

ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**



**ΘΕΜΑ: ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ, Η  
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ, ΤΑ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ  
ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ  
ΑΥΞΗΣΗ Ή ΟΧΙ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ  
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ Η  
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΜΕ ΤΟ ΤΜΗΜΑ  
ΟΡΟΦΩΝ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:  
ΔΡ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ: ΣΟΦΙΑ ΚΟΥΡΟΥΜΑΛΟΥ**

**ΠΑΤΡΑ, ΜΑΪΟΣ 2010**

## Περιεχόμενα

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	7
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b> .....	10
1.1 Τι είναι ξενοδοχείο και ποια τμήματα διαθέτει.....	10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b> .....	15
2.1 Το Τμήμα Υποδοχής και η λειτουργία του.....	15
2.2 Προσωπικό του Τμήματος Υποδοχής.....	20
2.3 Προγράμματα Η/Υ στην υπηρεσία του Τμήματος Υποδοχής.....	31
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b> .....	35
3.1 Επιμέρους Τμήματα της Υποδοχής.....	35
3.2 Τμήμα Κρατήσεων.....	37
3.3 Το Τμήμα Υποδοχής.....	47
3.4 Νυχτερινή Υπηρεσία (Night Audit).....	66
3.5 Τμήμα Θυρωρείου.....	73
3.6 Τμήμα Ταμείου.....	78
3.7 Τμήμα Τηλεφωνικού Κέντρου.....	85
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b> .....	90
4.1 Τμήμα Ορόφων (Housekeeping).....	91
4.2 Τμήμα συντήρησης.....	94
4.3 Επικοινωνία της Υποδοχής με το Τμήμα τροφίμων και ποτών (food & beverage department).....	94
4.4 Τμήμα marketing και πωλήσεων.....	97
4.5 Τμήμα εκδηλώσεων ή συνεστιάσεων.....	99
4.6 Τμήμα διοίκησης ανθρωπίνων πόρων.....	100
4.7 Τμήμα Λογιστηρίου.....	101
4.8 Τμήμα ασφάλειας.....	102

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b> .....	104
<b>5.1</b> <b>Πωλήσεις του Τμήματος Υποδοχής</b> .....	104
<b>5.2</b> <b>Η συμβολή του τμήματος της Υποδοχής στην αύξηση ή όχι των     πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας</b> .....	107
<b>5.3</b> <b>Επικοινωνία στην ομάδα της Υποδοχής</b> .....	116
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b> .....	118
<b>6.1</b> <b>Το Τμήμα Ορόφων (Housekeeping)</b> .....	118
<b>6.2</b> <b>Στελέχωση του Τμήματος Ορόφων</b> .....	119
<b>6.3</b> <b>Οργάνωση του housekeeping</b> .....	123
<b>6.4</b> <b>Λειτουργίες του τμήματος ορόφων</b> .....	126
<b>6.5</b> <b>Συνεργασία της Υποδοχής με το τμήμα Ορόφων (Housekeeping) με στόχο     την προώθηση των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας</b> .....	129
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b> .....	132
<b>Έρευνα σε ξενοδοχεία</b> .....	132
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	141
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	144
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'</b> .....	146
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β'</b> .....	151
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'</b> .....	156

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το ξενοδοχείο ως οικονομική μονάδα πωλεί φιλοξενία και προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες στους πελάτες του, μέσω της ενοικίασης καταλύματος, με βασικό του στόχο τη φιλόξενη αντιμετώπιση και την ικανοποίηση των πελατών-επισκεπτών του, για τη διασφάλιση της οποίας το τμήμα της Υποδοχής παίζει καθοριστικό ρόλο.

Η Υποδοχή ή αλλιώς Front Office, που βρίσκεται σε κομβικό σημείο του ξενοδοχείου, ασκώντας βαθιά επίδραση στις εντυπώσεις του επισκέπτη, κατά τη στιγμή της άφιξης και καθ' όλη την παραμονή του, ουσιαστικά διαχειρίζεται και προωθεί το ξενοδοχειακό προϊόν, στοχεύοντας στην επικερδή πώληση των αγαθών και των υπηρεσιών της επιχείρησης.

Οι πιο σημαντικές της εργασίες αφορούν τις κρατήσεις δωματίων, την υποδοχή των αφικνούμενων πελατών, την κατανομή των δωματίων τους, τη διεκπεραίωση της διαδικασίας άφιξης και αναχώρησής τους, τη Ρεσεψιόν γενικά, και την έκδοση λογαριασμών και πληρωμών.

Ωστόσο, το τμήμα της Υποδοχής ασκεί και άλλα καθήκοντα, όπως είναι οι ενέργειες του θυρωρείου και του τηλεφωνικού κέντρου, η τηλεφωνική εξυπηρέτηση των πελατών, η διαχείριση της αλληλογραφίας τους, η φύλαξη των κλειδιών και η των τιμαλφών τους, η μεταφορά αποσκευών τους, οι κρατήσεις διαφόρων εισιτηρίων, η ενημέρωσή τους για ποικίλα θέματα που είτε σχετίζονται με τα προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες του καταλύματος, είτε αφορούν πάσης φύσεως πληροφορίες, (π.χ. για τα αξιοθέατα της περιοχής).

Επιπλέον, η Υποδοχή ελέγχει τη διαθεσιμότητα των δωματίων και την πραγματική του κατάσταση τους (room status) σε συνεργασία με το τμήμα Ορόφων, παρακολουθεί την κίνηση των πελατών, και συντάσσει αναφορές για τις μελλοντικές προβλέψεις αφίξεων (forecast), όπως και αναφορές στατιστικές για την αυξομείωση της τουριστικής ζήτησης, αλλά και αρχείο με το προφίλ του πελάτη, καθώς και συμπληρώνει τα διάφορα βιβλία και δελτία που προορίζονται για τις διάφορες κρατικές οικονομικές υπηρεσίες ή για την αστυνομία.

Οι τομείς της υποδοχής ανάλογα με την επαφή που έχουν με τον πελάτη διακρίνονται σε Front και Back Office. Το πρώτο περιλαμβάνει: το Θυρωρείο, τη Ρεσεψιόν και το Ταμείο, ενώ το Back Office περιλαμβάνει: τις Κρατήσεις, το Τηλεφωνικό Κέντρο και τη Νυχτερινή Υπηρεσία και ο εξοπλισμός της ανάλογα με την οργάνωση και το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί να είναι αυτοματοποιημένος, μηχανογραφημένος, χειρόγραφος ή συνδυασμός τους, ενώ στις μέρες μας χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο ο Η/Υ με αντίστοιχα προγράμματά του.

Το προσωπικό της Υποδοχής συνήθως περιλαμβάνει τον Προϊστάμενο και τους υπαλλήλους της Υποδοχής (Receptionists), τον υπεύθυνο κρατήσεων, τον ταμιά, το νυχτερινό ελεγκτή και τους υπαλλήλους θυρωρείου και η επικοινωνία μεταξύ τους πραγματοποιείται μέσω του βιβλίου βάρδιας και οργάνωση συγκεντρώσεων (meetings) του προσωπικού μηνιαίως.

Τα επιμέρους τμήματα της Υποδοχής είναι οι Κρατήσεις, η Νυχτερινή Υπηρεσία, και ανάλογα με την οργάνωση του Front Office μπορεί να λειτουργεί ξεχωριστά τμήματα Θυρωρείου, Τηλεφωνικού Κέντρου και Ταμείου.

Για την αποτελεσματική διεκπεραίωση των εργασιών της Υποδοχής, είναι απαραίτητη η επικοινωνία και η συνεργασία της με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως με το τμήμα Ορόφων που αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα τμήματα εκμετάλλευσης και η επικοινωνία τους έχει το χαρακτήρα αλληλεξάρτησης. Άλλα τμήματα που επικοινωνεί η Υποδοχή είναι: Συντήρησης, Τροφίμων και Ποτών, Marketing και Πωλήσεων, Εκδηλώσεων ή Συνεστιάσεων, Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων, Λογιστηρίου, και Ασφάλειας.

Η Υποδοχή αποτελεί το κέντρο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης και συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στην προώθηση των πωλήσεων των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών της επιχείρησης και ταυτόχρονα της φιλοξενίας, με στόχο τη διασφάλιση της εμπιστοσύνης του πελάτη – φιλοξενούμενου προς το κατάλυμα και την ενίσχυση του κύρους του ξενοδοχείου στην τουριστική αγορά<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Λέξεις κλειδιά: Η Υποδοχή, επιμέρους τμήματα της Υποδοχής, Όροφοι, επικοινωνία της Υποδοχής με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, Πωλήσεις της Υποδοχής.

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η παρούσα εργασία στόχο έχει να παρουσιάσει ένα κρίσιμο τμήμα της ξενοδοχειακής μονάδας, για τη διάθεση του ξενοδοχειακού τουριστικού προϊόντος, το τμήμα Υποδοχής (front office).

Ο τομέας της υποδοχής βρίσκεται σε οργανική σύνδεση με τα υπόλοιπα τμήματα εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου και από λειτουργικής άποψης συμβάλλει τα μέγιστα στην αύξηση των εσόδων της επιχείρησης, και διαμορφώνει τις εντυπώσεις και την εκτίμηση που θα σχηματίσει ο πελάτης από την πρώτη στιγμή της άφιξής του, κατά τη διάρκεια παραμονής του, ως την τελική του αναχώρηση από το ξενοδοχείο.

Όπως φανερώνει η λέξη υποδέχεται και καλωσορίζει τον πελάτη και μεριμνά να τον τακτοποιήσει σε ένα δωμάτιο των προτιμήσεών του, τον εξυπηρετεί και του διευκολύνει τα αιτήματα και τις ανάγκες του.

Παράλληλα όμως, λειτουργεί και σαν πωλητής, που πρόθεση έχει να διαθέσει το ξενοδοχειακό προϊόν, δηλαδή την παροχή δωματίων και άλλων υπηρεσιών με σκοπό τη μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης, ερευνώντας τους όρους και τις ανάγκες της αγοράς και προωθώντας τα δωμάτια στις κατάλληλες με την εποχή της τουριστικής ζήτησης τιμές.

Σε αυτήν την εργασία, που οικοδομήθηκε σε επτά κεφάλαια, έγινε προσπάθεια να παρουσιαστεί με σαφήνεια, το τμήμα υποδοχής και η λειτουργία του, τα επιμέρους τμήματά του, τα προγράμματα που χρησιμοποιεί για τη διεκπεραίωση των εργασιών του, το ανθρώπινο δυναμικό που στελεχώνει το Front Office και τα καθήκοντά τους.

Είναι αποδεκτό πως, οι ομάδες και οι οργανισμοί, όπως είναι ένα ξενοδοχειακός οργανισμός, υπάρχουν επειδή οι άνθρωποι δουλεύοντας μαζί μπορούν να επιτύχουν περισσότερα και να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις, παρά όταν ο ίδιος αριθμός ανθρώπων εργάζεται ατομικά.

Για το σκοπό αυτό, έγινε λόγος για την απαραίτητη συνεργασία και την επικοινωνία της Υποδοχής με τα λοιπά τμήματα της ξενοδοχειακής μονάδας, και κυρίως, με το τμήμα Ορόφων, που βρίσκεται σε αλληλένδετη σχέση (Housekeeping) με την Υποδοχή και είναι υπεύθυνο για τη διαθεσιμότητα των δωματίων, την ικανότητα τους προς πώληση, με στόχο τη μεγιστοποίηση της προσφοράς και διάθεσης του ξενοδοχειακού αγαθού στην τουριστική αγορά.

Η συνεργασία της Υποδοχής με το τμήμα Housekeeping, το οποίο κατέχει μια εξίσου σημαντική θέση, παράλληλα με το Front Office, στην ξενοδοχειακή βιομηχανία, είναι εξαιρετικής σημασίας για την εικόνα που θα σχηματίσει ο πελάτης για το κατάλυμα, και για την αύξηση των πωλήσεών του, γι' αυτό και αφιερώθηκε ένα κεφάλαιο για τη σημασία αυτής της συνεργασίας τους.

Επιπλέον, έγινε προσπάθεια να αναδειχτούν από τη γράφουσα όλες εκείνες οι σημαντικές ενέργειες και διαδικασίες που ακολουθεί το προσωπικό των επιμέρους τμημάτων της Υποδοχής, οι οποίες συνθέτουν την αποτελεσματική οργάνωση και λειτουργία της Υποδοχής. Σε ξεχωριστό κεφάλαιο επίσης, εξετάστηκε ο ρόλος της Υποδοχής ως πωλητής των υπηρεσιών του καταλύματος και η ουσιαστική συμβολή της στην προώθηση των πωλήσεων.

Στο τελευταίο κεφάλαιο προστέθηκε το κομμάτι που αφορούσε την έρευνα, η οποία ήταν επιτόπια και πραγματοποιήθηκε, σε τρεις ξενοδοχειακές μονάδες, δύο στο νησί της Κέρκυρας, και μια στη Ζάκυνθο και διενεργήθηκε μέσω ενός ερωτηματολογίου που συντάχθηκε από τη γράφουσα, βάσει των ζητημάτων που εμπεριέχονταν στον ορισμό του θέματος της πτυχιακής εργασίας.

Στην ενότητα με τα συμπεράσματα, ενόητα τέθηκαν ορισμένες σκέψεις και προβληματισμοί για τον τρόπο που μπορεί η υποδοχή να συμβάλλει αποτελεσματικότερα στην προώθηση της φιλοξενίας και των πωλήσεων ή να λειτουργήσει αντίθετα, από τον κύριο σκοπό της ξενοδοχειακής μονάδας, που είναι η πληρέστερη και η ωφελιμότερη για την επιχείρηση διάθεση των δωματίων της, αλλά και η διασφάλιση της ευχαρίστησης των πελατών από τη διαμονή τους, τη συμπεριφορά του προσωπικού και τις προσφερόμενες υπηρεσίες του καταλύματος.

Κλείνοντας, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους κυρίους Ιωάννη Μαυροειδή, διευθυντή του ξενοδοχείου Strada Marina και Αριστείδη Μεταλληνό, Προϊστάμενο Υποδοχής στο ξενοδοχείο Ariti, και τη ρεσεψιονίστ του hotel Aquis Corfu Holiday

Palace για τη βοήθεια τους στην έρευνα που πραγματοποίησα εκεί και για τα έντυπα της Υποδοχής που μου παραχώρησαν.

Κυρίως, όμως οφείλω να ευχαριστήσω ειλικρινά τη διδάσκουσα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, κα Αναστασία Ζαφειροπούλου που μου εμπιστεύτηκε τη διεκπεραίωση αυτού του θέματος, και με καθοδήγησε κατάλληλα αλλά και βέβαια, την οικογένειά μου που με ενθάρρυνε όλο το διάστημα της συγγραφής της και υπήρξε σημαντικός αρωγός των προσπαθειών μου, σε όλη τη διάρκεια των φοιτητικών μου χρόνων.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

### **1.1 Τι είναι ξενοδοχείο και ποια τμήματα διαθέτει**

Η ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας, ως οικονομικής μονάδας, αποτελεί μέρος της τουριστικής βιομηχανίας, η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό και τα ταξίδια, και η ανάπτυξή της βρίσκεται σε παράλληλη πορεία με τη γενικότερη πολιτική, κοινωνική, οικονομική και πολιτισμική ανάπτυξη του ανθρώπου, τμήμα της οποίας αποτελεί το πολύμορφο και ευπαθές ξενοδοχειακό προϊόν.

Η απλή αναφορά της λέξης ξενοδοχείο φέρνει στο νου συναρπαστικές εικόνες: αίθουσες αναμονής γεμάτες με διεθνείς αξιωματούχους, διασημότητες, κοινωνικούς ηγέτες, συμμετέχοντες σε συνέδρια και μεγάλες δεξιώσεις, επιχειρηματίες και ταξιδιώτες, και η συγκίνηση που νιώθει κανείς στην αίθουσα αναμονής του ξενοδοχείου, είναι η αρχή της κατανόησης της έννοιας της φιλοξενίας σε επισκέπτες<sup>2</sup>.

Στη Μ. Βρετανία σύμφωνα με τον ορισμό των ιδιοκτητών ξενοδοχείων το ξενοδοχείο είναι μια επιχείρηση που προσφέρει φαγητό, ποτό και στέγαση σε οποιοδήποτε ταξιδιώτη θέλει και μπορεί να πληρώσει για τις υπηρεσίες και τις ανέσεις που του παρέχονται. Επιπλέον αναλαμβάνει την ευθύνη για την παρουσία των πελατών του, συμμορφώνεται απέναντι στους κανονισμούς δημόσιας υγείας και διαφύλαξης της ασφάλειάς της και παρέχει υψηλά στάνταρντ καθαριότητας και υγιεινής<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 11.

<sup>3</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σελ. 19.

Τα ξενοδοχεία είναι οικονομικές μονάδες οι οποίες πωλούν φιλοξενία · ο νόμος ορίζει ως ξενοδοχείο την επιχείρηση που λειτουργεί μέσα ή έξω από πόλεις και προσφέρει κατάλυμα με ή χωρίς διατροφή<sup>4</sup>.

Συνεπώς, επιχειρώντας να δώσουμε έναν ορισμό του ξενοδοχείου, βάση της βιβλιογραφίας, θα λέγαμε ότι αυτό είναι μια επιχείρηση η οποία ενοικιάζει καταλύματα και προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες σε πελάτες τους οποίους αντιμετωπίζει ως φιλοξενούμενους, προσπαθώντας να ικανοποιήσει τις επιθυμίες τους, και κατά περίπτωση περιλαμβάνει εστιατόριο, μπαρ, χώρους αναψυχής πελατών αίθουσες συνεδρίων και άλλα συμπληρωματικά προϊόντα που σχετίζονται με τις ανάγκες των φιλοξενούμενων.

Ένα επιτυχημένο ξενοδοχείο/μοτέλ πρέπει να είναι για τους πελάτες του «το σπίτι μακριά από το σπίτι του», προσφέροντας τους είτε τον τρόπο ζωής που ονειρεύονται, είτε εκείνα τα στοιχεία που οι άνθρωποι βρίσκουν και στο δικό τους σπίτι, όπως ελκυστική διακόσμηση, καθαριότητα, σχετική ησυχία και ασφάλεια<sup>5</sup>.



Η ταξινόμηση των ξενοδοχειακών μονάδων δε βασίζεται σε αυστηρά κριτήρια. Οι ορισμοί μπορούν να αλλάξουν ανάλογα με τις δυνάμεις της αγοράς, τα νομικά κριτήρια, την τοποθεσία και μερικές φορές την προσωπική προτίμηση<sup>6</sup>.

Οι κύριες μορφές τουριστικών καταλυμάτων ορίζονται ως ακολούθως:

α) ξενοδοχεία κλασσικού τύπου που κατατάσσονται σε πέντε κατηγορίες αστερών (πέντε αστερών ως και 1 αστέρα),

<sup>4</sup> Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα, 2002, σ. 25.

<sup>5</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 28.

<sup>6</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 20.

β) ξενοδοχεία τύπου μοτέλ, που βρίσκονται επί οδικών αρτηριών μεγάλης κυκλοφορίας και κατατάσσονται στις κατηγορίες τριών και τεσσάρων αστερών,

γ) ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων, με διαμερίσματα ενός, δύο ή περισσότερων κύριων χώρων και κατατάσσονται και στις πέντε κατηγορίες,

δ) ξενοδοχεία κλασσικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων (ξενοδοχεία μικτού τύπου) το μέγεθος των οποίων δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 300 κλινών, και κατατάσσονται στις κατηγορίες 4 και 5 αστερών<sup>7</sup>.

Οι διαφορές των ξενοδοχείων οφείλονται σε τέσσερις παράγοντες<sup>8</sup>:

α) στην τοποθεσία: ξενοδοχεία στο κέντρο της πόλης, στα προάστια, στο αεροδρόμιο, σε αυτοκινητοδρόμους (μοτέλ) και στην ύπαιθρο, μια παράμετρος, που θα καθορίσει και το είδος της πελατείας,

β) στο μέγεθος: μικρό ξενοδοχείο (λιγότερα από 25 δωμάτια), μεσαίο (25-99 δωμάτια), μεγάλο (περισσότερα από 100 δωμάτια), πολύ μεγάλο (περισσότερα από 300 δωμάτια). Η αναλογία των μικρών προς τα μεγάλα ξενοδοχεία μειώνεται συνεχώς, κι αυτό οφείλεται στη γενική ύφεση που αντιμετωπίζουν τα παραδοσιακά παραθαλάσσια θέρετρα, αποτέλεσμα των «πακέτων» διακοπών · όμως, τα μικρά ξενοδοχεία εξακολουθούν να είναι περισσότερα από τα μεγάλα.

γ) στη διάρκεια παραμονής, π.χ. σε ένα μοτέλ ή σε ένα ξενοδοχείο αεροδρομίου η διάρκεια δεν υπερβαίνει το ένα βράδυ, σε σχέση με τα ξενοδοχεία σε τουριστικά θέρετρα που είναι μεγαλύτερη. Ωστόσο, το τελευταίο είδος αρχίζει να παρουσιάζει σημάδια κάμψης, καθώς όλο και περισσότεροι είναι αυτοί που ταξιδεύουν με τα αυτοκίνητά τους και προτιμούν να κάνουν περιηγήσεις, παρά να μείνουν στον ίδιο τόπο πολλές μέρες.

δ) στην κατηγορία του ξενοδοχείου, η οποία διαμορφώνεται ανάλογα με την τοποθεσία, αφού σε ορισμένες περιοχές η οικοδόμηση ξενοδοχείων είναι πολύ δαπανηρή και επίσης, ανάλογα με το εύρος των παρεχόμενων εγκαταστάσεων και υπηρεσιών.

---

<sup>7</sup> Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων*, Σταμούλης, Αθήνα, 2002, σ. 41.

<sup>8</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 22-23.

Το ξενοδοχείο προκειμένου να επιτύχει την ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών του και γενικότερα την εύρυθμη και αποδοτική λειτουργία του, κατανέμει την εργασία σε διάφορα τμήματα, ανάλογα με την κατηγορία στην οποία εμπίπτει, αριθμό των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

Τα Τμήματα ή κλάδοι εκμετάλλευσης ενός ξενοδοχείου μπορούν να ταξινομηθούν σε *κερδοφόρα ή υποστήριξης*, οπου ένα κερδοφόρο πουλάει αγαθά ή υπηρεσίες στους πελάτες και παράγει έσοδα για το ξενοδοχείο και τυπικά παραδείγματα κερδοφόρων τμημάτων είναι τα επισιτιστικά, η Υποδοχή, το Room Service και τα καταστήματα · τα τμήματα υποστήριξης περιλαμβάνουν το Λογιστήριο, τη Συντήρηση, το Housekeeping και τη Διεύθυνση, και δε δημιουργούν απευθείας έσοδα, αλλά υποστηρίζουν τα κερδοφόρα κέντρα του ξενοδοχείου<sup>9</sup>.

Συνήθως ένα μεσαίο ξενοδοχείο αποτελείται από τα παρακάτω τμήματα:

#### **Τμήματα Εκμετάλλευσης**

Τμήμα Υποδοματιών  
Τμήμα εστιατορίων  
Τμήμα εκδηλώσεων  
Τμήμα room service  
Τμήμα μπαρ  
Τμήμα τηλεφωνικού κέντρου  
Λοιπά τμήματα (γκαράζ,  
Καταστήματα πώλησης διαφόρων  
ειδών, ενοικίαση αθλητικών  
εγκαταστάσεων κλπ.)

#### **Τμήματα Υποστήριξης**

##### Τμήματα υπηρεσιών προς τους πελάτες

Τμήμα Κρατήσεων  
Τμήμα υποδοχής  
Τμήμα Θυρωρείου  
Τμήμα ταμείου  
Τμήμα τήρησης λογαριασμών πελατών  
Τμήμα δημοσίων σχέσεων  
Τμήμα ψυχαγωγίας και άθλησης πελατών  
Τμήμα ασφάλειας  
Τμήμα συντήρησης

#### **Τμήματα υπηρεσιών προς την επιχείρηση**

Διεύθυνση  
Λογιστήριο  
Τμήμα πωλήσεων και marketing

<sup>9</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σελ. 19.

Τμήμα διαχείρισης και εσωτερικών ελέγχων

Τμήμα προμηθειών

Ένα ξενοδοχείο, εκτός κι αν είναι πολύ μικρό, είναι αντικειμενικά αδύνατο να ασκηθεί από ένα μόνο άτομο η εποπτεία όλων των λειτουργιών του, και μια από τις ευθύνες ενός διευθυντή είναι να συγκροτήσει ένα επιτελείο που θα τον βοηθά στη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Έτσι το προσωπικό κατατάσσεται σε τέσσερις κατηγορίες<sup>10</sup>:

α) τη διοικητική ομάδα που είναι υπεύθυνη για τη λήψη αποφάσεων και την υλοποίησή τους, η οποία αποτελείται από το γενικό διευθυντή και τους προϊσταμένους των σημαντικότερων τμημάτων,

β) τους βοηθούς των προϊσταμένων,

γ) τους επικεφαλής των υπο-τμημάτων,

δ) το (εκτελεστικό) προσωπικό.

Ωστόσο, ανάλογα με το μέγεθος του ξενοδοχείου και την εσωτερική του οργάνωση, υπάρχει η πιθανότητα ένα άτομο να έχει αρμοδιότητες σε περισσότερα από ένα τμήματα.

Ο κόσμος του ξενοδοχείου είναι ένας ξεχωριστός κόσμος, ένας κόσμος μέσα στον κόσμο, ένας κόσμος με δικές του ιδιόρρυθμες κινήσεις και εξαιτίας αυτής της ιδιοσυγκρασίας του πολλοί ακολουθούν αυτόν τον κόσμο, τον γεμάτο συγκινήσεις και διαφορετικές εικόνες, με τις γρήγορες κινήσεις και ενέργειες να αποτελούν χαρακτηριστικό του με άξονα, και κέντρο βάρους αυτού του κόσμου του ξενοδοχείου να είναι το τμήμα της Υποδοχής, που παίρνει μέρος στις περισσότερες επαφές με τον πελάτη, και μεταφορικά, ο υπάλληλος υποδοχής να είναι ο μηχανικός – συντηρητής της μηχανής που λέγεται ξενοδοχείο κι αυτός θέτει σε κίνηση πολλούς από τους μηχανισμούς λειτουργίας του<sup>11</sup>.

Επομένως, ανεξάρτητα από το μέγεθος ενός ξενοδοχείου, την τοποθεσία που βρίσκεται ή το αρχιτεκτονικό του ύφος και σχέδιο, το Τμήμα της Υποδοχής και οι λογιστικές και κοινωνικές δεξιότητες που θα αναπτύξει, είναι η βασικότερη

---

<sup>10</sup> Λεωνίδα Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Interbooks, Αθήνα, 1991, σ. 49.

<sup>11</sup> Νίκος Γ. Κομίνης, *Λειτουργία Υποδοχής*, ΟΕΒΔ, Αθήνα, 1988 σ. 2-3.

παράμετρος για την απόκτηση καλής φήμης του ξενοδοχείου και για την άποψη που θα σχηματίσει ο φιλοξενούμενος.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **2.1 Το Τμήμα Υποδοχής και η λειτουργία του**

Το "τμήμα υποδοχής" είναι όρος που χρησιμοποιείται στα ξενοδοχεία για να περιγράψει το τμήμα που αναλαμβάνει τις εργασίες που αφορούν τις κρατήσεις, την κατανομή των δωματίων, τη ρεσεψιόν, την έκδοση λογαριασμών και τις πληρωμές.

Το τμήμα υποδοχής ενός ξενοδοχείου ή αλλιώς front office είναι το κυριότερο τμήμα του ξενοδοχείου, διότι διαχειρίζεται και προωθεί το ξενοδοχειακό προϊόν, με κεντρικούς του στόχους, την πώληση των αγαθών και υπηρεσιών του, την εξυπηρέτηση του πελάτη και τη διασφάλιση της ικανοποίησης του φιλοξενούμενου.

Με αυτό το τμήμα έρχεται αρχικά ο πελάτης σε επαφή τόσο κατά τη στιγμή της άφιξής του, όσο και κατά τη στιγμή της αναχώρησής του και είναι ο χώρος που ασκεί καταλυτική επίδραση στη διαμόρφωση της εικόνας ή άποψης του πελάτη για την επιχείρηση.

Μέχρι και τις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα, τα πανδοχεία δε διέθεταν χώρο υποδοχής. Στα 1800 περίπου στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, ο πελάτης έβρισκε τον πανδοχέα στην τυπική ταβέρνα του πανδοχείου, κι εκεί έκλεινε τη συμφωνία παραμονής του. Ο μεγάλος χώρος υποδοχής που παρατηρείται σε πολλά ξενοδοχεία εμφανίστηκε, πρώτα σε "μικρή" έκδοση στο St. Augustine, στη Φλόριντα πριν το 1890<sup>12</sup>.

Στην πραγματικότητα, η υποδοχή, είναι το ζωτικό κέντρο, η θέση εντολών, το σταυροδρόμι, το μέρος όπου οι πελάτες και οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου συγχωνεύονται, αλληλεπιδρούν και προχωρούν μπροστά, είναι ένα κέντρο πληροφοριών, ένα μέρος καταγραφής συναλλαγών, αλλά κι ένα μέρος ανθρώπινων σχέσεων, των οποίων κάθε αλληλεπίδραση, προκαλεί ορισμένα συναισθήματα και σε

---

<sup>12</sup> Donald Lundberg., *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 101.

τελική ανάλυση προσδιορίζει, εάν ο πελάτης απολαμβάνει την πρέπουσα μεταχείριση<sup>13</sup>.

Κατά τη διάρκεια της παραμονής του μπορεί να περάσει αρκετές φορές από τη ρεσεψιόν, άλλοτε για να πάρει πληροφορίες ή για να λάβει τα μηνύματά του, και άλλοτε για να παραλάβει εισιτήρια για να φροντίσει για τη συνέχεια του ταξιδιού του · επίσης στο τέλος της παραμονής του, θα περάσει και πάλι από τη ρεσεψιόν για να πληρώσει το λογαριασμό του και να παραδώσει το κλειδί του δωματίου του<sup>14</sup>. Το έγγραφο που συμπλήρωσε ο πελάτης όταν έφτασε στο ξενοδοχείο φυλάσσεται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και χρησιμοποιείται στις ενέργειες επικοινωνίας που σκοπό έχουν να κάνουν τους πελάτες να επισκεφτούν ξανά το ξενοδοχείο<sup>15</sup>.

Όλες αυτές οι ζωτικής σημασίας επαφές, γίνονται από το «τμήμα υποδοχής», ένας αμερικανικός όρος που χρησιμοποιείται αντί του παλαιότερου «ρεσεψιόν» και με τη στενή του έννοια ο όρος καλύπτει το προσωπικό που έχει άμεση, πρόσωπο με πρόσωπο, επαφή με τους πελάτες, σε αντίθεση με εκείνους που κάνουν άλλες συμπληρωματικές εργασίες και απαρτίζουν το «τμήμα υποστήριξης»<sup>16</sup>.

Στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό καταλαμβάνει έναν ιδιαίτερο χώρο της εισόδου του ξενοδοχείου. Ο χώρος μέσα στον οποίο αναπτύσσονται οι δραστηριότητες του τμήματος υποδοχής, πρέπει να είναι ο πιο περίοπτος, μετά την είσοδο του ξενοδοχείου και η θέση του να είναι εύκολα διακριτή και προσπελάσιμη από τους πελάτες και επισκέπτες και παράλληλα να επιτρέπει τη δυνατότητα ελέγχου από τους εργαζόμενους τόσο της εισόδου του ξενοδοχείου, όσο και των εισόδων που οδηγούν στα υπνοδωμάτια των πελατών (σκάλες και ανελκυστήρες)<sup>17</sup>.

Το σχέδιο της ρεσεψιόν πρέπει να παρέχει σε κάθε υπάλληλο εύκολη πρόσβαση στον εξοπλισμό, τα έντυπα και τα εφόδια που είναι απαραίτητα για τις εργασίες του, και συνήθως πάνω από τα κέντρα δραστηριοτήτων τοποθετούνται

---

<sup>13</sup> Donald Lundberg, ό.π., σ. 131.

<sup>14</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 18.

<sup>15</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, ό.π., σ. 18.

<sup>16</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 18-19.

<sup>17</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ.18.

πινακίδες για να δείξουν τη λειτουργική διαίρεση της Υποδοχής σε θέσεις άφιξης, ταμείου και άλλων υπηρεσιών, καθώς και χωρίσματα για αποκρύπτουν δεδομένα της από τους πελάτες ή τους επισκέπτες που στέκονται στη ρεσεψιόν<sup>18</sup>.

Λειτουργικά, το τμήμα του front office είναι ο κεντρικός άξονας της επιχείρησης, εκτός από τη διαχείριση των υπνοδωματίων, συντονίζει τη λειτουργία όλης της μονάδας σε σχέση με την κινητικότητα της πελατείας.

Επιπλέον, για τον επιμερισμό, το συντονισμό και την αποδοτικότητα των εργασιών σημαντικό ρόλο παίζει η οργανωτική δομή της Υποδοχής και η διάκρισή της σε τομείς. Ο τρόπος οργάνωσης του τμήματος εξαρτάται από τον αριθμό των προσφερόμενων υπηρεσιών. Οι βασικές υπηρεσίες που αποτελούν τους τομείς δραστηριοτήτων της υποδοχής είναι:

- α) Κρατήσεις,
- β) Θυρωρείο (Concierge, Groom),
- γ) Ρεσεψιόν,
- δ) Ταμείο και
- ε) Τηλεφωνική Υπηρεσία.

Οι παραπάνω τομείς της υποδοχής ανάλογα με την επαφή που έχουν με τον πελάτη διακρίνονται Front και Back Office. Το πρώτο περιλαμβάνει:

- το Θυρωρείο,
- τη Ρεσεψιόν και
- το Ταμείο

Το Back Office περιλαμβάνει:

- τις Κρατήσεις,
- το Τηλεφωνικό Κέντρο και
- τη Νυχτερινή Υπηρεσία.

Η υποδοχή αποτελεί έναν σημαντικό κρίκο στην επικοινωνία μεταξύ των εσωτερικών πωλήσεων, την επικοινωνία με τον επισκέπτη και της παροχής υπηρεσιών προς αυτόν, την ενδοϋπηρεσιακή επικοινωνία, και την πραγματοποίηση των οικονομικών εργασιών<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 83-84.

<sup>19</sup> James A. Bardí, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 59.





Η υποδοχή στα σημερινά ξενοδοχεία και μοτέλ είναι επιφορτισμένη με πολλά καθήκοντα, γι' αυτό και διαιρείται σε επιμέρους τμήματα, τα οποία θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα. Οι έξι βασικές δραστηριότητές της είναι:

- α) Κρατήσεις,
- β) Τηλεφωνικό κέντρο,
- γ) Ρεσεψιόν,
- δ) Έκδοση λογαριασμών,
- ε) Ταμείο,
- στ) Ένστολο προσωπικό/θυρωροί<sup>20</sup>.

Επιπρόσθετα, αρμοδιότητες της υποδοχής είναι: οι κρατήσεις δωματίων, η υποδοχή των αφικνούμενων πελατών και η πραγματοποίηση των διαδικασιών που συνεπάγεται η άφιξή τους, ο προσδιορισμός του δωματίου τους και η τιμή του, η τήρηση ενός συστήματος παρακολούθησης των λογαριασμών τους και η εξόφλησή τους.

Επιπλέον, άλλες δραστηριότητες της υποδοχής είναι η ενημέρωση και ο συντονισμός με τα άλλα τμήματα της επιχείρησης, η διαχείριση των κλειδιών των δωματίων πελατών, η ενημέρωση αστυνομικών δελτίων παρακολούθησης της κίνησης των πελατών, η ενημέρωση βιβλίων και στοιχείων φορολογίας, η φύλαξη μηνυμάτων από και για τους πελάτες, όπως κι η φύλαξη τιμαλφών τους, η εξυπηρέτηση των πελατών σε διάφορα θέματα, όπως κρατήσεις εισιτηρίων,

---

<sup>20</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 359.

ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κλήσεις ταξί, αγορά εφημερίδων κ.λπ., η παρακολούθηση της κίνησης από και προς τα δωμάτια, η μεταφορά αποσκευών, η τηλεφωνική εξυπηρέτηση τους, η δημιουργία ιστορικού αρχείου του πελάτη, η παροχή πληροφοριών για τα αξιοθέατα της περιοχής, για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου κ.ά.

Δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε επίσης ότι, βασική προϋπόθεση για την αποτελεσματικότητα του τμήματος είναι, ο συντονισμός του με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου, γι' αυτό και δίνεται η ανάλογη βαρύτητα για το σκοπό αυτό από τις διάφορες διοικήσεις των τμημάτων.

Για να μπορέσει να λειτουργήσει αποτελεσματικά η υποδοχή και να επιτελέσει επιτυχώς τις δραστηριότητες της, κάθε ξενοδοχειακή μονάδα επιλέγει και διαφορετικό σύστημα οργάνωσης του τμήματος υποδοχής της, με βασική επιδίωξη την εύρεση νέων, αποτελεσματικότερων τρόπων, για τη διεκπεραίωση της αποστολής και των στόχων που κάθε φορά θέτει μια επιχείρηση.

Οι στόχοι αποτελούν μετρήσιμα αποτελέσματα, τα οποία ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους της υποδοχής να εργάζονται μεθοδικά και αποτελεσματικά, και αναλυτικότερα ενδεδειγμένοι στόχοι του τμήματος της Υποδοχής είναι δυνατόν να αποτελέσουν οι εξής:<sup>21</sup>

α) αύξηση της μέσης ετήσιας πληρότητας, μέσω της προσέλκυσης νέων πελατών, μέσω της βελτίωσης των τεχνικών πωλήσεων από τους υπαλλήλους της υποδοχής,

β) αύξηση του ποσοστού των τακτικών πελατών μέσω της προσφοράς εκπτώσεων στις τιμές των δωματίων και διαφόρων δώρων (π.χ. έκπτωση στα αεροπορικά εισιτήρια συγκεκριμένης εταιρίας),

γ) μείωση του απαιτούμενου χρόνου εξυπηρέτησης των πελατών κατά τη διάρκεια άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο. Το επίπεδο κατάρτισης και εκπαίδευσης του προσωπικού, συμβάλλουν ουσιαστικά προς αυτήν την κατεύθυνση, μειώνοντας σε μεγάλο βαθμό μια πιθανή δυσαρέσκεια ενός πελάτη στη περίπτωση ολιγόλεπτης καθυστέρησης, και

δ) μείωση του ποσοστού παραπόνων των πελατών.

---

<sup>21</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 34.

Για τις παραπάνω ενέργειες, η επιλογή και η εκπαίδευση από τη διοίκηση του ξενοδοχείου του προσωπικού της υποδοχής, αποτελεί πρωταρχικής σημασίας μέλημα, αφού όπως προαναφέραμε, η υποδοχή αποτελεί τον πιο ουσιώδη τομέα παροχής αγαθών και υπηρεσιών, η αποτελεσματική του λειτουργία του οποίου, είναι ο κύριος παράγοντας επιτυχίας σε μια επιχείρηση.

## 2.2 Προσωπικό του Τμήματος Υποδοχής

Οι υπάλληλοι αυτού του Τμήματος, όπως αναφέραμε και στην προηγούμενη ενότητα, στελεχώνουν τον πιο ουσιώδη τομέα παροχής αγαθών και υπηρεσιών, η αποτελεσματική του λειτουργία του οποίου, είναι ο κύριος παράγοντας επιτυχίας σε μια επιχείρηση, εφόσον, «το ικανό, αποδοτικό, προσωπικό αποτελεί βασικό στοιχείο για οποιαδήποτε επιτυχημένη υπηρεσία», σύμφωνα με τους Abbott, Lewry.

Το προσωπικό της Υποδοχής, όπως και των επισιτιστικών τμημάτων, έρχεται σε συχνή και άμεση επικοινωνία με τους πελάτες, και είναι το αμιγώς υπεύθυνο για τη μεγιστοποίηση των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας και τη διασφάλισης της ικανοποίησης των προσδοκιών του πελάτη.

Οι υπάλληλοι εδώ, κρίνονται από τους πελάτες ως ένα μέρος των προσφερόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου, γι' αυτό οι κοινωνικές τους δεξιότητες θα πρέπει να είναι αυξημένες, εννοώντας ότι θα πρέπει να συμπεριφέρονται με ευγένεια και πραγματική διάθεση για εξυπηρέτηση του επισκέπτη.

