



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων



Πτυχιακή Εργασία

« Συνεδριακός Τουρισμός »



Σπουδάστρια : Γιόφκα Ευαγγελία

AM : 037/11

Επιβ. Καθ. : Κουρτέσας Γ.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2016

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	4
Εισαγωγή	5
Κεφάλαιο 1	6
Επαγγελματικός τουρισμός	6
Ορισμός	6
Διακρίσεις Επαγγελματικού τουρισμού	7
Συνεδριακός τουρισμός	7
Ιστορική αναδρομή	7
Ορισμός	9
Χαρακτηριστικά	9
Διακρίσεις	9
Είδη συνεδριακού χαρακτήρα	10
Κεφάλαιο 2	14
Προετοιμασία και οργάνωση συνεδρίου	14
Οργανωτές – σύνεδροι (ιθύνοντες)	14
Ιθύνοντες – εντεταλμένοι	14
Οργανωτές συνεδρίων	15
Σύνεδροι	16
Φορείς συνεδριακών εκδηλώσεων	16
Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα	17
Φορείς επιχειρησιακού χαρακτήρα	17
Ιδιωτική πρωτοβουλία	18
Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων	19
Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων	20

Προετοιμασία και διεξαγωγή συνεδρίου	21
Τύποι συνεδριακών χώρων	22
Βασικές προϋποθέσεις συνεδριακών χώρων	24
Διευθέτηση συνεδριακών χώρων	25
Διευθέτηση συνεδριακών χώρων με καθίσματα	25
Τύποι συνεδριακών χώρων με καθίσματα	26
Διευθέτηση συνεδριακών χώρων με έδρανα	28
Τύποι συνεδριακών χώρων με έδρανα	29
Διευθέτηση συνεδριακών χώρων με τραπέζια	29
Τύποι συνεδριακών χώρων με τραπέζια	30
Υλικοτεχνική υποδομή (εξοπλισμός)	34
Εξέδρες – αναλόγια	35
Οπτικοακουστικός εξοπλισμός	35
Ανθρώπινο δυναμικό	39
Διακόσμηση συνεδριακών χώρων	40
Ψυχαγωγία συνεδρίων και συνοδών	41
Υποδοχή και αναχώρηση συνεδρίων	42
Αξιολόγηση του συνεδρίου	42
Κεφάλαιο 3	44
Ωφέλη στον τόπο διεξαγωγής	44
Πλεονεκτήματα της χώρας μας ως συνεδριακή χώρα	46
Προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας	47
Συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	51
Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού	52
Επίλογος	53
Βιβλιογραφία – Πηγές	54

Ευχαριστίες

Ο συνεδιακός τουρισμός είναι ένα κομμάτι του τουρισμού που αδιαμφισβήτητα έχει μεγάλο ενδιαφέρον και παραμένει ένας κερδοφόρος παράγοντας για την οικονομία του τουρισμού. Αυτοί οι δύο λόγοι ήταν η κινητήρια δύναμη για την οποία επέλεξα το συγκεκριμένο θέμα ως θέμα πτυχιακής. Εδώ λοιπόν θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου κύριο Κουρτέσα Γεώργιο για την πολύτιμη βοήθεια του στην συγγραφή της εργασίας. Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω κάποιους αρμόδιους φορείς ξενοδοχείων για τις συμβουλές που μου πρόσφεραν όπως επίσης και την οικογένεια μου για την αμέριστη προσοχή και υπομονή που υπέδειξαν σε αυτό τον μακρύ δρόμο των σπουδών μου ώστε να φτάσω αισίως στο τέλος με αυτήν την εργασία.

Εισαγωγή

Στις μέρες μας είναι εύκολο να παρατηρήσουμε ότι η πιο ραγδαία ανάπτυξη της οικονομίας βρίσκεται στον τουριστικό παράγοντα. Η Ελλάδα στηρίζεται στον τουριστικό κλάδο γεγονός που την συντηρεί τα τελευταία 20 χρόνια. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα και την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε δεύτερο επίπεδο.

Ο ίδιος ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας οικονομικός μοχλός για τον τουρισμό γενικότερα. Η διεξαγωγή συνεδρίων στις μέρες μας γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί και τις τοπικές κοινωνίες σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Τα ωφέλη που προκύπτουν είναι πολλά και ευδιάκριτα ενώ οι λόγοι που υπάρχει τόσο ραγδαία ανάπτυξη του συνεδρίου στον Ελλαδικό χώρο είναι μόλις δύο.

Η ραγδαία ανάπτυξη των επιστημών και η βελτίωση σε σχέση με παλαιότερα των μέσων μεταφοράς. Ο πρώτος λόγος επέβαλε την ανάγκη για μαζική εξέλιξη των επιστημών και την συζήτηση διαφόρων επιστημονικών θεμάτων στον ίδιο χώρο από επαγγελματίες του είδους. Ο δεύτερος λόγος, ομολογουμένως λειτουργησε θετικά απέναντι στον πρώτο αφού μας βοήθησε να κερδίσουμε χρόνο.

Σε γενικές γραμμές ο συνεδριακός τουρισμός είναι η κινητήρια δύναμη για την χώρα μας εάν και εφόσον χρησιμοποιηθεί σωστά.

Κεφάλαιο 1

Επαγγελματικός τουρισμός

Ορισμός

Ένας βασικός ορισμός του επαγγελματικού τουρισμού περικλύεται στην παρακάτω φράση :

“ Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ταξιδίων που πραγματοποιούνται με βασική αιτία τους επαγγελματικούς λόγους, δηλαδή την εργασία , και τα οποία συνδυάζονται και με άλλες δραστηριότητες (όπως διακοπές, πολιτισμό κλπ) , εξαιρώντας όμως του τοπικού τύπου ταξίδια που πραγματοποιούν οι επιχειρηματίες. ”

Πρόκειται για μία μορφή τουρισμού η οποία γνωρίζει ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης στη χώρα μας αλλά και γενικότερα. Γεγονός που από ότι φαίνεται βασίζεται σε δύο σημαντικούς πυλώνες, στη ραγδαία ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας και στη διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Κάπως έτσι, μεγαλώνει έντονα η ανάγκη για συχνότερες επαφές μεταξύ εργαζομένων του ίδιου κλάδου με σκοπό τις επαγγελματές συνομιλίες.

Συγκεκριμένα, πρόκειται για περιπτώσεις όπου ο εργοδότης (είτε ιδιωτικής φύσεως είτε δημοσίου φορέα) ορίζει κάποιον εργαζόμενο ως βασικό αντιπρόσωπο με σκοπό να ταξιδέψει στον εκάστοτε προορισμό είτε για την προώθηση κάποιου προϊόντος , είτε για την επίσκεψη σε κάποια έκθεση ή ακόμη και για την βράβευση του λόγω άριστων επιδόσεων. Η συγκεκριμένη στάση έχει σχεδόν ως αποτέλεσμα ο συμμετέχων να βοηθά οικονομικά τον τόπο που τον φιλοξενεί βάσει του χρόνου που διαθέτει και του ανάλογου ποσού που μπορεί να δαπανήσει.

Διακρίσεις επαγγελματικού τουρισμού

Οι τέσσερις βασικές μορφές που επαγγελματικού τουρισμού αναφέρονται ως εξής :

- A. Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tour)
- B. Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism)
- C. Τουρισμός κινήτρων (motivation tourism)
- D. Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι (business travels)

Εμείς θα επικεντρωθούμε περισσότερο στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού το οποίο καλύπτει μεγάλη μερίδα της τουριστικής αγοράς διεθνώς αλλά και στα ελλαδικά σύνορα.

Συνεδριακός τουρισμός

Ιστορική αναδρομή του Συνεδριακού Τουρισμού

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι η γεννήτρια του Συνεδριακού τουρισμού είναι η Ελλάδα και συγκεκριμένα η Αθήνα. Βάσει ιστορικών ερευνών τα πρώτα συνέδρια έλαβαν μέρος στην αρχαία Αθήνα με την ορολογία “ Συμπόσια ” . Τα συμπόσια πραγματοποιούνταν στην αίθουσα του εκάστοτε σπιτιού που λεγόταν αίθουσα “ ανδρών ” .

Κάθε συμπόσιο αποτελούνταν από δύο βασικά μέρη : το “ δείπνον ή σύνδειπνον ” και τον “ πότο ”. Στο πρώτο μέρος οι συμποσιαστές λάμβαναν ένα σύντομο και λιτό δείπνο ενώ στο δεύτερο μέρος άφηναν το ποτό (νερωμένο πάντα) να ρέει άφθονο. Βάσει του δεύτερου μέρους προήλθε και η ονομασία των συμποσίων (συν + πίνειν).

Όσων αφορά την παρουσία των γυναικών στο χώρο την ώρα της διεξαγωγής του συμποσίου οι αναφορές είναι ελάχιστες. Είναι σαφές ότι η παρουσία τους ήταν σχεδόν απαγορευτική.

Τα συμπόσια που είχαν άλλωτε δημόσιο ή ιδιωτικό χαρακτήρα αφορούσαν κυρίως τα εύπορα κοινωνικά στρώματα. Καθένα από αυτά τελούνταν εν όψει κάποιου γεγονότος. Με τον ερχομό κάποιου συγγενικού προσώπου στο σπίτι, εξ' αιτίας κάποιας κοινωνικής εκδήλωσης στη πόλη ή λόγω κάποιου αθλητικού γεγονότος. Οι φιλοσοφίες και οι ανταλλαγές απόψεων δεν έλλειπαν από τον χώρο των “ ανδρών ” , οι οποίοι απολάμβαναν τις συζητήσεις ξαπλωμένοι στα ανάκλινα πίνοντας “ κεκραμένον οίνον ” .

Με την πάροδο του χρόνου έχουμε την εμφάνιση των “ Αμφικτυονιών ” . Πρόκειται για μία μεταγενέστερη μορφή των συμποσίων η οποία όμως έχει και αυτή ως βάση την αρχαία Ελλάδα. Βάση ιστορικών πηγών, οι Αμφικτυονίες ήταν θρησκευτικές οργανώσεις στις οποίες οι κάτοικοι γειτονικών περιοχών συμμετείχαν και συζητούσαν θέματα σχετικά με το ναό και διάφορα θέματα που αφορούσαν τις σχέσεις και τις διαφορές μεταξύ των πόλεων. Σιγά σιγά, χωρίς να χάσουν το θρησκευτικό τους χαρακτήρα, οι αμφικτυονίες έγιναν θεσμοί και κάποτε ομοσπονδίες πόλεων-κρατών. Τόπος συνάντησης των συντελεστών ήταν πάντα κάποιος ιερός χώρος με επιτρεπτό όριο αντιπροσώπων δύο κάθε φορά από κάθε πόλη-κράτος. Ο ένας λεγόταν «πυλαγόρας» και ο άλλος «ιερομνήμονας». Δύο φορές το χρόνο συνεδρίαζαν και κάποτε οι αποφάσεις τους ήταν τόσο σοβαρές, που γίνονταν νόμοι, οι οποίοι ρύθμιζαν σχέσεις κρατών με πανελλήνια αισχύ.

Κάποια χρόνια αργότερα και συγκεκριμένα στον Μεσαίωνα χρονολογείται η επόμενη αναφορά σε κάποιου είδους συμποσίου , στη “ Σύγκλητο ” . Η Σύγκλητος ήταν η συνεύλευση στην οποία επιφανείς και πλούσιοι πολίτες λάμβαναν μέρος με σκόπο να πάρουν σημαντικές αποφάσεις για το μέλλον της πολιτείας. Η Σύγκλητος και οι Αμφικτυονίες ίσως να είχαν πολλά κοινά όμως η μόνη διαφορά τους ήταν ότι στην πρώτη γινόταν πλέον λόγος μόνα για θέματα της πολιτείας χωρίς να υπάρχει αναφορά στο θρησκευτικό στοιχείο.

Στην εποχή μας , η ανάγκη για ανταλλαγή απόψεων από ανθρώπους του ίδιου κλάδου δημιούργησε τον “ θεσμό ” των συνεδρίων. Αυτός με την σειρά του έδωσε ώθηση ώστε τα συνέδρια να είναι η αιτία για την οποία άνθρωποι από διαφορετικές χώρες να

σπαταλούν χρόνο και χρήμα για να βρεθούν στον ίδιο χώρο με ομότεχνούς τους, δημιουργώντας έτσι τον συνεδριακό τουρισμό.

Ορισμός του συνεδριακού τουρισμού

Σύμφωνα με τον κ. Κραβαρίτη ο συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ως εξής :

“ Πρόκειται για οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση – συνέδρων, ομιλητών ”

Χαρακτηριστικά συνεδριακού τουρισμού

Ο συνεδριακός τουρισμός διαθέτει πολλά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που τον κάνουν να διαφοροποιείται από τις υπόλοιπες μορφές επαγγελματικού τουρισμού. Για την ευκολότερη κατανόηση του συγκεκριμένου είδους τουρισμού , η ανάλυση αυτών των γνωρισμάτων είναι απαραίτητη προκειμένου να οριοθετηθεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργούν οι εκδηλώσεις του. Το συμπέρασμα της όλης διαδικασίας μας παρουσιάζει τις διακρίσεις του συνεδριακού τουρισμού.

Διακρίσεις συνεδριακού τουρισμού

Οι τύποι των συνεδρίων (γίνεται αναφορά στο επόμενο κεφάλαιο) διακρίνονται και χωρίζονται με βάση κάποια κριτήρια :

- A. Το μέγεθος :** Διάκριση ανάλογα με τον αριθμό των ανθρώπων που δηλώνουν συμμετοχή σε κάποιο συνέδριο.

