικτική είναι η τοποθέτηση του πρώην υπουργού τουρισμού και προέδρου της Trinity International Hospitality Studies, κ. Νίκου Σκουλά, ο οποίος μεταξύ άλλων σημειώνει: "Για να αξιοποιήσουμε αποτελεσματικά τις δυνατότητές μας στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού χρειάζεται γνώση και εμπειρία. Πρέπει να κατακτήσουμε γνωστικά, αλλά και να ασκηθούμε στην οργάνωση, στην υποστήριξη, στη διαχείριση και στην προβολή συνεδρίων, μεγάλων και μικρών, συμπεριλαμβανομένων και σεμιναρίων, συμποσίων, εταιρικών συναντήσεων και λοιπών εκδηλώσεων".

Αναπτυξιακός Νόμος

Ουσιαστική ώθηση αναμένεται να δώσει ο νέος αναπτυξιακός νόμος. Στο πλαίσιο του 2ου Πανελληνίου Συνεδρίου του HAPCO η υπουργός τουριστικής ανάπτυξης κυρία Φάνη Πάλλη - Πετραλίασημείωσε: "Ο νέος αναπτυξιακός νόμος προβλέπει σημαντικές ενισχύσεις για τη δημιουργία συνεδριακών χώρων σε ξενοδοχεία καθώς και την αναβάθμιση των υφισταμένων μονάδων με εμπλουτισμό τους προσθέτοντας συνεδριακούς χώρους. Οι Έλληνες επιχειρηματίες έχουν επενδύσει σε εγκαταστάσεις συνεδριακού τουρισμού και σε αυτό οφείλεται και η άνοδος στον αριθμό

των συνεδρίων που διοργανώνονται στη χώρα μας".

«Σύμφωνα με επίσημη ομολογία της πολιτείας, ο τουρισμός είναι η πρώτη βιομηχανία στη χώρα μας , 18% με 20% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος. Είναι πολύ δύσκολο όμως να μετρήσουμε τι σημαίνει τουρισμός στη συμβολή του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος. Αυτό το παραδέχεται και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) γιατί ο τουρισμός είναι μια αλυσίδα καταλυμάτων, αερομεταφορών και πολλών ακόμα καταστημάτων που συνδέονται έμμεσα με τον τουρισμό. Άρα για την Ελλάδα είναι κάτι παραπάνω από 18% η συμβολή του γιατί επηρεάζει μία αλυσίδα από άλλα επαγγέλματα, τα οποία τροφοδοτούν τελικά το τουριστικό προϊόν.

Σε γενικές γραμμές η εικόνα της Ελλάδας σήμερα είναι η εξής: επτακόσιες χιλιάδες εργαζόμενοι, περίπου το 12% του εργατικού δυναμικού της χώρας, 8.000 περίπου ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών, 300.000 δωμάτια, 580.000 κλίνες, 2.500 τουριστικές επιχειρήσεις (και κυρίως τουριστικά γραφεία).

Παρ' όλο που η Ελλάδα είναι μια χώρα με πολιτισμό, με απεριόριστα φυσικά προσόντα, με πολιτιστική κληρονομιά, με απaráμιλλες καιρικές συνθήκες κι όμως έχουμε καταφέρει να προσελκύουμε έναν από τους χαμηλότερους τουρισμούς παγκοσμίως.

Ουσιαστικά έχουμε πολύ χαμηλή ανάπτυξη, και ο λόγος είναι ότι, όταν συμβαίνει κάποιο ατύχημα 50.000 μίλια μακριά, επηρεάζεται το τουριστικό μας προϊόν στην Ελλάδα. Είτε το θέλουμε, είτε όχι, προβλήματα παγκόσμια θα υπάρχουν πάντοτε. Η Ελλάδα θα έπρεπε να μπορούσε να αντιμετωπίσει αυτές τις επιδράσεις γεγονότων που συμβαίνουν πολύ μακριά.

Η Ελλάδα λοιπόν φταίει για το ότι έχει πολύ χαμηλή ανάπτυξη. Αυτό συμβαίνει γιατί δεν έχει αναπτύξει εναλλακτικά είδη τουρισμού και καινούριες αγορές. Η Ελλάδα ξεκίνησε το 1965 περίπου και έκανε αισθητή την παρουσία της στον χώρο του τουρισμού. Από 1.500.000 περίπου τουρίστες που είχαμε το χρόνο πήγαμε στα 3.000.000 μέσα σε πολύ λίγα χρόνια. Αλλά αυτό συνέβαινε τις δεκαετίες του '60 και του '70. Δυστυχώς όμως ακόμα και σήμερα οι αριθμοί αυτοί παραμένουν ίδιοι.

Οι υπαίτιοι είμαστε εμείς οι ίδιοι, αλλά και το κράτος γιατί δεν αναπτύξαμε καινούριες μορφές τουρισμού. Καμία βιομηχανία στον κόσμο δεν μπορεί να επιβιώσει εάν δεν ανανεωθεί, ανανεώνοντας και το προϊόν της. Η μόνη βιομηχανία που έχει απομείνει σε αυτά τα επίπεδα είναι η τουριστική μας βιομηχανία.

Μέσα στο πλαίσιο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ο συνεδριακός, ο οικολογικός, ο ιαματικός, ο αθλητικός και πολλοί άλλοι ακόμα που θα μπορούσαν να ανοίξουν νέες αγορές, νέα προϊόντα και γενικότερα ανανέωση του τουριστικού μας προϊόντος.

Ο συνεδριακός τουρισμός σίγουρα είναι μία από τις δυναμικότερες μορφές και σε αυτόν πρέπει να σταθεί αρκετά η πολιτεία. Οι μόνες σταθερές αγορές με τις οποίες συνεργαζόμαστε τα τελευταία χρόνια είναι η γερμανική και η αγγλική. Έχουμε ανεπαρκή διείσδυση σε νέες αγορές μένοντας μόνο στα εξής: 3.000.000 Γερμανοί, 3.000.000 Εγγλέζοι, σύνολο 6.000.000. Συνολικά έχουμε 11.000.000, καταλαβαίνουμε ότι το 60% - 70% προέρχεται από δύο μόνο χώρες.

Από τα παραπάνω δεδομένα καταλαβαίνει κανείς ότι αντιμετωπίζουμε μεγάλο πρόβλημα. Η απουσία της Κίνας με το 1.200.000.000 πληθυσμό, με τη δυνατότητα σε δύο με τρία χρόνια

να ήταν πραγματικά μια τεράστια αγορά για την Ελλάδα, αποτελεί πλήγμα για τον τουρισμό μας.

Όταν λέμε συνέδριο, εννοούμε ότι οι οργανώσεις οι οποίες έρχονται από μεγάλους οργανισμούς, είτε κρατικούς είτε ιδιωτικούς, και κυρίως τα associations, δηλαδή οι διάφορες ενώσεις, πραγματοποιούν τουριστικά events. Σύμφωνα με το ICCA (International Congress and Conferences Association) το 66% των εδρών και των διεθνών οργανισμών βρίσκεται στην Ευρώπη. Στην Ασία βρίσκεται το 5%, στην Αυστραλία το 3%, στη Βόρεια Αμερική το 23%, στη Νότια Αμερική το 2% και στην Αφρική το 1%. Εκεί λοιπόν βρίσκονται οι έδρες των μεγάλων οργανισμών, που είναι ουσιαστικά και οι μεγάλοι μας πελάτες.

Το ICCA είναι ο μόνος φερέγγυος οργανισμός σήμερα ο σε θέματα στατιστικών στην Ελλάδα. Δεν διαθέτουμε άλλον καλύτερο και από εκεί παίρνουμε όλα τα στατιστικά στοιχεία. Δυστυχώς η Ελλάδα και σ' αυτόν τον τομέα υστερεί. Δηλαδή δεν έχει καλή στατιστική υπηρεσία σε θέματα τουρισμού. Βλέπουμε λοιπόν ότι το μερίδιο από την Ευρώπη είναι στο 62%, από την Ασία στο 15%, από την Αυστραλία στο 4%, από τη Βόρεια Αμερική στο 11%, από τη Νότια Αμερική στο 6%. Αυτά είναι διάφορα στατιστικά στοιχεία για να έχουμε μια γενική εικόνα.

Η Ελλάδα, βρίσκεται στην 23^η θέση ως μερίδιο της παγκόσμιας πίτας. Έχει δηλαδή μερίδιο αγοράς λιγότερο του 1%. Το μερίδιο αγοράς που έχουμε εμείς στην παγκόσμια πίτα του συνεδριακού τουρισμού είναι μόλις 0,7%. Κάτω, δηλαδή και από το 1%.