Η σύνθεση του προσωπικού που στελεχώνει τις υπηρεσίες της Υποδοχής (Front Office-Back Office) έχει να κάνει με την κατηγορία, τη δυναμικότητα, την οργανωτική δομή της επιχείρησης και τη ζήτηση, ανάλογα με την τουριστική περίοδο. Εξαρτάται επίσης από<sup>22</sup>:

- *Τα ποσοστά πληρότητας*: τα άδεια δωμάτια δεν αυξάνουν τα καθήκοντα ενός υπαλλήλου.

---

<sup>22</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 18.

- *Τη μέση διάρκεια διαμονής των πελατών ενός ξενοδοχείου:* οι πελάτες που μένουν επτά βράδια με πλήρη διατροφή δεν επιβαρύνουν το τμήμα υποδοχής περισσότερο από εκείνους που διανυκτερεύουν μια βραδιά, γιατί καταχωρούνται μια φορά και οι λογαριασμοί τους είναι πιο απλοί.
- *Την εξέλιξη της δραστηριότητας:* τα περισσότερα ξενοδοχεία εμφανίζουν κορύφωση των αφίξεων και των αναχωρήσεων νωρίς το πρωί ή αργά το απόγευμα, ενώ από την άλλη σε ένα ξενοδοχείο κοντά σε αεροδρόμιο, παρατηρείται πιο ομοιόμορφη κατανομή αφίξεων και αναχωρήσεων.
- *Την ποσότητα της προσωπικής επαφής που απαιτείται:* π.χ. οι αυτοματοποιημένες διαδικασίες άφιξης και αναχώρησης μπορούν να μειώσουν το χρόνο που μπορεί να βρίσκεται ο πελάτης στη ρεσεψιόν, αφού μια αναμονή λίγων λεπτών θα ήταν αποδεκτή για ένα μικρό ξενοδοχείο, ενώ μάλλον είναι απαράδεκτη για ένα ξενοδοχείο στο κέντρο μιας μεγάλης πόλης.
- *Την τεχνολογία που χρησιμοποιείται:* π.χ. οι μέθοδοι χειρόγραφων καταχωρίσεων στοιχίζουν περισσότερο ως προς το χρόνο που δαπανά ο υπάλληλος, σε σύγκριση με τις μηχανογραφημένες ή ηλεκτρονικές μεθόδους, ή οι αυτόματοι τηλεφωνητές μειώνουν τον αριθμό των χειριστών του τηλεφωνικού κέντρου.

Σε ένα μεσαίου μεγέθους ξενοδοχείο η υποδοχή στελεχώνεται από τις παρακάτω ειδικότητες ή θέσεις εργασίας:

- Προϊστάμενος Υποδοχής (Front Office Manager)
- Υπάλληλος Υποδοχής (Receptionist ή Front Desk Agent)
- Ταμίας της Υποδοχής (Front Office Cashier)
- Υπάλληλος Κρατήσεων (Reservation Agent)
- Τηλεφωνητής (Switchboard Operator)
- Νυχτερινός Υπάλληλος (Night Audit)
- Υπάλληλοι Θυρωρείου (Concierges, Grooms, Doormen)

#### Προϊστάμενος της Υποδοχής (Front Office Manager)

Ένας επιτυχημένος διευθυντής υποδοχής αντιπροσωπεύει για τον πελάτη το γενικό πνεύμα του συγκεκριμένου ξενοδοχείου και με την εφαρμογή νέων αρχών

διοίκησης, προσπαθεί μέσω του προσωπικού υποδοχής να μεταβιβάσει στον κάθε επισκέπτη συναισθήματα ζεστασιάς, φροντίδας, ασφάλειας και αποτελεσματικότητας<sup>23</sup>.

Οι αρμοδιότητές του συνοψίζονται ως εξής: συμμετέχει στην επιλογή και εκπαίδευση του προσωπικού της υποδοχής, επιβραβεύοντας κάθε μήνα την αποδοτικότητα κάθε υπαλλήλου, συντονίζει τις εργασίες της υποδοχής, προγραμματίζει τα ωράρια εργασίας εργαζομένων του τμήματος, κατανέμει με δίκαιο τρόπο την εργασία, προγραμματίζει συναντήσεις με το προσωπικό (meetings) για ενημέρωση κι επισήμανση τυχόν προβλημάτων, φροντίζει για την διατήρηση αρμονικών σχέσεων εργασίας και για την εμφάνιση των υπαλλήλων, επιλύει τυχόν προβλήματα των πελατών αποτελεσματικά και διακριτικά, φροντίζει για την πλήρη ενημέρωσή του όταν απουσιάζει, επιβεβαιώνει αν η αναφορά για την κατάσταση των δωματίων είναι ακριβής, επικοινωνεί με τους προϊσταμένους των τμημάτων ορόφων και συντήρησης, καθώς και για τις κρατήσεις και αφίξεις της ημέρας, αλλά και για πιθανές ασυμφωνίες κατά το νυκτερινό έλεγχο.

Επιπλέον, ελέγχει τα έσοδα και τις εισπράξεις του τμήματος και πιστώσεις του τμήματος, τα πιστωτικά όρια των καρτών των πελατών, τις αναφορές των κρατήσεων για τις μελλοντικές προβλέψεις (forecast), επικοινωνεί με τον προϊστάμενο του τμήματος πωλήσεων και marketing και τον διευθυντή δεξιώσεων/συνεστιάσεων για νέες προτάσεις, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων, πραγματοποιεί συμφωνίες για ομαδικές κρατήσεις με τα ταξιδιωτικά γραφεία και τους τουριστικούς οργανισμούς, και τέλος ενημερώνει καθημερινά τη γενική διεύθυνση του ξενοδοχείου.

Για όλα τα παραπάνω ο διευθυντής της υποδοχής πρέπει να έχει εξειδίκευση σε επιστημονικές, τεχνικές, διοικητικές, λογιστικές γνώσεις, για να παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και κύρους, ενώ σε πολλά ξενοδοχεία, συναντούμε και τη θέση του βοηθού του διευθυντή υποδοχής, (Assistant F.O.M).

Πρέπει επίσης, να διασφαλίζει την ευαίσθητη ισορροπία μεταξύ της παροχής φιλοξενίας και υπηρεσιών και της προώθησης των κερδοφόρων κέντρων, έχοντας στη διάθεσή του τα βασικά στοιχεία της εξάσκησης αποτελεσματικής διοίκησης: υπαλλήλους, εξοπλισμό, απογραφή (δωμάτια που θα πωληθούν), προϋπολογισμό και

---

<sup>23</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 65.

ευκαιρίες πώλησης, και είναι υπεύθυνος για το συντονισμό αυτών των βασικών στοιχείων<sup>24</sup>.

Συνοψίζοντας, ο προϊστάμενος της υποδοχής, θα πρέπει να διαθέτει τέσσερις βασικούς συντελεστές, για την αποτελεσματική λειτουργία του τομέα που διευθύνει που αφορούν:

- α) στο σχεδιασμό των λειτουργιών και των μεθόδων του τμήματος,
- β) στην οργάνωση, δηλαδή στον καταμερισμό των δραστηριοτήτων, καθηκόντων και ευθυνών της υποδοχής,
- γ) στη διεύθυνση, καθοδήγηση, εκπαίδευση, ενθάρρυνση του προσωπικού για αποδοτικότερη εργασία και
- δ) στον έλεγχο και ενημέρωση για την πορεία των λειτουργιών του τμήματος, για την αποφυγή προβλημάτων και παραλείψεων, ενώ παράλληλα, θα πρέπει να λειτουργεί και σαν επικοινωνιολόγος μεταξύ και ανάμεσα στο προσωπικό του τμήματος, στα τμήματα της ξενοδοχειακής μονάδας και στους πελάτες και επισκέπτες<sup>25</sup>.

#### Υπάλληλος Υποδοχής (Front Desk Agent)

Η θέση του υπαλλήλου αυτού που ανήκει στο Front Office τμήμα της υποδοχής, τη σημασία του οποίου έχουμε αναδείξει και στην προηγούμενη ενότητα, ως του κύριου εκπροσώπου του ξενοδοχείου, είναι επιφορτισμένη με μια σειρά ενεργειών, που έχουν να κάνουν: με την άφιξη και καταχώριση του πελάτη, τη συμπλήρωση των δελτίων άφιξης (registration cards), αλλά και με την ενημέρωση και το συντονισμό με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως ταμείο, κρατήσεις, τηλεφωνικό κέντρο, επισιτιστικά τμήματα, τμήμα ορόφων, συντήρησης κλπ., όπως και με το προσωπικό εξυπηρέτησης (service) για του επισκέπτες V.I.P που φτάνουν ή πρόκειται να αφιχθούν.

Ο συντονισμός με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, στοχεύει στην πληροφόρηση κι ενημέρωσή τους σε ό, τι σχετίζονται με τους πελάτες και τα

---

<sup>24</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 65.

<sup>25</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία Υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 28.

υπνοδωμάτια (π.χ. ακριβή διάρκεια παραμονής, συντονισμός σχετικά με την παράδοση των δωματίων, ή για την επιδιόρθωση τους).

Ακόμη, ο υπάλληλος της υποδοχής, παρακολουθεί την συστηματικά την κατάσταση των δωματίων (τήρηση πλάνων, Room Rack), καθορίζει την κατάσταση κρατήσεων των πελατών και τις επαληθεύει.

Επιπλέον, η Υποδοχή προσδιορίζει τις τιμές των δωματίων και προσδιορίζει το δωμάτιό των επισκεπτών, φροντίζοντας να μείνουν ικανοποιημένοι, τους παραδίδει τα κλειδιά των δωματίων τους, είναι στη διάθεσή τους για οτιδήποτε χρειαστούν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο ξενοδοχείο, μεριμνώντας για την ποιοτικότερη εξυπηρέτησή τους και γενικότερα είναι υπεύθυνη για την επίλυση τυχόν προβλημάτων ή έκτακτων συμβάντων.

Ο υπάλληλος αυτού του τμήματος επίσης, χειρίζεται αποτελεσματικά τον ηλεκτρονικό και μηχανικό εξοπλισμό της υποδοχής, κάνει καταμέτρηση των διαθέσιμων δωματίων, φροντίζει για την ασφάλεια των κλειδιών, των θυρίδων χρηματοκιβωτίου, για την αποστολή, παραλαβή των μηνυμάτων ή της αλληλογραφίας των πελατών, σε συνεργασία με το τμήμα του τηλεφωνικού κέντρου και το θυρωρείο.

Τέλος, είναι γνώστης για οτιδήποτε σχετίζεται με τα παρεχόμενα αγαθά (π.χ. τύπο δωματίων, διαθεσιμότητα, προσφορές) και υπηρεσίες της επιχείρησης, όταν γίνεται πωλητής των δωματίων, βοηθώντας τους επισκέπτες τους να κάνουν μια ικανοποιητική επιλογή. Και στην περίπτωση που δεν θα μείνουν στο ξενοδοχείο, πρέπει να είναι σε θέση να τους πληροφορήσει για μια εναλλακτική περίπτωση.

Συνεπώς, όπως έχουμε πει και σε άλλη ενότητα είναι υπερτονισμένος ο ρόλος των Υπαλλήλων της Υποδοχής, γιατί συνδέεται στενά με αυτό που ονομάζουμε «φιλοξενία», εννοώντας, την πρόβλεψη και ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη<sup>26</sup>.

#### Ταμίας της Υποδοχής (Front Office Cashier)

Τα καθήκοντα των υπαλλήλων αυτού του τομέα αφορούν στην καταχώρηση χρεωστικών αποδείξεων από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου στους

---

<sup>26</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 155.

λογαριασμούς των πελατών, στην είσπραξή τους από πελάτες που αναχωρούν, στην εξαργύρωση επιταγών και συναλλάγματος στη συνεργασία με το Λογιστήριο για τους λογαριασμούς που εξοφλούνται με μετρητά ή με πιστωτική κάρτα, στον έλεγχο τους μετά το τέλος κάθε βάρδιας,

Ακόμη, ο ταμίας της υποδοχής επωμίζεται την ευθύνη για τα μετρητά της υποδοχής, ενώ συχνά είναι υπεύθυνος και για τις θυρίδες ασφαλείας των πελατών.

Ο υπάλληλος στο Ταμείο, πρέπει να επεξεργάζεται τις αναχωρήσεις και τις νομικές προσφορές των επισκεπτών και να τους παρέχει ρέστα κι η θέση αυτή υπάρχει σε πολλά ξενοδοχεία και κάνει το φόρτο εργασίας της υποδοχής πιο εύκολο, όταν από το ξενοδοχείο που είναι πλήρες, όταν όλα τα δωμάτια είναι κατειλημμένα, αναχωρούν οι πελάτες<sup>27</sup>.

#### Υπάλληλος Κρατήσεων (Reservation Agent)

Ο ρόλος του υπευθύνου κρατήσεων ο οποίος, αν και εργάζεται στο back office του ξενοδοχείου, είναι πολύ σημαντικός για τη μεγιστοποίηση του βαθμού διάθεσης των δωματίων και για την αύξηση γενικά των πωλήσεων, εφόσον ο υπάλληλος αυτός λειτουργεί ως πωλητής των αγαθών και των υπηρεσιών της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, είναι υπεύθυνος για τη λήψη και απάντηση των εισερχόμενων μηνυμάτων που φτάνουν μέσω τηλεφώνου, fax, telex, e-mail ή κεντρικού συστήματος κρατήσεων, που στέλνουν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες ή οι επισκέπτες, καταγράφει, επιβεβαιώνει, τροποποιεί και αρχειοθετεί (σε φακέλους ανά ημερομηνία άφιξης και κατά αλφαβητική σειρά) τις κρατήσεις, ενημερώνει την Υποδοχή για τις ακυρώσεις.

Έργο του επίσης, αποτελεί, η διατήρηση αναφορών για την ακριβή κατάσταση των δωματίων και τη διαθεσιμότητα καθώς, και η δημιουργία καταλόγων των αναμενόμενων αφίξεων, παραπέμποντάς τους στην Υποδοχή. Ακόμη, συντάσσει αναφορές για πιθανή μελλοντική διαθεσιμότητα των δωματίων, αλλά και αναφορές για τις αφίξεις που πρόκειται να γίνουν, ενημερώνοντας την Υποδοχή, καθώς και για τις κρατήσεις, για τις οποίες έχει δοθεί προκαταβολή.

---

<sup>27</sup> James A. Bardí, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 62.



Επιπλέον, επικοινωνεί και συνεργάζεται με το τμήμα πωλήσεων και marketing, και για τις περιόδους ακμής και για τις περιόδου ύφεσης, και κλείνει μαζί με τον Προϊστάμενο της Υποδοχής, συμφωνίες (allotment ή voucher) με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες ή τους τουριστικούς οργανισμούς, συντάσσει στατιστικές καταστάσεις για τις κρατήσεις και τις προτιμήσεις πελατών για μελλοντικά έσοδα της επιχείρησης και διατηρεί ιστορικό των πελατών.

#### Τηλεφωνητής (Switchboard Operator)

Παρ' όλο που η εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών (π.χ. αυτόματα τηλεφωνικά κέντρα) έχει μειώσει τον αριθμό των υπαλλήλων που εργάζονται σε αυτό το τμήμα, το έργο τους εξακολουθεί να είναι σημαντικό για τη φήμη του ξενοδοχείου, αφού μέσω των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων, επικοινωνούν με τους πελάτες και γι' αυτό επιδιώκεται να έχουν φιλικό κι ευγενικό τόνο φωνής.

Οι υπάλληλοι της τηλεφωνικής υπηρεσίας, που συχνά είναι γυναίκες, απαντούν και συνδέουν τις εξωτερικές κλήσεις με τα δωμάτια των επισκεπτών, λαμβάνουν και παραδίδουν τα τηλεφωνικά μηνύματά τους ή fax, και αντίστροφα αποστέλλουν fax κατ' εντολή του πελάτη, χρεώνοντάς το στο λογαριασμό του, παράγουν φωτοτυπίες.

Ακόμη, πληροφορούν τους πελάτες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου, συγκεντρώνουν τις τηλεφωνικές χρεώσεις, ενημερώνουν το Information Rack για αλλαγές της κίνησης των πελατών, πληροφορούν τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου για τυχόν παράπονα, διαχειρίζονται επικίνδυνες καταστάσεις, π.χ. πυρκαγιά, μέσω του συστήματος πυροπροστασίας, προγραμματίζουν καθημερινά το κλειστό κύκλωμα τηλεόρασης (pay t.v.) και διεκπεραιώνουν την αφύπνιση των πελατών τους.

#### Νυχτερινός Υπάλληλος (Night Audit)

Ο υπάλληλος της νυχτερινής υπηρεσίας πραγματοποιεί τον τελευταίο συγκεντρωτικό έλεγχο στις καταχωρήσεις της Υποδοχής, το «κλείσιμο της ημέρας», με σκοπό να εντοπιστούν λάθη ή παραλείψεις, πριν την πρωινή αναχώρηση των πελατών.

Πιο συγκεκριμένα, αναγράφει τις χρεώσεις δωματίων και τους φόρους στους λογαριασμούς των πελατών, ανοίγει και κλείνει το βιβλίο Κίνησης Πελατών Πόρτας ξεχωρίζει τις αποδείξεις πελατών και των πιστωτικών καρτών, χρεώνει όσες αποδείξεις πελατών δεν καταχώρησε ο Ταμίας της υποδοχής και εξετάζει την κατάσταση που βρίσκονται τα εκπτώτικα προγράμματα, των εκπτώσεων και άλλων προγραμμάτων των πωλήσεων. Παράλληλα, επανελέγχει όλες τις εγγραφές και τα ποσά των λογαριασμών και συγκεντρώνει όλες τις αναφορές για τα έσοδα δωματίων, την πληρότητα και άλλα στατιστικά στοιχεία που συγκέντρωσε η Υποδοχή.

Επιπλέον, κλείνει οριστικά τις συναλλαγές της ημέρας, επαληθεύει το ισοζύγιο main courante και πραγματοποιεί το «άνοιγμα» των συναλλαγών της επομένης<sup>28</sup>. Ακόμη, συντάσσει μια αναφορά για την κατάσταση των μετρητών, των πιστωτικών καρτών και των επιταγών, στοιχεία που θα παραλάβει το Λογιστήριο και έπειτα η διοίκηση του ξενοδοχείου, για να αξιολογήσουν την αποδοτικότητα.

#### Θυρωρός (Concierge)

Το θυρωρείο ανήκει στο τμήμα του front office κι έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες και για το λόγο αυτό οι υπάλληλοι αυτού του τομέα υπηρεσιών πρέπει να είναι ευπαρουσίαστοι, φιλικοί και ευγενικοί. Στα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, συνήθως δεν αποτελεί ξεχωριστό τμήμα και περιλαμβάνεται στις υπηρεσίες της Υποδοχής, ενώ σε άλλα ξενοδοχεία οι υπάλληλοι του θυρωρείου ονομάζονται «ένστολο προσωπικό» ή «ένστολες υπηρεσίες», λόγω της ιδιαιτερότητας του χρώματος και σχεδίων της στολής τους.

Ο θυρωρός υποδοχής παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες για διασκέδαση, τυχόν αθλητικές δραστηριότητες, τους χώρους αναψυχής, τη μεταφορά, τις περιηγήσεις, εκκλησιαστικές λειτουργίες και απασχόληση παιδιών, εξασφαλίζει εισιτήρια για το θέατρο και κάνει κρατήσεις σε εστιατόρια και πρέπει να γνωρίζει

---

<sup>28</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 56.

πολύ καλά την περιοχή και να μπορεί να ικανοποιεί τις ατομικές ανάγκες κάθε επισκέπτη<sup>29</sup>.

Επίσης, ο θυρωρός υποδοχής παρέχει πληροφορίες στους επισκέπτες για μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, εμπορικά καταστήματα, σταθμούς ταξί, δημόσιες υπηρεσίες, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, αλλά και δραστηριότητες και εκδηλώσεις του ξενοδοχείου, εποπτεύει τους υπαλλήλους εισόδου (doormen) και τους μεταφορείς αποσκευών (grooms) ή αχθοφόρους και ελέγχει και καταγράφει τις αποσκευές που αφήνουν οι πελάτες στο luggage room για τη φύλαξή τους προσωρινή ή για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Οι γκρουμ, με τη βοήθεια των πορτιέρηδων, είναι η βάση του ξενοδοχείου, αρχίζουν εκεί, όπου σταματούν τα ηλεκτρονικά συστήματα διοίκησης του ξενοδοχείου, μεταφέρουν τις αποσκευές, εξοικειώνουν τους επισκέπτες με το περιβάλλον, κάνουν θελήματα, διανέμουν προμήθειες και παρέχουν πληροφορίες στον επισκέπτη για τις προσπάθειες εσωτερικού marketing και για τα τοπικά αξιοθέατα κι αυτοί οι υπάλληλοι αποτελούν επίσης τον κρίκο φιλοξενίας μεταξύ του ξενοδοχείου και του επισκέπτη και αποτελούν πλεονέκτημα για το ξενοδοχείο που λειτουργεί καλά<sup>30</sup>.

Άλλες θέσεις εργασίας στο θυρωρείο αποτελούν οι οδηγοί μεταφορικών μέσων των πελατών, κυρίως σε ξενοδοχεία που βρίσκονται μακριά από την πόλη, ενημερώνοντας παράλληλα με τη μεταφορά τους πελάτες για την περιοχή και την πόλη κλπ. και οι εξωτερικοί συνοδοί, που μεταφέρουν τους επισκέπτες από τα σημεία άφιξής τους, στο ξενοδοχείο.

Επίσης, στα μεγάλα ή πολυτελή ξενοδοχεία συναντούμε και τον υπάλληλο εισόδου (doormen), που καλωσορίζει τον πελάτη που φτάνει με το μεταφορικό του μέσο, ειδοποιεί τον υπάλληλο του παρκινγκ να παραλάβει το αυτοκίνητο, κι αν δεν υπάρχει ο αρμόδιος υπάλληλος, το φροντίζει ο ίδιος, όπως και τη φύλαξη των κλειδιών των αυτοκινήτων και ρυθμίζει την προσωρινή στάθμευση οχημάτων (π.χ. λεωφορείων) στην είσοδο του ξενοδοχείου.

Στους υπαλλήλους της υποδοχής, εξαιτίας του φόρτου εργασίας που συνήθως έχουν, δε μένει αρκετός χρόνος για να έρχονται σε επαφή με τους πελάτες, και κατά

---

<sup>29</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 64.

<sup>30</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 63.

συνέπεια, οι υπάλληλοι του θυρωρείου είναι αυτοί που προσφέρουν τις περισσότερες εξυπηρετήσεις και παρέχουν κάθε πληροφορία κατά τη διάρκεια ης διαμονής των πελατών, ενώ στα μικρής και μεσαίας δυναμικότητας ξενοδοχεία, ένας θυρωρός είναι ο μόνος υπεύθυνος, για οτιδήποτε συμβεί κατά τη διάρκεια της νύχτας<sup>31</sup>.

Σε ένα μικρό ξενοδοχείο τις κύριες δραστηριότητες του τμήματος υποδοχής, δηλαδή:

- α) Κρατήσεις,
- β) Τηλεφωνικό Κέντρο,
- γ) Ρεσεψιόν<sup>32</sup>,
- δ) Έκδοση λογαριασμών,
- ε) Ταμείο,

στ) Ένστολο προσωπικό/θυρωροί, μπορεί να τις αναλάβει ένας μόνο ρεσεψιονίστ, όλες μαζί ταυτόχρονα, ενώ σε ένα μεγάλο ξενοδοχείο όλα τα παραπάνω τμήματα μπορούν να αποτελούν διαφορετικά τμήματα, το καθένα με το δικό του προϊστάμενο.

Στην περίπτωση που ανακύπτουν σημαντικά προβλήματα και οι πελάτες απαιτήσουν να δουν το διευθυντή, τότε συνήθως την ευθύνη την αναλαμβάνει ο διευθυντής ή ο βοηθός του, αντίθετα, σε μεγάλα ξενοδοχεία μπορεί να υπάρχουν διευθυντές με βάρδιες σε εικοσιτετράωρη βάση, οι οποίοι παράλληλα να φροντίζουν για την επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων τμημάτων και να επιλύουν τα ζητήματα που αναδύονται.

Ακόμη και στα μεγάλα ξενοδοχεία, μια καλή πρακτική είναι να περνάει το προσωπικό του τμήματος υποδοχής από όλες τις θέσεις, έτσι ώστε να γνωρίζουν όλοι τις διαφορετικές πτυχές της δουλειάς, να διατηρείται το ενδιαφέρον και ο ενθουσιασμός τους, να αυξάνεται η ευελιξία και να βελτιώνονται οι προοπτικές προώθησής τους<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 40.

<sup>32</sup> Σύμφωνα με τους συγγραφείς, Abbott, Lewry, (2002, σ. 19), με τον όρο «ρεσεψιόν» και «ρεσεψιονίστ» περιγράφεται ο πάγκος της ρεσεψιόν και οι υπάλληλοι που εργάζονται πίσω από αυτόν.

<sup>33</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 359.

Η παρουσία ενός έμπειρου υπαλλήλου (όχι απαραίτητως μεγάλης ηλικίας) σε κάθε βάρδια, κρίνεται σκόπιμη προκειμένου να αντιμετωπίζονται άμεσα και αποτελεσματικά απρόοπτες καταστάσεις<sup>34</sup>.

Οι βάρδιες της υποδοχής καλύπτουν όλο το 24ωρο και όλες τις ημέρες της εβδομάδας (καθημερινές και Σαββατοκύριακα) και συνήθως είναι τρείς. Το πιο συχνό ωράριο στις βάρδιες της υποδοχής είναι:

- Πρωινή : 07:00 – 15:00 (ή 06:30 – 14:30)
- Απογευματινή: 15:00 – 23:00 (ή 14:30 – 22:30)
- Νυχτερινή: 23:00 – 07:00 (ή 22:30 – 06:30)

Το «κυλιόμενο» ωράριο, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι δεν είναι ιδιαίτερα ευχάριστο για τους υπαλλήλους, και η ρύθμιση των ωρών εργασίας του προσωπικού αποτελεί ένα από τα δυσκολότερα καθήκοντα του διευθυντή του τμήματος υποδοχής.

Ο διευθυντής της υποδοχής, πρέπει να ρυθμίσει τις άδειες και τις βάρδιες του προσωπικού του τμήματος, για να είναι σε θέση αυτό να γνωρίζει πότε δε θα εργάζεται, ακόμη κι όταν το ξενοδοχείο παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις πληρότητας. Οι βάρδιες θα πρέπει να φαίνονται δίκαιες για όλους τους ενδιαφερόμενους, αλλά σε κάθε βάρδια θα πρέπει να υπάρχει ένα λογικό μείγμα εμπειρίας και νεότητας<sup>35</sup>.

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, ένας από τους βασικούς στόχους του ξενοδοχείου, είναι η αύξηση του ποσοστού των μελλοντικών και τακτικών επισκεπτών του.

Για την υλοποίησή του είναι απαραίτητο το προσωπικό της Υποδοχής να διαθέτει επαρκείς κοινωνικές δεξιότητες, δηλαδή κατάλληλη συμπεριφορά, όπως, λόγια, εκφράσεις, και χειρονομίες - εννοώντας, στάση του σώματος, χαμόγελο, φράσεις που δείχνουν ενδιαφέρον προς τον άλλον, φιλικό τόνο φωνής, συχνή επαφή με τα μάτια, περιποιημένη ένδυση - ο συνδυασμός των οποίων θα επηρεάσει τη στάση και τη συμπεριφορά των άλλων.

---

<sup>34</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 60.

<sup>35</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 364.

Επιπλέον, οι υπάλληλοι της υποδοχής θα πρέπει να διαθέτουν ακριβή γνώση και διαχείριση των παρεχόμενου ξενοδοχειακού προϊόντος, όλων δηλαδή των αγαθών, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών της επιχείρησης, για να μπορέσουν να τα διαθέσουν με στόχους, το κέρδος της επιχείρησης και ταυτόχρονα, την ικανοποίηση του πελάτη, αλλά και να είναι σε θέση να διευθετούν διάφορα θέματα ή παράπονα, που προκύπτουν κατά την άφιξη, διαμονή και αναχώρηση των πελατών καθώς, και να χαρακτηρίζονται από διάθεση φιλοξενίας, ευγένεια και προθυμία εξυπηρέτησης προς τον επισκέπτη.

Εξυπηρέτηση σημαίνει να ικανοποιούμε τις ψυχολογικές ανάγκες του πελάτη και να τον κάνουμε να νιώσει καλοδεχούμενος και οι κοινωνικές δεξιότητες τμήματος υποδοχής, αποτελούν σημαντικό μέρος αυτής της διαδικασίας<sup>36</sup>.

Η επιτυχημένη εκτέλεση των εργασιών της Υποδοχής επίσης, απαιτεί διάφορες γενικές ικανότητες και δεξιότητες, που αποκτήθηκαν μέσω της εκπαίδευσης ή της εμπειρίας, και που μπορούν να καταστήσουν στην ειδικότητα έναν υπάλληλο πολύτιμο, όπως, κλίση στα Μαθηματικά για τις λογιστικές εργασίες, και πρακτικές ικανότητες γνώσεις δακτυλογράφησης για το χειρισμό του ηλεκτρονικού υπολογιστή<sup>37</sup>.

### **2.3 Προγράμματα Η/Υ στην υπηρεσία του Τμήματος Υποδοχής**

Για την αποτελεσματική λειτουργία της Υποδοχής, πέρα από τη σωστή επιλογή και εκπαίδευση του προσωπικού που θα τη στελεχώσει, χρειάζεται και ο κατάλληλος εξοπλισμός της. Στη σημερινή εποχή, όταν λέμε εξοπλισμός, στο νου αμέσως μας έρχονται οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, ιδιαίτερα στα μεγάλα ξενοδοχεία, όπου τα αυτοματοποιημένα συστήματα, μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελούν τον κύριο εξοπλισμό του παραπάνω Τμήματος.

---

<sup>36</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 183.

<sup>37</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σελ. 46.

Στις μέρες μας, που η τεχνολογία εξελίσσεται με τόσο γοργούς ρυθμούς, παρατηρούμε ότι πολλές εργασίες και αρμοδιότητες της υποδοχής διεκπεραιώνονται μέσω των υπολογιστών. Γι' αυτό είναι απαραίτητο το προσωπικό της να είναι καταρτισμένο στις βασικές γνώσεις των προγραμμάτων του Η/Υ.

Τα βασικά προγράμματα που χρησιμοποιούνται είναι<sup>38</sup>:

α) *επεξεργασία κειμένων*, διότι το προσωπικό συχνά θα κληθεί να στείλει μη τυποποιημένες επιστολές,

β) *ηλεκτρονική έκδοση φυλλαδίων*, για το σχεδιασμό φυλλαδίων καλής ποιότητας, αφισών, καρτών προβολής κλπ., που κανονικά θα απαιτούσαν να απευθυνθείτε σε εταιρία εκτυπώσεων, κι έτσι δε χάνεται χρόνος και χρήμα για την επιχείρηση,

γ) *λογιστικά φύλλα*, των οποίων η αξία είναι πολύ σημαντική (τήρηση λογαριασμών πελατών, ιστορικό αρχείο πελατών, διεύθυνση δωματίων, διαχείριση της απόδοσης),

δ) *βάσεις δεδομένων*, προγράμματα δηλαδή που επιτρέπουν την εύρεση και επιλογή δεδομένων που χρειάζονται οι υπάλληλοι, και μπορούν να φανούν και ιδιαίτερα χρήσιμες στο μάρκετινγκ, π.χ. τυπώνοντας έναν κατάλογο πελατών που δεν έχουν έρθει στο ξενοδοχείο τους τελευταίους έξι μήνες , και στέλνοντάς τους μια επιστολή υπενθύμισης και

ε) *πακέτα γραφικών* τα οποία αποτυπώνουν τις στατιστικές με τη μορφή ενός γραφήματος.

Η εφαρμογή των Η/Υ στην Υποδοχή είναι απαραίτητη για το μάρκετινγκ της επιχείρησης, με στόχο τις συνδέσεις με το Διαδίκτυο, με τα διεθνή δίκτυα, με κέντρα πληροφόρησης τουριστών, για ομαδικές κρατήσεις με άλλα ξενοδοχεία του ομίλου, για ηλεκτρονική ενημέρωση του διαφημιστικού υλικού, για τις κρατήσεις, για τις προβολές των διαθέσιμων δωματίων, αλλά για τις επιστολές αυτόματης επιβεβαίωσης ή για ακυρώσεις, για τη σύνταξη καταλόγων αφίξεων.

---

<sup>38</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 385-386.

Ακόμη οι υπολογιστές χρειάζονται για το check-in, δηλαδή για προβολές κατάστασης δωματίων και για την αναζήτηση πελατών, για τους λογαριασμούς, των πελατών ή τα τερματικά χρέωσης, για αριθμητικές πράξεις ή για σύνολα στοιχείων.

Επιπλέον, η χρήση των Η/Υ είναι απαραίτητη, και για τις αναχωρήσεις, για την προβολή του λογαριασμού, για την αυτόματη αναχώρηση, για την αυτόματη ενημέρωση της κατάστασης του δωματίου, αλλά για τον έλεγχο μεταξύ της πληρότητας των δωματίων και των εσόδων, για τις αναφορές για τους πελάτες, για τις προβλέψεις (forecast) για πιθανές ημερομηνίες σχετικά με την κίνηση του ξενοδοχείου, καθώς και για τη συγκέντρωση στοιχείων για τους δείκτες αποδοτικής διαχείρισης.

Αποδοτική διαχείριση σημαίνει διαχείριση της αντίστροφης σχέσης μεταξύ της πληρότητας όλων των δωματίων και της επιβολής της υψηλότερης τιμής ανά δωμάτιο, καθώς και διασφάλιση υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης και ικανοποίησης των πελατών, και δεδομένου ότι η αποδοτική διαχείριση συχνά είναι περίπλοκη, το προσωπικό της Υποδοχής δεν έχει το χρόνο για την επεξεργασία ογκωδών δεδομένων χειρόγραφα, αφού το κομπιούτερ μπορεί να αποθηκεύσει να ανακτήσει και να χειριστεί μεγάλες ποσότητες δεδομένων σε μια ευρεία κλίμακα παραγόντων που επηρεάζουν τα έσοδα των δωματίων<sup>39</sup>.

Η ενότητα της τήρησης λογαριασμών (Main Courante) πελατών επαυξάνει τη δυνατότητα ελέγχου στους λογαριασμούς των πελατών και απλοποιεί σημαντικά τη διαδικασία κλεισίματος της ημέρας, κι οι λογαριασμοί των πελατών τηρούνται ηλεκτρονικά εκμηδενίζοντας την ανάγκη για ταμειακές και καρτελοθήκες<sup>40</sup>.

Η εφαρμογή τους είναι αναγκαία και για την ασφάλεια, δηλαδή μέσω υπολογιστή πραγματοποιούνται αυτόματοι πιστωτικοί έλεγχοι, πρόσβαση στα δωμάτια, μέσω κλειδιών με κωδικό, ανιχνεύεται φωτιά ή κλοπή, αλλά και την παρακολούθηση παιδιών, καθώς και για τον έλεγχο της διάθεσης των δωματίων και για τον προγραμματισμό της καθαριότητας και της συντήρησης.

Ακόμη, χρησιμοποιούνται για την εξυπηρέτηση των πελατών, όπως, για να προβάλλουν τα μηνύματά τους, για την αυτόματη αφύπνιση, για τον έλεγχο του λογαριασμού τους οι πελάτες, για την πρόσβαση στο δίκτυο, ή για την ψυχαγωγία

---

<sup>39</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σελ. 88.

<sup>40</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *ό.π.*, σ. 86.



μέσω βίντεο ή υπολογιστή (π.χ. μια ταινία, η οποία μέσω του M/C χρεώνεται αυτόματα στο λογαριασμό του πελάτη).

Από τη στιγμή που έγιναν κατανοητές οι δυνατότητες των υπολογιστών, οι ειδικοί προέβλεψαν την εμφάνιση του «ηλεκτρονικού ξενοδοχείου», όπου ένας πελάτης μπορεί να επιλέξει ένα ξενοδοχείο, να κάνει κράτηση επικοινωνώντας με τον υπολογιστή του ξενοδοχείου, με την άφιξή του να εισάγει την πιστωτική ή «έξυπνη» κάρτα του και να πληκτρολογήσει τον κωδικό της κράτησης στην οθόνη κι ο υπολογιστής αφού βρει το κατάλληλο δωμάτιο, χορηγεί ηλεκτρονικό κλειδί · ο εξοπλισμός του δωματίου θα είναι σε καλή κατάσταση, γιατί θα έχουν ενημερωθεί ηλεκτρονικά τα αντίστοιχα τμήματα, ενώ όσο παραμένει ο υπολογιστής καταγράφει όλες τις χρεώσεις στο λογαριασμό του, τις οποίες μπορεί να δει μέσω της οθόνης της τηλεόρασης στο δωμάτιό του και τέλος, κατά την αναχώρησή του, αφού προηγουμένως ο λογαριασμός του έχει ελεγχθεί, τα χρήματα μεταβιβάζονται ηλεκτρονικά ή αφαιρούνται μέσω της πιστωτικής του κάρτας<sup>41</sup>.

Δεν είναι λίγες οι φορές, που παρατηρούμε να μειώνονται οι θέσεις εργασίας (π.χ. αυτή των τηλεφωνητών) ή ακόμη οι αρμοδιότητες των υπαλλήλων να μην είναι πάντοτε ξεκάθαρες και συγκριμένες, αφού οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές μπορούν να κάνουν μια σειρά ενεργειών, που διευκολύνουν τον άνθρωπο σε χρόνο και χρήμα.

Ωστόσο, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και τα εξελιγμένα προγράμματά τους, και γενικότερα, η προηγμένη τεχνολογία, που προσφέρουν τόσες διευκολύνσεις και δυνατότητες στην Υποδοχή, είναι πολύ δύσκολο να υποκαταστήσουν τον ανθρώπινη αμεσότητα και ευγένεια στην προσφορά υπηρεσιών προς τον επισκέπτη, μιας και πρόκειται για το συγκεκριμένο τμήμα υπηρεσιών, την Υποδοχή, το οποίο διαθέτει σχεδόν αμιγώς, ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα.

Οι μηχανές δεν είναι δυνατόν να αντικαταστήσουν τους ανθρώπους όσον αφορά την παροχή «φιλοξενίας» και ότι ο ζεστός, εύθυμος, πραγματικά φιλόξενος εργαζόμενος του τμήματος υποδοχής θα παίζει πάντα σημαντικό ρόλο<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 396-397.

<sup>42</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *ό.π.*, σ. 385.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **3.1 Επιμέρους Τμήματα της Υποδοχής**

Κάθε ξενοδοχείο επιλέγει τη δική του οργανωτική δομή για την Υποδοχή, ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρει. Κάθε ξεχωριστή λειτουργία ή αρμοδιότητα του συγκεκριμένου τομέα αποτελεί κι ένα διακριτό τμήμα.

Στα μεγάλα ξενοδοχεία το έργο του συγκεκριμένου τομέα υπηρεσιών, υποδιαιρείται σε μικρότερα τμήματα με σκοπό την καλύτερη οργάνωση και την αποδοτικότερη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας.

Έτσι, οι υπηρεσίες υποδοχής ομαδοποιούνται ανάλογα με τη φύση τους και την ιεράρχηση των σταδίων εκτέλεσής τους στους παρακάτω τομείς δραστηριότητας της υποδοχής:

- α) Κρατήσεις: παραγγελία κρατήσεων, καταχώρισή τους, επιβεβαίωση τους.
- β) Υποδοχή πελατών (Ρεσεψιόν, front desk): άφιξη, διαμονή, αναχώρηση.
- γ) Θυρωρείο (Concierge, Groom): πληροφορίες, υπηρεσία ταχυδρομείου, κλειδιά, μεταφορά αποσκευών.
- δ) Τηλεφωνικό κέντρο – Μέσα επικοινωνίας: τηλέφωνο, telex, fax, υπηρεσία αφύπνισης.
- ε) Νυχτερινή υπηρεσία (night audit ή night shift): ενημέρωση κι έκδοση λογαριασμών πελατών.
- στ) Ταμείο: υπηρεσία χρηματοκιβωτίου, συνάλλαγμα, εξόφληση λογαριασμών πελατών<sup>43</sup>.

Οι υπηρεσίες που έρχονται σε άμεση επαφή με τους πελάτες είναι η υπηρεσία υποδοχής πελατών (front desk – reception) και τα τμήματα θυρωρείου και ταμείου. Η έμμεση επικοινωνία των υπαλλήλων υποδοχής με τον πελάτη γίνεται από τα τμήματα των κρατήσεων, του τηλεφωνικού κέντρου και του τμήματος τήρησης λογαριασμών πελατών. Η πρώτη ομάδα υπηρεσιών λέγεται "front office", ενώ για τη δεύτερη χρησιμοποιείται ο όρος "back office".

