



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Διπλωματική Εργασία

*Η επίδραση του Νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών
«Ελευθέριος Βενιζέλος» στην ανάπτυξη του συνεδριακού
τουρισμού της Αθήνας*

ΒΑΣΙΛΙΚΗ Π. ΙΩΑΝΝΙΔΟΥ

Πειραιάς 2010

Σύνοψη

Σημαντικοί όροι: *slot, hub, συνεδριακός - εκθεσιακός τουρισμός, ΔΑΑ, city break, τουριστική μεταφορά.*

Η έναρξη λειτουργίας του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών (ΔΑΑ) στις 28 Μαρτίου του 2001 σηματοδότησε μία νέα εποχή για την Ελλάδα στον τομέα των αερομεταφορών και συνετέλεσε ενεργά στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας, αλλά και στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην πρωτεύουσα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει κατά πόσο το «αεροδρόμιο» και ο τουρισμός στη χώρα μας είναι έννοιες αλληλένδετες, καθώς και κατά πόσο συμβάλλουν στην ανάπτυξη και στην εδραίωση του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα. Ειδικότερα, τα θέματα τα οποία αναλύονται στην εργασία είναι τα εξής:

- Η συμβολή των αεροδρομίων στην παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη και ο ρόλος του αεροδρομίου στην τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού.
- Ο Νέος Διεθνής Αερολιμένας και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας.
- Δυνατότητες και αδυναμίες της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός και προϋποθέσεις ανάδειξής της ως ένας από τους πιο ανταγωνιστικούς συνεδριακούς προορισμούς.
- Συγκριτική μελέτη μεταξύ της Αθήνας και της Βαρκελώνης ως συνεδριακοί προορισμοί.

Βασικό συμπέρασμα το οποίο εξάγεται από την παρούσα εργασία είναι ότι ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών ήταν ένας από τους οργανισμούς που συνέβαλε αρκετά στη βελτίωση της εικόνας της Αθήνας όχι μόνο όσον αφορά στο αερομεταφορικό του έργο, αλλά και όσον αφορά στην πρωτοβουλία του για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου στο χώρο του «Ελευθέριος Βενιζέλος». Το νέο αεροδρόμιο έκανε την αρχή αλλά και συνεχίζει την προσπάθεια για τη βελτίωση του νέου συνεδριακού προσώπου της Αθήνας. Για να καθιερωθεί, όμως, η Αθήνα ως ένας ελκυστικός συνεδριακός προορισμός δεν αρκεί μόνο η συμβολή του ΔΑΑ, αλλά χρειάζεται όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς οι οποίοι συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στην διαμόρφωση τουριστικής

πολιτικής, να έχουν έναν κοινό λόγο σε ένα κοινό τραπέζι κάτω από την ομπρέλα ενός ενιαίου τεχνοκρατικού οργανισμού.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑ

Περιεχόμενα

Σύνοψη	II
Περιεχόμενα	IV
Ευρετήριο Πινάκων & Διαγραμμάτων	VIII
Ευχαριστίες	IX
Κεφάλαιο 1: Ιστορική αναδρομή των αεροπορικών μεταφορών και ο ρόλος του αεροδρομίου.....	1
1.1 Εισαγωγή.....	2
1.2 Η ιστορία της αεροπορίας.....	2
1.3 Η ιστορία των αεροδρομίων.....	5
1.4 Οι υπηρεσίες των αεροδρομίων σήμερα.....	6
1.5 Ο ρόλος των αεροδρομίων και η τάση για ιδιωτικοποίηση.....	7
1.6 Τα προβλήματα των αερομεταφορών το 2008.....	8
1.7 Συμπεράσματα.....	9
Βιβλιογραφία	11
Κεφάλαιο 2: Η συμβολή των αεροδρομίων στην παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη.....	12
2.1 Εισαγωγή.....	13
2.2 Ο ορισμός της τουριστικής μεταφοράς.....	13
2.3 Ιστορική αναδρομή στη συμβολή του αεροπορικού κλάδου στην ανάπτυξη του τουρισμού.....	14
2.4 Ο ρόλος του αεροδρομίου στην ανάπτυξη του προορισμού.....	17
2.5 Συμπεράσματα.....	19
Βιβλιογραφία.....	20

Κεφάλαιο 3: Παρουσίαση του Νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας.....	21
3.1 Εισαγωγή.....	22
3.2 Το νέο αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος».....	22
3.3 Η εξέλιξη του αεροδρομίου κατά τη διάρκεια των χρόνων λειτουργίας του.....	25
3.4 Η επιχειρηματική ανάπτυξη του ΔΑΑ.....	27
α) Η στρατηγική ανάπτυξης αερογραμμών.....	28
β) Κίνητρα ανάπτυξης δρομολογίων.....	28
3.5 Η επιρροή του ΔΑΑ στον τουρισμό της Αθήνας.....	31
3.6 Οι αεροπορικές αφίξεις τουριστών στο αεροδρόμιο Αθηνών.....	31
3.6.1 Η επιβατική κίνηση στο ΔΑΑ τα έτη 2007-2008	32
3.7 Η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού από τον ΔΑΑ με την ανάπτυξη του νέου Εκθεσιακού-Συνεδριακού κέντρου στο «Ελ. Βενιζέλος».....	34
3.8 Η σχέση του νέου διεθνούς αερολιμένα με το συνεδριακό τουρισμό της Αθήνας.....	35
3.9 Συμπεράσματα.....	37
Βιβλιογραφία	39
Κεφάλαιο 4: Η Αθήνα ως συνεδριακός προορισμός.....	41
4.1 Εισαγωγή.....	42
4.2 Αθήνα και τουρισμός.....	42
4.3 Συνεδριακός τουρισμός και γενικά χαρακτηριστικά.....	44
4.3.1 Ο ορισμός του συνεδριακού προορισμού.....	45
4.4 Η τουριστική κίνηση της Αθήνας σε αριθμούς.....	46
α) Διανυκτερεύσεις.....	46
β) Πληρότητα.....	46
γ) Δείκτης Revpar.....	47
4.5 Ανάλυση SWOT της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός.....	48
4.5.1 Οι δυνάμεις, του προορισμού Αθήνα.....	51
4.5.2 Οι αδυναμίες, τα μειονεκτήματα της Αθήνας.....	56
4.5.3 Οι κίνδυνοι του προορισμού Αθήνα.....	58

4.6 Τα οφέλη της Αθήνας από το συνεδριακό τουρισμό.....	59
4.7 Συμπεράσματα.....	60
Βιβλιογραφία	62

Κεφάλαιο 5: Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: σύντομη συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης.....64

5.1 Εισαγωγή.....	65
5.2 Ανταγωνιστικότητα τουριστικών προορισμών: σύντομη θεωρητική προσέγγιση.....	65
5.2.1 Ο ορισμός της ανταγωνιστικότητας.....	65
5.2.2 Πως ορίζουμε τους ανταγωνιστές μας.....	65
5.2.3 Ποιο είναι το ανταγωνιστικό επιχειρείν;.....	65
5.2.4 Από τι επηρεάζεται το επιχειρείν;.....	66
5.3 Ποιοι είναι οι ανταγωνιστικοί προορισμοί της Αθήνας.....	67
5.4 Η Βαρκελώνη το μετά-ολυμπιακό τουριστικό πρότυπο της Αθήνα.....	69
5.4.1 Η αεροδρομιακή υποδομή.....	69
5.4.2 Η Βαρκελώνη ως τουριστικός προορισμός	70
5.4.3 Οι γεωγραφικές αγορές προέλευσης.....	72
5.4.4 Αναπόφευκτη η σύγκριση Αθήνας-Βαρκελώνης πριν και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες.....	72
5.5 Η θέση της Αθήνας και της Βαρκελώνης στη συνεδριακή αγορά.....	73
5.6 Συμπεράσματα.....	75
Βιβλιογραφία	78

Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα και Προτάσεις.....79

6.1 Συμπεράσματα.....	80
6.2 Προτάσεις για την καθιέρωση της Αθήνας σε ελκυστικό συνεδριακό προορισμό.....	83
6.3 Στρατηγικές προτεραιότητας και άξονες δράσης για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας.....	85
6.3.1 Επανατοποθέτηση της Αθήνας.....	85
6.3.2 Ανάπτυξη νέων προϊόντων.....	85

6.3.3 Διενέργεια προσπαθειών προώθησης πώλησης για τον τουρισμό της Αθήνας.....	86
6.4 Η ανάδειξη του ρόλου της Εταιρείας Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών (ΕΤΟΑΑ).....	86
6.5 Η σημασία της δημιουργίας του Athens Convention Bureau.....	88
6.6 Αγορές – στόχοι για τον τουρισμό της Αθήνας και της Αττικής.....	88
6.7 Προώθηση πωλήσεων μέσω των κρατικών τουριστικών φορέων.....	90
Βιβλιογραφία.....	92
Βιβλιογραφία.....	93

Ευρετήριο Πινάκων

Πίνακας 1:	Αεροπορικές αφίξεις τουριστών στην Αθήνα.....	32
Πίνακας 2:	Μέση παραμονή τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Αθήνας.....	47
Πίνακας 3:	Συγκριτική μελέτη της εταιρείας συμβούλων Deloitte για τα ξενοδοχεία της Αθήνας υπό τον τίτλο «Deloitte HotelBenchmark Market Insight Report for the City of Athens, Greece».....	48
Πίνακας 4:	Ανάλυση SWOT για την Αθήνα ως κέντρο συνεδριακού τουρισμού.....	51
Πίνακας 5:	Συνολικές κλίνες ξενοδοχείων Αθήνας και Αττικής(πλην νήσων) την περίοδο 2000-2007.....	55
Πίνακας 6 :	Κατάταξη ευρωπαϊκών πόλεων με βάση τον αριθμό συνεδρίων για το 2007.....	74

Ευρετήριο Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1:	Το Competitive Diamond στον Τουρισμό.....	66
Διάγραμμα 2:	Αξιολόγηση Αθήνας Βαρκελώνης.....	77

Ευχαριστίες

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου και πρόεδρο του τμήματος Κ. Εμμανουήλ Κονδύλη, καθώς επίσης και στους καθηγητές μου Κ. Μιχαήλ Σφακιάνακη και Κα Αριστέα Σιτασιάτη για τη συνολική τους προσφορά στην άριστη διεξαγωγή του μεταπτυχιακού αυτού προγράμματος.

Για την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας καθοριστική υπήρξε η καθοδήγηση της καθηγήτριάς μου Δρ. Έλενας Βεντουράτου, την οποία και ευχαριστώ θερμά. Την ευχαριστώ, επίσης, για την υπομονή και την εμπιστοσύνη που έδειξε στο πρόσωπό μου όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω και στους γονείς μου, των οποίων η αμέριστη συμπαράσταση και η στήριξη όλα αυτά τα χρόνια λειτούργησαν καταλυτικά για την επίτευξη του στόχου μου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:
Ιστορική αναδρομή των αεροπορικών μεταφορών και ο ρόλος
του αεροδρομίου

1.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό πραγματοποιείται μία εκτενής παρουσίαση της ιστορίας του αεροπορικού κλάδου μέχρι σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, στις επόμενες γραμμές παρατίθενται οι ιστορικές εξελίξεις των αεροπορικών μέσων, αλλά και το πώς αυτές οδήγησαν ουσιαστικά στην ίδρυση αεροπορικών εταιρειών και αεροδρομίων, ο σημερινός ρόλος των αεροδρομίων στον κλάδο των αερομεταφορών και η τάση τους για ιδιωτικοποίηση, καθώς επίσης γίνεται και μία αναφορά στα προβλήματα και στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι αερομεταφορές σήμερα.

1.2 Η ιστορία της αεροπορίας

Τη θεωρία της πτήσης ενός οχήματος βαρύτερου από τον αέρα διατύπωσε πρώτος ο Βρετανός Σερ Τζορτζ Κέιλι, στα μέσα του 19^{ου} αιώνα, τότε όμως δεν υπήρχαν οι κατάλληλοι κινητήρες και οι ιδέες του έμειναν αππραγματοποίητες.¹

Οι πρώτες δοκιμές έγιναν με απλά ανεμόπτερα και με ατμομηχανές, οι οποίες λόγω του βάρους τους δεν μπόρεσαν να ανυψώσουν τα αεροσκάφη. Η επιτυχέστερη προσπάθεια ήταν του ιδιοφυούς Γάλλου μηχανικού Clement Ader, ο οποίος το 1890 με το ιδιότυπο μονοπλάνο του με έλικα, κατόρθωσε να πραγματοποιήσει μία «πτήση» λίγων δεκάδων μέτρων. Στον Clement Ader οφείλεται και ο όρος «ανίον» (αεροπλάνο). Τη μεγαλύτερη πείρα στην πτήση με ανεμόπτερα συγκέντρωσε ο Γερμανός Ότο Λίλιενταλ, που σκοτώθηκε από πτώση το 1896.

Οι πρώτοι όμως που πέτυχαν να πετάξουν πραγματικά ήταν οι αδελφοί Ράιτ, οι οποίοι γνώριζαν τις προσπάθειες του Λίλιενταλ, γεγονός που τους βοήθησε στις διάφορες συστηματικές μελέτες και δοκιμές που πραγματοποίησαν. Οι αδελφοί Ράιτ κατασκεύασαν έναν ελαφρό κινητήρα με δύο έλικες με τη βοήθεια του συνεργάτη τους Charles Taylor, και τον τοποθέτησαν σε ένα δίπλανο με εκπέτασμα δώδεκα μέτρων, το οποίο και ονόμασαν «Flyer 1». Με το αεροπλάνο αυτό ο Orvil Wright πρώτος και ο αδελφός του Wilber, πραγματοποίησαν στις 17 Δεκεμβρίου του 1903 τέσσερις πτήσεις μικρής διάρκειας, οι οποίες ήταν οι πρώτες πραγματικές ελεγχόμενες πτήσεις με κινητήρα στην ιστορία της αεροπορίας.

¹ Η Ιστορία της Αεροπορίας: www.gnosi.gr/planes/ghh.htm (20/10/2008).

Το 1908, μετά από πέντε χρόνια συνεχών βελτιώσεων, οι δύο αδελφοί Ράιτ πραγματοποίησαν πτήση διάρκειας μίας ώρας χωρίς να αντιμετωπίσουν κανένα πρόβλημα στην απογείωση και στην προσγείωση, προκαλώντας έκπληξη και θαυμασμό στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη. Οι προσπάθειές τους συνεχίστηκαν κι από άλλους επιστήμονες με στόχο τη διεξαγωγή μίας ομαλής και ασφαλούς πτήσης.

Το ενδιαφέρον του κοινού για την αεροπορία μεγάλωσε και πλήθη κόσμου συγκεντρώθηκαν στις επιδείξεις αεροπλάνων, που κατά τον Αύγουστο του 1909 και τα επόμενα χρόνια διοργανώθηκαν στη Ρενς της Γαλλίας.

Μετά τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, άρχισε να αναπτύσσεται περισσότερο η πολιτική αεροπορία, μιας και η εμπειρία που αποκτήθηκε λόγω των πολεμικών συνθηκών και η τεχνολογική ανάπτυξη που ακολούθησε, συνετέλεσαν σε σημαντικές βελτιώσεις στον κλάδο των αερομεταφορών. Αρχικά, πραγματοποιήθηκε η μετατροπή των μεγαλύτερων πολεμικών αεροπλάνων, ώστε να μπορούν αυτά να μεταφέρουν επιβάτες. Είναι αυτονόητο ότι εκείνα τα πρόχειρα διαρρυθμισμένα αεροπλάνα δεν προσέφεραν καμία από τις ανέσεις των σημερινών επιβατικών, ούτε υπήρχε η υποδομή εδάφους για την υποβοήθηση της αεροπλοΐας, η σημασία όμως των εναέριων μεταφορών έγινε γρήγορα αντιληπτή και καταβλήθηκαν προσπάθειες από τις κυβερνήσεις της Ευρώπης ιδιαίτερα για τη βελτίωση και επέκτασή τους. Για το σκοπό αυτόν στις μεγαλύτερες χώρες ιδρύθηκαν και υπουργεία αεροπορίας.

Ήδη το 1919 ιδρύθηκαν οι πρώτες εταιρείες πολιτικής αεροπορίας, η ολλανδική KLM και η γερμανική Ντόιτσε Λούφτρεεντραϊ, και ακολούθησαν οι Αυτοκρατορικές Αερογραμμές της Μεγάλης Βρετανίας, η γαλλική Air France και η ελβετική Swiss Air. Ο ανταγωνισμός των αεροπορικών εταιρειών και οι απαιτήσεις τους συνέβαλαν στην εξέλιξη του αεροπλάνου και κατασκευάστηκαν αεροπλάνα της πολιτικής αεροπορίας μεγαλύτερα, ανετότερα και ασφαλέστερα. Τα επόμενα χρόνια άρχισαν να ιδρύονται οι πρώτες εταιρείες αεροπορικών μεταφορών, που συνέδεσαν την Ευρώπη με τις υπόλοιπες ηπείρους της υδρογείου.²

Ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος προκάλεσε την εντατική ανάπτυξη, ποσοτική και ποιοτική, της πολεμικής αεροπορίας. Το αεροπλάνο χρησιμοποιήθηκε κατά βάση ως πολεμικό μέσο στον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Στα χρόνια που ακολούθησαν, η αεροπορία μπορούσε πλέον να σπείρει τον όλεθρο στην καρδιά του εχθρού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν το Περλ Χάρμπορ, η Χιροσίμα – Ναγκασάκι και το Βιετνάμ.

² Η Ιστορία της Αεροπορίας: www.gnosi.gr/planes/ghh.htm (20/10/2008).

Το 1958, εμφανίσθηκε στην αεροπορική αγορά το Boeing 707 με χωρητικότητα 180 επιβατών. Αργότερα, κατασκευάστηκαν το Boeing 727 και τα Douglas DC-8 και DC-9, τα οποία και εφοδιάστηκαν με νέους κινητήρες και απέκτησαν μακρύτερη άτρακτο σε σχέση με προγενέστερα αεροσκάφη για αύξηση της χωρητικότητάς τους. Στη συνέχεια κατασκευάστηκε το Boeing 737 για την κάλυψη των μικρών αποστάσεων. Το 1962, Αγγλία και Γαλλία υπογράφουν συμφωνία για τη δημιουργία του πρώτου υπερηχητικού επιβατηγού αεροσκάφους στον κόσμο. Πρόκειται για το Concorde του οποίου τα κανονικά δρομολόγια ξεκίνησαν το 1976. Ύστερα από 5.000 ώρες δοκιμής πτήσης ξεκινούν οι πρώτες προγραμματισμένες πτήσεις. Το ταξίδι Λονδίνο – Νέα Υόρκη διαρκεί 3 ώρες μόνο. Το 2000 όμως, το Concorde της Air France συντρίβεται στο Παρίσι και η εταιρεία χάνει τα χαρτιά πτητικής αξιοπιστίας. Μετά από τεράστιες επενδύσεις σε τεχνικές βελτίωσης της ασφάλειας, το 2003, η British Airways και η Air France ανακοινώνουν την οριστική διακοπή των Concorde και γίνονται μουσειακά αντικείμενα.

Την ίδια εποχή με το Concorde εμφανίστηκε και το Σοβιετικό Tupolev Tu 144, το οποίο αντιμετώπισε σοβαρά τεχνικά προβλήματα και διέκοψε τις πτήσεις του μέχρι αυτά να επιλυθούν. Άρχισε πάλι να πετά σε μικρή έκταση, στα τέλη της δεκαετίας του '70.

Σημαντικό γεγονός στον τομέα των κατασκευών της πολιτικής αεροπορίας, στις αρχές της δεκαετίας του '70, ήταν η συγκρότηση της ευρωπαϊκής κοινοπραξίας Airbus, από τη γαλλική Aerospatiale, τη βρετανική British Aerospace και τη γερμανική Deutsche Airbus, εκτοπίζοντας από τη δεύτερη θέση την Mc Donnell Douglas κι απειλώντας την ηγεμονία της Boeing. Τα Airbus παρουσίασαν πλήθος επαναστατικών καινοτομιών και επιβλήθηκαν σε όλο τον κόσμο.

Η παραπάνω αναδρομή απεικονίζει την εξέλιξη της αεροπορίας μέχρι και σήμερα. Οι αερομεταφορές συνεχίζουν να εξελίσσονται τεχνολογικά με τους ειδικούς να προβλέπουν για το μέλλον την κατασκευή ενός υπερηχητικού επαγγελματικού αεροσκάφους, ενός νέου Concorde, τη χρήση των αεροταξί του 21^{ου} αιώνα, ακόμη και ηλεκτρονικά αεροσκάφη.³ Όμως, ο ισχυρός ανταγωνισμός των αεροπορικών εταιρειών και οι φοβίες των αιθέρων κάνουν τον αεροπορικό κλάδο ιδιαίτερα ευαίσθητο.

³ Η Ιστορία της Αεροπορίας: www.gnosi.gr/planes/ghh.htm (20/10/2008).

1.3 Η ιστορία των αεροδρομίων

Ο τίτλος του «παλαιότερου αεροδρομίου» παγκοσμίως αμφισβητείται. Το αεροδρόμιο του College Park στο Maryland των Η.Π.Α που ιδρύθηκε το 1909 από τον Wilbur Wright είναι γενικά αποδεκτό ότι είναι το παλαιότερο παγκοσμίως που λειτουργεί χωρίς διακοπή ακόμη και σήμερα, αν και εξυπηρετεί μόνο γενική αεροπορική κίνηση. Η πρώτη γνωστή χρήση του όρου «αεροδρόμιο» εμφανίστηκε σε ένα άρθρο εφημερίδας το 1919 αναφορικά με το Barden Field στο Atlantic City στο New Jersey.

Η αεροπορική κίνηση αυξήθηκε κατά τη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου και οδήγησε στην κατασκευή πεδίων προσγείωσης. Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος βοήθησε στην ανάπτυξη των πεδίων προσγείωσης και απογείωσης, διότι τα αεροπλάνα έπρεπε να προσεγγίσουν αυτά από συγκεκριμένες διευθύνσεις, και γεγονός που οδήγησε στην ανάπτυξη διατάξεων για να κατευθύνουν την προσέγγιση και την κλίση προσγείωσης.

Κατά τη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου δημιουργήθηκαν στρατιωτικά αεροδρόμια, ορισμένα από τα οποία χρησιμοποιήθηκαν και μετά τον πόλεμο για την εξυπηρέτηση της μεταφοράς των επιβατών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του είδους αποτελεί το αεροδρόμιο *Le Bourget* στο Παρίσι.

Το πρώτο διεθνές αεροδρόμιο που λειτούργησε ήταν το αεροδρόμιο του *Croydon* στο Νότιο Λονδίνο στις αρχές της δεκαετίας του '20. Το 1922 το πρώτο μόνιμο αεροπορικό και εμπορικό *terminal* αποκλειστικά για εμπορική αεροπορία χτίστηκε στο *Konigsberg* στη Γερμανία. Τα αεροδρόμια αυτής της εποχής χρησιμοποιούσαν λιθόστρωτο διάδρομο, που επέτρεπε μόνο νυχτερινές πτήσεις και προσγείωση βαρειών αεροπλάνων. Τα πρώτα φώτα που χρησιμοποιήθηκαν σε ένα αεροδρόμιο ήταν στα τέλη της δεκαετίας του 1920-1930. Ειδικότερα, στη δεκαετία του 1930 τέθηκε σε λειτουργία ο φωτισμός προσγείωσης, ο οποίος έδειχνε τη σωστή κατεύθυνση και την γωνία καθόδου, και τυποποιήθηκε από τον Διεθνή Οργανισμό Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO).⁴

Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, ο σχεδιασμός των αεροδρομίων έγινε περισσότερο εξειδικευμένος. Τα κτίρια των επιβατών κατασκευάστηκαν όλα μαζί σε ένα σημείο με πολλούς διαδρόμους γύρω από το *terminal*, ώστε να είναι εύκολη η επέκταση των εγκαταστάσεων. Μία βελτίωση που έγινε ήταν στο διάδρομο προσγείωσης η εισαγωγή

⁴ ICAO είναι ο οργανισμός που ρυθμίζει τις διεθνείς αερομεταφορές. Είναι τμήμα του ΟΗΕ και ιδρύθηκε στο Σικάγο το 1944. Μέλη του είναι 190 χώρες και η έδρα του βρίσκεται στο Μόντρεαλ του Καναδά.

ραβδώσεων στην επιφάνεια του τσιμέντου, η οποία χρησίμευε στις δύσκολες καιρικές συνθήκες.

Η κατασκευή αεροδρομίων είχε μεγάλη εξέλιξη στη δεκαετία 1960-1970 με την αύξηση της αεροπορικής κίνησης με αεριωθούμενα αεροσκάφη. Οι διάδρομοι προσγείωσης επεκτάθηκαν κι έφτασαν τα 3 χιλιόμετρα (9800 πόδια).⁵

Σήμερα, τα αεροδρόμια έχουν ξεπεράσει όλες τις τεχνικές δυσκολίες όσον αφορά την προσγείωση-απογείωση. Εστιάζουν και προσπαθούν ν' αναπτυχθούν σε άλλους τομείς: στη γρήγορη εξυπηρέτηση πελατών, στην εύκολη επέκτασή τους, καθώς επίσης να είναι ιδιαίτερα σε design και ν' αποτελούν ακόμη και τα ίδια τουριστικούς πόλους έλξης.

1.4 Οι υπηρεσίες των αεροδρομίων σήμερα

Το αεροδρόμιο είναι μία από τις βασικότερες υποδομές του συστήματος κάθε χώρας. Χρήστες των υπηρεσιών που προσφέρει είναι, κυρίως, επιχειρήσεις και, δευτερευόντος, άτομα-επιβάτες.

Το κρίσιμο στοιχείο κάθε σημερινού αεροδρομίου είναι η χωρητικότητά του. Παρά το γεγονός ότι ο αεροπορικός κλάδος είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος αναμένεται να συνεχισθεί η αύξηση της επιβατικής κίνησης τις επόμενες δεκαετίες. (Λαίνος 1999)

Επαρκής χωρητικότητα ενός αεροδρομίου είναι εκείνη που σε κάθε χρονική στιγμή ικανοποιεί την υφιστάμενη ζήτηση. Προσδιοριστικοί παράγοντες της χωρητικότητας κάθε αεροδρομίου είναι:

- Οι δυνατότητες του συστήματος της εναέριας κυκλοφορίας που στις σημερινές συνθήκες μπορεί να εξυπηρετεί 20-30 αεροσκάφη την ώρα.
- Ο αριθμός και η κατάσταση του/των διαδρόμων προσγείωσης.
- Η ταχύτητα εξυπηρέτησης του αεροσκάφους στο έδαφος (ground handling).
- Η ταχύτητα προσπέλασης στο αεροδρόμιο (ποιότητα οδικής και σιδηροδρομικής υποδομής).

Τα χαρακτηριστικά αυτά, καθώς και οι επιπτώσεις τους στην χωρητικότητα του αεροδρομίου, διαφέρουν από αεροδρόμιο σε αεροδρόμιο.

⁵Airport -Wikipedia, the free encyclopedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/airport> (20/10/2008).

Κατά τη συνδιάσκεψη του Συμβουλίου του Διεθνούς Οργανισμού Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO), που πραγματοποιήθηκε στο Σικάγο την 07/10/1944, αποφασίστηκε να υπάρξει συνεργασία ανάμεσα στα συμβαλλόμενα κράτη, με σκοπό ανάμεσα στα άλλα και την εξασφάλιση του ανώτατου επιπέδου ομοιομορφίας στους κανονισμούς, τυποποιήσεις, διαδικασίες και οργανισμούς για τη διευκόλυνση των εναέριων μεταφορών και την επίτευξη του ανώτατου δυνατού βαθμού ασφαλείας των πτήσεων.

Κατάληξη αυτών των προσπαθειών υπήρξε το ANNEX 14 που πρωτοεκδόθηκε από το Συμβούλιο του ICAO την 29/05/1951, ενώ η πρώτη έκδοση του σήμερα χρησιμοποιούμενου έγινε την 14/05/1969 και αποτελεί υποχρεωτικό οδηγό για κάθε συμβαλλόμενο κράτος μέλος.⁶

1.5 Ο ρόλος των αεροδρομίων και η τάση για ιδιωτικοποίηση

Κάθε χώρα, ανάλογα με τη γεωγραφική της θέση, την οικονομική της διάρθρωση και την αναπτυξιακή της δυναμική, καθώς και το γενικότερο κοινωνικό και πολιτικό της περιβάλλον, αναπτύσσει το σύστημα των αεροδρομίων και αεροπορικών μεταφορών της γενικότερα σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητές της και τις ανάγκες της. Ορισμένες χώρες θεωρούν τα αεροδρόμια ως δημόσια αγαθά τα οποία πρέπει να αναπτυχθούν και να χρηματοδοτηθούν από το κράτος. Το βέβαιο είναι ότι η ανάπτυξη των αεροδρομίων συνεπάγεται σημαντικές θετικές εξωτερικές οικονομίες για τους άλλους κλάδους της οικονομίας και ιδιαίτερα για τον τουρισμό.

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες τα αεροδρόμια έχουν ιδιωτικοποιηθεί πλήρως. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Ηνωμένο Βασίλειο όπου τα κύρια αεροδρόμια ανήκουν σήμερα σε μία μόνον εταιρία, την BBA Limited. Επίσης, όλα τα αεροδρόμια της Αυστραλίας και το αεροδρόμιο της Ρώμης (Leonardo Da Vinci) έχουν ιδιωτικοποιηθεί πλήρως, ενώ ιδιωτικές επιχειρήσεις και θεσμικοί επενδυτές κατέχουν τώρα πλειοψηφικά πακέτα μετοχών στα διεθνή αεροδρόμια της Κοπεγχάγης, της Βιέννης, των Βρυξελλών καθώς και της Αθήνας «Ελ. Βενιζέλος». Επίσης, έχουν ήδη ιδιωτικοποιηθεί τα αεροδρόμια του Μουμπάι και του Νέου Δελχί στην Ινδία και τα διεθνή αεροδρόμια του Πεκίνου, της Σαγκάης και της Μαλαισίας.

⁶Λαίνοσ, Σ. (1999), "Οικονομική Εναέριων Μεταφορών σε Ανταγωνιστικό Περιβάλλον", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, σελ. 203.

Ειδικότερα, τα αεροδρόμια των ΗΠΑ και του Καναδά δεν έχουν ακόμη ακολουθήσει τις διεθνείς τάσεις προς την πλήρη ιδιωτικοποίηση. Στον Καναδά, το κράτος διατηρεί την ιδιοκτησία των μεγάλων αεροδρομίων και έχει εισάγει τα αεροδρόμια αυτά στον ανταγωνισμό με την παραχώρηση της διοικήσεως και της λειτουργίας τους σε μη κερδοσκοπικές τοπικές αρχές με μακροχρόνια ανάθεση (leasing). Στις ΗΠΑ, η ιδιοκτησία και η διοίκηση των αεροδρομίων παραμένει στους δήμους και τις νομαρχιακές-πολιτειακές αρχές, οι οποίες προσπαθούν να αναπτύξουν τα αεροδρόμιά τους και να προσελκύσουν αεροπορικές εταιρείες, σε έντονο ανταγωνισμό με τα αεροδρόμια σε γειτονικές πολιτείες ή περιοχές. Η ανάπτυξη των περιοχών εξαρτάται από την ανάπτυξη των αεροδρομίων και αντίστροφα, και για το λόγο αυτόν οι διάφορες πολιτείες και πόλεις επενδύουν στην ανάπτυξη των αεροδρομίων τους.