Για να έχουμε ένα μέτρο σύγκρισης και να καταλάβουμε τι σημαίνει αυτό, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι το μερίδιο

της χώρας μας στην παγκόσμια τουριστική αγορά, στον τουρισμό δηλαδή αναψυχής, είναι 3,5% περίπου.

Πρέπει λοιπόν να εστιάσουμε στο πρόβλημα και να δούμε ποιος ευθύνεται γι' αυτήν την κατάσταση. Αξίζει να σημειώσουμε πως προηγούνται και αρκετές άλλες χώρες όπως είναι η Αυστρία, η Σουηδία, η Ουγγαρία. Όλα τα στοιχεία δείχνουν πως ο μέσος αριθμός συμμετεχόντων σε συνέδρια σε παγκόσμια βάση διαρκώς μεγαλώνει.

Αυτό είναι πολύ σημαντικό και έχει σχέση με την υποδομή της χώρας μας. Άρα λοιπόν, ένα από τα προβλήματα που έχει σίγουρα η χώρα μας και η Αθήνα, είναι ότι δεν διαθέτουμε σοβαρό συνεδριακό και εκθεσιακό κέντρο.

Αυτό έχει σαν συνέπεια να μην μπορούμε να διεκδικήσουμε σοβαρά events, γεγονότα συνεδριακά και εκθεσιακά. Το σπουδαιότερο από όλα είναι ότι δεν μπορούμε να μπούμε στο lobby των χωρών που θεωρούνται σήμερα σε παγκόσμια βάση συνεδριακός και εκθεσιακός προορισμός. Όταν λείπει αυτό το μεγάλο έργο, στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Αττική, δεν μπορούμε να μπούμε καν στο lobby έστω και των μικρών συνεδρίων των 250 έως 400 ανθρώπων.

Η Κύπρος, από την άλλη μεριά, δεν είναι καν στις 23 χώρες, αλλά σίγουρα προχωρεί πάρα πολύ σωστά, πολύ μεθοδευμένα, και έχει μεγαλύτερη ανάπτυξη από την Ελλάδα. Ας πάρουμε για παράδειγμα ένα πάρα πολύ απλό στοιχείο, ότι η Κύπρος, με 500.000 κατοίκους, συγκεντρώνει περίπου 3.500.000 τουρίστες όλων των μορφών, και συνεδριακό τουρισμό τα τελευταία χρόνια- γιατί το συνεδριακό κέντρο της Λευκωσίας υπάρχει μόλις τα τελευταία έξι-επτά χρόνια. Κατά συνέπεια δεν μπορούμε να μιλήσουμε για την Κύπρο, εκτός από το ότι αυτοί οι άνθρωποι, με

500.000 κατοίκους έχουν πετύχει πολύ σπουδαία πράγματα. Δηλαδή έχουν τουρισμό πέντε φορές πάνω από τον αριθμό των κατοίκων.

Η Ελλάδα έχει περίπου ένα προς ένα. Έχουμε 11.000.000 περίπου κατοίκους με 11.000.000 περίπου αφίξεις τουριστών ετησίως ενώ η Κύπρος έχει πέντε φορές επάνω τον πληθυσμό της. Συνεδριακή υποδομή

Μπορεί η Ελλάδα να βελτιωθεί σε πολλά πράγματα που σχετίζονται με τα συνέδρια, αλλά αν δεν καταφέρει να αποκτήσει συνεδριακές υποδομές κατάλληλες για την διεξαγωγή μεγάλων συνεδρίων, δυστυχώς δεν θα μπορέσει να προσελκύσει τέτοιες εκδηλώσεις. Η αλήθεια βέβαια είναι, ότι τα τελευταία χρόνια και με αφορμή τη διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων, πραγματοποιήθηκαν σημαντικές επενδύσεις, από ιδιώτες.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει η συνεδριακή υποδομή της χώρας μας αφορούν στην ισχυρή σύνδεση που υπάρχει μεταξύ συνεδριακών χώρων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, αλλά και η έλλειψη αυτοτελών συνεδριακών χώρων υψηλών απαιτήσεων πλην ελάχιστων εξαιρέσεων φυσικά.

Διάταξη περί έκπτωσης δαπανών οργάνωσης συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων στο νέο Νόμο περί Φορολογίας 3427/05

Τροχοπέδη στην ανάπτυξη του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού φαίνεται να αποτελεί τελικά η διάταξη περί έκπτωσης δαπανών οργάνωσης συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων στο νέο Νόμο περί Φορολογίας 3427/05 (ΦΕΚ 312/Α/27.12.05), καθώς οι φωνές

αντίρρησης των PCOs, που ξεκίνησαν να ακούγονται στις αρχές Φεβρουαρίου, ζητώντας την απόσυρση της διάταξης, συνεχίζονται ακόμη και σήμερα.

Συγκεκριμένα, στο κεφάλαιο Ε Περί ρυθμίσεων φορολογίας εισοδήματος, αρθρ. 24 Δαπάνες επιχειρήσεων, παρ. 1ω αναφέρεται ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εκπίπτουν: δαπάνες οργάνωσης ενημερωτικών ημερίδων και συναντήσεων για τους εργαζόμενους ή πελάτες, εφόσον οι εκδηλώσεις πραγματοποιούνται στο δήμο ή κοινότητα που εδρεύει η επιχείρηση ή σε άλλο μέρος στο οποίο λειτουργεί υποκατάστημά της.

Η εφαρμογή της διάταξης όπως εύκολα αντιλαμβάνεται κανείς έχει άμεσες αρνητικές επιπτώσεις στην επαγγελματική βιωσιμότητα ταξιδιωτικών γραφείων, αλλά και οργανωτών συνεδρίων, και κυρίως όσων εδρεύουν εκτός μεγάλων πόλεων, όπου οι επιχειρήσεις και συνεπώς τώρα -με την διάταξη- τα συνέδρια είναι λιγότερα, φρενάροντας κατά αυτό τον τρόπο και την περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας.

Όπως μάλιστα είχε τονίσει σε δηλώσεις του κατά το παρελθόν επί του θέματος στο Travel Daily News ο αντιπρόεδρος των οργανωτών συνεδρίων στην Ελλάδα (HAPCO), και πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Ενώσεων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO) κ. Ζαχαρίας Καπλανίδης, "εργάστηκαν και εργάζονται για την οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας και η πολιτεία και οι ιδιώτες, με εργαλεία τον Αναπτυξιακό Νόμο, αλλά και σημαντικές επενδυτικές πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα. Δημιουργήθηκαν, και συνεχώς δημιουργούνται, αυτόνομες και αποκλειστικές επενδύσεις όπως

συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα, ξενοδοχειακές μονάδες με ειδικές εγκαταστάσεις, εταιρίες οπτικοακουστικών μέσων σε επαρχία, εξειδικευμένα γραφεία οργάνωσης συνεδρίων στην επαρχία, ακόμα και ειδικοί χώροι εστίασης και εκδηλώσεων που συνοδεύουν ένα συνεδριακό γεγονός. Ένας νόμος που δεν αναγνωρίζει τέτοιου είδους δαπάνες από τους βασικούς φορείς και διοργανωτές όπως είναι οι επιχειρήσεις, όταν αυτές οι εκδηλώσεις γίνονται εκτός έδρας των εταιριών, που έχουν την πρωτοβουλία, τότε είναι εύλογο ότι ανατρέπεται όλο το οικοδόμημα που έχει σχέσεις με τις επενδύσεις και την οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας".

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Η τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα σαν έννοια είναι **πολυσυζητημένη και πολυερμηνευμένη**, και μάλιστα πάντα με διαφορετικό τρόπο, από διάφορους φορείς, κυβερνητικούς και μη, οι οποίοι συχνά κάνουν λόγο για αναγκαίες και ριζικές αλλαγές στη δομή της, που τις περισσότερες φορές όμως δεν υλοποιούνται και αν τελικά υλοποιηθούν διατηρούνται σε ισχύ για μικρό χρονικό διάστημα.

