

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ : ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ
ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Καθ. ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ : ΜΟΥΡΑΤΙΑΝ ΧΡΗΣΤΟΣ Α.Μ .
ΝΙΚΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α.Μ. 4055
ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ Α.Μ. 4237

ΠΑΤΡΑ 2006

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6972.
----------------------	-------

Περιεχόμενα

Πρόλογος	1
1. Η ταυτότητα του Συνεδριακού τουρισμού	3
2. Διακρίσεις του συνεδριακού τουρισμού	5
• Η διάρκεια των συνεδρίων	5
• Το μέγεθος των συνεδρίων	6
• Η επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων	7
• Η επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων	7
3. Οι συνεδριακές εκδηλώσεις και οι φορείς τους	
-Ορολογία που αφορά εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα	10
• Συνέδρια	10
• Διασκέψεις-Συνδιασκέψεις	11
• Συσκέψεις	11
• Συνελεύσεις	12
• Διαλέξεις – Ομιλίες	12
• Ημερίδες	12
• Φόρουμ	13
• Συμπόσια	13
• Σεμινάρια	13
• Workshops	14
• Meetings	14
- Οι φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων	15
-Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα	15
-Φορείς επιχειρησιακού χαρακτήρα	16
-Είδη συνεδρίων σύμφωνα με τους φορείς που τα συγκαλούν	
• Επιστημονικά συνέδρια	17
• Εμπορικά συνέδρια	18
• Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου	19
• Συνέδρια διεθνών οργανισμών	19
• Συσκέψεις	20
• Σεμινάρια	21

3. Ιθύνοντες (εντεταλμένοι) – Οργανωτές – Σύεδροι	21
• Οι ιθύνοντες	22
• Οι οργανωτές των συνεδρίων	23
• Οι σύεδροι	24
4. Οι Ξενοδοχειακοί συνεδριακοί χώροι	25
• Συνεδριακοί χώροι	25
• Εναλλαγή χρήσεων	28
• Η διάταξη της αίθουσας	29
• Διάταξη συνεδρίου	30
• Αμφιθεατρικός – ημικυκλικός τύπος με κεντρικό διάδρομο	31
• Αμφιθεατρικός – ημικυκλικός τύπος με κεντρικό σώμα και καμπύλες πτέρυγες	31
• Αμφιθεατρικός τύπος σχήματος “V”	32
• Διάταξη με καθίσματα ατομικού θρανίου	32
• Σχήμα “Π” ή “U”	33
• Σχήμα <E>	34
• Σχήμα <T>	34
• Τύπος διοικητικού συμβουλίου	35
• Τύπος διοικητικού συμβουλίου – Ωοειδές σχήμα	35
• Τύπος «Άδεια πλατεία»	36
• Σχήμα πετάλου αλόγου	36
• Σχήμα άδειου κύκλου	36
• Τύπος «αίθουσας σχολείου – οριζόντιος»	37
• Τύπος αίθουσας σχολείου – κάθετος	37
• Τύπος αίθουσας σχολείου – σχήματος <V>	38
• Τύπος στρογγυλών τραπεζιών διαμέτρου 1μ	39
B. Ο εξοπλισμός των χώρων	39
• Καθίσματα και τραπέζια	39
• Εξέδρες και αναλόγια	41
• Οπτικοακουστικός εξοπλισμός	41
• Ηχητικά συστήματα	43
• Φωτισμός	43
• Οθόνες προβολής	44
• Μηχάνημα προβολής slides	44
• Κινηματογραφικές μηχανές προβολής	44

• Επιδιασκόπιο	45
• View – graph	45
• Video – δορυφορική τηλεόραση	45
• Μεταφραστικές εγκαταστάσεις	46
• Μαγνητόφωνα ,γραφομηχανές, φωτοτυπικά μηχανήματα	46
Γ. Προδιαγραφές ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων και εξοπλισμού	
47	
• Ηχομόνωση – ηχοπροστασία	48
• Ακουστική	48
• Χρόνος αντήχησης	48
• Ηλεκτρακουστικό σύστημα	49
5. Οι λειτουργικές διαδικασίες προετοιμασίας και διεξαγωγής συνεδρίων	50
A) Τρόποι ,έλεγχος και κατάλογος κρατήσεων δωματίων	52
• Με ευθύνη του οργανωτή	52
• Με ευθύνη του ξενοδοχείου	53
• Έλεγχος των κρατήσεων δωματίων	53
• Κατάλογος συνεδρίων	53
• Έναρξη συνεδρίων	54
B) Υπηρεσίες διατροφής	55
• Διατροφικές παροχές	56
• Οικονομική επιβάρυνση	56
• Προσφορά οινοπνευματωδών ποτών	57
- Ανοικτό Μπάρ	57
-Τοις μετρητοίς	57
- Με κουπόνια	57
Γ) Δυνατότητες ψυχαγωγίας	58
• Πραγματοποίηση εκθέσεων	58
• Κριτική και αποτίμηση ενός συνεδρίου	59
• Αποτίμηση από την πλευρά της μονάδας	60
• Κριτική από την πλευρά του πελάτη	60

Συνεδριακά κέντρα στο νομό Αχαΐας	64
6. Αχαΐα – Η πόλη της Πάτρας	64
Α) Πανεπιστήμιο Πατρών	70
• Κτιριακή υποδομή γενικά	75
• Κτιριακή υποδομή εξοπλισμός	81
Β) Ξενοδοχείο GRECOTEL Στη Λακόπετρα	83
Γ) Αχαΐα Clauss	86
• Πλήρης υλικοτεχνικός εξοπλισμός	88
• Υψηλές ξενοδοχειακές υπηρεσίες	89
• Άνετη μετακίνηση	89
• Υποδομή της ευρύτερης περιοχής	89
• Καλό κλίμα	90
• Η εικόνα του τόπου προορισμού	90
• Συνεδριακός τουρισμός	90
7. Δυνατότητες εδραίωσης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα	91
• Προϋποθέσεις που διαθέτει η Ελλάδα	92
• Προτάσεις	93
1. Σταθερή τουριστική πολιτική	95
2. Επαρκή στατιστικά στοιχεία	97
3. Σωστό Μαρκετινγκ – Δημιουργία convention Bureaus	98
4. Εκσυγχρονισμένες μέθοδοι διαφήμισης	100
5. Προώθηση των πωλήσεων	102
6. Εκσυγχρονισμός της εκπαίδευσης	105
7. Δημιουργία συνεδριακών πόλεων	106

• ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αυξάνει ολοένα και περισσότερο. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους συναντιούνται, συνεδριάζουν, συσκέπτονται, συναποφασίζουν. Επειδή δεν είναι δυνατόν πάντα τα άτομα αυτά όταν συνεδριάζουν να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με κάποια κριτήρια έναν κοινό τόπο για τη συνάντησή τους. Η μετακίνηση προς τον τόπο συνάντησης είναι τουριστική μετακίνηση, που σε συνάρτηση με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί συνεδριακό τουρισμό. Η μορφή αυτή του τουρισμού παρουσιάζεται την τελευταία δεκαετία με σταθερή ετήσια αυξητική τάση του 8-10%.

Συνεδριακός τουρισμός, στη "δική μας" γλώσσα, σημαίνει επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων, προσαρμογή στις νέες μορφές τουριστικής διακίνησης, περισσότερο συνάλλαγμα, τουρίστες μορφωμένοι με απαιτήσεις και μεγαλύτερη οικονομική δυνατότητα επιμήκυνσης της τουριστικής σαιζόν και ίαση για τον τραυματισμένο και βαριά άρρωστο τουρισμό των μεγαλουπόλεων.

Πιο τυπικά, αποτελεί το 40% του επιχειρηματικού τουρισμού - υπό την ευρύτερη έννοιά του- που με τη σειρά του είναι το 40% της διεθνούς τουριστικής διακίνησης. Για την Ελλάδα το ποσοστό αυτό ανέρχεται μόλις στο 7% έως 8%, ποσοστό μικρό, που αποδεικνύει τα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού αλλά και τις ελπίδες για την παραπέρα προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, αφού φανερώνει τις δυνατότητες που ανοίγονται για τη φιλοξενία στη χώρα μας μεγάλων διεθνών συνεδρίων. Οι ομάδες των συνεδριακών τουριστών, εκτός του ότι

προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη, παράλληλα προβάλλουν και τον τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων, πράγμα που έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πεδίο: μεταξύ κρατών, που μέσω των αρμόδιων φορέων τους προσπαθούν να πάρουν το μεγαλύτερο δυνατόν κομμάτι από την ολοένα αυξανόμενη συνεδριακή "πίτα", μεταξύ των πόλεων που προσπαθούν να καθιερωθούν σαν πόλεις συνεδρίων, μεταξύ των ξενοδοχειακών μονάδων, που στοχεύουν όχι μόνο στην υψηλή εισοδηματική στάθμη των τουριστών αυτής της μορφής αλλά και στην τόνωση της πληρότητάς τους κατά την διάρκεια της χαμηλής τους περιόδου και, τέλος, μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών που συνειδητοποίησαν την απόλυτη ταύτιση μιας κενής ξενοδοχειακής κλίνης και μιας κενής θέσης στο αεροσκάφος. Όλοι όσοι ασχολούνται με τα τουριστικά πράγματα διαπιστώνουν, συμφωνούν και τονίζουν πως ο συνεδριακός τουρισμός έχει δυνατότητες και περιθώρια ν' αναπτυχθεί στη χώρα μας. Το κλίμα, η φύση, η φήμη και η ιστορία της Ελλάδας επιτρέπουν να διατηρούμε ελπίδες και η ζήτηση-κατά εποχές- και αναλόγως της διαφήμισης ή της δραστηριοποίησης που έχει προηγηθεί επιβεβαιώνει το βάσιμο αυτών των ελπίδων.

Γιατί όμως να χάνονται διεθνή και μεγάλα συνέδρια στη χώρα μας; Ποιες είναι οι ιδιομορφίες της συγκεκριμένης αγοράς; Πόσο η υπευθυνότητα και η οργάνωση επιδρούν και επηρεάζουν τις επιλογές; Πού είμαστε δυνατοί και που χωλαίνουμε; Τι πρέπει ή τι μπορούμε να κάνουμε προκειμένου η Ελλάδα να ενταχθεί στον κατάλογο των χωρών που μπορούν να προσελκύσουν σημαντικά συνέδρια, αλλά και ποιες είναι οι νέες τάσεις που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ώστε η προσφορά μας να λειτουργεί ανταγωνιστικά;

Ο W.T.O. ξεκίνησε μια έρευνα για τον συνεδριακό τουρισμό, συγκεντρώνοντας τα υπάρχοντα στοιχεία που τον χαρακτηρίζουν,

παρουσιάζοντας τα υπέρ και τα κατά του ελληνικού τουρισμού – και συζητώντας με τους ανθρώπους του χώρου που έχουν περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο ασχοληθεί με το αντικείμενο του συνεδριακού τουρισμού. Στόχος τους είναι μια σφαιρική παρουσίαση της σημερινής πραγματικότητας που δυστυχώς παραμένει η ίδια, χρόνια τώρα. Τα ίδια πρόσωπα στο χώρο, τα ίδια παράπονα, οι ίδιες υποδείξεις και οι ίδιες προτάσεις ακουμπούν τις πληγές της γενικής και ειδικής υποδομής, της δημιουργίας ενός ενιαίου φορέα που να ασχοληθεί σοβαρά με το αντικείμενο, της εξειδικευμένης προβολής και διαφήμισης της Ελλάδας ως συνεδριακής χώρας, του εμπλουτισμού του προσφερομένου πακέτου με πρωτότυπες και ποιοτικές εναλλακτικές λύσεις για τους υποψήφιους πελάτες καθώς και της ύπαρξης ενός τουλάχιστον Convention Bureau για την Ελλάδα, αν όχι για κάθε πόλη της, που μπορεί να φιλοξενήσει διεθνή συνέδρια. Ας μην παραβλέπουμε πως ο συνεδριακός τουρίστας είναι ένας πελάτης ξεχωριστός, δύσκολος και σημαντικός τόσο για τον διοργανωτή συνεδρίων όσο και για τον ξενοδόχο, τον ιδιοκτήτη επιχείρησης ενοικιαζομένων αυτοκινήτων, τον μεταφραστή, τον ξεναγό κ.λπ. αλλά και τον εθνικό αερομεταφορέα, όλους όσους άμεσα ή έμμεσα εμπλέκονται, και κατ' επέκταση και για την εθνική οικονομία.

• ***Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ***

Πρόκειται για αμετάθετο προϊόν (καταναλώνεται δηλαδή στον τόπο παραγωγής του), αποτελεί βασικό κομμάτι της γενικότερης έννοιας του τουρισμού για επιχειρηματικούς λόγους και επειδή συνδυάζει ταξίδι και εργασία, αποτελεί ένα είδος τουρισμού λιγότερο ευάλωτο στις οικονομικές υφέσεις και πληθωριστικές τάσεις. Δεν το καθορίζει η ηλιοφάνεια και η θερμοκρασία του καλοκαιριού, δίνει εργασία σε μια σειρά από επαγγέλματα

και προσφέρει καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα -όσον αφορά το συνάλλαγμα- σε επιχειρήσεις, σε πόλεις και χώρες. Μέσα από την εξέλιξή του στο χρόνο, παίρνει όλο και πιο σταθερή μορφή και αποδεικνύεται πως ο οποιοσδήποτε υποψήφιος συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει περισσότερα χρήματα στο ταξίδι του, εκτιμά περισσότερο τις πολιτιστικές και ιστορικές ρίζες ενός τόπου, αναζητά την ποιότητα στην εξυπηρέτηση και αν μείνει ικανοποιημένος από την εικόνα που σχημάτισε πιθανώς να αποζητήσει την ίδια χώρα για τις διακοπές του. Ακόμη, ο συνεδριακός τουρισμός καθορίζεται από την κοινή γνώμη μια και οι αποφάσεις για τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου παίρνονται στα διοικητικά συμβούλια -συνήθως- των επιχειρήσεων, οργανισμών, συλλόγων και ενώσεων που κατά καιρούς συγκεντρώνονται για να αναπτύξουν θέματα εξειδικευμένα και κοινού ενδιαφέροντος. Και η επιλογή ενός τόπου ως κατάλληλου για τη διεξαγωγή του συνεδρίου εξαρτάται από τον οικονομικό παράγοντα (συνολικό κόστος), την απόσταση, την ποιότητα των εγκαταστάσεων που θα το φιλοξενήσουν, το παρεχόμενο σέρβις, τον τρόπο και το είδος των μεταφορικών μέσων, και την ποιότητα του συνολικού προσφερομένου πακέτου από πλευράς του διοργανωτή. Η αναγκαιότητα ανάπτυξης του αποτελεί αναμφισβήτητη θέση όλων όσοι ενασχολούνται με αυτόν, άμεσα ή έμμεσα. Και αυτό όχι μόνο γιατί υπερέχουν τα πλεονεκτήματα έναντι των μειονεκτημάτων του, αλλά περισσότερο γιατί δημιουργεί ένα αίσθημα ασφάλειας σ' όσους εμπλακούν με τις εργασίες ενός συνεδρίου. Τα βήματα για τη σωστή διοργάνωσή του αν και εφόσον υπάρχουν, η υποδομή, οι δυνατότητες και ο απαραίτητος γενικός και ειδικός εξοπλισμός, είναι σχετικά απλά αν γίνουν έγκαιρα και μεθοδευμένα. Και αυτό που κερδίζει και εντάσσεται στο παιχνίδι του ανταγωνισμού είναι η φαντασία που πρέπει να συνοδεύει τη σοβαρότητα και την ποιότητα της διοργάνωσης.

Όσον αφορά την Ελλάδα η έλλειψη εξειδικευμένης γνώσης γύρω από το αντικείμενο και το γεγονός ότι η σχετική πείρα γύρω απ το συνεδριακό προϊόν έχει συγκεντρωθεί στα χέρια λιγοστών ανθρώπων, αυτή τη στιγμή λειτουργούν ως τροχοπέδη στην παραέρα ανάπτυξη του κλάδου που έχει συγκεκριμένο προφίλ, έκταση και εξέλιξη. Δεν πρέπει να συγχέει κανείς τον συνεδριακό τουρισμό με τις άλλες μορφές επιχειρηματικού τουρισμού. Τόσο ο συνεδριακός τουρισμός, όσο και τα ταξίδια κινήτρων ή η διακίνηση για συγκεκριμένους εργασιακούς λόγους των μεμονωμένων επαγγελματιών επιχειρηματιών, έχουν τα δικά τους χαρακτηριστικά, και είναι λάθος να τα αντιμετωπίζουμε απ' την ίδια οπτική γωνία, εντάσσοντας τα όλα μαζί σε μια έννοια - αυτή του συνεδριακού τουρισμού. Άλλο, λοιπόν, ο επιχειρηματικός τουρισμός και άλλο ο συνεδριακός, αν και ο δεύτερος αποτελεί το μεγαλύτερο - σε ηλικία και προνόμια- παιδί του πρώτου. Βεβαίως αξίζει να τονίσουμε ιδιαίτερα πως ο συν. τουρισμός αρχίζει να εντάσσει την έννοιά του και το θεσμό των εκθέσεων, μια και η κυριότερη νέα τάση είναι να συνδυάζεται η διεξαγωγή ενός συνεδρίου με την παράλληλη διοργάνωση μιας έκθεσης προϊόντων ή και υπηρεσιών επιχειρήσεων εξειδικευμένων και σχετικών με το αντικείμενο της όποιας συνεδριακής μορφής συνάντησης.

• **ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

➤ **Η διάρκεια των συνεδρίων**

Σύμφωνα με μια εκτεταμένη έρευνα που πραγματοποίησε το τμήμα συνεδρίων της Union de International, η πλειονότητα των συνεδρίων έχει

διάρκεια 4 - 5 ημέρες. Το 37,7% των συνεδρίων έχει διάρκεια 3 ημέρες, ενώ το 19,8% 6 - 8 ημέρες, Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως επειδή οι εργασίες των συνεδρίων πραγματοποιούνται συνήθως στις εργάσιμες ημέρες, κάποιος αριθμός συνέδρων παρατείνει τη διάρκεια του ταξιδιού του ή φροντίζει να ξεκινήσει νωρίτερα, αξιοποιώντας και το σαββατοκύριακο. Κάτι τέτοιο φυσικά αυξάνει σε κάθε περίπτωση τη διάρκεια παραμονής του συνεδριακού τουρίστα και την τελική τουριστική του δαπάνη.

➤ Το μέγεθος των συνεδρίων

Δεν υπάρχει τυπικό μέγεθος, για κάποιο συνέδριο. Το μέγεθος του αποτελεί συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Το μέγεθος του φορέα κάτω από την αιγίδα του οποίου πραγματοποιείται, προδικάζει σε κάποιο βαθμό το μέγεθος του συνεδρίου, όχι όμως καθοριστικά. Ο βαθμός συχνότητας που ο συγκεκριμένος φορέας διοργανώνει συνέδρια, ο βαθμός ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, ο τόπος και οι εγκαταστάσεις που επιλέχτηκαν, οι ημερομηνίες διεξαγωγής του, είναι επίσης στοιχεία που επηρεάζουν το βαθμό συμμετοχής και, κατ' επέκταση, το τελικό μέγεθος. Η πλειονότητα των συνεδρίων αφορά συνέδρια μεγέθους μέχρι και 100 ατόμων. Πιο αναλυτικά :

Το 35% των συνεδρίων αφορά συνέδρια έως 100 άτομα

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

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

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

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

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

➤ **Η 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 βασικό 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 υποψηφίων συνέδρων του φορέα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Ενώ ο Σεπτέμβριος και ο Μάιος είναι οι μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια, αντίθετα ο Ιανουάριος εμφανίζει τον μικρότερο αριθμό διεξαγωγής τους (προφανώς λόγω της εορταστικής ατμόσφαιρας των ημερών και των διακοπών που τις συνοδεύουν και οι οποίες έχουν ήδη απομακρύνει πολλούς από τις εργασίες τους).

Η επιλογή θερινών μηνών για διεξαγωγή, συνδυάζεται με προορισμούς που δεν έχουν ιδιαίτερα ζεστό κλίμα και προσφέρουν παράλληλα με το συνέδριο αυτό καθεαυτό και εναλλακτική θεώρηση διακοπών έστω και ολιγοήμερων.

➤ **Η επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων**

Αξιολογικά παραθέτουμε στη συνέχεια τα κίνητρα εκείνα που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων.

□ Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής είναι το σημαντικότερο κριτήριο από τη σκοπιά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.

□ Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προσέλευσης του κύριου όγκου των συνέδρων.

□ Η απόσταση ή, καλύτερα, η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά, η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον διαβαθμίζει η διάρκεια του συνεδρίου.

□ Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης που σχετίζεται με το συγκεκριμένο τουριστικό "πακέτο" του συνεδρίου. Πρόσθετες ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, κ.λπ.

□ Η γενικότερη εικόνα που έχει καταφέρει να προβάλλει ο συγκεκριμένος τρόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων: πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα, με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες κ.λπ.

□ Και, φυσικά, οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

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

Στην Ευρώπη, οι πόλεις που δέχονται τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, στις Ηνωμένες Πολιτείες η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη. Οι αναλυτές των στατιστικών στοιχείων των τελευταίων ετών μνημονεύουν την περίπτωση της Φιλανδίας, της οποίας η πρωτεύουσα Ελσίνκι λαμβάνει ένα σταθερό μερίδιο από το συνεδριακό τουρισμό. Και είναι αξιομνημόνευτη η περίπτωση της γιατί βρίσκεται στο τελευταίο βορειοανατολικό σημείο του Ευρωπαϊκού Βορρά και

έχει παρατεταμένο βαρύ χειμώνα και μικρό καλοκαίρι με ζεστή και υγρή ατμόσφαιρα.

Στο σημείο αυτό, κρίνουμε σκόπιμο να αναφέρουμε, ότι σαν πρόσθετα στοιχεία επιλογής πέρα από αυτά που μνημονεύτηκαν, λειτουργούν και άλλα. Πολλά διεθνή 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 δραστηριότητά τους. Εθνικοί φορείς, όταν πραγματοποιούν συνέδρια με ευρεία διεθνή συμμετοχή, είναι αυτονόητο πως επιλέγουν τόπο διεξαγωγής μέσα στα Εθνικά τους όρια. Η σειρά του ξενοδοχείου έρχεται μετά. Αφού δηλαδή γίνεται η επιλογή της χώρας και της πόλης που θα διεξαχθεί το συνέδριο, τότε λοιπόν λειτουργεί και ο ανταγωνισμός σε επίπεδο ξενοδοχείου. Πολλοί όμως είναι αυτοί που ισχυρίζονται πως ήδη οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν δώσει το "παρών" τους στο αρχικό στάδιο της επιλογής. Εμείς συμφωνούμε με το σκεπτικό αυτό, διότι το ξενοδοχειακό κατάλυμα με τις όποιες συνεδριακές του δυνατότητες βαραίνει σημαντικά στην απόφαση της επιλογής της χώρας ή και της πόλης, με δεδομένο ότι αποτελεί τμήμα της όλης απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής της. Τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων.

ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΣ

Πριν ασχοληθούμε με τους φορείς υπό την αιγίδα των οποίων πραγματοποιούνται οι συνεδριακές εκδηλώσεις, κρίνουμε σκόπιμο να

αναφερθούμε συνοπτικά στην ορολογία που χρησιμοποιείται για να τις περιγράψει και να τις συγκεκριμενοποιήσει.

- Ορολογία που αφορά εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα

Συνέδρια

Είναι η συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων. Το θέμα του συνεδρίου καθορίζεται σε γενικές γραμμές από την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο κ.λπ. Η κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων σχετίζεται με το πόσες φορές, υπό την αιγίδα του οποίου συνέρχονται και του οποίου αποτελούν μέλη. Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, συνήθως ετήσια. Αποτελούνται τις περισσότερες φορές, σε ότι αφορά τη διεξαγωγή τους, από το κυρίως συνέδριο στο οποίο συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι και από άλλα μικρότερα συνεδριακά τμήματα δευτερεύοντα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου. Στη φάση της διεξαγωγής του κυρίως συνεδρίου, απαιτείται μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο μεγέθους ανάλογου του αριθμού των συνέδρων. Στη φάση των δευτερεύουσων συνεδριάσεων απαιτούνται μικρότεροι χώροι, όσοι και ο αριθμός των επιτροπών, διαμορφωμένοι ανάλογα. Ο αγγλοσαξονικός όρος "Convention" χρησιμοποιείται κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες, ενώ στην Ευρώπη ο όρος "Congress" η ο αντίστοιχος γαλλικός "Congress". Και οι δύο όροι αναφέρονται στο συνέδριο και είναι σχεδόν συνώνυμοι.

Χρησιμοποιούμε το "σχεδόν" γιατί το "Congress" περισσότερο από το "Convention" χρησιμοποιείται όταν το συνέδριο έχει διεθνή χαρακτήρα.

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 ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων σε αυτό. Ισχύουν και εδώ όσα αναφέρθηκαν για το συνέδριο. Ο συνηθέστερος όρος που χρησιμοποιείται για την διάσκεψη είναι ο αγγλικός "Conference". Μπορούν να πραγματοποιηθούν σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Συσκέψεις

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές σαν "round table conferences", δηλαδή συσκέψεις στρογγυλής τράπεζας. Ο όρος αυτός υποδηλώνει ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα, με την καθοδήγηση δε ενός προέδρου καταλήγουν σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό σώμα ή εκτελεστικό.

Συσκέψεις πραγματοποιούνται από φορείς τόσο επιχειρησιακού, όσο και μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

Συνελεύσεις

Έχει επικρατήσει η χρήση του όρου αυτού κυρίως για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της Διοίκησής της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.

Διαλέξεις – Ομιλίες

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος από κάποιον που θεωρείται ειδικός στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την απόλυτα δομημένη παρουσίασή της. Μπορεί να προσεγγίζει θέμα γενικού ενδιαφέροντος ή ειδικού, όπως επίσης και να επακολουθεί ή όχι συζήτηση στο τέλος. Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει. Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη και λιγότερη επιστημότητα.

Ημερίδες

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Συνήθως αποτελούν "γενέθλιες" επετείους του φορέα που τις πραγματοποιεί. Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, ημερήσιας διάρκειας.

Φόρουμ (Forum)

Έχει επικρατήσει ο όρος προκειμένου να περιγράψει συναντήσεις με πάνελ εισηγητών. Χαρακτηριστικό γνώρισμά τους είναι ότι επακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο με ερωτήσεις που υποβάλλει ή και με απαντήσεις σε αυτές. Ο συντονιστής της όλης διαδικασίας ομαδοποιεί θέσεις, απόψεις και προβλήματα και οδηγεί ανάλογα τη διαδικασία. Οι συμμετέχοντες κάθονται σε διατάξεις τραπεζιών ή εδράνων.

Συμπόσια

Δεν περιγράφεται με τον όρο αυτό τις περισσότερες φορές ένα πλούσιο και επίσημο γεύμα ή δείπνο. Αφορά "πνευματική τροφή" που προσφέρεται με επισημότερο τρόπο απ' ότι στο "φόρουμ". Το συμπόσιο κατά τα άλλα είναι σχεδόν συνώνυμο με το "φόρουμ". Ο όρος χρησιμοποιείται σπανιότερα και με τη μεταφορική του έννοια (φυσικά αδόκιμο) για να υποδηλώσει λαμπρότητα σε καθαρά επιστημονική εκδήλωση.

Σεμινάρια

Στο ευρύ κοινό είναι γνωστή μόνο μια πτυχή αυτού του όρου: αυτή που συνδέεται με τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας - άσχετα αν χρησιμοποιούνται σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και βοηθήματα - και

αποσκοπεί στη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο, ο όρος αυτός συγκεκριμενοποιεί το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας, η οποία εμφανίζεται με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του συμποσίου και του "φόρουμ". Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός. Αντίθετα συμμετοχές σε συμπόσια ή "φόρουμ" είναι πολυπληθέστερες.

"Workshops"

Αποτελεί μέθοδο εκπαιδευτικής διαδικασίας που επιτρέπει εμπειριστατωμένη μελέτη κάποιου συγκεκριμένου θέματος. Αφορά μεγέθη 15-30 ατόμων που συγκεντρώνονται για να βελτιώσουν την επίδοσή τους σε κάποιο συγκεκριμένο αντικείμενο λύνοντας και συζητώντας σχετικά προβλήματα.

"Meetings" (Συναντήσεις)

Έχει "πολιτογραφηθεί" σαν όρος και στη γλώσσα μας. Αφορά συναντήσεις καθαρά διεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες "εταιρικές" επιχειρησιακές συναντήσεις.

➤ Οι φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα ο οποίος αποφασίζει την πραγμάτωσή του. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, άσχετα αν σε κάποιες φάσεις τη μεταβιβάζει σε εξουσιοδοτημένα όργανα. Οι φορείς διακρίνονται από τη σκοπιά κάτω από την οποία κάθε φορά εξετάζονται. Έτσι μπορεί να έχουμε διάκριση -ανάλογα με τα κριτήρια- και σε φορείς με βάση:

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

Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι τα επιμελητήρια, κρατικοί οργανισμοί, διεθνείς οργανισμοί. Είναι επίσης συνδικαλιστικές οργανώσεις και σωματεία, κοινωφελείς οργανισμοί, εθνικοτοπικοί σύλλογοι, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες. Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και συνήθως αυτό συμβαίνει στο χώρο των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες "σύλλογος", "εταιρεία", "σύνδεσμος" κ.λπ.

Φορείς επιχειρησιακού χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα κ.λπ. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί εφόσον οι δραστηριότητές τους επεκτείνονται και σε περισσότερες χώρες της αλλοδαπής. Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών και οι συγκεκριμένες ανάγκες τους προδικάζουν και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Οι εκδηλώσεις αυτές είναι καθαρά διεπιχειρησιακού χαρακτήρα και ενδιαφέροντος και αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες, αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου, ωστόσο αποτελούν μια σημαντική αγορά προς την οποία υπάρχει έντονο ενδιαφέρον.

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

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

➤ *Είδη συνεδρίων σύμφωνα με τους φορείς που τα συγκαλούν :*

Παρουσιάζουμε πιο κάτω τα βασικότερα είδη συνεδρίων, εξετάζοντάς τα κυρίως από τη σκοπιά του τουριστικού παραγωγού, ξενοδόχου ή ταξιδιωτικού πράκτορα. Τα παρουσιάζουμε ομαδοποιημένα, σύμφωνα με τους φορείς που τα συγκαλούν και παραθέτουμε τις ιδιαιτερότητες και τα γνωρίσματά τους.

▪ *Επιστημονικά συνέδρια*

Τα επιστημονικά συνέδρια, κυρίως τα ιατρικά συνέδρια, μπορούν να έχουν μια ιδιαίτερη αξία και να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα. Πολλοί γιατροί και άλλοι επιστήμονες τείνουν να συνδυάζουν κατά κάποιο τρόπο διακοπές και συνεχή εκπαίδευση-ενημέρωση. Αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθόσον η ενημέρωση δεν είναι μόνο μια αναγκαιότητα, αλλά συνδυάζεται και με μια ευχάριστη αλλαγή. Το φορολογικό καθεστώς πολλών κρατών ενθαρρύνει την οργάνωση αυτών των συγκεντρώσεων. Οι δαπάνες του συνεδρίου αφαιρούνται από το ετήσιο φορολογητέο εισόδημα, τουλάχιστον κατά ένα μέρος. Τα επιστημονικά συνέδρια παρουσιάζουν ένα πρόσθετο πλεονέκτημα : η διάρκειά τους είναι κατά επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τα συναφή με το συνέδριο προϊόντα τους. Αυτό σημαίνει πως συνδυάζονται με πολλές παράλληλες εκδηλώσεις και κυρίως με εκθέσεις. Στη χώρα μας συνέδρια επιστημονικών φορέων έχουν τη δυνατότητα, κάτω από ορισμένες

προϋποθέσεις, να επιχορηγούνται από το Υπουργείο Πολιτισμού. Με βάση τα συνέδρια που χρηματοδοτήθηκαν τα τελευταία χρόνια, προκύπτει ότι τα ιατρικά συνέδρια είναι τα μεγαλύτερα από άποψη όγκου συμμετοχής, έχουν τον υψηλότερο βαθμό συμμετοχής ξένων συνέδρων και την τελευταία τριετία είναι αυτά που διεξάγονται με μεγαλύτερη συχνότητα. Ακολουθούν αυτά των ανθρωπιστικών, κοινωνικοπολιτικών και θετικών επιστημών, στη συνέχεια εμφανίζονται τα τεχνολογικά και τέλος αυτά της νομικής επιστήμης.

▪ Εμπορικά συνέδρια

Τα εμπορικά καθώς και τα συνέδρια επαγγελματικών φορέων σχετίζονται με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν. Αυτές οι επιδιώξεις μπορεί να ποικίλουν από φορέα σε φορέα. Ενδεικτικά αναφέρονται στα πιθανά πλαίσια των επιδιώξεών τους η αύξηση της παραγωγικότητας, των κερδών και η διεύρυνση της αγοράς.

Τα συνέδρια αυτά είναι οικονομικώς συμφέροντα για τον ξενοδόχο. Πολύ συχνά, μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, ενώσεις παραγωγών, συνεταιριστικές ακόμη και μεμονωμένοι κατασκευαστές επωφελούνται από αυτές τις συγκεντρώσεις για να προωθήσουν τις δημόσιες σχέσεις τους και, μέσω αυτών, τις πωλήσεις τους. Εάν το ξενοδοχείο διαθέτει τους αναγκαίους χώρους και τα τεχνικά μέσα, ένα τέτοιο συνέδριο θα μπορεί να συμπληρώνεται με μια έκθεση. Η έκθεση έχει και η ίδια αποδοτικό κύκλο εργασιών (ενοίκιο) και συνοδεύεται επίσης από γεύματα και δεξιώσεις που είναι εξίσου αποδοτικές. Γενικά, είναι δυνατόν να πούμε ότι ένα ξενοδοχείο έχει συμφέρον να επιδιώκει συνέδρια τα οποία περιλαμβάνουν και εκθέσεις.

Συνήθης παραλλαγή εμπορικών συνεδρίων είναι ο συνδυασμός *συμποσίου και έκθεσης*. Η μορφή αυτή επαγγελματικής συγκέντρωσης έχει το πλεονέκτημα ότι μπορεί να οργανώνεται κάθε έτος, εμφανίζει δε πρωτοτυπία στον τρόπο διεξαγωγής της.

Θα πρέπει να τονίσουμε πως υπάρχει η τάση να ονομάζονται εμπορικά συνέδρια και αυτά που οργανώνονται από αυτόνομες επιχειρήσεις μέσα στα πλαίσια των προσπαθειών τους που αφορούν την ίδια την επιχείρηση και όχι τον κλάδο γενικότερα.

Το περιεχόμενο όλων αυτών των συνεδρίων μπορεί να είναι: παρουσίαση νέων προϊόντων, τρόποι αύξησης πωλήσεων και γενικά η επιτυχία των στόχων της εμπορικής δράσης αυτών των επιχειρήσεων.

▪ Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτιστικού περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις (π.χ. συνδικαλιστικές, γυναικείες ενώσεις) και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη στρατηγικής τους, η ιδεολογική τοποθέτησή τους, λαμβανομένων υπόψη νέων δεδομένων, η λειτουργία και ανάπτυξή τους κ.λπ.

Συνέδρια διεθνών οργανισμών

Οι διεθνείς οργανισμοί αποτελούν την εξέλιξη και ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας. Η συμμετοχή κάποιου κράτους ως μέλους ενός διεθνούς

οργανισμού του δίνει το δικαίωμα να συμμετέχει σε συνέδρια που οργανώνει ο οργανισμός αυτός. Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους-μέλους του οργανισμού. Η πολιτεία-μέλος έχει σαν ευθύνη τη φροντίδα εξαγωγής του συνεδρίου, το οποίο φιλοξενείται στη χώρα της. Η συνήθης ορολογία για τα συνέδρια αυτά είναι " διεθνής διάσκεψη" ή "διεθνής συνδιάσκεψη". Προκαλείται άμιλλα μεταξύ των κρατών - μελών για την καλύτερη οργάνωση και διεξαγωγή του συνεδρίου, με συνέπεια να προβάλλονται και οι καλύτερες τουριστικές υπηρεσίες τους.

Συνήθως τα συνέδρια αυτά είναι σε ετήσια βάση. Ενδεικτικά αναφέρουμε το συνέδριο του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας (I.L.O.), της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (P.O.T.), της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής κ.λπ.

Οι διεθνείς οργανισμοί οργανώνουν τακτικές ή έκτακτες συναντήσεις των εκπροσώπων των κρατών - μελών τους, κατά τις οποίες αξιολογούν την πορεία τους, χαράζουν πολιτική ανάλογα με τις διεθνείς συγκυρίες και εξελίξεις.

▪ Συσκέψεις

Χαρακτηρίζονται από το μικρό αριθμό συμμετεχόντων, καθώς και από τη μικρή τους διάρκεια (λίγες ώρες έως δύο ημέρες). Επίσης άλλο χαρακτηριστικό είναι το υψηλό επίπεδο θέσης των συμμετεχόντων μέσα στην εταιρεία, οργάνωση ή γενικά φορέα που πραγματοποιεί τη σύσκεψη. Όπως έχουμε τονίσει, οι συσκέψεις πραγματοποιούνται από φορείς τόσο επιχειρησιακού, όσο και από μη επιχειρησιακού χαρακτήρα. Η αλλαγή του χώρου που συνήθως πραγματοποιείται η σύσκεψη και που συνήθως βρίσκεται

μέσα στις εγκαταστάσεις των γραφείων του φορέα, είναι κάτι που όλοι οι συμμετέχοντες θα το ήθελαν. Μια μικρή αίθουσα σε ένα κοντινό ξενοδοχείο ή, ακόμη καλύτερα, μια ειδικά διαμορφωμένη σουίτα ξενοδοχείου, μειώνει την ενδεχόμενη ένταση των στελεχών και διευκολύνει πολλαπλά στη λήψη των αποφάσεων. Οι συσκέψεις μπορεί να καταλήγουν ή να συνδυάζονται με γεύματα εργασίας.

▪ Σεμινάρια

Υπάρχει διάχυτη η εντύπωση πλέον πως η αγορά των σεμιναρίων μπορεί να προσφέρει μια καλή και σταθερή πελατεία σε ξενοδοχεία "απομονωμένα" από μεγάλα αστικά κέντρα. Απαραίτητη προϋπόθεση φυσικά γι' αυτό είναι οι χώροι τους και οι εγκαταστάσεις τους να ανταποκρίνονται σε μεγάλο βαθμό στις όποιες ειδικές ανάγκες. Στις περιπτώσεις των σεμιναρίων, επιζητείται η δημιουργία μιας συγκεκριμένης "οικογενειακής" ατμόσφαιρας που θα διευκολύνει στη δημιουργία ενός επαγγελματικού πνεύματος και στη βελτίωση και ανάπτυξη των σχέσεων των συμμετεχόντων. Επίσης, θα βοηθήσει τα διευθυντικά στελέχη που διδάσκουν ή παρευρίσκονται, στην επιδίωξη τους να γνωρίσουν καλύτερα τα νέα στελέχη τους που εκπαιδεύονται

Ιθύνοντες (εντεταλμένοι) - Οργανωτές – Σύεδροι

Για την πραγμάτωση οποιουδήποτε συνεδρίου είναι απαραίτητη η ύπαρξη και ενεργοποίηση του ανθρώπινου τρίπτυχου των ιθυνόντων και εντεταλμένων, των οργανωτών και των συνέδρων.

Κάποια πρόσωπα, με την υψηλή ιεραρχική θέση που κατέχουν στους φορείς, οργανώσεις, ενώσεις, συλλόγους, επιχειρήσεις κ.λπ., έχουν τη δυνατότητα να συναποφασίσουν για τη διεξαγωγή, τον τόπο και το χρόνο του συνεδρίου. Αυτούς γενικά ονομάζουμε ιθύνοντες ή εντεταλμένους. Δεν είναι απαραίτητο οι ιθύνοντες να αποφασίζουν πάντα οι ίδιοι για όλες τις τεχνικές διαδικασίες του συνεδρίου. Αυτό είναι δουλειά των οργανισμών του. Ιθύνοντες και οργανωτές στοχεύουν ίσως από διαφορετική σκοπιά στην επιτυχία του συνεδρίου και, φυσικά, στην ικανοποίηση των συνέδρων.

Κρίνεται σκόπιμο να γνωρίσουμε από πιο κοντά αυτές τις τρεις κατηγορίες.

Οι ιθύνοντες (εντεταλμένοι)

Από τα κοινά σημεία των συνεδρίων είναι ότι ο κάθε ιθύνων έχει μια προσωπική και συγκεκριμένη άποψη για το σκοπό των συγκεντρώσεων και τον τρόπο διεξαγωγής των. Ανάμεσα στο πλήθος των ενδεχομένων απόψεων και στόχων θα αναφέρουμε:

□ την επιθυμία να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό, που συνεπάγεται την αναζήτηση και επαφή με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

□ την έμφαση στο να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και εορταστικά γεύματα,

□ την επιδίωξη μιας οικογενειακής ατμόσφαιρας για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων και την αύξηση της συνοχής τους.

Γενικά μπορούμε να πούμε πως οι ιθύνοντες επιδιώκουν υπέρμετρα την προβολή, τόσο του φορέα που εκπροσωπούν, όσο και την δική τους, μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου. Και αυτό βέβαια διότι, είτε είναι αιρετοί στη

διοίκηση του φορέα είτε όχι, η επιτυχία του συνεδρίου θα τους επιτρέψει να χρησιμοποιήσουν τις "δάφνες" τους ανάλογα.

Οι οργανωτές των συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μία 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 γνωστή 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. Αρκετά τέτοιου είδους γραφεία έχουν κάνει τα τελευταία χρόνια αισθητή την παρουσία τους στο χώρο. Ταξιδιωτικά γραφεία. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο "συνεδριακό τουριστικό πακέτο", έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το "συνεδριακό τουριστικό πακέτο", αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν. Θα πρέπει επίσης να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια, λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη-φορέα του συνεδρίου. Οι οργανωτές επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες όσο και οι σύνεδροι, διότι ενδιαφέρονται και για τη δική τους προβολή.

Οι επαγγελματίες οργανωτές, πρόσθετα ενδιαφέρονται για το κέρδος τους αλλά και για την καλή τους φήμη, που θα τους επιτρέψει όχι μόνο να διατηρήσουν τον πελάτη - φορέα και στο μέλλον, αλλά και στο να αποκτήσουν καινούριους. Σε έρευνα που έγινε την περασμένη δεκαετία σε 615 μέλη του "Professional Convention Management Association (P.C.M.A.) ζητήθηκε να ταξινομήσουν δέκα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας επιτυχημένος οργανωτής συνεδρίων. Τα ταξινόμησαν όπως φαίνεται παρακάτω:

Οι σύνεδροι

Οι σύνεδροι αποτελούν πολυπληθέστερη κατηγορία -όπως είναι φυσικό- από τις δύο προηγούμενες. Σε ότι αφορά τις επιθυμίες τους, αυτές κυρίως διαφοροποιούνται από το φύλλο των συνέδρων (άνδρες, γυναίκες, μεικτό), από την ηλικία τους, από την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος και από το γεγονός εάν συνοδεύονται από τους/τις συζύγους τους σε αυτό.

Όπως σημειώνει ο Raymond Jaussi, οι σύνεδροι σε γενικές γραμμές "εκδηλώνουν πολύ διαφορετικό ενδιαφέρον, ακόμη και ενθουσιασμό, για τους σκοπούς και την επιτυχία του συνεδρίου. Ενδιαφέρον που ίσως σε μέγεθος ξεπερνά και το ενδιαφέρον των ιθυνόντων ή και των οργανωτών. Συχνά, το συνέδριο είναι μια ευκαιρία για τους συμμετέχοντες να αλλάξουν περιβάλλον, ατμόσφαιρα, να διασκεδάσουν, ακόμη και αν οι ιθύνοντες και οργανωτές δεν δίνουν πολύ σημασία σε αυτή την πλευρά του συνεδρίου...".

1. Οργανωτικός
2. Υπεύθυνος
3. Ευγενής
4. Προσεκτικός
5. Έξυπνος

6. Γρήγορος
7. Φιλικός
8. Φιλόξενος
9. Αποδοτικός
10. Επιμελής

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 σύνεδροι, 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 στη φωνή τους, όταν αναφέρονται στον τόπο διεξαγωγής ή στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, σημαίνει πολλά χωρίς να κοστίζει σαν διαφήμιση (Marketing Through Servicing).

• ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥΣ

Οι συνεδριακοί χώροι

Οι απαραίτητοι χώροι σε ένα ξενοδοχείο που αφορούν τη συνεδριακή του πελατεία, οφείλουν να καλύπτουν τις συγκεκριμένες ανάγκες της, που συνδέονται με το συνέδριο αυτό καθ' εαυτό. Είναι αυτοί που κυρίως πρέπει να

απεικονίζονται στο διαφημιστικό έντυπο της μονάδας, για τη συνεδριακής αγορά.

Οι χώροι αυτοί κατατάσσονται σε :

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

Η διάθεση από το ξενοδοχείο των χώρων του για ένα συνέδριο προϋποθέτει αρχικά την απόλυτη γνώση των χώρων του ξενοδοχείου σε κάθε λεπτομέρεια. Οι διαστάσεις των χώρων, η χωρητικότητα τους σε άτομα, που φυσικά ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και τη χρήση του χώρου (Οι συνέδριοι χρησιμοποιούν μόνο καθίσματα ή και έδρανα-τραπέζια; Η συνεστίαση είναι σε μπουφέ ή απαιτεί πλήρες σερβίρισμα; Τι χωρητικότητα προσφέρει η χρήση τετράγωνων και τι στρογγυλών τραπεζιών;) είναι σοβαρά στοιχεία, που σε συνδυασμό με το είδος, το μέγεθος και το πρόγραμμα του κάθε συνεδρίου, βοηθούν τη μονάδα να μεγιστοποιήσει το κέρδος της και να προσφέρει τις καταλληλότερες υπηρεσίες της. Δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι πολλοί οργανωτές μεταφέροντας ίσως και την επιθυμία των αντίστοιχων φορέων που εκπροσωπούν δεν θέλουν την παρουσία στην μονάδα και άλλων εκδηλώσεων παράλληλα με τη δική τους. Το ξενοδοχείο θα πρέπει να εμφανίσει εναλλακτικές λύσεις και συνδυασμούς ώστε σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο να μην υπάρχουν σημεία τριβής και δυσαρέσκειας. Το «σπάσιμο» μιας διάσκεψης σε ομάδες εργασίας (workshops) αυξάνει την ανάγκη για μικρότερους και περισσότερους χώρους. Ίσως, στην περίπτωση αυτή, η λύση των διαχωριστικών των χώρων να μην είναι επιθυμητή από τον πελάτη, τότε θα πρέπει να προτείνεται, εφόσον το μέγεθος το επιτρέπει, η χρήση των πιο εύκολα προσπελάσιμων διαθέσιμων

υπνοδωματίων. Οι σουίτες, ωστόσο, χρησιμοποιούνται μόνο για πολύ μικρού μεγέθους συσκέψεις.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να αποτελεί κατασκευή με σταθερή διάταξη καθισμάτων και μόνιμες ηχητικές και οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση κ.λ.π.). Σε μια τέτοια περίπτωση- που συνεπάγεται υψηλό κόστος επένδυσης –το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να δεχθεί διεθνή συνέδρια. Φυσικά υπερέχει σε κάθε άποψη από τους ανταγωνιστές του εφόσον αυτοί δε διαθέτουν κάτι παρόμοιο. Ωστόσο παραμένει πάντα στην επικαιρότητα η άποψη ότι κάθε αίθουσα να έχει τη δυνατότητα προσαρμογής σε όλα τα είδη των δραστηριοτήτων εκδηλώσεων. Η άποψη αυτή τεκμηριώνεται από το σκεπτικό ότι τα κεφάλαια που θα δαπανηθούν θα πρέπει να αποδώσουν και ανάλογα. Πράγματι μια τέτοια επένδυση αποδίδει συνήθως με συνεχή και σταθερό κύκλο εργασιών συνεδρίων και όχι από πιθανές και ευκαιριακές συνεργασίες. Ανεξάρτητα από το γεγονός του κόστους που αφορά την κατασκευή και τον εξοπλισμό ενός τέτοιου χώρου, λαμβάνεται πάντα υπόψη ότι αυτός μπορεί ενδεχομένως να αποστερήσει τη μονάδα από άλλα τμήματα εκμετάλλευσης (εσόδων). Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία πόλης, η ένταξη των μόνιμων συνεδριακών αιθουσών γίνεται συνήθως στους υπόγειους χώρους. Τούτο συμβαίνει γιατί το κόστος της γηπεδικής έκτασης είναι μεγάλο και οι υψηλοί όροι δόμησης που ισχύουν επιβάλλουν συγκεκριμένα κατασκευαστικά πρότυπα. Ένα από αυτά είναι και η κατακόρυφη ανάπτυξη με πρόθεση εκμετάλλευσης των υπόγειων χώρων. Η συνεδριακή αίθουσα, είτε αποτελεί μόνιμη εγκατάσταση με καθίσματα εντοιχισμένα σε σταθερή διάταξη είτε όχι, θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές που συνίστανται σε :

□ Σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση, η οποία θα επιτρέπει:

Το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι του ξενοδοχείου και μη.

Τη δημιουργία πρόσθετων εισόδων-εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από τον δρόμο είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (αίθριο, κήπο κ.λ.π).

Την απρόσκοπτη κυκλοφορία - μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.

Δημιουργία βεστιαρίων, τουαλετών και προθαλάμου (για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής των συνέδρων).

Δημιουργία χωλ εισόδου (foyer), που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς, όπως:

Χώρους συγκέντρωσης και αναμονής.

Χώρους σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών.

Εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με την δημιουργία των κατάλληλων εισόδων-εξόδων και διαδρομών.

Πρόβλεψη για το σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου.

Πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών.

Κατάλληλη διακόσμηση.

Σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης.

Δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

Εναλλαγή χρήσεων

Συχνά δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στη συνέχεια

κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μια ώρα αργότερα μπουφές. Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα θα πρέπει να βρίσκονται σε χώρους - αποθήκες κοντά στους συνεδριακούς χώρους. Ο χρόνος και το κόστος εργασίας αυτών των αλλαγών, θα πρέπει να είναι γνωστά στο ξενοδοχείο και να συνεκτιμώνται κάθε φορά. Η αλλαγή της χρήσης σχετίζεται πολλές φορές και με την αυξομείωση του αρχικού χώρου. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση των κινητών χωρισμάτων (τοιχών) που μεταφέρονται εύκολα και «κουμπώνουν» στο δάπεδο, μεταξύ τους και στην οροφή. Εφόσον η ποιότητα τους είναι καλή, προσφέρουν ηχομόνωση σε ικανοποιητικό βαθμό. Το ενδεχόμενο της εναλλαγής της ρήσης και της αυξομείωσης του αρχικού χώρου θα πρέπει να γίνει από ειδικούς και έμπειρους διακοσμητές με βάση την πολλαπλότητα των χρήσεων της αίθουσας. Γίνεται εύκολα αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι να συνδυαστούν διακοσμητικά στοιχεία που να ταιριάζουν τόσο με την αυστηρή ατμόσφαιρα ενός συνεδρίου όσο και με το χαρούμενο κλίμα μιας γαμήλιας δεξίωσης.

Η διάταξη της αίθουσας

Ανάλογα με τον τύπο και τη μορφή που θα πάρει η αίθουσα, η διάταξή της μπορεί να είναι:

- α) διάταξη αίθουσας αμφιθεατρικού τύπου ή τύπου θεάτρου,
- β) διάταξη αίθουσας συσκέψεων με τραπέζια.

A. Διάταξη αίθουσας αμφιθεατρικού τύπου ή τύπου θεάτρου

Σε αυτήν την κατηγορία υπάγονται οι εξής τύποι :

- διάταξη συνεδρίου,

- αμφιθεατρικός, ημικυκλικός τύπος με κεντρικό διάδρομο,
- αμφιθεατρικός, ημικυκλικός τύπος με κεντρικό σώμα και καμπύλες πτέρυγες,
- αμφιθεατρικός τύπος, σχήματος "Υ",
- τύπος καθισμάτων με ατομικό θρανίο

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά και σχηματικά οι τύποι αυτοί.

✓ Διάταξη συνεδρίου

Όταν οι καρέκλες τοποθετούνται για διάταξη συνεδρίου, ο χώρος μεταξύ των καρεκλών δίπλα η μια της άλλης ονομάζεται διάστημα, ενώ ο χώρος μεταξύ των καρεκλών μπροστά η μία της άλλης ονομάζεται απόσταση. Το διάστημα και η απόσταση διαφέρουν, ανάλογα της δυναμικότητας της αίθουσας και του αριθμού των συμμετεχόντων.

Μετά τον καθορισμό της θέσης του τραπεζιού των ομιλητών, η πρώτη σειρά των καθισμάτων πρέπει να απέχει περίπου 2 μέτρα από την άκρη του τραπεζιού (βήματος) των ομιλητών. Σε αίθουσες που κάθονται περισσότερα από 400 άτομα, ο κεντρικός διάδρομος πρέπει να είναι 1,80 - 2,00m φαρδύς.

Η διάταξη των καθισμάτων της αίθουσας ενός συνεδρίου μπορεί να αρχίσει, τοποθετώντας με ακρίβεια δύο καρέκλες - δείκτες στον κεντρικό διάδρομο. Όταν μια αίθουσα ετοιμάζεται για χρήση της πλήρους δυναμικότητάς της, το διάστημα των καρεκλών δεν πρέπει να είναι μικρότερο των 5cm, ενώ η απόσταση όχι λιγότερη από 80cm. Για λόγους πυρασφάλειας στις αίθουσες του κτιρίου, επιβάλλεται η δημιουργία διαδρόμων εμπρός και πίσω των καθισμάτων καθώς επίσης και στις δύο πλευρές της αίθουσας δεξιά και αριστερά. Σε μεγάλες αίθουσες, απαιτείται ένας πρόσθετος διάδρομος, κάθετος του κεντρικού διαδρόμου, στο μέσο του κύριου όγκου. Σε όλους

αυτούς τους δευτερεύοντες διαδρόμους, το φάρδος τους πρέπει να είναι 1,50 - 1,80m. Όταν τα καθίσματα στοιχίζονται σε ευθείες σειρές, κάθετα και οριζόντια της αίθουσας, πολύ χρήσιμοι οδηγοί αυτής της στοίχισης μπορούν να φανούν τα σχέδια του χαλιού ή της μοκέτας, οι γραμμές του ξύλου στο πάτωμα ή στη διακόσμηση, ή ακόμα και οι πλάκες του μαρμάρου με τα σχέδια που σχηματίζουν.

✓ **Αμφιθεατρικός - ημικυκλικός τύπος με κεντρικό διάδρομο**

Το βάθρο και το τραπέζι των ομιλητών πρέπει να είναι το ίδιο με τη διάταξη συνεδρίου που αναφέρθηκε παραπάνω. Η διάταξη των καθισμάτων της πρώτης σειράς δείχνει το φάρδος του διαδρόμου, που δεν πρέπει να είναι μικρότερο των 3,70m από το τραπέζι των ομιλητών. Ο κεντρικός διάδρομος, πρέπει να έχει φάρδος 1,85m. Η πρώτη σειρά, πρέπει να στοιχιστεί προσεκτικά για να είναι εμφανίσιμο το τελικό αποτέλεσμα. Η χρήση ενός σπάγγου μας βοηθά να τηρήσουμε τη συμμετρία, που "είναι το κύριο πρόβλημα της διάταξης αυτής. Αυτή η διάταξη δεν συνιστάται για πλήρη αξιοποίηση της δυναμικότητας χώρου, γιατί ένα μεγάλο μέρος του χώρου δεν χρησιμοποιείται.

✓ **Αμφιθεατρικός, ημικυκλικός τύπος με κεντρικό σώμα και καμπύλες πτέρυγες.**

Το τραπέζι της κεφαλής (των ομιλητών) μπορεί να παραμείνει το ίδιο, όπως και στη συνεδριακή διάταξη. Η διάταξη της αίθουσας γίνεται με βάση

ένα κεντρικό σταθερό σώμα καθισμάτων με 8 έως 10 καρέκλες ανά σειρά. Μετά, αφήνοντας διάδρομο 1,20m από κάθε πλευρά αυτού του σώματος, καμπυλώνουμε τις πλευρές. Πάλι εδώ θα πρέπει να προσεχθεί η μορφή των πλευρών του διαδρόμου και το φάρδος τους κατά μήκος της αίθουσας.

✓ Αμφιθεατρικός τύπος σχήματος "V"

Το τραπέζι των ομιλητών μπορεί να τοποθετηθεί στο κεφάλι, όπως στα σχήματα που εικονίζονται παραπάνω. Πρώτα πρέπει να τοποθετηθούν δύο καρέκλες-δείκτες του φάρδους του διαδρόμου και η απόστασή τους από το τραπέζι των ομιλητών δεν πρέπει να είναι λιγότερη από 3,70m. Τα καθίσματα στοιχίζονται σε ευθείες σειρές, αλλά με κλίση γωνίας 30 μοιρών, κάθετη του τραπεζιού των ομιλητών. Αυτός ο τύπος δεν συναντάται αρκετά συχνά. Εμφανίστηκε κατά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο και του δόθηκε αυτό το σχήμα από το γράμμα του λατινικού αλφαβήτου "V", που είναι το πρώτο γράμμα της λέξης "VICTORY", που σημαίνει νίκη. Σαν έμβλημα και σήμα της νίκης χρησιμοποιείτο τότε για εμψυχωτικούς, κυρίως, λόγους. Μικρός αριθμός θιασωτών του παλιού καιρού ακόμα επιμένουν σε αυτό το σχήμα.

✓ Διάταξη με καθίσματα ατομικού θρανίου

Η διάταξη των καθισμάτων (πολυθρόνες που έχουν ενσωματωμένο το ατομικό θρανίο για γράψιμο, είναι όμοια με την διάταξη στον αμφιθεατρικό συνεδριακό τύπο. Εδώ το διάστημα μεταξύ της άκρης του ατομικού θρανιού και του μπράτσου του διπλανού καθίσματος πρέπει να είναι 7,5cm. Η απόσταση μεταξύ των σειρών των καθισμάτων πρέπει να είναι 90cm κέντρο με κέντρο.

B. Διάταξη αίθουσας συσκέψεων με τραπέζια

Στην διάταξη αυτή ανήκουν οι εξής τύποι:

- α) σχήματος "Π" ή "U",
- β) σχήματος "Ε",
- γ) σχήματος "Τ",
- δ) διοικητικού συμβουλίου - παραλληλόγραμμα,
- ε) διοικητικού συμβουλίου - Ωοειδή (οβάλ),
- στ) "άδειας πλατείας",
- ζ) πέταλου αλόγου,
- η) άδειου κύκλου,
- θ) "αίθουσας σχολείου - οριζόντιος τύπος",
- ι) "αίθουσας σχολείου - κάθετος τύπος",
- ια) "αίθουσας σχολείου, σχήματος V",
- ιβ) στρογγυλών τραπεζιών, διαμέτρου 1m

• Σχήμα «Π» ή «U»

Η διάταξη των τραπεζιών σε σχήμα "Π" γίνεται με συνδυασμό ορθογώνιων τραπεζιών, πλάτους 75cm διαφορετικού μήκους. Το συνολικό μήκος των τραπεζιών εξαρτάται από τον αριθμό των ατόμων. Σαν κανόνας είναι 60cm χώρου του τραπεζιού κατ' άτομο. Ορισμένες κατηγορίες επιστημονικών ομάδων και μερικές επαγγελματικές ομάδες ζητούν περισσότερο χώρο για να χρησιμοποιούν τους φακέλους και τα χαρτιά τους, αλλά κάτι τέτοιο πρέπει να ζητείται εκ των προτέρων έγκαιρα.

Τα καλύμματα των τραπεζιών πρέπει να πέφτουν μέχρι το πάτωμα μπροστά στο σημείο ένωσης του Π, όπου δεν υπάρχουν καθίσματα. Η τσάκιση του καλύμματος των τραπεζιών πρέπει να είναι στο κέντρο και να σχηματίζει μια συνεχή γραμμή κατά μήκος του τραπεζιού. Πρέπει να υπάρχουν σε κάθε θέση, μπλοκ χαρτιού, μολύβι και στυλό. Οι καρέκλες να τοποθετούνται 30cm μακριά από το τραπέζι για ευκολότερη προσέγγιση σ' αυτό. Επίσης, πρέπει να είναι τοποθετημένος ένας δίσκος με 10 ποτήρια - τοποθετημένα σε σωστή θέση – και μία κανάτα με παγωμένο νερό ανά 15 άτομα. Τέλος, για την συμπλήρωση της προετοιμασίας, τοποθετούμε ένα σταχτοδοχείο ανά 5 άτομα.

- Σχήμα «Ε»

Ισχύει η ίδια διαδικασία όπως στο σχήμα «Π» ή «U», αλλά πρέπει να προσεχθεί η απόσταση μεταξύ της πλάτης των καθισμάτων των εσωτερικών ποδιών του «Ε» να μην είναι μικρότερη από 1,20m, για να είναι εύκολη η κυκλοφορία μέσα – έξω. Χαρτιά, μολύβια, στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία τοποθετούνται κατά τον ίδιο τρόπο με το σχήμα «Π» ή «U».

- Σχήμα "T"

Διάταξη τραπεζιών 1,80m μήκος και 0,75m πλάτος, τοποθετημένα κατά μήκος, τόσα όσα χρειάζονται για να εξυπηρετήσουν τον αριθμό των καλεσμένων που θα καθίσουν στην κεφαλή. Επεκτείνοντας αυτό το τραπέζι στο κέντρο, τοποθετούμε τραπέζια με πλάτος 1,50m. για όσο μήκος χρειάζεται, σύμφωνα με τον αναμενόμενο αριθμό ατόμων. Χαρτιά, μολύβια,

στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία, τοποθετούνται κατά τον ίδιο τρόπο με το σχήμα "Π" ή "U".

- **Τύπος διοικητικού συμβουλίου**

Τοποθετούμε διπλά τραπέζια, συνολικού πλάτους 1,50m και σε μήκος ανάλογο με τον αριθμό των μελών που θα παρακολουθήσουν το διοικητικό συμβούλιο. Ελάχιστος χώρος κατ'

άτομο, ορίζεται αυτός των 60cm. Πρέπει να υπάρχουν επίσης χαρτιά, μολύβια, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία, όπως στην περίπτωση του σχήματος "U" ή "Π".

- **Τύπος διοικητικού συμβουλίου - Ωοειδές σχήμα (οβάλ)**

Όταν δεν ζητείται επίσημο τραπέζι επισήμων, η διάταξη είναι όπως στον τύπο διοικητικού συμβουλίου που είδαμε παραπάνω. Συμπληρωματικά, τοποθετούμε στα δύο άκρα από ένα ημικυκλικό τραπέζι, διαμέτρου 1,50m και διευθετούμε τις καρέκλες, έτσι ώστε να υπάρχουν δύο ή τρεις στα ημικυκλικά σημεία, αλλά καμία στις ακραίες ενώσεις, για να μην ενοχλούν τους καθήμενους τα πόδια των τραπεζιών. Όπως και στην περίπτωση του σχεδίου "U", τοποθετούμε χαρτιά, μολύβια, στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία.

- Τύπος "Άδεια πλατεία"

Η διάταξη είναι όμοια με αυτή του σχήματος "U", αλλά κλείνουμε το άνοιγμα. Οι καρέκλες τοποθετούνται μόνο εξωτερικά. Τα καλύμματα πρέπει να είναι μέχρι κάτω στο πάτωμα, στην εσωτερική πλευρά της "άδειας πλατείας". Σε μερικές περιπτώσεις δεν μας ζητείται να δημιουργήσουμε τραπέζι κεφαλής επισήμων. Τότε τοποθετούμε καθίσματα στις άκρες κάθε γωνίας, ώστε να υπάρχει αδιάκοπη γραμμή καρεκλών γύρω από το τραπέζι.

- Σχήμα πετάλου αλόγου

Αυτή η διάταξη μοιάζει με αυτή του σχήματος "U", αλλά η σύνθεση μεταξύ του τραπέζιού κεφαλής και των ποδιών, έγινε με ένα τραπέζι σχήματος φιδιού από κάθε πλευρά. Τα καθίσματα τοποθετούνται σε συνεχή γραμμή γύρω από το τραπέζι. Τέλος, δεν πρέπει να ξεχάσουμε τα προαναφερθέντα απαραίτητα: χαρτιά, μολύβια, στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία.

- Σχήμα "Άδειου κύκλου"

Η διάταξη αυτή είναι σχεδόν όμοια με αυτή του "πετάλου αλόγου", με τη διαφορά ότι το ανοιχτό σκέλος του πρέπει να κλείσει με άλλα δύο τραπέζια σχήματος φιδιού και ένα ορθογώνιο τραπέζι. Είναι δύσκολο το κάλυμμα που θα βάλουμε να δείχνει εμφανίσιμο, λόγω της ιδιομορφίας του σχήματος. Αρχίζουμε να τοποθετούμε το κάλυμμα πρώτα στα κοίλα μέρη (σχήμα φιδιού), εσωτερικά κάνουμε δίπλες και βάζουμε πινέζες για να στερεώσει. Το

εσωτερικό μένει κενό και τα καλύμματα πρέπει να φθάνουν μέχρι το πάτωμα. Τέλος απαραίτητα είναι τα χαρτιά, μολύβια, στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία.

- Τύπος "Αίθουσας σχολείου - οριζόντιος"

Πολλά ξενοδοχεία που οργανώνουν συνέδρια είναι εφοδιασμένα με τραπέζια ορθογώνια παραλληλόγραμμα, μήκους 1,80m και πλάτους 0,45m, κατάλληλα γι' αυτή τη διάταξη. Τα τραπέζια είναι ενωμένα σε σειρές, δύο ή τρία μαζί, ανάλογα με το μέγεθος της αίθουσας, αφήνοντας ένα μεγάλο κεντρικό διάδρομο. Η απόσταση μεταξύ των τραπεζιών δεν πρέπει να είναι μικρότερη από 1,10m, αλλά - αν ο χώρος το επιτρέπει - θα ήταν προτιμότερα 5-10cm επιπλέον. Όταν χρησιμοποιούμε στενά τραπέζια, αυξάνεται η απόσταση. Αν ο χώρος και ο αριθμός ατόμων το επιτρέπουν, καλό θα ήταν να προβλέπεται χώρος 60cm για κάθε άτομο. Όπως και στις άλλες προαναφερθείσες περιπτώσεις, είναι απαραίτητη η τοποθέτηση των αναλόγων χαρτιών, μολυβιών, στυλό, παγωμένου νερού και σταχτοδοχείων.

- Τύπος "Αίθουσας σχολείου - κάθετος"

Στα περισσότερα εργασιακά συνέδρια και σε μερικές συσκέψεις εταιρειών, ζητούνται μακριές σειρές τραπεζιών, κάθετες στο τραπέζι του ομιλητή, κατά μήκος της αίθουσας. Το πλάτος των τραπεζιών είναι 0,75m και οι συμμετέχοντες θα κάθονται και από τις δύο πλευρές των τραπεζιών. Επειδή θα υπάρξει ανάγκη να στραφούν οι σύνεδροι προς τον ομιλητή, γυρίζοντας κάπως το κάθισμά τους, ο επιτρεπόμενος χώρος για κάθε άτομο είναι 0,75m

αντί των 0,60m που ισχύει για τις άλλες διατάξεις αιθουσών. Η μπροστινή πλευρά των πρώτων τραπεζιών πρέπει να απέχει 1,20m από την μπροστινή πλευρά του τραπεζιού των ομιλητών.

Τα εργασιακά συνέδρια - σεμινάρια διαρκούν συνήθως τέσσερις με πέντε ημέρες. Συνήθως σε τέτοιου τύπου σεμινάρια δεν βάζουμε καλύμματα στα τραπέζια, αλλά άσπρο ή καφέ χαρτί περιτυλίγματος για να προστατεύει από φθορά. Αυτό επιτρέπει τον καθαρισμό και την τακτοποίηση της αίθουσας κατά το διάλειμμα. Αξιοσημείωτο είναι το κέρδος εργατικών, πλυντηρίου, φθορών και καταστροφής καλυμμάτων κατά τη διάρκεια του συνεδρίου. Αντίθετα με τις άλλες προαναφερθείσες περιπτώσεις, δεν εφοδιάζουμε τα τραπέζια αυτά με χαρτιά και μολύβια, γιατί οι σύνεδροι φέρνουν τα δικά τους εργαλεία. Πρέπει όμως να εφοδιάσουμε τις αίθουσες με σταχτοδοχεία, σπέρτα και καταψύκτες παγωμένου νερού. Τέλος, πρέπει να τοποθετηθούν μεγάλα καλάθια χαρτιών και άχρηστων αντικειμένων σε πολλά μέρη μέσα στην αίθουσα, έτσι ώστε αυτή να διατηρηθεί καθαρή και με κομψή εμφάνιση. Στο σχέδιο που ακολουθεί, παρουσιάζεται σχηματικά η διάταξη αυτή.

- **Τύπος Αίθουσας σχολείου - σχήματος "V"**

Η διάταξη είναι όμοια με αυτή της προηγούμενης, αλλά με μια κλίση γωνίας 30 μοιρών των τραπεζιών ως προς το οριζόντιο τραπέζι του ομιλητή. Ορισμένοι ζητούν αυτή τη διάταξη για να είναι δυνατό τα μέλη να συμμετέχουν σε προγραμματισμένες από τις οργανωτικές επιτροπές συζητήσεις και οι οποίες γίνονται αμέσως μετά τη γενική διαδικασία. Σε αυτήν την περίπτωση τοποθετούμε στα τραπέζια χαρτιά, μολύβια, στυλό, παγωμένο νερό και σταχτοδοχεία.

- **Τύπος στρογγυλών τραπεζιών διαμέτρου 1m**

Μερικές ομάδες ζητούν στρογγυλά τραπέζια διαμέτρου 1m ακολουθώντας ορισμένες παραδόσεις. Συνήθως αρχίζουν με μια γενική τελετή και μετά χωρίζονται σε ομάδες συζήτησης στα μεμονωμένα τραπέζια πολλές φορές τη μέρα.

Τα καλύμματα των τραπεζιών είναι απαραίτητα και πρέπει να ερωτηθούν οι σύνεδροι αν θα χρειαστούν σταχτοδοχεία.

Επίσης είναι δυνατή η αλλαγή χρήσης των τραπεζιών αυτών, από χρήση σεμιναρίου σε χρήση εστιατορίου για φαγητό, μέσα σε λίγο χρονικό διάστημα, εάν αυτό βέβαια ζητείται από τους ενδιαφερόμενους.

- **Ο εξοπλισμός των χώρων**

Ο συγκεκριμένος εξοπλισμός που είναι απαραίτητος σε ένα ξενοδοχείο για τη διεξαγωγή συνεδρίων αφορά την επίπλωση - κυρίως τους διάφορους τύπους καθισμάτων, τραπεζιών, εδράνων και αναλογίων - και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό του συνεδριακού χώρου.

- **Καθίσματα και τραπέζια**

Η αρχική επιλογή θα πρέπει να καλύπτει τις παρακάτω ιδιότητες: αντοχή και στερεότητα, ευκολία αποθήκευσης, ευκολία και ελαστικότητα στη χρήση (πολλαπλή χρήση).

□ Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια έχουν διαστάσεις 46*46cm με 43cm ύψος. Οι στοιβαγμένες καρεκλοπολυθρόνες, που δεν προσδίδουν βέβαια ιδιαίτερη επιστημότητα, έχουν διαστάσεις μεγαλύτερες (51*51*43). Οι αναδιπλούμενες, όπως και οι στοιβαζόμενες, είναι εύκολες στη μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι όμως άνετες ούτε πάντα σταθερές. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να επιλέγονται με προσοχή και να είναι καλής ποιότητας. Τα καθίσματα του τύπου 46*46*43 χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνεστιάσεις.

□ Τα τραπέζια έχουν ύψος συνήθως 76cm. Οι διαστάσεις του κλασσικού τετράγωνου τραπεζιού είναι 76*76*76.. Ενώ τα 76- 78cm θεωρούνται τυπικό πλάτος, Το μήκος είναι δυνατό να είναι μεγαλύτερο, οπότε έχουμε τραπέζια τύπου παραλληλόγραμμου. Τα τραπέζια με πλάτος (βάθος) 45-46cm είναι του τύπου τραπέζια -έδρανα και χρησιμοποιούνται μόνο από τη μια τους πλευρά, κυρίως για συσκέψεις. Η πρακτική οδήγησε στη λύση για εξοικονόμηση χώρου ακόμη μικρότερης διάστασης στα τραπέζια - έδρανα, αυτής των 38-40cm. Τραπέζια με το κλασσικό πλάτος των 76cm χρησιμοποιούνται σαν τραπέζια της «κεφαλής» του συνεδρίου. Αυτού του πλάτους τραπέζια χρησιμοποιούνται επίσης σαν βάσεις εκθεμάτων.

□ Τα στρογγυλά τραπέζια χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνεστιάσεις και ποικίλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20m παρέχει δυνατότητα εστίασης για 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για 10- 12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης και μικρές ομάδες εργασίας (workshops). Μια μικρή ποσότητα ημικυκλικών τραπεζιών βοηθά ιδιαίτερα σε πρωτότυπες διατάξεις. Τραπέζια τύπου «σερπαντίνες» μας δίνουν τη δυνατότητα για πρωτότυπη και λειτουργική διάταξη σε εστιάσεις τύπου μπουφέ.

- Εξέδρες και αναλόγια

□ Οι εξέδρες, που διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μεγεθών και τύπων, χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν είτε το τραπέζι των τιμώμενων προσώπων σε συνεστίαση, είτε τη θέση των ομιλητών στα συνέδρια. Ατέλειες ή μικροφθορές καλύπτονται με χαλί ή μοκέτα. Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για τυχόν ατυχήματα (σημαντικό ύψος χωρίς σκαλοπάτια, μοκέτα ή χαλί που αναδιπλώνει). Ειδικοί τύποι χρησιμοποιούνται σε επιδείξεις μόδας (πασαρέλες).

□ Τα αναλόγια διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τύποι αναλογίων που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο (ή εξέδρα) και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο σε τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο λαμπτήρα και έτοιμες καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων, που απολήγουν όταν χρειαστεί σε πρίζες.

□ Οι πίστες χορού, ιδιαίτερα σε αίθουσες που είναι στρωμένες με μοκέτα είναι απαραίτητες. Οι συναρμολογούμενες πίστες αποτελούνται από κομμάτια πλακών που συνδέονται εύκολα και δεν καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην αποθήκευσή τους.

➤ Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

Ο τρόπος οπτικοακουστικής κάλυψης μπορεί να προέρχεται από δύο πηγές. Η μια είναι οι ειδικευμένες εταιρείες που προσφέρουν, εκτός από την

τεχνολογική υποστήριξη ενός συνεδρίου, όλες τις άλλες υπηρεσίες, από την οργάνωση έως την διεκπεραίωση. Η άλλη πηγή είναι τα ίδια τα ξενοδοχεία - που προσπαθούν με τα μέσα που διαθέτουν να ανταποκριθούν στις ανάγκες για οπτικοακουστική κάλυψη. Οι διαφορές στον τρόπο οπτικοακουστικής κάλυψης ανάμεσα σε ένα μικρό και ένα μεγάλο συνέδριο είναι μόνο ποσοτικές. Τα μέσα επικοινωνίας που απαιτούνται είναι τα ίδια, διαφέρει ο αριθμός των συνεδρών. Οι ηχητικές μονάδες πρέπει να παρέχουν σαφώς καλή ποιότητα ήχου, ώστε να ακούγονται ευκρινώς οι ανακοινώσεις και οι ομιλίες των συνεδρών. Απαραίτητο, επίσης, είναι - αν δεν είναι μια η γλώσσα του συνεδρίου- ένα σύστημα που έχει τη δυνατότητα να χειρίζεται περισσότερες από μια γλώσσες. Στην εποχή της εικόνας, φυσικό είναι η οπτική κάλυψη του συνεδρίου να παίζει μέγιστο ρόλο. Η επιτυχία ενός συνεδρίου κρίνεται συχνά από την ικανότητα ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων των συνεδρών με ταχύτητα και ακρίβεια. Οι κύριοι λόγοι που συνήθως ξενοδοχειακές μονάδες δεν διαθέτουν το σύνολο ή τμήμα του αναγκαίου εξοπλισμού είναι οι εξής:

□ Υπάρχει ελάχιστη συνεδριακή πελατεία και η απόσβεση τέτοιας δαπάνης είναι αμφίβολη. Προμήθεια τέτοιου εξοπλισμού, που η τεχνολογική πρόοδος σε ελάχιστα χρόνια τον καθιστά ξεπερασμένο, κρίνεται οπωσδήποτε ασύμφορη.

□ Δεν υπάρχει ο απαιτούμενος αποθηκευτικός χώρος.

□ Υπάρχουν πολλές δυνατότητες ενοικίασης εξοπλισμού σε χαμηλές τιμές.

Κοινή αντίληψη είναι ότι η συνεδριακή αγορά αναπτύσσεται σιγά - σιγά και λόγω του μεγέθους της αγοράς- σε σύγκριση με την αγορά του εξωτερικού που είναι τεράστια -ανάλογο είναι και το επίπεδο της οπτικοακουστικής κάλυψης των συνεδρίων. Χρειάζεται ο συνεδριακός τουρισμός να αντιμετωπιστεί πολύ πιο οργανωμένα και να γίνουν οι ανάλογες επενδύσεις ώστε το επίπεδο της τεχνικής υποστήριξης των συνεδρίων να είναι εφάμιλλο με αυτό του εξωτερικού.

Η δημιουργία αυτόνομων συνεδριακών κέντρων αναμένεται ότι θα προωθήσει σημαντικά την αναβάθμιση του οπτικοακουστικού εξοπλισμού που χρησιμοποιείται σήμερα στα συνέδρια.

Τα είδη του σχετικού εξοπλισμού που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα παρουσιάζονται παρακάτω.

- **Ηχητικά συστήματα**

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

- **Φωτισμός**

Εάν η εξέδρα βρίσκεται σε μόνιμη θέση είναι εύκολο να γίνει προμήθεια και τοποθέτηση, με τη βοήθεια ειδικών, πρόσθετου φωτισμού σε σταθερά σημεία. Σε περιπτώσεις αλλαγών των θέσεων της εξέδρας χρησιμοποιούνται

πρόσθετα κινητά στοιχεία φωτισμού. Γενικά, ο φωτισμός πρέπει να είναι επαρκής χωρίς να κουράζει να πλησιάζει το φυσικό φως της ημέρας και καθ' όλη τη διάρκεια του συνεδρίου να ελέγχεται από ειδικούς.

- **Οθόνες προβολής**

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

- **Μηχάνημα προβολής slides**

Υπάρχουν πολλοί τύποι και το γεγονός ότι ο κάθε τύπος έχει το δικό του δίσκο για slides δημιουργεί πρόβλημα. Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου διευκολύνει το χρήστη. Η σύνδεσή του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση κάνει πιο «ζωντανή» και αποτελεσματική τη χρήση του.

- **Κινηματογραφικές μηχανές προβολής**

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

- **Επιδιασκόπιο**

Είναι μηχανή μα 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 την στιγμή της ομιλίας με ειδικό μολύβι πάνω στη γυάλινη οθόνη του μηχανήματος.

- **Video(κασέτες)- δορυφορική τηλεόραση**

Η χρήση του video 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 για μεγαλύτερες ομάδες ατόμων. Επίσης υπάρχει το σύστημα της βιντεοπροβολής, που επιτρέπει στον ομιλητή να προβάλλει την εικόνα του στην οθόνη της τηλεόρασης μέσω μίας κάμερας που την κινηματογραφεί και μεταδίδει ταυτόχρονα. Μέσω της δορυφορικής τηλεόρασης παρέχεται η δυνατότητα

ταυτόχρονου διαλόγου και οπτικής επαφής ατόμων που βρίσκονται άλλα σημεία της Γης. Καθιερώθηκε με τον όρο «τηλεδιάσκεψη».

- **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 μετάφρασης περιλαμβάνει:

Μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνέδρου και σύστημα επιλογής του καναλιού (γλώσσας) επιθυμίας του, 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, τηλέφωνα και προσφορές ειδικών γραφείων.

➤ Προδιαγραφές ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων και εξοπλισμού

Ηχομόνωση – ηχοπροστασία

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

Οι τιμές ηχομονώσεως είναι οι ελάχιστες επιτρεπτές, ενώ οι τιμές εφαρμογής εξαρτώνται από τη στάθμη θορύβου του περιβάλλοντος, ούτως ώστε να επιτυγχάνεται η επιθυμητή στάθμη θορύβου εντός της αίθουσας. Ιδιαίτερη μέριμνα θα λαμβάνεται στην περίπτωση γειτνιάσεως της αίθουσας με χώρους μηχανολογικών εγκαταστάσεων ή χώρους στους οποίους παράγονται θόρυβοι μεγάλης εντάσεως (π.χ. discotheque) για την αποφυγή μεταδόσεως θορύβων και κραδασμών προς την αίθουσα. Στην περίπτωση αυτή συνιστάται η απομόνωση του φέροντος οργανισμού της αίθουσας από τους φέροντες οργανισμούς των χώρων όπου παράγονται οι θόρυβοι ή κραδασμοί.

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

Ακουστική

Γενικές παρατηρήσεις - καταληπτότητα

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

Απρόσκοπτη θεωρείται η επικοινωνία σε συγκεκριμένη θέση, εφόσον:

- α. η απώλεια συμφώνων δεν ξεπερνά το 10% σε όλες τις πρότυπες οκτάβες από 125 ως και 4.000 HZ, ή
- β. ο λόγος στάθμης ηχητικής πίεσης του άμεσου προς το ανακλώμενο πεδίο δεν είναι μικρότερος από -6 DB, ή
- γ. ο βελτιωμένος συντελεστής παρεμβολής αντήχησης είναι μεγαλύτερος από 1.9.

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

Χρόνος αντήχησης

Ο χρόνος αντήχησης των αιθουσών θα πρέπει να συμφωνεί με τις απαιτήσεις του κριτηρίου καταληπτότητας, που έχει επιλεγεί σε συνάρτηση

με το μέγεθός τους και το μέγεθος του ακροατηρίου. Σε καμιά περίπτωση ο χρόνος αντήχησης των αιθουσών δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το 1 sec στις πρότυπες οκτάβες.

Διάχυση

Θα πρέπει να καταβληθεί κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε το ηχητικό πεδίο των αιθουσών να έχει καλή διάχυση στο φάσμα συχνοτήτων από 250 έως 2500 HZ. Η ικανοποιητική ακουστική της αίθουσας θα επιτυγχάνεται με την κατάλληλη επιλογή των ακουστικών επιφανειών της.

Ηλεκτρακουστικό σύστημα

Το ηλεκτρακουστικό σύστημα των αιθουσών θα πρέπει να διαθέτει επαρκή ισχύ ώστε να δίνει εντάσεις μέχρι 100 DB σε όλες τις θέσεις με χαμηλή παραμόρφωση. Θα πρέπει επίσης να έχει δυνατότητα ισοστάθμισης της καμπύλης συχνοτήτων ανά 1/3 οκτάβας και τη δυνατότητα επιλογής και μείξεως των ηχητικών πηγών του. Τα κριτήρια καταληπτότητας ισχύουν και κατά την λειτουργία της ηλεκτροακουστικής εγκατάστασης.

ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σειρά εργασιών για πραγματοποίηση συνεδρίων

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

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

Στα ξενοδοχεία εκείνα που σπάνια διεξάγονται συνέδρια, ο διευθυντής δεξιώσεων είναι ο πιο αρμόδιος από τα στελέχη για να ασχοληθεί με την προετοιμασία και πραγματοποίηση τους. Αλλοτε, ένας μόνιμος συνεργάτης του έχει τον τίτλο του υπεύθυνου των συνεδρίων και παραχωρείται σε αυτόν κάθε αρμοδιότητα.

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

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

- (α) παραλαμβάνει την αλληλογραφία με τον πελάτη, καθώς και το ιδιωτικό συμφωνητικό που έχει υπογραφεί,
- (β) πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο εκδηλώσεων-συνεδρίων,
- (γ) έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου και δημιουργεί μαζί τους κλίμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας,
- (δ) ενημερώνει γραπτά (υπηρεσιακά σημειώματα, σχετικά έντυπα) όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα. Αρχίζει ο σωστός προγραμματισμός. Αποστέλλονται στα μέλη του φορέα τα σχετικά έντυπα κρατήσεων. Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τους υποψήφιους συνέδρους, θα επιστραφούν.
- (ε) συγκαλεί εσωτερικές συσκέψεις με τους υπευθύνους των τμημάτων που θα συνεργαστούν για τη διεξαγωγή.
- (στ) προσκαλεί τους οργανωτές ή και τους εκπροσώπους του φορέα, σε κοινή σύσκεψη λίγες ημέρες πριν από την έναρξη του συνεδρίου.
- (ζ) επιβλέπει και παρακολουθεί και ελέγχει κατά τη διάρκεια του συνεδρίου,

(η) ρυθμίζει σε συνεργασία μετά τη διεξαγωγή, θέματα τελικής χρέωσης.

Ορισμένα από τα στάδια αυτά συμπυκνώνονται ή δεν υπάρχουν καθόλου σε ορισμένες περιπτώσεις. Ο χειρισμός και η προετοιμασία που απαιτείται για δύο διαφορετικά συνέδρια είναι μεγάλη.

Τρόποι, έλεγχος και κατάλογος κρατήσεων δωματίων

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

- Με ευθύνη του οργανωτή

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

- *Με ευθύνη του ξενοδοχείου*

Στην περίπτωση αυτή το ξενοδοχείο προμηθεύεται από τον οργανωτή καταστάσεις με τα μέλη του φορέα και επικοινωνεί το ίδιο με επιστολές.

- *Έλεγχος των κρατήσεων δωματίων*

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

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

- *Κατάλογος συνέδρων*

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

Μετά τη δημιουργία του καταλόγου ετοιμάζονται φάκελλοι με τα ονοματεπώνυμα τους που περιέχουν το πρόγραμμα του συνεδρίου. Ο φάκελος αυτός διανέμεται είτε κατά την άφιξη τους από το ξενοδοχείο, είτε κατά την είσοδο τους στο συνεδριακό χώρο.

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

Έναρξη συνεδρίων

Η έναρξη του συνεδρίου αποτελεί ένα λεπτό σημείο. Όταν οι συμμετέχοντες φθάνουν την παραμονή και διανυκτερεύουν στο ξενοδοχείο, η κατάσταση απλοποιείται. Τότε, είναι δυνατόν οι φάκελοι να διανεμηθούν στα δωμάτια και να γίνουν οι εγγραφές κατά την άφιξη των συνέδρων.

Παραπέρα διαχωρισμός γίνεται εφόσον οι σύνεδροι που φθάνουν έχουν εγγραφεί κανονικά ή όχι.

Έτσι, ένας τέτοιος διαχωρισμός μπορεί να αφορά:

- συνέδρους που έχουν καταβάλει το δικαίωμα συμμετοχής τους και έχουν ήδη εγγραφεί,
- συνέδρους οι οποίοι έχουν μεν εγγραφεί, αλλά δεν έχουν καταβάλει το δικαίωμα συμμετοχής τους,
- συνέδρους οι οποίοι φθάνουν την τελευταία στιγμή χωρίς να έχουν εγγραφεί και χωρίς να έχουν καταβάλει δικαίωμα συμμετοχής.

Για τις περιπτώσεις αυτές, το προσωπικό πρέπει να είναι πολυάριθμο, να γνωρίζει γλώσσες και να είναι ειδικευμένο σε αυτό το είδος της εργασίας. Όλη αυτή η διαδικασία βέβαια αφορά κυρίως τους οργανωτές και έχει να

κάνει αποκλειστικά με το συνέδριο αυτό καθεαυτό. Βέβαια, ο οργανωτής μπορεί να ζητήσει τη βοήθεια του ξενοδοχείου στη διαδικασία αυτή.

Το ξενοδοχείο αντιμετωπίζει παραπλήσια προβλήματα που αφορούν την άφιξη των συνέδρων για την παρακολούθηση του συνεδρίου. Τα προβλήματα του ξενοδοχείου κατά την άφιξη του συνέδρου είναι αυτά που αντιμετωπίζει σε αφίξεις μεγάλων ομάδων, όταν οι σύνεδροι φθάνουν μαζικά. Η ταχύτητα στις διαδικασίες, που γίνονται κατά την άφιξη του πελάτη θεωρείται αναγκαία. Χρήση υπολογιστή με εκτυπωτή, τις κάνει ταχύτερες

Υπηρεσίες διατροφής

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

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

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 τηβηα και τις σχετικές με αυτό υπηρεσίες, όπως η κατάλληλη διαρρύθμιση του χώρου. Η χωρητικότητα σε άτομα των αιθουσών που χρησιμοποιούνται για *εστίαση* (τραπεζαρίες, εστιατόρια, αίθουσες δεξιώσεων), ποικίλει ανάλογα με το είδος της συγκεκριμένης εκδηλώσεις.

- Διατροφικές παροχές

Κατά τη διεξαγωγή συνεδρίων είναι δυνατόν να παρέχονται:

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

- Ανταπόκριση των συνέδρων στις υπηρεσίες διατροφής

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

- Οικονομική επιβάρυνση

Οι κλασικοί τρόποι της επιβάρυνσης αποφεύγονται γιατί σε μεγάλο αριθμού συνέδρων είναι χρονοβόροι.

Εκτός αυτού ο τρόπος χρέωσης με υπογραφές δεν συνίσταται, γιατί μερικοί σύνεδροι μπορεί να μην είναι πελάτες του ξενοδοχείου. Η λύση των προσκλήσεων λύνει πολλά προβλήματα. Οι προσκλήσεις είναι δυνατόν να συλλέγονται είτε στην είσοδο του χώρου που γίνεται η εκδήλωση, είτε στα τραπέζια.

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

- Προσφορά οινοπνευματωδών ποτών

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

- ***Ανοικτό μπαρ***

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

- ***Τοις μετρητοίς***

κάθε σύνεδρος πληρώνει ο ίδιος τα ποτά που καταναλώνει.

- ***Με κουπόνια*** Αυτά αγοράζονται από το σύνεδρο και παραδίδονται κατά την αγορά του ποτού.

Δυνατότητες ψυχαγωγίας

Είναι γνωστή η αναγκαιότητα της ψυχαγωγίας και απασχόλησης των συνοδών και συνέδρων, ενήλικων ή και παιδιών. Το ξενοδοχείο φροντίζει να προσφέρει τις υπηρεσίες ανάλογα με τις δυνατότητες.

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

Προτιμούνται ήπιες μορφές ψυχαγωγίας και διασκέδασης πρωτοτυπία στην απασχόληση.

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

Πραγματοποίηση εκθέσεων

Το ξενοδοχείο μπορεί να αυξήσει την πληρότητα του εφόσον πραγματοποιούνται εκθέσεις σε αυτόνομους εκθεσιακούς χώρους της

περιοχής που είναι εγκατεστημένη. Μπορεί επίσης, εφόσον έχει τις σχετικές εγκαταστάσεις να φιλοξενεί εκθέσεις ή συνέδρια που συνδυάζονται με εκθέσεις. Οι τελευταίες αποτελούν συνήθη πρακτική εφόσον σχεδόν πάντα πραγματοποιούνται. Το αρμόδιο στέλεχος του ξενοδοχείου συνεργάζεται με τον εκθέτη τον οποίο έχει ενημερώσει για τις διαστάσεις και τις δυνατότητες του εκθεσιακού χώρου της μονάδας. Εάν δεν καλύπτονται οι ανάγκες του εκθέτη, τότε προτείνονται εναλλακτικές λύσεις. Φυσικά, όλοι επιθυμούν να έχουν σε ένα χώρο όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με ένα συνέδριο.

Το αρμόδιο στέλεχος προτείνει διακοσμητές που να παρουσιάζουν έναν οργανωμένο χώρο για τις συγκεκριμένες απαιτήσεις. Συμφωνεί για τις ημέρες και ώρες λειτουργίας της έκθεσης και για την προσπέλαση των συνέδρων στη συγκεκριμένη εκθεσιακή αίθουσα. Ενημερώνει αυτούς που θα πρέπει να συνεργαστούν για την πραγματοποίηση της έκθεσης.

Κριτική και αποτίμηση ενός συνεδρίου

Η πραγματοποίηση ενός συνεδρίου με τρόπο ικανοποιητικό θα δώσει στο ξενοδοχείο την απαραίτητη φήμη. Αυτό εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό, από τις προετοιμασίες που έχουν γίνει από την αρχή.

Ένα από τα σημεία της επιτυχίας είναι ο καθορισμός των υπευθύνων σε κάθε τομέα δραστηριότητας, καθώς και η συνεχής παρακολούθηση κατά τη διεξαγωγή.

Μεταξύ δυο συνεδριακών εκδηλώσεων είναι αναγκαία μια αποτίμηση. Η αποτίμηση αυτή αποτρέπει την επανάληψη των ίδιων λαθών

- Αποτίμηση από την πλευρά της μονάδας

Η κριτική μπορεί να γίνει σε συσκέψεις και θα πρέπει να είναι αντικειμενική και συγχρόνως αυστηρή, θα αναφέρεται σε όλες τις λειτουργίες του συνεδρίου που έγιναν με ευθύνη του ξενοδοχείου. Με την αποτίμηση δίνεται στον ξενοδόχο η πολύτιμη εμπειρία, ώστε να δώσει χρήσιμες συμβουλές στους οργανωτές του επόμενου συνεδρίου.

Η αποτίμηση που αφορά τα οικονομικά μεγέθη αποτελεί προέκταση της αποτίμησης που αναφέρθηκε παραπάνω

- Κριτική από την πλευρά του πελάτη

Δίνεται η δυνατότητα κριτικής στους ιθύνοντες, στους οργανωτές, στους συνέδρους. Με τους οργανωτές, το ξενοδοχείο, έρχεται άμεσα σε επικοινωνία και πριν και κατά την διάρκεια της διεξαγωγής, ενώ λιγότερο με τους ιθύνοντες και ακόμα λιγότερο με τους συνέδρους.

Η αξιολόγηση μπορεί να γίνει μέσω ερωτηματολογίου το οποίο συνήθως παραδίδεται στον πελάτη κατά την άφιξη του, ή του ταχυδρομείται μετά.

Όταν ταχυδρομείται μετά την εκδήλωση, θα πρέπει φυσικά να συνοδεύεται από κάποια επιστολή. Δίνεται ένας τύπος επιστολής.

"Θα με βοηθήσετε να μάθω;"

Καλωσορίσατε στο ξενοδοχείο μας. Είναι ευχαρίστηση μας να σας φιλοξενούμε.

Έχει μεγάλη σημασία για μας, αυτά που κάνουμε για σας, να είναι σωστά. Αυτό σημαίνει...

- Έμπειρο και ενημερωμένο προσωπικό γεμάτο ζωτικότητα.
- Γρήγορη ανταπόκριση σε όλες τις ερωτήσεις σας από τους Υπεύθυνους των Εκδηλώσεων.
- Μετατρέψιμος χώρος εξοπλισμένος για τις ανάγκες των εκδηλώσεων σας.
- Κατανόηση και εκπλήρωση των αναγκών σας.
- Γαλαντούχος προσφορά υπηρεσιών και φαγητού.
- Πραγματικά διαρκείς και αλησιμόνητες στιγμές.

Είστε ο μόνος που μπορείτε να κρίνετε. Δίνουμε σημασία στα σχόλια σας και θέλουμε να τα ακούσουμε είτε είναι θετικά, είτε αρνητικά. Θα μας τα πείτε λοιπόν;

Πρέπει να είμαι βέβαιος ότι όλα γίνονται σωστά. Στο κάτω-κάτω το όνομα μου είναι που χρησιμοποιείται...

1 Πώς θα βαθμολογούσατε την εκδήλωσή σας σαν σύνολο;

Άριστα Καλά Μέτρια Όχι καλά

2 Κατά την διάρκεια των προκαταρκτικών προγραμματισμών και ...

συμφωνιών, όπου ήταν αναγκαίο... Ναι

Όχι

Καταφέρατε άμεση & γρήγορη επικοινωνία με τον διευθυντή

εκδηλώσεων, Ναι Όχι

Απαντήθηκαν όλα τα τηλεφωνήματα

σας αυθημερόν, Ναι Όχι

3. Αναγγέλθηκε κατάλληλα η εκδήλωσή σας

στην σχετική πινακίδα; Ναι Όχι

4. Ήταν η αίθουσα της εκδηλώσεώς σας διαρρυθμισμένη στην

σωστή ώρα; Ναι Όχι

5. Διαρρυθμισμένη όπως πρέπει; Ναι Όχι

6. Απαλλαγμένη από εξωτερικούς θορύβους

Ναι Όχι

7. Λειτουργούσαν όλα σωστά στην αίθουσα της εκδηλώσεώς σας;

Ναι Όχι

Παρακαλώ βαθμολογήστε τα ακόλουθα, αν εφαρμόζουν:

Κλιματισμός	0	0	0	0	0
Θέρμανση	0	0	0	0	0
Οπτικοακουστικά Μέσα	0	0	0	0	0
Ηχητικά Μηχανήματα	0	0	0	0	0
Φωτισμός	0	0	0	0	0

6. Παρακαλώ βαθμολογήστε τα ακόλουθα:

(Με άριστα το 5)

ΤΡΑΠΕΖΙ

Εμφάνιση

Λινά

Σερβίτσια

ΦΑΓΗΤΟ

Ποιότητα

Παρουσίαση

Ποσότητα

Τιμή

ΠΟΤΟ

Ποιότητα

Παρουσίαση

Ποσότητα

Ποικιλία	
Τιμή	

ΥΠΗΡΕΣΙΑ (Σερβιτόροι, Σερβιτόρες, Μπάρμεν)

άριστα καλά μέτρια άσχημα

Γρηγοράδα, Προθυμία

Περιποίηση, Προσοχή

Αποδοτικότητας, Ικανότητας

Ευγένεια

Εμφάνιση

7. Σας προσφέρθηκε με ταλέντο το φαγητό; Ναι Όχι

8. Κατά την διάρκεια του σερβιρίσματος ήταν διαθέσιμος ο αρμόδιος Διευθυντής ή Κάπταιν;

Ναι Όχι

9. Παρακαλώ βαθμολογήσετε τα ακόλουθα:

άριστα καλά μέτρια άσχημα

Διευθυντής Εκδηλώσεων:

Ευγένεια

Γνώση

Ικανότητας, Αποδοτικότητας

Παρουσία κατά την διάρκεια της οργανώσης

Παρουσία κατά την διάρκεια της εκδήλωσης

Νομίζετε ότι είχαμε την ευελιξία προσαρμογής σε αλλαγές και απαιτήσεις της τελευταίας στιγμής; Ναι Όχι

Αν όχι, θα σας παρακαλούσαμε να μας πείτε πού υστερήσαμε σ' αυτό τον τομέα.

11. Πραγματοποιήσαμε αυτά που είχαμε συμφωνήσει; Ναι Όχι

Αν όχι θα μπορούσατε να μας πείτε πού υστερήσαμε;

Αν κάποια μέλη από το προσωπικό μας ήταν ιδιαίτερα εξυπηρετικοί, παρακαλώ πείτε μας ποιοι είναι αυτοί και με ποιο τρόπο ήταν εξυπηρετικοί, ώστε να μπορέσουμε να τους δείξουμε την εκτίμηση μας.

Όνομα _____

Θέση/Σχόλια _____

12. Πώς αξιολογείτε το τμήμα που πληρώσατε για όλους τους τομείς της εκδηλώσεως σας;

Αριστα Καλά Μέτρια Όχι Καλά Ασχημα

13. Αν επρόκειτο να οργανώσετε μια άλλη εκδήλωση, θα προτιμούσατε το ξενοδοχείο μας;

Ναι Όχι

Οι πιο πάνω ερωτήσεις μπορεί να μη καλύπτουν όλη την εμπειρία που είχατε στο ξενοδοχείο μας. Αν υπάρχουν άλλα σημεία που θα θέλατε να σχολιάσετε, είτε θετικά είτε αρνητικά, παρακαλούμε να έχουμε αυτά τα σχόλια σας πιο κάτω:

ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΤΕ ΤΑ ΑΚΟΛΟΥΘΑ, ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ:

Ημερομηνία της Εκδηλώσεως _____

Επωνυμία _____

Εκπρόσωπος σας (για την εκδήλωση)

Τίτλος ή θέση (αν υπάρχει)

Διεύθυνση _____

Τηλέφωνο _____

Όνομα και τίτλος του προσώπου που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο αυτό, αν είναι διαφορετικό απ' αυτό που αναφέρεται πιο πάνω:

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΣΑΣ. Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΑΣ

ΘΑ ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗΝ ΤΕΛΕΙΟΤΗΤΑ.



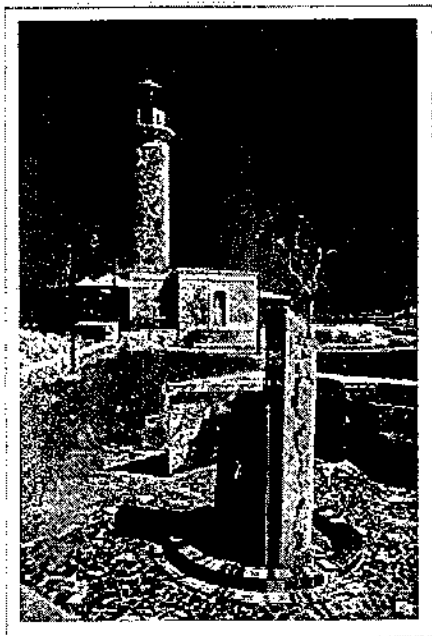
Γενικές Πληροφορίες

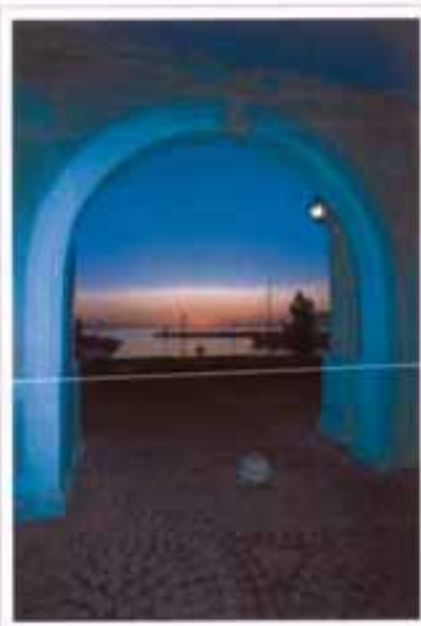
Η πόλη της Πάτρας

Η Πάτρα, πρωτεύουσα της Αχαΐας και περιφερειακή πρωτεύουσα της Δυτικής Ελλάδας, βρίσκεται στη Β.Δ. Πελοπόννησο, έχει πληθυσμό 250.000 κατοίκων και επικοινωνεί με όλες τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας και της Ευρώπης από τη στεριά, τη θάλασσα και τον αέρα. Αποτελεί μια ενδιαφέρουσα και ελκυστική πόλη για διαμονή, με ιστορικά μέρη αλλά και σύγχρονα χαρακτηριστικά και ρυθμούς.

Σύντομη Ιστορία της Πάτρας

Τα αρχαιότερα ίχνη μόνιμης ανθρώπινης παρουσίας στην Πάτρα ανιχνεύονται στην Πρωτοελλαδική περίοδο στα μέσα της 3ης χιλιετίας π.Χ., και έκτοτε ο χώρος της κατοικείται συνεχώς. Από την πρώτη μεγάλη περίοδο ακμής της, τη μυκηναϊκή (1580-1100 π.Χ.), είναι γνωστά τα ονόματα τριών πολιχνών που βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή της: της Αρόης στη θέση της σημερινής Πάτρας, της Μεσάτιδος στη Βούντενη και της Άνθειας στην περιοχή του Ρίου. Οι Αχαιοί της Λακωνίας με αρχηγούς τον Πρευγένη και το γιο του Πατρέα, μετά την κάθοδο των Δωριέων στην Πελοπόννησο στο τέλος της μυκηναϊκής εποχής, έρχονται στην Πάτρα και εκδιώκουν τους Ίωνες κατοίκους της, οι οποίοι καταφεύγουν αρχικά στην Αθήνα και από εκεί στη Μικρά Ασία. Έκτοτε η Πάτρα, ευρισκόμενη στην περιφέρεια του ελληνικού χώρου, φαίνεται ότι δε συμμετέχει ενεργά στα πολιτικά πράγματα της Ελλάδας. Στον Πελοποννησιακό Πόλεμο στέκεται στο πλευρό των Αθηναίων και με την προτροπή του Αλκιβιάδη κατασκευάζει μακρά τείχη από την ακρόπολη ως το λιμάνι της. Όταν το 280 π.Χ.





πρωτοστατεί στην ίδρυση του Β/ Αχαϊκού Κοινού, τότε που για πρώτη φορά η πρωτοβουλία των πολιτικών κινήσεων μεταφέρεται από την Ανατολική στη Δυτική Αχαΐα, διέρχεται τη δεύτερη ακμή της. Αλλά την τρίτη και μεγαλύτερη περνά κατά τα ρωμαϊκά χρόνια όταν, μετά την καταστροφή της Κορίνθου το 146 π.Χ., το λιμάνι της γίνεται η πύλη επικοινωνίας με τη Δύση, και το 14 π.Χ. ο Αύγουστος ιδρύει εδώ ρωμαϊκή αποικία. Η νέα πολυεθνική πόλη καθίσταται αυτόνομη με δικαίωμα κοπής δικού της νομίσματος. Κατασκευάζονται μεγάλα δημόσια οικοδομήματα και δημόσια έργα (ναοί, αγορά, Ωδείο, αμφιθέατρο, λιμάνι, δρόμοι, γέφυρες, υδραγωγείο, κλπ.), τα γεωργικά και βιοτεχνικά της προϊόντα εξάγονται παντού και η ύπαιθρός της με την εφαρμογή ειδικού κτηματολογίου οργανώνεται με αγροικίες. Έχουν βρεθεί σημαντικότερα ρωμαϊκά και πρωτοβυζαντινά ψηφιδωτά, η πλουσιότερη συλλογή στην Ελλάδα, και θα στεγαστούν σύντομα σε νέο Μουσείο.

Σύμφωνα με την παράδοση, στην Πάτρα μαρτύρησε ο Απόστολος Ανδρέας, ο προστάτης Άγιος της πόλης. Από το πρωτοβυζαντινό παρελθόν της πόλης οι ανασκαφές των τριάντα τελευταίων ετών έφεραν στο φως δημόσια λουτρά και λείψανα χριστιανικών βασιλικών. Ο ισχυρός σεισμός του 300 μ.Χ., και αργότερα οι βαρβαρικές επιδρομές στέκονται η αφορμή για την παροδική παρακμή της πόλης. Γύρω στο 805 η πόλη σώθηκε από επίθεση Σλάβων που ήταν εγκατεστημένοι στην πλησιόχωρη ύπαιθρο. Η επανάσταση των Σλάβων κατεστάλη δυναμικά από την κοσμική και εκκλησιαστική εξουσία, και κατά την παράδοση με θαύμα του Αγίου Ανδρέα. Η επισκοπή της Πάτρας, αρχικά υπό την επισκοπή της Κορίνθου, προήχθη τότε σε μητρόπολη. Με την πόλη συνδέεται το όνομα του περίφημου βυζαντινού λογίου και ανθρωπιστή,

Αρέθα επισκόπου Καισαρείας, ο οποίος γεννήθηκε στην Πάτρα στα μέσα του 9ου αι.

Μετά την κατάληψη της Πάτρας από πολιτιστικής ζωής. Η ανάπτυξη αυτή βοήθησε την πόλη να ζήσει την πιο γοητευτική της περίοδο, τη λεγόμενη "Belle époque" από το 1900 ως τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο. Γι' αυτή της την ακμή χρειάστηκαν προϋποθέσεις που έλειψαν από τις άλλες ελληνικές πόλεις, όπως η έντονη εμπορική και βιομηχανική δραστηριότητά της με βασικό άξονα την εξαγωγή της σταφίδας και η συνεχής επικοινωνία με τα νησιά του Ιονίου και την Ιταλία.

Η Πάτρα του 1900 διαιρείται, όπως και η σημερινή, στην Άνω και στην Κάτω Πόλη. Το κάστρο της πόλης υψώνεται σε πρόβουνο του Παναχαϊκού, στη θέση της αρχαίας ακρόπολης και κτίστηκε πιθανότατα στο δεύτερο μισό του 6ου αι., μετά το σεισμό του 551 που έπληξε την περιοχή. Στις εξωτερικές όψεις των τειχών έχουν ενσωματωθεί μαρμαρίνοι δόμοι, σπόνδυλοι κιόνων και άλλα αρχιτεκτονικά μέλη, προερχόμενα από κτήρια της αρχαιότητας. Η Κάτω Πόλη αναπτύχθηκε μετά την απελευθέρωση στην πεδιάδα, κατά μήκος της ακτής. Κέντρο της είναι η πλατεία Γεωργίου Α', όπου βρίσκεται το δημοτικό θέατρο "Απόλλων", έργο του E. Ziller (1872). Ο ναός του Αγίου Ανδρέα βρίσκεται στη θέση παλαιοχριστιανικής βασιλικής, η οποία διατηρήθηκε μέχρι τις αρχές του 18ου αι. Ο ναός επισκευάστηκε από τους Βενετούς γύρω στα 1700 και ισοπεδώθηκε από τους Τουρκαλβανούς την εποχή των Ορλωφικών (1770). Στη θέση του κτίστηκε το 1836 από τον αρχιτέκτονα Λύσανδρο Καυτανζόγλου ο λεγόμενος σήμερα "μικρός ναός" του Αγίου Ανδρέα, ενώ δίπλα του ο σύγχρονος μεγάλος ναός άρχισε να κτίζεται το 1908. Η Παντάνασσα στην Κάτω Πόλη

(1857-1859), έργο των Καυταντζόγλου και Φρεαρίτη, ο Αγγλικανικός ναός του Αγίου Ανδρέα (1872) στην ομώνυμη οδό, και ο μητροπολιτικός ναός του Ευαγγελισμού στην οδό Μαιζώνος αποτελούν χαρακτηριστικά δείγματα εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής της εποχής. Στην νοτιοανατολική πλευρά του λόφου της Ακρόπολης είναι κτισμένη κάπως άτακτα η Άνω ή Παλιά Πόλη. Εκεί υπήρχαν οι παραδοσιακές κατοικίες των Πατρινών προκρίτων, του Ρούφου, του Παπαδιαμαντοπούλου, καθώς και το παλιό δημοτικό νοσοκομείο, που κτίστηκε σύμφωνα με τα σχέδια του Δανού αρχιτέκτονα Hansen και θεμελιώθηκε από τον Όθωνα το 1857. Από τις όμορφες κατοικίες της εποχής αυτής, αρχοντικά της πόλης και επαύλεις των προαστίων, ελάχιστες σώζονται σήμερα.

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Πατρών στεγάζεται σε παλιά ιδιωτική οικία, δωρεά του Καραμανδάνη, στη γωνία των οδών Αράτου και Μαιζώνος 14 παρά την πλατεία Όλγας. Στις πέντε αίθουσές του εκτίθενται αντιπροσωπευτικά δείγματα όλης της αρχαίας ιστορίας της Πάτρας και της ευρύτερης περιοχής της. Χαρακτηριστικότερα από τα ευρήματά του είναι το μαρμάρινο αντίγραφο της Αθηνάς Παρθένου του Φειδία, τρία εναέτια πρωτότυπα γλυπτά με παράσταση Αμαζονομαχίας από το ναό της Τρικλαρίας Αρτέμιδος, ρωμαϊκό ψηφιδωτό δάπεδο με παραστάσεις Μουσικών και Αθλητικών Αγώνων, χαρακτηριστικά πήλινα, μεταλλικά και άλλα αντικείμενα όλων των περιόδων της, ταφικά σύνολα της ελληνιστικής περιόδου και μια εξαιρετική συλλογή γυάλινων ρωμαϊκών αγγείων.

Στην Πάτρα γεννήθηκαν ο Κωστής Παλαμάς, ο γλύπτης Μέμος Μακρής και ο συνθέτης Λιόλιος. Ένα αξιόλογο πολιτιστικό στοιχείο της σύγχρονης

πόλης είναι το ετήσιο καρναβάλι, παράδοση η οποία εισήχθη από την Ιταλία τον περασμένο αιώνα. Το λιμάνι της Πάτρας, όπως και στο παρελθόν, αποτελεί και σήμερα την εμπορική και τουριστική πύλη της Ελλάδας προς την Δύση, ενώ στην ανάπτυξη της πόλης σημαντικό ρόλο παίζουν οι εμπορικές και πολιτιστικές επαφές της με την Ιταλία.

Γενικές Πληροφορίες Συγκοινωνιακή Σύνδεση

Με αεροπλάνο

Η πόλη εξυπηρετείται κυρίως από το διεθνές αεροδρόμιο των Αθηνών, αλλά και το αεροδρόμιο του Αράξου (περίπου 30 km δυτικά των Πατρών), το οποίο χρησιμοποιείται για πτήσεις charter. Τα Γραφεία της Ολυμπιακής Αεροπορίας στην Πάτρα είναι στην οδό Αράτου 17-19. [τηλέφωνο (061) 222.901-3]



Με πλοίο

Η Πάτρα αποτελεί την πύλη της Ελλάδας για την Ιταλία και τη Δυτική Ευρώπη με πάνω από 50 δρομολόγια πλοίων κάθε εβδομάδα. Συνδέεται απ' ευθείας με τέσσερα μεγάλα λιμάνια της Ιταλίας (Bari, Brindisi, Ancona και Venezia), καθώς και με τα νησιά του Ιονίου πελάγους. [Τηλ. Λιμεναρχείου (061) 341.002]

Με τρέινο

Καθημερινά δρομολόγια τρέινων συνδέουν την Πάτρα με την Αθήνα και σχεδόν όλες τις μεγάλες παραθαλάσσιες πόλεις της Πελοποννήσου. Το ταξίδι από και προς την Αθήνα διαρκεί περίπου 3,5 ώρες με τα δρομολόγια της ταχείας Intercity.

Ο σιδηροδρομικός σταθμός (ΟΣΕ) βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, κοντά στο λιμάνι και στο σταθμό υπεραστικών λεωφορείων. [Τηλέφωνο ΟΣΕ: (061) 273.694]

Με Λεωφορείο

Υπάρχει διαρκής σύνδεση, κάθε 30' λεπτά με την Αθήνα (απέχει 2,5 ώρες) και καθημερινά δρομολόγια προς όλες τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, τα νησιά του Ιονίου Πελάγους και σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους της ευρύτερης περιοχής (Ολυμπία, Δελφούς, Καλάβρυτα). Ο σταθμός των υπεραστικών λεωφορείων (ΚΤΕΛ) βρίσκεται στο κέντρο της Πάτρας, στην οδό Ζαΐμη 2 και Οθωνος Αμαλίας.[Τηλέφωνο ΚΤΕΛ: (061) 623.886-8]

Αστικές συγκοινωνίες – Ταξί

Υπάρχει πυκνό δίκτυο αστικών συγκοινωνιών, το οποίο συνδέει το κέντρο της Πάτρας με όλες τις συνοικίες και τα προάστια. Το λεωφορείο Νο 6, με δρομολόγια κάθε 10' λεπτά, συνδέει το κέντρο της πόλης με την Πανεπιστημιούπολη, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο και το πορθμείο του Ρίου. Τηλέφωνο: 061-274685. Υπάρχουν, επίσης, 1.000 περίπου ταξί στην Πάτρα, διαθέσιμα όλο το εικοσιτετράωρο.[Τηλέφωνα ραδιοταξί: 1300, (061) 450.000, 346.590]



Γενικές Πληροφορίες

Διαμονή

Στην παραλιακή ζώνη, από το Αίγιο μέχρι την ακτή της Καλόγριας, υπάρχουν τριάντα οκτώ (38) ξενοδοχεία κάθε κατηγορίας. Διαθέτουν 2.198 δωμάτια και μπορούν να φιλοξενήσουν 4.282 επισκέπτες. Για περισσότερες πληροφορίες τα γραφεία του Ε.Ο.Τ. είναι στο κέντρο της πόλης, οδός Φιλοποίμενος 26, τηλέφωνο: 061-622141.

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΧΑΪΑΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



Γενικές Πληροφορίες Η Πανεπιστημιούπολη

Το Πανεπιστήμιο Πατρών εκτείνεται σε μια έκταση 2.650 στρεμμάτων, κοντά στο πορθμείο Ρίου-Αντιρρίου. Η Πανεπιστημιούπολη περιλαμβάνει κτίρια συνολικής μικτής επιφάνειας 170.000 τ.μ., στα οποία στεγάζονται τα 22 Τμήματα του Πανεπιστημίου Πατρών και οι Διοικητικές Υπηρεσίες.



Στην κατάφυτη Πανεπιστημιούπολη υπάρχουν, επίσης, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο, η Κεντρική Βιβλιοθήκη και άλλες Κεντρικές Λειτουργίες (Εκδοτικός Οίκος, Αθλητικό Κέντρο, Μουσεία Ζωολογικό και Βοτανικό, Βιβλιοπωλείο, Εστιατόριο και Κυλικεία), καθώς και Τράπεζα.

1. Το Συνεδριακό Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών



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

Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας, σε έκταση 25 στρεμμάτων. ("Περιβάλλον χώρος - Πρόσβαση"). Έχει αναπτυχθεί σε δύο επίπεδα συνολικής επιφάνειας 9.300 τ.μ. και μπορεί να φιλοξενήσει έως και 2.000 συνέδρους ταυτόχρονα. Είναι σχεδιασμένο με διεθνείς προδιαγραφές, εφοδιασμένο με τον σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό, ενώ ταυτόχρονα παρέχει και τη δυνατότητα διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων (θέατρο, μουσική, χορό) και εκθέσεων υψηλών απαιτήσεων.

Στους ειδικότερους στόχους του ΣΠΚ του Πανεπιστημίου Πατρών

είναι η φιλοξενία συνεδρίων, συμποσίων και σεμιναρίων, μουσικών, θεατρικών και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου. Οι χώροι διατίθενται, μετά από αίτηση, και σε άλλους φορείς για τη διοργάνωση παρόμοιων εκδηλώσεων, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στον κανονισμό λειτουργίας του.

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

Το ΣΠΚ διοικείται από την **Επιτροπή Δι**

Πρόεδρος:

1. Καθ. Χρήστος Δ. Χατζηθεοδώρου, *Πρύ*

Μέλη:

2. Καθ. Πάνος Δ. Γκούμας, *Αντιπρύτανης . Προσωπικού, Πρόεδρος Επιτροπής Πολιτ. Πανεπιστημίου Πατρών*

3. Καθ. Ιωάννα Νταούλη - Ντεμούση, *Αντι Προγραμματισμού & Ανάπτυξης*

4. Καθ. Σταμάτης Ν. Αλαχιώτης, *Τμ. Βιολογίας*

5. Καθ. Νικόλαος Κ. Ζούμπος, *Τμ. Ιατρική*

6. Επίσης, συμμετέχει άνευ ψήφου, ο *Προ Δημοσίων Σχέσεων & Δημοσιευμάτων του Γεώργιος Σκόνδρας*

Γραμματέας:

Ανδρονίκη Χρυσάφη, Υπεύθυνη Λειτουργίας

Συντονίστρια Λειτουργικών Δραστηριοτήτων:

Καθ. Ιωάννα Νταούλη - Ντεμούση, Αντιπρ. Προγραμματισμού & Ανάπτυξης



Κτιριακή Υποδομή Περιβάλλον Χώρος-Πρόσβαση



Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας σε έκταση 25 στρεμμάτων, στην κεντρική διασταύρωση των οδών Πολυτεχνείου & Ιπποκράτους. Βρίσκεται σε 1 km απόσταση από το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο, δίπλα στις οδικές αρτηρίες της παλαιάς και νέας εθνικής οδού Πατρών-Αθηνών και κοντά στο πορθμείο Ρίου - Αντιρρίου.



Διαθέτει parking 500 θέσεων αυτοκινήτων και πούλμαν, προσβάσεις για φορτηγά και όλες τις διευκολύνσεις για εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες.



Κτιριακή Υποδομή

Γενικά



Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας, σε δύο επίπεδα, συνολικής επιφάνειας 9.300 τ.μ. και μπορεί να φιλοξενήσει έως και 2.000 συνέδρους ταυτόχρονα. Περιλαμβάνει χώρους που προσφέρονται για συνέδρια, σεμινάρια, ημερίδες, διαλέξεις, συναντήσεις εργασίας, εκθέσεις και πολιτιστικά γεγονότα, ενώ διαθέτει εξειδικευμένο και έμπειρο τεχνικό προσωπικό για τη στήριξη των εκδηλώσεων.

- Μία **Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα** χωρητικότητας 1080 ατόμων, με κατάλληλη υποδομή ώστε να υποδέχεται τόσο συνεδριακές όσο και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.
- Ένα **αμφιθέατρο** 250 ατόμων.
- **Δέκα (10) παράλληλες αίθουσες**, με χωρητικότητα από 15 έως 130 θέσεις.
- **Εκθεσιακούς χώρους και χώρους δεξιώσεων** συνολικής επιφάνειας 1.400 τ.μ.
- **Μεταφραστικούς θαλάμους**, χώρους για συνεντεύξεις τύπου, γραμματεία
- **Γραφεία** για τις οργανωτικές ανάγκες των εκδηλώσεων.
- **Οπτικοακουστικά συστήματα** διεθνών προδιαγραφών
- Δυνατότητες **Videoconference** σε όλες τις αίθουσες.
- **Τηλεφωνικές γραμμές ISDN, fax, φωτοτυπικό μηχάνημα.**
- **Σταθμό Πρώτων Βοηθειών**, ο οποίος περιέχει βασικό εξοπλισμό αντιμετώπισης επειγόντων περιστατικών
- **Βιβλιοθήκη - Αρχείο**
- Προσβάσεις για φορτηγά, parking 500 θέσεων αυτοκινήτων και πούλμαν και όλες τις διευκολύνσεις για εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες.
- Διοικητικές εγκαταστάσεις

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες



1. ΙΣΟΓΕΙΟ

- Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα
- Αμφιθέατρο χωρητικότητας 250 ατόμων
- Μία Αίθουσα παραλλήλων συνεδριάσεων
- Τρεις (3) Αίθουσες παραλλήλων συνεδριάσεων
- Εκθεσιακοί χώροι ισογείου: Κεντρικό φουαγιέ 750 τ.μ. με εσωτερικό αίθριο και Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων 200τ.μ.

Κτιριακή Υποδομή Αίθουσες








2. ΠΡΩΤΟΣ ΟΡΟΦΟΣ

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

Κτιριακή Υποδομή
Αίθουσες



Συγκεντρωτικός Πίνακας γόρων

Αίθουσες	Επιφάνεια (τ.μ.)	Ύψος (μ.)	theatre 	classroom 	U shape 	coctail 	banquet 
Κύρια Αίθουσα I-1	640 σκηνή: 250 (1 ^ο επίπεδο) 100 (pit)		1080				
Αμφιθέατρο I-4	356		250				
Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων I- 10	185	3		120	80		
Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων I- 11	112	3		75	40		
Αίθουσα Παράλληλων	112	3		75	40		

12

Αίθουσα

Παράλληλων

Συνεδριάσεων I-






112

3

75

40

13

Αίθουσες	Επιφάνεια (τ.μ.)	Ύψος (μ.)	theatre 	classroom 	U shape 	coctail 	banquet 
Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων I-6	200	3			100	150	100
Κεντρικό Φουαγιέ I-5	750	3,10				500	400
Φουαγιέ II-3	470	3				400	250
Αίθουσα Σεμιναρίων II-6	90	2,65		50	30		
Αίθουσα Σεμιναρίων II-7	90	2,65		50	30		
Αίθουσα Σεμιναρίων II-8	115	2,65		80	50		

Σεμιναρίων II-9	115	2,65	50	30
Αίθουσα Συναντήσεων	27	2,65	20	10
Αίθουσα Συναντήσεων	27	2,65	20	10
Γραφείο	25	3		
Γραφείο	28	3		

Κτιριακή Υποδομή Εξοπλισμός



A. Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός

Το ΣΠΚ διαθέτει σύγχρονα οπτικοακουστικά συστήματα διεθνών προδιαγραφών, ο χειρισμός των οποίων γίνεται από έμπειρους και εξειδικευμένους ηλεκτρονικούς:

- Σε όλες τις αίθουσες λειτουργούν **ηχοσυστήματα με ενσύρματες μονάδες μικροφώνων** για τα έδρανα των προεδρείων και τους κύριους ομιλητές, **ασύρματα μικρόφωνα** για το ακροατήριο, και **μικρόφωνα πέτου**. Για την ηχογράφιση εκδηλώσεων λόγου και μουσικής διατίθεται σύστημα ηχοληψίας ψηφιακής εγγραφής. Σ' όλο το συγκρότημα λειτουργεί κατανεμημένο σύστημα ήχου, με δυνατότητα αναγγελιών, μουσικής κ.λπ. Για την ειδικά μελετημένη ακουστική των 2 Αμφιθεάτρων παρέχονται πληροφορίες στη διεύθυνση:
<http://www.confer.upatras.gr/gr/ktiria/www.wcl.ee.upatras.gr/audiogroup/patrasacoustics>
- Στον εξοπλισμό του ΣΠΚ περιλαμβάνονται προβολικά συστήματα,
 - **video/data projectors**, οι οποίοι συνδέονται με **φορητούς Η/Υ**
 - **laptops, DVD, CD ή VIDEO players,**
 - **slides** και **overhead projectors,**
 - **Visualizer** (οπτικοποιητής),
 - **Laser pointers,**
 - Σταθερές ηλεκτρικές και φορητές **οθόνες προβολής.**
- Σε όλο το κτιριακό συγκρότημα του Συνεδριακού κέντρου υπάρχει δομημένη καλωδίωση που επιτρέπει την άμεση σύνδεση ηλεκτρονικών υπολογιστών στο Internet τη δημιουργία ασφαλών Workgroups και Intranets, τη σύνδεση τηλεφωνικών συσκευών και εικονοτηλέφωνων, την τηλεσυνδιάσκεψη και την τηλεργασία ανάμεσα σε όλους του χώρους του κέντρου αλλά και με τον υπόλοιπο κόσμο μέσω σύγχρονου τηλεπικοινωνιακού κόμβου. Μέσω της σύνδεσης του με το Δίκτυο Δεδομένων του Πανεπιστημίου Πατρών, έχει

μόνιμη πρόσβαση στο Internet.

- Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα παροχής **τηλεφωνικών γραμμών και fax, και φωτοτυπικού μηχανήματος.**

B. Επίσης, στον εξοπλισμό του ΣΠΚ περιλαμβάνονται (χωρίς χρέωση):

- Γκισέ γραμματείας, σχήματος Γ, μήκους: 4,80 μ. (αυξομειώνει),
- Pontium ομιλητών,
- Stand αναρτήσεως posters,
- White -boards,
- Flip Charts,
- Τραπέζια για την εξυπηρέτηση των χορηγικών εκθέσεων, καλύμματα και καρέκλες,
- Βάσεις ονομάτων για τα προεδρεία,
- Ρυθμιζόμενο σύστημα αναρτήσεως posters.

Κατά το στήσιμο των εκθέσεων παρέχεται ηλεκτρολογική και άλλη βοήθεια από έμπειρους ηλεκτρολόγους.



2.ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ GRECOTEL ΣΤΗ ΛΑΚΟΠΕΤΡΑ

Γενικές Πληροφορίες:

“Πελοπόννησος – ένα δώρο των θεών,,

Αν ονειρεύεστε μια όαση γαλήνης και ηρεμίας ή διακοπές γεμάτες ένταση και δραστηριότητα, τότε ελάτε στο **Grecotel Lakopetra Beach**. Το all-inclusive ξενοδοχείο, στο βορειοδυτικό άκρο της Πελοποννήσου, αποτελεί ιδανική αφετηρία για να εξερευνήσετε τις μοναδικές ομορφιές της περιοχής, αλλά και ιδανική λύση για ήσυχα, ξεκούραστα Σαββατοκύριακα με την οικογένεια.

Για τους πιο... ανήσυχους, υπάρχει μεγάλη γκάμα αθλητικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, οι περισσότερες από τις οποίες περιλαμβάνονται στην αρχική τιμή, όπως και τα ποτά, τα σνακ και τα γεύματα.

Το **Grecotel Lakopetra Beach** βρίσκεται στο βορειοδυτικό άκρο της Πελοποννήσου, σε απόσταση 35 χλμ. από την Πάτρα, και αποτελεί ιδανική αφετηρία για να γνωρίσετε τις ομορφιές της περιοχής – από την Αρχαία Ολυμπία και το τα ιστορικά Καλάβρυτα μέχρι τα γραφικά χωριά και τα άγρια βουνά της Αχαΐας.
Αποστάσεις:

Απόσταση από:	Όνομα	Χλμ ή μέτρα
Αεροδρόμιο	Αεροδρόμιο Αράξου	10 χλμ
Πόλη ή Χωριό	Lakopetra Village	2 χλμ
Πόλη ή Χωριό	Πάτρα	35 χλμ

Το ξενοδοχείο διαθέτει 2 συνεδριακούς χώρους χωρητικότητας 100 ατόμων. Οι παρευρισκόμενοι στα συνέδρια που διοργανώνονται στο ξενοδοχείο έχουν και τη δυνατότητα να απολαύσουν τις εξής υπηρεσίες που παρέχονται:

Διακριτική, άψογη εξυπηρέτηση 24 ώρες το 24ωρο.

Το ξενοδοχείο διαθέτει:

- Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων & και υπηρεσίες Privilege Club
- Υποδοχή: παραλαβή μηνυμάτων, ενοικίαση αυτοκινήτου, εκδρομές, συγκοινωνίες, συνάλλαγμα, πιστωτικές κάρτες, αχθοφόρος
- Ιατρική περίθαλψη (κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας, όλο το 24ωρο.
- Υπηρεσία φύλαξης νηπίων: παιδικά γεύματα, παιδικά καρεκλάκια και κρεβατάκια, babysitting (σε καθορισμένες τιμές)
- Δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο από το Internet Corner (επιπλέον χρέωση)
- Ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Στεγνοκαθαριστήριο, πλυντήριο
- Κοσμηματοπωλείο, mini market, κομμωτήριο.

Πισίνες

- Μία μεγάλη εξωτερική πισίνα
Έκταση 280 τ.μ.
- Μία εσωτερική πισίνα (θερμαινόμενη από Οκτώβριο μέχρι Μάιο)
Έκταση 96 τ.μ.
- Μία πισίνα για παιδιά
Έκταση 33 τ.μ.
- Μία ρηχή πισίνα
Έκταση 25 τ.μ.

Παραλίες

Παραλία με άμμο και χαλίκια. Έχει πάρει γαλάζια σημαία, αφού ακολουθεί πιστά τις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με την ποιότητα του νερού, την περιβαλλοντική μελέτη, την ασφάλεια, τις προσφερόμενες υπηρεσίες και το σεβασμό στο περιβάλλον.

Στην παραλία και στις πισίνες υπάρχουν:

- Πετσέτες
- Ντους
- Καμπίνες
- Ομπρέλες και ξαπλώστρες με μαλακά στρώματα

Το Grecoland Club είναι αληθινός παράδεισος για τα παιδιά, με παιδικές χαρές και αμμόλακκους για ατελείωτο παιχνίδι.

Παιδιά 3-17 ετών απασχολούνται δημιουργικά ορισμένες ώρες την ημέρα από το εξειδικευμένο προσωπικό, που διοργανώνει παιχνίδια, εκπλήξεις, παραστάσεις και καθετί που μπορεί να ενθουσιάσει τα παιδιά.

Κρεβατάκια, καρεκλάκια και ειδικά παιδικά γεύματα προσφέρονται δωρεάν, ενώ υπάρχει δυνατότητα babysitting σε καθορισμένες τιμές.

Club 4U

Οι έφηβοι ηλικίας 12-17 ετών μπορούν να ασχοληθούν με πολλές δημιουργικές δραστηριότητες κατά τους θερινούς μήνες (από τα μέσα Ιουνίου μέχρι τα μέσα Σεπτεμβρίου), βάσει ειδικού ημερήσιου προγράμματος. Υπάρχει, επίσης, και Internet Corner (επιπλέον χρέωση).

Πλήρης γκάμα δραστηριοτήτων για κάθε ηλικία, από το πρωί ως το βράδυ.

Οι περισσότερες από τις δραστηριότητες στο **Grecotel Lakopetra Beach** προσφέρονται χωρίς επιπλέον χρέωση.

Τένις

- Πέντε γήπεδα τένις, με Quartz sand
- Επαγγελματίες προπονητές (επιπλέον χρέωση)

Fitness

- Fitness Club
- Γυμναστική στο ύπαιθρο
- Σάουνα
- Μασάζ (επιπλέον χρέωση)

Θαλάσσια σπορ

Χωρίς χρέωση από 09:00-18:00

Useful Links

- [Honeymoons](#)
- [Rent a Car](#)
- [Info For Greece](#)

- Ιστιοσανίδα

• [Grecotel Site Map](#)



3. ΑΧΑΪΑ CLAUSS

ΑΧΑΪΑ CLAUSS

Ο Πύργος της ΑΧΑΪΑ CLAUSS είναι το πρώτο ελληνικό οινοποιείο που χτίστηκε στα 1861 και μέχρι σήμερα παράγει μερικά από τα πιο διάσημα ελληνικά κρασιά. Στους χώρους του ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει το καταπράσινο περιβάλλον, τα ιστορικά κτίρια, τα ξυλόγλυπτα βαρέλια παλαιώσης από το 1873 της φημισμένης Μαυροδάφνης, καθώς επίσης, στην Κάβα Δανιηλίδος, να δοκιμάσει μερικά από τα εκλεκτά κρασιά της ΑΧΑΪΑ CLAUSS.

Το Achaia Clauss, που βρίσκεται στον ομώνυμο λόφο (Οχτώ χιλιόμετρα ΝΑ του κέντρου της Πάτρας), ιδρύθηκε το 1861 από τον Βαυαρό Gustav Clauss ο οποίος ήρθε στην Ελλάδα το 1854. Στην ειδυλλιακή αυτή θέση, που απενίζει την πόλη, υπήρχαν από παλιά αμπέλια με κόκκινο σταφύλι. Ο G. Clauss ονόμασε Μαυροδάφνη, το κρασί που έφτιαξε για να τιμήσει την γυναίκα που είχε ερωτευτεί, την Δάφνη, μια όμορφη μελαχρινή Ελληνίδα με μαύρα μάτια, που πέθανε σε νεαρή ηλικία.

Ο G. Clauss, μαζί με το οινοποιείο του, έστησε μια μικρή κοινότητα που περιλαμβάνει μία Ορθόδοξη και μία Καθολική εκκλησία. Όλοι σχεδόν οι εργαζόμενοι μαζί με τις οικογένειές τους, ζούσαν στην κοινότητα αυτή. Αξίζει να σημειωθεί, ότι πολλά από τα μέλη των 15 οικογενειών που κατοικούν σήμερα στην Achaia Clauss, είναι απόγονοι των πρώτων εργατών που είχε προσλάβει ο G. Clauss. Η φήμη της Achaia Clauss στην Ελλάδα και σε 27 άλλες χώρες του κόσμου, στηρίζεται στην έμφαση που δίνει η εταιρεία στη σταθερή ποιότητα και γεύση των κρασιών της.

Γύρω στους 100.000 επισκέπτες έρχονται κάθε χρόνο στα βορινά υψώματα της Πάτρας, για να θαυμάσουν το τοπίο, τις εγκαταστάσεις του Achaia Clauss όπου λειτουργούν και δύο συνεδριακά κέντρα, με σύγχρονο εξοπλισμό, κλιματισμό, coffee breaks και πλήρες service.

Βέβαια πρέπει ακόμα να αναφέρουμε ότι ο Πύργος της ΑΧΑΪΑ CLAUSS είναι κατάλληλος για την διεξαγωγή συνεδρίων αφού διαθέτει συνεδριακούς χώρους εξοπλισμένους έτσι ώστε να

ανταπεξέρχονται στις ανάγκες του σύγχρονου συνεδριακού τουρισμού.

ACHAIA CLAUSS

Διεύθυνση:	Πετρωτό, Πάτρας
Πόλη:	ΑΧΑΙΑ
Τηλέφωνο:	
Fax:	2610338269
Αίθουσες:	5
Χωρητικότητα:	150-600

Κριτήρια εδραίωσης του συνεδριακού τουρισμού σε μια χώρα

Εισαγωγικά

Ο συνεδριακός τουρισμός, με τις επιμέρους μορφές του αποτελεί επιλεκτικό τουρισμό, τουρισμό που χαρακτηρίζεται από την πραγματοποίηση υψηλής τουριστικής δαπάνης. Διαφορετικά συνηθίζεται και η ονομασία ποιοτικός τουρισμός.

Οι τουρίστες επαγγελματίες δεν προσφέρουν μόνο την ποιότητα αλλά την αναζητούν κιόλας.

Και την αναζητούν αφού έχουν τη δυνατότητα να την πληρώσουν ανάλογα.

Τα περισσότερα από τα κριτήρια εδραίωσης του συνεδριακού τουρισμού αφορούν και τα τρία είδη. Τα κριτήρια αυτά είναι:

Κοινωνική, Πολιτική ισορροπία

Είναι πράγματι ευαίσθητος ο τουρισμός γιατί επηρεάζεται και από το κοινωνικό αλλά και το πολιτικό περιβάλλον. Ιδιαίτερα ευαίσθητος είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Αρκεί να υπενθυμίζουμε ότι αυτής της κατηγορίας ο τουρισμός ματαιώθηκε λόγω της κρίσης του κόλπου- και όχι απλώς μειώθηκε- και ότι συνέδρια που πραγματοποιούνται στη γειτονική Γιουγκοσλαβία αναζητούν άλλη χώρα υποδοχής τους.

Πλήρης υλικοτεχνικός εξοπλισμός

Η άρτια υποδομή αποτελεί το βασικό κριτήριο για το φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο ή την έκθεση αντίστοιχα. Η συγκεκριμένη αυτή υποδομή μπορεί να είναι είτε μέρος της ξενοδοχειακής μονάδας, είτε σε αυτόνομα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα. Το δεύτερο δεν αποκλείει το πρώτο αλλά το συμπληρώνει αφού τα αυτόνομα κέντρα καλύπτουν ανάγκες σημαντικότερου μεγέθους -συνεδρίου και έκθεσης- από αυτές που μπορούν να καλύψουν τα ξενοδοχεία. Η Πολιτεία έχει καθορίσει τις προδιαγραφές για τέτοιου είδους υποδομή.

• Υψηλές ξενοδοχειακές υπηρεσίες

Η ποιότητα του τουρισμού αυτού απαιτεί και την ανάλογη προσφορά υπηρεσιών που σχετίζονται όχι μόνο με την παραμονή αλλά και κάθε πρόσθετη υπηρεσία που είναι απαραίτητη για την εκτέλεση της εργασίας (σύστημα επικοινωνιών μέσα στο ξενοδοχείο, γραμματειακή υποστήριξη, προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής μέσα και έξω από το ξενοδοχείο).

• Άνετη μετακίνηση

Είναι πολύ σημαντικό η μετακίνηση να είναι ευχάριστη και ξεκούραστη. Αυτό σημαίνει :

- (α) αποφυγή ενδιάμεσων στάσεων. Αυτό αποδεικνύει ότι προτιμούνται προορισμοί με απευθείας συνδέσεις,
- (β) συνέπεια στην τήρηση δρομολογίων και παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου κατά τη διάρκεια της πτήσης,
- (γ) άνετη εξυπηρέτηση από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και αναχώρηση. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία όταν πρόκειται για ομαδική διακίνηση.
- (δ) χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου ή της χώρας προέλευσης (εκκίνησης) και του τόπου προορισμού των συμμετεχόντων.

• Υποδομή της ευρύτερης περιοχής

Έχει μεγάλη σημασία το συγκοινωνιακό δίκτυο, οι επικοινωνίες, η ποιότητα όλων γενικά των προσφερόμενων υπηρεσιών (ταξιδιωτικές, υπηρεσίες, ψυχαγωγία,

ευχάριστο φυσικό και κτιριακό περιβάλλον, πολυκαταστήματα, νοσοκομεία κλπ.). Επίσης δεν είναι μικρότερης σημασίας η ποιότητα των κατοίκων και κυρίως αυτών που έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες αυτής της κατηγορίας.

- **Καλό κλίμα**

Οι κλιματολογικές συνθήκες δεν αποτελούν καθοριστικό παράγοντα επιλογής αλλά σίγουρα την ευνοούν. Η χώρα μας ως προς το κλίμα της θεωρείται ιδιαίτερα προνομιούχος. Το γεγονός πως οι τουριστικοί προορισμοί της είναι διεσπαρμένες της επιτρέπουν να στηρίζει προγράμματα προβολής, ιδιαίτερα όταν αυτά περιλαμβάνουν την απαραίτητη υποδομή αλλά και ποικιλία φυσικών και πολιτιστικών, ιστορικών, θρησκευτικών αξιοθέατων.

- **Η εικόνα του τόπου προορισμού**

Η προϋπόθεση αυτή αναφέρεται στην όλη εικόνα που έχει δημιουργήσει ο τόπος, σαν τόπος υποδοχής και διεξαγωγής συνεδρίων και εκθέσεων και που έχει φυσικά καταφέρει να την προβάλλει στις αντίστοιχες αγορές. Τα παρακάτω στοιχεία είναι δετικά για συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό:

- **Συνεδριακός τουρισμός**

- α. ήσυχος και με γραφικό χρώμα
- β. με πολιτιστικά και πνευματικά ενδιαφέροντα

- γ. με έντονη επιστημονική έρευνα
- δ. με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες
- ε. με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα

Δυνατότητες εδραίωσης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα

Προϋποθέσεις που διαθέτει η Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει τις περισσότερες απαραίτητες προϋποθέσεις και είναι:

- α) Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά, η οποία συνεχώς βελτιώνεται. Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών ήδη διαθέτουν ή αποκτούν συνεδριακούς χώρους.
- β) Καλές καιρικές συνθήκες.
- γ) θετική εικόνα στις κυριότερες τουριστικές αγορές.
- δ) Θέλητρα σε όλο τον Ελλαδικό χώρο, με έμφαση στους καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς της.
- ε) Δημιουργία εκθέσεων-θεσμών με κύρια φροντίδα της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, η οποία αποκτά σημαντικές εγκαταστάσεις και στην Αθήνα.
- στ) Ευνοϊκή γεωγραφική θέση που συνεχώς επιβεβαιώνεται. Η συμμετοχή της στην Ε. Ο. Κ. της δίνει τη δυνατότητα να αποκομίσει τουριστικά οφέλη προβάλλοντας τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής της θέσης.

Για την ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού πρέπει να υπάρξουν κάποιες προϋποθέσεις. Παρακάτω θα Αναλύσουμε αυτές τις προϋποθέσεις υπό την μορφή προτάσεων,

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Είναι σαφές πλέον ότι στον τομέα των συνεδρίων, το κράτος δεν διαθέτει τα απαραίτητα κεφάλαια για επενδύσεις. Γι αυτό με την νέα τουριστική πολιτική η κυβέρνηση προσπάθησε να δώσει κίνητρα στους ιδιώτες για επενδύσεις.

Εξέδωσε τις τεχνικές προδιαγραφές που θα πρέπει να έχει ένα ένα συνεδριακό Κέντρο που θα λειτουργεί είτε αυτόνομα είτε προσαρτημένο σε κάποια ξενοδοχειακή μονάδα. Βάσει αυτών των προδιαγραφών θα μπορεί να χρηματοδοτηθεί κατά ένα μέρος από την ΕΟΚ ή να υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο 1982/90.

Κάνοντας μία ανασκόπηση στα όσα έχουν ήδη αναφερθεί για τον Συνεδριακό Τουρισμό, βλέπουμε ότι ανήκει στην "ελίτ" των νέων μορφών τουρισμού. Είναι μία μορφή που αναπτύσσεται ταχύτατα γιατί βασίζεται - όχι μόνο στην ανάγκη διακοπών (ξεκούραση, φυγή από την καθημερινότητα κλπ.), αλλά κυρίως στην ανάγκη της επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων, στην τεχνική, επιστημονική, πολιτιστική και κοινωνική εξέλιξη των λαών, στη δημιουργία και ανάπτυξη νέων ειδικοτήτων στους διάφορους επαγγελματικούς κλάδους, στις πολιτικές και κοινωνικές ανακατατάξεις των λαών κ.ο.κ.

Παρατηρούμε πως η συγκεκριμένη αγορά δεν επηρεάζεται από οικονομικές διακυμάνσεις και κυρίως δεν είναι αυστηρά εποχιακή.

Φυσικά για να χαρακτηριστεί ένας τόπος ως συνεδριακός προορισμός και να κερδίσει τμήμα αυτής της απαιτητικής πελατείας θα πρέπει να διαθέτει και τα ανάλογα "προσόντα". Προσόντα ανταγωνιστικά

σε σύγκριση με εκείνα των άλλων χωρών, διαφοροποιημένα και πρωτότυπα.

Έχουμε ήδη εξετάσει την υποδομή και τις δυνατότητες ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα. Έχουμε αναφέρει τους στόχους της τουριστικής πολιτικής και^ διαπιστώσαμε πόσοι από αυτούς έχουν επιτευχθεί, στην πραγματικότητα ελάχιστοι. Το συμπέρασμα είναι ότι μας λείπει η υποδομή, ενώ έχουμε όλες τις "φυσικές" δυνατότητες.

" δημιουργία κυρίως, σωστών συνεδριακών κέντρων επείγει αν θέλουμε να Χαρακτηρισθεί η χώρα ως συνεδριακός προορισμός.

Πιστεύουμε ότι με λίγη καλή διάθεση και με την δραστηριοποίηση των εμπλεκομένων θα μπορούσε να βρεθεί τρόπος να χρηματοδοτηθούν οι μελέτες οι οποίες είχαν υποβληθεί στο παρελθόν. Η ΕΟΚ είναι διατεθειμένη να βοηθήσει κατά το μεγαλύτερο μέρος. Ακόμα, οι τράπεζες θα έπρεπε σε μία τέτοια περίπτωση, να χορηγήσουν δάνεια με χαμηλά επιτόκια και επιτέλους να πραγματοποιηθούν κάποια μεγάλα και σημαντικά έργα αν αυτά δεν είναι εφικτά τότε ίσως η αυτοχρηματοδότηση να αποτελούσε μια άλλη λύση. Το βέβαιο είναι ότι χρειαζόμαστε όσο πιο γρήγορα γίνεται έργα βασικής συνεδριακής υποδομής.

Μιλώντας όμως για υποδομή δεν εννοούμε μόνο τον υλικο-τεχνικό εξοπλισμό και τα αναγκαία έργα (κτιριακές εγκαταστάσεις, οδικό δίκτυο κλπ.). Στην Ελλάδα λείπει ακόμη στον τομέα της παιδείας και της τουριστικής εκπαίδευσης ειδικότερα, ο εκσυγχρονισμός της γνώσης και η υψηλή εξειδίκευση. Επιπλέον, το βασικότερο, η σταθερή τουριστική πολιτική, η έρευνα, η εμμονή σε σταθερούς στόχους που τελικά οδηγούν σε αρνητικά αποτελέσματα και κυρίως στην έλλειψη εμπιστοσύνης από τους επενδυτές.

Οι προτάσεις μας λοιπόν πρέπει να "αγγίξουν" όλα τα επί μέρους θέματα που λειτουργούν μέχρι στιγμής ενάντια στην ενδυνάμωση του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού.

1. ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Δεδομένου ότι το 1992 και η ενοποίηση δεν είναι πια προ των πυλών, η πολιτική μας θα πρέπει να εναρμονισθεί και να τηρηθεί με αυτήν της υπόλοιπης Ευρώπης, όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό.

Θα πρέπει δηλαδή να βασιστεί στην αρχή της ελεγχόμενης ποσότητας και της σημαντικά βελτιωμένης ποιότητας. Δεν μπορούμε να συναγωνισθούμε καμία χώρα χωρίς τη χάραξη μιας μεσοπρόθεσμης έστω πολιτικής που να στοχεύει στη σωστή λειτουργία των δημοσίων φορέων, στην επέκταση και δημιουργία κι άλλων τμημάτων που να ασχολούνται και να ελέγχουν τον Σ.Τ., στην βελτίωση της γενικής και ειδικής υποδομής, στην αύξηση των κινήτρων για τους πιθανούς επενδυτές και τέλος στην προβολή των αποτελεσμάτων των προηγούμενων ενεργειών. Η πολιτική αυτή θα πρέπει να λειτουργεί βασισμένη σε καινοτομίες και να ακολουθεί τις σύγχρονες διεθνείς τάσεις. Πιο συγκεκριμένα, πρέπει επιτέλους να βελτιωθούν οι υπηρεσίες του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Να αναδιαρθρωθούν τα γραφεία του ΕΟΤ στην Ελλάδα και το εξωτερικό και να προβληθεί η χώρα στη διεθνή τουριστική αγορά μέσω της δραστηριοποίησης των Εμπορικών Συμβούλων και των Ακολούθων

Τύπου. Τέλος να διαφημισθεί σωστά, προκειμένου να προσελκυσθούν νέες αγορές.

Ο κος Αποστολόπουλος, οικονομολόγος, τόνισε σ' ένα κύκλο σεμιναρίων, ότι η νέα στρατηγική δεν πρέπει να δίνει ιδιαίτερο βάρος στη συνολική ζήτηση αλλά στη βαθμηδόν εξατομίκευση της τουριστικής υπηρεσίας με προσαρμογή όχι στις μαζικές αγορές αλλά σε ομάδες πελατών με συγκεκριμένα γνωρίσματα. (MARKET SEGMENTATION).

Η στρατηγική που θα ακολουθηθεί στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, όμως, δεν είναι δυνατόν να λειτουργήσει αν η Πολιτεία αντιμετωπίσει με άλλο πρίσμα τα θέματα που άμεσα ή έμμεσα εμπλέκονται με αυτόν. (Όπως μεταφορές, περιβαλλοντικά θέματα, τηλεπικοινωνίες, πολιτιστικές δραστηριότητες κλπ.)

Έτσι, όσον αφορά αποκλειστικά το συνεδριακό τουρισμό θα ήταν καλό να αναπτυχθεί ιδιαίτερα σε συγκεκριμένες περιοχές της χώρας λαμβάνοντας υπ' όψιν και τους υπόλοιπους κλάδους της παραγωγής από τη μία πλευρά, το πολιτιστικό υπόβαθρο της περιοχής από την άλλη, αλλά και την ίδια την τουριστική της υποδομή.

Για παράδειγμα, θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο ιατρικός-συνεδριακός τουρισμός στη Κω, πατρίδα του Ασκληπιού και του Ιπποκράτη, ο θρησκευτικός-συνεδριακός τουρισμός στην Τήνο ή την Πάτμο, ο πολιτιστικός-συνεδριακός τουρισμός στους Δελφούς και την Ολυμπία, ο εμπορικός-συνεδριακός

2. ΕΠΑΡΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Σε προηγούμενα κεφάλαια είδαμε ότι η έλλειψη πληροφοριών για την κίνηση των συνεδρίων και των ἡοδηγόνδ στη χώρα έχει σαν αποτέλεσμα να μην υπάρχουν επαρκή στατιστικά στοιχεία που θα βοηθούσαν ουσιαστικά στη χάραξη μιας συγκεκριμένης στρατηγικής για το συνεδριακό τουρισμό. Η Στατιστική Υπηρεσία του ΕΟΤ δεν έχει κάνει καμία έρευνα στο θέμα αυτό και φυσικά η καταγραφή και μόνο των συνεδρίων που χρηματοδοτήθηκαν δεν είναι αρκετά έγκυρο στοιχείο για την εξαγωγή οποιουδήποτε συμπεράσματος.

Το Τμήμα συνεδρίων του ΥΠ.ΠΟ. έχει καταρτίσει μερικούς πίνακες οι οποίοι όμως δεν καλύπτουν όλο το φάσμα των διοργανωθέντων συνεδρίων στη χώρα.

Το Τμήμα Συνεδρίων της Γ.Γ.Ε. Τ. περιμένει να μηχανογραφηθεί.

Το παρηγορητικό είναι ότι δεν είμαστε η μοναδική χώρα που παρουσιάζει αυτές τις αδυναμίες.

Θα ήταν όμως πρωτότυπο και χρήσιμο να ιδρυθεί μία υπηρεσία που θα λειτουργούσε ως τράπεζα πληροφοριών για τους ενδιαφερόμενους και θα συγκέντρωνε, θα επεξεργαζόταν και ανέλυε όλες τις πληροφορίες που θα σχετιζόταν με το Σ. Τ. και τον τουρισμό των incentives.

Σ' αυτή την υπηρεσία θα έπρεπε ίσως να υποχρεωθούν - το τονίζουμε αυτό - όλοι οι φορείς που διοργανώνουν συνέδρια, οι σύλλογοι, τα ξενοδοχεία, οι τουριστικοί πράκτορες κλπ. να καταθέτουν τα απαραίτητα στοιχεία και πληροφορίες. Κατ' αυτό το τρόπο θα είχαμε μία

ολοκληρωμένη εικόνα της συνεδριακής κίνησης και θα ήταν μία ανεκτίμητη βοήθεια για τους μελλοντικούς επενδυτές, οργανωτές κ.ο.κ.

Το 1984 ο ΕΟΤ έκανε μία κίνηση να ιδρύσει Γραφείο Πληροφοριών Τουρισμού στους Ο. Τ.Α., βάσει κάποιων Προγραμματικών Συμβάσεων, ανάμεσα στις αρμοδιότητες των οποίων θα ήταν και η διαφήμιση, προβολή και οργάνωση συνεδρίων. Η αρχική μελέτη περιελάμβανε τα νησιά των Κυκλάδων, της Δωδεκανήσου, τη Σάμο, τη Χίο και τη Σαμοθράκη (!!!), με συνολικό προϋπολογισμό 99.000.000 δρχ. και πίστωση 30.000.000 δρχ. για το 1985 από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων του ΕΟΤ. ΟΥΔΕΝ ΣΧΟΛΙΟΝ. (στοιχεία ΕΟΤ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 1985).

3. ΣΩΣΤΟ MARKETING - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ CONVENTION BUREAUS

Θα παραθέσουμε ένα ορισμό του μάρκετινγκ ο οποίος δόθηκε από ένα οικονομολόγο, μέλος της Ε.Ε.Α.Ε. : "Το μάρκετινγκ αποτελεί ένα συνδυασμό των λειτουργιών γης πώλησης, της προώθησης πωλήσεων, της διαφήμισης και της έρευνας αγοράς. Πρόκειται δηλαδή για ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που κατευθύνουν τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών από τον παραγωγό προς τον καταναλωτή ή τον τελικό χρήστη. Κατ' αντιστοιχία τα τουριστικό μάρκετινγκ, εκφράζει την οργανωμένη, συστηματική και συντονισμένη δράση των τουριστικών

φορέων (οργανισμών, επιχειρήσεων κλπ.) με στόχο την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών των μελών της κοινωνίας".

Βασιζόμενοι σε αυτόν τον ακριβή ορισμό του όρου τουριστικό μάρκετινγκ, προτείνουμε μία στενή συνεργασία των δημοσίων και ιδιωτικών φορέων που ασχολούνται με το αντικείμενο του Σ. Τ. όχι μόνο όσον αφορά τη χρηματοδότηση των εκάστοτε συνεδρίων αλλά και τις άλλες διαδικασίες που είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη του.

Όπως, στο να πραγματοποιηθεί, σε συνεργασία και των δύο φορέων, μία εκτεταμένη έρευνα αγοράς, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό - κυρίως εκεί - ώστε να δούμε τις πιθανότητες που έχουμε στις διάφορες αγορές. Ακόμη πως θα αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα μας. Χρειάζεται να διεισδύσουμε σ' αυτές τις αγορές, να τις μελετήσουμε και να αποφασισθεί η στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουμε ώστε να γίνει αισθητή η παρουσία μας στο συνεδριακό χώρο.

Η ίδρυση του συνεδριακού γραφείου στο Ascott(στην Αγγλία ήταν μια πολύ καλή κίνηση. Το "κλείσιμο" του γραφείου αυτού για λόγους που έμειναν ουσιαστικά αδιευκρίνιστοι, ήταν μια αψυχολόγητη κίνηση.

Προτείνουμε την ίδρυση τέτοιων γραφείων σε διάφορα σημεία του κόσμου, όπου υπάρχει πιθανότητα ή δυνατότητα προσέλκυσης πελατών. Τα γραφεία αυτά θα μπορούσαν να λειτουργούν αυτόνομα, είτε προσαρτημένα στις διάφορες ΔΙΤΕΞ ή στα γραφεία της Ολυμπιακής.

Κυρίως όμως επείγει η ίδρυση δύο τέτοιων γραφείων, ενός στην Αθήνα και ενός στη Θεσσαλονίκη.

Αυτά τα γραφεία, τα CONVENTION BUREAUS όπως είναι γνωστά, αποτελούν συνήθως μικτές επιχειρήσεις - διοικητικά και οικονομικά -

μεταξύ του ΕΟΤ, της τουριστικής βιομηχανίας και του Εμπορικού Επιμελητηρίου. Είναι ευέλικτες μονάδες, SERVICE & MARKETING ORIENTED, και οι βασικές τους λειτουργίες είναι:

- ο σχεδιασμός και η παραγωγή του απαραίτητου υλικού
- η συμμετοχή (σε συνεργασία με τον ΕΟΤ) σε εμπορικές εκθέσεις.
- η οργάνωση, ο συντονισμός και η εκτέλεση διαφόρων promotion trips και facility visits.
- η ενθάρρυνση των Ελλήνων tour operators που έχουν γραφεία στο εξωτερικό ώστε να γίνουν intencive-houses.
- στη Θεσ/νίκη η αποτελεσματική βοήθεια στους tour-operators για την εκτέλεση προγρ/των που έχουν εξασφαλίσει (συνέδρια, σεμινάρια) και ενεργό συμμετοχή στην προετοιμασία και εκτέλεση αυτών των προγραμμάτων.
- η εκπαίδευση των τουριστικών παραγόντων στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις αυτού του είδους των τουριστών.

4. ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΕΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικού φορέα θα πρέπει να επεκταθεί και στον τομέα της διαφήμισης, όπου ο συνεδριακός τουρισμός αδικήθηκε με το μικρότερο κονδύλι.

Το 1990 ο ΕΟΤ διέθεσε ένα αρκετά μεγάλο ποσό για την διαφημιστική καμπάνια του Ελληνικού τουρισμού. Επελέγη ένα σήμα αντιπροσωπευτικό για την χώρα το οποίο αποτέλεσε το "σήμα κατατεθέν" και ένα σλόγκαν με το οποίο θα διαφημιζόταν η Ελλάδα στο εξωτερικό και τα οποία ήταν προϊόντα σύμπραξης 6 μεγάλων διαφημιστικών εταιρειών. Επίσης δημιουργήθηκαν ντοκιμονταίρ από τα εθνικά κανάλια για να γνωρίσουν οι Έλληνες του εξωτερικού την πατρίδα τους. Για τους σκοπούς αυτούς δαπανήθηκαν 7 δισεκατομμύρια δρχ. Από την άλλη μεριά οι διάφοροι ιδιώτες επιχειρηματίες διαφημίζονται κατά καιρούς σε γνωστά περιοδικά του εξωτερικού που ενασχολούνται με το συνεδριακό τουρισμό. Ο συντονισμός των ενεργειών τους και η σωστή μεταξύ τους συνεργασία θα είχε ίσως θεαματικά αποτελέσματα, θα μπορούσαν, μοιραζόμενοι το οικονομικό κόστος να εκδώσουν πληροφοριακά έντυπα, ένθετα στα μεγάλα περιοδικά, τα οποία θα περιλαμβάνουν όλες τις σχετιζόμενες με τα συνέδρια υπηρεσίες, ξεκινώντας από τις μεταφορές και καταλήγοντας στο CATERING

Εφόσον η Ελλάδα δεν διαθέτει, σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, τους καλύτερους συνεδριακούς χώρους ή τις πλέον εξειδικευμένες υπηρεσίες, θα μπορούσε να διαφημίσει έστω τις ήδη υπάρχουσες και το κυριότερο να πείσει ότι λειτουργούν σωστά, βασιζόμενοι βεβαίως πάντα στην αλήθεια της Ελληνικής πραγματικότητας. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι συγκεκριμένοι πελάτες γνωρίζουν καλά τι θέλουν και επομένως να έχουν αντίληψη για τις πραγματικές δυνατότητες της χώρας.

Μέσω της διαφήμισης θα πρέπει να "κατευθύνουμε" τις επιθυμίες τους εκεί όπου εμείς επιθυμούμε και έχουμε τις δυνατότητες για να εντυπωσιάσουμε. Αυτό σημαίνει γνώση τω αναγκών των καταναλωτών,

γνώση του τι κάνουν οι ανταγωνιστές και επιλογή των σωστών μεθόδων διαφήμισης.

Επίσης η μαζική συμμετοχή των παραγόντων στις διάφορες διεθνείς εκθέσεις τουριστικού ενδιαφέροντος είναι ένας ακόμη τρόπος προώθησης του συνεδριακού τουρισμού. Μέχρι στιγμής παρατηρείται αυτή η συμμετοχή σε εκθέσεις τόσο από τον ΕΟΤ όσο και από ιδιώτες αλλά στόχος δεν ήταν ποτέ ως τώρα η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

5. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η προώθηση των πωλήσεων, στη συγκεκριμένη περίπτωση η πώληση της χώρας ως συνεδριακός προορισμός", θα μπορέσει να γίνει με διάφορους τρόπους. Ο κος Λαυρεντίδης, τέως διευθυντής του συνεδριακού γραφείου στην Αγγλία, έδωσε μερικές έξυπνες ιδέες. Μέσω της σωστής προβολής θα μπορούσε η Ελλάδα να έρθει και πάλι στο προσκήνιο.

Η αλήθεια είναι ότι η χώρα, ναι μεν διαθέτει ήλιο-άμμο-θάλασσα, αλλά για το "εγκεκριμένο θέμα χρειάζεται κάτι παραπάνω : ατμόσφαιρα. Η Ελληνική ατμόσφαιρα είναι σίγουρα χαρακτηριστική και διαφορετική από αυτή των άλλων < μεσογειακών χωρών. Η ιστορία της, ο πολιτισμός της, η παράδοση της το γεγονός που αποτελεί το σταυροδρόμι των τριών ηπείρων, το ότι έχει ευρωπαϊκό και ταυτόχρονα ανατολίτικο χαρακτήρα, μοναδικό τοπίο και "χρώμα", αλλά και ξεχωριστό τρόπο ζωής, συνθέτουν ένα γοητευτικό πλάνο το οποίο συνδυασμένο με τις δυνατότητες της στο συνεδριακό τομέα, μπορεί να μην είναι τεχνικά άψογο, είναι όμως σίγουρα διαφοροποιημένο.

Θα πρέπει λοιπόν να κυκλοφορήσει ευρύτατα στις αγορές που θέλουμε να προσελκύσουμε ένας οδηγός που να περιλαμβάνει όλα αυτά σ' ένα τεύχος με πολυτελή εκτύπωση που πάντα κάνει καλή εντύπωση. Χρειάζεται ακόμη να τονίσουμε την μοναδικότητα που έχουν τα χιλιάδες μικρά νησιά μας - άλλωστε ένα διεθνές συνέδριο μπορεί πάντα να συνδυαστεί με μία κρουαζιέρα, κατά προτίμηση όχι της γνωστής διαδρομής Αίγινα-Πόρος-Υδρα-Σπέτσες. Υπάρχουν πολλές άλλες διαδρομές λιγότερο τετριμμένες.

Η λαϊκή τέχνη, για τις κυρίες συνοδούς των συνέδρων, σχεδόν πάντα είναι σημείο ενδιαφέροντος. Αξίζει να την διαφημίσουμε και να την προωθήσουμε.

Η πολιτιστική μας κληρονομιά, είναι ένα άλλο σημείο που πρέπει να τονίσουμε. Δεν υπάρχει καλλιεργημένος άνθρωπος που δεν θα ήθελε να επισκεφθεί αρχαιολογικούς χώρους ή να παρακολουθήσει μία παράσταση αρχαίου δράματος στο Ηρώδειο ή ακόμη και στην Επίδαυρο.

Ας απευθυνθούμε και στον ρομαντισμό τους ακόμη. Όλοι θα ήθελαν να δουν ένα ηλιοβασίλεμα από το Σούνιο.

Ένας άλλος τρόπος να προβληθεί η χώρα είναι μέσω των βιντεοκασετών. Οι κασέτες αυτές, οι οποίες θα πρέπει να είναι άψογες από τεχνικής πλευράς, θα δίνουν πλήρη στοιχεία όσον αφορά τους συνεδριακούς διαθέσιμους χώρους, τον τεχνικό εξοπλισμό, τα γραφεία οργανώσεως συνεδρίων, τα ξενοδοχεία, τα τουριστικά γραφεία, τις

μεταφορές, αλλά και αναφορές στα pre and post conference tours. Φυσικά θα δείχνουν ενδιάμεσα και πλάνα της τουριστικής Ελλάδας, πληροφορίες για τις κλιματολογικές συνθήκες και ότι πληροφορία θα μπορούσε να φανεί χρήσιμη. Η διανομή τους θα μπορούσε να γίνει μέσω των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό ή μέσω των γραφείων της Ολυμπιακής ανά τον κόσμο, θα μπορούσαν επίσης να σταλούν σε ορισμένους μεγάλους Tour Operators ή σε γνωστούς οργανισμούς

IMPERIA - οι Ισπανικές Αερογραμμές - έχει κατασκευάσει σε συνεργασία με τον Ισπανικό Οργανισμό Τουρισμού, ένα υπερπολυτελή φάκελο με φωτογραφίες των συνεδριακών χώρων της Ισπανίας, με κάθε είδους πληροφορία και με μία δισκέτα &M| υπολογιστή στην οποία είναι καταγραμμένες όλες οι επιπλέον τεχνικές πληροφορίες που μπορεί να χρειασθεί ο ενδιαφερόμενος. Είναι ευνόητο πως μια τέτοια παρουσίαση πάντα κερδίζει την εμπιστοσύνη των υποψηφίων πελατών.

Μια άλλη πρόταση είναι να οργανωθούν μικρά συνέδρια σε συνδυασμό με κρουαζιερόπλοια. Η Ελλάδα είναι η μοναδική ίσως χώρα της Ευρώπης που μπορεί να επιτύχει ένα τόσο όμορφο συνδυασμό. Διαθέτει όλα τα απαραίτητα προσόντα και επιπλέον μεγάλα και πολυτελή κρουαζιερόπλοια. Οι μήνες που μπορούν να γίνουν κρουαζιέρες τέτοιου είδους είναι Απρίλιος - Μάιος - Ιούνιος και Σεπτέμβριος - Οκτώβριος. Τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια διαθέτουν αίθουσες που μπορούν να φιλοξενήσουν άνετα από 50-200 άτομα. Ο τεχνολογικός εξοπλισμός μπορεί να νοικιασθεί από γραφεία του είδους. Όσον αφορά δε τη ναύλωση, στοιχίζει όσο περίπου και ένα ξενοδοχείο πολυτελείας. Είναι μία ιδέα εφικτή και πρωτότυπη και σίγουρα με τη σωστή προβολή θα έχει πολλά να προσφέρει στο Συνεδριακό Τουρισμό.

6. ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Ένα από τα βασικότερα θέματα που θα άξιζαν της προσοχής των αρμοδίων είναι να εκπαιδεύσει η πολιτεία σωστά το ανθρώπινο δυναμικό που θα ενασχοληθεί με τον τουρισμό ή να μετεκπαιδεύσει το ήδη υπάρχον.

Η δημιουργία ενός πανεπιστημιακού επιπέδου ιδρύματος όπου θα διδάσκονται οι Οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και τεχνικές πτυχές του τουρισμού θα ήταν ένα πρώτο βήμα.

Αυτό που απαιτείται είναι ένα ίδρυμα το οποίο θα παρέχει στους φοιτητές όλες τις απαραίτητες γνώσεις και ειδικότητες οι οποίες θα τους επιτρέψουν να αναλάβουν ευθύνες και να υπηρετήσουν τον τουρισμό στη χώρα μας, όχι μόνο βασιζόμενοι στην εμπειρία αλλά κυρίως στην έρευνα και την επιστημονική μελέτη. Αν η ίδρυση μιας τέτοιας σχολής είναι "άπιαστο όνειρο", απαιτείται τουλάχιστον αναβάθμιση της ήδη υπάρχουσας εκπαίδευσης. Οι τουριστικές σχολές που λειτουργούν αυτή τη στιγμή κάνουν ότι μπορούν μέσα στα πλαίσια των δυνατοτήτων τους. Σίγουρα όμως όσα κάνουν δεν είναι αρκετά για μια χώρα όπου ο τουρισμός αποτελεί εθνικό προϊόν.

Ο κύριος φόβος των Ελλήνων για την Ευρωπαϊκή Ενοποίηση είναι να μην καταντήσουν "γκαρσόνια" των Βορειοευρωπαίων. Το κράτος λοιπόν, μέσω της εκπαίδευσης να βγάλει και managers αντί να δηλώνει δημοσίως - υπεύθυνο πολιτικό πρόσωπο - ότι το να είναι κανείς γκαρσόνι είναι ένα απόλυτα αξιοπρεπές επάγγελμα, μια και έχει αποδειχθεί πως από τον τουρισμό λείπουν άνθρωποι τεχνοκράτες και γνώστες του αντικειμένου.

7. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

Θα ήταν μία καλή κίνηση να δημιουργηθεί η απαραίτητη υποδομή για την καθιέρωση ορισμένων πόλεων ως συνεδριακοί προορισμοί. Το θέμα ποιες προϋποθέσεις χρειάζονται για να επιτευχθεί αυτό.

- Πρώτη προϋπόθεση είναι η συγκεκριμένη πόλη να είναι γνωστή στο ευρύτερο τουριστικό κοινό, να είναι δηλαδή αναγνωρισμένο διεθνές τουριστικό κέντρο.

- Δεύτερη προϋπόθεση, να διαθέτει διεθνές αεροδρόμιο και επομένως άμεση επικοινωνία με τις μεγαλύτερες πόλεις του εξωτερικού.

- Τρίτη προϋπόθεση, να διαθέτει ειδική υποδομή, καλούς συνεδριακούς χώρους, βίε σωστό τεχνικό εξοπλισμό, εξειδικευμένο προσωπικό κλπ.

- Τέταρτη προϋπόθεση να διαθέτει ένα τοπικό συνεδριακό γραφείο, κρατικό, το οποίο θα προσελκύει και θα εξυπηρετεί τους οργανωτές και τους συνέδρους, δίνοντάς τους όλες τις απαραίτητες πληροφορίες και τις κατευθυντήριες γραμμές για να επιτύχουν ευκολότερα τον σκοπό τους.

- Πέμπτη και τελευταία προϋπόθεση είναι να δίνονται κίνητρα και βοήθεια στους **στους επιχειρηματίες από τους τοπικούς φορείς.**

Βιβλιογραφία

- Πτυχιακή εργασία συνεδριακού τουρισμού 1994 επαγγελματικός τουρισμός και κίνητρα
- Ελληνικός συνεδριακός τουρισμός, συμβολή του στην ανάπτυξη της τουριστικής χώρας
- Συνέδρια και εκθεσιακός τουρισμός 1996
- Συνέδρια στην Ελλάδα διαφαινόμενες δυνατότητες και στόχοι της Ελληνικής τουριστικής πολιτικής
- Βιβλίο ,Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων καθηγητή Σπηλιόπουλου Ιωάννη
- Ιστοσελίδες, www.confer.upatras.gr
- Grecotel site