---

<sup>43</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ.13.

Πιο συγκεκριμένα, οι τομείς που το προσωπικό έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες: "front office", είναι:

- Θυρωρείο (Concierge, Groom),
- Ρεσεψιόν (front desk)
- Ταμείο.

Αντίστοιχα, οι τομείς που το προσωπικό έρχεται σε έμμεση επαφή με τους πελάτες, "back office", είναι:

- Κρατήσεις,
- Τηλεφωνικό Κέντρο,
- Νυχτερινή υπηρεσία (night audit ή night shift).

Επίσης, σε πολλά ξενοδοχεία κατηγορίας πολυτελείας, λειτουργεί το Executive Floor, το οποίο φιλοξενεί επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, κλπ., σ' ένα περιβάλλον διακριτικής πολυτέλειας, το οποίο βρίσκεται συνήθως σε υψηλό όροφο του ξενοδοχείου και διαθέτει ξεχωριστή reception για απευθείας check-in – check-out<sup>44</sup>.

Στα «μεγάλα» ξενοδοχεία, καθένα από τα παραπάνω τμήματα αποτελεί μια αυτόνομη μονάδα, που λειτουργεί με συγκεκριμένη δομή που βασίζεται στον επιμερισμό του έργου και την ιεράρχηση των ατόμων που εργάζονται σ' αυτά, (π.χ. προϊστάμενος του τμήματος), με σκοπό την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών<sup>45</sup>.

Ωστόσο, σε ένα μικρό ξενοδοχείο, τις δραστηριότητες των παραπάνω τμημάτων τις αναλαμβάνει, ένας μόνο υπάλληλος, που συνήθως αποκαλείται ρεσεψιονίστ, ο οποίος και εκτελεί ταυτόχρονα όλες τις λειτουργίες του τμήματος.

Η υποδοχή λοιπόν, αποβλέποντας στην εξυπηρέτηση των αναγκών του πελάτη, στην ικανοποίησή του και τη δημιουργία θετικών εντυπώσεων και αναμνήσεων από το ξενοδοχείο, πρέπει να συντονίζει και να επιτελέσει ένα πλέγμα λειτουργιών, που έχουν να κάνουν:

- α) με την επικοινωνία με τους πελάτες ή επισκέπτες της,
- β) με τα πρακτορεία και τους τουριστικούς οργανισμούς,
- γ) με τη συνεργασία με τους άλλους τομείς του τμήματος, αλλά και

---

<sup>44</sup>Λεωνίδας Χυτήρης, Το μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Interbooks, Αθήνα, 1991, σ.

<sup>45</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 37.

δ) με την υψηλού βαθμού επικοινωνία και το συντονισμό με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου.

Πιο συγκεκριμένα, ανάλογα με τον τύπο της ξενοδοχειακής μονάδας, η υποδοχή, ενημερώνει τη γενική διεύθυνση, το τμήμα ορόφων (housekeeping), τα επισιτιστικά τμήματα, το τμήμα αποθήκης, το τμήμα συντήρησης και τεχνικών εγκαταστάσεων και το τμήμα πωλήσεων αιθουσών-δωματίων. Το τελευταίο, σε ορισμένες επιχειρήσεις, ιδίως σε μεγάλης δυναμικότητας, είναι ενταγμένο στο τμήμα κρατήσεων, όπως και το τμήμα ορόφων.

Ταυτόχρονα, ο τομέας της υποδοχής, είναι υπεύθυνος για τη διευθέτηση θεμάτων ή παραπόνων που προκύπτουν κατά την άφιξη, διαμονή και αναχώρηση των πελατών, αλλά και για την προώθηση των πωλήσεων του ξενοδοχειακού προϊόντος.

### **3.2 Τμήμα Κρατήσεων**

Οι κρατήσεις αποτελούν μια από τις ουσιωδέστερες δραστηριότητες του τομέα της Υποδοχής και βασικό αρωγό του τμήματος των πωλήσεων και ανήκει στον κλάδο υπηρεσιών του "back office".

Το τμήμα αυτό συνήθως, βρίσκεται εγκατεστημένο σ' ένα χώρο γραφείου πίσω από το τμήμα υποδοχής και επιτελεί τη σημαντικότερη λειτουργία ολόκληρου του ξενοδοχείου, η οποία είναι η οργάνωση των κρατήσεων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξασφαλιστεί η πληρέστερη διάθεση του ξενοδοχειακού προϊόντος, δηλαδή έχει την ευθύνη της προώθησης των πωλήσεων των υπηρεσιών της επιχείρησης, και η οποία αφορά περισσότερο τη διάθεση-πώληση των δωματίων.

Σε αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως μεγάλης δυναμικότητας, παράλληλα με το τμήμα κρατήσεων, και σε άμεση και διαρκή συνεργασία με αυτό λειτουργεί και τμήμα πωλήσεων<sup>46</sup>

Το προσωπικό του τμήματος κρατήσεων σε μια μεγάλη μονάδα αποτελείται από τον υπεύθυνο κρατήσεων που συντονίζει το τμήμα, τον υπάλληλο κρατήσεων μέσω πρακτορείων, τον υπάλληλο μεμονωμένων κρατήσεων και προκαταβολών και τους υπαλλήλους επεξεργασίας, αρχειοθέτησης και ελέγχου των κρατήσεων. Στα

---

<sup>46</sup> Άννα Ντόντη, Λειτουργία Υποδοχής, (Front Office), Αθήνα, 1997, σ. 49.

μικρά ξενοδοχεία δεν υπάρχει κανένα από τα παραπάνω άτομα και τις κρατήσεις διαχειρίζεται ο υπάλληλος υποδοχής<sup>47</sup>.

Οι κρατήσεις όσον αφορά τον τύπο τους διακρίνονται σε *εγγυημένες* και *μη εγγυημένες*. Στις εγγυημένες κρατήσεις τα ξενοδοχεία, προκειμένου να διασφαλίσουν την εγκυρότητα των κρατήσεών τους εισπράττουν ένα ποσό χρημάτων ως προκαταβολή, ανεξάρτητα αν ο πελάτης δεν εμφανιστεί (non-show), ενώ το ξενοδοχείο αναλαμβάνει να κρατήσει το δωμάτιο για τη χρονική περίοδο που αφορά η κράτηση. Οι εγγυημένες κρατήσεις αφορούν μόνο τη χρέωση του δωματίου κι όχι τη διατροφή ή άλλες καταναλώσεις του πελάτη και οι μορφές τους είναι οι παρακάτω:

α) *Κράτηση με είσπραξη προκαταβολής*. Πριν την άφιξη, ο πελάτης καταβάλλει ένα χρηματικό ποσό που μπορεί να αφορά μια διανυκτέρευση, ή αν το χρονικό διάστημα είναι μεγαλύτερο της μιας εβδομάδας, τότε η χρηματική εγγύηση αφορά περισσότερες διανυκτερεύσεις. Στην περίπτωση που ο πελάτης δεν εμφανιστεί (non-show), το ξενοδοχείο μπορεί να ακυρώσει την κράτηση και να παρακρατήσει την εγγύηση χωρίς να τον ειδοποιήσει.

β) *Κράτηση με πιστωτική κάρτα*. Σε αυτήν την περίπτωση ο πελάτης δίνει ως εγγύηση, τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας στο ξενοδοχείο, και κατά την αναχώρησή του εξοφλεί το ποσό αν θέλει μέσω της πιστωτικής του. Ωστόσο, αν δεν ακυρώσει την κράτησή του, στην προβλεπόμενη ώρα ακύρωσης, το ξενοδοχείο έχει δικαίωμα να χρεώσει την πιστωτική του κάρτα, και να εισπράξει το λογαριασμό.

γ) *Κράτηση με προπληρωμή*. Είναι η πιο επιθυμητή μορφή κράτησης για το ξενοδοχείο, αφού ο πελάτης καταβάλλει όλο το ποσό της διαμονής του μία ημέρα πριν την άφιξή του.

δ) *Κράτηση που πραγματοποιεί ταξιδιωτικό πρακτορείο*. Το τουριστικό πρακτορείο διοχετεύει το αίτημα της κράτησης μέσω ενός εντύπου, που ονομάζεται voucher, στο οποίο αναγράφεται: ο αύξων αριθμός του, η επωνυμία κι η διεύθυνση του ταξιδιωτικού πρακτορείου, η ημερομηνία έκδοσής του, το ονοματεπώνυμο του πελάτη και τον αριθμό ατόμων, οι όροι διαμονής, ο τύπος δωματίου, η τιμή, ο τρόπος

---

<sup>47</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης Δ., *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 285.

πληρωμής, οι ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης, η υπογραφή και ενδεχομένως σχόλια και παρατηρήσεις του ταξιδιωτικού πρακτορείου.

Το voucher εκδίδεται σε τρία αντίτυπα, ένα για το πρακτορείο, ένα για το ξενοδοχείο κι ένα για τον πελάτη. Η εξόφληση γίνεται με την καταβολή από τον πελάτη του ποσού όλων των διανυκτερεύσεων του στο ξενοδοχείο. Μετά τη διαμονή του πελάτη, το ξενοδοχείο στέλνει το λογαριασμό στο πρακτορείο προς εξόφληση. Το πρακτορείο τον εξοφλεί κρατώντας τη συμφωνημένη προμήθεια.

Σπάνια είναι η περίπτωση, που οι πελάτες θα πληρώσουν τη διαμονή τους κατά την αναχώρηση κι όχι το ταξιδιωτικό γραφείο, το οποίο μέσω ενός τιμολογίου, θα εισπράξει μόνο την προμήθεια. Το ξενοδοχείο ακόμη, εκτός από το λογαριασμό που ανοίγει για το πρακτορείο, ανοίγει κι ένα ξεχωριστό για τον πελάτη για τις τυχόν έξτρα καταναλώσεις του, τον οποίο και αποστέλλει στο γραφείο.

Επίσης, στην περίπτωση που ένα ταξιδιωτικό γραφείο ακυρώσει ή τροποποιήσει μια κράτηση ενημερώνει το ξενοδοχείο με διαφορετικό έντυπο, cancellation voucher και amendment voucher αντίστοιχα.

ε) *Κράτηση μέσω εταιρίας ή οργανισμού*, όπου σε αυτήν την περίπτωση η εταιρία προβαίνει σε συμφωνία με το ξενοδοχείο να δέχεται πελάτες της και αναλαμβάνει και την οικονομική αποζημίωση του ξενοδοχείου, ακόμη και non show ταξιδιώτες.

Στις μη εγγυημένες κρατήσεις το ξενοδοχείο συμφωνεί με τον πελάτη να κρατήσει το δωμάτιο μέχρι μια ορισμένη ώρα ακύρωσης (cancellation hour), κι αν δεν αφιχθεί ο πελάτης ως εκείνη την ώρα, τότε χάνει την κράτησή του. Αν φτάσει αργότερα, και υπάρχει διαθέσιμο δωμάτιο στο ξενοδοχείο, τότε του παραχωρείται. Ξενοδοχεία με υψηλή πληρότητα μπορεί να δέχονται μόνο εγγυημένες κρατήσεις.

Ο τομέας των Κρατήσεων, δέχεται τις κρατήσεις των πελατών, γραπτά, συνήθως μέσω κάποιας επιστολής ταχυδρομικώς, τηλεφωνικώς, προφορικώς, δηλαδή με την προσωπική παρουσία του επισκέπτη, μέσω fax ή telex ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, δηλαδή μέσω Internet, καθώς και μέσω ταξιδιωτικών γραφείων ή τουριστικών οργανισμών.

Οι κρατήσεις χωρίζονται σε *άμεσες* και *έμμεσες*. Άμεσες θεωρούνται όταν ο πελάτης απευθύνεται στο ξενοδοχείο τηλεφωνικά, προσωπικά, με επιστολή, συχνά αφορά κρατήσεις γκρουπ ή συνεδρίων, με fax, telex ή με τηλεγράφημα, συνήθως πρόκειται για διεθνείς διαβιβάσεις κρατήσεων, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-

mail), όπου ο πελάτης κάνει την κράτησή του ή ζητά πληροφορίες για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, ενώ πολύ διαδεδομένες είναι οι κρατήσεις με τη χρήση του Διαδικτύου (Internet).

Μέσω Internet ο πελάτης μπορεί να δει φωτογραφίες του ξενοδοχείου και των διαφόρων χώρων του, και παράλληλα το ξενοδοχείο μπορεί να συμπεριλάβει στη σελίδα του ήχο και εικόνα στη σελίδα του τις παρεχόμενες υπηρεσίες, την τιμή, χάρτες της περιοχής, πληροφορίες για αξιοθέατα, για συγκοινωνίες, κι αφού ο πελάτης αποκτήσει μια εικόνα, η επόμενη επιλογή είναι η συμπλήρωση των στοιχείων του στη φόρμα κράτησης<sup>48</sup>.

Έμμεσες είναι οι κρατήσεις που πραγματοποιούνται δια μέσου τουριστικών πρακτορείων ή ταξιδιωτικών οργανισμών, καθώς και οι κρατήσεις που επιτυγχάνονται από τη συμμετοχή των ξενοδοχείων σε συνδεδεμένα κεντρικά συστήματα κρατήσεων ξενοδοχειακών αλυσίδων (Hilton, Intercontinental, Sheraton), αλλά και μη συνδεδεμένα δίκτυα, π.χ. καταλύματα, τα οποία εισπράττουν προμήθεια για κάθε κράτηση που πραγματοποιούν.

Ένα κεντρικό σύστημα κρατήσεων έχει ως αντικείμενο τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με τις προσφερόμενες κλίνες και ανέσεις σε τοπικό και εθνικό επίπεδο αρχικά και στη συνέχεια σε διεθνές κ επιτρέπει στα ξενοδοχεία την αποτελεσματικότερη διάθεση των δωματίων, δημιουργία βάσης yield management και απόκτηση πληροφοριών για αύξηση της ετήσιας πληρότητας<sup>49</sup>.

Από την άλλη, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία κάνουν συμφωνίες με χρηματική εγγύηση με μεγάλα ξενοδοχεία για κράτηση ενός ορισμένου αριθμού δωματίων, ανεξάρτητα από την χρησιμοποίησή τους ή όχι, ενώ οι κρατήσεις Γκρουπ αφορούν επαφές του ξενοδοχείου με οργανωτές συνεδρίων tour operators και ταξιδιωτικούς πράκτορες.

Είναι γεγονός, ότι υπάρχουν απροσδόκητοι παράγοντες που μπορούν να μεταβάλλουν τη διαθεσιμότητα των δωματίων, δηλαδή δεν είναι πάντα βέβαιο, ότι ο πελάτης θα μείνει σταθερός στην απόφασή του για τη διαμονή του σε ένα ξενοδοχείο, αφού, άλλοτε την παρατείνει ή την συντομεύει, κι άλλοτε την ακυρώνει.

---

<sup>48</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 107.

<sup>49</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *ό.π.*, σ. 103.

Οι υπάλληλοι του τμήματος Κρατήσεων, διακινδυνεύουν την αξιοπιστία της ξενοδοχειακής επιχείρησης στην τουριστική αγορά και την επαγγελματική τους σταδιοδρομία, ιδίως όταν δημιουργούνται φαινόμενα υπερκρατήσεων (overbooking).

Ακόμα και η γλώσσα που χρησιμοποιεί η υποδοχή αντανακλά την αβεβαιότητα του συστήματος κρατήσεων, με φράσεις, όπως «αναμενόμενες αφίξεις» και «αναμενόμενες αναχωρήσεις», κι όταν τα δωμάτια είναι δυσεύρετα, οι υπεύθυνοι κρατήσεων ρισκάρουν με τις αναμονές αυτές, χρησιμοποιώντας την πείρα τους και το ένστικτό τους για να υπολογίσουν χονδρικά πόσες από τις κρατήσεις αυτές δε θα εμφανιστούν, πόσοι πελάτες θα παραμείνουν πέρα από τη δεδομένη τους κράτηση και πόσοι πελάτες χωρίς κράτηση, θα μπουν στο ξενοδοχείο<sup>50</sup>.

Για να έχουν εγκυρότερες και αποτελεσματικότερες προβλέψεις οι υπεύθυνοι των κρατήσεων, επιστρατεύουν την εμπειρία τους, τη διαίσθησή τους, στατιστικές μελέτες και αναλύσεις πληροφοριών που έχουν στη διάθεσή τους και οι προβλέψεις αυτές στηρίζονται σε ένα σχετικό υπολογισμό που αφορά:

α) τον αριθμό των πελατών οι οποίοι, αν και έχουν κάνει κράτηση, τελικά δε θα αφιχθούν (ακυρώσεις κρατήσεων),

β) τον αριθμό των ενοίκων – πελατών που θα αποφασίσουν να παρατείνουν τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο,

γ) τον αριθμό των ενοίκων - πελατών που θα αναχωρήσουν νωρίτερα από την αρχική τους συμφωνία,

δ) τον αριθμό των πελατών που θα αφιχθεί στο ξενοδοχείο χωρίς προηγούμενα να έχει γίνει κράτηση<sup>51</sup>. Οι πελάτες αυτοί ονομάζονται walk – in ή passants.

Η στρατηγική των υπευθύνων πωλήσεων για τις υπερκρατήσεις, μπορεί να έχει αμφίρροπα αποτελέσματα όσον αφορά την ορθή διαθεσιμότητα των δωματίων. Μπορεί απ' τη μια να μειωθούν τα έσοδα του ξενοδοχείου, γιατί προκειμένου να

---

<sup>50</sup> Carolyn U. Lambert, Joseph M. Lambert, Thomas P. Cullen, *Το θέμα του overbooking: μια προσομοίωση*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 1999, σ. 115.

<sup>51</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 57.



εξασφαλιστεί πληρότητα, το ξενοδοχείο διατηρεί χαμηλότερες τιμές δωματίων από τις προβλεπόμενες τιμές πόρτας, αλλά κι απ' την άλλη, αν υιοθετεί το φαινόμενο overbooking, ενδεχομένως να δυσαρεστήσει τους πελάτες, των οποίων οι κρατήσεις δεν ικανοποιούνται.

Ένας άλλος τρόπος πιο διαδεδομένος είναι η συμφωνία allotment που συνάπτεται μεταξύ των ξενοδοχείων και των τουριστικών οργανισμών ή των τουριστικών γραφείων, για συνεχή ή εναλλασσόμενη αποστολή πελατών.

Στους όρους του συμβολαίου αναφέρονται με ακρίβεια ο αριθμός και το είδος των δωματίων, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων με ανώτατο και κατώτατο όριο, η χρονική ισχύς του συμβολαίου, οι όροι διατροφής και η τιμή που έχει συμφωνηθεί.

Ο πράκτορας πληρώνει τα δωμάτια μόνο στην περίπτωση που τα γεμίσει. Έτσι, ενώ ο πράκτορας έχει υπογράψει συμφωνία διαρκούς πληρότητας αυτών των δωματίων, το ξενοδοχείο εισπράττει τη συμφωνηθείσα τιμή μόνο στις περιόδους που ο πράκτορας αποστέλλει πελάτες του στο ξενοδοχείο.

Επίσης, εάν ο ξενοδόχος δεν αποδώσει τα δωμάτια που έχουν συμφωνηθεί με τη μορφή Allotment, (π.χ. λόγω υπερκρατήσεων) υποχρεούται να εξασφαλίσει στον πελάτη του ταξιδιωτικού γραφείου, δωμάτιο, σε ξενοδοχεία της ίδιας ή μεγαλύτερης κατηγορίας, με τις ίδιες υπηρεσίες και στην ίδια περιοχή με το δικό του ξενοδοχείο, να του καλύψει τα μεταφορικά έξοδα, και την επιπλέον διαφορά της τιμής, κι αν δεν καταφέρει να τον ικανοποιήσει, τότε τον αποζημιώνει με το ποσό που συμφωνήθηκε από το γραφείο για όλη τη διάρκεια της διαμονής του.

Στις περιπτώσεις που το ταξιδιωτικό γραφείο δεν καλύπτει στο προσυμφωνημένο συμβόλαιο το κατώτατο όριο κάλυψης δωματίων, με βάση τη σχετική νομοθεσία, το ξενοδοχείο έχει δικαίωμα να απαιτήσει αποζημίωση, η οποία του αποδίδεται σε σχέση με την τιμή ενοικίου που έχει συμφωνηθεί και ανέρχεται στο 50% της τιμής που υπολείπεται του κατώτατου ορίου το οποίο παραμένει ακάλυπτο<sup>52</sup>

Η συμφωνία guarantee, στην οποία ο πράκτορας πληρώνει τα δωμάτια, είτε τα γεμίσει, είτε όχι, είναι σπάνια, ενώ η συμφωνία allotment είναι πολύ συνηθισμένη.

Επιπλέον, υπάρχουν και οι κρατήσεις με συμβόλαιο (Commitment) μεταξύ των τουριστικών πρακτορείων και ξενοδοχείων για την κράτηση μεγάλου αριθμού δωματίων ή και του συνόλου του δωματίων, για ορισμένη χρονική περίοδο με την

---

<sup>52</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 63.

προϋπόθεση ότι το προσυμφωνημένο ποσό της συμφωνίας θα αποδοθεί στο ξενοδοχείο ανεξαρτήτως αν νοικιαστούν τα δωμάτια σε πελάτες ή όχι<sup>53</sup>.

Ορισμένες φορές, ιδιαίτερα σε υψηλές περιόδους τουριστικής ζήτησης, τα ξενοδοχεία δημιουργούν έναν κατάλογο κρατήσεων σε αναμονή (waiting list) και ενημερώνουν τον πελάτη σχετικά με τη διαθεσιμότητα των δωματίων τους ή του προτείνουν εναλλακτικές λύσεις.

Ωστόσο, πέρα από τη στρατηγική αντιμετώπισης του overbooking, οι υπάλληλοι των κρατήσεων για να έχουν εγκυρότερες και αποτελεσματικότερες κρατήσεις, χρειάζεται να συμβουλευόμαστε τη «μαύρη λίστα», η οποία αφορά σε ένα αρχείο ατόμων τους οποίους το ξενοδοχείο δε θέλει να δέχεται ως πελάτες, γιατί προξένησαν προβλήματα κατά τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο (δεν πλήρωσαν το λογαριασμό τους, κλοπή ή φθορά θόρυβο, ή εργάζονται σε μη φερέγγυες εταιρίες, που καθυστερούν την πληρωμή τους στην επιχείρηση κλπ.), ενώ αφορά επίσης, κι έναν κατάλογο «σημαινόντων προσώπων» ή όσους χρειάζονται ειδική μεταχείριση<sup>54</sup>.

Ο υπάλληλος των κρατήσεων πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκρίνεται με ταχύτητα και ορθότητα σε αιτήματα για δωμάτια που πρόκειται να νοικιαστούν, ο όγκος της γραφικής δουλειάς, η αρχειοθέτηση κι άλλες γραφικές διαδικασίες που σχετίζονται με την πορεία των κρατήσεων πρέπει να μειωθούν στο ελάχιστο, ενώ το πιο σημαντικό, ίσως, αποτέλεσμα της κράτησης είναι το να υπάρχει διαθέσιμο το δωμάτιο όταν αφιχθεί ο πελάτης<sup>55</sup>.

Μια πλήρης διαδικασία κράτησης περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

α) αίτημα κράτησης από τον πελάτη.

β) προσδιορισμός της διαθεσιμότητας των δωματίων από τον υπάλληλο κρατήσεων.

---

<sup>53</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 79.

<sup>54</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 49-50.

<sup>55</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 97.

γ) σύνταξη του δελτίου κράτησης ή αλλιώς του εντύπου παραγγελίας, με πληροφορίες που θα ζητήσει το ξενοδοχείο από τον πελάτη,

δ) επαλήθευση ή επιβεβαίωση της κράτησης από τον πελάτη.

ε) καταχώριση της κράτησης στο πλάνο κρατήσεων ή σε ημερολόγιο κρατήσεων στον υπολογιστή

στ) έκδοση αναφοράς της κράτησης.

Οι πελάτες και το ξενοδοχείο θα συμφωνήσουν στα εξής ζητήματα όσον αφορά την κράτηση:

α) στον αριθμό και τον τύπο του δωματίου,

β) στον αριθμό των ατόμων και των διανυκτερεύσεων,

γ) στους όρους συμφωνίας, δηλαδή τις παρεχόμενες υπηρεσίες (π.χ. διατροφή),

δ) στην ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης και

στ) στην τιμή.

Όλες οι παραπάνω πληροφορίες καθώς και το ονοματεπώνυμο του πελάτη καταχωρούνται στο έντυπο παραγγελίας ή αλλιώς δελτίο κράτησης ή εισάγονται κατευθείαν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Το τμήμα Κρατήσεων επίσης, χρησιμοποιεί τα γνωστά πλάνα κρατήσεων, που αφορούν είτε σε έντυπα, είτε σε πίνακες και περιλαμβάνουν το σύνολο των κρατήσεων συνήθως ενός μήνα, το οποίο εξαρτάται από το μέγεθος και τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου, τη διάρκεια παραμονής των επισκεπτών κλπ.,

Μερικά ξενοδοχεία τηρούν ένα βιβλίο κρατήσεων (hotel diary), κάθε σελίδα του οποίου αντιστοιχεί σε μία ημέρα του χρόνου, και μπορεί να είναι ετήσιο ή μηνιαίο, ενώ ένας άλλος τύπος βιβλίου ελέγχου κρατήσεων (reservation control book) είναι συνήθως ένα ντοσιέ με κινητές σελίδες, καθεμιά αντιστοιχεί σε μια ημέρα του έτους και σε κάθε σελίδα όλα τα δωμάτια είναι χωρισμένα σε κατηγορίες και κάθε δωμάτιο έχει ένα αύξοντα αριθμό<sup>56</sup>.

Το χειρόγραφο πλάνο κρατήσεων (room reservation chart) είναι γραμμογραφημένο σε κάθετες και οριζόντιες στήλες, όπου κάθετα είναι οι αριθμοί των δωματίων και ο τύπος τους και οριζόντια οι ημέρες του μήνα, σχηματίζοντας τετράγωνα, καθένα από τα οποία αφορά μία διανυκτέρευση. Για να καταχωρηθεί μια

---

<sup>56</sup>Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, Υπηρεσία Υποδοχής, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 110-111.

κράτηση σ' αυτό το πλάνο σημειώνεται μια οριζόντια γραμμή δίπλα στον αριθμό του δωματίου, πάνω στην οποία αναγράφεται το όνομα του πελάτη και περιέχει και τις ημερομηνίες.

Ακόμη, υπάρχουν και τα μαγνητικά πλάνα-πίνακες, ή αλλιώς διαγράμματα πυκνότητας, ή πλάνα τοίχου, που εφευρέθηκαν από τον Dallet Jones και αποτελούνται από μεταλλικές ή πλαστικές πλάκες, που περιέχουν τα δωμάτια του ξενοδοχείου κάθετα και τις ημέρες τριών οριζόντια, ενώ για να ξεχωρίζουν οι τύποι δωματίων χρησιμοποιούνται διάφορα χρώματα.

Επίσης, το Τμήμα Κρατήσεων κυρίως σε μεγάλα ξενοδοχεία χρησιμοποιεί το πλάνο κρατήσεων τύπου ή «σχάρα» Whitney – αν και πλέον έχει αντικατασταθεί από τους υπολογιστές - το οποίο βασίζεται στη χρήση τυποποιημένων καρτών, των δελτίων «Shannon», τα οποία έχουν διαφορετικό χρώμα για να δείχνουν διαφορετικά είδη κρατήσεων (π.χ. ομαδικές κρατήσεις, σημειώντων προσώπων κλπ.), και τοποθετούνται στη «σχάρα» μέσα σε λεπτές μεταλλικές υποδοχές, κι ο ενδιαφερόμενος υπάλληλος μπορεί εύκολα να συμβουλευτεί τις κάρτες – απλώς τις σηκώνει λίγο προς τα επάνω<sup>57</sup>.

Και βέβαια ο τομέας των Κρατήσεων χρησιμοποιεί και το μηχανογραφημένο σύστημα κρατήσεων, το οποίο παρακολουθεί λεπτομερώς την πορεία των κρατήσεων, τον τύπο τους (Allotment), την κατηγορία δωματίων, την ημερομηνία, το πρακτορείο κλπ., και σε συνεργασία με τον Η/Υ μπορούν να εκτυπώσουν πολλές αναφορές ταυτόχρονα.

Μέσα στις αρμοδιότητες του παραπάνω τμήματος, εντάσσεται και η υποχρέωσή του να επεξεργάζεται τα στοιχεία των κρατήσεων με σκοπό τη λεπτομερή ανάλυσή τους από τη διοίκηση του τμήματος και του ξενοδοχείου, και από το τμήμα πωλήσεων και marketing για ορθότερη διαχείριση και διάθεση του ξενοδοχειακού προϊόντος, για τα μελλοντικά έσοδα της επιχείρησης και για το σχεδιασμό των λειτουργιών της Υποδοχής, αλλά και των υπολοίπων τμημάτων και γενικότερα για τη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Έτσι, ο τομέας των Κρατήσεων, συντάσσει καθημερινή αναφορά παραγγελιών κρατήσεων, για τις οποίες ενημερώνονται όλα τα τμήματα του

---

<sup>57</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 54-55.

ξενοδοχείου, αναφορές για τις προμήθειες που θα αποδοθούν στα διάφορα τουριστικά πρακτορεία, αναφορές αρνητικών κρατήσεων, οι οποίες δεν πραγματοποιήθηκαν για συγκεκριμένες ημερομηνίες, καθώς και τον τύπο του δωματίου που επιθυμούσαν οι πελάτες.

Ακόμη, συντάσσει, αναφορές προβλεπόμενων αφίξεων-αναχωρήσεων μόνο των επιβεβαιωμένων κρατήσεων, οι οποίες παραδίδονται κάθε βράδυ στον προϊστάμενο της Υποδοχής, ο οποίος με τη σειρά του θα τις μεταβιβάσει στους προϊσταμένους των άλλων τμημάτων, και είναι μια πολύ σημαντική ενέργεια, για τον προγραμματισμό των λειτουργιών της Υποδοχής, των υπολοίπων τμημάτων της επιχείρησης.

Μια άλλη αρμοδιότητα του τομέα των Κρατήσεων είναι η δημιουργία αρχείων κράτησης των πελατών με στοιχεία που αφορούν την ταυτότητά τους και τις απαιτήσεις τους πριν την άφιξή τους, με στόχους την καλύτερη εξυπηρέτησή τους, το συντονισμό με το προσωπικό της επιχείρησης και τη σύνταξη αναφορών προς τη Διεύθυνση του ξενοδοχείου.

Επιπρόσθετα, οι Κρατήσεις προβαίνουν στη σύνταξη στατιστικών πινάκων μηνιαίως για το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και την Τουριστική Αστυνομία.

Το τμήμα Κρατήσεων επίσης, ταξινομεί τα στατιστικά στοιχεία του τρόπου που γίνονται οι κρατήσεις και δημιουργεί το λεγόμενο ιστορικό κρατήσεων, πχ. για την πληρότητα, για τους non-show πελάτες, για τους walk-in, για εκείνους που αναχώρησαν νωρίτερα (under-stays) ή αργότερα (over-stays) από τη διάρκεια της διαμονής τους, με σκοπό την ανάλυσή τους από τη Διεύθυνση και από το τμήμα πωλήσεων και marketing του ξενοδοχείου, με στόχο την ανάπτυξη στρατηγικών ορθότερης διάθεσης των αγαθών και των υπηρεσιών, για τη μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησης και την ικανοποίηση των πελατών – επισκεπτών.

Συνοψίζοντας, το τμήμα κρατήσεων, είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς σε μια ξενοδοχειακή μονάδα, γιατί είναι αυτός που διαχειρίζεται και διαθέτει το ξενοδοχειακό προϊόν, οργανώνει και μεθοδεύει δηλαδή, τις παραγγελίες για τη διαθεσιμότητα των δωματίων · η μη ορθή διαχείριση των κρατήσεων, μπορεί να επιφέρει αρνητικές συνέπειες τόσο στα έσοδα του ξενοδοχείου, όσο και στη φήμη του στην τουριστική αγορά.

### 3.3 Το Τμήμα Υποδοχής

Το τμήμα υποδοχής, είναι ο δεύτερος πιο σημαντικός τομέας, μετά το τμήμα κρατήσεων. Είναι αυτό που φροντίζει για την άφιξη, διαμονή και αναχώρηση των πελατών και αυτό που συντελεί καθοριστικά στη διαμόρφωση καλής ή όχι εικόνας που θα σχηματίσει το πελάτης για το ξενοδοχείο, πέρα από τις προσφερόμενες υπηρεσίες που θα του παρασχεθούν.

Επίσης, είναι το τμήμα στο οποίο απευθύνεται ο πελάτης για οποιοδήποτε πρόβλημα, παράπονο ή θέμα τον απασχολεί και γι' αυτό οι υπάλληλοι της Υποδοχής θα πρέπει να διακρίνονται από υψηλή αίσθηση φιλοξενίας, εννοώντας να προβλέπουν και να ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών σε υλικό και ψυχικό επίπεδο.



Ο υπάλληλος των κρατήσεων μπορεί να δώσει μία πρώτη εντύπωση στον πελάτη και το πρώτο άτομο που θα έχει προσωπική επαφή μ' αυτόν, να είναι ο θυρωρός, ωστόσο, πολλές φορές η πρώτη εντύπωση σχηματίζεται από τον υπάλληλο της υποδοχής, γι' αυτό και το πρώτο στοιχείο που απαιτείται είναι το του φιλικό χαμόγελο, αμέσως μετά ακολουθεί ένα ευχάριστο καλωσόρισμα, όπως "Καλησπέρα σας, μπορώ να σας εξυπηρετήσω;" κι όταν πλέον ο υπάλληλος μάθει το προσωπικό του όνομα του πελάτη που έχει απέναντί του, θα πρέπει να το χρησιμοποιήσεις άμεσα<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 87.

Την άφιξη του πελάτη, μετά την υποδοχή του, ακολουθεί μια σειρά απαραίτητων εγγραφών και καταχωρίσεων, σε διάφορα έντυπα και βιβλία του ξενοδοχείου (check in) και η διαδικασία υποδοχής αφορά τις παρακάτω ενέργειες:

- α) Διαδικασία πριν την άφιξη του πελάτη (pre-registration)
- β) Δημιουργία δελτίου άφιξης ή κάρτας άφιξης (registration card).
- γ) Προσδιορισμός δωματίου και τιμής.
- δ) Καθορισμός τρόπου εξόφλησης.
- ε) Παράδοση του κλειδιού δωματίου.

στ) Ικανοποίηση των ιδιαίτερων απαιτήσεων του πελάτη (π.χ. αλλαγή δωματίου ή αλλαγή της συμφωνίας με τα επισιτιστικά τμήματα, άφιξη επιπλέον ατόμου κλπ.).

Αμέσως μετά την κράτηση, το τμήμα κρατήσεων δημιουργεί έναν φάκελο για το συγκεκριμένο πελάτη, ο οποίος περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες, που σχετίζονται με τη διαμονή και την υποδοχή του, όπως τα ατομικά του στοιχεία, τη χρονική διάρκεια παραμονής του, τον αριθμό δωματίου και τον τρόπο εξόφλησης.

Ο φάκελος αυτός δίνεται στους υπαλλήλους της Υποδοχής, οι οποίοι προετοιμάζουν τη διαδικασία πριν την άφιξη των πελατών, (pre-registration) μεταφέροντας τα απαραίτητα στοιχεία στην κάρτα άφιξης (registration card), είτε χειρόγραφα, είτε ηλεκτρονικά στον υπολογιστή και φροντίζουν, όσο το δυνατόν συντομότερα, να τακτοποιήσουν τον πελάτη, μετά την άφιξή του, στο κατάλληλο δωμάτιο, σύμφωνα με την προτίμησή του.

Στην περίπτωση κράτησης ενός γκρουπ ο συντονιστής του συνήθως αποστέλλει στο ξενοδοχείο μια rooming list με όλα τα ονόματα του αναμενόμενου γκρουπ και με τη βοήθεια αυτής της λίστας, τα κλειδιά, διάφορα έντυπα και κάποιο πληροφοριακό υλικό μπορούν να τοποθετηθούν πριν από την άφιξη σε ατομικούς φακέλους, με το όνομα κάθε μέλους γραμμένο σ' αυτούς και να διανεμηθούν από τον αρχηγό του γκρουπ ή από ένα ξεχωριστό γραφείο μακριά από την Υποδοχή, και με τον τρόπο αυτό κατά την άφιξη του γκρουπ αποφεύγεται ο συνωστισμός στην Υποδοχή και εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος<sup>59</sup>.

Επίσης, αν το ξενοδοχείο εκτελεί μεταφορά (transfer) των πελατών του από το αεροδρόμιο η υποδοχή μπορεί να εκμεταλλευτεί το χρόνο που μεσολαβεί μέχρι την

---

<sup>59</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 149.

άφιξη του πελάτη στο ξενοδοχείο για να ζητήσει την υπογραφή του σε μια προσυμπληρωμένη κάρτα άφιξης και να του προσφέρει το κλειδί του δωματίου<sup>60</sup>.

Ορισμένα ξενοδοχεία έχουν καταχωρίσει ηλεκτρονικά στο δελτίο κράτησης τις πληροφορίες για τον πελάτη και αμέσως μετατρέπουν το παραπάνω δελτίο, σε δελτίο άφιξης.

Στην άφιξη αναμενόμενου πελάτη, ο υπάλληλος υποδοχής, ο υπάλληλος υποδοχής τον καλωσορίζει και ανασύρει την αλληλογραφία κράτησης, επιβεβαιώνοντας τα στοιχεία που αναφέρονται σ' αυτή<sup>61</sup>.

Κατόπιν, ο πελάτης, συμπληρώνει και υπογράφει τα ατομικά του στοιχεία στο δελτίο ή κάρτα άφιξης, (registration card). Στην κάρτα άφιξης αναφέρονται και σημαντικές προσωπικές πληροφορίες που αφορούν, ονοματεπώνυμο, διεύθυνση κατοικίας, όνομα του γκρουπ κ.ά. Επίσης, περιέχονται ο τύπος δωματίου, ο τρόπος πληρωμής και η διάρκεια παραμονής του πελάτη.

Πολλά ξενοδοχεία περιλαμβάνουν και μια έντυπη δήλωση για την ευθύνη που έχουν για τη φύλαξη χρημάτων ή τιμαλφών του πελάτη.

Ο υπάλληλος της Υποδοχής ακόμη, κατά την άφιξη, θα επιβεβαιώσει την ημερομηνία αναχώρησης, αλλά και την τιμή που συμφωνήθηκε, για την αποφυγή δυσάρεστων εξελίξεων, θα ζητήσει αντίγραφο του voucher από τον πελάτη, εάν η κράτηση έγινε μέσω πρακτορείου, και θα βοηθήσει τους ηλικιωμένους ή τους αλλοδαπούς που δε γνωρίζουν ικανοποιητικά τη γλώσσα, στη συμπλήρωση και υπογραφή της κάρτας άφιξης.

#### Διαδικασία check in<sup>62</sup>

##### Τι κάνει ο πελάτης

Άφιξη

##### Τι κάνει ο υπάλληλος της Υποδοχής

Ελέγχει τις λεπτομέρειες της κράτησης

<sup>60</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, ό. π., σ. 149.

<sup>61</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης Δ., *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 291.

<sup>62</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 69, σχήμα 19.



Εγγραφή στο βιβλίο πελατών	Ελέγχει την εγγραφή
Πηγαίνει στο δωμάτιο	Καθοδηγεί τον πελάτη ή κανονίζει να συνοδευτεί
Χρησιμοποιεί τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου	Ειδοποιεί τα άλλα τμήματα Ανοίγει λογαριασμό Καταγράφει τις επιμέρους χρεώσεις του Δίνει αλληλογραφία, μηνύματα κλπ.
Τακτοποιεί το λογαριασμό του	Ελέγχει και δίνει το λογαριασμό
Αναχωρεί	Ειδοποιεί τα άλλα τμήματα Ενημερώνει το αρχείο

Αν υπάρχουν έκτακτοι πελάτες, που δεν έχουν κάνει κράτηση, (Walk in-Chance Guest), η Υποδοχή ακολουθεί τις ίδιες ενέργειες με αυτές της κράτησης. Έτσι, στην έκτακτη άφιξη πελάτη, μετά την προφορική συμφωνία της ενοικίασης, πρώτη κίνηση είναι να συμπληρωθεί από κοινού με τον υπάλληλο υποδοχής ένα δελτίο το οποίο θα αναφέρει τους όρους παραμονής του πελάτη, την ημέρα άφιξης, την ημέρα αναχώρησης, την τιμή κ.λπ., το οποίο είναι το δελτίο άφιξης και είναι και το συμβόλαιο με τον πελάτη<sup>63</sup>.

