

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

« ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΙΟΝ.
ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ »



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΣΠΥΡΙΔΑΚΟΥ ΜΑΡΙΑ
ΣΤΕΡΓΙΟΠΟΥΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2011

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσης πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, ως παράγοντα που μπορεί να συμβάλει στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και γενικότερα της ελληνικής οικονομίας και οι προοπτικές εξέλιξης του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζεται η έννοια, τα στοιχεία και η διαδικασία του συνεδριακού τουρισμού καθώς και η ιστορική εξέλιξη του καταλήγοντας στη σύγχρονη μορφή του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται η πλήρης ανάλυση του συνεδριακού τουρισμού. Αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του επαγγελματικού - συνεδριακού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά των συνεδρίων καθώς και ο προγραμματισμός και η οργάνωση των συνεδριακών εκδηλώσεων.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά για τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα, τους φορείς και την προσφορά των συνεδριακών χώρων μεγάλης και περιορισμένης χωρητικότητας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η παρούσα κατάσταση της Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα της Αθήνας ως τόπο διεξαγωγής συνεδρίων, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, καθώς επίσης προοπτικές εξέλιξης και προτάσεις για την αναβάθμιση του συνεδριακού προϊόντος στην Ελλάδα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, αναφέρονται τα συμπεράσματα της παρούσας πτυχιακής εργασίας, είναι ο επίλογος της έρευνας που πραγματοποιήθηκε όλο αυτό το χρονικό διάστημα, παρουσιάζοντας τη σημασία που μπορεί να έχει η περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ	7
1.1 Δελφικές Αμφικτιονίες.....	8
1.2 Η Ανάγκη του “Συνέρχεσθαι”	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	12
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	12
2.1 Ο Επαγγελματικός Τουρισμός	12
2.2 Ο Συνεδριακός Τουρισμός	13
2.2.1 Τύποι Συνεδρίων	15
2.2.2 Φορείς Συνεδρίων	17
2.2.3 Οργανωτές Συνεδρίων	18
2.2.4 Προγραμματισμός και Οργάνωση Συνεδρίων	19
2.2.5 Ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων	22
2.2.6 Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός.....	26
2.2.7 Πρόσβαση για άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α)	26
2.3 Τα συνέδρια του μέλλοντος.....	27
2.4 Audio conference.....	29
2.5 Videoconference.....	30
2.6 Ένα κινούμενο συνεδριακό κέντρο – Greek Limo Bus.....	30
2.7 Πηγές πληροφόρησης και προβολής συνεδρίων	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	33
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	33
Εισαγωγή	33

3.1 Φορείς συνεδριακού Τουρισμού.....	34
3.2 Προσφορά συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων.....	39
3.3 Συνεδριακοί χώροι μεγάλης χωρητικότητας	40
3.4 Συνεδριακοί χώροι περιορισμένης χωρητικότητας.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	43
ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ	43
4.1 Η Παρούσα Κατάσταση.....	43
4.2 Η Αθήνα ως τόπος διεξαγωγής συνεδρίων	43
4.2.1 Πλεονεκτήματα.....	44
4.2.2 Μειονεκτήματα	46
4.3 Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών.....	47
4.4 Αξιολόγηση της ελληνικής συνεδριακής αγοράς.....	50
4.5 Στη 15η θέση η Ελλάδα ως το 2015	52
4.6 Προτάσεις για την αναβάθμιση του συνεδριακού προϊόντος στην Ελλάδα (Προοπτικές εξέλιξης)	53
4.6.1 Τα Convention Bureaus (CVBs)	53
4.6.2 Incentives (Ταξίδια κινήτρων).....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	59
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	63

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Επιθυμούμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας σε όλους εκείνους που βοήθησαν με οποιονδήποτε τρόπο στη συλλογή των πληροφοριών που παρατίθενται στη παρούσα πτυχιακή εργασία. Ιδιαίτερα δε, θέλουμε να ευχαριστήσουμε τον Κύριο Δημήτριο Στεργίου, Καθηγητής του Α.Τ.Ε.Ι. Πάτρας, για τις πολύτιμες υποδείξεις και συμβουλές του, κατά τη περίοδο συγγραφής της πτυχιακής εργασίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα ταξίδια υποδείχνουν, όπως έλεγε ο Carre, όχι εκείνο που θέλει να δει κανείς αλλά εκείνο που θέλει να αφήσει περισσότερο πίσω του, και εκείνο που πρέπει να τονίσουμε είναι ότι ο τουρισμός πια έχασε το χαρακτήρα του, δηλαδή έχασε την κοπιαστική προπαρασκευή του. Άλλωστε “travel” είναι μια λέξη που βγαίνει από το “travaille”, “εργάζομαι”. Πρώτα ταξίδευες για να έρθεις σε επαφή με άλλους, σήμερα ταξιδεύεις και γι’ αυτό αλλά πολλές φορές για να μην έρθεις σε επαφή με άλλους ή για να έρθεις σε επαφή με άλλους ομότεχνούς σου με το αυτό γνωστικό αντικείμενο, με την αυτή επιδίωξη, με την αυτή ιδιότητα. Και εδώ χωράει ο συνεδριακός τουρισμός.

Στην ουσία, το ταξίδι τελικά δεν είναι για να γνωρίσεις αλλά μάλλον για να διακριθείς. Αυτή την ευκαιρία στη δίνει πάλι ο συνεδριακός τουρισμός.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας ο οποίος γνωρίζει μία ταχύτατη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί όχι μόνον ένα πρωτογενές τουριστικό προϊόν αλλά και ένα συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν υπό την έννοια ότι επηρεάζει και επηρεάζεται από τις λοιπές τουριστικές δραστηριότητες σε μία οικονομία η οποία έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη, στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας.

Όταν δε λέμε τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει να είμαστε λίγο πιο σαφείς, εννοούμε την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου τόσο από την πλευρά των υποδομών ή της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, η οποία ζήτηση οπωσδήποτε δεν περιορίζεται στην έμφαση στην προβολή της χώρας αλλά και με πολλά άλλα μέτρα τα οποία συγκλίνουν προς ένα βασικό στόχο, της επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ο συνεδριακός τουρισμός συμμετέχει και στις δύο αυτές πλευρές της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης και από την άποψη των υποδομών και από την άποψη της επιμήκυνσης της τουριστικής κίνησης από πλευράς ζήτησης.

Ιδιαίτερα σε μία κοινωνία των παγκοσμιοποιημένων αγορών όπου ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, οι επικοινωνίες και οι συγκοινωνίες γίνονται ταχύτερες, ο συνεδριακός τουρισμός έρχεται, ως παράγωγο αποτέλεσμα αυτής της τάσης, να αποτελέσει ένα βασικό τουριστικό προϊόν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται, ως γνωστόν, κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως - για παράδειγμα - συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δύο ως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού – [που αφορά εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα, συσκέψεις, συνελεύσεις, διαλέξεις - ομιλίες, forum (συνέδρια), Work Shops και Meetings (συναντήσεις)] - σε μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών - όπως, για παράδειγμα η Ελλάδα, - είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και αναδόμησης και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους κάθε είδους, όπως λ.χ. εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνέδρων κλπ., καθώς επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου (Αθήνας) και της περιφέρειας.

Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερομένων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις, που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα, η οποία επιδιώκει να αναπτύξει το συνεδριακό τουρισμό πέρα από ότι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλευσή τους, θα προβάλει, παράλληλα, και την ίδια στο εξωτερικό σαν χώρα συνεδριακού τουρισμού. (*Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π 1999*).

Ας μιλήσουμε, όμως, διεξοδικότερα για την έννοια, τα στοιχεία και τη διαδικασία του Συνεδριακού Τουρισμού:

Η ίδια η λέξη «συνέδριο» έχει, ως γνωστό, ελληνική καταγωγή και σημαίνει «το σύνολο των ατόμων (συνέδρων) που συγκεντρώνονται σε ένα χώρο για να συζητήσουν και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα».

Όταν το συνέδριο γίνεται σε διαφορετικό τόπο από εκείνον της μόνιμης κατοικίας των συνέδρων, είναι αναγκαία η μετακίνησή τους. Και όταν τα προς συζήτηση θέματα είναι επαγγελματικά, τότε η μετακίνηση ονομάζεται επαγγελματικό ταξίδι. Όταν, τέλος, το επαγγελματικό ταξίδι εμπλουτιστεί με τουριστικά προϊόντα, προς χάρη των συνέδρων, τότε γίνεται λόγος για συνεδριακό τουρισμό.

Έτσι, Συνεδριακός τουρισμός είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο οι σύνεδροι, που έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εκτός του συνεδρίου χρόνο έχουν τουριστικές δραστηριότητες. (Σφακιανάκης Μ.2000).

1.1 Δελφικές Αμφικτιονίες

Η ιδέα των συνεδρίων ξεκίνησε από την Αρχαία Ελλάδα με τις Δελφικές Αμφικτιονίες. Οι αμφικτιονίες ήταν ένας θρησκευτικός και πολιτικός σύνδεσμος των Ελλήνων στην αρχαία Ελλάδα, που δημιουργούνταν με κέντρο τη λατρεία σ' ένα ιερό από τους κατοίκους των γύρω πόλεων. Το φαινόμενο αυτό συνέβαινε σε αρκετά από τα πιο κεντρικά ιερά της Ελλάδας και ο θεσμός των αμφικτιονιών ήταν πολύ παλιός, δηλαδή εμφανίστηκε και πριν από την ίδρυση πόλεων στην Ελλάδα, όταν οι κάτοικοι ζούσαν σε μια ορισμένη περιοχή διασκορπισμένοι εδώ και εκεί.

Από τα πολύ παλιά χρόνια, αμφικτιονίες γίνονταν σε πολλά ιερά της Ελλάδας. Στα ιερά αυτά έρχονταν για να προσφέρουν θυσίες κάτοικοι όχι μόνο των κοντινών γειτονικών περιοχών, αλλά και από μέρη αρκετά μακρύτερα. Γι' αυτό, στη διοργάνωση των κοινών εορτών και των εκδηλώσεων της λατρείας έπαιρναν μέρος αντιπρόσωποι όλων των περιοχών. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε ένα είδος θρησκευτικού συνδέσμου μεταξύ των πόλεων, που έπαιρναν μέρος στις διοργανώσεις και αργότερα μετατράπηκε σε πολιτικό σύνδεσμο, με τη μορφή της σημερινής ομοσπονδίας.

Σπουδαιότερη όμως αμφικτιονία ήταν των Δελφών, που δημιουργήθηκε από την ένωση τριών άλλων αμφικτιονιών. Η αμφικτιονία των Δελφών, που ονομάστηκε Πυλαία, έγινε μεγάλο πολιτικό κέντρο και επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό την πνευματική και ιστορική ελληνική ζωή. Σ' αυτήν την αμφικτιονία έπαιρναν μέρος δώδεκα λαοί: Βοιωτοί, Δωριείς, Ίωνες, Φωκείς, Θεσσαλοί και άλλοι, δηλαδή το μεγαλύτερο μέρος

της Ελλάδας. Γι' αυτό, όταν οι αρχαίοι μιλούσαν γι' αμφικτιονικό συνέδριο, εννοούσαν κυρίως τη δελφική αμφικτιονία.

Για τις αμφικτιονίες ίσχυαν ορισμένοι κανόνες: π.χ. στην εποχή των αμφικτιονιών κάθε εχθροπραξία σταματούσε, ο ναός που λατρευόταν ήταν απαραβίαστο άσυλο και όσες πόλεις έπαιρναν μέρος στο συνέδριο έπρεπε να ελέγχουν τη συμπεριφορά τους, ακολουθώντας ορισμένους νόμους. Παρ' όλα αυτά, οι πόλεις που έκαναν το αμφικτιονικό συνέδριο εξακολουθούσαν να είναι αυτοτελείς και ανεξάρτητες.

Κάθε έθνος (λαός) έστελνε στο συνέδριο αντιπροσωπεία από ιερομνήμονες, αγορατρούς και πυλαγόρες, όπως λέγονταν. Από κάθε αντιπροσωπεία δικαίωμα ψήφου είχαν μόνο δύο, ο ιερομνήμων και ο πυλαγόρας. Το αμφικτιονικό συνέδριο συνερχόταν δυο φορές το χρόνο, το φθινόπωρο στην Ανθήλη κοντά στις Θερμοπύλες και την άνοιξη στους Δελφούς. διαχειριζόταν την περιουσία του ιερού των Δελφών, διοργάνωνε τους πυθικούς αγώνες και είχε το δικαίωμα να κηρύξει πόλεμο και να τιμωρήσει όποια πόλη καταπατούσε την ιερή περιουσία ή δεν πειθαρχούσε στους κανόνες των αμφικτιονιών. Επίσης είχε το δικαίωμα να επιβραβεύει με επαίνους όσους με τις πράξεις τους ενίσχυαν το θεσμό των αμφικτιονιών. Κάθε πόλη έδινε βαρύ όρκο ότι θα τηρήσει τις συμφωνίες, με φοβερές κατάρες εναντίον εκείνου που θα τον παρέβαινε.

Οι αμφικτιονίες ήταν η πρώτη προσπάθεια που έγινε για να ρυθμιστούν οι σχέσεις μεταξύ των λαών. Αργότερα ο θεσμός αυτός αντικαταστάθηκε από τα Κοινά και από τις συμπολιτείες και έτσι οι αμφικτιονίες εξαφανίστηκαν. Είναι αξιοπρόσεκτο όμως ότι εμφανίζουν πάρα πολλά κοινά σημεία με την Κοινωνία των Εθνών, που υπήρχε πριν από, τον Β' παγκόσμιο πόλεμο και με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών που υπάρχει σήμερα.

1.2 Η Ανάγκη του “Συνέρχεσθαι”

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

διάφορα πεδία επιστημονικών ή κοινωνικών πεδίων πολλαπλασιάστηκαν. Στο μέλλον δε, οι Συνεδριακές δραστηριότητες κάθε είδους θα συνεχίσουν την αυξανόμενη πορεία.

Μπορεί οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας, όπως το internet, η teleconference, η ηλεκτρονική πληροφόρηση κ.λπ., να αλλάζουν σημαντικά τον τρόπο των καθημερινών μας συναλλαγών, αλλά πολύ λίγο θα επηρεάσουν την ανάγκη του "συνέρχεσθαι" και της ανθρώπινης επαφής. Η αμεσότητα της ανθρώπινης tet-a-tet επαφής δεν είναι δυνατόν να υποκατασταθεί με την ψυχρή ηλεκτρονική τεχνολογία.

Για παράδειγμα, μπορείτε να φανταστείτε να συνεδριάζει το Συμβούλιο Ασφαλείας του ΟΗΕ για θέματα ειρήνης ή πολέμου μέσω E-mail ή έστω και μέσω teleconference ή το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο να αποφασίζει κάνοντας χρήση των παραπάνω Μέσων; Το ίδιο ισχύει και για το Πανελλήνιο Παιδιατρικό, Ασφαλιστικό Συνέδριο.

Αντίθετα, όσο η Τεχνολογία απομονώνει τον άνθρωπο από την καθημερινή του επαφή με τον άνθρωπο, όπως θα συμβεί ενδεχομένως τα επόμενα χρόνια με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδοσιακές και ανθρώπινες εκφράσεις του Συνέρχεσθαι. Οι μεγάλες εμπορικές Επιχειρήσεις θα θέλουν να συνδυάζουν διαρκώς περισσότερο τη βελτίωση των τεχνικών που εφαρμόζουν για την επίτευξη των στόχων τους, με την αναβάθμιση των ανθρώπινων σχέσεων και του εργασιακού περιβάλλοντος.

Κατ' επέκταση και οι διάφοροι επιστημονικοί ή κλαδικοί οργανισμοί θα αντιμετωπίζουν διαρκώς και περισσότερα επιχειρήματα, για να συνέρχονται με στόχο την προώθηση και βελτίωση των γνώσεων καθώς και την καθιέρωση συγκεκριμένων πρακτικών στο χώρο τους.

Τα τελευταία χρόνια, με την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, την ανάπτυξη των πολιτιστικών δεσμών μεταξύ των χωρών και την ευρύτερη οικονομική ενοποίηση παρατηρείται αλματώδης ανάπτυξη του θεσμού των συνεδρίων. Κυρίαρχοι λόγοι για την πραγματοποίηση των συνεδρίων είναι λόγοι prestige και image.

Παράλληλα, η εμφάνιση νέων αγορών, αλλά και η πύκνωση των εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών, δίνουν νέα διάσταση στο θεσμό και προσφέρουν

καινούργιες δυνατότητες επιστημονικής ή επιχειρησιακής επαφής. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να αναφερθεί η αύξηση του ανταγωνισμού, από τη στιγμή που εμπλέκονται ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, είτε πρόκειται για ξενοδοχεία, είτε για αεροπορικές εταιρίες, είτε για επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων που απευθύνονται στην επονομαζόμενη “business class” ή στους ‘business travelers’.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα, των τελευταίων χρόνων, αποτελεί η τάση να οργανώνονται παράλληλα με τα συνέδρια και εκθέσεις, που έχουν άμεση σχέση με το αντικείμενο του συνεδρίου ή και το αντίστροφο, δηλαδή να οργανώνονται παράλληλα με τις εκθέσεις και συνέδρια, με αντικείμενα που σχετίζονται με τα εκθέματα των εκθέσεων. Στη μεν πρώτη περίπτωση, πρωτεύουσες εκδηλώσεις θεωρούνται τα συνέδρια και δευτερεύουσες οι εκθέσεις. Αντιθέτως, στη δεύτερη περίπτωση, βασικές εκδηλώσεις είναι οι εκθέσεις, ενώ παράλληλες τα συνέδρια. Εννοείται ότι η μια εκδήλωση αλληλοσυμπληρώνει την άλλη. Αυτό γίνεται εύκολα αντιληπτό και από το γεγονός ότι πολλοί δημόσιοι φορείς είναι φορείς συνεδρίων και εκθέσεων ταυτοχρόνως π.χ. Τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του Ε.Ο.Τ.

Επίσης, τα δυο αυτά είδη τουρισμού παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά από οικονομική, χρονική, διοικητική άποψη. Όσον αφορά στη σύνδεση των δυο προηγούμενων ειδών, αυτές συνδέονται και με τον τουρισμό κινήτρων, σε πολύ μικρότερο βαθμό. Συγκεκριμένα, κάποιο group κινήτρων μπορεί να παρακολουθήσει ορισμένα σεμινάρια ή να λάβει μέρος σε συσκέψεις και focus group. Παράλληλα, κατά την παραμονή του στο ξενοδοχείο και ταυτόχρονα με τα σεμινάρια που παρακολουθεί, μπορούν να εκτίθενται και νέα προϊόντα της εταιρίας του, σε διπλανή αίθουσα.