- B. Τη χρονική διάρκεια :** Δεύτερος τύπος διάκρισης είναι αυτός της χρονικής διάρκειας που έχει ένα συνέδριο. Διαφορετικό νόημα έχει ο όρος “*ημερίδα*” που μπορεί να έχει ισχύ έως δύο μέρες από την έκφραση “*συνέδριο*” που σίγουρα την ξεπερνά σε διάρκεια.
- C. Τον σκοπό / στόχο :** Η κατανομή των συνεδρίων με άξονα τον σκοπό / στόχο είναι επίσης ευρέως διαδεδομένη για τον διαχωρισμό των τύπων των συνεδρίων. Για παράδειγμα, όταν ο σκοπός είναι η προώθηση πωλήσεων στους υπευθύνους διάθεσης τότε πρόκειται για μία “*παρουσίαση προϊόντων (sales presentation)*” και όχι για κάποια ημερίδα.
- D. Τη συχνότητα :** Η συχνότητα ενός συνεδρίου , κατα πόσο συχνά δηλαδή αυτό επαναλαμβάνεται ορίζει και τον τύπο του.
- E. Το αντικείμενο :** Το θέμα του. Το συνέδριο αποτελείται πάντοτε από κάποιο κεντρικό θέμα πάνω στο οποίο θα ακολουθήσει εκτενής αναφορά. Έτσι το θέμα του ορίζει και τον τύπο του (πχ επιστημονικό συνέδριο, περιβαλλοντική ημερίδα κλπ κλπ) .
- F. Την αυτοτέλεια :** Σε αυτό το σημείο η συγκεκριμένη κατηγορία χωρίζεται σε δύο κατηγορίες . Η πρώτη περιλαμβάνει τα συνέδρια που οργανώνονται και πραγματοποιούνται ανεξάρτητα με συγκεκριμένο θέμα και χώρο, και δεν αποτελούν τμήμα κάποιας ευρύτερης δραστηριότητας, τα αυτοτελή συνέδρια δηλαδή. Αντίθετα, η δεύτερη αναφέρεται σε μη αυτοτελή συνέδρια , τα οποία αποτελούν επομένως ένα τμήμα μιας ευρύτερης δραστηριότητας.
- G. Τον φορέα :** Τελευταία διάκριση είναι αυτή του φορέα που αναλαμβάνει να οργανώσει το συνέδριο. Θα υπάρξει εκτενής αναφορά σε άλλο κεφάλαιο.

Είδη συνεδριακού χαρακτήρα

Παρακάτω παραθέτονται τα είδη που αφορούν εκδηλώσεις συνεδριακού χαρακτήρα

Συνέδρια :

Πρόκειται για την προγραμματισμένη συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και κοινή ιδιότητα, με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη ενός κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων. Βασική προϋπόθεση για την επιλογή του θέματος είναι οι άνθρωποι που συμμετέχουν στο συνέδριο να κατέχουν κάποια κοινή ιδιότητα. Μπορεί αυτό δηλαδή να αφορά την επιστήμη, εμπόριο, την πολιτική κλπ. Τα περισσότερα συνέδρια πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, συνήθως ετήσια. Κατά κανόνα, περιλαμβάνει ένα κυρίως συνέδριο, όπου συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι από μικρότερα συνεδριακά τμήματα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου. Για το κυρίως συνέδριο απαιτείται μια ειδική διαμορφωμένη αίθουσα ή αμφιθέατρο, όταν πρόκειται για μεγάλα συνέδρια. Για τις συνεδριάσεις επιτροπών απαιτούνται μικρότεροι χώροι διαμορφωμένοι ανάλογα. Στις Η.Π.Α. χρησιμοποιείται ο όρος “ convention ” ενώ στην Ευρώπη ο όρος “ congress ” και οι δύο είναι σχεδόν συνώνυμοι. Σχεδόν γιατί το “ congress ” χρησιμοποιείται περισσότερο για διεθνή συνέδρια.

Διασκέψεις – Συνδιασκέψεις :

Κατά τον αγγλικό ορισμό “ conference ” οι δύο παραπάνω έννοιες δεν διαφέρουν ιδιαίτερα από τα συνέδρια. Πρόκειται για συνώνυμους όρους με την μόνη διαφορά ότι οι διασκέψεις περιλαμβάνουν συζητήσεις σε μεγάλη διάρκεια και η ενεργή συμμετοχή των συμμετεχόντων σε αυτές κρίνεται απαραίτητη. Διασκέψεις-συνδιασκέψεις συναντάμε σε τοπικό, περιφερειακό,εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Συνελεύσεις :

Χρησιμοποιούμενος όρος για την ολιγομελή συνάντηση δύο μικρών τμημάτων συνήθως αναφερόμενοι σε επιχειρήσεις. Ο όρος αυτός περιγράφει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληγνωριμίας ανάμεσα στους μετόχους και το Διοικητικό μιας επιχείρησης. Πολλές φορές αναφέρετε και στις συναντήσεις μεταξύ συνδικαλιστικών οργανώσεων.

Συσκέψεις :

Γνωστές και ως συσκέψεις στρογγυλής τραπέζης , τα “ round table conferences ” πραγματοποιούνται απο φορείς επιχειρησιακού και μη τομέα. Λίγα και ισότιμα άτομα σε τακτά διαστήματα συμμετέχουν σε συκέψεις και καθοδηγούνται από κάποιον πρόεδρο με σκοπό να καταλήξουν σε ένα επικερδές συμπέρασμα.

Διαλέξεις – Ομιλίες :

Διάλεξη ορίζεται ως η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος χρήζοντας ως ομιλητή έναν ειδικό στον τομέα του. Η παρουσίαση του θέματος φυσικά είναι απόλυτα δομημένη. Η συζύτηση με τους ακροατές στο τέλος είναι προαιρετική ενώ το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει. Σε αντίθεση με τις διαλέξεις, οι ομιλίες είναι πιο εύκαμπτες για το κοινό και παρουσιάζονται με λιγότερη επισημότητα.

Ημερίδες :

Πρόκειται για ημερίσιες συναντήσεις που συνήθως συγκαλούνται με σκοπό να γίνει εορτασμός κάποιου γεγονότος. Κομμάτι των ημερίδων είναι και οι χαιρετιστήριες ομιλίες ή διαλέξεις. Πολύ συχνά τις συναντάμε ως “ συνέδριο - ημερίδα επιστημονικών ενόσεων ” καθώς για τον φορέα είναι ημέρα επετείου ή “ γεννέθλια ημέρα ” .

Forum (Φορουμ):

Φόρουμ ή forum είναι σε γενικές γραμμές ένα μέρος με μία συγκεκριμένη φιλοσοφία: συγκεντρώνονται διάφοροι άνθρωποι σε αυτό με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων ή την απόκτηση γνώσεων από άλλους ανθρώπους, με τη μορφή της συζήτησης και του διαλόγου. Για να μπορεί να συμμετέχει κάποιος στις συζητήσεις ενός φόρουμ, θα πρέπει να "πιστοποιηθεί" ή να δηλώσει ταυτότητα, ώστε να ξέρουνε και οι άλλοι ότι είναι "άξιος" να συμμετέχει. Χαρακτηριστικό γνώρισμα των φόρουμ είναι ότι η συζήτηση που επακολουθεί είναι συνήθως κατευθυνόμενη. Το ακροατήριο παίζει σημαντικό ρόλο επίσης με ερωτήσεις που υποβάλλονται για να υπάρξουν στοχευμένες απαντήσεις.

Συμπόσια :

Οι ομοιότητες του φόρουμ με τα συμπόσια είναι πολλές. Το μόνο που αλλάζει στον ορισμό των συμποσίων στις μέρες μας είναι ότι ο τρόπος διδασκαλίας της “ πνευματικής τροφής ” είναι πιο επίσημος από ότι στα φόρουμ.

Σεμινάρια :

Συνήθως είναι γνωστό ότι τα σεμινάρια έχουν επιμορφωτικό στόχο ή σκοπό με έναν κλασσικό και παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας. Στην πραγματικότητα, τα σεμινάρια παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά με τα συμπόσια και τα φόρουμ. Η μόνη διαφορά τους είναι ότι οι συμμετοχές στα τελευταία είναι πολυπληθείς ενώ στα σεμινάρια πολύ συγκεκριμένος.

Work shops :

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

Meetings (συναντήσεις) :

Είναι οι συναντήσεις ανάμεσα σε στελέχη επιχειρήσεων χωρίς να έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Αποτελούν τις λεγόμενες “ εταιρικές ” ή “ επιχειρησιακές ” συναντήσεις.

Κεφάλαιο 2

Προετοιμασία και οργάνωση των συνεδρίων

Οργανωτές – σύνεδροι (Ιθύνοντες)

Πρόκειται για υψηλά ιστάμενα πρόσωπα που λαμβάνουν τις βασικές αποφάσεις για την καλή λειτουργία ενός συνεδρίου. Συνήθως μιλάμε για εντεταλμένους του φορέα που διοργανώνει την εκάστοτε εκδήλωση. Αυτούς γενικά τους ονομάζουμε ιθύνοντες ή εντεταλμένους. Οι αρμοδιότητες τους είναι σίγουρα αυξημένες όμως δεν αποφασίζουν πάντα οι ίδιοι για όλες τις τεχνικές διαδικασίες του συνεδρίου. Οι οργανωτές λαμβάνουν αυτόν τον ρόλο. Βέβαια είναι απαραίτητη η συνεργασία ιθυνόντων και οργανωτών καθώς έτσι θα υπάρξει η επίτευξη της επιτυχίας στο 100% .

Ιθύνοντες – εντεταλμένοι

Σε πολλά σημεία των συνεδρίων ο κάθε ιθύνων λαμβάνει μια συγκεκριμένη θέση για τον σκοπό των συνεδρίων και για τον αρμονικότερο τρόπο διεξαγωγής τους βάζοντας φυσικά στοιχεία δικά του σε αυτό.

Προσωπικές απόψεις και στόχοι του κάθε ιθύνοντα περιλαμβάνουν την επιθυμία του να γίνει ευρέως γνωστό το κάθε συνέδριο. Η έντονη “ διαφήμιση ” του συνεπάγεται και με επαφή με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή την αναφορά του μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Social media) . Βέβαια , ανάλογα με το ύφος και το στυλ της κάθε εκδήλωσης ο ιθύνων μπορεί να θέλει απλά να κρατήσει πιο ήπιους τόνους επιδιώκοντας μια πιο “ οικογενειακή ” ατμόσφαιρα. Για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων και την αύξηση της συνοχής τους.

Σπάνιο φαινόμενο είναι το τελευταίο γεγονός. Γενικά, η υπέρμετρη προβολή είναι στοιχείο των ιθυνόντων είτε αυτή απαιτείται από τον φορέα στον οποίο ανήκουν είτε επειδή ζητούν της προσωπική τους αυτοπραγμάτωση μέσω της επιτυχίας ενός συνεδρίου. Μπορούμε να πούμε ότι οι εντεταλμένοι χρησιμοποιούνται λιγάκι και ως

δημόσιες σχέσεις στο κομμάτι των συνεδρίων στοχεύοντας στην ολοκληρωτική επιτυχία.

Οργανωτές συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες.

- A. Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Η συγκεκριμένη επιτροπή αποτελείται συχνά από άτομα μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας. Πρόκειται για εργαζομένους που ασχολούνται με τα συνέδρια και ο φορέας απασχόλησης τους συχνά αναλαμβάνει τέτοιου είδους εκδηλώσεις. Βέβαια είναι γνωστή και ως οργανωτική επιτροπή. Συχνό φαινόμενο είναι και κάποιοι από τους ιθύνοντες να συμμετέχουν σε αυτήν με τιμητικό σκοπό παντά και ίσως σε τυπικό βαθμό, θα λέγαμε.
- B. Οργανωτικές ομάδες συνεδρίων – γραφεία δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας. Είναι ομάδες με επαγγελματικό χαρακτήρα που αποσκοπούν στην τέλεση συνεδρίων και γνωρίζουν καλά το αντικείμενο καθώς είναι ειδικευμένοι σε αυτόν τον τομέα.
- C. Ταξιδιωτικά γραφεία. Λιγότερο συχνά αλλά με έντονη άνοδο τα ταξιδιωτικά γραφεία προσλαμβάνουν εξειδικευμένο προσωπικό ως οργανωτές για την διοργάνωση συνεδρίων. Η εμπειρία των γραφείων αυτών στον συνεδριακό τουρισμό είναι συνήθως μεγάλη. Φυσικά, λόγω του ότι το προσωπικό που προσλαμβάνουν προέρχεται συνήθως από τον κλάδο των δημοσίων σχέσεων το κέρδος στο οποίο στοχεύουν δεν είναι μόνο από την πώληση συνεδριακών πακέτων τουρισμού αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια, λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη-φορέα του συνεδρίου. Οι οργανωτές επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες όσο και οι σύνεδροι διότι ενδιαφέρονται και για τη δική τους προβολή. Οι επαγγελματίες οργανωτές, πρόσθετα ενδιαφέρονται για το κέρδος τους αλλά και για

την καλή τους φήμη, που θα τους επιτρέψει όχι μόνο να διατηρήσουν τον πελάτη-φορέα και στο μέλλον, αλλά στο να αποκτήσουν και καινούριους.

Σύνεδροι

Βασική και πολυπληθέστερη κατηγορία με διαφορά είναι αυτή των συνέδρων. Οι επιθυμίες τους, οι οποίες διαφοροποιούνται ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, την ιδιότητα (με την οποία λαμβάνουν μέρος) και το γεγονός αν συνοδεύονται από τους / τις συζύγους τους καθορίζουν πολλά κομμάτια του συνεδρίου.

Για τους συμμετέχοντες η ιδέα ενός συνεδρίου είναι μία ευκαιρία να αλλάξουν περιβάλλον, να διασκεδάσουν ή ακόμη να κάνουν ένα ταξίδι το οποίο θα περιλαμβάνει κομμάτι της καθημερινότητας τους, δηλαδή τη δουλειά τους. Οι σύνεδροι εκφράζουν έντονα το ενδιαφέρον τους και τον ενθουσιασμό τους για την επιτυχία ενός συνεδρίου κάτι για το οποίο και οι ίδιοι οι ιθύνοντες και οργανωτές δεν δίνουν τόση έμφαση. Παρ' όλα αυτά, το απαραίτητο κομμάτι ενός συνεδρίου που αποδुकνεύεται εξαιρετικά κερδοφόρο είναι αυτό της ψυχαγωγίας. Από μόνη της η ψυχαγωγία στο συνεδριακό ταξίδι είναι η πρόσθετη πηγή εσόδων τόσο για την ξενοδοχειακή μονάδα όσο και για την περιοχή φιλοξενίας.