Κατόπιν, ο υπάλληλος της υποδοχής, αν ο πελάτης δε φέρει ή έχει ελάχιστες αποσκευές, του ζητά με ευγένεια να προπληρώσει το λογαριασμό του, του παραδίδει το κλειδί του δωματίου του, και ζητά από τον γκρουμ να τον συνοδεύσει, έπειτα ενημερώνει τα υπόλοιπα τμήματα για την άφιξή του και την προπληρωμή του, και συμπληρώνει στα διάφορα έντυπα και βιβλία (βιβλίο κίνησης πελατών πόρτας, δελτίο Αστυνομίας, πλάνο ρεσεψιόν ή room rack, ευρετήριο πελατών ή information rack) ή στον Η/Υ τα στοιχεία του.

Σε περίπτωση που το δωμάτιο χρησιμοποιηθεί για διήμευση (Day Use), συνήθως για 6-8 ώρες, χωρίς διανυκτέρευση, η Υποδοχή τηρεί τις ίδιες διαδικασίες άφιξης, όπως και για του υπόλοιπους πελάτες, ωστόσο το δωμάτιο χρεώνεται με το 50% της τιμής του, και ενημερώνει άμεσα τα άλλα τμήματα, ιδίως την τήρηση

<sup>63</sup> Βασιλίας Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 291.

λογαριασμών (M/C), ότι πρόκειται για day use, και με αυτήν την ονομασία επίσης καταχωρείται στο βιβλίο κίνησης πελατών πόρτας.

Ακόμη, υπάρχει και η λεγόμενη αυτοκαταχώριση (Self-registration) ή αυτοματοποιημένο check in. Πρόκειται για μια σχετικά νέα ανακάλυψη, όπου εγκαθίστανται ένα μηχάνημα όπως οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές των τραπεζών, το οποίο μπορεί να χειριστεί τις αφίξεις και τις «τυχαίες» κρατήσεις, χωρίς την παρουσία υπαλλήλου, που ενεργοποιείται με μια πιστωτική κάρτα, αναγνωρίζει στην οθόνη τον αριθμό και τα στοιχεία της κράτησης και εκδίδει το κλειδί του πελάτη, αν και το βασικό μειονέκτημα είναι η έλλειψη «φιλοξενίας» κατά τη διαδικασία του check in, αλλά στο μέλλον όλο και περισσότεροι πελάτες θα το χρησιμοποιούν λόγω εξοικονόμησης χρόνου<sup>64</sup>.

Στη συνέχεια, το τμήμα υποδοχής προσδιορίζει το δωμάτιο σε σχέση με την κατάστασή του (room status), ύστερα από ενημέρωση και συνεργασία με το τμήμα ορόφων (housekeeping) και το τμήμα συντήρησης.

Ο καθορισμός του δωματίου μπορεί να γίνει και κατά τη διαδικασία που προηγείται της άφιξης (pre-registration), σύμφωνα με τα στοιχεία κράτησης, ωστόσο η οριστικοποίηση του προσδιορισμού δωματίου και τιμής γίνεται κατά την άφιξη του πελάτη. Η σωστή επιλογή του τύπου και της τιμής του δωματίου, γίνεται με βάση την κατάσταση του δωματίου (room status).

Η κατάσταση του δωματίου διακρίνεται σε:

- κατάσταση κράτησής του (reservation status), που αφορά τη διαθεσιμότητά του και
- κατάσταση του τμήματος ορόφων (housekeeping status), που αφορά τη διαθεσιμότητα και την ετοιμότητά του για άμεση ενοικίαση.

Η κατάσταση των δωματίων μεταβάλλεται συχνά κατά τη διάρκεια της ημέρας, γι' αυτό για κάθε μεταβολή είναι ανάγκη να ενημερώνονται τα τμήματα που σχετίζονται με την κατάσταση και κατανομή των δωματίων των δωματίων: Υποδοχή, Οροφοί (Housekeeping), Συντήρηση (Maintenance).

Οι υπάλληλοι της Υποδοχής γνωρίζουν τη συγκεκριμένη ορολογία για την πραγματική κατάσταση του δωματίου π.χ.:

---

<sup>64</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 76-78.

- κατειλημμένο occupied,
- διαθέσιμο available,
- κενό και έτοιμο vacant,
- φιλοξενία complimentary,
- εκτός λειτουργίας out of order,
- υπό αναχώρηση due out,
- αναχώρηση check out,
- μην ενοχλείτε do not disturb,
- αναχώρηση κρυφά skipper,
- κλείδωμα lock out,
- καθαρισμός on change κλπ.

Η πραγματική κατάσταση των δωματίων, σημαίνει ότι το δωμάτιο είναι έτοιμο και ικανό προς ενοικίαση διακρίνεται σε πέντε στάδια:

- α) δωμάτιο ελεύθερο για ενοικίαση,
- β) δωμάτιο κατειλημμένο από πελάτη,
- γ) δωμάτιο ελεύθερο, όχι έτοιμο για ενοικίαση,
- δ) δωμάτιο έτοιμο για ενοικίαση από πελάτη που έχει κάνει κράτηση,
- ε) δωμάτιο το οποίο είναι ακατάλληλο για ενοικίαση, εξαιτίας εργασιών συντήρησής του<sup>65</sup>.

Η υποδοχή ενός ξενοδοχείου, ανάλογα με τη δυναμικότητά του, διαθέτει διάφορα συστήματα, πλάνα, καταστάσεις ή έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή παρακολούθησης, για να πληροφορείται από το τμήμα ορόφων (housekeeping) πότε ένα δωμάτιο είναι έτοιμο ή όχι, προς ενοικίαση ή έτοιμο, αλλά μη ελεγμένο, ή εκτός λειτουργίας, καθώς και να ειδοποιεί το ταμείο, την υποδοχή και το housekeeping πότε αναχωρεί ένας πελάτης.

Πιο συγκεκριμένα, η Υποδοχή χρησιμοποιεί απλά πλάνα-έντυπα δωματίων, τα οποία ονομάζονται και "φύλλα κλινών" (Abbott-Lewry, 2002), είναι ειδικά γραμμογραφημένα, αντικαθίστανται καθημερινά, και αναφέρουν λεπτομερώς την

---

<sup>65</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 98.

κατάσταση των δωματίων του ξενοδοχείου, κατά ορόφους. Είναι διαιρεμένα σε στήλες στις οποίες αναφέρονται:

- α) το ονοματεπώνυμο του πελάτη και ο αριθμός των ατόμων που διαμένουν,
- β) ο αριθμός και ο τύπος δωματίου,
- γ) οι όροι της συμφωνίας και το όνομα του πρακτορείου, αν υπάρχει και
- δ) οι ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης.

Καθημερινά η Υποδοχή φροντίζει να ενημερώνει, να συμπληρώνει το πλάνο αυτό με την κατάσταση των δωματίων - συχνά με μολύβι για την περίπτωση ακυρώσεων ή non-show - αν χρειάζονται καθαρισμοί ή ορισμένα δωμάτια είναι εκτός λειτουργίας, καθώς και για αναμενόμενες αφίξεις και αναχωρήσεις των πελατών.

Εκτός από το πλάνο της Reception, σε άλλα ξενοδοχεία οι υπάλληλοι της Υποδοχής χρησιμοποιούν και το πλάνο τύπου Rack (Room Rack), στο οποίο απεικονίζεται όλη η κατάσταση των δωματίων, μέσω ειδικών καρτελών που τοποθετούνται σε θυρίδες και δίπλα από κάθε αριθμό δωματίου περιέχονται τα στοιχεία του πελάτη και του δωματίου.

Μόλις αναχωρεί ο πελάτης αφαιρείται η καρτέλα του και τοποθετείται άλλη που αναγράφει ότι το δωμάτιο είναι για καθαρισμό, κι όταν ολοκληρωθεί ο καθαρισμός το τμήμα ορόφων ειδοποιεί την Υποδοχή, η οποία αναγράφει ότι το δωμάτιο είναι έτοιμο για ενοικίαση.

Σε πολλά ξενοδοχεία όμως, ως αποτελεσματικότερη λύση για την αμεσότερη παρακολούθηση της κατάστασης των δωματίων από την Υποδοχή και σε διαρκή συνεργασία με το τμήμα ορόφων, είναι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, μέσω του οποίου ελέγχονται τα δωμάτια, ήδη από τη διαδικασία της αρχικής εγγραφής.

Ο υπολογιστής σημειώνει αυτόματα ποια δωμάτια δόθηκαν σε πελάτες και τα αφαιρεί από τον κατάλογο των διαθέσιμων δωματίων. Με την αναχώρηση του πελάτη, ο υπολογιστής το προσθέτει στον κατάλογο των δωματίων για καθαρισμό, μετά την ολοκλήρωση του οποίου η αντίστοιχη υπηρεσία τον ενημερώνει για τη διαθεσιμότητα του, και με αυτόν τον τρόπο εξοικονομείται σημαντικός χρόνος, κι αποφεύγονται καρτέλες ή δελτία.

Ακόμη, σε ξενοδοχεία που χρησιμοποιούν μηχανογραφημένα συστήματα, η αναχώρηση του πελάτη μπορεί να καταχωρηθεί από τον υπάλληλο την Υποδοχής στο τερματικό του υπολογιστή, και κατόπιν να ειδοποιηθεί η υπεύθυνη του housekeeping, η οποία μετά τον καθαρισμό του δωματίου, ενημερώνει την Υποδοχή συχνά, μέσω

ενός τερματικού που βρίσκεται στο γραφείο της ότι το δωμάτιο είναι έτοιμο για πώληση.

Επίσης, αν ο Η/Υ είναι συνδεδεμένος απευθείας με το τηλεφωνικό σύστημα των δωματίων, η προϊσταμένη ή οι επόπτριες μπορούν να επιθεωρούν τα δωμάτια, να καθορίζουν την ετοιμότητά τους για πώληση και στη συνέχεια να καταχωρούν έναν συγκεκριμένο κωδικό στη συσκευή τηλεφώνου του δωματίου, για να αλλάξουν την κατάσταση του δωματίου στο σύστημα του υπολογιστή, η οποία εμφανίζεται ενημερωμένη σε λίγα δευτερόλεπτα στην οθόνη του υπολογιστή της Υποδοχής, μειώνοντας με αυτόν τον τρόπο τον αριθμό των πελατών που περιμένουν να τους δοθεί δωμάτιο, αλλά και το διάστημα αναμονής τους<sup>66</sup>.

Έπειτα από τον έλεγχο της κατάστασης και της διαθεσιμότητας των δωματίων, η επόμενη ενέργεια της τον προσδιορισμό του δωματίου μετά την άφιξη του πελάτη, από την Υποδοχή, είναι ο καθορισμός της τοποθεσίας και της τιμής του δωματίου, σε συμφωνία μαζί του.

Οι πελάτες συχνά ζητούν μία συγκεκριμένη τοποθεσία δωματίου: στον πρώτο όροφο του ξενοδοχείου, μακριά από το ασανσέρ, στη γωνία του κτηρίου ή μακριά από το συνέδριο, ή ζητούν δωμάτιο με μια συγκεκριμένη θέα-για παράδειγμα στη θάλασσα, λίμνη, ακτή ή το κέντρο της πόλης, και βέβαια, αυτά τα δωμάτια κοστίζουν περισσότερο, δίνουν ένα ιδιαίτερο χαρακτήρα στο κατάλυμα, ενώ το τμήμα πωλήσεων και marketing τα προωθεί περισσότερο<sup>67</sup>.

Η Υποδοχή όταν ένας μεμονωμένος πελάτης ή γκρουπ ζητήσει ένα συγκεκριμένο τύπο δωματίου ελέγχει μέσω του πλάνου της ή του Room Rack ή του Η/Υ τη διαθεσιμότητα με στόχο την ικανοποίησή τους.

Η τιμή όμως, σε πολλά ξενοδοχεία για ένα δωμάτιο ίδιου τύπου, μπορεί να είναι διαφορετική, λόγω της θέας, του εξοπλισμού, της επίπλωσης ή του μεγέθους του. Για το λόγο αυτό ο προσδιορισμός του δωματίου δε γίνεται μόνο με βάση τον τύπο του, αλλά και με βάση την τιμή του.

---

<sup>66</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 166-168.

<sup>67</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 221.

Ανάλογα με την τιμολογιακή πολιτική της κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης, ο καθορισμός των υψηλότερων τιμών διάθεσης των δωματίων διέπεται από το νόμο της ελεύθερης αγοράς (προσφοράς-ζήτησης και ελεύθερου ανταγωνισμού), ενώ όσον αφορά τις κατώτερες τιμές, αυτές καθορίζονται από το Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης<sup>68</sup>.

Η τιμή που θα ορίσει ένα ξενοδοχείο για να χρεώσει τον πελάτη, για την ελληνική πραγματικότητα, προέρχεται από νομικές διατάξεις που αφορούν τον τουρισμό, και καθορίζονται κι εγκρίνονται από το Ξ.Ε.Ε., αλλά επικυρώνονται κι από τον ΕΟΤ, ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και τη χρονική περίοδο (υψηλή, χαμηλή). Η διακύμανση των τιμών που επιλέγει κάθε επιχείρηση, υποβάλλεται για έγκριση στους δύο παραπάνω φορείς πριν την έναρξη της λειτουργίας της.

Στη συνέχεια, η επιχείρηση μπορεί να κάνει κάποιες αποκλίσεις γύρω από την τιμή που έχει θεσπίσει η πολιτεία, την οποία κοινοποιούν στον ΕΟΤ προς έγκριση, ενώ σε παράνομες ανατιμήσεις επιβάλλονται πρόστιμα.

Οι τιμές των δωματίων λοιπόν εξαρτώνται από την πολιτική του ξενοδοχείου, τον τύπο του πελάτη, τα χαρακτηριστικά του δωματίου και τον αριθμό ατόμων, αλλά και από το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τον πελάτη.

Η τιμή που καθορίζει ένα ξενοδοχείο ονομάζεται rack rate (λόγω του ότι αναγράφεται στο Rack πολλές φορές), official rate (επίσημη τιμή), normal rate (κανονική τιμή), standard rate (συνήθης τιμή) ή τιμή πόρτας.

Επίσης, ο πελάτης μπορεί να συμφωνήσει να πληρώσει μια συνολική τιμή (all inclusive) στην οποία θα του παρέχονται τα διάφορα γεύματα από το εστιατόριο ή άλλες καταναλώσεις, π.χ. ποτό στο μπαρ κλπ.

Ακόμη, τα ξενοδοχεία μπορούν να έχουν ειδικές τιμές (Weekend Plan) για το Σαββατοκύριακο, τιμές χρέωσης για τα παιδιά άνω των δέκα ετών (Family Plan Rates), ή ειδικές τιμές σε γκρουπ (Package Rates) και σε μεμονωμένους πελάτες που επιθυμούν να μείνουν για χρονικό διάστημα λίγων ωρών (Day Use), χωρίς διανυκτέρευση.

---

<sup>68</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 119-120.

Ειδικές τιμές προσφέρονται για τις ακόλουθες κατηγορίες πελατών: εμπορικές τιμές, μειωμένες τιμές για αφίξεις ομάδων, οικογενειακές τιμές, τιμές πακέτου, διαμονή χωρίς χρέωση, τιμές αεροπορικών εταιριών, τιμές εκπαιδευτικές, τιμές για τακτικούς πελάτες<sup>69</sup>. Η διαμονή χωρίς χρέωση, ονομάζεται και τιμή φιλοξενίας (complimentary rate) με στόχο την προώθηση και διαφήμιση του ξενοδοχείου.

Έπειτα από τον προσδιορισμό του τύπου δωματίου και της τιμής, το τμήμα υποδοχής, ρωτά τον πελάτη με ποιο τρόπο θα ήθελε να εξοφλήσει τη διαμονή του. Πολλές φορές συμβαίνει οι επιχειρήσεις να χρεώνουν στους υπαλλήλους της Υποδοχής, λογαριασμούς που δεν εξόφλησαν οι πελάτες κατά την αναχώρησή τους από το ξενοδοχείο.

Γι' αυτό χρειάζεται προσοχή από το προσωπικό της Υποδοχής σχετικά με τον καθορισμό του τρόπου πληρωμής της διαμονής του πελάτη, ήδη κατά την άφιξή του. Ο προσδιορισμός του τρόπου πληρωμής καταχωρείται από την Υποδοχή στην κάρτα άφιξης και ενημερώνεται το τμήμα τήρησης λογαριασμών (Main Courante) και τα τμήματα εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου. Ένας πελάτης μπορεί να εξοφλήσει το λογαριασμό του με διάφορους τρόπους, όπως:

- με μετρητά.
- με πιστωτικές κάρτες.
- με προσωπικές ή ταξιδιωτικές επιταγές, (traveller's cheque) ή ευρωεπιταγές.
- με χρέωση του ταξιδιωτικού γραφείου έπειτα από την επίδειξη του voucher (έντυπο συμφωνίας μεταξύ του ξενοδοχείου και του τουριστικού πρακτορείου) από τον πελάτη.
- μέσω εταιρίας.
- μέσω τουριστικού οργανισμού.

Ακόμη, σε μεγάλα ξενοδοχεία η Υποδοχή μπορεί να ζητήσει προείσπραξη με μετρητά ή πιστωτική κάρτα (paid in advance, P.I.A.) του ποσού της διαμονής από τον πελάτη, ιδίως όταν αυτός είναι walk in ή δεν φέρει μαζί του αποσκευές ή φέρει ελάχιστες, να δώσει μια πρόχειρη απόδειξη στον πελάτη για την προπληρωμή, να

---

<sup>69</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 98.

ενημερώσει το λογαριασμό του στον Η/Υ, και κατόπιν να ενημερώσει τα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης

Όσον αφορά τον πελάτη που δε δικαιούται να πραγματοποιεί χρεωστικές καταναλώσεις από τα διάφορα τμήματα εκμετάλλευσης (εστιατόριο, σνακ μπαρ) του ξενοδοχείου, το τμήμα της Υποδοχής λαμβάνει το αποτύπωμα (χωρίς χρέωση ποσού) της πιστωτικής του κάρτας και ελέγχει μέσω τράπεζας αν υπάρχει διαθεσιμότητα χρημάτων.

Ύστερα από τον καθορισμό του τρόπου πληρωμής, η Υποδοχή παραδίδει το κλειδί του δωματίου, που είναι και η τελευταία ενέργεια για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της άφιξης και καταχώρισης του πελάτη. Με την παράδοση του κλειδιού ο ρεσεψιονίστ ρωτά τον πελάτη αν θα ήθελε τη βοήθεια εν γκρουπ για τη μεταφορά των αποσκευών του, και αν το επιθυμεί δίνει το κλειδί στον παραπάνω υπάλληλο.

Ένα κατάλυμα που δε διαθέτει αυτήν τη θέση εργασίας, τη μεταφορά των αποσκευών του πελάτη αναλαμβάνει η Υποδοχή, ενώ σε ορισμένα ξενοδοχεία οι ρεσεψιονίστ συνοδεύουν τους αφικνούμενους πελάτες στα δωμάτιά τους σε ένδειξη περιποίησης.

Άλλες ενέργειες της υποδοχής είναι η σύνθεση ειδικών δελτίων που προορίζονται για το αστυνομικό τμήμα, και περιέχουν πληροφορίες σχετικά με τις αφίξεις και αναχωρήσεις των ημεδαπών και των αλλοδαπών πελατών. Τα δελτία αστυνομίας εκδίδονται σε τρία αντίτυπα, το πρώτο παραδίδεται στο αστυνομικό τμήμα την ημέρα άφιξης του πελάτη, το δεύτερο 12 ώρες μετά την αναχώρησή του και το τρίτο διατηρείται στο αρχείο της υποδοχής.

Μια επιπλέον ενέργεια συναφής με την παραπάνω είναι η σύνταξη του βιβλίου αστυνομίας. Παράλληλα με την έκδοση των δελτίων αφίξεων και αναχωρήσεων πελατών, ο υπεύθυνος γι' αυτή την εργασία υπάλληλος είναι υποχρεωμένος να μεταφέρει και να καταχωρεί όλα τα στοιχεία των δελτίων, με τη σειρά που αυτά εκδόθηκαν, σε βιβλίο που έχει θεωρηθεί από την αστυνομική αρχή και στο οποίο δεν πρέπει να υπάρχουν κενά μεταξύ των καταχωρίσεων<sup>70</sup>.

Τέλος, η υποδοχή είναι αυτή που καταγράφει και συντάσσει τα στοιχεία στο βιβλίο υποδοχής ή βιβλίο κίνησης πελατών πόρτας, όπου αναφέρονται όλες οι αφίξεις

---

<sup>70</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 118-119.



και οι αναχωρήσεις και οι συμφωνίες διαμονής, και το οποίο θεωρείται και ελέγχεται από την Εφορία. Το βιβλίο υποδοχής περιλαμβάνει:

- α) τον αριθμό δωματίου που διαμένει ο πελάτης,
- β) το ονοματεπώνυμο του πελάτη,
- γ) την εθνικότητα και τη συμφωνία διαμονής των πελατών,
- δ) την ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης και
- ε) την αμοιβή που θα πληρώσει ο πελάτης για μια μέρα.

Στο τέλος κάθε ημέρας, από τη νυχτερινή υπηρεσία γίνεται το "κλείσιμο" του βιβλίου υποδοχής με τον ισοσκελισμό των στηλών της σελίδας των αφίξεων και της σελίδας των αναχωρήσεων (αφαιρείται το σύνολο των στηλών της σελίδας των αφίξεων από το σύνολο των στηλών της σελίδας των αναχωρήσεων) και το αποτέλεσμα της αφαίρεσης αυτής δίνει ακριβή στοιχεία για τους ενοίκους του ξενοδοχείου και τα ημερήσια έσοδα της επιχείρησης από τις παραμονές τους, ενώ οι υπάλληλοι της Υποδοχής αντλούν πολύτιμες πληροφορίες, για τα κατειλημμένα δωμάτια, τα έσοδα, τις χρεώσεις των λογαριασμών, για τον υπολογισμό της πληρότητας, και στοιχεία για τη σύνταξη στατιστικών πινάκων<sup>71</sup>.

Οι πληροφορίες που καταχωρούνται στο βιβλίο της Υποδοχής πρέπει να συμπίπτουν με τα στοιχεία της υπηρεσίας τήρησης λογαριασμών πελατών (Main Courante), για κάθε άνοιγμα λογαριασμού, αλλά κι ο πελάτης θα πρέπει να είναι ενήμερος και σύμφωνος με τους όρους της διαμονής για την τιμή, τη διατροφή, τις επιπλέον καταναλώσεις κλπ.

Η Υποδοχή είναι επιφορτισμένη και με άλλα επιπλέον καθήκοντα. Το προσωπικό της μεριμνά για την ικανοποίηση των ιδιαίτερων απαιτήσεων του πελάτη και των διευκολύνσεών του. Για παράδειγμα, ο πελάτης μπορεί να ζητήσει αλλαγή δωματίου για καλύτερη θέα, λόγω θορύβου, ελλειπών ανέσεων ή για οποιονδήποτε λόγο.

Τότε, το Front Office ενημερώνει το τμήμα Housekeeping, συμπληρώνει ένα δελτίο αλλαγής δωματίου με τα στοιχεία του πελάτη, το νέο δωμάτιο, την ημερομηνία αλλαγής, το οποίο μεταβιβάζει στα υπόλοιπα τμήματα του καταλύματος, ενημερώνει το Βιβλίο Υποδοχής ή κίνησης πελατών, τακτοποιεί το ζήτημα της αύξησης ή

---

<sup>71</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 120.

μείωσης της τιμής, ενημερώνει το πλάνο της Ρεσεψιόν, αλλάζει τον αριθμό στο ευρετήριο πελατών (information rack) και στο δελτίο και βιβλίο για την αστυνομία.

Αν η επιχείρηση διαθέτει Η/Υ η αλλαγή δωματίου είναι μια απλή και σύντομη διαδικασία, διότι ο υπάλληλος της Υποδοχής επιλέγει το πρόγραμμα «Αλλαγές», καταχωρεί στα αντίστοιχα πεδία τους νέους όρους κι η αλλαγή ακολουθείται από αυτόματη ενημέρωση όλων των αρχείων και των τμημάτων του ξενοδοχείου<sup>72</sup>. Ακόμη, οι πελάτες μπορούν να επιθυμήσουν την μεταβολή των όρων διατροφής, είτε να παρατείνουν τη διαμονή τους, και τότε το τμήμα του Front Office, θα ακολουθήσει παρόμοια διαδικασία με την αλλαγή δωματίου.

Επιπρόσθετα, η Υποδοχή συχνά πραγματοποιεί εξυπηρετήσεις, όπως η τροποποίηση του εξοπλισμού του δωματίου, με την προσθήκη ενός κρεβατιού ή επίπλου, με παροχή ανέσεων για άτομα με ειδικές ανάγκες, με τον εφοδιασμό με θερμαντικά σώματα, επιπλέον λινά ή ηλεκτρικό σίδερο.

Ακόμη, η Ρεσεψιόν πραγματοποιεί εξαργύρωση συναλλάγματος για τους αλλοδαπούς πελάτες, αποστολή και παραλαβή δεμάτων ή αλληλογραφίας, τηλεφωνική εξυπηρέτηση, χειρισμό φαξ και πρωινή αφύπνιση. Μόλις παραληφθεί αλληλογραφία ή πακέτο που αφορά πελάτη ο υπάλληλος διαπιστώνει αν ο πελάτης διαμένει στο ξενοδοχείο ή αν έχει μελλοντική κράτηση, και για τους πελάτες που διαμένουν ήδη στο ξενοδοχείο, σημειώνει σε ένα post-it το νούμερο του δωματίου, και ειδοποιεί έναν groom για να το μεταφέρει και να το παραδώσει στο δωμάτιο του πελάτη, ενώ στην περίπτωση που έχει κάνει μελλοντική κράτηση, τοποθετεί την αλληλογραφία σε ειδικό rack και το καταγράφει στο ημερολόγιο μηνυμάτων<sup>73</sup>.

Όσον αφορά τους πελάτες που αναμένεται να αναχωρήσουν, αφήνει ένα μήνυμα στον τηλεφωνητή του, ενώ όταν ο πελάτης έχει ήδη αναχωρήσει, ελέγχει αν έχει αφήσει αποσκευές τις οποίες θα παραλάβει την ίδια ημέρα και ειδοποιεί τον groom να αφήσει ένα μήνυμα-σημείωμα, διαφορετικά ενημερώνει τον πελάτη τηλεφωνικώς και συνεννοείται για τον τρόπο παράδοσης της αλληλογραφίας<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 179-181.

<sup>73</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 135.

<sup>74</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 135.

Η υπηρεσία της Υποδοχής, μεριμνά ακόμη, για τα απολεσθέντα αντικείμενα των πελατών, μεταβιβάζοντας στην υπηρεσία απωλεσθέντων και ανευρεθέντων αντικειμένων (Lost and Found), το μήνυμα που δέχτηκε από τον πελάτη που δήλωσε ότι έχασε κάποιο προσωπικό του είδος ή το εγκατέλειψε στο δωμάτιο, κατά την αναχώρησή του από το κατάλυμα.

Έργο της Υποδοχής αποτελεί και η παροχή ποικίλων πληροφοριών, όπως για τα αξιοθέατα της περιοχής, θέατρα, εστιατόρια, κομμωτήρια, εμπορικά κέντρα, νοσοκομεία, διάφορες υπηρεσίες (δημαρχείο, αστυνομικό τμήμα κ.ά.), τράπεζες, για τους σταθμούς ταξί και συγκοινωνιών, για υπηρεσία φύλαξης παιδιών (babysitting) κλπ.

Για την πληροφόρηση των πελατών, η Ρεσεψιόν χρησιμοποιεί ειδικά έντυπα που τοποθετεί σε ευδιάκριτο σημείο, χάρτες, ενώ η διεύθυνση εκπαιδεύει τους νέους υπαλλήλους της στην απόκτηση γνώσεων για τη γύρω περιοχή, π.χ. μέσω οδηγών ή βιβλίων, αφού θα ήταν άσχημο για την «εικόνα» του ξενοδοχείου να μη γνωρίζει την απάντηση ο ρεσεψιονίστ μιας ερώτησης πελάτη για ένα αξιοθέατο ή για μια εκκλησία της γύρω περιοχής, κι οπωσδήποτε πρέπει να γνωρίζουν τα πάντα για το ξενοδοχείο, για τα αγαθά που διαθέτει και τις προσφερόμενες υπηρεσίες του.

Ορισμένα ξενοδοχεία διαθέτουν και Η/Υ στην είσοδο τα οποία ενημερώνουν τους πελάτες για τις παραπάνω πληροφορίες, ώστε το προσωπικό αυτού του τομέα να εξοικονομεί χρόνο για την εξυπηρέτηση άλλων πελατών.

Επιπρόσθετα, η Υποδοχή συνεργάζεται με τουριστικά πρακτορεία για επιβεβαιώσεις και αλλαγές πτήσεων ή έκδοση εισιτηρίων, ενώ πολλά ξενοδοχεία διαθέτουν στο βιβλίο πληροφοριών της Ρεσεψιόν και κατάλογο πτήσεων των κυριότερων αεροπορικών εταιριών.

Από την άλλη, το προσωπικό της Υποδοχής επιφορτίζεται με το δύσκολο έργο της επίλυσης των προβλημάτων των πελατών, που μπορεί να σχετίζονται με τη θέρμανση, με διάφορες βλάβες, κατεστραμμένα έπιπλα ή ελλιπή φροντίδα των διαφόρων υπηρεσιών, όπως το housekeeping, ο ελλιπής εφοδιασμός των δωματίων, ή το κακό service στο εστιατόριο, με την πρόκληση θορύβου από πελάτες γειτονικών δωματίων κ.λπ.

Για την αντιμετώπιση της δυσαρέσκειας των πελατών η Υποδοχή πρέπει να εφευρίσκει αποτελεσματικές λύσεις για την ικανοποίησή τους, μέσω των δημοσίων σχέσεων που καλλιεργούν μαζί τους, με βασική προϋπόθεση, την αρμονική

συνεργασία και η επικοινωνία με τα υπόλοιπα του ξενοδοχείου, αλλά και των τομέων της ίδιας, με σκοπό την αποφυγή παραπόνων από τους πελάτες ή την αντιμετώπιση τους (για παράδειγμα για την επιδιόρθωση των βλαβών η Ρεσεψιόν διατηρεί ένα βιβλίο καταγραφών της, με σκοπό την άμεση ανακοίνωσή της στην αντίστοιχη υπηρεσία επιδιόρθωσης.)

Το τελευταίο μέρος που αφορά τη διαμονή και τη φιλοξενία του πελάτη στο ξενοδοχείο, είναι η αναχώρησή (check out) του, στην οποία η Υποδοχή φροντίζει για τον έλεγχο και την τακτοποίηση του λογαριασμού του.

Οι διαδικασίες που απαιτούνται για την αναχώρηση είναι λίγο πολύ «καθρέφτης» εκείνων που χρησιμοποιήθηκαν κατά την άφιξη, αποτελεί μια καλή στιγμή για πώληση, και το σημαντικό είναι να δοθεί στον πελάτη ο λογαριασμός του και η φροντίδα για την εξόφλησή του<sup>75</sup>.

Τα περισσότερα καταλύματα, ορίζουν μία συγκεκριμένη ώρα αναχώρησης, στις περισσότερες περιπτώσεις είναι 12:00 το πρωί, ενώ δεν αποκλείεται ο ίδιος πελάτης να ζητήσει να του επιτραπεί η παραμονή του στο δωμάτιο για λίγες ώρες ακόμη ώρες, κι η Υποδοχή, σε συνεργασία με το τμήμα ορόφων, θα αποφασίσει εάν είναι εφικτό, χωρίς αυτό να θέσει σε κίνδυνο τις πωλήσεις της ημέρας, και σε περίπτωση που ο πελάτης οφείλει να αναχωρήσει, το ξενοδοχείο είναι υποχρεωμένο να του παραχωρήσει χώρο για τη φύλαξη των αποσκευών του<sup>76</sup>.

Η διαδικασία που χρησιμοποιείται από την Υποδοχή για την αναχώρηση του πελάτη είναι διαφορετική για κάθε κατάλυμα κι εξαρτάται από τις υπηρεσίες που παρέχει, όπως κι η τακτοποίηση του λογαριασμού των πελατών (Main Courante), επίσης, εξαρτάται από τα συστήματα τήρησης λογαριασμών πελατών (χειρόγραφο, μηχανικά, αυτόματα) που χρησιμοποιεί η Υποδοχή, καθώς και από το αν ήταν σωστές χρεώσεις που πραγματοποίησε.

Ο υπάλληλος της νυχτερινής υπηρεσίας, από την προηγούμενη μέρα εκτυπώνει την κατάσταση των αναμενόμενων αναχωρήσεων, η οποία προωθείται στα αντίστοιχα τμήματα του καταλύματος για τον έγκαιρο προγραμματισμό των εργασιών τους.

---

<sup>75</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 93-94.

<sup>76</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 117-118.

Στις πλήρως μηχανογραφημένες εγκαταστάσεις, ο πελάτης δε χρειάζεται να πάει στην υποδοχή ή στο ταμείο για να ολοκληρώσει την αναχώρησή του, αλλά με τη βοήθεια της τηλεόρασης αμφίδρομης επικοινωνίας που υπάρχει στο δωμάτιό του, ο πελάτης θα συντονιστεί στο κανάλι που παρουσιάζει το λογαριασμό του κι από κει ακολουθώντας τις οδηγίες, μπορεί να εξοφλήσει το λογαριασμό του, αφήνοντας τα κλειδιά του στο δωμάτιο ή σε ειδική θυρίδα της υποδοχής, στην είσοδο της οποίας μπορούν να τοποθετηθούν παρόμοιες οθόνες αυτόματου check-out<sup>77</sup>.

Η παραπάνω διαδικασία που ονομάζεται αυτο-αναχώρηση (self check-out).

Ακόμη στην είσοδο πολλών ξενοδοχείων για την αυτό-αναχώρηση έχουν τοποθετηθεί αυτόματα τερματικά συστήματα, μέσω των οποίων οι πελάτες μπορούν να πληροφορηθούν τα σχετικά με το λογαριασμό τους και να εξοφλήσουν τις χρεώσεις τους, χωρίς να μεταβούν στη ρεσεψιόν με τον τρόπο αυτό αποφεύγεται η ταλαιπωρία της αναμονής του στο ταμείο.

Το τερματικό είναι συνδεδεμένο με τον κεντρικό Η/Υ της Υποδοχής, ο οποίος συντονίζει τις εντολές αυτόματα και καθοδηγεί την αυτο-αναχώρηση και στη συνέχεια ο πελάτης αν το επιθυμεί μπορεί να περάσει από την Υποδοχή, κατά την αναχώρησή του, για να παραλάβει την απόδειξη του λογαριασμού του.

Η κατάσταση των αναχωρήσεων διοχετεύεται λοιπόν, από την Υποδοχή στον προϊστάμενο του τμήματος ορόφων για τον καθαρισμό, στον υπεύθυνο των γκρουμ για τη μεταφορά αποσκευών, ενώ τα άλλα τμήματα ελέγχουν αν οι χρεωστικές αποδείξεις των πελατών έχουν παραδοθεί στο τμήμα τήρησης λογαριασμών, με σκοπό να καταχωρηθούν στο λογαριασμό του πελάτη, πριν την αναχώρησή του από το κατάλυμα.

Ένα καλά οργανωμένο Front Office, περιλαμβάνει τις ακόλουθες διαδικασίες για την αναχώρηση (check out):

- Έλεγχο για αλληλογραφία, μηνύματα και φαξ.
- Έλεγχο για παραλαβή από τη θυρίδα ασφαλείας των τιμαλφών του πελάτη και παράδοση από αυτόν του κλειδιού της.
- Καταχώριση εκκρεμών χρεώσεων.
- Επαλήθευση των πληροφοριών του λογαριασμού.

---

<sup>77</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 119.

- Αναζήτηση στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου για τυχόν πρόσφατες χρεώσεις και ενημέρωση για την αναχώρηση του πελάτη.
- Παρουσίαση του λογαριασμού στον πελάτη.
- Επαλήθευση του τρόπου πληρωμής.
- Πραγματοποίηση της εξόφλησης.
- Εξασφάλιση του κλειδιού του δωματίου.
- Αποχαιρετισμό του πελάτη<sup>78</sup>.

Όπως προλέχθηκε, η κατά τη διάρκεια της άφιξης, συμφωνία του τρόπου πληρωμής με τον πελάτη, δίνει τη δυνατότητα στην Υποδοχή να αποφεύγει τον κίνδυνο ανεξόφλητων λογαριασμών και να μειώνει το χρόνο αναμονής του πελάτη κατά την αναχώρηση, γεγονός που θα του προσκαλέσει δυσφορία και αποκομίζοντας μια άσχημη ανάμνηση στο κλείσιμο του κύκλου διαμονής του.

Όταν αναχωρεί γκρουπ, το προσωπικό της Υποδοχής ελέγχει τις αναχωρήσεις των γκρουπ της ημέρας, και την ώρα που αναχωρεί το γκρουπ. Εφόσον πλησιάζει η ώρα της αναχώρησης και διαπιστώσει ότι υπάρχουν χρεωστικά υπόλοιπα στους λογαριασμούς, που δεν έχουν εξοφληθεί ενημερώνουμε τον αρχηγό του γκρουπ. Στην περίπτωση που δεν υπάρχουν προχωρά στη διαδικασία αναχώρησης με συνολικό check-out του γκρουπ (mass check-out).

Σε μηχανογραφημένη Υποδοχή, η αναχώρηση ενός γκρουπ μέσω του προγράμματος του υπολογιστή, πραγματοποιείται ως εξής<sup>79</sup>:

- Εξοφλείται ξεχωριστά κάθε λογαριασμός "extra" όλων των πελατών του γκρουπ.
- Εκδίδεται το τιμολόγιο (invoice) του πρακτορείου, το υπόλοιπο του οποίου κατά κανόνα μεταφέρεται στους χρεώστες.
- Γίνεται η αναχώρηση των μελών του γκρουπ.
- Μετά την εκτέλεση των παραπάνω εργασιών, τα διάφορα αρχεία της Υποδοχής ενημερώνονται αυτόματα.

Σε περίπτωση που ο μεμονωμένος πελάτης εξοφλεί με μετρητά, ο υπάλληλος της Υποδοχής κλείνει το λογαριασμό εκδίδοντας το τιμολόγιο, μετράει με προσοχή τα

---

<sup>78</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 229.

<sup>79</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *ό.π.*, σ. 243.

χρήματα, μπροστά στον πελάτη, και δίνει ένα αντίγραφο του λογαριασμού στον πελάτη, κι ένα διατηρεί στη Ρεσεψιόν, που θα προωθηθεί στο τμήμα Ταμείου στο τέλος της βάρδιας.

Από την άλλη αν ο πελάτης πληρώνει μέσω πιστωτικής κάρτας η Υποδοχή χρεώνει το λογαριασμό του με το αντίστοιχο ποσό, του εκτυπώνει το τιμολόγιο, ο πελάτης υπογράφει την απόδειξη της πιστωτικής κάρτας, το οποίο επισυνάπτεται στο αντίγραφο του λογαριασμού, για να κλείσει το ταμείο στο τέλος της βάρδιας.

Σε περιπτώσεις γρήγορης αναχώρησης (express check-out), ο πελάτης ζητά από τη ρεσεψιόν το προηγούμενο βράδυ της αναχώρησής του, ένα έντυπο (φάκελος γρήγορης αναχώρησης) που περιέχει:

α) ένα πληροφοριακό σημείωμα που εξηγεί στον πελάτη ότι οποιαδήποτε αλλαγή προκύψει στο σχέδιο της αναχώρησής του οφείλει να το γνωστοποιεί στη ρεσεψιόν και

β) την εξουσιοδότηση του πελάτη προς την Υποδοχή, προκειμένου να μεταφέρει το υπόλοιπο του λογαριασμού στην απόδειξη της πιστωτικής του κάρτας, κι αφού υπογράψει το φάκελο ο πελάτης, τον παραδίδει κατά την αναχώρησή του στη ρεσεψιόν<sup>80</sup>.

Στη περίπτωση αργοπορημένης αναχώρησης πελατών (late check-out) οι υπάλληλοι της Υποδοχής, τους ενημερώνουν ανάλογα με την πολιτική του ξενοδοχείου ότι θα επιβαρυνθούν με επιπλέον χρέωση.

Από την άλλη εάν κατά την αναχώρηση υπάρχουν αμφισβητούμενοι λογαριασμοί και οι πελάτης αρνείται να τον εξοφλήσει, ο υπάλληλος της υποδοχής πρέπει ευγενικά να του ζητήσει να περιμένει, μέχρι να διευθετηθεί το ζήτημα.

Η Υποδοχή, ύστερα από την προσεκτική διερεύνηση του λογαριασμού του και εφόσον υπάρχουν οι σχετικές αποδείξεις για τις καταναλώσεις τους, τις επιδεικνύει στον πελάτη, και αν με τη συγκατάθεσή του συνεχίζει τη διαδικασία της εξόφλησης.

Εάν ο πελάτης μείνει δυσαρεστημένος ή έχει γίνει κάποιο λάθος από τη μεριά του ξενοδοχείου ή κάποιου άλλου τμήματός του, με επαγγελματικό τρόπο επιλύεται η διαφορά, χωρίς την απόδοση ευθύνης στο άλλο τμήμα και αφαιρείται το σχετικό

---

<sup>80</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 175.

ποσό. Μετά την αναχώρηση του πελάτη ο προϊστάμενος της Υποδοχής ενημερώνει τον προϊστάμενο του άλλου τμήματος, ώστε να αναζητήσουν τις διαδικασίες που οδήγησαν στο λάθος.

Η κεντρική ιδέα είναι να αποφευχθεί η δημιουργία κακών εντυπώσεων σε άλλους πελάτες, ενώ θεωρητικά, το ξενοδοχείο μπορεί πάντα να στείλει επιστολή στον πελάτη και να ζητήσει να πληρωθεί, γιατί διαπίστωσε ότι τελικά η χρέωση ήταν σωστή, πρακτικά όμως αυτό δε γίνεται ποτέ<sup>81</sup>.

Αμφισβητούμενες χρεώσεις από τους πελάτες κατά το check-out επίσης μπορεί να παρατηρηθούν, σε περιπτώσεις που το ξενοδοχείο έχει κάνει έκπτωση (π.χ. κάποιες δωρεάν διανυκτερεύσεις ή για καταναλώσεις στα επισιτιστικά τμήματα) στο λογαριασμό τους, και λανθασμένα τους έχει χρεώσει. Η υποδοχή τότε διευθετεί άμεσα το ζήτημα της έκπτωσης του λογαριασμού τους, αναζητώντας το συγκεκριμένο δελτίο εκπτώσεων (rebate).

Ο υπάλληλος της Υποδοχής κατά την αναχώρηση του πελάτη, εξακολουθεί να λειτουργεί ως πωλητής του ξενοδοχειακού προϊόντος, μέσα από τις προσεκτικές ενέργειές του για το check-out, ενώ δε θα παραλείψει να τον ρωτήσει εάν αποκόμισε θετικές εντυπώσεις από το ξενοδοχείο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, και στην περίπτωση που δεν έμεινε, να διευθετήσει τυχόν παράπονά του, ενδεχομένως, να του ζητήσει ευγενικά τη συμπλήρωση κάποιου ερωτηματολογίου, και θα φροντίσει να τον ενθαρρύνει για μια μελλοντική διαμονή.

Θα τον ρωτήσει επίσης, αν χρειάζεται βοήθεια για τη μεταφορά των αποσκευών του, ενημερώνοντας την αντίστοιχη υπηρεσία, και γενικότερα, θα προσπαθήσει κατά τη διάρκεια του check out να δημιουργήσει μια καλή εικόνα για το κατάλυμα.

Έπειτα από την αναχώρηση του πελάτη η Υποδοχή συμπληρώνει το Βιβλίο Κίνησης Πελατών Πόρτας, τα δελτία για την αστυνομία, που καταχωρεί στο Βιβλίο αστυνομίας, και συντάσσει το λεγόμενο ιστορικό αρχείο πελατών.

Όλες οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο φάκελο άφιξης του πελάτη χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία φακέλου ιστορικού του πελάτη με τη σύνταξη

---

<sup>81</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 123.



καρτελών για κάθε πελάτη ένοικο που έχει διαμείνει στο ξενοδοχείο, τουλάχιστον μία φορά<sup>82</sup>.

Τα ιστορικά των επισκεπτών είναι αναλύσεις marketing των γεωγραφικών και δημογραφικών στοιχείων των επισκεπτών, που περιέχουν γεωγραφικές ενδείξεις πληθυσμών που έχουν δοκιμάσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του συγκεκριμένου καταλύματος, σε συνδυασμό με τα δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, γένος, εισόδημα, απασχόληση), αλλά και με ψυχογραφικά δεδομένα (τρόπος ζωής) και αποδεικνύονται πολύ καλές κινήσεις marketing, για το διαχωρισμό της αγοράς, ως επιχειρηματικό σχέδιο, και την εξασφάλιση της συνέχειας της πελατείας<sup>83</sup>.

Το αρχείο αυτό είναι πολύ σημαντικό για την αποδοτικότητα και την κερδοφορία της επιχείρησης, γιατί παρέχει εκτός από τα προσωπικά του στοιχεία και γενικές πληροφορίες που αφορούν τον πελάτη, τις προτιμήσεις του, τους όρους διαμονής του, κάποιο περιστατικό που του συνέβη, τα παράπονα ή αιτήματά του.

Τα στοιχεία από το αρχείο των επισκεπτών οι προϊστάμενοι των τμημάτων (υποδοχής, ορόφων, θυρωρείου, επισιτιστικών τμημάτων) μπορούν να επεξεργαστούν σε συνεργασία με τη διοίκηση του ξενοδοχείου, για να διορθώσουν τυχόν παραλείψεις και να οργανώσουν καλύτερα τις παρεχόμενες υπηρεσίες, αλλά και να προωθήσουν αποτελεσματικότερα τη «φιλοξενία», δηλαδή την πρόβλεψη και ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη.

Συνεπώς, το τμήμα της Υποδοχής, αποτελεί το κέντρο των δραστηριοτήτων ενός καταλύματος, αφού διαχειρίζεται το προσφερόμενο προϊόν, οργανώνει και συντονίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες φιλοξενίας και φροντίζει για τη διασφάλιση της ικανοποίησης και της εμπιστοσύνη των πελατών, προς την επιχείρηση.

### **3.4 Νυχτερινή Υπηρεσία (Night Audit)**

Η νυχτερινή υπηρεσία της Υποδοχής, έχει την ευθύνη για τον έλεγχο των δραστηριοτήτων διοίκησης και εσωτερικού ελέγχου του τμήματος και του ξενοδοχείου, με στόχο την αποτελεσματική οικονομική διαχείρισή τους.

---

<sup>82</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 212.

<sup>83</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 283.

Οι βάρδιες υποδοχής είναι τρεις οκτάωρες που καλύπτουν όλο το εικοσιτετράωρο. Η πρωινή βάρδια παρουσιάζει μεγαλύτερη ένταση από την απογευματινή και η βραδινή βάρδια ετοιμάζει τις ενέργειες της επόμενης ημέρας.

Στα μικρά ξενοδοχεία συνήθως ένας νυχτοφύλακας εκτελεί και χρέη νυχτερινής υποδοχής, ενώ στα μεγάλης κλίμακας το τμήμα υποδοχής που εξυπηρετεί τον πελάτη λειτουργεί το ίδιο, όπως και την ημέρα.

Night Audit στην αγγλική γλώσσα σημαίνει «πρόσθεση νύχτας» δηλαδή η χρέωση της διανυκτέρευσης στο λογαριασμό κάθε δωματίου που διανυκτερεύει, και δεν είναι κάτι ξεχωριστό από τη Main Courante, αλλά αποτελεί την αρχή της όλης διαδικασίας<sup>84</sup>.

Ο main courantier έχει πολλές υποχρεώσεις, μεταξύ αυτών και την προετοιμασία της αναφοράς νυχτερινού ελέγχου, και φέρεται ως ο κρίκος επικοινωνίας ανάμεσα στον επισκέπτη και στις λειτουργίες του ξενοδοχείου, ανάμεσα στις 11:00 μμ. και τις 7:00 πμ., και είναι μια πολύ σημαντική θέση μέσα στην υποδοχή<sup>85</sup>.

Η κύρια δραστηριότητα του ο υπεύθυνου της νυχτερινής υπηρεσίας είναι ο έλεγχος του τμήματος υποδοχής και ολόκληρου του ξενοδοχείου, μέσα από τον έλεγχο όλων των συναλλαγών σε σχέση με τα έσοδα που συγκεντρώθηκαν. γι' αυτό και ονομάζεται νυχτερινός ή βραδινός ελεγκτής.

Ενώ ο βραδινός ελεγκτής (night auditor) εργάζεται συνήθως στην υποδοχή, σε ολοένα και περισσότερα ξενοδοχεία, αναφέρονται στο λογιστήριο, παρά στο διευθυντή υποδοχής, έχοντας ως βασική του αρμοδιότητα να εξασφαλίσει ότι οι λογαριασμοί των τμημάτων και των πελατών έχουν καταχωρηθεί σωστά στο τέλος της ημέρας<sup>86</sup>.

Επίσης, ο υπάλληλος της υπηρεσίας νύχτας φροντίζει για τις αφίξεις, αναχωρήσεις, μετά τις 11:00 μμ., επεξεργασία κρατήσεων, εξυπηρέτηση πελατών, επίλυση τυχόν έκτακτων προβλημάτων, αλλά υποδέχεται ανάλογα και πελάτες έκτακτης άφιξης, για τους οποίους πρέπει να βρει το κατάλληλο δωμάτιο.

---

<sup>84</sup> Λάμπρος Καταραχιάς, *Μάνατζμεντ Υποδοχής - Οργάνωση και Λειτουργία του Τμήματος Υποδοχής των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Έλλην, Αθήνα, 1998, σ. 78.

<sup>85</sup> James A. Bardí, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 290-291

<sup>86</sup> Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο-Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, Αθήνα, 1999. σ. 102.

Μ' άλλα λόγια, προβαίνει σε όλες τις δραστηριότητες των υπαλλήλων της υποδοχής των υπαλλήλων της ημέρας. Ο ρόλος του είναι ανάλογος του διευθυντή, γιατί παίρνει αποφάσεις για οτιδήποτε συμβεί κατά τη διάρκεια της νύχτας.

Ο night auditor, προσδιορίζει το ύψος των ημερήσιων εσόδων από τα δωμάτια, υπολογίζει τα ποσοστά πληρότητας και ετοιμάζει στατιστικές αναλύσεις για τη διάθεση των δωματίων, τα έσοδα κ.ά., ετοιμάζει την ημερήσια κατάσταση των μετρητών, των επιταγών και πιστωτικών καρτών και άλλων δραστηριοτήτων της υποδοχής, γνωρίζει τον τρόπο λειτουργίας του λογιστικού συστήματος της υποδοχής και συντάσσει καθημερινά μια αναφορά των χρηματικών συναλλαγών που πραγματοποιήθηκε στο τμήμα υποδοχής κι έτσι παρακολουθείται η αποδοτικότητα του τμήματος<sup>87</sup>.

Ο όρος "Κλείσιμο Ημέρας" σημαίνει το "κλείσιμο" των συναλλαγών μιας μέρας, αφού συμπίπτει χρονικά με το κλείσιμο όλων των τμημάτων του ξενοδοχείου, τα οποία παραδίδουν το ταμείο τους στο κεντρικό ταμείο της υποδοχής, και αρχίζει όταν ξεκινήσει τον έλεγχο ο υπεύθυνος της νυχτερινής υπηρεσίας.

Σε μια πλήρως αυτοματοποιημένη main-courante, το κλείσιμο εκτός από Τέλος Ημέρας ή Night Audit, μπορεί να ονομάζεται Ενημέρωση του Συστήματος (επειδή τα αρχεία του υπολογιστή ενημερώνονται ηλεκτρονικά κατά τη διάρκεια της διαδικασίας του κλεισίματος)<sup>88</sup>.

Ο έλεγχος ξεκινά συνήθως μετά τις 12 μμ. τα μεσάνυχτα και η συγκεκριμένη ώρα θεωρείται η ιδανικότερη, καθώς υπάρχουν ελάχιστες αργοπορημένες αφίξεις (late arrivals) και ελάχιστες συναλλαγές.

Όσες συναλλαγές πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του νυχτερινού ελέγχου, αποτελούν μέρος της επόμενης επιχειρηματικής ημέρας του καταλύματος. Επίσης, έχει σημασία να ελέγχεται η ορθότητα των λογαριασμών, πριν να αρχίσουν να αναχωρούν οι πελάτες το επόμενο πρωί.

Σε μεγάλα ξενοδοχεία ο νυχτερινός έλεγχος αποτελεί ευθύνη ενός συγκεκριμένου υπαλλήλου (ή και μιας ομάδας), που λέγεται «νυχτερινός ελεγκτής».

---

<sup>87</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 162.

<sup>88</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Τήρηση Λογαριασμών Πελατών-Main Courante Ξενοδοχείων*, Κριτική, Αθήνα, 2004, σ. 131.

Αναλυτικά στη διαδικασία του νυχτερινού κλεισίματος είναι συνηθισμένα τα παρακάτω βήματα<sup>89</sup>:

- Ολοκλήρωση εκκρεμών εγγραφών.
- Διευθέτηση ασυμφωνιών της κατάστασης δωματίων.
- Συμφωνία των ποσών των τμημάτων.
- Έλεγχος των τιμών δωματίων
- Επαλήθευση κρατήσεων που δεν εμφανίστηκαν.
- Καταχώριση των τιμών δωματίων (και των συμφωνηθέντων).
- Καταχώριση των passants.
- Κλείσιμο και συμφωνία της main-courante.
- Καταχώριση των χρεωστών.
- Καταχώριση των προκαταβολών.
- Προετοιμασία και έκδοση αναφορών.
- Ενημέρωση ή έκδοση των υποχρεωτικών βιβλίων (B.K.Π. πόρτας, δελτία αστυνομίας, B.K.Π. αστυνομίας).
- Κλείσιμο της M/C, αντιγραφή των αρχείων (back-up) σε δισκέτες (στο πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα) και παράδοση του ταμείου.

Όταν λέμε ολοκλήρωση εκκρεμών εγγραφών, εννοούμε ότι ο νυχτερινός υπάλληλος φροντίζει να ελέγξει αν για τις εγγραφές που αντιστοιχούν στους λογαριασμούς των πελατών, έχουν εκδοθεί οι απαραίτητες αποδείξεις μετά το κλείσιμο των τμημάτων του καταλύματος, πριν το τέλος της ημέρας.

Ο υπάλληλος της νυχτερινής υπηρεσίας ελέγχει αν συμφωνούν οι καταστάσεις της υποδοχής και του τμήματος ορόφων για την πραγματική κατάσταση των δωματίων, αφού για παράδειγμα, μπορεί ένας πελάτης να αναχώρησε κρυφά, (skipper) χωρίς να πληρώσει και τότε ο υπάλληλος ενημερώνει τον Προϊστάμενο της υποδοχής. Ακόμη, μπορεί ο πελάτης μπορεί να τακτοποίησε το λογαριασμό του και το προσωπικό του housekeeping να μην ενημέρωσε την υποδοχή ή ακόμη, η υποδοχή να μην ολοκλήρωσε τη διαδικασία αναχώρησής του.

Η υπηρεσία night audit υπολογίζει όλες τις αποδείξεις των λογαριασμών της υποδοχής και τους συγκρίνει με τα στοιχεία από τις συναλλαγές των άλλων

---

<sup>89</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, ό.π., σ. 132.

τμημάτων, κι έπειτα αφού "κλείσει" όλα τα τμήματα προχωρά στους λογαριασμούς των πελατών για τα υπνοδωμάτια.

Ο night auditor ακόμη, ελέγχει την ορθότητα της τιμής του δωματίου που καταχωρήθηκε στους λογαριασμούς πελατών, και αν υπάρχει απόκλιση με την τιμή πόρτας, τότε συντάσσει μια αναφορά με την απόκλιση μεταξύ της τιμής πόρτας και της πραγματικής τιμής που ενοικιάστηκε το δωμάτιο, με στόχο να προκύψουν συμπεράσματα από τη διοίκηση του ξενοδοχείου για τα έσοδα του.

Επίσης, η νυχτερινή υπηρεσία, ελέγχει το πλάνο κρατήσεων και την καταχώριση χρεώσεων στους λογαριασμούς πελατών που έδωσαν προκαταβολή αλλά δεν εμφανίστηκαν (non shows) ή να έχει σημειωθεί διπλή κράτηση για τον ίδιο πελάτη. Ακόμη, ο νυχτερινός υπάλληλος καταχωρεί την τιμή του δωματίου, τους φόρους και τους όρους διατροφής, για τον προϊστάμενο της Υποδοχής, και μέσω του υπολογιστή, μια ενέργεια που γίνεται πολύ γρήγορα, αν το ξενοδοχείο διαθέτει αυτοματοποιημένο σύστημα.

Αρμοδιότητα του υπεύθυνου κλεισίματος είναι και η μεταφορά των passants, δηλαδή των εισπράξεων με μετρητά ή πιστωτικές κάρτες των τμημάτων του ξενοδοχείου, μετά την καταχώριση των λογαριασμών των πελατών.

Στη συνέχεια πραγματοποιείται το κλείσιμο της χειρόγραφης main-courante με την άθροιση των συνόλων για τα δωμάτια, τους πελάτες και τα τμήματα και των αποτελεσμάτων του ισοζυγίου, και η συμφωνία μέσα της main-courante μέσω της σύγκρισης των συνόλων από το Βιβλίο Πόρτας και τις ταμειακές καταστάσεις<sup>90</sup>.

Έπειτα, η νυχτερινή υπηρεσία καταχωρεί τους χρεώστες (πρακτορεία, τράπεζες) συγκεντρωτικά σε μια σειρά, με καρτέλες για τον καθένα. Στο ισοζύγιο αναφέρεται οι λέξη "χρεώστες" κι αν ένας χρεώστης εξοφλήσει αναφέρεται στη στήλη εισπράξεις.

Στη στήλη εισπράξεις του ισοζυγίου πληρωμών, ο νυχτερινός υπάλληλος καταχωρεί και τις προκαταβολές, ενώ για εκείνες που καταβάλλονται με πιστωτική κάρτα αναφέρονται στη στήλη "χρεώστες".

Η νυχτερινή υπηρεσία επίσης, προετοιμάζει και εκτυπώνει τις διάφορες αναφορές για τις συναλλαγές των διαφόρων τμημάτων, για τα έσοδα της ημέρας, για

---

<sup>90</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Τήρηση Λογαριασμών Πελατών-Main Courante Ξενοδοχείων*, Κριτική, Αθήνα, 2004, σ. 154.

λογαριασμούς με υψηλά χρεωστικά υπόλοιπα, και στατιστικά στοιχεία χρήσιμα για τη Διεύθυνση, τον έλεγχο και προγραμματισμό της επιχειρηματικής δραστηριότητας του καταλύματος.

Ο night auditor ενημερώνει το Β.Κ.Π.(βιβλίο κίνησης πελατών πόρτας) πόρτας για την τρέχουσα ημερομηνία και το ανοίγει για την επόμενη με τη μεταφορά των συνόλων δωματίων, ατόμων και όρων διαμονής, για τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις, αλλά και των δελτίων και του βιβλίου της αστυνομίας με τα στοιχεία ταυτότητας των πελατών.

Στο τέλος όταν τελειώνουν οι παραπάνω διαδικασίες της νυχτερινής υπηρεσίας, ο νυχτερινός main-courantier κλείνει το ημερήσιο ισοζύγιο, με τον έλεγχο όλων των συνόλων, ανοίγοντας την επόμενη επιχειρηματική ημέρα στο σύστημα, είτε ηλεκτρονικό, είτε μηχανικό ή χειρόγραφο και παραδίδει στο λογιστήριο την ταμειακή κατάσταση της επιχείρησης και το φάκελο με τις εισπράξεις της ημέρας.

Ωστόσο, ο κύριος σκοπός του νυχτερινού κλεισίματος, παραμένει η επιβεβαίωση της ορθότητας των λογαριασμών των πελατών ή μη πελατών, μέσω των αποδείξεων των τμημάτων, για να περιοριστεί στο ελάχιστο η περίπτωση λάθους και ο υπολογισμός των ημερήσιων εσόδων του ξενοδοχείου κατά τμήμα και συνολικά.

Το νυχτερινό κλείσιμο μπορεί να ολοκληρωθεί με τους παρακάτω τρόπους:

α) Χειρόγραφα. Είναι μια διαδικασία που δεν μπορεί α χρησιμοποιηθεί από τα μεγάλα ξενοδοχεία, λόγω του μεγάλου όγκου που καταλαμβάνουν τα έντυπα, αλλά και του μεγάλου αριθμού των καταχωρίσεων και των υπολογισμών, ενώ υπάρχει μεγάλη πιθανότητα λάθους.

β) Μηχανικά, με τη χρήση μηχανών δηλαδή. Οι μηχανές που για πολλά χρόνια εξυπηρέτησαν τα καταλύματα, τείνουν να εκλείψουν, αφού, το κόστος τους είναι σχεδόν ίδιο με ενός υπολογιστή, δε διαθέτουν τα ξενοδοχειακά προγράμματα των υπολογιστών, ενώ πολλές φορές, περιλαμβάνουν και χειρόγραφες διαδικασίες.

γ) Μέσω ηλεκτρονικού ή πλήρως αυτοματοποιημένου συστήματος. Το ηλεκτρονικό σύστημα είναι γνωστό, ότι παρέχει πιο αξιόπιστα αποτελέσματα για το νυχτερινό κλείσιμο, ότι εξοικονομείται περισσότερος χρόνος, αφού ο υπολογιστής εκτυπώνει και αποθηκεύει πληροφορίες, όπως ημερομηνία, ώρα, αριθμό λογαριασμού, τα αρχικά του υπαλλήλου, αλλά επεξεργάζεται και ένα μεγάλο όγκο δεδομένων και δίνει με ορθότητα τα στοιχεία.

Ακόμη, το προσωπικό πολλές φορές καθοδηγείται από το πρόγραμμα του υπολογιστή και ακολουθεί τις εντολές της ενότητας Night Audit, ενώ σε πολλές περιπτώσεις το πρόγραμμα εμφανίζει τα λάθη ή εκκρεμότητες παρέχοντας τη δυνατότητα στον υπάλληλο να τα διορθώσει, και γενικότερα πραγματοποιούν ακριβείς υπολογιστικούς ελέγχους, ενώ παράλληλα πραγματοποιείται αντιγραφή όλων των ενεργειών (back-up), για πιθανό ατύχημα.

Επίσης, τα προγράμματα του υπολογιστή, δίνουν τη δυνατότητα στο νυχτερινό main-courantier να ασχοληθεί περισσότερο με τις αναλύσεις της τήρησης λογαριασμών και με τις καταχωρίσεις κλεισίματος, και λιγότερο με τις διάφορες εγγραφές.

Τα πλήρως αυτοματοποιημένα συστήματα μπορούν να συνδεθούν με τις συσκευές των τμημάτων, με το mini bar και το χρηματοκιβώτιο των δωματίων, με το τηλεφωνικό κέντρο και άλλον εξοπλισμό των σημείων πώλησης για ταχύτατες ορθές και αυτόματες καταχωρίσεις στους ηλεκτρονικούς λογαριασμούς πελατών και μη πελατών, ενώ εκτενείς λειτουργίες κλεισίματος, μπορούν να εκτελεστούν σε ελάχιστο χρόνο, συγκριτικά με το χειρόγραφο ή μηχανικό τρόπο<sup>91</sup>.

Οι ενέργειες της νυχτερινής υπηρεσίας, όπως προκύπτει από τα παραπάνω, είναι με του τον έλεγχο της ορθότητας των λογαριασμών των πελατών ή μη σε σχέση με τα διάφορα τμήματα και ο υπολογισμός των ημερήσιων εσόδων κατά τμήμα και συνολικά, παραμένει ο βασικός σκοπός του night auditor ή του νυχτερινού main-courantier.

Παράλληλα από τις αναφορές που εκδίδει η νυχτερινή υπηρεσία, εξάγονται ενδιαφέρουσες στατιστικές αναλύσεις του που μπορεί να χρησιμοποιήσει η Διεύθυνση του ξενοδοχείου, για την αποτελεσματικότερη διοίκηση και λειτουργία της επιχείρησης, αποφεύγοντας λάθη και παραλείψεις, που θα επέφεραν αρνητικές συνέπειες τόσο στα έσοδά της, όσο και στο κύρος της στην τουριστική αγορά.

---

<sup>91</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Τήρηση Λογαριασμών Πελατών-Main Courante Ξενοδοχείων*, Κριτική, Αθήνα, 2004, σ. 141.

### 3.5 Τμήμα Θυρωρείου

Το Θυρωρείο ανήκει στα τμήματα που έχουν άμεση επαφή με τον πελάτη και σπάνια αποτελεί χωριστό τμήμα από απ' αυτό της υποδοχής, κι όταν αυτό συμβαίνει, πρόκειται για μεγάλες μονάδες υψηλών κατηγοριών.

Οι υπάλληλοι που εργάζονται σε αυτό το τμήμα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην άποψη που θα σχηματίσει ο πελάτης με το κατάλυμα, γιατί έρχονται σε άμεση επαφή με αυτόν, για' αυτό είναι απαραίτητο να είναι φιλικοί, ευγενικοί και να δίνουν εύστοφες και ακριβείς απαντήσεις στις διάφορες πληροφορίες που ζητούν οι πελάτες.

Σε ορισμένα ξενοδοχεία οι υπάλληλοι του θυρωρείου ονομάζονται «ένστολο προσωπικό» ή «ένστολες υπηρεσίες», λόγω της ιδιαιτερότητας του χρώματος και σχεδίων της στολής τους.

Το Θυρωρείο, σαν τμήμα, μπορεί να βρίσκεται σε χώρο διαφορετικό από εκείνο του τμήματος Υποδοχής (π.χ. Hilton, Μεγάλη Βρετανία) ή όπως συμβαίνει να βρίσκεται και να συνυπάρχει μαζί με το τμήμα Υποδοχής, όμως άσχετα από το αν το υφίσταται ανεξάρτητο σαν τμήμα ή στον ίδιο χώρο με την Υποδοχή, η θέση του θα πρέπει να είναι σε μέρος κοντά στην κύρια είσοδο των πελατών, ώστε ο υπάλληλος που εργάζεται στο τμήμα, να μπορεί να ελέγχει την είσοδο και την έξοδο των πελατών για να προσφέρει καλύτερη εξυπηρέτηση στον πελάτη<sup>92</sup>.

Ο αριθμός των υπαλλήλων που στελεχώνουν το θυρωρείο εξαρτάται από τη δυναμικότητα του ξενοδοχείου, τη μορφή του και το χρόνο λειτουργίας του. Στο τμήμα αυτό εργάζονται οι θυρωροί υποδοχής (concierges), οι μεταφορείς αποσκευών (grooms), οι υπάλληλοι εισόδου (doormen), οι εξωτερικοί συνοδοί, που συνοδεύουν τους πελάτες από τους σταθμούς άφιξης προς το ξενοδοχείο, και οι εξωτερικοί οδηγοί (βλ. κεφ. 2.2 για το προσωπικό της Υποδοχής).

Οι θυρωροί παρέχουν τις περισσότερες εξυπηρετήσεις στον πελάτη και θεωρούνται από τους σημαντικότερους υπαλλήλους σε μια Υποδοχή.

Συνήθως, στα μεγάλα ή πολυτελή ξενοδοχεία θα συναντήσουμε τον υπάλληλο εισόδου (doormen), ο οποίος καλωσορίζει τον πελάτη που φτάνει με το μεταφορικό

---

<sup>92</sup> Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου*, β' έκδ. Έλλην, Αθήνα, 1997, σ. 66.



του μέσο, ειδοποιεί τον υπάλληλο του παρκινγκ να παραλάβει το αυτοκίνητο, κι αν δεν υπάρχει ο αρμόδιος υπάλληλος, το φροντίζει ο ίδιος, όπως και τη φύλαξη των κλειδιών των αυτοκινήτων και ρυθμίζει την προσωρινή στάθμευση οχημάτων (π.χ. λεωφορείων) στην είσοδο του ξενοδοχείου.

Το αντικείμενο των δραστηριοτήτων του Θυρωρείου συνίσταται στα εξής<sup>93</sup>:

- α) μεταφορά και φύλαξη αποσκευών,
- β) φύλαξη και διανομή κλειδιών,
- γ) υπηρεσία ταχυδρομείου και διαχείριση αλληλογραφίας,
- δ) υπηρεσία πληροφοριών,
- ε) λειτουργία περιπτέρου,
- στ) υπηρεσία μεταφοράς πελατών (transfer).

Όταν φτάνουν οι πελάτες στο ξενοδοχείο οι μεταφορείς αποσκευών του θυρωρείου (grooms) ή αχθοφόροι αναλαμβάνουν να μεταφέρουν τις αποσκευές τους στα δωμάτια, ή από το δωμάτιο στο αυτοκίνητο του ή στο λεωφορείο όταν αναχωρεί.

Οι grooms, παλιότερα ονομάζονταν και bell boys διότι έσπευδαν να στο κτύπημα του κουδουνιού από τον αρχιθυρωρό<sup>94</sup>.

Πιο συγκεκριμένα, κατά την άφιξη του πελάτη στην είσοδο του ξενοδοχείου ο groom παραλαμβάνει τις αποσκευές, τις τοποθετεί σε ένα ειδικό τρόλλεϋ και ακολουθεί διακριτικά τον πελάτη προς τη ρεσεψιόν. Εκεί, αφού περιμένει να ολοκληρωθεί η διαδικασία της άφιξης (check-in), ενημερώνεται από τον υπάλληλο της Υποδοχής για τον αριθμό του δωματίου του πελάτη, και κατόπιν μεταφέρει τις αποσκευές του πελάτη στο δωμάτιο.

Έπειτα, αφού αφήσει τις αποσκευές στο ειδικό έπιπλο, πληροφορεί τον πελάτη για τον τρόπο λειτουργίας των συσκευών του δωματίου, τη λειτουργία του δωματίου. Επίσης, ενδεχομένως απαντά σε ερωτήσεις του πελάτη για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου, ενισχύοντας ταυτόχρονα με έμμεσο τρόπο τη διαφήμιση του καταλύματος, και αποχωρώντας ευγενικά του εύχεται καλή διαμονή.

---

<sup>93</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 176.

<sup>94</sup> Βασίλης Ρούπας, Δήμητρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 293.

Μετά την άφιξη πρέπει να ενημερώνει την Υποδοχή του ξενοδοχείου για την αντίδραση του πελάτη μόλις αντίκρουσε το δωμάτιο (ευχαρίστηση, δυσαρέσκεια κλπ.), κι έτσι η Υποδοχή προβαίνει να αντιδράσει με τη σειρά της ανάλογα, προς όφελος και των δύο πλευρών (πελάτη-ξενοδοχείου), ενώ η πρώτη και τελευταία εντύπωση του πελάτη από το ξενοδοχείο οφείλεται στους αχθοφόρους και όπως είναι φυσικό, η συμπεριφορά τους μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά<sup>95</sup>.

Άλλα καθήκοντα των αχθοφόρων (groom) του θυρωρείου είναι να φροντίζει την αποθήκευση και τον έλεγχο των καρτελών αποσκευών, αλλά και το διαχωρισμό τους σε περιπτώσεις μαζικών αφίξεων ή αναχωρήσεων, τοποθετώντας αριθμημένα καρτελάκια (luggage tag) και δίνοντας το απόκομμα στους πελάτες, καθώς να επιμελείται και για την καθαριότητα της εισόδου ή του σαλονιού της υποδοχής.

Το τμήμα του θυρωρείου ακόμη, αναλαμβάνει τη φύλαξη των αποσκευών των πελατών, όταν αυτοί απουσιάσουν, το αργότερο μέχρι 10 ημέρες και η μεταφορά και η φύλαξη των αποσκευών τους, είναι μια εξυπηρέτηση, η αξία της οποίας περιλαμβάνεται στην τιμή του ενοικίου<sup>96</sup>.

Πολλές φορές το χρονικό διάστημα μεταξύ της εκκένωσης του δωματίου (συνήθως 12:00 το πρωί για την Ελλάδα και Ευρώπη) και της αναχώρησης του πελάτη είναι μεγάλο, γι' αυτό στη διάρκεια αυτών των ωρών, το ξενοδοχείο είναι υπεύθυνο για τις αποσκευές<sup>97</sup>.

Όπως προαναφέρθηκε υπεύθυνος για τη φύλαξη των αποσκευών είναι ο groom, ο οποίος συμπληρώνει ένα έντυπο-αποδεικτικό για τη φύλαξη, ζητά από τον πελάτη να το υπογράψει, και του παραδίδει ένα απόκομμα του αποδεικτικού. Στην επιστροφή του ο πελάτης χρησιμοποιώντας το θα παραλάβει τις αποθηκευμένες αποσκευές του.

Το τμήμα του θυρωρείου επίσης, παραδίδει το κλειδί στον πελάτη με ασφάλεια και του εξηγεί αν το κλειδί έχει τη μορφή ηλεκτρονικής κάρτας, τον τρόπο που θα το χρησιμοποιήσει. Ακόμη, όταν ο πελάτης βγει από το δωμάτιό του, τότε τα κλειδιά τους φυλάσσει το θυρωρείο.

---

<sup>95</sup> Λεωνίδα Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Interbooks, Αθήνα, 1991, σ. 73.

<sup>96</sup> Ντόντη Α., *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 177.

<sup>97</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 87.

Η ασφαλής φύλαξη των κλειδιών είναι μια πολύ σημαντική υπόθεση του ξενοδοχείου και πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ηλεκτρονικά συστήματα υψίστης ασφάλειας. Σήμερα, τα σύγχρονα ξενοδοχεία έχουν αντικαταστήσει τα παραδοσιακά κλειδιά με πλαστικά ηλεκτρονικά κλειδιά, που είτε έχουν ειδικές εγκοπές, είτε φέρουν έναν κωδικό σε μαγνητική ταινία, τον οποίο αναγνωρίζει η υποδοχή της πόρτας.

Τα κλειδιά αυτά συνήθως δεν αναγράφουν τον αριθμό του δωματίου, και γι' αυτό το ξενοδοχείο δίνει στον πελάτη μια ειδική κάρτα που τον αναφέρει, ο πελάτης θα πρέπει να μη φυλάσσει την κάρτα μαζί με το κλειδί (για την περίπτωση που κλαπεί το κλειδί), ενώ η κλειδαριά του ξενοδοχείου προγραμματίζεται έτσι ώστε να δέχεται μόνο τον κωδικό του συγκεκριμένου ηλεκτρονικού κλειδιού, ο οποίος πάλι αλλάζει κάθε φορά που το δωμάτιο ενοικιάζεται σε άλλον πελάτη.

Γενικότερα, οι διευθυντές των ξενοδοχείων οι διευθυντές των ξενοδοχείων ενισχύουν το τμήμα ασφάλειάς τους, αναζητώντας καινούριους τρόπους, ώστε να εξασφαλίσουν την ασφάλεια του πελάτη μέσα στο δωμάτιο του ξενοδοχείου τους<sup>98</sup>.

Επιπλέον, το θυρωρείο, είναι το αρμόδιο τμήμα που θα φροντίσει ένα δέμα ή η αλληλογραφία των πελατών να παραδοθούν ή να αποσταλούν άμεσα. Μόλις παραληφθεί αλληλογραφία ή πακέτο που αφορά πελάτη, ο υπάλληλος της Υποδοχής ειδοποιεί έναν groom για τη μεταφορά και παράδοσή του στο δωμάτιο του πελάτη, ενώ αν έχει ο πελάτης ήδη αναχωρήσει από το ξενοδοχείο και έχει αφήσει τις αποσκευές του για φύλαξη, ο υπάλληλος της υποδοχής ενημερώνει τον groom να αφήσει ένα μήνυμα-σημείωμα που να ενημερώνει τον πελάτη για την αλληλογραφία του.

Στα ξενοδοχεία που λειτουργούν με αυτοματοποιημένα συστήματα, μια φωτεινή ένδειξη στην τηλεφωνική συσκευή του δωματίου, ειδοποιεί για την ύπαρξη μηνύματος, τον πελάτη, ο οποίος φροντίζει για την παραλαβή του από το θυρωρείο, ενώ για την αλληλογραφία του, το θυρωρείο έχει προμηθευτεί από τα Ταχυδρομεία ένα ειδικό μηχάνημα που σφραγίζει επιστολές κάρτες και δέματα, πληρώνοντας οι πελάτες τα ταχυδρομικά τέλη<sup>99</sup>.

---

<sup>98</sup> Donald Lundberg, *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 101.

<sup>99</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 183.

Οι υπάλληλοι του θυρωρείου παρέχουν πληροφορίες κάθε φύσης στους πελάτες, ενώ επίσης, θα πρέπει να γνωρίζουν με ακρίβεια τις προσφερόμενες υπηρεσίες και δραστηριότητες του ξενοδοχείου, αλλά και να γνωρίζουν πολύ καλά την ευρύτερη περιοχή (π.χ. πόλη, νησί) που βρίσκεται το κατάλυμα.

Ο θυρωρός λοιπόν μπορεί να παρέχει πληροφορίες και οδηγίες για: αεροπορικά, ακτοπλοϊκά κλπ. δρομολόγια, αξιοθέατα της περιοχής, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, θέατρα και άλλους χώρους ψυχαγωγίας, εμπορικά καταστήματα, σταθμούς ταξί και μέσα μαζικής μεταφοράς, δημόσιες υπηρεσίες, τράπεζες, ταχυδρομείο κλπ., υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, φαρμακεία, νοσοκομεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, ταξιδιωτικά γραφεία κλπ.

Σε ορισμένα ξενοδοχεία στον ισόγειο χώρο, του θυρωρείου λειτουργεί περίπτερο ή mini market, ιδίως σε καταλύματα, που λειτουργούν εποχιακά, για να διευκολύνονται οι αγοραστικές ανάγκες των πελατών, που μπορεί να αφορούν αγορά αναμνηστικών δώρων (souvenir), ημερήσιο ελληνικό και ξένο τύπο, κάρτες, περιοδικά, τσιγάρα, κάρτες τηλεφώνου κ.λπ., ενώ ταυτόχρονα η λειτουργία του καταστήματος mini market, αυξάνει τα έσοδα από τις πωλήσεις.

Πολλές φορές οι πελάτες πληρώνουν στο θυρωρείο χρήματα για μια σειρά από εξυπηρετήσεις που τους παρέχονται, όπως ταχυδρομικά τέλη, αποστολή fax ή telex, χρήματα που δόθηκαν από το θυρωρείο για αγορά εισιτηρίων, μεταφορά πελατών με ταξί, αγορά φαρμάκων κ.ά. και οι συναλλαγές αυτές, καταγράφονται αναλυτικά σε ένα ειδικό βιβλίο, όπου σημειώνονται αναλυτικά το ποσό που κατέβαλε ο πελάτης και το όνομα του υπαλλήλου και τα χρήματα που εισπράττονται καταχωρούνται σε ξεχωριστό ταμείο<sup>100</sup>.

Το θυρωρείο επίσης αναλαμβάνει τη μεταφορά ορισμένων επιβατών (transfer) από και προς τα αεροδρόμια, τους σταθμούς και τα λιμάνια, όταν αφικνούνται ή αναχωρούν και συνήθως, αυτή η εξυπηρέτηση, που ονομάζεται στην τουριστική αγορά έχει προσυμφωνηθεί από τη στιγμή της κράτησης.

Η υπηρεσία μεταφοράς που είναι αρμοδιότητα του παραπάνω τμήματος, παρέχεται συνήθως από ξενοδοχεία κατηγορίας πολυτελείας. Οι εξωτερικοί οδηγοί ενημερώνονται καθημερινά για την ακριβή ώρα άφιξης των πελατών, ενώ φροντίζουν

---

<sup>100</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 185.

για την καθαριότητα και συντήρηση του υπηρεσιακού αυτοκινήτου, είναι ευπαιδευμένοι και συμπεριφέρονται φιλικά και ευγενικά προς τους πελάτες.

Επιπλέον, οι οδηγοί του τμήματος του θυρωρείου είναι επιφορτισμένοι με την υποχρέωση της παραλαβής και παράδοσης των αυτοκινήτων των πελατών, ενώ αναλαμβάνουν κατά παραγγελία τους το πλύσιμο και τη συντήρηση των αυτοκινήτων τους<sup>101</sup>.

Συμπερασματικά, το θυρωρείο αποτελεί ένα πολύ σημαντικό τμήμα της Υποδοχής, αφού έρχεται σε άμεση επαφή με τον πελάτη, και οι εξυπηρετήσεις του συμβάλλουν στη διαμόρφωση της εικόνας των πελατών-επισκεπτών για το κατάλυμα.

### 3.6 Τμήμα Ταμείου

Το τμήμα της Υποδοχής είναι υπεύθυνο για την τήρηση, έκδοση και την εξόφληση του λογαριασμού του κάθε πελάτη, ωστόσο, το Ταμείο της Υποδοχής, που αποτελεί ξεχωριστό τομέα του διαχειρίζεται κατά κύριο λόγο τις οικονομικές συναλλαγές με τους πελάτες.

Κύρια αποστολή του είναι η τήρηση λογαριασμών των πελατών, η συνεχή ενημέρωσή τους και τέλος η είσπραξη τους, κι από τη καλή λειτουργία του Ταμείου εξαρτάται η έγκαιρη εξόφληση – είσπραξη των λογαριασμών, η αποφυγή ταμειακών ελλειμμάτων καθώς και η είσπραξη όλων των λογαριασμών<sup>102</sup>.

Μία από τις σπουδαιότερες και πιο βασικές υπηρεσίες της Υποδοχής είναι οι εργασίες του Ταμείου, καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της, και της *Main-Courante & Night Audit*, με κοινό χαρακτηριστικό όλων των εργασιών που

---

<sup>101</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 293.

<sup>102</sup> Λεωνίδα Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Interbooks, Αθήνα, 1991, σ. 70-71.

χωρίζονται σε δύο μέρη να είναι οι οικονομικές δραστηριότητες και βασικά οι εισπράξεις<sup>103</sup>:

α) το πρώτο μέρος περιλαμβάνει όλες εκείνες τις οικονομικές και λογιστικές δραστηριότητες που γίνονται σε ημερήσια βάση από το Ταμείο της Υποδοχής από τις 7:00 έως 23:00.

β) το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες για το "Κλείσιμο της Ημέρας", δηλαδή το λογιστικό κλείσιμο της ημέρας, με την ενημέρωση όλων των λογαριασμών, τη σύνταξη του ημερησίου ισοζυγίου και την εκτύπωση όλων των αναγκαίων καταστάσεων για την όλη λειτουργία της επιχείρησης, που γίνεται από τη Νυχτερινή Βάρδια της Υποδοχής, και ολοκληρώνεται έως τις 5.30 το πρωί.

Στα μικρής δυναμικότητας ξενοδοχεία, το ταμείο της Υποδοχής αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση όλων των συναλλαγών, όπου οι ρεσεψιονίστ εκτελούν σχεδόν όλες τις λειτουργίες της υποδοχής (κρατήσεις, αφίξεις, τήρηση λογαριασμών, ταμείο, τηλεφωνικό κέντρο κλπ.) μόνοι τους.

Στα μικρά ξενοδοχεία, όλες οι συναλλαγές της επιχείρησης πραγματοποιούνται εκεί: εισπράξεις, πληρωμές, μισθοδοσία και στα μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχεία, το ταμείο υποδοχής διαχειρίζεται μόνο τις συναλλαγές πελατών, ενώ και στις αρμοδιότητές του υπάγονται και οι υπηρεσίες συναλλάγματος και χρηματοκιβωτίου<sup>104</sup>. Τα προηγούμενα χρόνια, που τα περισσότερα ξενοδοχεία χρησιμοποιούσαν χειρόγραφα συστήματα και έντυπα, τα καθήκοντα του ταμεία είχαν να κάνουν περισσότερο με λογιστικές ενέργειες.

Ωστόσο, πρέπει να σημειώσουμε, πως στις μέρες μας, σε ορισμένα ξενοδοχεία το έργο του ταμεία αφομοιώνεται από το ρεσεψιονίστ, που εκτελεί βέβαια, και τις δικές του αρμοδιότητες, διότι μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών οι χρεώσεις των πελατών μεταφέρονται από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου, κατευθείαν στους λογαριασμούς τους. Οι υπάλληλοι του ταμείου εντάσσονται οργανικά στο λογιστήριο, αλλά εργάζονται στο χώρο υποδοχής<sup>105</sup>.

Οι ενέργειες λοιπόν του Ταμείου της Υποδοχής παρατίθενται ως εξής:

---

<sup>103</sup> Λάμπρος Καταραχιάς, *Μάνατζμεντ Υποδοχής - Οργάνωση και Λειτουργία του Τμήματος Υποδοχής των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Έλλην, Αθήνα, 1998, σ. 75.

<sup>104</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 188.

<sup>105</sup> Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων, Management*, Σταμούλης, Αθήνα, 2002, σ. 351.

- «Άνοιγμα» νέου λογαριασμού χρέωσης, κατά την άφιξη του πελάτη.
- Καταχώριση των επιμέρους χρεώσεων του πελάτη από διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου στο λογαριασμό του.
- Καταχώριση επιπλέον χρεώσεων, όπως προκαταβολές (paid-out), εκπτώσεις (discounts), χρηματικές διευκολύνσεις (allowances).
- Εξαργύρωση συναλλάγματος
- Καταμέτρηση των μετρητών της Υποδοχής.
- Επιβεβαίωση των ταμειακών καταστάσεων.
- Έλεγχος των πιστωτικών ορίων των λογαριασμών των πελατών.
- Έλεγχος των μεγάλων ποσών-οφειλών των πελατών και ενημέρωση της του προϊσταμένου της υποδοχής.
- Επικοινωνία με το λογιστήριο για τους χρεωστικούς λογαριασμούς των πελατών, είτε για αυτούς που εξοφλούνται μέσω πιστωτικών καρτών.
- Έλεγχος των λογαριασμών πριν το τέλος κάθε βάρδιας και τοποθέτηση των φακέλων τους στη θυρίδα ασφαλείας του λογιστηρίου στο back office.
- Εισπράξεις από τις εξοφλήσεις των λογαριασμών των πελατών κατά την αναχώρησή τους.
- Επιστροφή του δελτίου ή της κάρτας άφιξης (registration card) στην Υποδοχή, μετά την εξόφληση του λογαριασμού του πελάτη που αναχωρεί.

Μία από τις κύριες δραστηριότητες του τμήματος Ταμείου είναι η εξόφληση των λογαριασμών των πελατών, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τους εξής τρόπους πληρωμής:

- Προσωπική επιταγή (personal cheque)
- Ταξιδιωτική επιταγή (traveler cheque)
- Ευρωεπιταγή (eurocheque)
- Έντυπο, voucher τουριστικού πρακτορείου
- Πιστωτική κάρτα (credit card)
- Κάρτα «switch»
- Συναλλαγμα (foreign currency)
- Μεταφορά σε λογαριασμό τρίτου (direct billing transfer), (π.χ. εταιρίας, οργανισμού, ιδιώτη κλπ.)

- Συνδυασμός μεθόδων πληρωμής

Ο λογαριασμός του πελάτη, που αποτελεί ένα έντυπο, θεωρημένο από την αρμόδια οικονομική υπηρεσία, εκτυπώνεται σε τρία αντίτυπα, το πρώτο παρέχεται στον πελάτη, το δεύτερο μεταβιβάζεται στο λογιστήριο και το τρίτο τηρείται στο αρχείο, και περιέχει τα εξής στοιχεία :

- α) Τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη,
- β) τα διάφορα τμήματα και οι ημερομηνίες των καταναλώσεων,
- γ) την περιγραφή των καταναλώσεων και
- δ) τις χρεώσεις για τις καταναλώσεις του κατά τη διαμονή του στο κατάλυμα.

Οι λογαριασμοί των πελατών είναι εβδομαδιαίοι και οι πελάτες καλούνται να τους εξοφλήσουν στο τέλος κάθε εβδομάδας, είναι όμοιοι με τους εξοφλητικούς λογαριασμούς και περιλαμβάνουν το οφειλόμενο ποσό μέχρι την ώρα έκδοσής του<sup>106</sup>.

Συνήθως κατά την άφιξη του πελάτη, κι εφόσον επιθυμεί να εξοφλήσει το λογαριασμό του με μετρητά, εισπράττεται μια προκαταβολή και το Ταμείο της πιστώνει το υπόλοιπο ποσό στο λογαριασμό του και του παρέχει την απόδειξη για την προκαταβολή.

Στην αναχώρησή του, μετά την εξόφληση, μηδενίζεται ο λογαριασμός του. Αν έχει κρατηθεί το αποτύπωμα της πιστωτικής του κάρτας, ο υπάλληλος του ταμείου, του το επιστρέφει, το ακυρώνει ή το καταστρέφει.

Ο υπάλληλος του ταμείου πραγματοποιεί την εξόφληση με μετρητά σε εθνικό νόμισμα, δηλαδή της χώρας που βρίσκεται το κατάλυμα, είτε σε ξένο νόμισμα (συνάλλαγμα), είναι ιδιαίτερα προσεκτικός στην αποδοχή των μετρητών, για τυχόν ύπαρξη πλαστού νομίσματος, επιστρέφει τα ρέστα, φυλάσσει τα χρήματα σε ασφαλές μέρος, και παρέχει την απόδειξη στον πελάτη οποία γράφει «τοίς μετρητοίς».

Η εξόφληση με ταξιδιωτική επιταγή, η οποία έχει εκδοθεί μέσω τράπεζας, και έχει υπογραφεί από τον πελάτη κατά την παραλαβή της, προϋποθέτει μια δεύτερη υπογραφή μπροστά στον ταμιά, για να ελεγχθεί η γνησιότητά της. Ο υπάλληλος του ταμείου ελέγχει αν η επιταγή αναφέρει τη σωστή ημερομηνία, το σωστό δικαιούχο, το ίδιο ποσό με αυτό που γράφεται ολογράφως.

Σε περίπτωση οποιασδήποτε αμφιβολίας ο ταμίας υποχρεούται να ζητήσει την ταυτότητα ή το διαβατήριό του πελάτη, για να πιστοποιήσει την ταυτότητά του,

---

<sup>106</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ.192.



καθώς επίσης, και να συμβουλευτεί διακριτικά (αν υπάρχει) την κατάσταση των κλεμμένων και απολεσθέντων ταξιδιωτικών επιταγών<sup>107</sup>.

Οι ευρωπαϊκές επίσης, εκδίδονται από την τράπεζα μαζί με μια συνοδευτική κάρτα, γνωστή ως ευρωκάρτα, (cheque guarantee card) που μοιάζει με την πιστωτική, αλλά δεν είναι μεταβιβάσιμη, και εξαργυρώνεται μόνο από τον κάτοχό της.

Κατά την πληρωμή με ευρωπαϊκή ταμίας προσέχει να συνοδεύεται πάντα με την κάρτα της, της οποίας ελέγχει τη χρονική ισχύ της, ακόμη ελέγχει αν είναι ο ίδιος ο αριθμός λογαριασμού μεταξύ επιταγής και της κάρτας, όπως κι η ίδια υπογραφή, και κατόπιν, μετά την υπογραφή της από τον πελάτη, μπροστά στον υπάλληλο του ταμείου, εκδίδεται η απόδειξη αγοράς συναλλάγματος, σύμφωνα με την ισοτιμία της ημέρας.

Οι ίδιες ενέργειες ακολουθούνται και με τις προσωπικές τραπεζικές επιταγές. Ωστόσο πολλά ξενοδοχεία δεν επιθυμούν την εξόφληση λογαριασμών μέσω επιταγών και το επισημαίνουν στις κάρτες άφιξης (registration cards).

Οι πιστωτικές κάρτες αποτελούν έναν από τους κυριότερους τρόπους πληρωμής, γι' αυτό το ταμείο ελέγχει καθημερινά το ύψος του λογαριασμού του πελάτη, το οποίο δεν πρέπει να υπερβαίνει το ανώτατο πιστωτικό όριο, κι αυτό συμβεί ζητά ειδική έγκριση για τη συναλλαγή από την τράπεζα<sup>108</sup>.

Ο ταμίας ελέγχει τη χρονική ισχύ της, και τον αριθμό της να μην περιέχεται στους πίνακες ανάκλησης πιστωτικών καρτών (void lists), τους οποίους αποστέλλουν οι τράπεζες μηνιαίως, και αφορούν άκυρες ή κλεμμένες κάρτες, κι έπειτα περνάει την κάρτα από ένα ειδικό τερματικό που ελέγχει και εγκρίνει την πληρωμή. Στη συνέχεια ο πελάτης υπογράφει τη διπλότυπη απόδειξη, του παραδίδεται το ένα αντίτυπο και το άλλο πάει στην τράπεζα.

Ο πελάτης ακόμη μπορεί να πληρώσει μέσω κάρτας «switch» ή αλλιώς έξυπνης κάρτας, να το κατάλυμα διαθέτει κατάλληλο τερματικό, υπογράφοντας όμως στο ταμείο ένα δελτίο πώλησης, που θα αποσταλεί στην τράπεζα.

Για την εξόφληση μέσω voucher τουριστικού πρακτορείου το ταμείο εκδίδει διπλότυπη απόδειξη παροχής υπηρεσιών, το ένα αντίγραφο παραδίδεται στον πελάτη

---

<sup>107</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 246.

<sup>108</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 114.

για υπογραφή, αφού το ελέγξει, και το άλλο διοχετεύεται στο πρακτορείο προς εξόφληση, μαζί με το έντυπο αναλυτικών χρεώσεων.

Όταν το λογαριασμό του πελάτη τον εξοφλεί τρίτος, το ταμείο εκδίδει αντίγραφο του λογαριασμού, σε δύο αντίγραφα, το ένα το υπογράφει ο πελάτης, και το άλλο αποστέλλεται στο χρεώστη, τον τρίτο δηλαδή για εξόφληση.

Επίσης, η Υποδοχή τον ενημερώνει για τις έξτρα προσωπικές του καταναλώσεις και διευθετεί τον τρόπο πληρωμής τους. Τέλος ο πελάτης μπορεί να πληρώσει το λογαριασμό του στο ταμείο μέσω ενός συνδυασμού μεθόδων (π.χ. ένα μέρος με πιστωτική κάρτα, με μετρητά, άλλο με μετρητά κλπ.)

Το τμήμα ταμείου είναι αυτό που διεκπεραιώνει όλες τις πληρωμές για κάθε συναλλαγή, είτε αφορά αγορές από τα καταστήματα του ξενοδοχείου, είτε μισθούς των υπαλλήλων κ.ά., ενώ σε άλλα ξενοδοχεία λειτουργεί ταμείο ξεχωριστό, από το κεντρικό ταμείο της επιχείρησης, για μικρές αγορές των πελατών που αφορούν έξοδα για ταξί, αγορές λουλουδιών, αγορές από τα μαγαζιά του ξενοδοχείου, ή αγορές από το θυρωρείο (γραμματόσημα, τσιγάρα, φάρμακα κ.ά.).

Για τα μικροέξοδα των πελατών το θυρωρείο συμπληρώνει έντυπα εσωτερικής κίνησης του ξενοδοχείου (Paid Out), με τα οποία αιτιολογούνται οι χρεώσεις των πελατών, και τα οποία υπογράφουν οι πελάτες για να παραδοθούν στο ταμείο, όπου θα εκταμιευθεί το αναγραφόμενο ποσό<sup>109</sup>.

Στο κεντρικό ταμείο της επιχείρησης επίσης, φθάνουν οι προκαταβολές από τις κρατήσεις, όπου και καταχωρούνται στο φάκελο κράτησης ή στο αρχείο του Η/Υ, ακόμη, διοχετεύονται οι καθημερινές εισπράξεις από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως από το ταμείο υποδοχής, οι οποίες αφού καταγραφούν αναλυτικά από τον ταμία, μεταβιβάζονται στη νυχτερινή υπηρεσία για έλεγχο.

Έργο των υπαλλήλων του ταμείου της υποδοχής αποτελεί ο έλεγχος των ταμειακών διαφορών, δηλαδή αν υπάρχουν ελλείμματα ή πλεονάσματα στην καταμέτρηση που γίνεται στο τέλος κάθε βάρδιας.

Αν διαπιστώσουν ταμειακή διαφορά, όπως έλλειμμα, επαναλαμβάνεται προσεκτικά η καταμέτρηση, ελέγχονται όλες οι συναλλαγές που διεκπεραιώθηκαν στα λογισμικά προγράμματα του Η/Υ, αν καταχωρήθηκαν σωστά, ενώ επαληθεύονται και οι συναλλαγές paid-out και συναλλάγματος.

---

<sup>109</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 191.

Αν συνεχίσει να υπάρχει η διαφορά, ο ταμίας, το αναφέρει στον Προϊστάμενο της Υποδοχής, κι εκείνος το αναγράφει στο φάκελο που παραδίδεται στο Λογιστήριο. Σε περίπτωση που το έλλειμμα οφείλεται σε λάθος του υπαλλήλου που πραγματοποίησε τη συναλλαγή, τότε το ξενοδοχείο μπορεί να ζητήσει από το συγκεκριμένο υπάλληλο, την πληρωμή της διαφοράς. Αν διαπιστωθεί πλεόνασμα, ο ταμίας τοποθετεί το επιπλέον ποσό στο φάκελο, που προορίζεται για το Λογιστήριο.

Ο έλεγχος των ταμειακών διαφορών γίνεται όπως είπαμε, στο τέλος κάθε βάρδιας, και αυτή η ενέργεια του ταμείου της υποδοχής αποκαλείται έλεγχος ταμείου. Μετά τον έλεγχο ο υπάλληλος της υποδοχής υπογράφει το φάκελο και τον παραδίδει στο τέλος της ημέρας, ενώ όταν το ταμείο δε χρησιμοποιείται συνήθως φυλάσσεται σε θυρίδα ασφαλείας, του λογιστηρίου, που βρίσκεται στο “back office”.

Από την άλλη ο υπάλληλος του λογιστηρίου μπορεί οποιαδήποτε στιγμή στη διάρκεια της βάρδιας του υπαλλήλου της υποδοχής να πραγματοποιήσει έλεγχο του ταμείου, αρκεί να μην παρευρίσκονται πελάτες εκείνη την ώρα της Ρεσεψιόν. Μετά το πέρας του ταμειακού ελέγχου, που γίνεται παρουσία του αντιπροσώπου του λογιστηρίου, και οι δυο υπάλληλοι συνυπογράφουν το φάκελο.

Άλλη αρμοδιότητα του ταμείου είναι η φύλαξη χρημάτων ή πολύτιμων αντικειμένων των πελατών στο χρηματοκιβώτιο, τα οποία η υποδοχή κλείνει σε φάκελο, τα σφραγίζει και εκδίδει απόδειξη στον πελάτη ότι τα παρέλαβε.

Ο τελευταίος υπογράφει ένα έντυπο με τα ατομικά του στοιχεία και την ημερομηνία παράδοσης, ενώ κάθε φορά που ο πελάτης ανοίγει τη θυρίδα του στο χρηματοκιβώτιο, ο υπάλληλος του ταμείου διασταυρώνει τα στοιχεία του και τη γνησιότητα της υπογραφής του.

Τέλος, το ταμείο εξαργυρώνει συνάλλαγμα, όταν οι επισκέπτες είναι αλλοδαποί. Στα ξενοδοχεία που διαθέτουν περισσότερα από 50 κρεβάτια επιτρέπεται σύμφωνα με το νόμο η αγορά συναλλάγματος ή ταξιδιωτικών επιταγών, που γίνονται για λογαριασμό της Τράπεζας της Ελλάδας και για την εξυπηρέτηση αυτή τα ξενοδοχεία εισπράττουν προμήθεια σε ποσοστό 2%, ενώ η Τράπεζα τους παρέχει την ειδική μηχανή συναλλάγματος και τα καθημερινά δελτία με τις τιμές αγοράς και πώλησης των ξένων νομισμάτων · το ταμείο με τη σειρά του εκδίδει διπλότυπα δελτία αγοράς συναλλάγματος, τα οποία είναι θεωρημένα από την Υπηρεσία Προστασίας Εθνικού Νομίσματος ή από την Τουριστική Αστυνομία και αναγράφονται πάνω σε αυτά το ονοματεπώνυμο του πελάτη, ο αριθμός διαβατηρίου και ο αριθμός δωματίου

του και, τέλος, ο ταμίας ενημερώνει το βιβλίο αγοράς συναλλάγματος, το οποίο είναι θεωρημένο κατά τον ίδιο τρόπο, όπως τα δελτία αγοράς<sup>110</sup>.

Επίσης, όταν ένας πελάτης πληρώσει το λογαριασμό του σε συνάλλαγμα, ο ταμίας ή η υποδοχή σημειώνει την τιμή που στην οποία δέχτηκε το νόμισμα

Ορισμένα ξενοδοχεία διαθέτουν μηχανή συναλλάγματος, επίσης υποβάλλουν αίτηση στις αρμόδιες αρχές για να πάρουν άδεια λειτουργίας ως επίσημα ανταλλακτήρια συναλλάγματος. Εάν το ξενοδοχείο δεν έχει αυτήν την άδεια, μπορεί μόνο να δέχεται συνάλλαγμα και όχι να πωλεί.

Ένας ταμίας πρέπει να γνωρίζει τα σημαντικότερα ξένα τραπεζογραμμάτια (δε συνηθίζεται να δέχονται κέρματα προκειμένου να μην πέσει θύμα απάτης) και στα μεγάλα ξενοδοχεία υπάρχουν πίνακες με τις ισοτιμίες, όπως τις καθόρισε η διεύθυνση ή ο αρχιλογιστής του ξενοδοχείου, ενώ στα μικρά όταν προκύψει η ανάγκη απλώς επικοινωνούν με την τράπεζα ή συμβουλευονται την εφημερίδα<sup>111</sup>.

### **3.7 Τμήμα Τηλεφωνικού Κέντρου**

Η τηλεφωνική επικοινωνία είναι μια από τις σημαντικότερες υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο στον πελάτη. Στη σημερινή εποχή που έχει σημειωθεί αλματώδης πρόοδος στον τομέα των επικοινωνιών και της ενημέρωσης, δε θα μπορούσαν να μην υπάρχουν οι υψηλές δυνατότητες επικοινωνίας στο τηλεφωνικό κέντρο μιας ξενοδοχειακής μονάδας, το οποίο προσφέρει τις υπηρεσίες του όλο το διάστημα του 24ώρου.

Το τμήμα αυτό έχει ξεχωριστή σημασία για την καλή λειτουργία ολόκληρης της επιχείρησης, διεκπεραιώνει τις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις μεταξύ των πελατών, αλλά και μεταξύ των διαφόρων τμημάτων του ξενοδοχείου. Δηλαδή απαντά άμεσα στις εξωτερικές τηλεφωνικές κλήσεις και μεταφέρει τις γραμμές στα δωμάτια των

---

<sup>110</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 192-193.

<sup>111</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 118.

πελατών, ενώ διαθέτει ευρετήριο πελατών (Information Rack) ή μέσω Η/Υ, ώστε όταν κάποιος ζητά έναν πελάτη να εντοπίζει τον αριθμό δωματίου του.

Ορισμένα τμήματα, όπως των προμηθειών, των κρατήσεων και του λογιστηρίου, είναι σκόπιμο να διαθέτουν τις δικές τους γραμμές, ώστε να δέχονται απευθείας κλήσεις από το δίκτυο<sup>112</sup>.

Ακόμη, η τηλεφωνική υπηρεσία παρέχει πληροφορίες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, απαντά στις εξωτερικές κλήσεις πελατών και μεριμνά για την εξυπηρέτησή τους. Επίσης, καταγράφει τα διάφορα γραπτά μηνύματα των πελατών και φροντίζει για την παράδοσή τους και παράγει φωτοαντίγραφα.

Η λήψη και η μετάδοση τηλεφωνικών μηνυμάτων στους πελάτες είναι μια εξαιρετικά λεπτή εργασία, ιδίως όταν οι πελάτες λείπουν από τα δωμάτιά τους, τότε, προσεκτικά καταγράφονται τα μηνυμάτά τους και αναγράφεται με σαφήνεια η ώρα λήψης τους και στη συνέχεια υπογράφονται από τον υπάλληλο παραλήπτη, ενώ, στα ξενοδοχεία που δε διαθέτουν αυτόματη τηλεφωνική σύνδεση των τηλεφώνων δωματίων με το εξωτερικό τηλεφωνικό δίκτυο, η τηλεφωνήτρια φροντίζει για την εξυπηρέτηση της κλήσης των πελατών<sup>113</sup>.

Άλλη αρμοδιότητα του τηλεφωνικού κέντρου ενός ξενοδοχείου είναι η δυνατότητα που του παρέχει να αποστείλει ταχέως γραπτά μηνύματα ή κείμενα μέσω τηλεομοιοτυπίας, που είναι τα γνωστά telex και fax. Το πρώτο που λέγεται τηλέτυπο είναι μια συσκευή όπου μπορεί ο αποστολέας να δακτυλογραφήσει το μήνυμα και να εκτυπωθεί στο telex του παραλήπτη. Το δεύτερο είναι μια τηλεφωνική συσκευή μαζί με ένα μικροϋπολογιστή με φωτοτυπικό. Και τα δύο είναι χρήσιμα εργαλεία γιατί μειώνουν το χρόνο που απαιτείται για την αποστολή μηνυμάτων και αλληλογραφία του ξενοδοχείου με τους φορείς του τουριστικού κοινού.

Η αποστολή γραπτών μηνυμάτων και φαξ από την τηλεφωνική υπηρεσία, όταν δε γίνεται για υπηρεσιακούς λόγους, αλλά κατ' εντολή του πελάτη, τότε χρεώνεται ο λογαριασμός του.

Τα κινητά τηλέφωνα έχουν υποβαθμίσει κατά πολύ το ρόλο του τμήματος σήμερα, ωστόσο, πολλά ξενοδοχεία πόλης ενοικιάζουν στους αλλοδαπούς πελάτες

---

<sup>112</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 294.

<sup>113</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία Υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ.196.

τους κινητά τηλέφωνα για την περίπτωση που τα δικά τους δεν ανταποκρίνονται στα δίκτυα της χώρας που βρίσκεται το ξενοδοχείο<sup>114</sup>.

Επίσης, ο υπάλληλος της νυχτερινής υπηρεσίας τηλεφώνου συγκεντρώνει τις χρεώσεις των τηλεφωνικών κλήσεων, των χρεώσεων fax των πελατών, διασταυρώνει την κατάσταση του Room Rack με το Information Rack, ελέγχει τις αφυπνίσεις και καταγράφει τα νυχτερινά μηνύματα των ενοίκων, και φροντίζει για την παράδοσή τους.

Στα ξενοδοχεία που είναι εξοπλισμένα με αυτόματα τηλεφωνικά συστήματα υπάρχει μια διαφοροποίηση στα καθήκοντα των υπαλλήλων της τηλεφωνικής υπηρεσίας:

α) οι υπάλληλοι συντονίζουν τις τηλεφωνικές επικοινωνίες των πελατών και των διαφόρων τμημάτων της μονάδας,

β) κατανέμουν τις εξωτερικές γραμμές στις διάφορες υπηρεσίες, π.χ. όταν πραγματοποιείται κάποιο συνέδριο, παραχωρούνται κάποιες γραμμές για την εξυπηρέτηση των συνέδρων,

γ) κλείνουν τις τηλεφωνικές γραμμές των δωματίων που οι ένοικοι αναχώρησαν και αρχειοθετούν τις κάρτες πελατών του Information Rack και

δ) κλείνουν στο τέλος της ημέρας τις γραμμές των τμημάτων του ξενοδοχείου<sup>115</sup>.

Το είδος των τηλεφωνικών κέντρων που χρησιμοποιούνται σήμερα είναι τα αυτόματα τηλεφωνικά κέντρα που έχουν αντικαταστήσει τα παλιά χειροκίνητα με τα γραφικά κόκκινα και μαύρα βύσματα<sup>116</sup>.

Παλιότερα, έπρεπε να υπάρχει ένας συγκεκριμένος υπάλληλος που θα συνέδεε έναν πελάτη που ήθελε να κάνει μια κλήση με την πρώτη ελεύθερη γραμμή του κέντρου, όπου το κέντρο ήταν μια κονσόλα με πολλά βύσματα.

Μάλιστα, χρειάζονταν αρκετοί υπάλληλοι, αν ήταν μεγάλη η ξενοδοχειακή μονάδα για να διεκπεραιώσουν τις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με τη χειροκίνητη

---

<sup>114</sup> Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 2002, σ. 350-351.

<sup>115</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ.196.

<sup>116</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 294.

μορφή του τηλεφωνείου, κάτι που σήμαινε και περισσότεροι μισθοί. Ωστόσο, ορισμένες επιχειρήσεις, ακόμη και σήμερα χρησιμοποιούν αυτόν τον τρόπο.

Σήμερα, το έργο των τηλεφωνητών έχει απλοποιηθεί εξαιτίας των αυτόματων τηλεφωνικών κέντρων, που συνδέουν χωρίς μεσολάβηση τηλεφωνητή τα τμήματα και τα δωμάτια του ξενοδοχείου, ο πελάτης μπορεί να πληκτρολογήσει το εγερτήριο του στο καντράν του τηλεφώνου, τα μηνύματά του καταγράφονται στη φωνητική τους μορφή και περιμένουν σε έναν τύπο αυτόματου τηλεφωνητή τον πελάτη στο δωμάτιό του, για να αποφεύγονται παρεξηγήσεις από τροποποιημένα μηνύματα ή από την απώλειά τους<sup>117</sup>.

Στις μέρες μας την πρωτοκαθεδρία στις ξενοδοχειακές μονάδες έχουν τα αυτόματα τηλεφωνικά κέντρα, που παρέχουν πλήθος υπηρεσιών σε εξαιρετικά σύντομο χρονικό διάστημα.

Οι τύποι των αυτόματων τηλεφωνικών κέντρων διακρίνονται σε:

α) κλασικά τηλεφωνικά συστήματα, που μπορεί να είναι ηλεκτρομηχανικά, με δυνατότητες πρόσβασης σε πολλές εξωτερικές γραμμές από μια απλή τηλεφωνική συσκευή και δυνατότητα αναμονής κλήσης,

β) υβριδικά συστήματα, που περιλαμβάνουν μια κεντρική μονάδα ελέγχου, με δύο επεξεργαστές που αυξάνουν την ικανότητα διαχείρισης των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων και

γ) ιδιωτικά τηλεφωνικά κέντρα, που αποτελούν εξελιγμένα ψηφιακά τηλεφωνικά συστήματα, που διεκπεραιώνουν μια πλειάδα δυνατοτήτων, τόσο για τη διεκπεραίωση των εξωτερικών κλήσεων, όσο και για τις εσωτερικές επικοινωνίες της επιχείρησης<sup>118</sup>.

Γενικότερα, τα αυτόματα τηλεφωνικά κέντρα προσφέρουν μια σειρά υπηρεσιών, που αφορούν την αφύπνιση των πελατών, την αναλυτική χρέωση για κάθε δωμάτιο, παρακολούθηση βρεφών, δυνατότητα απαγόρευσης τηλεφωνικής επικοινωνίας μεταξύ δωματίων, κατάσταση δωματίων (Room Status), αυτόματη φραγή των τηλεφωνικών συσκευών των δωματίων, λόγω ανεξόφλητων λογαριασμών

---

<sup>117</sup> Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 2002, σ. 350-351.

<sup>118</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 202-203.

ή υπέρβαση ορίου που έχει προσδιορίσει το ξενοδοχείο, επικοινωνία των πελατών με τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, δυνατότητα ασύρματης αναζήτησης προσώπων κ.ά.

Βέβαια το σημείο που μπορεί να δημιουργεί προστριβή μεταξύ πελατών-ξενοδοχείου είναι η χρέωση των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων. Τα ξενοδοχεία δεν είναι υποχρεωμένα να χρεώσουν τους πελάτες όσο ακριβώς στοίχισε το τηλεφώνημα: από τη στιγμή που ο πελάτης χρησιμοποιεί τον ακριβό εξοπλισμό του ξενοδοχείου, το ξενοδοχείο έχει το δικαίωμα να χρεώσει κάτι παραπάνω, κάτι που συχνά δυσαρεστεί τους πελάτες, γι' αυτό προκειμένου λοιπόν να μη δημιουργούνται προβλήματα, καλό είναι να ενημερώνει το ξενοδοχείο τους πελάτες του για το πώς γίνονται οι χρεώσεις των τηλεφωνημάτων<sup>119</sup>.

Σχετικά με την αφύπνιση των πελατών, η οποία είναι διαθέσιμη καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, υπεύθυνος είναι ο υπάλληλος του τηλεφωνικού κέντρου. Είναι μια διαδικασία που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, για την αποφυγή λαθών, που θα μπορούσαν να επιφέρουν σοβαρές συνέπειες στον πελάτη (π.χ. να χάσει μια πτήση).

Εάν ο πελάτης που έχει ζητήσει αφύπνιση μέσω τηλεφώνου και κατά την πραγματοποίηση της από τον τηλεφωνητή, δεν απαντά στο τηλέφωνο για το εγερτήριό του, η Υποδοχή στέλνει έναν γκρουμ για να τον ειδοποιήσει.

Μόλις ληφθεί το αίτημα του πελάτη για αφύπνιση, ο υπάλληλος επιβεβαιώνει το όνομα του πελάτη, μέσω του Η/Υ, και τον αριθμό του δωματίου του, και παράλληλα επαναλαμβάνει τα στοιχεία της αφύπνισης και σημειώνονται στην κατάσταση αφυπνίσεων πελατών (wake up call list).

Στα αυτόματα τηλεφωνικά κέντρα ο ίδιος ο πελάτης μπορεί να προγραμματίσει την αφύπνισή του πληκτρολογώντας στην τηλεφωνική συσκευή του δωματίου του έναν κωδικό αριθμό, και την ώρα του εγερτηρίου να αρχίσει να χτυπά το τηλέφωνο ή να ακούγεται ένα μουσικό σήμα.

Επίσης, τα δωμάτια των πελατών σε ορισμένα ξενοδοχεία διαθέτουν ραδιόφωνα-ξυπνητήρια, τα οποία μπορούν να προγραμματιστούν για αφύπνιση, ενώ κι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής της Υποδοχής μπορεί να χρησιμοποιηθεί για υπενθύμιση των εγερτηρίων στους υπαλλήλους ή μπορεί να παραγραμματισθεί να κάνει κλήση και να μεταδίδει αυτόματα ένα μαγνητοφωνημένο μήνυμα, όμως παρά

---

<sup>119</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 90.



την τεχνολογική πρόοδο, τα περισσότερα ξενοδοχεία προσφέρουν ακόμη προσωπικά εγερτήρια, γιατί μερικοί πελάτες προτιμούν να ακούν μια ζωντανή ανθρώπινη φωνή όταν ξυπνούν<sup>120</sup>.

Συμπερασματικά, το τμήμα τηλεφωνικού κέντρου, αν και τα τελευταία χρόνια η ταχύτατη εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών μπορεί να μείωσε τους υπαλλήλους του εργαζονται σε αυτό, και παρόλο που το συγκεκριμένο τμήμα υπηρεσιών ανήκει στο τμήμα του "back office", εννοώντας ότι το προσωπικό του δεν έχουν άμεση επαφή με τον πελάτη, εξακολουθεί να παίζει ένα καθοριστικό ρόλο στην επικοινωνία των πελατών μεταξύ τους αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού του ξενοδοχείου.

Παράλληλα οι υπάλληλοι του συγκεκριμένου τομέα υπηρεσιών συντελούν στην έμμεση ενίσχυση του κύρους της επιχείρησης, γιατί υιοθετώντας ένα φιλικό, ζεστό, ευγενικό τόνο φωνής κατά τη διεκπεραίωση των τηλεφωνικών κλήσεων των πελατών ή επισκεπτών του ξενοδοχείου, συμβάλλουν στην προώθηση των πωλήσεων ενός καταλύματος, και βέβαια προσφέρουν κι άλλες σημαντικές εξυπηρετήσεις στην επιχείρηση και στους πελάτες της.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **Επικοινωνία και συνεργασία της Υποδοχής με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου.**

Οι ομάδες και οι οργανισμοί, όπως ένα ξενοδοχείο, υπάρχουν επειδή οι άνθρωποι δουλεύοντας μαζί μπορούν να επιτύχουν περισσότερα και να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις παρά όταν ο ίδιος αριθμός ανθρώπων εργάζεται ατομικά.

Καθώς τα καθήκοντα αυξάνουν και γίνονται πιο πολύπλοκα, η εξειδίκευση είναι απαραίτητη και η αλληλεξάρτηση ανθρώπων και ομάδων είναι κρίσιμη, με την επικοινωνία να βοηθά και να συντονίζει τη δουλειά, και να εκπληρώνει τους στόχους ενός οργανισμού<sup>121</sup>.

---

<sup>120</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 210.

<sup>121</sup> Himstreet Baty Lehman, *Επιχειρησιακές Επικοινωνίες*, Έλλην έκδ. 11<sup>η</sup>, Αθήνα, 2008, σ. 37.

Έτσι, κι η Υποδοχή για να σχεδιάσει και να διεκπεραιώσει τις λειτουργίες, βρίσκεται σε συνεχή συναλλαγή και αλληλεπίδραση με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου. Οι διάφοροι τομείς παροχής υπηρεσιών του καταλύματος συνεργάζονται και επικοινωνούν στενά με το τμήμα της Υποδοχής, για να ικανοποιούν τις επιθυμίες, να τους παρέχουν πληροφορίες, να εισπράττουν τις οφειλές από τους πελάτες και γενικότερα, για να συντονίζουν τις υπηρεσίες τους.

Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε την Υποδοχή, ως τον κεντρικό κρίκο για τις δραστηριότητες της επικοινωνίας μεταξύ των εξής τμημάτων:

- Τμήμα ορόφων (housekeeping)
- Τμήμα συντήρησης (maintenance)
- Τμήμα τροφίμων και ποτών (food & beverage department), όπως είναι το εστιατόριο, η καφετέρια, το bar, το snack bar, το night club κλπ.
- Τμήμα marketing και πωλήσεων
- Τμήμα εκδηλώσεων ή συνεστιάσεων
- Τμήμα διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού ή τμήμα διοίκησης ανθρωπίνων πόρων
- Λογιστήριο (accounts department)
- Τμήμα ασφάλειας

#### **4.1 Τμήμα Ορόφων (Housekeeping)**

Το τμήμα δωματίων ενός ξενοδοχείου είναι το τμήμα που σχετίζεται άμεσα και μόνο με τις πωλήσεις, την πληρότητα και την εξυπηρέτηση των δωματίων, ενώ θεωρείται συνήθως ένας συνδυασμός των δύο κυρίαρχων λειτουργικών τμημάτων της υποδοχής και των ορόφων<sup>122</sup>.

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σωστή κατανομή και διάθεση του δωματίου αποτελεί η συνεχής και αρμονική συνεργασία-επικοινωνία της Υποδοχής με το τμήμα ορόφων. Η Υποδοχή επικοινωνεί με το Housekeeping για την κατάσταση των

---

<sup>122</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 167.

δωματίων (room status), για να μπορέσει να το προσδιορίσει και στη συνέχεια να το διαθέσει προς πώληση.

Η υποδοχή ενός ξενοδοχείου, ανάλογα με τη δυναμικότητά του, διαθέτει διάφορα συστήματα, πλάνα, καταστάσεις ή έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή παρακολούθησης, για να πληροφορείται από το τμήμα ορόφων (housekeeping) πότε ένα δωμάτιο είναι έτοιμο προς ενοικίαση, ή έτοιμο, αλλά μη ελεγμένο, ή εκτός λειτουργίας, λόγω προβλημάτων συντήρησης, είτε το δωμάτιο βρίσκεται σε στάδιο καθαρισμού.

Μόλις αναχωρεί ο πελάτης αφαιρείται η καρτέλα του και τοποθετείται άλλη που αναγράφει ότι το δωμάτιο είναι για καθαρισμό, κι όταν ολοκληρωθεί ο καθαρισμός το τμήμα ορόφων ειδοποιεί την Υποδοχή, η οποία αναγράφει ότι το δωμάτιο είναι έτοιμο για ενοικίαση.

Επίσης, αν η υποδοχή διαθέτει αυτόματα συστήματα, μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, τότε με την αναχώρηση του πελάτη, ο υπολογιστής το προσθέτει στον κατάλογο των δωματίων για καθαρισμό, και μετά την ολοκλήρωση του καθαρισμού η υπεύθυνη της υπηρεσίας ορόφων, τον ενημερώνει για τη διαθεσιμότητά του, και με αυτόν τον τρόπο εξοικονομείται σημαντικός χρόνος, κι αποφεύγονται καρτέλες ή δελτία<sup>123</sup>.