Γενικά, σε περιπτώσεις αεροδρομίων που καλύπτουν ένα κρίσιμο επίπεδο εργασιών, το κόστος των επενδύσεων σε υποδομές και το κόστος της λειτουργίας τους μπορεί να καλυφθούν μέσω των τελών και χρεώσεων που το αεροδρόμιο επιβάλλει στις αεροπορικές εταιρείες που το χρησιμοποιούν, καθώς και μέσω των κερδών που μπορεί να επιτευχθούν από παράλληλες εμπορικές – επιχειρηματικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στο αεροδρόμιο. Συνεπώς, οι δημόσιοι πόροι με τη μορφή επιχορηγήσεων, επενδύσεων ή άμεσων δημόσιων επενδύσεων δεν χρειάζονται πλέον, διότι μέσα στην τιμή του αεροπορικού εισιτηρίου συμπεριλαμβάνονται τα τέλη χρήσεως που πληρώνουν οι αεροπορικές εταιρείες στο αεροδρόμιο.

1.6 Τα προβλήματα των αερομεταφορών το 2008

Οι παγκόσμιες αερομεταφορές, ανεξαρτήτως της μέσο - μακροχρόνιας εντυπωσιακής ανοδικής τους πορείας, αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα κατά την τρέχουσα περίοδο, τα σπουδαιότερα από τα οποία είναι:

Πρώτον, η δυναμικότητα πολλών διεθνών αεροδρομίων στην Ευρώπη, αλλά και σε άλλες ανεπτυγμένες οικονομίες, είναι κορεσμένη. Αυτό συνεπάγεται σημαντικά προβλήματα και αδυναμία εξυπηρέτησεως της ταχέως αυξανόμενης ζήτησεως χρόνου προσγειώσεως-απογειώσεως (slots), καθώς και των επιβατών στα αεροδρόμια. Οι ελλείψεις αυτές δεν είναι δυνατό να αντιμετωπισθούν με νέες επενδύσεις λόγω της υπάρξεως σημαντικών χωροταξικών, πολεοδομικών και περιβαλλοντικών εμποδίων και, γενικά, χρονοβόρων διαδικασιών στην περαιτέρω επέκταση αυτών των αεροδρομίων.

Δεύτερον, ενώ τα κεντρικά αεροδρόμια αντιμετωπίζουν προβλήματα περιορισμένης δυναμικότητας, πολλά περιφερειακά αεροδρόμια εγκαταλείπονται από τις αεροπορικές εταιρείες, ιδιαίτερα σε περιόδους σημαντικών κρίσεων. Άλλα μικρά περιφερειακά αεροδρόμια χαρακτηρίζονται από σημαντικές ελλείψεις υποδομής και ανεπαρκή επιχειρηματική λειτουργία (λόγω της διοικήσεώς τους από κρατικούς οργανισμούς), έτσι ώστε να μην κατορθώνουν να εξασφαλίσουν ένα μέγεθος εργασιών που θα τα καθιστούσε βιώσιμα, με κάποια εύλογη επιχορήγηση.

Τρίτον, οι παγκόσμιες μεταφορές είναι ευάλωτες σε αυξήσεις των τιμών των καυσίμων, όπως αυτή που αντιμετωπίζουμε την περίοδο αυτή, αλλά και σε γεωπολιτικούς κινδύνους. Η κρίση της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 είχε ως συνέπεια την πτώση των εσόδων και των κερδών των αεροπορικών εταιρειών τα έτη που ακολούθησαν, και την μεγάλη αύξηση των δαπανών για μέτρα ασφαλείας στα αεροδρόμια και τα αεροπλάνα, με αποτέλεσμα το σύνολο των εταιρειών μελών της IATA (Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών) να καταγράφουν αρνητικά κέρδη την περίοδο 2001-2006. Στη συνέχεια, είχαν θετικό αποτέλεσμα το 2007, για να επανέλθουν σε αρνητική πορεία το 2008 εξαιτίας κυρίως των τεράστιων αυξήσεων των τιμών του πετρελαίου. Σχετικά, ο Giovanni Bisignani, Διευθύνων Σύμβουλος της IATA αναφέρει (2.6.2008) ότι 24 αεροπορικές εταιρείες περιήλθαν σε κατάσταση χρεοκοπίας τους τελευταίους έξι μήνες, ενώ η άνοδος της τιμής του πετρελαίου στα \$ 130/βαρέλι συνεπάγεται άνοδο του κόστους λειτουργίας των αεροπορικών εταιρειών κατά \$ 99 δις. Κάθε «δολάριο» που προστίθεται στην τιμή των καυσίμων, αυξάνει το κόστος του κλάδου κατά \$ 1,6 δις. Αυτό έχει φέρει πολλές, ακόμη και μεγάλες αεροπορικές εταιρείες, σε δύσκολη οικονομική θέση, έτσι ώστε να δίδουν αγώνα επιβιώσεως με περικοπές δρομολογίων και απόσυρση αεροσκαφών.

Η διαφανόμενη κρίση στην παγκόσμια οικονομία και στις αερομεταφορές με τις απότομες, μεγάλες αυξομειώσεις των τιμών του πετρελαίου, σε συνδυασμό και με το σημαντικά ανατιμημένο «ευρώ», αναμένεται να επηρεάσουν σε κάποιο βαθμό αρνητικά και τον ελληνικό τουρισμό, και, επομένως, και την επιβατική κίνηση στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος (ΕΛΒ), αλλά και στα άλλα ελληνικά αεροδρόμια.

1.7 Συμπεράσματα

Η παραπάνω ιστορική αναδρομή απεικονίζει την εξέλιξη του αεροπορικού κλάδου από την ίδρυσή του μέχρι και σήμερα. Η τεχνολογική ανάπτυξη στην παραγωγή αεροσκαφών, ο ισχυρός ανταγωνισμός μεταξύ αεροπορικών εταιρειών και η

Κεφάλαιο 1 Ιστορική αναδρομή των αεροπορικών μεταφορών και ο ρόλος του αεροδρομίου

σπουδαιότητα στη σημερινή εποχή του αεροδρομίου ως μία από τις βασικότερες υποδομές του συστήματος κάθε χώρας, στοιχειοθετούν τη σύγχρονη μορφή του αεροπορικού κλάδου. Η ανάπτυξη του συστήματος των αεροδρομίων και, γενικότερα, των αεροπορικών μεταφορών είναι βέβαιο ότι επηρεάζει άλλοτε αρνητικά κι άλλοτε θετικά κι άλλους κλάδους της οικονομίας, και κυρίως τον τουρισμό, θέμα το οποίο θα αναπτυχθεί στο προσεχές κεφάλαιο.

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 1

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Λαίνος, Σ. (1999), "Οικονομική Εναέριων Μεταφορών σε Ανταγωνιστικό Περιβάλλον", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Ιστοσελίδες

- Η Ιστορία της Αεροπορίας: www.gnosi.gr/planes/ghh.htm (20/10/2008).
- Airport-Wikipedia, the free encyclopedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/airport> (20/10/2008).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:
**Η συμβολή των αεροδρομίων στην παγκόσμια τουριστική
ανάπτυξη**

2.1 Εισαγωγή

Στο δεύτερο κεφάλαιο επιχειρείται η ανάλυση της ισχύος των αερομεταφορών στην ανάπτυξη του τουρισμού. Πιο αναλυτικά, δίνεται ο ορισμός της τουριστικής μεταφοράς, αναλύεται η συμβολή του αεροπορικού κλάδου στην ανάπτυξη του τουρισμού ιστορικά, καθώς επίσης αναλύεται και ο ρόλος των αεροδρομίων στην εξέλιξη και στην ανάπτυξη κάθε τουριστικού προορισμού.

2.2 Ο ορισμός της τουριστικής μεταφοράς

Σε αυτό το υποκεφάλαιο κρίνεται απαραίτητο να αναλυθεί η σπουδαιότητα των μεταφορών στο κατά πόσο επηρεάζουν τον τουρισμό. Το τουριστικό προϊόν διακατέχεται από την ιδιομορφία να καταναλώνεται μόνο στον τόπο που διατίθεται από τους προμηθευτές του, με αποτέλεσμα η μεταφορά να αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη διάδοσή του⁷ (Σαμπράκος 1999). Η ποιότητα και το κόστος των παρεχόμενων μεταφορικών υπηρεσιών επηρεάζουν τη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος σε κάθε προορισμό.

Ο τομέας των τουριστικών μεταφορών αξίζει τον κόπο να γίνει αντικείμενο διερεύνησης και μελέτης διότι εξυπηρετεί τρεις πολύ βασικές τουριστικές λειτουργίες: Πρώτα, οι τουριστικές μεταφορές διευκολύνουν, λειτουργώντας σαν δίκτυα, σαν μέσα μεταφοράς, αλλά και σαν επιχειρησιακή δραστηριότητα τη διακίνηση των τουριστών, η αναγκαιότητα της οποίας είναι προφανής. Έπειτα, με την παραπάνω έννοια, οι τουριστικές μεταφορές αναπροσαρμόζουν και δημιουργούν ένα ατέλειωτο φάσμα τουριστικών δραστηριοτήτων και μία αμέτρητη γκάμα προϊόντων και εξοπλισμών.⁸ Τέλος, οι τουριστικές μεταφορές είναι σε θέση να αναπτύξουν ή όχι μία νέα περιοχή εντάσσοντάς την στην τουριστική αγορά και αξιοποιώντας μία ευρύτερη γεωγραφική περιφέρεια⁹ (Λύτρας 1983).

Η τουριστική μεταφορά είναι αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής δραστηριότητας και, για ορισμένες περιοχές, αποτελεί σημαντικό μέρος της δαπάνης αυτής. Η παράλληλη ανάπτυξη αμφοτέρων των κλάδων και οι ισοβαρείς τους σχέσεις μπορούν να

⁷ Σαμπράκος, Ε. (1999), "Μεταφορές και Τουρισμός", Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Πειραιάς, σελ. 27.

⁸ Σαμπράκος, Ε. (1999), "Μεταφορές και Τουρισμός", Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Πειραιάς, σελ. 35.

⁹ Λύτρας, Π. (1983), "Τουριστική Ανάπτυξη: Υποδομή, Εκπαίδευση και Περιβάλλον", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ. 38-39.

συμβάλλουν τα μέγιστα στην ποιοτική βελτίωση, στην ανταγωνιστική τιμολόγηση και στον εμπλουτισμό του προϊόντος, γεγονός που αφορά κυρίως στις θαλάσσιες μεταφορές και τις αερομεταφορές.¹⁰ Αντίστοιχα, η χαμηλή ποιότητα ή το υψηλό κόστος της μεταφοράς επιδρούν αρνητικά στη ζήτηση για μεταφορικές και, κατά συνέπεια, τουριστικές υπηρεσίες. Σε αυτήν την περίπτωση η μεταφορά όχι μόνο δεν συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη, αλλά λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας στον κλάδο. Είναι αναμφισβήτητο ότι δεν μπορεί να υπάρξει τουρισμός χωρίς αποτελεσματικές μεταφορές. Τρεις βασικές τουριστικές εποχές μπορούν να ταυτοποιηθούν με τρεις διαδοχικές επαναστάσεις στον τομέα των μεταφορών. Η πρώτη άρχισε με την ανακάλυψη του σιδηροδρόμου που έθεσε τα θεμέλια του σύγχρονου τουρισμού. Η επόμενη ήταν η ανακάλυψη του ιδιωτικού αυτοκινήτου με κινητήρα που μεταμόρφωσε το ταξίδι και τους τρόπους ζωής. Η τρίτη επανάσταση στις μεταφορές που είχε και τη μεγαλύτερη επίδραση στα διεθνή ταξίδια ήρθε με τα φτερά του αεροπλάνου.¹¹

2.3 Ιστορική αναδρομή στη συμβολή του αεροπορικού κλάδου στην ανάπτυξη του τουρισμού ιστορικά

Το αεροπλάνο και τα δίκτυα των αεροδρομίων από την ανακάλυψή τους κι έπειτα ξεκινούν να παίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού. Οι αεροπορικές μεταφορές και ο τουρισμός είναι δύο έννοιες που αλληλοσυνδέονται. Από τη μία πλευρά, ο τουρισμός είναι ένας κινητήριος παράγοντας και, σε μερικές περιπτώσεις, μπορεί να παίξει μεγάλο ρόλο για αλλαγή στις αεροπορικές μεταφορές. Από την άλλη πλευρά, οι αεροπορικές μεταφορές άνοιξαν νέους προορισμούς και δημιούργησαν νέες μορφές τουρισμού, όπως οι μεγάλης απόστασης εξορμήσεις.

Για περισσότερη κατανόηση θα παρουσιαστεί στη συνέχεια η διαδραστική ανάπτυξη των αεροπορικών μεταφορών και του τουρισμού, η οποία μπορεί να χωριστεί στις παρακάτω επικαλυπτόμενες φάσεις:

- **Ο τουρισμός ως παραμελημένη επιχείρηση.** Οι προγραμματισμένες και οι κανονικές αερομεταφορές άρχισαν μετά τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο με τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και για τις υπηρεσίες για επιχειρηματίες. Αλλά πολύ νωρίς, στη δεκαετία του '30, με την εμφάνιση των μεγαλύτερων αεροπλάνων, όπως DC2 και DC3, οι αερομεταφορές για τον τουρισμό και για την ψυχαγωγία έγιναν απαραίτητες.

¹⁰ Σαμπράκος, Ε. (1999), "Μεταφορές και Τουρισμός", Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Πειραιάς, σελ 39.

¹¹ Chew, J. (1987), "Transport and Tourism in the year 2000", *Tourism Management*, Vol. 8, Issue 2, Page 83.

- **Τουρισμός ως δευτεροβάθμια δραστηριότητα.** Σαν επακόλουθο του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, με την αφθονία διαθέσιμων μεγάλων αεροπλάνων οι μεγάλες εταιρείες στράφηκαν περισσότερο προς τα έσοδα από επιβάτες τουριστικής κίνησης. Η αεροπορική εταιρεία Swissair, ήδη από τη δεκαετία του 1960, δημιούργησε μια χειμερινή σύνδεση από το Λονδίνο στο άνω Engadin στο ST Moritz. Εκείνη την εποχή εμφανίστηκαν νέοι τύποι αερογραμμών. Τα αεροσκάφη DC4 και DC6 χρησιμοποιήθηκαν για πτήσεις charter σε παραδοσιακές αγορές στην Ευρώπη και στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ), όπως τα Κανάρια νησιά, η Χαβάη και τα νησιά Μπαρμπάντος.¹²
- **Ειδίκευση στον τουρισμό.** Με την ανάπτυξη πιο ευρύχωρων αεροπλάνων, ο τουρισμός και η εναέρια κυκλοφορία πήραν μία πιο φρέσκια διάσταση. Η νέα γενιά των αεροσκαφών μείωσε τις δαπάνες και τις τιμές ώστε να μπορέσουν οι αεροπορικές εταιρείες να στηριχθούν περισσότερο στις αγορές διασκέδασης και τουρισμού. Οι αεροπορικές εταιρείες δημιούργησαν ένα πιο προσιτό τιμοκατάλογο για τους ταξιδιώτες που τους έδιναν τη δυνατότητα να μπορούν να διανύσουν μεγαλύτερες αποστάσεις και υπερατλαντικά ταξίδια. Πλέον ο τουρισμός και το ταξίδι με το αεροπλάνο δεν ήταν είδος πολυτελείας.
- **Συνδυασμός επαγγελματικού ταξιδιού και τουρισμού.** Με την απελευθέρωση των αερομεταφορών το 1978 στις ΗΠΑ, η διεθνής αεροπορία μπόρεσε κι έγινε πιο ανοιχτή και ανταγωνιστική μέσω της χαλάρωσης των κανόνων και του τιμολογιακού ελέγχου των ναύλων. Συνεπώς, νέα επιχειρησιακά πρότυπα προέκυψαν με θετικές κι αρνητικές επιπτώσεις όπως: αυξήθηκαν οι αεροπορικές εταιρείες, αλλά συγχρόνως έκλεισαν και πολλές στη συνέχεια λόγω ανταγωνισμού. Αναπτύχθηκαν πάρα πολύ τα περιφερειακά αεροδρόμια διότι ήταν πιο φθηνά κι έτσι οι αεροπορικές εταιρείες μπορούσαν να διατηρήσουν μειωμένο το κόστος του εισιτηρίου. Τέλος, εμφανίστηκαν στην αεροπορική αγορά και οι εταιρείες χαμηλού κόστους, οι οποίες αντικατέστησαν τις εταιρείες charter στους πιο κοντινούς προορισμούς. Με όλες τις παραπάνω εξελίξεις, νέες μορφές τουρισμού έκαναν την εμφάνισή τους, όπως ο τουρισμός πόλεων και οι εξοχικές κατοικίες. Επίσης, η επίσκεψη φίλων και συγγενών σε άλλες χώρες έγινε ευκολότερη με τη βοήθεια του αεροπλάνου.¹³

¹² Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Tourism Management, Vol.12, Issue 1 , Page 43.

¹³Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Tourism Management, Vol.12, Issue 1 ,Page 44.

Αυτή η σύντομη χρονολογική ανάλυση παρουσιάζει το συσχετισμό μεταξύ της ανάπτυξης του τουρισμού, ειδικά συγκεκριμένες μορφές τουρισμού και προορισμών, των αεροπορικών μεταφορών και των διαφορετικών προτύπων του ανεφοδιασμού υπηρεσιών αέρα.

Οι αεροπορικές μεταφορές έχουν μια ιδιαίτερα εκτεταμένη επιρροή στον τουρισμό:

- Οι αεροπορικές μεταφορές είναι το βασικό μέσο μεταφοράς για τους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς και, σε μερικές περιπτώσεις, συνεισφέρουν πάνω από το 100% στις διεθνείς αφίξεις τουρισμού.
- Η διαθεσιμότητα των φτηνών αεροπορικών μεταφορών μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως μια από τις κύριες κινητήριες δυνάμεις στη διεθνή αύξηση τουρισμού. Υπάρχει ένας ισχυρός συσχετισμός μεταξύ του αριθμού αεροπορικών ταξιδιών και των διεθνών αφίξεων των τουριστών.
- Στις καλά ανεπτυγμένες αγορές ταξιδιού οι αεροπορικές μεταφορές είναι τώρα βασικός τρόπος μεταφοράς για τις ολονύκτιες παραμονές περισσότερων από τεσσάρων νυχτών. Το μερίδιο των πτήσεων τσάρτερ, εντούτοις, έχει μειωθεί. Αυτό φαίνεται εύκολα στην ελβετική αγορά ταξιδιού, η οποία είναι μια εύπορη χώρα που έχει μια καθιερωμένη και καλά ανεπτυγμένη βιομηχανία ταξιδιού.¹⁴

Η υποδομή του τουρισμού, αναφορικά με τους διάφορους τύπους προορισμών ή τα φυσιολατρικά ταξίδια, έχει επηρεαστεί επίσης από την ανάπτυξη των αεροπορικών μεταφορών. Η εμφάνιση των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους έχει βελτιώσει αρκετά την ποιότητα των μεταφορών σε πολλούς προορισμούς. Πιο αναλυτικά, στη Βόρεια Ιταλία, π.χ., η εμφάνιση των χαμηλού κόστους αερογραμμών έχει ανοίξει τις νέες τουριστικές αγορές (Signorini 2002). Η εμφάνιση των μεγάλης απόστασης πτήσεων τσάρτερ επέτρεψε την ανάπτυξη των «εξωτικών» προορισμών, όπως τα νησιά της Καραϊβικής, τις Μαλδίβες και τις Σεϋχέλλες (Kaspar, 1993). Αυτή η τάση ενδυνάμωσε και καθιέρωσε τους παραπάνω προορισμούς και σαν χειμερινούς, καθότι στο παρελθόν θεωρείτο ως η μόνη διαθέσιμη χειμερινή επιλογή διακοπών το σκι στο βουνό.

Σύμφωνα, λοιπόν, με τις παραπάνω αναλύσεις οι αερομεταφορές ιστορικά έχουν συμβάλλει σε τεράστιο βαθμό στην ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς επίσης έχουν διευκολύνει την επικοινωνία και τη μεταφορά των πολιτών σε παγκόσμιο επίπεδο.

¹⁴ Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Tourism Management, Vol.12, Issue 1 ,Page 45.

2.4 Ο ρόλος του αεροδρομίου στην ανάπτυξη του προορισμού

Το αεροδρόμιο είναι ο σταθμός εισόδου και εξόδου των τουριστών, είναι ο καθρέφτης του προορισμού κι από εκεί οι ταξιδιώτες παίρνουν την πρώτη και τελευταία τους εντύπωση¹⁵ (Λύτρας 1983). Πιο αναλυτικά, η υποδομή ενός αεροδρομίου είναι το πρώτο σημείο επαφής των τουριστών όταν φθάνουν στον προορισμό των διακοπών τους. Συνεπώς, οι διευκολύνσεις-υπηρεσίες του αεροδρομίου, η προσβασιμότητα καθώς και η εμφάνισή του, δίνουν στους ταξιδιώτες την πρώτη εντύπωση, σχετικά με την αναμενόμενη ποιότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.¹⁶

Όταν οι επιβάτες χρησιμοποιούν την αεροπορική υποδομή κάνουν χρήση ορισμένων βασικών υπηρεσιών όπως: check in, έλεγχο διαβατηρίων, έλεγχο ασφάλειας κατά την αναχώρηση, αναζήτηση αποσκευών κι έλεγχο διαβατηρίου κατά την άφιξη. Εάν ένα αεροδρόμιο δεν μπορεί να ανταποκριθεί αποτελεσματικά σε όλες αυτές τις υπηρεσίες, η ποιότητα υπηρεσίας του αεροδρομίου θα είναι χαμηλή και η αντίληψη του τουρίστα για τις διευκολύνσεις του αεροδρομίου θα είναι αρνητική, γεγονός που θα επηρεάσει τον τουρίστα να σκεφτεί ότι και η ποιότητα των διακοπών του στον συγκεκριμένο προορισμό θα κυμαίνεται στο ίδιο χαμηλό επίπεδο.¹⁷

Η θέση του αεροδρομίου σε κάθε προορισμό παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, καθώς επίσης και η δομή του δικτύου των αεροπορικών γραμμών, διότι έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν την πρόσβαση στη τουριστική αγορά κι, επίσης, τη δομή των ναύλων καθώς και τον τύπο των τουριστών που θέλουν να ταξιδέψουν μέσα στο πλαίσιο αυτό.¹⁸

Τα αεροδρόμια και, ειδικότερα, η υποδομή των αεροδρομίων και η στρατηγική τους, όπως επίσης και οι αερογραμμές έχουν σπουδαία σημασία για κάθε τουριστικό προορισμό. Προορισμοί σε λογική προσβασιμότητα προς ένα αεροδρόμιο με υποδομή υψηλής ποιότητας, όπως αεροδιάδρομο μεγαλύτερο των 3000 μέτρων και με υψηλής άνεσης υπηρεσίες αναχώρησης κι άφιξης, έχουν την τάση για οικονομικούς λόγους να προσελκύουν σπάνια μεγάλα αεροπλάνα. Τα μικρά αεροδρόμια κι αυτά με χαμηλότερης ποιότητας υπηρεσίες έχουν την τάση να προσφέρουν υπηρεσίες στους

¹⁵ Λύτρας, Π. (1983), "Τουριστική Ανάπτυξη: Υποδομή, Εκπαίδευση και Περιβάλλον", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ. 61.

¹⁶ Prideaux, B. (2000), "The Role of the Transport System in Destination Development", Tourism Management, Vol. 21, Issue 1, Page 53.

¹⁷ Rendeiro, R. and Martin-Cejas (2006), "Tourism Service Quality begins at the Airport", Tourism Management, Vol. 27, Issue 5, Page 874.

¹⁸ Khadaroo J. and Seetanah B. (2008), "The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: a gravity model approach", Tourism Management, Vol. 29, Issue 5, Page 832.

μεγάλους φορείς και υπηρεσίες point to point σε φορείς χαμηλού κόστους και charters. Το κατά πόσον ένα αεροδρόμιο θα χρησιμοποιείται για παροχή αποκλειστικά υπηρεσιών point to point από φορείς χαμηλού κόστους ή θα αναπτυχθεί και θα γίνει κόμβος εξαρτάται από τη θέση του, την υποδομή του και την εσωτερική του αγορά.¹⁹

Το κανονιστικό περιβάλλον και οι τεχνικές εξελίξεις επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την παροχή αεροπορικών μεταφορών. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη δικτύων με περιφερειακά ελικοφόρα και με τζέτς επιτρέπει τη χρήση μικρών αεροδρομίων. Κανονιστικές πολιτικές προς την κατεύθυνση των συμμαχιών και της διασυνοριακής πρόσβασης έπαιξαν έναν σπουδαίο ρόλο στον τρόπο με τον οποίο οι αεροπορικές εταιρείες αναπτύχθηκαν σε πολλές τουριστικές περιοχές.

Επιπρόσθετα, ένα αεροδρόμιο πολύ κοντά σε έναν τουριστικό προορισμό δημιουργεί πολλά προβλήματα σε αυτόν. Πιο συγκεκριμένα, εξαιτίας της ηχορύπανσης συχνά από υπερβολικό θόρυβο, επηρεάζεται αρνητικά η ελκυστικότητα των τοπικών ξενοδοχείων και της γύρω περιοχής και έχει αρνητικές συνέπειες στον οικολογικό τουρισμό. Στα πλαίσια αυτά, μπορούν να καταδειχθούν εύκολα οι σχέσεις μεταξύ τουρισμού και αερομεταφορών. Ανάπτυξη νέων ελκυστικών προορισμών που βασίζονται σε υποδομή, όπως τα θεματικά πάρκα, οδηγεί σε πρόσθετες βραχείς επισκέψεις, αλλά αυτό με τη σειρά του επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα της παρεχόμενης διευκόλυνσης για τους επισκέπτες. Οι αεροπορικές εταιρείες θα μπορούσαν να αντιδράσουν αυξάνοντας τη συχνότητα πτήσεων ή αλλάζοντας τον τύπο του αεροπλάνου που χρησιμοποιείται. Τουριστική υποδομή αυτού του τύπου θα μπορούσε να προσελκύσει νέες μορφές αερομεταφορών, όπως αεροπορικές «low cost» που με τη σειρά τους θα προσέθεταν περισσότερους επισκέπτες.

Σε γενικές γραμμές, μια βελτίωση ενός ελκυστικού στόχου σε έναν προορισμό οδηγεί στην προώθηση της ανάπτυξης του τοπικού αεροδρομίου, το οποίο με τη σειρά του δημιουργεί πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα και προσελκύει περισσότερες αεροπορικές υπηρεσίες. Το αεροδρόμιο θα μπορούσε να εξελιχθεί σε κόμβο (hub) για μια παραδοσιακή αεροπορική γραμμή ή σε βάση (base) για φορείς χαμηλού κόστους. Αντίθετα, μπορούν να δημιουργηθούν δυσάρεστες καταστάσεις όταν ένας τουριστικός προορισμός βρίσκεται σε πτώση επειδή έχει χάσει την ανταγωνιστικότητά του. Τότε, οι δικτυακοί φορείς θα αντικατασταθούν από φορείς χαμηλού κόστους που θα εξυπηρετούν τουρίστες κατώτερης ποιότητας. Οποιαδήποτε υποβάθμιση στους

¹⁹Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Tourism Management, Vol.12, Issue 1 ,Page 45.

τουριστικούς προορισμούς οδηγεί αυτομάτως σε περαιτέρω ολίσθηση της αεροπορικής κίνησης και του ενδιαφέροντος των τουριστών.

Η ανάπτυξη των αεροπορικών μεταφορών-αεροδρομίων και του τουρισμού, όπως έχει προαναφερθεί, είναι αλληλεξαρτημένη και αυτό μπορεί να οδηγήσει και σε θετικά αλλά και σε αρνητικά αποτελέσματα. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι αεροπορικές εταιρείες και κατ' επέκταση τα αεροδρόμια κάθε προορισμού λαμβάνουν μέρος στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών, διαφημίζοντας πρωτοβουλίες και το σχεδιασμό διευκολύνσεων αεροπορικής πρόσβασης. Υπάρχουν, όμως, περιπτώσεις που οι τουριστικοί προορισμοί λόγω πτώσης της ελκυστικότητάς τους δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των αεροδρομίων και των αεροπορικών εταιρειών.

2.5 Συμπεράσματα

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε κι αναλύθηκε η επιρροή των αεροπορικών μεταφορών και, πιο συγκεκριμένα, των αεροδρομίων στην ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών. Αναμφισβήτητα, ο ρόλος των αερομεταφορών και ειδικά των αεροδρομίων στην ανάπτυξη όλων των μορφών τουρισμού παγκοσμίως είναι δεδομένος και παγιωμένος. Τα αεροδρόμια αποτελούν για τον τουρισμό την πρώτη και την τελευταία εντύπωση για τον προορισμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και το νέο Αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος» που άλλαξε την εικόνα της Αθήνας ως τουριστικό προορισμό από την έναρξη της λειτουργίας του, θέμα το οποίο θα συζητηθεί στα επόμενα κεφάλαια.

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 2

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Λύτρας, Π. (1983), "Τουριστική Ανάπτυξη: Υποδομή, Εκπαίδευση και Περιβάλλον", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Σαμπράκος, Ε. (1999), "Μεταφορές και Τουρισμός", Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Πειραιάς.

Ξένη Βιβλιογραφία

- Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Journal of Air Transport Management, Vol.12, Issue 1, pp. 40-46.
- Chew, J. (1987), "Transport and Tourism in the year 2000", Tourism Management, Vol. 8, Issue 2, pp. 82-87.
- Khadaroo J. and Seetanah B. (2008), "The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A gravity model approach", Tourism Management, Vol. 29, Issue 5, pp. 831-840.
- Prideaux, B. (2000), "The Role of the Transport System in Destination Development", Tourism Management, Vol. 21, Issue 1, pp. 53-63.
- Rendeiro, R. and Martin-Cejas, (2006), "Tourism Service Quality begins at the Airport", Tourism Management, Vol. 27, Issue 5, pp. 874-877.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών - ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

3.1 Εισαγωγή

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μία συνοπτική περιγραφή του νέου Διεθνούς Αεροδρομίου Αθηνών και του τρόπου με τον οποίο συνέβαλε και συνεχίζει να συμβάλλει αισθητά στην ανάπτυξη του τουρισμού της Αθήνας.

Στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη παρουσίαση των δυνατοτήτων του νέου αεροδρομίου, καθώς επίσης και η ανάδειξη της ευρηματικής προωθητικής πολιτικής που εφαρμόζει για την προσέλκυση νέων αεροπορικών εταιρειών και, κατ' επέκταση, για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας.

Ένα ζήτημα το οποίο χρήζει προσοχής κατά την παρουσίαση του νέου αεροδρομίου είναι η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού μέσω του νέου μεγάλου εκθεσιακού κέντρου στο «Ελευθέριος Βενιζέλος», καθώς και τα οφέλη που αναμένεται να προκύψουν για την τουριστική κίνηση της Αθήνας, η οποία θεωρείται ένας από τους ανερχόμενους προορισμούς επαγγελματικού τουρισμού στην Ευρώπη.

3.2 Το Νέο Αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος»

Η έναρξη λειτουργίας του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος» (Ελ. Βενιζέλος) στις 28 Μαρτίου του 2001 σηματοδότησε μία νέα εποχή για την Ελλάδα στον τομέα των αερομεταφορών και συνέβαλε στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας. Το νέο αεροδρόμιο άλλαξε την εικόνα της ελληνικής πρωτεύουσας με στόχο να εξελιχθεί γρήγορα στον πιο σημαντικό κόμβο εναέριων μετακινήσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Το Διεθνές Αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» αντικατέστησε το Διεθνές Αεροδρόμιο του Ελληνικού («Ελληνικό»), που εξυπηρετούσε για έξι περίπου δεκαετίες τις ελληνικές διεθνείς αερομεταφορές. Η ονομασία του «Ελ. Βενιζέλος» δόθηκε προς τιμήν του μεγάλου Κρητικού πολιτικού, ο οποίος πρωτοστάτησε στην Κρητική Επανάσταση του 1896, εναντίον της τότε Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, και, στη συνέχεια, εξελέγη Πρωθυπουργός της Ελλάδας. Ως πρωθυπουργός ίδρυσε Υπουργείο Αεροπορίας και ήταν ο πρώτος που προσπάθησε να οργανώσει Πολιτική Αεροπορία στην ελληνική Επικράτεια.