Τέλος βασιζόμενοι εμπορικά στους συνέδρους και στον αυξημένο αριθμό τους έχουμε μια τεράστια διαφημιστική δύναμη για τον τόπο διαμονής και διεξαγωγής του συνεδρίου. Με το πέρας του συνεδριακού ταξιδιού και τον ντόρο που επέρχεται από την συχνή αναφορά τους σε αυτό που έζησαν έχουμε μία “ mouth to mouth ” διαφήμιση η οποία δεν μας κοστίζει τίποτα αλλά μας προσφέρει πολλά. (marketing through servicing)

Φορείς συνεδριακών εκδηλώσεων

Βασικό και αναπόσπαστο κομμάτι ενός συνεδρίου είναι οι φορείς που το συγκαλούν. Σκοπός τους είναι να φροντίσουν την επιτυχή διεξαγωγή του και την ορθότερη πραγμάτωση του. Κάθε ευθύνη μεταβιβάζεται στον φορέα από τον οποίο κρίνεται η επιτυχία στο αποτέλεσμα. Βέβαια, σε ορισμένες φάσεις των εκδηλώσεων τον

βοηθούν και κάποια εξουσιοδοτημένα όργανα. Οι φορείς διακρίνονται σύμφωνα με κάποια κριτήρια σε φορείς με βάση :

- A. Την υπόσταση τους, από νομική άποψη
- B. Τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους
- C. Το αντικείμενο της δραστηριότητας τους (στόχοι)
- D. Τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας τους.

Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

Οι φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα συνήθως περιλαμβάνουν κρατικής φύσεως οργανισμούς. Τα επιμελητήρια, οι συνδικαλιστικές οργανώσεις, οι κοινωφελείς οργανισμοί και οι διάφορες ενώσεις ανήκουν σε αυτή την κατηγορία φορέων. Πολλές είναι οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται και συνήθως προέρχονται από τον χώρο των σωματείων χωρίς συνδικαλιστικό χαρακτήρα. Γνωστές επωνυμίες αυτού του είδους είναι “ σύλλογος ”, “ εταιρεία ”, “ σύνδεσμος ”.

Φορείς επιχειρησιακού χαρακτήρα

Οι εκδηλώσεις επιχειρησιακού χαρακτήρα αποτελούν μια σημαντική αγορά που συγκεντρώνει μεγάλο ενδιαφέρον. Οι φορείς αυτής της κατηγορίας είναι κυρίως επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα. Πολλές φορές πρόκειται για συνασπισμούς επιχειρήσεων ή ακόμη και για πολυεθνικούς φορείς από την στιγμή που οι δραστηριότητες τους επεκτείνονται και σε χώρες του εξωτερικού. Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών, προδικάζει και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Τέτοιου είδους συναντήσεις συνήθως αφορούν :

- A. Συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα (οργάνωσης, παραγωγής, πωλήσεων κ.λ.π.)

- B. Συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων, όπως διοικητικών
- C. Συμβουλίων, επιτροπών κ.λ.π.
- D. Παρουσιάσεις νέων προϊόντων
- E. Σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα
- F. Συνελεύσεις μετόχων
- G. Συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων

Ιδιωτική πρωτοβουλία

Ο ιδιωτικός τομέας απασχόλησης παίζει μεγάλο ρόλο στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού και του συνεδρίου γενικότερα. Μεγάλο μερίδιο της συνεδριακής αγοράς καταλαμβάνουν τα τουριστικά γραφεία, τα οποία βέβαια είναι επανδρωμένα από μόνο ένα άτομο αρμόδιο για αυτή την δουλειά. Έπειτα τα μεγάλα ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν τμήμα συνεδρίων και εκδηλώσεων κάνουν απευθείας επαφές με τον αρμόδιο διεθνή οργανισμό καλύπτοντας στο 100% την πληρότητα των συνεδριακών αιθουσών τους. Βέβαια, τα ξενοδοχεία αφήνουν εκτός της μεγάλης “πίτας” του κέρδους τους τους tour operators καθώς οι απαιτούμενες επαφές γίνονται από άτομα εντός του ξενοδοχειακού χώρου. Τέλος, είναι συχνό φαινόμενο οι ίδιες οι ενώσεις και οι άνθρωποι που καταρτίζουν τα σωματεία να αναλαμβάνουν οι ίδιοι την διοργάνωση των δικών τους συνεδρίων. Κάτι που δεν φέρει πάντα τα καλύτερα αποτελέσματα.

Στον ελλάδικό χώρο, το κομμάτι των συνεδριακών εκδηλώσεων δεν έχει την απαιτούμενη προσοχή ούτε την ανάλογη βαρύτητα που θα έπρεπε. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την κακή διαφήμιση ή ακόμη και δυσφήμιση του τουριστικού γραφείου που ανέλαβε την εκδήλωση. Σε δεύτερο επίπεδο δημιουργείτε κακή εικόνα για τον τόπο διεξαγωγής του ίδιου του συνεδρίου ή ακόμη και για τον ελληνικό τουρισμό αν μιλάμε με διεθνή μεγέθη.

Αναμφίβολα, η πιο γνωστή και πιο ουσιαστική ανάμειξη συνεδριακού οργανισμού είναι αυτή της HELEXPO – Δ.Ε.Θ. που έχει αναλάβει και έχει βγάλει εις πέρας μεγάλο φάσμα συνεδρίων ακόμη και σε διεθνές επίπεδο.

Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων

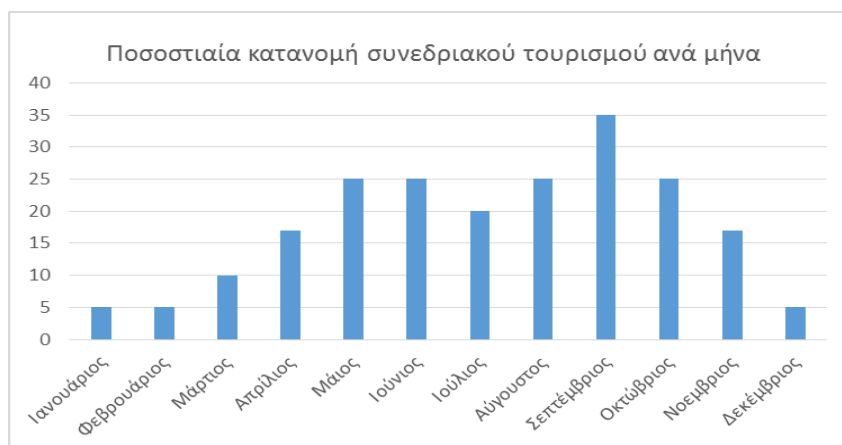
Βασικός γνώμονας διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι η προσέλκυση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού συνέδρων. Κοινώς όσο μεγαλύτερο το κοινό ενός συνεδρίου τόσο μεγαλύτερη και η επιτυχία του. Φυσικά για να υπάρξει μεγάλο κοινό δύο παράγοντες θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη :

$$\text{Επιτυχημένο συνέδριο} = \frac{\text{Σωστή επιλογή κλιματολογικών συνθηκών}}{\text{Σωστή επιλογή τόπου διεξαγωγής του συνεδρίου}}$$

Όσον αφορά το δεύτερο μισό του σκέλους της εξίσωσης , την σωστή επιλογή δηλαδή των κλιματολογικών συνθηκών του τόπου διεξαγωγής μία μικρή έρευνα μας έδωσε διευκρινιστικές λύσεις.

Αρχικά, βάσει του σχεδιαγράμματος φαίνεται ότι ο Σεπτέμβριος είναι ο μήνας των συνεδρίων. Ακολουθεί ο Μάιος με μικρή διαφορά απο τον Ιούνιο, τον Αύγουστο και τον Οκτώβριο. Τελευταίος σαν επιλογή είναι ο Ιανουάριος. Πιθανόν ο Ιανουάριος να εμφανίζει το μικρότερο ποσοστό ζήτησης λόγω της εορταστικής περιόδου που προηγείται. Είναι γνωστό ότι πολλοί άνθρωποι δεν εργάζονται Δεκέμβριο και Ιανουάριο για να βρεθούν κοντά με τα συγγενικά τους πρόσωπα.

Αν ρίξουμε και μία δεύτερη ματιά στο παρακάτω σχεδιάγραμμα οι μήνες με έντονη κινητικότητα είναι αυτοί της άνοιξης και του φθινοπόρου γεγονός που σχετίζεται με τις κλιματιλογικές συνθήκες του τόπου του συνεδρίου. Πρόκειται για δύο εποχές συνυφασμένες με υποφερτές συνθήκες ταξιδιού για τον Ελλαδικό χώρο χωρίς πολυ υψηλές ή χαμηλές θερμοκρασίες.



Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων

Δεύτερος βασικός παράγοντας μιας επιτυχημένης διεξαγωγής ενός συνεδρίου είναι αυτός της επιλογής του σωστού τόπου. Τα κριτήρια που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη είναι πολλά :

- A. Πρώτο και βασικότερο κριτήριο όλων είναι να παρέχεται η απαραίτητη υλικοτεχνική υποδομή από την πλευρά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.
- B. Βάσει του τόπου προελεύσεως των συνέδρων η πρόσβαση στον τόπο διεξαγωγής επιβάλλεται να είναι εύκολη.
- C. Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά, η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον καθορίζει η διάρκεια του συνεδρίου.
- D. Λίγο πιο γενικά, η εικόνα που διέπει την χώρα ή τον προορισμό που διεξάγεται το συνέδριο θα πρέπει να αφήνει μια θετική εντύπωση στον επισκέπτη. Περιοχές γραφικές με πολιτιστική υπόσταση και εμπορική δραστηριότητα συνήθως προτιμώνται από τους φορείς περισσότερο.
- E. Τελευταίος αλλά μείζονος σημασίας παράγοντας είναι και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου.

Τι θα συμβεί όμως αν δύο ή περισσότερα διεθνή συνέδρια πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη; Συνήθως δεν μπορεί να υπάρξει τέτοια πιθανότητα. Αυτό συμβαίνει διότι οι υποψήφιοι χώρες φροντίζουν να επιλέγουν εκ περιτροπής τις πόλεις διεξαγωγής. Ακόμη, αν πρόκειται για εθνικούς φορείς που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν κάποιο συνέδριο με διεθνή εμβέλεια είναι αυτονόητο να επιλέξουν ως τόπο διεξαγωγής μία πόλη στα εθνικά τους όρια.

Πολλές φορές μετά την επιλογή της πόλης έπεται η επιλογή ξενοδοχείου. Στην πραγματικότητα το ξενοδοχείο έχει ήδη επιλεγεί. Η απόφαση για την επιλογή του κρίνεται από την προαναφερθείσα σωστή υλικοτεχνική υποδομή του συνεδριακού ξενοδοχειακού χώρου. Γεγονός βέβαια αποτελεί ότι την τελευταία δεκαετία και τα κρουαζιερόπλοια επιλέγονται ως δημοφιλείς χώροι διεξαγωγής μικρών και μεγάλων συνεδρίων.

Προετοιμασία και διεξαγωγή συνεδρίου

Αναμφίβολα η προετοιμασία ενός συνεδρίου είναι το παν για να υπάρξει η ομαλή και σοβαρή διεξαγωγή του. Ο σωστός προγραμματισμός και ο συντονισμός τόσο των λειτουργικών τμημάτων όσο και της υλικοτεχνικής υποδομής θα πρέπει να λαμβάνετε υπόψη σε αυτόν τον τομέα.

Όταν το ξενοδοχείο αναλάβει τη διεκπεραίωση κάποιου συνεδρίου η ανάλογη μονάδα οργάνωσης του ξενοδοχείου και ο “ convention service manager ” αν αναφερόμαστε σε μεγέθη 5 αστέρων έρχεται σε επαφή με όλα τα τμήματα και φροντίζει να τα συντονίσει. Το ίδιο συμβαίνει και από τον διευθυντή δεξιώσεων σε ένα μεσσαίο ξενοδοχείο όπως και από τον Maître d’ Hotel σε μία ξενοδοχειακή μονάδα.

Σε κάθε περίπτωση όμως τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουν είναι συγκεκριμένα :

- A. Υπογραφή του ιδιωτικού συμφωνητικού μεταξύ πελάτη και ξενοδοχείου το οποίο επικυρώνει την ανάθεση του συνεδρίου στην συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα.

- B. Καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο “ εκδηλώσεων – συνεδρίων ” .
- C. Επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου για να διευκρινισθούν τυχόν ασάφειες.
- D. Γραπτή ενημέρωση όλων των τμημάτων και εκκίνηση του προγραμματισμού και αφού συμπληρωθούν θα επιστραφούν και θα έχουν θέση εντολής κράτησης.
- E. Πραγματοποίηση συσκέψεων με τους υπευθύνους των τμημάτων για ρύθμιση των κενών που προέκυψαν.
- F. Πρόσκληση των οργανωτών και των εκπροσώπων του φορέα για την πραγματοποίηση σύσκεψης στην οποία συμμετέχουν και οι υπεύθυνοι τμημάτων και επαναλαμβάνεται – επιβεβαιώνεται η όλη διαδικασία.
- G. Επίβλεψη και έλεγχος κατά τη διάρκεια του συνεδρίου.
- H. Ρύθμιση της διεξαγωγής και των θεμάτων της τελικής χρέωσης.

Στο θεωρητικό κομμάτι αυτά είναι τα βήματα που πρέπει να γίνουν από πλευράς της ξενοδοχειακής επιχείρησης και του τμήματος των συνεδρίων. Το πρακτικό κομμάτι που περιλαμβάνει τη διαδικασία υλοποίησης αναφέρετε σε επόμενο κεφάλαιο.

Τύποι συνεδριακών χώρων

Οι συνεδριακοί χώροι των ξενοδοχείων είναι αυτοί που συχνά προβάλλονται με φωτοαπεικόνιση στα διάφορα διαφημιστικά έντυπα των ξενοδοχείων. Βάσει αυτών των εντύπων , ο κάθε χώρος καλύπτει συγκεκριμένες ανάγκες. Ο πελάτης που ενδιαφέρεται για κάποιο συνεδριακό χώρο ενημερώνεται από τους υπευθύνους ή κάποιο διαφημιστικό για τις παρακάτω κατηγοριοποιήσεις :

- A. Χώροι συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών κ.λ.π.)
- B. Χώροι εκθέσεων
- C. Χώροι συνεστιάσεων (δεξιώσεων, συγκεντρώσεων, μπουφέ, καλωσορίσματος κ.λ.π.)