Σε ξενοδοχεία που χρησιμοποιούν μηχανογραφημένα συστήματα, η αναχώρηση του πελάτη μπορεί να καταχωρηθεί από τον υπάλληλο την Υποδοχής στο τερματικό του υπολογιστή, και κατόπιν να ειδοποιηθεί η υπεύθυνη του housekeeping, η οποία μετά τον καθαρισμό του δωματίου, ενημερώνει τη Ρεσεψιόν συχνά μέσω ενός τερματικού που βρίσκεται στο γραφείο της ότι το δωμάτιο είναι έτοιμο για πώληση.

Ακόμη, αν ο Η/Υ είναι συνδεδεμένος απευθείας με το τηλεφωνικό σύστημα των δωματίων, η προϊσταμένη ή οι επόπτριες μπορούν να επιθεωρούν τα δωμάτια, να καθορίζουν την ετοιμότητά τους για πώληση και στη συνέχεια να καταχωρούν έναν συγκεκριμένο κωδικό στη συσκευή τηλεφώνου του δωματίου, για να αλλάξουν την κατάσταση του δωματίου στο σύστημα του υπολογιστή, η οποία εμφανίζεται ενημερωμένη σε λίγα δευτερόλεπτα στην οθόνη του υπολογιστή της Υποδοχής,

---

<sup>123</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 81.

μειώνοντας με αυτόν τον τρόπο τον αριθμό των πελατών που περιμένουν να τους δοθεί δωμάτιο, αλλά και το διάστημα αναμονής τους.

Ο προϊστάμενος καθαρισμού βασίζεται στις προβολές πωλήσεων δωματίων-δηλαδή σε μια εβδομαδιαία έκθεση που ετοιμάζεται και διανέμεται από το διευθυντή υποδοχής και η οποία υποδεικνύει τον αριθμό των αναχωρήσεων, των αφίξεων, των απροειδοποίητων, των νυχτερινών και των απραγματοποίητων αφίξεων-προκειμένου να καθορίσει το πρόγραμμα των υπαλλήλων, ενώ η έγκαιρη διανομή των προβολών πωλήσεων τον βοηθά να προγραμματίζει τις άδειες και τις διακοπές των υπαλλήλων<sup>124</sup>.

Ακόμη, η Υποδοχή, ενημερώνει την υπηρεσία ορόφων αν ο επισκέπτης, επιθυμεί επιπλέον έπιπλα, περαιτέρω εξοπλισμό, (π.χ. επιπλέον κρεβάτι), ή επιθυμεί αλλαγή δωματίου, για καλύτερη θέα, λόγω θορύβου, ελλিপών ανέσεων ή για οποιονδήποτε λόγο.

Επιπλέον, η επικοινωνία Front Office και Housekeeping, πραγματοποιείται για ζητήματα που έχουν να κάνουν με την ασφάλεια των πελατών και του ξενοδοχείου, όπως η πρόκληση φασαρίας από ένα δωμάτιο, περίεργη συμπεριφορά ενοίκων του, όταν για παράδειγμα κάποιος πελάτης δεν έχει ξεπακετάρει τα πράγματά του, γιατί ενδεχομένως, θέλει να αναχωρήσει κρυφά, χωρίς να πληρώσει ή αν ένας πελάτης έχει φιλοξενήσει επιπλέον άτομο στο δωμάτιό του, χωρίς ενημέρωση του τμήματος της Υποδοχής, είτε έχει ανοιχθεί κάποια έξοδος κινδύνου.

Και ο προϊστάμενος Υποδοχής, εξαιτίας ασυνήθιστων περιστατικών που μπορεί να παρατηρήσει το προσωπικό της υπηρεσίας ορόφων και να το αναφέρει, μπορεί να αναθέσει στους επιτηρητές ορόφων να ελέγχουν τις κινήσεις στους ορόφους.

Οι υπηρεσίες της Υποδοχής και των Ορόφων είναι αλληλοεξαρτώμενες, γι' αυτό και συντονίζουν τις δραστηριότητές τους, με στόχους, τη διαθεσιμότητα των δωματίων και την ικανοποίηση των πελατών. Οι μη συντονισμένες ενέργειές τους θα δημιουργούσαν κακές εντυπώσεις στους επισκέπτες και θα απειλούσαν τη φήμη και την εικόνα του ξενοδοχείου.

---

<sup>124</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 85.

## 4.2 Τμήμα συντήρησης

Το τμήμα υποδοχής για να είναι σε θέση να προσδιορίζει το δωμάτιο σε σχέση με την κατάστασή του (room status), δεν ενημερώνεται και συνεργάζεται με το τμήμα μόνο με την υπηρεσία ορόφων (housekeeping), αλλά και με το τμήμα συντήρησης (maintenance), για την πραγματοποίηση τυχόν επιδιορθώσεων (κλιματισμού, υδραυλικών, επίπλων κλπ.), που χρειάζονται τα δωμάτια. Επίσης, κι από την πλευρά του, του το τμήμα συντήρησης παρέχει βοήθεια στους υπευθύνους των άλλων τμημάτων για ορισμένες αγοραστικές αποφάσεις.

Στα μεγάλα ξενοδοχεία το τμήμα αυτό περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό τεχνικών ειδικευμένων σε όλους τους κλάδους, ηλεκτρολόγους, υδραυλικούς, θερμαστές, ειδικούς ψύξεως, εξαερισμού κλπ. και διευθύνεται από τον υπεύθυνο μηχανικό, ενώ στα μικρά ξενοδοχεία υπάρχει συνήθως ένας συντηρητής που αναλαμβάνει όλες τις επιδιορθώσεις βλαβών<sup>125</sup>.

Πολλά ξενοδοχεία χρησιμοποιούν ειδικά έντυπα που αναφέρουν τις βλάβες, ενώ συχνά το τμήμα συντήρησης, ξεκινά την εργασία του, συμβουλευόμενο το log book που διαθέτει η Ρεσεψιόν και στο οποίο είναι καταχωρημένα τα αιτήματα των πελατών.

Με την επικοινωνία των δύο παραπάνω τμημάτων αποφεύγεται η δυσαρέσκεια του πελάτη, ιδίως αν ένα δωμάτιο δεν είναι έτοιμο προς ενοικίαση, λόγω βλαβών ή ανακαίνισής του, γεγονός που ενδεχομένως, θα επέφερε απώλεια εσόδων του ξενοδοχείου, ενώ παράλληλα επιτυγχάνεται η σωστή λειτουργία και συντήρηση των μηχανημάτων και των τεχνικών κατασκευών της μονάδας.

## 4.3 Επικοινωνία της Υποδοχής με το Τμήμα τροφίμων και ποτών (food & beverage department)

Η επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ των επισιτιστικών τμημάτων του ξενοδοχείου και της Υποδοχής, είναι επίσης σημαντική, και πραγματοποιείται με τη

---

<sup>125</sup> Μαρία Ιγγλέση-Βενιέρη, *Διοίκηση Ξενοδοχείου I*, ΟΕΒΔ, Αθήνα, 1984, σ. 69.

με τη μεταβίβαση πληροφοριών, συνήθως σε ειδικά έντυπα δελτία που αφορούν τις χρεώσεις των καταναλώσεων που πραγματοποιήσε ο πελάτης.

Βέβαια, κάθε ξενοδοχείο και ανάλογα με τη δυναμικότητά του χρησιμοποιεί διαφορετικό σύστημα επικοινωνίας χειρόγραφο, μηχανογραφημένο ή αυτόματο.

Ιδιαίτερα, πρέπει να επιτυγχάνεται έγκαιρη πληροφόρηση, από τους υπευθύνους των τμημάτων τροφίμων και ποτών, προς τη ρεσεψιόν σχετικά με τις χρεώσεις, πριν οι πελάτες αναχωρήσουν από το ξενοδοχείο.

Πριν τη διαδεδομένη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι ταμίες ρωτούσαν τους πελάτες που ήταν έτοιμοι να αναχωρήσουν, εάν είχαν πάρει πρωινό, πολλοί απαντούσαν αρνητικά και έφευγαν πριν φτάσουν τα κουπόνια από το εστιατόριο, κι αυτό μπορεί να συμβεί και σήμερα σε ξενοδοχεία που δε χρησιμοποιούν μηχανογραφημένα συστήματα<sup>126</sup>.

Το τμήμα της Υποδοχής ενημερώνει τα διάφορα τμήματα εκμετάλλευσης για τον τρόπο πληρωμής του πελάτη, τον οποίο έχει ήδη έχει προσδιορίσει από την άφιξή του, κατά τη διαδικασία του check-in.

Από την άλλη, οι αποδείξεις από τις χρεώσεις των επισκεπτών στα διάφορα σημεία πώλησης συλλέγονται από τους προϊσταμένους τους και προωθούνται στην υπηρεσία νυχτερινού ελέγχου, καθώς και οι εισπράξεις από τους πελάτες που πραγματοποιήθηκαν με μετρητά.

Οι δραστηριότητες επικοινωνίας περιλαμβάνουν επίσης την αναφορά μιας προβλεπόμενης εκτίμησης πληρότητας, η οποία αποτελεί έναν υπολογισμό του αριθμού των επισκεπτών που αναμένεται να φτάσουν, με βάση προηγούμενες δραστηριότητες πληρότητας, καθώς και την επεξεργασία αιτήσεων για επιστροφές, ειδικά έντυπα που χρησιμοποιούνται, για να δηλώσουν την ποσότητα των χρημάτων, που χρησιμοποιήθηκαν από το ταμείο για λογαριασμό επισκέπτη ή υπαλλήλου του ξενοδοχείου κι αυτές οι σημαντικές υπηρεσίες βοηθούν τον πολυάσχολο διευθυντή τροφοδοσίας, το διευθυντή εστιατορίου ή τον υπεύθυνο συνεστιάσεων να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του κοινού<sup>127</sup>.

---

<sup>126</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 144.

<sup>127</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 85.

Για παράδειγμα, ο υπεύθυνος εστιατορίου που εργάζεται στην πρωινή βάρδια, θα θέλει να γνωρίζει πόσοι επισκέπτες θα αφιχθούν στο ξενοδοχείο, ώστε να είναι σε θέση να καθορίσει πόσους σερβιτόρους θα χρειαστεί για το σερβίρισμα του πρωινού ή από την άλλη, ο υπεύθυνος προμηθειών του εστιατορίου να είναι σε θέση να κάνει τις απαραίτητες παραγγελίες και προμήθειες για την ετοιμασία των γευμάτων.



Επίσης, ο προϊστάμενος της υποδοχής ενημερώνει το προσωπικό εξυπηρέτησης (room service) για υπηρεσίες-προσφορές σε V.I.P πελάτες και γενικότερα, οι υπεύθυνοι των τμημάτων τροφίμων και ποτών συνεργάζονται με αμφίδρομο τρόπο μαζί του, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας.

Τα εξουσιοδοτημένα μέλη του τμήματος τροφοδοσίας ζητούν περιστασιακά χρήματα από την Υποδοχή, με τη μορφή επιστροφών, για να αγοράσουν προμήθειες της τελευταίας στιγμής για γεύματα ή για το εστιατόριο ή για να εκμεταλλευτούν άλλες απρογραμμάτιστες ευκαιρίες, για να προωθήσουν τη φιλοξενία.

Ο γενικός διευθυντής και ο διευθυντής υποδοχής αναπτύσσουν συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές για την οριοθέτηση ενός ανώτατου ποσού χρημάτων που μπορούν να παραληφθούν, το χρόνο ανταπόκρισης, την προηγούμενη έγκριση, τις εξουσιοδοτημένες υπογραφές και τις αποδείξεις αγοράς, κι αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές βοηθούν στον έλεγχο των επιστροφών<sup>128</sup>.

Ακόμη, η Υποδοχή, μέσω ενός ειδικού καταλόγου που τοποθετεί στα δωμάτια ενημερώνει τους πελάτες για την ύπαρξη και λειτουργία των τμημάτων τροφίμων και ποτών και τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

---

<sup>128</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 87.

Η συνεργασία της Υποδοχής με τα διάφορα τμήματα εκμετάλλευσης, όπως το εστιατόριο, το μπαρ, το σνακ μπαρ, η καφετέρια κλπ. απαραίτητη, για να μπορέσουν να σχεδιάσουν τις λειτουργίες τους και να προγραμματίσουν τις υπηρεσίες τους, όταν γνωρίζουν με ακρίβεια όλη την αναμενόμενη κίνηση του ξενοδοχείου, όπως αφίξεις, αναχωρήσεις, ακυρώσεις και μεταβολές στους όρους διαμονής των πελατών.

#### **4.4 Τμήμα marketing και πωλήσεων**

Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενες ενότητες βασικός στόχος σε μια ξενοδοχειακή μονάδα είναι η ορθή και αποδοτική διαχείριση του προσφερόμενου προϊόντος της και των υπηρεσιών της προς τον πελάτη. Για την επίτευξη αυτού του στόχου η συνεισφορά της Υποδοχής και των επιμέρους τμημάτων της προς το τμήμα marketing και πωλήσεων - το οποίο θα οργανώσει τις διαδικασίες για τον παραπάνω στόχο - είναι θεμελιώδους σημασίας.

Έτσι, η ενημέρωση από την Υποδοχή για τις προτιμήσεις των πελατών για συγκεκριμένη τοποθεσία δωματίων, π.χ. στον πρώτο όροφο του ξενοδοχείου, μακριά από το ασανσέρ, στη γωνία του κτηρίου ή μακριά από το συνέδριο, ή με μια συγκεκριμένη θέα-για παράδειγμα στη θάλασσα, λίμνη, ακτή ή το κέντρο της πόλης, οδηγούν το τμήμα πωλήσεων και marketing να τα προωθεί και να τα κοστολογεί περισσότερο, ενημερώνοντας ανάλογα το τμήμα της Υποδοχής να κινείται προς αυτήν την κατεύθυνση.

Ακόμη, τα ιστορικά αρχεία των επισκεπτών που συντάσσει η Υποδοχή είναι αναλύσεις marketing των γεωγραφικών και δημογραφικών στοιχείων των επισκεπτών, που περιέχουν γεωγραφικές ενδείξεις πληθυσμών που έχουν δοκιμάσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του συγκεκριμένου καταλύματος, σε συνδυασμό με τα δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, γένος, εισόδημα, απασχόληση), αλλά και με ψυχογραφικά δεδομένα (τρόπος ζωής) και αποδεικνύονται πολύ καλές κινήσεις marketing, για το διαχωρισμό της αγοράς, ως επιχειρηματικό σχέδιο, και την εξασφάλιση της συνέχειας της πελατείας (βλ. κεφ. 3.3).

Μέσω του ιστορικού αρχείου του πελάτη, το τμήμα marketing και πωλήσεων αντλεί σημαντικές πληροφορίες, για τους όρους διαμονής των επισκεπτών, και



ανάλογα προωθεί τις καμπάνιες marketing και προβολής του καταλύματος και τη διοργάνωση εκδηλώσεων.

Επιπλέον, το τμήμα marketing και πωλήσεων, για να κλείσει μια συμφωνία ή να προγραμματίσει ένα συνέδριο ή μια εκδήλωση, πρέπει να ελέγχει τη διαθεσιμότητα των δωματίων, κι εδώ η Υποδοχή διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, για την παροχή στοιχείων στο παραπάνω τμήμα, μέσω των αρχείων στον Η/Υ που διατηρεί.

Από την άλλη και ο προϊστάμενος της Υποδοχής ανταλλάσσει ιδέες με τον προϊστάμενο του τμήματος πωλήσεων και marketing και τον διευθυντή δεξιώσεων/συνεστιάσεων για νέες προτάσεις, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων, πραγματοποιεί συμφωνίες για ομαδικές κρατήσεις με τα ταξιδιωτικά γραφεία και τους τουριστικούς οργανισμούς.

Τα μηνύματα για το τμήμα marketing και πωλήσεων πρέπει να διαβιβάζονται πλήρως, ακριβώς και γρήγορα και ο χειριστής του τηλεφωνικού κέντρου αποτελεί ένα σημαντικό σύνδεσμο στην επικοινωνία μεταξύ του πιθανού πελάτη και του πωλητή στο τμήμα marketing και πωλήσεων, ενώ ο διευθυντής της υποδοχής θα πρέπει να πληροφορήσει όλο το προσωπικό στην υποδοχή για το προσωπικό στο τμήμα marketing και πωλήσεων<sup>129</sup>.

Το τμήμα Κρατήσεων επίσης, που επιτελεί μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες ολόκληρου του ξενοδοχείου, η οποία είναι η οργάνωση των κρατήσεων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξασφαλιστεί η πληρέστερη διάθεση του ξενοδοχειακού προϊόντος, έχει την ευθύνη της προώθησης των πωλήσεων των υπηρεσιών της επιχείρησης και συνεργάζεται στενά με το τμήμα πωλήσεων και marketing.

Μάλιστα, σε αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως μεγάλης δυναμικότητας, παράλληλα με το τμήμα κρατήσεων, και σε άμεση και διαρκή συνεργασία με αυτό λειτουργεί και τμήμα πωλήσεων. Ο προϊστάμενος της Υποδοχής αφού ελέγξει την αναφορά των μελλοντικών κρατήσεων (forecast), έπειτα, επικοινωνεί με το τμήμα πωλήσεων.

Επιπρόσθετα, η σύνταξη μιας πλήρους αναφοράς των στοιχείων των κρατήσεων που πραγματοποιεί το τμήμα Κρατήσεων της Υποδοχής, στοχεύει στη

---

<sup>129</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 84.

λεπτομερή ανάλυσή τους όχι μόνο από τη διοίκηση του τμήματος και του ξενοδοχείου, αλλά και από το τμήμα πωλήσεων και marketing, το οποίο προωθεί την ορθότερη διαχείριση και διάθεση του ξενοδοχειακού προϊόντος, για να αυξήσει τα μελλοντικά έσοδα της επιχείρησης και να ικανοποιήσει περισσότερο τον πελάτη.

Επομένως, παρατηρούμε ότι το τμήμα marketing και πωλήσεων, βασίζεται στην Υποδοχή για την παροχή πολύτιμων πληροφοριών, για τον πελάτη, που η αξιοποίηση τους συντελεί στην αποδοτικότερη λειτουργία της επιχείρησης.

#### **4.5 Τμήμα εκδηλώσεων ή συνεστιάσεων**

Η παροχή πληροφοριών από την Υποδοχή δεν πραγματοποιείται μόνο προς το τμήμα marketing και πωλήσεων, αλλά και προς το τμήμα εκδηλώσεων ή συνεστιάσεων, το οποίο συνεργάζεται στενά με τα επισιτιστικά τμήματα και με τον κλάδο πωλήσεων και marketing.

Η πρώτη επαφή του επισκέπτη με το τμήμα marketing και πωλήσεων γίνεται συνήθως μέσω του τηλεφωνικού κέντρου του ξενοδοχείου, ενώ όταν φτάνουν οι επισκέπτες για την εκδήλωση, η πρώτη επαφή με το ξενοδοχείο γίνεται συνήθως μέσω του προσωπικού της υποδοχής, αλλά και οι αιτήσεις για παροχή υπηρεσιών σε σεμινάρια, συνέδρια, εκδηλώσεις, κλπ. συνήθως γίνονται στην υποδοχή.

Ο διευθυντής οργάνωσης των συνεστιάσεων, το άτομο που είναι υπεύθυνο για τη διευθέτηση όλων των λεπτομερειών για την παροχή υπηρεσιών για μια συνεστίαση ή μια ειδική εκδήλωση, ή ο σύμβουλος πωλήσεων, το άτομο που καταγράφει τις απαιτήσεις των επισκεπτών για συνεστιάσεις, δεξιώσεις, συγκεντρώσεις ή άλλες ειδικές εκδηλώσεις, μπορεί να είναι απασχολημένοι με άλλη εργασία, οπότε αν ο επισκέπτης χρειάζεται καλώδιο επέκτασης ή υπάρξει διακοπή ισχύος σε ηλεκτρικό σημείο εξόδου, το προσωπικό της υποδοχής πρέπει να είναι έτοιμο για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του<sup>130</sup>.

Ακόμη, πολλές φορές κατά τη διεξαγωγή μιας εκδήλωσης, συνεδρίου, σεμιναρίου, δεξίωσης κλπ. οι υπάλληλοι της υποδοχής σε συνεννόηση με το τμήμα πωλήσεων και marketing και το τμήμα εκδηλώσεων αναρτούν σχετικές ανακοινώσεις και μηνύματα σε ηλεκτρονικό πίνακα ή σε πίνακα αφής.

---

<sup>130</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 84.



Κατά τη διάρκεια επίσης μιας εκδήλωσης ο επισκέπτης μπορεί να ζητήσει από την Υποδοχή διάφορες πληροφορίες, π.χ. για το χώρο του ξενοδοχείου ή για την αίθουσα ενός συνεδρίου, γιατί μπορεί να έχει μπερδευτεί.

Επιπλέον, ο υπεύθυνος για την πληρωμή των λογαριασμών της εκδήλωσης απευθύνεται στο τμήμα της Υποδοχής, ή αν ο υπεύθυνος του τμήματος εκδηλώσεων ή συνεστιάσεων δε γνωρίζει με ακρίβεια το κόστος διαφόρων καταναλώσεων, και πάλι η Υποδοχή, θα πληροφορήσει λεπτομερώς για τις χρεώσεις, π.χ. για τις καταναλώσεις τροφίμων, ποτών και θα προσδιορίσει και τον τρόπο εξόφλησής τους.

Επίσης, ο προϊστάμενος της Υποδοχής επικοινωνεί με τον προϊστάμενο του τμήματος εκδηλώσεων για λογαριασμούς που παρουσιάζουν διαφορές στην τιμολόγηση.

Συνεπώς, παρατηρούμε ότι η Υποδοχή αποτελεί έναν απαραίτητο και μάλιστα, συνδετικό κρίκο για την επικοινωνία των διαφόρων τμημάτων μεταξύ τους, και αντίστοιχα των τμημάτων με την ίδια.

#### **4.6 Τμήμα διοίκησης ανθρωπίνων πόρων.**

Η Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων ή Διοίκηση Προσωπικού, όπως ονομαζόταν πιο παλιά, αποτελεί τη βασικότερη λειτουργία σε μια επιχείρηση και συνδέεται άρρηκτα με τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού της. Γύρω από το ανθρώπινο κεφάλαιο διαμορφώνεται ένα πλέγμα σχέσεων που σχετίζεται τόσο με την επίτευξη

των επιχειρησιακών στόχων όσο και με την ευχαρίστηση των εργαζομένων της επιχείρησης<sup>131</sup>.

Η Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων είναι αυτή που θα διαχειριστεί τις Εργασιακές Σχέσεις, δηλαδή το ευαίσθητο κεφάλαιο που λέγεται ανθρώπινο δυναμικό και θα συμβάλλει στην ουσιαστικότερη Εσωτερική Επικοινωνία, μεταξύ των στελεχών και των εργαζομένων μιας επιχείρησης.

Το τμήμα Διοίκησης ανθρωπίνων πόρων προβαίνει στην Ανάλυση και Περιγραφή Θέσεων εργασίας για τα διάφορα τμήματα της επιχείρησης, στον Προγραμματισμό του Ανθρώπινου Δυναμικού, στην Προσέλκυση εργαζομένων για εργασία στην επιχείρηση, στην Επιλογή τους, στην Εκπαίδευση και Ανάπτυξή τους, στην Αξιολόγησή τους, στις Αμοιβές τους, εννοώντας όχι μόνο το μισθό, αλλά και την επιβράβευση για τη καλή τους απόδοση. Η επίτευξη καλύτερης απόδοσης αποτελεί και τον κεντρικό στόχο της ΔΑΠ.

Το παραπάνω τμήμα, μπορεί να ζητήσει από την Υποδοχή, να εξετάσει υποψηφίους για διάφορες θέσεις εργασίας, αφού της δώσει τις απαραίτητες κατευθυντήριες γραμμές για τις μεθόδους εξέτασης, ενώ κάποιοι διευθυντές του τμήματος διοίκησης ανθρωπίνων πόρων, βασίζονται στην υποδοχή για να διανέμει αιτήσεις και άλλες εργασιακές πληροφορίες στους υποψηφίους, ενώ ο επίδοξος υπάλληλος μπορεί να ζητήσει οδηγίες από την υποδοχή για το γραφείο προσωπικού<sup>132</sup>.

#### **4.7 Τμήμα Λογιστηρίου**

Το λογιστήριο του ξενοδοχείου αποτελεί ένα επιπλέον σημαντικό τμήμα που συνεργάζεται στενά με την Υποδοχή, και περισσότερο με το ταμείο της.

Πιο συγκεκριμένα το ταμείο της Υποδοχής μετά το τέλος κάθε βάρδιας, ελέγχει και καταμετρά τους λογαριασμούς των πελατών, τους τοποθετεί σε ένα φάκελο, και τους μεταβιβάζει στο λογιστήριο.

Επιπλέον, στο τέλος κάθε βάρδιας πραγματοποιείται έλεγχος ταμείου, με σκοπό να διαπιστωθούν αν υπάρχουν ταμειακές διαφορές, έλλειμμα ή πλεόνασμα.

---

<sup>131</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Δημήτρης Μπουραντάς, Νάνσυ Παπαλεξανδρή, *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων*, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα, 2002.

<sup>132</sup> James A. Bardí, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 91.

Έπειτα, από τον έλεγχο ο υπάλληλος της υποδοχής υπογράφει το φάκελο και τον παραδίδει στο λογιστήριο. Από την άλλη ο υπάλληλος του λογιστηρίου μπορεί οποιαδήποτε στιγμή στη διάρκεια της βάρδιας του υπαλλήλου της υποδοχής να πραγματοποιήσει έλεγχο του ταμείου.

Σε περίπτωση που το ταμείο της Υποδοχής, δε χρησιμοποιείται συνήθως φυλάσσεται σε θυρίδα ασφαλείας, του λογιστηρίου, που βρίσκεται στο “back office”.

Ακόμη ο ταμίας της Υποδοχής, επικοινωνεί με το λογιστήριο για τους χρεωστικούς λογαριασμούς των πελατών που εξοφλούνται με μετρητά είτε για αυτούς που εξοφλούνται μέσω πιστωτικών καρτών.

Μια επιπλέον επικοινωνία Υποδοχής και λογιστηρίου αποτελούν οι διαδικασίες της νυχτερινής υπηρεσίας, όταν ο νυχτερινός main-courantier κλείνει το ημερήσιο ισοζύγιο, με τον έλεγχο όλων των συνόλων, ανοίγοντας την επόμενη επιχειρηματική ημέρα στο σύστημα, και παραδίδει στο λογιστήριο την ταμειακή κατάσταση της επιχείρησης και το φάκελο με τις εισπράξεις της ημέρας.

Σε ορισμένα ξενοδοχεία, το τμήμα του λογιστηρίου τηρεί και ενημερώνει το βιβλίο συναλλάγματος, το οποίο είναι θεωρημένο από την Υπηρεσία Προστασίας Εθνικού Νομίσματος, για να μπορεί η Υποδοχή να προβαίνει στην εξαργύρωση επιταγών και στην ανταλλαγή συναλλάγματος.

## **4.8 Τμήμα ασφάλειας**

Πολλοί είναι οι παράγοντες που μπορεί να απειλήσουν την άνεση του πελάτη, τη σωματική του ακεραιότητα, αλλά και τα περιουσιακά στοιχεία του, όπως και του ξενοδοχείου.

Οι κίνδυνοι μπορεί να προέρχονται είτε από μέσα είτε από έξω από το ξενοδοχείο, αλλά πιο σοβαροί είναι αυτοί που απειλούν τη σωματική του ακεραιότητα, με μεγαλύτερο την πυρκαγιά, που απειλεί τη ζωή όλων όσων βρίσκονται στο ξενοδοχείο.

Για την προστασία των πελατών, των υπαλλήλων και του καταλύματος, η συνεργασία της Υποδοχής με το τμήμα ασφάλειας, μέσω της χρήσης διαφόρων συστημάτων επικοινωνίας, και λαμβάνοντας ανάλογα μέτρα σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, καθίσταται ιδιαίτερα σημαντική.

Σε περίπτωση πυρκαγιάς, υπεύθυνος ασφαλείας, μαζί με το διευθυντή της Υποδοχής και τη διοίκηση του ξενοδοχείου αναπτύσσουν ένα σχέδιο για όλα τα τμήματα, με το ρόλο του προσωπικού της Υποδοχής να είναι ουσιαστικός στο συντονισμό της επικοινωνίας και ενημέρωσης ανάμεσα στους πελάτες και στους υπαλλήλους, σχετικά με την κατάσταση εκτάκτου ανάγκης

Οι υπάλληλοι της υποδοχής θα πρέπει να λάβουν την πρώτη θέση στον έλεγχο του πανικού, που μπορεί να δημιουργηθεί, όταν ξεσπάσει μία φωτιά, κι η διαδικασία επικοινωνιών αρχίζει, όταν ένας επισκέπτης ή υπάλληλος καλέσει την τηλεφωνήτρια για να αναφέρει τη φωτιά, κι αφού αναφερθεί, η ασφάλεια και η διοίκηση πρέπει να ενημερωθούν, ενώ οι υπάλληλοι της υποδοχής θα οργανώσουν τις διαδικασίες εκκένωσης για τους επισκέπτες και τους υπαλλήλους και θα φτιάξουν μια λίστα με τα κατειλημμένα δωμάτια αμέσως<sup>133</sup>.

Ακόμη, το προσωπικό το προσωπικό του τμήματος ασφαλείας παρακολουθεί τις εισόδους και τους χώρους του ξενοδοχείου κι ελέγχει διακριτικά τα άτομα που δεν είναι πελάτες, μέσω της ενημέρωσης από την Υποδοχή.

Είναι γνωστό πως τα μεγάλα ξενοδοχεία από τον προηγούμενο αιώνα χρησιμοποιούν προσωπικό ασφαλείας χωρίς στολή, που συχνά είναι αστυνομικοί εκτός υπηρεσίας<sup>134</sup>.

Η υποδοχή επίσης, σε ορισμένα ξενοδοχεία, ενημερώνει τους πελάτες του ξενοδοχείου, ότι δε φέρει ευθύνη για απώλεια τιμαλφών ή χρημάτων που δε φυλάσσονται στην υπηρεσία χρηματοκιβωτίου (safe) που διαθέτει.

Το τμήμα ασφαλείας συχνά θεωρείται ως ένα παθητικό τμήμα, που αντιδρά μόνο όταν του ζητείται, όμως στην πραγματικότητα, είναι ένα πολύ ενεργό τμήμα, που εφαρμόζει συγκεκριμένη πολιτική, οργανώνει προγράμματα και παραδίδει εκπαιδευτικά προγράμματα για την προώθηση της ασφαλείας του επισκέπτη και του υπαλλήλου, ενώ η υποδοχή είναι το κέντρο των επικοινωνιών, ο αναγκαίος σύνδεσμος ανάμεσα στη διοίκηση του ξενοδοχείου και τον επισκέπτη, γι' αυτό όταν

---

<sup>133</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 416.

<sup>134</sup> Donald E. Lundberg., *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 144.

ένας επισκέπτης καλέσει βοήθεια, επειδή έχει ξεσπάσει φωτιά, έχει γίνει ληστεία, έχει αρρωστήσει κάποιος, ή σε άλλη άμεση ανάγκη, η υποδοχή πρέπει να απαντήσει<sup>135</sup>

Ωστόσο, υπάρχουν κι άλλοι σημαντικοί παράγοντες που απειλούν την ασφάλεια του πελάτη, αλλά και του ξενοδοχείου, όπως είναι: οι τρομοκρατικές ενέργειες, οι κλοπές, οι διαρρήξεις, τα άτομα που συστήνονται συχνά ως πελάτες σε πλούσιους ένοικους του ξενοδοχείου και τους εξαπατούν, κερδίζοντας πρώτα την εμπιστοσύνη τους, πρόκληση θορύβου, καυγά ή φθοράς στον εξοπλισμό του καταλύματος από μεθυσμένους πελάτες, κλπ. ενώ επίσης, το τμήμα ασφαλείας διενεργεί με διακριτικό τρόπο έρευνα, όταν για παράδειγμα ένας πελάτης γεννά υποψίες ότι μπορεί να έχει προσχεδιάσει τη διαμονή του στο ξενοδοχείο, χωρίς να πληρώσει.

Για να αποφευχθούν όλοι οι επικείμενοι κίνδυνοι για τη σωματική ακεραιότητα πελατών και υπαλλήλων, αλλά και για την προστασία των περιουσιακών τους στοιχείων, όπως και του ξενοδοχείου, η διεύθυνση του ξενοδοχείου υιοθετεί διάφορα μέτρα (π.χ. ηλεκτρονικές κλειδαριές, σύγχρονα μέτρα πυροπροστασίας, κλειστά κυκλώματα τηλεόρασης κλπ.) και με τη συνεργασία Υποδοχής και τμήματος ασφαλείας, αναπτύσσουν στρατηγικές και σχέδια επικοινωνίας για τη διαχείριση των παραπάνω παραγόντων, καθώς και ζητημάτων έκτακτης ανάγκης

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **5.1 Πωλήσεις του Τμήματος Υποδοχής**

Η υποδοχή όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενες ενότητες δεν αποτελεί ένα παθητικό τμήμα του ξενοδοχείου, αλλά συντονίζει τις ενέργειές της σε συνεργασία με τα άλλα τμήματα όπως με το τμήμα marketing και πωλήσεων και υποστηρίζει τα σχέδιά του για την προώθηση των πωλήσεων, τόσο για τα υπνοδωμάτια, όσο και για τα άλλα τμήματα εκμετάλλευσης και παροχής υπηρεσιών προς τους πελάτες, με στόχο την αύξηση των εσόδων του ξενοδοχείου.

---

<sup>135</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 402.

Για τα ξενοδοχεία η προσπάθεια αύξησης των εσόδων από τα δωμάτια είναι πιο σημαντική από την προσπάθεια πώλησης τροφίμων ή ποτών, και βέβαια η προσπάθεια αύξησης των κερδών από τα δωμάτια εμπίπτει στη σφαίρα του marketing - μια έννοια αρκετά ευρύτερη από την «πώληση» - και αποτελεί σημαντικό κομμάτι του. Φυσικά, η προσφορά φαγητού και ποτού σε υψηλότερες τιμές μπορεί να οδηγήσει σε επιπλέον έσοδα, αλλά η ουσία είναι ότι σε πολλά ξενοδοχεία οι εισπράξεις από τα μπαρ και τα εστιατόρια απλώς ισορροπούν μεταξύ εσόδων και εξόδων και τα δωμάτια είναι αυτά που αποφέρουν το κέρδος<sup>136</sup>.

Υπάρχουν δύο τρόποι αύξησης των εσόδων, ο ένας είναι η προσέλκυση επιπλέον πελατών και ο άλλος είναι να πειστεί ο κάθε πελάτης να πληρώσει περισσότερα για τη διαμονή του στο κατάλυμα.

Αν και το Τμήμα Υποδοχής δεν έχει άμεση σχέση με τους βασικούς τρόπους μέσω των οποίων ο πελάτης προσελκύεται σε ένα ξενοδοχείο (διαφήμιση και άμεσες πωλήσεις για παράδειγμα), αυτό δε σημαίνει ότι δεν έχει περιθώριο να συμβάλλει στην αύξηση της πληρότητας<sup>137</sup>.

Επιπλέον, ο υπάλληλος Υποδοχής έχει μία μοναδική ευκαιρία να προωθήσει τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου κατά την καταχώρηση του κάθε πελάτη, όταν νιώσει άνετα με το ρόλο του πωλητή, αφού μπορεί να επιτύχει επιπρόσθετες κρατήσεις, που μπορεί να γίνουν κατά τη διάρκεια της καταχώρησης ενός πελάτη (π.χ. πώληση ενός γεύματος στο εστιατόριο, της υπηρεσίας δωματίου κλπ.), αλλά και να προωθήσει επιπλέον κρατήσεις για τα δωμάτια.

Αν το ξενοδοχείο χρησιμοποιεί το συμβατικό διάγραμμα κρατήσεων, οι έμπειροι υπάλληλοι που αναλαμβάνουν τις κρατήσεις μπορούν να επιδείξουν δεξιότητες στο συνδυασμό κρατήσεων, κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να καταφέρουν να εξυπηρετήσουν όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες<sup>138</sup>.

Δεν πρέπει να μας διαφεύγει το γεγονός ότι μια από τις πρώτες επαφές του πελάτη με το ξενοδοχείο πραγματοποιείται μέσω του τμήματος Κρατήσεων, το οποίο συντονίζει τις ενέργειές του ταυτόχρονα με το τμήμα marketing και πωλήσεων, κι

---

<sup>136</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 203.

<sup>137</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *ό.π.*, σ. 204.

<sup>138</sup> Peter Abbott – Sue Lewry, *ό.π.*, σ. 204.



είναι το κυρίως υπεύθυνο για την αύξηση του βαθμού διάθεσης των δωματίων και του ξενοδοχειακού προϊόντος γενικότερα.

Η Υποδοχή ακόμη λειτουργεί ως πωλητής δωματίων όταν χειρίζεται τα αιτήματα των πελατών με δεξιοτεχνία. Όταν για παράδειγμα ένας πελάτης ζητά ένα μονόκλινο για μια συγκεκριμένη ημερομηνία και δεν υπάρχει διαθέσιμο, ο υπάλληλος της Υποδοχής αντί να τον απογοητεύσει με την απάντηση της πληρότητας για το συγκεκριμένο τύπο δωματίου, του προτείνει εναλλακτικές λύσεις, όπως ένα άλλο είδος δωματίου, ή μια άλλη ημερομηνία, είτε ένα ξενοδοχείο με το οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση, είτε ένα άλλο ξενοδοχείο.

Στόχος του Front Office λοιπόν, είναι η αύξηση των πωλήσεων των δωματίων και η εύρεση μιας ισορροπίας όταν το κατάλυμα είναι πλήρες, κι όταν παρατηρούνται φαινόμενα overbooking.

Ένας άλλος τρόπος με τον οποίον το τμήμα Υποδοχής συμβάλλει στην αύξηση της πληρότητας είναι η ενθάρρυνση του επισκέπτη για μελλοντική διαμονή, ιδίως βέβαια, αν έχει μείνει ευχαριστημένος από τη διαμονή του στο κατάλυμα.

Η προτροπή για μελλοντική άφιξη μπορεί να γίνει κατά τη διαδικασία της αναχώρησής του, μια πολύ σημαντική στιγμή για την προώθηση μελλοντικών πωλήσεων, ιδιαίτερα αν ο πελάτης έμεινε ικανοποιημένος από την παρεχόμενη φιλοξενία.

Εκτός από τη συμβολή του τμήματος Υποδοχής στην προώθηση των πωλήσεων από την αύξηση της πληρότητας του ξενοδοχείου, μέσω της δεξιοτεχνίας στις κρατήσεις και στο χειρισμό των αιτημάτων των πελατών για συγκεκριμένους τύπους δωματίων σε συγκεκριμένες ημερομηνίες, υπάρχει κι άλλος τρόπος αύξησης των εσόδων, που δεν είναι άλλος από την αύξηση της μέσης τιμής του δωματίου.

Η αύξηση της μέσης τιμής του δωματίου από τον υπάλληλο του Front Office και τον υπεύθυνο των Κρατήσεων, προκύπτει με βάση τις οδηγίες και τη συνεργασία της Υποδοχής και του τμήματος marketing και πωλήσεων, και βέβαια πρέπει να στηρίζεται και στις ισχύουσες νομικές διατάξεις.

Από τη μια λοιπόν, έχουμε την Υποδοχή να προσπαθεί να προσελκύσει πελάτες, σε συνεργασία με το τμήμα marketing και πωλήσεων, κι από την άλλη να ωθεί τον πελάτη που έχει κάνει κράτηση να πληρώσει περισσότερα, κυρίως όσον αφορά τα δωμάτια, που αποτελεί και τη βασικότερη παρεχόμενη υπηρεσία του Front Office, μέσω της ενθάρρυνσής του να τα αγοράσει σε υψηλότερη τιμή.

Επιπλέον, αφού η Υποδοχή αποτελεί το κεντρικότερο σημείο του ξενοδοχείου, δίνει τη δυνατότητα στο προσωπικό της να παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τα αγαθά του ξενοδοχείου, με βασικό της στόχο την όλο και μεγαλύτερη διάθεσή τους.

Επίσης, το Front Office επιδιώκει να πληροφορηθεί σχετικά με τις εντυπώσεις των πελατών-επισκεπτών κατά τη διαμονή τους στο κατάλυμα, με σκοπό να τις διαχειριστεί επικοινωνητικά από κοινού με το τμήμα marketing και πωλήσεων, για να αυξήσει τα έσοδα της επιχείρησης.