Όλες αυτές οι διαπιστώσεις, από τουριστικής πλευράς, σημαίνουν ότι ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός και οι ανάγκες για σχετική οργάνωση και υποδομή είναι και πρέπει να είναι στο στόχαστρο κάθε Πολιτείας, που φιλοδοξεί να αναπτύξει αξιόλογη τουριστική βιομηχανία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Ο Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι η δραστηριότητα των ατόμων που χρησιμοποιούν τις υποδομές και υπηρεσίες της τουριστικής βιομηχανίας για λόγους που σχετίζονται ή προέρχονται από το εργασιακό τους περιβάλλον. Θεωρείται δε μια από τις αρχαιότερες μορφές τουρισμού, αφού από τα αρχαία χρόνια ο άνθρωπος ταξίδευε σε διάφορα μέρη του κόσμου για επαγγελματικούς λόγους, οι οποίοι τότε σχετίζονταν κυρίως με το εμπόριο.

Τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους και γενικότερα ο τουρισμός για επαγγελματικούς λόγους, διακρίνονται από τα χαρακτηριστικά που διέπουν τις ειδικές μορφές τουρισμού. Ειδικότερα, τα συγκεκριμένα ταξίδια αφορούν ειδικό τμήμα της αγοράς, χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερα κίνητρα (επαγγελματικοί λόγοι), απαιτούν κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή καθώς και ιδιαίτερη οργάνωση και προσωπικό.

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις ανθρώπων, προκειμένου να αναπτύξουν ειδικά ενδιαφέροντα και να επισκεφθούν αξιοθέατα και μέρη που συνδέονται με ένα συγκεκριμένο θέμα, για παράδειγμα κάποια επαγγελματική δραστηριότητα. Η δυναμική εξέλιξη των ταξιδιών για επαγγελματικούς λόγους και ειδικότερα τα σημαντικά οικονομικά οφέλη που αποφέρουν, έστρεψαν ένα μεγάλο τμήμα της τουριστικής αγοράς στο συγκεκριμένο είδος ταξιδιών, κάνοντας παράλληλα αισθητή την αύξηση του ανταγωνισμού στον εν λόγω τομέα.

Στις μέρες μας, Ο επαγγελματικός τουρισμός, λόγω της διεθνοποίησης της επιχειρησιακής δραστηριότητας, αποτελεί σε παγκόσμιο επίπεδο ένα ιδιαίτερο δυναμικό και διαρκώς αναπτυσσόμενο τουριστικό τομέα που θα μπορούσε να αναπτυχθεί ταχύτατα στο πλαίσιο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του ιδιαίτερα ελκυστικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος (ήλιος, θάλασσα, νησιωτικά συμπλέγματα, φυσικές ομορφιές, αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, κ.α.) και να προσφέρει έτσι και στη χώρα μας ένα σημαντικό μερίδιο της ολοένα αυξανόμενης πίτας της επαγγελματικής τουριστικής αγοράς.

Σύμφωνα με το World Travel and Tourism Council (W.T.T.C.) ο επαγγελματικός τουρισμός απέφερε το 2001 έσοδα ύψους 86,56 δις δολαρίων στην Ευρωπαϊκή Ένωση και 346,11 δις δολάρια παγκοσμίως. Ο ίδιος οργανισμός υπολογίζει ότι σε μια δεκαετία τα έσοδα από τον εν λόγω τομέα θα ανέρχονται σε 174,49 δις δολάρια για την Ευρωπαϊκή Ένωση και σε 482,61 δις δολάρια παγκοσμίως.

Στην Ελλάδα παρατηρείται όντως τη τελευταία δεκαετία μια έντονη προσπάθεια ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού, κυρίως χάρη στη δράση του ιδιωτικού τομέα. Πολλοί επιχειρηματίες του χώρου έχουν ήδη προχωρήσει σε σημαντικές επενδύσεις σε χώρους συνεδρίων και συναντήσεων και αρκετοί έχουν εκφράσει την πρόθεσή τους να πραγματοποιήσουν στο μέλλον ανάλογες επενδύσεις.

Σύμφωνα με τους Κραβαρίτη & Παπαγεωργίου (2007) ένας επαγγελματίας αποφασίζει να ταξιδέψει για πολλούς και διαφορετικούς λόγους. Οι πιθανοί λόγοι που θα τον οδηγήσουν στη συγκεκριμένη απόφαση, όπως φαίνεται στο Παράρτημα 1 είναι οι ακόλουθοι:

- ◆ Η συμμετοχή σε συνέδρια.
- ◆ Η συμμετοχή σε εκθέσεις.
- ◆ Ο τουρισμός κινήτρων-ταξίδι αναψυχής.
- ◆ Τα επιχειρηματικά ταξίδια, για λόγους μάρκετινγκ και προώθησης πωλήσεων συγκεκριμένων προϊόντων.

2.2 Ο Συνεδριακός Τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους του τουριστικού τομέα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.). Ως επικρατέστερος ορισμός του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να οριστεί ως «το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή ατόμων, τα οποία συναντώνται για λόγους επιστημονικούς, επαγγελματικούς ή άλλους με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων». Ως εκ τούτου, συνέδριο μπορεί να οριστεί ως «η συνάντηση ατόμων από διαφορετικά συνήθως μέρη, για μια ή περισσότερες ημέρες, με σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών και ειδικών γνώσεων στο πλαίσιο ενός προκαθορισμένου προγράμματος».

Οι περισσότερο χρησιμοποιούμενοι όροι στο συνεδριακό τουρισμό, είναι οι ακόλουθοι:

Διάσκεψη (Conference): είναι μια μορφή συνεδρίου μεγάλης διάρκειας η οποία απαιτεί την ενεργή συμμετοχή των συνέδρων. Μπορεί να έχει τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα.

Τηλεδιάσκεψη (Teleconference): η τηλεδιάσκεψη είναι η δορυφορική σύνδεση δύο ή περισσότερων σημείων, για παράδειγμα δυο αιθουσών, όπου υπάρχουν σύνεδροι, που έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο με άλλους συνέδρους, ευρισκόμενους σε απομακρυσμένο χώρο, μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και γιγαντοθονών.

Συνέλευση: είναι η γενική και επίσημη συγκέντρωση μιας νομοθετικής κοινωνικής ή οικονομικής ομάδας με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα και τη συγκατάθεση των συμμετεχόντων για την υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής. Κατά κανόνα οι συνελεύσεις είναι περιορισμένης διάρκειας και γίνονται σε μη τακτά διαστήματα.

Σύσκεψη (Round table conference): είναι η συνάντηση μιας ομάδας ατόμων με σκοπό την ανταλλαγή και διάδοση απόψεων και μηνυμάτων, την έναρξη διαλόγου και την επίλυση προβλημάτων. Οι συσκέψεις είναι συνήθως μικρότερης διάρκειας και κλίμακας από τα συνέδρια.

Διάλεξη: πρόκειται για συνάντηση ακαδημαϊκών ή ερευνητών με σκοπό τη συζήτηση και διευκρίνιση ενός θέματος κοινού ενδιαφέροντος. Η παρουσία του θέματος είναι απόλυτα δομημένη, αν και κατά κανόνα έχει λιγότερο επίσημο ύφος. Οι διαλέξεις δεν πραγματοποιούνται με συγκεκριμένη περιοδικότητα.

Ημερίδα: είναι η συνάντηση που διαρκεί μια ημέρα και έχει εορταστικό χαρακτήρα και περιλαμβάνει χαιρετιστήριες ομιλίες, στρογγυλές τράπεζες και διαλέξεις.

Φόρουμ: είναι η συνάντηση ατόμων όπου γίνεται ανοικτή συζήτηση από διακεκριμένους συμμετέχοντες για την ανταλλαγή απόψεων σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Συμπόσιο: πρόκειται για συνάθροιση ατόμων μετά μουσικής και συζήτησης ή επίσημη συνάντηση ειδικών ενός συγκεκριμένου τομέα με σκοπό τη διερεύνηση ενός θέματος ή την παρουσίαση σχετικών εργασιών.

Δορυφορικό συμπόσιο (Satellite symposium): είναι συνάντηση στην οποία κάποιος ή κάποιοι από τους εισηγητές εμφανίζονται σε οθόνη μέσω internet ή δορυφόρου.

Σεμινάριο: το σεμινάριο είναι η συγκέντρωση ατόμων που ανήκουν σε μια συγκεκριμένη ομάδα με σκοπό την εκπαίδευσή τους, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την εξοικείωσή τους με ένα θέμα ή προϊόν ή τον εμπλουτισμό των γνώσεών τους. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι συνήθως μικρός.

Εργαστήριο (Workshop): το εργαστήριο είναι η συνάντηση όπου ενθαρρύνονται η έκφραση και η ανταλλαγή απόψεων και εξετάζονται διάφορες μέθοδοι και η εφαρμογή τους σε συγκεκριμένους τομείς. Συνήθως λειτουργεί παράλληλα και με συνέδριο.

Συνάντηση (Meeting): είναι η συγκέντρωση ατόμων μιας εταιρίας με σκοπό τη συζήτηση πάνω σε ένα θέμα ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος. Οι συγκεκριμένες συναντήσεις μπορεί να γίνονται έκτακτα ή σε προγραμματισμένα τακτά διαστήματα.

Σύνοδος: πρόκειται για συνάθροιση υψηλά ιστάμενων προσώπων, για παράδειγμα μελών της κυβέρνησεως, με καθορισμένη θεματολογία. Οι σύνοδοι δεν έχουν τακτική συχνότητα.

2.2.1 Τύποι Συνεδρίων

Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν κάποιο όφελος, μικρό ή μεγάλο, μεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο και δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα συνέδριο, συνήθως δαπανηρό, χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Συνεπώς, πρωταρχικός σκοπός κάθε συνεδρίου είναι η εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους. Ακόμη και όταν οι φορείς που πραγματοποιούν τα συνέδρια είναι κρατικοί φορείς ή φορείς κοινωφελών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων.

Για να πραγματοποιηθεί ο πρωταρχικός σκοπός ενός συνεδρίου πρέπει πρώτα να επιτευχθούν οι «κατ' επίφασιν» σκοποί του που είναι αυτοί που αναγράφονται στη πρόσκληση που στέλνεται στους συνέδρους για να δηλώσουν συμμετοχή στο συνέδριο, η οποία και προσδιορίζει την πραγματοποίηση του συνεδρίου χρονικά και τοπικά καθώς και το αντικείμενο του συνεδρίου.

Σαν αντικείμενο του συνεδρίου ονομάζονται τα θέματα ή οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα ζητηθούν ή θα λάβουν χώρα στο συνέδριο. Τα θέματα ή οι εκδηλώσεις αυτές επιλέγονται αποκλειστικά από τους φορείς (και όχι από τους συνέδρους) και αντιπροσωπεύουν τους μερικότερους σκοπούς του συνεδρίου, η επίτευξη των οποίων οδηγεί στην επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού.

Σύμφωνα με τον Shone (1998), τα συνέδρια έχουν σαν κύριο σκοπό την ενημέρωση, την επικοινωνία και την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών. Οι βασικοί τύποι συνεδρίων είναι οι ακόλουθοι:

◆ Επιστημονικά συνέδρια

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανώνονται από επιστημονικές ενώσεις ή εταιρίες, στα οποία συνδυάζεται η εκπαίδευση, η ενημέρωση και η επιμόρφωση με τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία.

◆ Εμπορικά-επαγγελματικά συνέδρια

Οργανώνονται από εμπορικές και επαγγελματικές ενώσεις και φορείς και απευθύνονται σε ποικιλία πιθανών συμμετεχόντων. Κύρια επιδίωξη των διοργανωτών είναι η αύξηση της παραγωγικότητας και των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς, η ανάλυση των νέων τάσεων, η πολύπλευρη ενημέρωση των συμμετεχόντων καθώς και η παρουσίαση νέων προϊόντων και υπηρεσιών των εταιριών που συμμετέχουν.

◆ Πολιτικά-κομματικά και κοινωνικά συνέδρια

Πρόκειται για συνέδρια που διοργανώνονται από πολιτικά κόμματα και ενώσεις, κομματικούς φορείς (π.χ. νεολαίες) και κοινωνικές ενώσεις με σκοπό τον απολογισμό του έργου τους και τη διαμόρφωση στρατηγικής, καθώς και συζήτηση πάνω σε θέματα λειτουργίας, οργάνωσης και ιδεολογίας.

♦ Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών

Πρόκειται για συνέδρια διεθνών οργανώσεων ή οργανισμών (π.χ. Π.Ο.Τ., Δ.Ο.Ε.), τα οποία πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Οι εκπρόσωποι των κρατών μελών των συγκεκριμένων οργανισμών, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, αξιολογούν την πορεία τους, χαράσσουν πολιτικές και γενικότερα συντελούν στην εξέλιξη και ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας.

♦ Συσκέψεις

Αφορά συγκεντρώσεις υψηλόβαθμων στελεχών, ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης. Κύριος σκοπός των συγκεντρώσεων είναι η ανταλλαγή απόψεων, η ενημέρωση των συνέδρων και η λήψη σημαντικών αποφάσεων για την επιχείρηση.

♦ Σεμινάρια

Πρόκειται για εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις (training courses), που αφορούν τόσο τον επιστημονικό όσο και τον επαγγελματικό κλάδο. Οι συμμετέχοντες συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένο τόπο, χώρο και χρόνο, με σκοπό τη συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευσή τους.

2.2.2 Φορείς Συνεδρίων

Φορείς συνεδρίων ονομάζονται τα φυσικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου που έχουν την εξουσία να αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, να δίνουν τις σχετικές εντολές και να αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών.

Οι φορείς των συνεδρίων διακρίνονται βάση ορισμένων κριτηρίων όπως η νομική τους προσωπικότητα, η ύπαρξη επιχειρηματικότητας, το είδος της δραστηριότητάς τους και τον Εθνικό ή Διεθνή χαρακτήρα τους. Μια απλή διάκριση είναι αυτή που τους διακρίνει σε Δημόσιους Φορείς, σε Ιδιωτικούς Φορείς και σε φορείς που ανήκουν σε Υπερεθνικούς ή Παγκόσμιους Οργανισμούς.

2.2.3 Οργανωτές Συνεδρίων

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

◆ Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις συναφούς χαρακτήρα. Είναι γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή. Στην επιτροπή αυτή μπορεί να συμμετέχουν (συνήθως τιμητικά) και κάποιοι από τους ιθύνοντες.

◆ Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων 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 συνεδρίων 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 στο να αποκτήσουν και νέους.

2.2.4 Προγραμματισμός και Οργάνωση Συνεδρίων

Στο πλαίσιο προγραμματισμού, οργάνωσης και διεξαγωγής ενός συνεδρίου, μπορούν να διακριθούν τρεις διαδοχικές φάσεις: α) η φάση προετοιμασίας και προγραμματισμού του συνεδρίου, β) η φάση διεξαγωγής του συνεδρίου και γ) η φάση μετά τη λήξη του.

α) Προετοιμασία-προγραμματισμός συνεδρίων

Την προετοιμασία και οργάνωση ενός συνεδρίου αναλαμβάνει μια επιτροπή, που ως κύρια αποστολή έχει να μεριμνήσει για τα θέματα που περιγράφονται συνοπτικά στη συνέχεια. Από τη στιγμή που ο φορέας διοργάνωσης λάβει την απόφαση για τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου, ένα με δυο χρόνια πριν, αρχίζουν ουσιαστικά και οι προετοιμασίες για την πραγματοποίησή του.

Η σειρά με την οποία παραθέτονται στη συνέχεια τα διάφορα οργανωτικά θέματα δεν υποδηλώνει την προτεραιότητα όσον αφορά το χρόνο ή τη σημαντικότητά τους. Τα περισσότερα από αυτά γίνονται ταυτόχρονα και σε συνάρτηση με τα υπόλοιπα. Για την καλύτερη προετοιμασία μεγάλων συνεδρίων χρησιμοποιούνται συχνά μέθοδοι project management ή ειδικά λογισμικά πακέτα (software), που επιτυγχάνουν το σωστό σχεδιασμό, την παρακολούθηση, το χρονικό προγραμματισμό, καθώς και το συντονισμό των επιμέρους εργασιών προετοιμασίας του συνεδρίου.

Τα επιμέρους οργανωτικά θέματα είναι τα εξής:

- ◆ Διερεύνηση της δυνατότητας διοργάνωσης του συνεδρίου από την ίδια την επιχείρηση ή της ενδεχόμενης αναζήτησης βοήθειας από κάποιο εξειδικευμένο γραφείο.
- ◆ Καθορισμός του μεγέθους του συνεδρίου όσον αφορά τη διάρκεια και τον αριθμό των συνέδρων.
- ◆ Κατάρτιση του ακριβούς προγράμματος συνεδρίου και ταυτόχρονη ανεύρεση των πλέον κατάλληλων εισηγητών, με τους οποίους υπάρχει συνεχής επικοινωνία για τον καθορισμό των λεπτομερειών.
- ◆ Διερεύνηση εναλλακτικών τόπων και χώρων για την πραγματοποίηση του συνεδρίου. Στη φάση αυτή, ζητείται από επιλεγμένα συνεδριακά κέντρα ή ξενοδοχεία να υποβάλλουν τις προτάσεις τους για τις υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν και το

κόστος τους (περίπου το 48% ζητά τέτοιου είδους προτάσεις). Σε μεταγενέστερη φάση, πριν ληφθεί η τελική απόφαση, ακολουθεί μια επιτόπου επίσκεψη των χώρων.

♦ Κατάρτιση ενός αρχικού προϋπολογισμού του κόστους του συνεδρίου, με ταυτόχρονη εξέταση εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησής του, από διάφορους δημόσιους φορείς, από τον προϋπολογισμό της επιχείρησης, με χρηματική συμμετοχή των συνέδρων και άλλα.

♦ Κατάρτιση καταλόγου συνέδρων και αποστολή προσκλήσεων μαζί με το συνημμένο απαντητικό φυλλάδιο, προκειμένου να καθοριστεί ο ακριβής αριθμός των συνέδρων και των απαιτήσεων που δημιουργούνται σε σχέση π.χ. με τις θέσεις στη συνεδριακή αίθουσα, τον αριθμό των απαιτούμενων δωματίων, τις θέσεις για τα γεύματα, τα μενού. Επίσης, προσκλήσεις αποστέλλονται και προς επίσημους, τοπικές αρχές, ΜΜΕ.