Γενικότερα, οι προϋποθέσεις των χώρων των συνεδρίων είναι αρκτές. Κάθε λεπτομέρεια του χώρου συνεδρίασης είναι σημαντική. Οι υπεύθυνοι των εκδηλώσεων θα πρέπει να γνωρίζουν στο εκατό τις εκατό τις διαστάσεις των χώρων, τη χωρητικότητα τους σε άτομα που ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και χρήση του χώρου (οι σύεδροι χρησιμοποιούν μόνο καθίσματα ή και έδρανα-τραπέζια: η συνεστίαση είναι σε στυλ μπουφέ ή απαιτεί πλήρες σερβίρισμα; τι χωρητικότητα προσφέρει η χρήση τετράγωνων και τι στρογγυλών τραπέζιών;). Το σύνολο των παραπάνω και η καλή γνώση του αντικειμένου μπορεί να επιφέρει μεγάλα έσοδα στην ξενοδοχειακή μονάδα. Φυσικά, είναι συχνό φαινόμενο οι οργανωτές ή φορείς να μην επιθυμούν να μοιράζονται τον χώρο με άλλες εκδηλώσεις. Η αποκλειστικότητα είναι αναφέρετο δικαίωμα τους και η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να διαθέτει λύση στο πρόβλημα.

Το «σπάσιμο» μιας διάσκεψης σε ομάδες εργασίας (workshops) αυξάνει την ανάγκη για μικρότερους και περισσότερους χώρους. Ίσως, στην περίπτωση αυτή, αν η λύση των διαχωριστικών των χώρων δεν είναι επιθυμητή από τον πελάτη, θα πρέπει να προτείνεται, εφόσον το μέγεθος το επιτρέπει, η χρήση των πιο εύκολα προσπελάσιμων διαθέσιμων υπνοδωματίων. Οι σουίτες πολλές φορές χρησιμοποιούνται για πολύ μικρού μεγέθους συσκέψεις.

Επιπλέον, αν η εκάστοτε αίθουσα διαθέτει εγκαταστάσεις στις οποίες έχει υπάρξει ένα εξαιρετικά μεγάλο κόστος επένδυσης όπως σταθερή διάταξη θέσεων, οπτικοακουστική εγκατάσταση κλπ είναι σε θέση να οργανώσει ακόμη και διεθνή συνέδρια. Γεγονός που επιφέρει υψηλό κέρδος στο ξενοδοχείο αν υπάρξει και πιθανότητα μονοπωλείου στην περιοχή. Απ την άλλη πλευρά όμως, αν διαθέτουμε μία αίθουσα η οποία μπορεί να μεταβληθεί και να μορφοποιηθεί αυτό από μόνο του μας βοηθά να χτίσουμε πιο σταθερές συνεδριακές συνεργασίες. Πιο απλά, το οικονομικό όφελος μιας τέτοιας αίθουσας είναι μεγαλύτερο καθώς μπορούμε να έχουμε πληθώρα συνεδρίων και περισσότερες επιλογές με λιγότερο κόστος.

Ανεξάρτητα από το γεγονός του κόστους που αφορά την κατασκευή και τον εξοπλισμό ενός τέτοιου χώρου, λαμβάνεται πάντα υπόψη ότι αυτός μπορεί ενδεχόμενα να αποστερήσει τη μονάδα από άλλα τμήματα εκμετάλλευσης (εσόδων). Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία πόλης η ένταξη των μόνιμων συνεδριακών αιθουσών γίνεται συνήθως σε υπόγειους χώρους. Αυτό συμβαίνει γιατί το κόστος της γηπεδικής

έκτασης είναι μεγάλο και οι υψηλοί όροι δόμησης που ισχύουν επιβάλλουν συγκεκριμένα κατασκευαστικά πρότυπα. Ένα από αυτά είναι και η κατακόρυφη ανάπτυξη με αναγκαστική εκμετάλλευση των υπογείων χώρων.

Βασικές προϋποθέσεις συνεδριακών χώρων

Ανεξάρτητα με το προαναφερθές θέμα της μόνιμης ή μη εγκατάστασης η συνεδριακή αίθουσα υποχρεούται να τηρεί τις παρακάτω κατασκευαστικές αρχές :

- A. Σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει:
 - a. το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι του ξενοδοχείου και μη,
 - b. τη δημιουργία πρόσθετων εισόδων-εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από το δρόμο είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (αίθριο, κήπο κ.λ.π.),
 - c. την απρόσκοπτη κυκλοφορία-μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού.
- B. Δημιουργία βεστιαρίων και χώρου φύλαξης, τουαλετών και προθαλάμου (για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής συνέδρων).
- C. Δημιουργία χωλ εισόδου που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς, όπως:
 - a. χώρος συγκέντρωσης και αναμονής,
 - b. χώρος σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών.
- D. Εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με τη δημιουργία των κατάλληλων εισόδων-εξόδων και διαδρόμων.
- E. Πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου.
- F. Πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών.
- G. Κατάλληλη διακόσμηση.
- H. Σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης.
- I. Δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

Διευθέτηση συνεδριακών χώρων

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου γίνεται με καθίσματα, έδρανα, τραπέζια και είναι μέρος μίας εξίσωσης πολλών παραγόντων. Η επιλογή ενός από τους παραπάνω τύπους εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατιθέμενης αίθουσας.

Διευθέτηση των συνεδριακών χώρων με καθίσματα

Βασικό μέλημα είναι οι διατάξεις των χώρων με καθίσματα που θα παρουσιαστούν να διαθέτουν τις παρακάτω διαστάσεις όσον αφορά τους υποχρεωτικούς διαδρόμους προσπέλασης με βάση τον αριθμό συνέδρων :

Άτομα	Πλάτος
< 400	1.20 – 1.60 m.
>400	1.80 – 2 m.

Επιπλέον, είναι υποχρεωτική η χρήση διπλών διαδρόμων σε περίπτωση που απαιτείται διάλογος μεταξύ ομιλητή και συνέδρων.

Όσον αφορά την προτιμώμενη απόσταση μεταξύ των καθισμάτων θα πρέπει να είναι στα 5 εκ. Η απόσταση (απόσταση ενός καθίσματος από εργασία το μπροστινό του) πρέπει να είναι 85cm από κέντρο σε κέντρο καθίσματος. Είναι ευνόητο, όταν χρησιμοποιούνται καρεκλοπολυθρόνες ή πολυθρόνες, το διάστημα θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο από 5cm και να φθάνει στα 8-10cm. Η πρώτη σειρά καθισμάτων θα πρέπει να απέχει τουλάχιστον 1,80m από την μπροστινή πλευρά της εξέδρας ή την πλευρά του τραπεζιού των επικεφαλής.

Τα καθίσματα (και τα τραπέζια) καλό θα ήταν πριν επιλεγούν να διαθέτουν ιδιότητες όπως αντοχή και στερεότητα. Η αποθήκευσή τους θα πρέπει να γίνεται εύκολα και η χρήση τους να είναι ευέλικτη.

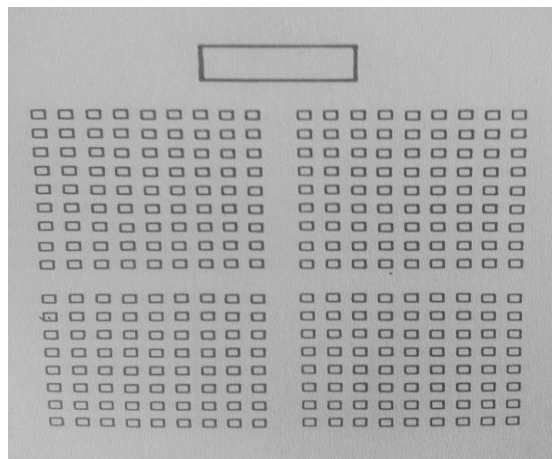
Τα καθίσματα που επιλέγονται διαθέτουν συνήθως τις παρακάτω διαστάσεις :

	Ύψος	Πλάτος	Μήκος
Καθίσματα κυρίως για συνεστιάσεις	43 cm	46 cm	46 cm
Στοιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες *	43 cm	51 cm	51 cm
Αναδιπλώμενες	43 cm	51 cm	51 cm

*Οι στοιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες όπως και οι αναδιπλώμενες πολυθρόνες δεν χαρίζουν κύρος σε μία δεξίωση. Επίσης δεν είναι από τις πιο σταθερές του είδους. Παρ' όλα αυτά κερδίζουν στην εύκολη μεταφορά και αποθήκευση. Καλό θα ήταν έτσι να επιλέγονται με ιδιαίτερη προσοχή από τους υπευθύνους.

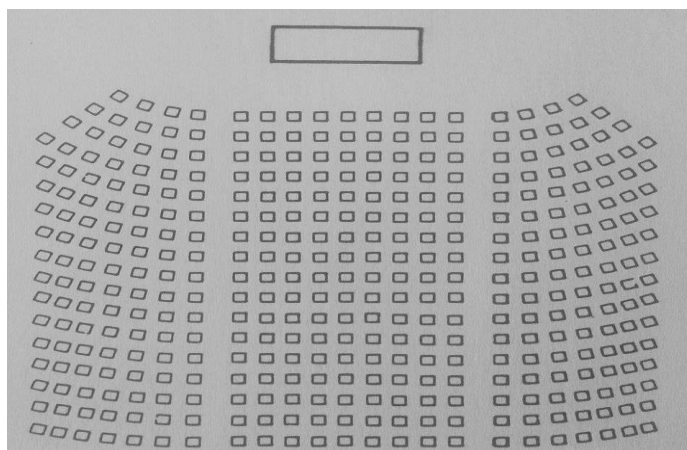
Τύποι συνεδριακών χώρων με καθίσματα

Κλασικός θεατρικός τύπος



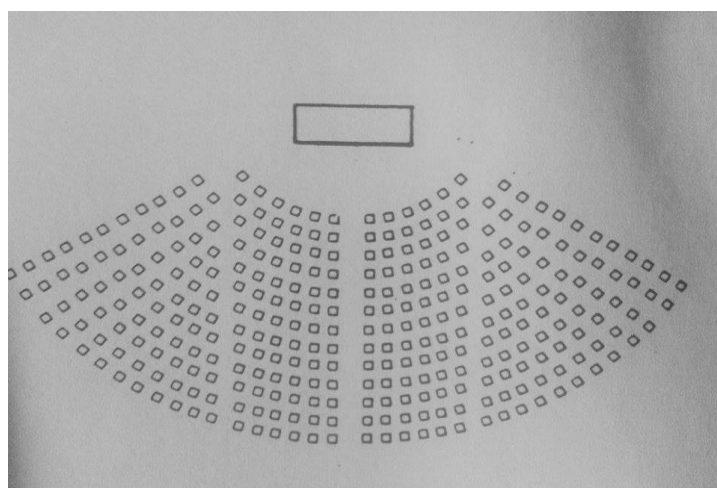
Πρόκειται για τον πιο αναγνωρίσιμο τύπο διάταξης με καθίσματα. Είναι προφανές ότι είναι από τις διατάξεις που δημιουργούνται για μεγάλο εύρος ατόμων. Βασικό στοιχείο είναι να υπάρχει ένα ακριβές κενό από την εξέδρα της τάξεως του 1.80 m που θα επιτρέψει την εύκολη πρόσβαση για όλους.

Ημικυκλικός θεατρικός τύπος



Σύμφωνα με την παραπάνω εικόνα, ο κεντρικός κορμός των καθισμάτων δηλαδή μεταξύ των δύο διαδρόμων προσπέλασης είναι σε ευθεία. Η δεξιά και αριστερή πλευρά των καθισμάτων διαθέτει μια κυρτότητα ενώ οι πρώτες σειρές καλό θα ήταν να απέχουν περίπου στα 3.70 μ. από το κεντρικό έδρανο. Οι διάδρομοι προσπέλασης διαθέτουν κατά ελάχιστα μικρότερο πλάτος από ότι στον κλασικό θεατρικό τύπο. Τέλος διαστήματα και αποστάσεις παραμένουν τα ίδια.

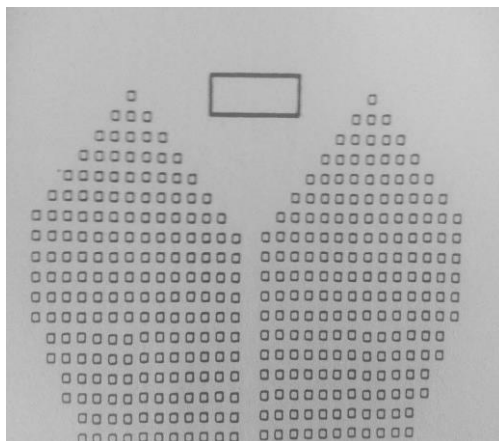
Κυκλικός θεατρικός τύπος



Ο κυκλικός θεατρικός τύπος δεν διαφέρει καθόλου αριθμητικά στις αποστάσεις και τα διαστήματα από τον ημικυκλικό τύπο. Η βασική τους διαφορά είναι ότι η διάταξη γίνεται πιο κυρτή στα δεξιά και τα αριστερά. Επιπλέον η ανάγκη για περισσότερους

διαδρόμους προσπέλασης είναι εμφανής καθώς εδώ παρατηρούμε παραπάνω από δύο.

Διάταξη σχήματος V



Δεν υπάρχει ιδιαίτερη διαφορά από τους παραπάνω τύπους. Ό,τι ισχύει παραπάνω ισχύει κι εδώ μόνο που η απόδοση του μεγαλύτερου αριθμού καθισμάτων είναι λίγο δυσκολότερη.

Διευθέτηση των συνεδριακών χώρων με έδρανα

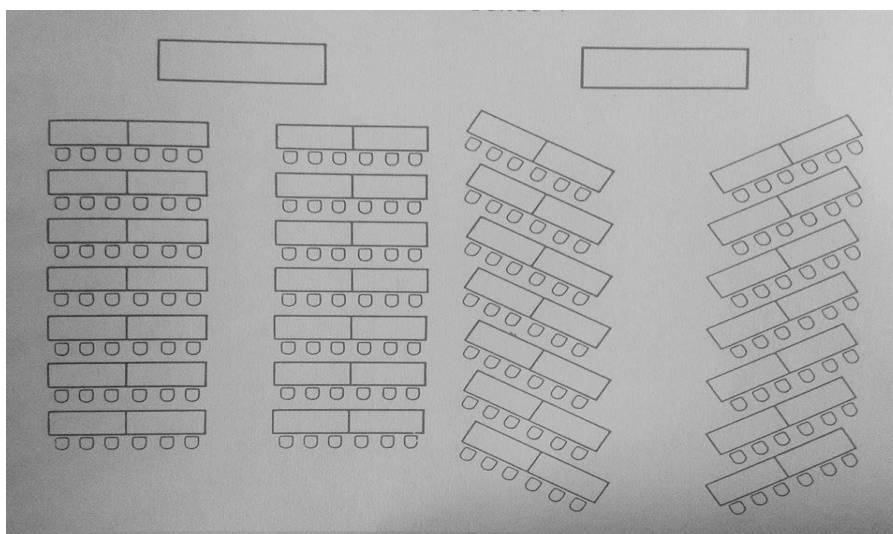
Σε αντίθεση με τα καθίσματα, τα έδρανα παρέχουν περισσότερη άνεση στους συνέδρους. Οι συνέδροι μπορούν να γράψουν κάποια σημείωση παρακολουθώντας το συνέδριο καθώς υπάρχουν μολύβια και μπλοκ σημειώσεων για κάθε άτομο. Ακόμη στα έδρανα τοποθετούνται καράφες νερού και σταχτοδοχεία ανά τέσσερα άτομα. Βέβαια η χρήση των εδράνων δεν είναι η καταλληλότερη για μεγάλα συνέδρια. Η απόδοση του χώρου είναι η μικρότερη δυνατή καθώς χρησιμοποιούνται μόνο από τη μία πλευρά τους. Όπως ακριβώς συμβαίνει και στη διάταξη των εδράνων σε μία σχολική τάξη. Τα μεγέθη που προτιμώνται συνήθως είναι τα εξής :

	Ύψος	Πλάτος	Μήκος
Έδρανα	76 cm	38 – 40 cm	76 cm

Επιπλέον, είναι γνωστό ότι θα πρέπει να τηρείται μια λογική απόσταση 1 – 1,1 m ανάμεσα στις σειρές ενώ η πρώτη σειρά από την εξέδρα θα πρέπει να απέχει περίπου 2,50 – 3,50 m.

Τύποι συνεδριακών χώρων με έδρανα

Κλασσικός τύπος και Τύπος V



Δύο διατάξεις που θυμίζουν έντονα την σχολική διάταξη. Προτιμώνται από μικρές ομάδες ατόμων και γίνονται κυρίως συνέδρια για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Διευθέτηση συνεδριακών χώρων με τραπέζια

Τα τραπέζια, όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων, εξοικονομούν χώρο γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δύο πλευρές τους σε αντίθεση με τα έδρανα. Η χρήση τραπέζιων σε συνέδρια μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και σχετικής οικειότητας. Οι διατάξεις που θα ακολουθήσουν παρακάτω χρησιμοποιούνται κυρίως και για παράθεση γευμάτων – δείπνων. Οι πλάτες των καθισμάτων πρέπει να απέχουν από τον τοίχο ή από οποιαδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1-1,30 μ. , για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους συνέδρους και για τους τραπεζοκόμους. Για κάθε τύπο τραπεζιού υπάρχει και η ανάλογη διάσταση :

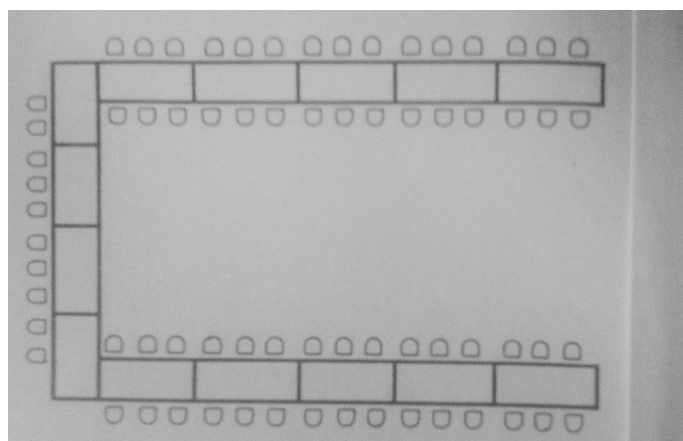
	Ύψος	Πλάτος	Μήκος
Κλασσικό τετράγωνο	76 εκ.	76 εκ.	76 εκ.
Παραλληλόγραμμο	76 εκ.	78 εκ. / 45 – 46 εκ.	76 εκ.

Ενώ για τα στρόγγυλα τραπέζια ισχύει :

Αριθμός ατόμων	Διάμετρος
4 – 8	1,2 μ.
8 – 10	1,5 μ.
10 – 12	1,8 μ.

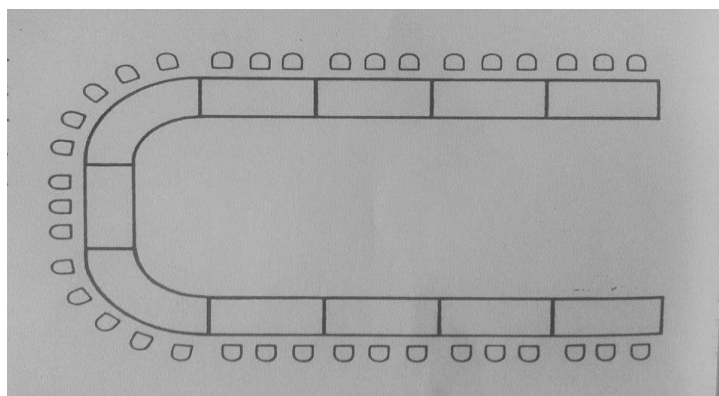
Τύποι συνεδριακών χώρων με τραπέζια

Σχηματικός τύπος Π



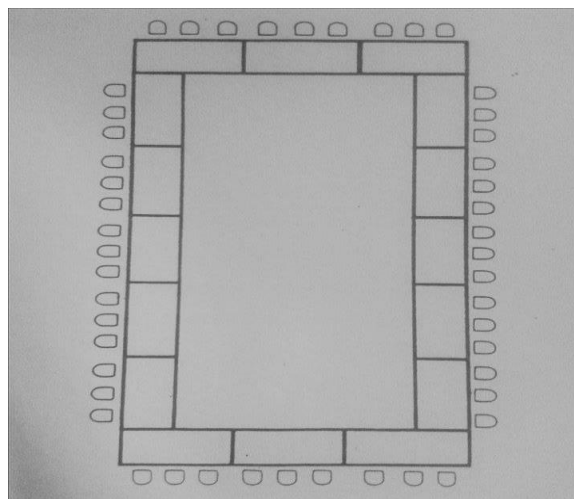
Με διαφορά ο γνωστότερος σχηματικός τύπος. Προτείνεται κυρίως από 60+ άτομα. Κατά μέσο όρο τα 60 εκ. είναι ένα επαρκές χώρος κατ' άτομο. Σημαντική λεπτομέρεια που κάνει βέβαια την διαφορά είναι ότι στην πλευρά των « Κεφαλών » δηλαδή των ομιλητών ή των επισήμων δεν τοποθετούνται καθίσματα στο εσωτερικό αλλά μόνο από την μία πλευρά.

Τύπος πέταλο



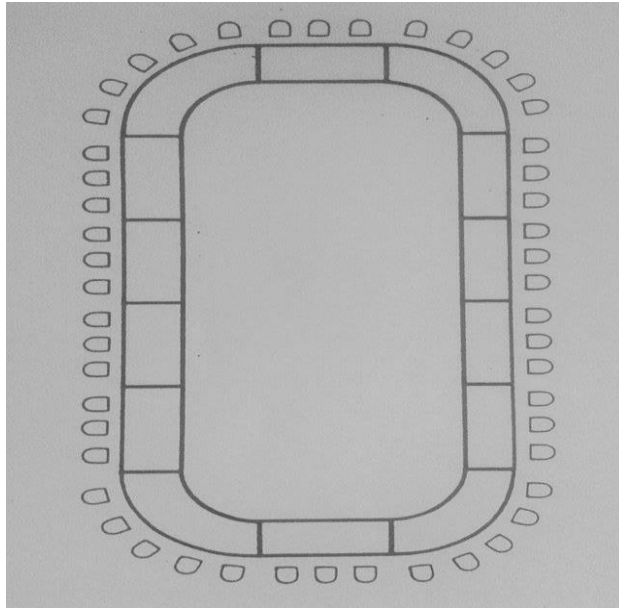
Όπως βλέπουμε και στην εικόνα ο τύπος πέταλο είναι μια μικρή παραλλαγή του τύπου Π. Η χωρητικότητα του είναι επίσης σαφώς μικρότερη περίπου στα 40 άτομα. Επιπλέον, τα τραπέζια των επισήμων που σχηματίζουν γωνία στα δεξιά και αριστερά εδώ αντικαθιστούνται από τραπέζια τύπου σερπατίνας.

Ο τύπος του κλειστού Π.



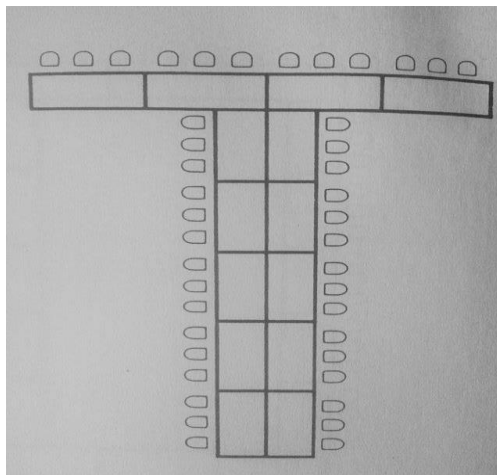
Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα, εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι κεφαλής. Συχνότερη χρήση του έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπέζιων δεν τοποθετούνται καθίσματα.

Ο τύπος κλειστού πετάλου



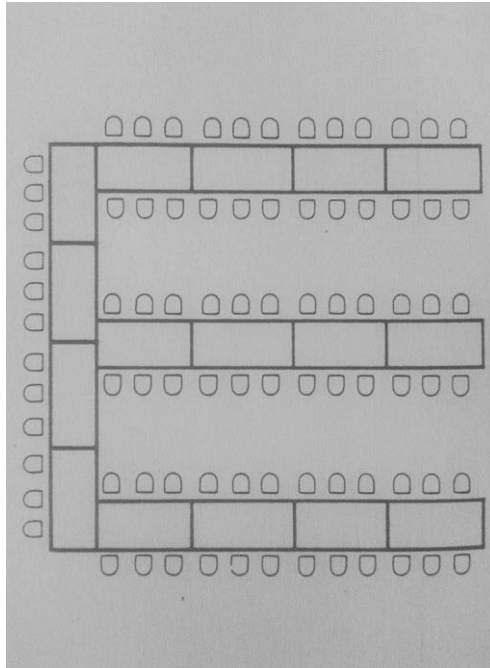
Είναι παραλλαγή του τόπου κλειστού Π, που εξυπηρετεί κι αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες. Διαθέτει ως μέγιστο αριθμό ατόμων τα 50 άτομα.

Ο τύπος T



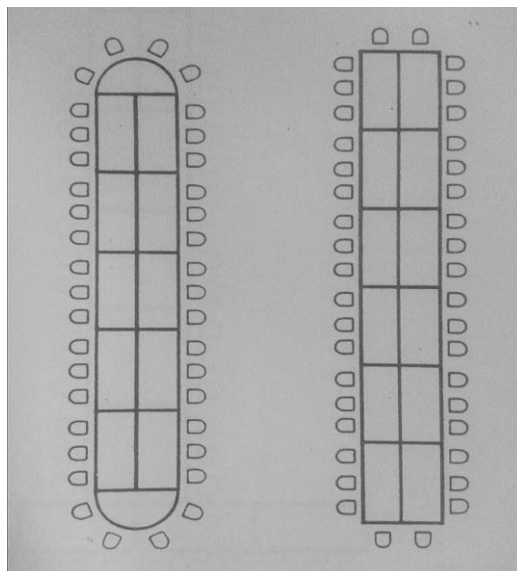
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων. Προφανώς το επάνω τμήμα του T στο οποίο κάθονται οι «Κεφαλείς» διαθέτει καθίσματα μόνο από την μία πλευρά.

Ο τύπος E



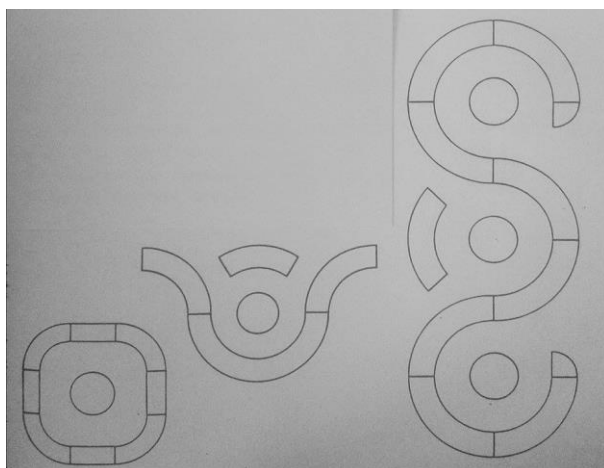
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Είναι γνωστός και ως τύπος « χτένα » με σκοπό την κάλυψη περισσότερων ατόμων. Οι σειρές είναι φυσικά περισσότερες σε αυτήν την περίπτωση. Ακόμη θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο κεντρικός άξονας έχει τοποθετημένα καθίσματα μόνο από την μία πλευρά.

Τύπος I



Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.

Διάταξη με χρήση τραπέζιων τύπου «σερπαντίνας»



Η χρησιμοποίηση τραπέζιων διαφόρων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ. Η χρήση καθισμάτων δεν συνιστάται στον συγκεκριμένο τύπο.

Υλικοτεχνική υποδομή (εξοπλισμός)

Το σημαντικότερο με διαφορά ρόλο παίζει η υλικοτεχνική υποδομή σε ένα συνέδριο ή μία δεξίωση. Ο τρόπος στησίματος της αίθουσας, τα τεχνικά χαρακτηριστικά, οι δυνατότητες που καλύπτει, η χωρητικότητα κλπ είναι κάποιες από τις προϋποθέσεις που θέτονται για να επιλεγεί η αίθουσα από τους αρμόδιους οργανωτές. Σε αυτό στηρίζεται και η εικόνα του φορέα που πραγματοποιεί την εκδήλωση απέναντι στους συνέδρους.

Ο εξοπλισμός χωρίζεται στις παρακάτω κατηγορίες :

- A. Καθίσματα και τραπέζια
- B. Εξέδρες και αναλόγια
- C. Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

Πέραν του πρώτου σκέλους στο οποίο προαναφερθήκαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, μείζουσας σημασίας είναι και τα δύο τελευταία σκέλη για την εδραίωση ενός επιτυχούς συνεδρίου.

Εξέδρες και αναλόγια

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

Τα αναλόγια διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τόποι των αναλογίων που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο (ή εξέδρα) και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο με τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο λαμπτήρα και έτοιμες καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων, που να απολήγουν όταν χρειαστεί σε πρίζες. Οι πίστες χορού, ιδιαίτερα σε αίθουσες που είναι στρωμένες με μοκέτα είναι απαραίτητες. Οι συναρμολογούμενες πίστες αποτελούνται από κομμάτια πλακών που συνδέονται εύκολα και δεν καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην αποθήκευσή τους.

Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

Κύριο στοιχείο για ένα συνεδριακό ξενοδοχείο που συμμετέχει άμεσα στην συνεδριακή αγορά είναι και ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός. Βέβαια, η δαπάνη του σαν πόσο είναι μεγάλη για τον ξενοδοχειακό φορέα και είναι συχνό φαινόμενο να υπάρχουν ξενοδοχεία που δεν διαθέτουν αυτόν τον εξοπλισμό. Οι βασικοί λόγοι είναι οι παρακάτω :

- A. Υπάρχει ελάχιστη συνεδριακή πελατεία και η απόσβεση τέτοιας δαπάνης είναι αμφίβολη.

- B. Η προμήθεια τέτοιου εξοπλισμού, που η τεχνολογική πρόοδος σε ελάχιστα χρόνια τον καθιστά ξεπερασμένο, κρίνεται ασύμφορη.
- C. Δεν υπάρχει ο απαιτούμενος αποθηκευτικός χώρος.
- D. Υπάρχουν πολλές δυνατότητες ενοικίασης εξοπλισμού σε χαμηλές τιμές.

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

Ηχητικά συστήματα

Πρόκειται για τα μικρόφωνα, τις βάσεις τους, ενισχυτές και ηχεία. Όλα αυτά πρέπει να έχουν καλή ποιότητα και να διανέμθουν σωστά στο χώρο για καλή κυκλοφορία του ήχου. Όταν υπάρχει προβολή θα πρέπει να καταβάλλεται μέριμνα ώστε η ένταση του ήχου να βρίσκεται κοντά στην οθόνη, γιατί έχει αποδειχθεί ότι οι άνθρωποι καταλαβαίνουν καλύτερα, όταν εικόνα και ήχος προέρχονται από την ίδια κατεύθυνση. Επίσης, ο έλεγχος των εγκαταστάσεων πριν από τα συνέδριο είναι απαραίτητος.

Φωτισμός

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

Οθόνες προβολής

Είναι απαραίτητες σαν εξοπλισμός. Συνήθως χρησιμοποιούνται αυτές που είναι είτε εντελώς λευκές είτε με αργυρόχρωμη μεταλλική επιφάνεια που τοποθετούνται στον τοίχο. Καλό είναι να αποφεύγονται παρεμφερείς επιλογές όπως, αυτές που τυλίγονται σαν ρολό και τοποθετούνται με τρίποδα καθώς είναι εξαιρετικά δύσχρηστες.

Μηχάνημα προβολής

Υπάρχουν πολλά μηχανήματα προβολής στις μέρες μας που συνδέονται μέσω ενός καλωδίου ή και ασύρματα με κάποιο lap top απ το οποίο γίνεται η προβολή των slide. Μιλάμε φυσικά για τα μηχανήματα προβολής νέας γενιάς που έχουν αντικαταστήσει τα επιδιασκόπια με τα οποία γινόταν η πρώτη προβολή slide. Επίσης , η σύνδεση του (μέσω του lap top) με κάποιο μικρόφωνο ή η αναπαραγωγή μουσικής κάνει πιο ζωντανή και αποτελεσματική την χρήση του.

Κινηματογραφικές μηχανές προβολής

Πρόκειται για εξοπλισμό κάπως παλαιάς κοπής που σπάνια χρησιμοποιείται στα συνέδρια πλέον.

View-graph

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

Video – Τηλεδιάσκεψη

Η χρήση του video έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό γιατί αποτελεί την πιο εύχρηστη και ασφαλή μέθοδο προβολής. Χρησιμοποιείται αυτή η μορφή εξοπλισμού καιρό τώρα και είναι πολυ διαδεδομένη ειδικά σε μεγάλες ομάδες ατόμων. Συχνό φαινόμενο είναι βέβαια και η on – line προβολή του εκάστοτε συνεδρίου σε κάποιο άλλο μέρος του πλανήτη κινηματογραφώντας ταυτόχρονα κάποιον ομιλητή από άλλη τοποθεσία. Κοινώς, είναι ευρείας χρήσης η τηλεδιάσκεψη όπου οι σύνεδροι από

κάποια περιοχή π.χ. στην Ελλάδα παρακολουθούν τον κεντρικό ομιλητή του συνεδρίου από μία πόλη στην Αμερική να μιλά μέσω κάμερας σε αυτούς.

Μεταφραστικές εγκαταστάσεις – καμπίνες

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια. Ο αριθμός των γλωσσών-καναλιών καθορίζει το κόστος της εγκατάστασης αλλά και τη δυνατότητα να αναλάβει το ξενοδοχείο συνέδρια μεγάλων απαιτήσεων.

Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:

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

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

Σύστημα ενδοεπικοινωνίας και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις

Το σύστημα επικοινωνίας περιλαμβάνει μία συσκευή τηλεφώνου ασύρματη συνήθως ή και ενσύρματη που επιτρέπει στον φορέα του συνεδρίου να επικοινωνεί με κάποιον υπεύθυνο του ξενοδοχείου για τυχόν απορίες ή παραλήψεις.

Λοιπής συναφής εξοπλισμός :

- A. Λευκοπίνακας με μαρκαδόρο
- B. Μολύβια, στυλό, μπλοκ σημειώσεων με τη φίρμα της επιχείρησης (folder) .

C. Πίνακας ανακοινώσεων, σε κεντρικό σημείο του ξενοδοχείου, με στόχο την ενημέρωση.

Ανθρώπινο δυναμικό

Η οργάνωση ενός συνεδρίου είναι μία υπόθεση πολυεπίπεδη και έντονου προγραμματισμού. Κομμάτι μίας συνεδριακής εκδήλωσης είναι και το προσωπικό το οποίο αντικατοπτρίζει την έμπυχη πλευρά του εξοπλισμού ενός ξενοδοχείου.

Το ανθρώπινο δυναμικό θα πρέπει να διαθέτει μία εξιδείκευση στο τμήμα των εκδηλώσεων. Το εκάστοτε ξενοδοχείο το οποίο διαθέτει ξεχωριστά τμήμα εκδηλώσεων θα πρέπει να έχει και ένα επιπλέον αριθμό προσωπικού ώστε να καλύπτει τις ανάγκες του. Φυσικά σε περίπτωση που αυτό δεν είναι εφικτό, το ξενοδοχείο και συγκεκριμένα ο υπεύθυνος εκδηλώσεων θα πρέπει να « δανειστεί » προσωπικό από κάποιο άλλο τμήμα. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να διενεργούνται ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης για το προσωπικό, ώστε να ενημερωθεί πλήρως για τη στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθήσει. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι η ψυχή του συνεδρίου. Η απόλυτη συνεργασία, η υπακοή και πειθαρχία, οι συγχρονισμένες κινήσεις, η ταχύτητα και η αγάπη για τη δουλειά αυτή, είναι μερικά από τα βασικά προσόντα που απαιτούνται.

Επιπλέον, καλό θα ήταν να μην παραληφθεί ο ρόλος του διευθυντή σε όλο αυτό. Η σωστή οργάνωση και συνεργασία μεταξύ του διευθυντή και της ομάδας είναι καταλυτική. Ο διευθυντής θα πρέπει να ξέρει ώστε να δίνει σαφείς και σύντομες συμβουλές που να γίνονται εύκολα κατανοητές από την άλλη πλευρά. Αυτό είναι αποτέλεσμα πείρας και συνεχούς εξάσκησης και από τις δύο πλευρές. Η επικοινωνία αυτή είναι απαραίτητη για να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος.

Προσοχή θα πρέπει να δοθεί και στο προσωπικό των τεχνικών που χειρίζονται το συνεδριακό οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Οι τεχνικοί που θα επιληφθούν τον εξοπλισμό επιβάλλεται να έχουν άμεση επαφή με το αντικείμενο της ηχοληψίας. Η εξοικείωση τους με αυτό αλλά και η χρόνια ενασχόληση τους θα είναι τα βασικά χαρακτηριστικά για να επιλεγούν. Σαφώς αν το ίδιο το ξενοδοχείο δεν διαθέτει οπτικοακουστικό εξοπλισμό αλλά ενοικιάζει από κάποιο γραφείο θα πρέπει να τονίσει την αμέριστη προσοχή των τεχνικών σε αυτό.

Τέλος, μία ακόμη κατηγορία ανθρώπινου δυναμικού είναι αυτή που θα εξυπηρετεί τον οργανωτή τροφοδοτώντας τον με προσωπικό όπως συνοδοί, ξεναγοί, διερμηνείς. Στην ουσία πρόκειται για μόνιμους συνοδούς που θα ακολουθούν τους συνέδρους παντού. Όμως όπως είναι λογικό μία τέτοια ομάδα επαγγελματιών είναι κάπως αδύνατο να υποστηριχτεί οικονομικά και χρονικά, ακόμη και από την μεγαλύτερη ξενοδοχειακή μονάδα. Όταν μάλιστα απαιτείται εξειδικευμένη εκπαίδευση, άπταιστη γνώση ξένων γλωσσών ή και χειρισμού υπολογιστή ενώ συγχρόνως αυτοί οι ειδικοί γνωρίζουν τους χώρους και τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Οι συνοδοί που καθοδηγούν και συνοδεύουν τους συνέδρους, σύμφωνα με το πρόγραμμα τους, θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την περιοχή και να είναι σε θέση να τους ενημερώνουν και να τους πληροφορούν σωστά. Η καλή εμφάνιση τους καθώς και η άριστη συμπεριφορά τους θεωρούνται απαραίτητα. Αρκετές μονάδες με μεγάλο κύκλο εργασιών που αφορά συνέδρια προσλαμβάνουν για όλο το χρόνο ή για μια συγκεκριμένη περίοδο ένα άτομο, που συντονίζει και διευθύνει την εργασία των συνοδών.

Διακόσμηση συνεδριακών χώρων

Η διακόσμηση των συνεδριακών χώρων αν και δεν γίνεται συχνά σε ορισμένες περιπτώσεις είναι απαραίτητη. Ανάλογα με τον τύπο της εκδήλωσης και το ύψος που θέλουμε να δώσουμε έτσι ορίζεται και το ύψος του χώρου. Η διακόσμηση αν και δεν έχει έντονες αλλαγές στο χώρο και περιορίζεται συνήθως στην προσθήκη φυτών, λουλουδιών είναι σημαντική. Πολλές φορές η χρήση μεγάλων φωτογραφιών ή αφισών διευκολύνει στην πληροφόρηση του κοινού.

Φυσικά όταν πρόκειται για κάποιο διεθνές συνέδριο η διακόσμηση γίνεται περισσότερο επίσημη. Οι σημαίες των χωρών που συμμετέχουν στην εκδήλωση δεν γίνεται να παραληφθούν αλλά ούτε να είναι το μοναδικό διακοσμητικό στοιχείο. Αυτό συμβαίνει διότι αν υπάρξει μόνο η χρήση σημαιών το αποτέλεσμα θα μοιάζει ως η εύκολη λύση διακοσμητικά και δεν θα αντιπροσωπεύει το κύρος της εκδήλωσης. Σε αυτήν την περίπτωση η πρόσληψη κάποιου διακοσμητή έστω και για κάποιες ώρες είναι απαραίτητη, ώστε να μας καθοδηγήσει στην σωστή μεθόδευση της διακόσμησης.

Ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους

Είναι γνωστο τοις πάσι ότι οι σύνεδροι όταν αποφασίσουν να συμμετάσχουν σε κάποιο συνέδριο κατά ένα μεγάλο ποσοστό συνδυάζουν και τις διακοπές τους είτε ετήσιες είτε ολιγοήμερες. Από εμπορικής απόψεως, η ψυχαγωγία και η απασχόληση των συνέδρων και των συνοδών τους είναι ένα επικερδές κομμάτι. Η μονάδα φιλοξενείας δηλαδή το ξενοδοχείο γνωρίζει καλά τον τρόπο ώστε να προσφέρει τις καλύτερες προσφορές υπηρεσιών σε συνδυασμό με την καλύτερη τιμή φυσικά.

Λίγο πιο συγκεκριμένα, μιλώντας μόνο για τους συνέδρους το πρόγραμμα εκτός του συνεδρίου είναι προγραμματισμένο από πριν. Τα προγράμματα και η σειρά τήρησης τους θα πρέπει να μην είναι υπερφορτωμένα με δραστηριότητες αλλά να δίνουν κάποιες επιλογές για ξεκούραση και ηρεμία. Ακόμη φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα επιθυμούν για τα μέλη τους τη συμμετοχή σε ομαδικά αθλήματα και παιχνίδια, γιατί πιστεύουν πως βελτιώνουν με τον τρόπο αυτό τη συλλογική προσπάθεια και συνεργασία μεταξύ τους. Βέβαια υποχρέωση του ξενοδοχείου είναι να φροντίσει να μην υπάρξουν τυχόν ατυχήματα.

Απ' την άλλη πλευρά, οι σύζυγοι των συνέδρων θα μπορούν να έχουν σειρά δραστηριοτήτων όπως :

- A. Συγκεντρώσεις σε μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα με ζεστή και φιλική ατμόσφαιρα.
- B. Εκδηλώσεις με την τρέχουσα γυναικεία μόδα κατά τη διάρκεια των οποίων να σερβίρονται κοκτέιλ και να δίδονται αναμνηστικά δώρα. Οι εκδηλώσεις αυτές μπορούν να χρηματοδοτηθούν και από μπουτίκ γυναικείων ρούχων που βρίσκονται στην περιοχή της μονάδας με σκοπό τη συμμετοχή και προβολή τους με αποτέλεσμα το οικονομικό και διαφημιστικό τους όφελος.
- C. Οργάνωση περιπάτων στα εμπορικά κέντρα αγορών της πόλης με σκοπό τα ψώνια. Για τη μεταφορά από και προς τα σημεία προορισμού είναι υπεύθυνο το ξενοδοχείο.
- D. Ξεναγηση στα ιστορικά μνημεία της περιοχής. Η παρουσία ξεναγού είναι απαραίτητη.

Ε. Στούντιο ομορφιάς.

Μεγίστης σημασίας είναι η ψυχαγωγία των συνοδών των συνέδρων από ότι των ίδιων των συνέδρων καθώς έρευνες έχουν αποδείξει ότι τρεις στους δέκα συνέδρους συνοδεύονται.

Υποδοχή και αναχώρηση των συνέδρων

Σε αυτό το σημείο του κεφαλαίου θα κάνουμε αναφορά σε ένα ζήτημα που ενώ θα έπρεπε να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη πολλές φορές δεν προχωρά όπως θα έπρεπε. Ο τρόπος με τον οποίο υποχεδόμεστε και αποχαιρετούμε τους καλεσμένους μας ίσως να κρίνει στο έπακρο την ίδια την μονάδα και την σοβαρότητα της. Βασική επένδυση στην ζεστή ψυχολογία του καταναλωτή είναι η πρώτη εντύπωση που θα του αφήσει η ομαλή μεταφορά του από και προς το ξενοδοχείο από την ώρα της άφιξης του.

Συχνό φαινόμενο είναι οι οργανωτές να ενδιαφέρονται για το κομμάτι της υποδοχής τους περισσότερο από ότι για το κομμάτι της αναχώρησης τους. Ο καταναλωτής θέλει να δέχεται ιδιαίτερη περιποίηση από την αρχή ως το τέλος. Αν η διοργάνωση δεν ήταν και η καλύτερη ή ακόμα και αν ήταν από τις καλύτερες το ζεστό ξεπροβόδιμα των καλεσμένων θα φροντίσει να « φτιάξει » καπώς την κακή εικόνα ή να ενισχύσει τις καλές εντυπώσεις. Από συνεδριακής άποψης, για το άνοιγμα και το κλείσιμο ενός συνεδρίου συνηθίζεται να τελείται μία μορφή πανηγυρικών εκδηλώσεων. Πιο συγκεκριμένα, πολλές φορές το άνοιγμα συνοδεύεται με την εμφάνιση ή ομιλία κάποιου επίσημου προσώπου και το κλείσιμο με κάποιας μορφής δεξίωση.

Αξιολόγηση της διεξαγωγής του συνεδρίου

Σε γενικές γραμμές, η αξιολόγηση ενός συνεδρίου κρίνεται απαραίτητη. Η σωστή αξιολόγηση θα μπορέσει να αποδείξει αν οι προετοιμασία που έγινε ήταν η αρμόζουσα, αν το συνέδριο διεξήχθη όπως ακριβώς είχε προγραμματισθεί αλλά και αν υπήρξαν τυχόν λάθη τα οποία θα είναι τα παραδείγματα προς αποφυγήν για το επόμενο συνέδριο.

Με την αξιολόγηση που γίνεται στην διεξαγωγή ενός συνεδρίου η ξενοδοχειακή μονάδα καλύπτει έναν βασικό παράγοντα, αυτόν της σωστής φήμης. Πρίκειται βέβαια για ένα μακροπρόθεσμο γεγονός το οποίο όμως δεν πρέπει να παραλείπεται.

Η αξιολόγηση γίνεται σε δύο βασικά σκέλη :

A. Αξιολόγηση κατά μονάδα.

B. Αξιολόγηση – κριτική από τον ίδιο τον πελάτη.

Αρχικά, η αξιολόγηση κατά μονάδα περιλαμβάνει το προσωπικό που ασχολήθηκε με το συνέδριο σε όλο το μήκος της εκδήλωσης. Η κριτική της διεξαγωγής μπορεί να γίνει σε εσωτερικές συσκέψεις και θα πρέπει να είναι αντικειμενική και συγχρόνως αυστηρή. Θα περιλαμβάνει απαραίτητα όλες τις λειτουργίες της διεξαγωγής του συνεδρίου που έγιναν με ευθύνη του ξενοδοχείου. Η αξιολόγηση των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων ευθύνης των οργανωτών, δίνει στον ξενοδόχο την πολύτιμη εμπειρία ώστε να δώσει χρήσιμες συμβουλές στους οργανωτές του επόμενου συνεδρίου. Πιο απλά στην αξιολόγηση κατά μονάδα ασκείται κριτική ώστε να υπάρξει η βέλτιστη απόδοση.

Απ' την άλλη πλευρά, σε δεύτερο επίπεδο υπάρχει και η κριτική από τον πελάτη. Με το γενικό όρο «πελάτης», δίνεται η δυνατότητα κριτικής στους ιθύνοντες, στους οργανωτές, στους συνέδρους ή και στις τρεις αυτές ομάδες. Με τους οργανωτές, το ξενοδοχείο έρχεται άμεσα σε επικοινωνία πριν και κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής, ενώ λιγότερο με τους ιθύνοντες και αισθητά λιγότερο με τους συνέδρους.

Η διαδικασία είναι απλή και έχει ως εξής : ο πελάτης κατά την άφιξη του παραλαμβάνει ένα έντυπο στο οποίο έχει τη δυνατότητα μετά το πέρας του συνεδρίου και ανώνυμα (πολλές φορές) να εκφράσει τις εντυπώσεις του απαντώντας σε μιάς μορφής ερωτηματολόγιο. Φυσικά, είναι συχνό φαινόμενο να στέλνεται το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο μέσω e – mail μετά την αναχώρηση του πελάτη. Οι απαντήσεις που θα συγκεντρωθούν θα δείξουν αν το ξενοδοχείο έκανε σωστά την δουλειά του ή όχι. Τέλος, καλό θα ήταν αυτού του είδους η αξιολόγηση να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη από τα αρμόδια τμήματα ώστε να υπάρχει βελτίωση σε όλα τα πιθανόν ελλειπή σημεία.

Κεφάλαιο 3

Τα ωφέλη του συνεδριακού τουρισμού στον τόπο διεξαγωγής

Κάθε τόπος που φιλοξενεί ένα συνεδριακό γεγονός συναντά πολλά ωφέλη. Δύο όμως είναι τα βασικότερα αποτελέσματα που προκύπτουν αν ναλογιστούμε την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Αρχικά και σε γενικότερο επίπεδο ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να σκοτώσει την εποχικότητα και να συμβάλει στην ποιοτική αναβάθμιση των εισερχόμενων τουριστών.

Λίγο πιο συγκεκριμένα ο συνεδριακός τουρισμός ωφελεί τον τόπο διεξαγωγής απαριθμώντας ωφέλη στις παρακάτω κατηγορίες :

A. Οικονομικά ωφέλη :

Βασικότερη κατηγορία που ωφελείται άμεσα από τον συνεδριακό τουρισμό. Σχεδόν όλοι οι οικονομικοί τομείς κερδίζουν από αυτόν. Ο συνεδριακός τουρισμός στην εκάστοτε περιοχή όπου διεξάγεται ένα συνέδριο συμπληρώνει, εμπλουτίζει και βελτιώνει την τουριστική προσφορά. Αποδίδει το τριπλάσιο κατά κεφαλήν του κλασσικού τουριστικού παραθεριστικού πακέτου. Επιπλέον, έχει την τάση να στηρίζει τις παράλληλες τοπικές αγορές λόγω τις υψηλής εισοδηματικής στάθμης και ροπής των συμμετεχόντων προς κατανάλωση. Αποτελεί μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης.

B. Εργασιακά ωφέλη :

Φυσικά αλληλένδετο κομμάτι με αυτό των οικονομικών είναι και το εργασιακό. Όσο υπάρχει οικονομική ανάπτυξη στον τόπο διεξαγωγής υπάρχει και αύξηση της απασχόλησης μέσω των επενδύσεων που γίνονται. Μακροπρόθεσμα έχουμε διακοπή της εποχικότητας και δυνατότητες δωδεκάμηνης διάρκειας τουρισμού. Πιο απλά η εργασία γίνεται πλέον

μακρόχρονη και από άτομα του συγκεκριμένου τόπου. Ακόμη, εμμέσως ο συνεδριακός τουρισμός βοηθά και άλλους κλάδους του εργασιακού που πλαισιώνουν το τουριστικό κομμάτι. Πλειάδα επαγγελμάτων και ειδικοτήτων εμπλέκονται για την ομαλή διεξαγωγή συνεδρίων και εκθέσεων , όπως :

- A. Οδηγοί ταξί
- B. Εστίατορες
- C. Διακοσμητές
- D. Φωτογράφοι
- E. ΜΜΕ και γραφεία τύπου
- F. Εταιρείες προμήθειας αναμνηστικών δώρων
- G. Εταιρείες οπτικοακουστικών συστημάτων
- H. Τεχνικές εταιρείες κ.λ.π.

C. Κοινωνικά οφέλη :

Ο συνεδριακός τουρισμός απωφελεί έως έναν βαθμό την κοινωνία. Αρχικά, με την διεξαγωγή ενός συνεδρίου προσελκύει επισκέπτες υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και εισοδηματικού επιπέδου με ποικίλα ενδιαφέροντα και δραστηριότητες. Έτσι αναβαθμίζεται το κοινωνικό επίπεδο. Φυσικά, η προσέλευση τέτοιου κοινού που συνήθως ασκεί μεγάλη επιρροή συμβάλλει στην έντονη, αποτελεσματική, πειστική και ανέξοδη προβολή του προορισμού.

D. Περιβαλλοντικά οφέλη :

Όσο απίθανο κι αν ακούγεται ο συνεδριακός τουρισμός είναι σε θέση να ωφελήσει έναν προορισμό σε περιβαλλοντικό επίπεδο. Λόγω της αυξημένης εισροής τουριστών υπάρχει σεβασμός και ανάδειξη του περιβάλλοντος. Καθαρά πεζοδρόμια, σταθμευμένα αυτοκίνητα όπου επιτρέπεται μόνο, καθαρά πάρκα είναι ελάχιστα από αυτά που τηρούνται με την έλευση αυτών των τουριστών, οι οποίοι λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών τους είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι προς το περιβάλλον.

Πλεονεκτήματα της χώρας μας σαν συνεδριακός προορισμός

Στην παραπάνω ενότητα κάναμε μία εκτενή αναφορά στα ωφέλη που προκύπτουν στον τόπο προορισμού από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Βέβαια για να υπάρξουν ωφέλη καλό θα ήταν να υπερτονιστούν – διαφημιστούν τα πλεονεκτήματα μιας χώρας ως συνεδριακός προορισμός. Η Ελλάδα διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα ώστε να διεκδικεί σημαντικό μερίδιο στη συνεδριακή αγορά.

Βασικό πλεονέκτημα είναι οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες. Έχει αποδειχθεί με έρευνες ότι οι χώρες με ζεστό κλίμα προσελκύουν περισσότερο τουρισμό. Η Ελλάδα ως μία χώρα που βιώνει τον βαρύ χειμώνα μόλις για δύο μήνες σε σύνολο, ευνοεί τον τουρισμό γενικότερα, τα συνέδρια (διεθνή και μη) ειδικότερα.

Επίσης διαθέτει μία μοναδική πολιτιστική κληρονομιά με πληθώρα αρχαιολογικών χώρων. Η ιστορία που κρατά ζωντανή τη χώρα μας και η περίφημη ελληνική φιλοξενία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μοχλός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού. Βέβαια, δεν υπάρχει έντονη ανάπτυξη και εκμετάλλευση αυτών των χώρων. Παρ' όλα αυτά, παραμένει μια χώρα με σχετικά χαμηλό κόστος από άλλες. Οι υπηρεσίες που προσφέρει δεν είναι τυποποιημένες και η τουριστική ανάπτυξη είναι περισσότερο ταξιδιωτική παρά τουριστική.

Ακόμη, μέσα στο χορό των ΜΜΕ από το 2009 που μπήκε η κρίση στην ζωή των ελλήνων και που η χώρα μας έχει υποστεί έντονη κακή διαφήμιση δεν έχει πάψει να διοργανώνονται συνέδρια και διεθνής εκθέσεις. Ακόμη και με την άφιξη ενός μεγάλου κύματος προσφύγων από τη Συρία μετά τον πόλεμο, η χώρα μας παραμένει μία από τις αποδεδειγμένα υψηλής ασφάλειας χώρες που προάγουν το ειρηνικό κλίμα γι αυτό και επιλέγεται σαν συνεδριακός προορισμός. Επίσης, η καθαριότητα και η καλύτερη συμπεριφορά – εξυπηρέτηση των τουριστών σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες βοηθά ώστε να υπερτερεί η χώρα μας στον τμήμα των συνεδρίων.

Από γεωγραφικής πλευράς, η Ελλάδα αποτελεί γέφυρα Ευρώπης, Ασίας και Αφρικής. Από μόνο του αυτό είναι το εφελκυστικό για τον συνδυασμό συνεδρίων με διάφορες περιηγήσεις και κρουαζιέρες. Κάπως έτσι χωρίς να δαπανηθούν χρήματα για

υπέρογκες καμπάνιες προώθησης της χώρας μας , ο τουρίστας όσο διαμένει ή ταξιδεύει στη χώρα μας μπορεί να θαυμάσει τις μοναδικές φυσικές ομορφιές που υπάρχουν στο περιβάλλον.

Ένα ακόμη φημισμένο κομμάτι της Ελλάδας είναι η έντονη νυχτερινή ζωή. Τουλάχιστον σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, η Ελλάδα κατέχει τα ηνία της νυχτερινής διασκέδασης από τις νότιες χώρες ,κάτι που είναι πόλος έλξης για τους κατοίκους βορείων χωρών. Επιπλέον , η Ελλάδα πλεονεκτεί στο θέμα της διατροφής και του τρόπου ζωής. Είναι παγκοσμίως διαδεδομένο ότι η ελληνική διατροφή είναι μοναδική και δεν έχει υιοθετηθεί από κανέναν λαό ή πολιτισμό. Η ελληνική ταυτότητα και μοναδικότητα είναι ένα πλεονέκτημα.

Τέλος, στο κομμάτι της φιλοξενίας αποτελούμε πρότυπο ως χώρα. Σε πρακτικό επίπεδο, η χώρα μας διαθέτει αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες με συνεδριακές εγκαταστάσεις , ιδίως στην επαρχία. Το προσωπικό που τις απαρτίζει είναι πολύγλωσσο σε αντίθεση φυσικά με άλλες χώρες όπως η Ισπανία όπως υστερούν σε αυτόν τον τομέα.

Προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα μας

Η Ελλάδα όπως προαναφέραμε έχει μια πληθώρα πλεονεκτημάτων ώστε να θεωρείται μία συνεδριακή χώρα. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν κάποια βασικά σημεία , προϋποθέσεις που καλό θα ήταν να τηρούνται ώστε να υπάρχει ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας. Άλλωστε το κοινό στο οποίο απευθύνεται ο συνεδριακός τουρισμός είναι συγκεκριμένος και συνήθως έχει ανάγκη από κάθε μορφής ποιότητα. Παρακάτω βλέπουμε μερικές από τις προϋποθέσεις :

Ασφάλεια κοινωνική και ειρηνική πολιτική κατάσταση

Το κομμάτι της ασφάλειας είναι μία πολύ βασική προϋπόθεση ώστε να ταξιδέψει κάποιος, επηρεάζει τον τουρισμό γενικότερα και η μη ύπαρξη ασφάλειας αποτρέπει

τον εκάστοτε τουρίστα από την επίσκεψη του στην συγκεκριμένη χώρα. Πιο απλά, κανείς δεν θα επισκεπτόταν μία χώρα η οποία έχει πόλεμο ή πολιτική αστάθεια με σκοπό την αναψυχή. Πόσο μάλλον όταν μιλάμε για επαγγελματικά συμφέροντα τα οποία καλύπτονται από τον συνεδριακό τουρισμό.

Άρτια ξενοδοχειακή κάλυψη υψηλών προδιαγραφών σε συνεδριακό επίπεδο και υπηρεσίες καταλυμάτων.

Εδώ πρόκειται για δύο βασικές προϋποθέσεις άρτια συνδεδεμένες μεταξύ τους :

- A. Συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή των ξενοδοχείων διεξαγωγής
- B. Υπηρεσίες διαμονής των συνέδρων

Όσον αφορά το πρώτο σκέλος της συγκεκριμένης προϋπόθεσης είναι γνωστό ότι ο φορέας που αναλαμβάνει τη διεξαγωγή του συνεδρίου εξετάζει ενδελεχώς το χώρο που απευθύνεται όπως και την υλικοτεχνική κάλυψη. Σε ένα πρώτο επίπεδο θα προσπαθήσει να ενημερωθεί για τις παροχές του ξενοδοχείου και κατά πόσο είναι σωστά εξοπλισμένο με οπτικοακουστικά μέσα αλλά και αίθουσες που μπορούν να διαμορφωθούν ανάλογα. Στην ουσία πρόκειται για μία έρευνα αγοράς από πλευράς του πελάτη για να έχει το καλύτερο αποτέλεσμα. Αυτό σημαίνει ότι η ξενοδοχειακή μονάδα έχει προνοήσει για τον σωστό εξοπλισμό και την σωστή εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή.

Σε δεύτερη φάση έρευνας ο πελάτης αναζητά κατάλυμα που να προσφέρει υψηλές υπηρεσίες διαμονής στους συνέδρους. Πιο απλά, η ανάλογη προσφορά υπηρεσιών σε σχέση με την ποιότητα που χαρακτηρίζει των συνεδριακό τουρισμό είναι η επιλογή του πελάτη. Φυσικά, προϋπόθεση ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα εκτός των καταλυμάτων είναι και οι εξωτερικές υπηρεσίες όπως γραμματειακή υποστήριξη, προγράμματα ψυχαγωγίας οι οποίες καλύπτονται εν μέρει από την ξενοδοχειακή μονάδα κ.λ.π.

Αξιοθέατα σε κοντινές αποστάσεις

Αν και μοιάζει κάπως γραφικό το ξενοδοχείο που διαμένουν οι σύνεδροι θα πρέπει να βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα αξιοθέατα. Σε περίπτωση που δεν υφίσταται αυτό τότε, το ξενοδοχειακό κατάλυμα (ανάλογα με την συμφωνία) θα πρέπει να μεταφέρει τους συνέδρους από και προς σε αυτά με ειδικά λεωφορεία (πούλμαν) μεταφοράς.

Εύκολη πρόσβαση από την χώρα εκκίνησης

Μια ευχάριστη και ξεκούραστη μετακίνηση από την χώρα εκκίνησης είναι ίσως το πενήντα τοις εκατό για την επιτυχία ενός συνεδρίου. Η ψυχολογία των συνέδρων είναι πιο καλή αν δεν ταλαιπωρηθούν μέχρι να φτάσουν στον τόπο διεξαγωγής για αυτό θα πρέπει να τηρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις :

- A. Η αποφυγή αεροσκαφών και ενδιάμεσων στάσεων είναι απαραίτητη.
- B. Η συνέπεια στην τήρηση δρομολογίων και παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου κατά τη διάρκεια της πτήσης είναι εξίσου σημαντική.
- C. Η άνετη εξυπηρέτηση από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και την αναχώρηση είναι σημαντική, ιδίως όταν πρόκειται για ομαδική μετακίνηση.
- D. Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου ή της χώρας εκκίνησης και του τόπου προορισμού του κύριου όγκου των επισκεπτών δεν πρέπει να αγνοηθεί.

Υποδομή του τόπου υποδοχής

Προϋπόθεση που σχετίζεται με το συγκοινωνιακό δίκτυο και την ποιότητα των κατοίκων. Η υποδομή του τόπου υποδοχής σε επίπεδο οδικού δικτύου και συγκοινωνιών θα πρέπει να είναι αρκετά καλή. Ακριβώς επειδή αναφερόμαστε σε αφίξεις από τουρίστες με υψηλό βιωτικό και μορφωτικό επίπεδο. Επιπλέον, καλό θα ήταν να υπάρχει μια βασική ποιότητα των κατοίκων σε βιωτικό επίπεδο. Πιο

συγκεκριμένα, οι σύνεδροι πιθανόν να εξερευνήσουν την περιοχή γι αυτό θα ήταν απαραίτητο οι συναναστροφές τους να είναι με κατοίκους που είτε γνωρίζουν κάποιες παραπάνω γλώσσες είτε γνωρίζουν από καλούς τρόπους. Αν και μοιάζει κάπως ακατόρθωτο, η εικόνα των κατοίκων αν είναι θετική αρχικά θα επιφέρει θετικά σχόλια για τον τουρισμό και σε βάθος χρόνου θα αναπτύξει τον συνεδριακό τουρισμό στην χώρα μας.

Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες

Οι κλιματολογικές συνθήκες μιας περιοχής δεν είναι ο πρώτος παράγοντας επιλογής της ως συνεδριακό τόπο. Όμως, είναι μία προϋπόθεση η οποία ευνοεί κάπως την επιλογή. Όπως έγινε και εκτενέστερη αναφορά παραπάνω, η προϋπόθεση ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την χώρα μας η οποία φημίζεται για τις ζεστές της θερμοκρασίες.

Το “ image ” του τόπου υποδοχής

Η συγκεκριμένη προϋπόθεση περικλύει το σύνολο των παραπάνω προϋποθέσεων σε μία λέξη : “ εικόνα ” . Η εικόνα που έχει χτίσει ο τόπος υποδοχής απέναντι στις αντίστοιχες αγορές είναι πολύ σημαντική. Ένα καλό “ image” είναι η πόρτα για έσοδα στον τουρισμό γενικότερα, στον συνεδριακό τουρισμό ειδικότερα. Μια υποτυπώδης εικόνα θα πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω :

- A. Ήσυχος τόπος με γραφικό χρώμα.
- B. Με πολιτιστικά και πνευματικά ενδιαφέροντα.
- C. Με έντονη επιστημονική έρευνα.
- D. Με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες.
- E. Με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα.

Φυσικά , προϋπόθεση είναι και η σωστή προβολή των παραπάνω με σκοπό την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Για αρκετά χρόνια, η χώρα μας « ποντάρει » στην εποχικότητα . Η τουριστική περίοδος για την Ελλάδα καλύπτεται κυρίως τους θερινούς μήνες όπου από Μάιο έως Οκτώβριο βλέπουμε να υπάρχει έντονη κινητικότητα στα νησιά και στις παραθαλάσσιες περιοχές. Υπάρχουν περιπτώσεις νησιών τα οποία είναι γεμάτα από κόσμο και όλο τον χρόνο ή έστω για εννέα μήνες. Παρ' όλα αυτά, η τουριστική περίοδος μπορεί να επιμηκυνθεί ακόμη και σε ετήσια βάση γεγονός που μπορεί να επιτευχθεί με τη συμβολή του συνεδριακού τουρισμού.

Αρχικά, είναι γνωστό ότι η διεξαγωγή συνεδρίων δεν συμβαίνει τους θερινούς μήνες. Αντίθετα βρίσκεται στο ζενίθ της τον Μάιο – Απρίλιο και Σεπτέμβριο – Οκτώβριο γεγονός που από μόνο του είναι θετικό. Πρόκειται για μήνες με ελαφριά κινητικότητα που μπορούν να επιμηκυνθούν τονώνοντας τον τουρισμό και τα ποσοστά ενεργού ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, οι θέσεις μπορούν να καλυφθούν από άτομα της περιοχής αν τα συνέδρια γίνονται και τους χειμερινούς μήνες. Φυσικά, η διεξαγωγή των συνεδρίων αυξάνει τα έσοδα της περιοχής. Επιπλέον, η ανάπτυξη των σύγχρονων μορφών τουρισμού δίνει τη δυνατότητα στις περιοχές υποδομής να επιμηκύνουν την τουριστική τους περίοδο.

Ακόμη, η διεξαγωγή ενός συνεδρίου σε μία περιοχή με όχι και τόσο έντονη κινητικότητα τους χειμερινούς μήνες ίσως να μοιάζει με σταγώνα στον ωκεανό. Βέβαια, αν ένα συνέδριο γίνει θεσμός σε ετήσια κλίμακα τότε σίγουρα θα βοηθήσει στην τουριστική ανάπτυξη. Θα υπάρχει μία σίγουρη εισροή χρημάτων για την τοπική κοινωνία. Τέλος, ο συνεδρικός τουρισμός αν τον χειριστούν σωστά οι αρμόδιοι θα μπορεί να είναι σε θέση ώστε να συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού

Η χώρα μας παρά τις κακουχίες που έχει υποστεί από το 2009 και μετά έχει όλα τα απαραίτητα φόντα για να αναπτύξει περισσότερο τον συνεδριακό τουρισμό. Γεγονός είναι ότι η εσωτερική ζήτηση του κλάδου δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Αυτό οφείλεται κυρίως στην οικονομική κρίση του έχει πλήξει τις επιχειρήσεις και την οικονομία γενικότερα.

Σε διεθνές επίπεδο, τα τελευταία γεγονότα η έλευση πολλών προσφύγων από την Συρία είναι θετικό και αρνητικό φαινόμενο ταυτόχρονα. Δηλαδή, ενώ το μεγαλείο της ψυχής των Ελλήνων γίνεται ευρέως γνωστό, πλήττει τον τουριστικό κλάδο άμεσα. Οι ξένοι οργανωτές θα προτιμήσουν για τα συνέδρια τους έναν προορισμό περισσότερο φιλήσυχο και όχι με τόσες αναταραχές (σε όλα τα επίπεδα) .

Ο κλάδος είναι αρκετά επικερδής και η Ελλάδα μία ευνοϊκή χώρα ώστε να μπορέσει να κερδίσει από αυτόν. Παρ' ότι σε παγκόσμιο επίπεδο η χώρα μας κατέχει το 2% του παγκόσμιου συνεδριακού τουρισμού δεν παύει να προσπαθεί για το καλύτερο. Άλλωστε τα περιθώρια βελτιστοποίησης είναι αρκετά μεγάλα και με τις κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες το μέλλον του συνεδρίου προβλέπεται ευοίωνο.

Επίλογος

Ο συνεδριακός τουρισμός κατέχει πολύ καλές προοπτικές και δυνατότητες εξέλιξης στο μέλλον. Ο κύριος λόγος είναι ότι δεν επηρεάζεται από κάθε είδους οικονομικές διακυμάνσεις μιας και τα συνέδρια αποτελούν βασικό στοιχείο της προόδου της ανθρωπότητας, καθώς και οι επαφές των ανθρώπων έχουν ιδιαίτερη σημασία σε όποια κατηγορία και να ανήκουν αυτά.

Ο εκσυγχρονισμός των ξενοδοχειακών μονάδων και η προσοχή ώστε να ακολουθείται οτιδήποτε καινούργιο χρήζονται απαραίτητα. Άλλωστε είναι γνωστό ότι τα νήματα της διεθνούς συνεδριακής βιομηχανίας δε τα κινούν ούτε τα ξενοδοχεία, ούτε οι επιστημονικοί σύλλογοι, ούτε καν οι ίδιες οι χώρες. Αντίθετα, οι πολιτικές που ανταποκρίνονται στα πραγματικά και καινούργια δεδομένα.

Βιβλιογραφία – Πηγές

- « Συνεδριακός τουρισμός» , Χατζηκωνσταντίνου Παρασκευή (Πτυχιακή εργασία)
- « Συνεδριακός τουρισμός και υλικοτεχνική υποδομή » , Γκαϊτατζής Αναστάσιος (Πτυχιακή εργασία)
- « Πτυχιακή εργασία στον συνεδριακό τουρισμό » , Τσελέπη Πολυξένη
- « Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού , ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού » , Χάρης Κοκκώσης – Πάρις Τσάρτας, Ελευθερία Γκρίμπα, Εκδόσεις Κριτική
- « Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 » , Αλέξανδρος Μπόλιας (Πτυχιακή εργασία)
- « Συνεδριακός τουρισμός και η εξέλιξη του στον νομό Λασιθίου » , Εμμανουήλ Ηλίας (Πτυχιακή εργασία)
- « Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα » Λ. Αθανασίου.