



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ «Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ-ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ
ΜΕΛΛΟΝ»**



**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΒΟΓΙΑΤΖΑΚΗ ΜΑΡΙΛΕΝΑ/ Α.Μ:4470
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Τ. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2008
ΠΑΤΡΑ**

Περιεχόμενα

1.Περίληψη.....σελ.5
1.2Εισαγωγή.....σελ.7

2.ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Έννοια του συνεδριακού τουρισμού.....σελ.8
2.2 Διακρίσεις συνεδρίων.....σελ.9
2.3 Σύνδεση Συνεδρίων και Τουρισμού.....σελ.11
2.4 Ορολογία των συνεδριακών εκδηλώσεων.....σελ.12
2.4.1 Συνέδρια.....σελ.12
2.4.2 Διασκέψεις συνδιασκέψεις.....σελ.13
2.4.3 Συσκέψεις.....σελ.13
2.4.4 Συνελεύσεις.....σελ.14
2.4.5 Διαλέξεις.....σελ.14
2.4.6 Ημερίδες.....σελ.14
2.4.7 Φόρουμ.....σελ.14
2.4.8 Συμπόσια.....σελ.15
2.4.9 Σεμινάρια.....σελ.15
2.4.10 Meetings.....σελ.15

3.ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

3.1Οργανωτές συνέδριων.....σελ.16
3.1.1 Οργανωτές συνεδρίων.....σελ.16
3.1.2 Σύεδροι.....σελ.17
3.2 Φορείς συνεδριακών εκδηλώσεων.....σελ.17
3.3 Φορείς επιχειρησιακού και μη χαρακτήρα.....σελ.18
3.4 Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων.....σελ.19

3.5 Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων.....	σελ.20
3.6 Προετοιμασία οργάνωσης συνεδρίου.....	σελ.21
3.6.1 Εξοπλισμός.....	σελ.24
3.6.2 Ανθρώπινο δυναμικό.....	σελ.29
3.6.3 Πρόγραμμα.....	σελ.32
3.6.4 Διακόσμηση.....	σελ.32
3.6.5 Επισιτιστικές υπηρεσίες.....	σελ.32
3.6.6 Ψυχαγωγία συνέδρων και συνοδών.....	σελ.35
3.6.7 Υποδοχή-αναχώρηση.....	σελ.37

4. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ –ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ

4.1 Η σημασία του συνεδριακού τουρισμού στο νομό Αττικής.....	σελ.38
4.2 Κατάσταση της Ελληνικής αγοράς Συνεδριακού Τουρισμού-Μειονεκτήματα	σελ.42
4.3 Η κατάσταση του συνεδριακού τουρισμού στο νομό Αττικής και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών-μειονεκτήματα.....	σελ.44
4.3.1 Τι λείπει από τη συνεδριακή Αθήνα;.....	σελ.49
4.4 Πλεονεκτήματα και προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Αττικής.....	σελ.51
4.5 Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού.....	σελ.53
4.6 Ο ρόλος της Αττικής στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.....	σελ.55
4.7 Φορείς του συνεδριακού τουρισμού στην Αττική. Δημόσιοι και κρατικοί φορείς.....	σελ.56

5.ΧΩΡΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

- 5.1 Συνεδριακά κέντρα-ξενοδοχεία με συνεδριακές αίθουσες..... σελ.61
5.2 Συνεδριακό Κέντρο ΤΑΕ ΚΒΟΝ ΝΤΟ Φαλήρου..... σελ.67

6. ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΦΟΡΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- 6.1 Η Αθήνα ως κέντρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου..... σελ.71
6.2 Η συμβολή των συνεδρίων στον τουρισμό και την ξενοδοχειακή αγορά..... σελ.72
6.3 Απόψεις και προτάσεις σχετικών φορέων.....σελ.72
6.4 Απόψεις και προτάσεις φορέων συνεδριακού τουρισμού..... σελ.74
6.5 Στατιστικά στοιχεία.....σελ.75
6.6 ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... σελ.78
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... σελ.80

1.Περίληψη

Η Ελλάδα είναι αναμφισβήτητα μια χώρα, η οποία τόσο λόγω της γεωγραφικής της θέσης όσο και λόγω της ιστορίας της και γενικότερα του λαμπρού της πολιτισμού της, προσελκύει πλήθος τουριστών κάθε χρόνο. Τα μεγαλειώδη αρχαιολογικά της μνημεία καθώς και οι απέραντες παραλίες της που συγκεντρώνουν τις περισσότερες γαλάζιες σημαίες στην Ευρώπη, αποτελούν τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της, που την κάνουν έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς. Ο τουρισμός ως κλάδος έχει πολλά επίπεδα. Ένα από αυτά είναι και ο λεγόμενος Συνεδριακός Τουρισμός.

Τα τελευταία χρόνια γίνεται μεγάλος λόγος σχετικά με τον συνεδριακό τουρισμό και την ανάπτυξη του, ως μέσο αντιμετώπισης της εποχικότητας του γενικού τουρισμού. Η σημασία του αυξάνεται διαρκώς και μάλιστα με ταχύτατους ρυθμούς, γεγονός φαίνεται ιδιαίτερος αν παρακολουθήσει κανείς τα πολλαπλά σχετικά άρθρα που δημοσιεύονται στον κλαδικό περιοδικό τύπο.

Προκειμένου να γίνει κατανοητό αυτό το μεγάλο και εξαιρετικά σημαντικό για τη χώρα μας –και όχι μόνο- ζήτημα, κρίνουμε σκόπιμο στο σημείο αυτό να αναλύσουμε τον όρο Συνέδριο, που είναι και ο ακρογωνιαίος λίθος του Συνεδριακού τουρισμού.

Με τον όρο συνέδριο εννοούμε την συνάντηση ατόμων με κοινή ιδιότητα και με απώτερο σκοπό τη συζήτηση και λήψη αποφάσεων επάνω σε θέματα που άπτονται αυτής της ιδιότητας είτε είναι επιστημονικής, πολιτικής, τεχνολογικής, εμπορικής ή άλλης φύσεως.

Από την ιδιότητα των ενδιαφερόντων, απορρέουν κοινές ανησυχίες και προβληματισμοί, οι οποίοι είναι συνήθως και γενεσιουργός αιτία του συνεδρίου. Τα

άτομα με τα κοινά ενδιαφέροντα, είναι μέλη ενός φορέα, υπό την αιγίδα του οποίου διοργανώνεται το κάθε συνέδριο.

Διεθνώς έχουν επικρατήσει δυο λέξεις με τις οποίες αποδίδεται ο όρος .Η πρώτη είναι η λέξη Convetion η οποία χρησιμοποιείται κυρίως στην Αμερική και η δεύτερη Congress η οποία χρησιμοποιείται στην Ευρώπη.



1.2 Εισαγωγή

Συνεδριακός Τουρισμός...

Η διοργάνωση συνεδρίων αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν (συνεδριακός τουρισμός). Τα τελευταία χρόνια και με αφορμή τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας 2004, κατασκευάστηκαν στην περιοχή της Αττικής ειδικές εγκαταστάσεις και αναπτύχθηκαν οι αναγκαίες υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων, μεγάλου και μικρότερου μεγέθους. Εξάλλου, στις περισσότερες περιοχές της χώρας, σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και εξειδικευμένοι χώροι οργάνωσης συνεδρίων, μπορούν να προσφέρουν διευρυμένες δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς και την απαιτούμενη υποδομή για να φιλοξενήσουν τόσο μικρές εκδηλώσεις όσο και μεγάλα παγκόσμια συνέδρια. Σημειώνεται πως η πρόσβαση σε αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη. Οι υποδομές αυτές, συνδυασμό με το εξαιρετο κλίμα, τις απaráμιλλες φυσικές της ομορφιές, τις θαυμάσιες ακτές, το σπάνιο πολιτιστικό απόθεμα, την εξαιρετική γαστρονομία, τη φημισμένη φιλοξενία και την πλούσια νυκτερινή και πολιτιστική διασκέδαση, καθιστούν αναμφίβολα την Ελλάδα ως έναν ιδανικό προορισμό για τη διοργάνωση συνεδρίων.

2.ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Η έννοια του συνεδριακού τουρισμού

Με τον όρο συνέδριο εννοούμε την γενική και επίσημη συνεδρίαση ενός νομοθετικού σώματος μιας κοινωνικής ή οικονομικής ομάδας με σκοπό την παροχή πληροφοριών για μια συγκεκριμένη κατάσταση και τη μελέτη των δεδομένων, ως αποτέλεσμα θα έχει την συναίνεση των συνέδρων για την ακολούθηση συγκεκριμένης πολιτικής. Συνήθως είναι περιορισμένης διάρκειας με προκαθορισμένους στόχους αλλά όχι σταθερή συχνότητα

Συνεδριακός Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων που προκύπτουν από την αλλαγή του τόπου και την παραμονή προσώπων που συναντώνται με κύριο σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών ή εξειδικευμένων πληροφοριών και για τα οποία ο τόπος της συνέλευσης ούτε η κύρια κατοικία ούτε ο τόπος εργασίας.

Θα πρέπει να προσεχθεί ότι στον τουρισμό ,συνεδριακός τουρισμός σε αντίθεση προς τον όρο συνέδριο κάτοικοι και εργαζόμενοι στον τόπο του συνεδρίου δεν περιλαμβάνονται στην λειτουργία σαν συμμετέχοντες του συνεδρίου.

Η διεθνής ομοσπονδία εφαρμόζει μια κατηγοριοποίηση των συνεδρίων ανάλογα προς το αντικείμενο που πραγματεύεται η συγκέντρωση.

Μια παραπέρα διαφοροποίηση των συνεδρίων προκύπτει λαμβάνοντας υπόψη τη χρονική διάρκεια. Ο όρος ημερίδα χρησιμοποιείται περισσότερο για συνέδρια που διαρκούν από μία έως δύο ημέρες , η έκφραση συνέδριο χρησιμοποιείται για συναθροίσεις μεγαλύτερης διάρκειας.

Από την κατανομή των συνεδρίων με βάση το σκοπό και τον στόχο προκύπτουν τέσσερις βασικοί τύποι:

- Διεθνή και εθνικά συνέδρια και ημερίδες

Κύριος σκοπός: Ανταλλαγή πληροφοριών

- Σεμινάρια και εκπαιδευτικές παρουσιάσεις

Κύριος σκοπός: Κατάρτιση και επιμόρφωση

- Παρουσίαση προϊόντων

Κύριος σκοπός : Προώθηση πωλήσεων στους υπεύθυνους διάθεσης

- Ταξίδια επιβράβευσης

Κύριος σκοπός: παρότρυνση συνεργατών του τομέα πωλήσεων για ενίσχυση της δραστηριότητας πωλήσεων (ταξίδια κινήτρων σαν επιβράβευση για τις αποτελεσματικές πωλήσεις).

2..2 Διακρίσεις συνεδρίων



Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με τη διάρκεια ,το μέγεθος τους την εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων , τον τρόπο χρηματοδότησης τους και τέλος την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι σύεδροι. Στη βάση των φορέων που τα διοργανώνουν ,τα συνέδρια διακρίνονται ως εξής:

Επιστημονικά συνέδρια

Τα επιστημονικά συνέδρια ,κυρίως τα ιατρικά συνέδρια, μπορούν να έχουν μία ιδιαίτερη αξία και να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα. Πολλοί γιατροί και επιστήμονες συνδυάζουν διακοπές και εκπαίδευση .

Τα επιστημονικά συνέδρια παρουσιάζουν το πλεονέκτημα ότι η διάρκεια τους είναι κατά κανόνα μεγάλη .Τέλος τα συνέδρια αυτά ενδιαφέρουν συγχρόνως και επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τα συναφή με το συνέδριο προϊόντα τους. Αυτό σημαίνει πως συνδυάζονται με πολλές παράλληλες εκδηλώσεις κυρίως με εκθέσεις .Συνήθως επιχορηγούνται από τα κράτος αλλά και από τις επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα σχετίζονται με το συνέδριο.

Εμπορικά συνέδρια

Τα εμπορικά συνέδρια καθώς και τα συνέδρια επαγγελματικών φορέων έχουν άμεση σχέση με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν . Αυτές οι επιδιώξεις μπορεί να ποικίλουν από φορέα σε φορέα και μπορεί να είναι:η αύξηση της παραγωγικότητας ,των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς . Όλα αυτά όχι για λογαριασμό του ίδιου του φορέα ·αλλά των μελών του, που μπορεί να είναι νομικά πρόσωπα(ενώσεις, εταιρείες, οργανισμοί) ή φυσικά πρόσωπα. Πολύ συχνά ,μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες ,ενώσεις παραγωγών , συνεταιριστικές , ακόμη και μεμονωμένοι κατασκευαστές αξιοποιούν αυτές τις συγκεντρώσεις για να προωθήσουν τα προϊόντα τους

Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις (π.χ. συνδικαλιστικές ενώσεις) και από πολιτικές ενώσεις.Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων , η χάραξη στρατηγικής τους , η λειτουργία της ανάπτυξης τους κ.τ.λ.π.

Συνέδρια διεθνών οργανισμών

Η συμμετοχή κάποιου κράτους ως μέλους ενός διεθνούς οργανισμού του δίνει το δικαίωμα να συμμετέχει σε συνέδρια που οργανώνει ο οργανισμός αυτός. Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους μέλους του οργανισμού.

Συσκέψεις

Χαρακτηρίζονται από το μικρό αριθμό συμμετεχόντων καθώς και από τη μικρή τους διάρκεια (λίγες ώρες έως δυο ημέρες).επίσης άλλο χαρακτηριστικό είναι το υψηλό επίπεδο θέσης των συμμετεχόντων, μέ4σα στη εταιρεία, οργάνωση ή γενικά τον φορέα.

Σεμινάρια

Τα σεμινάρια μπορεί να αποτελέσουν μια σταθερή πελατεία σε ξενοδοχεία απομονωμένα από μεγάλα αστικά κέντρα. Απαραίτητη προϋπόθεση οι χώροι και οι εγκαταστάσεις τους να ανταποκρίνονται στις οποιοδήποτε ανάγκες.

2.3 Σύνδεση Συνεδρίων και Τουρισμού

Ο όρος Συνεδριακός τουρισμός χρησιμοποιείται σήμερα από όλους τους φορείς τουρισμού διεθνώς. Ο τουρίστας ταξιδεύει κυρίως για αναψυχή και ξεκούραση.Ο Σύνοδος σε αντίθεση με τον τουρίστα ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους, Πέρα από τη διαφορά που παρατηρείται στο σκοπό του ταξιδιού μεταξύ Συνέδρου και Τουρίστα, υπάρχει και άλλη μια διαφορά. Ο τουρίστας επιλέγει ελεύθερα τον προορισμό του, αντιθέτως ο σύνοδος καλείται να ταξιδέψει σε προεπιλεγμένο προορισμό στον οποίο έχει καταλήξει η οργανωτική επιτροπή του φορέα που έχει αναλάβει τη διεξαγωγή του συνεδρίου.

Ωστόσο υπάρχουν και ομοιότητες μεταξύ τους. Η πρώτη από αυτές είναι , κατά τη διάρκεια του συνεδρίου εκεί όπου[πραγματοποιείται ο σύνεδρος έχει κάποιο ελεύθερο χρόνο τον οποίο επιλέγει να αξιοποιήσει αντίστοιχα με έναν τουρίστα, επίσης οι οργανωτικοί φορείς επιτρέπουν στους σύνεδρους να συνοδεύονται από τουλάχιστον ένα δικό τους πρόσωπο.

Οι Συνοδοί συνήθως δεν μοιράζονται το ίδιο ενδιαφέρον για το συνέδριο με το Σύνεδρο και δεν συμμετέχουν σε αυτό. Έτσι κατά τη διάρκεια του συνεδρίου οργανώνονται παράλληλες εκδηλώσεις , που είναι στην ουσία εκδρομές τουριστικού ενδιαφέροντος και συχνά συμμετέχουν και οι σύνεδροι. Ακόμη μια ομοιότητα είναι ότι ο σύνεδρος ακριβώς όπως ο τουρίστας προχωρεί στη εξασφάλιση ενός «πακέτου» με το οποίο καλύπτει τις ανάγκες μεταφοράς του, διαμονής και διατροφής του, στην χώρα διεξαγωγής του συνεδρίου, τόσο για τον ίδιο όσο και για τον συνοδό του.

Είναι σαφές το γεγονός ότι δημιουργείται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου και παράπλευρη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών .

Μπορούμε να πούμε ότι δικαίως σήμερα μιλάμε για συνεδριακό τουρισμό και μάλιστα εξαιρετικής σημασίας και χαρακτηρίζουμε το σύνεδρο ως Συνεδριακό Τουρίστα.

2.4 Ορολογία των συνεδριακών εκδηλώσεων



2.4.1 Συνέδρια

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

Το θέμα του συνεδρίου εξαρτάται από τη κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο κ.λ.π. Η κοινή ιδιότητα των συμμετοχόντων σχετίζεται με το φορέα , υπό την ευθύνη του οποίου συνέρχονται .

Τα περισσότερα συνέδρια , πραγματοποιούνται σε ετήσια βάση συνήθως. Αποτελούνται από το κυρίως συνέδριο στο οποίο συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι και από άλλα μικρότερα συνεδριακά τμήματα, δευτερεύοντα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου.

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

2.4.2 Διασκέψεις συνδιασκέψεις

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

2.4.3 Συσκέψεις

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές ως συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης.. Ο όρος αυτός συνιστά ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα . με την καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν , σε

συμπεράσματα ή αποφάσεις , ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό σώμα ή εκτελεστικό.

2.4.4 Συνελεύσεις

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

2.4.5 Διαλέξεις

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που χαρακτηρίζεται ειδήμων στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την αναλυτική παρουσίαση της .Μπορεί να αφορά θέμα γενικού ενδιαφέροντος ή ειδικού , όπως επίσης και να ακολουθεί ή όχι σχετική συζήτηση στο τέλος .Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει. Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη και λιγότερη επισημότητα.

2.4.6 Ημερίδες

Είναι οι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν έτσι συχνά , συνέδρια επιστημονικών γνώσεων , κυρίως ιατρικών , ημερήσιας διάρκειας .

2.4.7 Φόρουμ

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

2.4.8 Συμπόσια

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

2.4.9 Σεμινάρια

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

2.4.10 Meetings

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

3.ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

3.1 Οργανωτές συνέδρων

Για την πραγμάτωση οποιουδήποτε συνεδρίου είναι εξ ορισμού θα λέγαμε απαραίτητη η ύπαρξη οργανωτών συνέδρων .Κάποια πρόσωπα με υψηλή ιεραρχική θέση που κατέχουν –στους φορείς οργανώσεις , ενώσεις , συλλόγους επιχειρήσεις κ.λ.π.-έχουν τη δυνατότητα να συναποφασίσουν για τη διεξαγωγή, τον τόπο και το χρόνο του συνεδρίου.

3.1.1 Οργανωτές συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μια από τις παρακάτω κατηγορίες .

- Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας , ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις συναφούς χαρακτήρα. Είναι σαν οργανωτική επιτροπή .Στην επιτροπή αυτή μπορεί να συμμετέχουν (συνήθως τιμητικά)και κάποιοι από τους ιθύνοντες.
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων , είτε γενικού χαρακτήρα , είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων.
- Ταξιδιωτικά γραφεία. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο συνεδριακό τουριστικό πακέτο έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων .

Θα πρέπει να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων , εφόσον ζητηθεί από τον πελάτη φορέα του συνεδρίου.

Οι επαγγελματίες οργανωτές πρόσθετα ενδιαφέρονται για το κέρδος τους αλλά και για την καλή τους προβολή , που θα τους επιτρέψει όχι μόνο να διατηρήσουν τον πελάτη φορέα και στο μέλλον , αλλά στο να αποκτήσουν και καινούριους.

3.1.2 Σύεδροι

Οι σύεδροι αποτελούν πολυπληθέστερη κατηγορία από τις δυο προηγούμενες. Σε ότι αφορά τις επιθυμίες τους αυτές διαφοροποιούνται από το φύλλο των συνέδρων , από την ηλικία τους , από την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος και από το γεγονός αν συνοδεύονται από τους/τις συζύγους τους σε αυτό.

Οι σύεδροι σε γενικές γραμμές εκδηλώνουν πολύ διαφορετικό ενδιαφέρον ακόμη και ενθουσιασμό για τους σκοπούς και την επιτυχία του συνεδρίου. Η ψυχαγωγία σαν απαραίτητο στοιχείο του όλου συνεδριακού ταξιδιού, αποτελεί πρόσθετη πηγή εσόδων τόσο για την ξενοδοχειακή μονάδα όσο και για τον τόπο φιλοξενίας του συνεδρίου γενικότερα.

Από την άλλη πλευρά , οι σύεδροι, λόγω του αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης , αποτελούν μια τεράστια διαφημιστική δύναμη τόσο για τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου όσο και για το ξενοδοχείο. Ο ενθουσιασμός που μετά το συνεδριακό ταξίδι μπορεί κανείς να διακρίνει όταν αναφέρονται στον τόπο διεξαγωγής ή στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, σημαίνει πολλά χωρίς να κοστίζει σαν διαφήμιση.

3.2 Φορείς συνεδριακών εκδηλώσεων

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

Οι φορείς διακρίνονται με κριτήρια όπως

- Την υπόσταση τους, από καθαρά νομική άποψη
- Το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους
- Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους
- Το επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας τους

3.3 Φορείς επιχειρησιακού και μη χαρακτήρα

Μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

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

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

Επιχειρησιακού χαρακτήρα

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

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

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

- Συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα(οργάνωσης, παραγωγής, πωλήσεων κ.λ.π)²
- Συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων, όπως διοικητικών συμβουλίων
- Παρουσιάσεις νέων προϊόντων
- Σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα
- Συνελεύσεις μετόχων και
- Συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων

3.4 Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων

Οι φορείς κάτω από την αιγίδα των οποίων πραγματοποιείται το συνέδριο, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους το χρόνο διεξαγωγής του. Η επιλογή γίνεται με βάση γνώμονα την προσέλκυση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού συνέδρων. Για το λόγο αυτό, γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στον τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του συνεδρίου και του βαθμού της επαγγελματικής απασχόλησης των υποψήφιων συνέδρων του φορέα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

3.5 Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων

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

- Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής είναι το σημαντικότερο κριτήριο από την πλευρά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.
- Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης συνέδρων.
- Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον καθορίζει η διάρκεια του συνεδρίου.
- Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα αλλά και της ειδικότερης που περιέχεται στο συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου. Όπως ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, κ.λ.π
- Η γενικότερη εικόνα που προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος, σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων

- Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν
- Πολλά συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη γιατί ισχύει μια εκ περιτροπής επιλογή μεταξύ των κάθε φορά επικρατέστερων υποψηφίων χωρών. Όταν υπάρχουν χορηγοί είναι φυσικό να προσπαθούν να επηρεάσουν , για τη διεξαγωγή τους , υποψηφιότητες χωρών ή πόλεων στις οποίες εστιάζουν την όποια δραστηριότητα τους.
- Εθνικοί φορείς , όταν πραγματοποιούν συνέδρια με ευρεία διεθνή συμμετοχή, είναι αυτονόητο πως επιλέγουν τόπο διεξαγωγής μέσα στα εθνικά τους όρια .
- Οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν δώσει το παρόν τους στο αρχικό στάδιο επιλογής
- Τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων

3.6 Προετοιμασία οργάνωσης συνεδρίου

Η προετοιμασία της οργάνωσης ενός συνεδρίου περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Η όλη διαδικασία προγραμματισμού και οργάνωσης συνεδρίου ξεκινάει με ένα συμβόλαιο ανάθεσης του συνεδρίου από τον πελάτη σε κάποια εταιρεία. Αυτό το συμβόλαιο δεν είναι τίποτα άλλο από μια τυπική σύμβαση ανάληψης του συνεδρίου από τον πελάτη προς το γραφείο.
2. Το γραφείο με τη σειρά του βρίσκει τις εταιρείες αλλά και τους οργανισμούς κοινής ωφέλειας που μπορεί να ενδιαφέρονται να διαφημιστούν μέσω του συνεδρίου. Αυτές οι εταιρείες αποτελούν ένα είδος σπόνσορα που θα συμβάλλει μαζί με τους οργανωτές στη κάλυψη του συνεδρίου από οικονομικής πλευράς.
3. Γίνεται γνωστοποίηση του συνεδρίου μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης , καταχωρήσεις στον τύπο, σε διάφορα έντυπα που σχετίζονται με το αντικείμενο του συνεδρίου και στο διαδίκτυο.

4. Το επόμενο βήμα είναι η πληροφόρηση των εταιρειών μέσω ενός σχεδιαγράμματος χώρου, για το σημείο στο οποίο θα τοποθετήσουν τα stands τους μέσα στον εκθεσιακό χώρο. Η επιλογή του περιπτέρου ανήκει στις εταιρείες, οι οποίες τις περισσότερες φορές επιδιώκουν τα stands τους να βρίσκονται κοντά στις εταιρείες των οποίων τα προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά.

5. Η τελική κατανομή του χώρου όσον αφορά τα περίπτερα, ταχυδρομείται στον κάθε σπόνσορα καθώς επίσης και η επιβεβαίωση της κράτησης του περιπτέρου που έχει διαλέξει. Δείγμα αυτής της διαδικασίας αποτελεί το διάγραμμα που παραθέτουμε.

6. Στη συνέχεια το γραφείο έρχεται σε επαφή με τους ομιλητές. Πάντοτε βέβαια σε συνεργασία με την οργανωτική επιτροπή που έχει ήδη συνομιλήσει μαζί τους, τους ενημερώνει σχετικά για το πρόγραμμα του συνεδρίου και τους ευχαριστεί για την παρουσία και τη συμμετοχή τους σε αυτό.

7. Επιπλέον, το γραφείο αναλαμβάνει να κάνει τις κρατήσεις δωματίων για τους προσκεκλημένους ομιλητές καθώς επίσης όταν χρειασθεί και τις κρατήσεις αεροπορικών ή οδικών εισιτηρίων για τη μεταφορά τους προς και από τον τόπο που λαμβάνει χώρα το συνέδριο.

8. Είναι προφανές ότι οι διοργανωτές δεν είναι πάντοτε σε θέση να καλύψουν τα έξοδα για την προετοιμασία και την εκτέλεση ενός συνεδρίου που ο προϋπολογισμός του πολλές φορές φτάνει το ύψος των εκατομμυρίων ευρώ. Είναι φυσικό λοιπόν να στρέφονται σε εταιρείες που ανταποκρίνονται στη λογική του συνεδρίου και να ζητούν τη συμβολή τους σε οικονομικό επίπεδο έχοντας σαν αντάλλαγμα, γι'αυτή τους τη συμβολή, τη διαφημιστική τους προβολή.

9. Οι εταιρείες ενημερώνονται για το συνέδριο με τυπική επιστολή και παρακαλούνται να έλθουν σε επαφή το συντομότερο δυνατό με το γραφείο.

10. Οι τρόποι διαφήμισης των εταιρειών είναι αρκετοί μερικοί από αυτούς είναι:

- Περίπτερα μέσα στην έκθεση
- Διαφήμιση των εταιρειών και των προϊόντων τους στις σελίδες του προγράμματος. Συνήθως οι διαφημίσεις αυτές μπαίνουν στις εσωτερικές σελίδες ή στο οπισθόφυλλο.

- Αφίσες στις οποίες μεταξύ άλλων αναφέρονται οι σπόνσορες του συνεδρίου.
- Αναφορά στο πρόγραμμα των εκδηλώσεων αλλά και στις αφίσες όλων εκείνων των οργανισμών ή των φορέων που έναντι χρηματικών ποσών θέτουν το συνέδριο υπό την αιγίδα τους
- Διαφήμιση του συνεδρίου σε έντυπα

11. Το γραφείο αναλαμβάνει επίσης να καλέσει προς χαιρετισμό του συνεδρίου τις αρχές της πόλης που γίνεται το συνέδριο , έτσι ώστε να δείξουν και αυτές με τη σειρά τους, ότι είναι σύμφωνες ως προς το κλίμα και την λογική τέτοιων ενεργειών.

12. Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις , η συνεργασία τους με το γραφείο επικεντρώνεται στους εξής τρεις βασικούς τομείς:

- Στην ενοικίαση του συνεδριακού χώρου και τον απαραίτητο εξοπλισμό
- Στην κράτηση δωματίων
- Στην οργάνωση δεξιώσεων , coffe-lunch breaks κ.λ.π.

13 . Το γραφείο ,σε συνεννόηση με την οργανωτική επιτροπή , έρχεται σε επαφή με ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους στο μέγεθος αλλά και τις προκαθορισμένες προδιαγραφές για την πραγμάτωση του συνεδρίου στο συγκεκριμένο χώρο.

14. Αφού γίνει η επιλογή του ξενοδοχείου , το γραφείο με σχετική επιστολή του προς αυτό, ζητά την κράτηση θέσεων για ορισμένο χρονικό ορισμένο διάστημα και τους παρακαλεί να στείλουν τις ανάλογες τιμές .Αφού το ξενοδοχείο απαντήσει βγαίνει ή τελική τιμή η οποία μπαίνει στο πρόγραμμα. Είναι σύνηθες το φαινόμενο, στη διαδικασία της κράτησης δωματίων να εμπλέκονται περισσότερα από ένα ξενοδοχεία, διαφορετικών κατηγοριών και διαφορετικού τιμοκαταλόγου. Έτσι ώστε να δίνεται στους συνέδρους η δυνατότητα να διαλέξουν μόνοι τους το ξενοδοχείο της αρεσκείας τους, σύμφωνα πάντα με την οικονομική δυνατότητα τους αλλά και τις υπηρεσίες που επιθυμούν. Αυτό βέβαια ισχύει μόνο για τους συνέδρους και όχι για τους ομιλητές που άλλωστε είναι

προσκεκλημένοι, των οποίων τα έξοδα είναι διευθετημένα από οικονομικής πλευράς από την οργανωτική επιτροπή.

15. Το επόμενο βήμα έχει σχέση με τη δημοσιότητα του συνεδρίου. Αυτό γίνεται γνωστό μέσα από ανακοινώσεις σε εφημερίδες , έντυπα, ανακοινώσεις , περιοδικά, τηλεόραση, ραδιόφωνο καθώς και με έκδοση δελτίου τύπου. Αναγκαιότητα αποτελεί για ένα καλά οργανωμένο συνέδριο, να παρέχεται ένας καλά οργανωμένος χώρος , κατάλληλα εξοπλισμένος ως προς τη διευκόλυνση της εργασίας των ανταποκριτών , δημοσιογράφων, φωτορεπόρτερ αλλά και με απώτερο σκοπό τη δημιουργία κατάλληλων εντυπώσεων που επηρεάζουν την κοινή γνώμη.

16. Όσον αφορά το επισιτιστικό τμήμα του συνεδρίου, αυτό πολλές φορές το αναλαμβάνει το ανάλογο τμήμα του ξενοδοχείου που έχει αναλάβει το συνέδριο. Ειδικότερα για τα πρωινά που συνήθως περιλαμβάνονται στην κράτηση δωματίου, εξυπηρετεί καλύτερα ο μπουφές αφού προσφέρει μεγαλύτερη ποικιλία ειδών, υποσκελίζοντας στο ελάχιστο τις τοπικές ιδιορρυθμίες των προσκεκλημένων.

3.6.1 Εξοπλισμός



Βασικό στοιχείο στην εξαγωγή ενός συνεδρίου είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός. Υπάρχουν ξενοδοχεία που χωρίς να διαθέτουν τέτοιο εξοπλισμό συμμετέχουν στην αγορά συνεδρίων. Στην περίπτωση αυτή έχουν τη δυνατότητα να υποδεικνύουν στον

οργανωτή ειδικές επιχειρήσεις-γραφεία , που νοικιάζουν τέτοιο εξοπλισμό, διαθέτοντας και το κατάλληλο προσωπικό. Διευθύνσεις τέτοιων γραφείων και πρόσφατες προσφορές τιμών τους θα πρέπει να παρέχονται από τον ξενοδόχο στον οργανωτή.

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

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

Πρέπει να τονισθεί όμως και η ύπαρξη οπτικοακουστικού εξοπλισμού στη μονάδα , εξασφαλίζει ευκολότερη συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων . τα είδη του σχετικού εξοπλισμού που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα παρουσιάζονται παρακάτω:

Ηχητικά συστήματα

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

Φωτισμός

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

Οθόνες προβολής

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

Μηχάνημα προβολής slides

Υπάρχουν πολλοί τύποι και το γεγονός ότι ο κάθε τύπος έχει το δικό του δίσκο για slides, δημιουργεί πρόβλημα. Ο τύπος της Kodac, karouzel(2επί2) λόγω της διάδοσης του μειώνει το πρόβλημα αυτό. Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου διευκολύνει τον χρήστη. Η σύνδεση του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση κάνει πιο ζωντανή και αποτελεσματική τη χρήση του.

Κινηματογραφικές μηχανές προβολής

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

Επιδιασκόπιο

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

View-graph

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

Video-δορυφορική τηλεόραση

Η χρήση του βίντεο έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό γιατί αποτελεί την πιο εύχρηστη και ασφαλή μέθοδο προβολής. Χρησιμοποιείται συνήθως σε ολιγομελείς ομάδες και η προβολή γίνεται μέσω της οθόνης της τηλεόρασης. Τελευταία όμως με τη συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας, έχουν κυκλοφορήσει στο εμπόριο τεράστιες οθόνες τηλεόρασης που χρησιμοποιούνται και για μεγαλύτερες ομάδες ατόμων. Ακόμη, υπάρχει το σύστημα της βιντεοπροβολής, που επιτρέπει στον ομιλητή να προβάλλει την εικόνα του στην οθόνη της τηλεόρασης μέσω μιας κάμερας που τον κινηματογραφεί και τον μεταδίδει ταυτόχρονα.

Σε πολλές εκδηλώσεις γίνεται η χρήση μόνιτορ και κλειστού κυκλώματος τηλεόρασης.

Μεταφραστικές εγκαταστάσεις

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια. Ο αριθμός των γλωσσών-καναλιών καθορίζει το κόστος της

εγκατάστασης αλλά και τη δυνατότητα να αναλάβει το ξενοδοχείο συνέδρια μεγάλων απαιτήσεων.

Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:

- Μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνέδρου και σύστημα επιλογής του καναλιού(γλώσσας), διακόπτη αυξομείωσης του ήχου,
- Ειδικές καμπίνες για τους μεταφραστές ,
- Τεχνικό κέντρο με τα μηχανήματα συντονισμού

Ο αριθμός των γλωσσών που χρησιμοποιούνται σε μεγάλα διεθνή συνέδρια είναι 9-12.Για κάθε γλώσσα απαιτείται ο αντίστοιχος μεταφραστικός θάλαμος με την κατάλληλη ηχομόνωση. Το σύστημα διατίθεται είτε σαν ασύρματο είτε με καλωδιώσεις.

Μαγνητόφωνα, γραφομηχανές, φωτοτυπικά μηχανήματα

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

Η μονάδα όπως και σε άλλες περιπτώσεις, εφόσον δεν μπορεί να προσφέρει τέτοια υπηρεσία , δίνει στον οργανωτή διευθύνσεις , προσφορές και τηλέφωνα ειδικών γραφείων.

Συστήματα επικοινωνίας και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις με ασύρματη ή ενσύρματη μέθοδο

Τα συστήματα επικοινωνίας και τηλεφώνου, γενικότερα θεωρούνται σημαντικά σε μεγάλα και σύνθετα συνέδρια ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα οι παρευρισκόμενοι. Οι ανοικτές γραμμές και οι συσκευές που χτυπούν σε άλλο χώρο μόλις

σηκώσει ο ομιλητής το ακουστικό και χωρίς να επιλέξει νούμερο, όπως τα ασύρματα ή επαναφορτιζόμενα τηλέφωνα, έχουν μεγάλη χρήση και χρησιμότητα.

Στο σημείο αυτό αναφέρουμε την απαραίτητη ύπαρξη μεγάλου αριθμού τηλεφωνικών εξωτερικών γραμμών. Η υποδομή αυτή διευκολύνει την επικοινωνία των συνέδρων (με την έδρα της δραστηριότητας τους) και των εκπροσώπων του Τύπου πιθανόν να καλύπτουν το συνέδριο για λογαριασμό εφημερίδας ή περιοδικού.

3.6.2 Ανθρώπινο δυναμικό

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

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το έμψυχο μέρος του εξοπλισμού του συνεδρίου. Θα πρέπει να εξειδικευμένο, όμως υπάρχουν περιπτώσεις όπου εξειδικεύεται από τους φορείς ή τα τμήματα εκπαίδευσης του ίδιου του ξενοδοχείου. Κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης διενεργούνται ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης για το προσωπικό, ώστε να ενημερωθεί πλήρως για τη στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθήσει.

Η σωστή οργάνωση και συνεργασία του διευθυντή και της ομάδας του, συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην καλή διεξαγωγή και επιτυχία του συνεδρίου. Μεγάλη σημασία έχει και η ικανότητα του διευθυντή να δίνει σύντομες και ακριβείς εντολές οι οποίες να γίνονται αμέσως κατανοητές χωρίς παραπέρα επεξηγήσεις. Αυτό είναι αποτέλεσμα πείρας και συνεχούς εξάσκησης και από τις δυο πλευρές. Η επικοινωνία αυτή είναι απαραίτητη για να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος.

Οι συνοδοί που καθοδηγούν και συνοδεύουν τους συνέδρους , σύμφωνα με το πρόγραμμα τους , θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την περιοχή και να είναι να είναι σε θέση να τους ενημερώνουν και πληροφορούν σωστά. Η καλή τους εμφάνιση καθώς και η άριστη συμπεριφορά τους θεωρούνται απαραίτητα. Αρκετές μονάδες με μεγάλο κύκλο εργασιών που αφορά συνέδρια προσλαμβάνουν για όλο το χρόνο ή για μία συγκεκριμένη περίοδο ένα άτομο, που συντονίζει και διευθύνει την εργασία των εργασιών.

Διευθυντής συνεδρίων



Όπως και σε άλλες μεγάλες εκδηλώσεις η επιτυχία ενός συνεδρίου ξεκινά από τις πρώτες συζητήσεις με τον ενδιαφερόμενο οργανισμό και τις πρώτες αποφάσεις. Ο υπεύθυνος οργανωτής των συνεδρίων πρέπει να πάρει όσον το δυνατόν νωρίτερα , πλήρη και ακριβή στοιχεία από τον οργανισμό. Πρέπει επίσης να τονίσει στον οργανισμό ότι η αλλαγή πολυάριθμων αποφάσεων κατά τη διαδρομή της οργάνωσης του συνεδρίου αποτελεί θανάσιμο κίνδυνο για την επιτυχία του συνεδρίου .Γι'αυτό ακριβώς το λόγο οι αποφάσεις πρέπει να παίρνονται μετά από πολλή σκέψη και εξέταση όλων των παραγόντων , για να μην αποδεικνύεται στην συνέχεια ανέφικτη η υλοποίηση τους, είτε από έλλειψη χρόνου ή χρημάτων ,είτε από αντικειμενική ανεπάρκεια ή έλλειψη χώρων, μέσων κ.λ.π

Αφού λοιπόν ο υπεύθυνος οργανωτής αντλήσει τα απαραίτητα στοιχεία, θα καταρτίσει το πρώτο οργανόγραμμα, το οποίο θα συζητήσει πολύ με τον οργανισμό, για να καταλήξει προοδευτικά στο οριστικό Διάγραμμα Οργάνωσης του συνεδρίου.

Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που είναι ένα σημαντικό μέρος της πελατείας του αποτελείται από συνέδρια, έχουν υπεύθυνο συντονιστή της προετοιμασίας και διεξαγωγής του. Αυτός είναι ο διευθυντής συνεδρίων (Convention Service Manager) που συνήθως αναφέρεται στον γενικό διευθυντή της μονάδας και επικοινωνεί έχοντας όλη την απαραίτητη συνεργασία με τα τμήματα που εμπλέκονται.

Σε μεσαίου μεγέθους μονάδες ή γενικά στα ξενοδοχεία εκείνα που σπάνια διενεργούνται συνέδρια, ο διευθυντής δεξιώσεων είναι ο πιο αρμόδιος από τα στελέχη για να ασχοληθεί με την προετοιμασία και διεξαγωγή τους. Άλλοτε ένας μόνιμος συνεργάτης που έχει τον τίτλο του υπεύθυνου των συνεδρίων και εκχωρείται σε αυτόν κάθε σχετική αρμοδιότητα.

Σε μικρότερες μονάδες με μικρό κύκλο εργασιών συνεδριακής πελατείας και με δυνατότητες μόνο για μικρά συνέδρια, ο maitre d'hotel με την βοήθεια του διευθυντή του ξενοδοχείου αναλαμβάνει όλη την προετοιμασία και διεξαγωγή τους.

Γραμματεία

Βασικός μοχλός της ομαλής διεξαγωγής ενός συνεδρίου, είναι η γραμματεία που λειτουργεί επιτόπου. Τα στελέχη που θα απαρτίζουν την γραμματεία πρέπει να διακρίνονται από οργανωτική πληρότητα, ευελιξία, ταχύτητα, ψυχραιμία δυνατότητα, αντοχή και να έχουν ευγενική και ευχάριστη συμπεριφορά. Απαραίτητο είναι επίσης μερικά από τα στελέχη της γραμματείας –αν όχι όλα-να είναι τα ίδια που είχαν εργαστεί στην προκαταρκτική γραμματεία , για να έχουν τη συνέχεια της εικόνας και να γνωρίζουν πρόσωπα, καταστάσεις, πράγματα και κυρίως προβλήματα.

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

3.6.3 Πρόγραμμα

Η οργάνωση ενός συνεδρίου δεν μπορεί να προχωρήσει αν δεν έχει καταρτισθεί από τα πρώτα βήματα ένα –στοιχειώδες έστω-ένα πρόγραμμα. Αυτό θα αποτελέσει τον οδηγό για όλη την οργάνωση του συνεδρίου. Το ίδιο αυτό πρόγραμμα με όλες τις προσθαφαιρέσεις και αλλαγές που θα γίνονται προοδευτικά, θα μετασχηματιστεί κάποια στιγμή στο τελικό πρόγραμμα πριν την διεξαγωγή του συνεδρίου.

3.6.4 Διακόσμηση

Η διακόσμηση των χώρων μπορεί να γίνει με την προσθήκη φυτών, λουλουδιών σε χώρους που δεν υπήρχε πριν ανάλογη διακόσμηση, καθώς επίσης με προσθήκη μεγάλων φωτογραφιών , αφισών και λοιπά.

Όταν πρόκειται για διεθνές συνέδριο οι σημαίες όλων των χωρών των εκπροσώπων του συνεδρίου είναι κάτι που δεν μπορεί να παραληφθεί, αρκεί βέβαια να μην είναι το μόνο διακοσμητικό , αφού αποτελεί εύκολη λύση όσον αφορά τη διακόσμηση.

Τέλος, θα πρέπει να προσθέσουμε ότι λίγη φαντασία και δημιουργικότητα θα μπορούσαν να μπορούσαν να συντελέσουν σε μια πρωτότυπη διακόσμηση των χώρων του συνεδρίου γι'αυτό πολλές φορές κρίνεται απαραίτητη η πρόσληψη διακοσμητών γι'αυτή τη δουλειά.

3.6.5 Επισιτιστικές υπηρεσίες



Η συμμετοχή των επισιτιστικών υπηρεσιών είναι απαραίτητη για τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου. Πρόκειται δηλαδή για ένα σημαντικό μέρος τους συνεδριακού πακέτου και ταυτόχρονα αποφέρει σημαντικό κέρδος στο ξενοδοχείο όπου λαμβάνει χώρα το συνέδριο.

Τα είδη του μενού που θα προσφερθούν , ο τρόπος σερβιρίσματος, ο ξενοδοχειακός χώρος όπου θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις και ο αριθμός των συμμετεχόντων σε αυτές έχουν μεγάλη σημασία. Οι αρχικές συμφωνίες περιγράφουν είδη μενού, τρόπους σερβιρίσματος, τους ξενοδοχειακούς χώρους όπου θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις και τον αριθμό συμμετεχόντων σε αυτές . για συνέδρια που κλείνονται καιρό πριν χρειάζεται πολλή προσοχή στην κοστολόγηση των υπηρεσιών διατροφής.

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

Ο διευθυντής συνεδρίων ενημερώνει όχι μόνο το τμήμα δεξιώσεων αλλά και την κουζίνα που θα παρασκευάσει το συγκεκριμένο μενού. Ο διευθυντής δεξιώσεων αναλαμβάνει το σερβίρισμα του μενού και τις σχετικές με αυτό υπηρεσίες, όπως η κατάλληλη διαρρύθμιση του χώρου.

Η χωρητικότητα ατόμων σε αίθουσες που χρησιμοποιούνται για εστίαση(τραπεζαρίες, εστιατόρια, αίθουσες εστιατορίων) ποικίλει ανάλογα με το είδος της συγκεκριμένης εκδήλωσης.

Κατά τη διεξαγωγή των συνεδρίων είναι δυνατόν να υπάρχουν :

- Προγεύματα , γεύματα ή δείπνα με κλασσικό τρόπο ή σε στυλ μπουφέ
- Δείπνα με κάποιο καλλιτεχνικό πρόγραμμα ή χορό
- Προσφορά καφέ στα διαλείμματα των συνεδριάσεων(coffe breaks)
- Προσφορά ποτών και ορεκτικών στην έναρξη του συνεδρίου(reception party)
- Προσφορά ποτών, η οποία είναι δυνατόν να γίνει με έναν από τους παρακάτω τρόπους:

- Ανοικτό μπαρ(open bar) οπού οι σύνεδροι επιλέγουν ποτά της αρεσκείας τους και οι διοργανωτές τα εξοφλούν μετά. Αυτό γίνεται σε καθορισμένους χώρους και χρόνους. Οι χρεώσεις όσον αφορά το συγκεκριμένο τύπο μπαρ γίνονται με τρεις βασικούς τρόπους:

- Βάσει των ποτών που καταναλώθηκαν από τους καλεσμένους
- Βάσει του αριθμού των καλεσμένων
- Βάσει του αριθμού των μπουκαλιών που ανοίχθηκαν

- Μπαρ τις μετρητοίς, όπου οι σύνεδροι πληρώνουν οι ίδιοι τα ποτά που θα καταναλώσουν. Η πληρωμή γίνεται με δυο τρόπους, είτε τις μετρητοίς , είτε με κουπόνια που αγοράζονται και παραδίδονται κατά την αγορά του ποτού.

Ανταπόκριση των συνέδρων στις υπηρεσίες διατροφής

Είναι δύσκολο στους οργανωτές του συνεδρίου να γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό των συνέδρων. Υπολογίζεται ένας ελάχιστος και ένας μέγιστος αριθμός συμμετοχής και έτσι καθορίζεται η συμφωνία. Εάν π.χ. η συμφωνία για ελάχιστη συμμετοχή είναι για 300 άτομα και παρευρεθούν τα 280 άτομα θα καταβληθεί το αντίτιμο για 300 άτομα.

Οικονομική επιβάρυνση

Κλασσικοί τρόποι της επιβάρυνσης αποφεύγονται γιατί σε μεγάλο αριθμό συνέδρων είναι χρονοβόροι.

Εκτός αυτού ο τρόπος χρέωσης με υπογραφές δε συνιστάται γιατί μερικοί σύνεδροι μπορεί να μην είναι πελάτες του ξενοδοχείου. Η πρακτική της αποστολής προσκλήσεων λύνει πολλά προβλήματα. Οι προσκλήσεις είναι δυνατόν να συλλέγονται είτε στη είσοδο του χώρου όπου γίνεται η εκδήλωση , είτε . στα τραπέζια.

Το μέτρημα των πιάτων που σερβίρονται από την κουζίνα δεν εξυπηρετεί πάντα γιατί δεν αποτελεί αμοιβαίο τρόπο ελέγχου της οικονομικής επιβάρυνσης τόσο από την πλευρά της επιχείρησης όσο και από την πλευρά του πελάτη.

3.6.6 Ψυχαγωγία συνέδρων και συνοδών

Η ψυχαγωγία των συνέδρων έχει μεγάλη σημασία, εφόσον πολλοί από αυτούς συνδυάζουν τη συμμετοχή τους στο συνέδριο με ετήσιες ή ολιγοήμερες διακοπές τους. Είναι ήδη γνωστή η αναγκαιότητα ψυχαγωγίας και απασχόλησης των συνοδών και συνέδρων , ενηλίκων ή και παιδιών. Το ξενοδοχείο γνωρίζει τις δυνατότητες του για προσφορά τέτοιων υπηρεσιών και φροντίζει να προσφέρει τις καταλληλότερες για κάθε περίπτωση(από άποψη είδους, πλήθους δραστηριοτήτων και φυσικά τιμής)

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

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

Όσο αφορά τις συζύγους των συνέδρων οι κύριες δραστηριότητες που θα μπορούσαν να προτιμηθούν είναι:

- Συγκεντρώσεις σε μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα με ζεστή και φιλική ατμόσφαιρα, όπου οι σύνεδροι θα μπορούν άνετα να ξεκουραστούν διαβάζοντας ή συζητώντας
- Εκδηλώσεις με την τρέχουσα γυναικεία μόδα κατά την διάρκεια των οποίων να σερβίρονται κοκτέιλ και να δίνονται αναμνηστικά δώρα. Οι εκδηλώσεις αυτές μπορούν να χρηματοδοτηθούν και από καταστήματα γυναικείων ρούχων που βρίσκονται στη περιοχή της μονάδας με σκοπό τη συμμετοχή και προβολή τους,

- Οργάνωση περιπάτων στα εμπορικά κέντρα αγορών της πόλης με σκοπό τα ψώνια. Για τη μεταφορά από και προς τα σημεία προορισμού είναι υπεύθυνο το ξενοδοχείο,
 - Ξενάγηση στα μνημεία της περιοχής . η παρουσία ξεναγού είναι απαραίτητη
 - Στούντιο ομορφιάς
 - Ομιλίες από προσκεκλημένους γιατρούς, ψυχολόγους , κοινωνιολόγους κ.λ.π.
- Θα πρέπει να δοθεί σημαντική προσοχή στον τομέα της ψυχαγωγίας των συνοδών των συνέδρων αφού από την μέχρι τώρα διεθνή εμπειρία που αφορά τα συνέδρια διαπιστώνεται ότι τρεις στους δέκα συνέδρους συνοδεύονται.

3.6.7 Υποδοχή-αναχώρηση

Το Α και το Ω μιας εκδήλωσης αποτελεί ο τρόπος με τον οποίο υποδεχόμαστε και αποχαιρετάμε τους καλεσμένους μας. Είναι περιττό να τονιστεί ότι μια όμορφη και ευγενική υποδοχή αποτελεί την πρώτη και σημαντικότερη ψυχολογική επένδυση στους καλεσμένους που τους προδιαθέτει ευνοϊκά ότι πρόκειται να εξασφαλιστεί χωρίς ταλαιπωρία, γρήγορα, άνετα η μεταφορά τους από το σημείο άφιξης στο ξενοδοχείο τους. Αυτό είναι πολλές φορές αποτελεσματικότερο από την προσφορά λουλουδιών γιατί το άρωμα λουλουδιών δεν μπορεί να καλύψει την ταλαιπωρία.

Ενώ συνήθως οι οργανωτές φροντίζουν το θέμα της υποδοχής , σπάνιο ασχολούνται με την εξίσου σημαντική αποχώρηση των καλεσμένων. Παρά το γεγονός ότι είναι γνωστή η δύναμη της τελευταίας εντύπωσης, συνήθως οι καλεσμένοι χάνουν τους οικοδεσπότες και τους οργανωτές κατά τις τελευταίες ώρες πριν από την αναχώρησή τους. Κι όμως ένα ζεστό ξεπροβόδισμα μπορεί να απαλύνει κάποιες ατέλειες της οργάνωσης ή και να ενισχύσει σημαντικά τις καλές εντυπώσεις.

Συνηθίζεται τα συνέδρια να ανοίγουν και να κλείνουν πανηγυρικά με την οργάνωση ειδικών τελετών. Το άνοιγμα γίνεται με την κήρυξη της έναρξης των εργασιών τους από

κάποια σημαντική προσωπικότητα(πολιτική, οικονομική, πνευματική ή άλλη)και το κλείσιμο με δεξίωση.

4. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ – ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ



4.1 Η σημασία του συνεδριακού τουρισμού στο νομό Αττικής

Αναμφίβολα ο συνεδριακός τουρισμός προσφέρει μεγάλες δυνατότητες στα ξενοδοχεία. Με δεδομένες τις περιορισμένες προοπτικές του τουρισμού διακοπών, τα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας πρέπει να εστιάσουν τις προσπάθειες τους στην ανάπτυξη του επιχειρησιακού τουρισμού. Ο ρόλος και η σημασία του συνεδριακού τουρισμού αποτελούν το αντικείμενο της μελέτης της διπλωματικής εργασίας σε επίπεδο «Master of Science» του κ.Π.Μακάρη , στο πανεπιστήμιο του Surrey(Μεγάλη Βρετανία), η οποία εκπονήθηκε το 1993 με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου και συμπεριέλαβε όλα τα αθηναϊκά ξενοδοχεία.

Τα προβλήματα του αθηναϊκού τουρισμού είναι πολύ γνωστά.

Η Ελλάδα γενικότερα έχει καθιερωθεί ως τόπος και προορισμός ήλιου, άμμου και θάλασσας ενώ τα ελληνικά νησιά έχουν αναπτυχθεί σε ανεξάρτητους προορισμούς χωρίς τη μεσολάβηση ενδιάμεσου σταθμού. Αυτή η πραγματικότητα οδήγησε την τουριστική ζήτηση με έντονη εποχικότητα, μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης καθώς και στη δραματική μείωση του ποσοστού των αφίξεων στην πρωτεύουσα έναντι των αφίξεων σε όλη τη χώρα. Σαν να μην ήταν όλα τα παραπάνω αρκετά, η τουριστική εικόνα της πρωτεύουσας στο εξωτερικό δεν είναι πολύ καλή λόγω των αναρίθμητων προβλημάτων υποδομής που την χαρακτηρίζουν.

Σαν αποτέλεσμα η αθηναϊκή ξενοδοχειακή αγορά αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα σε όλο της το φάσμα. Δεν είναι πλέον λίγοι αυτοί που υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θα μπορούσε να βοηθήσει στο να λυθούν κάποια από τα προβλήματα αυτά. Η προθυμία συμμετοχής των διευθυντών στην εν λόγω έρευνα σηματοδότησε το ενδιαφέρον των ξενοδόχων για τη συνεδριακή αγορά.

Μεθοδολογία

Η έρευνα είχε τρία βασικά αντικείμενα μελέτης. Ένα μικρό σχετικά μέρος αφορούσε στην εκτίμηση του μεγέθους της συνεδριακής αγοράς, ενώ το κύριο βάρος δόθηκε στην αξιολόγηση των παραγόντων που καθορίζουν την επιτυχία των ξενοδοχείων στην συνεδριακή αγορά. Η αξιολόγηση έγινε με σύστημα «tick box», με διαβαθμίσεις από «όχι σημαντικό»(1), «σημαντικό»(2), «πολύ σημαντικό»(3) έως «εξαιρετικά σημαντικό»(4) και με τον τρόπο αυτό αξιολογήθηκαν 28 παράγοντες. Με τον ίδιο τρόπο αξιολογήθηκαν και 10 από τα προβλήματα που πιθανόν δημιουργεί η φιλοξενία συνεδρίων στη λειτουργία των ξενοδοχείων. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται παρακάτω.

Μέρος 1^ο

Η κατάταξη των παραγόντων κατά σειρά σπουδαιότητας έγινε με βάση το μέσο όρο που συγκέντρωσε ο κάθε παράγοντας προσθέτοντας τις αξιολογήσεις που έλαβε από όλους τους ερωτηθέντες και διαιρώντας με τον πληθυσμό τους

Στο σημείο αυτό θα ήταν χρήσιμο να γίνουν κάποιες αρχικές διαπιστώσεις. Οι συνεδριακές εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων αποτελούν τον βασικότερο παράγοντα επιτυχίας. Η καλή μόνωση από ήχο και φως, η πολυτέλεια, η άνεση και η καταλληλότητα της συνεδριακής αίθουσας καθώς επίσης και η επάρκεια τεχνικής υποστήριξης, είναι οι πιο καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία ενός ξενοδοχείου στην συνεδριακή αγορά.

Σχεδόν εξίσου σημαντική είναι η πείρα του ξενοδοχείου στη φιλοξενία ενός συνεδρίου και η διοικητική του υποδομή σε σχέση με τα συνέδρια. Οι οργανωτές συνεδρίων νοιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια όταν πραγματοποιούν τα συνέδρια τους σε ξενοδοχεία όπου επιτυχημένα συνέδρια έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν και έχουν κάποιο άνθρωπο που να είναι αποκλειστικά επιφορτισμένος με την ευθύνη της διεξαγωγής του συνεδρίου, τουλάχιστον όσον αφορά τις λειτουργίες του ξενοδοχείου.

Είναι χαρακτηριστικό το ότι οι διευθυντές των ξενοδοχείων της Αθήνας, αντιλαμβάνονται ότι η πολιτική τιμών που ακολουθούν είναι σχετικά δευτερεύουσας σημασίας, για την επιτυχία τους στην συνεδριακή αγορά.

Οι προαναφερόμενοι παράγοντες αξιολογούνται σαν πολύ περισσότερο σημαντικοί. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η έρευνα περιορίστηκε στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα ξενοδοχεία της Αθήνας, στην οποία η έλλειψη συνεδριακών αιθουσών τοποθετεί τα ξενοδοχεία σε πλεονεκτική θέση απέναντι στους οργανωτές, κατά τον καθορισμό των τιμών, ειδικά όταν πρόκειται για μεγάλο συνέδριο, όπου η διαθεσιμότητα κατάλληλων αιθουσών είναι περιορισμένη. Το ανάλογο συμβαίνει και κατά την αξιολόγηση της πολιτικής κρατήσεων των ξενοδοχείων, η οποία επίσης έχει αξιολογηθεί σαν παράγοντας δευτερεύουσας σημασίας.

Μέρος 2^ο

Το δεύτερο μέρος της μελέτης προσπάθησε να ανιχνεύσει τα κυριότερα προβλήματα που δημιουργούνται στα ξενοδοχεία λόγω της φιλοξενίας των συνεδρίων. Μια σειρά από πιθανά προβλήματα ζητήθηκε να αξιολογηθούν από τους διευθυντές που συμμετείχαν στην έρευνα, τα οποία έχουν μέσο όρο μικρότερο από 2, θεωρούνται δηλαδή ως μη σημαντικά. Στο τμήμα αυτό του ερωτηματολογίου παρατηρήθηκε μια διαφοροποίηση στις απαντήσεις μεταξύ των ξενοδοχείων που ανήκουν σε αλυσίδα ξενοδοχείων και των ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε αλυσίδες θεώρησαν όλα τα πιθανά λειτουργικά προβλήματα ως καθόλου σημαντικά. Στις ανεξάρτητες επιχειρήσεις παρατηρήθηκε ένας μεγάλος προβληματισμός. Παρ'όλα αυτά όλοι οι ερωτηθέντες υποστήριξαν ότι ένα συνέδριο δεν προκαλεί προβλήματα στη λειτουργία των ξενοδοχείων, εφόσον υπάρχει η κατάλληλη οργάνωση, προγραμματισμός και εμπειρία.

Μέρος 3^ο

Στο τρίτο μέρος, η έρευνα προσπάθησε να κάνει μια αρχική εκτίμηση του μεγέθους της συνεδριακής αγοράς και να εντοπίσει τα χαρακτηριστικά στα οποία οι διευθυντές των ξενοδοχείων της Αθήνας δίνουν περισσότερη σημασία. Σε γενικές γραμμές λοιπόν, η συνεδριακή αγορά καλύπτει τη στιγμή αυτή ένα ποσοστό ένα ποσοστό της τάξεως του 12%-14% της συνολικής κίνησης στα ξενοδοχεία της Αθήνας. Στο ίδιο μέρος της έρευνας, αξιολογήθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά του συνεδριακού τουρισμού. Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν πολύ σημαντικό το γεγονός ότι τα συνέδρια πραγματοποιούνται, κατά κύριο λόγο, εκτός της περιόδου μεγάλης ζήτησης, δηλαδή τον Απρίλιο, τον Μάιο, τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο. Μερικοί διευθυντές, μάλιστα υποστήριξαν ότι τα συνέδρια δημιουργούν τη δική τους «peak season».

Ένα ακόμα ενδιαφέρον στοιχείο, είναι το βάρος που έδωσαν όλοι οι ερωτηθέντες σε δευτερογενή χαρακτηριστικά της συνεδριακής αγοράς. Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν πολύ σημαντική την προβολή του εκάστοτε ξενοδοχείου, λόγω της φιλοξενίας μεγάλων συνεδρίων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Δίνεται επίσης η δυνατότητα στα ξενοδοχεία να γίνουν γνωστά σε πιθανούς μελλοντικούς πελάτες που γνώρισαν το ξενοδοχείο και σχημάτισαν για αυτό μια πρώτη εντύπωση μέσα από το συνέδριο. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ανεξάρτητες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θεωρούν ακόμη περισσότερο σημαντικά τα παραπάνω χαρακτηριστικά για τις δυνατότητες του συνεδριακού τουρισμού. Αυτό είναι φυσιολογικό, με δεδομένο τις περιορισμένες δυνατότητες προβολής μιας μεμονωμένης επιχείρησης τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό.

Αντίθετα τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε αλυσίδες απολαμβάνουν μια πλατιά αναγνωρισμένη ποιότητα των υπηρεσιών τους στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

4.2 Κατάσταση της Ελληνικής αγοράς Συνεδριακού Τουρισμού-Μειονεκτήματα

Η Ελληνική αγορά Συνεδριακού Τουρισμού παρουσιάζει ορισμένα μειονεκτήματα σε σχέση με τις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες. Εδώ πρέπει να εστιάσουμε κυρίως σε πιο πρακτικά προβλήματα και ελλείψεις, όπως αυτές προκύπτουν από συγκριτικές μελέτες, μέσα από τις οποίες διαφαίνεται ότι η Ελλάδα, ως χώρα διεξαγωγής συνεδρίων, δεν είναι μια από τις κύριες προτιμήσεις των φορέων διοργάνωσης.

Αν αναλογισθεί κανείς ότι η συμμετοχή συνέδρων στα περισσότερα συνέδρια που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό κυμαίνεται κατά μέσο όρο μεταξύ 500 και 1000 ατόμων, καταλαβαίνουμε ότι μιλάμε για εκδηλώσεις εξαιρετικού μεγέθους. Αντίθετα

στην Ελλάδα ο μέσος όρος συμμετοχής υπολείπεται κατά πολύ του διεθνούς μέσου όρου και δεν υπερβαίνει το όριο των 170 συμμετοχόντων.

Αυτό βεβαίως είναι απολύτως κατανοητό, δεδομένου ότι, αφού η ανάπτυξη του κλάδου δεν βρίσκεται και στα υψηλότερα επίπεδα, η προσφορά συνεδριακών χώρων μεγάλης χωρητικότητας είναι περιορισμένη.

Υπάρχουν στην ελληνική επικράτεια χώροι , οι οποίοι διατίθενται για διοργάνωση συνεδρίων. Από άποψη χωρητικότητας οι εν λόγω χώροι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την υποδοχή και φιλοξενία άνω των 100 ατόμων και καλύπτουν συνολικά περίπου 150.000 θέσεις. Μπορεί λοιπόν να πει κανείς ότι αυτού του είδους οι εγκαταστάσεις καλύπτουν τη συνολική ζήτηση. Δε πρέπει όμως να παραβλέπεται το γεγονός ότι, οι χώροι αυτοί εξυπηρετούν κατά κανόνα πολλών ειδών εκδηλώσεις και έχουν δημιουργηθεί για την κάλυψη διαφορετικών σκοπών. Συνεπώς , δεν αποτελούν σύγχρονες εγκαταστάσεις ειδικά δομημένες για την διοργάνωση συνεδρίων με αποτέλεσμα, λόγω έλλειψης της σωστής ειδικής υποδομής, να μην είναι σε θέση να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες.

Πέρα από τη στενότητα στη προσφορά καθαρά συνεδριακών χώρων με τον αντίστοιχο εξοπλισμό, στην Ελλάδα έχει παρατηρηθεί και μια ακόμα μεγάλη έλλειψη, η οποία παρατηρείται επίσης στο πεδίο της ειδικότερης συνεδριακής υποδομής και έγκειται στην απουσία Ειδικών Γραφείων Συνεδρίων και Φιλοξενίας, όπως αυτά είναι οργανωμένα στο εξωτερικό, κατά τα Ευρωπαϊκά και Διεθνή πρότυπα. Η ύπαρξη ενός τέτοιου γραφείου λειτουργεί ως επιτελικό όργανο για την προβολή της πόλης διεθνώς ως συνεδριακό προορισμό, συνεπώς η απουσία του είναι καταστροφική. Το δυστύχημα εδώ είναι ότι η συγκεκριμένη αυτή απουσία έχει γίνει αντιληπτή στις λοιπές αυτές χώρες και πολύ συχνά έχει επισημανθεί από τους φορείς διοργάνωσης συνεδρίων που δρουν στο εξωτερικό.

Είναι αδιαμφισβήτητο το γεγονός ότι στην προσέλκυση Συνεδριακού Τουρισμού, πρωταγωνιστικό ρόλο διαδραματίζουν η ύπαρξη και η καλή λειτουργία τόσο της γενικής όσο και της ειδικής υποδομής. Παρ'όλα αυτά, μια άλλη συνιστώσα εξίσου σημαντική, είναι και η ύπαρξη του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού. Ο βαθμός εξειδίκευσης τόσο της υποδομής όσο και του προσωπικού, είναι στοιχείο άρρηκτα συνδεδεμένο με το γενικότερο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιοχής. Αυτό γίνεται άμεσα κατανοητό, αν εξετάσει κανείς με προσοχή τη γεωγραφική κατανομή των συνεδρίων παγκοσμίως.

Στην Ελλάδα παρατηρείται το φαινόμενο, άτομα που απασχολούνται στον συνεδριακό τουρισμό, να προέρχονται από τον κλάδο του Γενικού Τουρισμού ή από άλλους παρεμφερείς με το αντικείμενο του κλάδου.

Η ενασχόληση τους με τον συγκεκριμένο τομέα, έχει τις περισσότερες φορές χαρακτήρα συμπληρωματικής και όχι κύριας απασχόλησης. Στην ουσία η επιλογή τους να εργασθούν σε κάποιο συνέδριο, υποκινείται από την επιθυμία τους να αυξήσουν το κύριο εισόδημα τους ή ακόμα να αποκτήσουν μια νέα εργασιακή εμπειρία. Δυστυχώς, η μικρή προσφορά οργανωμένων γραφείων που ασχολούνται αποκλειστικά με το αντικείμενο των συνεδρίων, έχει ως αποτέλεσμα να μην έχει δημιουργηθεί στη συνείδηση των εργαζομένων στον κλάδο η πεποίθηση ότι ο Συνεδριακός Τουρισμός αποτελεί ένα εντελώς ξεχωριστό πεδίο, το οποίο απαιτεί εξειδίκευση στην εργασία.

4.3 Η κατάσταση του συνεδριακού τουρισμού στο νομό Αττικής και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών-μειονεκτήματα

Ο αντίκτυπος της γενικότερης κατάστασης στην Ελληνική αγορά του Συνεδριακού Τουρισμού αντηχεί, εκκωφαντικά μπορούμε να πούμε και στον Νομό Αττικής. Σε αυτό

συμβάλλει σημαντικά και τι γεγονός ότι παραδοσιακά, άλλα και για λόγους πολιτικής, οι περισσότεροι πόροι που διαθέτει το Κράτος για την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού, δεν κατευθύνονται προς την Πρωτεύουσα, αλλά προς τη συμπρωτεύουσα. Βεβαίως η καλή οργάνωση της Θεσσαλονίκης πάνω στον συγκεκριμένο τομέα είναι εξαιρετικά επιθυμητή. Ωστόσο, η μονόπλευρη αυτή κρατική στήριξη, μειώνει κατά πολύ τη θέση της Αθήνας καθώς και το αντίστοιχο μερίδιο της στον διεθνή Συνεδριακό Τουρισμό. Δεν θα πρέπει να παραβλέπουμε το γεγονός ότι όταν μιλάμε για την πρωτεύουσα, στην πραγματικότητα αναφερόμαστε σε μια πόλη που υπήρξε το μεγαλύτερο πνευματικό κέντρο στην αρχαιότητα. Είναι λοιπόν σαφές ότι σε μια διεθνή μεγαλούπολη με τεράστια ιστορική σημασία, όπως η Αθήνα, δεν αρμόζει να μην μπορεί να φιλοξενήσει ικανοποιητικά ένα διεθνές συνέδριο.

Σήμερα, στην περιοχή της Αττικής, τα συνέδρια διοργανώνονται σε αίθουσες ξενοδοχείων, σε αίθουσες πολλαπλών χρήσεων και σε κέντρα ή ιδρύματα όπως το Ζάππειο Μέγαρο. Τα δε μεγάλου μεγέθους συνέδρια μπορούν να φιλοξενηθούν μόνο σε στάδια όπως το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, τα οποία διαμορφώνονται εκτάκτως για τις ανάγκες τους.

Ειδικά, οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες, όπως DIVANI, HILTON, INTERCONTINENTAL και άλλες, κατά τις τελευταίες ανακαινίσεις τους έχουν προβεί στην κατασκευή ειδικών χώρων προκειμένου να φιλοξενήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο Συνεδριακές συναθροίσεις.

Οι χώροι αυτοί είναι διαμορφωμένοι κατά τέτοιο τρόπο ώστε να παρουσιάζουν αρκετά πλεονεκτήματα, όπως πλήρως εξοπλισμένες αίθουσες με ειδικούς φωτισμούς και ηχομόνωση, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις μπορούν να φιλοξενήσουν ακόμα και μεσαίου μεγέθους συνέδρια. Παρ'όλα αυτά η ξενοδοχειακή δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα την τελευταία διετία, δεν φτάνει να καλύψει τα κενά της οργάνωσης του Συνεδριακού Τουρισμού στην Αθήνα δεδομένου ότι πρόκειται για κινήσεις που γίνονται από μεμονωμένους επιχειρηματίες που κυρίως στοχεύουν στην αύξηση κερδών των

επιχειρήσεων τους μάλλον , παρά στην προώθηση των συμφερόντων και των θέσεων της Πρωτεύουσας.

Είναι κατά συνέπεια , ευκρινέστατο το ότι η Αθήνα βρίσκεται στη δυσμενή θέση να μην μπορεί να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες στον κλάδο του Συνεδριακού Τουρισμού, παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια συγκεντρώνει το ενδιαφέρον πολύ περισσότερων διεθνών και ευρωπαϊκών συναντήσεων, σε σχέση με το παρελθόν.

Η παρούσα κατάσταση έχει δημιουργηθεί έτσι εξαιτίας σοβαρών ελλείψεων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει η περιοχή της Αττικής και που στην πραγματικότητα ταυτίζονται με τα αντίστοιχα που παρουσιάζονται σε όλη την Ελληνική Επικράτεια.

Η κυριότερη από τις ελλείψεις αυτές είναι η απουσία ενός μεγάλου διεθνούς συνεδριακού κέντρου. Το συγκεκριμένο πρόβλημα είναι ίσως το σημαντικότερο και χρήζει άμεσης αντιμετώπισης. Προς την κατεύθυνση αυτή εργάζονται τελευταία οι ιθύνοντες κρατικοί λειτουργοί, προκειμένου να επιτύχουν την κατασκευή ενός τέτοιου έργου. Μάλιστα γίνεται έντονα λόγος για εκμετάλλευση με αυτόν τον τρόπο της περιοχής του πρώην αερολιμένα Αθηνών και των εγκαταστάσεων του. Ήδη έχει πραγματοποιηθεί πρόσκληση εκδήλωσης επενδυτικού ενδιαφέροντος για το σκοπό αυτό, στην οποία έχουν παρουσιάσει τις προτάσεις τους. Πρόκειται για μια μεγάλη επένδυση αφού υπολογίζεται ότι το κέντρο που θα κατασκευαστεί θα είναι δυναμικότητας 10.000-15.000 θέσεων. Θα αποτελείται δε από πολλές αίθουσες, οι οποίες θα είναι σε θέση να φιλοξενούν ταυτόχρονα μεγάλου, μεσαίου και μικρού αριθμού συνέδρια. Επίσης γίνεται λόγος και για κατασκευή στον ίδιο χώρο, εκθεσιακών εγκαταστάσεων. Ειδικά αυτό το τελευταίο είναι πολύ σημαντικό γιατί πέρα από τη διοργάνωση αυτοτελών κλαδικών εκθέσεων που λειτουργούν , που συχνά παρατηρείται η παράπλευρη οργάνωση μικρού μεγέθους εκθέσεων που λειτουργούν μέσα στα πλαίσια ενός Συνεδρίου. Η εξέλιξη της πρότασης αυτής , η οποία θα πρέπει να σημειωθεί ότι αποτελεί χρόνιο αίτημα όλων όσων ασχολούνται με το συνεδριακό τουρισμό, παρακολουθείται με μεγάλο ενδιαφέρον, αφού

αναμένεται να δώσει τεράστια ώθηση στην ανάπτυξη της ειδικής αυτής μορφής Τουρισμού στον Νομό Αττικής.

Ένα ακόμα στοιχείο που οδηγεί στη μέτρια κατάσταση της αγοράς συνεδριακού τουρισμού στο νομό Αττικής, είναι και αυτό του ανταγωνισμού. Είναι κοινά αποδεκτό ότι η Αθήνα «χάνει» πολλά συνέδρια γιατί υπάρχουν άλλες ευρωπαϊκές πόλεις που προσφέρουν φθηνότερα «πακέτα» με πολύ καλύτερη και ποιοτικότερη συνεδριακή υποδομή. Ενδεικτικά, μερικοί από τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές της Αθήνας στο συγκεκριμένο κλάδο είναι η Μαδρίτη, η Βαρκελώνη, η Κωνσταντινούπολη, η Πορτογαλία, η Κύπρος και η Μάλτα, οι οποίες συνδυάζουν τα πλεονεκτήματα μιας Μεσογειακής περιοχής(ήλιο, θάλασσα, τοπία) ,με την άρτια υποδομή γενική(δρόμοι ,αεροδρόμια, μέσα μαζικής μεταφοράς) αλλά και ειδική(μεγάλα συνεδριακά κέντρα με εγκαταστάσεις ειδικά σχεδιασμένες για το σκοπό αυτό και πλήρως εξοπλισμένα με όλα τα σύγχρονα και αναγκαία «εργαλεία» όπως υπολογιστές, projectors κ.λ.π).Είναι δε σημαντικό εδώ να τονισθεί ότι, ειδικά η Τουρκία τα τελευταία χρόνια κερδίζει διαρκώς έδαφος στην αγορά του συνεδριακού τουρισμού και είναι σε θέση να επιδείξει μεγάλη ανάπτυξη στον τομέα αυτό, γεγονός που μας πείθει ακόμα περισσότερο ότι αν εκμεταλλευτούμε σωστά τις ευκαιρίες που μας δίνονται, θα μπορέσουμε και εμείς να φτάσουμε σε πολύ ικανοποιητικότερα επίπεδα στον συγκεκριμένο κλάδο.

Μεγάλο ρόλο στην αρνητική εικόνα της Αθήνας στο εξωτερικό είναι και το κυκλοφοριακό σε συνδυασμό με τη μόλυνση της ατμόσφαιρας. Ειδικά το έντονο κυκλοφοριακό πρόβλημα της πρωτεύουσας, είναι ανασταλτικός παράγοντας στην επιλογή της ως συνεδριακός προορισμός. Εδώ θα μπορούσε κανείς ότι δεν υπάρχει μεγάλη πρωτεύουσα στον κόσμο που να μην αντιμετωπίζει το πρόβλημα του κυκλοφοριακού, πολλές φορές μάλιστα σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι η Αθήνα. Δε παύει όμως το συγκεκριμένο πρόβλημα, σε συνδυασμό πάντοτε και με όλα τα υπόλοιπα να αποτελεί ένα εμπόδιο στην ανάπτυξη του συνεδριακού και όχι μόνο, τουρισμού στην Αθήνα. Βεβαίως δεν θα πρέπει να ξεχνάμε τα τελευταία έργα που πραγματοποιήθηκαν

στην περιοχή της Αττικής προ Ολυμπιακών Αγώνων, όπως το Μετρό και η Αττική Οδός, έδωσαν μια ανάσα στο μεγάλο κυκλοφοριακό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η πόλη. Επίσης, έργα όπως ο προαστιακός σιδηρόδρομος και το Τραμ, βοήθησαν κατά πολύ την υπάρχουσα κατάσταση , η οποία ωστόσο επιδέχεται σίγουρα περαιτέρω βελτιώσεις.

Το παραπάνω πρόβλημα, εντείνεται αν εξεταστεί παράλληλα με την κατάσταση και τη «συμπεριφορά» των μέσων μαζικής μεταφοράς, τόσο των δημοσίων(λεωφορεία, τρένα, μετρό, τρόλεϊ) όσο και των ιδιωτικών(ταξί). Είναι δυστυχώς γεγονός ότι ακόμα και σήμερα, υπάρχουν περιοχές της Αθήνας που είτε δεν εξυπηρετούνται από τα μέσα μαζικής μεταφοράς ή δε συνδέονται μεταξύ τους με κάποια γραμμή. Παρατηρείται συχνά το φαινόμενο για να πρέπει κανείς να κατευθυνθεί από μια περιοχή σε μια διπλανή της να πρέπει να περάσει οπωσδήποτε από το κέντρο της πόλης, να αλλάξει δύο τουλάχιστον μεταφορικά μέσα και τελικά να καταναλώσει πολύ χρόνο για μια σχετικά μικρή απόσταση. Η μετακίνηση λοιπόν με αυτά δυσχεραίνει πολύ. Από την άλλη μεριά, αν κάτι τέτοιο δε τιμά τη χώρα μας, η συμπεριφορά ορισμένων οδηγών ταξί έχει προκαλέσει πολλές φορές δυσμενή σχόλια στο εξωτερικό , που αμαυρώνουν την εικόνα της πρωτεύουσας και δημιουργούν περαιτέρω προβλήματα στην ανάπτυξη της, όπως έχει επισημανθεί και από το έγκυρο διεθνές έντυπο Business Traveler. Θα πρέπει κατά συνέπεια να γίνει καλύτερος σχεδιασμός της κάλυψης της Αθήνας από τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ώστε να μην παρατηρούνται κενά, να υπάρχει συχνή και καλή ανταπόκριση στους τερματικούς σταθμούς , να υπάρχει καλύτερη παιδεία, ώστε να καταφέρουμε να αλλάξουμε τη νοοτροπία των οδηγών και να τους ωθήσουμε σε σωστότερες συμπεριφορές και το κυριότερο, να υπάρχουν μέσα που θα μπορούν να εξυπηρετούν άμεσα και μέχρι τον τελικό τους προορισμό τους επισκέπτες στη χώρα μας.

Τέλος ,δεν θα πρέπει να ξεχνάμε τον παράγοντα απεργία. Πολλές φορές παρατηρείται, ειδικά σε περιόδους αιχμής ,οι υπάλληλοι του Εθνικού μας αερομεταφορέα, να προβαίνουν σε απεργίες, που αποτελούν σαφώς εμπόδια στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

Αυτές οι στάσεις εργασίας , με όλα τα συνακόλουθα τους(καθυστερήσεις πτήσεων και η γενικότερη κατάσταση του αεροδρομίου), δημιουργούν μια χαώδη κατάσταση, η οποία όχι μόνο έχει καταστρεπτικές συνέπειες για τον τουρισμό γενικότερα, αλλά προκαλεί και μεγάλη δυσφήμιση για τη χώρα μας ,με αποτέλεσμα να συμβάλλει στη συντήρηση μιας κακής εικόνας που παρουσιάζουμε στο εξωτερικό. Κανείς φυσικά δε μπορεί να αρνηθεί στους εργαζόμενους το δικαίωμα της απεργίας, παρ'όλα αυτά θα πρέπει το συγκεκριμένο μέτρο να χρησιμοποιείται με σύνεση από την πλευρά τους έτσι ώστε να είναι και αποτελεσματικό και όσο το δυνατόν ανώδυνο τουλάχιστον για όσους επισκέπτονται τη χώρα μας από το εξωτερικό και μπορεί να γίνουν εύκολα η ζωντανή δυσφήμιση ή διαφήμιση αυτής, ανάλογα με το τι θα αντιμετωπίσουν κατά τη διαμονή τους εδώ.

Όλα τα παραπάνω, αποτελούν τους ενοχλητικούς εκείνους παράγοντες, που έχουν συμβάλλει στη διαμόρφωση της υπάρχουσας κατάστασης στον κλάδο του Συνεδριακού Τουρισμού. Αυτά είναι και τα σημεία που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε, έτσι ώστε να συρρικνωθούν ή ακόμα και να εξαλειφθούν οι αρνητικές συνέπειες που απορρέουν από αυτά. Η αντιμετώπιση τους δε, θα πρέπει να είναι αποτελεσματική, αν θέλουμε να επιτύχουμε βελτίωση της κατάστασης στο Ν.Αττικής και τελικά, ώθηση για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου στην περιοχή και στη χώρα γενικότερα.

4.3.1 Τι λείπει από τη συνεδριακή Αθήνα;

Οι ελλείψεις της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός έχουν αποτελέσει εδώ και αρκετά χρόνια αντικείμενο συζήτησης, έχουν γραφτεί πραγματικά δεκάδες άρθρα, μελέτες και αναλύσεις και έχει γίνει θέμα σε συνέδρια και ημερίδες. Πραγματικά αυτό το θέμα έχει εξαντληθεί, έχουν ειπωθεί τόσο πολλά για κατασκευή μεγάλου διεθνούς συνεδριακού κέντρου και για την ανάγκη εντονότερης δραστηριοποίησης του ενιαίου φορέα προβολής και προσέλκυσης συνεδρίων (Convention & Visitors Bureau), με αποτέλεσμα όσο λιγότερα λέμε τόσο το καλύτερο.

Εκτός από τις παραπάνω ελλείψεις της Αθήνας υπάρχουν και άλλες παρεμβάσεις που θα έδιναν άλλο αέρα στη πρωτεύουσα όχι μόνο για προσέλκυση συνεδρίων διεθνούς εμβέλειας αλλά και για την εικόνα της ως τουριστικός προορισμός.

1. Αξιοποίηση της παραλιακής

Φιλόδοξα-μεγαλεπήβολα σχέδια για επενδυτική αξιοποίηση της ευρείας παραλιακής ζώνης από το Φάληρο μέχρι και το Σούνιο έχουν εδώ και χρόνια επεξεργαστεί. Είναι πλέον επιτακτική η ανάγκη να αναδειχθεί όλη αυτή η περιοχή σε πόλο τουρισμού, αθλητισμού καθώς και πολιτισμού, θεάματος και διασκέδασης με την κατασκευή συνεδριακών, αθλητικών και πολιτιστικών κέντρων.

2. Ένα μεγάλο πάρκο

Η δημιουργία πάρκου στο χώρο του πρώην αεροδρομίου του Ελληνικού εκτός από ότι θα αποτελούσε ασπίδα κατά της ρύπανσης της ατμόσφαιρας, θα εξασφάλιζε καλύτερη ποιότητα ζωής για τους κατοίκους της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας. Επιπλέον θα αποτελούσε πόλο έλξης για τους κατοίκους του Λεκανοπεδίου αλλά και για τους επισκέπτες της πόλης.

3. Ενυδρείο

Ενώ ενυδρεία λειτουργούν στις σημαντικότερες πόλεις της Ευρώπης (όπως Λονδίνο, Παρίσι, Ρώμη) είναι το λιγότερο περίεργο ότι η Αθήνα -να σημειωθεί ότι είναι η μοναδική πρωτεύουσα στην Ευρώπη τόσο κοντά στη θάλασσα- δεν διαθέτει. Ένα καλό ενυδρείο μπορεί να αποτελέσει σημαντικό τουριστικό αξιοθέατο, ενώ γενικότερα τα ενυδρεία θεωρούνται όχι μόνο χώροι αναψυχής/ανάπαυσης και θαυμασμού αλλά και τόποι κουλτούρας, επιστήμης και επιχειρηματικής δραστηριότητας.

4. Θεματικό πάρκο

Υπάρχουν εδώ και χρόνια σχέδια για δημιουργία θεματικού πάρκου τύπου Ντίσνεϊλαντ στην Ανάβυσσο, με θέμα τους 12 άθλους του Ηρακλή-σχέδια που έχουν "κολλήσει" στο Συμβούλιο Επικρατείας. Αναμφίβολα η δημιουργία μιας τέτοιας υποδομής θα είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για την Αθήνα.

Είναι αυτονόητο ότι οι παραπάνω υποδομές από μόνες τους δεν είναι ικανές να προσελκύσουν συνέδρια στην Αθήνα, ωστόσο α. θα βελτιώσουν σε μεγάλο βαθμό το image της πόλης, β. είναι γνωστό ότι ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή ενός τόπου για διεξαγωγή συνεδρίων είναι η δυνατότητα και οι υποδομές που προσφέρει στους σύνεδρους και τα συνοδευόντα μέλη για άλλες δραστηριότητες και αναψυχή κατά τη διάρκεια του συνεδρίου.

4.4 Πλεονεκτήματα και προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού

Μέχρι το σημείο αυτό, έχει γίνει μεγάλη αναφορά στα αρνητικά στοιχεία του Νομού Αττικής, τα οποία δυσχεραίνουν την διαμονή, μεταφορά κλπ. όσων επισκέπτονται τη χώρα μας για διάφορους λόγους, μεταξύ των οποίων και οι Συνεδριακοί. Ωστόσο, η περιοχή της Αθήνας παρουσιάζει εξαιρετικά πλεονεκτήματα που μπορεί να εκμεταλλευτεί στο έπακρο και να τα μετατρέψει σε πραγματικές ευκαιρίες και προοπτικές ανάπτυξης, ικανές να την εκτοξεύσουν σε μια από τις πρώτες θέσεις της διεθνούς κατάταξης.

Πρώτο μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα είναι η γεωγραφική θέση της πόλης. Η Αθήνα είναι θα έλεγε κανείς μια από τις ευλογημένες πόλεις της Ελλάδας. Χτισμένη στο κέντρο μιας πεδιάδας, η μια πλευρά της βρέχεται από τα γαλανά νερά του Σαρωνικού, ενώ οι άλλες καλύπτονται από σειρά βουνών, συνδυάζει βουνό και θάλασσα. Αυτό τη καθιστά

έναν πολύ ελκυστικό Συνεδριακό προορισμό, υπό τον όρο ότι είναι εύκολος ο συνδυασμός των συνεδρίων με περιηγήσεις ή ακόμα και με κρουαζιέρες.

Συνεπακόλουθο της γεωγραφικής της τοποθεσίας είναι και οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες της Αθήνας. Δεν μπορούμε να παραβλέψουμε το γεγονός ότι το καλοκαίρι στην πρωτεύουσα ξεκινά δειλά-δειλά από τον Απρίλιο και τελειώνει με το τέλος του Οκτωβρίου. Ακόμα όμως και τους πέντε μήνες που υπολείπονται, ο καιρός παραμένει καλός. Με μακρύ λοιπόν καλοκαίρι και με ήπιο χειμώνα, η Αθήνα δε μπορεί παρά να αποτελεί τον ιδανικό συνεδριακό προορισμό για όλο το χρόνο.

Στο πιο πάνω συντελεί και η μακρά ιστορία της πόλης από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η Αθήνα αριθμεί γύρω στα 5000 χρόνια από τη γέννηση της και είναι ίσως μια από τις πιο παλιές πόλεις που υπάρχουν ακόμα μέχρι τον αιώνα μας. Τα σημάδια αυτής της χιλιόχρονης πορείας είναι έκδηλα σε όλη την πόλη. Η Αθήνα λοιπόν έχει να επιδείξει τόσο κτίσματα αρχαιολογικά, όπως ο Παρθενώνας, τα Προπύλαια, το Ερεχθείο όσο και διάφορα άλλα ευρήματα που βρίσκονται διάσπαρτα στα Μουσεία της. Ο πολιτισμός της πόλης και η ιστορία της είναι τόσο σημαντικά που ακόμα και οι σταθμοί του μετρό είναι μικρά μουσειακά αριστουργήματα. Τα παραπάνω λειτουργούν ως μαγνήτης όλων των φιλοπρόοδων και φιλομαθών επισκεπτών στη χώρα μας που λαχταρούν να περπατήσουν για λίγο κάτω από τη σκιά της Ακρόπολης, στους ίδιους δρόμους που περπάτησαν και μεγαλούργησαν οι μεγαλύτεροι φιλόσοφοι όλων των εποχών.

Ένα εξίσου σημαντικό πλεονέκτημα τόσο της Αθήνας όσο και της Ελλάδας γενικότερα είναι ο ίδιος ο Ελληνικός λαός. Οι Έλληνες είναι παραδοσιακά φιλόξενος λαός γεγονός που σημαίνει ότι προσπαθούν πάντοτε να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις εκείνες που χρειάζονται για να περάσει ο κάθε επισκέπτης τους όσο καλύτερα γίνεται. Στα πλαίσια του γενικότερου αυτού κλίματος εντάσσεται και η προσπάθεια που κάνουν ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα με τους επισκέπτες τους. Αυτό έχει οδηγήσει αναπόφευκτα στην πολυγλωσσότητα των Ελλήνων. Πρόκειται για ένα από τα μεγαλύτερα θετικά στοιχεία της χώρας μας, αφού παγκοσμίως οι Έλληνες είναι από τους ελάχιστους λαούς που γνωρίζουν και χειρίζονται αρκετά καλά περισσότερες από μία

ξένες γλώσσες. Πρέπει εδώ να τονισθεί ότι, όλοι οι υπόλοιποι Ευρωπαίοι Έταιροι μας υστερούν κατά πολύ στο συγκεκριμένο τομέα. Είναι άλλοτε αδιαμφισβήτητο το γεγονός ότι ένας επισκέπτης από το εξωτερικό αισθάνεται πολύ πιο άνετα σε μια χώρα όταν μπορεί να επικοινωνήσει καλά ,αφού αυτό τον βοηθά να λύσει προβλήματα και απορίες που μοιραία ανακύπτουν κατά τη διάρκεια της διαμονής του σε αυτή.

4.5 Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού

Τα τελευταία 6 χρόνια η συνεδριακή υποδομή της Αττικής έχει βελτιωθεί σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό, χωρίς αυτό να σημαίνει πάντως ότι δεν πρέπει να συνεχίσουμε και να εντείνουμε τις επενδύσεις λαμβάνοντας υπόψη τα υψηλά επίπεδα του διεθνούς ανταγωνισμού στον κλάδο του Συνεδριακού & Επαγγελματικού Τουρισμού. Η χώρα μας αυτή τη στιγμή καταλαμβάνει μόλις το 0,8% από την πίτα αυτή, με στόχο να αγγίξει το 2-2,5% της παγκόσμιας αγοράς. Από στοιχεία του ICCA προκύπτει ότι ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με ρυθμό 5% ετησίως.

Λαμβάνοντας υπόψη το συνολικό τουριστικό προϊόν της χώρας (το οποίο παίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση Συνεδριακού και Επαγγελματικού Τουρισμού), η Ελλάδα καταλαμβάνει την 24η θέση μεταξύ 124 χωρών στην κατάταξη με βάση τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (ΔΤΤΑ) που παρουσίασε το World Economic Forum. Η Ελλάδα σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της υστερεί έναντι της Ισπανίας (15η θέση) και της Πορτογαλίας (22η θέση), ενώ υπερτερεί έναντι της Κροατίας (38η), της Τουρκίας (52η) και της Αιγύπτου (58η).

Τα δυνατά σημεία της Ελλάδας, σύμφωνα με το World Economic Forum, είναι οι εξαιρετικές γενικές συνθήκες υγιεινής, η ασφάλεια που προσφέρει η χώρα μας και οι πολιτιστικοί και ιστορικοί πόροι.

Από την άλλη πλευρά παρατηρείται σημαντική υστέρηση στις υποδομές των αεροπορικών, θαλάσσιων και οδικών μεταφορών, όπου η χώρα μας χαρακτηρίζεται σαν ελάχιστα αποτελεσματική σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Επιπλέον, η έλλειψη μεγάλων και σύγχρονων Συνεδριακών Κέντρων από τις πόλεις της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης αλλά και των υπόλοιπων μεγάλων πόλεων της Ελλάδας αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα για τη χώρα μας.

Αξιολογώντας σε πρώτη ανάγνωση την έκθεση του World Economic Forum, επιβεβαιώνεται η επανειλημμένα διατυπωθείσα άποψη ότι η ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό δεν εξαρτάται μόνο ή κατά κύριο λόγο από τις τιμές. Όλες οι χώρες που προηγούνται της Ελλάδας στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας έχουν γενικά υψηλότερα επίπεδα τιμών. Όμως, προσφέρουν υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών σε σχέση με την τιμή, συνεπώς καλύτερο value for money, που είναι και το σημαντικότερο κριτήριο.

Πάντως είναι παγκοσμίως γνωστό ότι η Ελλάδα διαθέτει πάντα μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού:

Άριστες κλιματολογικές συνθήκες, μοναδική φυσική ομορφιά, εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, υψηλού επιπέδου φιλοξενία, νυχτερινή διασκέδαση, το αίσθημα ασφάλειας που νοιώθει ο επισκέπτης στην χώρα μας και φυσικά η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδος.

Σύγχρονες υποδομές και μία σειρά από καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στην Αττική, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Αλεξανδρούπολη και πολλούς άλλους προορισμούς από τη Νησιωτική και Ηπειρωτική Ελλάδα.

Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από τη χώρα μας, αποτελεί απόδειξη ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να διοργανώσει διεθνείς εκδηλώσεις μεγάλου μεγέθους.

Ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άψογα ένα συνέδριο, αλλά ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την ψυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία. Οι Έλληνες PCOs διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και πολύχρονη εμπειρία και όταν αναλαμβάνουν την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποσπών πάντοτε κολακευτικά σχόλια.

4.6 Ο ρόλος της Αττικής στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Η Αττική λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει, είναι σε θέση με ορθολογικό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέλκυση σημαντικών διεθνών συνεδρίων, με τα ανάλογα ασφαλώς συναλλαγματικά, τουριστικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και πολιτικά οφέλη.

Αρχικά οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν και η υψηλή μέση μηνιαία θερμοκρασία, σε σχέση με αυτή που επικρατεί σε άλλες πόλεις στην Ευρώπη, κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μαρτίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας. Επίσης και η πολιτιστική κληρονομιά και ειδικότερα η σύνδεση με ιστορικά πρόσωπα και γεγονότα αποτελεί κίνητρο για τη διοργάνωση συνεδρίων, με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στην Αττική.

Επιπλέον η σημαντική γεωγραφική θέση της Ελλάδας που αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική, καθώς και το γεγονός ότι ανήκει στα

Βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμη, σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί το ειρηνικό κλίμα, εσωτερικό και εξωτερικό, που επικρατεί στην Ελλάδα. Καθώς επίσης και το ενοποιημένο νόμισμα(euro) μεταξύ των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μετά την ένταξη της Ελλάδας στον Ο.Ν.Ε.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι όλα τα μέσα μαζικής μεταφοράς έχουν εκσυγχρονιστεί και βελτιωθεί ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών και την ταχύτητα των μεταφορών. Τα μέσα μαζικής μεταφοράς μιας πόλης αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης συνέδρων αφού εξασφαλίζουν την γρήγορη και ασφαλή μετακίνηση τους στην πόλη. Στην Αθήνα και γενικότερα σε όλο το Νομό Αττικής υπάρχει ένα άρτιο συγκοινωνιακό δίκτυο το οποίο εξυπηρετεί γρήγορα και με ασφάλεια χιλιάδες πολίτες σε καθημερινή βάση. Το συγκοινωνιακό δίκτυο αποτελείται από:λεωφορεία, τραμ, ταξί, τρόλεϊ, μετρό, ηλεκτρικό σιδηρόδρομο, προαστιακό σιδηρόδρομο.

Θα πρέπει να επισημανθεί το γεγονός ότι υπάρχει συγκοινωνιακή σύνδεση με όλους εκείνους τους προορισμούς που ενδιαφέρει έναν επισκέπτη-σύνεδρο. Υπάρχει σύνδεση με τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», με το λιμάνι του Πειραιά, καθώς επίσης και με το κέντρο της πόλης σε οποιοδήποτε σημείο της και όλους τους αρχαιολογικούς της χώρους, μουσεία και αξιοθέατα της πόλης.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, το καθένα από μόνο του δεν μπορεί να αποτελέσει σοβαρό λόγο για την προσέλκυση συνεδρίων. Το γεγονός όμως ότι όλα αυτά συνυπάρχουν στην ίδια χώρα μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για να αναδειχθεί η Ελλάδα και ειδικά η πρωτεύουσα της σε διεθνές συνεδριακό κέντρο ιδιαίτερης σημασίας.

4.7 Φορείς του συνεδριακού τουρισμού στην Αττική. Δημόσιοι και κρατικοί φορείς

Αρμόδιος φορέας που να αντιπροσωπεύει διεθνώς την Ελλάδα, επίσημα, με αντικείμενο του αποκλειστικά τη διοργάνωση συνεδρίων και την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, δεν υπάρχει και αίτημα όλων όσων ασχολούνται με τα συνέδρια είναι η δημιουργία του, προκειμένου να υπάρχει εξέλιξη στο χώρο και προσέλκυση πελατών.

Οι επίσημοι φορείς που διαθέτουν τμήματα-θα λέγαμε αμιγή-που γνωρίζουν τα θέματα και ενισχύουν ή κάποτε χρηματοδοτούν και συνέδρια, είναι το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ, η Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης του Υπουργείου Πολιτισμού και το γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας(Γ.ΓΕ.Τ.)

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης-Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού

Το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ ιδρύθηκε το 1976.Η διεύθυνση δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης ενισχύθηκε με τη δημιουργία του τμήματος αυτού που είχε σκοπό τη «μέριμνα οργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων αφορούντων εις τον ελληνικόν τουρισμόν ή συνεδρίων και εκθέσεων δι'ων προβάλλεται τούτος»

Ακόμη συνηγορούσε τη συμμετοχή σε συνέδρια και εκθέσεις που οργανώνουν άλλοι φορείς, καθώς και τη διοργάνωση σε συνεργασία με το γραφείο διεθνών σχέσεων με χαρακτήρα αναπτυξιακό και οικονομικό.

Υπουργείο Πολιτισμού

Το τμήμα συνεδρίων υπάγεται στη διεύθυνση πολιτιστικής κίνησης του υπουργείου. Οι αρμοδιότητες του τμήματος περιλαμβάνουν :

- Οργάνωση και εποπτεία διεθνών ή πανελλήνιων και τοπικών συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων
- Προσπάθεια προσέλκυσης διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα
- Οικονομική ενίσχυση συνεδρίων και εκδηλώσεων

- Παροχή διευκολύνσεων, εξοπλισμού, οργανωτικών λύσεων κλπ στους φορείς των συνεδρίων
- Έκδοση φυλλαδίων ενημερωτικού χαρακτήρα
- Προβολή της πνευματικής και καλλιτεχνικής δραστηριότητας στην Ελλάδα
- Σύναψη διεθνών σχέσεων

Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας(ΓΓΕΤ)

Το συγκεκριμένο γραφείο της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας μεταξύ άλλων μελετά, σχεδιάζει και οργανώνει τα συνέδρια, ημερίδες και λοιπές εκδηλώσεις της ΓΓΕΤ, διεθνείς συναντήσεις επιστημόνων και εισηγείται την ηθική και οικονομική υποστήριξη συνεδρίων και συναντήσεων με αντικείμενο θέματα των θετικών, εφαρμοσμένων και ιατρικών επιστημών.

Τόσο το ΥΠΠΟ όσο και η ΓΓΕΤ δεν ασχολούνται ενεργά με την προσέλκυση και την οργάνωση αυτή καθεαυτή συνεδρίων.

Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων

Ο ΣΕ.Ο.Ε.Σ έχει αντικειμενικό σκοπό να βοηθήσει και να συντονίσει την προσπάθεια βελτίωσης των συνθηκών λειτουργίας του θεσμού και εξασφάλισης των εκθετών και των συνέδρων από αμφιβόλου ποιότητας εκδηλώσεις. Για το σκοπό αυτό έθεσε ως στόχο την επίλυση των χρόνιων προβλημάτων του κλάδου υλοποιώντας κατ'αρχήν τους ακόλουθους στόχους:

- Θέσπιση σύγχρονου νομοθετικού πλαισίου που διέπει το θεσμό των εκθέσεων και συνεδρίων
- Σύνταξη κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας, που να επιβληθεί μέσω των αρμόδιων υπουργείων σε όλους τους ασχολούμενους με τις εκθέσεις και τα συνέδρια

- Παρέμβαση στη δημιουργία σύγχρονου εκθεσιακού και συνεδριακού κέντρου κυρίως στην Αθήνα αλλά και στην περιφέρεια , για τη λειτουργία του θεσμού κάτω από σύγχρονες συνθήκες και την εξασφάλιση των συμφερόντων των οργανωτών εκθέσεων και συνεδρίων
- Επικοινωνία και συνεργασία με διεθνείς φορείς για την από κοινού αντιμετώπιση προβλημάτων και την χάραξη πολιτικής για τις προοπτικές και την εξέλιξη των εκθέσεων και των συνεδρίων

Άλλοι Φορείς

- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων(Σ.Ε.Τ.Ε)
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας(Ξ.Ε.Ε)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων(ΗΑΤΤΑ)
- Ένωση Ξενοδόχων Αττικής(Ε.Ξ.Α)
- Athens Convention & Visitors Bureau(ACVB)
- Hellenic Association of Professional Congress Organizers(HAPCO)
- Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (Α.Τ.Ε.Μ.)
- Ένωση Ελληνικών Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξεναγών(Π.Ο.ΞΕΝ)
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων(Π.Ο.Ξ)

HELEXPO



Μεγάλη διοργανώτρια εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων στη Νοτιανατολική Ευρώπη ανάμεσα σε άλλες εταιρείες είναι η HELEXPO A.E.. ειδικότερα, διοργανώνει κάθε χρόνο μεγάλες εμπορικές εκθέσεις στην Ελλάδα και την ευρύτερη περιοχή , με ένα σύνολο εκθετών που ξεπερνούν τους 8.000 ετησίως και ένα σύνολο επισκεπτών από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό που ξεπερνούν το 1.600.000

Η HELEXPO A.E εκτός από το Διεθνές Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλονίκης, όπου είναι και η έδρα της , διαθέτει και το Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής.

Το σύγχρονο εκθεσιακό κέντρο της Αθήνας ,ένα εκθεσιακό κέντρο σύγχρονο, με επιβλητική αρχιτεκτονική σχεδίαση, με όλες τις ανέσεις και την παροχή εκείνων των υπηρεσιών που απαιτούν οι μοντέρνες εκθέσεις και εκδηλώσεις.

Σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε από την αρχή και με κάθε λεπτομέρεια για εκθεσιακή χρήση, είναι το μεγαλύτερο και πλέον σύγχρονο εκθεσιακό κέντρο της Αθήνας, με εκθεσιακούς χώρους 32.500 τ.μ., πρωτόγνωρες για τα δεδομένα της αγοράς υπηρεσίες, μεγάλους χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων και εύκολη πρόσβαση. Το Expo Athens σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τα εκθεσιακά δεδομένα τόσο του Νομού Αττικής, όσο της χώρας και της ευρύτερης περιοχής των Βαλκανίων και της Μεσογείου.

Οι κτιριακές εγκαταστάσεις του κέντρου περιλαμβάνουν, πέντε λειτουργικές και σύγχρονες αίθουσες οι οποίες αναπτύσσονται σε δύο επίπεδα,

2 άρτια εξοπλισμένες συνεδριακές αίθουσες, μία αίθουσα υποδοχής με πληθώρα προσφερόμενων υπηρεσιών και μεγάλους εξωτερικούς χώρους στάθμευσης 50.000 τ.μ.

5.ΧΩΡΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

5.1 Συνεδριακά κέντρα-ξενοδοχεία με συνεδριακές αίθουσες



ΑΘΗΝΑ ΚΕΝΤΡΟ

AEGLI

AMALIA HOTEL

ALEXANDROS HOTEL

ATHINAIS

CAPSIS CULTURAL EXHIBITION & CONFERENCE CENTRE

HOLIDAY INN ATHENS

IONIC CENTRE

LEDRA MARRIOTT HOTEL

ΟΔΟΣ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ

OLYMPIA CONFERENCE & SEMINAR HALL

PARK HOTEL

ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

POLIS GRAND HOTEL

STRATOS VASSILIKOS HOTEL

TITANIA HOTEL

ZAFOLIA HOTEL

ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 1911

ΓΛΥΦΑΔΑ

FENIX HOTEL

OASIS HOTEL APARTMENTS

ΚΗΦΙΣΙΑ

HOTEL PENTELIKON

LIFE GALLERY HOTEL

ΘΡΑΚΟΜΑΚΕΔΟΝΕΣ

JOCKEY'S COUNTRY CLUB

ΒΑΡΥΜΠΟΜΠΗ

PENTELIKON ESTATE

ΑΝΑΒΥΣΣΟ

EDEN BEACH RESSORT HOTEL

PLAZA RESORT HOTEL

ΜΑΡΟΥΣΙ

DAIS CULTURAL AND ATHLETIC CENTER

HELEXPO PALACE- ATTICA EXHIBITION AND CONFERENCE CENTER

ΠΑΛΑΙΟ ΦΑΛΗΡΟ

POSEIDON HOTEL

ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ

AMARILIA HOTEL

MARGI HOTEL

ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΚΕΦΕ "ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ"

ΛΑΥΡΙΟ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΛΑΥΡΙΟΥ

ΠΑΛΛΗΝΗ

ΚΕΛΛΑΡΙ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ

ΠΑΙΑΝΙΑ

HOLIDAY INN ATHENS ATTICA AVENUE

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΑΙΘΟΥΣΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

α/α	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	ΠΟΛΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ (άτομα)	
				T.S.	S.S
1.	Grande Bretagne	Αθήν α	4	140-600	70-300
2.	Park	-//-	1	600-700	300
3.	Royal Olympic	-//-	1	450	200
4.	Holiday Inn	-//-	4	100-600	70-400
5.	Ledra Marriott	-//-	1	500	260

6.	Divani Palace	-//-	4	150-400	120-320
7.	President	-//-	2	500-600	150-250
8.	Athens Chandris	-//-	3	120-550	60-350
9.	Athens Hilton	-//-	5	180-950	130-550
10.	Caravel	-//-	5	150-1350	100-800
11.	Athenaum Intercontinental	-//-	3	100-1800	50-750
12.	Arion Astir Palace	-//-	3	100-200	50-120
13.	Afroditi Astir Palace	-//-	2	100-200	60-140
14.	Nafsika Astir Palace	-//-	4	100-600	70-240
15.	Meridien N.J.V. Athens	-//-	1	120	60
16.	Astir Palace Athens	-//-	1	200	105
17.	Esperia Capsis	-//-	2	150-300	80-150
<u>18.</u>	Novotel Mirayia	-//-	4	150-300	90-250

ΕΚΘΕΣΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΑΘΗΝΩΝ

α/α	Ονομασία	Περιγραφή Χώρων	Επιφάνεια	Παρατηρήσεις
1.	Ζάππειο Μέγαρο	Σαλόνι Α Σαλόνι Β	3.500 3.500	Χρησιμοποιείται επίσης το αίθριο 1.000τ.μ. την περίοδο Μαΐου – Οκτωβρίου
2.	Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας	Αρένα Φουαγιέ Ι Φουαγιέ ΙΙ	4.292 4.100 3.200	Στο δεύτερο όροφο συνεδριακός χώρος & γύρω αίθουσες 2.000τ.μ.

3.	Ο.Λ.Π.	Ισόγειο 1 ^{ος} Όροφος	2.580 2.600	
4.	Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών (Λ. Κηφισίας)	1 ^ο Επίπεδο 2 ^ο Επίπεδο 3 ^ο Επίπεδο 4 ^ο Επίπεδο	1.100 1.200 1.850 1.050	Σύνολο 7.500τ.μ. ωφέλιμου χώρου, περίπου 5.200τ.μ.
5.	Μεσογειακό Κέντρο Εκθέσεων (Παιανία)	Εκθεσιακός χώρος	13.000	Σύνολο εμβαδό 45.000τ.μ. Parking 3.100 θέσεων Business Center Συνεδριακοί χώροι 1000 ατόμων

ΠΗΓΗ: Ε.Ο.Τ.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΑΘΗΝΩΝ

α/α	Όνομασία	Αριθμός Αιθουσών	Χωρητικότητα (άτομα)
1.	Ζάππειο Μέγαρο	4	100-200
2.	Ευγενίδειο Ίδρυμα	1	350
3.	Πολεμικό Μουσείο	1	400
4.	Εθνικό Ινστιτούτο Ερευνών	1	250
5.	Πάντειος Σχολή	1	500
6.	ΕΣΗΕΑ	1	210

7.	Εμπορικό & Βιοτεχνικό Επιμελητήριο	1	300
8.	Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας	5	100-1000

1 Όλα τα παραπάνω Συνεδριακά Κέντρα διαθέτουν μόνιμα συστήματα αυτόματης μετάφρασης

ΠΗΓΗ: Ε.Ο.Τ.



5.2 Συνεδριακό Κέντρο ΤΑΕ ΚΒΟΝ ΝΤΟ Φαλήρου

Το φθινόπωρο του 2009 θα ανοίξει τις πύλες του το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο της Αθήνας που εκτιμάται ότι θα αναβαθμίσει το τουριστικό brand name της χώρας μας αλλά και της ελληνικής πρωτεύουσας, φέρνοντας 160.000 επιπλέον επισκέπτες ετησίως που μεταφράζονται σε έσοδα 70 εκατ. ευρώ το χρόνο.

Σε αυτές τις εκτιμήσεις έχουν καταλήξει η Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. και οι αρμόδιοι φορείς, ενώ χτες δημοσιεύτηκε από τη Γενική Γραμματεία Ολυμπιακής Αξιοποίησης η προκήρυξη του διαγωνισμού, βάσει προγράμματος ΣΔΙΤ, για τη μετασκευή της Ολυμπιακής εγκατάστασης του Τάε Κβον Ντο στο Φάληρο στην οποία θα στεγαστεί το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο. Ο διαγωνισμός αναμένεται να προσελκύσει μεγάλα ονόματα του κατασκευαστικού κλάδου. Οι υποψήφιοι θα πρέπει να εκδηλώσουν το ενδιαφέρον τους εντός 45 ημερών και σύμφωνα με τα χρονοδιαγράμματα, ο διαγωνισμός εκτός απρόοπτου θα ολοκληρωθεί τον ερχόμενο Φεβρουάριο.

Το κόστος της μετασκευής εκτιμάται ότι δεν θα ξεπεράσει τα 50-55 εκατ. ευρώ (συν το κόστος της συντήρησης και της ασφάλισης) αν και αυτό θα εξαρτηθεί από την τεχνική λύση, την οποία θα προτείνουν οι υποψήφιοι και μπορεί να ρίξει την τιμή ακόμα και στα 30-35 εκατ. ευρώ.

Ο ανάδοχος θα αναλάβει να μετατρέψει την αθλητική εγκατάσταση σε αμιγώς συνεδριακό κέντρο και θα το συντηρεί για διάστημα 25 ετών

Το σχέδιο περιλαμβάνει την ανακατασκευή του κεντρικού χώρου των 11.588 τ.μ., που θα αποκτήσει τρία επίπεδα, ώστε να δημιουργηθεί κεντρικό αμφιθέατρο και μικρότεροι συνεδριακοί χώροι. Επιπλέον, 4.000 τ.μ. των υφιστάμενων κτιρίων μπροστά στη μαρίνα του Φαλήρου θα διαμορφωθούν έτσι ώστε να φιλοξενούν μικρές εκθέσεις. Υπολογίζεται ότι τα ετήσια έσοδα των εγκαταστάσεων θα φθάσουν τα 60-70 εκατ. ευρώ και κάθε διοργάνωση θα διασφαλίζει περίπου 8.000 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία της Αττικής, ενώ θα φέρει την Αθήνα στο επίκεντρο του παγκόσμιου συνεδριακού χάρτη, καλύπτοντας έτσι ένα σημαντικό έλλειμμα της Ελλάδας.

Εκδηλώσεις

Το Συνεδριακό Κέντρο προσδοκείται να φιλοξενήσει περίπου 100 εκδηλώσεις από το πρώτο έτος λειτουργίας του, και να ξεπεράσει τις 200 εκδηλώσεις ετησίως μετά το πέμπτο έτος. Η αντίστοιχη επισκεψιμότητα υπολογίζεται σε 70.000 χιλιάδες συνέδρους, επισκέπτες και οργανωτές κατά το πρώτο έτος λειτουργίας, ενώ αναμένεται ότι θα ανέλθει σε 160.000 ετησίως μετά το πέμπτο έτος λειτουργίας.

Ο ανάδοχος θα καλύψει το συνολικό κόστος της μελέτης και της κατασκευής του Συνεδριακού Κέντρου, καθώς και όλες τις δαπάνες των υπηρεσιών συντήρησης και λειτουργίας, που θα απαιτηθούν κατά τη διάρκεια της σύμπραξης. Η Ολυμπιακά Ακίνητα θα καταβάλλει στον ανάδοχο κονδύλια, που θα προκύπτουν από τον μηχανισμό πληρωμών και εκτιμάται ότι δεν θα ξεπεράσουν τελικά τα 65 εκατ. ευρώ για το σύνολο

της 25ετούς σύμπραξης. Οι πληρωμές θα καταβληθούν τμηματικά με τη μορφή ενοικίου. Η πρώτη πληρωμή από την Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. προς τον ανάδοχο θα γίνει με την ολοκλήρωση του Κέντρου και την έναρξη της λειτουργίας του.

Όλη η ευθύνη για την κατάσταση, καθαριότητα, λειτουργικότητα, ασφάλεια και υγιεινή του κέντρου θα βαρύνει αποκλειστικά τον ανάδοχο.

Η παρακολούθηση και ο έλεγχος της απόδοσης του αναδόχου όσον αφορά τη λειτουργία των εγκαταστάσεων και συστημάτων του Συνεδριακού Κέντρου, καθώς και της παροχής των υπηρεσιών που θα περιλαμβάνονται στο αντικείμενο της προτεινόμενης σύμπραξης, θα γίνεται καθημερινά, μέσω ενός συστήματος παρακολούθησης της απόδοσης.

Από εκεί και πέρα, η Ολυμπιακά Ακίνητα θα νοικιάζει την εμπορική χρήση του Συνεδριακού Κέντρου για 26 χρόνια στον ανάδοχο του διαγωνισμού μακροχρόνιας μίσθωσης που ήδη τρέχει από τον περασμένο χειμώνα και ήδη ολοκληρώθηκε η πρώτη του φάση. Το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο είναι μόνο ένα τμήμα των έργων στην περιοχή του Φαλήρου.

Θα ανοίξει τις πύλες του το 2009

Εκτιμώμενα κέρδη από το Συνεδριακό Κέντρο

160.000 επιπλέον επισκέπτες το χρόνο στη χώρα μας

70.000.000 ευρώ ετήσιο όφελος στη γενικότερη οικονομία της πόλης

8.000 επιπλέον διανυκτερεύσεις στην Αθήνα για κάθε συνέδριο

1,5 δισεκατομμύριο ευρώ τα έσοδα της Ολυμπιακά Ακίνητα από 6 συμβάσεις μακροχρόνιας μίσθωσης

Έσοδα 1,5 δισ. ευρώ

Η Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. έχει ολοκληρώσει μέχρι στιγμής 6 διαγωνισμούς μακροχρόνιας μίσθωσης. Τα συνολικά έσοδα από τις συμβάσεις ξεπερνούν το 1,5 δισ. ευρώ ενώ εξοικονομούνται περίπου 15 εκατ. ευρώ το χρόνο από το κόστος συντήρησης και φύλαξης των εγκαταστάσεων.

6. ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΦΟΡΕΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

6.1 Η Αθήνα ως κέντρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου

Σε συνέντευξη στην εφημερίδα Ημερήσια ο υφυπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Αναστάσιος Λιάσκος αισιοδοξεί ότι η Αθήνα μπορεί να γίνει το κέντρο του Συνεδριακού Τουρισμού της Ν.Α Μεσογείου. «Η χώρα μας μπορεί να περιμένει πολλά από τον συνεδριακό τουρισμό στο μέλλον. Η Αθήνα σύντομα θα αποκτήσει σύγχρονη εκθεσιακή και συνεδριακή υποδομή με το συνεδριακό κέντρο που θα δημιουργηθεί στο Παλαιό Φάληρο και μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιάδας υπάρχουν φιλοδοξίες ότι θα αναδειχθεί ως κέντρο συνεδριακού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α Μεσογείου.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης, διαφοροποιεί τον ελληνικό τουρισμό από μαζικό σε εναλλακτικό και αμβλύνει την εποχικότητα του τουριστικού μας προϊόντος».

Ο πρώην υφυπουργός ανάπτυξης τόνισε ότι «η δημιουργία συνεδριακού κέντρου θα είναι σύντομα γεγονός ξεπερνώντας έτσι τα προβλήματα που είχαν συσσωρευτεί κατά το παρελθόν. Γενικότερα ο εμπλουτισμός του συνεδριακού προϊόντος περιλαμβάνεται στις άμεσες προτεραιότητες του υπουργείου και για την υλοποίηση του στρατηγικού σχεδιασμού που έχουμε στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και της δημιουργίας ειδικών υποδομών που αποτελούν προϋπόθεση ανάπτυξης, απαιτούνται συνεργίες κάτι το οποίο πραγματοποιείται».

Τέλος ο κ. Λιάσκος πρόσθεσε πως «η αξιοποίηση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων θα προχωρήσει με θεσμικές ρυθμίσεις που προβλέπονται σε σχετικό νομοσχέδιο το οποίο θα ψηφιστεί στη βουλή. Αν λάβουμε υπόψη ότι το Σίδνει, η Βαρκελώνη και η Ατλάντα

έτυχαν σημαντική αύξηση συνεδρίων τα χρόνια μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, περιμένουμε ότι κάτι ανάλογο θα συμβεί και για την Αθήνα ,γεγονός που θα συμβάλλει σημαντικά, τόσο στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, όσο και στον ποιοτικό εμπλουτισμό του τουριστικού μας προϊόντος, που αποτελεί άμεση προτεραιότητα της πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου τουριστικής ανάπτυξης».

6.2 Η συμβολή των συνεδρίων στον τουρισμό και την ξενοδοχειακή αγορά

Σε άρθρο στην εφημερίδα Ημερήσια ο πρόεδρος της ένωσης ξενοδόχων Αττικής Γιώργος Τσακίρης τονίζει ότι είναι γνωστό και επιβεβαιωμένο ότι από τις πλέον προσοδοφόρες μορφές τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Σύμφωνα με στοιχεία ο σύνοδος ξεοδεύει καθημερινά στην πόλη που διεξάγεται το συνέδριο κατά μέσο όρο 300 με 500 ευρώ, για τη διαμονή, τη σίτιση και τα ψώνια του. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι για κάθε ευρώ που εισπράττεται ως έσοδο του συνεδριακού χώρου, το έσοδο για την πόλη είναι 10 με 15 φορές παραπάνω. Από τα παραπάνω βγαίνει το συμπέρασμα ότι η απόδοση των επενδύσεων σε συνεδριακές υποδομές έχουν υψηλές αποδόσεις τόσο για τον ιδιωτικό τομέα όσο και για τον δημόσιο.

6.3 Απόψεις και προτάσεις σχετικών φορέων

Η προβολή που είχε η Ελλάδα κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων σε συνδυασμό με τις βελτιωμένες υποδομές(αεροδρόμιο, μετρό, συνεδριακά κέντρα, ανακαινισμένα ξενοδοχεία, CVB Αθήνας και Θεσσαλονίκης) καθώς επίσης και το γεγονός ότι το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης συζητά και συνεργάζεται με τους φορείς του συνεδριακού τουρισμού για την επίλυση των προβλημάτων στον κλάδο, αναμένεται ένα καλύτερο μέλλον για την Ελλάδα.

Η Ελλάδα κατέχει μόλις το 0,7% της παγκόσμιας αγοράς, όταν άλλες χώρες και συγκεκριμένα οι πόλεις Βιέννη, Πράγα, Βουδαπέστη και Άμστερνταμ κατέχουν πάνω από 3% η καθεμία.

Η χώρα μας βρίσκεται ήδη πολύ χαμηλά στη διεθνή κατάταξη συνεδριακών προορισμών(23^η θέση), αναφορικά με τον αριθμό των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν ,επί του συνόλου των 40 χωρών , τη στιγμή που στις ΗΠΑ έγιναν 232 συνέδρια, στην Ισπανία 220 και στο Ηνωμένο Βασίλειο 177.

Ο ετήσιος τζίρος από τα συνέδρια στη χώρα μας φτάνει τα 180 εκατομμύρια ευρώ το χρόνο, ποσοστό 10% στα έσοδα από τις τουριστικές εισπράξεις, ποσό που εκτιμάται ότι θα αυξηθεί λόγω των νέων συνεδριακών χώρων που έχουν δημιουργηθεί. Παράλληλα οι στατιστικές θέλουν το 9 % των αφίξεων στην Ελλάδα, περισσότερους δηλ. από ένα εκατ. επισκέπτες ,να αποτέλεσαν επαγγελματίες επισκέπτες που παρακολούθησαν συνέδρια, παρουσιάσεις, εκθέσεις.

Το πολύ καλό κλίμα, οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες , η εύκολη πρόσβαση σε χώρες τόσο της Ευρώπης όσο και της Ασίας και της Αφρικής, σε συνδυασμό με την κατάλληλη υποδομή και διαφήμιση ειδικά λόγω της Ολυμπιάδας του 2004, μπορούν να μετατρέψουν την χώρα μας σε έναν διεθνούς φήμης συνεδριακό προορισμό.

Στη Βαρκελώνη μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1992 παρουσιάστηκε κατακόρυφη αύξηση του αριθμού συναντήσεων ,συμμετοχόντων και διανυκτερεύσεων στην πόλη κατά τον επόμενο χρόνο. Τα συνέδρια, οι σύνεδροι και οι διανυκτερεύσεις στην πόλη λόγω συνεδρίων παρουσίασαν εντυπωσιακή αύξηση στα επόμενα έτη, γεγονός το οποίο αποδεικνύει περίτρανα ότι η πόλη της Βαρκελώνης εκμεταλλεύτηκε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις συνεδριακές υποδομές που δημιουργήθηκαν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1992.

Στη δική μας περίπτωση η έλλειψη βασικής συνεδριακής υποδομής στην Αθήνα ,το ανεπαρκές μάρκετινγκ και η έλλειψη νομοθετικού πλαισίου που αφήνει περιθώρια δράσης στους ερασιτέχνες, είναι τα σημαντικότερα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

6.4 Απόψεις και προτάσεις φορέων συνεδριακού τουρισμού

Μιλώντας ειδικότερα για την Αθήνα και την ανάπτυξη της ως συνεδριακό προορισμό υπάρχουν αρκετά πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα. Ανάμεσα στα σημαντικότερα πλεονεκτήματα, συγκαταλέγονται ,οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και η πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων . επίσης η καλή γεωγραφική θέση της χώρα δίνει τη δυνατότητα συνδυασμού των συνεδρίων με τη διοργάνωση κρουαζιέρας. Παράλληλα άλλα στοιχεία που διαθέτει η Αθήνα και αν τα εκμεταλλευτεί σωστά μπορεί να βοηθήσουν ουσιαστικά στη καθιέρωση ως προορισμό συνεδρίων είναι η ελληνική φιλοξενία, η ασφάλεια σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, η νυχτερινή ζωή , αλλά και το πολύγλωσσο προσωπικό.

Περνώντας στα μειονεκτήματα, αξίζει να αναφέρουμε ότι εκτός από τις σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές, είναι η έλλειψη μεγάλου αριθμού ειδικευμένων στελεχών στην οργάνωση συνεδρίων και η μόλυνση της ατμόσφαιρας σε συνδυασμό με το έντονο κυκλοφοριακό πρόβλημα. Σημαντική παράμετρο φυσικά αποτελεί και το μάρκετινγκ για το συνεδριακό τουρισμό το οποίο απουσιάζει εντελώς. Ο δρ. Δημήτρης Κούτουλας αναφέρει ότι για το συνεδριακό⁹ τουρισμό της Ελλάδας ουδέποτε ασκήθηκε επαγγελματικό Μάρκετινγκ , γεγονός που αντανακλάται στο χαμηλό μερίδιο που έχει η χώρα μας σε αυτήν την αγορά.

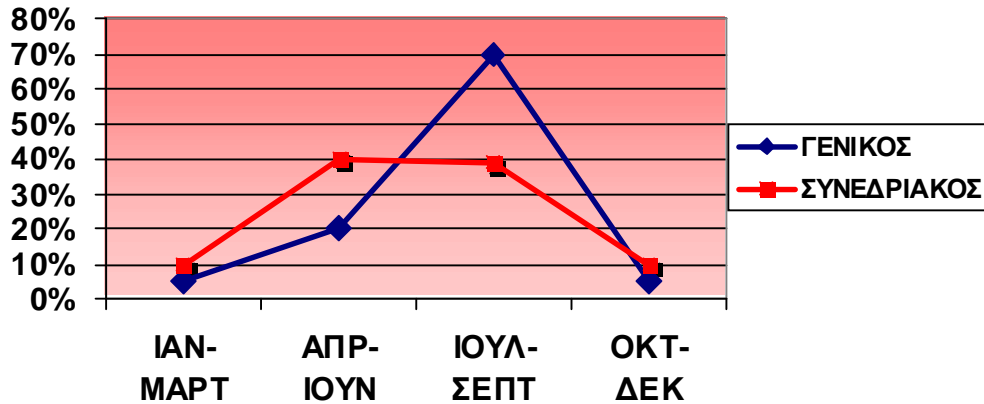
Παράλληλα για να μπορέσει η Αθήνα να γίνει καταξιωμένη συνεδριακή πόλη, απαιτείται η κατασκευή του διεθνούς συνεδριακού κέντρου το⁹ οποίο σύμφωνα με τις τελευταίες εξελίξεις θα κατασκευαστεί μέσω συμπράξεων του δημοσίου-ιδιωτικού τομέα(ΣΔΙΤ), ενώ πρέπει παράλληλα να υπάρξει έντονη και μεθοδευμένη προβολή της πόλης ως συνεδριακό προορισμό.

6.5 Στατιστικά στοιχεία

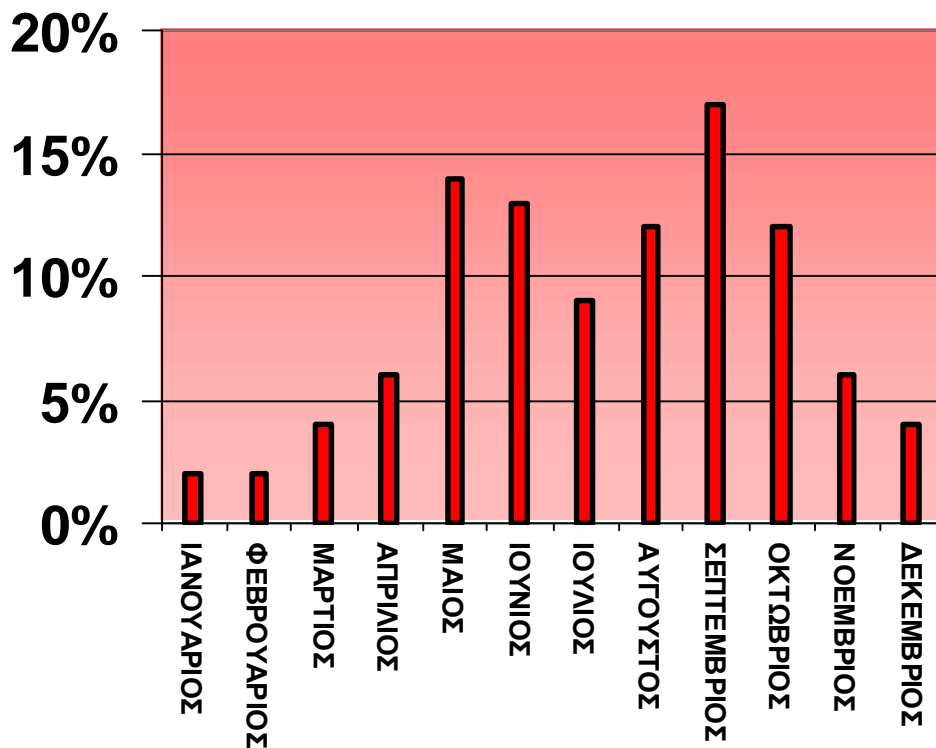
Το στοιχείο της εποχικότητας είναι άλλη μια σημαντική παράμετρος της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού σε σχέση με το γενικότερο κλάδο. Εξετάζοντας τα δυο επίπεδα τουρισμού, Γενικού και Συνεδριακού, μπορούμε να διακρίνουμε μεγάλη διαφορά τόσο στο βαθμό εποχικότητας όσο και στο βαθμό της συμπληρωματικότητας. Πιο συγκεκριμένα, ενώ ο Γενικός Τουρισμός παρουσιάζει υψηλό βαθμό εποχικότητας, αφού η μεγαλύτερη μάζα Τουριστών επισκέπτονται τη χώρα μας κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, ο Συνεδριακός Τουρισμός κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα αφού παρατηρείται διάχυση της συνεδριακής κίνησης εντός όλου του έτους. Μάλιστα, με βάση τις στατιστικές, περίοδος αιχμής του Συνεδριακού Τουρισμού για την Αθήνα θεωρείται το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου, μέσα στο οποίο λαμβάνουν χώρα το 40% των συνολικών συνεδρίων. Κατά συνέπεια, ο Συνεδριακός Τουρισμός λειτουργεί συμπληρωματικά στον Γενικό Τουρισμό καθώς η περίοδος αιχμής του είναι το τρίμηνο Ιούνιος-Αύγουστος και ενισχύει σημαντικά σε οικονομικό επίπεδο τις επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών. Αυτό το αποτέλεσμα φαίνεται καλύτερα αν προχωρήσουμε σε μια περαιτέρω παράθεση στατιστικών στοιχείων.

Έτσι αν και μεγάλο μέρος Συνεδριακών Τουριστών, περίπου το 35% συμπίπτει με τους μήνες αιχμής του Γενικού Τουρισμού, εντούτοις υπάρχει και ένα 15%, το οποίο επισκέπτεται τη χώρα μας λόγω συνεδρίων στο διάστημα μεταξύ Οκτωβρίου και Δεκεμβρίου.

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΤΗΣΙΑΣ ΔΙΑΧΥΣΗΣ ΓΕΝΙΚΟΥ / ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



■ ΣΥΝΗΘΗΣ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΝΕΔΡΩΝ ΑΝΑ ΜΗΝΑ



Εδώ πρέπει να αναλογισθεί κανείς ότι σε αυτό το συγκεκριμένο τρίμηνο , το τελευταίο του έτους , η συμβολή του Συνεδριακού Τουρισμού είναι εξαιρετικά μεγάλη , αφού ο Γενικός Τουρισμός αντίστοιχα, βρίσκεται σε πολύ μικρότερα επίπεδα και δεν είναι σε

θέση να καλύψει επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο σε όρους τουλάχιστον πληρότητας.

Ο μέσος όρος διαμονής ενός απλού τουρίστα στη χώρα είναι περίπου δέκα ημέρας , ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος διαμονής ενός Συνέδρου είναι περίπου το μισό , δηλαδή τέσσερις με πέντε ημέρες. Κατά συνέπεια η διαμονή του Συνέδρου είναι σαφώς βραχύτερη της διαμονής του απλού Τουρίστα. Το γεγονός όμως αυτό από μόνο του δεν είναι σε θέση να μειώσει τη σημαντικότερη δαπάνη στην οποία προβαίνει ο Συνεδριακός Επισκέπτης και η οποία μάλιστα παραμένει σε αρκετά υψηλότερα επίπεδα από αυτής του Απλού Τουρίστα.



6.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και η προβολή της Αττικής αναθέρμαναν το τουριστικό ενδιαφέρον και ουσιαστικά επανατοποθέτησαν την Αττική στον τουριστικό χάρτη.

Αρκετές επιχειρήσεις παρουσιάστηκαν έτοιμες για αυτήν την εξέλιξη με αποτέλεσμα να αποκομίζουν πλέον σημαντικά οικονομικά οφέλη. Αποτελούν δε παράδειγμα προς μίμηση για τους υπόλοιπους ώστε να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους και να αρχίσουν πλέον να δίνουν σημασία και στη λεπτομέρεια. Τα Ολυμπιακά έργα αποτελούν καταπληκτική κληρονομιά, η οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για το συνεδριακό/ εκθεσιακό τουρισμό, μέσω της διοργάνωσης φεστιβάλ, events, εκθέσεων ,συνεδρίων και άλλα ,αλλά δυστυχώς μένει ανεκμετάλλευτη.

Έχει διαπιστωθεί αύξηση της ζήτησης για την μετά-Ολυμπιακή Αθήνα, και πιστεύουμε ότι αυτό δεν είναι μια παροδική ή συγκυριακή φάση, καθόσον η Αθήνα προσφέρεται πλέον ως καινούριο προϊόν. Μέχρι τώρα η αγορά έχει ανταποκριθεί σε αυτήν την πρόκληση, αλλά για να συντηρηθεί σε αυτό το επίπεδο, χρειάζεται οργάνωση, σχεδιασμό και πρόβλεψη. Για παράδειγμα το Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο, το οποίο αποτελεί

καθολικό αίτημα όλων των εμπλεκόμενων φορέων, πρέπει να ολοκληρωθεί και να λειτουργήσει το συντομότερο δυνατόν.

Τα συνεδριακά κέντρα φιλοξενούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων , κέντρα και άλλα ιδρύματα. Με την υπάρχουσα υποδομή σε συνεδριακούς χώρους , η πόλη είναι αδύνατον να αυξήσει σημαντικά το μερίδιο της στη διεθνή αγορά ως συνεδριακός προορισμός. Υπάρχει η πολλή σημαντική έλλειψη μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου. Συνεπώς το σημαντικότερο πρόβλημα της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού είναι η έλλειψη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου καθώς η Αθήνα αποτελεί τη μοναδική πρωτεύουσα στην Ευρώπη η οποία δε διαθέτει συνεδριακό κέντρο.

Επίσης, η Ελλάδα και ταυτόχρονα η Αθήνα χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων , γιατί κάποιες άλλες χώρες και πρωτεύουσες προσφέρουν πιο φθηνά πακέτα. Για παράδειγμα η Κωνσταντινούπολη προσφέρει πολύ χαμηλές τιμές και έτσι επηρεάζει τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα ένας αριθμός συνέδρων να την προτιμούν σαν συνεδριακό προορισμό.

Επιπλέον , η έλλειψη συντονισμού δημόσιας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας με αποτέλεσμα να μην προωθείται σωστά ή σε κάποιες περιπτώσεις καθόλου το συνεδριακό προϊόν του νομού Αττικής με αποτέλεσμα η γενική εικόνα της Ελλάδας και ειδικότερα της Αθήνας να είναι περιορισμένη στο εξωτερικό .

Ένα άλλο στοιχείο που αφορά τον συνεδριακό τουρίστα είναι ότι πλέον αναζητεί έντονα το value for money. Ο σημερινός συνεδριακός τουρίστας έχει ταξιδέψει αρκετά, έχει γνωρίσει και αξιολογήσει διάφορους συνεδριακούς προορισμούς και συνεδριακά κέντρα, επιζητεί τις σωστές συνεδριακές εγκαταστάσεις, το καλό σέρβις και γνωρίζει πολύ καλά τη σχέση ποιότητας/ τιμής.

Το συμπέρασμα μας σύμφωνα με τα παραπάνω είναι ότι η Αττική θα κατορθώσει στο μέλλον να γίνει ένας από τους κορυφαίους συνεδριακούς προορισμούς στην Ευρώπη. Έχουν γίνει πολλές ενέργειες προς αυτό αλλά μένουν να επιλυθούν ακόμα αρκετά προβλήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βιβλίο Πρακτικών-2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό-Ο Συνεδριακός Τουρισμός Σήμερα:Προκλήσεις-Προοπτικές .Υπό την αιγίδα της HAPCO,ΕΟΤ,Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 2006
- Σπηλιώπουλος, Ι., Οργάνωση Συνεδρίων και εκδηλώσεων. Διδακτικές σημειώσεις, Α.Τ.Ε.Ι Πάτρας
- Κραβαρίτης, Κ., Επαγγελματικός Τουρισμός Συνεδρίων, Κινήτρων, Εκθέσεων- Εκδόσεις Interbooks

ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

Internet:

- www.synedrio.gr
- Travel daily news ,Greece and Cyprus