Το ερώτημα όμως που γεννιέται σήμερα, ενόψει και των γενικότερων καταστάσεων που έχουν προκληθεί και έχουν αλλάξει τα δεδομένα, είναι **κατά πόσο μπορεί η σημερινή τουριστική εκπαίδευση**, υπό τη παρούσα της μορφή, **να δώσει στην αγορά εξειδικευμένα στελέχη**, γνώστες του ιδιάζοντα τουριστικού τομέα, ικανά ώστε να δώσουν λύσεις στις κρίσεις που περνάει σήμερα το παγκόσμιο τουριστικό προϊόν (σεισμός, τσουνάμι, τρομοκρατία, ανταγωνισμός) και τελικά να μπορέσουν να αναδείξουν το ελληνικό (προϊόν) διεθνώς, μέσω ενός μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδιασμού. Βέβαια θα πρέπει να παρατηρήσουμε ότι αυτός ο προβληματισμός αφορά στο σύνολο της ελληνικής εκπαίδευσης. Ως αποτέλεσμα του ευρύτερου προβλήματος έρχεται συνεπώς και το θέμα της τουριστικής εκπαίδευσης.

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας, που ζούμε σήμερα και που πολεμά κατά πολλούς τη διαφορετικότητα, έχει γίνει πλέον κοινή πεποίθηση σε όλους ότι δεν αρκούν πια η Ακρόπολη, τα ελληνικά νησιά, το ρομαντικό ηλιοβασίλεμα της Σαντορίνης, οι μαγευτικές παραλίες της Χαλκιδικής και οι χαμογελαστοί και φιλόξενοι συμπατριώτες μας για να

προσελκύσουμε τουρίστες στην Ελλάδα. Έτσι, όλοι σήμερα κάνουν λόγο για την **αναγκαία πλέον ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών** μας, αλλά πολύ σπάνια ακούμε προτάσεις για την επίτευξη της και ακόμη σπανιότερα βλέπουμε τη θέσπιση αποφασιστικών κυβερνητικών μέτρων για την εφαρμογή της. Βέβαια, από την άλλη, αξίζει να επισημανθεί ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία (τόσο επιχειρήσεων, όσο και φορέων) εδώ και χρόνια ‘βάζει το λιθαράκι’ της στην τουριστική εκπαίδευση της χώρα μας με διάφορες μορφές, άλλες εκ των οποίων είναι επιτυχημένες και άλλες όχι.

Επιπρόσθετα, μιλώντας κανείς για **στροφή στον ποιοτικό τουρισμό**, όπως το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, διαπιστώνει ότι λείπει ο κοινός στόχος, καθώς η ποιότητα είναι κάτι υποκειμενικό και δύσκολα αντιληπτό από τη πλειοψηφία. Χρειάζονται επιστήμονες, να καταδείξουν στους επαγγελματίες και στους φορείς, τον τρόπο μεταστροφής του ελληνικού τουρισμού προς την ποιότητα, ενώ παράλληλα απαιτείται και ένα ποιοτικό μοντέλο, ώστε να ακολουθηθεί, ο σχεδιασμός του οποίου δεν μπορεί να γίνει από τον οποιοδήποτε, παρά μόνο από ομάδα ατόμων εξειδικευμένων σε θέματα τουρισμού. Συνεπώς, διαπιστώνουμε πως για παροχή ποιοτικών υπηρεσιών απαιτείται και η **κατάλληλη εκπαίδευση**, της οποίας το διδακτικό προσωπικό θα πρέπει να **απαρτίζεται** από έμπειρα στελέχη του τουρισμού, που θα έχουν καταφέρει στη καριέρα τους να συνδυάσουν τις θεωρητικές με τις πρακτικές γνώσεις τους και θα έχουν την ικανότητα να διδάξουν στους φοιτητές όχι μόνο τα περιεχόμενα ενός βιβλίου, αλλά και προσωπικά τους βιώματα, ώστε να παραδειγματίζονται οι νέοι και να συλλέγουν εμπειρίες.

Η εκπαίδευση ακόμα και η κατάρτιση, αν αυτή γινόταν σωστά δεν φτάνει από μόνη της. Το όλο θέμα δεν είναι τόσο απλό και η λύση του όχι τόσο εύκολη, καθώς οι επαγγελματίες στον τουριστικό κλάδο χρειάζονται να αλλάξουν νοοτροπία, να βάλουν βαθιά μέσα στην καρδιά

τους αυτό που κάνουν και να βλέπουν την εξυπηρέτηση του πελάτη και ως λειτούργημα και όχι καθαρά ως κέρδος. Όσο για το θέμα της κατάρτισης και μάλιστα της επαγγελματικής κατάρτισης αυτό βρίσκεται στα χέρια των γνωστών ΚΕΚ, Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης, τα οποία εντελώς ανεξέλεγκτα έχουν 'χρηστή' υπεύθυνα για αυτό το ρόλο.

Αναζητώντας κανείς τους λόγους 'αποτυχίας' του σημερινού τουριστικού εκπαιδευτικού συστήματος παρατηρεί πολλά **λάθη και κενά**, για τα οποία υπεύθυνη δεν είναι πάντα, όπως συνηθίζεται να λέγεται, η Πολιτεία. Μπορεί ένας από τους σημαντικότερους λόγους, κατά τους περισσότερους, να είναι ο κατακερματισμός των αρμοδιοτήτων του σε περισσότερα του ενός Υπουργεία (Παιδείας, Ανάπτυξης, Εργασίας) και οι συχνές αλλαγές, που επιδέχεται, όπως άλλωστε και το γενικότερο εκπαιδευτικό σύστημα, ευθύνες όμως υπάρχουν ωστόσο και στον καθένα εμπλεκόμενο με τον τουρισμό ιδιώτη ή φορέα.

Κύρια πηγή των περισσότερων προβλημάτων στον τουριστικό κλάδο παραμένει η **ελλιπής παροχή γνώσης και κατάρτισης**, καθώς κοιτώντας κανείς το σύστημα διαπιστώνει μετά λύπης του ότι στην Ελλάδα, μια χώρα που θέλουμε να πιστεύουμε ότι φημίζεται για τον τουρισμό της, αν και τα παγκόσμια επίσημα στοιχεία δείχνουν μια συνεχή πτώση στις αφίξεις τουριστών της (WTO), δεν υπάρχει πανεπιστημιακή εκπαίδευση σε επίπεδο προπτυχιακό, παρά μόνο μεταπτυχιακό. Ένα σημαντικό κενό του συστήματος, που έχει σαν αποτέλεσμα την έξοδο πολλών φοιτητών για σπουδές στο εξωτερικό ή τη συσσώρευση χιλιάδων φοιτητών στα **ΤΕΙ** της χώρας, η εισαγωγή στα οποία απαιτεί έναν ιδιαίτερα μικρό βαθμό απολυτηρίου Ενιαίου Λυκείου, με αποτέλεσμα το πτυχίο τους να μην θεωρείται αντάξιο των σχολών του εξωτερικού.

3.1 Χαρακτηριστικά της τουριστικής εκπαίδευσης

Η παρεχόμενη τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση στη χώρα μας χαρακτηρίζεται από:

- I. **Πολυεποπτεία-πολυδιάσπαση:** Τέσσερα Υπουργεία (ΥΠΕΠΘ, Εργασίας, Ανάπτυξης και Εμπορικής Ναυτιλίας) είναι υπεύθυνα για τον προγραμματισμό και έλεγχο της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης σε διάφορα ιδρύματα και επίπεδα. Συνέπεια είναι να προκύπτει έλλειψη συντονισμού με παράλληλη σπατάλη πολύτιμων παραγωγικών πόρων.
- II. **Έλλειψη επαρκούς ποιοτικού ελέγχου:** Υπάρχει σχεδόν πλήρης απουσία αξιολόγησης από εξωτερικούς αξιολογητές και αντίστοιχης πιστοποίησης των σπουδών κατά τα διεθνή πρότυπα. Επίσης, οι μηχανισμοί εσωτερικού και εξωτερικού ελέγχου είναι εντελώς ανεπαρκείς, ιδίως όσον αφορά τον τομέα της ιδιωτικής παρεχόμενης εκπαίδευσης και κυρίως των εργαστηρίων ελευθέρων σπουδών, που διαφημίζουν ότι προσφέρουν προπτυχιακούς και μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών πανεπιστημιακού επιπέδου.
- III. **Μειωμένη εκτίμηση της σημασίας των τουριστικών σπουδών:** Υπάρχει μια ανυποληψία εκ μέρους της Πολιτείας ως προς την σημασία και την επιστημονικότητα των τουριστικών σπουδών. Γενικώς, ακόμη και στην λοιπή επιστημονική κοινότητα, οι τουριστικές σπουδές εκλαμβάνονται ως κάτι σχετικό με την επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση. Η ίδια αντίληψη επικρατεί και στο ευρύτερο κοινό, με αποτέλεσμα να μην ελκύονται στον κλάδο σπουδαστές με αυξημένα προσόντα.
- IV. **Ανυποληψία εκ μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων:** Διαπιστώνεται μειωμένη εκτίμηση για την ποιότητα της

παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης από τις τουριστικές επιχειρήσεις, που την θεωρούν κατώτερη των προσδοκιών τους, μη αντιστοιχούσα επαρκώς στις απαιτούμενες ικανότητες και δεξιότητες.

- V. **Ανεπαρκή σύνδεση με την παραγωγή:** Η σύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγή, κυρίως όσον αφορά το θεσμό της πρακτικής άσκησης, είναι χαλαρή.
- VI. **Μειονεκτήματα της δημόσιας τουριστικής εκπαίδευσης:** Η δημόσια τουριστική εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα πάσχει, όπως φυσικά και όλο το δημόσιο εκπαιδευτικό σύστημα, από μειωμένη παραγωγικότητα, ποσοτικά και ποιοτικά, που είναι συνέπεια της γραφειοκρατίας, της ποιοτικής και αριθμητικής ανεπάρκειας του διδακτικού και διοικητικού προσωπικού, της έλλειψης υποδομών κατάλληλων και σωστά χωροθετημένων, της ευθυνοφοβίας, της δημοσιοϋπαλληλικής νοοτροπίας, του φαβοριτισμού και κομματισμού, ιδιαίτερα στις μη ελεγχόμενες από το ΥΠΕΠΘ εκπαιδευτικές μονάδες. Πρέπει, επίσης, να τονιστεί ότι στο σημαντικό τομέα των δημοσίων σχέσεων, και ιδιαίτερα αυτόν που έχει σχέση με την επαφή με την τουριστική αγορά, υπάρχει σοβαρό έλλειμμα. Σε αυτόν τον τομέα υπερτερούν οι ιδιωτικές σχολές, για τις οποίες οι αποτελεσματικές δημόσιες σχέσεις αποτελούν προϋπόθεση επιβίωσης.
- VII. **Ανεπαρκές επίπεδο έρευνας:** Παρόλη τη σημασία του ο ελληνικός τουρισμός δεν έτυχε της δέουσας προσοχής όσον αφορά την επιστημονική έρευνα. Αυτό οφείλεται εν μέρει: (α) στο ότι μέχρι πρόσφατα, σχεδόν αποκλειστικά, η Διεύθυνση Μελετών του

ΕΟΤ, με τις γνωστές ανεπάρκειες του Οργανισμού, ασχολούνταν με αυτά τα θέματα, (β) σε τριτοβάθμιο επίπεδο, τα μεν Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.), χωρίς μεταπτυχιακές σπουδές, με ανεπάρκεια ικανοποιητικών υποδομών, χρηματοδότησης και κατάλληλου ερευνητικού και διοικητικού προσωπικού, δεν μπορούν να διεκδικήσουν δάφνες σε αυτόν τον τομέα, τα δε Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, χωρίς προπτυχιακές σπουδές, με μόλις τα τελευταία χρόνια να έχουν ιδρύσει τρία αυθύπαρκτα τμήματα μεταπτυχιακών σπουδών, δεν έχουν, μέχρις στιγμής, να επιδείξουν σημαντικό έργο.

3.2 Η Τουριστική Εκπαίδευση σε Προπτυχιακό και Μεταπτυχιακό Επίπεδο.

§ Στην Ελλάδα τουριστική εκπαίδευση, σε **τριτοβάθμιο, προπτυχιακό επίπεδο** παρέχεται μόνον από τα Τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων σε 7-8 Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και από δύο Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης στη Ρόδο και τον Άγιο Νικόλαο στην Κρήτη, όπως επίσης και από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, στο οποίο λειτουργεί με επιτυχία κατεύθυνση Τουρισμού από το 1996.

Παράλληλα, σε προπτυχιακό επίπεδο, σημαντικότερη εξέλιξη αποτελεί η **ανωτατοποίηση των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (ΤΕΙ)**, η οποία, σύμφωνα με τον **Δρ. Πάρι Τσάρτα**, Καθηγητή Τουριστικής Ανάπτυξης και τον **Δρ. Ευάγγελο Χρήστου**, Επίκουρο Καθηγητή Μάρκετινγκ, αμφότεροι στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, δεν θα πρέπει να εξετάζεται σαν ένα μέτρο, το οποίο θα προσδώσει άμεσα και ορατά

αποτελέσματα. Αντίθετα, πρέπει να θεωρείται σαν μια στρατηγική εκπαιδευτική επιλογή, η οποία θα εμφανίσει τα θετικά της αποτελέσματα σε βάθος χρόνου. Ωστόσο, όπως υπογραμμίζουν *"με βάση την πλούσια διεθνή εμπειρία και στα δύο υπαρκτά στον κόσμο εκπαιδευτικά συστήματα η Πανεπιστημιακή Προπτυχιακή Εκπαίδευση διαδραματίζει ένα ουσιαστικό ρόλο, εδώ και πολλές δεκαετίες, και αυτό εκτιμάμε ότι πρέπει να γίνει και στην Ελλάδα προτείνοντας την δημιουργία ενός Τμήματος Τουρισμού στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου"*.

Το θέμα ίδρυσης μιας πανεπιστημιακής τουριστικής σχολής επιτέλους ήρθε στο προσκήνιο την τελευταία χρονιά, αλλά και πάλι πολλοί κρίνουν ότι με την ύπαρξη της και μόνο δεν θα γίνουν θαύματα. Η ίδρυση πανεπιστημιακών τμημάτων, όπως σημειώνει άλλωστε και ο **Δρ. Θωμάς Μαυροδόνης**, Τακτικός Καθηγητής Τουριστικής Οικονομίας στο Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, *"δεν είναι ούτε ικανή, ούτε αναγκαία προϋπόθεση για την προαγωγή του ελληνικού τουρισμού"*, αναφέροντας μάλιστα ως παράδειγμα και την **περίπτωση της Κύπρου**, που αν και ο τουρισμός της είναι σημαντικότερος για την Κυπριακή οικονομία από ότι ο αντίστοιχος για την Ελληνική οικονομία, και σε όρους συμμετοχής στο σχηματισμό του ΑΕΠ και απασχόλησης, εν τούτοις δεν διαθέτει πανεπιστημιακό τμήμα τουριστικής εκπαίδευσης, αλλά ιδιωτικά, κερδοσκοπικά εκπαιδευτήρια πανεπιστημιακού επιπέδου και κύρους.

§ Σε μεταπτυχιακό επίπεδο τώρα λειτουργούν στην χώρα μας με μεγάλη επιτυχία τρία προγράμματα σπουδών σε ΑΕΙ, τα οποία έχουν καταξιωθεί τόσο μεταξύ της ακαδημαϊκής κοινότητας, όσο και στον χώρο της τουριστικής βιομηχανίας. Πιο συγκεκριμένα, το αρχαιότερο μεταπτυχιακό πρόγραμμα στον τουρισμό προσφέρεται

από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου (στην Χίο), όπου λειτουργεί το Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σχεδιασμού, Διοίκησης και Πολιτικής του Τουρισμού. Επίσης, στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς λειτουργεί το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Από το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο προσφέρεται με την μέθοδο της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.

3.3 Οργανισμοί Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης

Κανείς ωστόσο δεν μπορεί να παραλείψει και το σημαντικότερο έργο που επιτελείται και στις **σχολές του ΟΤΕΚ** (Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης), όπως και στις **ιδιωτικές τουριστικές σχολές** της χώρας μας, οι περισσότερες από τις οποίες, έχοντας συνάψει συμφωνίες με αρκετά αναγνωρισμένα πανεπιστήμια του εξωτερικού, ακολουθούν το ευρωπαϊκό, ελβετικό ή το αμερικάνικο μοντέλο σπουδών, προετοιμάζοντας τους φοιτητές τους για κάποιο άλμα στην εκτός συνόρων καριέρα.

Το ερώτημα όμως που γεννάται είναι **κατά πόσο ανταποκρίνεται η παρεχόμενη ελληνική τουριστική εκπαίδευση στις σημερινές ανάγκες**, τόσο της ελληνικής όσο και της διεθνούς αγοράς, λαμβάνοντας πάντα υπόψιν και τους ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης της τεχνολογίας. *"Όχι ικανοποιητικά, παρά μόνο μερικώς, σε επίπεδο τεχνικών δεξιοτήτων και σχεδόν καθόλου σε επίπεδο ανώτατης παιδείας και εκπαίδευσης"* μας απαντά ο κ. **Νίκος Σκουλάς**, πρόεδρος του Trinity και πρώην υπουργός Τουρισμού. *"Στα ΤΕΙ Τουριστικών Επαγγελματιών της χώρας μας, που αποτελούν και την ανώτατη εκπαίδευση στον χώρο του τουρισμού, γίνεται σημαντική δουλειά, αλλά*

κυρίως σε θεωρητικό επίπεδο, αφού η πρακτική άσκηση των φοιτητών περιορίζεται σε ένα εξάμηνο, και μάλιστα το τελευταίο των σπουδών τους". Αναφέρει η κ. **Εύα Μερκουριάδη - Howald**, Διευθύνων Σύμβουλος του SITEC - Swiss & International Tourism Education Consultancy, και συνεχίζει: "Στις σχολές του ΟΤΕΚ από την άλλη, όπως και σε διάφορες ιδιωτικές σχολές, επιχειρείται μια προσέγγιση πιο πρακτική, αλλά και πάλι περιορίζεται σε γενικές αρχές, χωρίς μαθήματα Διοίκησης, - που είναι τόσο σημαντικά σήμερα - προετοιμάζοντας συνεπώς εργαζόμενους για χαμηλότερες βαθμίδες της τουριστικής βιομηχανίας".

Για αποπροσανατολισμό της παρεχόμενης εκπαίδευσης, χωρίς καμία συγκροτημένη οργάνωση, δομή και κατεύθυνση, με παράλληλη παροχή μεγάλου όγκου γνώσεων και εξειδικεύσεων που δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες της τοπικής και διεθνούς αγοράς έκανε λόγο από την πλευρά του ο κ. **Τριαντάφυλλος Φέρελης**, Διευθυντής του Airline Training Center.

"Ορισμένες σχολές προσφέρουν πράγματι ποιοτική εκπαίδευση. Υπάρχει όμως και ένας αριθμός σχολών που δυστυχώς προσφέρουν μετρίου επιπέδου εκπαίδευση γιατί αδυνατούν να απορροφήσουν και να εφαρμόσουν τις γρήγορες εξελίξεις που συντελούνε στην αλλαγή της βιομηχανίας με αποτέλεσμα να μην επικεντρώνονται στην κατάρτιση επαγγελματιών" υπογραμμίζει η κ. **Sybil Hofmann**, Διευθύντρια του Alpine Center.

Σύμφωνα με την **Δρ. Μαριάννα Σιγάλα**, Λέκτορα Οργάνωσης - Διοίκησης Παραγωγής στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, η μελλοντική πορεία της τουριστικής εκπαίδευσης αναμένεται να επηρεαστεί σημαντικά από ορισμένες **κρίσιμες εξωγενείς παραμέτρους**, οι οποίες σχετίζονται τόσο άμεσα όσο και έμμεσα με την τουριστική βιομηχανία, αλλά και το ευρύτερο

παραγωγικό και κοινωνικό σύνολο. Αυτές οι παράμετροι, στο σύνολο τους, μπορούν να ενταχθούν σε δύο κύριες κατηγορίες:

- I.** τις αλλαγές στο περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας
- II.** τις μεταβολές στο ευρύτερο πλέγμα της τουριστικής εκπαίδευσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Συμπεράσματα & Προτάσεις για βελτίωση της ήδη υπάρχουσας κατάστασης

4.1 Συμπεράσματα

Από όλα όσα έχουμε αναλύσει διαπιστώνουμε ότι η χώρα μας, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου, δεν έχει αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό τον συνεδριακό τουρισμό. Παρ' όλο που σαν χώρα θεωρούμαστε αναμφισβήτητα τουριστικός προορισμός, δεν είμαστε το κέντρο διεθνών συνεδρίων και αυτό οφείλεται σε κυρίως στην ανυπαρξία ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου καθώς και στην έλλειψη και σωστή προβολή του συνεδριακού τουρισμού.

Αν αναλογιστούμε τα κέρδη που μπορεί να αποφέρει ο συνεδριακός τουρισμός σε μια επιχείρηση είναι τεράστια. Τα χαρακτηριστικά της αγοράς του είναι τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης και επιχειρηματίες που καταναλώνουν τριπλάσια ποσά από αυτά που μπορεί να καταναλώσει ένας απλός τουρίστας. Επιπλέον, οι σύνεδροι δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην πολιτιστική κληρονομιά και τα φυσικά χαρακτηριστικά του τόπου που επισκέπτονται και αν μείνουν ικανοποιημένοι από τη διαμονή τους και τη γενικότερη εξυπηρέτηση θα επιστρέψουν στο ίδιο ξενοδοχείο πλέον ως

τουρίστες αναψυχής. Η χώρα μας θα πρέπει να το εκμεταλλευτεί αυτό εφόσον η πολιτιστική μας κληρονομιά είναι και το πιο δυνατό σημείο μας. Θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί περισσότερο στο χώρο αυτό και να αναπτύξει και άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αλλά και υπηρεσίες - παροχές που να μπορούν να συνδυαστούν με τον συνεδριακό τουρισμό (μουσεία, μνημεία, θέατρα κ.ά).

Σε γενικές γραμμές, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού πέρα από το ότι ευνοεί την οικονομία μας προϋποθέτει και την ανάπτυξη μεγάλων έργων υποδομής και ανωδομής που θα ενισχύσουν την ελληνική βιομηχανία, με την υποστήριξη βέβαια του κράτους.

Δυστυχώς η Ελλάδα δεν έχει προβάλλει όσο θα έπρεπε τις δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει για συνέδρια. Όπως για παράδειγμα CD, ειδικά video και διαφημιστικά έντυπα που θα ενημερώνουν ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό και τις εξελίξεις του εντός και εκτός Ελλάδας.

1. Προτάσεις

Για να βελτιωθεί η υπάρχουσα κατάσταση ούτως ώστε να αναλάβουμε την διοργάνωση μεγαλύτερων και σημαντικότερων συνεδρίων και εκδηλώσεων θα πρέπει το κράτος να λάβει ορισμένα δραστικά μέτρα. Αρχικά θα πρέπει να δώσει μεγαλύτερη βαρύτητα στους συνεδριακούς χώρους που ήδη υπάρχουν, να αναλάβει την βελτίωση τους και έπειτα να αναλάβει την δημιουργία ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου (Convention Bureau) και στην Αθήνα.

Ένα άλλο σημαντικό μέτρο που πρέπει να προσέξουμε είναι το συγκοινωνιακό δίκτυο. Η Αθήνα διαθέτει ένα ήδη σύγχρονο αεροδρόμιο, το οποίο επιβάλλεται να συμβαδίζει με ένα σύγχρονο δίκτυο συγκοινωνιακό, κάνοντας την πρόσβαση των τουριστών εύκολη και ευχάριστη. Αυτό σημαίνει πως θα πρέπει να βελτιώσουμε όχι μόνο το οδικό αλλά και το σιδηροδρομικό και ακτοπλοϊκό μας δίκτυο.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός έχει καταστεί πλέον η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο και ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Η πιο κερδοφόρα εναλλακτική μορφή του, όπως είδαμε αποτελεί χωρίς αμφιβολία ο συνεδριακός τουρισμός. Μια μορφή που συνεχώς εξελίσσεται και που προσπαθεί με μεγάλη επιτυχία να ξεχωρίσει από τις υπόλοιπες μορφές. Η ανάπτυξή του οφείλεται κυρίως λόγω της εντυπωσιακής τεχνολογικής εξέλιξης, της οικονομικής ευημερίας καθώς και της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων.

Μαζί με τον συνεδριακό τουρισμό έχουμε και την δραστηριοποίηση στον χώρο πολλών επιχειρήσεων που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, όπως για παράδειγμα τα τουριστικά γραφεία, οι αεροπορικές εταιρίες, τα ξενοδοχεία, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, τα γραφεία ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού.

Όπως ήδη έχουμε αναφέρει ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί ποιοτικό τουρισμό εφόσον μόνο μια μικρή μερίδα ανθρώπων έχουν την πολυτέλεια να πραγματοποιούν ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους και παράλληλα υψηλής τουριστικής δαπάνης. Αυτό σημαίνει πως θα πρέπει να δίνεται μεγάλη βαρύτητα στο τουριστικό μας προϊόν μιας και οι δυνατότητες και προοπτικές εξέλιξης στην χώρα μας ενδυναμώνονται συνεχώς, αρκεί να δίνεται η πρέπουσα σημασία και να γίνεται σωστή προβολή και προώθησή του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Επαγγελματικός Τουρισμός, Κ.Ν. Κραβαρίτης
- ✓ Τουριστικό Δίκαιο, Α. Ευθυμιάτου-Πουλάκου
- ✓ Τουριστική Ψυχολογία, Π. Λύτρας
- ✓ Τουρισμός ‘ Θεωρητική προσέγγιση’, Γ.Δ. Κολτσιδόπουλος
- ✓ Εισαγωγή στον Τουρισμό, Κ.Ν. Κραβαρίτης, Π. Λύτρας
- ✓ Meeting Greece « Professional Guide for Conferences in Greece 2002»
- ✓ Synedrio Magazine Καλοκαίρι –Φθινόπωρο 2003
- ✓ Synedrio Guide 2001
- ✓ The Tourism Report, Οκτώβριος 2004
- ✓ Τουριστική Αγορά, Ιανουάριος 2004
- ✓ Τουριστική Αγορά, Ιανουάριος 2003
- ✓ Meeting Greece « Professional Guide for Conferences in Greece 2000»
- ✓ The Tourism Report, Ιούλιος-Αύγουστος 2004
- ✓ Τουριστική Αγορά, Μάρτιος 2003
- ✓ Τουριστικό Μάρκετινγκ, Ν.Γ. Ηγουμενάκης

Ηλεκτρονικές διευθύνσεις

www.2004.gr

www.eot.gr

www.aia.gr

www.sete.gr

www.etasa.gr

www.traveldailynews.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

- (i) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ & ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ*
- (ii) ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ*

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Συνεδριακά
Κέντρα

Meeting rooms

Χωρητικότητα

| Article III. | Αίγλη | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--------------|-------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Meeting room A | 500 | 160 | 90 | 190 | 250 |
| | Meeting room B | 150 | 120 | 65 | 200 | 250 |
| | Meeting room C | 260 | 150 | 90 | 240 | 300 |
| | Upper Level Foyer | | | | | 100 |
| | Lower Level Foyer | | | | | 80 |
| | Open-air theatre | 700 | | | 600 | 1.000 |

| Article IV. | Ευγενίδιο | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-------------|------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Ίδρυμα | Αμφιθέατρο | 410 | | | | |
| | Αίθουσα διάλεξης | 140 | | | | |
| | Reception room | | | | | 400 |
| | Foyer | | | | | 400 |

| Article V. | Πολεμικό | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------|------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Μουσείο | Αμφιθέατρο | 500 | | | | 800 |

| Article VI. Μουσικής | Μέγαρο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-------------------------|---------------------------|-----|---------|----------------------------------|--------|---------|----------|
| | | | | Αίθουσα Φίλοι της Μουσικής | 1.960 | | |
| | Αίθουσα Δ. Μητρόπουλος | 450 | | | | 450 | 450 |
| | Conference Center Room | | | 80 | 40 | 80 | 80 |

| Article VII. Κυκλαδίτικης Τέχνης | Μουσείο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-------------------------------------|-------------------|-----|---------|-------------------|--------|---------|----------|
| | | | | Meeting room A | 80 | | |
| | Meeting room B | 150 | | | | | |

| Article VIII. Ερευνητικό Κέντρο | Εθνικό | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------------|--------|--|---------|--------------|--------|---------|----------|
| | | | | Meeting room | 250 | | |
| | | | | | | | |

| Ιωνικό Κέντρο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|----------------------|---------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Αέρηδες | 200 | | 40 | | |
| | Ιωνία | | | | 100 | 300 |
| | Apelles | | 100 | 30 | | |
| | Αίθριο | | 100 | | | 100 |

| Article IX. Αθηνών | Κολέγιο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------|----------------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Auditorium | | 830 | | | 600 | 600 |
| | | | | | | | |

| Επιστημονικό Κέντρο «Δημόκριτος» | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|--------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Αμφιθέατρο A | | 410 | | | |
| | Αμφιθέατρο B | | 110 | | | |
| | Αμφιθέατρο C | | 100 | | | |
| | Foyer | | | | 410 | 410 |

| Article X. Ειρήνης & Φιλίας | Στάδιο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|--------------------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Αρένα | | 14.690 | | | | |
| | Μελίνα Μερκούρη | | 910 | | | | |
| | Meeting room B | | 200 | | | | |
| | Meeting room C | | 80 | | | | |
| | Meeting room D | | 80 | | | | |
| | Meeting room E | | 80 | | | | |
| | Meeting room F | | 80 | | | | |
| | Foyer | | | | | | |
| | Press Center | | | | | | |

| Article XI. Κέντρο Τράπεζας Ελλάδος | Συν. Εθνικής | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|-------------------------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Αριστοτέλης - Plato | | 450 | 100 | | | |
| | Αριστοτέλης | | 300 | 70 | | | |
| | Plato | | 100 | 60 | | | |
| | Εστία | | 65 | 35 | | | |
| | Αθηνά | | 65 | 35 | | | |
| | Σωκράτης | | 65 | 35 | | | |
| | Πρωταγόρας | | 65 | 35 | | | |
| | Ηράκλειτος | | 65 | 35 | | | |
| | Πυθαγόρας | | 65 | 35 | | | |
| | Ήρα | | 65 | 35 | | | |
| | Εστιατόριο | | 65 | 40 | | | 450 |

| Article XII. Αγροτικής Τράπεζας | Κέντρο | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------------|-------------------|-----|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | | |
| | Meeting room 8 | 69 | | | | | |
| | Meeting room 8 | 72 | | | | | |
| | Meeting room 8 | 36 | | | | | |
| | Meeting room 8 | 150 | | | | | |
| | Meeting room 8 | 75 | | | | | |
| | Meeting room 8 | 110 | | | | | |
| | Auditorium | 220 | | | | | |
| | Foyer | | | | | | 300 |
| | Open - Air | | | | | | 700 |

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

-ΑΘΗΝΑ-

Συνεδριακά
Ξενοδοχεία

Meeting rooms

Χωρητικότητα

| Article XIII. Andromeda Athens Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|-----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | Oasis | 110 | 70 | 40 | 100 |
| | City | 55 | 30 | 20 | 60 | 80 |
| | Oasis & City | 130 | | | 160 | 200 |

| Article XIV. Athenaem Intercontinental Category:Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|--------------------|----------|-----------|--------|---------|----------|
| | | Ballroom | 2.200 | 750 | | 1.430 |
| | VIP | 100 | 60 | | 80 | 120 |
| | Lamda | 80 | 50 | | 50 | 60 |
| | Omega | 100 | 60 | | 80 | 120 |
| | Athenaem | 150 | 100 | | 100 | 130 |
| | Athenaem I | 40 | 25 | 18 | 30 | 40 |
| | Athenaem II | 60 | 35 | 18 | 30 | 40 |
| | Athenaem III | 35 | 25 | 18 | 30 | 40 |
| | Athenaem I&II | 100 | 72 | 42 | 60 | 90 |
| | Athenaem II&III | 100 | 72 | 42 | 60 | 90 |
| | Board room | | | | | |

| Article XV. Athens Hilton Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|--------------------------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Τερψιχόρη ballroom | 900 | | | | |
| | Small ballroom | 150 | | | | |
| | Τερψιχόρη Foyer | 450 | | | | |
| | Ερατώ A | 60 | | | | |
| | Ερατώ B | 70 | | | | |
| | Ερατώ C | 60 | | | | |
| | Ερατώ A+B+C | 190 | | | | |
| | Τερψιχόρη A+B+C+ Foyer + Ερατώ A+B+C | 1.690 | | | | |
| | Αμβροσία | 70 | | | | |
| | Νέκταρ | 70 | | | | |
| | Αμβροσία & Νέκταρ | 160 | | | | |
| | Εσπερίδες | 450 | | | | |
| | Πήγασος | 60 | | | | |
| | Galaxy | 250 | | | | |
| | | | | | | |

| Article XVI. Athens Ledra Marriott Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|-----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Ballroom | 500 | 260 | 80 | 360 | 500 |
| | Δήλος / Μύκονος | 140 | 70 | 40 | 110 | 120 |
| | Ρόδος | 150 | 100 | 55 | 190 | 220 |
| | | | | | | |