Τα πρώτα σχέδια μεταφοράς του αεροδρομίου από το «Ελληνικό» σε άλλη τοποθεσία άρχισαν ήδη από την εποχή της δικτατορίας, όταν η δόμηση στην Αθήνα άρχισε να επεκτείνεται ταχύτατα, με αποτέλεσμα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η περιοχή

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

γύρω από το αεροδρόμιο να πυκνοκατοικηθεί. Η ιδέα διατηρήθηκε και έπειτα από τη Μεταπολίτευση, και, μάλιστα, το 1976 παρουσιάστηκε μελέτη στην ελληνική Κυβέρνηση, η οποία υποδείκνυε ως ιδανική θέση για ένα νέο αεροδρόμιο την περιοχή των Σπάτων. Εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα εισερχόταν σε μία περίοδο με πολλά εσωτερικά και εξωτερικά προβλήματα, το σχέδιο εγκαταλείφθηκε

20

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 ήταν πλέον προφανές, ότι με τη συνεχή αύξηση της ζήτησης αεροπορικών ναύλων, το «Ελληνικό» δεν θα μπορούσε να εξυπηρετήσει τις αυξημένες επιβατικές ανάγκες του μέλλοντος, εκτός αν επεκτείνονταν οι εγκαταστάσεις του. Καθώς αυτό ήταν πλέον αδύνατο λόγω έλλειψης χώρου και σε συνδυασμό με τις φωνές διαμαρτυρίας των κατοίκων της γύρω από το αεροδρόμιο περιοχής για ηχορύπανση και υψηλή επικινδυνότητα να πληθαίνουν, η ελληνική κυβέρνηση αποφάσισε τη μεταφορά του αερολιμένα έξω από την πόλη. Η τοποθεσία παρέμεινε η ίδια βάσει του σχεδίου 1976, και στις 31 Ιουλίου του 1995 έπειτα από διεθνή διαγωνισμό, η γερμανική εταιρεία Hochtief ανέλαβε την κατασκευή του νέου διεθνούς αερολιμένα στην περιοχή των Σπάτων.

Από την έναρξη της λειτουργίας του την 28^η Μαρτίου 2001, ο νέος Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών εξυπηρετεί την πρωτεύουσα της Ελλάδας, έχοντας ως κύρια προτεραιότητα την άριστη λειτουργία και εξυπηρέτηση, την ασφάλεια και τη φιλικότητα προς τους επιβάτες και τους επισκέπτες του.

Το νέο αεροδρόμιο ήταν μία επένδυση ύψους 2,2 δισεκατομμυρίων €, κατασκευάστηκε σε 51 μήνες, που αποτελεί χρόνο ρεκόρ, αντικαθιστώντας το παλαιό αεροδρόμιο. Το «Ελ. Βενιζέλος» έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετεί μέχρι και 16 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο στο πρώτο στάδιο ανάπτυξής του, με τελική δυνατότητα 50 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο. Διαθέτει ένα σύστημα παράλληλων διαδρόμων προσγείωσης-απογείωσης που επιτρέπει ταυτόχρονες προσγειώσεις και απογειώσεις αεροσκαφών. Σε περίοδο αιχμής μπορεί και υποστηρίζει τουλάχιστον 65 κινήσεις αεροσκαφών την ώρα, 600 την ημέρα, με 89 θέσεις αεροσκαφών, 24 γέφυρες επιβίβασης-αποβίβασης επιβατών και υψηλής πιστότητας αυτόματο σύστημα εκφόρτωσης αποσκευών με 15 ταινίες, καθώς επίσης διαθέτει ένα πολύ μεγάλο χώρο στάθμευσης για 3.200 αυτοκίνητα. Πλέον των ανωτέρω, το αεροδρόμιο συνδέθηκε ταχύτατα με αξιόπιστα και σύγχρονα συγκοινωνιακά μέσα (Metro, Express Λεωφορειακές Γραμμές, Προαστιακός Σιδηρόδρομος, ΤΑΞΙ) τόσο με την Αθήνα και τον Πειραιά, όσο και με το λιμάνι του

²⁰ Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»: <http://el.wikipedia.org/wiki/> (25/01/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Πειραιά και με την υπόλοιπη Ελλάδα μέσω της Αττικής Οδού, η οποία συνδέεται άμεσα με τις βασικές οδικές αρτηρίες της χώρας.

Στις αρχές του 2008, άνω των 17.000 εργαζομένων απασχολούνται στον χώρο του αεροδρομίου, εκ των οποίων οι 700 αποτελούν προσωπικό της εταιρείας αεροδρομίου ΔΑΑ, ενώ περίπου 300 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται με κάποιον τρόπο μέσα στο χώρο του αεροδρομίου. Γενικά, το νέο αεροδρόμιο παρέχει υπηρεσίες υψηλότερου επιπέδου στις αεροπορικές εταιρείες και τους επιβάτες που το χρησιμοποιούν και συγκρίνεται ευνοϊκά με τα άλλα μεγάλα ευρωπαϊκά αεροδρόμια. Διαθέτει ακόμη σχετικά μεγάλη δυνατότητα εξυπηρέτησως μεγαλύτερου όγκου επιβατών χωρίς προβλήματα. Αξιοσημείωτη ήταν η επιτυχής διαχείριση από το «Ελ. Βενιζέλος» των πολύ αυξημένων αφίξεων και αναχωρήσεων επιβατών και αεροσκαφών κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και του τελικού αγώνα του Champions League το Μάιο του 2007.

Στον ΔΑΑ λειτουργούν σήμερα 68 αεροπορικές εταιρείες που συνδέουν την Αθήνα με τακτικές αεροπορικές γραμμές με 116 προορισμούς σε 53 χώρες στον κόσμο, εκ των οποίων οι 19 είναι εταιρείες χαμηλού κόστους κι εξυπηρετούν 31 ευρωπαϊκούς προορισμούς.²¹ Η μέση ετήσια αύξηση των διακινούμενων επιβατών την περίοδο 2001-2007 ανήλθε στο 6% περίπου και ήταν υψηλότερη από τις παγκόσμιες τάσεις την περίοδο αυτή. Επίσης, το 2007 διακινήθηκαν μέσω του ΔΑΑ 119 χιλ. τόνοι εμπορευμάτων. Η δυναμικότητα εξυπηρέτησως 21 εκατ. επιβατών από τον ΔΑΑ κρίνεται ικανοποιητική, αλλά με το ρυθμό αυξήσεως της επιβατικής κινήσεως τα τελευταία έτη η κίνηση στον ΔΑΑ μπορεί να έχει ήδη ξεπεράσει τα 20 εκατ. επιβάτες στις αρχές της δεκαετίας του 2010.

Το νέο αεροδρόμιο αποτελεί το μεγαλύτερο κέντρο αερομεταφορών στη νοτιοανατολική Ευρώπη, αλλά κι ένα ισχυρό πόλο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης για το λεκανοπέδιο της Αττικής. Η δραστηριότητα του ΔΑΑ δεν περιορίζεται στο αερομεταφορικό του έργο. Στοχεύοντας στη διαρκή ανάπτυξη, ο ΔΑΑ προσελκύει σημαντικές επενδύσεις, αξιοποιεί συστηματικά την ακίνητη περιουσία του, αναπτύσσει εμπορική δραστηριότητα μεγάλης κλίμακας και εξάγει τεχνογνωσία στον τομέα της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών.

Το νέο αεροδρόμιο των Σπάτων είναι ένα έργο υποδομής, το οποίο μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση των ελληνικών, εμπορικών διαμεταφορών, καθώς

²¹ Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=992&langid=1> (01/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

και στην ανάπτυξη και στην αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού. Από την αρχή της λειτουργίας του, ο νέος αερολιμένας κέρδισε την εμπιστοσύνη των επιβατών και των αεροπορικών εταιρειών, λαμβάνοντας κορυφαίες διακρίσεις. Σήμερα θεωρείται ένα από τα καλύτερα και ασφαλέστερα αεροδρόμια στον κόσμο και συνεχίζει την ανοδική πορεία του χάρη στη διαρκή βελτίωση των λειτουργιών του.

3.3 Η εξέλιξη του αεροδρομίου κατά τη διάρκεια των χρόνων λειτουργίας του

Ο νέος Αερολιμένας Αθηνών, από το ξεκίνημά του κέρδισε γρήγορα την εμπιστοσύνη των αεροπορικών εταιρειών και των επιβατών λαμβάνοντας κορυφαίες διακρίσεις και βραβεία.

Στις 28 Μαρτίου 2002, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών συμπλήρωσε ένα χρόνο λειτουργίας. Η παγκόσμια οικονομική κάμψη της περιόδου, αλλά και οι τρομοκρατικές επιθέσεις της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, επέδρασαν αρνητικά στη διεθνή τουριστική βιομηχανία και, ειδικότερα, στην αεροπορική, αναστρέφοντας τη διεθνώς παρατηρούμενη ανάπτυξη των βιομηχανιών αυτών για πολλές δεκαετίες. Έτσι και το «Ελ. Βενιζέλος» ακολούθησε τη μοίρα όλων των αεροδρομίων παρουσιάζοντας σε σύγκριση με τα αντίστοιχα στοιχεία της προηγούμενης χρονιάς για το «Ελληνικό» μία πτώση της τάξεως του 20% στην κίνηση των επιβατών το τελευταίο τρίμηνο του 2001, αναστρέφοντας μία σημαντική αύξηση που είχε παρουσιαστεί στην κίνηση το πρώτο εξάμηνο της λειτουργίας του.²² Τον Ιούνιο του 2002, το αεροδρόμιο κατακτά ήδη από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του τη δεύτερη θέση σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και την τρίτη θέση σε παγκόσμιο επίπεδο για τη Συνολική Ικανοποίηση Επιβατών ανάμεσα σε αεροδρόμια με μέγιστη επιβατική κίνηση μέχρι 15 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ετήσιας ανεξάρτητης έρευνας της Παγκόσμιας Ένωσης (IATA).

Το Σεπτέμβριο του 2002 πραγματοποιήθηκε το 8^ο Παγκόσμιο Συνέδριο Ανάπτυξης Αερογραμμών «ROUTES 2002» για πρώτη φορά στην Ελλάδα, με οικοδεσπότη και επίσημο χορηγό τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών. Στο πλαίσιο του θεσμού των βραβείων marketing τιμήθηκε στην κατηγορία 5-15 εκ. επιβατών, καθώς και βραβεύτηκε με ειδικό τιμητικό βραβείο για την αποτελεσματική προσπάθεια του τομέα marketing από την έναρξη λειτουργίας του αεροδρομίου.

²² Κουμέλης, Θ. (2002), "Ελευθέριος Βενιζέλος Απολογισμός και Προοπτικές μετά από ένα χρόνο λειτουργίας", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr> (25/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Το 2003 ήταν μία χρονιά για τον ΔΑΑ γεμάτη διακρίσεις, με σημαντικότερη το βραβείο EAGLE 2003 από την IATA. Η Παγκόσμια Ένωση Αερομεταφορών IATA τίμησε τον ΔΑΑ για τη συμβολή του και την υποστήριξή του στον κλάδο των αερομεταφορών, καθώς και για την σωστή συμπεριφορά του απέναντι στις αεροπορικές εταιρείες.²³

Το 2004 ήταν μία χρονιά πολύ σημαντική αλλά και κρίσιμη για τη μελλοντική του πορεία. Ο ΔΑΑ ανταποκρίθηκε με απόλυτη επιτυχία στις απαιτήσεις της περιόδου των Ολυμπιακών Αγώνων που διεξήχθησαν στον ελληνικό χώρο, επιτυγχάνοντας απόλυτα ομαλή λειτουργία, αποτελεσματική διαχείριση και προσφέροντας υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης καθ' όλη την «ολυμπιακή περίοδο» με αποκορύφωμα την 30^η Αυγούστου 2004, ημέρα λήξης των Ολυμπιακών Αγώνων, δηλαδή την ημέρα που αποτέλεσε τη μεγαλύτερη πρόκληση για το Αεροδρόμιο της Αθήνας, αφού ιστορικά ρεκόρ σημειώθηκαν στην εξυπηρέτηση πτήσεων, την επιβατική κίνηση, τη διαχείριση αποσκευών και τη χρονική διάρκεια των πτήσεων με:

- 856 κινήσεις αεροσκαφών
- 56 κινήσεις αεροσκαφών ανά ώρα (1 κίνηση ανά 1,1 λεπτό)
- Ρεκόρ ακρίβειας πτήσεων (85% των πτήσεων εκτελέστηκαν στην ώρα τους).
- 69.000 επιβάτες συνολικά / 43.361 αναχωρούντες επιβάτες.
- 50.000 αποσκευές.

Την ίδια χρονιά σημειώθηκε η υψηλότερη επιβατική κίνηση που είχε ποτέ καταγραφεί στην Αθήνα. Παράλληλα, ο όγκος των εμπορευμάτων που διακινήθηκαν σημείωσε αύξηση 8,4%, φθάνοντας στους 119.000 τόνους.

Μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, το Μάιο του 2007, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος» είχε να αντιμετωπίσει μία ακόμη μεγάλη πρόκληση, με ιδιαίτερες απαιτήσεις και χαρακτηριστικά, το μεγάλο αθλητικό γεγονός Champions League. Ο ΔΑΑ εξυπηρέτησε την αυξημένη αεροπορική κίνηση με επιτυχή διαχείριση φιλάθλων, διακεκριμένων επιβατών (VIP) και προσκεκλημένων. Το «Ελ. Βενιζέλος» για να ανταπεξέλθει στην πρόκληση του Champions League εκτόνησε ένα επιχειρησιακό σχέδιο με βάση την εμπειρία που είχε αποκτήσει από τους Ολυμπιακούς Αγώνες το 2004.²⁴

²³ Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageID=1183&langID=1> (25/02/2009).

²⁴ Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Έτοιμος ο ΔΑΑ για τον τελικό του UEFA Champions League 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=&newid=37338&subcategory_id=3 (27/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Τέλος, το Διεθνές Αεροδρόμιο της Αθήνας, μετά το 2004, συνεχίζει με ταχύ ρυθμό την ανοδική του πορεία, μολονότι τα τελευταία έξι χρόνια χαρακτηρίσθηκαν ως τα πλέον «ταραχώδη» στην ιστορία της επιβατικής αεροπορίας λόγω μίας σειράς γεγονότων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, των πολέμων σε Αφγανιστάν και Ιράκ, της επιδημίας SARS, καθώς και της αύξησης των τιμών του πετρελαίου. Η ζήτηση για αερομεταφορές υπέστη σοβαρότατο πλήγμα, εντούτοις ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών κατάφερε όχι μόνο να ξεπεράσει αυτές τις δυσκολίες, αλλά και να σημειώσει παραπάνω από ικανοποιητικές επιδόσεις σε όλους τους τομείς.²⁵

3.4 Η επιχειρηματική ανάπτυξη του ΔΑΑ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών καλύπτει ένα ευρύτατο φάσμα λειτουργιών που σχετίζονται τόσο με το κύριο αερομεταφορικό του έργο, όσο και με επιμέρους τομείς που αναπτύσσονται παράλληλα.

Στο πλαίσιο αυτό, η πολιτική του ΔΑΑ στον τομέα των αερομεταφορών επιδιώκει τη διαρκή ανάπτυξη του δικτύου αερομεταφορών και την αύξηση της εμπορευματικής κίνησης, με την επιτυχημένη εφαρμογή ενός ισχυρού και αποδοτικού προγράμματος κινήτρων, που ενημερώνεται και ενισχύεται συνεχώς, εκμεταλλεύεται τα σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του αεροδρομίου και μεγιστοποιεί τα οφέλη των αεροπορικών και μεταφορικών εταιρειών.

Ο ΔΑΑ δραστηριοποιείται επίσης, με σημαντική επιτυχία, στους τομείς της οικονομικής εκμετάλλευσης των υπηρεσιών που παρέχει και της τεχνογνωσίας την οποία παράγει, ενώ έχει θέσει σε εφαρμογή ένα φιλόδοξο σχέδιο για την αξιοποίηση της εκτεταμένης ακίνητης περιουσίας του. Το σχέδιο αυτό προβλέπει τη δημιουργία μιας "Αεροδρομιακής Πόλης" με κεντρικό πυρήνα ένα μεγάλο "Εμπορικό Πάρκο", το οποίο έχει ήδη αρχίσει να υλοποιείται από το 2007.

α) Η στρατηγική ανάπτυξης αερογραμμών

Ο ΔΑΑ έχει καθιερώσει ένα αποδοτικό πλαίσιο συνεργασίας με τις αεροπορικές εταιρείες, με στόχο τη διαρκή ανάπτυξη του αεροπορικού δικτύου και με εφόδια την

²⁵ Κορωναίος, Π. (2007), "Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών: Μια Διαρκής Περίοδος Απογείωσης", Customer Management, σελ.67.

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

πλεονεκτική γεωγραφική θέση του αεροδρομίου, το υψηλό επίπεδο λειτουργίας και υπηρεσιών που παρέχει σε 24ωρη βάση, καθώς επίσης και το ισχυρό πλαίσιο κινήτρων που προσφέρει στις αεροπορικές εταιρείες.

Η στρατηγική αεροναυτιλιακής ανάπτυξης του ΔΑΑ περιστρέφεται γύρω από δύο βασικούς άξονες: την υποστήριξη-προώθηση των αερογραμμών που δραστηριοποιούνται στο αεροδρόμιο, και την επέκταση του δικτύου προορισμών.

Για την εξυπηρέτηση των ανωτέρω στόχων, ο ΔΑΑ:

- προσφέρει ένα γενναιόδωρο πρόγραμμα κινήτρων - ένα από τα ελκυστικότερα παγκοσμίως - το οποίο ενισχύεται και αναθεωρείται διαρκώς, με στόχο τη μεγιστοποίηση των οφελών για τις αεροπορικές εταιρείες. Παράλληλα, πραγματοποιεί εκτεταμένες κοινές προωθητικές ενέργειες με αεροπορικές εταιρείες που εκτελούν προγραμματισμένες πτήσεις στην Αθήνα.
- παρέχει στις αεροπορικές εταιρείες όλες τις απαραίτητες πληροφορίες (εξειδικευμένες αναλύσεις αγοράς, προβλέψεις κίνησης, μελέτες βιωσιμότητας) για την αξιολόγηση των κινδύνων και των ευκαιριών, στοχεύοντας στην ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους στην Αθήνα.

β) Κίνητρα ανάπτυξης δρομολογίων

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών κατανοώντας τις ανάγκες των αεροπορικών εταιρειών, θέτει ως βασική προτεραιότητα την παροχή βιώσιμων λύσεων στα σχέδια επιχειρηματικής ανάπτυξής τους. Προς αυτήν την κατεύθυνση και στο πλαίσιο της στρατηγικής αεροναυτιλιακής ανάπτυξής ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών συνεχίζει για έβδομη χρονιά την επιτυχημένη πολιτική κινήτρων προς τις αεροπορικές εταιρείες, με σκοπό τη διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου των δρομολογίων του.

Προσφέροντας εκπτώσεις στις χρεώσεις του αεροδρομίου, ο ΔΑΑ καλεί τις αεροπορικές εταιρείες να αναπτύξουν νέα τακτικά δρομολόγια στην Αθήνα, μειώνοντας τα λειτουργικά έξοδά τους για τα πρώτα χρόνια. Επιπρόσθετα, τα νέα και τα υπάρχοντα δρομολόγια υποστηρίζονται με προωθητικές ενέργειες που στοχεύουν στην προσέλκυση επιβατών. Παράλληλα, αντίστοιχες εκπτώσεις υποστηρίζουν τη βιωσιμότητα γραμμών με χαμηλή επιβατική κίνηση.

Κατά το 2006, ο ΔΑΑ εμπλούτισε την πολιτική των κινήτρων του εισάγοντας νέα προγράμματα και αυξάνοντας ταυτόχρονα την περίοδο ισχύος των ήδη υπαρχόντων

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

κινήτρων. Ως αποτέλεσμα, ο ΔΑΑ προσφέρει σήμερα ένα από τα πιο δυναμικά και αποδοτικά προγράμματα κινήτρων στον κόσμο.²⁶

Ακολουθούν οι κατηγορίες των δρομολογίων που επιδοτούνται από τον ΔΑΑ:

- Νέα Διηπειρωτικά Δρομολόγια
- Νέα Διεθνή Δρομολόγια
- Επιπλέον Συχνότητες (εσωτερικού, διεθνείς)
- Διεθνή Εποχικά Δρομολόγια
- Δρομολόγια με χαμηλή επιβατική κίνηση

Ο ΔΑΑ θεωρεί καθήκον του να στηρίζει τις αεροπορικές εταιρείες που εκτελούν δρομολόγια στην Αθήνα και να προσφέρει ουσιαστική βοήθεια στην υλοποίηση των αναπτυξιακών τους σχεδίων. Για να ανταποκριθεί σ' αυτές τους τις ανάγκες ο ΔΑΑ προσφέρει για τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας νέων γραμμών μια σειρά από γενναιόδωρα προγράμματα κινήτρων, καθώς επίσης τις προωθεί με ένα ιδιαίτερα ευρηματικότατο «marketing mix».

Το marketing ενός αεροδρομίου είναι το μέσο που χρησιμοποιούν τα πλέον πρωτοποριακά και ανταγωνιστικά αεροδρόμια του κόσμου για να προωθήσουν σε αεροπορικές εταιρείες και επιβάτες τις υπηρεσίες που προσφέρουν.²⁷ Το Marketing του Διεθνούς Αερολιμένα της Αθήνας έθεσε στόχο να αφήσει τη δική του σφραγίδα σε αυτόν τον τομέα, εκπονώντας ένα πρωτοποριακό πρόγραμμα προώθησης του αεροδρομίου προς τις αεροπορικές εταιρείες. Ενδεικτικά, ο ΔΑΑ είναι το πρώτο αεροδρόμιο που χρησιμοποίησε ολοκληρωμένες «interactive» υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, ενώ η πολιτική κινήτρων του, όπως για νέες πτήσεις μεγάλων αποστάσεων, προσφέρει πενταετές πρόγραμμα εκπτώσεων, με δωρεάν προσγείωση και στάθμευση για τα τρία πρώτα χρόνια.²⁸

Με το αναπτυξιακό πρόγραμμα κινήτρων, το αεροδρόμιο συμμετέχει ουσιαστικά, στο ρίσκο των εταιρειών για την ανάπτυξη νέων δρομολογίων αυξάνοντας έτσι την ανταγωνιστικότητά του. Σε συνέντευξή του στο περιοδικό «Marketing Week» (20/11/06) ο Διευθυντής Marketing του Αεροδρομίου Γιώργος Καραμάνος εκφράζει για το marketing mix του ΔΑΑ την παρακάτω άποψη: «Όπως συμβαίνει σε οποιαδήποτε

²⁶ Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=957&langid=1> (27/02/2009).

²⁷ Μπαλατζή, Ε. (2006), "Υψηλές Πτήσεις", Εβδομαδιαίο Περιοδικό της Ημερήσιας, Paper Magazine: http://62.103.163.50/UserFiles/File/Press/ClippingsGR/134937_Paper_Magazine_102006.pdf (27/02/2009).

²⁸ Μπαλατζή, Ε. (2006), "Υψηλές Πτήσεις", Εβδομαδιαίο Περιοδικό της Ημερήσιας, Paper Magazine: http://62.103.163.50/UserFiles/File/Press/ClippingsGR/134937_Paper_Magazine_102006.pdf (27/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

καινούργια επένδυση κάνει κάποιος, έτσι και οι αεροπορικές εταιρείες όταν εγκαινιάζουν ένα δρομολόγιο, παίρνουν ένα ρίσκο. Εμείς θεωρούμε ότι πρέπει να βοηθάει το αεροδρόμιο μας, να παίρνουμε μέρος σε αυτό το ρίσκο. Να ξεκαθαρίσουμε όμως κάτι: αυτό σίγουρα βοηθάει, όμως δεν πρόκειται ποτέ καμία αεροπορική εταιρεία να έρθει στην Αθήνα επειδή εμείς έχουμε καλό κίνητρο. Το κόστος του αεροδρομίου για μια αεροπορική εταιρεία δεν ξεπερνάει το 4-5%, άρα δεν είναι αυτός μόνον ο λόγος. Το δεύτερο πολύ σημαντικό κομμάτι είναι η πληροφορία. Πιστεύουμε ότι το να κάνεις μία έκπτωση είναι κάτι πολύ στατικό. Το να μπορέσεις να συστήσεις όμως στον κόσμο μία αεροπορική εταιρεία και να γνωστοποιείς που πετάει, είναι πάρα πολύ σημαντικό. Πραγματικά, βοηθάμε και πολύ συχνά γινόμαστε και consultants. Δηλαδή δεν βοηθάμε μόνο στη διαφήμιση αλλά και σε εκδηλώσεις, επαφές με τα ΜΜΕ. Κάνουμε πολύ συχνά «press releases» των αεροπορικών εταιρειών. Άρα, τους δίνουμε ένα ολοκληρωμένο προϊόν το οποίο σημαίνει επικοινωνία.»

Εκτός από το ελκυστικό πρόγραμμα κινήτρων των αεροπορικών εταιρειών και από την αναλυτική έρευνα επιβατών που παρέχει ο ΔΑΑ στις αεροπορικές εταιρείες, η ομάδα του Ελληνικού Αεροδρομίου έφτιαξε το 2006 έναν online υπολογιστή, στον οποίο μπορεί οποιαδήποτε εταιρεία θέλει να μπαίνει ανά πάσα στιγμή, να βάζει τα στοιχεία του αεροπλάνου της και να βλέπει πόσο θα της κοστίσει το Αεροδρόμιο της Αθήνας. Με αυτόν τον τρόπο έχει μία πρώτη εικόνα μέσω του internet. Επίσης, και η ομάδα έχει τη δυνατότητα να βλέπει ποιες εταιρείες έχουν μπει και ενδιαφέρονται για το αεροδρόμιο της Αθήνας κι έτσι να μπορεί να κάνει πιο αποτελεσματική την επικοινωνία μαζί τους.

Αυτή η δημιουργική επικοινωνία του αεροδρομίου με τις αεροπορικές εταιρείες όλο το χρόνο βασίζεται σε ένα άρτια οργανωμένο πρόγραμμα επικοινωνίας. Κάθε χρόνο δίνει ένα θέμα σαν ένα μήνυμα, ώστε να μπορούν πολύ εύκολα οι αεροπορικές εταιρείες να καταλαβαίνουν ότι υπάρχει μία μοναδικότητα στο Αεροδρόμιο της Αθήνας, και κάθε χρόνο το αεροδρόμιο έχει κάτι μοναδικό να πει, κάτι μοναδικό να δώσει και να τους βοηθήσει.

Η συνεχής επιβράβευση του αεροδρομίου της Αθήνας για την υποστήριξή του προς τις αεροπορικές εταιρείες αποτελεί το επιστέγασμα της αναπτυξιακής στρατηγικής του, καθώς επίσης αποδεικνύει ότι είναι πραγματικά ο σύμμαχος των αεροπορικών εταιρειών στην ανάπτυξή τους και τις βοηθάει με κάθε τρόπο. Αυτό το στοιχείο είναι που ξεχωρίζει το Αεροδρόμιο Αθηνών από τα υπόλοιπα αεροδρόμια και αποτελεί ένα από τα ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα.

3.5 Η επιρροή του ΔΑΑ στον τουρισμό της Αθήνας

Ο Διεθνής Αερολιμένας, η αναβαθμισμένη τουριστική και γενικότερη υποδομή και η διαφημιστική προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό, τόσο στην ολυμπιακή όσο και τη μετά-ολυμπιακή εποχή, έχουν επαναφέρει την Αθήνα στον διεθνή τουριστικό στίβο ως έναν ελκυστικό προορισμό.

Από την ημέρα έναρξης λειτουργίας του αεροδρομίου εδώ και οχτώ χρόνια, η κίνηση στο «Ελ. Βενιζέλος» σημειώνει συνεχή αύξηση και ο ΔΑΑ αποτελεί το ταχύτερα αναπτυσσόμενο αεροδρόμιο στην Ελλάδα. Όπως προαναφέρθηκε, αυτή η συνεχής επιβατική αύξηση οφείλεται στο γεγονός ότι ο ΔΑΑ προσελκύει όλο και περισσότερες αεροπορικές εταιρείες με αναπτυξιακά κίνητρα δρομολογίων τα οποία συμβάλλουν και θα συμβάλλουν στην άνοδο της διεθνούς επιβατικής κίνησης και στην εξυπηρέτηση νέων προορισμών, στη διατήρηση της τουριστικής δυναμικής και στην περαιτέρω αύξηση της τουριστικής κίνησης μέσω του αεροδρομίου της Αθήνας, καθώς και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών καθίσταται ιδιαίτερα ελκυστικός για Έλληνες και ξένους επισκέπτες που φθάνουν στην μετά-ολυμπιακή Αθήνα. Με 16,5 εκ. επιβάτες το 2007 και 3,5 εκ. εμπορικούς επισκέπτες το χρόνο η κεντρική από αέρος «πύλη» εισόδου της Ελλάδας μεταμορφώνεται ταχύτατα σε έναν ολοκληρωμένο αυτόνομο «πόλο» με εμπορικά κέντρα, υποδομές για εκθέσεις και εκθεσιακούς-συνεδριακούς χώρους για τη διοργάνωση εκθέσεων και συνεδρίων μεγάλης κλίμακας. Το αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» εξελίσσεται ταχύτατα σε έναν «πολυχώρο» που έχει απόλυτη ανάγκη η Αθήνα για να προσελκύσει τουρισμό πόλεων (city breaks) με αξιώσεις.

3.6 Αεροπορικές αφίξεις τουριστών στην Αθήνα

Η προολυμπιακή περίοδος χαρακτηρίστηκε από μία σταθερή αύξηση τουριστών που φθάνουν στην Ελλάδα μέσω του αεροδρομίου της Αθήνας, εξέλιξη που συνεχίστηκε και μετά τους Αγώνες του 2004. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, οι τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν από 2,8 εκ. το 2000 στα 3,7 εκ. το 2006. Σε αντίθεση με τον έντονα εποχιακό χαρακτήρα αυτών των αφίξεων το 2000, στα μετέπειτα χρόνια αμβλύνηκε η εποχικότητα, γεγονός που αποτελεί ένδειξη για αλλαγή του προφίλ αυτών των τουριστών (περισσότερα επαγγελματικά ταξίδια, συμμετοχή σε συνέδρια, «city breaks»).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Στην έρευνα Aerostat (2007) του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών παρατίθενται στοιχεία για τη χώρα προέλευσης των τουριστών που φθάνουν αεροπορικώς στην Αθήνα. Στην έρευνα καταγράφεται μία θεαματική αύξηση Αμερικανών τουριστών μεταξύ των ετών 2005 και 2007, ενώ υποχωρούν οι αριθμοί επισκεπτών από τη Γερμανία και την Ιταλία (βλ. Πίνακα 1). Συνολικά παρατηρείται μία σταθερή άνοδος κατά τη μετά-ολυμπιακή τριετία 2005-2007.²⁹

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Αεροπορικές αφίξεις τουριστών στην Αθήνα κατά χώρα προέλευσης

	2005	2006	2007
ΗΠΑ	78.676	383.890	435.463
Γαλλία	183.858	197.329	209.904
Βρετανία	167.653	178.724	186.516
Γερμανία	255.753	163.313	178.655
Ιταλία	202.685	153.541	136.399
Ισπανία	75.731	80.811	113.796
Αυστραλία	*	89.644	108.490
Καναδάς	*	86.449	104.952
Κύπρος	45.738	69.159	82.547
Σουηδία	*	57.507	79.795
Πρώτες 10 χώρες	1.166.636	1.460.367	1.636.517

* εκτός πρώτης δεκάδας
Πηγή : Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών-Aerostat 2007.

3.6.1 Η επιβατική κίνηση στο ΔΑΑ τα έτη: 2007-2008

Με 16,5 εκατομμύρια επιβάτες, το 2007 ήταν ακόμη μια χρονιά ρεκόρ για τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, που κατέγραψε εντυπωσιακή αύξηση 10% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά (15,1 εκ. επιβάτες το 2006). Αύξηση 8% παρουσίασε και ο αριθμός των πτήσεων, ξεπερνώντας για πρώτη φορά τις 200 χιλιάδες πτήσεις (205.294 έναντι 190.872 το 2006). Η επιβατική κίνηση είχε μία φυσιολογική αύξηση κατά τη διάρκεια του χρόνου. Ο μήνας που είχε τη μεγαλύτερη αύξηση σε επιβατική κίνηση σε σχέση με το 2006 ήταν ο Μάρτιος με ποσοστό αύξησης της τάξεως του 12,1%. Αυτή η αύξηση οφείλεται κυρίως στην αύξηση των πτήσεων του εσωτερικού. Όσον αφορά τη διεθνή επιβατική κίνηση, ο μήνας που είχε τη μεγαλύτερη ήταν ο Μάιος

²⁹ Εταιρική έκδοση του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος», Aerostat 2007,σελ.3-4, http://www.aia.gr/UserFiles/File/aerostat/AEROSTAT_2007.pdf (20/03/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

λόγω του αθλητικού γεγονότος Champions League που λάμβανε χώρα στην Αθήνα στις 23 Μαΐου.³⁰

Με έξι εκ. επιβάτες το 2007, η αγορά του εσωτερικού κατέγραψε αύξηση 9% καταρρίπτοντας ρεκόρ επιβατικής κίνησης από το 2000. Σημαντική αύξηση όμως της τάξεως του 10% σημείωσε και η διεθνής επιβατική κίνηση, ξεπερνώντας για πρώτη φορά τα 10 εκ. επιβάτες. Η συνολική άνοδος της διεθνούς κίνησης οφείλεται στην αύξηση που παρουσίασαν όλες οι γεωγραφικές αγορές, καθώς επίσης και ότι ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών εμπλούτισε το δίκτυό του με 10 νέους προορισμούς (Φιλαδέλφεια, Πεκίνο, Τιμισοάρα, Καλίνινγκραντ, Τζέντα, Ριάντ, Ρίγα, Γκέτεμποργκ, Λβιβ και Μαριούπολη). Το αεροδρόμιο της Αθήνας είχε το 2007 τακτικές απευθείας συνδέσεις με 116 προορισμούς σε 50 χώρες από 70 αεροπορικές εταιρείες. Επίσης, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών καλωσόρισε 15 νέες αεροπορικές εταιρείες (Air Lingus, Air Baltic, Air China, Carpatair, Centralwings, Clickair, Continental Airlines, Finnair, Ilyich-Avia, K Davia, Kras Air, MyAir, Saudi Arabian Airlines, US Airways και Vueling Airlines).

Αναλυτικότερα, η Δυτική Ευρώπη που αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά για το Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών σημείωσε αύξηση 7,7%, κυρίως λόγω των επιπλέον δρομολογίων των αερογραμμών Aegean, Iberia, SAS και των εταιρειών χαμηλού κόστους. Ιδιαίτερα αξιοσημείωτο είναι ότι όλες οι υπόλοιπες αγορές παρουσίασαν διψήφια αύξηση. Ταχύτερα αναπτυσσόμενη ήταν το 2007 η αγορά της Ανατολικής Ευρώπης που έφθασε το 1 εκ. επιβάτες με αύξηση 23,2%. Πολύ κοντά ακολούθησε η αγορά της Βορείου Αμερικής με αύξηση 23,1%, ενώ διψήφια ήταν και η αύξηση της Μέσης Ανατολής που έφθασε το 15,1%.³¹

Σε σταθερά επίπεδα σε σχέση με τις επιδόσεις ρεκόρ του προηγούμενου έτους κυμάνθηκε για τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών η κίνηση το 2008, μια χρονιά δοκιμασίας για τον κλάδο των αερομεταφορών. Ξεπερνώντας τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, η επιβατική κίνηση του αεροδρομίου της Αθήνας διατήρησε τα επίπεδα του 2007, φτάνοντας τους 16,47 εκατομμύρια επιβάτες (οριακή μείωση -0,4%). Η επιβατική κίνηση εσωτερικού υποχώρησε ελαφρά (5,8 εκατ. επιβάτες, -2,2%), ενώ αντίθετα

³⁰ Καραντζαβέλου, Β. (2004), "Πρώτο Αεροδρόμιο στην Ευρώπη σύμφωνα με Έρευνα της IATA", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sst> (27/02/2009).

³¹ Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Αύξηση 10,1% Επιβατικής Κίνησης κατά τον 1^ο εξάμηνο του 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E1%FD%EE%E7%F3%E7&newid=38232&subcategory_id=2 (27/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

αύξηση σημείωσε η επιβατική κίνηση εξωτερικού με 10,64 εκατομμύρια επιβάτες (+0,5%). Οι πτήσεις έφτασαν τις 199,418 (-2,9%), γεγονός που οφείλεται κυρίως στη μείωση -4% των πτήσεων εσωτερικού.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι στο δίκτυο του ΔΑΑ προστέθηκαν 4 νέα αεροδρόμια (Λιουμπλιάνα, Νίκαια, Λονδίνο/Stansted και Όσλο / Rygge) και 2 νέες αεροπορικές εταιρείες (Adria Airways, Bamboo). Πιο αναλυτικά, όσον αφορά την αγορά εξωτερικού σημειώθηκε αύξηση στη διεθνή επιβατική κίνηση με 10,64 εκ. επιβάτες. Η συγκεκριμένη ανάπτυξη αποδίδεται κυρίως στη θετική εξέλιξη της κίνησης στις γεωγραφικές αγορές της Μέσης Ανατολής (+4,8%), της Αμερικής (+3,7%) και της Ανατολικής Ευρώπης (+3%). Η Δυτική Ευρώπη διατηρήθηκε στα ίδια επίπεδα με το 2007, ενώ η Άπω Ανατολή ήταν η μόνη περιοχή στην οποία σημειώθηκε μείωση (-6,3%), κυρίως λόγω της σημαντικής αύξησης των μετεπιβιβαζομένων (transit) στα αεροδρόμια της Μέσης Ανατολής προς τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.³²

3.7 Η πρόωθηση του συνεδριακού τουρισμού από το ΔΑΑ με την ανάπτυξη του νέου Εκθεσιακού-Συνεδριακού κέντρου στο «Ελ. Βενιζέλος»

Στα άμεσα σχέδια της διοίκησης του αεροδρομίου ήταν η δημιουργία ενός υπερσύγχρονου Εκθεσιακού-Συνεδριακού Κέντρου το οποίο θα ήταν το μεγαλύτερο στην Αθήνα. Η σύμβαση ανάπτυξης Εκθεσιακού & Συνεδριακού Κέντρου υπεγράφη στις 21/06/2007 μεταξύ της Εταιρείας Αεροδρομίου και των εταιρειών ROTA ΕΠΕ, J&P-ABAΞ Α.Ε και DAMCO ENERGY Α.Ε.³³ Η λειτουργία του ξεκίνησε το 2009, σε ένα από τα πιο νευραλγικά σημεία της πρωτεύουσας, τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», γεγονός που το καθιστά σημείο αναφοράς στο εκθεσιακό γίγνεσθαι.

Το ευρωπαϊκών προδιαγραφών Εκθεσιακό-Συνεδριακό Κέντρο, το Metropolitan Expo αποτελεί το μεγαλύτερο εκθεσιακό κέντρο της Αττικής, καλύπτοντας συνολικά 50.000 τ.μ. στη βορειοδυτική πλευρά του αεροδρομίου, με μοντέρνο σχεδιασμό και υπερσύγχρονες παροχές, ενώ διαθέτει δύο μεγάλους χώρους δωρεάν στάθμευσης συνολικής χωρητικότητας 3.500 θέσεων.³⁴

³² Καραβάντζελου, Β. (2009), "Η Επιβατική Κίνηση στο Δ.Α.Α Αθηνών παρέμεινε σταθερή το 2008", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr> (27/02/2009).

³³ Euro2day:"ΔΑΑ: Σύμβαση για Ανάπτυξη Εκθεσιακού Κέντρου": <http://www.euro2day.gr/news/enterprises/122/articles/376591/Article.aspx>, (27/02/2009).

³⁴ Σγάρτσου, Δ. (2007), "Νέο Υπερσύγχρονο Εκθεσιακό & Συνεδριακό Κέντρο στο ΔΑΑ", Travel Daily News:

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης του Εκθεσιακού Κέντρου, η Αθήνα αποκτά μία σημαντική υποδομή για τη διοργάνωση εκθέσεων μεγάλου βεληνεκούς, γεγονός που αναμένεται να συμβάλλει ιδιαίτερα στην αύξηση των επαγγελματικών και επιχειρηματικών ταξιδιών προς την Αθήνα. Πιο αναλυτικά, η λειτουργία του νέου Εκθεσιακού Κέντρου εντός του αεροδρομίου και τα οφέλη που προκύπτουν από τη συνεργασία με τις υπηρεσίες του Διεθνούς Αερολιμένα προσφέρουν εκτός των άλλων μεγάλη ευκολία στις μετακινήσεις. Με τον τρόπο αυτόν δίνεται η δυνατότητα στις ελληνικές εκθέσεις να προσελκύσουν πιο εύκολα επισκέπτες κι εκθέτες από την Ελλάδα και, ιδιαιτέρως, από το εξωτερικό, αποκτώντας έτσι ουσιαστική διεθνή ταυτότητα.

Κατ' επέκταση, οφέλη αναμένεται να προκύψουν και για την τουριστική κίνηση της Αθήνας καθώς και για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού, καθώς σύμφωνα με στατιστικές μελέτες η Αθήνα θεωρείται ως ένας από τους ανερχόμενους προορισμούς επαγγελματικού τουρισμού, και πιο συγκεκριμένα συνεδριακού, στην Ευρώπη, καθώς και τουρισμού city break.

3.8 Η σχέση του νέου διεθνούς αερολιμένα με τον συνεδριακό τουρισμό της Αθήνας

Η συμβολή του αεροδρομίου των Σπάτων είναι αναμφίβολα καθοριστική τόσο στην αναβάθμιση της τουριστικής - συνεδριακής εικόνας ολόκληρης της χώρας, όσο και στην οικονομική της ανάπτυξη, αφού έχει ήδη αποτελέσει κόμβο μεταφορών όχι μόνο της Ελλάδας, αλλά και όλων των Βαλκανικών χωρών.

Πράγματι το νέο αεροδρόμιο της Αθήνας αντιπροσωπεύει με τον καλύτερο τρόπο το νέο πρόσωπο της Αθήνας, προσφέροντας ποιοτικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες και συμβάλλοντας ενεργά στην κοινή προσπάθεια προώθησης του ελληνικού τουρισμού. Όμως το κριτήριο για την επιλογή ενός προορισμού για οποιαδήποτε αεροπορική εταιρεία δεν είναι το αεροδρόμιο, αλλά η ελκυστικότητα και η ανταγωνιστικότητα του ίδιου του προορισμού.

Θα πρέπει να αναφερθεί πως από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του ΔΑΑ υπήρχε ο «μύθος» ότι το αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» είναι από τα ακριβότερα αεροδρόμια της

http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E5%EA%E8%E5%F3%E9%E1%EA%FC&newid=38036&subcategory_id=2 (27/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

Ευρώπης. Με βάση, όμως, τα επίσημα στοιχεία του Διεθνή Οργανισμού Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO), οι χρεώσεις των αεροδρομίων προς τις αεροπορικές εταιρείες αντιπροσωπεύουν μόλις το 4-5% του συνολικού κόστους των λειτουργικών εξόδων μίας αεροπορικής εταιρείας. Το αεροδρόμιο της Αθήνας σημειώνει συνεχή αύξηση σε σχέση με τα υπόλοιπα ελληνικά διεθνή αεροδρόμια παρόλο που έχουν χαμηλότερες χρεώσεις.³⁵

Πάνω απ' όλα όμως, οι χρεώσεις του ΔΑΑ αντικατοπτρίζουν την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται. Όπως αναφέρει και ο Διευθυντής Marketing του ΔΑΑ σε συνέντευξη του στο περιοδικό Χρήμα και Τουρισμός: *«Είναι ένα αεροδρόμιο που υπηρετεί την αρχή value for money, παρέχοντας ένα πολύ καλό προϊόν, το οποίο δεν βρίσκουν εύκολα αλλού οι αεροπορικές εταιρείες. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι: είμαστε ένα αεροδρόμιο με μεγάλη χωρητικότητα με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν καθυστερήσεις στην προσγείωση ή την απογείωση, ήτοι κόστη σημαντικά που επιβαρύνονται οι αεροπορικές εταιρείες σε άλλα αεροδρόμια, με προβλήματα συμφόρησης. Επιπροσθέτως, προσφέρουμε στις αεροπορικές εταιρείες μεγάλη ευελιξία στον προγραμματισμό των δρομολογίων τους, καθώς μαζί με τη Στοκχόλμη είμαστε τα μόνα αεροδρόμια στην Ευρώπη, με κίνηση άνω των 10 εκατομμυρίων, στα οποία μία αεροπορική εταιρεία δεν χρειάζεται να ζητήσει άδεια "slot"»³⁶.*

Συνεπώς, όλες οι παραπάνω υπηρεσίες που αναφέρθηκαν καθώς και όλα τα γενναιόδωρα αναπτυξιακά κίνητρα και υποστηρικτικά προγράμματα marketing προς τις αεροπορικές εταιρείες αποδεικνύουν πως το νέο αεροδρόμιο της Αθήνας δεν αποτελεί ένα από τα πιο ακριβά αεροδρόμια της Ευρώπης και ούτε τροχοπέδη για την ανάπτυξη του τουρισμού της Αθήνας. Αντιθέτως μάλιστα, ενισχύει και τον συνεδριακό τουρισμό στην Αθήνα, φτιάχνοντας ένα εκθεσιακό κέντρο στον χώρο του αεροδρομίου το οποίο είχε πολύ μεγάλη ανάγκη η Αθήνα.

Το ερώτημα που τίθεται είναι ποιες είναι οι απαραίτητες προϋποθέσεις για να καθιερωθεί μία πόλη ως πόλη συνεδρίων και ποια είναι η θέση της Αθήνας στην αγορά των διεθνών συνεδρίων; Το βέβαιο είναι ότι η πόλη διαθέτει ένα σύγχρονο διεθνές αεροδρόμιο το οποίο έχει άμεση προσπέλαση στο εξωτερικό και αυτόματη επικοινωνία με όλο τον κόσμο. Οι άλλες προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί μία πόλη για να καθιερωθεί ως συνεδριακός προορισμός είναι οι παρακάτω: Πρώτη προϋπόθεση είναι

³⁵ Βασάλου, Κ. (2006), "5 χρόνια Ελ. Βενιζέλος", Συνέντευξη του Γιώργου Καραμάνου, Διευθυντή Επικοινωνίας και Marketing του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, *Travel Times*, Τεύχος 27, σελίδες 70-73.

³⁶ Δικαίωμα χρήσης, το οποίο με την προσγείωση και την απογείωση επιτρέπει στους αερομεταφορείς την πρόσβαση στις εγκαταστάσεις του αερολιμένα σε συγκεκριμένες ημέρες και ώρες.

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

η πόλη που επιλέγεται για να γίνει συνεδριακός τόπος να είναι γνωστή στο ευρύτερο τουριστικό κοινό, να είναι δηλαδή αναγνωρισμένο διεθνές τουριστικό κέντρο. Δεύτερη προϋπόθεση είναι να διαθέτει ειδικό εξοπλισμό συνεδρίων, δηλαδή ειδικά για συνέδρια κτίρια, κατάλληλες αίθουσες σε ξενοδοχεία, μικροφωνικές και μεταφραστικές εγκαταστάσεις. Τρίτη προϋπόθεση είναι να διαθέτει η πόλη ένα τοπικό γραφείο συνεδρίων, που θα ασχολείται με την προσέλκυση και εξυπηρέτηση των συνεδρίων. Τέταρτη, τέλος, προϋπόθεση είναι η εξασφάλιση κινήτρων στους οργανωτές συνεδρίων από τους τοπικούς φορείς και τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις.³⁷

3.9 Συμπεράσματα

Η παραπάνω παρουσίαση του νέου αεροδρομίου «Ελ. Βενιζέλος» απεικονίζει την ανάπτυξη των ελληνικών αερομεταφορών, καθώς επίσης και τη ριζική αλλαγή της εικόνας της ελληνικής πρωτεύουσας με τη συμβολή αυτού του μεγάλου έργου υποδομής.

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών χάρη στην προνομιακή γεωγραφική θέση, στην υπερσύγχρονη τεχνολογική υποδομή και το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών του έχει κατακτήσει την παγκόσμια αναγνώριση, αλλά και την εμπιστοσύνη του επιβατικού κοινού.

Η εταιρεία αεροδρομίου η οποία απ' τη μια μεριά προσαρμοσμένη με ταχείς ρυθμούς στις απαιτήσεις της αγοράς προσφέρει στην αεροπορική αγορά ένα από τα πιο ανταγωνιστικά πακέτα προγραμμάτων κινήτρων παγκοσμίως, κι από την άλλη μεριά η ομάδα marketing και το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό του αεροδρομίου είναι οι βασικότεροι συντελεστές της διαφήμισης του «Ελ. Βενιζέλος» προς τα έξω, οι οποίοι έχουν συμβάλλει καθοριστικά στην αύξηση της επιβατικής κίνησης που συνεπάγεται αύξηση του τουρισμού της Αθήνας.

Στο κεφάλαιο αυτό διαπιστώθηκε επίσης πως εκτός από την επιτυχημένη επιχειρηματική πολιτική του ΔΑΑ, το νέο αεροδρόμιο της Αθήνας έχει εκμεταλλευτεί προς όφελος του αθηναϊκού τουρισμού και την ακίνητη περιουσία του με τη δημιουργία του Συνεδριακού-Εκθεσιακού Κέντρου Metropolitan Expo, το οποίο είναι το μεγαλύτερο στην Αθήνα. Με αυτήν την κίνηση του ο ΔΑΑ θέτει τα θεμέλια για ένα καλύτερο μέλλον στην προώθηση της Αθήνας ως συνεδριακό προορισμό. Δεν αρκεί μόνο ένα

³⁷ Λογοθέτης, Μ. (1982), "Τουριστική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ.88.

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

αεροδρόμιο για να αναπτυχθεί ένας συνεδριακός προορισμός. Χρειάζεται και ο ίδιος ο προορισμός να είναι ελκυστικός και διεθνώς αναγνωρισμένος, θέμα το οποίο θα είναι αντικείμενο συζήτησης στο επόμενο κεφάλαιο.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑ

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 3

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Βασσάλου, Κ. (2006), "5 Χρόνια Ελ. Βενιζέλος", Συνέντευξη του Γιώργου Καραμάνου, Διευθυντή Επικοινωνίας και Marketing του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, Travel Times, Τεύχος 27, σελίδες 70-73.
- Κορωναίος, Π. (2007), "Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών: Μία Διαρκής Περίοδος Απογείωσης", Customer Management, σελίδες 66-71.
- Λογοθέτης, Μ. (1982), "Τουριστική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Ιστοσελίδες

- Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»: <http://el.wikipedia.org/wiki/> (25/01/2009).
- Εταιρική έκδοση του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος», Aerostat 2007: http://www.aia.gr/UserFiles/File/aerostat/AEROSTAT_2007.pdf (20/03/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2004), "Πρώτο Αεροδρόμιο στην Ευρώπη σύμφωνα με Έρευνα της IATA", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sst> (27/02/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Έτοιμος ο ΔΑΑ για τον τελικό του UEFA Champions League 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=&newid=37338&subcategory_id=3 (27/02/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Αύξηση 10,1% Επιβατικής Κίνησης κατά το 1^ο εξάμηνο του 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E1%FD%EE%E7%F3%E7&newid=38232&subcategory_id=2 (27/02/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2009), "Η επιβατική κίνηση στο ΔΑΑ Αθηνών παρέμεινε σταθερή το 2008 ", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E5%F0%E9%E2%E1%F4%E9> (27/02/2009).

Κεφάλαιο 3 Παρουσίαση του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών – ΔΑΑ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

- Κουμέλης, Θ. (2002), "Ελευθέριος Βενιζέλος Απολογισμός και Προοπτικές μετά από ένα χρόνο λειτουργίας", Travel Daily News :
<http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr> (25/02/2009).
- Μπαλατζή, Ε. (2006), "Υψηλές Πτήσεις", Paper Magazine Εβδομαδιαίο Περιοδικό της Ημερήσιας:
http://62.103.163.50/UserFiles/File/Press/ClippingsGR/134937_Paper_Magazine_102006.pdf (27/02/2009).
- Σγάρτσου, Δ. (2007), "Νέο Υπερσύγχρονο Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο στο ΔΑΑ", Travel Daily News:
http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E5%EA%E8%E5%F3%E9%E1%EA%FC&newid=38036&subcategory_id=2 (27/02/2009).
- Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=992&langid=1> (01/02/2009).
- Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=957&langid=1> (27/02/2009).
- Athens International Airport:
<http://www.aia.gr/pages.asp?pageID=1183&langID=1> (25/02/2009).
- Euro2day: "ΔΑΑ: Σύμβαση για Ανάπτυξη Εκθεσιακού Κέντρου":
<http://www.euro2day.gr/news/enterprises/122/articles/376591/Article.aspx>, (27/02/2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:
Η Αθήνα ως συνεδριακός προορισμός

4.1 Εισαγωγή

Η Αθήνα είναι η πρωτεύουσα πόλη της Νομαρχίας Αθηνών, της Περιφέρειας Αττικής και της Ελλάδας. Βρίσκεται στη Στερεά Ελλάδα (Κεντρική Ελλάδα) και αποτελεί εύρωστο, οικονομικό, πολιτιστικό και διοικητικό κέντρο της χώρας. Πήρε το όνομά της από τη Θεά Αθηνά που ήταν και η προστάτιδά της. Η Αθήνα σήμερα είναι μία σύγχρονη πόλη αλλά και διάσημη, καθώς στην αρχαιότητα ήταν πανίσχυρη πόλη-κράτος και σημαντικότερο κέντρο πολιτισμού. Θεωρείται η ιστορικότερη πόλη της Ευρώπης.

4.2 Αθήνα και τουρισμός

Η σημασία του τουρισμού στην παγκόσμια, την εθνική και την τοπική οικονομία είναι πλέον δεδομένη, γεγονός που αναγνωρίζεται από όλες τις αναπτυγμένες και μη χώρες, περιοχές και πόλεις του κόσμου. Τα τελευταία στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού της εταιρείας Ηνωμένων Εθνών αναδεικνύουν τον τουρισμό σε πρώτο τομέα στη βιομηχανία υπηρεσιών τόσο σε επίπεδο εσόδων, όσο και σε επίπεδο απασχόλησης. Σε επίπεδο ελληνικής οικονομίας, τα έσοδα από τον τουρισμό αντιστοιχούν στο 18% του ΑΕΠ, ενώ στον ευρύτερο τουριστικό τομέα απασχολούνται 800.000 εργαζόμενοι.

Η Ελλάδα σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού κατατάσσεται παγκόσμια στη δέκατη έβδομη θέση των συχνότερων προορισμών για το 2008 και στη δωδέκατη θέση των εσόδων.

³⁸Ακόμα, σύμφωνα με το World Economic Forum, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 22^η θέση μεταξύ 130 χωρών στον Δείκτη Τουριστικής και Ταξιδιωτικής Ανταγωνιστικότητας. Τα στοιχεία αυτά, αν μη τι άλλο, αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Όπως συνεπάγεται, η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο ελκυστικούς προορισμούς, έχοντας όμως και δυνατούς ανταγωνιστές όπως την Ιταλία, Ισπανία και Τουρκία.

³⁸Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ κ. Νίκου Αγγελόπουλου, στην Ανοικτή Συνεδρίαση της 16^{ης} Τακτικής Γενικής Συνέλευσης, (Αθήνα 22 Μαΐου 2008).

Ο ΣΕΤΕ σε έρευνά του για τον ελληνικό τουρισμό το 2008 και την πορεία του στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, παρουσίασε κάποια σημαντικά στοιχεία που μπορούν να αποδειχθούν χρήσιμα σε όσους ασχολούνται με τον ελληνικό τουρισμό.

Συγκεκριμένα:

- Η Ελλάδα δέχεται πάνω από 16 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες κάθε χρόνο και, πιο συγκεκριμένα, η μέση παραμονή στη Αθήνα έχει διάρκεια 2,6 ημερών³⁹
- Ο ελληνικός τουρισμός εμφανίζει μεγάλη εποχικότητα: σε 4 μήνες, από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο, επικεντρώνεται το 65% των αφίξεων.
- Η βασική πηγή προέλευσης των τουριστών είναι από τις ΗΠΑ κι από την Ευρώπη και πιο συγκεκριμένα από τη Γερμανία και τη Γαλλία.
- Το 70% των περισσότερων ταξιδιωτών φτάνουν με αεροπλάνο στη χώρα μας. Ακολουθούν ο οδικός και ο θαλάσσιος τρόπος προσέγγισης.⁴⁰

Παράλληλα, οι νέες κοινωνικό-οικονομικές συνθήκες οδηγούν σε ραγδαία αύξηση του αστικού τουρισμού και, ειδικότερα, στους τομείς των «city breaks» (ταξίδια μικρής διάρκειας σε πόλεις), των συνεδρίων & εκθέσεων, και των μεγάλων εκδηλώσεων. Η εξέλιξη αυτή δημιουργεί ιδανικές συνθήκες για την ανάδειξη της Αθήνας σε ανταγωνιστικό αστικό προορισμό σε διεθνές επίπεδο, αφού οι νέες υποδομές και η ευρύτερη αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος συνέβαλαν στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προορισμού.

Η έννοια του ολοκληρωμένου τουριστικού προορισμού ενισχύεται ακόμα περισσότερο με την προώθηση της μητροπολιτικής περιοχής της Αθήνας συνδυάζοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τα στοιχεία του αστικού περιβάλλοντος και του παγκοσμίου βεληνεκούς πολιτιστικού πλούτου της πόλης με την πρόσβαση στην θάλασσα και τη φυσική ομορφιά της ευρύτερης περιφέρειας.

Η μεγάλης κλίμακας προβολή της Αθήνας κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων επανάφερε την πόλη στο διεθνές προσκήνιο και στο επίκεντρο του τουριστικού ενδιαφέροντος. Η διαρκής πτώση σε όλους τους τουριστικούς δείκτες ανατράπηκε έκτοτε ολοκληρωτικά ακολουθούμενη από συνεχώς αυξανόμενη τουριστική κίνηση, η οποία και συνεχίζεται έως σήμερα.

³⁹ ΣιάτραΕ.(2009), "Πτώση 16%-18% στα τουριστικά έσοδα", Ημερησία: http://www.sete.gr/files/Media/09_Eipan/091015imerissia.pdf (25/05/2009).

⁴⁰ ΣιάτραΕ.(2009), "Πτώση 16%-18% στα τουριστικά έσοδα", Ημερησία: http://www.sete.gr/files/Media/09_Eipan/091015imerissia.pdf (25/05/2009).

4.3 Συνεδριακός τουρισμός και γενικά χαρακτηριστικά

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί καίριο πεδίο ανάπτυξης τόσο για την τουριστική βιομηχανία, όσο και για την οικονομία εν γένει. Σκοπός των συνεδρίων είναι να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους οι άνθρωποι τόσο από τον επιχειρηματικό, τον κοινωνικό, όσο και από τον επιστημονικό κόσμο, καθώς επίσης η πληροφόρηση, η κατάρτιση, η γνωριμία, η ενίσχυση του συναδερφικού πνεύματος κι άλλα συναφή.⁴¹

Με τον όρο συνεδριακός τουρισμός γενικά εννοούμε τις μετακινήσεις ή τις εκδηλώσεις που συνδυάζουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό την καθαρά παραθεριστική, ταξιδιωτική ή περιηγητική διάσταση και, γενικότερα, την αναψυχή με άλλα ενδιαφέροντα ή παραγωγικές δραστηριότητες που συνδέονται με την ιδιότητα των συμμετεχόντων ως μελών ενός επαγγέλματος, μίας επιχείρησης ή άλλων οργανώσεων, σωμάτων ή συμφερόντων. Θεωρείται μία από τις πιο δυναμικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού⁴². Τη δυναμικότητά του την οφείλει, πρώτον, στο γεγονός ότι οι συνεδριακοί τουρίστες ξοδεύουν πολύ περισσότερα από τους συνηθισμένους τουρίστες στον τόπο που γίνεται το συνέδριο και, δεύτερον, στη δυνατότητα που παρουσιάζει η μορφή αυτή του τουρισμού για προγραμματισμό στον επιθυμητό για τον τόπο προορισμού χρόνο.

Το συνέδριο ορίζεται ως ένα προγραμματισμένο και οργανωμένο γεγονός στο οποίο οι παρευρισκόμενοι καλούνται να συζητήσουν ένα θέμα κοινού ενδιαφέροντος. Τα συνέδρια που πραγματοποιούνται μπορεί να είναι τοπικά, εθνικά ή διεθνή, να γίνονται για διάφορους λόγους (ιατρικούς, επιστημονικούς κ.λπ.) και μερικά από αυτά να επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο ή σε τακτά χρονικά διαστήματα. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο.

Εξ' ορισμού θα λέγαμε ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι ούτε «λαϊκός» ούτε «μέσος», αλλά «ποιοτικός» τουρισμός. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μέση τουριστική δαπάνη ενός τουρίστα επαγγελματία εμφανίζεται αυξημένη περίπου 4 φορές σε σχέση με τη μέση τουριστική δαπάνη ενός κλασικού τουρίστα.

Η αγορά αυτή αφορά συνήθως σε επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων

⁴¹ Ανώνυμος Συγγραφέας, (1989), "Επαγγελματικά Ταξίδια, Υψηλοί Ρυθμοί Ανάπτυξης", Τουρισμός και Οικονομία.

⁴² Λογοθέτης, Μ. (1982), "Τουριστική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ.87.

υπηρεσιών και προϊόντων.⁴³ Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο διάστημα, με τη μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του συνεδριακού επισκέπτη. Η περίοδος αιχμής του συνεδριακού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες Φεβρουάριο – Μάιο και Σεπτέμβριο – Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις, κ.λπ.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο διαδραματίζει επίσης η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, μέσων μεταφοράς, υποδομών για καφέ και εστίαση και υπηρεσιών διερμηνείας. Ως επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών.

4.3.1 Ο ορισμός του συνεδριακού προορισμού

Ένας τόπος θεωρείται συνεδριακός προορισμός στον διεθνή ανταγωνισμό όταν έχει τη δυνατότητα να πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις: υψηλής ποιότητας διεθνές αεροδρόμιο με διεθνείς και εσωτερικές τακτικές πτήσεις, έναν ικανοποιητικό αριθμό ξενοδοχείων υψηλής ποιότητας, κατάλληλους συνεδριακούς χώρους με τη δυνατότητα παροχής εξειδικευμένων υπηρεσιών που χρειάζονται για τη διοργάνωση συνεδρίων, τουριστικά αξιοθέατα. Καθοριστική σημασία αποτελεί η καλή σχέση τιμής και ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος. Το προϊόν που προσφέρεται στη διεθνή αγορά μπορεί στη στενή έννοια να είναι το συνεδριακό κέντρο (ή το ξενοδοχείο που διοργανώνει το συνέδριο), αλλά στην ευρύτερη έννοια εκείνο που προσφέρεται και ανταγωνίζεται είναι ο «συνεδριακός προορισμός», η συνεδριακή πόλη με όλες τις διευκολύνσεις, αξιοθέατα, κουλτούρα και ψυχαγωγία που προσφέρει. Συνεπώς, η ύπαρξη ενός συνεδριακού κέντρου δεν δημιουργεί συνεδριακό προορισμό.⁴⁴ Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού για μία χώρα βασίζεται στη γενική τουριστική εικόνα της χώρας αυτής, αφού για να καταφέρει να εξελιχθεί σε συνεδριακό προορισμό πρέπει κατ' αρχάς να έχει η χώρα επιτύχει ένα σημαντικό ποσοστό ως τουριστικός προορισμός.

⁴³ Κραβαρίτης, Κ. (1992), "Συνεδρίων Κινήτρων Εκθέσεων Επαγγελματικός Τουρισμός", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ.30.

⁴⁴ Βαλογιάννη, Κ. (1998) "Κινητικότητα και Αισιοδοξία καθώς τα Προβλήματα βρίσκουν Λύση", Περιοδικό Συνέδριο.

4.4 Η τουριστική κίνηση της Αθήνας σε αριθμούς

α) Διανυκτερεύσεις

Η τουριστική κίνηση της Αθήνας και της Αττικής, εκφραζόμενη σε διανυκτερεύσεις, παρουσίασε τα χρόνια αμέσως πριν την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων μία κάμψη. Εντούτοις μετά το 2004 υπήρξε μία αισθητή άνοδος. Η κάμψη μπορεί να αποδοθεί τόσο σε εξωγενή προβλήματα, όπως οι συνέπειες της τρομοκρατικής επίθεσης της 11^{ης} Σεπτεμβρίου του 2001 και η οικονομική ύφεση σε χώρες της Ευρώπης που αποτελούν τις παραδοσιακές αγορές του ελληνικού τουρισμού, όσο και σε ενδογενείς αδυναμίες του αθηναϊκού τουρισμού.

Από το 1998 και μέχρι το 2003 (με εξαίρεση το έτος 2000) σημειώθηκε μία μεγάλη κάμψη στο ενδιαφέρον των ξένων τουριστών να επισκεφθούν την Αθήνα. Αυτή η κάμψη διήρκησε καθόλη την προολυμπιακή περίοδο και έφτασε σε υποχώρηση των διανυκτερεύσεων έως 29%. Τα ταξίδια ημεδαπών στην πρωτεύουσα δεν ακολούθησαν αυτήν τη μεγάλη πτώση, αφού οι Έλληνες στήριξαν τον ξενοδοχειακό κλάδο σε μεγαλύτερο βαθμό. Οι συγκριτικά καλύτερες επιδόσεις της ελληνικής αγοράς επισκίαστηκαν πάντως από τη ραγδαία αύξηση στη ζήτηση από το εξωτερικό που κατεγράφη το 2005 και μετά.

Ως προς την ποσοστιαία συμμετοχή κάθε εθνικότητας στις συνολικές διανυκτερεύσεις των αθηναϊκών ξενοδοχείων, παρατηρήθηκε μετά το 2003 μία μείωση στο μερίδιο των Ελλήνων επισκεπτών, οι οποίοι υποχώρησαν από το 36% το 2003 στο 30% το 2006. Στο ίδιο διάστημα σχεδόν διπλασιάστηκε η ποσοστιαία συνεισφορά των Αμερικανών επισκεπτών με μερίδιο 15% το 2006. Το μερίδιο των υπόλοιπων εθνικοτήτων δεν παρουσίασε σημαντικές μεταβολές.

β) Πληρότητα

Ο ξενοδοχειακός κλάδος της Αθήνας και της Αττικής βρέθηκε μετά το 2000 αντιμέτωπος με συνεχή μείωση της πληρότητας. Η πτωτική πορεία ανετράπη το 2005 και στα τρία γεωγραφικά επίπεδα, χάρη στην επίδραση από την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004. Μάλιστα, τα ξενοδοχεία που λειτουργούν στον Δήμο Αθηνών ξεπέρασαν τις υψηλές επιδόσεις παλαιότερων ετών και εξασφάλισαν το 2007 πληρότητα ύψους 60,3%. Συνολικά η περιοχή της Νομαρχίας Αθηνών επέτυχε να

εξασφαλίσει το 2007 πληρότητα 55,65% στα ξενοδοχεία της. Διαφορετική είναι η εικόνα στα ξενοδοχεία εκτός πόλης, αφού παρά τις υψηλές επιδόσεις των ξενοδοχείων της Αθήνας, συνολικός μέσος όρος πληρότητας κυμάνθηκε στο χαμηλό επίπεδο του 42,8%.

Οι επισκέπτες της Αθήνας καθώς επίσης του Νομού Αθηνών και της Περιφέρειας Αττικής διαμένουν στην περιοχή κατά μέσο όρο για 2,2 ημέρες. Η μέση παραμονή χαρακτηρίζεται από μία σταθερότητα τα τελευταία χρόνια, αφού ήταν πολύ μικρές οι αποκλίσεις από έτος σε έτος. Αξιοσημείωτη είναι η μέση παραμονή του 2004, η οποία επηρεασμένη από τους επισκέπτες των Ολυμπιακών Αγώνων έφτασε για τους αλλοδαπούς τουρίστες τις 2,6 ημέρες. Μεταξύ των Ελλήνων επισκεπτών παρατηρείται ωστόσο μία ελαφρά μεν, αισθητή δε τάση για μείωση της μέσης παραμονής τους στην Αθήνα. Έτσι, από 2,3 ημέρες που ήταν το 1999 η μέση παραμονή των Ελλήνων επισκεπτών υποχώρησε τα τελευταία χρόνια στις 2 διανυκτερεύσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΜΕΣΗ ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Πηγή: Πανεπιστήμιο Αιγαίου/Υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ

	Μέση παραμονή συνόλου τουριστών	Μέση παραμονή Ελλήνων	Μέση παραμονή αλλοδαπών
1999	2,3	2,3	2,3
2000	2,2	2,2	2,1
2001	2,1	2,1	2,2
2002	2,2	2,1	2,2
2003	2,2	2,1	2,2
2004	2,4	2,0	2,6
2005	2,1	2,0	2,2
2006	2,2	2,0	2,3

γ) Δείκτης RevPAR

Μια περισσότερο ολοκληρωμένη εκτίμηση για την πορεία του ξενοδοχειακού κλάδου μιας πόλης ή μιας χώρας απαιτεί τη συνεκτίμηση όχι μόνο δεικτών όπως οι διανυκτερεύσεις και η πληρότητα, άλλα και στοιχείων που δίνουν πληροφορίες για την οικονομικά αποδοτική λειτουργία μίας επιχείρησης. Μία βασική ένδειξη αποτελεί ο δείκτης *RevPAR* (revenues per available room), ο οποίος δίνει πληροφορίες για την ημερήσια είσπραξη που πραγματοποιεί κατά μέσο όρο το ξενοδοχείο από κάθε δωμάτιο του. Αυτός ο δείκτης είναι συνάρτηση αφενός της πληρότητας δωματίων του εξεταζόμενου ξενοδοχείου και αφετέρου της μέσης τιμής δωματίου που εισπράττει το ξενοδοχείο.

Η έρευνα της βρετανικής εταιρείας συμβούλων Deloitte δείχνει σε πόσο μεγάλο βαθμό βελτιώθηκε η απόδοση των αθηναϊκών ξενοδοχείων μετά την πολύ χαμηλή τους επίδοση το 2003. Εκείνη τη χρονιά, ο δείκτης RevPAR ανήλθε σε μόλις 72,77€, αποτέλεσμα μιας μέσης τιμής δωματίου 126,07€ και πληρότητας 57,7%. Την περίοδο 2005-2007 βελτιώθηκαν και οι τρεις βασικοί δείκτες, με τη μέση τιμή δωματίου στα 144,53€, πληρότητα 67,4% και RevPAR στα 97,46€. Ο ταχύς ρυθμός ανάπτυξης του RevPAR επιβεβαιώνει την καλή πορεία του ξενοδοχειακού κλάδου κατά τη μεταολυμπιακή τριετία 2005-2007.⁴⁵

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Συγκριτική μελέτη της εταιρείας συμβούλων Deloitte για τα ξενοδοχεία της Αθήνας υπό τον τίτλο «Deloitte HotelBenchmark Market Insight Report for the City of Athens, Greece»

Έτος	Πληρότητα (%)	Μέση τιμή δωματίου (€)	Μέση εισπραξη ανά διαθέσιμο δωμάτιο (RevPAR-€)	Ετήσια μεταβολή στην πληρότητα	Ετήσια μεταβολή στη μέση τιμή δωματίου	Ετήσια μεταβολή στη μέση εισπραξη ανά διαθέσιμο δωμάτιο
2002	65,5	124,4	81,45			
2003	57,7	126,07	72,77	-11,8	1,3	-10,7
2004	62,1	167,2	103,81	7,6	32,6	42,7
2005	63,4	133,01	84,34	2,1	-20,4	-18,8
2006	67,4	134,77	90,82	6,3	1,3	7,7
2007	67,4	144,53	97,46	0,1	7,2	7,3

Πηγή: Deloitte(2007)

4.5 Ανάλυση SWOT της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης, όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές).

⁴⁵ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στην Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

Κατά την ανάλυση SWOT μελετώνται τα δυνατά (Strengths) και αδύνατα (Weaknesses) σημεία μίας επιχείρησης, οργανισμού ή και περιοχής, καθώς και οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν. Τα δυνατά και αδύνατα σημεία αφορούν στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει (π.χ. ικανότητες προσωπικού και στελεχών, ιδιότητες και χαρακτηριστικά της επιχείρησης, τεχνογνωσία, χρηματοοικονομική υγεία και ικανότητα να ανταποκριθεί σε νέες επενδύσεις, κ.λπ.). Αντιθέτως, οι ευκαιρίες και οι απειλές αντανακλούν μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να εντοπίσει, να προσαρμοστεί σε αυτές ή ακόμα και να τις προσαρμόσει όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό (π.χ. είσοδος νέων ανταγωνιστών, ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, δημιουργία ή/και εμφάνιση νέων αγορών, κ.λπ.).

Γενικά, κατά την εφαρμογή της ανάλυσης επιχειρείται να απαντηθούν με όσο το δυνατόν πιο ποσοτικοποιημένο τρόπο ερωτήματα για την περιοχή όπως:

Δυνάμεις:

- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα;
- Ποιο είναι το πλέον ανταγωνιστικό προϊόν / υπηρεσία;
- Ποιοι είναι οι διαθέσιμοι πόροι που είναι μοναδικοί ή έχουν το μικρότερο συγκριτικά κόστος;
- Τι θεωρούν οι τοπικοί οικονομικοί παράγοντες ως ενδογενή δύναμη της περιοχής;

Αδυναμίες:

- Τι θα μπορούσε να βελτιωθεί;
- Τι θα έπρεπε να αποφευχθεί;
- Τι θεωρούν οι τοπικοί οικονομικοί παράγοντες ως ενδογενή αδυναμία;

Η παραπάνω θεώρηση των Δυνάμεων – Αδυναμιών πραγματοποιείται τόσο από την εσωτερική οπτική, όσο και από την οπτική των «πελατών». Κρίσιμος παράγοντας, ο οποίος επιβάλλει την προσπάθεια ποσοτικοποίησης των δεδομένων αποτελεί η δυνατότητα ρεαλιστικής (αντικειμενικής) αποτίμησης της υφιστάμενης κατάστασης. Η όλη ανάλυση οφείλει να γίνει συσχετιζόμενη με τον ανταγωνισμό: για παράδειγμα, η

παραγωγή ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας, εφόσον παράγεται σε αφθονία και από τον ανταγωνισμό, δεν αποτελεί δύναμη για την περιοχή, αλλά αναγκαιότητα.⁴⁶

Ευκαιρίες

- Ποιες είναι οι καλές ευκαιρίες που προβάλλουν;
- Ποιες είναι οι ενδιαφέρουσες τάσεις που αφορούν στην περιοχή;

Χρήσιμες ευκαιρίες μπορεί να θεωρηθούν:

- Αλλαγές στην τεχνολογία και τις αγορές, σε μικρή ή μεγάλη κλίμακα.
- Αλλαγές στην κρατική πολιτική στο πεδίο ενδιαφέροντος.
- Αλλαγές σε κοινωνικά μοτίβα, πληθυσμιακά προφίλ, αλλαγές τρόπου ζωής.
- Τοπικά γεγονότα.

Μια συνήθης προσέγγιση εντοπισμού των ευκαιριών έγκειται στην ανασκόπηση των Δυνάμεων και τη διερεύνηση της δυναμικής τους για άνοιγμα ευκαιριών. Εναλλακτικά, ανασκοπούνται οι Αδυναμίες και διερευνάται η δυνατότητα αξιοποίησης ευκαιρίας μέσω της εξάλειψής των. Για παράδειγμα, η μείωση του τεχνολογικού κόστους σε έναν τομέα αποτελεί ευκαιρία για μια περιοχή η οικονομία της οποίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τομέα αυτόν.

Απειλές:

- Ποια εμπόδια εμφανίζονται συνήθως;
- Τι κάνουν οι ανταγωνιστές;
- Εμφανίζονται αλλαγές στις προδιαγραφές για τα ήδη παρεχόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες;
- Οι τεχνολογικές αλλαγές απειλούν ή ακυρώνουν την υφιστάμενη οικονομία της περιοχής;
- Υπάρχουν χρηματοδοτικά ή χρηματοοικονομικά προβλήματα;
- Αποτελεί κάποια από τις Αδυναμίες πραγματική απειλή για την οικονομία της περιοχής;⁴⁷

Στην προκειμένη περίπτωση θα χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της πόλης της Αθήνας ως κέντρο συνεδριακού τουρισμού. Εδώ και αρκετά χρόνια γίνεται συζήτηση για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

⁴⁶ Wheelen, T. and Hunger, D. (2006), "Concepts in strategic management and business policy", 10th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, pp. 129-130.

⁴⁷ Urban Environment and Human Resources Institute:
http://www.uehr.panteion.gr/topos/gr/pdf/6_vagiani.pdf (27/10/2009).

στη χώρα μας. Είναι γνωστό ότι υπάρχουν πολλές προτάσεις -εναλλακτικές μορφές τουρισμού- για την αντιμετώπιση της εποχικότητας και την αναβάθμιση του τουριστικού μας προϊόντος, μεταξύ άλλων και του συνεδριακού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει εντυπωσιακή άνοδο, με αποτέλεσμα ένας μεγάλος αριθμός συνεδριακών κέντρων και αιθουσών για συνέδρια που προσφέρονται από ξενοδοχεία να έχουν κατασκευαστεί σε πολλές χώρες.

Ωστόσο, ενώ ο αριθμός των διεθνών συνεδρίων που πραγματοποιούνται σε μεγάλες πόλεις έχει αυξηθεί σημαντικά, η Αθήνα παρότι τα τελευταία χρόνια έχει προσελκύσει περισσότερα διεθνή και ευρωπαϊκά συνέδρια σε σχέση με το παρελθόν, δεν έχει τη θέση που θα έπρεπε να έχει παγκόσμια ως συνεδριακός προορισμός.

Στις παρακάτω γραμμές εξετάζονται οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός.

Πίνακας 4: Ανάλυση SWOT για την Αθήνα ως κέντρο συνεδριακού τουρισμού

<p>Strengths/Δυνάμεις: Ο νέος Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Πολιτιστικός Πλούτος, Κομβική Γεωγραφική Θέση, Καλές Κλιματολογικές συνθήκες, Εκπαιδευμένο ξενοδοχειακό δυναμικό, Νυχτερινή ζωή, ελληνική κουζίνα</p>	<p>Weaknesses/ Αδυναμίες: Έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων, Απουσία Συντονιστικού Οργάνου για τον συνεδριακό τουρισμό, ανύπαρκτο marketing της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός</p>
<p>Opportunities/Ευκαιρίες: Η μετά-ολυμπιακή περίοδος, το νέο εκθεσιακό-συνεδριακό κέντρο (Metropolitan Expo), Η νέα Ολυμπιακή</p>	<p>Threats/Απειλές: Νέοι πιο φτηνοί ανταγωνιστικοί προορισμοί, Τρομοκρατία-αρνητική εικόνα στο εξωτερικό, Μειωμένες αφίξεις /πληρότητες</p>

4.5.1 Οι Δυνάμεις του προορισμού Αθήνα

Υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα που καθιστούν την Αθήνα «ελκυστική» ως συνεδριακό προορισμό. Τα σπουδαιότερα είναι:

- **Η Μετά-ολυμπιακή εποχή**

Η παράλληλη υποδομή, η δημιουργία της οποίας άμεσα ή έμμεσα συνδέθηκε με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, αποτελεί ένα πολύ ισχυρό πλέγμα

έργων το οποίο βελτίωσε τόσο την ποιότητα ζωής στην Αθήνα, όσο και στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής και του Πειραιά.

Τα μεγάλα έργα υποδομής που δημιουργήθηκαν σε συνδυασμό με την προβολή της πόλης βοήθησαν την Αττική να διατηρήσει, αλλά και να ενισχύσει το ποσοστό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των τουριστών. Για την πόλη της Αθήνας αλλά και για όλη την Ελλάδα συνολικά, η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων αποτέλεσε μοναδική ευκαιρία για τη βελτίωση, σε παγκόσμια κλίμακα, της εικόνας της, σε μία περίοδο που ο αθηναϊκός τουρισμός είχε ολοένα και πιο ανησυχητική φθίνουσα πορεία. Τα 4 δισεκατομμύρια των τηλεθεατών που παρακολούθησαν τους αγώνες, τα 21.500 μέσα που κάλυψαν το γεγονός και οι 3.800 ώρες αναμετάδοσης των αγώνων δημιούργησαν ιδανικές συνθήκες προώθησης του ελληνικού τουρισμού με έναν τρόπο που δύσκολα αντικαθίσταται από τις κλασικές μεθόδους του *destination marketing*.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες μέσω του δυναμικού τους αντίκτυπου δεν δημιούργησαν μόνο στιγμιαία αύξηση της τουριστικής ζήτησης, αλλά επηρέασαν θετικά την τουριστική ζήτηση και μακροπρόθεσμα.⁴⁸ Τα έργα υποδομής που δημιουργήθηκαν καλλιέργησαν την ουσιαστική συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, θεμελιώνοντας μία μακροχρόνια οργανωμένη στρατηγική για τον τουρισμό. Η στρατηγική αυτή στηρίζεται στην απομάκρυνση από τον μαζικό τουρισμό που μειώνει τα έσοδα του τουριστικού προϊόντος με στόχο πλέον καταναλωτές υψηλού και μεσαίου εισοδήματος, πολιτική που οδηγεί στη μεγιστοποίηση των εσόδων, στην άμβλυση της εποχικότητας μέσω διαφόρων μορφών θεματικού τουρισμού, στη βελτίωση της υλικοτεχνικής υποδομής, αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και στη συνεχή προσπάθεια βελτίωσης μέσω συνεχούς έρευνας της αγοράς και διαφήμισης.⁴⁹

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 έδωσαν μία νέα δυναμική στην αναγνωρισιμότητα της πρωτεύουσας και η Ολυμπιακή υποδομή αποτέλεσε μία κυρίαρχη παράμετρο στην προσπάθεια αναβάθμισης και προβολής της Αθήνας ως αυτοδύναμου προορισμού στο γεωγραφικό χάρτη της χώρας και της Ευρώπης.

Εάν προσθέσουμε στην Ολυμπιακή κληρονομιά και το νέο διεθνές αεροδρόμιο, με το διαρκώς αναπτυσσόμενο δίκτυο απευθείας αεροπορικών συνδέσεων και τον αυξανόμενο αριθμό εταιρειών χαμηλού κόστους, καθώς και την ανάπτυξη του νέου

⁴⁸ Ζανιάς, Γ.Π. (2004), "Οι Αναπτυξιακές Ανησυχίες των Ολυμπιακών Αγώνων", εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ.

⁴⁹ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στην Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

μεγάλου εκθεσιακού κέντρου μέσα στο χώρο του αεροδρομίου, τότε είναι σαφές ότι από την εικόνα προκύπτει ότι η Αθήνα έχει τη δυνατότητα να διεκδικήσει ένα ευρύτερο μερίδιο αγοράς και να αναδειχθεί από ενδιάμεσος σταθμός σε τελικό αστικό – συνεδριακό προορισμό.

▪ Πολιτιστικός Πλούτος

Η Ελλάδα έχει να παρουσιάσει πλούσια αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Η ιστορία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ώστε να αποτελέσει η χώρα πόλο έλξης διεθνών συνεδρίων. Οι περισσότεροι σύνεδροι τουρίστες, είναι άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και η δυνατότητα εκμάθησης της ελληνικής ιστορίας παράλληλα με την διεξαγωγή ενός συνεδρίου ελκύει το ενδιαφέρον τους. Οι μικρές αποστάσεις της πρωτεύουσας από σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως των Δελφών και των Μυκηνών, δίνουν την δυνατότητα τόσο στους συνέδρους όσο και στους συνοδούς τους, να επισκεφτούν και να θαυμάσουν τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό. Αλλά και στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας υπάρχουν πολλά μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι και φυσικά η Ακρόπολη με τον Παρθενώνα, καθώς και το νέο μουσείο της Ακροπόλεως, όπως επίσης και η πρόσφατη ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων στον πεζόδρομο της Διονυσίου Αρεοπαγίτου τον οποίο μπορεί ο τουρίστας να επισκεφθεί.

▪ Η κομβική γεωγραφική θέση της πόλης

Η θέση της Ελλάδας την ευνοεί γεωγραφικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αφού ανήκει στα Βαλκάνια και μπορεί να αποτελέσει κέντρο διοργάνωσης βαλκανικών συνεδρίων. Βρίσκεται επίσης στη Μεσόγειο, συνδέεται με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου και τέλος ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση, γεγονός που «νομιμοποιεί» και τη διεξαγωγή των ευρωπαϊκών συνεδρίων.

Ειδικότερα για την Αθήνα, η γεωγραφική θέση της πόλης καθιστά δυνατή την πραγματοποίηση περιηγήσεων και κρουαζιέρων κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, αφού μπορεί να συνδυάζει την εύκολη προσέγγιση στο βουνό και στη θάλασσα.

- **Κλιματολογικές συνθήκες**

Ο συνεδριακός τουρισμός ενθαρρύνεται από την ύπαρξη κατάλληλων κλιματολογικών συνθηκών, διότι διευκολύνουν το έργο των συμμετεχόντων και απλοποιούν τις διαδικασίες οργάνωσης ενός συνεδρίου. Το κλίμα εντός της Αθήνας επιτρέπει την οργάνωση συνεδρίων όχι μόνο μεταξύ των μηνών Μαΐου-Οκτωβρίου, αλλά και τον υπόλοιπο χρόνο. Η ηλιοφάνεια 300 ημέρες το χρόνο και οι ήπιοι χειμώνες επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να συνδυάσουν εργασία και διακοπές, καθώς επίσης να ξεπεραστεί το πρόβλημα της εποχικότητας. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης το κλίμα (45%) και η θέα (49%) είναι οι δύο πιο καθοριστικοί παράγοντες για την επιλογή του συνεδριακού προορισμού. Το κόστος του ταξιδιού (35%) και το κόστος της διαμονής (33%) έρχονται δεύτερα.

- **Το αναβαθμισμένο ξενοδοχειακό δυναμικό της Αθήνας**

Για τους επισκέπτες της Αθήνας, η πόλη προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία ξενοδοχείων και καταλυμάτων που μπορούν να καλύψουν κάθε απαίτηση. Σε περίπτωση που βασικό κριτήριο είναι η αισθητική του χώρου, η πόλη προσφέρει κάθε είδους επιλογές, από μοντέρνα μίνιμαλ ξενοδοχεία και ξενοδοχεία μπουτίκ, ως παραδοσιακά καταλύματα, μονάδες γνωστών διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων και υπερπολυτελείς, κλασικές ή μοντέρνες μονάδες.

Εάν τον επισκέπτη τον ενδιαφέρει περισσότερο η τοποθεσία, και πάλι οι επιλογές είναι απεριόριστες: ξενοδοχεία υπάρχουν παντού: στη Γλυφάδα και στον Πειραιά με θέα τη θάλασσα, στο κέντρο της Αθήνας με θέα την Ακρόπολη ή το Λυκαβηττό, στο Θησείο, στο Μοναστηράκι και στην Πλάκα για μια γεύση από την παλιά Αθήνα, ή στα προάστια για μια πιο ήσυχη διαμονή μακριά από το βουητό της πόλης.

Πιο αναλυτικά, τόσο στην πόλη της Αθήνας όσο και στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής παρατηρήθηκε μιαν αύξηση κλινών της τάξης του 5% σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ). Η Αθήνα απέφυγε έτσι την υπερπροσφορά κλινών, η οποία προκάλεσε στις άλλες ολυμπιακές πόλεις μία πτώση στις επιδόσεις του ξενοδοχειακού κλάδου αμέσως μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ωστόσο, μετά το 2005 μειώθηκε ο αριθμός των ξενοδοχείων στην Αττική από τα 506

στα 493 το 2007, οι δε συνολικές ξενοδοχειακές κλίνες μειώθηκαν την ίδια χρονιά ελαφρώς στις 53.958, δηλαδή κατά 0,7%.⁵⁰

Πίνακας 5: Συνολικές κλίνες ξενοδοχείων Αθήνας και Αττικής(πλην νήσων) την περίοδο 2000-2007(Πηγή: ΞΕΕ)

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007
ΑΘΗΝΑ	28.968	28.708	28.645	29.126	30.436	30.498	30.403
ΑΤΤΙΚΗ (πλην Νήσων)	52.027	50.378	51.644	52.296	54.363	53.180	53.958

▪ Το υψηλό επίπεδο των ξενοδοχειακών υπηρεσιών

Το υψηλό επίπεδο των ξενοδοχειακών υπηρεσιών, το εξειδικευμένο προσωπικό που λειτουργεί στις ξενοδοχειακές μονάδες, το σωστό και γρήγορο service είναι στοιχεία που συναντά κάποιος στην πλειοψηφία των ξενοδοχείων τόσο της πρωτεύουσας όσο και της περιφέρειας. Οι επενδύσεις που έκαναν οι επιχειρηματίες τα τελευταία χρόνια είναι μεγάλες, δημιουργώντας ξενοδοχειακά καταλύματα υψηλών προδιαγραφών λόγω των απαιτήσεων της Ολυμπιάδας του 2004. Οι προετοιμασίες των ξενοδοχείων έγιναν με εντατικούς ρυθμούς και μέσα στα σχέδια ήταν και η διαμόρφωση υπερσύγχρονων χώρων συνεδρίων. Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών έχει σχέση και με τη χρησιμοποίηση του κατάλληλου και άρτια εκπαιδευμένου προσωπικού σε όλες τις τουριστικές δραστηριότητες. Η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα στο χώρο της τουριστικής εκπαίδευσης είναι υψηλή και τα άτομα που εργάζονται στο χώρο προέρχονται από εξειδικευμένες σπουδές στον τουριστικό τομέα. Τα επαγγελματικά στελέχη και οι υπάλληλοι του χώρου γνωρίζουν τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα. Το πολύγλωσσο προσωπικό είναι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Αθήνας και, γενικότερα, της χώρας, σε αντίθεση με άλλες χώρες, όπως η Ισπανία, που υστερούν στον τομέα αυτόν.⁵¹

⁵⁰ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στην Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".

⁵¹ Σωτηρόπουλος, Α. (2003), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Αθήνα Όραμα ή Ουτοπία;", Περιοδικό Συνέδριο.

▪ Η νυχτερινή ζωή και η παραδοσιακή ελληνική κουζίνα

Η Αθήνα είναι μια σύγχρονη ευρωπαϊκή πόλη, η οποία καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου αποδεικνύει πόσο ζωντανή πολιτιστικά είναι με αθλητικές εκδηλώσεις, εκδηλώσεις για παιδιά, εκθέσεις, εορταστικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις, μουσική, χορό, φεστιβάλ και καλλιτεχνικά δρώμενα. Στον τομέα της νυχτερινής διασκέδασης υπερτερεί σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές πόλεις, αφού είναι μία πόλη ασφαλής ακόμη και τη νύχτα και είναι διάσημη για το πολιτιστικό της καλοκαίρι το οποίο ξεκινά με το φεστιβάλ Αθηνών με θεατρικές, μουσικές και χορευτικές παραστάσεις σε διάφορα ανοιχτά θέατρα, πολλά από τα οποία είναι αρχαιολογικά μνημεία. Ο πρωταγωνιστής του φεστιβάλ είναι το Ηρώδειο, το οποίο συγκεντρώνει καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο. Το θέατρο του Λυκαβηττού είναι ένα ακόμα διάσημο ανοιχτό θέατρο, το οποίο φιλοξενεί ποικίλες παραστάσεις και μουσικές συναυλίες.

Η ελληνική κουζίνα, έχει μία μακρά γαστρονομική παράδοση εδώ και πολλά χρόνια, συνδυάζει την απολαυστική γεύση με την υγιεινή διατροφή (μεσογειακή κουζίνα), καθώς επίσης είναι και επηρεασμένη από την τουρκική κουζίνα. Κατά τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου, δίνεται η δυνατότητα στους ξένους συνέδρους να δοκιμάσουν τις ελληνικές παραδόσεις και να γνωρίσουν τα ήθη και τα έθιμα που ακολουθεί εδώ και αιώνες ο ελληνικός λαός, και να γευθεί από την ελληνική φιλοξενία.

4.5.2 Οι αδυναμίες - τα μειονεκτήματα της Αθήνας

Τα μειονεκτήματα της Αθήνας είναι εξίσου σημαντικά και με τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα. Αν και έχουν γίνει θεαματικά βήματα στον τομέα των υποδομών, δημόσιων και ιδιωτικών, ως προορισμός εξακολουθεί να υστερεί κυρίως στα εξής:

α) έλλειψη κατάλληλης υποδομής, β) έλλειψη επαγγελματισμού και οργάνωσης, που στον συνεδριακό τουρισμό δεν συγχωρείται καθώς οι συμμετέχοντες προέρχονται κατά κανόνα από τα υψηλότερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα,⁵² γ) στερεότυπα που έχουν διαμορφωθεί εδώ και δεκαετίες και η αντίληψη που κυριαρχεί στο εξωτερικό ότι η Ελλάδα σημαίνει ήλιος, θάλασσα, νησιά και μνημεία αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, καθώς και η εμμονή από τοπικούς αλλά και από κεντρικούς παράγοντες του ελληνικού τουρισμού στην παροχή ενός φθηνού

⁵² Σωτηρόπουλος, Α. (2003), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα το Όραμα υλοποιείται", Περιοδικό Συνέδριο.

παραθεριστικού τουριστικού πακέτου,⁵³ δ) η μόλυνση της ατμόσφαιρας, η οποία ασφαλώς δεν εμποδίζει την προσέλκυση συνεδρίων, αλλά μαζί με το κυκλοφοριακό αμαυρώνουν την εικόνα της πόλης διεθνώς, στ) η Ολυμπιακή Αεροπορία και οι υπάλληλοι της ΥΠΑ (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας), ε) η απουσία συντονιστικού οργάνου για τον αθηναϊκό συνεδριακό τουρισμό, και, τέλος, η άσχημη συμπεριφορά μεγάλης μερίδας πολιτών που εργάζονται στον τουριστικό τομέα, όπως οι οδηγοί ταξί, γεγονός που έχει προκαλέσει δυσμενή σχόλια έγκυρων διεθνών εντύπων. Πιο αναλυτικά:

Η έλλειψη κατάλληλης υποδομής και επαγγελματισμού έγκειται στο γεγονός ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν αποτελεί το αποκλειστικό αντικείμενο για πολλές από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτόν και είναι λίγες οι επιχειρήσεις για τις οποίες ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί το κύριο αντικείμενο. Σε ότι δε αφορά τη χρήση των παγίων και του κεφαλαιουχικού εξοπλισμού, ακόμη και στις περιπτώσεις όπου αυτά έχουν μορφή εξειδικευμένη για τον συνεδριακό τουρισμό, η χρήση τους δεν περιορίζεται σε αυτόν. Ως αποτέλεσμα της πλήρους ελευθερίας ενασχόλησης με τον συνεδριακό κλάδο, χωρίς εκ του νόμου να τίθεται καμία προϋπόθεση, αρκετές επιχειρήσεις του κλάδου που θεωρούν ότι έχουν κάνει σημαντικές επενδύσεις και έχουν καταβάλει πολλές προσπάθειες για να ανδρωθούν, παραπονιούνται ότι πάσχουν από αθέμιτο ανταγωνισμό από πολύ μικρότερες, αυτοσχέδιες επιχειρησιακές μονάδες «που λειτουργούν από το σπίτι» και οι οποίες εκτός των άλλων φοροδιαφεύγουν.

Μέχρι πρότινος το σημαντικότερο πρόβλημα της πόλης ως συνεδριακού προορισμού ήταν πως η Αθήνα ήταν η μόνη πρωτεύουσα στην Ευρώπη που δεν διέθετε ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο. Έτσι τα περισσότερα συνέδρια μέχρι και σήμερα, ακόμη και με τη δημιουργία του Metropolitan Expo, φιλοξενούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων, καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων κέντρα και άλλα ιδρύματα, όπως το Ζάππειο Μέγαρο. Μόνο το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια, είναι όμως αδύνατο ένα στάδιο να καλύψει την έλλειψη ενός συνεδριακού κέντρου, επειδή το κόστος μετατροπής του σταδίου σε αίθουσες συνεδρίων είναι πολύ υψηλό και, τέλος, δεν αρμόζει σε μία διεθνή μεγαλούπολη και συνάμα ιστορική πόλη όπως η Αθήνα να φιλοξενεί διεθνή συνέδρια σε ένα στάδιο, διότι είναι πολύ αρνητικό για την «εικόνα» της στο εξωτερικό.

⁵³ Καρακώστα, Λ. (2005), "Η Αθήνα και οι Ανταγωνίστριες της", Τουριστική Αγορά, Τεύχος 177, σελ. 60.

Παρόλη την ολοκλήρωση σημαντικών έργων υποδομής, όπως το Αττικό Μετρό, ο προαστιακός, το τραμ, η Αττική Οδός, το κυκλοφοριακό είναι ιδιαίτερα έντονο στην Αθήνα γεγονός που δυσκολεύει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Χρειάζεται να γίνουν κι άλλες αλλαγές στα μέσα μαζικής μεταφοράς. Ακόμη, η ηχορρύπανση αλλά και το νέφος αμαυρώνουν την εικόνα της Αθήνας στο πρόσωπο του τουρίστα-σύνεδρου.

Η απουσία συντονιστικού οργάνου για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό εδώ και πολλά χρόνια, αλλά και η έλλειψη στατιστικών δεδομένων δυσχεραίνουν τον καθορισμό της ακριβούς θέσης της Αθήνας στη διεθνή σκηνή, αλλά και του μεριδίου της στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. Η πολιτεία δεν δημιούργησε μητρώο συνεδρίων έτσι ώστε να μπορεί να μελετά τις τάσεις και τις ροπές αυτής της μορφής τουρισμού για να παίρνει τις κατάλληλες αποφάσεις.⁵⁴ Η έλλειψη του συντονιστικού οργάνου είχε αρνητικές συνέπειες, όπως η ανεπαρκής προβολή του συνεδριακού προϊόντος, με αποτέλεσμα η όποια προβολή να γίνεται μεμονωμένα χωρίς συνέπεια και συνέχεια.

Τέλος, ο εθνικός αερομεταφορέας η Ολυμπιακή Αεροπορία είναι κοινά αποδεκτό ότι αποτελεί τροχοπέδη στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα αλλά και σε ολόκληρη τη χώρα. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, οι απεργίες και οι στάσεις εργασίας έχουν επιδεινώσει ιδιαίτερα την κατάσταση. Όλες αυτές οι καθυστερήσεις και ματαιώσεις πτήσεων έχουν καταστήσει την Ολυμπιακή Αεροπορία αναξιόπιστη διεθνώς, πράγμα το οποίο έχει προκαλέσει μεγάλο πλήγμα στον τουρισμό γενικότερα.⁵⁵

4.5.3 Οι κίνδυνοι του προορισμού Αθήνα

α) Η αστάθεια στα Βαλκάνια και οι σχέσεις της χώρας μας με την Τουρκία, σε συνδυασμό με το Κυπριακό, είναι αρνητικοί παράγοντες και οι εξελίξεις για το μέλλον απρόβλεπτες.

β) Η εμφάνιση στην Αθήνα μίας νέας τρομοκρατικής οργάνωσης καθώς και τα γεγονότα του Δεκεμβρίου του 2008, αμαύρωσαν την εικόνα της και συνεχίζουν να την αμαυρώνουν. Στην Αθήνα χρειάζεται να εφαρμοστεί ένα θεσμικό πλαίσιο

⁵⁴ Συνέντευξη του κ. Ντίνου Άστρα (πρόεδρος του HAPCO-Hellenic Association of Professional Congress Organisers στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού), (30-31 Οκτωβρίου 2008, Θεσσαλονίκη).

⁵⁵ Σωτηρόπουλος, Α. (1998), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Αθήνα Όραμα ή Ουτοπία", Περιοδικό Συνέδριο.

αστυνόμευσης, εφάμιλλο με αυτό των άλλων ευρωπαϊκών πόλεων και αρμόζον στη μετά-Ολυμπιακή εικόνα της πόλης και της ευρύτερης περιοχής.

γ) Οι κυριότεροι ανταγωνιστές της Αθήνας από το εξωτερικό είναι η Μαδρίτη και η Βαρκελώνη, η Κωνσταντινούπολη, η Κύπρος και η Μάλτα. Όλοι οι παραπάνω προορισμοί προσφέρουν υψηλότερη, συγκρινόμενη με την Αθήνα, συνεδριακή υποδομή, η οποία περιλαμβάνει μεγάλα συνεδριακά κέντρα, πολυτελή ξενοδοχεία με μεγάλους συνεδριακούς χώρους, τα οποία διοικούνται από διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων.⁵⁶

4.6 Τα οφέλη της Αθήνας από τον συνεδριακό τουρισμό

Η Αθήνα κρίνεται απαραίτητο να αντιμετωπίσει τα μειονεκτήματά της και να αναπτυχθεί ως συνεδριακός προορισμός διότι σύμφωνα με τον απολογισμό των ωφελειών που προκύπτουν από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στον τόπο υποδοχής των συνεδρίων καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού δίνει τη δυνατότητα στις περιοχές υποδοχής να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και να αυξήσουν έτσι τα έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και την ανταγωνιστικότητά τους. Διαρκεί όλο το χρόνο, ιδιαίτερα την άνοιξη και το φθινόπωρο, εξασφαλίζοντας έτσι τη συνεχή και πλήρη απασχόληση.
- Ο συνεδριακός τουρισμός ωφελεί και τον παραθεριστικό τουρισμό από τον οποίο αποκτά πρόσθετα οφέλη και ο τοπικός πληθυσμός.
- Οι επενδύσεις στον συνεδριακό τουρισμό μέσω συγκοινωνιακών δικτύων, επικοινωνιακών υποδομών, εστιατορίων, κέντρων διασκέδασης κι άλλων ανέσεων οδηγούν στην αναγέννηση των πόλεων και των περιοχών της περιφέρειας, οι οποίες στη συνέχεια εξελίσσονται σε παραθεριστικά κέντρα.
- Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ελαστικός και επηρεάζεται πολύ λιγότερο σε σχέση με τον παραθεριστικό από οικονομικά προβλήματα τα οποία επιδρούν στις τοπικές οικονομίες. Η ελαστικότητά του είναι πολύ σημαντική για τη

⁵⁶ ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος", σελ.10.

συγκεκριμένη περίοδο που διανύουμε διότι παρ'όλη την οικονομική κρίση, επαγγελματικά ταξίδια και συνέδρια δεν θα πάψουν να γίνονται.

- Ο συνεδριακός τουρισμός εγείρει μελλοντικές επενδύσεις στην περιοχή όπου πραγματοποιούνται τα συνέδρια, καθώς επιχειρηματίες-σύνεδροι διαπιστώνουν τις επενδυτικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται στη διάρκεια του συνεδρίου ή της έκθεσης. Στη συνέχεια, επιστρέφουν στην περιοχή για να αναπτύξουν την επιχειρηματική δραστηριότητα που αποφάσισαν.⁵⁷
- Ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση της υστεροφημίας του προορισμού και, συνεπώς, στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Οι σύνεδροι – επισκέπτες μπορούν να παίξουν και το ρόλο «δωρεάν πρεσβευτή» της περιοχής μεταφέροντας τη θετική γνώμη που έχουν σχηματίσει για την περιοχή και τις καλές εμπειρίες που είχαν στους συναδέλφους, φίλους και άλλους γνωστούς τους.
- Ο συνεδριακός τουρισμός συνεπάγεται υψηλή τουριστική δαπάνη κι από την άποψη αυτή αποτελεί τουρισμό υψηλής εισοδηματικής στάθμησης.⁵⁸

4.7 Συμπεράσματα

Η σημασία του city break στη διαμόρφωση μίας νέας τουριστικής ταυτότητας για την πρωτεύουσα είναι καίριας σημασίας και πλέον είναι γεγονός. Ο τουρισμός πόλεων αναπτύσσεται με ταχύτερους ρυθμούς από οποιονδήποτε κλάδο της Ευρωπαϊκής οικονομίας. Ο συνεδριακός και επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα μία μορφή τουρισμού η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό πόλεως

Αν και τα πλεονεκτήματα της Αθήνας για τον συνεδριακό τουρισμό αυξήθηκαν με την παράλληλη υποδομή, η δημιουργία της οποίας άμεσα ή έμμεσα συνδέθηκε με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η μέχρι τώρα πορεία της δεν είναι και τόσο ευχάριστη αφού και το 2008 έκλεισε με την Αθήνα εκτός των δημοφιλέστερων συνεδριακών προορισμών της Ευρώπης. Πιο συγκεκριμένα, η Αθήνα δεν αποκόμισε κανένα τουριστικό όφελος πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, σε αντίθεση με τις επιδόσεις του Σίδνει σε αυτόν τον τομέα. Η περίοδος 2001 και 2004 χαρακτηρίστηκε από έντονη τουριστική ύφεση. Τα οφέλη προέκυψαν όπως έδειξε η έρευνα του

⁵⁷ Σωτηρόπουλος, Α. (1998), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Αθήνα Όραμα ή Ουτοπία", Περιοδικό Συνέδριο.

⁵⁸ Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ): www.traveldailynews.gr - (12/10/2009)

Πανεπιστημίου Αιγαίου αμέσως μετά τους Αγώνες και εξασφάλισαν μία σταθερή τριετία ανόδου για τον τουρισμό της πόλης το 2004-2007.

Σύμφωνα με την παγκόσμια έρευνα για την ανταγωνιστικότητα και τις προοπτικές του αθηναϊκού συνεδριακού τουρισμού που διεξήχθη το 2007 από την εταιρεία *Hospitality & Tourism* για λογαριασμό του *HAPCO*, το 93% των ερωτηθέντων *PCO* είναι απόλυτα ικανοποιημένο από την ελληνική ιστορία και κουλτούρα, το 91% με την ασφάλεια, το 88% με τη γενικότερη φήμη και εικόνα της πόλης.

Αυτή η έρευνα αποδεικνύει πως παρόλο που η Αθήνα διαθέτει πολλές προϋποθέσεις για να διεκδικήσει σημαντικό μερίδιο στην οργάνωση συνεδρίων, δυστυχώς κάθε χρόνο χάνει αυτήν την ευκαιρία. Η ευθύνη της πολιτείας είναι μεγάλη, διότι δεν χαράζει μία ενιαία τουριστική πολιτική και στρατηγική και δεν υιοθετεί μία «επιθετική» πολιτική πωλήσεων και *destination marketing* όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό. Συνεχίζει επί χρόνια να στηρίζει το μοντέλο θάλασσα-ήλιος-διακοπές το οποίο δείχνει κουρασμένο χωρίς να λαμβάνει υπόψιν της τη διεθνή πραγματικότητα και τον διεθνή ανταγωνισμό. Όπως εξήγησε ο κ. Άστρος πρόεδρος του *HAPCO* (Hellenic Association of Professional Congress Organisers) μιλώντας στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού: « Η Ελλάδα στη δεκαετία του '90, αν και έβλεπε την επερχόμενη συνεδριακή λαίλαπα, σε αντίθεση με αρκετές ευρωπαϊκές χώρες και πόλεις που αντελήφθησαν τη δυναμική του Συνεδριακού Τουρισμού και προέβησαν σε σχετικές επενδύσεις, περιορίσθηκε μόνο στα λόγια. Η Πολιτεία φλέρταρε με τον συνεδριακό τουρισμό αλλά δεν κατάφερε ποτέ μέχρι σήμερα να δημιουργήσει ουσιαστική σχέση μαζί του».

Ο διεθνής συνεδριακός ανταγωνισμός, η θέση της Αθήνας σε αυτόν καθώς και οι βελτιώσεις χρειάζεται η Αθήνα στις υποδομές της για να γίνει καταξιωμένη συνεδριακή πόλη θα είναι θέματα που θα αναλυθούν στα επόμενα κεφάλαια αυτής της μελέτης.

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 4

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Ανώνυμος Συγγραφέας (1989), "Επαγγελματικά Ταξίδια, Υψηλοί Ρυθμοί Ανάπτυξης", Τουρισμός και Οικονομία
- Βαλογιάννη, Κ. (1998), "Κινητικότητα και Αισιοδοξία καθώς τα Προβλήματα βρίσκουν λύση", Περιοδικό Συνέδριο.
- Ζανιάς, Γ.Π. (2004), "Οι Αναπτυξιακές Ανησυχίες των Ολυμπιακών Αγώνων", εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ.
- Καρακώστα, Λ. (2005), "Η Αθήνα και οι Ανταγωνίστριες της", Τουριστική Αγορά, Τεύχος 177, σελ. 60.
- Κραβαρίτης, Κ. (1992), "Συνεδρίων Κινήτρων Εκθέσεων Επαγγελματικός Τουρισμός", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λογοθέτης, Μ. (1982), "Τουριστική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ κ. Νίκου Αγγελόπουλου, στην Ανοικτή Συνεδρίαση της 16ης Τακτικής Γενικής Συνέλευσης, (Αθήνα 22 Μαΐου 2008).
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού – από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά – Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".
- ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος".
- Συνέντευξη του κ. Ντίνου Άστρα (πρόεδρος του HAPCO-Hellenic Association of Professional Congress Organizers στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού (30-31 Οκτωβρίου 2008, Θεσσαλονίκη).
- Σωτηρόπουλος, Α., (1998), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Αθήνα Όραμα ή Ουτοπία", Περιοδικό Συνέδριο.
- Σωτηρόπουλος, Α., (2003), "Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα το Όραμα υλοποιείται", Περιοδικό Συνέδριο.

Ξένη Βιβλιογραφία

- Wheelen, T. and Hunger, D. (2006), "Concepts in strategic management and business policy", 10th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Ιστοσελίδες

- Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ): www.traveldailynews.gr (12/10/2009)
- Σιάτρα Ε. (2009), "Πτώση 16%-18% στα τουριστικά έσοδα", Ημερησία: http://www.sete.gr/files/Media/09_Eipan/091015imerissia.pdf (25/05/2009).
- Urban Environment and Human Resources Institute: http://www.uehr.panteion.gr/topos/gr/pdf/6_vagiani.pdf (27/10/2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:
**Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: συγκριτική
μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης**

5.1 Εισαγωγή

Στο παρακάτω κεφάλαιο γίνεται μία συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης στους τομείς που αφορούν στην αεροπορική υποδομή των δύο πρωτευουσών, στον τρόπο τουριστικής ανάπτυξης και στη θέση των δύο στη συνεδριακή αγορά.

5.2 Ανταγωνιστικότητα τουριστικών προορισμών: σύντομη θεωρητική προσέγγιση

5.2.1 Ο ορισμός της ανταγωνιστικότητας

Η ανταγωνιστικότητα είναι το σχετικό μέγεθος που προκύπτει από τη σύγκρισή μας με τον καλύτερο, ή, διαφορετικά, η ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητά μας να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας.

5.2.2 Πώς ορίζουμε τους ανταγωνιστές μας

Στην προσπάθεια για να ορίσουμε τους ανταγωνιστές μας επιχειρούμε δύο προσεγγίσεις: πρώτον, τη «βιομηχανική» προσέγγιση σύμφωνα με την οποία «ανταγωνιστής μας είναι αυτός ο οποίος παράγει το ίδιο τουριστικό προϊόν με το δικό μας (ή ικανό υποκατάστατό του)». Δεύτερον, την «πελατοκεντρική» προσέγγιση, σύμφωνα με την οποία «ανταγωνιστής μας είναι αυτός ο οποίος απευθύνεται στις τουριστικές αγορές που μας ενδιαφέρουν».

5.2.3 Ποιο είναι το ανταγωνιστικό επιχειρείν;

Το καλύτερο και αποτελεσματικότερο επιχειρείν είναι αυτό το οποίο διασφαλίζει μακροπρόθεσμα τη βιωσιμότητα και κερδοφορία των τουριστικών επιχειρήσεων ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα το κοινωνικό κόστος και την επιβάρυνση του περιβάλλοντος σε επίπεδο τουριστικού προορισμού. Η εξέταση του παράγοντα «επιχειρείν» θέλει μεγάλη προσοχή, κι αυτό διότι πολλές φορές το αποτέλεσμα, που μας ενδιαφέρει μακροπρόθεσμα, εξετάζεται σε βραχυπρόθεσμο διάστημα.⁵⁹

⁵⁹ ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος", σελ.7.

5.2.4 Από τι επηρεάζεται το επιχειρείν;

Ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ Michael Porter δημιούργησε ένα υπόδειγμα ανάλυσης ανταγωνισμού, το γνωστό *Competitive Diamond*⁶⁰. Σύμφωνα με αυτό, η ανταγωνιστικότητα επηρεάζεται από τους ακόλουθους πέντε παράγοντες:

- α) την απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο.
- β) τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών-συνθήκες της προσφοράς.
- γ) τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών-συνθήκες της ζήτησης.
- δ) την απειλή από υποκατάστατα και συμπληρωματικά προϊόντα.
- ε) την ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις.⁶¹

Σε αυτούς τους παράγοντες πρέπει να προσθέσουμε την Κυβέρνηση και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, καθώς και την ύπαρξη και δράση μίας σειράς μη κυβερνητικών οργανώσεων - φορέων, ερευνητικών οργανισμών κ.λπ., που επιδρούν στο σύστημα και διαμορφώνουν την ανταγωνιστικότητα.⁶²

Διάγραμμα 1: Το Competitive Diamond στον Τουρισμό



Πηγή: Προσαρμογή Υποδείγματος Porter (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, NY., page 36.

⁶⁰Porter, M. (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, NY. page 36.

⁶¹ ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού τουριστικού Προϊόντος", σελ.8.

⁶² Wheelen, T., Hunger, D., (2006), *Concepts in strategic management and business policy*, 10th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, page 84.

5.3 Ποιοι είναι οι ανταγωνιστικοί προορισμοί της Αθήνας;

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council-WTTC) έχει αναπτύξει μία μέθοδο καταγραφής δεικτών ανταγωνιστικότητας της

τουριστικής ανάπτυξης με στόχο τη σύγκριση χωρών σε διεθνές επίπεδο. Οι δείκτες αυτοί μεταξύ άλλων, καταγράφουν:

1) την τιμή, 2) τις υποδομές, 3) το περιβάλλον, 4) την τεχνολογία, 5) τους ανθρώπινους πόρους, 6) την ελευθερία εισόδου στην αγορά.

Μέσα από τους δείκτες καταδεικνύεται η σχετική θέση μεταξύ των διάφορων χωρών στους παραπάνω τομείς και όχι η απόλυτη. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται για όλες τις χώρες σε μία κλίμακα από 0 έως 100. Το μηδέν δίνει τη λιγότερη ανταγωνιστική χώρα και το εκατό την περισσότερο ανταγωνιστική ανά δείκτη.

Πιο αναλυτικά:

1. Ο Δείκτης Ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών υπολογίζεται συνδυάζοντας: α) τον δείκτη ανταγωνιστικότητας ως προς την τιμή του ξενοδοχείου, που καταγράφει την τιμή του δωματίου για μια διανυκτέρευση σε US \$. β) τον δείκτη αγοραστικής δύναμης που δείχνει τα δολάρια USD που απαιτούνται για να αγοραστεί η ίδια ποσότητα προϊόντων και υπηρεσιών σε κάθε εγχώρια αγορά.
2. Ο Δείκτης Ανταγωνιστικότητας ως προς τις υποδομές υπολογίζεται συνδυάζοντας: α) τον δείκτη αεροπορικών, ακτοπλοϊκών και οδικών υποδομών. β) τον δείκτη πρόσβασης υγειονομικών υπηρεσιών, και γ) τον δείκτη πρόσβασης σε βελτιωμένη παροχή πόσιμου νερού σύμφωνα με τα στοιχεία ερευνών του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας και της Unicef.
3. Ο Δείκτης Περιβάλλοντος υπολογίζεται συνδυάζοντας: α) την πληθυσμιακή πυκνότητα, β) τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από καύσιμα και από την παραγωγή τσιμέντου, και γ) την επικύρωση περιβαλλοντικών συμφωνιών και συνθηκών.
4. Ο Δείκτης Τεχνολογίας υπολογίζεται συνδυάζοντας: α) την αναλογία υπολογιστών σε σύνδεση στο internet ανά 10.000 ανθρώπους, β) την αναλογία αριθμού τηλεφωνικών γραμμών ανά 10.000 ανθρώπους, γ) το ποσοστό

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

εξαγωγής προϊόντων που απαιτούν σημαντική έρευνα και ανάπτυξη (R & D), και δ) την αναλογία κινητών τηλεφώνων ανά 1.000 ανθρώπους.

5. Ο Δείκτης Ανθρωπίνων Πόρων βασίζεται στον δείκτη εκπαίδευσης από το πρόγραμμα ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών. Ειδικότερα, ο δείκτης αυτός καταγράφει στοιχεία όπως το ποσοστό αναλφαβητισμού από 15 ετών και άνω, τις εγγραφές σε πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση, την άμεση απασχόληση στον τουρισμό και στα ταξίδια, την ανεργία, τον αστικό πληθυσμό, τον συνολικό πληθυσμό, την ανάπτυξη του πληθυσμού κ.λπ.
6. Ο Δείκτης Ελευθερίας Εισόδου προς το διεθνές εμπόριο και τους αλλοδαπούς επισκέπτες υπολογίζεται συνδυάζοντας: α) τις προϋποθέσεις, β) τον βαθμό εισόδου τουριστών σε μία χώρα, γ) την ευκολία συναλλαγών σε διεθνές εμπόριο, και δ) τους φόρους που επιβάλλονται στο διεθνές εμπόριο.⁶³

Μετά από προσεκτική παρατήρηση των δεικτών διαπιστώθηκε ότι η Βαρκελώνη και η Κωνσταντινούπολη είναι οι δύο πιο ανταγωνιστικοί τουριστικοί προορισμοί της Αθήνας.

Η επιλογή των συγκεκριμένων προορισμών ως βασικών ανταγωνιστών έγινε με βάση τα εξής κριτήρια:

- Την καταγραφή των δεικτών ανταγωνιστικότητας της τουριστικής ανάπτυξης καθώς και από στοιχεία της ICCA του διεθνή οργανισμού συνεδρίων και εκθέσεων.
- Ανήκουν και οι τρεις τουριστικοί προορισμοί στην ευρωπαϊκή μεσογειακή ζώνη, η οποία είναι μία ομάδα χωρών που το κύριο χαρακτηριστικό τους προϊόν συνίσταται από ήλιο και θάλασσα.⁶⁴
- Βασίζονται και οι τρεις προορισμοί σε μεγάλο βαθμό στους tour operators.
- Προσελκύουν επισκέπτες από τις ίδιες αγορές.
- Μέχρι πρότινος βασίζονταν κυρίως στο κομμάτι εκείνο της αγοράς που ονομάζεται «μαζικός τουρισμός».

Πιο συγκεκριμένα, η Βαρκελώνη εκτός όλων των ανωτέρω λόγων αποτελεί ανταγωνιστή μας εξαιτίας του ότι είναι μία πόλη που θεωρείται το μετά-ολυμπιακό τουριστικό πρότυπο της Αθήνας.

⁶³ ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού προϊόντος", σελ. 20.

⁶⁴ Βαρβαρέσσος, Σ. (2000), "Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, η Ελληνική Πραγματικότητα", Έκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, σελ.77.

5.4 Η Βαρκελώνη, το μετά-ολυμπιακό τουριστικό πρότυπο της Αθήνας

5.4.1 Η αεροδρομιακή υποδομή

Η θέση της Αθήνας σε σχέση με την ανταγωνίστριά της τη Βαρκελώνη κρίνεται αρκετά δυσχερέστερη όσον αφορά την ευκολία μετάβασης σε αυτήν, κυρίως εξαιτίας της χιλιομετρικής της απόστασης από τις βασικές χώρες «τροφοδότες» της τουριστικής κίνησης. Το γεγονός αυτό την καθιστά έναν αεροπορικό τουριστικό προορισμό και παράλληλα έναν ακριβό προορισμό και δυσπρόσιτο, αφού υπάρχει μία θεωρητική προσέγγιση κατά την οποία πολλοί τουρίστες βασίζονται στη γεωγραφική προσιτότητα του προορισμού. Η Αθήνα σύμφωνα με τη θεωρία του Morley (1994) και, γενικότερα, η Ελλάδα παρόλο που βρίσκεται στην Ευρώπη θεωρείται ένας μακροπροορισμός, και για την επιλογή του συγκεκριμένου προορισμού αναγκαστικά ο τουρίστας μπαίνει στη διαδικασία να επικεντρωθεί στον προβληματισμό της τιμής και της απόστασης.⁶⁵ Κατά συνέπεια, οι επιδράσεις της τιμής και της απόστασης στον προορισμό μπορούν να μεταβληθούν σε συνάρτηση με τα κίνητρα του τουρίστα.⁶⁶ Το 75%-80% περίπου των ανθρώπων που επισκέπτονται την Αθήνα χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο σε αντίθεση με τη Βαρκελώνη όπου οι περισσότεροι τουρίστες την επισκέπτονται οδικώς ή με τρένο, αφού προέρχονται από γειτονικές χώρες.

Έως προσφάτως οι ελληνικές υποδομές μεταφορών και, ειδικότερα, τα αεροδρόμια δεν διαμόρφωναν καλές εντυπώσεις στους επισκέπτες, κυρίως εξαιτίας των ελλείψεων σε λειτουργικό επίπεδο. Αυτήν την περίοδο, η εικόνα της πρωτεύουσας έχει βελτιωθεί αισθητά, με την έναρξη λειτουργίας του νέου αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος». Βέβαια, και το νέο αεροδρόμιο της Αθήνας δεν παύει να έχει κι αυτό τα μειονεκτήματά του τα οποία επηρεάζουν την τουριστική κίνηση της Αθήνας. Πιο συγκεκριμένα: από την έναρξη της λειτουργίας του και μέχρι σήμερα καμία ισχυρή αεροπορική εταιρεία (strong legal carrier) δεν έχει ως βάση της το «Ελ. Βενιζέλος». Η ύπαρξη μίας τέτοιας εταιρείας, που να έχει μερίδιο αγοράς τουλάχιστον 50% και σημαντικές στρατηγικές συμμαχίες, είναι απαραίτητη για τη προσέλκυση τουριστών. Η κατάσταση γύρω από την Ολυμπιακή Αεροπορία ήταν αβέβαιη για πολλά χρόνια. Σε αντίθεση ο Διεθνής

⁶⁵ Nicolau, L. and Mas, F. (2005), "The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: the moderating role of motivations ", Tourism Management, page 982.

⁶⁶ Nicolau, L. and Mas, F. (2005), "The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: the moderating role of motivations ", Tourism Management, page 982.

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

Αερολιμένας της Βαρκελώνης διαθέτει αρκετούς ισχυρούς τοπικούς φορείς με εκτενείς ανταποκρίσεις και διασυνδέσεις, καθώς και διαθέτει πολλές *low cost* αεροπορικές εταιρείες.

Επιπλέον, το «Ελ. Βενιζέλος» είναι 55% πιο ακριβό από το αεροδρόμιο της Βαρκελώνης όσον αφορά στους φόρους που επιβάλλονται από τη διοίκηση του αεροδρομίου ανά επιβάτη, και στα τέλη που επιβάλλονται, επίσης από τη διοίκηση του αεροδρομίου, στις αεροπορικές εταιρείες.⁶⁷

Αποτέλεσμα όλων αυτών, που βέβαια αποτελούν βασική πολιτική της διοίκησης του αεροδρομίου για τις διεθνείς πτήσεις charter, είναι η μείωση των πτήσεων αυτών κατά 69,50% από το 2000, την τελευταία δηλαδή χρονιά πλήρους λειτουργίας του αεροδρομίου του Ελληνικού.

Σαφής όμως είναι η υπεροχή του «Ελ.Βενιζέλος» ως προς το *capacity* και το *check in*. Πιο συγκεκριμένα, ο επιβάτης περιμένει για *check in* και παραλαβή αποσκευών συνολικά μόνο 29 min στο «Ελ. Βενιζέλος» έναντι στα 35 min. της Βαρκελώνης.⁶⁸

5.4.2 Η Βαρκελώνη ως τουριστικός προορισμός

Η Βαρκελώνη τα τελευταία 10 χρόνια σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού κατατάσσεται στις πρώτες θέσεις μεταξύ των 15 δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών σε αντίθεση με την ελληνική πρωτεύουσα που βρίσκεται στην 22^η θέση. Η άφιξη αυτή των τουριστών αποδίδεται κυρίως στα ακόλουθα:

- Στη συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που εκπόνησε ένα φιλόδοξο πρόγραμμα για τη δημιουργία ανανέωσης και εκσυγχρονισμού της προσφοράς, τον εμπλουτισμό της ποιότητας, την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού και τη διεθνοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Στη γρήγορη αντίληψη από τους εμπλεκόμενους τουριστικούς φορείς για τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς, προσθέτοντας στο κλασικό τουριστικό προϊόν στοιχεία πολιτισμού, φύσης, αθλητισμού, καθώς και

⁶⁷ Ανώνυμος Συγγραφέας (2005), "Το Ακριβό «Ελ. Βενιζέλος» βλάπτει τον τουρισμό", Καθημερινή.

⁶⁸ ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος", σελ. 26.

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού – μία μορφή τουρισμού την οποία άργησε η Αθήνα να αντιληφθεί ότι είναι πλέον από τις πιο κερδοφόρες.

- Στην ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού.

Σε αντίθεση με την Αθήνα που άργησε πολύ να ιδρύσει το *Athens Convention Bureau* και το ίδρυσε στις αρχές του 2008, 4 χρόνια μετά από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, η Βαρκελώνη αντιλαμβανόμενη τα πολλαπλά οφέλη του τουρισμού για την πόλη και όχι μόνο για τον ξενοδοχειακό και τουριστικό κλάδο, αλλά και τη σημασία της ολοκληρωμένης εμπειρίας για τους τουρίστες, δημιούργησε έναν από τους πιο επιτυχημένους οργανισμούς συνεργασίας Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα, τον *Turisme de Barcelona*. Ο οργανισμός αυτός ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 1993, ένα χρόνο ακριβώς μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Βαρκελώνης, με management από ιδιωτικούς φορείς, στελεχώθηκε μέσα στο 1994 με 41 επαγγελματίες του τουρισμού, οι οποίοι το 2003 είχαν αυξηθεί σε 94, και ξεκίνησε με προϋπολογισμό περίπου € 4 εκατομμύρια που το 2003 ξεπέρασε τα € 11 εκατομμύρια. Στόχος του *Turisme de Barcelona* ήταν η διασφάλιση του υπάρχοντος τουριστικού ρεύματος στην πόλη, η προσέλκυση νέων τουριστών και η προώθηση και μέγιστη αξιοποίηση δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων στην πόλη.

Ως απόρροια της λειτουργίας του, οι διανυκτερεύσεις στη Βαρκελώνη το 2004 υπερέβησαν τα 10 εκατομμύρια από τα 4 στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Ο υπερδιπλασιασμός επιτεύχθηκε:

- με τριπλασιασμό του συνεδριακού τουρισμού.
- με τη δημιουργία Πολιτιστικών «Προϊόντων», πχ έτος Gaudí, έτος Dalí.
- με γαστρονομικό τουρισμό.
- με την άφιξη τουριστών από εταιρείες χαμηλού κόστους που σήμερα αντιπροσωπεύουν το 30% των αφίξεων.⁶⁹

Όλη αυτή η άνοδος των τουριστών είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή για τη Βαρκελώνη διότι μέχρι τους Ολυμπιακούς Αγώνες η Βαρκελώνη είχε τη φήμη μιας πόλης βιομηχανικής και μη φιλικής προς τον τουρισμό, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει τη φήμη της «Fun city», σε αντίθεση με την Αθήνα που πάντοτε είχε την αίγλη της αρχαιότερης πρωτεύουσας στην Ευρώπη.

⁶⁹ Gbr consulting (2008), Μελέτη: "Η Απόδοση των Ξενοδοχείων της Αττικής 4 χρόνια μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες".

5.4.3 Οι γεωγραφικές αγορές προέλευσης

Οι χώρες από τις οποίες αντλούν και οι δύο πρωτεύουσες κατά κύριο λόγο τουρίστες είναι η Γερμανία και η Αγγλία. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον το γεγονός πως η Βαρκελώνη κατέχει τα υψηλότερα μερίδια αγοράς στις χώρες από τις οποίες αντλεί τουρίστες σε αντίθεση με την Αθήνα. Συγκεκριμένα, στη γερμανική αγορά καλύπτει το 63% της ζήτησης, στη βρετανική το 65%, στην Ιταλική το 51% και στη γαλλική το 72,5%.⁷⁰

5.4.4 Αναπόφευκτη η σύγκριση Αθήνας - Βαρκελώνης πριν και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Η σύγκριση Αθήνας - Βαρκελώνης σε όλους τους τομείς της προετοιμασίας αλλά και μετέπειτα είναι αναπόφευκτη για την Αθήνα.

Η Ισπανία, μια χώρα ίδιων οικονομικών μεγεθών με την Ελλάδα στην «οικογένεια» της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) ξεκίνησε την προετοιμασία των Ολυμπιακών Αγώνων με μία βασική διαφορά: οι Ισπανοί από την πρώτη ημέρα που ανέλαβαν τη διοργάνωση απομακρύνθηκαν οριστικά από τη μεσογειακή αναβλητικότητα και χαλαρότητα και δούλεψαν πυρετωδώς για το κοινό όραμα.

Το μεγαλύτερο επίτευγμα των Αγώνων αποτυπώθηκε στη μορφή της πόλης με υποδομές (συνεδριακά - εκθεσιακά κέντρα, ξενοδοχεία και πάρκα) για την επόμενη ημέρα των Ολυμπιακών, και με κριτήριο οι Αγώνες να τεθούν στην υπηρεσία της πόλης και το αντίστροφο.

Δέκα χρόνια μετά, η Βαρκελώνη αποδεικνύεται πως έχει μόνο οφέλη από το επίπεδο της προετοιμασίας, την ποιότητα της φιλοξενίας και τις υπηρεσίες που προσέφερε στους αθλητές αλλά και τους θεατές των αγώνων.

Τα επίσημα στοιχεία από τον Οργανισμό Τουρισμού της Βαρκελώνης δείχνουν: Οι διανυκτερεύσεις στο χρονικό διάστημα 1992-2000 αυξήθηκαν σε ποσοστό περίπου κατά 80%. Η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων το 1992 ήταν 64% και το 2000 αυξήθηκε μέχρι και 84%. Αντίθετα, στην Αθήνα αλλά και σε όλη την περιφέρεια της Αττικής κατά την περίοδο αμέσως μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες και μέχρι το 2007, η

⁷⁰ Gbr consulting (2008), Μελέτη: "Η Απόδοση των Ξενοδοχείων της Αττικής 4 χρόνια μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες".

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

μέση πληρότητα των ξενοδοχείων έφτασε στο 55,65 % σύμφωνα με την έρευνα του Πανεπιστημίου Αιγαίου.⁷¹

5.5 Η θέση της Αθήνας και της Βαρκελώνης στη συνεδριακή αγορά

Όσον αφορά στο συνεδριακό τουρισμό η Βαρκελώνη για άλλη μία φορά βρίσκεται σε ευνοϊκότερη θέση από την Αθήνα. Ο αριθμός των συνεδρίων μεταξύ 1990 και 2000 αυξήθηκε κατά 270% (ποσοστό ρεκόρ). Τέτοια ραγδαία αύξηση η Αθήνα μέχρι σήμερα δεν έχει δει και ο βασικότερος λόγος είναι πως δεν έχει τόσο μεγάλη συνεδριακή υποδομή αλλά ούτε και τη συνεδριακή τεχνογνωσία που χρειάζεται, θέμα το οποίο σχολιάστηκε εκτενέστερα στο προηγούμενο κεφάλαιο. Στις παρακάτω γραμμές παρουσιάζεται μία συγκριτική μελέτη μεταξύ της Αθήνας και των υπόλοιπων ευρωπαϊκών συνεδριακών προορισμών.

Το 2007 πραγματοποιήθηκαν στην Ευρώπη συνολικά 3.344 διεθνή συνέδρια. Έτσι συναντούμε τη Βιέννη, το Παρίσι και τη Βαρκελώνη να εναλλάσσονται στις πρώτες θέσεις της ευρωπαϊκής κατάταξης, ακολουθούμενες από το Βερολίνο, τη Βουδαπέστη, την Κοπεγχάγη και την Πράγα. Η Βιέννη είναι η πιο δημοφιλής πόλη για τη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων εδώ και 2 έτη, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Λισαβόνα, το Λονδίνο και το Άμστερνταμ καταλαμβάνουν κατά σειρά την 8^η, 9^η και 10^η θέση της Ευρωπαϊκής κατάταξης, ενώ η Κωνσταντινούπολη βρίσκεται στην 12^η θέση, η Αθήνα στην 15^η θέση και η Ρώμη στην 21^η.⁷² Στον επόμενο πίνακα φαίνονται οι 10 πρώτες ευρωπαϊκές πόλεις με βάση τον αριθμό συνεδρίων που διοργανώθηκαν σε κάθε μία το 2007, πόλεις στις οποίες επικεντρώνεται η ανάλυση καθώς και πόλεις γειτονικών-ανταγωνιστικών προς την Ελλάδα χωρών των Βαλκανίων και της Ανατολικής Μεσογείου. Η τρίτη στήλη δείχνει τη θέση κάθε πόλης στην παγκόσμια κατάταξη, ενώ η τέταρτη στήλη την αντίστοιχη θέση στην ευρωπαϊκή κατάταξη.

⁷¹ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".

⁷² Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 : Κατάταξη ευρωπαϊκών πόλεων με βάση τον αριθμό συνεδρίων για το 2007

ΠΟΛΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΣΕΙΡΑ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΣΕΙΡΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ
Βιέννη	147	1 ^η	1 ^η
Παρίσι	130	2 ^η	2 ^η
Βαρκελώνη	103	4 ^η	3 ^η
Βερολίνο	91	5 ^η	4 ^η
Βουδαπέστη	86	6 ^η	5 ^η
Πράγα	82	8 ^η	6 ^η
Κοπεγχάγη	69	9 ^η	7 ^η
Λισαβόνα	69	10 ^η	8 ^η
Λονδίνο	68	11 ^η	9 ^η
Αμστερνταμ	67	12 ^η	10 ^η
Στοκχόλμη	65	14 ^η	11 ^η
Κωνσταντινούπολη	55	17 ^η	12 ^η
Αθήνα	51	22 ^η	15 ^η
Ρώμη	31	36 ^η	21 ^η

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ICCA (2007), Statistics Report-International Association Meetings Market 1997-2007.

Από τον παραπάνω πίνακα και σύμφωνα με τις μετρήσεις της ICCA (2007) από στατιστικό γεγονός που είχε βγάλει για τη χρονική περίοδο 1997-2007, η Αθήνα επέτυχε τα τελευταία χρόνια αρκετά καλές επιδόσεις στη διεθνή συνεδριακή αγορά διπλασιάζοντας τον αριθμό των διοργανώσεων που φιλοξενεί κατά έτος. Η αύξηση του αριθμού των συνεδρίων που σημειώθηκε κατά την προολυμπιακή περίοδο, από περίπου τα 25 στα 50 ετησίως, οδήγησε σε μία σταθεροποίηση σε αυτά τα υψηλά επίπεδα και μετά τους Αγώνες. Η Αθήνα απέχει ωστόσο σημαντικά από τις κορυφαίες συνεδριακές πόλεις της Ευρώπης και, κυρίως, από τη Βαρκελώνη που είναι και ο άμεσος ανταγωνιστής της ελληνικής πρωτεύουσας.⁷³ Πιο συγκεκριμένα στη Βαρκελώνη γίνονται ετησίως τα διπλάσια συνέδρια και αυτή η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι η Βαρκελώνη μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες αντιλήφθηκε πολύ γρήγορα τη θετική τους επιρροή, εκμεταλλεύτηκε άμεσα τα ολυμπιακά της ακίνητα και προσπάθησε να διατηρήσει τον επαγγελματισμό και την αίγλη της και μετά τη διεξαγωγή των Αγώνων.

⁷³ ICCA (2007), Statistics Report – International Association Meetings Market 1997-2007.

5.6 Συμπεράσματα

Πολλοί είναι εκείνοι που θεωρούν ότι η τουριστική Αθήνα απειλείται από πόλεις της Μεσογείου. Η υπόθεση αυτή δεν είναι αβάσιμη. Η έλλειψη μιας σταθερής και μακροχρόνιας τουριστικής πολιτικής, η έντονη εποχικότητα, οι ελλείψεις της στις κύριες και τις επιμέρους υποδομές, σε συνδυασμό με την ανεπαρκή, πολλές φορές, προώθηση και επικοινωνία της χώρας στο εξωτερικό, φέρνουν την Ελλάδα-Αθήνα σε μειονεκτική θέση έναντι των ανταγωνιστών της.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως η Αθήνα μειονεκτεί σε σχέση με τους ανταγωνιστές της σε πολλά βασικά σημεία, όπως για παράδειγμα στις κύριες και στις επιμέρους τουριστικές υποδομές της. Πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 υπερτερούσε μόνο ως προς τους φυσικούς πόρους και την πολιτιστική της κληρονομιά, στοιχεία που κατά βάση την συντηρούσαν τουριστικά, όμως οι Ολυμπιακοί Αγώνες προσέφεραν πολλά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για την πόλη.

Τα έργα υποδομής που δημιουργήθηκαν και ο νέος Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών καλλιέργησαν και βελτίωσαν τη συνεδριακή εικόνα της Αθήνας όχι όμως στο επίπεδο της Βαρκελώνης. Συγκρίνοντας τα στοιχεία της Βαρκελώνης με τα διαθέσιμα νούμερα για την Αθήνα μετά από 5 χρόνια από τους Ολυμπιακούς Αγώνες στη συνεδριακή αγορά η διαφορά είναι εμφανής, τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά. Στην Αθήνα είχαμε και έχουμε περισσότερες αφίξεις μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, αλλά σε πιο συντηρητικό και πιο σταθερό επίπεδο.

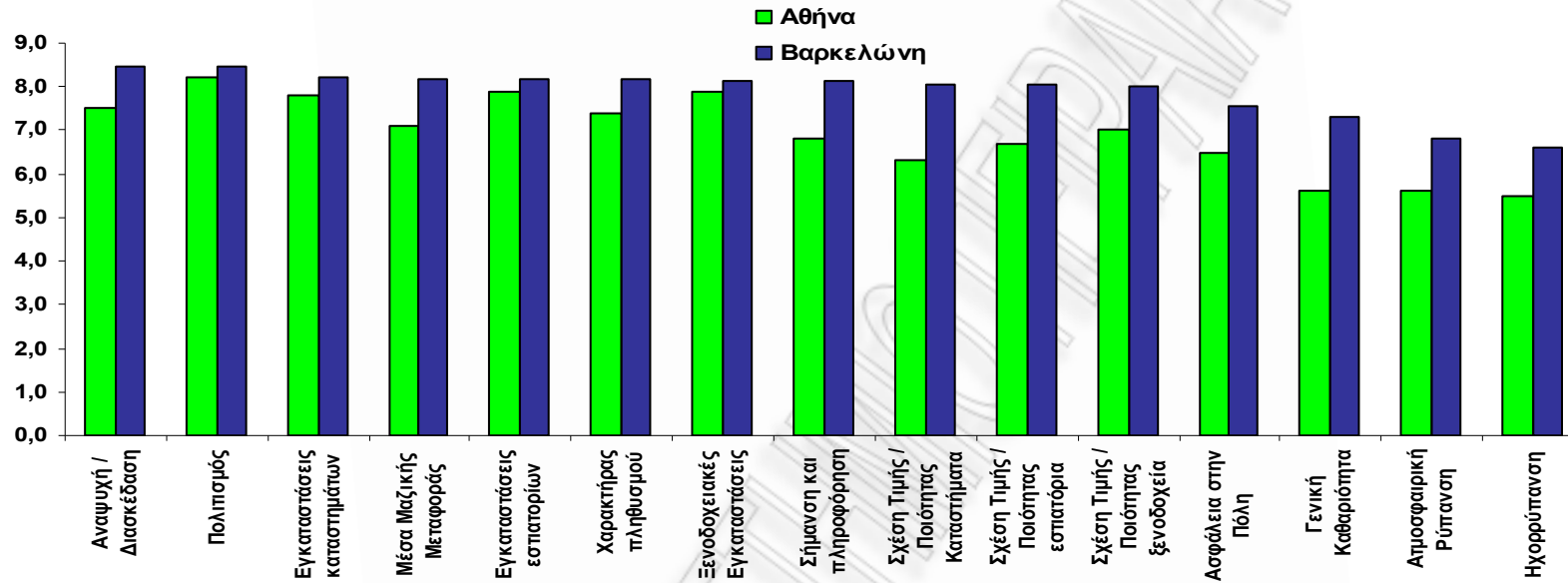
Συνοψίζοντας, η βασικότερη διαφορά της Αθήνας με τη Βαρκελώνη είναι ότι πρόκειται για πόλη που είναι πολύ καλά οργανωμένη στον τουριστικό κλάδο. Ενώ έχει την εικόνα του μαζικού προορισμού, όπως και η Αθήνα, καταφέρνει να χρησιμοποιεί μία μοναδική στρατηγική προώθησης, επιτυγχάνοντας πάντα να παρουσιάζεται προς τα έξω ως ένας προορισμός που συμβαδίζει με τις τελευταίες τάσεις και απαιτήσεις της αγοράς. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1992 στη Βαρκελώνη έδωσαν μεγάλη ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας.

Στο εξής, είναι απαραίτητος ο στρατηγικός σχεδιασμός προκειμένου να φτάσει η Αθήνα το επίπεδο της Βαρκελώνης. Μεταξύ άλλων, τα απαραίτητα μέτρα που πρέπει να ληφθούν είναι η βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει, η χάραξη και υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής, η

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς που κατέχει και η μείωση της εποχικότητας. Συγκεκριμένα, ως προς τα δύο τελευταία στοιχεία, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην επιλογή και τη χρήση των εργαλείων εκείνων που θα αξιοποιηθούν στα πλαίσια μιας επικοινωνιακής στρατηγικής, προκειμένου να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα. Οι παραπάνω προτάσεις θα συζητηθούν και στο τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης.

Διάγραμμα 2: Αξιολόγηση Αθήνας Βαρκελώνης



- **ΑΘΗΝΑ:** Γενική Αξιολόγηση 7,22 το 2008, έναντι 7,56 το 2005
- **ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ:** Γενική Αξιολόγηση 8,22 το 2008, έναντι 8,25 το 2005

Πηγή: Jbr Hellas, (2005), Μελέτη: « ο τουρισμός στην Αττική το 2015: Δυνατότητες και Προϋποθέσεις».

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 5

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Ανώνυμος Συγγραφέας (2005), "Το Ακριβό «Ελ. Βενιζέλος βλέπει τον τουρισμό", Καθημερινή.
- Βαρβαρέσσος, Σ. (2000), "Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, η Ελληνική Πραγματικότητα", Έκδοσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού -από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".
- ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος".
- Gbr consulting (2008), Μελέτη: "Η Απόδοση των Ξενοδοχείων της Αττικής 4 χρόνια μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες".
- Jbr Hellas (2005), Μελέτη: "Ο Τουρισμός στην Αττική το 2015: Δυνατότητες και Προϋποθέσεις".

Ξένη Βιβλιογραφία

- ICCA (2007), Statistics Report-International Association Meetings Market 1997-2007.

Κεφάλαιο 5 Ανταγωνιστικότητα συνεδριακών προορισμών: Συγκριτική μελέτη μεταξύ Αθήνας και Βαρκελώνης

- Nicolau, L. and Mas, F. (2005), "The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: the moderating role of motivations ", Tourism Management, Vol. 27, Issue 5, pp. 982-996.
- Porter, M. (1998), "The Competitive Advantage of Nations ", Free Press, NY.
- Wheelen, T. and Hunger, D. (2006), "Concepts in strategic management and business policy ", 10th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:
Συμπεράσματα και Προτάσεις

6.1 Συμπεράσματα

Στην πτυχιακή εργασία έγινε προσπάθεια να απαντηθεί το ερώτημα “κατά πόσο ο Νέος Διεθνής Αερολιμένας «Ελ. Βενιζέλος» επηρέασε και συνεχίζει να επηρεάζει την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας”.

Από την εξέταση των στοιχείων μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι το αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» αναπτύσσεται ταχέως και εξελίσσεται σε βασικό παράγοντα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, αλλά και του τουρισμού της Αθήνας.

Η διαχείρισή του από την κοινοπραξία «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών ΑΕ (ΔΑΑ)», η οποία ήταν και ο κατασκευαστής⁷⁴ του έργου, αποτελεί πρότυπο επιχειρηματικής διαχείρισης που αποκαλύπτει την αναμφισβήτητη διαφορά που υπάρχει μεταξύ μίας επιχείρησης που λειτουργεί με αμιγώς ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια και ενός κρατικοδίαιτου Οργανισμού, όπως ήταν για παράδειγμα οι Ολυμπιακές Αερογραμμές.

Πιο αναλυτικά, τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την παραπάνω μελέτη είναι τα εξής:

- Το νέο σύγχρονο αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» με την έναρξη της λειτουργίας του άλλαξε την εικόνα της ελληνικής πρωτεύουσας και εξελίχθηκε γρήγορα στον πιο σημαντικό κόμβο εναέριων μετακινήσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.
- Χάρη στην προνομιακή γεωγραφική του θέση, τη σύγχρονη τεχνολογική υποδομή, αλλά και το υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών του, έχει κατακτήσει την παγκόσμια αναγνώριση αλλά και την εμπιστοσύνη του επιβατικού κοινού.
- Η προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών από τη μια μεριά συνεπάγεται πρόσθετες δαπάνες για το αεροδρόμιο που επιβάλλουν υψηλότερες χρεώσεις στις αεροπορικές εταιρείες. Από την άλλη μεριά, συνεπάγονται σημαντική οικονομία για τις εταιρείες σε χρόνο προσγειώσεως και απογειώσεως με μικρότερες καθυστερήσεις και πολύ καλύτερη εξυπηρέτηση των επιβατών στο αεροδρόμιο. Το «Ελ. Βενιζέλος» φροντίζει τις εταιρείες και τους επιβάτες, διότι ξοδεύει χρήματα για το σκοπό αυτόν τα οποία πρέπει να ανακτήσει. Αν επιβάλλει χαμηλότερα τέλη χρήσεως, αυτό θα συνεπάγεται, πιθανότατα, μειωμένες δυνατότητες πραγματοποίησεως των επενδύσεων που το διατηρούν στο σημερινό επίπεδο δυναμικότητας και προσφοράς υπηρεσιών. Συνεπώς, το

⁷⁴ Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας, Αρ .Φύλλου 202, 14/09/95, Νόμος Υπ’ Αριθμ. 2338 (Κύρωση Σύμβασης Ανάπτυξης του νέου Διεθνούς Αεροδρομίου της Αθήνας στα Σπάτα, ίδρυση της εταιρείας «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Α.Ε.», έγκριση περιβαλλοντικών όρων και άλλες διατάξεις).

«Ελ. Βενιζέλος» είναι ένα αεροδρόμιο που στοχεύει στην υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, γεγονός που επηρεάζει πολύ θετικά την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας διότι δείχνει τον επαγγελματικό του χαρακτήρα.

- Αξιοσημείωτη είναι η στρατηγική αεροναυτιλιακής ανάπτυξης του ΔΑΑ η οποία περιστρέφεται γύρω από δύο βασικούς άξονες: την υποστήριξη-προώθηση των αερογραμμών που δραστηριοποιούνται στο αεροδρόμιο και την επέκταση του δικτύου προορισμών.
- Το αεροδρόμιο της Αθήνας θεωρείται από τους πρωτοπόρους στο χώρο του marketing, έχοντας καταφέρει να αποκτήσει ισχυρό «brand» συνδυάζοντας σύγχρονες στρατηγικές marketing με ιδιαίτερα γενναιόδωρα αναπτυξιακά κίνητρα. Πιο συγκεκριμένα, προσφέρει για τις νέες πτήσεις πενταετές πρόγραμμα εκπτώσεων με δωρεάν προσγείωση και στάθμευση για τα 3 πρώτα χρόνια. Γι' αυτό και το «Ελ. Βενιζέλος» κάθε χρόνο επιβραβεύεται από τις αεροπορικές εταιρείες με το βραβείο OAG Airline Marketing Award. Με την προωθητική του πολιτική το νέο αεροδρόμιο εκτός του ότι επεκτείνει τους προορισμούς του, διαφημίζει σε ολόκληρο τον κόσμο και την Αθήνα ως έναν ελκυστικό αστικό προορισμό.
- Η πρωτοβουλία της εταιρείας αεροδρομίου με τη δημιουργία ενός υπερσύγχρονου Εκθεσιακού-Συνεδριακού Κέντρου, το Metropolitan Expo, στο χώρο του αεροδρομίου το οποίο είναι το μεγαλύτερο στην Αττική, συνέβαλε αισθητά και πρόκειται να συμβάλει στην αλλαγή της συνεδριακής εικόνας της Αθήνας. Με αυτήν την κίνησή του ο ΔΑΑ έθεσε τα θεμέλια για ένα καλύτερο μέλλον στην προώθηση της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός.

Από την έναρξη της λειτουργίας του στον ΔΑΑ εδώ και οχτώ χρόνια, η μέση ετήσια αύξηση των διακινούμενων επιβατών ανήλθε στο 6% περίπου και ήταν υψηλότερη από τις παγκόσμιες τάσεις την περίοδο αυτήν. Αυτό το ποσοστό σε σχέση με τις αφίξεις που είχε η Αθήνα όταν ήταν το διεθνές αεροδρόμιο της στην περιοχή του Ελληνικού δείχνουν ότι το νέο αεροδρόμιο των Σπάτων έχει συμβάλει αισθητά στην τουριστική κίνηση της Αθήνας.

Οι υψηλής ποιότητας υπηρεσίες του νέου Αεροδρομίου, η άριστη αντιμετώπιση των πολλαπλών αφίξεων κατά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων, η δημιουργία του εκθεσιακού κέντρου με σκοπό την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα δείχνουν πως πράγματι το «Ελ. Βενιζέλος» έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας αλλά και ολόκληρης της χώρας. Όμως, δεν αρκεί μόνο ένα σύγχρονο αεροδρόμιο και ένα μεγάλο εκθεσιακό κέντρο για να αναπτυχθεί

ένας συνεδριακός προορισμός. Χρειάζεται και ο ίδιος ο προορισμός να είναι πάνω από όλα ελκυστικός και διεθνώς αναγνωρισμένος.

Εκτός από το συμπέρασμα που εξήχθη για τη θετική επιρροή του ΔΑΑ στον συνεδριακό τουρισμό της Αθήνας, αναλύθηκε και η θέση που κατέχει η πρωτεύουσα στη συνεδριακή αγορά.

Τα συμπεράσματα που απορρέουν είναι ότι ναι μεν ο ΔΑΑ έχει βοηθήσει πολύ στη συνεδριακή-τουριστική προβολή της Αθήνας, αλλά η ίδια η Αθήνα, ενώ διαθέτει βασικά πλεονεκτήματα που μπορούν να αναβαθμίσουν το συνεδριακό της προϊόν, δεν έχει υιοθετήσει μία σωστή προωθητική πολιτική, και γι' αυτόν το λόγο δεν είναι ανάμεσα στους δέκα δημοφιλέστερους συνεδριακούς προορισμούς σε αντίθεση με μίαν άλλη μεσογειακή πρωτεύουσα, τη Βαρκελώνη, που κατέχει τη δεύτερη ή την τρίτη θέση τα τελευταία 5 χρόνια. Πιο αναλυτικά:

- Η Αθήνα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 ωφελήθηκε σε μεγάλο βαθμό. Τα έργα υποδομής που δημιουργήθηκαν καλλιέργησαν την ουσιαστική συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, θεμελιώνοντας μία μακροχρόνια οργανωμένη στρατηγική για τον τουρισμό. Η στρατηγική αυτή στηρίζεται στην απομάκρυνση από τον μαζικό τουρισμό που μειώνει τα έσοδα του τουριστικού προϊόντος και στη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος με στόχο πλέον καταναλωτές υψηλού και μεσαίου εισοδήματος, πολιτική που οδηγεί στη μεγιστοποίηση των εσόδων και στην άμβλυνση της εποχικότητας μέσω του συνεδριακού τουρισμού.
- Την περίοδο που ακολούθησε μετά την έλευση αυτού του μεγάλου γεγονότος όπως έδειξαν τα ευρήματα των ερευνών σημειώθηκε μία σταθερή άνοδος για τον τουρισμό της πόλης σε αντίθεση με την προολυμπιακή περίοδο 2001-2004 που χαρακτηρίστηκε από έντονη τουριστική ύφεση.
- Μέχρι σήμερα ότι έχει επιτευχθεί στον τομέα διοργάνωσης συνεδρίων στην Αθήνα οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά και μόνο στην ιδιωτική πρωτοβουλία και, ιδιαίτερα, σε αυτήν των Ελλήνων PCO και μερικών ξενοδοχειακών και συνεδριακών μονάδων. Αν κάποιος ήθελε να περιγράψει την πορεία του Συνεδριακού Τουρισμού της Αθήνας θα έλεγε πως η πολύτιμη και ευαίσθητη

αυτή μορφή Τουρισμού καρκινοβατεί σε ένα τούνελ αναζητώντας απελπισμένα διέξοδο στο φως.⁷⁵

Τέλος, η Αθήνα ως συνεδριακός προορισμός χρειάζεται να βελτιώσει σε μεγάλο βαθμό την εικόνα της. Έχει κάνει πάρα πολλά θετικά βήματα, ιδιαίτερα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αλλά έχει ακόμα να διανύσει μεγάλη πορεία για να καθιερωθεί στους δέκα δημοφιλέστερους προορισμούς και να φτάσει στο επίπεδο της ανταγωνίστριάς της Βαρκελώνης. Τα μειονεκτήματα της πρωτεύουσας είναι καίριας σημασίας και πρέπει να αντιμετωπιστούν και να απαλειφθούν ώστε να μπορέσει να συνεχιστεί η ανάπτυξη του αθηναϊκού τουρισμού. Η εταιρεία του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών ήταν ένας από τους οργανισμούς που συνέβαλε αρκετά στη βελτίωση της εικόνας της Αθήνας και όχι μόνο όσον αφορά το αερομεταφορικό της έργο, αλλά και όσον αφορά στην πρωτοβουλία της για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου στο χώρο του «Ελ. Βενιζέλος». Η πορεία του αεροδρομίου προβλέπεται θετική και ανοδική ιδιαίτερα από το 2010 και μετά με την αναδιάρθρωση της Ολυμπιακής Αεροπορίας. Ο ΔΑΑ θα αποκτήσει μία δυναμική αεροπορική εταιρεία που μέχρι τώρα δεν είχε και ήταν ένα από τα βασικά μειονεκτήματά του. Το νέο αεροδρόμιο εν τέλει έκανε την αρχή αλλά και θα κάνει και τη συνέχεια του νέου συνεδριακού προσώπου της Αθήνας. Όμως για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Αθήνας ως συνεδριακός προορισμός θα πρέπει όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς οι οποίοι συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής να έχουν έναν κοινό λόγο σε ένα κοινό τραπέζι κάτω από την ομπρέλα ενός νέου ενιαίου τεχνοκρατικού οργανισμού.

6.2 Προτάσεις για την καθιέρωση της Αθήνας σε ελκυστικό συνεδριακό προορισμό

Στη μετά-Ολυμπιακή Αθήνα στόχο αποτελεί η εδραίωση της πόλης σε ελκυστικό αστικό προορισμό στη συνείδηση των τουριστών στο διεθνές τουριστικό γίγνεσθαι. Στα πλαίσια αυτά θα πρέπει να προσδιορισθεί ο ρόλος της Αθήνας σε περιφερειακό, εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, προκειμένου η πόλη να ανταποκριθεί στον έντονο ανταγωνισμό του τουρισμού πόλεων – του συνεδριακού τουρισμού. Σε αυτό θα συμβάλει η σαφής καταγραφή και τεκμηρίωση της πραγματικής κατάστασης στην Αθήνα και την ευρύτερη περιοχή της Αττικής μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, καθώς και η διαμόρφωση μίας εξειδικευμένης, ευέλικτης και καινοτόμου μεθοδολογίας marketing για την πόλη, με βάση τη διεθνή εμπειρία. Θα πρέπει να προσδιορισθούν τα

⁷⁵ Συνέντευξη του κ. Ντίνου Άστρα (πρόεδρος του HAPCO - Hellenic Association of Professional Congress Organizers στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού (30-31 Οκτωβρίου 2008, Θεσσαλονίκη)).

ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πόλης, καθώς κι αυτό που ονομάζεται «πολύ-ταυτότητα» της πόλης, έτσι ώστε να αποτελέσουν δυναμικά εργαλεία στη συνολική προώθηση και υποστήριξη της εικόνας της πόλης στη μετά-Ολυμπιακή περίοδο.

Το ερώτημα που τίθεται είναι: «ποιος θα χειριστεί στην περίπτωση της Αθήνας και της Αττικής τα θέματα τουριστικής ανάπτυξης αξιοποιώντας συν τοις άλλοις και τα επικοινωνιακά οφέλη από τους Ολυμπιακούς Αγώνες;». Εδώ αντιμετωπίζεται ένα θεμελιώδες μειονέκτημα που αντιμετωπίζει η Αθήνα, η οποία σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές μεγαλουπόλεις, όπως η Βαρκελώνη, στερείται της υπόστασης ενός μητροπολιτικού Δήμου. Ο πολεοδομικός ιστός της Πρωτεύουσας χαρακτηρίζεται από διοικητική πολυδιάσπαση, με σχεδόν 60 Δήμους, τέσσερις Νομαρχίες και μία διοικητική Περιφέρεια να αλληλοεπικαλύπτονται και να ασχολούνται αποσπασματικά και με ελλιπείς πόρους με κρίσιμες πτυχές του αθηναϊκού τουρισμού. Κανένας από αυτούς τους υφιστάμενους διοικητικούς δεν έχει την απαιτούμενη θεσμική αλλά και χωρική αρμοδιότητα για να διαχειριστεί με ολοκληρωμένο τρόπο τα θεμελιώδη ζητήματα που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας πόσο μάλλον του αθηναϊκού συνεδριακού τουρισμού.

Απαντώντας, λοιπόν, στο ερώτημα που τέθηκε πρέπει να επισημανθεί η αποσπασματική ενασχόληση τεσσάρων διαφορετικών βαθμίδων της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης με τα τουριστικά θέματα στην ευρύτερη περιοχή της Πρωτεύουσας. Ειδικότερα, στο κομμάτι της τουριστικής προβολής έχουν δραστηριοποιηθεί κατά καιρούς ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) (ο οποίος παραδοσιακά δίνει μικρή έμφαση στην προβολή του αστικού τουρισμού), η Περιφέρεια Αττικής, οι Νομαρχιακές Επιτροπές τεσσάρων Νομαρχιών (Αθηνών, Πειραιώς, Ανατολικής Αττικής, Δυτικής Αττικής), καθώς και επιμέρους Δήμοι. Παρότι αθροιζόμενα τα οικονομικά κονδύλια που δίνονται για την προβολή αυτών των φορέων είναι ένα μεγάλο χρηματικό ποσό, η αποτελεσματικότητά τους στην προσέλκυση τουριστών στην Αθήνα και την Αττική ήταν δυσανάλογα χαμηλή λόγω της αποσπασματικής ενασχόλησης, της ασυνέχειας και της απουσίας μίας επαγγελματικής δομής (επικοινωνιακός σχεδιασμός από επιτροπές και όχι από επαγγελματικά στελέχη αποκλειστικής ενασχόλησης).

Δεδομένης της απουσίας μητροπολιτικού Δήμου αλλά και της αποσπασματικής ενασχόλησης των επιμέρους επιπέδων διοίκησης με τον τουρισμό, κρίνεται απολύτως σκόπιμο και επωφελές να επιδιωχθεί η σύσταση της Εταιρείας Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών (ΕΤΟΑΑ) από το Δήμο Αθηναίων και να αναδειχθεί ο ρόλος του Athens Convention Bureau, ώστε να τεθεί για πρώτη φορά σε καθαρά

επαγγελματική βάση τόσο το marketing όσο και η τουριστική διαχείριση του προορισμού της Αθήνας και της ευρύτερης περιοχής της Πρωτεύουσας. Βασικό στοίχημα και για τους ανωτέρω φορείς είναι να διεκδικήσουν ένα ρόλο οργανισμού διαχείρισης προορισμού που δεν θα περιορίζονται στα διοικητικά όρια του Δήμου Αθηναίων, αλλά θα εκπροσωπούν συνολικά τον ευρύτερο μητροπολιτικό προορισμό, καθώς να είναι συνάμα διαμορφωτές μίας ενιαίας στρατηγικής πρότασης προς τους εμπλεκόμενους φορείς.

6.3 Στρατηγικές προτεραιότητας και άξονες δράσης για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας

6.3.1 Επανατοποθέτηση (repositioning) της Αθήνας

Η Αθήνα πληροί όλες τις προϋποθέσεις για να καθιερωθεί μεταξύ των δημοφιλέστερων αστικών προορισμών της Ευρώπης: Έχει μία συναρπαστική ιστορική διαδρομή πιστοποιούμενη από λαμπρά και εξόχως ενδιαφέροντα μνημεία παγκόσμιας ακτινοβολίας, προσφέρει ως σύγχρονη μεγαλούπολη μεγάλη γκάμα από ψυχαγωγικές, πολιτιστικές και καταναλωτικές δραστηριότητες σε υψηλό επίπεδο, ενώ διαθέτει πλέον ένα σύγχρονο ξενοδοχειακό δυναμικό και αναβαθμισμένες συγκοινωνιακές υποδομές. Η Αθήνα μπορεί, συνεπώς, να προσφέρει εξαιρετικές ταξιδιωτικές εμπειρίες στους επισκέπτες της, το πρόβλημα όμως είναι ότι όλες αυτές οι εμπειρίες δεν είναι γνωστές στην τουριστική αγορά. Υπάρχει μια μάλλον μονοδιάστατη αντίληψη για τον προορισμό «Αθήνα» που ουσιαστικά τον ταυτίζει με την Ακρόπολη και τον περιορίζει σε αυτήν. Αποτελεί έτσι βασική προτεραιότητα να παγιωθεί στην αγορά μια νέα, πιο πολυσύνθετη εικόνα που θα διευρύνει την έως σήμερα μονοδιάστατη αντίληψη για την Αθήνα. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω ενός ολοκληρωμένου προγράμματος marketing.

6.3.2 Ανάπτυξη νέων προϊόντων

Πολλά από τα τουριστικά θέλγητρα της Αθήνας ναί μεν είναι αξιόλογα και εξόχως ενδιαφέροντα, εντούτοις δεν είναι αρκούντως προσιτά και γνωστά στο ευρύ ταξιδιωτικό κοινό. Πρέπει να υλοποιηθεί μια συστηματική προσπάθεια για την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων που θα εμπλουτίσουν την ταξιδιωτική εμπειρία όσων επισκέπτονται την Αθήνα και θα τους παρακινήσουν να παραμείνουν για περισσότερες ημέρες. Το ζητούμενο από τη διαδικασία ανάπτυξης προϊόντων είναι να γίνει η Αθήνα

πιο φιλική για τους επισκέπτες της, και ιδίως για όσους θέλουν να ανακαλύψουν τις λιγότερο γνωστές και κεντρικές περιοχές της Αττικής.

6.3.3 Διενέργεια ενεργειών προώθησης πώλησης για τον τουρισμό της Αθήνας

Ένας βασικός λόγος που η Αθήνα δεν έχει αξιοποιήσει πλήρως τις ευκαιρίες που της παρουσιάζονται στην αγορά των city breaks, των συνεδρίων, των πολιτιστικών ταξιδιών κ.ο.κ. είναι ότι κανένας φορέας δεν έχει βγει στην αγορά για να «πουλήσει» τον προορισμό. Βασικές προωθητικές ενέργειες όπως η προσέλκυση νέων tour operators και αεροπορικών εταιρειών, η εκπαίδευση των τουριστικών πρακτόρων του εξωτερικού στο να πωλούν ταξίδια στην Αθήνα κ.λπ. αποτελούν πάγιες δραστηριότητες για τους τουριστικούς οργανισμούς ανταγωνιστικών προς την Αθήνα πόλεων της Ευρώπης. Ωστόσο δεν υλοποιούνται από ελληνικής πλευράς με αντίστοιχα συστηματικό και επαγγελματικό τρόπο. Στο σχεδιασμό marketing της τουριστικής Αθήνας θα πρέπει, συνεπώς, να προβλεφθεί η άμεση έναρξη αυτών των δραστηριοτήτων.⁷⁶

6.4 Ανάδειξη του ρόλου της Εταιρείας Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών (ΕΤΟΑΑ)

Εδώ και πολλά χρόνια υπάρχει ένα κενό ως προς τον φορέα που θα σχεδιάσει και θα υλοποιήσει μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας και της Αττικής. Η ΕΤΟΑΑ που ιδρύθηκε από το Δήμο Αθηναίων αποτελεί αυτήν τη στιγμή τον μόνο οργανισμό στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας που προσεγγίζει τα ζητήματα τουριστικής διαχείρισης σε μια καθαρά επαγγελματική βάση και είναι εύλογο να διεκδικήσει αυτόν το ρόλο, πολύ δε περισσότερο που εντός των ορίων του Δήμου Αθηναίων πραγματοποιούνται τα δύο τρίτα της συνολικής τουριστικής δραστηριότητας της Αττικής (πλην Νήσων). Η παρούσα συγκυρία είναι ευνοϊκή για αυτό το εγχείρημα, αφού:

- Για πρώτη φορά εισφέρει ο Δήμος Αθηναίων σημαντικούς πόρους και πολιτική βούληση για να προωθήσει τον τουρισμό της πόλης.

⁷⁶ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

- Για πρώτη φορά αναγνωρίστηκαν από πλευράς Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης τόσο τα ταξίδια city breaks όσο και ο συνεδριακός τουρισμός ως τομείς προτεραιότητας. Έτσι αναμένεται να υπάρξει αυξημένη προώθηση και χρηματοδότηση ενεργειών προς αυτές τις αγορές.
- Υπάρχει η εμπειρία από τη δραστηριοποίηση των τεσσάρων Νομαρχιών και της Περιφέρειας Αττικής στα θέματα τουριστικής προβολής εδώ και μία δεκαετία, η οποία δείχνει ότι υπάρχει πολιτική βούληση και διάθεση χρηματοδότησης για την ανάπτυξη του τουρισμού, ωστόσο δεν έχει επιλυθεί το ζήτημα της συνέχειας και του απαιτούμενου μόνιμου οργανωτικού υπόβαθρου.
- Υπάρχει η βούληση από πλευράς δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να αξιοποιηθούν τα ολυμπιακά και λοιπά έργα προς την κατεύθυνση του τουρισμού (π.χ. μετατροπή του γηπέδου του Τάε-Κβον-Ντο σε διεθνές συνεδριακό κέντρο).
- Έγινε για πρώτη φορά εμφανής η σχέση αιτίου-αιτιατού με την τριετή ανάπτυξη που επέφερε η συλλογική προσπάθεια διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων για τον τουρισμό της Αθήνας. Η εμπειρία των Ολυμπιακών Αγώνων έδειξε τα πολύ άμεσα και χειροπιαστά οφέλη που μπορεί να επιφέρει η συλλογική δραστηριοποίηση και αποτελεί το καλύτερο επιχείρημα ώστε να υπάρξει συνέχεια της κοινής προσπάθειας για τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας και της Αττικής.

Το ζητούμενο από πλευράς ΕΤΟΑΑ είναι να παρουσιάσει σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς – το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και τον ΕΟΤ, την Περιφέρεια Αττικής, τις τέσσερις Νομαρχίες της Αττικής, τους Δήμους, τους συλλογικούς φορείς του τουριστικού τομέα αλλά και τις μεμονωμένες τουριστικές επιχειρήσεις – ένα ενιαίο όραμα για την τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας και της Αττικής, και να διεκδικήσει την υλοποίησή του στο πλαίσιο μιας συλλογικής προσπάθειας αντίστοιχης της πολιτικής που υλοποιούν εδώ και δεκαετίες όλοι οι πλέον επιτυχημένοι αστικοί προορισμοί της Ευρώπης.⁷⁷

⁷⁷ Athens Tourism & Economic Development Company: <http://www.atedco.gr/el/page/> (05/07/2009).

6.5 Η σημασία της δημιουργίας του Athens Convention Bureau

Η Δημιουργία του Convention Bureau στην Αθήνα κρίθηκε απαραίτητη σαν εργαλείο ανάπτυξης για την προώθηση του επαγγελματικού-συνεδριακού τουρισμού. Βασικοί λόγοι για την έναρξη λειτουργίας του ήταν ότι δεν υπήρχε σοβαρή επικοινωνία της Αθήνας με την εσωτερική ή διεθνή συνεδριακή αγορά. Ακόμη η έλλειψη οποιασδήποτε πρωτοβουλίας τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα της ανάπτυξη των ταξιδιών κινήτρων (incentive travels), μίας συγγενικής με τα συνέδρια θεματικής μορφής του τουριστικού προϊόντος, ραγδαία όμως εξελισσόμενη στην Αμερική και στην Ευρώπη.⁷⁸

Ο σκοπός, λοιπόν, δημιουργίας του Athens Convention Bureau είναι να στηρίξει τη συνεδριακή αγορά της περιοχής και να λειτουργήσει υποστηρικτικά προς το Νέο Συνεδριακό Κέντρο που θα δημιουργηθεί και την υπάρχουσα ξενοδοχειακή συνεδριακή υποδομή. Έργο του είναι το marketing της πόλης ως προορισμό, η μεταφορά τεχνογνωσίας και πληροφοριών σε όσους ενδιαφέρονται σχετικά με συνεδριακούς χώρους και προμηθευτές, διανομή υλικού σε διεθνείς αγορές, αλλά και πραγματοποίηση προγραμμάτων φιλοξενίας δημοσιογράφων και tour operators από το εξωτερικό.⁷⁹

6.6 Αγορές - στόχοι για τον τουρισμό της Αθήνας και της Αττικής

Ο σαφής ορισμός των αγορών-στόχων, δηλαδή εκείνων των κατηγοριών τουριστών που θέλουμε να προσελκύσουμε στην Αθήνα και την Αττική, αποτελεί προϋπόθεση για έναν αποτελεσματικό σχεδιασμό στο marketing.

Προκειμένου να συνεχιστεί η ανάπτυξη του αθηναϊκού τουρισμού που κατεγράφη την τριετία 2005-2007, θα πρέπει να υπάρχει ισορροπία στην προσέλκυση Ελλήνων και ξένων τουριστών. Απαιτείται να προβληθούν τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά εκείνες οι ταξιδιωτικές δραστηριότητες που θα συγκινήσουν κάθε ξεχωριστή αγορά. Η προσέλκυση Ελλήνων αλλά και Κυπρίων επισκεπτών πρέπει να αποτελεί σταθερό σημείο της στρατηγικής marketing, ιδίως σε μία περίοδο που τα σημάδια της

⁷⁸Κουμέλης Θ. (2009), "Το γραφείο Συνεδρίων του Δήμου Αθηναίων στο 48^ο ICCA Congress", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2564 (28/07/2009).

⁷⁹ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

οικονομικής ύφεσης είναι ιδιαίτερα έντονα, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει άμεσα την ταξιδιωτική συμπεριφορά των ξένων τουριστών. Επιπλέον, επισημαίνεται για την ελληνική και κυπριακή πελατεία ότι θα συνεχίζει να επισκέπτεται την Αθήνα ακόμα και σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και ότι θα συμβάλλει στην άμβλυση της εποχικότητας.

Οι αγορές με μεγάλη πληθυσμιακή βάση, τόσο οι παραδοσιακές όπως η Γερμανία, η Βρετανία, η Ιταλία και η Γαλλία, όσο και οι νέες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης αποτελούν ξεκάθαρο στόχο για τις προωθητικές ενέργειες. Προτεραιότητα καλό είναι να δοθεί στις χώρες και τις περιφέρειές τους που διαθέτουν απευθείας αεροπορική σύνδεση με την Αθήνα, κατά προτίμηση με εταιρείες χαμηλού κόστους.

Μια άλλη αναξιοποίητη αγορά με προφανή συνεδριακά πλεονεκτήματα είναι οι γειτονικές χώρες της Βαλκανικής. Η Αθήνα αξίζει να διερευνήσει τις αγορές της Βουλγαρίας, της Ρουμανίας, της Τουρκίας και της Σερβίας, ιδίως στο πλαίσιο ανάπτυξης του οδικού τουρισμού.

Οι ΗΠΑ φαίνεται ότι θα συνεχίσουν να αποτελούν την παραδοσιακή υπερπόντια αγορά της Αθήνας, η οποία είχε μάλιστα υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια και διπλασιάστηκε μεταξύ των ετών 2003 και 2006. Η Ελλάδα έχει απωλέσει σημαντικό κομμάτι της ιαπωνικής αγοράς, ωστόσο και εδώ θα πρέπει να συνεχιστούν οι προσπάθειες περαιτέρω ανάπτυξης λόγω του ιδανικού «product-market match».⁸⁰

Πολλοί αναλυτές επισημαίνουν το μεγάλο δυναμικό που υπάρχει στην αγορά της Κίνας και της Μέσης Ανατολής. Πρόκειται για αγορές που δέον είναι να παρακολουθούνται συστηματικά. Εντούτοις, τα άμεσα αποτελέσματα στις αφίξεις αναμένεται να προκύψουν κυρίως από τις ευρωπαϊκές χώρες.

Η εποχικότητα δεν αποτελεί ιδιαίτερα οξύ πρόβλημα για την Αθήνα όπως στην περίπτωση των νησιωτικών προορισμών. Εντούτοις, μπορούν να γίνουν ενέργειες marketing που θα στοχεύουν στην προσέλκυση νέας πελατείας τους χειμερινούς μήνες και τον Αύγουστο.

Στην άμβλυση της εποχικότητας θα συντελέσει επίσης η προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών από ασιατικές χώρες, όπως οι Ιάπωνες, καθώς και τουριστών από τη

⁸⁰ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

Βρετανία και τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, οι οποίοι ταξιδεύουν καθόλη τη διάρκεια του έτους.

Ωστόσο, η ριζική αύξηση του τουριστικού ρεύματος θα εξασφαλιστεί εάν η Αθήνα γίνει περισσότερο ελκυστική σε νέες κατηγορίες ταξιδιωτών, οι οποίοι δεν ενδιαφέρονται τόσο έντονα ή δεν ενδιαφέρονται καθόλου για τον μνημειακό πλούτο της πόλης, αλλά θέλονται από άλλες πλευρές μιας σύγχρονης μεγαλόπολης: το lifestyle (διασκέδαση, γαστρονομία, αγορές), τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα θαλάσσια μπάνια κ.ο.κ.⁸¹

6.7 Προώθηση πωλήσεων μέσω των κρατικών τουριστικών φορέων

Αυτό που πάντοτε έλειπε από το τουριστικό marketing όχι μόνο της Αθήνας αλλά και κάθε άλλης περιοχής της Ελλάδας είναι η επιθετική «πώληση» του προορισμού μέσα από συστηματικές επαφές με τουριστικούς επαγγελματίες του εξωτερικού. Η έλλειψη αυτής της επαφής εξηγεί την περιορισμένη γνώση που έχουν αρκετοί από τους επαγγελματίες για την Αθήνα και την Αττική, όπως διεφάνη, και ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την απουσία της Αθήνας από τους καταλόγους σημαντικών tour operators.

Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο να προγραμματιστεί ένας κύκλος προσωπικών επαφών με όλους τους μεγάλους και εξειδικευμένους tour operators που προσφέρουν ταξίδια σε πόλεις καθώς και με τουριστικούς πράκτορες, οργανωτές συνεδρίων και ταξιδιών incentives κ.ο.κ. Το ζητούμενο είναι να «εκπαιδευτεί» η αγορά για όλη τη γκάμα ταξιδιωτικών εμπειριών που προσφέρει η Αθήνα και η Αττική, να ανατραπούν στερεότυπες, αλλά πλέον ανεπίκαιρες, αντιλήψεις για την Αθήνα και να εφοδιαστούν οι επαγγελματίες με τα κατάλληλα επιχειρήματα για να «πουλήσουν» την Αθήνα πιο αποτελεσματικά στους πελάτες τους.

Οι προωθητικές ενέργειες καλό είναι να καλύψουν επίσης ανώτερα στελέχη αεροπορικών εταιρειών και εταιρειών κρουαζιέρων με απώτερο στόχο την ένταξη της Αθήνας στα δρομολογία τους. Εδώ θα απαιτηθεί η παροχή κινήτρων και διευκολύνσεων -ιδίως προς τις αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους- προκειμένου να επεκτείνουν τις πτήσεις τους στην Αθήνα. Υπάρχει πλέον μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των προορισμών για το ποιοι θα προσελκύσουν τις αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους.

⁸¹ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού-από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητας, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012)".

Οι επαφές με τους επαγγελματίες μπορούν να γίνονται στο πλαίσιο τουριστικών εκθέσεων ή επισκέψεων στις ίδιες τις χώρες προέλευσης τουριστών. Ένα κρίσιμο εργαλείο για την προώθηση των πωλήσεων είναι η τακτική διενέργεια *fam trips* με την πρόσκληση επαγγελματιών να γνωρίσουν από πρώτο χέρι τι προσφέρει η Αθήνα στους επισκέπτες της.

Ενδεικτικά, προτείνεται η πραγματοποίηση των εξής ενεργειών:

- Δημιουργία ενός μενού με θεματικές διαδρομές σε όλη την Αττική. Αυτές οι διαδρομές μπορούν καταρχήν να περιγραφούν και να αποτυπωθούν σε χάρτες. Εφόσον εξασφαλιστούν οι πιστώσεις, μπορούν να γίνουν επίσης επιτόπιες παρεμβάσεις για τη σήμανση των διαδρόμων. Τέτοια έργα θα αναδείξουν την πολυσύνθετη σημασία και το ρόλο της πρωτεύουσας προσελκύοντας παράλληλα διαφορετικά *target groups* πελατών στην περιοχή.
- Συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικού τομέα για το σχεδιασμό νέων προϊόντων ξενάγησης (πεζές ξεναγήσεις, ψηφιακές ξεναγήσεις, θεματικές ξεναγήσεις, βραδινές ξεναγήσεις).
- Εισαγωγή της Athens City Card στο πρότυπο αντίστοιχων καρτών στο εξωτερικό που θα προσφέρει στους κατόχους της μία σειρά από διευκολύνσεις (απεριόριστη χρήση των δημόσιων συγκοινωνιών, δωρεάν είσοδος σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, εκπτώσεις σε εστιατόρια και εμπορικά καταστήματα).
- Συνεργασία με τους σημαντικότερους πολιτιστικούς φορείς της Αθήνας με στόχο την ένταξη των εκδηλώσεών τους σε προγράμματα πολιτιστικού τουρισμού.
- Αξιοποίηση τόσο των ολυμπιακών εγκαταστάσεων που πρέπει να προχωρήσει άμεσα με πρώτη προτεραιότητα τη μετατροπή του γηπέδου Τάε-Κβον-Ντο στο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών.

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 6

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας Αρ.Φύλλου 202, 14/09/95, Νόμος Υπ' Αριθμ. 2338 (Κύρωση Σύμβασης Ανάπτυξης του νέου Διεθνούς Αεροδρομίου της Αθήνας στα Σπάτα, ίδρυση της εταιρείας «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Α.Ε», έγκριση περιβαλλοντικών όρων και άλλες διατάξεις).
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού - από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά - Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές - προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".
- Συνέντευξη του κ. Ντίνου Άστρα (πρόεδρος του HAPCO-Hellenic Association of Professional Congress Organizers στο 1ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού (30-31 Οκτωβρίου 2008, Θεσσαλονίκη)).

Ιστοσελίδες

- Κουμέλης Θ. (2009), "Το γραφείο Συνεδρίων του Δήμου Αθηναίων στο 48^ο ICCA Congress", Travel Daily News:
http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2564 (28/07/2009).
- Athens Tourism & Economic Development Company:
<http://www.atedco.gr/el/page/> (05/07/2009).

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Ανώνυμος Συγγραφέας (2005), "Το Ακριβό «Ελ. Βενιζέλος βλάπτει τον τουρισμό", Καθημερινή.
- Ανώνυμος Συγγραφέας (1989), "Επαγγελματικά Ταξίδια, Υψηλοί Ρυθμοί Ανάπτυξης", Τουρισμός και Οικονομία.
- Βαλογιάννη, Κ. (1998), "Κινητικότητα και Αισιοδοξία καθώς τα Προβλήματα βρίσκουν λύση", Περιοδικό Συνέδριο.
- Βαρβαρέσσος, Σ. (2000), "Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, η Ελληνική Πραγματικότητα", Έκδοσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Βασσάλου, Κ. (2006), "5 Χρόνια Ελ. Βενιζέλος", Συνέντευξη του Γιώργου Καραμάνου, Διευθυντή Επικοινωνίας και Marketing του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, Travel Times, Τεύχος 27, σελίδες 70-73.
- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας Αρ.Φύλλου 202, 14/09/95, Νόμος Υπ' Αριθμ. 2338 (Κύρωση Σύμβασης Ανάπτυξης του νέου Διεθνούς Αεροδρομίου της Αθήνας στα Σπάτα, ίδρυση της εταιρείας «Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Α.Ε», έγκριση περιβαλλοντικών όρων και άλλες διατάξεις).
- Ζανιάς, Γ.Π. (2004), "Οι Αναπτυξιακές Ανησυχίες των Ολυμπιακών Αγώνων", εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ.
- Καρακώστα, Λ. (2005), "Η Αθήνα και οι Ανταγωνίστριες της", Τουριστική Αγορά, Τεύχος 177, σελ. 60.
- Κορωναίος, Π. (2007), "Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών: Μία Διαρκής Περίοδος Απογείωσης", Customer Management, σελίδες.66-71.
- Κραβαρίτης, Κ. (1992), "Συνεδρίων Κινήτρων Εκθέσεων Επαγγελματικός Τουρισμός", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λαίνος, Σ. (1999), "Οικονομική Εναέριων Μεταφορών σε Ανταγωνιστικό Περιβάλλον", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- Λογοθέτης, Μ. (1982), "Τουριστική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Λύτρας, Π. (1983), "Τουριστική Ανάπτυξη: Υποδομή, Εκπαίδευση και Περιβάλλον", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ κ. Νίκου Αγγελόπουλου, στην Ανοικτή Συνεδρίαση της 16^{ης} Τακτικής Γενικής Συνέλευσης, (Αθήνα 22 Μαΐου 2008).

- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2008), "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού – από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά – Ολυμπιακή Περίοδο: η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές – προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη πενταετία (2008-2012) ".
- Σαμπράκος, Ε. (1999), "Μεταφορές και Τουρισμός", Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Πειραιάς.
- ΣΕΤΕ (2005), "Η Πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας και η Ανάγκη Επανατοποθέτησης του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος".
- Συνέντευξη του κ. Ντίνου Άστρα (πρόεδρος του HAPCO-Hellenic Association of Professional Congress Organizers στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού (30-31 Οκτωβρίου 2008, Θεσσαλονίκη).
- Σωτηρόπουλος, Α., (1998), "Συνεδριακός Τουρισμός στην Αθήνα Όραμα ή Ουτοπία", Περιοδικό Συνέδριο.
- Σωτηρόπουλος, Α., (2003), "Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα το Όραμα υλοποιείται" ,Περιοδικό Συνέδριο.
- Gbr consulting (2008), Μελέτη: "Η Απόδοση των Ξενοδοχείων της Αττικής 4 χρόνια μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες ".
- Jbr Hellas (2005), Μελέτη: "Ο Τουρισμός στην Αττική το 2015: Δυνατότητες και Προϋποθέσεις ".

Ξενόγλωσση

- Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air Transport and Tourism-Perspectives and Challenges for Destinations, Airlines and Governments", Journal of Air Transport Management, Vol.12, Issue 1, pp. 40-46.
- Chew, J. (1987), "Transport and Tourism in the year 2000", Tourism Management, Vol. 8, Issue 2, pp. 82-87.
- ICCA (2007), Statistics Report-International Association Meetings Market 1997-2007.
- Khadaroo J. and Seetanah B. (2008), "The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A gravity model approach", Tourism Management, Vol. 29, Issue 5, pp. 831-840.

- Nicolau, L. and Mas, F. (2005), "The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: the moderating role of motivations ", Tourism Management, Vol. 27, Issue 5, pp. 982-996.
- Porter, M. (1998), "The Competitive Advantage of Nations ", Free Press, NY.
- Prideaux, B. (2000), "The Role of the Transport System in Destination Development", Tourism Management, Vol. 21, Issue 1, pp. 53-63.
- Rendeiro, R. and Martin-Cejas, (2006), "Tourism Service Quality begins at the Airport", Tourism Management, Vol. 27, Issue 5, pp. 874-877.
- Wheelen, T. and Hunger, D. (2006), "Concepts in strategic management and business policy", 10th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Ιστοσελίδες

- Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»: <http://el.wikipedia.org/wiki/> (25/01/2009).
- Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ): www.traveldailynews.gr ,(12/10/2009).
- Εταιρική έκδοση του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος», Aerostat 2007: http://www.aia.gr/UserFiles/File/aerostat/AEROSTAT_2007.pdf (20/03/2009).
- Η Ιστορία της Αεροπορίας: www.gnosi.gr/planes/ghh.htm (20/10/2008).
- Καραντζαβέλου, Β. (2004), "Πρώτο Αεροδρόμιο στην Ευρώπη σύμφωνα με Έρευνα της IATA", Travel Daily News: <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sst> (27/02/2009)
- Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Έτοιμος ο ΔΑΑ για τον τελικό του UEFA Champions League 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=&newid=37338&subcategory_id=3 (27/02/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2007), "Αύξηση 10,1% Επιβατικής Κίνησης κατά το 1^ο εξάμηνο του 2007", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E1%FD%EE%E7%F3%E7&newid=38232&subcategory_id=2 (27/02/2009).
- Καραντζαβέλου, Β. (2009), "Η επιβατική κίνηση στο ΔΑΑ Αθηνών παρέμεινε σταθερή το 2008 ", Travel Daily News:

- <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E5%F0%E9%E2%E1%F4%E9> (27/02/2009).
- Κουμέλης, Θ. (2002), "Ελευθέριος Βενιζέλος Απολογισμός και Προοπτικές μετά από ένα χρόνο λειτουργίας", Travel Daily News : <http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr> (25/02/2009).
 - Κουμέλης Θ. (2009), "Το γραφείο Συνεδρίων του Δήμου Αθηναίων στο 48ο ICCA Congress", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2564 (28/07/2009).
 - Μπαλατζή, Ε. (2006), "Υψηλές Πτήσεις", Paper Magazine Εβδομαδιαίο Περιοδικό της Ημερήσιας: http://62.103.163.50/UserFiles/File/Press/ClippingsGR/134937_Paper_Magazine_102006.pdf (27/02/2009).
 - Σγάρτσου, Δ. (2007), "Νέο Υπερσύγχρονο Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο στο ΔΑΑ", Travel Daily News: http://www.traveldailynews.gr/new.asp?sstr=%E5%EA%E8%E5%F3%E9%E1%EA%FC&newid=38036&subcategory_id=2 (27/02/2009).
 - Σιάτρα Ε. (2009), "Πτώση 16%-18% στα τουριστικά έσοδα", Ημερησία: http://www.sete.gr/files/Media/09_Eipan/091015imerissia.pdf (25/05/2009).
 - Airport -Wikipedia, the free encyclopedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/airport> (20/10/2008).
 - Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=992&langid=1> (01/02/2009).
 - Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageID=1183&langID=1> (25/02/2009).
 - Athens International Airport: <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=957&langid=1> (27/02/2009).
 - Athens Tourism & Economic Development Company: <http://www.atedco.gr/el/page/> (05/07/2009).
 - Euro2day: "ΔΑΑ: Σύμβαση για Ανάπτυξη Εκθεσιακού Κέντρου": <http://www.euro2day.gr/news/enterprises/122/articles/376591/Article.aspx>, (27/02/2009).
 - Urban Environment and Human Resources Institute: http://www.uehr.panteion.gr/topos/gr/pdf/6_vagiani.pdf (27/10/2009).

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΔΑΛΙΑ