



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
MBA – Tourism management

**Πληροφοριακά Συστήματα στον Τουριστικό Τομέα:
Εφαρμογή σε Ξενοδοχεία Πέντε Αστέρων του Νομού
Αττικής**

Γεωργία Αγγέλη

Η εργασία υποβάλλεται για τη μερική κάλυψη των απαιτήσεων με στόχο
την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Σπουδών στο
MBA – Tourism Management

Φεβρουάριος 2013

Αφιερώνεται στον πατέρα μου Δημήτριο Αγγέλη

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Ευχαριστίες

Πρωτίστως εκφράζω θερμές ευχαριστίες στον επιβλέποντα Καθηγητή Μιχαήλ Σφακιανάκη για την επίβλεψη και την αμέριστη βοήθεια και συνεργασία που μου παρείχε, καθώς επίσης και στα μέλη της τριμελούς επιτροπής μου, Καθηγητή Νικόλαο Γεωργόπουλο και Αναπληρωτή Καθηγητή Αριστομένη Μακρή, για τις παρατηρήσεις τους που αποτέλεσαν πολύτιμη συμβολή στην πτυχιακή αυτή εργασία.

Δευτερευόντως θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Επίκουρο Καθηγητή Ιωάννη Παραβάντη για τις σημαντικές υποδείξεις του σε διάφορες πτυχές της εργασίας μου.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	iii
Περιεχόμενα.....	iv
Κατάλογος πινάκων.....	vi
Κατάλογος σχημάτων.....	vii
Εισαγωγή.....	1
Δομή διπλωματικής.....	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – Βιβλιογραφική επισκόπηση.....	3
1.1. Εισαγωγή	3
1.2. Πληροφοριακά Συστήματα	3
1.2.1. Εισαγωγή.....	3
1.2.2. Ορισμός Πληροφοριακού Συστήματος.....	4
1.2.3. Λειτουργίες Πληροφοριακών Συστημάτων.....	5
1.2.4. Είδη Πληροφοριακών Συστημάτων.....	5
1.2.4.1. Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών στο λειτουργικό επίπεδο..	5
1.2.4.2. Συστήματα Γνώσης και Συστήματα Γραφείου στο επίπεδο γνώσης.....	6
1.2.4.3. Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων στο διοικητικό επίπεδο.....	6
1.2.4.4. Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης στο στρατηγικό επίπεδο.....	7
1.2.4.5. Συνδέσεις μεταξύ Πληροφοριακών Συστημάτων σε έναν οργανισμό.....	7
1.2.5. Κριτήρια επιλογής σωστών Πληροφοριακών Συστημάτων.....	8
1.3. Πληροφοριακά Συστήματα τουριστικών πρακτορείων-αεροπορικών εταιριών.....	10
1.3.1. Εισαγωγή.....	10
1.3.2. Ηλεκτρονικά Συστήματα Κράτησης Θέσεων.....	10
1.3.3. Παγκόσμια Συστήματα Διανομής... ..	14
1.3.3.1. Η λειτουργία των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής	15
1.3.3.2. Τα συστήματα διανομής στην ελληνική αγορά.....	19
1.4. Πληροφοριακά συστήματα ξενοδοχειακών μονάδων.....	20
1.4.1. Εισαγωγή.....	20
1.4.2. Λογισμικό σύστημα Front Office Management.....	22
1.4.2.1. Σύστημα Διαχείρισης Πελατών.....	22

1.4.2.2. Σύστημα για τα Σημεία Πώλησης του ξενοδοχείου.....	24
1.4.2.3. Σύστημα Διαχείρισης Εστίασης και Αποθεμάτων.....	25
1.4.2.4. Σύστημα Διαχείρισης Πωλήσεων και Υπηρεσιών Τροφοδοσίας..	26
1.4.5. Λογισμικό σύστημα Back Office Management	27
1.4.6. Άλλα προϊόντα και εφαρμογές.....	28
1.4.6.1. Ηλεκτρονικές ή μαγνητικές κάρτες δωματίου.....	29
1.4.6.2. Χρηματοκιβώτια.....	30
1.4.6.3. Προϊόντα ψυχαγωγίας.....	30
1.4.6.4. Αυτοματοποιημένα συστήματα για μπαρ δωματίου.....	30
1.4.6.5. Ιδιωτικό τηλεφωνικό σύστημα.....	31
1.4.7. Παρουσίαση του προγράμματος Hotel Works.....	31
1.4.8. Πακέτα software που χρησιμοποιούνται σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	33
1.5. Τουρισμός και διαδίκτυο.....	34
1.5.1. Εισαγωγή.....	34
1.5.2. Το Διαδίκτυο ως εργαλείο προβολής και πληροφόρησης.....	34
1.5.3. Το Διαδίκτυο ως εργαλείο κρατήσεων και πωλήσεων.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – Μεθοδολογία και αποτελέσματα έρευνας.....	38
2.1. Εισαγωγή.....	38
2.2. Δομή ερωτηματολογίου.....	38
2.3. Συλλογή στοιχείων.....	39
2.4. Στατιστική ανάλυση.....	40
2.5. Παρουσίαση στοιχείων.....	40
2.6. Περιγραφική ανάλυση.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – Συμπεράσματα-Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη.....	69
3.1. Εισαγωγή.....	69
3.2. Ανασκόπηση.....	69
3.3. Συμπεράσματα.....	70
3.4. Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη.....	75
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	77
Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο.....	81

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1.1. Τα τέσσερα κορυφαία Παγκόσμια Συστήματα Διανομής το 1999.....	15
Πίνακας 1.2. Software πακέτα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	33
Πίνακας 2.1. Μεταβλητές ερωτηματολογίου.....	40
Πίνακας 2.2. Συμμετέχοντα ξενοδοχεία.....	44
Πίνακας 2.3. Κατανομή ξενοδοχείων σε City και Resort.....	45
Πίνακας 2.4. Νομική μορφή ξενοδοχείων	46
Πίνακας 2.5. Έτος ίδρυσης ξενοδοχείων.....	47
Πίνακας 2.6. Κατηγορίες πελατών ανά Ξενοδοχείο.....	48
Πίνακας 2.7. Χρονικός ορίζοντας λειτουργίας ξενοδοχείων	50
Πίνακας 2.8. Αριθμός δωματίων ανά ξενοδοχείο.....	51
Πίνακας 2.9. Πορεία εσόδων τα τελευταία 3 χρόνια.....	52
Πίνακας 2.10. Ιδιοκτησιακό καθεστώς ξενοδοχείων.....	53
Πίνακας 2.11. Ύπαρξη Πληροφοριακών Συστημάτων ανά ξενοδοχείο.....	54
Πίνακας 2.12. Συνδέσεις μεταξύ των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	58
Πίνακας 2.13. Βαθμός ικανοποίησης από τα υπάρχοντα Πληροφοριακά Συστήματα ανά ξενοδοχείο.....	59
Πίνακας 2.14. Βαθμός θετικής επιρροής Πληροφοριακών Συστημάτων στη λειτουργία του ξενοδοχείου.....	62
Πίνακας 2.15. Κόστος επένδυσης και λειτουργίας των Πληροφοριακών Συστημάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα.....	63
Πίνακας 2.16. Βαθμός ικανοποίησης από την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες.....	64
Πίνακας 2.17. Ύπαρξη συμβολαίων συντήρησης με τα υπάρχοντα Πληροφοριακά Συστήματα.....	66

Κατάλογος σχημάτων

Σχήμα 1.1. Συνδέσεις μεταξύ Πληροφοριακών Συστημάτων σε έναν οργανισμό.....	8
Σχήμα 2.1. Κατανομή ξενοδοχείων σε City και Resort.....	46
Σχήμα 2.2. Είδος και ποσοστό τουρισμού ανά ξενοδοχείο.....	49
Σχήμα 2.3. Αριθμός δωματίων ανά ξενοδοχείο.....	52
Σχήμα 2.4. Κόστος επένδυσης και λειτουργίας των Πληροφοριακών Συστημάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα.....	63
Σχήμα 2.5. Βαθμός ικανοποίησης από την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες.....	65

Εισαγωγή

Σήμερα, στην αρχή του 21^{ου} αιώνα, όλες οι κοινωνίες, ακόμα και οι πιο υποανάπτυκτες βιομηχανικά, και όλοι ανεξαρτήτως οι κλάδοι παραγωγής χρησιμοποιούν για τη λειτουργία τους όλο και περισσότερο την πληροφορική και τον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Δεν υπάρχει καμιά πλευρά της κοινωνικής ζωής στην οποία η πληροφορική και οι εφαρμογές της να μην καταλαμβάνουν ολοένα και σημαντικότερη θέση (Χαραμής, 2000). Η τουριστική βιομηχανία δεν αποτελεί εξαίρεση. Λόγω της πολυπλοκότητας και του μεγάλου όγκου συναλλαγών που πραγματοποιούνται καθημερινά στις αερομεταφορές αλλά και στις ξενοδοχειακές μονάδες η μεταφορά από το χειρόγραφο τρόπο επεξεργασίας στον ηλεκτρονικό κρίθηκε αναγκαία τόσο για την εκμηδένιση λαθών όσο και για τη διαχείριση των πληροφοριών σε απείρως λιγότερο χρόνο (Τσάρτας, 2010). Λαμβάνοντας υπόψη και τη διεθνή φύση των τουριστικών συναλλαγών που επιβάλλουν την ταυτόχρονη αυτόματη ενημέρωση κρατήσεων θέσεων και δωματίων σε εκατομμύρια σημεία σε όλο το πλανήτη αντιλαμβάνεται κανείς τη σημαντικότητα αλλά και τη συνθετότητα των συστημάτων αυτών.

Οι ξενοδοχειακές μονάδες με τη σειρά τους έχουν να επιτελέσουν μεγάλο αριθμό συναλλαγών με την κάθε κράτηση δωματίου. Τόσο η κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών από τον πελάτη εντός του χώρου του ξενοδοχείου, όσο και εσωτερικές λειτουργίες της εκάστοτε μονάδας συνδέονται μεταξύ τους μέσω πληροφοριακών συστημάτων με σκοπό την πλήρη και άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη και τη σωστή λειτουργία και οργάνωση της ξενοδοχειακής μονάδας (Oh, 2008).

Τους δύο τομείς που προαναφέρθηκαν, τα πληροφορικά συστήματα των τουριστικών πρακτορείων-αεροπορικών εταιρειών και των ξενοδοχείων διερευνά η συγκεκριμένη εργασία. Σκοπός της είναι να εντυφήσει στα συστήματα αυτά, την ιστορία τους και την εξέλιξη τους με το πέρασμα του χρόνου αλλά και στο πώς εφαρμόζονται αυτά στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων που βρίσκονται στο νομό Αττικής. Πιο συγκεκριμένα αναλύει τα πληροφοριακά συστήματα που διαθέτει, τις διασυνδέσεις που υπάρχουν ανάμεσα σε αυτά, τον βαθμό ικανοποίησης των ξενοδοχειακών μονάδων και την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρείες των συστημάτων αυτών.

Δομή διπλωματικής

Αρχικά παρατίθεται η εισαγωγή στην οποία περιγράφονται τα πεδία που καλύπτει αυτή η εργασία και η διάρθρωσης των περιεχομένων της. Στην συνέχεια ακολουθούν τρία κεφάλαια.

Στο Κεφάλαιο 1 (Βιβλιογραφική Επισκόπηση) παρουσιάζονται οι ορισμοί, οι στόχοι και ακολουθεί η παρουσίαση των πληροφοριακών συστημάτων των τουριστικών πρακτορείων, αεροπορικών εταιριών και αυτή των ξενοδοχειακών μονάδων.

Στο Κεφάλαιο 2 (Μεθοδολογία και αποτελέσματα έρευνας) καταγράφονται τα βήματα της ερευνητικής προσπάθειας. Αναφέρεται δηλαδή στον τρόπο συλλογής των στοιχείων, αλλά και στους τρόπους με τους οποίους αντλήθηκαν τα στοιχεία αυτά. Αμέσως μετά παρουσιάζεται η διαδικασία με την οποία έγινε η στατιστική ανάλυση των δεδομένων και τα εργαλεία τα οποία χρησιμοποιήθηκαν. Στη συνέχεια παρουσιάζονται η επεξεργασία και τα αποτελέσματα από την στατιστική ανάλυση των στοιχείων. Αρχικά περιγράφονται τα δεδομένα που συλλέχθηκαν με το ερωτηματολόγιο και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής ανάλυσης.

Στο Κεφάλαιο 3 (Συμπεράσματα και προτάσεις για περαιτέρω μελέτη) εκτίθενται τα συμπεράσματα της έρευνας. Αρχικά δίδεται η ανασκόπηση της εργασίας, στη συνέχεια συνάγονται τα συμπεράσματα και στο τέλος θέματα που χρήζουν περαιτέρω μελέτης.

Ακολουθούν οι Βιβλιογραφικές Αναφορές και το Παράρτημα στο οποίο παρατίθεται το ερωτηματολόγιο της ερευνητικής μας προσπάθειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Βιβλιογραφική επισκόπηση

1.1. Εισαγωγή

Με την ανάπτυξη της οικονομίας οι λειτουργικές διαδικασίες κάθε επιχείρησης έγιναν πολύ πιο πολύπλοκες από παλιότερα. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό και με την αλματώδη εξέλιξη της τεχνολογίας είχε σαν επακόλουθο τα χειρογραφικά συστήματα να βελτιώνονται συνεχώς και ένα μεγάλο μέρος αυτών να αυτοματοποιείται. Αρχικά κύριο ρόλο έπαιζε ο άνθρωπος αφού από αυτόν εκτελούνταν το σύνολο όλων των λειτουργιών. Συγκεκριμένα, λάμβανε τα διάφορα δεδομένα μέσω της όρασης και της ακοής του τα αποθήκευε στο μυαλό του ή σε άλλα βοηθητικά μέσα. Στη συνέχεια επανακτούσε τα δεδομένα και τα επεξεργαζόταν με το μυαλό του και τα μετέτρεπε σε χρήσιμες πληροφορίες. Αποτελούσε όμως αργό επεξεργαστή κατά την εκτέλεση αριθμητικών πράξεων και ασταθή κατά την εφαρμογή των κανόνων λογικής (Βιταντζάκης, 2010). Αυτό οδήγησε στη δημιουργία εξελιγμένων συστημάτων μέσω υπολογιστή όπου πραγματοποιείται η γρήγορη επεξεργασία των δεδομένων και σε συνδυασμό με τον ανθρώπινο παράγοντα που είναι αναντικατάστατος όπου απαιτείται κρίση επιτυγχάνεται η τέλεια ισορροπία και εξαλείφονται τα κενά που δημιουργούνται από τη μονομερή χρήση αυτών.

1.2. Πληροφοριακά Συστήματα

1.2.1. Εισαγωγή

Πολλές φορές καθημερινά χρησιμοποιούνται λέξεις με σημασία κάπως γενική, με αποτέλεσμα όταν οι λέξεις αυτές χρησιμοποιούνται σε ορισμούς εννοιών, να δημιουργείται μια ασάφεια. Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με τον όρο «Πληροφοριακό Σύστημα (ΠΣ)», καθώς ούτε η έννοια του συστήματος είναι πάντοτε σαφής, ούτε και η έννοια της πληροφορίας. Για να μπορέσει λοιπόν να αποσαφηνιστεί η έννοια του ΠΣ θα πρέπει να επεξηγηθούν οι 2 αυτοί όροι. Έτσι σαν σύστημα μπορεί να θεωρηθεί ένα σύνολο στοιχείων που σχετίζονται μεταξύ τους, ως μία οργανωτική δομή ή ως ένα σύνολο διαδικασιών και μια πληροφορία μπορεί να θεωρηθεί πως είναι κάποια γνώση, μία είδηση ή μία παρατήρηση και η ερμηνεία αυτών (Δουκίδης, 2003).

1.2.2. Ορισμός Πληροφοριακού Συστήματος

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω ο σύνθετος όρος ΠΣ μπορεί να μη γίνεται άμεσα κατανοητός ή σαφής. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι με την πάροδο των χρόνων η εννοιολογική σημασία του όρου συνεχώς συμπληρώνεται ή τροποποιείται μερικώς και μόλις τα τελευταία έτη έχουν δοθεί πληρέστεροι ορισμοί. Ορισμένοι από τους πιο γνωστούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς είναι (όπως αναφέρονται από τους Οικονόμου &, Γεωργόπουλος, 2004):

- Οι Kroenke και Nolan αναφέρουν ότι πληροφοριακό είναι ένα επιχειρησιακό σύστημα που παρέχει ιστορική, παρούσα και προβλεπόμενη πληροφόρηση για την επιχείρηση και το περιβάλλον της.
- Ο Hicks θεωρεί ότι το ένα ΠΣ είναι ένα τυπικό σύστημα βασισμένο σε H/Y, το οποίο έχει τη δυνατότητα να ενοποιεί δεδομένα διαφόρων πηγών για την παροχή της απαραίτητης πληροφόρησης στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.
- Ο Lucas θεωρεί ότι ένα ΠΣ είναι ένα σύνολο οργανωμένων διαδικασιών που όταν εφαρμοστεί παρέχει πληροφορίες για υποστήριξη της λήψης των αποφάσεων και του ελέγχου του οργανισμού.
- Οι Davis και Olson θεωρούν ότι ένα ΠΣ είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα ανθρώπου-μηχανής για την παροχή πληροφοριών, που υποστηρίζει τις δραστηριότητες της διαχείρισης, ανάλυσης και λήψης των αποφάσεων σ' ένα οργανισμό. Το σύστημα χρησιμοποιεί μηχανολογικό εξοπλισμό, χειρογραφικές διαδικασίες, υποδείγματα για ανάλυση, προγραμματισμό, έλεγχο και λήψη αποφάσεων καθώς επίσης και μία τράπεζα δεδομένων.
- Ο Murdick ορίζει το ΠΣ ως το σύστημα, που παρακολουθεί και επανακτά δεδομένα από το περιβάλλον, συλλέγει δεδομένα από τις επιχειρησιακές συναλλαγές και λειτουργίες, φιλτράρει, οργανώνει και επιλέγει δεδομένα, τα οποία παρουσιάζει ως πληροφορίες στα διευθυντικά στελέχη και επιπρόσθετα παρέχει τα μέσα στα στελέχη αυτά για να δημιουργήσουν την απαιτούμενη πληροφόρηση.
- Οι Ahituv & Newmann ορίζουν ένα ΠΣ ως ένα σύστημα το οποίο δέχεται πληροφορίες, τις αποθηκεύει, τις ανακτά, τις μετασχηματίζει, τις επεξεργάζεται και τις διανέμει στους διάφορους χρήστες του οργανισμού, χρησιμοποιώντας υπολογιστές ή άλλα μέσα.
- Ο Jayaratha αναφέρει ότι ΠΣ είναι ένα σύστημα που προσδιορίζει κατά τρόπο αποτελεσματικό και αποδοτικό τις πραγματικές ανάγκες των χρηστών και

δημιουργεί ένα σύστημα επεξεργασίας πληροφοριών για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών (όπως αναφέρεται από τους Gupta & Malik, 2005).

Βάσει λοιπόν των παραπάνω ορισμών ένα σύστημα πληροφοριών μπορεί να οριστεί τεχνικά ως ένα σύνολο αλληλοσχετιζόμενων στοιχείων, τα οποία συλλέγουν (ή ανακτούν), επεξεργάζονται, αποθηκεύουν και διανέμουν πληροφορίες που υποστηρίζουν τη λήψη αποφάσεων και τον έλεγχο σε ένα οργανισμό (Laudon, & Laudon, 2002).

1.2.3. Λειτουργίες Πληροφοριακών Συστημάτων

Είτε όμως το σύστημα είναι χειρογραφικό είτε είναι μηχανογραφημένο οι τέσσερις βασικές διαδικασίες με τις οποίες πραγματοποιείται η αποστολή του παραμένουν ίδιες και είναι οι ακόλουθες:

α) Εισαγωγή δεδομένων στο σύστημα: Κατά το στάδιο της εισαγωγής συλλαμβάνονται ή συλλέγονται πρωτογενή δεδομένα μέσα από τον οργανισμό ή από το εξωτερικό περιβάλλον του.

β) Επεξεργασία των δεδομένων: Η επεξεργασία μετατρέπει αυτή την πρωτογενή είσοδο σε μία πιο κατανοητή μορφή και την αποθηκεύει.

γ) Εξαγωγή Πληροφοριών από το σύστημα: Κατά την εξαγωγή μεταφέρονται οι επεξεργασμένες πληροφορίες στους ανθρώπους ή στις δραστηριότητες που θα τις χρησιμοποιήσουν.

δ) Ανατροφοδότηση: Ανατροφοδότηση είναι η έξοδος που επιστρέφει στα κατάλληλα μέλη της οργάνωσης για να τα βοηθήσει να αξιολογήσουν ή να διορθώσουν προβλήματα που πιθανόν έχουν δημιουργηθεί κατά τη διάρκεια όλων των διαδικασιών (Laudon & Laudon, 2010).

1.2.4. Είδη Πληροφοριακών Συστημάτων

Για να μπορέσουν να εξυπηρετηθούν τα διαφορετικά ιεραρχικά επίπεδα μίας επιχείρησης έχουν αναπτυχθεί διάφορα είδη ΠΣ τα οποία είναι προσαρμοσμένα πάνω στις ανάγκες του κάθε επιπέδου. Σε έναν οργανισμό υπάρχουν συγκεκριμένοι τύποι ΠΣ που αντιστοιχούν σε κάθε οργανωτικό επίπεδο.

1.2.4.1. Συστήματα Εξεργασίας Συναλλαγών στο λειτουργικό επίπεδο

Τα βασικά επιχειρηματικά συστήματα που εξυπηρετούν τα λειτουργικά στελέχη ενός οργανισμού ονομάζονται Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών

(Transaction Processing Systems ή TPS). Το TPS είναι ένα μηχανογραφημένο σύστημα ζωτικής σημασίας, το οποίο εκτελεί και καταγράφει τις τρέχουσες καθημερινές συναλλαγές που είναι απαραίτητες για την διεξαγωγή της επιχειρηματικής δραστηριότητας όπως πωλήσεις, εισπράξεις, καταθέσεις, μισθοδοσία. Βασικός σκοπός των συστημάτων αυτών είναι να απαντούν σε τρέχουσες ερωτήσεις και να παρακολουθούν τη ροή των συναλλαγών του οργανισμού. Για να απαντούν τα συστήματα σε ερωτήματα τέτοιου είδους, οι πληροφορίες πρέπει να είναι εύκολα διαθέσιμες, ενημερωμένες και ακριβείς. Χωρίς την επεξεργασία των συναλλαγών πολλές από τις λειτουργίες και τις δραστηριότητες της επιχείρησης θα ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθούν, π.χ. δε θα λαμβάνονταν παραγγελίες, δε θα πληρώνονταν λογαριασμοί. Στις μέρες μας λόγω της χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει αυξηθεί η ταχύτητα και η πολυπλοκότητα της επεξεργασίας των συναλλαγών. Έτσι επαναλαμβανόμενες δομημένες διαδικασίες μπορούν να πραγματοποιούνται πολύ πιο εύκολα και γρήγορα με ένα TPS βασισμένο στον Η/Υ, με το οποίο αυτοματοποιείται η συλλογή και η επεξεργασία των δεδομένων (Magal & Word, 2009).

1.2.4.2. Συστήματα Γνώσης και Συστήματα Γραφείου στο επίπεδο γνώσης

Τα Συστήματα Γνώσης (Knowledge Work Systems ή KWS) εξυπηρετούν τις ανάγκες πληροφόρησης στο επίπεδο γνώσης του οργανισμού. Τα συστήματα γνώσης απευθύνονται στο εξειδικευμένο προσωπικό και προωθούν τη δημιουργία νέων γνώσεων και εξασφαλίζουν ότι η νέα γνώση και η τεχνική εμπειρία αφομοιώνονται κατάλληλα μέσα στην επιχείρηση. Τα συστήματα γραφείου (Office Systems) βοηθάνε κατά κύριο λόγο τους υπαλλήλους γραφείου και είναι τεχνολογία πληροφοριών που έχει σκοπό να αυξάνει την παραγωγικότητα των υπαλλήλων γραφείου υποστηρίζοντας τις δραστηριότητες συντονισμού και επικοινωνίας του τυπικού γραφείου (Laudon & Laudon, 2001).

1.2.4.3. Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων στο διοικητικό επίπεδο

Στο διοικητικό επίπεδο υπάρχουν δύο βασικά πληροφοριακά συστήματα, τα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (Management Information Systems ή MIS) και τα Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision Support Systems ή DSS) που εξυπηρετούν την παρακολούθηση, τον έλεγχο, τη λήψη αποφάσεων και τις διοικητικές δραστηριότητες των μεσαίων στελεχών. Συγκεκριμένα:

Τα συστήματα MIS υποστηρίζουν κυρίως τις λειτουργίες προγραμματισμού, ελέγχου και λήψης αποφάσεων. Συνήθως, αυτά τα συστήματα είναι προσανατολισμένα σχεδόν αποκλειστικά σε εσωτερικά και όχι σε περιβαλλοντικά ή εξωτερικά γεγονότα. Ένα MIS, συλλέγει και επεξεργάζεται δεδομένα και μεταφέρει τις από αυτά προκύπτουσες πληροφορίες, που είναι απαραίτητες για τη λήψη των δομημένων κυρίως αποφάσεων, στα διευθυντικά στελέχη (Oz, 2006). Με άλλα λόγια σκοπός ενός τέτοιου συστήματος είναι όχι μόνο η συλλογή και η επεξεργασία των δεδομένων όπως συμβαίνει με τα συστήματα ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων, αλλά και η διανομή των πληροφοριών στα διευθυντικά στελέχη, έτσι ώστε να μπορούν να αξιολογούν τις παρουσιαζόμενες καταστάσεις και χρησιμοποιώντας τις απαραίτητες πληροφορίες, την κρίση και την διαίσθηση τους, να παίρνουν τις καλύτερες δυνατές αποφάσεις.

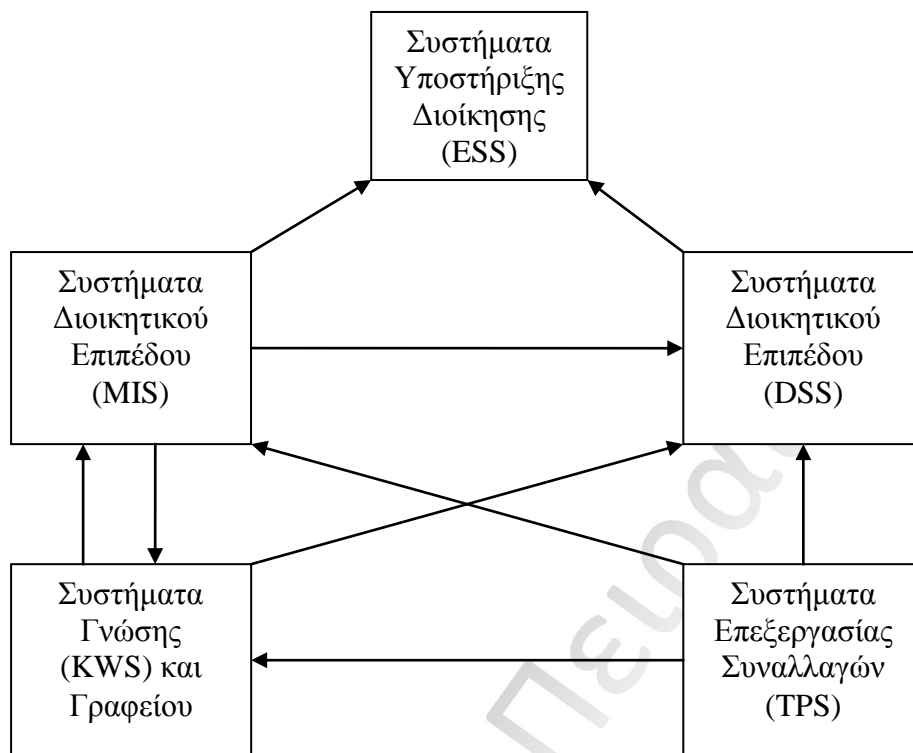
Τα DSS εξυπηρετούν και αυτά το διοικητικό επίπεδο της οργάνωσης και βοηθούν τα διευθυντικά στελέχη στην επίλυση ημιδομημένων προβλημάτων. Προβλημάτων που είναι μοναδικά, αλλάζουν γρήγορα, δεν είναι εύκολο να οριστούν από πριν και η επίλυση των οποίων μπορεί να μην είναι εντελώς προκαθορισμένη αλλά απαιτεί την ανθρώπινη παρέμβαση και κυρίως την κρίση του διευθυντικού στελέχους (McLeod & Schell, 2006).

1.2.4.4. Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης στο στρατηγικό επίπεδο

Τα συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive Support Systems ή ESS) εξυπηρετούν το στρατηγικό επίπεδο της οργάνωσης και αντιμετωπίζουν περιπτώσεις λήψης έκτακτων αποφάσεων που χρειάζονται κρίση, αξιολόγηση και διαίσθηση, επειδή δεν υπάρχει προσυμφωνημένη διαδικασία κατάληξης σε λύση (Υψηλάντης, 2001).

1.2.4.5. Συνδέσεις μεταξύ των Πληροφοριακών Συστημάτων σε έναν οργανισμό

Οι διάφοροι τύποι συστημάτων ενός οργανισμού σχετίζονται μεταξύ τους με διάφορους τρόπους. Τα TPS είναι συνήθως η κύρια πηγή δεδομένων για τα άλλα συστήματα, ενώ τα ESS είναι κυρίως αποδέκτες δεδομένων από τα συστήματα κατώτερου επιπέδου. Στους άλλους τύπους συστημάτων μπορεί να γίνει ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ τους. Δεδομένα επίσης μπορεί να ανταλλάσσονται και μεταξύ συστημάτων που εξυπηρετούν διαφορετικούς λειτουργικούς τομείς. Η ακόλουθη εικόνα παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο οι διάφοροι τύποι συστημάτων σχετίζονται μεταξύ τους (Laudon & Laudon, 2001).



Σχήμα 1.1. Συνδέσεις μεταξύ Πληροφοριακών Συστημάτων σε έναν οργανισμό

1.2.5. Κριτήρια επιλογής σωστών Πληροφοριακών Συστημάτων

Η επιλογή του σωστού ΠΣ είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι σε τελευταία ανάλυση η επιτυχής έκβαση της σημαίνει επίτευξη των στόχων που τέθηκαν στην αρχή του έργου και αιτιολόγηση της επένδυσης σε τεχνολογικές υποδομές, στελεχιακό δυναμικό και χρήμα. Τα βασικότερα κριτήρια επιλογής ενός ορθού ΠΣ είναι τα ακόλουθα:

- Προσήλωση στις απαιτήσεις των χρηστών: Το κριτήριο αυτό αφορά το βαθμό που οι εφαρμογές του υποσυστήματος ικανοποιούν τους επιχειρησιακούς στόχους και τις απαιτήσεις που έχουν τεθεί. Τα κυριότερα ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν για τον προσδιορισμό του βαθμού ικανοποίησης του κριτηρίου αυτού είναι κατά πόσο ικανοποιεί όλες τις απαιτήσεις των χρηστών, αν οι επιμέρους λειτουργίες υλοποιούνται με τον σωστό τρόπο και αν το σύστημα διαχειρίζεται και παράγει όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες.
- Ευκολία χρήσης/Ευχρηστία: Η ευκολία χρήσης του κάθε υποσυστήματος προσδιορίζει το πόσο καλά ένας χρήστης μπορεί να καταλάβει και να χρησιμοποιήσει τις εφαρμογές του υποσυστήματος. Με βάση το κριτήριο

αυτό διαπιστώνεται ο κακός σχεδιασμός όσον αφορά την εργονομία. Μερικές βοηθητικές ερωτήσεις που βοηθούν ώστε να διαπιστωθεί η ευχρηστία του συστήματος είναι κατά πόσο το σύστημα είναι πολύπλοκο και δύσχρηστο, αν έχουν ληφθεί υπόψη τυχόν διαφορετικά επίπεδα εξοικείωσης και εμπειρίας των χρηστών, αν η αλληλουχία των ενεργειών είναι σαφής και εύκολα κατανοητή, αν είναι κατανοητά τα μηνύματα που εμφανίζονται και συνοδεύονται από σαφείς οδηγίες, αν γίνεται επαρκής χρήση μενού επιλογών και δεν απαιτείται από τον χρήστη να απομνημονεύσει πολύπλοκες εντολές και αν παρέχεται «Βοήθεια» χρήσης για όλες τις λειτουργίες (Τασόπουλος, 2005).

- Όγκος δεδομένων και φόρτος εργασιών: Το κριτήριο αυτό καθορίζει την ικανότητα των εφαρμογών του υποσυστήματος να λειτουργούν φυσιολογικά όταν το σύστημα χρησιμοποιείται στα ανώτατα όρια του σε ότι αφορά τον όγκο δεδομένων και την υπερφόρτωση των πόρων του.
- Απόδοση: Η απόδοση του κάθε συστήματος προσδιορίζεται σε σχέση προκαθορισμένους στόχους. Η συχνότητα λαθών, ο χρόνος απόκρισης του συστήματος, ο ρυθμός διεκπεραίωσης συναλλαγών και η αξιοπιστία είναι μερικά από τα κριτήρια που προσδιορίζουν την αποδοτικότητα ενός συστήματος (Χαραμής, 2002).
- Ασφάλεια και Έλεγχος: Το κριτήριο αυτό αφορά την ύπαρξη και την ορθή λειτουργία των διαδικασιών ασφάλειας του συστήματος έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ακεραιότητα, εμπιστευτικότητα και ασφάλεια δεδομένων (Rainer & Watson, 2012). Αξιολογείται η ευπάθεια του συστήματος σε μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση και χρήση.
- Δυνατότητα ανάκτησης δεδομένων: Είναι η ικανότητα ανάκαμψης του συστήματος μετά από απρόοπτη διακοπή λειτουργίας του υλικού ή λογισμικού. Αξιολογείται και η αξιοπιστία του συστήματος στις έκτακτες αυτές περιπτώσεις που θα πρέπει να επανέλθει σε κατάσταση καλής λειτουργίας.
- Διαδικασίες και τεκμηρίωση: Αφορά την ακρίβεια τεκμηρίωσης των λειτουργιών και χρήσης του συστήματος καθώς και τον βαθμό που οι μη αυτοματοποιημένες δουλεύουν σωστά σαν αναπόσπαστο μέρος του όλου συστήματος.

- Πολλαπλές τοποθετήσεις: Οι πολλαπλές τοποθετήσεις έχουν να κάνουν με τη δυνατότητα του συστήματος και των υποσυστημάτων του να λειτουργούν σωστά, ταυτόχρονα σε διάφορες τοποθεσίες (Χαραμής, 2002).
- Συμβίωση με άλλα συστήματα: Αφορά την σωστή λειτουργία του υποσυστήματος σε κάθε περιβάλλον που τρέχουν ταυτόχρονα πολλές εφαρμογές.

1.3. Πληροφοριακά Συστήματα τουριστικών πρακτορείων-αεροπορικών εταιριών

1.3.1. Εισαγωγή

Τα τουριστικά πρακτορεία χρησιμοποιούν την τεχνολογία πληροφοριών, για την πιο γρήγορη και καλύτερη ποιοτικά εξυπηρέτηση του πελάτη τους. Λόγω της ολοένα αυξανόμενης ποσότητας πληροφορήσης την οποία αντιμετωπίζουν και χειρίζονται στην καθημερινή διεκπεραίωση των εργασιών τους, το ζήτημα της μηχανοργάνωσης θεωρείται βασική προτεραιότητα. Για τον λόγο αυτό κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών έχουν αναπτυχθεί διάφορα συστήματα, από τα οποία κάποια επικράτησαν και εξελίχθηκαν και άλλα έπαψαν να υφίστανται με την πάροδο του χρόνου.

1.3.2. Ηλεκτρονικά Συστήματα Κράτησης Θέσεων

Από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του 1970 η τεχνολογική εξέλιξη στον τομέα των αερομεταφορών είχε σαν αποτέλεσμα τη διαρκώς αυξανόμενη διεθνή ζήτηση για τουριστικές μετακινήσεις. Στην πρώτη μεταπολεμική περίοδο βασικό εργαλείο στη διαδικασία κρατήσεων και διασφάλισης των αεροπορικών εταιριών ήταν το μολύβι, και η πρακτική που ακολουθούσαν ήταν η ακόλουθη:

- 1) Με το που ο πελάτης ζητούσε μία κράτηση/θέση από ένα οποιοδήποτε πρακτορείο, σημειωνόταν το αίτημα στον αναφερόμενο πίνακα και με τον τρόπο αυτό ελεγχόταν η δυνατότητα διασφάλισης της.
- 2) Εάν από τον τόπο αναχώρησης επιβεβαιωνόταν η διαθεσιμότητα της θέσης, στελνόταν μήνυμα με τηλέτυπο στο πρακτορείο που ζητούσε την κράτηση για τη διασφάλιση της.

3) Το πρακτορείο ζήτησης ήταν υποχρεωμένο να συμπληρώσει τον φάκελο στοιχείων επιβάτη (Passenger Number Record ή PNR) που περιείχε τον κωδικό κράτησης και να το μεταβιβάσει στο πρακτορείο του τόπου αναχώρησης για την αντιστοίχιση ως προς τη θέση αυτή στον πίνακα των κρατήσεων.

4) Όταν ο αριθμός των κρατήσεων έφτανε σε πλήρη αντιστοίχιση με τις διαθέσιμες θέσεις, το πρακτορείο του τόπου αναχώρησης έκλεινε τον πίνακα της συγκεκριμένης πτήσης και ειδοποιούσε όλους τους συνδεδεμένους πράκτορες για το κλείσιμο της πτήσης.

5) Όσο όμως ο αριθμός των κρατήσεων, μέχρι την ημερομηνία και ώρα της πτήσης, δεν έφτανε να καλύψει τις διαθέσιμες θέσεις, ο πράκτορας του τόπου αναχώρησης ήταν υποχρεωμένος να γνωστοποιεί συνεχώς τις μεταβολές για τις διαθέσιμες θέσεις σε όλους του πράκτορες ζήτησης (Κατσώνη, 2010).

Παρά την ορθότητα αυτού του συστήματος, τα χρονικά κενά μεταξύ των διαδοχικών κρατήσεων και της ενδοεπικοινωνίας μεταξύ του πρακτορείου στον τόπο αναχώρησης και του πρακτορείου ζήτησης δημιουργούσαν μεγάλες δυσκολίες για την πληρότητα των αεροσκαφών, που ήταν επιρρεπή είτε σε συχνά ελλείμματα πληρότητας είτε σε συχνές υπερκρατήσεις των ίδιων θέσεων.

Η πρώτη προσπάθεια επιτάχυνσης της ενδοεπικοινωνίας του συστήματος κρατήσεων έγινε με την εισαγωγή των ηλεκτρομαγνητικών τυμπάνων και των ηλεκτρομηχανικών συστημάτων. Τα τεχνολογικά αυτά συστήματα, όπως το American Airlines Magnetronic Reservisor, που εφαρμόστηκε το 1952, παρά το ότι βελτίωσαν τη διαδικασία επιβεβαίωσης για ακύρωση ή για κράτηση θέσεων, δεν έλυσαν το σημαντικότερο πρόβλημα της σύνδεσης των αρχείων κρατήσεων (δηλαδή του πίνακα) με τις τρέχουσες κρατήσεις θέσεων και μέσω αυτού το ζήτημα της άριστης πληρότητας (Morrison, 2001).

Η ουσιαστική εισαγωγή της τεχνολογίας για την επίλυση του αναφερόμενου προβλήματος άρχισε το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1950 με μία ειδική για το σκοπό αυτό μελέτη μεταξύ της IBM και των Αμερικάνικων Αερογραμμών, που οδήγησε στη συγκρότηση του σχεδίου Sabre (semi- Automatic Business Environment Research). Το σχέδιο Sabre είχε ως στόχο την επίτευξη του αυτόματου συντονισμού μεταξύ των εγγραφών των κρατήσεων, του προσδιορισμού κάθε στιγμή και για κάθε πρακτορείο ζήτησης των διαθέσιμων θέσεων και της ενδοεπικοινωνίας των αεροπορικών εταιριών για το πρόβλημα των ανταποκρίσεων. Επιπλέον, το Sabre παρείχε πληροφορίες για τις πτήσεις όλων των αεροπορικών εταιριών, τύπων εισιτηρίων, οι κρατήσεις του πραγματοποιούνταν με ρυθμό τριών δευτερολέπτων και μπορούσε να εγκατασταθεί στα συμβεβλημένα με τις αεροπορικές εταιρίες

πρακτορεία ταξιδιών. Είναι φανερό η αύξηση της παραγωγικότητας που πραγματοποιήθηκε με το σύστημα αυτό, σε σχέση με το μέσο όρο των 45 λεπτών ανά κράτηση του προηγούμενου Magnetronic Reservisor System (Viasinc Technical Staff 2011).

Την ίδια περίοδο με την ολοκλήρωση εφαρμογής του Sabre, άρχισε η ανάπτυξη από την IBM ενός νέου project, του PARS (Programmed Airline Reservation System), που βασίστηκε σε ένα συγκεκριμένο λειτουργικό πρόγραμμα με το χαρακτηρισμό Airline Control Program. Σ' αυτήν την πρόταση συνεργασίας με την IBM συμμετείχαν καταρχήν οι αεροπορικές εταιρίες Braniff, Continental, Delta, Western, Northwest, ενώ ο μεγάλος αερομεταφορέας η Eastern, συνεργάστηκε ξέχωρα, με την ανάπτυξη όμως ενός υπάρχοντος software, που ως πακέτο πλέον, (κρατήσεις και logistics) για την αερομεταφορά επιβατών και εμπορευμάτων, άρχισε να λειτουργεί από το 1968.

Οι εξελίξεις στον τομέα αυτό συνεχίστηκαν με δύο μεγάλες ξεχωριστές πιλοτικές εμπειρίες της TWA και της United. Τόσο η TWA, συνεργαζόμενη με τη Univac, όσο και η United, συνεργαζόμενη με τη Burroughs, σχεδίασαν διαχειριστικά συστήματα των αερομεταφορικών τους αναγκών, με τη φιλοδοξία να καλύψουν τις κρατήσεις, τα ΠΣ εσωτερικής λειτουργίας, τον προγραμματισμό πτήσεων, την έκδοση εισιτηρίων, και λοιπές εσωτερικές ανάγκες στατιστικής και λογιστικής παρακολούθησης. Η προσπάθεια τους όμως απέτυχε. Εκτός της έλλειψης εμπειρίας στα συστήματα κρατήσεων, φαίνεται ότι κυρίως το διαθέσιμο για την εποχή τεχνολογικό επίπεδο αδυνατούσε ακόμη τότε να εκπληρώσει όλους τους παραπάνω επιμέρους στόχους μιας τόσο μεγάλης παραγωγής και διάθεσης αεροπορικών μετακινήσεων των εταιριών αυτών (Ζαχαράτος, 2003).

Μεταξύ του 1967 και του 1974 εφαρμόστηκαν πολλά διαχειριστικά σχέδια για την ανάπτυξη του προτύπου των κρατήσεων, από τα οποία τα σημαντικότερα ήταν το DOARS (Donnelly official Airlines Reservation System) και το ATARS (Automated Travel Agency Reservation System). Μερικά χρόνια αργότερα, με βάση μια μελέτη της ASTA (American Society of Travel Agents) και της Control Data Corporation, που έδειχνε ότι η ανάπτυξη ενός συλλογικότερου συστήματος θα ήταν όχι μόνο βιώσιμη αλλά και σημαντικά επικερδής, τέθηκε σε λειτουργία το JIRS (Joint Industry Reservation System), που περιελάμβανε αερομεταφορές, προμηθευτές πληροφοριακών συστημάτων, και πρακτορεία ταξιδιών μέλη της ASTA (Κάππος, 2002).

Η σύσταση και η λειτουργία αυτών των συστημάτων αυτοματοποιημένης διαχείρισης όξυνε τον ανταγωνισμό μεταξύ των μεγάλων αεροπορικών εταιριών και

ώθησε καθεμία από αυτές να επιλέξει διαφορετική στρατηγική απέναντι στον αυτοματισμό των ταξιδιωτικών πρακτορείων, στα οποία, σημειωτέον, είχε αρχίσει η μαζική εγκατάσταση των συστημάτων Sabre.

Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1980, ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών United, TWA, Eastern και Delta με τα αντίστοιχα συστήματα κρατήσεων γι' αυτές το Apollo, το Sabre, το PARS, και το MAARS (multi-Access Agent Reservation System), συνεχιζόταν παράλληλα με την όξυνση της αδυναμίας να αντεπεξέλθουν όλα τους στον ολοένα αυξανόμενο αριθμό συναλλαγών. Η κατάσταση αυτή εξανάγκασε ήδη από το 1978 τις American Airlines, Eastern, TWA, και United να ενώσουν τις δυνάμεις τους στην ανάπτυξη εφαρμογών για τον έλεγχο των multiple microprocessors, που συνιστούσε και τη νέα γενιά υπολογιστών της IBM (Κωστομούδη-Κυριακοπούλου, 2003).

Τα βασικά χαρακτηριστικά των Ηλεκτρονικών Συστημάτων Κράτησης Θέσεων (Computerized Reservation Systems ή CRS) είναι ότι χρησιμοποιούν ως κύρια μέθοδο επικοινωνίας σύγχρονη, φιλική τεχνολογία όπως windows, σε ό,τι αφορά την εκμάθηση, την αξιοπιστία, τη λειτουργικότητα καθώς και τη δυνατότητα παράλληλης λειτουργίας με άλλα προγράμματα (εξειδικευμένες βάσεις δεδομένων, επεξεργαστές κειμένου και εικόνας κλπ). Η κράτηση αεροπορικών θέσεων γίνεται από μια τερματική μονάδα που είναι συνδεδεμένη με την κεντρική μονάδα (κεντρικό υπολογιστή) του συστήματος CRS της κάθε αεροπορικής εταιρίας, όπου είναι αποθηκευμένα τα αναγκαία για την εργασία αυτή δεδομένα, με τη διαμεσολάβηση κάποιου κατάλληλου λογισμικού (Κατσώνη, 2006).

Στο τέλος της δεκαετίας του 1980, οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες αντιμετώπισαν το πρόβλημα εισβολής των αμερικανικών συστημάτων ταξιδιωτικής πρακτόρευσης CRS στην Ευρώπη. Για να αντιμετωπίσουν αυτό το πρόβλημα, οι 21 ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες – μέλη του AEA (Association of European Airlines) ανέθεσαν το 1986 στην εταιρία SH&E τη μελέτη για τη δημιουργία ενός ευρωπαϊκού συστήματος. Η μελέτη έδειξε πως είναι δυνατό και πρέπει να δημιουργηθεί στην Ευρώπη ένα σύστημα διανομής (Distribution System) με παγκόσμια εμβέλεια, ικανό να ανταγωνιστεί τα αμερικάνικα αντίστοιχα συστήματα. Σ' αυτό το σύστημα θα συνδέονταν όλα τα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά γραφεία, καθώς και ταξιδιωτικά γραφεία των αεροπορικών εταιριών σε όλα τα μέρη του κόσμου, γι' αυτό και ονομάστηκε ως Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής. Για πολλούς λόγους (δεοντολογικούς, τεχνικούς, οργανωτικούς) δεν έγινε δυνατό να δημιουργηθεί εκείνη τη χρονική περίοδο ένα τέτοιο παγκόσμιο σύστημα και αντί γι' αυτό δημιουργήθηκαν τα ακόλουθα δύο συστήματα διανομής:

- Amadeus: με ιδρυτικές εταιρίες τις AF, LH, IB, SK. Στη συνέχεια προσχώρησε σ' αυτό η εταιρία IT. Το σύστημα διανομής Amadeus χρησιμοποιεί hardware της IBM. Οι εταιρίες που συμμετέχουν σ' αυτό έχουν συστήματα κρατήσεων θέσεων της εταιρίας UNISYS και η τεχνολογία λογισμικού που χρησιμοποιούν είναι αυτή των αμερικάνικων CRS και συγκεκριμένα του System One της αμερικάνικης εταιρίας Eastern Airlines (Biederman, 2007).
- Galileo με ιδρυτικές εταιρίες τις BA,SR, KL, COVIA/ UA και στη συνέχεια προσχώρησαν οι εταιρίες AZ, BR, OS, OA. Χρησιμοποιεί και αυτό λογισμικό της εταιρίας IBM όπως και τεχνολογία λογισμικού των αμερικάνικων CRS, του Apollo της αμερικάνικης αεροπορικής εταιρίας United Airlines (Biederman, 2007).

1.3.3. Παγκόσμια Συστήματα Διανομής

Η διαχείριση όμως των βάσεων δεδομένων έκανε μεγάλη πρόοδο τα επόμενα χρόνια και τα συστήματα αυτά εξελίχθηκαν σε Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (Global Distribution Systems ή GDS), τα οποία έγιναν ανεξάρτητα τη δεκαετία του 1990 και είναι σημαντικοί πρωτοπόροι της «κοινωνίας πληροφοριών» στην εκμετάλλευση των παγκόσμιων εξελίξεων στην τεχνολογία πληροφοριακής επικοινωνίας. Τα συστήματα διανομής Galileo και Amadeus εμπλουτίστηκαν σημαντικά και συνδέθηκαν αρχικά με μια σειρά από συστήματα - δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών αλλά και με συστήματα ενοικίασης αυτοκινήτων. Έτσι τα συστήματα αυτά βαθμιαία αποτέλεσαν το πιο σημαντικό και στρατηγικό κανάλι διανομής τουριστικών προϊόντων διεθνώς (Morrison, 2001). Σήμερα τα κυριότερα από αυτά είναι το Amadeus, το Galileo, το Sabre και το Worldspan. Ειδικά για τα μη αεροπορικά προϊόντα, υπήρχε πρόκληση για τα GDS στα τέλη της δεκαετίας 1990 από το Internet και η μέχρι τότε φιλική σχέση των πρακτορείων με την τεχνολογία άρχισε να γίνεται σχέση αντιπαλότητας. Η απειλή της τεχνολογίας εμφανίστηκε τη στιγμή που το διαδίκτυο άρχισε να παρέχει τη δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να πραγματοποιεί τις κρατήσεις του άμεσα από το σπίτι του, παρακάμπτοντας το ταξιδιωτικό πρακτορείο. Ως εξέλιξη, όλα τα κύρια GDS έχουν τώρα συνδεθεί με τους βασικούς εκπροσώπους του Internet, το *Travelocity* (Sabre) και το *Expedia* (WORLDSPAN) (Σωτηριάδης, 2002).

Πίνακας 1.1. Τα τέσσερα κορυφαία Παγκόσμια Συστήματα Διανομής το 1999 (Middleton,2001).

Όνομασία συστήματος	Χώρες προέλευσης	Προέλευση αερογραμμών ¹	Εγκατάσταση πρακτορείων συνολικά και ανά περιοχή του κόσμου	
AMADEUS ιδρύθηκε το 1987	Γαλλία, Γερμανία, Ισπανία, Σουηδία	Air France, Lufthansa, Iberia, SAS	Κατά προσέγγιση 48.000 εγκαταστάσεις πρακτορείων	Περίπου 30.000 εγκαταστάσεις στην Ευρώπη, 6.000 στη Β. Αμερική, 6.000 στην Καραϊβική/ Λατινική Αμερική, και 4.000 στην Άπω Ανατολή/ Αυστραλία
GALILEO (APOLLO) Ιδρύθηκε το 1987	ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Ολλανδία, Ιταλία, Ελβετία, Ελλάδα, Βέλγιο, Πορτογαλία	United Airlines, US Air, Air Canada, BA, KLM, Swissair, Ολυμπιακή, TAP	Κατά προσέγγιση 40.000 εγκαταστάσεις πρακτορείων	Περίπου 14.000 εγκαταστάσεις στην Ευρώπη, 15.000 στη Β. Αμερική, 1.600 στην Καραϊβική/ Λατινική Αμερική, και 6.000 στην Άπω Ανατολή/ Αυστραλία
SABRE Ιδρύθηκε το 1976	ΗΠΑ	American Airlines (Ομάδα ABACUS των Ασιατικών Αερογραμμών προσχώρησε το 1998)	Κατά προσέγγιση 48.000 εγκαταστάσεις πρακτορείων	Περίπου 18.000 εγκαταστάσεις στη Β. Αμερική, 6.000στην Ευρώπη, 5.000 στην Καραϊβική/ Λατινική Αμερική, και 18.000 στην Άπω Ανατολή/ Αυστραλία
WORLDSPAN ιδρύθηκε το 1990	ΗΠΑ και Άπω Ανατολή	Delta, TWA, North West Airlines	Κατά προσέγγιση 18.500 εγκαταστάσεις πρακτορείων	Περίπου 9.000 εγκαταστάσεις στη Β. Αμερική, 7.000 στην Ευρώπη, και 100 στην Άπω Ανατολή/ Αυστραλία
<p><i>Πηγή:</i> Τα δεδομένα συντάχθηκαν με την υποστήριξη των Υπηρεσιών Υποστήριξης Ξενοδοχειακών Συστημάτων ΕΠΕ (Hotel Systems Support Services Ltd) βάσει της Αναφοράς για την διανομή στο ταξίδι, τόμος 7, αρ. 20 (2000) μέσω του Ξενοδοχειακού Ηλεκτρονικού Δικτύου Διανομής (Hotel Electronic Distribution Network – HEDNA).</p> <p>Σημείωση: Αν και τα GDS ξεκίνησαν από τις αερογραμμές, κάτω από τους κανόνες ανταγωνισμού δεν τους επιτρέπεται να ευνοούν συγκεκριμένες εταιρίες και στην ουσία είναι ανοικτές σε όλες τις αερογραμμές με τους ίδιους όρους και συνθήκες.</p>				

1.3.3.1. Η λειτουργία των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής

Ένα GDS, είναι ένα σύστημα διανομής των συστατικών στοιχείων των ταξιδιωτικών και τουριστικών μετακινήσεων μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή για την έκθεση των διαθέσιμων πληροφοριών και τον επηρεασμό των κρατήσεων και των

συνακόλουθων εισιτηρίων από τους παραγωγούς τουρισμού σε διεθνή κλίμακα. Από τους παραγωγούς στους χρήστες, η πώληση ενός τουριστικού προϊόντος διοικείται από ένα μεγάλο αριθμό ενδιάμεσων παραγόντων. Οι παραγωγοί είναι οι αληθινοί πελάτες του GDS, γιατί πληρώνουν στην υπηρεσία διανομής ένα ποσό για κάθε κράτηση που γίνεται. Το GDS τους υποχρεώνει να προσφέρουν τα προϊόντα τους σε όλα τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που είναι εγγεγραμμένα. Οι παραγωγοί που ενδιαφέρονται για τη διεθνή διανομή χρειάζονται αρκετά μεγάλες χρηματικές πηγές για την εγκατάσταση ενός συστήματος που να τους προσφέρει αντίστοιχη κάλυψη. Το GDS προσφέρει τέτοια κάλυψη με πολύ χαμηλότερο κόστος (Song, 2011).

Τα συστήματα κρατήσεων των παραγωγών στοκάρουν τα αποθέματα και οι κρατήσεις τοποθετούνται στην αγορά μέσω του GDS ή του δικτύου διανομής του παραγωγού. Τέτοια συστήματα μπορεί να είναι εσωτερικά ή εξωτερικά: μόνο οι μεγάλοι τουριστικοί λειτουργοί, οι αλυσίδες ξενοδοχείων ή οι διεθνείς αεροπορικές εταιρίες μπορούν να έχουν το δικό τους σύστημα κρατήσεων. Μικρές τοπικές εταιρίες φιλοξενούνται συνήθως από μια εθνική αεροπορική εταιρία, ανεξάρτητα ξενοδοχεία μπορεί να συνεργάζονται για υπηρεσίες κρατήσεων με ανεξάρτητους λειτουργούς. Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία είναι και αυτοί χρήστες του GDS και αποτελούν την τελευταία σύνδεση που συγκροτεί την αλυσίδα διανομής και τη σχέση ανάμεσα στα συστήματα κρατήσεων και ταξιδιωτών-τουριστών. Οι πελάτες δηλαδή οι ταξιδιώτες και οι τουρίστες, δε συνειδητοποιούν την ύπαρξη του GDS, αυτό που αναζητούν είναι η επιβεβαίωση του εισιτηρίου ή της κράτησης του ξενοδοχείου ή άλλου συστατικού στοιχείου ταξιδιού πριν ξεκινήσουν για το ταξιδιωτικό τους δρομολόγιο (Morrison, 2001).

Τα GDS εκπληρώνουν τέσσερις βασικούς ρόλους που συγκροτούν τη λειτουργία διανομής (Cook, 2009):

1. Τη παροχή πληροφοριών: Ο βασικός ρόλος ενός πληροφοριακού συστήματος είναι η ένδειξη των αεροπορικών προγραμμάτων και η διαθεσιμότητα των θέσεων στα αεροσκάφη με τέτοιο τρόπο ώστε η προς πώληση πληροφορία που προσφέρει να παρέχεται όσο πιο ουδέτερη γίνεται, ώστε να διευκολύνει τον πωλητή και να προστατεύει τους πελάτες από τον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών. Αυτό σημαίνει ότι οι πληροφορίες δεν πρέπει να δρουν υπέρ της μητρικής αεροπορικής εταιρίας, στην οποία και ανήκει το σύστημα διανομής, και εναντίον των άλλων εταιριών, που πληρώνουν στο ίδιο το σύστημα για τις υπηρεσίες διανομής. Αυτό το αίτημα για ουδετερότητα είναι αποτέλεσμα νομικών ενεργειών των αεροπορικών εταιριών που συμμετέχουν στα συστήματα κρατήσεων. Υπάρχουν μέχρι σήμερα τρία

κύρια πλαίσια κανονισμών που διασφαλίζουν την «ουδετερότητα της πληροφόρησης» στα Σφαιρικά Συστήματα Διανομής.

- Το 1984 τέθηκε σε ισχύ το Civil Aeronautics Board (CAB)
- Το 1989 τέθηκε σε ισχύ European Civil Aviation Conference (ECAC)
- Στις 24 Ιουλίου 1989 ρυθμίστηκαν μεταβολές από την Ευρωπαϊκή Κοινότητα (Τσάρτας, 2010).

Οι πληροφορίες που παρέχονται αφορούν:

- τη κατάσταση κάθε πτήσης ανά κατηγορία, δηλαδή τις ελεύθερες θέσεις, τις κρατημένες λίστες αναμονής και τη πληρότητα.
- την άμεση πρόσβαση στη διαθεσιμότητα.

Όλες αυτές οι υπηρεσίες έχουν επεκταθεί και σε ξενοδοχεία και ενοικιάσεις αυτοκινήτων μέσω τεχνικών διαδικασιών, οι οποίες δεν είναι τόσο εξειδικευμένες όσο των αεροπορικών εταιριών. Δηλαδή τα GDS επεκτείνονται πλέον σε όλο το φάσμα των συστατικών στοιχείων-προϊόντων της ταξιδιωτικής μετακίνησης. Τέλος είναι επίσης δυνατό να παρέχεται συγκεκριμένη πληροφορία και για άλλα συγκεκριμένα στοιχεία (π.χ. τουριστικοί λειτουργοί, charters, ferries, κρουαζιέρες), που συνιστούν συχνά συνθέσεις των επιμέρους συστατικών στοιχείων.

2. Τις κρατήσεις: Η πληροφορία είναι κατά βάση άχρηστη χωρίς τη δυνατότητα πραγματοποίησης των κρατήσεων για τις διαφορετικές υπηρεσίες και προϊόντα που διατίθενται μέσω του συστήματος.

Το σημαντικό χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί το GDS από το απλό σύστημα κρατήσεων είναι η ύπαρξη αρχείων με τα ονόματα των επιβατών, που συνοδεύονται με πληροφορίες για όλες τις υπηρεσίες που τα άτομα έχουν αγοράσει και που περιβάλλουν το κάθε συστατικό στοιχείο-προϊόν ξεχωριστά. Περιλαμβάνει επίσης πληροφορίες από τις οποίες αναγνωρίζεται το ταξιδιωτικό πρακτορείο που εξέδωσε το εισιτήριο ή έκανε την κράτηση (Manson, 2008).

Με βάση την εμφάνιση της διαθεσιμότητας είναι δυνατόν όχι μόνο να πραγματοποιούνται κρατήσεις εκ των προτέρων, αλλά επίσης να πραγματοποιούνται κρατήσεις για ενοικιάσεις αυτοκινήτων, δωματίων, και μερικές φορές ακόμη και εισιτηρίων τρένων ή τουριστικών πακέτων.

3. Την έκδοση εισιτηρίων και αποδείξεων: Η βασική λειτουργία μιας υπηρεσίας διανομής είναι να κάνει δυνατή τη συναλλαγή χωρίς να πρέπει να πάει ο πελάτης σε τουριστικό πρακτορείο. Αυτό είναι που συνιστά επαναστατική μεταβολή

στη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης των ταξιδιωτικών και τουριστικών μετακινήσεων.

Για να είναι πράγματι παγκόσμιο ένα σύστημα κρατήσεων πρέπει να έχει τη δυνατότητα να υπολογίζει τις τιμές στο τοπικό νόμισμα και να εκδίδει εισιτήρια στο νόμισμα της χώρας που γίνεται η συναλλαγή. Πρέπει να έχει επίσης τη δυνατότητα να βρίσκει τις ευκαιρίες-προσφορές, δηλαδή να βρίσκει τη χαμηλότερη τιμή για κάθε προορισμό (Παπαγεωργίου, 2007). Τα τρέχοντα συστήματα έχουν πρόσφατα εγκαταστήσει εκτύπωση δρομολογίων, παρουσιάζοντας στους πελάτες ένα πλήρες ενημερωτικό πακέτο για τις εκδρομές (π.χ. πώς να βρουν ένα ξενοδοχείο, που θα βρουν ταξί, τον τύπο του αεροσκάφους).

4. Τη διαχείριση και προώθηση των πωλήσεων των λοιπών συστατικών στοιχείων του ταξιδιού: Τα GDS έχουν αναπτύξει την ακόλουθη σειρά λειτουργιών από τους πράκτορες ή άλλους συνεργάτες για την προώθηση των πωλήσεων.

- Παρέχεται το σύστημα on line για εκπαίδευση, που καθιστά ικανούς τους πράκτορες να λύνουν προβλήματα που έχουν σχέση με το σύστημα, χωρίς να χρειάζεται να καλέσουν τη γραμμή υποστήριξης ή να υφίστανται άμεσα εκπαίδευση σε συστήματα λειτουργίας του πρακτορείου.
- Μπορεί να διαχειριστεί και να παραδώσει τις περισσότερες από τις υπηρεσίες που έχουν πωληθεί από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, καθιστώντας εφικτή την αναγκαία σύνδεση ανάμεσα στην έκδοση του εισιτηρίου και στο λογισμικό και διοικητικό σύστημα του πρακτορείου, γνωστή ως υπηρεσία back office.
- Προσφέρει λειτουργίες κλασικής υποστήριξης πωλήσεων, γνωστή ως υπηρεσία front-office. Το πιο αξιόλογο παράδειγμα είναι ότι λειτουργεί σε σύγχρονο φιλικό περιβάλλον προς τον χρήστη (Windows ή Microsoft) και με άμεση σύνδεση με τις οθόνες του GDS στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, χωρίς την ανάγκη πρόσθετων τερματικών.
- Το GDS έχει συχνά την ικανότητα να επιτρέπει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες τη δημιουργία φακέλων πελατών από τις πληροφορίες του συστήματος, να εγκαθιστά σύνδεση με εταιρίες ή να τις αναγκάζει να παραγγέλνουν συγκεκριμένα προϊόντα για τους πελάτες (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007).

1.3.3.2. Τα συστήματα διανομής στην ελληνική αγορά

Τα κορυφαία παγκόσμια συστήματα διανομής έχουν παρουσία εδώ και πολλά χρόνια και στην ελληνική αγορά.

- **Amadeus Hellas:** Μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η Amadeus έγινε παγκόσμιος ηγέτης στην παροχή κορυφαίων λύσεων στην ταξιδιωτική βιομηχανία για την διαχείριση της διανομής και την πώληση ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Συστηματικά αναβαθμίζει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της βασιζόμενοι στις πληροφορίες των διαφορετικών πελατών της, οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στο σχεδιασμό και την έρευνα ώστε να διασφαλιστεί ότι οι προσφερόμενες λύσεις της εταιρίας καλύπτουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους. Η Amadeus έχει καθιερώσει την παγκόσμια παρουσία της διατηρώντας 75 τοπικούς οργανισμούς, 5 περιφερειακά κέντρα, 3 κέντρα έρευνας και ανάπτυξης και πάνω από 6500 υπαλλήλους ενώ 75000 ταξιδιωτικές επιχειρήσεις και περισσότερα από 11000 αεροπορικά γραφεία χρησιμοποιούν το σύστημα Amadeus για να λειτουργήσουν. Από το 1993 που ξεκίνησε τις δραστηριότητές της, η Amadeus Hellas είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα, εξελιγμένα και έγκυρα συστήματα και προσφέρει ένα μεγάλο φάσμα συμβουλευτικών υπηρεσιών, εκπαίδευσης και τεχνικής υποστήριξης πελατών, με στόχο να καλύψει τις ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις του κλάδου των ταξιδιωτικών πρακτορείων σε Ελλάδα και Κύπρο (Viasinc Technical Staff, 2001).
- **Galileo Hellas:** Η Galileo, μέλος της Travelport, είναι διεθνώς μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες με εξειδίκευση στην ηλεκτρονική διανομή συστημάτων κρατήσεων στο χώρο του τουρισμού και των μεταφορών. Η Galileo Hellas SA ήταν από τα πιο διαδεδομένα συστήματα στην Ελληνική τουριστική αγορά με τοπική παρουσία σε Ελλάδα και Κύπρο και ήταν θυγατρική εταιρία της Ολυμπιακής Αεροπορίας. Το Μάρτιο του 2009 το ελληνικό δημόσιο συμφώνησε στη μεταβίβαση του μέχρι τότε κρατικού αερολιμένα στον ιδιωτικό όμιλο MIG (Marfin Investment Group) με την καινούρια επωνυμία Olympic Air, οπότε και έπαψε το πτητικό της έργο. Ως επακόλουθο της πώλησης αυτής ήταν η υπό ειδικό καθεστώς εκκαθάριση της Galileo Hellas SA, η οριστική απόλυση όλων των εργαζομένων της και η παύση χρησιμοποίησης του συστήματος αυτού από το σύνολο των ελληνικών τουριστικών πρακτορείων.

- Sabre Hellas – FORTHcrs: Ο όμιλος Sabre Holdings εκπροσωπείται στην Ελλάδα με την Sabre Hellas. Ο όμιλος αυτός εξυπηρετεί σήμερα μέσω των θυγατρικών εταιριών του (Travelocity, GetThere, Sabre Travel Network, Sabre Airlines Solutions) όλους όσοι εμπλέκονται στο τουριστικό γίγνεσθαι. Το 2001 η FORTHcrs, θυγατρική εταιρία της FORTHnet, στα πλαίσια της προσπάθειάς της να καλύψει το σύνολο των ζωτικών αναγκών της τουριστικής αγοράς, συνεργάστηκε εμπορικά με τη Sabre Hellas. Η FORTHcrs αποτελεί την πρώτη ελληνική εταιρία με αποκλειστικό αντικείμενο την τουριστική βιομηχανία και ηγείται στο χώρο παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων θέσεων και έκδοσης εισιτηρίων στην ελληνική ακτοπλοΐα και των συνδυασμένων μεταφορών. Μέσα από τη συνεργασία αυτών των δύο εταιριών, δόθηκε η ευκαιρία στις τουριστικές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση πάνω από ενιαία μάσκα στα συστήματα κρατήσεων της FORTHcrs και της Sabre. Επιπρόσθετα τους δόθηκε η δυνατότητα για την παροχή και υποστήριξη και άλλων συναφών υπηρεσιών από τον όμιλο FORTHnet όπως ολοκληρωμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (τηλεφωνία, κυκλώματα δεδομένων, Internet και άλλες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας) στις εταιρίες που βρίσκονται στα συστήματα της Sabre Hellas (www.forthcrs.gr).
- WorldSpan: Η WorldSpan είναι μια εταιρία παγκόσμιας εμβέλειας στον τομέα του ηλεκτρονικού χώρου. Τον Οκτώβριο του 2006 η η Travelport, ιδιοκτήτρια εταιρεία του συστήματος Galileo, η Gullivers Travel Associates (GTA) και η Orbitz αγόρασαν τη WorldSpan. Παρόλα αυτά συμφώνησαν στο να τρέχουν παράλληλα τα 2 GDS συστήματα και να μην ενσωματωθεί το ένα μέσα στο άλλο. Τα ελληνικά τουριστικά πρακτορεία χρησιμοποιούν το σύστημα αυτό αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με το Amadeus και Sabre (Κατσώνη, 2010) .

1.4. Πληροφοριακά Συστήματα Ξενοδοχειακών μονάδων

1.4.1. Εισαγωγή

Όπως ήδη έχει προαναφερθεί ο χώρος του τουρισμού, είναι από τους τομείς στους οποίους η τεχνολογία χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό. Μετά την ανάλυση των καινοτόμων υπολογιστικών προγραμμάτων των τουριστικών πρακτορείων σειρά έχουν αυτά των ξενοδοχειακών μονάδων. Πλήθος εταιριών προσφέρουν λογισμικά προγράμματα που απλοποιούν εργασίες που γίνονται σε reception ξενοδοχείων, σε τμήματα πωλήσεων επισιτιστικών τμημάτων και catering, σε διαχείριση ειδών

αποθήκης, προμηθειών, κοστολόγησης. Υπάρχουν επίσης συμπληρωματικά λογισμικά προγράμματα που εξασφαλίζουν σύνδεση των κεντρικών πληροφοριακών συστημάτων με νέα προϊόντα τεχνολογίας όπως ηλεκτρονικές κλειδαριές, τηλεφωνικά κέντρα, υπηρεσίες τηλεοράσεων, ψηφιακών δορυφορικών τηλεοπτικών λήψεων κ.ά. Η ποικιλία των προσφερόμενων λύσεων και η προσαρμοστικότητά τους στα διαφορετικά επιχειρησιακά περιβάλλοντα έστρεψαν το ενδιαφέρον τόσο των μεγάλων όσο και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών στο πλαίσιο της μηχανοργάνωσής τους (Ηγουμενάκης, 2004).

Τα ξενοδοχειακά software δομούν τη λειτουργία τους σε δύο μέρη, που έχουν άμεση σχέση με την αντίστοιχη δομή της ξενοδοχειακής παραγωγικής διαδικασίας και είναι τα εξής:

A) Το πρώτο μέρος αφορά τη διαχείριση των δωματίων, των συνεργασιών, των κρατήσεων, της τήρησης των λογαριασμών των πελατών και το σύνολο των σημείων πώλησης της επιχείρησης (Point of Sales - POS), με στόχο τη γρήγορη πληροφόρηση της χρέωσης του πελάτη και την αντίστοιχη πίστωση των παντός είδους αποθεμάτων και της λογιστικής παρακολούθησης. Στην ουσία εξυπηρετούνται καλύτερα οι σχέσεις της επιχείρησης με τους φιλοξενούμενους πελάτες και είναι γνωστό ως Front Office Management

B) Το δεύτερο αφορά όλο το πλέγμα των λειτουργιών διαχείρισης της ξενοδοχειακής επιχείρησης, με βασικά σημεία εφαρμογής: τη λογιστική παρακολούθηση, τη μισθοδοσία, τον έλεγχο της αποθήκης, τη διαχείριση της ενέργειας, τη συντήρηση και ασφάλεια των εγκαταστάσεων, το cash flow της επιχείρησης και είναι γνωστό ως Back Office Management (Ζαχαράτος, 2000).

Ανάλογα με το μέγεθος και τους τομείς δραστηριότητας μιας ξενοδοχειακής μονάδας, οι απαιτήσεις για μηχανοργάνωση διαφοροποιούνται. Στην πράξη, ακόμη και οι μικρότερες επιχειρήσεις εφαρμόζουν τουλάχιστον κάποιο Front Office Management σύστημα. Οι μεγαλύτερες δε, στα πλαίσια της ποιότητας του παρεχόμενου ξενοδοχειακού προϊόντος αναζητούν και εφαρμόζουν ολοκληρωμένες λύσεις με εγκαταστάσεις προγραμμάτων software σε όλα τα τμήματα, τα οποία μάλιστα συνδέονται on line ώστε να μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ενιαία βάση δεδομένων (Goeldner & Ritchie, 2001).

Σχεδόν όλα πλέον τα προγράμματα χρησιμοποιούν την τεχνολογία του λειτουργικού συστήματος H/Y Windows και είναι συμβατά και με άλλα λειτουργικά συστήματα Novell, Linux, χρησιμοποιώντας συστήματα βάσεως δεδομένων SYBASE, DB2, Interbase, SQL Server, σε αρχιτεκτονική client server, GUI, με λειτουργικές multi interactive οθόνες, ενσωματωμένες πολλές γλώσσες, internet, e-

mail, MS Word, Excel, Fax server, Data exchange, mailing merge κλπ. Επίσης, τα περισσότερα όπως ήδη αναφέρθηκε διαθέτουν interfaces για συνδέσεις με περιφερειακές συσκευές. Διαθέτουν προηγμένα εργαλεία και τεχνικές (όπως data mining, Olap Cubes, Data Analysis) που επεξεργάζονται με σύγχρονο τρόπο τα δεδομένα και δημιουργούν στατιστικές αναφορές (όπως Crystal Reports, Busservers Objects), καθώς και e-commerce ready (Ζοπουνίδης & Σίσκος, 2006).

1.4.2. Λογισμικό σύστημα Front Office Management

Ως Front Office Management ορίζεται η διαχείριση του χώρου όπου λαμβάνουν χώρα οι δοσοληψίες της επιχείρησης με τον πελάτη. Τα προγράμματα αυτά λοιπόν ανήκουν στην κατηγορία των Property Management Systems, και εμφανίζονται πολλές φορές με ενσωματωμένη την τεχνική των ERP πληροφοριακών συστημάτων καθώς και δυνατότητες CRM (Λιβέρης, 2009). Επίσης, παρέχουν σχεδόν πάντα συμβατότητα με άλλα προϊόντα ασφαλείας, In -House Entertainment, προσφέροντας την πλήρη αυτοματοποίηση. Τα σημαντικότερα επιμέρους προγράμματα που ανήκουν στην κατηγορία αυτή είναι τα ακόλουθα:

1.4.2.1 Σύστημα Διαχείρισης Πελατών

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατών (Front Office ή FO) διαθέτει πολλές δυνατότητες παραμετροποίησης. Τα κυριότερα όμως μέρη αυτού, τα οποία υπάρχουν σε όλα σχεδόν τα FO συστήματα είναι τα ακόλουθα:

- Πωλήσεις: Στις πωλήσεις δημιουργείται ένα απεριόριστο πλήθος καρτελών συνεργατών εταιριών, πρακτορείων, tour operators, με πλήρη φορολογικά και πληροφοριακά στοιχεία τα οποία μπορούν να μεταφερθούν αυτόματα στην κράτηση. Γίνεται διαχείριση συμβολαίων allotment και commitment για διαφορετικές χρονικές περιόδους. Δημιουργούνται τιμοκατάλογοι και διάφοροι τύποι χρέωσης (Θεοχαρης, 2007).
- Κρατήσεις: Οι κρατήσεις είναι η καρδιά του FO. Αυτό δημιουργεί αρχεία κρατήσεων πελατών με πολλά ενημερωτικά πεδία, τα οποία μάλιστα συνδέονται με άλλα τμήματα του προγράμματος επιτρέποντας να διατηρούνται ιστορικά αρχεία πελατών. Δημιουργεί λίστες δωματίων (rooming lists), παρακολουθεί τις κρατήσεις θέσεων, έχει πλάνο διαθεσιμότητας και γραφική απεικόνιση δωματίων, πλάνο πρόβλεψης κλινών,

δικαιουμένων, ανάλυσης πληρότητας allotment, commitment, συνολικό, ανά τύπο δωματίου για επιλεγμένη χρονική περίοδο (Ζαχαράτος, 2000).

- Υποδοχή: Η δομική αυτή ενότητα πραγματοποιεί όλες τις εργασίες της υποδοχής ενός ξενοδοχείου, όπως αφίξεις- καταχωρίσεις πελατών, χρεώσεις υπηρεσιών, πρόβλεψη μεταβλητών όρων παραμονής ανά ημέρα και ανά πελάτη, καταγραφή στοιχείων σε on line βιβλίο πόρτας, παρακολούθηση δωματίων, κίνησης εστιατορίου, δημιουργία ονομαστικών πλάνων πελατών (Θεοχάρης, 2007).
- Τήρηση Λογαριασμών Πελατών (Main Courante): Σε αυτό το σημείο πραγματοποιείται η διαχείριση των λογαριασμών των πελατών συνήθως με ιδιαίτερη ευελιξία (μεταφορά κινήσεων, έκδοση λογαριασμού συνολικά ή τμηματικά, συμπτύξεις ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών), καταχωρούνται οι κινήσεις των χρεωστών, τα μετρητά των τμημάτων, γίνονται αυτόματα οι χρεώσεις λογαριασμών με συμφωνηθείσα τιμή και πραγματοποιούνται γενικά όλοι οι έλεγχοι λογαριασμών, καθώς και εκδόσεις των αποδείξεων παροχής υπηρεσιών κατά την αναχώρηση των πελατών (Oh, 2008).
- Αναφορές: Ενδεικτικά αναφέρονται οι αναφορές που μπορούν να παράγουν τα περισσότερα ξενοδοχειακά πακέτα, όσον αφορά στο FO, σύμφωνα με τις ανάγκες των επιχειρήσεων και τον εκάστοτε νομοθετικών διατάξεων. Έτσι υπάρχει το βιβλίο Αστυνομίας (αφίξεις-αναχωρήσεις), βιβλίο αφίξεων-αναχωρήσεων, ημερήσια κατάσταση εσόδων, ανάλυση Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.), κινήσεις τμημάτων, εισπράξεων, χρεωστών, αφίξεις-αναχωρήσεις ημέρας (και εκκρεμείς), παραμονές πελατών, μηνιαίες καταστάσεις EOT, υπόλοιπα πελατών, χρεωστών, πλάνα κρατήσεων, αναλύσεις πληρότητας, ισοζύγια, προβλέψεις, αναφορές εστιατορίου, κ.ά. Οι αναφορές, εκτός των υποχρεωτικών από τον νόμο, προορίζονται για διοικητικούς ελέγχους, για στατιστικές αναλύσεις, για προγραμματισμό εργασιών, λήψη αποφάσεων κλπ (Atelievic, 2009).

Αξίζει να αναφερθεί, ότι υπάρχουν στην διεθνή και ελληνική αγορά, πακέτα διαχείρισης των FO που απευθύνονται σε μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακές μονάδες και αλυσίδες ξενοδοχείων, τα οποία διαθέτουν ανά τομέα όλες τις προαναφερθείσες λειτουργίες, αλλά λόγω του πολύ μεγαλύτερου όγκου πληροφοριών

και κινήσεων υποστηρίζουν το πακέτο, ενσωματώνοντας ολοκληρωμένα περιφερειακά προϊόντα, όπως:

- CRS, για την κεντρική διαχείριση των κρατήσεων ξενοδοχειακών αλυσίδων
- Πληροφοριακό Σύστημα Πελατών (Customer Information System ή CIS), για την κεντρική συλλογή και διανομή πληροφοριών που αφορούν στο ιστορικό των μεμονωμένων πελατών, εταιριών, πρακτορείων, μαζί με τις πληροφορίες για τις διανυκτερεύσεις
- Πρόγραμμα για τα διαδικαστικά ζητήματα των τουριστικών πρακτορείων (Travel Agent Processing ή TAP), για τον υπολογισμό και την πληρωμή των προμηθειών των πρακτορείων που συνεργάζονται με το ξενοδοχείο
- Πρόγραμμα για τη συλλογή πληροφοριών διαμονής των πελατών με σκοπό την καταχώρισή τους σε προγράμματα πιστότητας πελατών (Kotler, 2009).

1.4.2.2. Σύστημα για τα Σημεία Πώλησης του ξενοδοχείου

Το Σύστημα για τα Σημεία Πώλησης του ξενοδοχείου (Point of Sales ή POS), αποτελεί ένα ανεξάρτητο ολοκληρωμένο σύστημα παρακολούθησης σημείων πώλησης που απευθύνεται σε εστιατόρια, μπαρ, αλλά και ξενοδοχεία καθώς είναι δομημένο από τις κατασκευάστριες εταιρίες με τέτοιο τρόπο ώστε να συνδέεται με πακέτα FO, συστήματα διαχείρισης αποθήκης, συστήματα διαχείρισης κουζίνας και άλλα ξενοδοχειακά προγράμματα (Πρωτοπαπαδάκης, 2003).

Διαθέτει συνήθως αυξημένες δυνατότητες παραμετροποίησης, με καταχωρήσεις πλήθους μονάδων μέτρησης, παραστατικών (π.χ. τιμοκατάλογοι, αποδείξεις λιανικής πώλησης). Περιλαμβάνει διαχείριση πολλών τμημάτων ανά σημείο πώλησης, παρακολούθηση παραγγελιών ανά τραπέζι με δυνατότητες εκτύπωσης των παραγγελιών στην κουζίνα, αλλά και αυτόματης παραγγελιοληψίας. Προτείνεται λειτουργία σε σύγχρονο περιβάλλον touch screen οθονών, ώστε να επιβαρύνεται όσο το δυνατό λιγότερο ο τρόπος λειτουργίας των σημείων πώλησης. Υπάρχει δυνατότητα εξόφλησης λογαριασμών με πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, σύνδεση λογαριασμού πελάτη με κεντρικό λογαριασμό του FO, δυνατότητα καθορισμού τρόπου λειτουργίας (interface) της οθόνης των κινήσεων ανάλογα με το είδος της επιχείρησης (cashier- χωρίς τραπέζια, full - με τραπέζια). Σε σχέση με τα είδη που διαχειρίζεται συνήθως τα συνδέει με το αντίστοιχο τμήμα για χρέωση στο FO, καθώς και με το σύστημα διαχείρισης κουζίνας και αποθεμάτων. Πολλές φορές μάλιστα υπάρχει δυνατότητα χρήσης Bar Code (Kotler, Bowen & Makens, 2009).

Έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι ιδιαίτερα "φιλικά" με τους χρήστες, που συνήθως είναι πολλαπλοί σε αυτά τα τμήματα και με διαφορετικές ικανότητες χειρισμού. Έτσι, εμφανίζουν συνήθως μόνο τις επιτρεπόμενες εργασίες σε κάθε λογαριασμό, σύμφωνα με την τρέχουσα κατάστασή του (παραγγελία, εκτέλεση παραγγελίας, έκδοση, εξόφληση, ακύρωση) (Πατεστής, 2004). Στον ίδιο λογαριασμό επιτρέπονται πολλαπλές παραγγελίες, όπως και πολλαπλοί λογαριασμοί ανά τραπέζι. Παρακολουθούνται τα δικαιούμενα των πελατών από το FO, διενεργείται κλείσιμο ημέρας με ενημέρωση συγκεντρωτικών στοιχείων πωλήσεων, αποστολή πωλήσεων στο σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων, στο σύστημα διαχείρισης πωλήσεων και στη τήρηση λογαριασμών πελατών όταν υπάρχει η αντίστοιχη σύνδεση με τα τμήματα.. Έχει δε, δυνατότητες παραγωγής πλήθους αναφορών ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης.

Στην ουσία οι απλές ταμειακές μηχανές που λειτουργούσαν για μεγάλο χρονικό διάστημα σε τέτοια σημεία πώλησης, έχουν αντικατασταθεί με έξυπνα τερματικά, τα οποία διαθέτουν εκτός της ταχύτητας, δυνατότητες συλλογής στοιχείων προς επεξεργασία από τα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης για ουσιαστική και άμεση πληροφόρηση της διοίκησης (Θεοχάρης, 2007).

1.4.2.3. Σύστημα Διαχείρισης Εστίασης και Αποθεμάτων

Το Σύστημα Διαχείρισης Εστίασης (Food and Beverage Managemet ή F&B) είναι ένα λογισμικό το οποίο απευθύνεται στα διοικητικά στελέχη μιας ξενοδοχειακής ή επισιτιστικής επιχείρησης με σκοπό την παροχή πληροφοριών και λειτουργιών, ώστε να μειώνεται το κόστος και κατά συνέπεια να αυξάνονται τα κέρδη. Η φιλοσοφία που συναντάται και εδώ είναι της πλήρους παραμετροποίησης για τα στοιχεία της επιχείρησης, των χρηστών, των χρήσεων, των ειδών, των συναλλακτικών κινήσεων. Διαχειρίζεται τα είδη που παραγγέλλονται, εισάγονται, διακινούνται μεταξύ των τμημάτων και καταναλώνονται παρέχοντας δυνατότητες παρασκευής (σύνθεσης) συνταγών και παραγωγής (αποσύνθεσης). Εκδίδει παραστατικά ανάλογα με τις απαιτήσεις της κάθε επιχείρησης και φυσικά παράγει αναφορές με αμέτρητες επιλογές (καρτέλες είδους, πελάτη, ισοζύγια αποθήκης, ισοζύγια προμηθευτών, καταστάσεις ταμείου, ΦΠΑ, υπολοίπων, ημερολόγια αγορών, πωλήσεων κ.ά.). Δομείται λοιπόν, σε πολλαπλά υποσυστήματα τα οποία έχουν τη δυνατότητα σύνδεσης με τα συστήματα Back Office (Kozak & Baloglu, 2012).

Όπως και στο FO, έτσι και εδώ οι εταιρίες προσφέρουν το πακέτο με ενσωματωμένο ή χωριστά και το σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων (Stock

Management), αναλόγως του μεγέθους και των αναγκών της επιχείρησης. Η λειτουργία του Stock Management περιλαμβάνει κυρίως τη διαχείριση των αποθεμάτων, αλλά και των τιμών ανά κατηγορία Φ.Π.Α., τιμοκαταλόγων πώλησης, αναλύει τα κόστη ανά σημείο πώλησης, αναλύει τις πωλήσεις ανά σημείο πώλησης σε επίπεδα και κριτήρια οριζόμενα από την επιχείρηση-χρήστη, τις μέσες τιμές της αποθήκης, καθώς επίσης και διαθέτει δυνατότητες MIS με πλήθος συγκριτικών αναλύσεων κόστους-πωλήσεων με σενάρια ιδανικού και πραγματικού κόστους (Oh, 2008).

Το πιο διαδεδομένο πρόγραμμα παγκοσμίως στο χώρο της εστίασης είναι το MICROS- Fidelio που προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις για όλες τις επιμέρους λειτουργίες μιας εστιατορικής επιχείρησης. Έχει καθιερωθεί στις πιο ανταγωνιστικές αγορές με πάνω από 15000 εγκαταστάσεις, παγκοσμίως. Απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους και καλύπτει απλές ή σύνθετες λειτουργικές ανάγκες. Τα σχετικά προγράμματα της MICROS-Fidelio χρησιμοποιούν γνωστές αλυσίδες, όπως: InterContinental Hotels Group, Hilton International, Marriott International, Four Seasons, Wyndham Hotels, Le Meridien Hotels και Best Western κ.α. (Θεοχάρης, 2007).

1.4.2.4. Σύστημα Διαχείρισης Πωλήσεων και Υπηρεσιών Τροφοδοσίας

Το σύστημα Διαχείρισης Πωλήσεων και Υπηρεσιών Τροφοδοσίας (Sales & Catering Management) ενσωματώνει και μοιράζεται πληροφορίες και από τα δύο τμήματα μιας ξενοδοχειακής μονάδας, το τμήμα πωλήσεων και το τμήμα δεξιώσεων. Παρέχει δυνατότητες παρακολούθησης των διαφόρων εκδηλώσεων (δεξιώσεις, συνέδρια, εκθέσεις, meetings), διαχειρίζεται κρατήσεις με υποπρογράμματα ανάλογα των κρατήσεων του FO, έχει δυνατότητες εκτύπωσης μενού, δελτίων εκδήλωσης και συμβολαίων καθώς και δημιουργία πολλών πληροφοριακών και στατιστικών αναφορών. Είναι λογικό να συνδέεται άμεσα με το FO και το F&B για την παρακολούθηση του απαιτούμενου stock για τις δεξιώσεις.

Αξίζει να αναφερθεί ότι στα προγράμματα του F&B και Sales & Catering ιδιαίτερα βοηθητικά, ιδιαίτερα την εποχή της ταχύτητας που ζούμε, είναι τα συστήματα ασύρματης παραγγελιοληψίας που προορίζονται για χρήση από αυτόνομες ή ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μαζικής εστίασης. Είναι μια σχετικά καινούργια εφαρμογή της πληροφορικής, που εξυπηρετεί τα στάδια των διαδικασιών συλλογής δεδομένων, όπως είναι η παραγγελιοληψία, η παραλαβή εμπορευμάτων, η οργάνωση της αποθήκης και το merchandising.

Κάθε σύστημα περιλαμβάνει μια κεντρική μονάδα και μπορεί να αντικατασταθεί με υπολογιστή, ο οποίος διαθέτει το ανάλογο software, ηλεκτρονικά μπλοκ σερβιτόρων, έναν εκτυπωτή αποδείξεων, έναν εκτυπωτή παραγγελιών, ενδεχομένως ένα ασύρματο σταθερό τερματικό και πομποδέκτη υπέρυθρων ακτινών (εμβέλειας 30 - 40 μέτρων) ή πομποδέκτη ραδιοσυχνότητας (εμβέλειας ως 250 μέτρα) που λαμβάνει τις εντολές από τα τερματικά και αντίστροφα.

Τα ηλεκτρονικά μπλοκ των σερβιτόρων στην ουσία είναι φορητά τερματικά που έχουν αμφίδρομη επικοινωνία με την κεντρική μονάδα, μπορεί ακόμη να έχουν εικόνες αφής, τα οποία διαχειρίζονται πολλαπλές εκτυπώσεις στα τμήματα παρασκευής ειδών και συνεργάζονται με τον φορολογικό εκτυπωτή ή την ταμειακή μηχανή της επιχείρησης.

Τα συστήματα αυτόματης παραγγελιοληψίας μειώνουν το χρόνο που είναι απαραίτητος για το σερβίρισμα, δίνουν τη δυνατότητα στους σερβιτόρους να παραμένουν περισσότερη ώρα κοντά στους πελάτες, συμβάλλοντας στη θετική εικόνα της επιχείρησης, εκμηδενίζουν τις μεγάλες αποστάσεις και εξασφαλίζουν άμεση επικοινωνία μεταξύ απομακρυσμένων χώρων και τέλος πραγματοποιείται άμεση ενημέρωση των on line συνδεδεμένων τμημάτων. Το κόστος αγοράς ενός ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης για χώρους μαζικής εστίασης είναι μικρό σε σχέση με την αύξηση των κερδών που μπορεί να επιφέρει η εφαρμογή του (Φιλιππίδης & Τζένος, 2001).

1.4.5. Λογισμικό σύστημα Back Office Management

Το Back Office Management έχει πολλά κοινά με τη διαχείριση μιας οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης. Η λογιστική παρακολούθηση, η μισθοδοσία, ο έλεγχος της αποθήκης, η διαχείριση ενέργειας, η συντήρηση και η ασφάλεια των εγκαταστάσεων κλπ αποτελούν μερικές από τις βασικότερες λειτουργίες του οι οποίες μπορούν να καλυφθούν μηχανογραφικά.

Ανάλογα με το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας, παρατηρούμε ότι η μηχανοργάνωση εφαρμόζεται είτε με την μερική/ολική εγκατάσταση γενικών προγραμμάτων που αφορούν τις εμπορικές επιχειρήσεις (μικρότερες ξενοδοχειακές μονάδες), είτε με εγκατάσταση εξειδικευμένων προγραμμάτων, που δημιουργούν οι διάφορες εταιρίες πληροφορικής, για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Ενδεικτικά, οι τομείς εφαρμογών των ξενοδοχειακών software, αφορούν:

- Γενική Λογιστική με διαχείριση λογιστικού σχεδίου, παραμέτρων λογαριασμών, παραμετρικών αρχείων γενικής λογιστικής, βιβλίων γενικής

λογιστικής, λογιστικών άρθρων για καταχωρήσεις επαναλαμβανόμενων λογιστικών κινήσεων.

- Διαχείριση κέντρων κόστους, πελατών, προμηθευτών για χρήση του λογιστηρίου, της διεύθυνσης, των πωλήσεων, των τμημάτων παραγωγής.
- Δυνατότητες αναφορών/εκτυπώσεων, συγκεντρωτικών καταστάσεων σύμφωνα με άρθρο 20 Κ.Β.Σ., λογαριασμών, ημερολογίων, καταστάσεων οικονομικών & ελέγχου, καθώς και διαχείριση και εκτύπωση αριθμοδεικτών (οικονομικής διαθρώσεως, απόδοσης και αποδοτικότητας, διαχειριστικής πολιτικής) και τέλος δημιουργίας στατιστικών οικονομικών δεδομένων.
- Μισθοδοσία, στοιχεία προσωπικού, διαχείριση-παρακολούθηση αδειών, απουσιών, εκπαιδευτικών σεμιναρίων, προσλήψεων κλπ (Βαρβαρέσος, 2000).

Το πιο ευρέως διαδεδομένο σύστημα μισθοδοσίας και διαχείρισης προσωπικού παγκοσμίως στις ξενοδοχειακές μονάδες είναι το Payroll ενώ για την παρακολούθηση των λοιπών λογιστικών τους αναγκών το κάθε ξενοδοχείο χρησιμοποιεί είτε κάποιο πρόγραμμα accounting που υπάρχει έτοιμο στην αγορά (π.χ. Κεφάλαιο 4) ή στηριζόμενο σε κάποιο πρότυπο υπάρχοντος προγράμματος δημιουργεί το δικό του βάσει των δικών του αναγκών. Στην κατηγορία του back office εντάσσονται και τα προγράμματα διαχείρισης παγίων. Αυτά με την σειρά τους είναι προγράμματα τα οποία συνήθως διαθέτουν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν στην κυριότητα τους όγκο κτιριακών εγκαταστάσεων και τα οποία αναπροσαρμόζουν τις αποσβέσεις αυτών ανά πάσα στιγμή.

1.4.6. Άλλα προϊόντα και εφαρμογές

Τα πλεονεκτήματα που έχει ένα ξενοδοχείο χρησιμοποιώντας τους υπολογιστές και τα ξενοδοχειακά προγράμματα, για την αυτοματοποίηση των λειτουργιών του, είναι πλέον αποδεδειγμένα. Οι εταιρίες πληροφορικής ταυτόχρονα με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών, ανέπτυξαν επί μέρους προγράμματα ώστε να επιτυγχάνεται η ηλεκτρονική διαχείριση όλων των τομέων της ξενοδοχειακής λειτουργίας. Έτσι, οι υπολογιστές χρησιμοποιούνται για να ελέγχουν τον κλιματισμό, φωτισμό και ενέργεια στο δωμάτιο του πελάτη, να ελέγχονται οι κλειδαριές των δωματίων, η κατανάλωση ειδών στο μίνι μπαρ του δωματίου, η διασκέδαση μέσω επιλογής ταινιών, ο πλήρης έλεγχος των χώρων με συστήματα συναγερμού και πυρασφάλειας, οι επικοινωνίες όλης της ξενοδοχειακής μονάδας και

η κράτηση δωματίου από απόσταση. Ανάλογα μάλιστα με τις δυνατότητες των ξενοδοχειακών πακέτων ή την επιθυμία της επιχείρησης, δίνεται η δυνατότητα on line σύνδεσής τους με το front ή back office (Page, 2011).

Οι εταιρίες φαίνεται ότι εκμεταλλεύονται με τον καλύτερο τρόπο τις δυνατότητες που προσφέρουν οι σύγχρονες τεχνολογίες για την δημιουργία αυτών των εφαρμογών. Έτσι τα περισσότερα χρησιμοποιούν τεχνολογία Windows, γραφικό περιβάλλον, αρχιτεκτονική client server, ως βάση δεδομένων συναντούμε SQL server ή INTERBASE. Επίσης πολλά πακέτα χρησιμοποιούν σύγχρονα εργαλεία παραγωγής αναφορών όπως infomaker, crystal reports. Απώτερος στόχος όλων των εταιριών παραγωγής λογισμικού είναι η ευχρηστία και λειτουργικότητα των προγραμμάτων καθώς και η ευκολία εκμάθησης των χρηστών. Όλες βέβαια οι εταιρίες συμπεριλαμβάνουν στις υπηρεσίες τους την εκπαίδευση του προσωπικού των επιχειρήσεων στις οποίες εγκαθιστούν τα προϊόντα τους. Τέλος η τεχνική υποστήριξη των πελατών τους δηλαδή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων παρέχεται συνήθως με ετήσια συμβόλαια συντήρησης τα οποία υπογράφονται μεταξύ των συμβαλλομένων ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες και συνήθως συμπεριλαμβάνεται 24ωρη βοήθεια (Gupta & Malik, 2005).

1.4.6.1. Ηλεκτρονικές ή μαγνητικές κάρτες δωματίου.

Στην πλειοψηφία των ξενοδοχειακών μονάδων τα παλιά κλασικά κλειδιά έχουν αντικατασταθεί από ηλεκτρονικές ή μαγνητικές κάρτες που συνδέονται με το FO. Οι κάρτες αυτές ενεργοποιούνται με το check in του πελάτη και διαρκούν όσο ο χρόνος παραμονής του. Μέσω του προγράμματος αυτού το ξενοδοχείο εξασφαλίζει επιπλέον δυνατότητες καθορισμού επιπέδου πρόσβασης ασφαλείας, παρέχοντας στο ξενοδοχείο έλεγχο ανοίγματος πόρτας ανά πάσα στιγμή. Επίσης με τη χρησιμοποίηση των καρτών εξοικονομείται ενέργεια αφού το ηλεκτρικό ενεργοποιείται με την τοποθέτηση της κάρτας σε ειδική υποδοχή σε τοίχο του δωματίου μόνο όσο ο πελάτης βρίσκεται μέσα σε αυτό.

Στον κλάδο της φιλοξενίας, η VingCard a.s. προμηθεύει την αγορά των ξενοδοχείων και των κρουαζιερόπλοιων με ηλεκτρονικές κλειδαριές υψηλής τεχνολογίας για την ασφάλεια των δωματίων αλλά και των φιλοξενούμενων. Είναι κυρίαρχος παγκοσμίως στα συστήματα κλειδαριών που λειτουργούν με κάρτα. Με περισσότερες από 3.5 εκατομμύρια εγκαταστάσεις (σε χιλιάδες ξενοδοχεία, κρουαζιερόπλοια, θέρετρα), το όνομα της είναι αναγνωρίσιμο παγκοσμίως και εστιάζει κυρίως στην ποιότητα και το περιβάλλον. Απόδειξη της ευαισθησίας της για

τα δύο αυτά πεδία είναι η κατοχή των πιστοποιητικών ISO 9001, 2000 και ISO 14001 που εγγυούνται ότι τα προϊόντα της έχουν υψηλή ποιότητα και κατασκευάζονται σε εγκαταστάσεις «φιλικές προς το περιβάλλον» (Πατεστής, 2004).

1.4.6.2. Χρηματοκιβώτια

Κάποιες από τις προαναφερθείσες ηλεκτρονικές κάρτες δίνουν τη δυνατότητα παράλληλης χρήσης τους στο χρηματοκιβώτιο του δωματίου, με προσωπικό κωδικό ασφαλείας που δίνεται εμπιστευτικά στον πελάτη για την περίοδο της διαμονής του και αλλάζει με την αποχώρηση του. Συνδέεται και αυτό με το FO για να εξασφαλιστεί μια πρόσθετη ασφάλεια αφού υπάρχει δυνατότητα εκτύπωσης των τελευταίων ανοιγμάτων από τη ρεσεψιόν.

1.4.6.3. Προϊόντα ψυχαγωγίας

Χρησιμοποιώντας το εκάστοτε ξενοδοχείο την υφιστάμενη καλωδίωση κεραίας και με ένα κεντρικό υπολογιστή (server), που συνήθως βρίσκεται κοντά στο χώρο της υποδοχής, ελέγχονται όλες οι τηλεοράσεις των δωματίων. Ένας δεύτερος υπολογιστής διαμορφώνει τις πληροφορίες και τις αγορές που πραγματοποιούνται από τον πελάτη, όπως Video players, cd players, sony play stations, video on demand εμφανίζοντας τον λογαριασμό για τις παραπάνω χρήσεις, ώστε να μεταφερθεί η χρέωση στον κεντρικό λογαριασμό του καθότι υπάρχει αμφίδρομη επικοινωνία των συστημάτων. Πολλές φορές υπάρχει συνδυασμός δορυφορικής τηλεόρασης και internet μέσω της οθόνης της τηλεόρασης του δωματίου (Ηγουμενάκης, 2004).

1.4.6.4. Αυτοματοποιημένα συστήματα για μπαρ δωματίου

Με τα συστήματα αυτά παρέχεται η δυνατότητα αυτόματης καταχώρισης του κόστους αγοράς των προϊόντων του ψυγείου κάθε δωματίου στο λογαριασμό του πελάτη και επιτυγχάνεται εκμηδένιση των απωλειών, αποφυγή δυσάρεστων καθυστερήσεων κατά το check out, παρακολούθηση συγκεκριμένης κατανάλωσης σε συγκεκριμένα δωμάτια, παρακολούθηση stock, έλεγχο ημερομηνιών λήξεως προϊόντων, έκδοση στατιστικών καταστάσεων κ.λ.π. Όλα αυτά προσφέρουν ευκολία στον πελάτη και στο ξενοδοχείο (Goeldner & Ritchie, 2001).

1.4.6.5. Ιδιωτικό τηλεφωνικό σύστημα

Ένα ιδιωτικό τηλεφωνικό σύστημα (Private Branch Exchange ή PBX) χρησιμοποιείται μέσα σε μία οποιαδήποτε εταιρία. Οι χρήστες του τηλεφωνικού συστήματος PBX τηλεφωνούν εκτός εταιρίας με κοινή χρήση μίας σειράς εξωτερικών γραμμών. Το PBX συνδέει τα εσωτερικά τηλέφωνα μέσα σε μία επιχείρηση μεταξύ τους αλλά και με το δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο μεταγωγής (public switched telephone network ή PSTN). Μία από τις τελευταίες τάσεις στην εξέλιξη των τηλεφωνικών συστημάτων PBX είναι το VOIP PBX, που χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο Internet για τη μετάδοση των κλήσεων.

Στην περίπτωση του ξενοδοχείου, η ύπαρξη ενός τέτοιου προηγμένου συστήματος είναι ιδιαίτερα σημαντική και αναγκαία. Στην πλειοψηφία των ξενοδοχειακών μονάδων το κάθε δωμάτιο συνδέεται χωρίς χρέωση με όλα τα υπόλοιπα δωμάτια αλλά και τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου προς εξυπηρέτηση του. Επίσης έχει τη δυνατότητα ο πελάτης να κάνει από το δωμάτιο του και εξωτερικά τηλεφωνήματα με χρέωση η οποία περνάει αυτόματα στο λογαριασμό του δωματίου του (Γιαννακόπουλος & Παπουτσή, 2003).

1.4.7. Παρουσίαση του προγράμματος Hotelworks

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται ένα υπαρκτό προηγμένο πρόγραμμα διαχείρισης ξενοδοχείων το Hotelworks της Bluebyte Software, το οποίο προσφέρει στις σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες ολοκληρωμένη κάλυψη των μηχανογραφικών τους απαιτήσεων, διαθέτει πλήθος εργαλείων που καλύπτουν όλες τις ανάγκες του FO και Back Office και όλες τις απαραίτητες λειτουργίες που καθιστούν την παρακολούθηση των οικονομικών δεδομένων εύκολη υπόθεση.

Το Hotelworks εκτός του ότι καλύπτει μεμονωμένα ξενοδοχεία καλύπτει και την κατηγορία των αλυσίδων ξενοδοχείων, δηλαδή προσφέρει την δυνατότητα να παρακολουθούνται στην ίδια βάση πολλές ξενοδοχειακές μονάδες ταυτόχρονα. Αυτό σημαίνει ότι η διοίκηση του ξενοδοχειακού ομίλου μπορεί να παρακολουθεί τις κρατήσεις, την διαθεσιμότητα και τις οικονομικές κινήσεις όλων των μονάδων του μέσα από την ίδια βάση.

Το Hotelworks πλαισιώνεται και από μια ομάδα εξειδικευμένων εφαρμογών που καλύπτουν όλο το φάσμα των εργασιών ενός ξενοδοχείου:

- POS: Ένα πρόγραμμα Η/Υ που διαχειρίζεται τις πωλήσεις των διαφόρων τμημάτων του ξενοδοχείου συνήθως από οθόνες αφής. Περιλαμβάνει πελάτες, αποδείξεις, τιμολόγια, εισπράξεις, ενημέρωση αποθηκών, αξιόγραφα.
- POS Wireless: Η δυνατότητα χειρισμού πωλήσεων μέσα από ασύρματα τερματικά PDA. Πχ. παραγγελιοληψία από σερβιτόρο στο τραπέζι του πελάτη. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιήθηκε υψηλή τεχνολογία σύνδεσης μέσω Internet Explorer ή οποιουδήποτε άλλου browser. Αυτό σημαίνει πλήρη ανεξαρτοποίηση από κατασκευαστές PDA, ασύρματη σύνδεση μέσω τοπικού υπολογιστή ή τελειώς απομακρυσμένη διαχείριση μέσω σύνδεσης Internet.
- F&B: Κάλυψη επισιτιστικών μονάδων που διαχειρίζεται αποθήκες, προμηθευτές, αγορές, διακινήσεις, οικονομική διαχείριση, τιμολόγια αγορών, πληρωμές, αξιόγραφα.
- Σύνδεση Hotelworks με POS.: Η δυνατότητα ενημέρωσης του ξενοδοχείου για καταναλώσεις που δεν πληρώθηκαν στα διάφορα τμήματα, αλλά πρέπει να χρεωθούν στον λογαριασμό του παραμένοντα πελάτη. Η ενημέρωση γίνεται σε πραγματικό χρόνο, και όχι με γέφυρες στο τέλος της ημέρας.
- Σύνδεση F&B με POS: Η δυνατότητα να ενημερώνεται η αποθήκη του F&B από τις πωλήσεις POS. Το F&B και το POS της BlueByte είναι ενιαία εφαρμογή και η ενημέρωση γίνεται σε πραγματικό χρόνο.
- Multi F&B – Multi Hotel: Η πιο περίπλοκη δυνατότητα. Πολλά Ξενοδοχεία και πολλά τμήματα πώλησης σε μία βάση δεδομένων. Τα Ξενοδοχεία βρίσκονται διάσπαρτα παντού, το ίδιο και τα τμήματα πώλησης. Πολλά ξενοδοχεία εξυπηρετούνται από πολλά τμήματα πώλησης και το αντίστροφο. Όλα σε μία βάση δεδομένων και διαχείριση μέσα από μία οθόνη.
- Σύνδεση τηλεφωνικών κέντρων με Hotelworks: Η δυνατότητα διπλής επικοινωνίας του τηλεφωνικού κέντρου με το πρόγραμμα και αντίστροφα. Πχ. ο πελάτης κάνει ένα τηλεφώνημα και αυτόματα γίνεται η χρέωση στο δωμάτιο του πελάτη ή ο υπάλληλος της υποδοχής δίνει εντολή αναχώρησης και αυτόματα ενημερώνεται και το τηλεφωνικό κέντρο. Στην περίπτωση απομακρυσμένων ξενοδοχείων, στο κάθε ξενοδοχείο εγκαθίσταται ένα

πρόγραμμα σύνδεσης και μέσα από το Internet επικοινωνεί με την κεντρική βάση δεδομένων.

- Σύνδεση όλων των προγραμμάτων ενός ξενοδοχείου με τη γενική λογιστική: Η αποστολή των οικονομικών κινήσεων από τα προγράμματα διαχείρισης στην γενική λογιστική. Χρησιμοποιείται τεχνολογία online ενημέρωσης χωρίς την χρήση σειριακών αρχείων και δύσκολων γεφυρών (Page 2011).

1.4.8. Πακέτα software που χρησιμοποιούνται σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Στην συνέχεια παρουσιάζεται σύντομος ενδεικτικός πίνακας ελληνικών software πακέτων, με κάθε επιφύλαξη σε πιθανές αλλαγές, συγχωνεύσεις και εξαγορές των εταιριών που τα παρέχουν, γεγονός εξαιρετικά σύνηθες για τη διεθνή και ελληνική αγορά τα τελευταία χρόνια.

Πίνακας 1.2. Software πακέτα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα (Κατσώνη, 2006)

<i>Εταιρία</i>	<i>Όνομα πακέτου</i>	<i>Τομείς εφαρμογών</i>
Altec www.altec.gr	Filos	FO, POS, F&B, Back Office
Blue Byte www.bluebyte.gr	Hotelworks	FO, Back Office
Decision Systems Integration (Info-Quest) www.decision.gr	Abacus	FO, Back Office, POS
Delta Singular www.singularhospitality.gr	Singular Hotel system	FO, F&B, POS, Sales & Catering, Interfaces
Eurotel	Fidelio micros, Opera	FO, F&B, POS, Sales & Catering, Back Office
Hit A.E, www.hit.com & Protel www.protel-net.com	Ερμής, Labware., F& B	FO, POS, Banqueting, Sales & Catering, Interfaces, Back Office
Πολιάδης www.filoxenia.gr	Filoxenia	FO, F&B, POS
Sunsoft www.sunsoft.gr ,	Αλέξανδρος	FO, F&B, Back Office
Sysco www.sysco.gr	His Epitome for Windows	FO, F&B
Unidata AEBE www.unidata.gr	Hotel Master	FO, Back Office.

1.5. Τουρισμός και διαδίκτυο

1.5.1. Εισαγωγή

Τα τελευταία έτη, παρατηρείται διεθνώς τεράστια επέκταση της χρήσης του Internet και παράλληλα μεγάλη μείωση του κόστους του και ταχύτατη ανάπτυξη της υποδομής του. Καθημερινά ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται με γεωμετρική πρόοδο και αυτό έχει σαν επακόλουθο και την αλλαγή του τρόπου με τον οποίο οι υποψήφιοι τουρίστες εξασφαλίζουν πληροφόρηση, σχεδιάζουν αλλά και κλείνουν τις διακοπές τους. Μέχρι πρότινος οι προμηθευτές των τελικών τουριστικών προϊόντων, δηλαδή τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, οι αεροπορικές εταιρίες κλπ βασίζονται στα ταξιδιωτικά γραφεία, τους Tour Operators, για τη διοχέτευση των προϊόντων τους στους τελικούς καταναλωτές-τουρίστες. Η ραγδαία αύξηση της χρήσης του διαδικτύου όμως δίνει τη δυνατότητα σε εκατομμύρια ανθρώπους στον κόσμο να αγοράζουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες από τον υπολογιστή τους, στο γραφείο ή το σπίτι, και να κάνουν κρατήσεις ή να αγοράζουν εισιτήριο για πτήσεις ή να κλείνουν δωμάτιο σε ξενοδοχείο σε τιμές προσιτές και συμφέρουσες για αυτούς (Βαρβαρέσος, 2000).

1.5.2. Το διαδίκτυο ως εργαλείο προβολής και πληροφόρησης

Μέρα με τη μέρα όλο και περισσότερα άτομα συγκεντρώνουν την απαραίτητη πληροφόρηση και οργανώνουν τις διακοπές τους μέσα σε ηλεκτρονικές σελίδες του διαδικτύου. Ο τουρισμός ήταν από τις πρώτες και παραμένει μία από τις βασικές υπηρεσίες που αναπτύχθηκαν στο διαδίκτυο. Γι' αυτό και υπάρχουν άπειρες ηλεκτρονικές σελίδες σχετικά με ταξίδια και διακοπές για κάθε χώρα του κόσμου. Η προετοιμασία των διακοπών από την οθόνη του υπολογιστή μπήκε στην καθημερινότητα, με αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι, σε ολόκληρο τον κόσμο, να στρέφονται στο διαδίκτυο πριν τελικώς επισκεφθούν τον τόπο των διακοπών τους. Όσο, μάλιστα, πιο εμπεριστατωμένη είναι η αναζήτηση των προσφορών και των παρεχόμενων υπηρεσιών στους προορισμούς, η ανίχνευση των χώρων, η ενημέρωση για τα αξιοθέατα και τα πολιτιστικά μνημεία, τόσο περισσότερες είναι οι ευκαιρίες για πιο ευχάριστη παραμονή (Morrison, 2001).

Με την ανάπτυξη κιόλας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την κοινοποίηση μεγάλου αριθμού προσωπικών φωτογραφιών από διάφορα μέρη του κόσμου, μία εικόνα μπορεί να κάνει το γύρο του κόσμου σε λίγα μόνο λεπτά και το μέρος αυτό να αποκτήσει ξαφνικά μεγάλη ζήτηση.

Για την Ελλάδα είναι πάμπολλες οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις τουριστικού περιεχομένου, στα ελληνικά αλλά και στις βασικές διεθνείς γλώσσες, με πολλές χρηστικές πληροφορίες για κάθε είδους τουρισμού. Το διαδίκτυο είναι πρωτίστως ένα μέσο διανομής πληροφοριών. Σε αυτό υπάρχει πληθώρα στοιχείων σχετικά με δρομολόγια μεταφορικών εταιριών, υπηρεσίες, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, καθαρές ακτές, διαδρομές κ.α. Προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη να έχει μία σειρά από πληροφορίες, τόσο γενικές όσο και πιο εξειδικευμένες. Υπάρχουν διευθύνσεις/κόμβοι οι οποίες φιλοδοξούν να λειτουργήσουν ως ταξιδιωτικοί σύμβουλοι, παρέχοντας πλήθος πληροφοριών για ταξίδια.

1.5.3. Το διαδίκτυο ως εργαλείο κρατήσεων και πωλήσεων

Το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα άμεσης on line κράτησης στους διάφορους προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών. Δεκάδες ταξιδιωτικά πρακτορεία λειτουργούν στο διαδίκτυο, προσφέροντας πακέτα διακοπών και αεροπορικά εισιτήρια. Το ίδιο κάνουν και πολλές αεροπορικές εταιρίες, τουριστικά καταλύματα σε πολύ δελεαστικές τιμές.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ανάλογα με το μέσο που επιθυμεί να χρησιμοποιήσει ο εν δυνάμει ταξιδιώτης θα αποφασίσει κατά πόσο τον συμφέρει οικονομικά να το κλείσει μέσω διαδικτύου ή μέσω τουριστικού πρακτορείου ή κατευθείαν από τα εκδοτήρια του εκάστοτε μέσου:

- **Αεροπορικά εισιτήρια:** Η κάθε αεροπορική εταιρεία πέρα από τις διαθέσιμες θέσεις που δίνει στα τουριστικά πρακτορεία κρατάει και έναν αριθμό θέσεων αποκλειστικά και μόνο για on line κρατήσεις. Τα εισιτήρια αυτά είναι σε πολύ πιο προσιτές τιμές, αλλά οι θέσεις είναι περιορισμένες και ο εν δυνάμει ταξιδιώτης πρέπει να το αγοράσει εκείνη τη στιγμή χωρίς να έχει τη δυνατότητα αλλαγής του εισιτηρίου τις περισσότερες φορές ή αν την έχει η επιβάρυνση είναι δυσανάλογα μεγάλη με την τιμή του εισιτηρίου. Υπάρχουν και αεροπορικές εταιρίες, οι λεγόμενες low cost, όπως η easy jet και η Ryanair που πουλούν τα εισιτήρια τους αποκλειστικά μέσω της ηλεκτρονικής τους σελίδας, χωρίς την δυνατότητα διαμεσολάβησης τουριστικών πρακτορείων (Κόμινης, 2004).
- **Ακτοπλοϊκά εισιτήρια:** Τα εισιτήρια αυτά είναι διαθέσιμα και στο διαδίκτυο, και σε διάφορα τουριστικά πρακτορεία αλλά και στα εκδοτήρια των εταιριών που βρίσκονται επί των πλείστων κοντά σε λιμάνια. Η τιμή αυτών δεν διαφοροποιείται σχεδόν καθόλου από οπουδήποτε και αν αγοραστούν. Η

προμήθεια των διαμεσολαβητών εμπεριέχεται στην ήδη αναγραφόμενη τιμή χωρίς την δυνατότητα προσαρμογής της.

- Εισιτήρια τρένων: Η αγορά εισιτηρίων τρένων είναι αρκετά διαδεδομένη στα περισσότερα μέρη του κόσμου εδώ και χρόνια. Στην Ελλάδα αναπτύχθηκε εδώ και 2 χρόνια και πλέον είναι δυνατή η αγορά αυτών μέσω της ιστοσελίδας του ΟΣΕ. Η τιμή αυτών παραμένει η ίδια πέρα από κάποιες προσφορές που βγαίνουν ανά διαστήματα και αφορούν μόνο για αγορά μέσω ίντερνετ.
- Εισιτήρια λεωφορείων: Στην ελληνική αγορά ακόμα δεν είναι αρκετά διαδεδομένη η αγορά αυτών μέσω διαδικτύου. Επικρατεί η κλασική μέθοδος αγοράς μέσω του εκάστοτε πρακτορείου ή μέσω τηλεφωνικής κράτησης (Σωτηριάδης, 2002).

Στις μέρες μας υπάρχει πληθώρα ανεξάρτητων ιστοσελίδων μέσω των οποίων μπορεί κάποιος να βάλει τις ημερομηνίες που θέλει να ταξιδέψει ή να διαμείνει σε ένα μέρος και να του εμφανιστούν όλοι οι δυνατοί συνδυασμοί πτήσεων και όλα τα διαθέσιμα καταλύματα με σχόλια προηγούμενων πελατών, τιμές, βαθμολογίες και πληροφορίες και μέσα από αυτά να κάνει τη κράτηση του. Είναι απόλυτα εύλογο ότι μέσω διαδικτύου πέρα από την πιθανή διαφορά τιμής, ο χρόνος που απαιτείται είναι συγκριτικά πολύ μικρότερος από αυτό των άλλων 2 περιπτώσεων. Στην περίπτωση της on line κράτησης χρειάζονται μονάχα λίγα λεπτά και το εισιτήριο βρίσκεται έτοιμο και εκτυπωμένο μπροστά στον ταξιδιώτη ο οποίος δεν έχει χάσει καθόλου χρόνο σε μετακινήσεις και τηλεφωνικές συνεννοήσεις, ειδικότερα στην εποχή που διανύουμε που ο χρόνος του καθένα είναι πολύ περιορισμένος.

Πέρα όμως από τα θετικά της αγοράς μέσω διαδικτύου υπάρχουν και κάποια στοιχεία τα οποία πρέπει να προσέχει κανείς και πολλές φορές αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για πολλούς ανθρώπους. Πρώτα από όλα όπως ήδη έχει προαναφερθεί στην περίπτωση αγοράς μέσω διαδικτύου, το ανάλογο αντίτιμο πρέπει να πληρωθεί εκείνη τη στιγμή για να μπορέσει ο ταξιδιώτης να προλάβει την τιμή της προσφοράς, χωρίς την δυνατότητα αλλαγής ή ακύρωσης. Στην περίπτωση διαμεσολάβησης του τουριστικού πρακτορείου, υπάρχει η δυνατότητα κράτησης θέσεως για κάποιες μέρες χωρίς να είναι υποχρεωμένος να το αγοράσει και στο εν λόγω διάστημα μπορεί να προχωρήσει σε αλλαγή ή και ακύρωση αυτού χωρίς καμία επιβάρυνση. Παρέχεται επίσης η δυνατότητα πίστωσης από τη μεριά του πρακτορείου για τη διευκόλυνση του πελάτη τους, γεγονός πολύ σημαντικό για εταιρίες που η συχνότητα και το όγκος αγοράς εισιτηρίων είναι μεγάλος. Ακόμα το απρόσωπο στοιχείο του διαδικτύου ειδικότερα σε άτομα μεγάλης ηλικίας τους

δημιουργεί ένα αίσθημα ανασφάλειας σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά. Τέλος η χρησιμοποίηση χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας είναι ακόμα για πολλούς το μελανό σημείο της αγοράς μέσω Internet. Για τη εξάλειψη του φόβου αυτού δημιουργήθηκαν ειδικές εταιρίες όπως η Paypal που εξασφαλίζουν την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω αυτών αλλά και δημιουργία της προπληρωμένης κάρτας από την μεριά των τραπεζών (Τσάρτας, 2010).

Στην Ελλάδα τα πράγματα είναι ακόμα αρκετά διαφοροποιημένα σε σχέση με τα διεθνώς τεκταινόμενα. Οι αγορές μέσω Internet αυξάνονται καθημερινά αλλά οι αριθμοί είναι πολύ μικρότεροι από αυτούς άλλων χωρών, το οποίο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη μη εξοικείωση στη χρήση του Internet από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας που απευθύνονται για τις αγορές τουριστικών προϊόντων επί των πλείστων στα τουριστικά πρακτορεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Μεθοδολογία και αποτελέσματα έρευνας

2.1. Εισαγωγή

Η έρευνα που πραγματοποιείται έχει σαν βασικό της σκοπό να επιδείξει ποια από τα πιο ευρέως διαδεδομένα πληροφοριακά συστήματα στο ξενοδοχειακό τομέα χρησιμοποιούνται στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων του νομού Αττικής. Στη συνέχεια αναλύει τα συστήματα αυτά, τις διασυνδέσεις που υπάρχουν ανάμεσα τους, πως χρησιμοποιούνται από το εκάστοτε ξενοδοχείο, τον βαθμό ικανοποίησης τους, την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες των συστημάτων αυτών και αν προτίθενται να προβούν σε επενδύσεις στο τεχνολογικό τομέα στο μέλλον.

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθείται, περιγράφονται τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από τη διανομή των ερωτηματολογίων και επιτελείται η ανάλυση των δεδομένων, η οποία μας βοήθησε να καταλήξουμε στο κεφάλαιο 3.

2.2. Δομή του ερωτηματολογίου

Ο τύπος των ερωτήσεων ποικίλει για να κρατάει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων ζωντανό και ταυτόχρονα για να καλύψει και τις διαφορετικές προτιμήσεις (Javeau, 1996). Για τον λόγο αυτό περιλήφθηκαν ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών (π.χ. ερωτήσεις A3, A5, B1, B2 κ.α), ερωτήσεις αξιολόγησης με κλίμακα Likert (π.χ. B3, B4, B5), διχοτομικές ερωτήσεις (ερώτηση B8) και ερωτήσεις ελεύθερης απάντησης (π.χ. ερώτηση B6).

Αναλυτικότερα, το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 2 ενότητες. Η πρώτη ενότητα ασχολείται με τη συλλογή δημογραφικών στοιχείων του εκάστοτε ξενοδοχείου και η δεύτερη με τα πληροφοριακά συστήματα που διαθέτει και το βαθμό ικανοποίησης τους από αυτά.

Στο Α' μέρος κατηγοριοποιούνται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων ξενοδοχείων για να γίνει κατανοητός ο τρόπος λειτουργίας τους αλλά και οι ανάγκες τους σε πληροφοριακά συστήματα. Τα ξενοδοχεία μπορούν να χωριστούν σε πολλές κατηγορίες που ανάλογα σε ποια από αυτές ανήκει το καθένα έχει και άλλες ανάγκες. Υπάρχουν ξενοδοχεία που δουλεύουν καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου και άλλα που δουλεύουν μόνο σεζόν, άλλα είναι ανεξάρτητα και άλλα που αποτελούν μέρος αλυσίδας ξενοδοχείων και διαθέτουν τερματικά για να

συνδέονται και να ελέγχονται από τα κεντρικά. Διαφορετικές ανάγκες και συστήματα διαθέτει ένα ξενοδοχείο που έχει 50 δωμάτια και άλλες ένα που έχει 400 δωμάτια. Έτσι το να γνωρίζουμε επακριβώς τα χαρακτηριστικά ενός ξενοδοχείου μας επιτρέπει να βγάλουμε καλύτερα και εγκυρότερα συμπεράσματα.

Στο Β' μέρος περιλαμβάνονται ερωτήσεις με τα συνηθέστερα πληροφοριακά συστήματα που θα έπρεπε να διαθέτει μία ξενοδοχειακή μονάδα καθώς επίσης και οι τρόποι με τους οποίους συνδέονται αυτά μεταξύ τους. Επίσης υπάρχουν ερωτήσεις για το πόσο λειτουργικά είναι όλα αυτά τα συστήματα, το κόστος όφελος τους, τα συμβόλαια συντήρησης τους και αν διατίθενται να επενδύσουν σε άλλα πιο εξελιγμένα.

2.3. Συλλογή στοιχείων

Η διαμόρφωση των ερωτήσεων βασίστηκε αρχικά σε εκτενή βιβλιογραφική αναζήτηση των βασικών λειτουργικών συστημάτων που θα έπρεπε να διαθέτει ένα σωστά οργανωμένο ξενοδοχείο για να μπορεί να λειτουργεί στο μέγιστο των δυνατοτήτων του. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε πιλοτική δοκιμή του ερωτηματολογίου. Ζητήθηκε από μία μικρή ομάδα εκπαιδευτικών, γνώστες των πληροφοριακών συστημάτων και της λειτουργίας μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο, ώστε να ελεγχθεί η ορθότητα των ερωτήσεων και ο τρόπος διατύπωσης τους. Κατόπιν ακολούθησε αποστολή ενημερωτικού e-mail σχετικά με την εν λόγω έρευνα στους διευθυντές και τους μηχανογράφους όλων των 5άστερων ξενοδοχείων του νομού Αττικής και κλείσιμο ραντεβού για να διανεμηθεί και να εξηγηθεί από κοντά το ερωτηματολόγιο και ο σκοπός του. Από το σύνολο των 24 5άστερων ξενοδοχείων δέχτηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα κατά τη διάρκεια του ραντεβού 13 από αυτά στα οποία παραδόθηκε το ερωτηματολόγιο σε τυπωμένη και ηλεκτρονική μορφή έτσι ώστε να διευκολυνθεί το εκάστοτε ξενοδοχείο. Λόγω της δυσκολίας του περιεχομένου του ερωτηματολογίου αλλά και του χρόνου που απαιτείται για την ορθή συμπλήρωση του δόθηκε διάστημα 15 ημερών για την συμπλήρωση του. Μετά το πέρας του διαστήματος αυτού παραδόθηκαν πίσω 6 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια και μετά από μία δεύτερη διορία σε όσους δεν τα είχαν αποστείλει το σύνολο των απαντημένων ερωτηματολογίων ανήλθε στα 9. Τα υπόλοιπα 4 ξενοδοχεία που αρχικά είχαν δεχτεί να συμμετέχουν στην έρευνα τελικά για διάφορους δικούς τους λόγους δεν παρέδωσαν ποτέ το ερωτηματολόγιο. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός της απροθυμίας και της διστακτικότητας με την οποία

αντιμετώπισαν το ερωτηματολόγιο μεγάλο ποσοστό των υπευθύνων των ξενοδοχείων που είχε σαν αποτέλεσμα τη χρονική καθυστέρηση ολοκλήρωσης της έρευνας.

2.4. Στατιστική ανάλυση

Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, καταχωρήθηκαν και μορφοποιήθηκαν κατάλληλα στο λογισμικό Microsoft Excel.

Για τη στατιστική ανάλυση και τις γραφικές παραστάσεις της εν λόγω έρευνας χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό SPSS και mystat (έκδοση 12.02.00) .

2.5. Παρουσίαση στοιχείων

Συλλέχθηκαν 9 ερωτηματολόγια από σύνολο 24 που διανεμήθηκαν σε όλα τα 5άστερα ξενοδοχεία που ανήκουν στο νομό Αττικής.

Οι πληροφορίες για τις μεταβλητές του ερωτηματολογίου παρουσιάζονται στον επόμενο πίνακα ομαδοποιημένες ανά ενότητα του ερωτηματολογίου (όπου ο όρος μεταβλητές αναφέρεται στα πεδία του ερωτηματολογίου ή σε άλλες πληροφορίες που προκύπτουν από τα πεδία). Οι δεξιότερες 2 στήλες του πίνακα δείχνουν το σύνολο των συμπληρωμένων και επομένως έγκυρων πεδίων (N_{VALID}) καθώς επίσης και το σύνολο των ελλιπών πεδίων (N_{MISS}) που επομένως εξαιρέθηκαν από τις σχετικές αναλύσεις.

Πίνακας 2.1. Μεταβλητές ερωτηματολογίου

Μεταβλητές (N _{ΤΟΤ} =9)						
Ερώτηση	Μεταβλητή	Όνομα	Μέτρηση	N _{VALID}	N _{MISS}	
A. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ						
1	Επωνυμία	NAME	Αλφαριθμητική	9	0	
2	Τύπος Ξενοδοχείου	TYPE	Αλφαριθμητική (city, resort)	9	0	
3 ^A	Μορφή Επιχείρησης	Μορφή	SECTOR	Αλφαριθμητική (private, multinational)	9	0
3B		Ανεξάρτητη Μονάδα	INDIV	Δυαδική (0,1)	6	3
3C		Franchising	FRANCH	Δυαδική (0,1)	6	3
3D		Management Contracting	CONTRACT	Δυαδική (0,1)	6	3

Μεταβλητές (N _{ΤΟΤ} =9)						
Ερώτηση	Μεταβλητή		Όνομα	Μέτρηση	N _{VALID}	N _{MISS}
3E		Συνιδιοκτησία	SINID	Δυαδική (0,1)	6	3
4	Έτος Ίδρυσης		YEAR	Ακέραια Αριθμητική	9	0
5 ^A	Είδος και Ποσοστό Τουρισμού	Αναψυχή	VACATION	Ποσοστό τοις Εκατό (%)	9	0
5B		Συνεδριακό	CONGR	Ποσοστό τοις Εκατό (%)	9	0
5C		Business	BUSIN	Ποσοστό τοις Εκατό (%)	9	0
5D		Άλλο	OTHER	Ποσοστό τοις Εκατό (%)	9	0
6	Περίοδος Λειτουργίας		DURAT	Αλφαριθμητική (all year, seasonal)	9	0
7	Αριθμός Δωματίων		ROOMS	Ακέραια Αριθμητική	9	0
8	Κίνηση Εσόδων		REVENUE	Αλφαριθμητική (up, down)	9	0
9A	Ποσοστό Ελληνικών και Ξένων Συμφερόντων	Ελληνικά Συμφέροντα	GREEK	Δυαδική (0,1)	9	0
9B		Ξένα Συμφέροντα	FOREIGN	Δυαδική (0,1)	9	0
10	Ύψος Κύκλου Εργασιών κατά το Τελευταίο Έτος		INCOME	Ακέραια Αριθμητική	1	8
B. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ						
1A	Είδη Πληροφοριακών Συστημάτων	Front Office	FO	Δυαδική (0,1)	9	0
1B		Point of Sales	POS	Δυαδική (0,1)	9	0
1C		Food and Beverage Management	FBM	Δυαδική (0,1)	9	0
1D		Sales and Catering	SC	Δυαδική (0,1)	9	0
1E		Payroll	PAYROLL	Δυαδική (0,1)	9	0
1F		PBX	PBX	Δυαδική (0,1)	9	0
1G		Safe Box	BOX	Δυαδική (0,1)	9	0

Μεταβλητές (N _{ΤΟΤ} =9)						
Ερώτηση	Μεταβλητή	Όνομα	Μέτρηση	N _{VALID}	N _{MISS}	
1H		Key Lockers	KEY	Δυαδική (0,1)	9	0
1I		Video on Demand	VIDEO	Δυαδική (0,1)	9	0
1J		Web Reservations	WEB	Δυαδική (0,1)	9	0
1K		Accounting	ACCOUNT	Δυαδική (0,1)	9	0
1L		Assets	ASSETS	Δυαδική (0,1)	9	0
1M		Maintance	MAINT	Δυαδική (0,1)	9	0
2A		Ύπαρξη Interface	POS-F/O	POSFO	Δυαδική (0,1)	9
2B	F/O-Accounting		FOACCO	Δυαδική (0,1)	9	0
2C	Payroll-Accounting		PAYRACC	Δυαδική (0,1)	9	0
2D	POS-FBM		POSFBM	Δυαδική (0,1)	9	0
2E	PBX-F/O		PBXFO	Δυαδική (0,1)	9	0
2F	FUN-F/O		FUNFO	Δυαδική (0,1)	9	0
2G	OTHER		OTHER2	Δυαδική (0,1)	2	7
3A	Βαθμός Ικανοποίησης Συστημάτων	Front Office	IFO	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	7	2
3B		Point of Sales	IPOS	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
3C		Food and Beverage Management	IFBM	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	5	4
3D		Sales and Catering	ISC	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	4	5
3E		Payroll	IPAYROLL	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
3F		PBX	IPBX	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1

Μεταβλητές (N _{TOT} =9)						
Ερώτηση	Μεταβλητή		Όνομα	Μέτρηση	N _{VALID}	N _{MISS}
3G		Safe Box	IBOX	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
3H		Key Lockers	IKEY	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
3I		Video on Demand	IVIDEO	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	7	2
3J		Web Reservations	IWEB	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	7	2
3K		Accounting	IACCOUNT	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
3L		Assets	IASSETS	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	7	2
3M		Maintenance	IMAINT	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	6	3
4	Βαθμός Θετικού Επηρεασμού		VALUE	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	9	0
5	Βαθμός Ικανοποίησης Βάσει Κόστους		COST	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
6	Πρόθεση Επενδύσεων στο Μέλλον		FUTURE	Δυαδική (0,1)	1	8
7	Βαθμός Ικανοποίησης από την Υποστήριξη των Ιδιοκτητριών Εταιρειών		SATISF	Ακέραια Αριθμητική (1-5)	8	1
8A	Ύπαρξη Συμβολαίων Συντήρησης	Front Office	CONFO	Δυαδική (0,1)	9	0
8B		Point of Sales	CONPOS	Δυαδική (0,1)	9	0
8C		Food and Beverage Management	CONFBM	Δυαδική (0,1)	5	4

Μεταβλητές (N _{ΤΟΤ} =9)						
Ερώτηση	Μεταβλητή		Όνομα	Μέτρηση	N _{VALID}	N _{MISS}
8D		Sales and Catering	CONSC	Δυαδική (0,1)	5	4
8E		Payroll	CONPAYR	Δυαδική (0,1)	8	1
8F		PBX	CONPBX	Δυαδική (0,1)	8	1
8G		Safe Box	CONBOX	Δυαδική (0,1)	9	0
8H		Key Lockers	CONKEY	Δυαδική (0,1)	8	1
8I		Video on Demand	CONVID	Δυαδική (0,1)	8	1
8J		Web Reservations	CONWEB	Δυαδική (0,1)	8	1
8K		Accounting	CONACCOU	Δυαδική (0,1)	9	0
8L		Assets	CONASSET	Δυαδική (0,1)	6	3
8M		Maintance	CONMAINT	Δυαδική (0,1)	6	3

2.6. Περιγραφική ανάλυση

Στην επόμενη ενότητα παρίστανται γραφικά και σε πίνακες οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Για τις γραφικές παραστάσεις και τη στατιστική ανάλυση όπως προαναφέρθηκε χρησιμοποιήθηκε το SPSS και το mystat (έκδοση 12.02.00)

Η πρώτη ερώτηση έχει να κάνει με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που πήραν μέρος στην έρευνα.

Πίνακας 2.2. Συμμετέχοντα ξενοδοχεία

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου
1	Astir
2	Athens Hilton
3	Athens Ledra Marriot
4	Athens Plaza
5	Caravel
6	Electra Palace
7	Lagonisi Grand Resort
8	Park
9	Semiramis

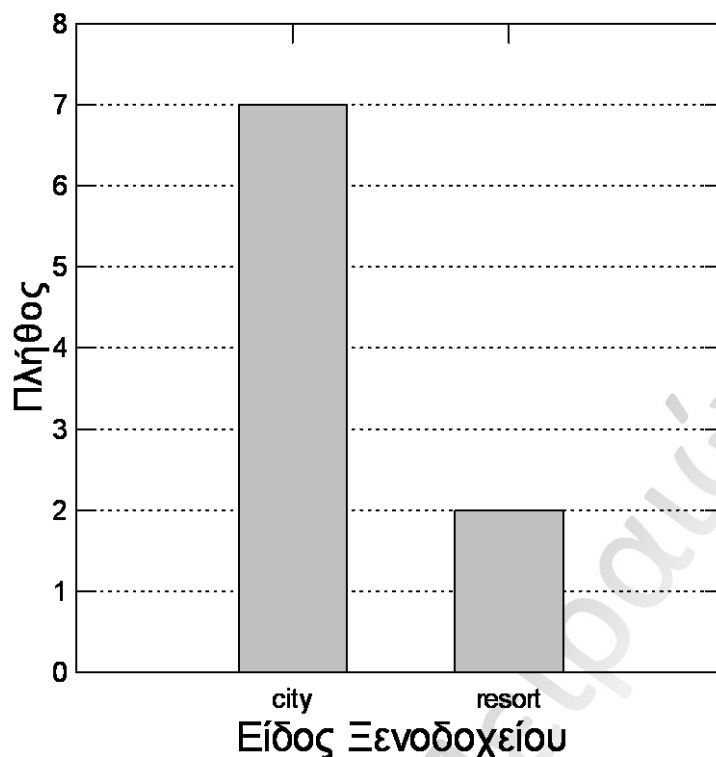
Η συγκεκριμένη έρευνα ασχολείται αποκλειστικά και μόνο με τα 5άστερα ξενοδοχεία του νομού Αττικής για δύο βασικούς λόγους. Αρχικά γιατί στην Αττική υπάρχει μαζεμένος μεγάλος αριθμός 5άστερων ξενοδοχείων ώστε να μπορούν να βγουν συμπεράσματα σχετικά με τα πληροφοριακά συστήματα που χρησιμοποιούν σε σχέση πάντα με τον ανταγωνισμό και κατά δεύτερον γιατί ξενοδοχεία τέτοιου επιπέδου έχουν τα κονδύλια να επενδύσουν σε τεχνολογικά ανώτερο εξοπλισμό. Δυστυχώς από τα 27 5άστερα ξενοδοχεία που βρίσκονται στην Αττική και τα οποία προσεγγίστηκαν για να πάρουν μέρος στην έρευνα, μόνο τα 9 από αυτά ήταν πρόθυμα να συμμετάσχουν.

Η δεύτερη ερώτηση θέλει να διευκρινίσει πόσα από τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία δραστηριοποιούνται στο κέντρο της πόλης και πόσα από αυτά είναι ξενοδοχεία που ο εν δυνάμει πελάτης τα έχει τοποθετημένα στο μυαλό του ως ξενοδοχεία για τις καλοκαιρινές του διακοπές και βρίσκονται συνήθως κοντά στην θάλασσα.

Πίνακας 2.3. Κατανομή ξενοδοχείων σε City και Resort

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	City	Resort
1	Astir		√
2	Athens Hilton	√	
3	Athens Ledra Marriot	√	
4	Athens Plaza	√	
5	Caravel	√	
6	Electra Palace	√	
7	Lagonisi Grand Resort		√
8	Park	√	
9	Semiramis	√	

Βάσει του δείγματος μας μόνο δύο από τα ξενοδοχεία μας είναι resort hotel και συγκεκριμένα το Astir και το Grand Lagonissi Resort που βρίσκονται και τα δύο σε παραθαλάσσιες περιοχές της Αττικής και συγκεκριμένα στο Καβούρι και το Λαγονήσι και απεικονίζονται γραφικά στο διάγραμμα που ακολουθεί.



Σχήμα 2.1. Κατανομή ξενοδοχείων σε City και Resort

Η ερώτηση 3 έχει δύο σκέλη. Αρχικά προσπαθεί να διαχωρίσει τα ξενοδοχεία σε δημόσια ιδιωτικά και πολυεθνικά και στην συνέχεια να εξακριβώσει το ακριβές καθεστώς κάτω από το οποίο λειτουργούν.

Πίνακας 2.4. Νομική μορφή ξενοδοχείων

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Ιδιωτική	Πολυεθνική	Ανεξάρτητη Μονάδα	Franchising	Management Contracting	Συνιδιοκτησία
1	Astir	√					
2	Athens Hilton		√			√	
3	Athens Ledra Marriot		√			√	
4	Athens Plaza	√				√	
5	Caravel	√				√	
6	Electra Palace	√					√
7	Lagonisi Grand Resort	√					
8	Park	√		√			
9	Semiramis	√					

Όπως φαίνεται μόνο δύο από τα εννέα ξενοδοχεία, Athens Hilton και Athens Ledra Marriot αποτελούν μέρος πολυεθνικής εταιρείας ενώ όλα τα υπόλοιπα ανήκουν σε ιδιώτες. Και τα δύο ξενοδοχεία που ανήκουν σε πολυεθνική εταιρεία αλλά και η πλειοψηφία των ιδιωτικών με εξαίρεση το Park Hotel και το Electra Palace λειτουργούν κάτω από καθεστώς management contracting, δηλαδή κάτω από μία συμφωνία μεταξύ του ξενοδοχείου και μίας άλλης επιχείρησης βάσει της οποίας ο διαχειριστικός έλεγχος του ξενοδοχείου πραγματοποιείται από την δεύτερη επί πληρωμή. Το management contracting εξασφαλίζει στο ξενοδοχείο πιο εύκολες οικονομίες κλίμακας, παγκόσμια συστήματα κρατήσεων, αναγνώριση του εμπορικού σήματος κλπ. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Marriot International Corporation, μέλος της οποίας είναι το Athens Ledra Marriot λειτουργεί αποκλειστικά και μόνο με management contracting.

Το ξενοδοχείο Park με την σειρά του είναι πλήρως ανεξάρτητο και το μοναδικό πεντάστερο ξενοδοχείο στην Αττική που δεν υποστηρίζεται από κάποια γνωστή παγκοσμίας φήμης αλυσίδα ξενοδοχείων.

Η επόμενη ερώτηση δείχνει τον βαθμό παλαιότητας των ξενοδοχείων της έρευνας.

Πίνακας 2.5. Έτος ίδρυσης ξενοδοχείων

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Έτος ίδρυσης	Ηλικία ξενοδοχείου
1	Astir	1967	46
2	Athens Hilton	1963	50
3	Athens Ledra Marriot	1983	30
4	Athens Plaza	1980	33
5	Caravel	1972	41
6	Electra Palace	1973	40
7	Lagonisi Grand Resort	1999	14
8	Park	1976	37
9	Semiramis	2004	9

Αυτό που προκύπτει είναι ότι με εξαίρεση το Lagonisi Grand Resort και το Semiramis τα οποία χτίστηκαν πριν 14 και 9 χρόνια αντίστοιχα, όλα τα υπόλοιπα είναι τριακονταετίας και άνω. Αυτό δείχνει ότι τα τελευταία χρόνια σε μία πόλη σαν την Αθήνα κατά κόρων τουριστική η οποία αποτελεί πόλο έλξης του μεγαλύτερου

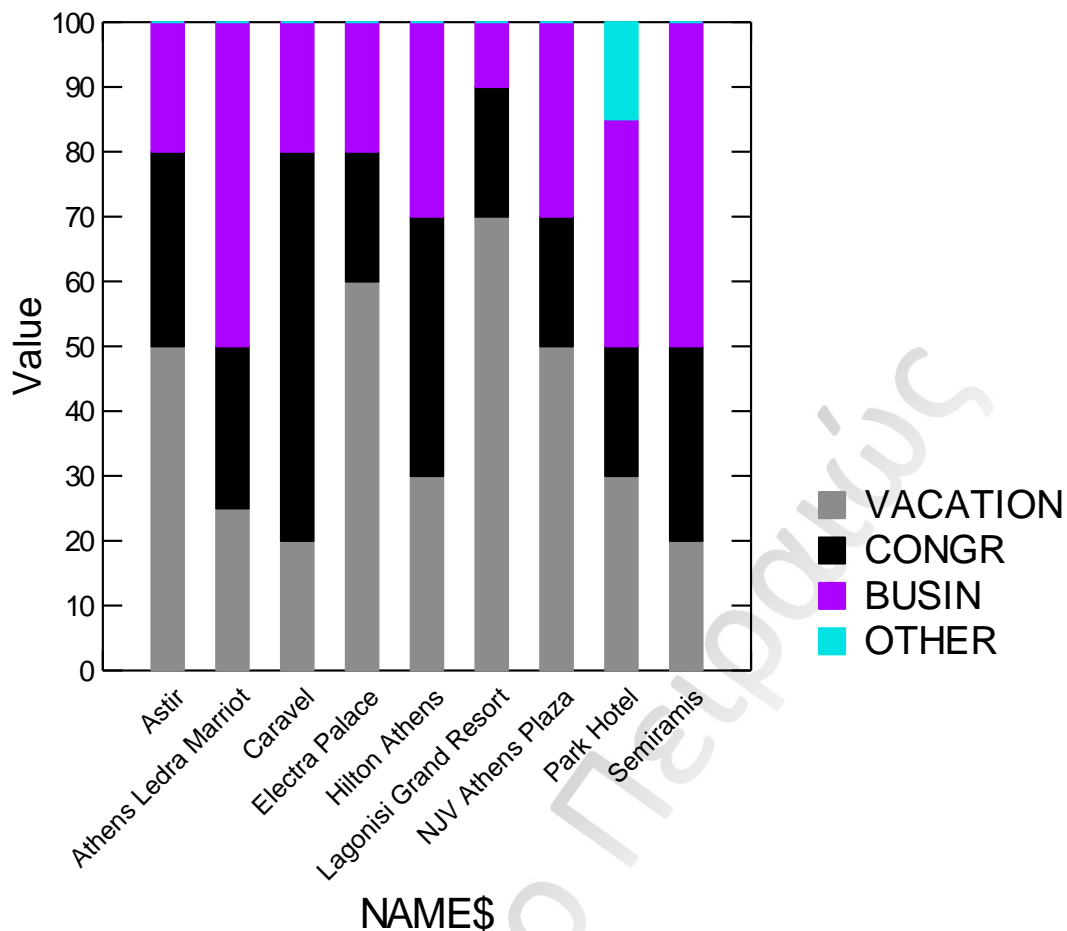
ποσοστού τουριστών όλης της χώρας λόγω της ιστορίας της και των αρχαιολογικών της μνημείων δεν έχουν πραγματοποιηθεί νέες επενδυτικές κινήσεις στον ξενοδοχειακό τομέα. Αξίζει να αναφερθεί όμως ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ξενοδοχείων κατά τη διάρκεια λειτουργίας τους έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστον μία ανακαίνιση στους χώρους τους η οποία συνήθως έχει να κάνει με διακοσμητικές παρεμβάσεις και εκσυγχρονισμό των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων. Συνήθεις ανακαινίσεις πραγματοποιούνται και στους χώρους εστίασης των ξενοδοχείων που ανά τακτά χρονικά διαστήματα πραγματοποιούν γαστρονομικές αλλαγές στο μενού και προσαρμόζουν ανάλογα και τον χώρο.

Η ερώτηση 5 με τι σειρά της εξηγεί σε ποιες κατηγορίες τουρισμού κατανέμονται οι πελάτες των ξενοδοχείων. Υπάρχουν 4 κατηγορίες:

- οι πελάτες που διαμένουν στο ξενοδοχείο για τις διακοπές τους
- οι πελάτες που διαμένουν στο ξενοδοχείο επειδή παρακολουθούν κάποιο συνέδριο είτε στο ίδιο το ξενοδοχείο ή σε άλλα ξενοδοχεία που βρίσκονται σε κοντινή ακτίνα από αυτό που μένουν
- οι πελάτες που διαμένουν στο ξενοδοχείο γιατί βρίσκονται σε επαγγελματικό ταξίδι εκτός έδρας τους
- και αυτοί που διαμένουν για άλλους λόγους

Πίνακας 2.6. Κατηγορίες πελατών ανά ξενοδοχείο

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Διακοπές %	Συνεδριακός τουρισμός %	Επαγγελματικό ταξίδι %	Άλλο%
1	Astir	50	30	20	0
2	Athens Hilton	30	40	30	0
3	Athens Ledra Marriot	25	25	50	0
4	Athens Plaza	50	20	30	0
5	Caravel	20	60	20	0
6	Electra Palace	60	20	20	0
7	Lagonisi Grand Resort	70	20	10	0
8	Park	30	20	35	15
9	Semiramis	20	30	50	0



Σχήμα 2.2. Είδος και ποσοστό τουρισμού ανά ξενοδοχείο

Σύμφωνα με τον ανωτέρω πίνακα και την διαγραμματική του απεικόνιση, τα ξενοδοχεία που χαρακτηρίζονται ως resort hotels προσελκύουν κατά ένα μεγάλο ποσοστό πελάτες που επισκέπτονται το εκάστοτε ξενοδοχείο για να περάσουν τις διακοπές τους. Συγκεκριμένα στο Astir το ποσοστό είναι 50% και στο Lagonissi Grand Resort το ποσοστό φτάνει το 70%. Αυτό συμβαίνει γιατί τα ξενοδοχεία αυτά είναι παραλιακά σε ειδυλλιακή τοποθεσία και έχουν πολύ καλά οργανωμένες ιδιωτικές παραλίες. Το υπόλοιπο ποσοστό τους καταμερίζεται σε συνεδριακό τουρισμό 30% και 20% και σε επαγγελματικό 20% και 10% αντίστοιχα. Πολλές εταιρίες επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τα ετήσια συνέδρια τους σε τέτοιου είδους ξενοδοχεία κατά την διάρκεια του καλοκαιριού έτσι ώστε να έχουν όλους τους συνέδρους τους μαζεμένους σε μία τοποθεσία μακριά από το κέντρο της πόλης αλλά και η διαμονή τους εκεί να συνδυάζεται και με διακοπές. Τέλος το μικρό ποσοστό των επισκεπτών που διαμένουν κατά τη διάρκεια επαγγελματικών ταξιδιών εξηγείται μιας και τα 2 εν λόγω ξενοδοχεία είναι από τα ελάχιστα 5άστερα ξενοδοχεία που βρίσκονται στα νότια προάστια.

Στα city hotels η εικόνα διαφοροποιείται. Μικρό είναι το ποσοστό των πελατών που διαμένουν στα εν λόγω ξενοδοχεία κατά την διάρκεια των διακοπών τους

με εξαίρεση το Electra Palace και το Athens Plaza. Αντιθέτως, υπάρχουν ξενοδοχεία όπως το Caravel και το Hilton Athens τα οποία αποτελούν από τα πιο γνωστά και μεγάλα συνεδριακά κέντρα της πόλης και τα οποία φιλοξενούν εκατοντάδες συνέδρια και ημερίδες κάθε χρόνο. Αυτό εξηγεί και τα μεγάλα ποσοστά συνεδριακού τουρισμού 60% και 40% αντίστοιχα. Επίσης λόγω της μικρής απόστασης μεταξύ των ξενοδοχείων της έρευνας, ξενοδοχεία που διαθέτουν μικρούς ή και καθόλου συνεδριακούς χώρους φιλοξενούν συνέδρους όταν δεν υπάρχει διαθεσιμότητα στα ξενοδοχεία που λαμβάνει χώρα το συνέδριο. Το μεγάλο ποσοστό στο συνεδριακό τουρισμό όλων των city hotels ενισχύεται και λόγω της μικρής απόστασης όλων τους από το Μέγαρο Μουσικής που δεν διαθέτει χώρους φιλοξενίας και όλοι οι συνέδριοι μοιράζονται στα γύρω ξενοδοχεία. Τέλος εύλογο είναι και το μεγάλο ποσοστό των επαγγελματιών που φιλοξενούνται από τα city hotels μιας και το κέντρο της Αθήνας αποτελεί το εμπορικό κέντρο της χώρας όπου υπάρχει η πληθώρα των επιχειρήσεων και όλοι οι επιχειρηματίες επιλέγουν την περιοχή αυτή για να μείνουν λόγω ευκολίας της μετακίνησής τους.

Για την καλύτερη κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του ξενοδοχείου είναι ιδιαίτερα σημαντικό να διευκρινιστεί κατά πόσο δουλεύει καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ή μόνο σεζόν. Σύμφωνα λοιπόν με τα ερωτηματολόγια, οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι ακόλουθες:

Πίνακας 2.7. Χρονικός ορίζοντας λειτουργίας ξενοδοχείων

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Όλο το έτος	Εποχιακά
1	Astir	√	
2	Athens Hilton	√	
3	Athens Ledra Marriot	√	
4	Athens Plaza	√	
5	Caravel	√	
6	Electra Palace	√	
7	Lagonisi Grand Resort		√
8	Park	√	
9	Semiramis	√	

Η αναμενόμενη απάντηση στην ερώτηση αυτή είναι ότι όλα τα city hotels λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ενώ τα resort hotels λειτουργούν εποχιακά. Και όμως το Astir που είναι resort hotel λειτουργεί όλους τους μήνες του

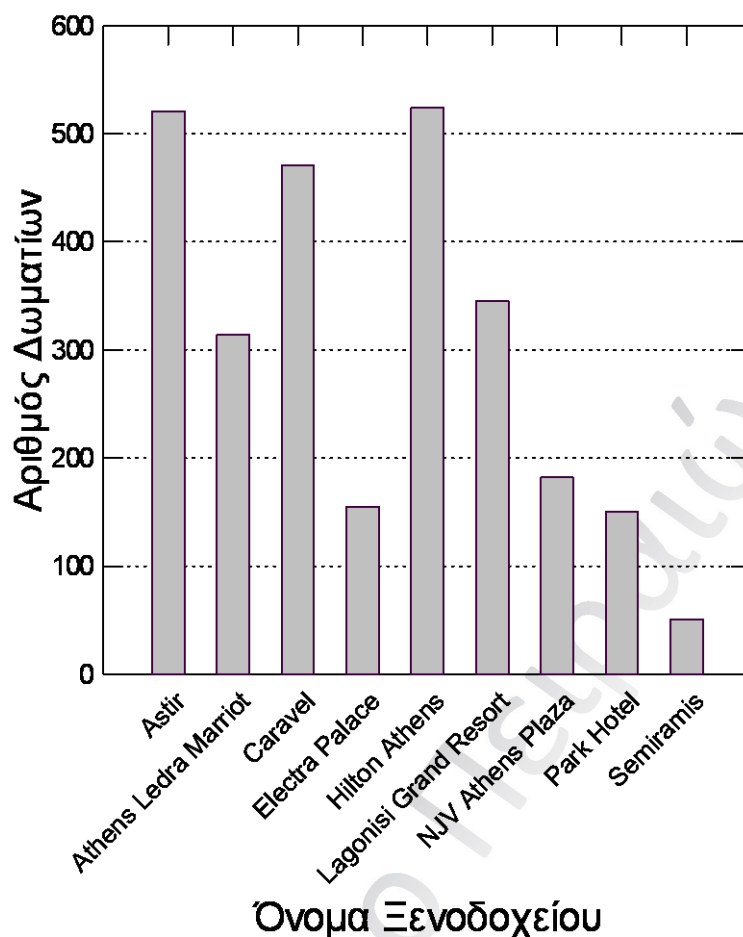
χρόνου πράμα το οποίο εξηγείται αν συνδυαστεί με την προηγούμενη ερώτηση ότι το 50% των πελατών της προέρχεται από συνεδριακό τουρισμό και άτομα που βρίσκονται σε επαγγελματικά ταξίδια.

Στην ερώτηση σχετικά με τον αριθμό δωματίων που έχει στη διάθεση του κάθε ξενοδοχείο οι απαντήσεις των ερωτηθέντων ξενοδοχείων ποικίλουν.

Πίνακας 2.8. Αριθμός δωματίων ανά ξενοδοχείο

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Αριθμός δωματίων
1	Astir	521
2	Athens Hilton	524
3	Athens Ledra Marriot	314
4	Athens Plaza	182
5	Caravel	471
6	Electra Palace	155
7	Lagonisi Grand Resort	345
8	Park	150
9	Semiramis	51

Συγκεκριμένα στα μεγάλα ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν 450 δωμάτια και άνω συγκαταλέγονται το Astir, το Hilton Athens και το Caravel. Ακολουθούν το Lagonisi Grand Resort και το Athens Ledra Marriot που έχουν 345 και 314 δωμάτια αντίστοιχα. Ο αριθμός δωματίων μειώνεται αρκετά στο Athens Plaza, Electra Palace και Park που κυμαίνονται μεταξύ 150 και 185. Το μικρότερο σε αριθμό δωματίων ξενοδοχείο είναι το Semiramis, πράγμα λογικό αφού αποτελεί boutique hotel και τα ξενοδοχεία αυτά κατά κανόνα είναι μικρά σε μέγεθος.



Σχήμα 2.3. Αριθμός δωματίων ανά ξενοδοχείο

Ένα αρκετά περίεργο για την εποχή που διανύει η Ελλάδα συμπέρασμα είναι αυτό που προκύπτει από τις απαντήσεις των ξενοδοχείων στην ερώτηση σχετικά με την πορεία των εσόδων τους τα τελευταία 3 χρόνια.

Πίνακας 2.9. Πορεία εσόδων τα τελευταία 3 χρόνια

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Ανοδική τάση	Καθοδική τάση
1	Astir	√	
2	Athens Hilton	√	
3	Athens Ledra Marriot	√	
4	Athens Plaza	√	
5	Caravel		√
6	Electra Palace		√
7	Lagonisi Grand Resort	√	
8	Park	√	
9	Semiramis	√	

Συγκεκριμένα όταν ερωτήθηκαν για την τάση που έχουν τα έσοδα του ξενοδοχείου τα τελευταία 3 χρόνια όλα εκτός από το Caravel και το Electra Palace απάντησαν ότι είχαν ανοδική πορεία. Δεδομένων των οικονομικών συνθηκών που επικρατούν στην Ελλάδα αυτή τη στιγμή το αναμενόμενο θα ήταν η πλειοψηφία των ξενοδοχείων να παρουσιάζουν πτώση στις πωλήσεις τους αντί για άνοδο. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί ως εξής. Οι πελάτες των πεντάστερων ξενοδοχείων είτε διαμένουν σ' αυτό για διακοπές, είτε κατά τη διάρκεια επαγγελματικού ταξιδιού είτε λόγω συμμετοχής τους σε συνέδριο ανήκουν κατά κόρον σε ανώτερη οικονομική τάξη η οποία δεν έχει πλήττεται σε τόσο μεγάλο ποσοστό όπως τα μεσαία και κατώτερα οικονομικά στρώματα της ελληνικής κοινωνίας. Μια άλλη εξήγηση που μπορεί να δοθεί είναι ότι καθαρά και μόνο για λόγους ανταγωνισμού και κύρους τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία έδωσαν ψευδή απάντηση στην ερώτηση αυτή.

Στις κρίσιμες μέρες που διανύει η Ελλάδα και είναι πρωταρχικής σημασίας να ενισχύει ο καθένας με τον τρόπο του την οικονομία της χώρας, ένα πολύ σημαντικό ερώτημα είναι κατά πόσο τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία εξυπηρετούν ελληνικά ή ξένα συμφέροντα.

Πίνακας 2.10. Ιδιοκτησιακό καθεστώς ξενοδοχείων

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Ελληνικών συμφερόντων	Ξένων συμφερόντων
1	Astir		√
2	Athens Hilton	√	
3	Athens Ledra Marriot		√
4	Athens Plaza	√	
5	Caravel	√	
6	Electra Palace	√	
7	Lagonisi Grand Resort	√	
8	Park	√	
9	Semiramis		√

Από το σύνολο των ξενοδοχείων τα περισσότερα εξυπηρετούν ελληνικά συμφέροντα ενώ τρία από αυτά εξυπηρετούν εξ' ολοκλήρου ξένα όπως το Athens Ledra Marriot, το Semiramis και το Astir που ανήκουν αντιστοίχως στις πολυεθνικές αλυσίδες Marriot Hotel & Resorts, Yes Hotels και Starwood.

Η τελευταία ερώτηση του πρώτου μέρους του ερωτηματολογίου ζητάει το ύψος του κύκλου εργασιών του εκάστοτε ξενοδοχείου κατά το τελευταίο έτος, η οποία απαντήθηκε μόνο από ένα ξενοδοχείο και συγκεκριμένα το Athens Hilton και όλα τα υπόλοιπα αρνήθηκαν στο να δώσουν κάποια συγκεκριμένη απάντηση. Ίσως θεωρήθηκε από τους περισσότερους ερωτηθέντες αρκετά αδιάκριτη και για λόγους ανταγωνισμού δίστασαν στο να παρουσιάσουν στο κοινό ένα τόσο σημαντικό και προσωπικό για την λειτουργία του ξενοδοχείου στοιχείο.

Αφού το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου έδωσε μία σαφή απάντηση για τα βασικά στοιχεία του εκάστοτε ξενοδοχείου, το δεύτερο μέρος θα δια φωτίσει σχετικά με την ύπαρξη και την λειτουργία των πληροφοριακών συστημάτων που διαθέτουν.

Πίνακας 2.11. Ύπαρξη Πληροφοριακών Συστημάτων ανά ξενοδοχείο

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	FO	POS	FBM	S&C	Payroll	PBX	Safe box
1	Astir	√	√	√	√	√	√	√
2	Athens Hilton	√	√		√	√	√	√
3	Athens Ledra Marriot	√	√		√	√	√	√
4	Athens Plaza	√	√	√		√	√	√
5	Caravel	√	√	√	√	√	√	√
6	Electra Palace	√	√			√	√	√
7	Lagonisi Grand Resort	√	√	√	√	√	√	√
8	Park	√	√			√	√	√
9	Semiramis	√	√	√		√	√	√

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Κλειδαριές	Video on Demand	Web Reservations	Accounting	Πάγια	Διαχείριση βλαβών
1	Astir	√	√	√	√	√	√
2	Athens Hilton	√	√	√	√	√	√
3	Athens Ledra Marriot	√	√	√	√		√
4	Athens Plaza	√	√	√	√	√	√
5	Caravel	√	√	√	√	√	√
6	Electra Palace	√		√	√	√	
7	Lagonisi Grand Resort	√	√	√	√	√	√
8	Park	√	√	√	√	√	
9	Semiramis	√	√		√	√	

Μέσα από την πρώτη ερώτηση του δεύτερου μέρους μπορεί να δει κανείς την πλειοψηφία των πληροφοριακών συστημάτων τα οποία θα έπρεπε να διαθέτει μία τέλεια οργανωμένη ξενοδοχειακή μονάδα πέντε αστέρων. Η έλλειψη κάποιων σημαντικών πληροφοριακών συστημάτων από πολύ μεγάλα ξενοδοχεία αποτελεί έκπληξη.

Αναλυτικά σύμφωνα με την έρευνα σύστημα FO απάντησαν ότι διαθέτουν όλοι οι ερωτηθέντες πράγμα απολύτως λογικό μιας και το σύστημα αυτό είναι ένα από τα βασικότερα και εξυπηρετεί τις σχέσεις επιχείρησης με πελάτη όπως το σύστημα κρατήσεων δωματίων, αναφορές, τήρηση λογαριασμών πελατών με κύριο στόχο την γρήγορη πληροφόρηση χρέωσης του πελάτη.

Αντίστοιχη είναι και η απάντηση για το εξίσου σημαντικό σύστημα POS που αφορά ανεξάρτητα συστήματα παρακολούθησης ανά σημεία πώλησης του ξενοδοχείου όπως τα εστιατόρια και τα μπαρ όπου με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνουν την άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη μέσω σύγχρονων μηχανημάτων touch screen όπου πραγματοποιείται η παρακολούθηση παραγγελιών ανά τραπέζι και η άμεση ενημέρωση της κουζίνας.

Από την άλλη μεριά το σύστημα FBM δεν το έχουν σχεδόν τα μισά ερωτηθέντα ξενοδοχεία και συγκεκριμένα το Hilton, το Ledra Marriot, το Ηλέκτρα Palace και το Park. Η απάντηση αυτή αποτελεί μεγάλη έκπληξη γιατί το σύστημα αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό μιας και αποτελεί την βάση για τα εστιατόρια και τα μπαρ ενός ξενοδοχείου αφού ελέγχει όλα τα είδη που παραγγέλλονται και κατόπιν καταναλώνονται δίνοντας ανά πάσα στιγμή στον υπεύθυνο την δυνατότητα να γνωρίζει τι υπάρχει στις αποθήκες αλλά και να μπορεί να εκδίδει ημερολόγια αγορών και καταστάσεις ταμείου. Κατά πάσα πιθανότητα στα εν λόγω ξενοδοχεία ο υπεύθυνος του κάθε τμήματος επισιτισμού κρατάει με τον τρόπο που τον εξυπηρετεί τα στοιχεία αυτά με φόρμες που έχει δημιουργήσει ο ίδιος χωρίς να έχει ακόμα παραστεί η ανάγκη πιο οργανωμένης και γρήγορης παρακολούθησης του τμήματος του.

Το σύστημα Sales and Catering διαθέτουν το Astir Palace, το Ledra Marriot, το Athens Hilton, το Caravel, το Lagonissi Grand Resort. Το σύστημα αυτό ασχολείται με την παρακολούθηση των διάφορων εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στους χώρους του ξενοδοχείου όπως δεξιώσεις, συνέδρια, εκθέσεις και meetings. Αυτό εξηγεί το γεγονός ότι το χρησιμοποιούν ξενοδοχεία που στηρίζονται σε μεγάλο ποσοστό στον συνεδριακό τουρισμό όπως το caravel (60% συνεδριακός τουρισμός) και Hilton (40% συνεδριακός τουρισμός). Στα υπόλοιπα

ξενοδοχεία που το διαθέτουν προφανώς πραγματοποιούνται άλλων μορφών εκδηλώσεων σε τέτοιο ποσοστό που κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη ενός τέτοιου συστήματος. Περίεργο μπορούμε να θεωρήσουμε ότι δεν έχει τέτοιας μορφής σύστημα το Semiramis που στηρίζεται σε αρκετά μεγάλο ποσοστό σε συνέδρια αλλά εξηγείται αν λάβουμε υπόψη μας το μικρό μέγεθος του ξενοδοχείου.

Το Payroll με την σειρά του είναι ένα πληροφοριακό σύστημα το οποίο χρησιμοποιούν όλοι οι ερωτηθέντες μιας και είναι ένα σύστημα καθαρά μισθοδοσίας και διαχείρισης προσωπικού απαραίτητο για οποιοδήποτε ξενοδοχείο η μη ύπαρξη του οποίου θα δημιουργούσε τεράστια προβλήματα λειτουργίας.

PBX ή πιο απλά ιδιωτικό τηλεφωνικό κέντρο έχουν όλα τα ξενοδοχεία της έρευνας. Το γεγονός αυτό μπορεί να εξηγηθεί εύκολα αν αναλογιστεί κάποιος πόσο σημαντικό είναι για μία ξενοδοχειακή μονάδα να διαθέτει εξωτερικές γραμμές για όλα τα τμήματα της αλλά και εσωτερικές που να μπορούν να επικοινωνούν τα δωμάτια μεταξύ τους αλλά και με τις υπόλοιπες υπηρεσίες του ξενοδοχείου.

Βάσει του γεγονότος ότι τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία είναι όλα πέντε αστέρων μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι πελάτες τους είναι οικονομικά ευκατάστατοι και ότι όταν ταξιδεύουν έχουν μαζί τους πράγματα αξίας, τα οποία και θα θέλουν να είναι στο ξενοδοχείο ασφαλή. Την ανάγκη αυτή των πελατών τους την έχουν αντιληφθεί οι ερωτηθέντες και για το λόγο αυτό όλοι διαθέτουν χρηματοκιβώτια (safebox) στα δωμάτια τα οποία είναι κίολας συνδεδεμένα με ειδικό πληροφοριακό σύστημα για μεγαλύτερη ασφάλεια. Μέσω της ηλεκτρονικής κάρτας του εκάστοτε δωματίου μπορεί να χρησιμοποιηθεί το χρηματοκιβώτιο με μυστικό κώδικα που δίνεται από την reception η οποία μπορεί να ελέγξει όλες τις κινήσεις που πραγματοποιήθηκαν.

Ομοφωνία των ξενοδοχείων υπάρχει και στην ανάγκη ύπαρξης πληροφοριακού συστήματος για τις κλειδαριές των δωματίων. Η ύπαρξη απλών κλειδιών που παραδίδονται κάθε φορά στην reception θεωρείται πλέον απαρχαιωμένη και έχει αντικατασταθεί από όλα τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία από ηλεκτρονικές ή μαγνητικές κάρτες ή οποίες είναι συνδεδεμένες και με άλλες λειτουργίες, όπως το άνοιγμα των φώτων, η χρήση του χρηματοκιβωτίου.

Την δυνατότητα παραγγελίας ταινιών από την ταινιοθήκη του ξενοδοχείου (video on demand) την προσφέρουν οι ερωτηθέντες πλην του Ηλέκτρα Palace. Σύμφωνα με τον υπεύθυνο που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο το video on demand υπήρχε παλιότερα στο ξενοδοχείο αλλά σταμάτησαν την λειτουργία του γιατί δεν υπήρχε ζήτηση από τους πελάτες και το κόστος συντήρησης ήταν αναλογικά μεγαλύτερο. Βάσει έρευνας που έκαναν στους πελάτες τους μέσω ερωτηματολογίου κατέληξαν ότι οι πελάτες τους που έρχονται με σκοπό τον τουρισμό (60% του

συνόλου) λόγω θέσης του ξενοδοχείου προτιμούν να επισκέπτονται το ιστορικό κέντρο και να διασκεδάζουν στην γύρω περιοχή από ότι να μένουν μέσα το βράδυ και να παρακολουθούν κάποια ταινία ενώ οι υπόλοιποι πελάτες του που έρχονται είτε επαγγελματικά ταξίδια (20% του συνόλου) είτε για να παρακολουθήσουν κάποιο συνέδριο (20% του συνόλου) δεν έχουν τον χρόνο για κάτι τέτοιο.

Σχετικά με την δυνατότητα κράτησης δωματίου μέσω διαδικτύου (web reservations) σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο προσφέρεται από όλα τα ξενοδοχεία με εξαίρεση το semiramis, το οποίο μας ενημέρωσε ότι στο άμεσο μέλλον θα προβούν στην απόκτηση αυτής της λειτουργίας για το ξενοδοχείο τους. Η ύπαρξη του συγκεκριμένου συστήματος είναι ιδιαίτερα σημαντική γιατί διευκολύνει τον εν δυνάμει πελάτη να κάνει την κράτηση του δωματίου του και να πληρώνει ανά πάσα στιγμή απ' όπου και να βρίσκεται χωρίς να χάνει χρόνο με τους ενδιάμεσους.

Πληροφοριακό σύστημα για την διαχείριση των παγίων της επιχείρησης διαθέτουν όλα τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία εκτός από το Ledra Marriot. Το σύστημα αυτό είναι πολύ βοηθητικό και συμπληρωματικό σε άλλα λογιστικά πληροφοριακά συστήματα αφού μέσω διασυνδέσεων με αυτά ενημερώνει για τη χρήση και την απόσβεση των παγίων και την δυνατότητα αντικατάστασης και αναβάθμισης αυτών.

Τέλος 7 στα 9 ξενοδοχεία με εξαίρεση το Park και το Semiramis διαθέτουν σύστημα διαχείρισης βλαβών που ανά πάσα στιγμή ενημερώνονται μέσω πίνακα για το συγκεκριμένο σημείο στο οποίο υπάρχει πιθανή βλάβη, την σημαντικότητα της και πως αυτή μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Η ύπαρξη πληροφοριακών συστημάτων σε μία ξενοδοχειακή μονάδα είναι ιδιαίτερα σημαντική για την οργάνωση της αλλά ακόμα πιο σημαντικός είναι ο τρόπος με τον οποίο τα διάφορα πληροφοριακά συστήματα συνδέονται μεταξύ τους έτσι ώστε να ενημερώνονται αυτόματα. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις πιο σημαντικές διασυνδέσεις μεταξύ των πληροφοριακών συστημάτων που θα έπρεπε να έχει ένα τέλεια οργανωμένο ξενοδοχείο έτσι ώστε να ελαχιστοποιεί την χειρωνακτική διασταύρωση δεδομένων από τους υπαλλήλους των διαφόρων τμημάτων του.

Από τις πιο σημαντικές διασυνδέσεις είναι αυτή που συνδέεται το FO με τα επιμέρους πληροφοριακά συστήματα. Αναλυτικά όλα τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία διαθέτουν σύνδεση μεταξύ FO και POS (ανεξάρτητα σημεία πώλησης ξενοδοχείου) όπως επίσης και μεταξύ FO και τηλεφωνικού κέντρου. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ένας πελάτης του ξενοδοχείου μπορεί να φάει στο εστιατόριο του ξενοδοχείου ή να πει καφέ στην καφετέρια και να μην πληρώσει εκείνη την στιγμή αλλά να γίνει η χρέωση αυτόματα στο δωμάτιο του. Ομοίως η χρέωση των τηλεφωνημάτων του

αυτόματα θα μεταφερθεί στη χρέωση του δωματίου του που θα την ρυθμίσει όταν θα κάνει check out. Επίσης όλα τα ξενοδοχεία με εξαίρεση το Semiramis έχουν άμεση σύνδεση μεταξύ του FO με το Video on Demand (ψυχαγωγία) όπου η χρέωση γίνεται αυτόματα στο λογαριασμό του δωματίου αλλά και σύνδεση με το Accounting όπου όλες οι χρεώσεις όλων των δωματίων μεταφέρονται στο λογιστήριο του ξενοδοχείου.

Πίνακας 2.12. Συνδέσεις μεταξύ των Πληροφοριακών Συστημάτων

A/A	Επωνυμία	POS → FO	FO → Accounting	Payroll → Accounting	POS → FBM	PBX → FO	Ψυχαγωγία → FO	Άλλο
1	Astir	√	√	√	√	√	√	
2	Athens Hilton	√	√	√		√	√	
3	Athens Ledra Marriot	√	√	√		√		
4	Athens Plaza	√	√	√	√	√	√	Internet→ FO
5	Caravel	√	√	√	√	√	√	
6	Electra Palace	√	√	√		√		
7	Lagonisi Grand Resort	√	√	√	√	√	√	
8	Park	√	√	√		√	√	
9	Semiramis	√				√		

Μια άλλη εξίσου σημαντική σύνδεση που την διαθέτουν όλα τα ξενοδοχεία πλην του Semiramis είναι αυτή του Payroll με το Accounting που το λογιστήριο συνδέεται αυτόματα με το πρόγραμμα μισθοδοσίας όλων των υπαλλήλων για να υπάρχει αυτόματη ενημέρωση των εξόδων μιας και η μισθοδοσία αποτελεί στο μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων το μεγαλύτερο σταθερό της έξοδο.

Τέλος το Astir, το Plaza, το Caravel και το Grand Lagonissi Resort διαθέτουν και σύνδεση μεταξύ Point of Sales και Food and Beverage όπου τα ανεξάρτητα σημεία πώλησης, κυρίως εστιατόρια και καφετέριες, συνδέονται με τις αποθήκες και τα αποθέματα ώστε να ενημερώνονται για το τι υπάρχει κάθε στιγμή. Το μικρό αυτό ποσοστό διαθεσιμότητας της συγκεκριμένης σύνδεσης οφείλεται στο γεγονός ότι μόνο τα εν λόγω ξενοδοχεία έχουν το πληροφοριακό σύστημα FBM. Το διαθέτει βέβαια και το Semiramis αλλά ακόμα δεν έχει προχωρήσει σε άμεση σύνδεση αυτού με το POS.

Πίνακας 2.13. Βαθμός ικανοποίησης από τα υπάρχοντα Πληροφοριακά Συστήματα ανά ξενοδοχείο

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	FO					POS					FBM					S&C					Payroll					PBX					Safe box				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Astir																																			
2	Athens Hilton																																			
3	Athens Ledra Marriot																																			
4	Athens Plaza																																			
5	Caravel																																			
6	Electra Palace																																			
7	Lagonisi Grand Resort																																			
8	Park																																			
9	Semiramis																																			

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Κλειδαριές					Video on Demand					Web Reservations					Accounting					Πάγια					Διαχείριση Βλαβών									
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
1	Astir																																			
2	Athens Hilton																																			
3	Athens Ledra Marriot																																			
4	Athens Plaza																																			
5	Caravel																																			
6	Electra Palace																																			
7	Lagonisi Grand Resort																																			
8	Park																																			
9	Semiramis																																			

Το πόσο είναι ικανοποιημένα τα ξενοδοχεία από τα πληροφοριακά συστήματα που έχουν στην κατοχή τους χρήζει έρευνας. Γιατί μπορεί να τα διαθέτουν αλλά να μην είναι ευχαριστημένα από τον τρόπο που λειτουργούν ή να μην μπορούν να εκμεταλλευτούν στο έπακρο τις δυνατότητες τους. Στη συγκεκριμένη ερώτηση, για αδιευκρίνιστους λόγους το Athens Ledra Marriot δεν έδωσε καμία απάντηση ενώ τα υπόλοιπα ξενοδοχεία συμμετείχαν κανονικά.

Συγκεκριμένα από το FO που έχουν στη κατοχή τους όλα τα ξενοδοχεία είναι αρκετά ευχαριστημένα με ένα μέσο όρο ικανοποίησης 4,14 με μικρότερη τιμή το 3 που το έδωσαν το Hilton και το Caravel. Τα εν λόγω ξενοδοχεία είναι από τα μεγαλύτερα σε αριθμό δωματίων στην έρευνα μας και διαθέτουν τις περισσότερες συνδέσεις μεταξύ των πληροφοριακών τους συστημάτων πράμα που πιθανότατα εξηγεί ότι σε περιόδους μεγάλης πληρότητας γίνεται υπερφόρτωση του συστήματος που μπορεί και να δημιουργεί μικροπροβλήματα στην όλη τους λειτουργία. Το Grand Lagonissi Resort ενώ διαθέτει FO σύστημα δεν έδωσε καμία απάντηση στην ερώτηση αυτή.

Ακόμη μεγαλύτερη είναι η ικανοποίηση των ξενοδοχείων από το POS τους με το μέσο όρων ικανοποίησης να φτάνει το 4,38 με μικρότερη τιμή το 3 που το έδωσε το Park.

Όσον αφορά το F&B ο μέσος όρος πέφτει στο 3,8 με μικρότερη τιμή να εξακολουθεί να είναι το 3 στο σύνολο των ερωτηθέντων με Athens Hilton, Athens Ledra Marriot, Electra Palace και Park να μην έχουν απαντήσει μιας και δεν διαθέτουν το σύστημα αυτό.

Σταθερός στο 3,8 είναι και ο μέσος όρος στο σύστημα Sales and Catering με το 3 να αποτελεί και πάλι την ελάχιστη τιμή αλλά να έχει απαντηθεί μόνο από 4 ξενοδοχεία που το έχουν στη κυριότητα τους.

Στα συστήματα Payroll, PBX, Safe Box, Κλειδαριές και Accounting απάντησαν όλα τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην ερώτηση αυτή με αντίστοιχους μέσους όρους ικανοποίησης 4,13 , 3,88 , 4,5 , 4,5 , 4,13 ενώ στο 4 διαμορφώνεται ο μέσος όρος ικανοποίηση στο video on demand χωρίς τη συμμετοχή του Electra Palace με το Semiramis να είναι σχεδόν δυσαρεστημένο από το λειτουργία του συστήματος αυτού.

Τέλος στα εναπομείναντα πληροφοριακά συστήματα, web reservations, πάγια, διαχείριση βλαβών οι μέσοι όροι είναι 3,85 , 4 και 3,5 με απουσία στην απάντηση από το Electra Palace στα 2 τελευταία και με απουσία του Semiramis στις κρατήσεις μέσω διαδικτύου και διαχείριση βλαβών. Το τελευταίο αυτό πληροφοριακό σύστημα

έχει το μικρότερο μέσο βαθμό ικανοποίησης από το σύνολο των ερευνούντων συστημάτων με εμφανή δυσαρέσκεια από τη μεριά του Caravel.

Σύσσωμη σχεδόν η απάντηση όλων των ερωτηθέντων ξενοδοχείων στην ερώτηση αυτή. Θεωρούν ότι η ύπαρξη των ήδη υπάρχοντων πληροφοριακών συστημάτων συμβάλλει θετικά και μάλιστα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στην γενική λειτουργία του ξενοδοχείου. Η ύπαρξη των συστημάτων αυτών διευκολύνει κατά πολύ τις διαδικασίες διασταύρωσης δεδομένων και χρεώσεων που μέχρι πριν λίγα χρόνια γινόταν χειρονακτικά και απαιτούσε την ύπαρξη μεγαλύτερου αριθμού υπαλληλικού προσωπικού γεγονός που ανέβαζε το κόστος.

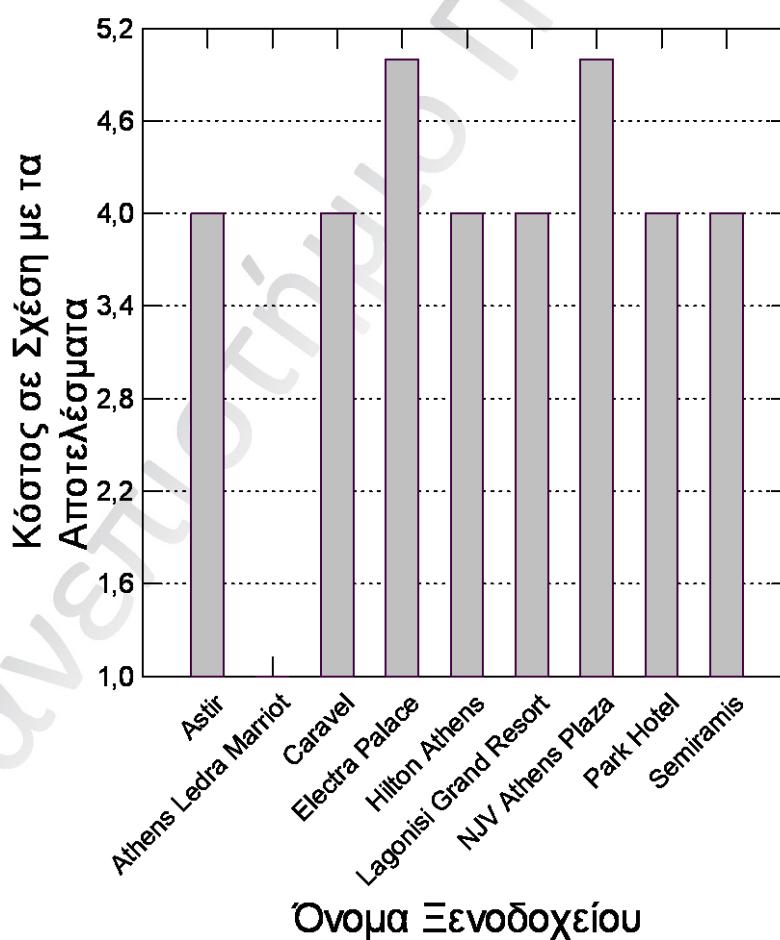
Πίνακας 2.14. Βαθμός θετικής επιρροής Πληροφοριακών Συστημάτων στη λειτουργία του ξενοδοχείου

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Βαθμός θετικής επιρροής
1	Astir	5
2	Athens Hilton	5
3	Athens Ledra Marriot	5
4	Athens Plaza	5
5	Caravel	5
6	Electra Palace	5
7	Lagonisi Grand Resort	5
8	Park	4
9	Semiramis	5

Μεγάλος επίσης είναι ο βαθμός ικανοποίησης των ξενοδοχείων όσον αφορά το κόστος επένδυσης και λειτουργίας των πληροφοριακών συστημάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα που προσφέρουν. Όχι μόνο είναι ικανοποιημένα τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία από τα πληροφοριακά συστήματα που διαθέτουν αλλά το όφελος που έχουν επωμιστεί από την λειτουργία τους είναι μεγαλύτερο από το κόστος που έχουν επενδύσει για την αγορά, συντήρηση και λειτουργία αυτών. Συγκεκριμένα στην ερώτηση αυτή, με εξαίρεση το Ledra Marriot που για άλλη μια φορά δεν συμμετείχε όλα τα υπόλοιπα ξενοδοχεία είναι πολύ ικανοποιημένα από το κόστος- όφελος των πληροφοριακών συστημάτων δίνοντας 4 στα 5 με ακόμα πιο ευχαριστημένα το Electra Palace και το Athens Plaza που έδωσαν τη μέγιστη δυνατή απάντηση.

Πίνακας 2.15. Κόστος επένδυσης και λειτουργίας των Πληροφοριακών Συστημάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Βαθμός Ικανοποίησης Κόστους-Αποτελέσματα
1	Astir	4
2	Athens Hilton	4
3	Athens Ledra Marriot	4
4	Athens Plaza	5
5	Caravel	4
6	Electra Palace	5
7	Lagonisi Grand Resort	4
8	Park	4
9	Semiramis	4



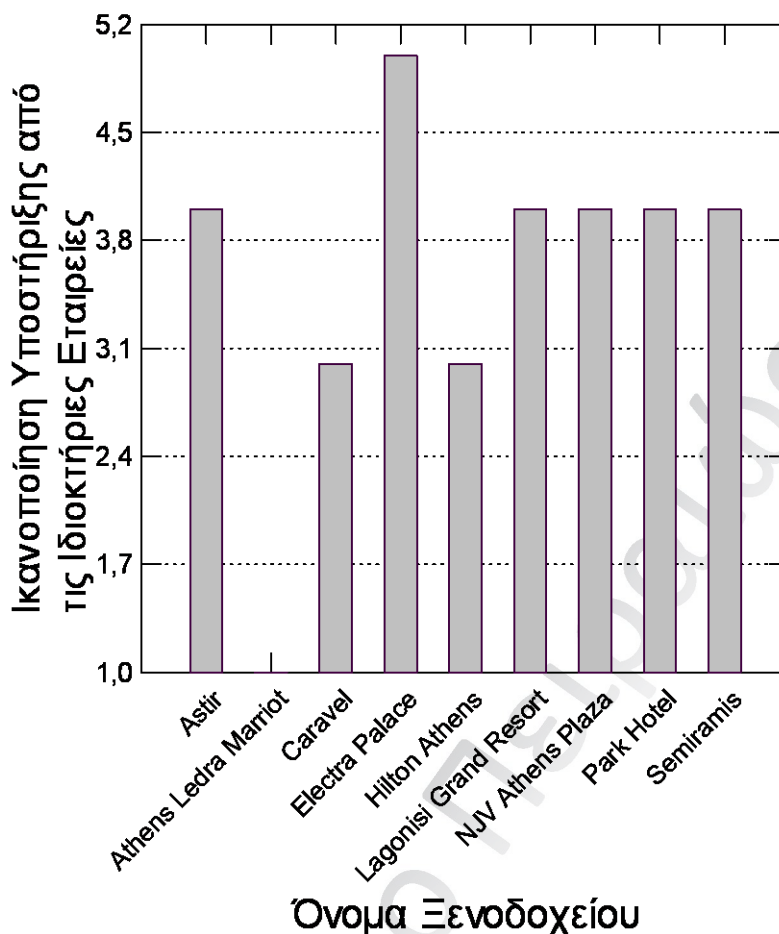
Σχήμα 2.4. Κόστος επένδυσης και λειτουργίας των Πληροφοριακών Συστημάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα

Στην ερώτηση σχετικά με το αν στο άμεσο μέλλον τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία θα προχωρήσουν σε επενδύσεις που αφορούν το τεχνολογικό εξοπλισμό και τι ύψους θα είναι αυτή η επερχόμενη επένδυση, όλα τα ξενοδοχεία απάντησαν διστακτικά και αρνητικά μόνο στο πρώτο μέλος της ερώτησης. Αυτό οφείλεται σε 2 βασικούς λόγους. Πρώτον λόγω της άσχημης οικονομικής κατάστασης στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα, κανένα ξενοδοχείο δεν γνωρίζει αυτή τη στιγμή αν θα προχωρήσει σε επενδύσεις σε οποιονδήποτε τομέα μιας και υπάρχει μία αβεβαιότητα για το μέλλον. Κατά δεύτερον ακόμα και αν κάποιος γνώριζε ότι θα προχωρούσε σε επενδύσεις σε συγκεκριμένο τεχνολογικό εξοπλισμό λόγω του αθέμιτου ανταγωνισμού δεν θα αποκάλυπτε ούτε σε τι θα επένδυε αλλά ούτε και το ποσό που θα δαπανούσε.

Η αγορά και η εγκατάσταση ενός πληροφοριακού συστήματος είναι το πρώτο βήμα για την δημιουργία μιας συνεχής και μακρόχρονης αμοιβαίας σχέσης μεταξύ της ξενοδοχειακής μονάδας και της ιδιοκτήτριας εταιρίας του συστήματος αυτού. Η υποστήριξη που πρέπει να λαμβάνει το ξενοδοχείο από την εταιρία που δημιούργησε το εκάστοτε πληροφοριακό σύστημα πρέπει να είναι άμεση και αποτελεσματική γιατί μπορεί να δημιουργήσει πολλά προβλήματα στη σωστή λειτουργία του.

Πίνακας 2.16. Βαθμός ικανοποίησης από την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες

A/A	Επωνυμία ξενοδοχείου	Βαθμός ικανοποίησης υποστήριξης
1	Astir	4
2	Athens Hilton	3
3	Athens Ledra Marriot	
4	Athens Plaza	4
5	Caravel	3
6	Electra Palace	5
7	Lagonisi Grand Resort	4
8	Park	4
9	Semiramis	4



Σχήμα 2.5. Βαθμός ικανοποίησης από την υποστήριξη που λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες

Στα ερωτηθέντα ξενοδοχεία μόνο το Electra Palace είναι πλήρως ικανοποιημένο από την υποστήριξη που λαμβάνει ενώ το Caravel και το Hilton θεωρούν ότι θα μπορούσε να είναι και καλύτερη αξιολογώντας την υποστήριξη ως μέτρια ως καλή. Το υπόλοιπο των ξενοδοχείων με εξαίρεση για άλλη μια φορά του Ledra Marriot που δεν απάντησε είναι αρκετά ικανοποιημένα με βαθμό αξιολόγησης το 4.

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου έχει να κάνει με το κατά πόσο έχει υπογραφεί μεταξύ της ξενοδοχειακής μονάδας και της ιδιοκτήτριας εταιρίας του εκάστοτε πληροφοριακού συστήματος συμβόλαιο συντήρησης, έτσι ώστε να διασφαλιστεί το ξενοδοχείο για τη συνεχή και δίχως προβλήματα σωστή λειτουργία του συστήματος.

Πίνακας 2.17. Ύπαρξη συμβολαίων συντήρησης με τα υπάρχοντα Πληροφοριακά Συστήματα

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	FO		POS		FBM		S&C		Payroll		PBX		Safe Box		Κλειδαριές	
		NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI
1	Astir																
2	Athens Hilton																
3	Athens Ledra Marriot																
4	Athens Plaza																
5	Caravel																
6	Electra Palace																
7	Lagonisi Grand Resort																
8	Park																
9	Semiramis																

A/A	Επωνυμία Ξενοδοχείου	Video on Demand		Web Reservations		Accounting		Πάγια		Διαχείριση Βλαβών	
		NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI	NAI	OXI
1	Astir										
2	Athens Hilton										
3	Athens Ledra Marriot										
4	Athens Plaza										
5	Caravel										
6	Electra Palace										
7	Lagonisi Grand Resort										
8	Park										
9	Semiramis										

Για το FO και το POS, από τα βασικότερα πληροφορικά συστήματα ενός ξενοδοχείου, που τα διαθέτουν όλοι οι ερωτηθέντες το συμβόλαιο συντήρησης όλοι το θεωρούν απαραίτητο. Το ίδιο πιστεύουν και για το F&B, όσα ξενοδοχεία το διαθέτουν ενώ το Park δεν θεωρεί την ύπαρξη συμβολαίου απαραίτητη για το σύστημα Sales & Catering. Το Hilton από τη μεριά του δεν απάντησε στην ερώτηση που αφορά το Payroll ενώ η απάντηση του Semiramis στην ερώτηση αυτή ήταν αρνητική. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι για το τηλεφωνικό κέντρο PBX το Hilton δεν δίνει καμία απάντηση ενώ Athens Plaza, Park και Semiramis δεν έχουν κανένα συμβόλαιο συντήρησης. Όσον αφορά τα χρηματοκιβώτια οι απόψεις δίστανται με το 50% των ξενοδοχείων να δίνουν θετική απάντηση και το άλλο 50% αρνητική ενώ στο θέμα των κλειδαριών Athnes Ledra Marriot, Electra Palace και Semiramis απαντούν για άλλη μια φορά αρνητικά. Καταφατικοί όλοι για την αναγκαιότητα συμβολαίου στο Video on Demand ενώ αντίθετη άποψη έχουν Athens Ledra Marriot και Park για το Web Reservations. Αρνητικό εξακολουθεί να είναι το Athens Ledra Marriot όσον αφορά το Accounting και την ίδια απάντηση δίνει το Park για το πληροφοριακό σύστημα των παγίων. Στην ίδια ερώτηση υπάρχουν δύο ξενοδοχεία που δεν απαντούν καθόλου ενώ στο κομμάτι της διαχείρισης βλαβών μόνο το Athens Plaza και το Caravel απαντούν θετικά. Κάτι που πρέπει να παρατηρηθεί στην ερώτηση αυτή είναι ότι το ξενοδοχείο Hilton δεν έδωσε απάντηση σε πολλά υποερωτήματα της ερώτησης αυτής ενώ διέθετε το συγκεκριμένα πληροφοριακά συστήματα ενώ σε όσα απάντησε ήταν θετικό. Μια εικασία που θα μπορούσε να γίνει είναι ότι σε όσα δεν απάντησε ήταν αρνητικό απλά δεν κατανοήθηκε σωστά ο τρόπος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου από την μεριά του στην ερώτηση αυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Συμπεράσματα-Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη

3.1. Εισαγωγή

Το τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζει τα συμπεράσματα της έρευνας. Στην αρχή του κεφαλαίου υπάρχει μια ανασκόπηση της εργασίας, στη συνέχεια τα συμπεράσματα στα οποία καταλήγει και τέλος κάποια θέματα τα οποία θα πρέπει να μελετηθούν περαιτέρω.

3.2. Ανασκόπηση

Στόχος αυτής της μελέτης ήταν η διερεύνηση ύπαρξης των βασικών ΠΣ από τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων που βρίσκονται στο νομό Αττικής, όπως επίσης και η αποτελεσματικότητα αυτών αλλά και οι μεταξύ τους συνδέσεις που συνηγορούν στην εύρυθμη λειτουργία ενός ξενοδοχείου.

Στην αρχή, πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική έρευνα, η οποία όρισε γενικά την έννοια του ΠΣ, τα βασικά χαρακτηριστικά του και τα διάφορα είδη ΠΣ που υπάρχουν μέσα σε μία οποιαδήποτε επιχείρηση. Στη συνέχεια αναλύθηκαν τα ΠΣ που χρησιμοποιούνται στον τουρισμό, ξεκινώντας από τα τουριστικά πρακτορεία και τις αεροπορικές εταιρίες και καταλήγοντας σε αυτά των ξενοδοχειακών μονάδων. Το τελευταίο σκέλος της βιβλιογραφικής έρευνας έδωσε τη δυνατότητα να συσταθεί ένα ερωτηματολόγιο το οποίο διαμοιράστηκε σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων που βρίσκονται στο νομό Αττικής με σκοπό να ποσοτικοποιήσει τις συνιστώσες και να πάρει αριθμητικά αποτελέσματα ικανά προς επεξεργασία. Το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε δύο (2) βασικά μέρη:

- Το πρώτο μέρος ήθελε να μαζέψει γενικές πληροφορίες για το κάθε ξενοδοχείο όπως π.χ. την επωνυμία, το έτος ίδρυσης, το ιδιοκτησιακό του καθεστώς, τον αριθμό δωματίων του, το είδος τουρισμού που εξυπηρετεί, τη διάρκεια λειτουργίας του, την εποχικότητα του, την κίνηση των εσόδων του, το ύψος του κύκλου εργασιών του κλπ.
- Το δεύτερο μέρος περιλάμβανε ερωτήσεις που είχαν να κάνουν με τα διάφορα ΠΣ που ήδη έχουν στην κυριότητα τους τα ξενοδοχεία, τις μεταξύ τους συνδέσεις, τον βαθμό ικανοποίησης του εκάστοτε ξενοδοχείου από τα ήδη υπάρχοντα συστήματα αλλά και κατά πόσο σκοπεύουν να επενδύσουν πάνω σε

νέα και τι υποστήριξη λαμβάνουν από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες των συστημάτων.

Στη συνέχεια, και βάσει των απαντήσεων που ελήφθησαν από τα ερωτηματολόγια, πραγματοποιήθηκε περιγραφική ανάλυση μέσω πινάκων και αναπαράσταση αυτών σχηματικά.

3.3. Συμπεράσματα

Πριν παρουσιαστούν τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση του ερωτηματολογίου θα πρέπει να επισημανθεί ένα γενικό συμπέρασμα για τα ξενοδοχεία τα οποία προσεγγίστηκαν προκειμένου να πραγματοποιηθεί η έρευνα, τα οποία είναι όλα τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων που βρίσκονται στο νομό Αττικής. Η στάση τους απέναντι στην έρευνα δεν ήταν η αναμενόμενη, τουναντίον ήταν πολύ αρνητική. Η στάση μερικών από αυτά ήταν τελείως απαξιωτική και αρνήθηκαν με άσχημο τρόπο την συμμετοχή τους σε αυτήν. Άλλοι ενώ στην αρχή ήταν θετικοί όταν έφτασε η ώρα της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου εξαφανίστηκαν χωρίς καν να δικαιολογηθούν για τη στάση τους. Δυστυχώς κάτι τέτοιο είναι ιδιαίτερα λυπηρό γιατί δεν αντιλαμβάνονται οι κάτοχοι των υψηλών θέσεων του κάθε ξενοδοχείου τη σημαντικότητα μίας τέτοιας έρευνας η οποία θα αποτελούσε και βοηθητικό εργαλείο για τους ίδιους, όπως επίσης και η άσχημη εικόνα που δημιουργείται εξαιτίας τους για το ξενοδοχείο που αντιπροσωπεύουν. Έτσι από το σύνολο των εικοσιπέντε ξενοδοχείων πέντε αστέρων που βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής στην έρευνα συμμετείχαν τελικά μόνο εννέα.

Παρόλα αυτά από την ανάλυση των ερωτηματολογίων προέκυψαν κάποια ενδιαφέροντα συμπεράσματα τόσο γενικά για τα ξενοδοχεία και τον τουρισμό που προκύπτουν από το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου όσο και για τα πληροφοριακά συστήματα, βάσει των απαντήσεων των ξενοδοχείων στο δεύτερο σκέλος.

- Το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχείων πέντε αστέρων που βρίσκονται στο νομό Αττικής λειτουργούν όλο το χρόνο, συγκαταλέγονται στα city hotels και βρίσκονται στο κέντρο της Αθήνας. Το συγκεκριμένο εξηγείται εύκολα αν αναλογιστεί κανείς το λόγο για τον οποίο επισκέπτονται την Αθήνα τουρίστες από κάθε γωνιά του κόσμου που δεν είναι άλλος από τα παγκοσμίως φήμης αρχαιολογικά της ευρήματα, τα ιστορικά σοκάκια του κέντρου της αλλά και την μοναδική έντονη νυχτερινή της ζωή. Έτσι ο τουρισμός της δεν είναι εποχιακός αλλά παρουσιάζει μια σταθερή ροή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

και η ιδεατή τοποθεσία κάθε πολυτελούς ξενοδοχείου είναι το κέντρο της πόλης για να μπορεί ο τουρίστας να βρίσκεται σε λίγα λεπτά όπου θέλει.

- Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ξενοδοχείων είναι ιδιωτικά με εξαίρεση μόνο δύο από αυτά που ανήκουν σε πολυεθνικές εταιρίες αλλά ιδιαίτερη εντύπωση κάνει και η παλαιότητα του μεγαλύτερου ποσοστού των ξενοδοχείων, που μπορεί να έχουν πραγματοποιήσει κατά καιρούς ανακαινίσεις για τον εκσυγχρονισμό τους αλλά αυτές περιορίζονται επί των πλείστων σε διακοσμητικές παρεμβάσεις στα δωμάτια και στους χώρους υποδοχής και κάποιες μικρές αλλαγές στο χώρο εστίασης. Προκαλεί ιδιαίτερη ανησυχία η έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος τα τελευταία χρόνια από Έλληνες και ξένους επενδυτές για τον ελληνικό τουρισμό που θα μπορούσε να τον απογειώσει στα ύψη, με τη δημιουργία νέων υπερσύγχρονων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων προδιαγραφών πάνω από πέντε αστέρια ικανά να ανταγωνιστούν μονάδες που έχουν δημιουργηθεί σε καινούριους ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς.
- Η Αθήνα ανέκαθεν αποτελούσε πόλο έλξης για παγκόσμια συνέδρια γιατί λόγω της ιστορίας και των μνημείων της αλλά και λόγω της εγγύτητας της στα ελληνικά νησιά είναι ο τέλειος συνδυασμός για τους συνέδρους και τις οικογένειες τους για επιστημονική γνώση και διακοπές. Δυστυχώς τα τελευταία χρόνια έχουν μειωθεί τα συνέδρια που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Αθήνα γιατί λόγω της άσχημης οικονομικής της κατάστασης και των καθημερινών αναταράξεων στο κέντρο της πόλης έχει πάψει να αποτελεί ασφαλή προορισμό. Αυτό σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα city hotels στηρίζουν ένα μεγάλο ποσοστό του τουρισμού τους στο συνεδριακό θα δημιουργήσει στο μέλλον ιδιαίτερο πρόβλημα στα πολυτελή ξενοδοχεία του κέντρου, κάτι το οποίο θα πρέπει να επιλύσουν άμεσα. Είτε να στρέψουν την προσοχή τους και να ενισχύσουν κάποιο άλλο είδος τουρισμού είτε να εξασφαλίσουν την ασφάλεια διεξαγωγής και μετακίνησης όλων των συνέδρων κατά τη διάρκεια του συνεδρίου προς κάθε προορισμό. Επειδή κάτι τέτοιο είναι πραγματικά ανέφικτο να επιτευχθεί από την προσπάθεια μιας μεμονωμένης ξενοδοχειακής μονάδας, θα πρέπει να συσπειρωθούν όλα μαζί και να βρουν λύση με την πολιτεία γιατί διαφορετικά η μη επίλυση αυτού του προβλήματος θα αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα

για επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και μη αναστρέψιμη κατάσταση στην οικονομία της πρωτεύουσας.

- Ιδιαίτερη εντύπωση προκαλεί η απάντηση της πλειονότητας των ξενοδοχείων σχετικά με την τάση των εσόδων τους τα τελευταία τρία χρόνια. Η θετική απάντηση τους προκαλεί μεγάλη έκπληξη αν αναλογιστεί κανείς την δυσμενή οικονομική κατάσταση της Ελλάδας και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν όλες οι επιχειρήσεις στον κλάδο του τουρισμού. Αυτό σε συνδυασμό με το γεγονός ότι κανένας από τους υπευθύνους δεν έδωσε απάντηση σχετικά με το ύψος του κύκλου εργασιών κατά το τελευταίο έτος αλλά και ούτε με το ύψος επενδύσεων στο μέλλον για τον τεχνολογικό εξοπλισμό του εκάστοτε ξενοδοχείου δείχνει μία καχυποψία από μέρος της επιχείρησης στο να παρουσιάσει στον ανταγωνισμό την πραγματική πορεία της επιχείρησης και τα μελλοντικά της σχέδια και μία τάση ωραιοποίησης της υπάρχουσας κατάστασης. Άρα ίσως και η απάντηση σχετικά με τη ανοδική πορεία των εσόδων την τελευταία τριετία να μην είναι απόλυτα αληθής από όλα τα ξενοδοχεία.
- Τα ερωτηθέντα ξενοδοχεία διαθέτουν βασικές δομές από όλα σχεδόν τα πληροφοριακά συστήματα και συνδέονται μεταξύ τους με το καλύτερο δυνατό τρόπο ώστε να εξασφαλίσουν την εύρυθμη λειτουργία μίας ξενοδοχειακής μονάδας. Το γεγονός αυτό αποτελεί ευχάριστη έκπληξη γιατί δείχνει τον βαθμό ανάπτυξης των ξενοδοχείων κατά την τελευταία δεκαετία. Ενώ πριν από μερικά χρόνια το κάθε ξενοδοχείο διέθετε το δικό του ανεξάρτητο σύστημα κρατήσεων τώρα όλα διαθέτουν ένα ολοκληρωμένο πιστοποιημένο FO που τους δίνει απίστευτες δυνατότητες σύνδεσης με όλα τα υπόλοιπα τμήματα της μονάδας. Μέσω των συστημάτων που διαθέτουν καταγράφονται όλες οι κινήσεις των πελατών τους και χρεώνονται αυτόματα στο λογαριασμό τους όλα τα τηλεφωνήματα που πραγματοποιούν, όλες οι ταινίες που επιθυμούν να παρακολουθήσουν στο δωμάτιο τους, οποιαδήποτε αγορά στα εστιατόρια, τα μπαρ και σε οποιοδήποτε άλλο σημείο πώλησης του ξενοδοχείου εκμηδενίζοντας την πιθανότητα λανθασμένης καταγραφής από ανθρώπινο λάθος. Η αυτοματοποίηση κυριαρχεί πλέον παντού. Τα κλασικά κλειδιά αντικαθίστανται από ηλεκτρονικές και μαγνητικές κάρτες με τις οποίες ενεργοποιείται η ηλεκτρική ενέργεια μέσα στο δωμάτιο και σε πολλές

περιπτώσεις αποτελεί και το κλειδί για το χρηματοκιβώτιο που πλέον θεωρείται δεδομένο μέσα στο δωμάτιο κάθε ξενοδοχείου. Ο εν δυνάμει πελάτης έχει πλέον την δυνατότητα σε όλα τα ξενοδοχεία της έρευνας να κλείνει την κράτηση του μέσω διαδικτύου, χωρίς να είναι απαραίτητη η τηλεφωνική κράτηση και η πληρωμή να γίνεται μέσω χρεωστικών, πιστωτικών ή και προπληρωμένων τραπεζικών καρτών. Αυτοματοποίηση επικρατεί ακόμα και στο τμήμα του λογιστηρίου το οποίο ενημερώνεται αναλυτικά για την κίνηση του κάθε πελάτη ο οποίος πλέον έχει δικό του προσωπικό ηλεκτρονικό φάκελο με όλες του τις κινήσεις. Το ίδιο ισχύει και για το προσωπικό που οι μέρες και ώρες εργασίας τους φαίνονται μέσα από την ηλεκτρολόγηση ειδικού κωδικού που διαθέτει ο κάθε υπάλληλος τον οποίο ηλεκτρολογεί κατά την ώρα της άφιξης και αναχώρησης του. Τέλος διαθέτουν όλα ΠΣ που τους ενημερώνουν για όλα τα πάγια τους, τις αποσβέσεις τους, τις φθορές τους, αλλά και την εμφάνιση βλαβών σε διάφορα μέρη του κάθε συστήματος, πράγμα που διευκολύνει την άμεση επίλυση του προβλήματος.

- Ένα μεγάλο ποσοστό των ξενοδοχείων δεν έχει δώσει την πρέπουσα σημασία και υπολείπεται όσον αφορά το F&B και το Sales and Catering. Το γεγονός αυτό είναι αρκετά περίεργο για ξενοδοχεία τέτοιου επιπέδου που διαθέτουν περισσότερα από ένα σημεία εστίασης και που κατακλύζονται από συνέδρια και εκδηλώσεις παντός τύπου. Τους δημιουργεί πολλά προβλήματα μιας και δεν υπάρχει αυτόματη σύνδεση μεταξύ των σημείων αυτών με το κεντρικό FO και η οργάνωση και έλεγχος μέσα στα εστιατόρια, στα bar και στο τμήμα εκδηλώσεων γίνεται με χειρογραφικές διαδικασίες ή με απλά ενδοεταιρικά προγράμματα. Μπορεί μέχρι τώρα ο όγκος συναλλαγών τους να ήταν διαχειρίσιμος αλλά για την ανάπτυξη των τμημάτων αυτών στο μέλλον είναι απαραίτητος ο εκσυγχρονισμός τους και η υιοθέτηση ενός αξιόπιστου δοκιμασμένου συστήματος που θα εκμηδενίζει το περιθώριο του ανθρώπινου λάθους.
- Ένα ακόμα συμπέρασμα που εξαγάγουμε από την έρευνα είναι ότι ο βαθμός ικανοποίησης των ξενοδοχείων από τα υπάρχοντα ΠΣ που διαθέτουν είναι αρκετά υψηλός και πιστεύουν ότι η χρησιμοποίηση αυτών ασκεί θετική επιρροή στην λειτουργία τους. Η απάντηση αυτή είναι η αναμενόμενη. Σε

περίπτωση που η απάντηση ήταν διαφορετική θα είχαμε να κάνουμε με μία διοίκηση ενός ξενοδοχείου που αντιλαμβάνεται την ανικανότητα ενός ΠΣ και αδρανή μη έχοντας προβεί μέχρι στιγμής σε καμία ενέργεια αντικατάστασης του έτσι ώστε να είναι λειτουργικό για τους υπαλλήλους και τους πελάτες του. Εξαιρεση αποτελεί το Caravel που είναι δυσαρεστημένο από το ΠΣ του όσον αφορά τη διαχείριση βλαβών και βρίσκεται σε διαδικασία διαπραγμάτευσης με την ιδιοκτήτρια εταιρία αυτού. Βέβαια μέχρι στιγμής έχουν αξιολογηθεί τα ΠΣ από την μεριά του ξενοδοχείου. Η δικιά του αξιολόγηση όμως μπορεί να είναι αντιδιαμετρικά αντίθετη με αυτή των πελατών του. Για το λόγο αυτό το κάθε ξενοδοχείο θα πρέπει με τρόπο που το ίδιο θα επιλέξει να διερευνήσει πόσο εξυπηρετικό είναι για τον κάθε πελάτη το εκάστοτε ΠΣ με το οποίο έρχεται σε άμεση επαφή και τι προτείνει σε περίπτωση μη ικανοποίησης του.

- Η αγορά ενός ΠΣ είναι κάτι το πολύ δαπανηρό και πρέπει να γίνει με ιδιαίτερη προσοχή γιατί πάνω σε αυτό θα στηριχτεί ένα μεγάλο μέρος της λειτουργίας του ξενοδοχείου. Στην ερώτηση κατά πόσο πιστεύουν τα ξενοδοχεία ότι τα αποτελέσματα που λαμβάνουν από τη χρησιμοποίηση των ΠΣ δικαιολογούν το κόστος που έχουν επενδύσει για την απόκτηση και συντήρηση τους όλα απάντησαν ότι το δικαιολογούν και με το παραπάνω. Όλη αυτή η υπερβολικά θετική κριτική από τη πλευρά τους σε συνδυασμό και με το γεγονός ότι δεν σκοπεύουν στο μέλλον να προχωρήσουν σε επενδύσεις στο τεχνολογικό τομέα δείχνει ότι έχουν επαναπαυτεί στην παρούσα κατάσταση με τα υπάρχοντα ΠΣ να τους εξυπηρετούν. Τα πράγματα όμως δεν είναι ακριβώς έτσι γιατί η τεχνολογία εξελίσσεται διαρκώς και παρουσιάζονται καινούρια προγράμματα τα οποία θα απλοποιήσουν ακόμα περισσότερο τις διαδικασίες και θα αντικαταστήσουν τα υπάρχοντα τα οποία θα κατασταθούν παρωχημένα. Άρα η διοίκηση ενός ξενοδοχείου θα πρέπει να παρακολουθεί τις εξελίξεις στο τομέα και να υπολογίζει ότι ένα μέρος των κερδών θα πρέπει να επενδύεται στον τεχνολογικό εξοπλισμό αν θέλει να παραμείνει ανταγωνιστικό με τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές μονάδες της ίδιας κατηγορίας.
- Λόγω της πολυπλοκότητας των ΠΣ σε περίπτωση που παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα, οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου δεν είναι πάντοτε σε θέση να γνωρίζουν την επίλυση του. Για το λόγο αυτό μεταξύ ξενοδοχειακής μονάδας

και ιδιοκτήτριας εταιρίας του εκάστοτε ΠΣ υπογράφεται συμβόλαιο συντήρησης που σημαίνει ότι η ιδιοκτήτρια εταιρία οφείλει να είναι διαθέσιμη εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο προκειμένου να ρυθμίσει το ζήτημα που έχει προκύψει. Τα ξενοδοχεία της έρευνας έχουν αντιληφθεί την σημαντικότητα του θέματος και έχουν μεριμνήσει στην υπογραφή συμβολαίων συντήρησης για τα πιο σημαντικά ΠΣ τους. Μάλιστα η πλειοψηφία αυτών θα προβεί και σε συμβόλαια συντήρησης και για δευτερεύοντα ΠΣ στο άμεσο μέλλον. Ο βαθμός ικανοποίησης τους ήδη από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες ΠΣ που διαθέτουν είναι μεγάλος και υποστηρίζουν ότι βρίσκονται συνέχεια κοντά τους και βοηθάνε στην επίλυση οποιουδήποτε προβλήματος παρουσιαστεί.

5.4. Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη

Με βάση τα ευρήματα της παρούσης διπλωματικής εργασίας θα μπορούσε να διεξαχθεί περαιτέρω έρευνα στις ακόλουθες κατευθύνσεις:

- Να συλλεχθούν δεδομένα σχετικά με τα ΠΣ όχι μόνο από τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων του νομού Αττικής αλλά και από άλλα αντιπροσωπευτικά πολυτελή ξενοδοχεία δημοφιλών προορισμών τόσο στα ελληνικά νησιά όσο στην υπόλοιπη ηπειρωτική Ελλάδα.
- Να επιλεγθούν αντιπροσωπευτικά ξενοδοχεία πέντε αστέρων από διάφορες χώρες της Ευρώπης και να συγκριθούν ως προς τα ΠΣ που διαθέτουν με αυτά των ελληνικών ξενοδοχείων της ίδιας κατηγορίας.
- Να πραγματοποιηθεί αναλυτικότερη έρευνα σχετικά με την εθνικότητα των τουριστών ανά ξενοδοχείο και να αξιολογήσουν οι ίδιοι οι πελάτες πως κρίνουν τα ΠΣ όπως τα αντιλαμβάνονται οι ίδιοι και να τα συγκρίνουν με ξενοδοχεία αντίστοιχων προδιαγραφών της χώρας τους.
- Να γίνει μία εκτενέστερη ανάλυση του τι μπορεί να περιλαμβάνει το εκάστοτε ΠΣ και πόσα από τα επιμέρους συστήματα διαθέτει αλλά και χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο και σε τι βάθος.

- Να διερευνηθεί η αγορά ξενοδοχειακών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω της ιστοσελίδας του εκάστοτε ξενοδοχείου αλλά και η συνεργασία τους με άλλες ανεξάρτητες ιστοσελίδες κρατήσεων π.χ. www.booking.com και να βρεθεί το ποσοστό τους στις συνολικές πωλήσεις του ξενοδοχείου.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Βιβλιογραφικές αναφορές

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Ακριβός, Χ. & Σαλεσιώτης, Π. (2007). Τουρισμός. Εισαγωγικές Έννοιες, τουριστική συνείδηση, τουριστική συμπεριφορά, Αθήνα: Interbooks.

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός. Οικονομικές προσεγγίσεις (β' έκδοση), Αθήνα: Προπομπός.

Βιταντζάκης, Ν. (2010). Διοικητική δεοντολογία και πρακτική, Αθήνα: Έλλην.

Γιαννακόπουλος, Δ. & Παπουτσής, Ι. (2003). Διοικητικά πληροφοριακά συστήματα, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική

Δουκίδης, Γ. (2003). Διοίκηση Επιχειρήσεων και Πληροφοριακά Συστήματα, Αθήνα: Ι. Σιδέρης.

Ζαχαράτος, Γ. (2003). Package Tour. Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού (β' έκδοση), Αθήνα: Προπομπός.

Ζοπουνίδης, Κ. & Σίσκος, Γ. (2006). Τουριστικό Μάνατζμεντ, Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Θεοχάρης, Ν. (2007). Front Office Management. Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση, Αθήνα: Προπομπός.

Ηγουμενάκης, Ν. (2004). Τουριστικό Μάρκετινγκ. Γενικές αρχές, Αθήνα: Interbooks.

Κάππος, Γ. (2002). Εφαρμογές ηλεκτρονικών υπολογιστών στον τουρισμό, Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Κατσώνη, Β. (2010). Βιομηχανία αεροπορικών μεταφορών και τουρισμός, Αθήνα: Interbooks.

Κατσώνη, Β. (2006). Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό, Αθήνα: Interbooks.

- Κόμινης, Ν. (2004). Εφαρμογές Η/Υ στον τουρισμό, Αθήνα: Interbooks
- Κωστομούδη – Κυριακοπούλου, Ζ. (2003). C.R.S. – G.D.S., συστήματα κρατήσεων αεροπορικών εταιρειών και ταξιδιωτικών πρακτορείων με χρήση Η/Υ, Αθήνα: Προπομπός.
- Λιβέρης, Π. (2009). Διοίκηση προσωπικού ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Αθήνα: Έλλην.
- Οικονόμου, Γ. & Γεωργόπουλος, Ν. (2004). Πληροφοριακά Συστήματα για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων (γ' έκδοση), Αθήνα: Ευγ. Μπένου.
- Παπαγεωργίου, Α. (2007). Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων. Προγραμματισμός ταξιδιού, σύνθεση τουριστικών πακέτων, Αθήνα: Interbooks.
- Πατεστής, Ι. (2004). Διοίκηση προσωπικού ξενοδοχειακών και επισιτιστικών επιχειρήσεων, Αθήνα: Le Monde/ Le Livres du Tourisme.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2003). Τουριστικό Μάρκετινγκ, Αθήνα: Σταμούλη Α.Ε.
- Σωτηριάδης, Μ. (2002). Ταξιδιωτικά Πρακτορεία. Incoming & Outgoing. Λειτουργία – Οικονομικά – Σχεδιασμός Προϊόντων (β' έκδοση), Αθήνα: Προπομπός.
- Τασόπουλος, Α. (2005). Πληροφορικά Συστήματα. Οργάνωση, μεθοδολογία, εφαρμογές, Αθήνα: Σταμούλη.
- Τσάρτας, Π. (2010). Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη. Χαρακτηριστικά – Διερευνήσεις - Προτάσεις, Αθήνα: Κριτική.
- Υψηλάντης, Π. (2001). Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης. Από τη θεωρία στη πράξη, Αθήνα: Πατάκη.
- Φιλιππίδης, Δ. & Τζένος, Χ. (2001). Οργάνωση και Λειτουργία Εστιατορίου. Κλασικές και σύγχρονες τεχνικές εξυπηρέτησης, Αθήνα: Le Monde.

Χαραμής, Γ. (2002). Ανάλυση και Σχεδιασμός Πληροφοριακών Συστημάτων. Γενικές Αρχές – Μεθοδολογία – Πρότυπα – Διαδικασίες (δ' έκδοση), Θεσσαλονίκη: Ανικούλα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Ateljevic, J. & Page, S. (2009). *Tourism and Entrepreneurship*. London: Routledge.

Biederman, P. (2007). *Travel an Tourism. An Industry Primer*, London: Hardback.

Cook, R., Yale, L. & Marqua, J. (2009). *Tourism: The business of Travel* (4th edition), New Jersey: Prentice Hall.

Goeldner, C. & Ritchie, B. (2001). *Tourism. Principles, Practices, Philosophies* (12th edition), New Jersey: Wiley.

Gupta, A. & Malik, A. (2005). *Management Information Systems. A Computerized Approach to Managerial Aspects*, New Delhi: Firewall Media.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2009). *Marketing for Hospitality & Tourism* (5th edition), New Jersey: Prentice Hall.

Kozak, M. & Baloglu, S. (2012). *Managing and Marketing Tourist Destinations. Strategies to Gain a Competitive Edje*, London: Routledge.

Laudon, K. & Laudon, J. (επιμ. Κατσαντώνης, Γ.) (2002). *Συστήματα Πληροφοριών Διοίκηση (MIS). Οργάνωση και τεχνολογία στη δικτυωμένη επιχείρηση* (δ' έκδοση), Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Laudon, K. & Laudon J. (2010). *Essentials of MIS* (9th edition), London: Prentice Hall.

Magal, S. & Word, J. (2009). *Essentials of Business Processes an Information Systems* (10th edition), New Jersey: Wiley.

Manson, P. (2008). *Tourism Impacts, Planning and Management* (2nd edition), Oxford: Taylor & Francis

McLeod, R. & Schell, G. (2006). *Management Information Systems* (10th edition), London: Prentice Hall

Morrison, A. (επιμ. Ρεκούδης, Σ.) (2001). *Εφαρμογές τουριστικού και ταξιδιωτικού μάρκετινγκ*, Αθήνα: Έλλην.

Morrison, A. (επιμ. Ρεκούδης, Σ.) (2001). *Στρατηγικός σχεδιασμός τουριστικού μάρκετινγκ*, Αθήνα: Έλλην.

Oh, H. (2008). *Handbook of Hospitality and Management*, Ontario: Butterworth – Heinemann

Oz, E. (2006). *Management Information Systems*, Cambridge: Course Technology.

Page, S. (2011). *Tourism Management*, UK: Routledge

Rainer, K. & Watson, H. (επιμ. Μήλιος, Α.) (2012). *Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης. Η πληροφορική στις επιχειρήσεις*, Αθήνα: Γκιούρδας.

Song, H. (2011). *Tourism Supply Chain Management*, UK: Routledge

Viasinc Technical Staff (2011). *Amadeus GDS Format Guide*, Walnut Creek: Viasinc.

Viasinc Technical Staff (2011). *Apollo GDS Format Guide*, Walnut Creek: Viasinc.

Viasinc Technical Staff (2011). *Galileo GDS Format Guide*, Walnut Creek: Viasinc.

Viasinc Technical Staff (2011). *Sabre GDS Format Guide*, Walnut Creek: Viasinc.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς



Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων -Μάνατζμεντ Τουρισμού

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Παρακαλούμε απαντήστε, σημειώνοντας με X τις επιλογές σας.

Α' ΜΕΡΟΣ: Χαρακτηριστικά Επιχείρησης

1. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση στην οποία εργάζεστε είναι η: _____

2. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση στην οποία εργάζεστε είναι:
(δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

Resort Hotel

City Hotel

3. Η επιχείρηση είναι:

Δημόσια Ιδιωτική Πολυεθνική

Ανεξάρτητη Μονάδα	Μονάδα Αλυσίδας Επιχειρήσεων με σχέση		
<input type="checkbox"/>	Franchising <input type="checkbox"/>	Management Contracting <input type="checkbox"/>	(συν)Ιδιοκτησίας <input type="checkbox"/>

4. Ποιο έτος ιδρύθηκε το ξενοδοχείο; _____

5. Ποιό είδος τουρισμού και σε τι ποσοστό εξυπηρετεί το ξενοδοχείο;
(Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

	%
Αναψυχής	<input type="text"/>
Συνεδριακό	<input type="text"/>
Business	<input type="text"/>
Άλλο (παρακαλούμε διευκρινίστε):	<input type="text"/>
Σύνολο	100%

6. Το ξενοδοχείο λειτουργεί:

Όλη τη διάρκεια του έτους

Εποχιακά Αριθμός μηνών _____

7. Πόσα δωμάτια διαθέτει το ξενοδοχείο;

Αριθμός δωματίων _____ Αριθμός κλινών _____

8. Τα έσοδα τα 3 τελευταία χρόνια παρουσιάζουν:

- A. Ανοδική τάση
- B. Καθοδική τάση
- Γ. Σταθερή τάση

9. Τι ποσοστό του ιδιοκτησιακού καθεστώτος είναι ελληνικών και τι ξένων συμφερόντων;

Ελληνικών (%)
Ξένων (%) Εθνικότητα: _____

10. Ποιο το ύψος του κύκλου εργασιών της επιχείρησης κατά το τελευταίο έτος;

Β' ΜΕΡΟΣ

1. Ποια Πληροφοριακά Συστήματα από τα παρακάτω διαθέτει η επιχείρησή σας;

- F/O
- POS
- FBM
- S&C
- Payroll
- PBX
- Safe box
- Κλειδαριές
- Video on demand
- Web reservations
- Accounting
- Πάγια
- Διαχείριση βλαβών

2. Ποια interface υπάρχουν;

- POS → F/O
- FO → Accounting
- Payroll → Accounting
- POS → FBM
- PBX → F/O
- Ψυχαγωγία → F/O
- Άλλο _____

3. Ποιος ο βαθμός ικανοποίησής σας από τα παρακάτω συστήματα; (1-χαμηλός, 5-υψηλός)

F/O	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
POS	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
FBM	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
S&C	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Payroll	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
PBX	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Safe box	1	2	3	4	5
Κλειδαριές	1	2	3	4	5
Videos on demand	1	2	3	4	5
Web reservations	1	2	3	4	5
Accounting	1	2	3	4	5
Πάγια	1	2	3	4	5
Διαχείριση βλαβών	1	2	3	4	5

4. Τα υπάρχοντα πληροφοριακά συστήματα επηρεάζουν θετικά τη λειτουργία του ξενοδοχείου;

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Αν θέλετε εξηγήστε μας την απάντησή σας:

5. Τα κόστη επένδυσης και λειτουργίας είναι ικανοποιητικά σε σχέση με τα αποτελέσματα;

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Αν θέλετε εξηγήστε μας την απάντησή σας:

6. Σκοπεύετε στο άμεσο μέλλον να προχωρήσετε σε επενδύσεις που αφορούν τεχνολογικό εξοπλισμό; Αν ναι, τι ύψους θα είναι αυτή η επένδυση; Και πάνω σε ποια συστήματα σκοπεύετε να επενδύσετε?

7. Σε τι βαθμό είστε ικανοποιημένοι από την υποστήριξη που λαμβάνεται από τις ιδιοκτήτριες εταιρίες των πληροφοριακών συστημάτων που διαθέτετε;

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Αν θέλετε εξηγήστε μας την απάντησή σας:

8. Έχετε συμβόλαια συντήρησης με τα υπάρχοντα πληροφοριακά συστήματα;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
F/O	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
POS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FBM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S&C	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Payroll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PBX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Safe box	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κλειδαριές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video on demand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web reservations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accounting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πάγια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαχείριση βλαβών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Πανεπιστήμιο Πειραιώς