♦ Μέριμνα για την κράτηση εισιτηρίων σε αεροπορικές εταιρείες για τη μεταφορά των συνέδρων.

♦ Κρατήσεις δωματίων οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε με ευθύνη του οργανωτή του συνεδρίου είτε με απευθείας κράτηση από τους ίδιους τους συνέδρους (Θεοχάρης 2007: 95).

♦ Εκτός από το συνεδριακό πρόγραμμα σχεδιάζονται και οι παράλληλες εκδηλώσεις καθώς και το πρόγραμμα των συνοδών. Οι παράλληλες εκδηλώσεις πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του συνεδρίου και περιλαμβάνουν επισκέψεις (σε εγκαταστάσεις, αξιοθέατα, φορείς), εορταστικές εκδηλώσεις, πανηγυρικά γεύματα, χορούς, βραβεύσεις, εκθέσεις.

Το «πρόγραμμα συνοδών» αφορά τα άτομα που συνοδεύουν τους συνέδρους και δεν συμμετέχουν στις εργασίες του συνεδρίου και συνήθως περιλαμβάνει επισκέψεις σε αξιοθέατα και ξεναγήσεις, βόλτες στη πόλη για ψώνια, συναντήσεις για καφέ, παρακολούθηση κάποιας ομιλίας γενικότερου ενδιαφέροντος ή κάποιου ντοκιμαντέρ. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ανάλογα με το μέγεθος, το τόπο διεξαγωγής και την ιδιομορφία του κάθε συνεδρίου, διαμορφώνεται και το πλήθος των οργανωτικών θεμάτων που έχει να επιληφθεί ο φορέας διοργάνωσής του.

Οι παράλληλες εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό συστατικό στοιχείο στη διοργάνωση συνεδρίων, ιδίως όταν πρόκειται για πολυήμερα διεθνή συνέδρια. Ο σχεδιασμός των παράλληλων εκδηλώσεων αποσκοπεί από τη μια πλευρά στο να κάνει πιο ευχάριστη τη παραμονή των συνέδρων και να εμπλουτίσει το πρόγραμμα του συνεδρίου και από την άλλη στο να γνωρίσουν τον τόπο όπου φιλοξενούνται.

β) Διεξαγωγή του Συνεδρίου

Ενώ τυπικά η έναρξη του συνεδρίου κηρύσσεται με το άνοιγμα των εργασιών του, ουσιαστικά η αρχή γίνεται με την άφιξη των υπευθύνων της οργάνωσης στο συνεδριακό χώρο και την ολοκλήρωση των τελευταίων προετοιμασιών. Η ανεύρεση της κατάλληλης πόλης, της κατάλληλης αίθουσας και του κατάλληλου ξενοδοχείου δεν συνεπάγεται την άμεση πραγματοποίηση του συνεδρίου. Θα πρέπει η αίθουσα να προετοιμαστεί και να διαμορφωθεί κατάλληλα για τις απαιτήσεις της διεξαγωγής του συνεδρίου, καθώς και να συζητηθούν με το συνεδριακό κέντρο και το ξενοδοχείο το πρόγραμμα και οι διαδικαστικές λεπτομέρειές του.

Η διαμόρφωση της αίθουσας περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο τα ακόλουθα:

- ◆ Τη διάταξη των θέσεων.
- ◆ Τη διακόσμηση και την ανάρτηση επιγραφών, εμβλημάτων.
- ◆ Τη διαμόρφωση ειδικού χώρου για τους δημοσιογράφους (press room), που να είναι εξοπλισμένος με γραμμές τηλεφώνου, φαξ, φωτοτυπικό μηχάνημα.
- ◆ Τη μελέτη του χώρου για την τοποθέτηση προβολέων, τηλεοπτικών συνεργείων.
- ◆ Τη διαρρύθμιση της καμπίνας ταυτόχρονης μετάφρασης.
- ◆ Τον προσδιορισμό ελεύθερων διαδρόμων, εξόδων κινδύνου, πυροσβεστικών μέσων.
- ◆ Τον προσδιορισμό των θέσεων για τους επισήμους.
- ◆ Την εγκατάσταση της μικροφωνικής και μεγαφωνικής εγκατάστασης, καθώς και του εξοπλισμού παρουσίασης διαφανειών, σλάιντς, βίντεο, καθώς και άλλου εξειδικευμένου εξοπλισμού κατόπιν συμφωνίας με τους ομιλητές (π.χ. για την παρουσίαση CD-ROM σε οθόνες).

- ◆ Τη διαμόρφωση του χώρου για το μοίρασμα των ακουστικών και την τοποθέτηση υπευθύνου για τη δουλειά αυτή.
- ◆ Την εγκατάσταση της κεντρικής κονσόλας για τα φώτα, τους προβολείς, τα μεγάφωνα, το cd-player για μουσική στα διαλείμματα.

Κατά την άφιξη των συνέδρων, η οργανωτική επιτροπή έχει να μεριμνήσει για την εγγραφή των συνέδρων, την παράδοση της ταυτότητας και του φακέλου του συνεδρίου, καθώς και το μοίρασμα ακουστικών για τις ταυτόχρονες μεταφράσεις. Η φροντίδα των ομιλητών, η τήρηση του προγράμματος, η έκδοση δελτίων τύπου, η διευθέτηση των ζητημάτων σχετικά με τα γεύματα, τις παράλληλες εκδηλώσεις, το πρόγραμμα των συνοδών, είναι μερικά ζητήματα που πρέπει να επιληφθεί η οργανωτική επιτροπή κατά τα διάρκεια του συνεδρίου, με στόχο πάντα την απρόσκοπτη και άρτια διεξαγωγή του.

γ) Ενέργειες μετά τη λήξη του Συνεδρίου

Τυπικά, το συνέδριο λήγει με τις αποχαιρετιστήριες δηλώσεις του τελευταίου ομιλητή. Πρακτικά όμως, το συνέδριο θα συνεχίσει να απασχολεί τους φορείς του τουλάχιστον για κάποιους μήνες μετά.

Οι κυριότερες ενέργειες μετά τη λήξη των εργασιών του είναι καταρχάς η μέριμνα για την απρόσκοπτη αναχώρηση των συνέδρων. Σε πολλά συνέδρια δίνονται στους συμμετέχοντες κάποια αναμνηστικά δώρα ή ενθύμια κατά την αποχώρηση. Στη συνέχεια, ακολουθεί η συλλογή του εξοπλισμού που μεταφέρθηκε για την πραγματοποίηση του συνεδρίου στο ξενοδοχείο ή στο συνεδριακό κέντρο και ο απολογισμός των οφειλών του συνεδρίου.

Άλλες ενέργειες μετά την αποχώρηση από τον συνεδριακό τόπο, είναι η διευθέτηση των λογαριασμών, η κατάρτιση της απολογιστικής έκθεσης του συνεδρίου, η καταγραφή των πρακτικών, η αποστολή ευχαριστήριων επιστολών στους συνέδρους, η δημοσίευση των αποτελεσμάτων των συνεδριάσεων.

2.2.5 Ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων

Η διοργάνωση ενός συνεδρίου μπορεί να επηρεασθεί σε μεγάλο βαθμό από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του, σημαντικότερα των οποίων είναι: α) η διάρκεια του συνεδρίου,

β) το μέγεθος του συνεδρίου, γ) το κόστος συμμετοχής από τους συνέδρους, δ) ο χρόνος και η συχνότητα διεξαγωγής συνεδρίων και ε) ο τόπος και ο χώρος διεξαγωγής του συνεδρίου.

α) Η διάρκεια του συνεδρίου

Η μέση διάρκεια των συνεδρίων, ακολούθησε και το 2006 την τάση μείωσης που καταγράφεται τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της ICCA (2006), η μέση διάρκεια των συνεδρίων για το 2006 ήταν 4.00 ημέρες, έναντι 4.08 ημέρες το 2005, 4.2 ημέρες το 2004 και 4.27 ημέρες το 2003.

Η διάρκεια του συνεδρίου αναφέρεται συνήθως στο προκαθορισμένο πρόγραμμά του. Ωστόσο, πολύ συχνά κλείνονται από τους συνέδρους κάποια από τα δωμάτια για περισσότερες ημέρες από αυτές της διεξαγωγής του συνεδρίου. Ως συνήθως, η άφιξη των συνέδρων πραγματοποιείται την προηγούμενη ημέρα της έναρξης του συνεδρίου.

Επίσης, είναι συνηθισμένο το φαινόμενο (ιδιαίτερα όταν ο τόπος του συνεδρίου είναι σε παραθεριστικό θέρετρο) πολλοί από τους συνέδρους και τους συνοδούς τους να παραμένουν για διακοπές μερικές ημέρες μετά τη λήξη του συνεδρίου, ειδικά όταν οι εργασίες του διεξάγονται σε εργάσιμες ημέρες και ακολουθεί Σαββατοκύριακο.

Εξάλλου, η οργανωτική επιτροπή του συνεδρίου καταφθάνει στο ξενοδοχείο μια ή δυο ημέρες νωρίτερα, προκειμένου να προετοιμάσει το συνέδριο και αναχωρεί μια ή και δυο ημέρες μετά τη λήξη του.

β) Το μέγεθος του συνεδρίου

Το μέγεθος ενός συνεδρίου αποτελεί συνάρτηση πολλών παραγόντων όπως της συχνότητας με την οποία ο φορέας διοργάνωσης του συνεδρίου διοργανώνει συνέδρια, του βαθμού ενδιαφέροντος του θέματος του συνεδρίου, του τόπου και των εγκαταστάσεων που επιλέχθηκαν και των ημερομηνιών διεξαγωγής του.

Τα συγκεκριμένα στοιχεία επηρεάζουν τόσο την απόφαση των συνέδρων να συμμετάσχουν, όσο και το τελικό μέγεθος του συνεδρίου. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της ICCA (2006), η πλειονότητα των συνεδρίων αφορά τη συμμετοχή 250-499 ατόμων.

γ) Το κόστος συμμετοχής από τους συνέδρους

Το μέσο έσοδο (registration fee) ανά συνέδριο, ανά συνέδριο αυξήθηκε το 2006 στα 505 USD, ύστερα από σημαντική μείωση που κατεγράφη το 2005 (472 USD) έναντι του 2004 (530 USD). Το εκτιμώμενο συνολικό έσοδο από όλα τα συνέδρια που κατέγραψε ο ICCA το 2006, ξεπερνά τα 9 δις. δολάρια, ποσό που θεωρείται το υψηλότερο όλων των εποχών.

δ) Ο χρόνος και η συχνότητα διεξαγωγής συνεδρίων

Η επιλογή του χρόνου διεξαγωγής του συνεδρίου είναι ιδιαίτερα σημαντική για την επιτυχία του. Η τελική επιλογή του γίνεται με βάση:

- τη δυνατότητα προσέλκυσης όσο το δυνατόν μεγαλύτερου αριθμού συνέδρων
- το κόστος και τη διαθεσιμότητα των απαιτούμενων υπηρεσιών.

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της ICCA (2006), ο Σεπτέμβριος, ακολουθούμενος από τον Ιούνιο ήταν οι μήνες που προτιμήθηκαν περισσότερο για τη διοργάνωση συνεδρίων κατά τη διάρκεια του 2006.

Η δυνατότητα διεξαγωγής συνεδρίων εκτός των περιόδων αιχμής, αποτελεί σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα για τους τουριστικούς προορισμούς αφού διευρύνεται η τουριστική περίοδος καθώς και ο συνολικός κύκλος εργασιών. Όσον αφορά τη συχνότητα με την οποία επαναλαμβάνονται τα συνέδρια, μπορεί να γίνει μια ομαδοποίηση σε τέσσερις κατηγορίες και ειδικότερα στα:

- *Περιοδικά συνέδρια*, είναι αυτά τα οποία επαναλαμβάνονται με κάποια συχνότητα σε διαφορετικούς συνήθως τόπους.
- *Σταθερά συνέδρια*, είναι διοργανώσεις που επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο σε προκαθορισμένο χρόνο και τόπο.
- *Συνέδρια ή ημερίδες* σε συνδυασμό με εκθέσεις, αυτά διοργανώνονται κατά τη διάρκεια των εκθέσεων σε αίθουσες των εκθεσιακών χώρων. Η περιοδικότητα και η συχνότητά τους εξαρτάται άμεσα από τις εκθέσεις αυτές.

- *Μη σταθερά ή μη περιοδικά συνέδρια*, είναι τα συνέδρια που δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα αλλά ούτε και καμιά σταθερότητα. Αυτά είναι δυνατόν είτε να συγκαλούνται ανάλογα με τις αποφάσεις του αρμόδιου φορέα είτε να μην επαναλαμβάνονται στο μέλλον.

Αξιίζει να σημειωθεί ότι το 40,6% των συνεδρίων επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο και το 24% κάθε δυο χρόνια.

ε) Ο τόπος και ο χώρος διεξαγωγής του συνεδρίου

Ο τόπος και ο χώρος διεξαγωγής ενός συνεδρίου, είναι συνήθως αρμοδιότητα του φορέα διοργάνωσης, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις αποφασίζεται μετά από συνεργασία της οργανωτικής επιτροπής με το διοργανωτή.

Ο Carey (1997) υποστηρίζει ότι όσον αφορά την επιλογή του χώρου διεξαγωγής, αυτή εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων:

- α) το είδος και το μέγεθος του συνεδρίου
- β) οι απαιτήσεις των διοργανωτών
- γ) οι ανάγκες της διοργάνωσης
- δ) οι διατιθέμενες λύσεις από τους παροχείς συνεδριακών χώρων και
- ε) τα οικονομικά του συνεδρίου

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της ICCA (2006), τρεις καλύτερες θέσεις κέρδισε στην παγκόσμια κατάταξη η Ελλάδα βάσει του αριθμού διεθνών συνεδρίων το 2006, ενώ αξιόλογες θεωρούνται και οι κατατάξεις των ελληνικών πόλεων στη διεθνή αγορά. Η Αθήνα κατετάγη στην 20η θέση, βάσει αριθμού συνεδρίων-πόλη, με 51 συνέδρια. Η Θεσσαλονίκη στην 91η με 14 συνέδρια και η Ρόδος στην 148η με 8 συνέδρια.

Σε ό,τι αφορά τους χώρους διεξαγωγής των συνεδρίων, υπήρξε μια πολύ ενδιαφέρουσα μεταβολή. Για πρώτη φορά τα τελευταία δέκα χρόνια, οι συνεδριακές εγκαταστάσεις ξενοδοχείων ξεπέρασαν σε προτιμήσεις για τη διοργάνωση συνεδρίων τα συνεδριακά / εκθεσιακά κέντρα. Η χρήση των πρώτων για διοργάνωση συνεδρίων, εμφάνισε αύξηση κατά 2,3%, ενώ η χρήση των δεύτερων μείωση κατά 3,6%. Μικρή αύξηση εμφάνισε η χρήση των πανεπιστημιακών χώρων, ενώ άλλες επιλογές αποτελούν κάστρα, πλοία.

2.2.6 Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός

Η εικόνα και ο ήχος είναι αυτά που «ντύνουν» μια ομιλία, μια παρουσίαση. Ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός της αίθουσας είναι μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους ενός άρτια οργανωμένου συνεδρίου και αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την τελική επιτυχία του. Ο εξοπλισμός αυτός μπορεί να αποτελεί πάγιο και σταθερό τμήμα στη συνεδριακή αίθουσα εφόσον οι εγκαταστάσεις είναι μόνιμες και η χρήση της αίθουσας αποκλειστική. Μέρος ή σύνολο του εξοπλισμού μπορεί να είναι και κινητό. Μερικές από τις βασικότερες τεχνικές παροχές που θα πρέπει να είναι διαθέσιμες σε ένα συνέδριο είναι οι εξής:

- ◆ Βήμα – Αναλόγιο
- ◆ Πρόσβαση σε ISDN & Internet
- ◆ Τηλεσυνδιάσκεψη
- ◆ Μεταφραστικό κέντρο – Σύστημα ταυτόχρονης διερμηνείας
- ◆ Συστήματα ψηφοφορίας με ή χωρίς καλωδίωση
- ◆ Προσωπικοί υπολογιστές
- ◆ Οθόνες
- ◆ Video cameras
- ◆ Αναπαραγωγή και μοντάζ video
- ◆ Video projector
- ◆ Εναέριοι προβολείς
- ◆ Προβολείς διαφανειών
- ◆ Τηλεχειριστήριο υπέρυθρων ακτινών – δείκτες laser
- ◆ Ηχητική εγκατάσταση
- ◆ Φωτισμός ειδικών εφέ
- ◆ Video walls
- ◆ Προβολείς video
- ◆ Video Conference

2.2.7 Πρόσβαση για άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α)

Στις μέρες μας τα άτομα με αναπηρίες και κινητικά προβλήματα έχουν διασφαλίσει πλέον ίσα δικαιώματα με αυτά των συμπολιτών τους και συνεπώς έχουν κάθε δικαίωμα να ενταχθούν σε όλες τις δραστηριότητες, μεταξύ των οποίων η συμμετοχή σε εκθέσεις, συνέδρια και ταξίδια κινήτρων.

Γι αυτό το λόγο, οι διοργανωτές των σχετικών εκδηλώσεων πρέπει να λαμβάνουν υπ' όψιν στο προγραμματισμό τους την ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής για την εξυπηρέτηση αυτών των ατόμων.

Άλλωστε, όπως αναφέρει ο Davidson (1992) είτε πρόκειται για ένα μόνο άτομο με ειδικές ανάγκες είτε για 100, είναι υποχρεωτικό να έχουν όλοι ίση πρόσβαση στη πληροφόρηση και στις εγκαταστάσεις που παρέχει ο συνεδριακός ή εκθεσιακός χώρος. Τέτοιου είδους λεπτομέρειες δείχνουν ότι ο οργανωτής όχι μόνο έχει εμπειρία, αλλά διακατέχεται και από επαγγελματικό ήθος.

Ακολουθώντας λοιπόν αυτή την τάση σεβασμού προς τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι διοργανωτές φροντίζουν για την ύπαρξη των ακόλουθων υπηρεσιών και διευκολύνσεων, εφ' όσον τους ζητηθούν:

- ◆ Μόνιμη ή φορητή ράμπα για τα αναπηρικά καρότσια στην είσοδο του συνεδριακού / εκθεσιακού κέντρου, καθώς και πόρτες μεγάλων διαστάσεων για να διευκολύνεται η μετάβαση από τη μια αίθουσα στην άλλη.
- ◆ Ειδικά διαμορφωμένες τουαλέτες και συστήματα συναγερού τοποθετημένα σε κατάλληλα σημεία.
- ◆ Τα προϊόντα, οι αφίσες, τα εμπορεύματα κ.α. τοποθετούνται σε ύψος 900mm, ο διάδρομος έχει πλάτος 800mm και περιθώριο 1500mm στο τέλος του ώστε να μπορεί να στρίβει το αναπηρικό καρότσι. Τουλάχιστον ένας τηλεφωνικός θάλαμος πρέπει να είναι τοποθετημένος σε ύψος 700-800mm.
- ◆ Έντυπα πληροφοριών με πολύ μεγάλα γράμματα, ή με σύστημα γραφής Μπράιγ ή ακουστικά cd αναμετάδοσης πληροφοριών. Επίσης, είναι απαραίτητοι οι ειδικοί διερμηνείς για τα κωφάλαλα άτομα.

2.3 Τα συνέδρια του μέλλοντος

Αν το τυπικό συνέδριο το διαμορφώνουν οι σύνεδροι, οι διερμηνείς, οι οθόνες, τα video, τα μικρόφωνα, τα laptops, οι web cameras, κ.λ.π. στο άμεσο μέλλον, ένα καλά οργανωμένο συνέδριο θα απαιτεί γιγαντοοθόνες υψηλής ευκρίνειας, multimedia, ειδικά

εφέ, εικονική πραγματικότητα, ηχοσυστήματα πρωτοποριακής τεχνολογίας, εξελιγμένα προβολικά συστήματα φωτισμού κ.α.

Από το μέλλον έρχονται τα συνέδρια on-line, οι τηλεδιασκέψεις, οι συνεδριάσεις εξ αποστάσεως ως και οι τηλεπαρουσίες. Εκτός των άλλων, τα αυριανά συνέδρια, θα διοργανώνονται πλέον σε διαφορετικούς από τους συνηθισμένους χώρους, όπως π.χ. σε αεροπλάνα, πλοία, πούλμαν, κάστρα, και άλλα.

Η διοργάνωση και ο προγραμματισμός μιας συνεδριακής εκδήλωσης απαιτεί φυσικά χρόνο, χρήμα και πολλές επενδύσεις. Υπάρχουν πολλά περιθώρια, για διαφορετικές επιλογές, από τις πιο κλασσικές και δοκιμασμένες, ως τις πλέον σύγχρονες. Οι τελευταίες, άραγε, μπορούν να αποφέρουν οφέλη; Η απάντηση είναι «ναι».

Αρκεί να σκεφτούμε πόσο μειώνεται το κόστος των συνεδρίων, καθώς περιορίζονται, μέσω των νέων συστημάτων, οι άσκοπες μετακινήσεις από μια πόλη ή χώρα σε μια άλλη για παράδειγμα, ή αρκεί να σκεφτούμε πόσο αυξάνεται η ταχύτητα στην ενημέρωση και στη διάδοση της πληροφορίας ή πόσο πιο εύκολη είναι η προβολή και εν συνεχεία η παρακολούθηση δεδομένων, στατιστικών στοιχείων, διαφανειών και slights από τον κάθε σύνεδρο που μετέχει σε ένα συνέδριο από απόσταση.

Είναι κατανοητό πως τα συνέδρια οφείλουν να συμβαδίζουν με τα πιο εξελιγμένα χαρακτηριστικά όλων όσων παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία τόσο απλόχερα. Όσα ήδη αναφέραμε, αλλά και όσα περισσότερα μπορούν να γίνουν, απαιτούν σίγουρα μεγάλες επενδύσεις από πλευράς των ενδιαφερομένων να δημιουργήσουν τους κατάλληλους χώρους ή να αποκτήσουν τον κατάλληλο εξοπλισμό.

Ωστόσο, σε πολλές περιπτώσεις, αυτός ο εξοπλισμός ενοικιάζεται και έτσι, υπάρχουν πάντα τρόποι να οργανωθεί σχετικά εύκολα και γρήγορα ένα πολύ σύγχρονο συνέδριο. Το σκηνικό στο χώρο του συνεδριακού τουρισμού τα τελευταία χρόνια μεταβάλλεται συνεχώς. Νέες τάσεις και πρωτοποριακές προτάσεις είναι το στοιχείο της εποχής. Ουσιαστικά το μέλλον μας πλησιάζει με προοπτικές. Προωθούνται νέες υποδομές, ηλεκτρονικά μέσα κάθε είδους και συστήματα υψηλής τεχνολογίας.

Τα τελευταία δέκα χρόνια, η χρήση ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων για τη διοργάνωση συνεδριακών και εκθεσιακών εκδηλώσεων όλα δείχνουν πως ξεπέρασε τα συνεδριακά-εκθεσιακά κέντρα. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάστηκε αύξηση κατά 2,3% στη χρήση των πρώτων, ενώ η χρήση των δεύτερων μειώθηκε κατά 3,6%. (Καραμπάτσου, 2007: 56). Ωστόσο, νέοι χώροι, κερδίζουν τη συμπάθεια τόσο των διοργανωτών όσο και των συνέδρων, όπως χώροι πολιτιστικού και ιστορικού ενδιαφέροντος ή ακόμη και μεταφορικά μέσα, προκειμένου να υπάρξει κέρδος σε χρόνο και σε χρήμα.

Το νέο στοιχείο, είναι πως το «σκηνικό» ενός συνεδρίου κατά την ώρα που λαμβάνει χώρα, πρέπει πλέον να διακρίνεται για την υψηλού επιπέδου ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών του, καθώς και για ένα εξαιρετικά εντυπωσιακό αισθητικό αποτέλεσμα. Πρέπει να δημιουργείται στο ακροατήριο η απόλυτη αίσθηση μετάβασης σε άλλη διάσταση, μέσα από ολοκληρωμένες προτάσεις σύγχρονης και εξελιγμένης αισθητικής με τη βοήθεια και της τεχνολογίας, ανάλογα με τις ανάγκες κάθε συνεδρίασης.

2.4 Audio conference

Η υπηρεσία Audio conference (ηχοδιάσκεψη) του ΟΤΕ για πολυμερή τηλεφωνική επικοινωνία ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης, μέσω σταθερής ή κινητής τηλεφωνικής συσκευής αποτελεί έναν από τους πιο σύγχρονους τρόπους διεξαγωγής πρωτοποριακών συνεδρίων.

Ένα μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα απολαμβάνει πλήρως το πλεονέκτημα προσέλκυσης υψηλού επιπέδου συνεδριακού τουρισμού. Ουσιαστικά προσφέρεται η δυνατότητα πραγματοποίησης συσκέψεων με απομακρυσμένους συνεργάτες που βρίσκονται, για παράδειγμα, σε τράπεζες πολυεθνικές, χρηματιστηριακές εταιρείες, κ.α., ενώ αποτελεί ιδιαίτερα πρακτική και οικονομική λύση.

Με την προϋπόθεση ότι έχει οριστεί συγκεκριμένη ημερομηνία, ώρα, διάρκεια καθώς και ο αριθμός συμμετεχόντων της Audio conference, η υλοποίησή της γίνεται με κάποιον από τους παρακάτω τρόπους:

α) Με εισερχόμενες κλήσεις. Οι συμμετέχοντες καλούν σε ένα μοναδικό ενιαίο αριθμό (με προαιρετική χρήση κωδικού) για να λάβουν μέρος στην ηχοδιάσκεψη.

β) Με εξερχόμενες κλήσεις. Οι συμμετέχοντες επικοινωνούν σε αρμόδια υπηρεσία του ΟΤΕ και παρέχουν τη λίστα των ατόμων που επιθυμούν να λάβει μέρος στην ηχοδιάσκεψη. Στη συνέχεια το σύστημα της ηχοδιάσκεψης καλεί όλους τους συμμετέχοντες, στην ώρα που έχει οριστεί, προκειμένου να ξεκινήσει η συνδιάσκεψη.

γ) Με συνδυασμό εισερχόμενων και εξερχόμενων κλήσεων, όπου ορισμένοι συμμετέχοντες συνδέονται στην ηχοδιάσκεψη αφού πρώτα καλέσουν το μοναδιαίο ενιαίο αριθμό και οι άλλοι κατόπιν κλήσης που θα δεχτούν από την υπηρεσία.

2.5 Videoconference

Σε πολλές ξενοδοχειακές μονάδες, ο ΟΤΕ προσφέρει την υπηρεσία Videoconference (εικονοδιάσκεψη) δίνοντας έτσι τη δυνατότητα πραγματοποίησης εκδηλώσεων-διαλέξεων συνεδριακού τουρισμού με εικόνα και ήχο με συνεργάτες που βρίσκονται σε άλλες πόλεις ακόμα και σε άλλες χώρες. Με τον τρόπο αυτό όχι μόνο μειώνονται τα έξοδα μετακινήσεων, αλλά αυξάνεται και η ταχύτητα ενημέρωσης και παρουσίασης διαφόρων πληροφοριών.

Από τον αριθμό των σημείων επικοινωνίας, στα οποία βρίσκονται οι σύνεδροι, εξαρτάται ο τρόπος συνδιάσκεψης:

α) *Εικονοδιάσκεψη* (point to point Videoconference) – τηλεδιάσκεψη μεταξύ δύο ομάδων συνεργατών απευθείας με την προϋπόθεση πρόσβασης ISDN και εικονοτηλέφωνο.

β) *Πολυδιάσκεψη* (Multipoint Videoconference) – τηλεδιάσκεψη για περισσότερο από δύο σημεία επικοινωνίας με τη χρήση ενός κεντρικού εξυπηρετητή τηλεδιασκέψεων (point to multipoint). Στη περίπτωση αυτή απαιτείται η χρήση της μονάδας πολυδιάσκεψης του ΟΤΕ, που δίνει τη δυνατότητα σύνδεσης με εικόνα και ήχο, 15 σημείων ταυτόχρονα.

2.6 Ένα κινούμενο συνεδριακό κέντρο – Greek Limo Bus

Ένα πολυτελές πούλμαν – «κινούμενο συνεδριακό κέντρο» επένδυση ύψους 550.000 ευρώ παρουσιάστηκε πριν περίπου ένα χρόνο στο Ζάπειο Μέγαρο. Πρόκειται για το «Limo Bus» ένα πούλμαν που αποτελεί ταυτόχρονα συνεδριακό χώρο και το

χαρακτηρίζει πολυτέλεια πέντε αστέρων, λειτουργικότητα, άνεση, ασφάλεια και υψηλή τεχνολογία.

Το «Limo Bus» είναι δημιούργημα της ελληνικής εταιρείας Greek Limo Bus, και κατασκευάστηκε στο εργοστάσιο της VDL BOVA στην Ολλανδία, κατ' αποκλειστικότητα σε όλο τον κόσμο (www.greeklimobus.gr). Η ιδέα για το Limo Bus, γεννήθηκε ύστερα από προσεκτική και λεπτομερή ανάλυση της ελληνικής τουριστικής αγοράς, από όπου προέκυψε η ανάγκη για την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών μεταφοράς και μετακίνησης VIP προσώπων.

Το Limo Bus έρχεται να καλύψει το σημαντικό αυτό κενό και να εμπλουτίσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Απευθύνεται στους επαγγελματίες του τουρισμού, αλλά και γενικότερα του επιχειρηματικού χώρου, οργανωτές συνεδρίων, decision makers, φαρμακευτικές εταιρείες, διοργανωτές πολυτελών εκδρομών, διαφημιστικές εταιρείες, πρεσβείες, πολιτικά κόμματα, καλλιτεχνικές αποστολές, ανθρώπους του θεάματος και της show biz κ.α. Είναι ακόμα και για μια απλή μεταφορά ενός επιχειρηματία από το αεροδρόμιο έως το ξενοδοχείο του ή τα σημεία που έχει ραντεβού ως και για ένα teleconference κατά τη διάρκεια μιας διαδρομής.

Η εξωτερική εμφάνιση του πούλμαν είναι απλή, πολυτελής και επιβλητική, με το εσωτερικό του να κλέβει τη παράσταση, αφού προσφέρει ασύγκριτη πολυτέλεια και λειτουργικότητα πέρα από κάθε προδιαγραφή. Εντυπωσιακό είναι και το σύστημα πλοήγησης του Limo Bus με προβολή στα μόνιτορ, αλλά και η πανοραμική κάμερα που βρίσκεται στο μπροστινό μέρος. Διαθέτει 29 ευρύχωρες δερμάτινες πολυθρόνες, αντί των 62 θέσεων που προβλέπει το εσωτερικό του.

Χώρος συσκέψεων

Διαθέτει τραπέζι συσκέψεων δέκα (10) ατόμων και τελευταίας τεχνολογίας οπτικοακουστικό εξοπλισμό, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων: σύστημα ήχου dolby surround, 4 LCD οθόνες 23 ιντσών, κεντρικό υπολογιστή (server), φορητούς υπολογιστές, εκτυπωτή – scanner – φωτοτυπικό, έγχρωμο φαξ, ασύρματο τηλέφωνο, υποδομή για βίντεο και τηλεδιάσκεψη (ασύρματη κάμερα), μικρόφωνα, ασύρματη σύνδεση στο internet, συνδέσεις VGA για προβολή από H/Y στα μόνιτορ, ασύρματους δρομολογητές δικτύου (internet routers).

2.7 Πηγές πληροφόρησης και προβολής συνεδρίων

Για την προβολή του συνεδρίου και την προσέλκυση συνέδρων, ο φορέας διοργάνωσης χρησιμοποιεί διάφορα μέσα, τα συνηθέστερα εκ των οποίων είναι τα προσπέκτους, οι αγγελίες σε ειδικά περιοδικά, η προβολή του συνεδρίου σε ειδικούς καταλόγους προσφοράς συνεδρίων παρουσιάζονται τα μέσα από τα οποία οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα αλλά και οι σύνδεσμοι ή οι οργανισμοί πληροφορούνται για την προσφορά συνεδρίων.

Για την προβολή και προώθηση ενός συνεδρίου, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι συμμετοχές σε ειδικές εκθέσεις, οι δημόσιες σχέσεις, ο επαγγελματισμός των διοργανωτών, ο καλαίσθητος και πλήρης φάκελος (με συνημμένο τιμοκατάλογο συνεδριακών υπηρεσιών), καθώς επίσης και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ειδικότερα αυτά που ασχολούνται με τον τουρισμό και τα συνέδρια (Κραβαρίτης 1992: 47-49).

- ◆ Προσπέκτους – Ενημερωτικά φυλλάδια
- ◆ Περιοδικά του κλάδου
- ◆ Συνεδριακά περιοδικά
- ◆ Αγγελίες
- ◆ Προηγούμενη εμπειρία
- ◆ Πληροφορίες από συναδέλφους
- ◆ Πληροφορίες από πελάτες
- ◆ Προσκλήσεις
- ◆ Ειδικό τμήμα της επιχείρησης
- ◆ Πληροφοριακό έντυπο
- ◆ Λοιπές πηγές

Πηγή: Congress & Seminar (Kurz G., 1998).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εισαγωγή

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί σύμφωνα με όλα τα στοιχεία, έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας με τεράστια οφέλη για τις χώρες που φιλοξενούν συνέδρια. Το πώς θα σταθεί η Ελλάδα απέναντι στις ανταγωνίστριες χώρες και ποια πλεονεκτήματα πρέπει να προβάλλει για να προσελκύσει έναν ικανοποιητικό αριθμό συνεδρίων είναι ερωτήματα που απασχολούν τους επιχειρηματίες και τους φορείς του τουρισμού.

Η χώρα έχει τη δυνατότητα να φιλοξενεί επισκέπτες και τους δώδεκα μήνες λόγω κλιματολογικών συνθηκών ενώ άλλα πλεονεκτήματά της είναι ο πολιτισμός, η ιστορία, η καλή φιλοξενία αλλά και η ύπαρξη αρκετών ξενοδοχείων με συνεδριακές υποδομές, πλεονεκτήματα που μπορούν να προβληθούν κατάλληλα με στόχο τη προώθηση του συνεδριακού τουρισμού. Η απουσία όμως μεγάλων συνεδριακών κέντρων για τη προσέλκυση συνεδρίων παγκόσμιας απήχησης με μεγάλο αριθμό συνέδρων καθώς και η έλλειψη εξειδικευμένης προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος αποτελούν τροχοπέδη για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

Η πληροφόρηση για το συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα είναι ελλιπής και αποσπασματική σε βαθμό ακόμη μεγαλύτερο από ότι αυτό συμβαίνει διεθνώς. Αυτό είναι εν μέρει αποτέλεσμα των εγγενών δυσχερειών συλλογής αξιόπιστης πληροφόρησης για το φαινόμενο. Οφείλεται όμως και στην εξαιρετικά προσπάθεια συλλογής πληροφόρησης, εξαιτίας και της μικρής σημασίας που έχει έως τώρα αποδοθεί στον κλάδο στη χώρα μας αλλά και την όχι ακόμη επαρκώς αναπτυγμένη στατιστική συνείδηση. Είναι χαρακτηριστικό ότι ακόμη και οι ιθύνοντες του κλάδου δηλώνουν την αδυναμία τους να κάνουν γενικές εκτιμήσεις ακριβώς λόγω της έλλειψης πληροφόρησης.

3.1 Φορείς συνεδριακού Τουρισμού

α) Σ.Ε.Π.Ο.Σ

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Διοργανωτών Συνεδρίων (**Σ.Ε.Π.Ο.Σ.-HARCO**) ιδρύθηκε το 1996 με στόχο την προώθηση και υποστήριξη της υπεύθυνης διοργάνωση επαγγελματικών συνεδρίων. Σήμερα είναι ο μοναδικός φορέας της χώρας μας ο οποίος συμπεριλαμβάνει, εκπροσωπεί και προωθεί επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού από όλη την Ελλάδα. Οι κυριότεροι στόχοι του είναι οι εξής:

- ◆ Ανάδειξη και προβολή των συνεδριακών υπηρεσιών των μελών στην εγχώρια και διεθνή συνεδριακή αγορά με σύγχρονα μέσα.
- ◆ Συμβολή στην πολυμορφία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και μορφωτικού επιπέδου.
- ◆ Προώθηση και υποστήριξη των θέσεων και προτάσεων του Σ.Ε.Π.Ο.Σ. στους αρμόδιους ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς της χώρας.
- ◆ Παροχή επιστημονικών πληροφοριών και εκπαίδευσης σε θέματα συνεδριακού τουρισμού με σκοπό την καλύτερη δυνατή διοργάνωση συνεδρίων.
- ◆ Ανάπτυξη αλληλεγγύης και συνεργασίας μεταξύ των μελών του Σ.Ε.Π.Ο.Σ.
- ◆ Εκπόνηση μελετών και σχεδιασμός προτάσεων με τη συνεργασία των μελών με σκοπό τη διαφύλαξη και προαγωγή των κοινών οικονομικών και επαγγελματικών συμφερόντων τους.

Σήμερα ο Σ.Ε.Π.Ο.Σ. αριθμεί πάνω από 60 μέλη, τα οποία χωρίζονται σε τακτικά και έκτακτα. Τακτικά μέλη μπορούν να γίνουν οι Επαγγελματίες Οργανωτές Συνεδρίων, οι εταιρείες οπτικοακουστικών μέσων και τα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα. Έκτακτα μέλη γίνονται οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ευκαιριακά και στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, π.χ. ξενοδοχεία κάθε κατηγορίας, εστιατόρια και επισιτιστικές υπηρεσίες, πολιτιστικά κέντρα και εγκαταστάσεις αναψυχής, μεταφορικές εταιρείες, κρουαζιερόπλοια και ναυλομεσιτικά γραφεία, εταιρείες διερμηνέων και μεταφραστών.

β) (ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)

Σ.Ε.Τ.Ε.

Σκοπός του ΣΕΤΕ είναι η συνεχής ποιοτική αναβάθμιση και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού Τουρισμού. Ο ΣΕΤΕ ιδρύθηκε το 1991. Εκπροσωπεί ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων και επιχειρηματίες που καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων. Ο ΣΕΤΕ είναι μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός.

Ο ΣΕΤΕ είναι ο φορέας που:

- ◆ Καταδεικνύει την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σημασία του Τουρισμού στην Κυβέρνηση, τις τοπικές αρχές, τους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.
- ◆ Ενημερώνει την Κυβέρνηση, τον ευρύτερο δημόσιο τομέα και την επιχειρηματική κοινότητα για τις εξελίξεις στη διεθνή τουριστική αγορά.
- ◆ Προωθεί τη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα .
- ◆ Υποστηρίζει και προωθεί τις επιχειρηματικές αρχές των Μελών του.
- ◆ Εκπροσωπεί τα Μέλη του σε εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς.
- ◆ Δημιουργεί συνεργασίες μεταξύ Τουρισμού και άλλων τομέων της οικονομίας.
- ◆ Φροντίζει για τη δημιουργία και τη διάδοση της τεχνογνωσίας σε θέματα Τουρισμού.
- ◆ Συνεργάζεται με ελληνικά και διεθνή ερευνητικά κέντρα για τον Τουρισμό και την Οικονομία.

Ο ΣΕΤΕ οραματίζεται μια ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη, η οποία θα στοχεύει στη βελτίωση των αποδόσεων, με παράλληλη αύξηση του αριθμού των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, με καλύτερη κατανομή της τουριστικής προσφοράς σε όλες τις περιοχές της χώρας, με καλύτερη χρονική κατανομή της ζήτησης.

Συμμετέχει – είτε θεσμοθετημένα είτε ως προσκεκλημένος κύριος- σε επιτροπές, συμβούλια και ομάδες εργασίας. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- ◆ Το Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού.
- ◆ Το Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας.
- ◆ Το Εθνικό Συμβούλιο Πιστοποίησης.

Ο ΣΕΤΕ:

- ◆ Είναι μέλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (world Tourism Organization – WTO) από το 1993, στη κατηγορία Συνδεδεμένα Μέλη (Affiliate Members).
- ◆ Παρακολουθεί τις εξελίξεις στον Τουρισμό στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε με παρουσία στις Βρυξέλλες, είτε μέσω του Ευρωπαϊκού Δικτύου της Τουριστικής Βιομηχανίας (European Tourism Industry Network- ETIN).

Ο ΣΕΤΕ συνδιοργανώνει σεμινάρια και κυκλοφορεί κοινές εκδόσεις με διεθνείς οργανισμούς. Επίσης, μετέχει σε επιτροπές, συμβούλια, ομάδες εργασίας κ.λ.π., είτε ως τακτικό μέλος είτε ως παρατηρητής.

γ) HELEXPO PALACE - Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής

Κτίριο ιδιαίτερης σχεδιαστικής σύλληψης, με σύγχρονη αισθητική και λειτουργική αντίληψη ώστε να προσφέρει ευελιξία και ανέσεις στους χρήστες του (οργανωτές, εκθέτες, επισκέπτες). Σημείο αρχιτεκτονικής αναφοράς στην ευρύτερη περιοχή. Το πρώτο Εκθεσιακό Κέντρο στην Αττική που σχεδιάστηκε για εκθεσιακή και συνεδριακή χρήση, από γνωστά μελετητικά γραφεία σε συνεργασία με την HELEXPO-ΔΕΘ.

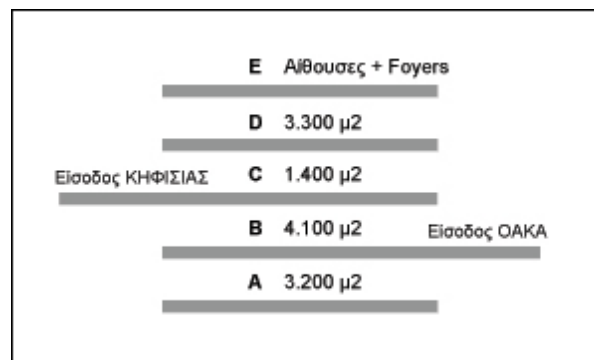
Το πιο προηγμένο τεχνολογικά Εκθεσιακό Κέντρο στην Ελλάδα, κατάλληλο για φιλοξενία τόσο εμπορικών όσο και καταναλωτικών εκθέσεων. Ιδανικό για εταιρικές εκδηλώσεις, με δυνατότητα να φιλοξενεί περισσότερες από μία εκδηλώσεις παράλληλα. Το HELEXPO PALACE άνοιξε τις πύλες του το Μάρτιο του 2000. Κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2000- Μάιος 2003, στο HELEXPO PALACE πραγματοποιήθηκαν 60 Εκθέσεις και πλήθος Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων.

Είχε ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο στην Εκθεσιακή Αγορά της Αττικής και συνάντησε την γενική αποδοχή τόσο των Εκθετών όσο και των Επισκεπτών του. Η υποδειγματική του

λειτουργία έβαλε νέες βάσεις στην αγορά σε θέματα οργάνωσης, διοίκησης, παροχής υπηρεσιών, λειτουργίας εγκαταστάσεων, και άλλα. Τον Ιούνιο του 2003 το HELEXPO PALACE παραχωρήθηκε στην Γ.Γ.Αθλητισμού προκειμένου να μετασκευαστεί και στην συνέχεια να λειτουργήσει ως το Βασικό Κέντρο Τύπου (MPC) των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.

Το HELEXPO PALACE επαναλειτουργεί από τον Ιανουάριο 2005 φιλοξενώντας πλήθος Εκθέσεων, Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων, στις ανακαινισμένες και υπεσύγχρονης τεχνολογίας εγκαταστάσεις του.

Γενικά Στοιχεία του HELEXPO PALACE



4 Εκθεσιακά Επίπεδα

Μικτή εκθεσιακή	
Επιφάνεια	12.000 τ.μ
Επίπεδο A:	3.200 τ.μ.
Επίπεδο B:	4.100 τ.μ.
Επίπεδο C:	1.400 τ.μ.
Επίπεδο D:	3.300 τ.μ.

1 Συνεδριακό Επίπεδο

Συνεδριακή επιφάνεια	2.100 τ.μ.
Επίπεδο E:	2.100 τ.μ.
Αίθουσα E.1:	600 τ.μ. - 400 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Αίθουσα E.2:	210 τ.μ. - 160 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Αίθουσα E.3:	190 τ.μ. - 140 ατόμων (θεατρική διάταξη)

Αίθουσα Ε.4:	160 τ.μ. - 120 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Φουαγιέ Ε.1:	600 τ.μ.
Φουαγιέ Ε.2, Ε.3, Ε.4:	340 τ.μ.

ΠΑΡΟΧΕΣ

- § κλιματισμός
- § συστήματα πυρασφάλειας-πυροπροστασίας
- § πυρανίχνευση
- § BMS
- § CCTV
- § Η/Ζ
- § πλήρες δίκτυο εκθεσιακών παροχών (ηλεκτρικό ρεύμα, ύδρευση-αποχέτευση)
- § πλήρες δίκτυο τηλεπικοινωνιών (τηλεφωνικό κέντρο, τηλέφωνα, fax, internet, t.v.)
- § τηλέφωνα κοινού
- § δομημένη καλωδίωση
- § μεγαφωνική εγκατάσταση
- § σύστημα ανακοινώσεων
- § μεταφραστικό σύστημα
- § χώρος υποδοχής - καταγραφής επισκεπτών
- § αποθηκευτικοί χώροι
- § προσβάσεις & ευκολίες για ΑΜΕΑ
- § κυλικεία-εστιατόρια
- § WC
- § ανεξάρτητες είσοδοι δομών & εκθεμάτων
- § υπόγειο πάρκινγκ εκθετών και περιφερειακό πάρκινγκ επισκεπτών
- § ιατρείο
- § 15 κυλιόμενες κλιμάκες
- § 6 ανελκυστήρες ατόμων
- § 2 ανελκυστήρες εμπορευμάτων
- § 3 συμβατικά κλιμακοστάσια

Υπηρεσίες

Φύλαξη, Καθαριότητα, Εστίαση, Σήμανση, Διακόσμηση, Φυτά, Έπιπλα, Κατασκευή εκθετηρίων, Ηλεκτροδότηση εκθετηρίων, ΑΤΜ, Διαμονή, Μετακινήσεις, Μεταφορές, Φορτοεκφορτώσεις, Φωτορεπορτάζ, Επιγραφές-Εκτυπώσεις, Επιχειρηματικό Κέντρο, Κέντρο Τύπου, Τηλεδιάσκεψη, Τηλεπικοινωνίες, Οπτικοακουστικά, Ιατρική Κάλυψη, Προσωπικό Υποστήριξης.

3.2 Προσφορά συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων

Οι υπάρχοντες προσφερόμενοι χώροι για συνεδριακές εκδηλώσεις είναι αρκετοί αφού αγγίζουν τις 150.000 θέσεις περίπου. Από άποψη ποσότητας και μόνο, η υπάρχουσα προσφορά είναι σε θέση να ικανοποιήσει συγκριτικά πολύ πιο υψηλή ζήτηση σε σχέση με την υπάρχουσα.

Παρουσιάζοντας τη συνεδριακή ταυτότητα της Ελλάδας, αυτή αποτελείται από:

- α) 80 συνεδριακά κέντρα με 300 αίθουσες συνεδριάσεων.
- β) 9 ξενοδοχεία resorts τα οποία διαθέτουν αυτόνομα συνεδριακά κέντρα, με 240 συνεδριακές αίθουσες.
- γ) 336 ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν συνεδριακές διευκολύνσεις, με 1.324 συνεδριακές αίθουσες.
- δ) 188 ξενοδοχεία 5 αστέρων.
- ε) 1.041 ξενοδοχεία 4 αστέρων.
- στ) 1.915 ξενοδοχεία 3 αστέρων.
- ζ) 40 επιχειρήσεις διοργάνωσης συνεδρίων.

Ακόμα και αν απομονώσουμε την ξενοδοχειακή συνεδριακή υποδομή με αίθουσες χωρητικότητας άνω των 750 ατόμων στις οποίες η Ελλάδα γενικά υστερεί, θα παρατηρήσουμε – με βάση τα στοιχεία της ICCA – ότι έχουμε εξαιρετικά χαμηλές πληρότητες που ανέρχονται σε 4-5 ημέρες ανά έτος.

Επίσης, οι χώροι στην Ελλάδα διατίθενται για πολλά είδη εκδηλώσεων (συναντήσεις, συνεδριάσεις οργάνων, εορταστικές εκδηλώσεις, παραστάσεις, κ.λ.π.). Για το τρίμηνο αιχμής (Απρίλιος – Ιούνιος), οι βαθμοί πληρότητας ανέρχονται σε 57% ενώ για τα άλλα τρίμηνα σε 35%-37% περίπου. Έτσι προκύπτει ένας μέσος όρος της τάξης του 40%.

Είναι φανερό ότι σε πολλές από τις ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν αξιόλογες συνεδριακές εγκαταστάσεις οι υφιστάμενες πληρότητες αφήνουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης αν υπολογίσει κανείς την ποιότητα των εγκαταστάσεων και την υπάρχουσα υποδομή.

Με βάση τις ενδείξεις και τη πληροφόρηση που μόλις αναφέρθηκε ένα τουλάχιστον συμπέρασμα μπορεί να συνταχθεί με αρκετά ικανοποιητικό βαθμό εμπιστοσύνης. Η διαθέσιμη υποδομή ως σύνολο είτε αυτή χρησιμοποιείται για άλλους σκοπούς είτε αργεί, θα αρκούσε για την κάλυψη όγκου συνεδριακών εκδηλώσεων πολύ μεγαλύτερου από το σημερινό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, σε σύγκριση με άλλες χρήσεις, η χρήση των χώρων και των εγκαταστάσεων για συνεδριακούς σκοπούς έχει, αν όχι πάντοτε υψηλότερη ιδιωτικοοικονομική απόδοση, υψηλότερη κοινωνική απόδοση. Οι συνεδριακές εκδηλώσεις συχνά συνεπάγονται δαπάνες και απασχόληση υψηλότερη απ' ό,τι στις περισσότερες τουλάχιστον από τις άλλες χρήσεις, καθώς συχνά συνοδεύονται και από διανυκτερεύσεις.

3.3 Συνεδριακοί χώροι μεγάλης χωρητικότητας

Στην Ελλάδα της μεγάλης χωρητικότητας συνεδριακά κέντρα, δηλαδή άνω των 800 ατόμων, είναι συγκριτικά λίγα σε σχέση με ό,τι συμβαίνει στο εξωτερικό. Η έλλειψη μεγάλων αυτόνομων συνεδριακών κέντρων είναι εμφανής, ενώ η παντελής απουσία τέτοιων κέντρων στην Αττική είναι χαρακτηριστική. Οι μεγαλύτεροι αυτόνομοι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται στη Κρήτη και τα Δωδεκάνησα, ενώ τρεις πολύ αξιόλογοι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται στη Βόρεια Ελλάδα και συγκεκριμένα στη Θεσσαλονίκη και την Αλεξανδρούπολη.

Όσο για τους συνεδριακούς χώρους εντός των ξενοδοχείων, και εδώ η Κρήτη και τα Δωδεκάνησα υπερτερούν σημαντικά. Στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη υπάρχουν σχετικά λίγοι συνεδριακοί χώροι μεγάλης χωρητικότητας, όμως το σημαντικό είναι ότι οι περισσότεροι είναι πλήρως ανακαινισμένοι με σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Στην υπόλοιπη χώρα, η εικόνα είναι μάλλον απογοητευτική, καθώς οι περιοχές που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους, τόσο αυτόνομους όσο και εντός ξενοδοχείων, είναι μονοψήφιος αριθμός.

3.4 Συνεδριακοί χώροι περιορισμένης χωρητικότητας

Τα περισσότερα συνέδρια που πραγματοποιούνται στη χώρα μας είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, ενώ και η υποδομή που υπάρχει αντιστοιχεί στις ανάγκες αυτές. Αλλωστε και σε διεθνές επίπεδο, η τάση που επικρατεί είναι τα συνέδρια να γίνονται με λιγότερους συνέδρους και για πιο περιορισμένο χρονικό διάστημα. Οι εταιρίες προσπαθούν συνεχώς να περικόψουν τα έξοδά τους λόγω της ασταθούς οικονομικής κατάστασης και ως εκ τούτου επιλέγουν μικρά σε συμμετοχή και χρονικής διάρκειας συνέδρια.

Η τάση αυτή ωφελεί περισσότερο τα ξενοδοχεία, τα οποία εκ των πραγμάτων διαθέτουν μικρού και μεσαίου μεγέθους συνεδριακούς χώρους. Διεθνείς εκτιμήσεις κάνουν λόγο για μικρότερα συνέδρια μεν, συχνότερα δε. Πολλά ξενοδοχεία στην Ελλάδα, τόσο στις μεγάλες πόλεις όσο και στην επαρχία, έχουν εντάξει στους χώρους τους συνεδριακές αίθουσες και οι περισσότερες από αυτές είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Ωστόσο οι αίθουσες που διατίθενται, στη πλειονότητά τους είναι αίθουσες γενικής χρήσης και όχι αίθουσες που έχουν κατασκευαστεί με πρόβλεψη να φιλοξενήσουν συνέδρια.

Σε κάποιες μάλιστα περιπτώσεις παρουσιάζουν προβλήματα όπως το χαμηλό ύψος ή ακόμα και κολόνες που μειώνουν την ορατότητα. Επίσης, σε αρκετές περιοχές της Ελλάδας έχουν δημιουργηθεί και αυτόνομοι μικροί συνεδριακοί χώροι, οι οποίοι λειτουργούν θετικά στην εικόνα και την προώθηση των προορισμών. Αρκετοί επιχειρηματίες που διαθέτουν μικρούς χώρους, έχουν αντιληφθεί ότι το στοίχημα κερδίζεται πλέον στη ποιότητα.

Για το λόγο αυτό, προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας που κάνουν το πελάτη να νιώθει μοναδικός, να μπορεί να κάνει άνετα τη δουλειά του και να μπορεί παράλληλα να χαλαρώνει. Η Αττική και η Θεσσαλονίκη είναι από τις περιοχές που διαθέτουν τους περισσότερους συνεδριακούς χώρους, ενώ σημαντική υποδομή υπάρχει και στη Ρόδο, τη Κρήτη και τη Κέρκυρα. Στις περιοχές αυτές, οι οποίες είναι και οι πιο αναπτυγμένες τουριστικά, οι συνεδριακοί χώροι είναι πλήρως εκσυγχρονισμένοι και εξοπλισμένοι με τελευταίας τεχνολογίας οπτικοακουστικά συστήματα, που μπορούν να φιλοξενήσουν ακόμα και τις πιο απαιτητικές συναντήσεις.

Συνδυασμένοι με τα ξενοδοχεία πολυτελείας στα οποία είναι εγκατεστημένοι οι χώροι αυτοί, μπορούν να προσφέρουν πλήρεις υπηρεσίες στους συνέδρους, συνδυάζοντας ευκαιρίες για διασκέδαση, ψυχαγωγία και τις πολιτιστικές εξερευνήσεις. Οι επιδοτήσεις που έχουν δοθεί προς τη κατεύθυνση αυτή έχουν δώσει μεγάλη ώθηση στις επενδύσεις στο συνεδριακό τουρισμό, π.χ. Grecotel, Capsis, Chandris, Intercontinental, Hilton.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ

4.1 Η Παρούσα Κατάσταση

Σταθερή ανάπτυξη παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια ο κλάδος του συνεδριακού τουρισμού διεθνώς, με την Αμερική να κατέχει τη «μερίδα του λέοντος», όσον αφορά στη διοργάνωση παγκοσμίων συνεδρίων, ενώ τελευταία στο «παιχνίδι» μπαίνουν νέοι, προορισμοί, όπως η Κίνα και η Νότιος Αφρική, χώρες οι οποίες στο εγγύς μέλλον εκτιμάται πως θα αποτελούν άξιους «αντιπάλους». Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η Γερμανία, η Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν τις πιο δημοφιλείς συνεδριακές χώρες, ενώ η Ελλάδα φαίνεται πως πρέπει ακόμη να διανύσει αρκετό δρόμο μέχρι να θεωρηθεί υπολογίσιμη δύναμη.

Σήμερα, η Ελλάδα κατέχει μόλις το 1,72% της συνολικής αγοράς, ενώ βρίσκεται στην 22η θέση ανά τον κόσμο στη διοργάνωση παγκόσμιων συνεδρίων. Βεβαίως, επειδή το ποτήρι θα πρέπει να το βλέπουμε μισογεμάτο και όχι μισοάδειο, θα πρέπει να πούμε ότι η χώρα μας βρίσκεται στη 15η θέση παγκόσμια, όσον αφορά στον αριθμό των προγραμματιζόμενων μέχρι το 2017 διεθνών συνεδρίων. Επίσης, θετικά είναι τα στοιχεία του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, βάσει των οποίων αυξημένη σε ποσοστό 81% ήταν η κίνηση των επιβατών που αφίχθησαν τη θερινή περίοδο (Απρίλιος-Σεπτέμβριος 2006) στο «Ελευθέριος Βενιζέλος» με σκοπό τα συνέδρια και τις εκθέσεις.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αποτελεί μία από τις βασικές προτεραιότητες της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας, σύμφωνα, άλλωστε, και με δηλώσεις και σχετικές εξαγγελίες της πρώην υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης Κας Φάνης Πάλλη-Πετραλιά. Στο πλαίσιο αυτό, φαίνεται να «ξεπαγώνει» το θέμα της δημιουργίας του Μητροπολιτικού Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου στην Αθήνα, το οποίο υπολογίζεται ότι θα είναι έτοιμο σε περίπου δύο χρόνια.

4.2 Η Αθήνα ως τόπος διεξαγωγής συνεδρίων

Η Αθήνα αποτελεί έναν προορισμό με πολυμορφικές τουριστικές τάσεις. Οι τουρίστες που επισκέπτονται αυτή τη πόλη έχουν ως σκοπό της επίσκεψής τους, τις διακοπές, την ψυχαγωγία, τη συμμετοχή τους σε συνέδρια και εκθέσεις, την εκπαίδευση, τις αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, χωρίς να ξεχωρίζει ως προορισμός για κάποια

από αυτά, που θα μπορούσε να τη χαρακτηρίζει και να αποτελεί πρωταγωνιστικό ρόλο με διαμορφωμένη εικόνα, τόσο σε εθνικό, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, για μια συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα.

Έτσι, κινείται στα γενικά πλαίσια του αστικού τουρισμού που ως πρότυπο αναπτύσσονται σκοπεύουν στην εξυπηρέτηση των διαφορετικών τουριστικών κινήτρων και αποτελούν μέρος της ευρύτερης υποδομής της πόλης και ως πρότυπο λειτουργεί συντασσόμενος ως προς τις λειτουργίες της πόλης (Κοκκώσης, Τσάρτας 1999: 86).

Τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της Αθήνας διαμορφώνονται από τη συγκρότηση των στοιχείων της προσφοράς (φυσικούς, περιβαλλοντικούς, πολιτιστικούς, ιστορικούς και ανθρωπογενείς πόρους, καθώς και υποδομές και υπηρεσίες) και της ζήτησης (τα κίνητρα και το τύπο οργάνωσης των ταξιδιών), αναφύοντας έτσι τη πολυμορφική της τουριστική δραστηριότητα. Η συμμετοχή της Αθήνας σε Ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο επίπεδο για τη φιλοξενία και την οργάνωση συνεδριακών συναντήσεων είναι μικρή, με κύρια αιτία την ανεπάρκεια σε συνεδριακά κέντρα.

Η παράθεση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που αφορούν την Αθήνα ως τον προορισμό για τη φιλοξενία και την διοργάνωση συνεδριακών δραστηριοτήτων, θα πρέπει σε γενικές γραμμές να τα αναζητήσουμε σε θέματα που αφορούν τις συνεδριακές υποδομές, τις ευκολίες συγκοινωνιακής πρόσβασης, τις δυνατότητες για παράλληλες εκδηλώσεις, καθώς και η συνάφεια του τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου με το περιεχόμενό του.

4.2.1 Πλεονεκτήματα

α) *Συνεδριακά κέντρα.* Δίνεται η δυνατότητα για κάλυψη συμμετοχών μέχρι και 2.000 άτομα σε ενιαίο χώρο. Επίσης οι περισσότεροι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται στο κέντρο (ή γύρω από αυτό) της πόλης και είναι είτε ανεξάρτητοι είτε ενσωματωμένοι σε ξενοδοχεία. Στη δεύτερη περίπτωση μπορούν να προσφέρουν και την εξασφάλιση της διαμονής για τους συμμετέχοντες, όπου ανάλογα με τον αριθμό των συνέδρων και των συνοδών, αλλά και τη διαθεσιμότητα των κλινών του ξενοδοχείου που έχει τη διοργάνωση, θα εξασφαλιστεί η διαμονή τους είτε στο σύνολό τους, είτε μέρος αυτών και οι υπόλοιποι σε κοντινά ξενοδοχεία.

β) Ξενοδοχειακή υποδομή (καταλύματα). Τα ξενοδοχεία της Αθήνας διαθέτουν πολύ καλές υποδομές, τόσο σε επίπεδο προϊόντος (δωμάτια, αίθουσες συνεδρίων), όσο και σε επίπεδο υπηρεσιών, ειδικά στη κατηγορία των 5 και 4 αστερών, ικανά να προσφέρουν διαμονή και να αναλάβουν τη διοργάνωση συνεδρίων. Χωροταξικά, αρκετά από αυτά βρίσκονται στο κέντρο της πόλης και σε ακτίνα από δεκάδες μέτρα έως και 3-5 χιλιόμετρα, ενώ μερικά απέχουν από το κέντρο της πόλης 10-20 χιλιόμετρα. Στην πρώτη περίπτωση δίνεται η δυνατότητα, όταν χρησιμοποιούνται τα παραπλήσια μεταξύ τους ξενοδοχεία για τη διοργάνωση συνεδρίων, να αξιοποιούνται οι διαθέσιμες κλίνες για τη διανυκτέρευση των συνέδρων σε μια απόσταση που διανύεται εύκολα και ευχάριστα με τα πόδια, διευκολύνοντας τις μετακινήσεις τους.

γ) Υποδομή για τη διευκόλυνση των μετακινήσεων στη πόλη. Η ύπαρξη του μετρό και η προγραμματισμένη επέκτασή του στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, η επαναλειτουργία του τραμ καθώς και η δημιουργία του σύγχρονου οδικού δικτύου (Αττική οδός), συμβάλλουν τόσο στην εύκολη πρόσβαση από το αεροδρόμιο προς το κέντρο της πόλης, όσο και στη διευκόλυνση των μετακινήσεων στη πόλη. Ιδιαίτερα, η λειτουργία του μετρό προσφέρει τεράστιες δυνατότητες για γρήγορη, ποιοτική, ασφαλή και προγραμματισμένη μετακίνηση στην Αθήνα, σε σχέση με τα συμβατικά μέσα μεταφοράς (λεωφορείο, ταξί, αυτοκίνητο).

δ) Υποδομή για δυνατότητες ψυχαγωγίας, ξεναγήσεων, επισκέψεων σε θεματικούς χώρους. Η Αθήνα προσφέρει σε πολύ μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα ικανοποίησης πολιτιστικών ενδιαφερόντων, καθώς και για κάθε είδος διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Επίσης, η οργανωμένη τουριστική υποδομή για τις ξεναγήσεις, εκδρομές, περιηγήσεις και επισκέψεις σε θεματικούς χώρους αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, δίνει τη δυνατότητα για τους συνέδρους και τους συνοδούς τους, να αξιοποιήσουν δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο τους σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά τους.

ε) Κλιματολογικές συνθήκες. Από τον Απρίλιο έως και τον Νοέμβριο η Αθήνα προσφέρει άριστες κλιματολογικές συνθήκες για τη διεξαγωγή συνεδρίων, εξασφαλίζοντας στους συνέδρους και τους συνοδούς τους ευχάριστη διαμονή και δυνατότητα πραγματοποίησης επισκέψεων, περιηγήσεων και εκδρομών, τόσο στο χρονικό πλαίσιο του συνεδρίου, όσο και στο πλαίσιο μετά τη λήξη του συνεδρίου, ως ευκαιρία για ολιγοήμερες διακοπές εκμεταλλευόμενοι τον καλό καιρό.

στ) *Η συνάφεια της Αθήνας ως τόπος πραγματοποίησης συνεδρίων.* Υπάρχει συνάφεια της Αθήνας σχετικά με θέματα που το περιεχόμενό τους σχετίζεται με την οικονομία, την κοινωνιολογία, την πολιτική, τον τουρισμό, το πολιτισμό, την ιατρική.

4.2.2 Μειονεκτήματα

α) *Ο χρόνος και η απόσταση.* Η Αθήνα απέχει σε απόσταση και απαιτείται ανάλωση χρόνου και κόστους για τους συμμετέχοντες-συνέδρους από τα κράτη της Κεντρικής Ευρώπης, όπου η Γερμανία, η Γαλλία, η Μεγάλη Βρετανία εκτιμώνται ως οι μεγαλύτερες αγορές επιχειρηματικών ταξιδιών.

β) *Η ποιότητα των υπηρεσιών.* Ορισμένες υπηρεσίες που παρέχονται από τους έμμεσα εμπλεκόμενους οι οποίοι υποστηρίζουν γενικά την ανάπτυξη και τη λειτουργία της τουριστικής δραστηριότητας σε ένα προορισμό, δεν είναι και οι καλύτερες δυνατές με ορισμένες να είναι οι χειρίστες. Για παράδειγμα, η συμπεριφορά των οδηγών ταξί, η καθαριότητα της πόλης, η μόλυνση του περιβάλλοντος, κλπ., είναι κάποια από τα θέματα που αφορούν στο σύνολο την πόλη της Αθήνας, για φιλοξενία ειδικών μορφών τουρισμού, όπως είναι ο συνεδριακός τουρισμός, που αποτελείται από ανθρώπους με υψηλό εισόδημα και μορφωτικό-εκπαιδευτικό επίπεδο, με ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος.

γ) *Η οργάνωση και η υποδομή για μεγάλες διοργανώσεις (παγκόσμια συνέδρια).* Η Αθήνα υστερεί στην ανάληψη μεγάλων διοργανώσεων με συμμετοχή άνω των 2.500 ατόμων. Οι ελλείψεις είναι τόσο σε θέματα οργανωτικά, όσο και σε θέματα υλικοτεχνικής υποδομής για να καλύψει διοργανώσεις σε αυτό το μέγεθος. Υπάρχει έλλειψη ενός μεγάλου (άνω των 2.500 ατόμων) και σύγχρονου συνεδριακού αυτόνομου κέντρου στην Αθήνα, που να δώσει τη δυνατότητα ανάληψης και διοργάνωσης τέτοιων συναντήσεων και επιπλέον δυνατότητα και παράλληλη- ταυτόχρονη, διοργάνωση εκθέσεων, όπως συμβαίνει σε ορισμένα συνέδρια. Για παράδειγμα, συνηθίζεται σε ιατρικά συνέδρια να οργανώνονται εκθέσεις παράλληλα σε παραπλήσιους χώρους από αυτόν των ομιλιών.

δ) *Η διαμορφωμένη εικόνα της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού στη διεθνή αγορά.* Η εικόνα της Αθήνας στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά των συνεδρίων είναι αδύνατη.

Η ευρωπαϊκή και η διεθνής αγορά της ζήτησης δεν τη βλέπουν ως συνεδριακό προορισμό, αφού έχει διαμορφώσει μια εικόνα πολυμορφικού τουριστικού προορισμού.

Αξιολογώντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που αφορούν την Αθήνα ως τον προορισμό για τη φιλοξενία και την διοργάνωση συνεδριακών δραστηριοτήτων, παρατίθενται ορισμένες προτάσεις για τη βελτίωση της τουριστικής ανάπτυξης της πόλης και ειδικότερα της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού. Αυτές μπορούν να διατυπωθούν ως εξής:

- ◆ Ανάπτυξη συνεδριακών χώρων για παγκόσμιες συναντήσεις.
- ◆ Βελτίωση των ξενοδοχειακών μονάδων.
- ◆ Δημιουργία ψυχαγωγικών εκδηλώσεων.
- ◆ Βελτίωση της προβολής και προώθησης του συνεδριακού τουρισμού.
- ◆ Εκπαίδευση στους εμπλεκόμενους στην εξυπηρέτηση και στη διοργάνωση των συνεδρίων.
- ◆ Ανάπτυξη αυτόνομων εκθεσιακών κέντρων.

Τα περιθώρια για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα, είναι μεγάλα, στο πλαίσιο ανάπτυξης μιας νέας στρατηγικής, όπου θα επανεξεταστούν και θα ανασυγκροτηθούν οι οργανωτικές δομές.

4.3 Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών

Στα πλαίσια προώθησης και ανάπτυξης του επιχειρηματικού τουρισμού στη χώρα μας, δρομολογήθηκαν τα πρώτα βήματα για την μετατροπή της αρένας του Tae Kwo Do, σε Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο. Καλύπτοντας μία από τις μεγαλύτερες ανάγκες της πρωτεύουσας, προκηρύχθηκε πρόσκληση ενδιαφέροντος για την εκμίσθωση του δικαιώματος εμπορικής λειτουργίας και εκμετάλλευσης, του προς διαμόρφωση Διεθνούς Συνεδριακού Κέντρου Αθηνών, στην εγκατάσταση Tae Kwo Do.

Η μετασκευή της εγκατάστασης σε συνεδριακό κέντρο, καθώς και η εξασφάλιση της τεχνικής υποστήριξης, συντήρησης και φύλαξης της, αποτελούν επίσης αντικείμενο διαγωνισμού, που προβλέπει την ολοκλήρωση των παραπάνω διαδικασιών μέσω Σύμπραξης Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ).

Η πρώτη φάση του ανοιχτού διαγωνισμού για την εμπορική λειτουργία και εκμετάλλευση του προς διαμόρφωση Διεθνούς Συνεδριακού Κέντρου Αθηνών, έχει ήδη ολοκληρωθεί.

Το νέο συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας, 3.500 έως 5.000 θέσεων, θα παρέχει την δυνατότητα φιλοξενίας μεγάλων διεθνών διοργανώσεων, όπως συνέδρια, διασκέψεις και σεμινάρια, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα της χώρας στο επίπεδο του επαγγελματικού τουρισμού και ελκύοντας ένα αξιόλογο κομμάτι της συνεδριακής αγοράς από όλη την Ευρώπη.



Η συνολική επιφάνεια θα είναι 28.000 τ.μ. σε τρία επίπεδα και θα παρέχει τη δυνατότητα φιλοξενίας μεγάλων διοργανώσεων, όπως διεθνείς συνελεύσεις, συνέδρια, διασκέψεις, επιχειρηματικά σεμινάρια και ημερίδες. Ειδικότερα θα αποτελείται από 3.000 θέσεις σε μία αίθουσα, 2 αμφιθέατρα των 450 θέσεων το καθένα, 800 θέσεις παράλληλης συνεδρίασης, αίθουσα ballroom 1200 ατόμων, χώρους υποδοχής, χώρους υγιεινής, parking, βοηθητικούς χώρους.

Η δημιουργία του αποσκοπεί στην προσέλκυση επισκεπτών υψηλού επιπέδου, τη δικτύωση των ελληνικών επιχειρήσεων με ξένους φορείς και οργανισμούς, την προβολή του επιστημονικού έργου που συντελείται στην Ελλάδα και την τοποθέτηση της Αθήνας στον παγκόσμιο χάρτη του συνεδριακού τουρισμού, μετά και την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων.



Εκτιμάται ότι κατά το πρώτο έτος λειτουργίας τους θα φιλοξενήσει 100 περίπου εκδηλώσεις, ενώ θα ξεπεράσει τις 200 εκδηλώσεις ετησίως μετά το πέμπτο έτος λειτουργίας. Η επισκεψιμότητα υπολογίζεται σε 70.000 συνέδρους κατά το πρώτο έτος λειτουργίας και εκτιμάται ότι θα ανέλθει στις 160.000 ετησίως μετά το πέμπτο έτος. Με βάση τις εκτιμήσεις προσέλκυσης επισκεπτών και συνεπώς κεφαλαίων και συγκριτικά στοιχεία από τη διεθνή εμπειρία, η αναμενόμενη συνολική δαπάνη επισκεπτών (εκτός συνεδρίων /εκδηλώσεων) αναμένεται ότι θα ανέλθει σε πλέον των 60 εκατ. ευρώ ανά έτος, χωρίς να υπολογίζονται σε αυτά τα έσοδα τα οποία προσδοκά το δημόσιο από την εκμετάλλευση του συνεδριακού κέντρου.

Έτσι, η προτεινόμενη σύμπραξη θα λειτουργήσει ως νέα πηγή εσόδων για τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα ευρύτερα και θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας. Το ενδεικτικό προϋπολογιζόμενο κόστος ανακατασκευής και συντήρησης για 25 έτη, σύμφωνα με τα στοιχεία της γενικής γραμματείας ολυμπιακής αξιοποίησης, ανέρχεται σε 56 εκατ. ευρώ σε σημερινές τιμές, μη συμπεριλαμβανομένου του κόστους βαριάς συντήρησης και ασφάλισης, το οποίο υπολογίζεται σε 20% επί του συνολικού προϋπολογισμού του έργου.

Η αποπληρωμή του ιδιωτικού φορέα που θα επιλεγεί θα γίνεται με ετήσιες πληρωμές μετά την έναρξη της λειτουργίας του έργου. Το ύψος των πληρωμών θα εξαρτάται από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών συντήρησης, με βάση τα κριτήρια ποιότητας που θα ορισθούν εκ των προτέρων. Το οριστικό ποσό που θα κληθεί να καταβάλει το δημόσιο θα καθορισθεί από τον διεθνή διαγωνισμό για την ανάθεση του έργου.

Κατά μήκος της ακτής του Νέου Φαλήρου, θα δημιουργηθεί οικολογικό πάρκο, μεταξύ των εκβολών του Ιλισού και του Κηφισού, έκτασης περίπου 160 στρεμμάτων.

Παράλληλα, στο πλαίσιο ανάπτυξης του συνόλου της περιοχής, προγραμματίζεται η κατασκευή κέντρου τεχνών, η δημιουργία νέας Εθνικής Βιβλιοθήκης καθώς και της Όπερας Αθηνών.

4.4 Αξιολόγηση της ελληνικής συνεδριακής αγοράς

Τα οφέλη που αποφέρει ο συνεδριακός τουρισμός στον προορισμό, είτε αυτά είναι οικονομικά, κοινωνικά ή περιβαλλοντικά, είναι διεθνώς αναγνωρισμένα. Γι αυτό και την τελευταία δεκαετία πολλές χώρες που είχαν αναπτύξει το τουρισμό αναψυχής έχουν πλέον στραφεί στη συνεδριακή βιομηχανία και τη προσέλκυση διεθνών εκδηλώσεων. Ανάμεσα σε αυτές συγκαταλέγονται η Ελλάδα, η Ισπανία, η Τουρκία, η Πορτογαλία και μερικές χώρες της Άπω Ανατολής.

Ποιο είναι όμως το μερίδιο που κατέχει η χώρα μας σε αυτόν τον ιδιαίτερα προσοδοφόρο αλλά και ανταγωνιστικό τομέα; Δυστυχώς, οι διεθνείς στατιστικές μας κατατάσσουν σε μια από τις χαμηλότερες θέσεις της παγκόσμιας συνεδριακής βιομηχανίας. Σύμφωνα μάλιστα με το ICCA, Η Ελλάδα βρίσκεται στην 21η θέση για το 2005, πολύ χαμηλότερα από τους άλλους συνεδριακούς προορισμούς της Μεσογείου, όπως η Ισπανία (3η θέση), η Ιταλία (6η θέση) αλλά και τη Πορτογαλία που βρίσκεται στην 20η θέση. Προφανώς η προοπτική των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 δεν στάθηκε ικανή να αυξήσει το μερίδιο της χώρας μας στη διεθνή συνεδριακή πίτα ή, για να το θέσουμε καλύτερα, εμείς δεν εκμεταλλευτήκαμε σωστά αυτή τη μοναδική ευκαιρία που μας δόθηκε.

Γίνεται φανερό ότι η Ελλάδα δεν συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών που έχουν αναπτύξει με επιτυχία το συνεδριακό τουρισμό, είτε με την έννοια του αριθμού των μεγαλύτερου μεγέθους συνεδριακών εκδηλώσεων, όπως καταγράφονται από την ICCA, είτε με την έννοια του μεριδίου της στο παγκόσμιο ή το ευρωπαϊκό σύνολο των συνεδριακών δραστηριοτήτων.

Ειδικότερα, η Ελλάδα φαίνεται να συγκεντρώνει το 1%-2% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την ICCA τα πρόσφατα χρόνια, μέγεθος συγκρίσιμο περίπου μεταξύ άλλων χωρών και με τη Πορτογαλία και το Ισραήλ. Επίσης, φαίνεται ότι από την άποψη του βαθμού εξειδίκευσης στο συνεδριακό τουρισμό, όπως αυτός μπορεί να μετρηθεί από το πηλίκο του μεριδίου μιας χώρας στο

συνεδριακό και το συνολικό τουρισμό, η Ελλάδα, με βάση τα στοιχεία της περιόδου 1996-2005, φαίνεται να κατέχει την τελευταία θέση στην Ευρώπη. Την πρώτη θέση κατέχει η Φιλανδία με δείκτη 8,85 έναντι 0,33 για την Ελλάδα.

Όπως προαναφέρθηκε, η στατιστική πληροφόρηση δεν παρουσιάζει ούτε τη πληρότητα, ούτε την αξιοπιστία που θα επιθυμούσε κανείς. Έτσι η πραγματική εικόνα μπορεί να είναι διαφορετική απ' ό,τι συνάγεται από τους αριθμούς που προαναφέρθηκαν. Ειδικότερα θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η συναγωγή συμπερασμάτων με βάση τα στοιχεία της ICCA, μπορεί να οδηγήσει σε υποεκτίμηση της σχετικής σημασίας του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα για δυο λόγους:

Ο πρώτος αναφέρεται στο γεγονός ότι, σε αντιδιαστολή με αρκετές από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, στην Ελλάδα δεν υπάρχουν οι συνεδριακές εγκαταστάσεις που έχουν την ικανότητα να φιλοξενήσουν με ανταγωνιστικούς όρους τις μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις, στις οποίες περισσότερο αναφέρονται τα στοιχεία της ICCA. Διότι ναι μεν η ICCA συλλέγει στοιχεία και για μικρότερου μεγέθους εκδηλώσεις, αλλά αν κρίνει κανείς από το συνολικό αριθμό των συνεδριακών εκδηλώσεων που αυτή καταγράφει κατά έτος, η καταγραφή των μικρότερου μεγέθους εκδηλώσεων πρέπει να είναι συγκριτικά ελλιπέστερη.

Ο δεύτερος λόγος έχει να κάνει με το γεγονός ότι, συγκρίνοντας τον κατάλογο των μονάδων που διαθέτουν συνεδριακές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, οι οποίες μπορούν να καλύψουν συνεδριακές εκδηλώσεις με αρκετές εκατοντάδες συνέδρους, με τον κατάλογο των ελληνικών μονάδων-μελών της ICCA, διαπιστώνει κανείς ότι πολλές από τις πρώτες δεν είναι μέλη και δεν παρέχουν στοιχεία. Αν και δεν είναι γνωστή η έκταση της μη συμμετοχής αξιόλογων συνεδριακών μονάδων άλλων χωρών στην ICCA, είναι πολύ πιθανόν ότι αυτή θα είναι η μικρότερη απ' ό,τι στην Ελλάδα, ιδίως για τις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης.

Είναι γνωστό ότι στις χώρες αυτές αποδίδεται μεγαλύτερη σημασία στη συμμετοχή στα όργανα του κλάδου, για λόγους που έχουν να κάνουν με τη νοοτροπία και το επίπεδο οργάνωσης. Είναι σαφές ότι δεν είναι δυνατό να εκτιμηθεί το ποσοτικό βάρος των αντίρροπων παραγόντων που προαναφέρθηκαν.

Δύσκολα όμως θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η πραγματικότητα θα μπορούσε να είναι τόσο διαφορετική από εκείνη που προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία, ώστε να αναιρούνται τα εξής βασικά συμπεράσματα:

- ◆ Ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι στη καλύτερη περίπτωση μέτριος, μεταξύ άλλων και λόγω των περιορισμένων δυνατοτήτων προσέλκυσης μεγάλων συνεδριακών εκδηλώσεων, λόγω ελλείψεων και αδυναμιών στη σχετική υποδομή.
- ◆ Ότι σε κάθε περίπτωση οι επιδόσεις μας υστερούν κατά πολύ σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, που έχουν κατορθώσει, είτε να εξειδικευτούν στο είδος, είτε να προσελκύουν πολύ μεγαλύτερους αριθμούς συνεδριακών εκδηλώσεων.
- ◆ Ότι επομένως, οι δυνατότητες βελτίωσης των επιδόσεών μας στη δραστηριότητα αυτή, εφ' όσον βέβαια συντρέξουν και οι κατάλληλες προϋποθέσεις, πρέπει να είναι πολύ αξιόλογες.

4.5 Στη 15η θέση η Ελλάδα ως το 2015

Όσον αφορά τα συνέδρια που έχουν προγραμματιστεί ανά χώρα ως το 2017, σύμφωνα πάντα με στοιχεία της ICCA, η Ελλάδα καταλαμβάνει τη 15η θέση παγκοσμίως, γεγονός που φανερώνει το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη βιομηχανία του συνεδριακού τουρισμού και δημιουργεί θετικές εκτιμήσεις για την ανάδειξη της χώρας ως σημαντικού συνεδριακού προορισμού.

Σημαντική είναι η άνοδος που εμφανίζει η Κίνα και η Νότια Αφρική, σχετικά με τον αριθμό των συνεδρίων που θα φιλοξενήσουν τα επόμενα χρόνια. Οι δυο χώρες φαίνεται να είναι οι ανερχόμενες δυνάμεις της συνεδριακής αγοράς εντείνοντας τον παγκόσμιο ανταγωνισμό στο τομέα αυτό.

Ενδιαφέρον εμφανίζουν στοιχεία μελέτης που διεξήγαγε η Hospitality & Tourism για λογαριασμό του HARCO σχετικά με το βαθμό ικανοποίησης για τις μεσογειακές χώρες ως συνεδριακών προορισμών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, ο βαθμός ικανοποίησης για την Ελλάδα ανέρχεται στο 95%, ωστόσο διαπιστώνεται μια μετριότητα στην αξιολόγηση του συνεδριακού προϊόντος καθώς το μεγαλύτερο

ποσοστό των συμμετασχόντων στην έρευνα επέλεξε την απάντηση «αρκετά ευχαριστημένοι» με πολύ σημαντική διαφορά από την επιλογή «πολύ ευχαριστημένοι». Εντυπωσιακό είναι το ποσοστό ικανοποίησης για την Ισπανία που φτάνει το 100%, ενώ μετά την Ελλάδα ακολουθούν η Πορτογαλία με 92% και η Ιταλία με 91%.

4.6 Προτάσεις για την αναβάθμιση του συνεδριακού προϊόντος στην Ελλάδα (Προοπτικές εξέλιξης)

4.6.1 Τα Convention Bureaus (CVBs)

Η δημιουργία CVB(Convention bureau) ανά την Ελλάδα κρίνεται επιτακτική περισσότερο από κάθε άλλη φορά. Ποιος είναι όμως ο λόγος για τον οποίο όλοι οι επαγγελματίες του συνεδριακού κλάδου επιμένουν στη δημιουργία συνεδριακών γραφείων;

Τα CVB αποτελούν, εκτός από το φορέα παροχής αμερόληπτης πληροφόρησης στους συνέδρους, απόδειξη ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι επαγγελματίες στη διοργάνωση ενός συνεδρίου, από τις υπηρεσίες τροφοδοσίας μέχρι τις μεταφορικές εταιρίες μπορούν να συντονιστούν και να προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο προϊόν.

Γι αυτό έχει διαπιστωθεί ότι η ύπαρξη CVB εμπνέει ασφάλεια και εμπιστοσύνη στους συνέδρους, προσελκύοντάς τους έτσι στο προορισμό. Βέβαια τα CVB δεν μπορούν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά εάν δεν έχουν να προβάλλουν έναν σωστό και άρτια δομημένο προορισμό. Γι αυτό δεν αποτελούν πανάκεια στο πρόβλημα της χαμηλής ζήτησης για διεθνείς εκδηλώσεις στην Ελλάδα. Εάν δεν υπάρχει η κατάλληλη υποδομή, το CVB δεν μπορεί να δράσει ουσιαστικά.

Η χώρα μας δεν προσελκύει μεγάλα διεθνή συνέδρια όχι μόνο λόγω της μη αποτελεσματικής προβολής, αλλά απλούστατα διότι δεν διαθέτει τους ανάλογους συνεδριακούς χώρους για τη διεξαγωγή τους, με εξαίρεση ορισμένα συνεδριακά κέντρα μεγάλης χωρητικότητας στη Ρόδο, τη Κω και την Κρήτη.

Συνεπώς η κατασκευή συνεδριακών κέντρων διεθνών προδιαγραφών αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη προσέλκυση συνέδρων. Χρειάζεται όμως να συνδυαστεί και με τη

δημιουργία ξενοδοχείων πολυτελείας αλλά και με τη διάθεση απευθείας πτήσεων σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας και καθόλη τη διάρκεια του χρόνου.

Η ύπαρξη όλων των παραπάνω είναι εκ των ουκ άνευ προκειμένου να προβληθεί η χώρα μας στη διεθνή αγορά. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη προβολή ενός προορισμού είναι λίγο πολύ γνωστά: συμμετοχή σε εκθέσεις, παραγωγή έντυπου υλικού, χρήση του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών, προσκλήσεις σε καίριους αγοραστικούς φορείς (fam visits).

Τι είναι όμως αυτό που στέφει ορισμένες προσπάθειες προβολής με επιτυχία και άλλες όχι, ενώ χρησιμοποιούνται ακριβώς τα ίδια μέσα; Η διαφορά βρίσκεται στο προσεκτικό σχεδιασμό στρατηγικής μάρκετινγκ και στη σοβαρή έρευνα αγοράς που πρέπει να προηγηθεί αλλά και τις κατάλληλες ενέργειες καθόλη τη διάρκεια της διαδικασίας προκειμένου να υπάρξει θετικό αποτέλεσμα (προετοιμασία, πώληση, follow up). Σαφώς αυτά χρειάζεται να πραγματοποιηθούν από τους κατάλληλους επαγγελματίες, από έμπειρους ανθρώπους του χώρου.

Ένας τομέας που ίσως έχει παραμεληθεί είναι αυτός της τουριστικής εκπαίδευσης. Η εκπαίδευση για το συνεδριακό τουρισμό απαιτεί ειδικά προγράμματα και μαθήματα προκειμένου οι φοιτητές να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν σε αυτή την εξαιρετικά απαιτητική βιομηχανία. Χρειάζεται να συνειδητοποιήσουμε ότι η δημιουργία ακόμη και της καλύτερης συνεδριακής υποδομής δεν θα έχει καμιά αξία εάν δεν μπορούμε να την επανδρώσουμε με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό. Μαθήματα ή σεμινάρια πάνω σε θέματα οργάνωσης συνεδρίων, δημόσιων σχέσεων, προώθησης και μάρκετινγκ εκδηλώσεων, τροφοδοσίας και ψυχαγωγίας, συντονισμού υπηρεσιών, διαχείρισης κρίσεων και παραπόνων είναι απαραίτητα στο κλάδο του συνεδριακού τουρισμού.

Τέλος, η γνώση και η καθοδήγηση που μπορούμε να λάβουμε από τη διεθνή εμπειρία είναι πολύτιμες. Η συνεργασία και η συμμετοχή μας σε μεγάλες οργανώσεις του χώρου, όπως είναι το ICCA, η EFCT, η UIA, μπορούν να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην καθιέρωσή μας ως ανταγωνιστικού διεθνούς προορισμού. Ας μην ξεχνάμε ότι οι χώρες που βρίσκονται στη κορυφή της διεθνούς συνεδριακής αγοράς ξεκίνησαν από χαμηλά και σταδιακά έφτασαν στη θέση που βρίσκονται σήμερα. Θα ήταν καλό να τις συμβουλευτούμε και να αξιοποιήσουμε την εμπειρία τους προς όφελός μας.

Διεθνής Έκθεση Συνεδριακού Τουρισμού EIBTM

Δημιουργία 10 νέων Convention Bureau σε όλη την Ελλάδα

Πέμπτη, 2 Δεκεμβρίου 2010

Τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα και τις θεσμικές αλλαγές που επιχειρεί η πολιτική ηγεσία του **Υπουργείου Πολιτισμού & Τουρισμού**, προκειμένου η χώρα μας να αποτελέσει διεθνή πόλο έλξης, παρουσίασε στη Βαρκελώνη ο υφυπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού κ. **Γιώργος Νικητιάδης**, στο πλαίσιο της Διεθνούς Έκθεσης Συνεδριακού Τουρισμού *EIBTM*.

Στην έκθεση, στην οποία συμμετέχουν μεγαλύτερες επιχειρήσεις διοργάνωσης συνεδρίων, ο κ. Νικητιάδης πραγματοποίησε σειρά επαφών τόσο με επαγγελματίες και φορείς του διεθνούς συνεδριακού προϊόντος όσο και με ξένους δημοσιογράφους. Ειδικότερα, ο υφυπουργός κατά την επίσκεψή του στο περίπτερο του ΕΟΤ, αναφέρθηκε στη δημιουργία μέσα στο επόμενο διάστημα δέκα νέων Convention Bureau σε περιοχές της Ελλάδας όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Κως και η Κέρκυρα πλην της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης όπου ήδη υπάρχουν. Ανακοίνωσε δε και τη δημιουργία ειδικής μικτής επιτροπής, η οποία θα ασχολείται αποκλειστικά με το συνεδριακό τουρισμό της Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στην τουριστική κίνηση ο κ. Νικητιάδης σχολίασε ότι η ελληνική κυβέρνηση αποδίδει πολύ μεγάλη σημασία στον τουρισμό και επεσήμανε ότι "μπορεί να βοηθήσει στην επιβίωση της Ελλάδας από την οικονομική κρίση". Ερωτηθείς για την κατάσταση στη χώρα μας μετά τον μεγάλο διεθνή αντίκτυπο που είχε η προσφυγή της στο μηχανισμό στήριξης τόνισε ότι μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η εικόνα της χώρας άλλαξε και μειώθηκαν οι τιμές, προκειμένου να γίνει πιο ελκυστική ως τουριστικό προϊόν. Μάλιστα ενημέρωσε τους ξένους δημοσιογράφους ειδικότερα για τη μείωση του ΦΠΑ στα ξενοδοχεία γεγονός που αποτελεί σημαντική ανάσα για τους Έλληνες επιχειρηματίες.

Εξέφρασε δε την αισιοδοξία του ότι σύμφωνα με τις εκτιμήσεις που του μεταφέρουν οι διεθνείς Tour Operators για το 2011 θα παρατηρηθεί αύξηση στις αφίξεις τουριστών στη χώρα μας σε ποσοστό πάνω από 5%. "Οι 52 εβδομάδες τουρισμού στην Ελλάδα αποτελούν στόχο μας", επισήμανε κ. Νικητιάδης στους ξένους δημοσιογράφους

σχολιάζοντας ότι στο πλαίσιο της νέας τουριστικής στρατηγικής κάθε εβδομάδα θα σηματοδοτείται και από ένα γεγονός καθώς "θα πρέπει να ξανακερδίσουμε ό,τι χάσαμε", είπε χαρακτηριστικά, από τις αγορές της Βρετανίας και της Γερμανίας και να επενδύσουμε πιο δραστικά στις αγορές της Ρωσίας και της Κίνας.

Τέλος, ο κ. Νικητιάδης στο πλαίσιο της έκθεσης είχε την ευκαιρία να συναντηθεί και να συζητήσει με τους εκπροσώπους των σημαντικότερων εταιρειών διοργανωτών συνεδρίων από όλη την Ελλάδα που συμμετείχαν ως συνεκθέτες στο ελληνικό περίπτερο του EOT. Επισημαίνεται ότι την έκθεση EIBTM επισκέπτονται πάνω από 5.000 hosted buyers από 90 χώρες και υπολογίζεται ότι εφέτος θα πραγματοποιηθούν περισσότερες από 55.000 προγραμματισμένες συναντήσεις.

Πηγή: www.traveldailynews.gr Βίκυ Καραντζαβέλου - Πέμπτη, 2 Δεκεμβρίου 2010

4.6.2 Incentives (Ταξίδια κινήτρων)

Η Αθήνα είναι ιδανική για incentives διότι με δεδομένη την έλλειψη συνεδριακού κέντρου, είναι πιο αποτελεσματικό να φιλοξενεί μικρότερα γκρουπ με μεγάλο budget. Με τη βοήθεια των εγκαταστάσεων του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών και τις πολύ υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακές υποδομές, η Αθήνα έχει τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται πλήρως με παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στις συγκεκριμένες ζητήσεις. Επίσης, τα ξενοδοχεία της Αθήνας, μέλη του Athens Convention Bureau εξακολουθούν να είναι ένα αξιόπιστο και ευέλικτο σημείο.

Τα γκρουπ που ενδιαφέρονται για incentives κυμαίνονται από 50 έως 600 άτομα. Τα γκρουπ που ενδιαφέρονται για συνέδρια κυμαίνονται επί το πλείστον από 800 έως 1500 άτομα, τα οποία είναι μέρη μεγάλων συνεδρίων πολλά από τα οποία είναι 2000- 10000. προέρχονται από τους χώρους της μουσικής, της νομικής, της ιατρικής και της φαρμακοβιομηχανίας, της τεχνολογίας, των καταναλωτικών προϊόντων, της αυτοκινητοβιομηχανίας, της ορυκτολογίας.

Η προέλευση των γκρουπ διαφέρει. Τα μεγαλύτερα σε αριθμό συμμετοχών αλλά και σε διαθέσιμο budget προέρχονται από τη Μ. Βρετανία και τις Η.Π.Α. Δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις αρχαιότητες και τα μουσεία και ειδικά οι Αμερικανοί προτιμούν τα incentive cruising. Απαιτούν υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και ποικιλία.

Αρκετή ζήτηση υπάρχει και από τη Γερμανία. Είναι μεσαίου μεγέθους γκρουπ, υψηλού επιπέδου αλλά με χαμηλότερο budget. Ακολουθεί η Γαλλία και η υπόλοιπη Ευρώπη.

Διεθνής μελέτη της EIBTM 2010

Συγκρατημένα αισιόδοξη η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία για την αγορά MICE

Παρασκευή, 3 Δεκεμβρίου 2010

Η ετήσια έκθεση EIBTM Global Industry Trends and Market Share Report ανακοινώθηκε την Τρίτη 30 Νοεμβρίου κατά τη διάρκεια της διεθνούς έκθεσης EIBTM της Βαρκελώνης. Η έκθεση συντάχθηκε από τον Rob Davidson, Senior Lecturer in Business Travel and Tourism στο Πανεπιστήμιο του Westminster στο Λονδίνο και αναλυτή της EIBTM, περιγράφει τις βασικές τάσεις για την αγορά MICE κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών και παρέχει προοπτικές για το 2011.

Ο Rob Davidson αναφέρει, από τα ευρήματα έκθεσης, ότι "ενώ για το 2010, οι περισσότεροι οικονομολόγοι είχαν διαφωνήσει για το εάν η παγκόσμια ανάκαμψη θα αυξηθεί, θα μείνει στάσιμη ή ακόμη και θα αναστραφεί, τώρα στο τέλος του έτους γίνεται λόγος περί ευνοϊκών προοπτικών για την παγκόσμια ανάκαμψη -αν και αυτή είναι αργή και άνιση. Ωστόσο, οι περισσότεροι δείκτες που αφορούν τη συνεδριακή αγορά δείχνουν βελτίωση των επιχειρηματικών συνθηκών το 2011.

Τα επιχειρηματικά βάρόμετρα το 2010 ανέφεραν ότι ο κλάδος εξακολουθεί με εντατικούς ρυθμούς ανακάμπτει, επισημαίνοντας ότι οι τρέχουσες επιχειρηματικές συνθήκες είναι καλύτερες από ό,τι πριν από ένα χρόνο. Υπάρχει σίγουρα μια σημαντική πλειοψηφία που αισθάνεται αισιόδοξη για το μέλλον".

Τα ευρήματα της έρευνας Διεθνές οικονομικό πλαίσιο - Μεικτή εικόνα, με το 2010 να είναι χρονιά ανάκαμψης - Η παγκόσμια ανάπτυξη αναμένεται να υπερβεί το 4% το 2011 - Η ανάπτυξη εξελίσσεται άνισα ανάμεσα στις αναπτυσσόμενες και τις προηγμένες χώρες - Το ασθενέστερο δολάριο και η ισχυρή ανάκαμψη των αμερικανικών εξαγωγών εξηγούν τα υψηλά επίπεδα επιχειρηματικής εμπιστοσύνης. - Η περιοχή Ασίας - Ειρηνικού έχει ξεπεράσει την ύφεση - Η Ευρώπη είναι διχασμένη- Ελλάδα, Ιρλανδία,

Πορτογαλία και Ισπανία αντιμετωπίζουν δημοσιονομικά ελλείμματα, η Γερμανία και η Γαλλία δείχνουν ανάκαμψη - Οι χώρες BRIC (Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα), παρουσιάζουν υψηλές επιδόσεις διεθνώς - Μέχρι το 2014 οι χώρες BRIC θα αντιπροσωπεύουν το 61% της συνολικής αύξησης της παραγωγής στον κόσμο.

Επιπτώσεις στον τομέα MICE: Τα MPI Business Barometers το 2010 ανέφεραν ότι ο κλάδος εξακολουθεί να ανακάμπτει σταθερά. Η πλειοψηφία (62%) των ερωτηθέντων τον Αύγουστο του 2010 αναφέρουν ότι οι τρέχουσες επιχειρηματικές συνθήκες είναι καλύτερες από ότι πριν από ένα χρόνο. Την ίδια στιγμή, υπάρχει μια σημαντική πλειοψηφία που αισιοδοξεί για το μέλλον, με το 70% των επιχειρήσεων που απάντησαν να προβλέπουν καλύτερες επιχειρηματικές συνθήκες από ό,τι πέρυσι.

Οι τάσεις στην αγορά MICE στην Ευρώπη - Η Ευρώπη εξακολουθεί να κυριαρχεί ως πόλος διεξαγωγής συνεδρίων φορέων και οργανισμών. Οι επτά από τις δέκα χώρες στο top 10 προορισμών MICE είναι ευρωπαϊκές. - Η Carlson Wagonlit Travel σημειώνει ενδείξεις οικονομικής ανάκαμψης στην αγορά MICE - Το 30% των συνεδρίων διοργανώνονται εκτός της χώρας προέλευσής τους (αύξηση 10% από το 2009) - Δημοφιλείς προορισμοί είναι οι Βαρκελώνη, Μαδρίτη, Νίκαια, Παρίσι και Ρώμη - Η μέση δαπάνη ανέρχεται έως τα 175 ευρώ, σε σύγκριση με 150 ευρώ το 2009 - Οι ακυρώσεις μειώθηκαν από το 15 στο 10%.

Η φετινή χρονιά σηματοδοτήθηκε επίσης από τη ραγδαία αύξηση της χρήσης των μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) τόσο από τα συνεδριακά κέντρα όσο και από τα επίσημα Γραφεία Συνεδρίων των χωρών, ως μέρος των στρατηγικών μάρκετινγκ. Αυξητική ήταν επίσης η χρήση μπλογκς, του Facebook και του Twitter, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για να κατευθύνουν σε ιστοσελίδες της αγοράς MICE. Υπολογίζεται ότι μισή μέρα την εβδομάδα αφιερώνεται στην προώθηση συνεδριακών χώρων στα Social Media.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε θεωρητική βάση έχει γίνει γνωστή εδώ και χρόνια στη χώρα μας. Στην πράξη, όμως, τίποτα ουσιαστικό δεν έχει γίνει, αφού το μοντέλο ήλιος – θάλασσα – διακοπές πουλούσε ικανοποιητικά και πάνω σε αυτή τη βάση είχε δομηθεί το τουριστικό προϊόν μας. Η έλλειψη ειδικών υποδομών, που θα επέτρεπαν την ανάπτυξή του δεν ξεπεράστηκε για πολλά χρόνια.

Σήμερα, αν και τόσο οι ιδιωτικοί φορείς και επιχειρήσεις, όσο και το κράτος, τείνουν να κατανοήσουν την αξία και το όφελος, ποσοτικό και ποιοτικό, του επαγγελματικού τουρισμού και επιδίδονται σε ενέργειες και δράσεις που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξή του, είμαστε ακόμα ανώριμοι σε θέματα κυρίως προβολής και προώθησης του προϊόντος «επαγγελματικός τουρισμός», εάν συγκριθούμε με τα διεθνή δεδομένα άλλων ανταγωνιστικών χωρών.

Παράλληλα, η αδυναμία καταγραφής των συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στη χώρα μας, εμποδίζει τη συλλογή αξιόπιστων στατιστικών στοιχείων. Η «πολυπρόθητη νύφη» του επαγγελματικού τουρισμού και ειδικότερα του συνεδριακού τουρισμού, δεν αποτελεί εύκολο στόχο. Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και οι «μνηστήρες» έμπειροι και δικτυωμένοι.

Συμπερασματικά:

§ Η Ελλάδα, έχει αρκετά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξή του, στα οποία έχει τελευταία προστεθεί και το υψηλό αίσθημα ασφάλειας που προσέδωσε η επιτυχής διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και των υπόλοιπων μεταγενέστερων μεγάλων διοργανώσεων που φιλοξένησε η χώρα μας, ενώ ιδιαίτερα ανταγωνιστική είναι και όσον αφορά τις κλιματολογικές συνθήκες.

§ Στην Ελλάδα δεν υπάρχει παράδοση στην κατάλληλη συνεδριακή υποδομή διεθνών προδιαγραφών για να υποδεχτεί μεγάλα συνέδρια και υπάρχει ισχυρή σύνδεση μεταξύ άλλων συνεδριακών χωρών και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, ενώ η διαθεσιμότητα των συνεδριακών χωρών δεν συνδέεται με την

πληρότητα και την εκμετάλλευσή τους. Τα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα είναι λίγα, ενώ πολλά συνέδρια εξυπηρετούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων, εκ των οποίων οι περισσότερες είναι function rooms παρά πιστοποιημένες συνεδριακές αίθουσες.

§ Στη χώρα μας δεν υπάρχουν εκτός Θεσσαλονίκης, Κρήτης, Ρόδου και Κω, συνεδριακά κέντρα που μπορούν να εξυπηρετήσουν μεγάλα συνέδρια. Αν εξαιρέσει κανείς τις ολυμπιακές υποδομές, των οποίων οι χρήσεις δεν έχουν ακόμα διευκρινισθεί, χώρος που θα μπορούσε να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό συνέδρων (άνω των 10.000 ατόμων) είναι το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας (χωρητικότητα 14.500 συνέδρων), χώρος που φυσικά δεν είναι αμιγώς συνεδριακός, αλλά αθλητικός. Φυσικά, υπάρχει και η άποψη που αναφέρει ότι οι περισσότερες ολυμπιακές εγκαταστάσεις θα αναγκαστούν να βγουν προς αναζήτηση συνεδρίων, αφού αυτά αποτελούν μια από τις πλέον πρόσφορες δυνατότητες χρήσης τους.

§ Μελέτες, διεθνής εμπειρία, αλλά και οι τοποθετήσεις αντιπροσωπευτικών επαγγελματικών τουριστικών φορέων, συνάδουν στη διαπίστωση ότι τουλάχιστον η Αθήνα χρειάζεται τη δημιουργία ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου. Ως εκ τούτου, στα πλαίσια προώθησης και ανάπτυξης του επιχειρηματικού τουρισμού στη χώρα μας, δρομολογήθηκαν τα πρώτα βήματα για την μετατροπή της αρένας του Tae Kwo Do, σε Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο. Καλύπτοντας μία από τις μεγαλύτερες ανάγκες της πρωτεύουσας, προκηρύχθηκε πρόσκληση ενδιαφέροντος για την εκμίσθωση του δικαιώματος εμπορικής λειτουργίας και εκμετάλλευσης, του προς διαμόρφωση Διεθνούς Συνεδριακού Κέντρου Αθηνών, στην εγκατάσταση Tae Kwo Do.

§ Ο συνεδριακός τουρισμός απαιτεί ξενοδοχειακή υποδομή υψηλής κλάσης και όχι μόνο διαθεσιμότητα δωματίων. Η Ελλάδα διαθέτει καλή ξενοδοχειακή υποδομή που μπορεί να φιλοξενήσει τέτοιου είδους τουρισμό. Ιδιαίτερα στην Αθήνα πλέον, όπως αναφέρει και η ΕΞΑ, η ξενοδοχειακή υποδομή βρίσκεται σε πολύ υψηλό επίπεδο ποιοτικά και ποσοτικά, συγκρινόμενη ακόμα και με τα διεθνή δεδομένα. Παρόλα αυτά, υπάρχουν περιοχές της χώρας που αποβλέπουν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αλλά τα υψηλής ποιότητας

ξενοδοχεία δεν επαρκούν, ενώ αναπτύσσονται διάφορα καταλύματα που κάθε άλλο παρά κατάλληλα είναι.

§ Ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αφορά στις αεροπορικές συνδέσεις, αφού τήρηση δρομολογίων, αποφυγή εναλλαγών πτήσεων, υπηρεσίες αεροδρομίων, εγγύτητα αεροδρομίων με τον τελικό προορισμό, είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες επιλογής προορισμού. Η Αθήνα και ίσως λιγότερο και η Ελλάδα, με τη λειτουργία του διεθνούς αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος», αποκτά ένα ακόμα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τη διεκδίκηση διεθνών συνεδριακών γεγονότων. Ωστόσο, το πρόβλημα ελλιπούς υποδομής σε αεροδρόμια και δρομολόγια γίνεται ακόμα και καθοριστικής σημασίας ανασταλτικός παράγοντας για περιοχές που κατά τα άλλα διαθέτουν τη δυνατότητα διοργάνωσης μεγάλων συνεδρίων όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Κως.

§ Όσον αφορά σε θέματα γενικότερης υποδομής, η Αθήνα με την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων, βελτίωσε σημαντικά την υποδομή της (δρόμοι, μεταφορές.), η Θεσσαλονίκη προετοιμάζεται να υποδεχτεί το μετρό της πόλης, υπάρχουν όμως πολλά που πρέπει να γίνουν στις υπόλοιπες μεγάλες και μικρότερες πόλεις και νησιά με συνεδριακές δυνατότητες.

§ Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι το κατάλληλα εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Ο βαθμός εξειδίκευσης, αλλά και η πιστοποίηση των εξειδικευμένων υπηρεσιών από τους διοργανωτές μέχρι τα στελέχη κάθε επιπέδου στις υποδομές, αποτελεί σοβαρό θέμα που στη χώρα μας, αλλά και αλλού, δεν έχει λυθεί. Επαγγελματικοί φορείς όπως ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (Σ.Ε.Ε.Ο.Σ.), προσπαθούν να περιχαράξουν τις επαγγελματικές προδιαγραφές του επαγγέλματος των μελών τους, ωστόσο η προσπάθεια αυτή απαιτεί αρκετό χρόνο ωρίμανσης μέχρι να γίνει αποδεκτή από ένα αντιπροσωπευτικό κομμάτι της αγοράς.

§ Στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς, απλές άδειες τουριστικών γραφείων αρκούν για να δηλώσει κάποιος ότι ασχολείται με διοργάνωση συνεδρίων ή incentives.

Με αυτά τα δεδομένα, η μόνη πρακτική λύση που ισχύει στην αγορά είναι η εμπειρία που διαθέτει ο κάθε προμηθευτής υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, η εκπαίδευση και η επιμόρφωση στελεχών τόσο του ιδιωτικού όσο και του κρατικού τομέα, μέσω εξειδικευμένων σεμιναρίων, παρακολούθηση εξειδικευμένων συνεδρίων, και άλλα, είναι απαραίτητα και θα πρέπει να υποστηρίζεται από όλους τους ενδιαφερόμενους στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα.

§ Εν κατακλείδι, ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα, η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί πρώτη προτεραιότητα αφού φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων γειτονικών, ανταγωνιστικών χωρών της Μεσογείου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ø Κραβαρίτης Κ.- Παπαγεωργίου Α.(2007). *Επαγγελματικός Τουρισμός-Οργάνωση συνεδρίων*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Ø [traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) (2010) Βίκυ Καραντζαβέλου - *Πέμπτη, 2 Δεκεμβρίου 2010* <http://www.traveldailynews.gr>
- Ø [traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) (2010) Διεθνής μελέτη της EIBTM 2010 - *Παρασκευή, 3 Δεκεμβρίου 2010* <http://www.traveldailynews.gr>
- Ø Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998). Εισαγωγή στον τουρισμό, Interbooks.
- Ø <http://www.athensconventionbureau.gr>
- Ø Σφακιανάκης Μ., (2000). Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Έλλην.
- Ø Καρδερίνης Ι., 2005. Ο Επαγγελματικός Τουρισμός στην Ελλάδα. Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος 303, Ιανουάριος, σ. 287-293.
- Ø Hellenic Association of Professional Congress Organizers - www.hapco.gr
- Ø Κραβαρίτης Κ., Παπαγεωργίου Αθήνα Ν. Επαγγελματικός τουρισμός ,Interbooks
- Ø <http://www.sete.gr>
- Ø www.greeklimobus.gr (2007). Limo Bus. Ένα κινούμενο συνεδριακό κέντρο. Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος 327, Μάρτιος, σ. 88-89.
- Ø Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ιστορική εξέλιξη – θεσμικό πλαίσιο. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Ø Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (1999). Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό. Εκδόσεις: ΕΑΠ, Πάτρα.