| Article XVII. Caravel Deluxe | Divani Category: | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------------|---------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Ολυμπία | 1.000 | 500 | 170 | 580 | 1.000 |
| | Ολυμπία A | 450 | 220 | 90 | 250 | 400 |
| | Ολυμπία B | 450 | 220 | 80 | 250 | 350 |
| | Ολυμπία Foyer | | | | 350 | 4.000 |
| | Βεργίνα | 300 | 160 | 80 | 240 | 300 |
| | Ιλισός | 500 | 290 | 86 | 330 | 500 |
| | Μακεδονία | 500 | 290 | 86 | 330 | 500 |
| | Μακεδονία A | 220 | 110 | 50 | 150 | 200 |
| | Μακεδονία B | 220 | 110 | 50 | 150 | 200 |
| | Μακεδονία Foyer | | | | 350 | 400 |
| | Κοζάνη | 50 | 28 | 20 | 30 | 40 |
| | Έδεσσα | 50 | 28 | 20 | 30 | 40 |
| | Νάουσα | 50 | 28 | 20 | 30 | 40 |
| | Πέλλα & Μυκήνες | 300 | 160 | 70 | 240 | 300 |
| | Πέλλα | 100 | 60 | 35 | 110 | 120 |
| | Μυκήνες | 140 | 80 | 45 | 110 | 140 |
| | Ορίζοντας | 220 | 120 | 65 | 170 | 250 |
| | Athens view | 300 | 140 | 45 | 300 | 350 |
| | Φλώρινα | 50 | 28 | 18 | 40 | 40 |

| Article XVIII. Divani Palace Acropolis Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|----------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Ερεχθείο | 300 | 180 | | | 180 |
| Αριστοτέλης Α | 90 | 45 | | | 160 | 250 |
| Αριστοτέλης Β | 70 | 40 | | | 90 | 150 |
| Αριστοτέλης Α+Β | 135 | 70 | | | 250 | 470 |
| Θεμιστοκλής Α | 60 | 30 | | | | |
| Θεμιστοκλής Β | 75 | 10 | | | 90 | 130 |
| Θεμιστοκλής Α+Β | 100 | 55 | | | 130 | 200 |
| Ασπασία | 400 | 150 | | | 300 | 500 |
| Σωκράτης | 70 | 40 | | | 90 | 80 |

| Article XIX. H oliday Inn Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Apollon | 80 | 45 | 45 | 60 | 80 |
| | Cosmos Total | 500 | | | 450 | 550 |
| | Cosmos A | 170 | 60 | 60 | 90 | 150 |
| | Cosmos B | 200 | 70 | 70 | 100 | 170 |
| | Cosmos C | 80 | 30 | 30 | 50 | 50 |
| | Cosmos A+B | 300 | | | 250 | 350 |
| | Cosmos B+C | 250 | | | 200 | 250 |
| | Cronos | 40 | 20 | 20 | | 80 |
| | Poseidon | 90 | 40 | 40 | 80 | 300 |
| | Zeus | 300 | 80 | 80 | 300 | 1.000 |
| | Congress Total | 900 | | | 600 | 45 |
| | Congress A/B/C | 60 | 30 | 30 | 40 | 120 |
| | Congress D | 100 | 50 | 50 | 100 | 220 |
| | Congress E | 250 | 70 | 70 | 150 | 700 |
| | Congress A+B+C+D | 600 | 120 | 120 | 550 | 40 |
| | Hermes | 60 | 25 | 25 | 60 | 90 |
| | Athina | 130 | 35 | 35 | 70 | |

| Article XX. N.J.V. Athens Plaza Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|--------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Pacific I | 100 | 60 | 60 | | |
| | Pacific II | 80 | 40 | | | |
| | Pacific I-II | 180 | 100 | 40 | | |
| | Atlantis | 90 | 45 | 20 | | |

| Article XXI. Park Hotel Plaza Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|---------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Πανδώρα | 400 | 250 | 250 | 300 | 500 |
| | Αλκυονίδες I | 150 | 100 | 100 | 120 | 180 |
| | Αλκυονίδες II | 300 | 200 | 200 | 280 | 350 |

| Article XXII. Royal Olympic Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|----------------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Royal restaurant | | | | 200 | 350 |
| | Templar's Grill | | | | 120 | 200 |
| | Ball room | 500 | 200+200 | | 400 | 500 |
| | The Abbey | 60 | 50 | | 80 | 100 |
| | The Blue Salon | 32 | 24 | | 30 | 60 |
| | The Congress room | 650 | 530 | | 500 | 700 |
| | Foyer of the Congress room | 400 | 300 | | 350 | 450 |

| Article XXIII. ST. George Lycabettus Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Υδρα - Φαίδρα | 330 | 190 | 70 | 280 | 350 |
| | Αφροδίτη | 380 | 80 | 35 | 280 | 350 |
| | Άνδρος | 150 | 45 | 40 | 150 | 200 |

| Article XXIV. Athens Acropol Category: A | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|-------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Πλάκα | 80 | 50 | 36 | | 50 |
| | Αγορά | 160 | 90 | 52 | 75 | 140 |
| | Θησείο | 65 | 50 | 36 | | 90 |
| | Πλάκα & Αγορά | 230 | 140 | 85 | 150 | 240 |
| | Αγορά & Θησείο | 230 | 140 | 85 | 150 | 240 |
| | Αθήνα | 370 | 230 | 115 | 280 | 350 |
| | Ερέχθειο | 30 | 12 | 15 | | 20 |
| | Παρθενώνας | 30 | 12 | 15 | | 20 |

| Article XXV. Amalia Athens Category: A | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|---------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Αθήνα | 80 | 30 | 20 | 75 | 80 |
| | Ακαδημία | | | | | |
| | Conference room A | 150 | 50 | 50 | | |
| | Conference room A+C | 220 | 80 | | | |
| | Conference room B | 50 | 25 | 30 | 60 | 30 |
| | Conference room D | 50 | 40 | 25 | | |
| | Banquet area D | | | | 100 | 180 |
| | Areas B+C+D | | | | 300 | 450 |
| | Meeting room | 70 | 20 | 25 | | |

| Article XXVI. Electra Palace Category: A | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|-------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Αλκυόνη | 45 | 35 | 40 | 35 | 60 |
| | Ηλέκτρα | 55 | 35 | 40 | 40 | 60 |
| | Λευκοθέα | 40 | 30 | 35 | 35 | 60 |
| | A+E+Λ | 180 | 100 | 70 | 150 | 200 |
| | A+E+Λ Foyer | 280 | | | 300 | 300-400 |

| Article XXVII. Esperia Palace Category: A | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|---------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Αθήνα | 90 | 50 | 40 | 100 | 130 |
| | Ολύμπια | 120 | 50 | 50 | 60 | 100 |
| | Ακρόπολη | 250 | 120 | 90 | 150 | 250 |
| | Writing room | | | 10 | | |
| | Breakout room | | | 10 | | |

| Article XXVIII. Novotel Athens Category: A | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|----------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Νύμφες | 800 | 450 | 120 | 500 | 750 |
| | Αρμονία | 380 | 260 | 80 | 240 | 350 |
| | Νεφέλη | 260 | 190 | 70 | 200 | 300 |
| | Πλειάδες | 330 | 240 | 70 | 240 | 350 |
| | Ηλέκτρα | 160 | 130 | 50 | 120 | 160 |
| | Αλκυόνη | 130 | 100 | 40 | 90 | 140 |
| | Άρτεμις | 40 | 25 | 20 | | |
| | Orion | 15 | 12 | 10 | | |
| | Καλυψώ | 80 | 60 | 30 | | |
| | Ίκαρος | 40 | 35 | 20 | | |

| Article XXIX. President | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--------------------------------|------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: A | Conference | 350 | 280 | | 300 | 300 |
| | Μακεδονία | 450 | 350 | | 400 | 400 |
| | Mezzo | 40 | 35 | 35 | | |
| | Pool area | | | | 100 | 100 |

| Article XXX. Zafolia | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-----------------------------|---------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: A | Θάλια | 200 | 120 | 40 | 200 | 200 |
| | Πανδώρα | | 30 | 15 | | |

| Article XXXI. Ilisia | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-----------------------------|---------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Hotel Category: B | Μούσες | 100 | 70 | 50 | | |
| | Αθήνα | 40 | 30 | | | 40 |
| | Άρτεμις | 150 | 110 | 100 | 50 | 200 |

| Article XXXII. Oscar | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-----------------------------|--------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category B: | Artemis Hall | 120 | 60 | 40 | 100 | 120 |
| | Athena Hall | 60 | 30 | 25 | 40 | 60 |

| Article XXXIII. Philippos | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|----------------------------------|------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B | | | | | | |
| | Αλέξανδρος I | 45 | 40 | 20 | 34 | 45 |
| | Αλέξανδρος II | 55 | 47 | 20 | 36 | 46 |
| | Αλέξανδρος III | 55 | 50 | 30 | 32 | 60 |
| | Αλέξανδρος I&II | 110 | 87 | | 70 | 60 |
| | Αλέξανδρος I-III | | | | 150 | 90 |

| Article XXXIV. Philippos | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------------|--------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B: | | | | | | |
| | Meeting room | 200 | 60 | 50 | 150 | 300 |

| Article XXXV. Titania | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------|----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B | | | | | | |
| | Αpollon-Athena | 300 | 150 | 70 | 190 | 300 |
| | Όμηρος | 40 | 50 | 30 | 20 | 30 |
| | Σωκράτης | 80 | 50 | 40 | 50 | 70 |
| | Πλατό | | | | | |
| | Σόλων | | | | | |

-ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ-

Συνεδριακά
Ξενοδοχεία

Meeting rooms

Χωρητικότητα

| Article XXXVI. Astir Palace Category: Deluxe | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|----------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Resort -Aphrodite | Aegean Hall | 200 | 140 | 45 | | |
| | Foyer | | | | | |
| | Aegean & Foyer | 300 | 180 | 45 | 200 | 300 |
| | Helios Hall | 100 | 60 | 40 | | |
| | Bridge room | | | | 300 | |
| | Spilia restaurant | | | | 400 | 350 |
| | Pool area | | | | | |
| a) Resort Arion | Conference Hall | 120 | 70 | 40 | | |
| | Meeting room | | 40 | | | |
| | Banquet room | 170 | 120 | 120 | 50 | |
| | Aethrio | | | | | |
| | Bridge room | 70 | 400 | 20 | | |
| | Pegasus | 140 | 70 | 35 | 100 | 100 |
| | Pegasus & Banquet | | | | 450 | 700 |
| | Tropical room | | | | 100 | 100 |
| | Grill room | | | | 200 | 280 |
| | Club house | | | | 70 | 150 |

| Article XXXVII. stir Palace Category:Deluxe | | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|-----------------------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| i) R es or t N af si ka | Congress Hall | | 350 | 180 | 70 | 200 | 350 |
| | Foyer | | 350 | 180 | 70 | 200 | 350 |
| | Congress Hall & Foyer | | 600 | 360 | 100 | 400 | 700 |
| | Banquet Hall A | | 120 | 70 | 40 | 70 | 100 |
| | Banquet Hall B | | 80 | 60 | 40 | 60 | 100 |
| | Banquet Hall A&B | | 200 | 150 | 50 | 140 | 200 |
| | Blue Saloon | | | | | 400 | 200 |
| | Pool area | | | | | | 2.000 |
| | Pergola | | | | | | 400 |
| | Jason | | | | | 200 | 200 |
| | Κύματα | | | | | 200 | 200 |

| Article XXXVIII.Divani Apollon Deluxe | Category: | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | |
| | Αφροδίτη Α | 80 | | | 40 | |
| | Αφροδίτη | 60 | | | 30 | |
| | Αφροδίτη | 120 | | | 100 | |
| | Αφροδίτη | 280 | | | 250 | |
| | Αθηνά | 180 | | | 180 | |
| | Αθηνά | 80 | | | 60 | |
| | Αθηνά | 180 | | | 180 | |
| | Foyer | | | | | |
| | Poseidon | 70 | | | 50 | |
| | Poseidon | 80 | | | 60 | |
| | Poseidon | 140 | | | 120 | |
| | Poseidon | 400 | | | 380 | |
| | Αριστοτέλης | 550 | | | 500 | |
| | Foyer Congress | | | | 650 | |
| | Platon | 40 | | | 25 | |

| Article XXXIX. THE MARGI Category: Deluxe | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| J Hall A | 54 | 24 | 20 | 48 | |
| J Hall B | 88 | 42 | 30 | 84 | |
| J Hall C | 66 | 33 | 20 | 48 | |
| J Hall A +B+C + J Lounge | 270 | 148 | 59 | 220 | 550 |
| J Lounge | - | - | - | 80 | |
| M hall A | 60 | 40 | 30 | 40 | 70 |
| M hall B | 210 | 250 | 150 | 290 | 500 |
| M hall C | 30 | 20 | 10 | | 40 |
| M hall D | | | | 86 | 120 |
| M hall | 500 | 300 | 200 | 35 | 600 |
| Pergola | 130 | 80 | 50 | 90 | 150 |
| Foyer | | | | 100 | 150 |

| Article XL. Category: A | Amarilia | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|----------------------------|---------------|----|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | | |
| | Hall A | | 150 | 90 | 60 | 160 | |
| | J Hall Lounge | A+ | 250 | 140 | | 300 | |
| | Hall B | | 80 | 40 | 30 | | |
| | Pergola | | 130 | 70 | 50 | 120 | |

| Article XLI. Category: A | Armonia | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-----------------------------|---------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | | |
| | Armonia | | 300 | 150 | 60 | 250 | 400 |
| | Venus | | 130 | 70 | 50 | 100 | 150 |
| | Δανάη | | 80 | 50 | 30 | | |

| Article XLII. Vouliagmeni Category: A | Plaza | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---|-------------|--|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | | | | | | | |
| | Awgean Hall | | 50 | 40 | 25 | | 65 |
| | | | | | | | |

| Article XLIII. Emmantina | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------------|----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: A | Meeting room A | 160 | 110 | 70 | 130 | 180 |
| | | | | | | |

| Article XLIV. FENIX | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|----------------------------|------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: **** | Attica Center | 200 | 150 | 80 | 200 | 300 |
| | Ηρώ | 250 | 100 | 80 | 280 | 400 |
| | Χίος | 200 | 100 | 80 | 200 | 300 |
| | Ερμής | 30 | 30 | 25 | 80 | 100 |
| | Attica Boardroom | | | 16 | | |

| Article XLV. Palmyra | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-----------------------------|----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: A | Meeting room A | 60 | 45 | 30 | 40 | 60 |
| | Meeting room B | 40 | 30 | 20 | 28 | 40 |
| | Meeting room C | 37 | 28 | 18 | 25 | 38 |
| | Meeting room D | 38 | 30 | 19 | 26 | 40 |
| | Meeting room E | 22 | 18 | 14 | 18 | 25 |

- ΚΗΦΙΣΙΑ -

| Article XLVI. ΠΕΝΤΕΛΙΚΟΝ | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------------|-----------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: Deluxe | | | | | | |
| | Silver Ballroom | 270 | 150 | 95 | 320 | 600 |
| | Bridge room | 90 | | 35 | 80 | 120 |
| | Belle Epoque | 80 | | 35 | 100 | 150 |

- ΜΑΡΑΘΩΝΑΣ -

| Article XLVII. Golden Coast | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------------|---------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: A | | | | | | |
| | Marathon Hall | 380 | 250 | | | |
| | Cosmos Hall | | 40 | | | |
| | Κρόνος | | 25 | | | |
| | Aegean | 150 | 80 | | | |
| | Μακεδονία | 120 | 60 | | | |
| | Restaurant A | | | | 300 | 450 |
| | Restaurant B | | | | 500 | 800 |

- ΠΑΛΑΙΟ ΦΑΛΗΡΟ -

| Article XLVIII. Coral | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|------------------------------|-----------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B | | | | | | |
| | Roof | 250 | 150 | 150 | 220 | 250 |
| | 1 st Floor | 80 | 40 | 50 | 100 | 100 |

- ΠΕΙΡΑΙΑΣ -

| Article XLIX. Park | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------|------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B | | | | | | |
| | Small room | 40 | 30 | 30 | 24 | 40 |
| | Big room | 115 | 70 | 60 | 130 | 150 |
| | Green room | 60 | 50 | 50 | 60 | 100 |

| Article L. Savoy | | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|-------------------------|--------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| Category: B | | | | | | |
| | Meeting room | 115 | 80 | 80 | 130 | 130 |
| | | | | | | |

- ΒΡΑΥΡΩΝΑ -

| Article LI. Mare Nostrum | Category: A | theatre | classroom | Ushape | banquet | cocktail |
|---------------------------------|--------------------|---------|-----------|--------|---------|----------|
| | Theatre | 500 | 180 | 180 | | |
| | Conference I | 60 | 35 | 40 | | |
| | Conference II | 40 | 30 | 30 | | |
| | Lounge | | | | 250 | 250 |
| | Open-Air | | | | 400 | 400 |

**Section 51.01 ΓΡΑΦΕΙΑ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ
ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ**

(Conference & Incentives organizers)

| | |
|--|--|
| 1. AMPHITRION CONGRESS ORGANISATION | |
| 2. EPSILON TRAVEL | |
| 3. ERA Ltd. | |
| 4. MEDI TOURS | |
| 5. TRIAENA TOURS & CONGRESS S.A | |
| 6. KM TRAVEL | |
| 7. PREMIER DESTINATIONS | |

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ





