

ΑΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή Εργασία
της φοιτήτριας
Παναγιώτας Θεοδωρίδου

Υπεύθυνος Καθηγητής
Σπηλιώπουλος Ιωάννης

Θέμα : «Ο ρόλος του Συνεδριακού Τουρισμού στην
ανάπτυξη του Τουρισμού στο Νομό Αττικής
(παρόν - μέλλον)»



Μάιος 2006

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

- ⊙ Πρόλογος
- ⊙ Ορισμός συνεδρίου
- ⊙ Ιστορική Αναδρομή
- ⊙ Συνεδριακά Κέντρα - Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Αίθουσες
- ⊙ Σημασία Συνεδριακού Τουρισμού
- ⊙ Εκπαίδευση
- ⊙ Ελληνική Πραγματικότητα - Στατιστικά Στοιχεία
- ⊙ Παράμετροι που επιδρούν στην επιλογή τόπου για την οργάνωση ενός συνεδρίου
- ⊙ ΕΟΤ - Έρευνα «Συνεδριακός Τουρισμός και Τουρισμός Κινήτρων στην Ελλάδα»
- ⊙ Μέτρα Δράσης
- ⊙ Εκμετάλλευση Παλαιού Αεροδρομίου του Ελληνικού
- ⊙ Συνεδριακή Υποδομή
- ⊙ Συνέδρια
- ⊙ Ο συνεδριακός Τουρισμός μπορεί να «απογειωθεί». [Οι δυνατότητες υπάρχουν, αναζητείται η στρατηγική]
- ⊙ Λόγοι που λειτούργησαν ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη της συνεδριακής αγοράς στη χώρα μας
- ⊙ e-Συνέδριο
- ⊙ Συνέδρια εν πλω...
- ⊙ Γιατί η Αθήνα δεν έχει αναπτύξει συνεδριακό τουρισμό στο βαθμό που θα έπρεπε;
- ⊙ Συνεδριακός Τουρισμός Σήμερα - Αύριο
- ⊙ Συντελεστές προσφοράς και ζήτησης
- ⊙ Αναμενόμενη Εξέλιξη στο Συνεδριακό Τουρισμό
- ⊙ Οικονομική σημασία του Συνεδριακού Τουρισμού
- ⊙ Διαφαίνεται η εξέλιξη του Συνεδριακού Τουρισμού, έστω και με αργά βήματα...
- ⊙ Επίλογος

© Πρόλογος

Όταν σκεφτόμαστε τι σημαίνει Ελλάδα σίγουρα το μυαλό μας "πηγαίνει" σε ήλιο, θάλασσα, κοσμοπολίτικα νησιά και αρχαία μνημεία. Όλα αυτά τα στοιχεία τα βρίσκουμε στην πρωτεύουσα της χώρας μας, την Αθήνα, η οποία συνδυάζει τα παρακάτω:

- ❑ Αρχαιολογικά αξιοθέατα, περιλαμβανομένων αρχαιολογικών θησαυρών όπως η Ακρόπολη, το Σούνιο και ο Ναός της Αφαία στην Αίγινα.
- ❑ Θάλασσα, περιλαμβανομένων και των παραλιών των νησιών του Σαρωνικού.
- ❑ Πολλαπλές δυνατότητες ημερησίων εκδρομών στα γύρω νησιά και στις γύρω περιοχές.
- ❑ Shopping στο κέντρο της πόλης ή στα ανεπτυγμένα εμπορικά κέντρα των προαστίων.
- ❑ Έντονη νυχτερινή ζωή για όλα τα γούστα.
- ❑ Τη δυνατότητα που προσφέρει ο καιρός να καθίσει κανείς έξω για να απολαύσει έναν καφέ ή ένα γεύμα, ακόμα και το χειμώνα.

Ωστόσο η πραγματικότητα της σημερινής Ελλάδας είναι διαφορετική. Τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα έχει «αγκαλιάσει» το συνεδριακό τουρισμό παρέχοντας υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς η λέξη ποιότητα είναι το κλειδί που έχει κινητοποιήσει τις «ζωντανές» δυνάμεις στο χώρο του τουρισμού. Η χώρα δεν αποτελεί πλέον μόνο προορισμό αναψυχής και θερινών διακοπών, καθώς έχει υιοθετηθεί ένα νέο τουριστικό δόγμα που διαφοροποιεί-εμπλουτίζει το τουριστικό της προϊόν και την οδηγεί σε ένα τουριστικό μοντέλο δωδεκάμηνης διάρκειας, υψηλής ποιότητας και πολλών θεματικών πεδίων με κυριότερο το συνεδριακό τουρισμό.

© Ορισμός συνεδρίου

Συνεδριακός τουρισμός, σύμφωνα με τον Kaspar, 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 δεν είναι ούτε κύρια κατοικία ούτε τόπος εργασίας.

Δεν είναι εύκολο να δώσει κανείς μια απόλυτη ερμηνεία του ορισμού "συνέδριο". Από τη μια, σημαίνει επικοινωνία και συμμετοχή. Από την άλλη ένα συνέδριο χαρακτηρίζεται από τη διάρκεια του, το μέγεθος του, τη κατηγορία των συμμετεχόντων του, το περιεχόμενο του.

Κατά τον λεξικό προσδιορισμό των Τεγόπουλου - Φυτράκη, συνέδριο είναι η σύσκεψη, συνάντηση πολλών προσώπων για σπουδαία ζητήματα. Κατά συνέπεια το ίδιο σπουδαία είναι και η τοποθεσία όπου λαμβάνει τόπο το γεγονός.

Κάποιοι θα έλεγαν ότι ο Συνεδριακός Τουρισμός αποτελεί τη σύγχρονη αντίληψη των επαγγελματικών μας συναντήσεων. Ο συνδυασμός της επαγγελματικής μας υποχρέωσης με ένα τουριστικό προϊόν δημιουργεί τις απαραίτητες συνθήκες προκειμένου να συνδυάσουμε τις επαγγελματικές υποχρεώσεις με ανανέωση, ξεκούραση, ψυχαγωγία.

© Ιστορική Αναδρομή

Είναι γεγονός ότι η έννοια του "συνέρχεσθαι" είναι ήδη γνωστή από την Αρχαιότητα. Οι Έλληνες, ιδιαίτερα από τον 5ο αιώνα, κάνουν ευρεία χρήση της στην πράξη, με ανοικτές συναθροίσεις και ανοικτά θέματα πολιτικής, επιστημονικής ή φιλοσοφικής χροιάς. Έκτοτε τέτοιου είδους ανάγκες επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων σε διάφορα πεδία επιστημονικών ή κοινωνικών πεδίων πολλαπλασιάστηκαν.

© Συνεδριακά Κέντρα - Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Αίθουσες

ΑΤΤΙΚΗ

- ▶ Ανθούσα :EXPO Athens
- ▶ Αθήνα :Amalia Hotel - Athens
Esperia Palace Hotel
Ionic Centre
Odos Kassandras
Olympia Conference & Seminar Hall
Park Hotel
President Hotel Athens
Royal Olympic Hotel
- ▶ Γλυφάδα :Fenix Hotel
Oasis Hotel Apartments
Training Centre National Bank of Greece
- ▶ Κιφισιά :Hotel Pentelikon
- ▶ Βαρημπόμπη :Club Méditerranée
Pentelikon Estate
- ▶ Κορωπί :Το κτήμα των Αγγέλων
- ▶ Ανάβυσσο :Eden Beach Resort Hotel
- ▶ Μαρούσι :Helexpo Palace - Attica Exhibition and
Conference Center
- ▶ Παλαιό Φάληρο :Coral Hotel
Poseidon Hotel
- ▶ Παράδεισος Αμαρουσίου :Dais Cultural and Athletic Center
- ▶ Περιστερί :AN.AN.E.PER S.A.
- ▶ Βοτανικός-Γκάζι :Athinais
- ▶ Βουλιαγμένη :Astir Palace Vouliagmeni
Margi Hotel

ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ

- ▶ Πόρος :Poros Image
Sirene Hotel

© Σημασία Συνεδριακού Τουρισμού

Η μεγάλη σημασία του συνεδριακού τουρισμού ως μέσου συμπλήρωσης, εμπλουτισμού και βελτίωσης της τουριστικής προσφοράς είναι αυτονόητη. Ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει, κατά κεφαλή, το διπλάσιο περίπου εισόδημα από ότι το κλασικό παραθεριστικό τουριστικό πακέτο.

Κοινό χαρακτηριστικό εκείνων που συμμετέχουν σε συνεδριακές εκδηλώσεις είναι το υψηλό μορφωτικό και εισοδηματικό τους επίπεδο.

© Εκπαίδευση

Στον τομέα της απόκτησης γνώσεων στην οργάνωση συνεδρίων, που μπορεί βέβαια να είναι και τομέας ανεξάρτητης τουριστικής εκπαίδευσης, η ορθή εκπαιδευτική οδός είναι αυτή των δημοσίων σχέσεων. Ο/η επαγγελματίας που θα ασχοληθεί επαγγελματικά με τον κλάδο των συνεδρίων είναι απαραίτητο να γνωρίζει σε βάθος τις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ και του μάρκετινγκ. Παράλληλα δε, να κατέχει πρακτική εμπειρία έχοντας από κοντά ζήσει τις δυσκολίες στην οργάνωση και δομή των εκθέσεων, συνεδρίων και παρουσιάσεων. Ένα ποιοτικό πρόγραμμα εκπαίδευσης στις δημόσιες σχέσεις σίγουρα εμπεριέχει την «τριβή» με την πραγματικότητα και την πρακτική εξάσκηση. Οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να λαμβάνουν μέρος στον σχεδιασμό ενός συνεδρίου και την επεξεργασία των στόχων του, στη διαδικασία οργάνωσης, επικοινωνίας με τους συνέδρους, στις επιλογές που αφορούν τη χωροταξία, τα χρονοδιαγράμματα, τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, τις παράλληλες εκδηλώσεις, το φαγητό και τη ψυχαγωγία των συνέδρων, τη προβολή του συνεδρίου και τις εν γένει επικοινωνίες του. Επιπλέον απαραίτητες είναι γνώσεις που αφορούν τα οπτικοακουστικά μέσα, τα μεταφραστικά μέσα και τις μεταφορές. Είναι γεγονός ότι η επιτυχία ενός συνεδρίου κρίνεται πολλές φορές στις λεπτομέρειες: μία μικρή καθυστέρηση, ένα

λάθος στο σέρβις του φαγητού, ένα τυπογραφικό λάθος συχνά ανατρέπουν τα σχέδια του οργανωτή και επηρεάζουν την επιτυχία. Οι εκπαιδευόμενοι στον τομέα αυτό πρέπει να διδάσκονται και να εκπαιδεύονται επαρκώς στη διαχείριση κρίσεων (crisis management) και στον τρόπο αντιμετώπισης παραπόνων.

Οι πολύπλευρες απαιτήσεις στον τομέα αυτό οδηγούν στην ολοκληρωμένη εκπαίδευση στις δημόσιες σχέσεις. Η μεμονωμένη εκπαίδευση και εξειδίκευση στην οργάνωση συνεδρίων δεν επαρκεί σήμερα. Είναι απόλυτα απαραίτητο οι εκπαιδευόμενοι να διαθέτουν επαρκείς γνώσεις στις δημόσιες σχέσεις και την επικοινωνία και στη συνέχεια να εξειδικεύονται στην οργάνωση των συνεδρίων.

© Ελληνική Πραγματικότητα - Στατιστικά στοιχεία

Είναι γνωστό ότι η έλλειψη συνεδριακής υποδομής αποτελούσε για πολλά χρόνια τροχοπέδη στην προσπάθεια της Ελλάδας για διεθνή συνεδριακή καταξίωση. Εκτός από την έλλειψη αυτόνομων συνεδριακών κέντρων, ελάχιστα ξενοδοχεία προσέφεραν αίθουσες αξιώσεων για προσέλκυση συναντήσεων διεθνούς εμβέλειας. Πολλά ξενοδοχεία χρησιμοποιούσαν χώρους ακατάλληλους, καθώς πολλές αίθουσες δεν ήταν ενιαίες αλλά υπήρχαν κολώνες που δεν επέτρεπαν σε όλους να έχουν την ίδια (καλή) οπτική επαφή, ενώ άλλες είχαν χαμηλά ταβάνια με αποτέλεσμα να καθιστούν προβληματική την τοποθέτηση οπτικοακουστικού εξοπλισμού όπως οθόνες και video-walls. Χώροι που είχαν κατασκευαστεί ως εστιατόρια, αίθουσες για δεξιώσεις ή ακόμα ως καφετέριες, είχαν μετατραπεί (ουσιαστικά μετονομαστεί) από τα ξενοδοχεία σε αίθουσες συνεδρίων.

Η κατάσταση αυτή εδώ και περίπου 6-7 χρόνια έχει αρχίσει ριζικά να αντιστρέφεται ως αποτέλεσμα της συνειδητοποίησης ότι για την κατάκτηση του συνεδριακού τουρισμού, χρειάζεται συστηματική προσπάθεια και δεν αρκεί μόνο το "ελληνικό δαιμόνιο". Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει μερικά από τα πιο μεγάλα συνεδριακά ξενοδοχεία στην Ελλάδα, έχοντας

ως κριτήρια να υπάρχουν το λιγότερο 3 αίθουσες συνεδρίων στο καθένα και η μεγαλύτερη να έχει χωρητικότητα τουλάχιστον για 700 άτομα. Πραγματικά ο "συνεδριακός χάρτης" έχει αλλάξει ως αποτέλεσμα της κατασκευής, ανακαίνισης ή/και επέκτασης μεγάλου αριθμού ξενοδοχείων τα τελευταία χρόνια.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
AKS Porto Heli	214	700
Aristoteles Resort	235	1.100
Athos Palace/Pallini Beach	1.084	800
Candia Maris	257	900
Club Hotel Loutraki	267	800
Club Montana	133	1.200
Creta Maris	693	1.800
Divani Apollon Palace & Spa	286	1.100
Divani Caravel	471	1.500
Du Lac	129	900
Epirus Palace	53	950
Grand Hotel Palace	266	700
Grand Resort Lagonissi	289	1.600

Grecotel	567	1.584
Olympia Riviera		
Hilton Athens	527	2.000
Hilton Rhodes Resort	401	820
Hyatt Regency	152	1.100
InterContinental	543	2.200
Kipriotis Resort	1.485	2.400
Makedonia Palace	284	700
Minoa Palace	161	782
Novotel	195	800
Park	146	750
Porto Carras	1.044	2.100
Rodos Palace	785	1.300
Royal Myconian & Spa - Myconian Imperial & Thalasso Center	288	800
Sani Resort	843	700
Sofitel Capsis Crete	664	1.200
Sofitel Capsis Rhodes	691	3.400
Thraki Palace	151	1.250



© Παράμετροι που επιδρούν στην επιλογή τόπου για την οργάνωση ενός συνεδρίου

- Το κόστος
- Μεταφορά / μετακίνηση (εύκολη πρόσβαση)
- Συνεδριακή υποδομή
- Ξενοδοχειακές υπηρεσίες
- Γαστρονομία
- Παράλληλες εκδηλώσεις
- Φήμη συνεδριακού κέντρου
- Ασφάλεια

© ΕΟΤ - Έρευνα "Συνεδριακός Τουρισμός και Τουρισμός Κινήτρων στην Ελλάδα"

Ο ΕΟΤ παρουσίασε την έρευνά του με θέμα "Συνεδριακός Τουρισμός και Τουρισμός Κινήτρων" στις 19 Σεπτεμβρίου 2002.

Ο Υπουργός Ανάπτυξης κ. Άκης Τσοχατζόπουλος, σε χαιρετισμό του που διαβάστηκε, υπογράμμισε πως ο διεθνής ανταγωνισμός των προσφερόμενων υπηρεσιών και των πακέτων τιμών μεταξύ συνεδριακών προορισμών είναι μεγάλος. Για την διεύρυνση αυτή στην αγορά θα βοηθήσουν και τα **Convention Bureaus**, τα οποία θα γίνουν πραγματικότητα στην χώρα μας. Η προσπάθεια που καταβάλει ο ΕΟΤ για την ανάπτυξη οργανωμένων υποδομών συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα και που θα καθιερώσει τη χώρα μας σαν συνεδριακό προορισμό, αποκτά ιδιαίτερη σημασία, ειδικότερα για μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες εποχή.

Ο Πρόεδρος του ΕΟΤ κ. Γιάννης Πατέλλης ανέπτυξε το πρόγραμμα ημερίδων και σεμιναρίων του Οργανισμού που θα καλύψει όλη την Ελλάδα και έχει ως κύριο στόχο την

αλληλοενημέρωση και συζήτηση σε βασικούς τομείς της τουριστικής πολιτικής.

Η Αθήνα έρχεται πρώτη στις προτιμήσεις με την Ρόδο και την Κρήτη να ακολουθούν. Άλλοι προορισμοί που ενδιαφέρουν τους Βρετανούς είναι η Κως, η Θεσσαλονίκη/Χαλκιδική και η Κέρκυρα. Τα θετικά στοιχεία που ενισχύουν την προσπάθεια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού είναι το κλίμα, η φιλοξενία, η κουλτούρα / πολιτισμός, ο συνεδριακός προορισμός, το κόστος και η διατροφή. Τα αρνητικά είναι το επίπεδο εξυπηρέτησης, η έλλειψη υποδομής, οι μεταφορές/πτήσεις.

Κύριο μήνυμα της έρευνας, κατέληξε ο κ. Αργυρός, είναι πως απαιτείται αρμονική, δυναμική και με στοχευμένο πρόγραμμα, συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων μερών.

Στην εκδήλωση παραβρέθηκαν ο Γενικός Γραμματέας του υπουργείου Ανάπτυξης(Τουρισμού) κ. Δ. Γεωργαράκης, ο υπερνομάρχης Αττικής κ. Θ.Κατριβάνος, οι Πρόεδροι του ΣΕΠΟΣ, των ξενοδόχων Αττικής, της ΠΟΕΤ, του ΗΑΤΤΑ κ.α.

☺ Μέτρα Δράσης

Τα ξενοδοχεία επενδύουν τα τελευταία χρόνια μεγάλα ποσά στην κατασκευή spas και κέντρων θαλασσοθεραπείας, καθώς λόγω του έντονου ρυθμού της εργασίας και του τρόπου ζωής γενικότερα, οι άνθρωποι εκτιμάνε πολύ περισσότερο τον (ελάχιστο) χρόνο που διαθέτουν και αναζητούν τρόπους για να χαλαρώσουν και να τονωθούν. Επιπλέον τα spas αποτελούν σημαντικά "εργαλεία πωλήσεων" για τα ξενοδοχεία που θέλουν να διαφοροποιήσουν και να συμπληρώσουν το "πακέτο" των υψηλών υπηρεσιών τους για να προσελκύσουν συνέδρια.

Στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί υπερούγχρονα κέντρα διεθνών προδιαγραφών σε ξενοδοχεία, εξοπλισμένα με μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας και επανδρωμένα με

εξειδικευμένο προσωπικό. Πραγματικά υπάρχουν ξενοδοχεία που προσφέρουν μεγάλη ποικιλία από μοναδικά κέντρα αναζωογόνησης, με πρότυπες υπηρεσίες περιποίησης, στην προσπάθεια τους να προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο ξενοδοχειακό προϊόν. Όλες οι γνωστές αλυσίδες και τα μεγάλα ξενοδοχεία, εγκαινιάζουν το ένα στα μετά το άλλο (ο πίνακας παρακάτω παρουσιάζει κάποια από τα σημαντικότερα), ενώ υπάρχει και μια ατελείωτη σειρά από στα μικρότερων προδιαγραφών και αντίστοιχων ανέσεων.

ΞΕΝΟΔΟΧ ΕΙΟ	ΑΡΙΘΜ ΟΣ ΔΩΜΑ ΤΙΩΝ	ΤΕΤΡΑΓ ΩΝΙΚΑ SPA	ΑΙΘΟΥ ΣΕΣ ΣΥΝΕΔ ΡΙΩΝ	ΧΩΡΗΤΙΚ ΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤ ΕΡΗΣ
Aldemar Olympian Village	562	2.724	4	450
Aldemar Royal Mare Village	353	4.000	13	450
Blue Palace Resort & Spa	204	2.000	1	230
Candia Maris	257	4.000	7	900
Divani Apollon Palace & Spa	286	3.500	19	1.100
Galini Wellness Spa & Resort	224	3.000	5	400
Grande Bretagne	321	1.050	11	500
Grand	281	4.000	11	1.600

Resort Lagonissi				
Greotel Kos Imperial Thalasso	287	1.700	5	320
Greotel Olympia Riviera	567	5.000	23	1.584
Hilton Athens	527	1.200	14	2.000
Kempinski Hotel Nikopolis	99	400	7	600
Neptune Resort & Spa	570	1.170	23	650
Perle Resort & Health Spa	119	6.300	2	120
Porto Carras	1.044	4.000	18	2.100
Poseidon Resort	320	400	6	450
Rodian Beach Amathus	329	700	8	400
Royal Myconian & Spa - Myconian	288	2.000	8	800

Imperial & Thalasso Center				
Thermae Sylla Spa Wellness Hotel	108	2.500	3	260

Οι σύνεδροι που αισθάνονται καταπονημένοι από τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας και επιθυμούν να ανακτήσουν την χαμένη τους ενέργεια ή απλά από περιέργεια μπορούν να αφεθούν στα χέρια έμπειρου προσωπικού και να αναζητήσουν τη χαλάρωση. Αναμφίβολα τα spas αποτελούν μια μοναδική εμπειρία για να γεμίσουν οι σύνεδροι ευεξία το σώμα και το πνεύμα τους και να "αποδράσουν" από το στρες της καθημερινότητας.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχοντας αντιληφθεί ότι η ύπαρξη συνεδριακής υποδομής από μόνη της δεν είναι πλέον αρκετή για την προσέλκυση συνεδρίων και αναζητώντας τρόπους για να εμπλουτίσουν τις υπηρεσίες τους, αναγνωρίζουν ότι τα spas αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα στην προσπάθεια τους για καταξίωση στο συνεδριακό τουρισμό.

Πολλά επενδυτικά προγράμματα βρίσκονται σε εξέλιξη, από την κατασκευή νέων ξενοδοχείων στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, και τις εκτεταμένες ανακαινίσεις των ήδη υπαρχόντων, μέχρι την κατασκευή νέων, υπερούχρονων συνεδριακών και εκθεσιακών κέντρων. Διεξάγονται μεγάλα δημόσια και ιδιωτικά έργα, στα πλαίσια των οποίων θα αναμορφωθούν και θα ανακατασκευαστούν κτίρια και δημόσιοι χώροι, θα εκσυγχρονιστούν τα μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας καθώς και η ενεργειακή υποδομή. Επιπλέον θα ανακαινιστούν πολλές πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις. Ακόμα και στην Ακρόπολη γίνεται ένα είδος "face lift".

Η Ελλάδα με κέντρο την Αθήνα, μεταμορφώνεται και προετοιμάζεται να φιλοξενήσει το μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών

στην ιστορία της. Αυτή η μεταμόρφωση έχει μετατρέψει την πρωτεύουσα της Ελλάδας σε έναν μοναδικό επενδυτικό κέντρο εξαιτίας των συνεχών έργων των τελευταίων ετών.

© Εκμετάλλευση Παλαιού Αεροδρομίου του Ελληνικού

Είναι γνωστό ότι για την ανάδειξη ενός συνεδριακού προορισμού είναι απαραίτητες οι υποδομές. Μια από τις απαραίτητες υποδομές που δυστυχώς ακόμα απουσιάζει από την περιοχή της Αθήνας είναι η ύπαρξη μεγάλων συνεδριακών χώρων και δη Μητροπολιτικού Συνεδριακού κέντρου.

Μετά από πολλές προτάσεις οι οποίες διατυπώνονταν στην αγορά και μετά την ανάθεση του έργου του νέου Αεροδρομίου των Αθηνών τέθηκε το ερώτημα από πολλούς ποια θα είναι η χρησιμότητα των χώρων και των εγκαταστάσεων του παλαιού Αεροδρομίου του Ελληνικού. Έπειτα από πολλές διαβουλεύσεις και συζητήσεις χρόνων αποφασίστηκε ένα τμήμα του και ειδικότερα το τμήμα του Ανατολικού αεροσταθμού να μετατραπεί σε συνεδριακό κέντρο διεθνών προδιαγραφών με διεθνή δημόσιο διαγωνισμό, με φορέα διεξαγωγής την "Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε", στο εξής ΕΤΑ.

Το Συγκρότημα αποτελεί πλέον μέρος του Μητροπολιτικού Πάρκου Ελληνικού που διαμορφώθηκε στο σύνολο της έκτασης του Παλαιού Αεροδρομίου. Στην ΕΤΑ παραχωρήθηκε η εκμετάλλευση της έκτασης 170 στρεμμάτων του πρώην Ανατολικού Αεροσταθμού στο Ελληνικό με βάση το Ν.2941/2001. Η έκταση περιλαμβάνει τα κτίρια αφίξεων, αναχωρήσεων, charters, συνολικής έκτασης 36.000 τ.μ, καθώς επίσης και το τελωνείο συνολικής έκτασης 10.000 τ.μ.. Με απόφαση του Οργανισμού Ρυθμιστικού Σχεδίου Αθήνας (ΟΡΣΑ) τον Νοέμβριο του 2001 οριοθετήθηκε η έκταση για την ανάπτυξη του "Συνεδριακού Κέντρου Ελληνικού".

Η ΕΤΑ ιδρύθηκε με πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης το 1998 με την επωνυμία "Ανώνυμος Εταιρεία Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας ΕΟΤ". Τον Αύγουστο του 2000

μετονομάστηκε σε "Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε" (ΕΤΑ). Σκοπός της ΕΤΑ είναι η διοίκηση και εκμετάλλευση της περιουσίας και των επιχειρηματικών μονάδων του ΕΟΤ. Το χαρτοφυλάκιο της ΕΤΑ περιλαμβάνει σήμερα περισσότερες από 300 ιδιοκτησίες σε όλη την Ελληνική Επικράτεια με περισσότερες από 40 επιχειρήσεις και σημαντικό αριθμό εκμεταλλεύσεων.

© Συνεδριακή Υποδομή

Η συνεδριακή υποδομή στη χώρα μας, σύμφωνα με τον κ. Ντούβα, Διευθυντή της ΕΞΑ (Ένωσης Ξενοδοχείων Αττικής) παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Παρατηρείται ισχυρή σύνδεση μεταξύ συνεδριακών χώρων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.
- Παρατηρείται αδύνατη σχέση μεταξύ εκθεσιακών και συνεδριακών χώρων.
- Η διαθεσιμότητα των εκθεσιακών χώρων δεν συνδέεται με την πληρότητα της εκμετάλλευσής της.
- Αδυναμία προώθησης του συνεδριακού τουρισμού, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.
- Εγγενής αδυναμία καταγραφής συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στη χώρα μας.

"Μετά την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων η συνεδριακή υποδομή της Αττικής έχει αναβαθμισθεί χαρακτηριστικά" αναφέρει ο Διευθυντής της ΕΞΑ, *"αλλά και πάλι"* συμπληρώνει *"οι μεγάλες και σύγχρονες συνεδριακές αίθουσες των Ξενοδοχείων ικανοποιούν κατά κύριο λόγο την ζήτηση για οργάνωση συνεδρίων στην περιοχή". "Εδώ πρέπει να υπογραμμίσουμε την ύπαρξη πολλών χωρών μικρής και μεσαίας δυναμικότητας, αλλά όχι μεγάλης (> 2500 ατόμων)"* τονίζει ο κ. Ντούβας.

@ Συνέδρια

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 σ' αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη.

Οι υποδομές αυτές, σε 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.

@ Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να "απογειωθεί". Οι δυνατότητες υπάρχουν, αναζητείται η στρατηγική

Όλοι οι εμπλεκόμενοι στο συνεδριακό τουρισμό, συμφωνούν στην παραδοχή ότι υπάρχουν όλες οι προϋποθέσεις για τη θετική πορεία του κλάδου στο άμεσο μέλλον. Οι λόγοι που τους οδηγούν στην εξαγωγή αυτού του συμπεράσματος είναι ενδεικτικά.:

- α) Οι εκπονούμενες διεθνείς και τοπικές έρευνες,
- β) τα αιτήματα που δέχονται από τη διεθνή αγορά και
- γ) εξαργύρωση, με την πάροδο μιας εξαετίας, της φήμης που απέκτησε η χώρα σε όλα τα μήκη και πλάτη της υφηλίου λόγω των πετυχημένων Ολυμπιακών Αγώνων.

Με βάση τον αριθμό των 136 προγραμματισμένων διεθνών συνεδρίων που θα λάβουν χώρα στην ελληνική επικράτεια το διάστημα 2005-2016, η Ελλάδα θα φτάσει στη 17η θέση της διεθνούς αγοράς του συνεδριακού τουρισμού και θα κατακτήσει μερίδιο αγοράς της τάξεως του 2,1%.

Είναι, όπως παραδέχονται οι παράγοντες του χώρου, γεγονός ότι το ελληνικό συνεδριακό προϊόν παρουσιάζει αυξημένη ζήτηση στις διεθνείς αγορές. Το ζητούμενο όμως είναι πώς θα κεφαλαιοποιηθεί το ενδιαφέρον αυτό σε κλείσιμο συνεργασιών, οι οποίες θα φέρουν μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις στην Ελλάδα. Εκπρόσωποι φορέων και επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό αναδεικνύουν τις ενέργειες και τις πρωτοβουλίες που θα πρέπει να λάβει ο δημόσιος τομέας από κοινού με τον ιδιωτικό προκειμένου η χώρα να βελτιώσει το αν όχι αμελητέο τουλάχιστον μικρό μερίδιο αγοράς - κάτω του 1% - το οποίο έχει μερίδιο σήμερα από την παγκόσμια πίτα του συνεδριακού τουρισμού και ταυτόχρονα να ενισχύσει την ταυτότητά της ως συνεδριακός προορισμός.

Προς αυτήν την κατεύθυνση έχουν ήδη γίνει σημαντικά βήματα σε ότι αφορά στις υποδομές αλλά απαιτείται εντατική και συλλογική εργασία σε καίρια θέματα όπως προβολής, έρευνας αγοράς, σύμπραξης της πολιτείας με τους φορείς του τομέα κ.λπ.

Τα λάθη και οι παραλείψεις που έγιναν στο παρελθόν από παράγοντες του ελληνικού τουρισμού και οδήγησαν στο να χαρακτηριστεί μια όμορφη χώρα, όπως η Ελλάδα, ως προορισμός λαικών και φτηνών διακοπών θα πρέπει, όπως επισημαίνουν στελέχη του συνεδριακού τουρισμού, να εκλείψουν. Η χώρα διαθέτει όλα τα προσόντα για την αντιστροφή του κλίματος.

Επιπλέον, ο συνδυασμός των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδας - όπως είναι ενδεικτικά η απaráμιλλη φυσική ομορφιά, οι κλιματολογικές συνθήκες, ο ιστορικός και πολιτισμικός πλούτος κ.λπ.- ωθεί αβίαστα στη δημιουργία προγραμμάτων συνεδριακού τουρισμού τα οποία δύνανται να ικανοποιήσουν και τον πιο απαιτητικό σύνεδρο. Στελέχη της ελληνικής και όχι μόνο αγοράς του συνεδριακού τουρισμού δεν επαναπαύονται μόνο σε αυτά αλλά αποκαλύπτουν τα μυστικά της επιτυχίας ενός συνεδριακού πακέτου το οποίο θα αποσπάσει τα επιδοκιμαστικά σχόλια των συμμετεχόντων σε αυτό ατόμων. Το κλειδί της επιτυχίας κρύβεται στην λέξη ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών όταν εταιρείες catering αναλαμβάνουν την εστίαση και την παροχή γευμάτων στους προσκεκλημένους των συνεδριακών εκδηλώσεων.

Σε ότι αφορά στο ποθητό για όλους Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο Αττικής η υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Φάνη Πάλλη - Πετραλιά απηύθυνε νέα πρόταση στους εμπλεκόμενους με το θέμα φορείς. Το νέο κάλεσμα της τουριστικής ηγεσίας του τόπου περιέχει αυτήν τη φορά όρους στους οποίους καλούνται να ανταποκριθούν οι ενδιαφερόμενοι για τη διαχείριση του συνεδριακού κέντρου παίκτες. Οι ίδιοι υπογραμμίζουν στην Ειδική Έκδοση πώς θα ανταποκριθούν και ποια στάση θα τηρήσουν στην νέα πρόταση του υπουργείου. Από τις σελίδες της Ειδικής Έκδοσης δεν θα μπορούσε να λείπει η παρουσίαση ορισμένων ενδεικτικά συνεδριακών κέντρων και αιθουσών που έχουν αναπτύξει στους χώρους τους ξενοδοχειακές μονάδες και κρατικές επιχειρήσεις.



@ Λόγοι που λειτούργησαν ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη της συνεδριακής αγοράς στη χώρα μας

- ❖ **Λαθιμένες τουριστικές πολιτικές του παρελθόντος**
- ❖ **Υπέρμετρη σημασία και προβολή στο παραδοσιακό προϊόν της χώρας ήλιος - θάλασσα - διακοπές, συστατικό του μαζικού τουρισμού.**
- ❖ **Έλλειψη ειδικών υποδομών, που θα επέτρεπαν την ανάπτυξή του**
- ❖ **Έλλειψη ειδικών οργάνων προώθησης του συνεδριακού τουρισμού, όπως τα γραφεία συνεδρίων και επισκεπτών (CVB).**
- ❖ **Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού.**
- ❖ **Έλλειψη κατάλληλων εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα ιδρύματα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης της χώρας μας.**

@ e-Συνέδριο

Στον αιώνα μας, τον "αιώνα του Internet" όπως υποστηρίζουν πολλοί, η κοινωνία της γνώσης και της πληροφορίας εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Οι εταιρείες πληροφορικής αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες παρέχουν συνεχώς προϊόντα και υπηρεσίες που εξασφαλίζουν οικονομία χρόνου, μειώνουν το κόστος επιμόρφωσης, ενώ ταυτόχρονα δίνουν τη δυνατότητα γρήγορης και εύκολης ενημέρωσης σε θέματα γενικού αλλά και ειδικού ενδιαφέροντος.

Με τη χρήση σύγχρονων τηλεπικοινωνιακών δικτύων και ειδικότερα μέσω τεχνολογιών Internet, Intranet καθώς και δορυφορικών δικτύων παρέχονται υπηρεσίες που καθιστούν δυνατή την εξ' αποστάσεως κατάρτιση και επιμόρφωση. Μία τέτοια υπηρεσία είναι και το e-Συνέδριο. Πρόκειται στην ουσία για τη ζωντανή μετάδοση των εργασιών ενός συνεδρίου που

διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο σε συνέδρους που δεν παρευρίσκονται σε αυτόν.

Εξυπηρετεί όλους εκείνους που ενδιαφέρονται, είτε να παρακολουθήσουν τις εργασίες ενός συνεδρίου (σύνεδροι), είτε να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σ' ένα συνέδριο (ομιλητές) αλλά λόγω γεωγραφικών, χρονικών και άλλων περιορισμών δεν είναι δυνατή η φυσική παρουσία τους σε αυτό.

Δυνατότητες

Οι δυνατότητες της υπηρεσίας αυτής είναι πολλές και ομολογουμένως εντυπωσιακές:

- Δυνατότητα ζωντανής προσέγγισης αυξημένου αριθμού συμμετεχόντων που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές. Σε ένα συνέδριο οι ομιλητές πραγματοποιούν τις εισηγήσεις τους, προβάλλουν το συνοδευτικό τους υλικό στις οθόνες και μέσω της υπηρεσίας e-συνέδριο οι απομακρυσμένοι σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να ακούσουν τον εισηγητή και να δουν τις διαφάνειές του. Μπορούν ακόμη να λάβουν το λόγο και να εκφέρουν την άποψή τους η οποία μεταδίδεται στο συνεδριακό χώρο και τους υπόλοιπους απομακρυσμένους συμμετέχοντες.
- Δυνατότητα καταγραφής των εργασιών του συνεδρίου προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να έχουν πρόσβαση σε αυτές σε χρόνο επιλογής τους. Η διάθεσή τους μπορεί να γίνει είτε μέσω CD είτε μέσα από το Internet.
- Δυνατότητα παρουσίας ομιλητών που υπό άλλες συνθήκες - λόγω γεωγραφικών περιορισμών, έλλειψης χρόνου ή ακόμα και υψηλού οικονομικού κόστους - δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν και να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σε ένα συνέδριο.
- Δυνατότητα πλήρης υποστήριξης των απομακρυσμένων συνέδρων στις διερμηνευτικές υπηρεσίες που διαθέτει ένα συνέδριο που διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο. Η υλοποίηση γίνεται μέσα από τη δημιουργία εικονικών αιθουσών στο Internet, μία για κάθε γλώσσα. Οι απομακρυσμένοι σύνεδροι διαλέγουν να

εισέλθουν στην αίθουσα που ομιλείται η γλώσσα της αρεσκείας τους. Σ' αυτή την εικονική αίθουσα κύριος ομιλητής είναι ο διερμηνέας που μεταφράζει τον εκάστοτε ομιλητή του συνεδρίου και μεταδίδει όσα συμβαίνουν στο συνέδριο. Έτσι δημιουργούνται παράλληλες συνεδρίες μία για κάθε γλώσσα. Οι εργασίες του συνεδρίου μπορούν να καταγραφούν και σε όσες γλώσσες έχουν προγραμματιστεί.

- Δυνατότητα παρακολούθησης των εισηγήσεων εκ των υστέρων ιδιαίτερα στις περιπτώσεις συνεδρίων στα οποία έχουμε παράλληλες αίθουσες ή συνοδεύονται από παράλληλα workshops. Οι απομακρυσμένοι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν τη συμμετοχή τους στο workshop που επιθυμούν δημιουργώντας παράλληλες συνεδρίες οι οποίες μπορούν και αυτές να καταγραφούν.

Που απευθύνεται

Οι λύσεις που προσφέρει η νέα αυτή υπηρεσία ενδιαφέρουν:

- Τις εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων
- Τους συλλόγους, τις επιχειρήσεις, τις επιστημονικές εταιρείες που διοργανώνουν συνέδρια για τα μέλη τους.
- Τα ξενοδοχεία, τους κατόχους συνεδριακών κέντρων
- Τα πανεπιστήμια, τα ερευνητικά κέντρα κ.α.



Οφέλη

Τα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι ιδιαίτερα ελκυστικά. Με τη χρήση του e-συνεδρίου, οι ενδιαφερόμενοι:

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

Τεχνολογία CIN Centra-One

Μία εταιρεία που παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες e-συνεδρίου στη χώρα μας είναι η CIN. Ζητήσαμε να μας ενημερώσουν για το τι απαιτείται για τη διοργάνωση ενός e-συνεδρίου και να μας πουν κάποια παραδείγματα υλοποίησης της συγκεκριμένης υπηρεσίας.

Τεχνική Υποδομή

Για τη σωστή διεκπεραίωση ενός συνεδρίου μέσα από την τεχνολογία της CIN Centra-One απαιτούνται οι παρακάτω τεχνικές υποδομές.

- Ηλεκτρονικός Υπολογιστής ή Laptop με τα εξής χαρακτηριστικά:
: Θα πρέπει να είναι ένα μηχάνημα της τάξης ενός Pentium II

- 400 Mhz ή ένας Celeron 400Mhz.
- Απαραίτητο για κάθε ηλεκτρονικό υπολογιστή είναι η ύπαρξη κάρτας ήχου (Sound Blaster 16-64-128-Live) ή κάποιας άλλης συμβατής κάρτας. Η οθόνη που θα χρησιμοποιείται θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 15" ή για ακόμα καλύτερα αποτελέσματα 17".
 - Τέλος απαραίτητη προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία του Centra είναι η ύπαρξη 64 MB Ram και ενός Modem με ταχύτητα 55.6 Kbps ή ISDN 64 Kbps. Σε περίπτωση όπου υπάρχει Web Camera τότε αυτή μπορεί να αξιοποιηθεί από την πλατφόρμα.
 - Video Projector ο οποίος θα μπορεί να ανεβάζει ανάλυση 1024x768 και 16 Bit color.
 - Μικρόφωνο. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ασύρματου ή ενσύρματου μικροφώνου καλής ποιότητας.
 - Κονσόλα Ήχου. Είναι απαραίτητη για να οδηγηθεί ο ήχος του Η/Υ στις εγκαταστάσεις του συνεδρίου. Στην κονσόλα ήχου θα συνδέεται και το μικρόφωνο του παρουσιαστή.
 - Οθόνη προβολής. Η οθόνη προβολής που θα βρίσκεται στον χώρο θα πρέπει να έχει το ανάλογο μέγεθος έτσι ώστε να είναι εφικτή η παρακολούθηση των διαφανειών που προβάλλονται από όλους τους παρευρισκόμενους.

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

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

- α) μέσω του Η/Υ σε όλους τους συμμετέχοντες που παρακολουθούν το συνέδριο μέσω Centra.
- β) Μέσω ενισχυτή που θα βρίσκεται στο χώρο, σε όλους τους παρευρισκόμενους.

Εάν χρειαστεί να δειχτεί μέσω Centra, Live video του χώρου, τότε

απαραίτητη είναι η ύπαρξη μιας Web Camera, η οποία θα προβάλλει είτε τον παρουσιαστή που θα μιλά, είτε το χώρο του συνεδρίου.

Μέσω του προβολικού μηχανήματος που θα βρίσκεται στον χώρο θα προβάλλεται η οθόνη του Η/Υ (Centra). Με κάθε αλλαγή διαφάνειας από τον παρουσιαστή, αυτή θα προβάλλεται μέσα από την πλατφόρμα σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες και μέσω του προβολικού στο χώρο. Στην περίπτωση που ο παρουσιαστής δεν θέλει να έχει τον έλεγχο του Η/Υ τότε απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ατόμου (Leader) το οποίο θα διαχειρίζεται το Centra. Οι αρμοδιότητες του ατόμου είναι να αλλάζει τις διαφάνειες μέσω Centra, όποτε το ζητήσει ο παρουσιαστής, καθώς και το να δίνει το λόγο σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες όταν αυτό του επιτραπεί.

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

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

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

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

- Όλο το υλικό του συνεδρίου, θα πρέπει να έχει εισαχθεί από πριν στον κεντρικό Centra Server ο οποίος θα βρίσκεται στην ΟΤΕ-NET.

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

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

☺ Συνέδρια εν πλώ...



Ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι πρωτόγνωρη δραστηριότητα. Μέχρι σήμερα σημαντικά συνέδρια έλαβαν χώρα σε μεγάλες πόλεις, επωφελούμενα ξενοδοχειακών μονάδων που φιλοξένησαν τους συμμετέχοντες και κατέστησαν ευχάριστη τη διαμονή τους.

Εκτός όμως απ' τις γνωστές ξενοδοχειακές μονάδες, για τη διεξαγωγή συνεδρίων κατάλληλες αναδεικνύονται και οι κρουαζιέρες.

Την ιδέα έχουν ήδη πραγματοποιήσει μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες και αρκετές μεσαίες και δυναμικές επιχειρήσεις που πολύ έξυπνα εκμεταλλεύονται τις κρουαζιέρες για τα incentives, και τα συνέδρια τους. Και δεν είναι τυχαίο!

Τα νεότευκτα κρουαζιερόπλοια όπως είναι γνωστό, αποτελούν υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, κατάλληλες να φιλοξενήσουν και να ταξιδέψουν μεγάλο αριθμό επιβατών. Ταυτόχρονα, διαθέτουν πλήρως οργανωμένους επαγγελματικούς και συνεδριακούς χώρους με σύγχρονες εγκαταστάσεις, επικοινωνιακό εξοπλισμό και οπτικοακουστικά μέσα. Αίθουσες ειδικά διαμορφωμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες, διαφόρων μεγεθών, επιτρέπουν τη διεξαγωγή μεγάλων και μικρών συνεδριάσεων.

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

Αυτό βέβαια τους δίνει και τη δυνατότητα να γνωριστούν πολύ καλύτερα μεταξύ τους, γιατί μπορούν όχι μόνο να δουλέψουν αλλά και να διασκεδάσουν μαζί, πράγμα που βοηθά τη συνεργασία και βελτιώνει το επίπεδο των σχέσεων. Το κρουαζιερόπλοιο, επίσης, καθώς είναι υπερσύγχρονα εξοπλισμένο, είναι σε θέση να ικανοποιήσει τα ενδιαφέροντα όχι μόνο των συνέδρων αλλά και όσων στη διάρκεια του συνεδρίου - κρουαζιέρας επιθυμούν να ξεδέψουν το χρόνο τους έξω απ' τις αίθουσες συνεδριάσεων. Κάνοντας εξάσκηση στο γκολφ, κάνοντας ηλιοθεραπεία, στην πισίνα ή στους χώρους υδροθεραπείας, στο γυμναστήριο ή στις αίθουσες μασάζ, ψωνίζοντας απ' τα καταστήματα κ.ά.

Τέλος, όλοι έχουν τη δυνατότητα ν' αλλάζουν παραστάσεις, καθώς το πλοίο επισκέπτεται καθημερινά κι ένα διαφορετικό μέρος και να συνδυάσουν έτσι διακοπές, δουλειά και διασκέδαση.

© Γιατί η Αθήνα δεν έχει αναπτύξει συνεδριακό τουρισμό στο βαθμό που θα έπρεπε;

1. Η έλλειψη ενός μεγάλου διεθνούς συνεδριακού κέντρου.

Το σημαντικότερο πρόβλημα της πόλης, ως συνεδριακού προορισμού, είναι η έλλειψη υποδομής. Δυστυχώς η Αθήνα είναι η μόνη πρωτεύουσα στην Ευρώπη, που δεν διαθέτει ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο. Έτσι τα συνέδρια φιλοξενούνται σε

αίθουσες ξενοδοχείων, καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων, κέντρα και άλλα ιδρύματα όπως το Ζάππειο Μέγαρο. Μόνο το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια, είναι όμως αδύνατο ένα στάδιο να καλύψει την έλλειψη ενός συνεδριακού κέντρου, επειδή το κόστος μετατροπής του σταδίου σε αίθουσες συνεδρίων είναι πολύ υψηλό και τέλος (αλλά όχι τελευταίο σε σημασία) δεν αρμόζει σε μία διεθνή μεγαλούπολη, και συνάμα ιστορική πόλη όπως η Αθήνα, να φιλοξενεί διεθνή συνέδρια σε ένα στάδιο, διότι είναι πολύ αρνητικό για την "εικόνα" της στο εξωτερικό.

Χωρίς αμφιβολία με την υπάρχουσα συνεδριακή υποδομή η πόλη είναι αδύνατο να αυξήσει σημαντικά το μερίδιο της στην διεθνή αγορά, ως συνεδριακός προορισμός.

2.Ο ανταγωνισμός

Σύμφωνα με ένα μεγάλο αριθμό ερωτηθέντων στις συνεντεύξεις, η Ελλάδα χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων, γιατί κάποιες άλλες χώρες προσφέρουν φθηνότερα "πακέτα". Ειδικότερα η Τουρκία, και έτσι επηρεάζει τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα ένας αριθμός decision makers να προτιμάνε την Τουρκία για την διεξαγωγή συνεδρίων.

3. Το κυκλοφοριακό

Το κυκλοφοριακό, σύμφωνα με έναν αριθμό των ερωτηθέντων, έχει επηρεάσει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, ενώ κάποιοι άλλοι των ερωτηθέντων δεν το δέχονται αυτό.

Είναι γεγονός ότι το κυκλοφοριακό είναι ιδιαίτερα έντονο στην Αθήνα, ωστόσο είναι ένα πρόβλημα που συναντάται σε κάθε μεγάλη πόλη σε ολόκληρο τον κόσμο. Όμως με την ολοκλήρωση σημαντικών υπό κατασκευή έργων είναι δυνατή η βελτίωσή του, που θα έχει ευεργετικά αποτελέσματα για την πόλη και το image της ως συνεδριακού προορισμού.

4. Η Ολυμπιακή Αεροπορία και οι υπάλληλοι της ΥΠΑ

Είναι κοινά αποδεκτό ότι η κατάσταση στον Εθνικό Αερομεταφορέα αποτελεί τροχοπέδη στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα μας. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, οι απεργίες και οι στάσεις εργασίας έχουν επιδεινώσει ιδιαίτερα την κατάσταση. Όλες αυτές οι καθυστερήσεις και ματαιώσεις πτήσεων τα τελευταία χρόνια έχουν καταστήσει την Ο.Α. αναξιόπιστη διεθνώς, πράγμα το οποίο έχει προκαλέσει μεγάλο πλήγμα στον τουρισμό γενικότερα.

Τη μεγαλύτερη ευθύνη όμως φέρουν οι κυβερνήσεις της μετά Ωνάση εποχής, καθώς δεν φρόντιζαν να διορίζουν κατάλληλα πρόσωπα στη διοίκηση της εταιρείας, με αποτέλεσμα η Ο.Α., ενώ μέχρι το 1975 που κρατικοποιήθηκε ήταν μία εύρωστη οικονομικά εταιρεία, από το 1977 μέχρι σήμερα παρουσιάζει έλλειμμα. Όμως επειδή "η φτώχεια φέρνει γκρίνια" (χωρίς να θέλω να δικαιολογήσω τους εργαζόμενους στην Ο.Α.) δημιουργήθηκε αυτή η κατάσταση τα τελευταία χρόνια. Μεγάλη όμως ευθύνη φέρουν για τις καθυστερήσεις των πτήσεων και την κατάσταση του αεροδρομίου του Ελληνικού γενικότερα οι υπάλληλοι της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.), οι οποίοι τα τελευταία χρόνια σχεδόν κάθε Χριστούγεννα και καλοκαίρι "ανακαλύπτουν" νέα αιτήματα, με αποτέλεσμα να προκαλείται το γνωστό χάος στο αεροδρόμιο, με τις γνωστές καταστρεπτικές συνέπειες στον τουρισμό μας, καθώς η δυσφήμιση που υφίσταται η χώρα μας είναι τεράστια.

Ο παράγοντας accessibility είναι πολύ σημαντικός για την επιλογή μιας πόλης να φιλοξενήσει ένα διεθνές συνέδριο, όμως το Ελληνικό με τα γνωστά του προβλήματα (μικρό και ακατάλληλο) και τα προβλήματα της Ο.Α. και της Υ.Π.Α. έχουν ως συνέπεια η Αθήνα να υστερεί σημαντικά σε αυτόν τον τομέα, σε σχέση με ανταγωνίστριες πόλεις, και να χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων κάθε χρόνο.

© Συνεδριακός Τουρισμός Σήμερα και Αύριο...

Top 5 χωρών που φιλοξένησαν συνέδρια 2005

ΗΠΑ	288
Γερμανία	272
Ισπανία	204
Αγγλία	196

Top 5 χωρών με βάση τα μελλοντικά προγραμματισμένα συνέδρια 2005 - 2015

ΗΠΑ	452
Αυστραλία	283
Γερμανία	282
Ισπανία	274
Ιταλία	259
Ελλάδα	101

Top 5 Συνεδριακών Πόλεων 2005

Βαρκελώνη	105
Βιέννη	101
Σιγκαπούρη	99
Βερολίνο	90
Χονγκ Κονγκ	86

Top 5 Συνεδριακών Πόλεων με βάση τα μελλοντικά προγραμματισμένα Συνέδρια 2005 - 2015

Κοπεγχάγη	138
Σεούλ	99
Βαρκελώνη	97
Πεκίνο	85
Αθήνα	50

© Συντελεστές προσφοράς και ζήτησης

Η ζήτηση στην αγορά των συνεδρίων διαχωρίζεται κατά βάση σε δύο κατηγορίες. Ενδιαφερόμενοι για υπηρεσίες είναι υπό την ευρεία έννοια φορείς, δηλ. επιχειρήσεις, αρχές, σύνδεσμοι, κόμματα, οργανώσεις (άμεση ζήτηση) και μεμονωμένα πρόσωπα, συμμετέχοντες και πρόσωπα συνοδείας (έμμεση ζήτηση). Οι πρωταρχικές ανάγκες αλλαγής τόπου και η ξεκούραση που αποτελούν το κύριο κίνητρο του τουρισμού, πιέζονται από την ανάγκη ανταλλαγής πληροφοριών ή η ανάγκη αναψυχής συνδυάζεται με την ανάγκη ανταλλαγής εμπειρίας και απόψεων και / ή την ανάγκη επιμόρφωσης. Η αλλαγή του τόπου δεν είναι πλέον αυτοσκοπός, αλλά μέσον για το σκοπό της συνάντησης.

Η συνθετότητα των οικονομικών και τεχνικών προβλημάτων απαιτεί στην ανταλλαγή των πληροφοριών την παρουσία μορφωμένων και έμπειρων συνεργατών. Για το λόγο αυτό εργατο-τεχνίτες κοκ δεν απαντώνται σαν μέλη συνεδρίων. Η επιχείρηση ή ο οργανισμός καλύπτει επίσης τα έξοδα για τη συμμετοχή στο συνέδριο. Στα πλαίσια του συνεδριακού τουρισμού δεν ζητείται κάποια μεμονωμένη υπηρεσία, αλλά μονίμως ένα σύνολο υπηρεσιών διαφόρων φορέων (διοργανωτές συνεδρίων, επιχειρήσεις συνεδρίων, επιχειρήσεις καταλυμάτων και περιποίησης, μεταφορικές επιχειρήσεις κ.ά.).

Αυτές οι υπηρεσίες στέκονται σε μία στενή σχέση συμπληρωματικότητας και διατίθενται σα σύνολο.

Το προϊόν συνέδριο διαχωρίζεται σ' αυτό υπό τη στενή έννοια που απαρτίζεται από Hardware (χώροι, τεχνολογία) και Software (προσωπικό, υπηρεσίες) σαν βασικό προϊόν για διασφάλιση της ανταλλαγής πληροφοριών ως βασικής ανάγκης, καθώς και σε ένα προϊόν υπό την ευρεία έννοια που περιλαμβάνει τον τόπο ή τον προορισμό του συνεδρίου.

Αυτό το πρόσθετο προϊόν προσφέρει πρόσθετα οφέλη και εξυπηρετεί στην υποβοήθηση της βασικής λειτουργίας και εκπλήρωσης παραπέρα αναγκών. Στο προϊόν υπό τη στενή έννοια υπάγεται ο ειδικός εξοπλισμός συνεδρίων. Οι ανάλογες επί μέρους

υπηρεσίες συρράπτονται με τις υπηρεσίες της τουριστικής και γενικής υποδομής.

Το ευρύ φάσμα των φορέων υπηρεσιών αξιώνει στο συνεδριακό τουρισμό την εξασφάλιση διασυνδέσεων αυτών των προμηθευτών υπηρεσιών. Εδώ προκύπτουν διασυνδέσεις λειτουργικής, οργανωτικής, οικονομικής και σχετιζόμενες με τις υπηρεσίες υψής που δίνουν ερεθίσματα για μονιμοποίηση των σχέσεων μεταξύ των επί μέρους παραγωγών υπηρεσιών, π.χ. υπό τη μορφή τοπικών ή εθνικών γραφείων για συνέδρια. Με ιδιαίτερη σημασία για τη διοίκηση των συνεδρίων είναι περαιτέρω ο συνυπολογισμός των διαφόρων υπευθυνοτήτων.

Ο διοργανωτής του συνεδρίου αποφαινεται για το περιεχόμενο και παραπέρα επίσης για το πλαίσιο και όρους διεξαγωγής του συνεδρίου. Μέσα σ' αυτό το αντικείμενο υπάρχει ένα πεδίο χειρισμών για τη διεξαγωγή και τη διαμόρφωση στον τόπο του συνεδρίου μέσα από άλλους προμηθευτές υπηρεσιών που συμμετέχουν, ιδιαίτέρως για τον επαγγελματία διοργανωτή του συνεδρίου....

Οι αποδοτικότερες πόλεις συνεδρίων σύγκριση διεθνών διοργανώσεων με περισσότερες από 200 συμμετοχές

πόλη	αριθμός συνεδρίων	μερίδιο αγοράς %
Παρίσι	247	2,6
Λονδίνο	200	2,1
Βρυξέλλες	190	2,0
Βιέννη	181	1,9
Άμστερνταμ	133	1,4
Σιγκαπούρη	133	1,4
Βερολίνο	105	1,1
Γενεύη	105	1,1
Κοπεγχάγη	105	1,1
Λισσαβώνα	105	1,1

(πηγή: Union of international Associations, 1998 - in fvw international, Dezember 1999)

Οι συντελεστές που προσδιορίζουν τον τόπο εγκατάστασης είναι αποφασιστικοί για το αποτέλεσμα ή την αποτυχία των συνεδριακών κέντρων, που σύμφωνα με τον Gamma είναι:

•Φυσικοί συντελεστές εγκατάστασης (τουριστικό ενδιαφέρον: όσο συντομότερη είναι η διάρκεια του συνεδρίου, όσο μικρότερη είναι η εθνική ή η διεθνής επιρροή στους συμμετέχοντες, τόσο περισσότερο αυξάνεται η σημασία των φυσικών παραγόντων εγκατάστασης)

•Γεωγραφική θέση, ιδιαίτερα συγκοινωνιακή διασύνδεση
•φυσικές ομορφιές σαν συμπλήρωμα της προσφοράς που σχετίζεται με το συνέδριο

•κλίμα, αποφασιστικό υπό όρους

•ελκυστικότητα της υπέρ- και υποδομής

Ο ιδανικός τόπος εγκατάστασης ενός συνεδριακού κέντρου αξιώνει:

•κεντρική και ήσυχη θέση

•μικρή απόσταση από τις πλησιέστερες ξενοδοχειακές μονάδες και περιποίησης, όπως συνεδριακό ξενοδοχείο συνδεδεμένο με συνεδριακούς χώρους.

•άμεση σύνδεση με το δημόσιο δίκτυο συγκοινωνίας

•αρκετός χώρος στάθμευσης στην πολύ κοντινή περιοχή

•επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών κοντά στο κέντρο ή στο ίδιο το κτίριο

•αναλόγως ευέλικτο πρόγραμμα χώρων και τεχνικά βοηθητικά μέσα.

Στο σύνολό τους οίκοι διεθνών συνεδρίων στην Ευρώπη είναι πόλεις (ή αντίστοιχα περιοχές), οι οποίες

•διαθέτουν χώρους ημερίδων για 300 κατ' ελάχιστο άτομα με όλες τις συνήθεις διαρρυθμίσεις και υπηρεσίες,

- το λιγότερο 300 συνέδριοι μπορούν να διανυκτερεύσουν ανά πάσα στιγμή ικανοποιητικά,
- διαθέτουν τις απαραίτητες δυναμικότητες και μέσα μεταφοράς,
- διαθέτουν σταθερά τους απαραίτητους ειδικούς που αναφέρθηκαν και
- έχουν ήδη διοργανώσει αποτελεσματικά διεθνή συνέδρια.

Ⓢ Αναμενόμενη Εξέλιξη στο Συνεδριακό Τουρισμό

Από μια έρευνα του Τουριστικού Οργανισμού Interlaken (Μελέτη συνεδρίων «3800 Futura») προέκυψαν ακόλουθες απαντήσεις για την προσεχή εξέλιξη του συνεδριακού τουρισμού. Διοργανώσεις με τεχνικά θέματα κατά κύριο λόγο θα περιορισθούν, επειδή αυτοί οι συντελεστές εξυπηρετούνται από τα τεχνικά μέσα επικοινωνίας.

Αντίθετα θα ανακύψει η αυξανόμενη σύνδεση της διαμόρφωσης γνώμης μέσα από την αντιπαράσταση και τη συζήτηση. Εδώ το "ζωντανό βίωμα" θα κρατήσει τη σημασία του και εν μέρει να ενισχυθεί.

Αν οι διαφορετικές απαντήσεις πάνω στα ερωτήματα προοπτικής συνοψιστούν, τουλάχιστον σαν μαρτυρία τάσης, προκύπτει το ακόλουθο παζλ:

- Τα νέα μέσα επικοινωνίας
- έχουν λίγη / καμία επίδραση στις μεγάλες διοργανώσεις
- στη διάρκεια των διοργανώσεων δεν έχουν επίδραση, πραγματοποιούνται αραιότερα (διεθνώς διατηρούνται αμετάβλητες),
- έχουν καμία / μικρή επίδραση στον τόπο διεξαγωγής

Οι οικονομικές μεταβολές οδηγούν στις εξής τάσεις στο συνεδριακό τουρισμό:

στον τομέα εκπαίδευσης:

- από τα γερμανικά στα αγγλικά
- αναγγελίες που υποχωρούν
- κοντά στον τόπο εργασίας

διεθνείς συναντήσεις / updates:

- αυξάνονται σε απαιτήσεις
- αραιότερα οι μεγαλύτερες συναντήσεις
- περισσότερο "περιεχόμενο", λιγότερο "τουρισμός"
- ανάπτυξη ομάδας / αυξητικά, εξειδίκευση σε κάθε οίκο προσωπικότητας / πωλήσεις / πληροφόρηση / τεχνολογία
- Κριτήρια επιλογής του τόπου ημερίδας
- κεντρική θέση (διεθνές αεροδρόμιο και το πολύ 1 ώρα με το αυτοκίνητο)
- να το βρίσκεις εύκολα (κεντρικές οδοί)
- ασφάλεια
- σχολαστικά άψογη λειτουργικότητα βασικής υποδομής
- τεχνολογία επικοινωνίας στο τόπο συνεδριάσεως και στο ξενοδοχείο με την τελευταία λέξη της μόδας
- μοντέρνα ατμόσφαιρα
- η σχέση τιμή / έργο θα πρέπει να είναι ικανοποιητική
- εμφάνιση: "επιχειρηματική", ανάλογα με το επίπεδο των συμμετεχόντων

© Οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού

Γίνεται διάκριση μεταξύ:

1. Εξόδων του φορέα του συνεδρίου ή του διοργανωτή
2. Εξόδων των συμμετεχόντων

Τα σπουδαιότερα έξοδα του φορέα του συνεδρίου αναφέρονται σε:

- Διοικητικά (γραμματεία του συνεδρίου)
- τεκμηρίωση ("υλικό προώθησης", στοιχεία ημερίδας, γραπτά, κόπιες των εισηγήσεων)
- Ενοίκια (χώροι και τεχνικός εξοπλισμός)
- μεταφραστές και διερμηνείς
- περιποίηση (ενδεχομένως μεσημεριανό φαγητό, συμπόσια, cocktails, αναψυκτικά διαλειμμάτων)

•εισηγητές (αμοιβές, μεταφορά και έξοδα παραμονής)

•μεταφορές (τρανσφέρ, επίσκεψη πόλεως, εκδρομές)

Τα έξοδα των συμμετεχόντων εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες, όπως π.χ. από:

•τη θέση και το επίπεδο τιμών της περιοχής του συνεδρίου

•Διάρκεια και βαθμό έντασης των εργασιών του συνεδρίου

•επαγγελματική υπαγωγή των συνέδρων

Σε έναν πολύπλοκο υπολογισμό / μοντέλο με χρήση υπολογιστών προέκυψε για την πόλη της Βιέννης, ότι σε ένα τζίρο (μετά από μετατροπή) (σύνολο εξόδων ανά συμμετέχοντα) από 725,00 sFr. περιλαμβανόταν αντίστοιχα ένα συνολικό ποσό 210,25 sFr. ανά συμμετέχοντα για φόρους και εισφορές του δημοσίου.

Με περίπου 3 ημέρες συνεδρίου διασφαλίζονται ανά σύνεδρο 0,12 θέσεις πλήρους απασχόλησης. Σε μία μελέτη του Βερολίνου προσδιορίστηκαν τα κατά μέσο όρο έξοδα των αλλοδαπών συνέδρων για τον εαυτό τους και για τα πρόσωπα συνοδείας την περίοδο 1991/92 σε 266,62 Μάρκα ημερησίως. Ανάλογα με το είδος της διοργάνωσης και την προέλευση των συνέδρων ευρίσκονται σε εξάρτηση μεγάλες διακυμάνσεις. Συνολικά προέκυψε στο αναφερόμενο διάστημα μία εισροή πόρων για αγορές, εξαρτώμενη από τους συνέδρους, στην περιοχή Βερολίνου στο ύψος των 132,97 εκ. Μάρκα. Αν εδώ προστεθούν και 57,44 εκ. Μάρκα που εισέρρευσαν από τους διοργανωτές των συνεδρίων, προκύπτει μία εισροή πόρων 190.41 εκ. Μάρκων. Ο συνολικός τζίρος της γερμανικής αγοράς ημερίδων κυμαίνεται σύμφωνα με μία κατάσταση του Γερμανικού Οργανισμού Τουρισμού στα 43 δις Μάρκα.

•10 δις Μάρκα στα κέντρα ημερίδων
εξ' αυτού:

σε συνεδριακά κέντρα 2 δις Μάρκα

και σε Ξενοδοχεία 8 δις Μάρκα

•25 δις Μάρκα λοιποί τζίροι

•8 δις Μάρκα έξοδα ταξιδιών

Πηγή: Ruwoldt, S. 23

© Διαφαίνεται η εξέλιξη του Συνεδριακού Τουρισμού, έστω και με αργά βήματα...

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι, χωρίς αμφιβολία, μια από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού αλλά και από τις πιο πολυσυζητημένες και ταλαιπωρημένες παράλληλα. Όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές - κράτος, φορείς, επιχειρηματίες - έχουν κατά επανάληψη συμφωνήσει εδώ και δεκαετίες στις ανάγκες που έχει ο Συνεδριακός Τουρισμός για να αναπτυχθεί ορθολογικά και αποτελεσματικά αλλά ακόμα και σήμερα παραμένει στάσιμος εκτός ελάχιστων φωτεινών εξαιρέσεων.

Φτάσαμε στο 2005 έχοντας την κληρονομιά πλέον της επιτυχημένης διοργάνωσης της μεγαλύτερης εκδήλωσης παγκοσμίως που είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες που δεν διαφαίνεται να έχουμε καταφέρει να την κάνουμε να «πουλήσει» προς όφελος του τουρισμού και ειδικότερα του Συνεδριακού όπως θα ελπίζαμε και θα περιμέναμε.

Το τοπίο πλέον έχει αλλάξει και δεν είναι εποικοδομητικό να αναλώνεται κανείς σε λάθη και παραλείψεις του παρελθόντος και βέβαια δεν είναι αυτός ο σκοπός και αυτού του άρθρου, αλλά πρέπει να αντιδράσουμε γρήγορα και ουσιαστικά στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί και να τις αξιοποιήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο προς όφελός μας.

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (HARCO) στην πρόσφατη γενική συνέλευση των μελών του περιέγραψε χαρακτηριστικά το νέο περιβάλλον ανάπτυξης του κλάδου το οποίο έχει τρεις σημαντικές αναφορές :

1. Τα θετικά δεδομένα της μεταολυμπιακής περιόδου όπως είναι η διεθνής προβολή της χώρας, η ενίσχυση σχέσεων με τα τουριστικά δίκτυα διανομής και η βελτίωση των υποδομών σε συνδυασμό με την εμπειρία
2. Το νέο, αυτοτελές θεσμικό πλαίσιο στη Νέα Κυβέρνηση με την ίδρυση του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και την δρομολόγηση νέας τουριστικής πολιτικής

3. Την ενίσχυση του ρόλου του συνεδριακού τουρισμού στο συνολικό τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας υπόψη τη στροφή της διεθνούς αγοράς στις μορφές θεματικού τουρισμού, την υπόδειξη του Συνεδριακού τουρισμού ως δυναμικής συνιστώσας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την υιοθέτηση του συνεδριακού τουρισμού από την Ελληνική Περιφέρεια.

Ο HAPCO - που αποτελεί αυτή τη στιγμή τον πιο δραστήριο φορέα στον κλάδο του Συνεδριακού Τουρισμού - με την ευκαιρία του θετικού κλίματος για μια δυναμική ανάπτυξη στον κλάδο, το άνοιγμα της νέας πολιτικής ηγεσίας στους φορείς του τουρισμού και την προοπτική δημιουργίας μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα έχει θέσει τους εξής στόχους:

- Να ενισχύσει το Συνεδριακό Τουρισμό ως μια σημαντική συνιστώσα Τουριστικής Ανάπτυξης της χώρας
- Να συμβάλλει στην πολυμορφία και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην προσέλκυση τουρισμού με υψηλό εισοδηματικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο
- Να προβάλλει την πληρότητα, την επάρκεια και την αξιοπιστία των μελών του στον κλάδο
- Να διεκδικήσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών στην Ελληνική και Διεθνή κλαδική αγορά
- Να εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών για τα μέλη του προβάλλοντας τις υπηρεσίες τους στην εγχώρια και διεθνή συνεδριακή αγορά και να καλλιεργήσει την αλληλεγγύη και τη συνεργασία μεταξύ τους ώστε να διασφαλίσει την προαγωγή των κοινών επαγγελματικών και οικονομικών τους συμφερόντων
- Να παράσχει έγκυρη πληροφόρηση και εκπαίδευση σε θέματα συνεδριακού τουρισμού

Οι παραπάνω στόχοι φαίνονται και είναι πολύ σωστοί και ελπιδοφόροι αν υλοποιηθούν σωστά όμως σχεδόν όλοι αποτελούν ενέργειες που θα έπρεπε να είναι μέσα στο προφίλ των

Convention & Visitor Bureaux (CVBs). Στην Ελλάδα ήδη λειτουργεί το CVB της Θεσσαλονίκης από το 2000 και της Αθήνας από το 2004, ενώ έχει εξαγγελθεί και η δημιουργία του Εθνικού CVB από τον υπουργό Τουριστικής Ανάπτυξης Δημήτρη Αβραμόπουλο, και της Αττικής από την δήμαρχο Ντόρα Μπακογιάννη. Τα δύο πρώτα δεν φαίνεται να έχουν πείσει ακόμα για την αποτελεσματική λειτουργία τους ενώ τα δύο εξαγγελθέντα περιμένει όλη η αγορά πότε θα ιδρυθούν και θα τεθούν σε λειτουργία. Ο Δρ. Δημήτρης Κούτουλας που έχει μελετήσει σε βάθος το θέμα των CVBs αναλύει στο Travel Daily News το θέμα των CVBs και την πορεία τους μέχρι σήμερα.

Θεσμοθέτηση του επαγγέλματος του PCO

Μία θετική εξέλιξη στο θέμα του Συνεδριακού Τουρισμού ήταν η εξαγγελία του κ. Αβραμόπουλου στο πρόσφατο συνέδριο του HARCO για την προώθηση νομοθεσίας που θα κατοχυρώνει και θα διασφαλίζει το επάγγελμα του διοργανωτή συνεδρίων, απαντώντας έτσι σε ένα καίριο αίτημα των επαγγελματιών του κλάδου και λύνοντας έτσι την μαστίγα των «ερασιτεχνών» οργανωτών συνεδρίων που σε πολλές περιπτώσεις δυσφημούν τον κλάδο και τη χώρα.

Στο ίδιο συνέδριο ο υπουργός επεσήμανε, επίσης, την ανάγκη για υποστήριξη της συνεδριακής βιομηχανίας, μέσω εκτεταμένων και κατάλληλων ενεργειών προβολής κάτι που μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει εμπλουτίζοντας έτσι τη γενική διαφημιστική προβολή του ελληνικού τουρισμού με θεματικές ενότητες ειδικά για τον Συνεδριακό.

Εκπαίδευση και εξειδικευμένα στελέχη

Αυτό μας φέρνει και σε ένα άλλο μεγάλο θέμα που απασχολεί τον κλάδο. Αυτό των εξειδικευμένων και εκπαιδευμένων στελεχών προκειμένου να γίνει ανταγωνιστικό το ελληνικό συνεδριακό προϊόν και να βελτιωθεί η συνολικότερη εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό. Και πάλι εκτός από μία

μεμονωμένη προσπάθεια του νεοσύστατου εκπαιδευτικού οργανισμού Trinity στην Κρήτη, που έχει δημιουργήσει ειδική κατεύθυνση σπουδών, δεν υπάρχει άλλη σοβαρή και συστηματική κίνηση μέχρι στιγμής, γεγονός που οδήγησε και τον HARCO στην απόφαση να στηρίξει την προσπάθεια αυτή και να συνεργαστεί με το επιστημονικό δυναμικό της Trinity , αλλά και με το τμήμα των Μεταπτυχιακών Σπουδών Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιώς, για τη δημιουργία στελεχών και για την καλύτερη επάνδρωση των PCOs .

Το Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο

Η δημιουργία του Μητροπολιτικού Συνεδριακού Κέντρου Αττικής, μεγάλης χωρητικότητας, που θα αναδείξει την Ελλάδα ολόκληρη σε συνεδριακό προορισμό αξιώσεων είναι ένα από τα «αγκάθια» που έχουν βασανίσει πολλά χρόνια τον κλάδο. Όλες οι κυβερνήσεις το έχουν εξαγγείλει και καμιά δεν το έχει υλοποιήσει. Σήμερα έχοντας τις υποδομές των σταδίων που δημιουργήθηκαν για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων το θέμα ξαναήρθε στην επιφάνεια πάλι όμως κατ' ανάγκη ως ενδιάμεση προσωρινή λύση. Οι φορείς βλέποντας ότι οι κυβερνήσεις δεν έχουν στην ουσία την βούληση να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την κατασκευή ειδικών προδιαγραφών αυτόνομου συνεδριακού κέντρου στράφηκαν στη λύση της μετατροπής κάποιου από τα στάδια.

Ο HARCO τόσο στο 1 ο Πανελλήνιο Συνέδριο για το Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό όσο και με λεπτομερή Υπομνήματα, τον Αύγουστο 2004 και το Φεβρουάριο 2005 ζήτησε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης την εξασφάλιση από τα Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου (Tae KwonDo) προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ως μόνιμο Μητροπολιτικό Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο της Αθήνας - κάτι που εξακολουθεί να στερείται η Συνεδριακή Αθήνα. Παράλληλα, ο HARCO προέβη και σε υποδείξεις για την καλύτερη μετατροπή και λειτουργικότητα του χώρου έχοντας την κατάλληλη τεχνογνωσία με την οπτική του επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων

που χειρίζεται καθημερινά ανάγκες και λύνει προβλήματα. Όμως η κυβερνητική απόφαση είναι ακόμα σε αναμονή.

Παράλληλα βέβαια δεν φαίνεται να γίνονται και οι ενέργειες μάρκετινγκ που απαιτούνται για να αναδειχθεί η Ελλάδα σε ιδανικό προορισμό συνεδρίων ως 1000 ατόμων, δεδομένου ότι το 85% και πλέον των συνεδρίων ανά τον κόσμο είναι μέχρι αυτής της δυναμικότητας, σύμφωνα με τις έρευνες διεθνών φορέων.

Η ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFARCO)

Ένα σημαντικό βήμα προς την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη έχει γίνει με ελληνική πρωτοβουλία. Η ίδρυση της **Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFARCO)** με 7 Συνδέσμους ιδρυτικά μέλη μεταξύ των οποίων και ο ΗΑ ΡCΟ, 31 συνδεδεμένα και 14 υποστηρικτικά, με γραφεία και προσωπικό στις Βρυξέλλες είναι πλέον πραγματικότητα. Πρόεδρος του EFARCO για τη διετία 2004-2006 εξελέγη ο Αντιπρόεδρος ΗΑ ΡCΟ κος Ζαχαρίας Καπλανίδης. **Βασικός στόχος της EFARCO** είναι η προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη, η ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ των μελών της και η αναγνώριση και πιστοποίηση του επαγγέλματος των ΡCΟ στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

© Επίλογος

Σήμερα η Ελλάδα προσφέρει ένα ολοκληρωμένο συνεδριακό προϊόν ως αποτέλεσμα της αισθητής, σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν, βελτίωσης της επίγειας - συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία - και αεροπορικής - η συμβολή των ιδιωτικών αεροπορικών εταιρειών - υποδομής.

Η Ελλάδα είναι σε θέση να προσφέρει ένα ολοκληρωμένο συνεδριακό προϊόν και να ικανοποιήσει τους πλέον απαιτητικούς πελάτες, διοργανώνοντας άρτια παγκόσμια συνέδρια.

Στα μεγαλύτερα ξενοδοχεία της χώρας συντελείται αναβάθμιση ή/και επέκταση των συνεδριακών τους χώρων και εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού τους εξοπλισμού. Ακόμα είναι γνωστό ότι μία χώρα που φιλοδοξεί να καθιερωθεί ως συνεδριακός προορισμός θα πρέπει να έχει πολλά και υψηλού επιπέδου ξενοδοχεία. Μέχρι πρόσφατα η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη είχαν έλλειψη ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων, ενώ στους άλλους συνεδριακούς προορισμούς της χώρας, υπάρχει βελτίωση των ξενοδοχείων τόσο σε ποιότητα όσο και σε ποσότητα, με αποτέλεσμα να υπάρχει επάρκεια ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων, τα οποία λειτουργούν πλέον δώδεκα μήνες το χρόνο και όχι έξι όπως μέχρι πρόσφατα.

Το τελευταίο όμως διάστημα παρατηρείται στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, λόγω της Ολυμπιάδας που έχει γίνει εφιαλτήριο για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη, υλοποίηση πολλών επιχειρηματικών σχεδίων από διεθνείς και Ελληνικές αλυσίδες ξενοδοχείων που προβλέπουν την ανέγερση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, ριζική ανακαίνιση (Hilton, Μεγάλη Βρετανία), επέκταση (Ledra Marriott) ή επαναλειτουργία άλλων (King George). Στη Θεσσαλονίκη αναμένεται η ανέγερση ξενοδοχείου από την Inter-Continental και από άλλους ομίλους στο μέλλον, ενώ το ξενοδοχείο Capitol μετονομάστηκε σε Holiday Inn. Είναι πολύ σημαντικό ότι στις δύο μεγαλύτερες πόλεις της χώρας θα υπάρχουν σε σύντομο χρονικό διάστημα πολλά ξενοδοχεία που θα διοικούνται από διεθνείς αλυσίδες, οι οποίες θα προσδίδουν κύρος, θα αποτελούν εγγύηση για την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών και αναμένεται να προσελκύσουν τουρίστες υψηλού οικονομικού επιπέδου.

Από τα παραπάνω είναι προφανές ότι γίνονται σημαντικά βήματα προόδου με συνέπεια η Ελλάδα να αρχίζει να καθιερώνεται ως συνεδριακός προορισμός και να επιδιώκει με αξιώσεις μεγαλύτερο κομμάτι από την "παγκόσμια συνεδριακή πίττα". Ωστόσο δεν θα πρέπει να είμαστε αιθεροβάμονες και να εθελουφλούμε. Οι βελτιώσεις που έγιναν και θα γίνουν είναι αξιοσημείωτες, ωστόσο υπάρχουν ακόμα προβλήματα που χρήζουν

επίλυσης, όπως η έλλειψη απευθείας πτήσεων από τα νησιά προς το εξωτερικό, το οποίο έχει αισθητά βελτιωθεί λόγω των ιδιωτικών αεροπορικών εταιρειών, όμως θα ήταν αφελές να μιλήσουμε για επίλυσή του.

Τα μεγάλα προβλήματα της Αθήνας και της χώρας κατ' επέκταση συνοψίζονται στο ότι η πόλη δεν προσφέρει στοιχειώδη ποιότητα ζωής, με συνέπεια οι εύποροι τουρίστες να στρέφουν το ενδιαφέρον τους για άλλους προορισμούς. Ακόμα η μέχρι πρόσφατα πολιτική marketing που ακολουθούσαμε υστερούσε απελπιστικά με αποτέλεσμα να διαβάζεις μέχρι και για το Γιβραλτάρ ως συνεδριακό προορισμό, ενώ οι καταχωρήσεις και τα ρεπορτάζ σε διεθνή έντυπα για την χώρα μας ήταν από ελάχιστες έως μηδαμινές. Από τότε έχουν γίνει βήματα προόδου με συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και καταχωρήσεις σε διεθνή έντυπα, όμως η πολυσυζητημένη δημιουργία ενός Conventions Bureau καθυστερεί.

Συμπερασματικά, είναι κοινή πεποίθηση ότι η Ελλάδα έχει πλέον μεγάλες δυνατότητες για επιπλέον ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και έχει επέλθει πλέον το πλήρωμα του χρόνου για την διεθνή καταξίωση της. Η χώρα μας εισέρχεται δυναμικά στην πιο κερδοφόρα μορφή του τουρισμού, έχοντας πλέον ως "όπλα" όχι μόνο τον ήλιο, τη θάλασσα και την Ακρόπολη, αλλά αναβαθμισμένες υποδομές και υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα.



© Πηγές - Βιβλιογραφία

✓ Internet sites

www.synedrio.gr

www.greece-estate.gr/z-synedriatourism.html

www.harco.gr [Hellenic Association of Professional Congress Organisers]

www.seoes.gr [Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων & Συνεδρίων]

www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=19970&subcategory_id=20

www.dorabak.gr/more_news.asp?un_id=777

www.anadeixi.gr

www.helexpo.gr

www.poet.gr/show_article.asp?aid [Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού]

www.gnto.gr [Διεθνή Συνέδρια στην Ελλάδα 2005-2006]

✓ «Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελιξεις - Προβλήματα - Δυνατότητες και Πολιτική»

του κ. Λ. Αθανασίου [Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)]

✓ ΕΛΚΕ [Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων]

✓ Συνεδριακός Τουρισμός. Εκδόσεις Παπασωτηρίου

✓ Οργάνωση Συνεδρίων και Εκδηλώσεων. Εκδόσεις Τμήματος Επικοινωνίας Παντείου Πανεπιστημίου

✓ JBR HELLAS LTD. [Business Consultants]

Dr. Άρης Ίκκος

Ζάππειο, Πειραιάς, Οικονομ Τουρισμός, Εξοπλισμός, Έ Λαμπριάς, Μελίνα, Στεφανί

xenia: χθες,



Πριν περίπου 40 χρόνια ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη κάνει τα πρώτα του οργανωμένα βήματα. Η περιήγηση και τα ταξίδια των αρχαιολόγων συμπληρώνονται σταδιακά από οργανωμένες μετακινήσεις τουριστών.

Εις πράξεις σημαντικές αλλά λίγες ιδιωτικές ξενοδοχειακές μονάδες προστίθενται τα Ξενία του ΕΟΤ, δημιουργώντας ένα σημαντικό απόθεμα υποδομής στο χώρο της ξενοδοχείας και το οποίο θα πρωταγωνιστήσει για τα επόμενα χρόνια και μέχρι σήμερα.

Ανάλογα επιχειρηματικά δρόμοι ανοίγονται σε όλους τους τομείς του ελληνικού τουρισμού: Γραφεία ταξιδιών, κρουαζιέρες, ναυτιλιακές εταιρείες, κ.λπ.

Το σήμα είχε ήδη δοθεί ο ελληνικός τουρισμός ξεκινούσε το μακρύ του ταξίδι στη οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό και εκ των πραγμάτων συμπιέστηκε μαζί του σύσσωμη την ελληνική επιχειρηματική αγορά, τις επιχειρήσεις και υπηρεσίες, που ο τουρισμός είχε ανάγκη στο ταξίδι του αυτό.

Η έκθεση χηφία δημιουργήθηκε και ξεκίνησε την πορεία της σε αυτήν ακριβώς την καθοριστική στιγμή για τον ελληνικό τουρισμό, στην 10ετία του '60, υποστηρίζοντας εξ αρχής την ανάπτυξη του σημαντικότερου κλάδου της ελληνικής οικονομίας.

Με το βλέμμα στραμμένο σε αυτό που έρχεται και όχι σε αυτό που φεύγει, η έκθεση χηφία δημιουργεί νέα δεδομένα και ευκαιρίες και στις δύο πλευρές: οι μεν επιχειρηματίες του τουρισμού είχαν τη δυνατότητα να δουν συγκεντρωμένες τις σημαντικότερες επιχειρήσεις για τον

εξοπλισμό και τις προμήθειές τους, ενώ από την άλλη, η αγορά του εξοπλισμού και των υπηρεσιών υποστήριξης επαγγελματικών μονάδων είχε την ευκαιρία να εκθέσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της συνολικά στους σημαντικότερους εκπροσώπους της επιχειρηματικής τουριστικής αγοράς.

Στην πορεία της έχει οργανώσει και παρουσιάζει παραπάνω από 200 εκθέσεις, συνέδρια και μεγάλα γεγονότα.

Καθιέρωσε εμνηνευμένες καινοτομίες στην οργάνωση και τη λειτουργία των εκθέσεων της, πλαίσιας τις εκθέσεις με ποικίλες παράλληλες εκδηλώσεις, όπως ημερίδες, σεμινάρια, διαγωνισμούς, επιδείξεις, μελέτες, σποντομέ, κ.λπ. Η «χηφία» ήταν κατάλληλη, δημιουργώντας έτσι μια ισχυρή ένωση, ένα βημα.

Οι δυο πλευρές διατηρούν μέχρι σήμερα την πλέον καθαριστική, επιωφελή και κατάλληλη ενοπή στα εκθεσιακά δρώμενα της τουριστικής βιομηχανίας. Μια επαφή που προβάλλεται, όχι μόνο σε ένα επιχειρημένο αλλά «στεγνό» επιχειρηματικό και εκθεσιακό περιβάλλον αλλά, που τροφοδοτείται διαρκώς με όλα τα υλικά της σύγχρονης επιχειρηματικότητας, κοινωνικό προφίλ, έρευνες, ενίσχυση του τουρισμού και ανάδειξη των πλεονεκτημάτων του, επικέντρωση στα μεγάλα προβλήματα της κοινωνίας, εμπιστοσύνη, προσηγγή του εκθεσιακού θεσμού, κ.λπ. Μια συνταγή, που εγγυάται τη συνέχιση της πορείας της χηφία στο μέλλον.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αποτελεί και αποτελεί το κύριο αντικείμενο της έκθεσης. Η προσπάθεια αφορούσε στα να δημιου-

37th Διεθνής Έκθεση

xenia

Πρώην Ανατολικό / Παρασκευή 27 έως 1

Οργάνωση: Εξοπλισμός, Τηλεφωνία & Λογιστική - Ομάδα ΑΕ

Για το ταξίδι των Υπουργείων Τουρισμού

Τουριστικά ΥΠΕ - The Global Association of the

Η UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) αποτελεί τον κορυφαίο οργανισμό παγκοσμίως για τον τουρισμό και τον κλάδο της εκθέσεως. Η UFI αποτελεί τον κορυφαίο οργανισμό παγκοσμίως για τον τουρισμό και τον κλάδο της εκθέσεως. Η UFI αποτελεί τον κορυφαίο οργανισμό παγκοσμίως για τον τουρισμό και τον κλάδο της εκθέσεως.

Διεύθυνση: 15122 Αθήνα, κω. γραφείο: 210 773 10 00, fax: 210 773 10 01

Η χηφία είναι μια μεγάλη έκθεση

α, Επιχειρήσεις, Επενδύσεις,
 οευνα, Πολιτισμός, Ελλάδα,
 ης, Φωκός, Αβραμόπουλος...

σήμερα, αύριο



τουριστικής Βιομηχανίας

nia



ΠΡΟΔΡΟΜΙΟ (Ελληνικό)

Τετάρτη 30 Ιανουαρίου

Παλαιό Ναυόδομο Διακρίσεις, Εστίασης & Ψυχαγωγίας

Ώρες: 16:00 - 20:00

Εισιτήρια: Εμπόρευμα Ναυτιλίας & του Ε.Ο.Τ.

Industry

Η εκδήλωση θα γίνει στη
 αίθουσα του Ε.Ο.Τ. στην
 οδό των Αρτοποιών, 4, στην
 περιοχή του Προδρόμιου της
 Αθήνας. Διευθυντής: Αλέξης
 Αβραμόπουλος, πρόεδρος
 της Επιχειρηματικής
 Ομάδας για τον τουρισμό.

Εκδόσεις: 44, 2005
 (1η έκδοση του 2005)



γεί χρόνο με το χρόνο, καλύτερες επιχειρηματικές συνθήκες για εκθέτες και επισκέπτες μέσα σε ένα κλίμα - για τους διοργανωτές - "ισογώνου θεωρητικού". Παράλληλα από που καθίσταται η κερδοσία, ως ένα μοναδικό θεσμό στο εκθεσιακό δρώμενο, είναι το γεγονός ότι αποτελεί ένα σύνολο επιχειρηματικών εκδηλώσεων με στόχο την ενίσχυση του βασικού της ρόλου με σύγχρονα εργαλεία και δράσεις. Οι μέλη της «Τάξης και Προοπτικές των Αστικών Ξενοδοχείων». «Τουριστικές Επιχειρήσεις - Προμηθευτές Εξοπλισμών». «Το Επενδυτικό Περιβάλλον της Ελληνικής Ξενοδοσίας». «Το παρόν και το μέλλον μετά το 2004». «Ο Εκατοετησιακός κλειδί στην Ανταγωνιστικότητα».

Οι ημερίδες "Οι προοπτικές των αερομεταφορών στην Ελλάδα", "Ειδικές μαρφές τουρισμού (τουρισμός υπαίθρου-τουρισμός υγείας)", "Τουριστική εκπαίδευση προβλήματα & ελλείψεις, ανάγκες και προοπτικές", "Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα: εξελίξεις & προοπτικές" κ.λπ.

Οι ιστορικές και πολιτισμικές ανφορές της κερδοσίας αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητάς της. Οι σταθμοί που επισκεψθήκε η κερδοσία στην ελληνική ιστορία και στον παλιό κόσμο, κατά την διάρκεια του πολιτισμού ταξιδιού της, αποστέλλουν δειγματολόγους έκφρασης, τα οποία εμπλουτίζουν και ενισχύουν την συνολική δραστηριότητά της, αλλά και παρέχουν το εγχείρημα για τον τρόπο και τη λειτουργία ενός σύγχρονου επιχειρηματικού φορέα.

Πέραν από την αναγκαιότητα δημιουργίας του κατάλληλου επιχειρηματικού κλίματος για τους

επαγγελματίες επισκέπτες και εκθέτες, οι παράλληλες δραστηριότητες της έκδοσης ενίσχυσαν συνολικά την όλη διοργάνωση, διεύρυναν το επιχειρηματικό της προφίλ αλλά κυρίως δίνουν σημαντικά δείγματα στο επίπεδο του κοινωνικού έργου που, ως δράση, απαιτείται από το σύνολο του επιχειρηματικού κόσμου.

Οι φετινές ημερίδες διακρίσεις κερδοσίας αποτελούν αφιέρωμα στη Σύγχρονη Ελλάδα και τα κεντρικά πρόσωπα είναι οι κυρίες

ΛΑΜΠΡΑΗ - ΠΛΑΚΑ ΜΑΡΙΝΑ
 ΚΑΡΑΪΝΔΡΟΥ ΕΛΕΝΗ
 ΚΡΑΤΣΙΑ - ΣΤΑΓΚΑΡΟΠΟΥΛΟΥ ΡΩΔΗ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Η κερδοσία ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1968 και είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που ασχολήθηκε αποκλειστικά με την οργάνωση εκθέσεων και συνεδρίων.

Στο παρόντα περίοδο χρόνο της δραστηριότητάς της υλοποιεί πρωτοποριακές ιδέες που την καταξιώνουν στη χώρα μας και την κατέστησαν διεθνώς αποδεκτή.

Είναι ιδρυτικό μέλος του Σ.Ε.Ο.Ε.Σ. (Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανισμών Εκθέσεων & Συνεδρίων) του Athens CVB, της EUREPRO ΕΚΘΕΣΙΑΚΕΣ & ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Α.Ε. και μέλος του Σ.Ε.Τ.Ε. (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων).

Ο πρόεδρος και δ/νων σύμβουλος της εταιρίας κ. Τάσος Κούμης, έχει τηρηθεί με σημαντικές διακρίσεις για την προσφορά του στον Ελληνικό Τουρισμό και τα εκθεσιακά δρώμενα.

Είναι πρόεδρος του Σ.Ε.Ο.Ε.Σ. μέλος Δ.Σ. του Σ.Ε.Τ.Ε. και μέλος του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού.

Έρευνα

ΤΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

Οι αντιλήψεις μας για θέματα Πολιτισμού

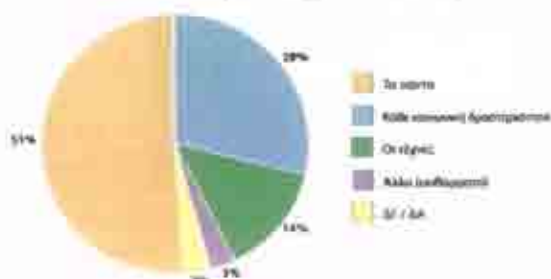
Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο για τις αντιλήψεις των Ελλήνων για θέματα Πολιτισμού και Τεχνών προέκυψαν από το ερευνητικό πρόγραμμα που διενεργήθηκε γύρω από τις στάσεις, τις αντιλήψεις και τις γνώσεις των Ελλήνων για θέματα πολιτισμού και τεχνών.

Το ερευνητικό αυτό πρόγραμμα συμπεριλάμβανε ποσοτική έρευνα σε βάθος, με προσωπικότητες από διάφορους χώρους των τεχνών και του πολιτισμού και έρευνα γενικού πληθυσμού ηλικίας 18 ετών και άνω. Η ανάλυση του ερευνητικού προγράμματος έγινε από την έκδοση για τις τέχνες και τον πολιτισμό "HIGHLIGHTS", και τη διεξαγωγή του ανέλαβε η εταιρεία Metron Analytics. Χορηγός της έρευνας είναι το Ίδρυμα Σταύρος Ν. Υψιάδης.

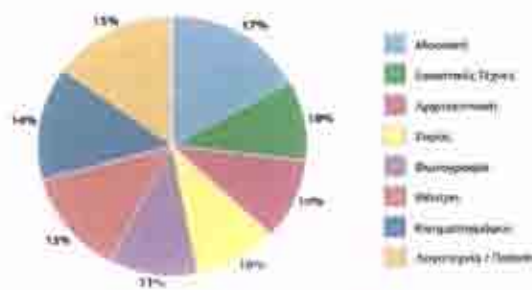
Η ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε διεξήχθη τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο 2005, με τη μέθοδο των εις βάθος ατομικών συνεντεύξεων με δώδεκα προσωπικότητες από διάφορους χώρους των τεχνών και του πολιτισμού. Η ποσοτική έρευνα στο γενικό κοινό διενεργήθηκε την περίοδο 15 Σεπτεμβρίου έως 3 Οκτωβρίου 2005, σε δείγμα 2.000 ατόμων, ηλικίας 18 και άνω, στο σύνολο της χώρας, συμπεριλαμβανομένων της Χρήτης και των νήσων Αιγαίου και Ιονίου, με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων σε νοσοκομεία και τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της τριτοταξιακής δειγματοληψίας.

Η ποσοτική έρευνα στο γενικό κοινό διενεργήθηκε την περίοδο 15 Σεπτεμβρίου έως 3 Οκτωβρίου 2005, σε δείγμα 2.000 ατόμων, ηλικίας 18 και άνω, στο σύνολο της χώρας, συμπεριλαμβανομένων της Χρήτης και των νήσων Αιγαίου και Ιονίου, με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων σε νοσοκομεία και τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της τριτοταξιακής δειγματοληψίας.

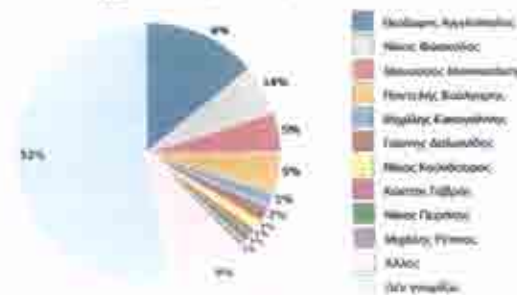
Τι είναι κατά την άποψή σας ο πολιτισμός;



Μορφές τέχνης που εκφράζουν τον Έλληνα



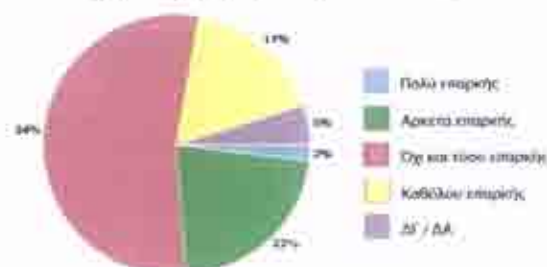
Μπορείτε να μου αναφέρετε έναν Έλληνα σύγχρονο σκηνοθέτη κινηματογράφου;



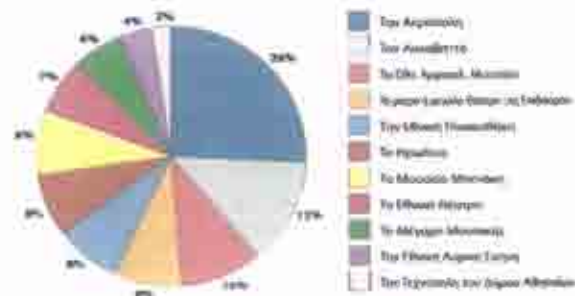
Όταν αξιολογείτε έναν/μία δημιουργό (οποιασδήποτε μορφής τέχνης), ποια είναι τα κριτήριά σας;



Πώς αξιολογείτε την πληροφόρηση που υπάρχει σήμερα στη χώρα για θέματα Πολιτισμού;



Έχετε επισκεφθεί ποτέ ... :



Μελέτη: Ελληνικά Ξενοδοχεία και Ανταγωνιστικότητα

Η χαμένη "νιότη" και οι ακριβοί μισθοί...

Το μείζον πρόβλημα της μειωμένης ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού αναδειχθέντα ανάγλυφα με στοιχεία στη μελέτη με θέμα "Ανάλυση δεσικών ανταγωνιστικότητας σε Μεσογειακούς προορισμούς", που έγινε το καλοκαίρι με το συντονισμό του ΣΙΕΤΕ και της εταιρείας συμβούλων THH και σε συνεργασία με επιχειρηματικούς φορείς της Ισπανίας, της Τουρκίας, της Αιγύπτου, της Κροατίας, της Κύπρου και της Πορτογαλίας.

Επιμέλεια: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ

Το αρνητικό προφίλ του ελληνικού τουρισμού, σύμφωνα με τη μελέτη που παρουσιάστηκε στο 4ο ετήσιο συνέδριο του ΣΙΕΤΕ με θέμα την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, συλλαγραφούν οι ακόλουθοι δείκτες το πολύ υψηλό κόστος μισθοδοσίας των ελληνικών ξενοδοχείων, τη γηροσμένη ξενοδοχειακή κλίμακα, η χαμηλή κερδοφορία για το σύνολο των ξενοδοχειακών κλάδων, η πολύ χαμηλή χρήση ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων, η μικρή συμμετοχή ξενοδοχείων σε αεροδρόμια, η έντονη επακόλουθη έλλειψη ειδικών υποδομών, τα "δύσκολα" επιχειρηματικά περιβάλλοντα, το ανεπαρκές και η έλλειψη φροντίδας του περιβάλλοντος.

Ός προς τα εργασιακά κόστη των ξενοδοχείων, που αποτελεί το μεγάλο αγκάθι στην ανταγωνιστικότητα, η έρευνα αναφέρει ότι στους δύο ελληνικούς προορισμούς, που εξετάστηκαν, το Ηράκλειο και τη Ζάκυνθο, είναι από τα υψηλότερα μεταξύ των 21 μεσογειακών προορισμών της έρευνας. Τα ξενοδοχεία του Ηρακλείου, μάλιστα, με μέσο εργασιακό κόστος πάνω από 1.700 ευρώ μηνιαίως, αναδεικνύονται ημιταβλιότες στην (καλή) μισθοδοσία και με διαφορά από τον δεύτερο που είναι τα ξενοδοχεία της Λας Πάλμας, με 1.300 ευρώ μισθοδοσία. Ο αντίστοιχος δείκτης, επίσης, στη Ζάκυνθο είναι ο πέμπτος υψηλότερος, με πάνω από 1.200 ευρώ. Τα ελληνικά ξενοδοχεία πληρώνουν μεν "καλά", όμως υστερούν στα δείκτη του αριθμού υπαλλήλων ανά δωμάτιο. Το



Ο Υπουργός Ανάπτυξης κ. Δ. Στουφής

Ηράκλειο και η Ζάκυνθος βρίσκονται στις χαμηλότερες θέσεις, με περίπου 0,3 υπαλλήλους ανά δωμάτιο, με τους τουρκικούς προορισμούς να βρίσκονται στην κορυφή με 1 υπάλληλο ανά δωμάτιο. Η μελέτη διαπιστώνει, εξάλλου, ότι ένα στα δύο ξενοδοχεία του Ηρακλείου και δύο στα τρία ξενοδοχεία της Ζάκυνθου δεν διαθέτουν ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων. Οι Έλληνες τουριστικοί επιχειρηματίες βαθμολογούν πολύ χαμηλά το επιχειρηματικό περιβάλλον.

Από την πλευρά των τουριστών, η βαθμολογία τόσο ως προς την γενική ικανοποίηση από τις διακοπές, όσο και ως προς το value for money, είναι ικανοποιητική έως πολύ ικανοποιητική, όμως όμως να ξεπερνά τον μέσο όρο της αντίστοιχης βαθμολογίας

Το συνέδριο πραγματοποιήθηκε 17-18 Οκτωβρίου. Την έναρξη των εργασιών κύρηξε με ομιλία και ο Υπουργός Ανάπτυξης κ. Δ. Στουφής στο ετήσιο δείπνο στη Μικ. Βρακοναία. Η έρευνα, που παρουσιάστηκε στα πλαίσια του συνεδρίου, διεξήχθη σε τουριστικές ημερομηνίες στην Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία, Αίγυπτο, Κροατία, Κύπρο, Πορτογαλία. Περιλάμβανε τουριστικούς επιχειρηματίες και τουρίστες.



Ο Γραμματέας του ΣΙΕΤΕ κ. Στ. Αφειδής

των ανταγωνιστικών προορισμών που εξετάστηκαν. Τα επίμαχα συμπεράσματα είναι:

1. Οι τουρίστες σίτως ελληνικούς προορισμούς δηλώνουν γενικώς ικανοποιημένοι. Από όσους δήλωσαν μη ικανοποιημένοι, το 5% αναφέρεται στην Αθήνα, το 7% στη Ζάκυνθο και το 4% στο Ηράκλειο.
2. Οι τουρίστες δεν βλέπουν προορισμούς ευθέως ανταγωνιστικούς με τους ελληνικούς. Βαρκελώνη και Ρώμη είναι προορισμοί που αναφέρονται ως εναλλακτικές λύσεις έναντι της Αθήνας, αλλά μόνο για ένα 13% των τουριστών.
3. Φιλικότητα και φιλοξενία είναι οι παρόντες, που οι τουρίστες αναγνωρίζουν περισσότερο.
4. Μόνο το 15% των ελληνικών ξενοδοχείων ανήκουν ή εντάσσονται σε ξενοδοχειακές αλυσίδες, με όλα τα ελληνικά προβλήματα, που αυτό συνεπάγεται.
5. Η Αθήνα έχει το υψηλότερο έσοδο ανά διαθέσιμο δωμάτιο το 2004 μεταξύ των μεσογειακών προορισμών. Το μέσο έσοδο ανά διαθέσιμο δωμάτιο αυξήθηκε από το 2000 έως το 2004 κατά 47%.
6. Χαμηλά κοστίζουν τα ξενοδοχειακά προφορικά. Το 66% των ξενοδοχείων είναι 2 και 1 εστέρα.
7. Αναφέρονται παρουσιάζει η σύγκριση των συγκεκριμένων προϊόντων μεταξύ των προορισμών. Το Ηράκλειο και η Ζάκυνθος προσφέρουν τον απριβέ-τερο espresso με 3 ευρώ (Ηράκλειο) και 2,90 ευρώ (Ζάκυνθος), αλλά έχουν και το φθηνότερο εσπρεσσομένο νερό με 0,79 και 0,65 ευρώ αντίστοιχα.

Μετρα για την ανανέωση του Ελληνικού τουρισμού

Μια σειρά μέτρων και παρεμβάσεων, που αποσκοπούν στην ανανέωση και στην εκσυγχρονισμό του ελληνικού τουρισμού, ανακοίνωσε ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Αν. Λιάκος, μιλώντας στο 4ο συνέδριο του ΣΙΕΤΕ.

Η πιο σημαντική παρέμβαση αφορά στην άρση των εμποδίων για την παροχή και επέκταση ξενοδοχειακών 4 και 5 αστέρων σε όσες περιοχές της χώρας έχουν μέχρι τώρα το καθεστώς του ξενοδοχειακού κορυφαίου. Η ρύθμιση αναμένεται να εκδοθεί με την υιοθέτηση της κοινής Υπουργικής απόφασης με το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών.

Για το ζήτημα αυτό, ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Δ. Αβραμόπουλος είχε στην έκδοση "Φιλοξενία" ότι ζήτησε από τον κ.Αλογοσκούφη να συμπληρωθούν όσα γίνεται περισσότερο τουριστικές περιοχές, στις οποίες η δημιουργία ξενοδοχείων υψηλών κατηγοριών θα εμπόδιζε την ανάπτυξη του αναπτυξιακού νέου. Ο κ. Λιάκος ανέφερε, επίσης, ότι το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης θέτει τις προκλήσεις για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων ειδικών μορφών τουρισμού, όπως είναι τα θεματικά πάρκα, τα προπονητικά κέντρα κ.λπ.

Τα υπόλοιπα μέτρα είναι σε συνάρτηση με το συνάρμοστο Υπουργείο προϋποθέτουν αποφάσεις, με τις οποίες διεκδικούνται σημαντική χρόνια προβλήματα, όπως είναι αυτά των υπερμεγέθων πολυδομημένων συγκροτημάτων των ξενοδοχείων, της αλόγουστης της διαδοχικής έκδοσης αδειών των τουριστικών καταλυμάτων με μείωση των διαδικασιολογικών, της απόσυρσης παλαιών μονάδων και αλλαγής κτίστος τους, της τουριστικής κατοικίας, τη σημαντική εφορευτικότητα της πισίνας, τη χρήση στρατηγικών αποφασισμών για τουριστικές πτήσεις Charter, την αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης κ.ά.

Από κοινού με το ΥΠΕΧΩΔΕ προωθείται το νομοθετικό πλαίσιο για το κερδοφόρο του τουρισμού που προσδιορίζει τις προτεραιότητες της τουριστικής ανάπτυξης στις περιοχές της χώρας και ξεκινάει το ποσο για τις επενδύσεις στον τουρισμό. Στόχος είναι ο επανοργανωτισμός του κωδικωμένου προϊόντος ανά περιφέρεια, ναρό και περιοχή, ώστε κάθε περιοχή να αναπτύξει εκείνο το εξειδικευμένο και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν, που της αφορά καλύτερα, με τη δική της γενική ταυτότητα αναγνώρισης και προβολής.



Ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Αν. Λιάκος

Επανεξετάζεται το σύστημα κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων με στόχο, για να προσαρμοστεί στις σύγχρονες απαιτήσεις.