Για να λειτουργήσει το τμήμα της Υποδοχής ως μια υποδοχή/κέντρο πωλήσεων, χρειάζεται σχεδιασμός που θα συμπεριλαμβάνει την οργάνωση στόχων, την έκφραση ιδεών για την προώθηση, την αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων, το σχεδιασμό των προϋπολογισμών και την ανάπτυξη ενός εργαλείου αξιολόγησης για πληροφόρηση, για να έχει δυνατότητα επιτυχίας, κι ο σχεδιασμός αυτός πρέπει να ετοιμαστεί με τις συμβουλές της διοίκησης, των διευθυντών τμημάτων και των υπαλλήλων της πρώτης γραμμής από τα διάφορα τμήματα<sup>139</sup>.

Συνεπώς, η Υποδοχή διαδραματίζει ένα πολύ ουσιαστικό ρόλο στην αύξηση των εσόδων της επιχείρησης, γι' αυτό και ο διευθυντής υποδοχής θα πρέπει να αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο εκμετάλλευσης των ευκαιριών για την προώθηση επιπλέον πωλήσεων από το προσωπικό του τμήματος, προς τους πελάτες-επισκέπτες του ξενοδοχείου.

## **5.2 Η συμβολή του τμήματος της Υποδοχής στην αύξηση ή όχι των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας.**

Το τμήμα υποδοχής είναι υπεύθυνο για την προώθηση των πωλήσεων του ξενοδοχειακού προϊόντος, το οποίο συντίθεται από τα επιμέρους προϊόντα τα οποία προσφέρει ένα ξενοδοχείο, από το προϊόν των υπνοδωματίων, του μπαρ, των

---

<sup>139</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 383.

εστιατορίων, κ.ά. Η ποιότητα του ξενοδοχειακού προϊόντος επηρεάζεται άμεσα από την ποιότητα των επιμέρους προϊόντων των τμημάτων εκμετάλλευσής του<sup>140</sup>.

Οι ανθρώπινες σχέσεις και οι πωλήσεις είναι συνήθως δυο πλευρές του ίδιου νομίσματος<sup>141</sup>. Ο αποτελεσματικός πωλητής, "πουλά" τον εαυτό του πρώτα και μετά ακούει τις ανάγκες του πελάτη.

Για να γίνει αυτό σωστά, η πρώτη εντολή είναι να γνωρίζεις το προϊόν πολύ καλά, σ' αυτήν την περίπτωση ολόκληρο το ξενοδοχείο, δηλαδή την ποικιλία των δωματίων, ποια δωμάτια έχουν ήδη δοθεί σε πελάτες, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του κάθε δωματίου και βεβαίως τις τιμές<sup>142</sup>.

Ο υπάλληλος με αντίληψη, γρήγορα αναγνωρίζει τι είδους πράγματα θα προτιμούσε ένας πελάτης, όπως για παράδειγμα, ένα ήσυχο δωμάτιο στην πίσω πλευρά του ξενοδοχείου ή κοντά σε μπαρ, δεν πουλάει μόνο δωμάτια, αυτός πουλά μια εμπειρία, την εμπειρία ολόκληρου του ξενοδοχείου, όπως το δωμάτιο με τα ψυχαγωγικά παιχνίδια, την πισίνα, τα καλά εστιατόρια, την καφετέρια που λειτουργεί 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, την πρόσβασή του στον εθνικό αυτοκινητόδρομο, την κοντινή απόσταση από το δημαρχείο, την τιμή του, το πελατολόγιό του, τα χαρούμενα δωμάτια και το κύρος<sup>143</sup>.

Οι υπάλληλοι υποδοχής είναι για την επιχείρηση οι πωλητές του προϊόντος που αυτή προσφέρει, ενώ αντίθετα για τους πελάτες θεωρούνται και αντιμετωπίζονται σαν ένα κομμάτι των προσφερομένων υπηρεσιών του ξενοδοχείου και υπό την έννοια αυτή αξιολογούνται θετικά ή αρνητικά από αυτούς<sup>144</sup>.

Κατά συνέπεια είναι επιβεβλημένη η σύσταση ενός επιτελείου έμπειρων και εκπαιδευμένων υπαλλήλων, οι οποίοι με την καθοδήγηση και επίβλεψη ενός ικανούς

---

<sup>140</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 294.

<sup>141</sup> Donald E. Lundberg, *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ.131.

<sup>142</sup> Donald E. Lundberg, *ό.π.*, σ. 133.

<sup>143</sup> Donald E. Lundberg, *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 131.

<sup>144</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 24.

διευθυντικού στελέχους, θα ανταποκριθούν τόσο στις απαιτήσεις της ξενοδοχειακής επιχείρησης όσο και σ' αυτές των πελατών<sup>145</sup>.

Ο Γενικός Διευθυντής είναι το πρόσωπο που εκτός από τη διαχείριση της ξενοδοχειακής επιχείρησης, ασχολείται και με θέματα πωλήσεων. Ο Γ. Διευθυντής σπάνια μένει σε μια μονάδα για μεγάλο χρονικό διάστημα και είναι μόδα οι διευθυντές να αλλάζουν επιχειρήσεις για να μαθαίνουν οι επιχειρηματίες τα μυστικά των ανταγωνιστών επιχειρηματιών τους<sup>146</sup>.

Για τη μεγιστοποίηση του βαθμού διάθεσης του τουριστικού προϊόντος, που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι η πληρέστερη διάθεση των δωματίων του ξενοδοχείου από το τμήμα υποδοχής, σημαντικότερο ρόλο διαδραματίζει ο προϊστάμενος υποδοχής, που είναι κι ο ενδιάμεσος μεταξύ του προσωπικού του τμήματος, των άλλων τμημάτων της ξενοδοχειακής μονάδας και των πελατών-επισκεπτών.

Ο σχεδιασμός, η οργάνωση, η διεύθυνση και ο έλεγχος είναι τέσσερις σημαντικοί συντελεστές, ο συνδυασμός των οποίων είναι απαραίτητος για την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος και πρέπει να αποτελούν τα προσόντα του προϊσταμένου υποδοχής<sup>147</sup>.

Ο διευθυντής υποδοχής συντονίζει τους υπαλλήλους του τμήματος υποδοχής για τις διαδικασίες που αυτοί πρέπει να ακολουθήσουν για την προώθηση των πωλήσεων, διοργανώνει συναντήσεις για την αύξηση των παραπάνω, και ετοιμάζει την αναφορά για την πρόβλεψη της κίνησης, μέσω της συνεργασίας και επικοινωνίας με το τμήμα marketing και πωλήσεων.

Ένας σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει στην ενίσχυση ή όχι των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας, είναι το κατά πόσο οι υπάλληλοι της υποδοχής νιώθουν άνετα με το ρόλο τους ως πωλητές ή διστάζουν ή ντρέπονται να πουλήσουν γιατί αισθάνονται ότι πιέζουν τον άλλον να αγοράσει κάτι.

Σε αυτό το σημείο, ο διευθυντής της Υποδοχής θα πρέπει να εκπαιδεύσει και να ενθαρρύνει το προσωπικό του τμήματος ότι η προώθηση των πωλήσεων μπορεί να

---

<sup>145</sup> Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 24.

<sup>146</sup> Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998, σ. 294.

<sup>147</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 27.

λειτουργήσει ωφέλιμα για τις εντυπώσεις που θα αποκομίσει ο πελάτης για το ξενοδοχείο, αλλά και να του προσφέρει κίνητρα για να πετύχει τους στόχους του, αλλά και αμοιβές (π.χ. μια προαγωγή) όταν επιτυγχάνει πωλήσεις επικερδείς για την επιχείρηση.

Όταν ο υπάλληλος υποδοχής νιώσει άνετος με την ιδέα ότι προσφέρει υπηρεσίες, τότε θα έχει αναπτύξει τη σωστή νοοτροπία, για να γίνει καλός πωλητής, αφού η ιδέα του «πρέπει να πουλήσω αντικαθίσταται με «Θέλω η εμπειρία του κάθε πελάτη να είναι η καλύτερη δυνατή»<sup>148</sup>.

Το προσωπικό της Υποδοχής θα πρέπει να έχουν τις βασικές γνώσεις marketing - μιας αρκετά ευρείας έννοιας που δε σημαίνει μόνο την «πώληση» - εννοώντας ότι μαζί με τη διεύθυνση πρέπει να αναγνωρίζουν τις ανάγκες των πελατών τους.

Για το σκοπό αυτό πολλά ξενοδοχεία συνθέτουν ξενοδοχειακά "πακέτα", ένα σύνολο από υπηρεσίες που θα αγοράσει ο πελάτης, και τότε αυτό σημαίνει ότι το νευραλγικής σημασίας τμήμα κρατήσεων πρέπει να γνωρίζει όλες τις λεπτομέρειες σχετικά με τις συγκεκριμένες παροχές.

Αυτονόητο είναι ακόμη, ότι πρέπει να ακολουθείται από τους υπευθύνους των κρατήσεων μια πολιτική που δε θα αφήνει να μένουν αδιάθετα τα δωμάτια σε υψηλές περιόδους, αλλά κι από την άλλη που δεν προβαίνει σε υπερκρατήσεις (overbooking), τις οποίες μη δυνάμενη να ικανοποιήσει, θα αποφέρει δυσάρεστες συνέπειες στη φήμη του ξενοδοχείου. Στην περίπτωση που δε θα μπορέσει να επιβεβαιώσει τις υπερκρατήσεις θα πρέπει να προβεί σε ενέργειες αποκατάστασης του κύρους και της εμπιστοσύνης με τον πελάτη που δυσαρεστήθηκε.

Από την άλλη, τα ξενοδοχεία αναμένουν από τους πελάτες τους να σεβαστούν τις κρατήσεις που έχουν κάνει και μερικές φορές θέτουν εξαντλητικές ασφαλιστικές δικλείδες, όπως καταθέσεις προκαταβολών ή χρεώσεις πιστωτικών καρτών κλπ.

Επίσης, οι υπάλληλοι της υποδοχής, θα πρέπει να μειώνουν σημαντικά την περίπτωση «μη εμφανίσεων» (non-show) των πελατών που έχουν κάνει κράτηση, ιδίως να πρόκειται και για γκρουπ, μέσω της επικοινωνίας για επιβεβαίωσή τους.

Σε περίπτωση που ένας πελάτης ακυρώσει την κράτησή του, οι υπάλληλοι των κρατήσεων της υποδοχής, θα πρέπει να τον αντιμετωπίσουν με ευγένεια, γιατί με

---

<sup>148</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' εκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 231.

αυτόν τον τρόπο αποδεικνύουν τη φιλόξενη διάθεσή του καταλύματος που εκπροσωπούν, και μέσω της αυτής της συμπεριφοράς τους μπορούν μελλοντικά να προσελκύσουν το ενδιαφέρον τους.

Επιπλέον, οι υπεύθυνοι του τμήματος κρατήσεων παρακολουθούν τη μελλοντική διαθεσιμότητα των δωματίων και μπορούν να εξάγουν προβλέψεις (forecasts) σχετικά με τις πωλήσεις των δωματίων και την πληρότητα, ή να οδηγηθούν σε άλλα στατιστικά συμπεράσματα.

Οι υπάλληλοι της υπηρεσίας κρατήσεων θα πρέπει να απαλλαγούν από την παλιομοδίτικη άποψη ότι βρίσκονται εκεί μόνο για να χειρίζονται τις κρατήσεις και ότι δεν τους αφορά το πώς μαθαίνει ο υπονήφιος πελάτης για το ξενοδοχείο ή το τι πιστεύει γι' αυτό μετά τη διαμονή του<sup>149</sup>.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε μερικές ξενοδοχειακές εταιρίες, οι λειτουργίες των κρατήσεων μπορεί να αναθέτονται στο τμήμα marketing ή πωλήσεων το οποίο αναγνωρίζει τη σημασία των ομαδικών κρατήσεων και τη στενή σχέση που πρέπει να υπάρχει μεταξύ του προσωπικού των κρατήσεων και αυτού των πωλήσεων<sup>150</sup>.

Ένας άλλος πιθανός τρόπος αύξησης των εσόδων του καταλύματος είναι η αύξηση της μέσης τιμής του δωματίου, όπως προαναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα. Αν ο υπάλληλος της υποδοχής γνωρίζει καλά το προϊόν που πουλά, το λεξιλόγιο εκείνο που θα προσελκύσει τον πελάτη και όπως, προαναφέρθηκε νιώθει άνετα ως πωλητής, τότε μπορεί να αυξήσει το μέσο όρο τιμής δωματίου και να δημιουργήσει μια σταθερή πελατεία.

Η πώληση διαμονής επιτυγχάνεται μέσα από μια σειρά τεχνικών που διδάσκονται σε σεμινάρια πωλήσεων<sup>151</sup>:

- *Πουλήστε φιλοξενία.* Αυτό εμπεριέχει την κατάλληλη γλώσσα σώματος, χαμόγελο, επικοινωνία με τα μάτια επίδειξη πραγματικού ενδιαφέροντος και συμπάθειας προς τον πελάτη.
- *Χρησιμοποιήστε το όνομα του πελάτη.* Αυτό δείχνει σεβασμό και μια αίσθηση προσωπικής αναγνώρισης.

---

<sup>149</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 229.

<sup>150</sup> Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 101.

<sup>151</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 219-221.

- *Πουλήστε αξία.* Προσπαθήστε να μάθετε ό, τι μπορείτε για τις παροχές του ξενοδοχείου, για να πείτε κάτι θετικό στον πελάτη για τις πιο ακριβές κατηγορίες δωματίων (πχ. εξαιρετική θέα στη λίμνη κλπ.).
- *Δείξτε τα δωμάτια.* Αυτό είναι λίγο δύσκολο για τα μεγάλα ξενοδοχεία, που μπορεί να χρησιμοποιούν φωτογραφίες ή να βασίζονται στο περιγραφικό ταλέντο του υπαλλήλου της ρεσεψιόν.
- *Χρησιμοποιήστε το «σάντουιτς».* Ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τεχνική του πωλητή να τοποθετεί ένα δυσάρεστο νέο, ανάμεσα σε δύο ευχάριστα. Συνήθως το δυσάρεστο είναι η τιμή. (π.χ. «έχουμε μεγάλα μονόκλινα, κοστίζουν 45€ αλλά έχουν όλα εξαιρετική θέα προς τη λίμνη..»).
- *Πουλήστε ακριβά.* Ξεκινήστε περιγράφοντας τα πλεονεκτήματα των ακριβών δωματίων κι αν ο συνομιλητής έχει ύφος αμφιβολίας του υποδεικνύετε δωμάτια χαμηλότερης τιμής.

Έχουν υπάρξει μεγάλες διαφωνίες και συζητήσεις στο πώς να προσδιοριστεί η τιμή του δωματίου<sup>152</sup>. Η ιδέα βέβαια, είναι να χρεώνεις ένα ποσό που θα αποφέρει το μεγαλύτερο κέρδος, το οποίο όμως δεν θα είναι τόσο υψηλό, ώστε να έρθει ο πελάτης ξανά στο μέλλον<sup>153</sup>.

Η τιμή που θα ορίσει το ξενοδοχείο για να χρεώσει τον πελάτη, πρέπει προέρχεται από νομικές διατάξεις, που καθορίζουν τις τιμές ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και τη χρονική περίοδο (υψηλή, χαμηλή) · ωστόσο η επιχείρηση μπορεί να κάνει κάποιες αποκλίσεις γύρω από την τιμή που έχει θεσπίσει η πολιτεία, αλλά σε μια παράνομη ανατίμηση της επιβάλλεται πρόστιμο.

Ωφέλιμο για τα έσοδα ενός ξενοδοχείου θα ήταν να γίνονται ιδιαίτερες τιμές σε πελάτες που είναι συχνοί ή σε groups μαθητών, ιδίως σε χαμηλές περιόδους ζήτησης, αλλά αυτό είναι κάτι που εξαρτάται από τις στρατηγικές και τις μεθόδους που ακολουθεί το τμήμα marketing και πωλήσεων, για την αύξηση των εσόδων του καταλύματος.

---

<sup>152</sup> Donald E. Lundberg, *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 146.

<sup>153</sup> Donald E. Lundberg, *ό. π.*, σ. 146.

Όπως έχει υπογραμμιστεί και σε προηγούμενα κεφάλαια, το τμήμα υποδοχής είναι αυτό που θα διαμορφώσει την εικόνα για το ξενοδοχείο στον πελάτη-επισκέπτη, μέσω της παροχής τη φιλοξενίας, της εξυπηρέτησης και των παρεχόμενων υπηρεσιών, που θα του προσφέρει από τη στιγμή της άφιξης, μέχρι και τη στιγμή της αναχώρησης.

Η υποδοχή θα πρέπει να επιταχύνει τη διαδικασία της καταχώρισης (check-in) κατά την άφιξη των πελατών και να μην αργοπορεί, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ομαδικές αφίξεις (groups), αλλά και κατά τη διαδικασία της αναχώρησης (check-out).

Για παράδειγμα είναι αναγκαίο να βοηθούν τον πελάτη όταν συμπληρώνει την κάρτα άφιξης, να του παρέχουν τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν το δωμάτιό του, καθώς και να τον βοηθούν με τις αποσκευές του.

Κατά τη διαδικασία της καταχώρισης ο υπάλληλος της υποδοχής μπορεί να επιτύχει επιπλέον πωλήσεις, π.χ. για γεύματα στο εστιατόριο, προσωπικές υπηρεσίες, όπως η φύλαξη μωρού, αγορές από τα καταστήματα του ξενοδοχείου (αν υπάρχουν), κάρτες μελών/κουπόνια για το γυμναστήριο, την πισίνα ή για οργανωμένες δραστηριότητες (π.χ. τρέξιμο, περίπατοι, περιηγήσεις κλπ.)

Η ικανότητα της υποδοχής να επιλύσει κάθε φύσης πρόβλημα (π.χ. τακτοποίηση κάποιου έκτακτου πελάτη, σε δωμάτιο ανάλογο με τις προτιμήσεις του ή αν δεν υπάρχει διαθεσιμότητα να μπορούν αν του υποδείξουν μια άλλη αντίστοιχη λύση) ή ακόμη να διαχειριστεί τα παράπονα ή αιτήματά του, με αμεσότητα, κατανόηση και δεξιοτεχνία, λειτουργεί θετικά για την αύξηση των πωλήσεων.

Στην περίπτωση που η επίλυση ή διευθέτησή του δεν είναι δυνατή, καλύτερα να ομολογείται ειλικρινώς από το προσωπικό της Υποδοχής.

Μια πολύ σημαντική ενέργεια είναι η καλή επικοινωνία και συνεργασία με το τμήμα ορόφων, για να εξασφαλιστεί ότι το δωμάτιο είναι ελεγμένο και ικανό προς ενοικίαση, όπως και με το τμήμα συντήρησης, για αποφυγή δυσάρεστων εκπλήξεων.

Στην κορυφή των παραπόνων των πελατών, βρίσκονταν η δυσαρέσκεια για την "κακή στάση των υπαλλήλων", δεύτερο ότι τα δωμάτια δεν ήταν "έτοιμα" και τρίτο ότι "δεν υπήρχε πουθενά σημειωμένη κράτηση"<sup>154</sup>.

---

<sup>154</sup> Donald E. Lundberg, *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, Αθήνα, 1997, 6<sup>η</sup> έκδοση, σ. 57.



Ωστόσο, και με τα υπόλοιπα τμήματα θα πρέπει να επιτυγχάνεται η αποτελεσματική ενδοϋπηρεσιακή επικοινωνία, για την αποτροπή παραπόνων και το συντονισμό των δραστηριοτήτων κάθε τμήματος.

Συνεπώς, η ευγενική συμπεριφορά, η ικανότητα για επίλυση των διάφορων προβλημάτων, η αποδοτικότητα, η προθυμία στην εξυπηρέτηση των πελατών, η ακριβής γνώση των προσφερόμενων υπηρεσιών της επιχείρησης, και γενικότερα η φιλόξενη μεταχείριση των επισκεπτών, από τους υπαλλήλους της υποδοχής, αλλά και η εκπαίδευσή τους μέσω του τμήματος διοίκησης ανθρωπίνων πόρων, μπορεί να λειτουργήσουν θετικά στην αύξηση των πωλήσεων.

Το θυρωρείο επίσης, που είναι υπεύθυνο για τη φύλαξη και των κλειδιών και των αποσκευών, όπως και το ταμείο για την προστασία των θυρίδων των πελατών από το χρηματοκιβώτιο, πρέπει να διατηρούν σημαντικά μέτρα προστασίας.

Επιπρόσθετα, οι υπάλληλοι υποδοχής πρέπει να φροντίζουν για τη σαφή και γρήγορη παράδοση των μηνυμάτων και αλληλογραφίας των πελατών και βέβαια ο ταμίας και ο υπάλληλος της νυχτερινής υπηρεσίας θα πρέπει να ελέγχουν τους λογαριασμούς πελατών, ενώ ταυτόχρονα, η υποδοχή θα πρέπει να παρακολουθεί λεπτομερώς την κατάσταση των δωματίων.

Κατά την αναχώρηση των πελατών από το ξενοδοχείο οι υπάλληλοι της Υποδοχής, κι αν όλα έχουν πάει καλά πρέπει να δώσουν στη σημασία στην ευκαιρία που τους δίνεται, για να προωθήσουν μελλοντικές πωλήσεις, ρωτώντας τον πελάτη αν έμεινε ευχαριστημένος από τη διαμονή του, κι αν λάβουν θετική απάντηση, να μη διστάσουν να τον ρωτήσουν αν θα επιθυμούσε μια προσωρινή κράτηση για μελλοντική διαμονή.

Ακόμη και στην περίπτωση που πολλοί λίγοι πελάτες μπορούν να δώσουν οριστική απάντηση εκείνη τη στιγμή, οι υπάλληλοι της υποδοχής έχουν εμφυτεύσει στο μυαλό τους την ιδέα και αυτό μπορεί τελικά να εξελιχθεί σε κανονική κράτηση<sup>155</sup>.

Αξιοσημείωτο είναι επίσης, το γεγονός, ότι ένας πελάτης που έμεινε ευχαριστημένος από τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τη φιλόξενη μεταχείριση των

---

<sup>155</sup> Peter Abbot- Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002, σ. 207.

υπαλλήλων της Υποδοχής και γενικά του ξενοδοχείου, αποτελεί η σημαντικότερη διαφήμιση για την προσέλκυση νέων υποψήφιων πελατών και επισκεπτών.

Επιπλέον, η εμπορική επιτυχία μιας ξενοδοχειακής μονάδας εξαρτάται από τη σωστή τήρηση ενός αρχείου στο οποίο περιλαμβάνονται όλες οι λεπτομέρειες που αφορούν στη φιλοξενία των πελατών, στη διαχείριση των κρατήσεων, στη διαδικασία άφιξης και αναχώρησης και στην αποτελεσματική λειτουργία και διατήρηση των υπηρεσιών που παρέχονται<sup>156</sup>.

Οποσδήποτε, η ξενοδοχειακή επιχείρηση πρέπει να προωθεί τους κοινωνικούς και ηθικούς στόχους της, δηλαδή να συμμετέχει θετικά στη ζωή του τόπου, παράγοντας χρήσιμες υπηρεσίες και προϊόντα με νόμιμες διαδικασίες, να μεριμνεί για την ιεραρχική προώθηση και για τις συνθήκες υγιεινής και εργασίας του προσωπικού της και να προστατεύει ουσιαστικά τους πελάτες της από κινδύνους, αρρώστιες, π.χ. να λαμβάνουν μέτρα πυρασφάλειας, ή μέτρα για την υγιεινή παρασκευή των φαγητών, απολύμανση των κοινόχρηστων χώρων και γενικότερα να φέρεται σύμφωνα με την εμπορική δεοντολογία στους προμηθευτές της και σε όλους τους εμπλεκόμενους με την τουριστική αγορά φορείς<sup>157</sup>.

Συμπερασματικά, για να μπορεί μια ξενοδοχειακή μονάδα να διαθέτει το τουριστικό της προϊόν σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα σε κάθε περίοδο τουριστικής ζήτησης, η διεύθυνση της Υποδοχής θα πρέπει να προβαίνει σε στατιστικές αναλύσεις μέσω του ιστορικού αρχείου που διατηρεί, όπως προαναφέρθηκε, αλλά και να ελέγχει την αποτελεσματικότητα της οργάνωσης των δραστηριοτήτων του τμήματος.

Ο σχεδιασμός διαχείρισης των εργασιών του τμήματος υποδοχής, περιλαμβάνει τέσσερις βασικές λειτουργίες<sup>158</sup>:

- α) τον καθορισμό της πολιτικής τιμών των δωματίων,
- β) την πρόβλεψη της διαθεσιμότητας των δωματίων,
- γ) την πρόβλεψη για τα έσοδα των δωματίων και
- δ) την πρόβλεψη του προϋπολογισμού των εξόδων.

---

<sup>156</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997, σ. 24.

<sup>157</sup> Βλ. πιο αναλυτικά, Ευγένιος Φραγκιαδάκης, *Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*, Ρέθυμνο, 4<sup>η</sup> έκδοση, 2004, σ. 83.

<sup>158</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 209.

Ακόμη, θα πρέπει να υιοθετεί τις αρχές του ξενοδοχειακού μάρκετινγκ, που ανιχνεύει και αναγνωρίζει τους στόχους της αγοράς, δηλαδή που υπονοεί την έρευνα, του οποίου ένα τμήμα είναι και η προώθηση των πωλήσεων.

Επιπλέον, η πολιτική αποδεκτών στην ευρύτερη τουριστική αγορά τιμών δωματίων από το ξενοδοχείο, και βέβαια, η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση των υπαλλήλων της υποδοχής με προγράμματα, νέες ιδέες, μέσω του τμήματος της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων, ταυτόχρονα με το στρατηγικό σχεδιασμό που θα επινοήσει ο διευθυντής της Υποδοχής με τη συμμετοχή των προϊσταμένων των άλλων τμημάτων του καταλύματος, οδηγούν στην αύξηση των πωλήσεων και το επακόλουθο κέρδος της επιχείρησης.

### **5.3 Επικοινωνία στην ομάδα της Υποδοχής**

Για την αποτελεσματική οργάνωση και λειτουργία της Υποδοχής χρειάζεται η εσωτερική ενδοτμηματική επικοινωνία των υπαλλήλων της, οι οποίοι λειτουργούν ταυτόχρονα και ως πομποί κι ως δέκτες πληροφοριών.

Ακόμη, το τμήμα Front Office ενημερώνει και επικοινωνεί με τη Διεύθυνση της Υποδοχής, σχετικά με την επίλυση διαφόρων αιτημάτων πελατών που δεν μπορεί το προσωπικό της να επιλύσει ή ασυμφωνίες κατά το νυχτερινό έλεγχο ή στην καταμέτρηση των μετρητών του ταμείου, είτε έχουν να κάνουν με την παράδοση αναφορών για τις κρατήσεις ή προβλέψεις κίνησης, είτε στατιστικών στοιχείων για τον καλύτερο σχεδιασμό για την αύξηση των εσόδων κλπ.

Η επικοινωνία των υπαλλήλων στην Υποδοχή πραγματοποιείται μέσω της διοργάνωσης από τον προϊστάμενο του τμήματος τακτικών συγκεντρώσεων του προσωπικού (meetings) για να γίνει ένας εποικοδομητικός διάλογος για ποικίλα ζητήματα που έχουν προκύψει, για να προωθηθούν νέες ιδέες και σκέψεις για βελτίωση των εσόδων της επιχείρησης, και καλύτερη οργάνωση του τμήματος.

Επιπλέον ο υπεύθυνος της Υποδοχής μεριμνά και για τη συνεχή πληροφόρηση σημαντικών περιστατικών και συμβάντων κατά τη διάρκεια ολόκληρου του ωραρίου λειτουργίας του τμήματος.

Οι συναντήσεις του προσωπικού του front office, οι οποίες είναι υποχρεωτικές για όλους τους υπαλλήλους της Υποδοχής, συνήθως πραγματοποιούνται σε μηνιαία

βάση και στοχεύουν στην αρμονικότερη αποδοτικότερη συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων του, έχοντας βασικούς στόχους την καλλιέργεια στενότερων σχέσεων μεταξύ τους για μεγαλύτερη εργασιακή απόδοση.

Τα πιο συνηθισμένα θέματα που συζητούνται στις συγκεκριμένες συγκεντρώσεις, είναι τα εξής<sup>159</sup>:

- Παράπονα πελατών που αφορούν προσφερόμενες υπηρεσίες του τμήματος ή προσφερόμενες υπηρεσίες συνεργαζόμενων τμημάτων (housekeeping, συντήρηση κλπ.).
- Συγχαρητήρια πελατών που αφορούν προσφερόμενες υπηρεσίες κατά την άψογη εξυπηρέτηση εκ μέρους των υπαλλήλων του τμήματος.
- Παρουσίαση νέων συναδέλφων στο υπόλοιπο προσωπικό.
- Ανακοίνωση προαγωγών.
- Ενημέρωση για πιθανές διαφοροποιήσεις στην τιμολογιακή πολιτική και τους εργασιακούς όρους του ξενοδοχείου.
- Επιμόρφωση και εκπαίδευση του προσωπικού σε λειτουργικές διαδικασίες του τμήματος.

Ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας της ομάδας που συνθέτει την Υποδοχή, σε καθημερινή βάση αποτελεί το γνωστό βιβλίο βάρδιας (Log Book), ένα είδος ημερολογίου θα μπορούσαμε να πούμε, στο οποίο αναγράφονται από τον υπάλληλο της προηγούμενης βάρδιας όλες οι σημαντικές πληροφορίες, όπως ασυνήθιστα συμβάντα, αναμενόμενες ή έκτακτες αφίξεις και αναχωρήσεις πελατών, διάφορα αιτήματα πελατών, πχ. για τυχόν βλάβες στο δωμάτιο, για αλλαγές δωματίων κ.ά.

Οι πληροφορίες που περιέχει το βιβλίο βάρδιας μελετώνται από τους υπαλλήλους Υποδοχής, τόσο κατά την ανάληψη των εργασιακών τους καθηκόντων, όσο και κατά την παράδοση της βάρδιας στους συναδέλφους τους.

Και βέβαια, η επικοινωνία των εργαζομένων στην Υποδοχή πραγματοποιείται συχνά και με προφορικό τρόπο, μέσω της έγκαιρης προσέλευσης, - συνήθως ένα τέταρτο της ώρας νωρίτερα - των υπαλλήλων για να αναλάβουν τη βάρδιά τους, να ενημερωθούν για την κατάσταση λειτουργίας του ξενοδοχείου (House Status) και να παραλάβουν το ταμείο.

---

<sup>159</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 66.

Η επικοινωνία μεταξύ του προσωπικού της Υποδοχής, για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και τη διεκπεραίωση των λειτουργιών της, βρίσκεται στο επίκεντρο των στόχων του τμήματος, και βέβαια πρέπει να σημειώσουμε, πως και όλος ο εξοπλισμός της χρησιμεύει για την αποθήκευση, ανάλυση και διοχέτευση των πληροφοριών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **6.1 Το Τμήμα Ορόφων (Housekeeping)**

Το τμήμα ορόφων αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα τμήματα εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου, αφού μετά την Υποδοχή, καλωσορίζει και αυτό τον πελάτη, μέσω της καθαρής εμφάνισης των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων, και δείχνει ενδιαφέρον και φροντίδα όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα στη διαμονή του, ενεργώντας για την αντιμετώπισή του. Επιπλέον, διαδραματίζει ένα ουσιώδη ρόλο στη σημερινή ξενοδοχειακή βιομηχανία.

Εξ' ορισμού, η φιλοξενία είναι η εγκάρδια και γενναιόδωρη αποδοχή και διασκέδαση των πελατών ή των αγνώστων ανθρώπων, κι από τον ορισμό αυτό λαμβάνουμε την αίσθηση ενός ανοιχτού σπιτιού και μιας μεγάλης αγκαλιάς, ενώ ανεξάρτητα από τους λόγους που κάνουν τους ανθρώπους να μένουν μακριά από το σπίτι τους, οι άνθρωποι αυτοί χρειάζονται περιποίηση, ένα καθαρό και άνετο μέρος για να ξεκουραστούν ή να κοιμηθούν<sup>160</sup>.

Ο σπουδαίος αυτός κλάδος εκμετάλλευσης οφείλει να προσφέρει ευχάριστη και άνετη διαμονή στους ενοίκους με τη σύγχρονη επίπλωσή του, την καθαριότητα, τη θέρμανση-κλιματισμό, την καλή διακόσμηση, και με τις άλλες εξυπηρετήσεις που προσφέρουν όπως το τηλέφωνο, ράδιο, τηλεόραση, mini bar, κ.ά., δηλαδή ένα σπίτι μακριά από το σπίτι, αφού έτσι θεωρεί ο κάθε πελάτης το ξενοδοχείο, και ειδικά το

---

<sup>160</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 166.

δωμάτιο που διαμένει, και περιμένει να το βρει καθαρό, άνετο, βολικό, και με κάποια σχετική πολυτέλεια<sup>161</sup>.



Το κυριότερο έργο της υπηρεσίας ορόφων, συνίσταται στην καθαριότητα των δωματίων τα - οποία και αποτελούν και τη βασικότερη πηγή εσόδων από τη διάθεση του ξενοδοχειακού προϊόντος - ώστε αυτά να είναι ικανά προς πώληση.

Το τμήμα ορόφων είναι επίσης, υπεύθυνο για θέματα όπως η εσωτερική διακόσμηση των δωματίων και η τοποθέτηση φρέσκων λουλουδιών για τους VIP, και για το λόγο αυτό δεν πρέπει να το ταυτίζουμε με μία ηλεκτρική σκούπα, ενώ ένα σωστά οργανωμένο τμήμα ορόφων, παίζει ζωτικό ρόλο σε κάθε ξενοδοχείο<sup>162</sup>.

## 6.2 Στελέχωση του Τμήματος Ορόφων

Η σύνθεση του προσωπικού της υπηρεσίας ορόφων εξαρτάται από το μέγεθος του ξενοδοχείου. Συχνά παρατηρούμε - χωρίς να αποτελεί γενίκευση - το τμήμα ορόφων να στελεχώνεται από προσωπικό γένους θηλυκού, διευθύνεται από τη Γενική Προϊσταμένη ορόφων (housekeeper), η οποία είναι υπεύθυνη για τον προγραμματισμό και τη διεύθυνση των εργασιών αυτού του τμήματος.

Ωστόσο, οι λειτουργίες housekeeping των ορόφων δεν αποτελούν πλέον αποκλειστική περιοχή των γυναικών, ούτε θεωρούνται πλέον μειωτικές ή λιγότερο

---

<sup>161</sup> Λάμπρος Καταραχιάς, *Μάνατζμεντ Υποδοχής - Οργάνωση και Λειτουργία του Τμήματος Υποδοχής των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Έλλην, Αθήνα, 1998, σ. 21.

<sup>162</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 128.

σημαντικές από τις άλλες λειτουργίες στην ξενοδοχειακή οργάνωση, ενώ εξαιτίας του πολυάριθμου προσωπικού που χρησιμοποιείται, δίνουν την ευκαιρία σε νεαρούς διευθυντές να αναπτύξουν τις ηγετικές τους ικανότητες και γνώσεις<sup>163</sup>.

Μια συνηθισμένη οργανωτική δομή του προσωπικού του housekeeping είναι η εξής:

- Προϊσταμένη ορόφων (Housekeeper),
- Βοηθός/οί προϊσταμένης ορόφων ή επόπτης/τριες για κάθε όροφο,
- Καμαριέρες,
- Θαλαμηπόλοι ή βαλέδες,
- Υπεύθυνος/η πλυντηρίου, σιδερωτηρίου,
- Εργαζόμενοι στο πλυντήριο, σιδερωτήριο,
- Υπεύθυνος/η αποθήκης λινών
- Εργαζόμενοι στην αποθήκη λινών
- Υπεύθυνος/η κοινοχρήστων χώρων,
- Καθαρίστριες,
- Εργαζόμενος στο γραφείο απωλεσθέντων και ανευρεθέντων (Lost & Found).

Ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης η προϊσταμένη του housekeeping συνεπικουρείται στο έργο της από τις βοηθούς της, που ονομάζονται και επόπτριες ορόφων, και οι οποίες αναλαμβάνουν την ευθύνη της καθαριότητας στα τμήματα των ορόφων, ανάλογα με τις υποδείξεις της προϊσταμένης.

Η Γενική προϊσταμένη θα πρέπει να διαθέτει ως προσόντα της το ενδιαφέρον για το προσωπικό και σωστή συμπεριφορά προς αυτό, ευχάριστη προσωπικότητα και ικανότητα στο να επιβάλλεται στο προσωπικό, αφοσίωση στην εργασία της, αυστηρότητα και σχολαστικότητα στην τήρηση ωραρίου και κανόνων καθαριότητας, ακρίβεια, δικαιοσύνη και αμεροληψία στις υποδείξεις της και στις σχέσεις της με τους άλλους<sup>164</sup>.

---

<sup>163</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 178-179.

<sup>164</sup> Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία τους Ξενοδοχείου*, Έλλην, β' έκδ., Αθήνα, 1997, τόμ. α', σ. 52.

Σε ένα μεγάλο ξενοδοχείο, υπάρχει συνήθως ένας υπεύθυνος για κάθε δύο ορόφους ή για έναν αριθμό δωματίων, οι οποίοι σε συνεργασία με την υπεύθυνη ολόκληρου του τμήματος, επιθεωρούν τα δωμάτια που έχουν καθαριστεί και εκείνα που είναι κενά, ώστε να επιβεβαιώσουν ότι είναι έτοιμα προς πώληση, ενώ τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία, διαθέτουν ειδικούς ελεγκτές που επιθεωρούν τα δωμάτια εκ μέρους των υπευθύνων<sup>165</sup>.

Επίσης, ο σημερινός, σύγχρονος υπεύθυνος ορόφων πρέπει να είναι ένας εκπαιδευμένος διευθυντής, που θα έχει εξασκηθεί στη σχεδίαση, οργάνωση, διοίκηση και έλεγχο των λειτουργιών, αλλά και στη διοίκηση των ανθρωπίνων σχέσεων, να έχει μια άριστη γνώση ελέγχου του κόστους, μια πολύ καλή εμπειρία στις αγορές, τη διακόσμηση, και την ανακαίνιση, αλλά να είναι και ικανός για σωστό καταμερισμό της εργασίας και διανομή της απαραίτητης εξουσίας για δράση και απόδοση ευθυνών<sup>166</sup>.

Οι υπεύθυνοι ορόφων πρέπει να διαθέτουν άριστες ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας, αφού το προσωπικό που έχουν υπό την επίβλεψή τους είναι πολυάριθμο και πολυσύνθετο, θα πρέπει να είναι εξαιρετικά οργανωμένα άτομα, ώστε να είναι σε θέση να παρακολουθούν το μεγάλο αριθμό ειδών που χρειάζεται το τμήμα, ενώ οι μισθοί των υπευθύνων ορόφων σε ορισμένα μεγάλα ξενοδοχεία είναι αρκετά υψηλοί<sup>167</sup>.

Οι καμαριέρες καθαρίζουν τα δωμάτια των πελατών και τα εφοδιάζουν (με σαπουνάκια, πετσέτες κλπ.) τα δωμάτια των ενοίκων, ενώ ταυτόχρονα ελέγχουν τις υδραυλικές ή ηλεκτρικές εγκαταστάσεις του για τυχόν βλάβες.

Από την άλλη, οι καθαρίστριες αναλαμβάνουν τον καθαρισμό των κοινόχρηστων χώρων (διαδρόμους, σαλόνια, ανελκυστήρες, κλιμακοστάσια κλπ.), ενώ οι θαλαμηπόλοι ή οι βαλέδες, εκτελούν βαρύτερες εργασίες, όπως μεταφορές λινών, μεταφορά απορριμμάτων, μετακίνηση επίπλων κλπ.

---

<sup>165</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 130.

<sup>166</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 167-168.

<sup>167</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *ό.π.*, σ. 130.



Επιπλέον, σε μεγάλα ξενοδοχεία μπορεί να υπάρχει κι ανθοκόμος, που να ασχολείται αποκλειστικά με την εσωτερική διακόσμηση με λουλούδια των δωματίων των πελατών, αλλά και ολόκληρης ξενοδοχειακής μονάδας, με μερική ή πλήρη απασχόληση.

Συνήθως, το προσωπικό του τμήματος ορόφων εργάζεται στην πρωινή βάρδια, (06:30) 7.00 – (14:30) 15.00 όμως σε μεγαλύτερα ξενοδοχεία απασχολείται και σε άλλες δύο, την απογευματινή και τη βραδινή.

Οι καμαριέρες της απογευματινής βάρδιας συνήθως φρεσκάρουν το δωμάτιο, τακτοποιούν διακριτικά τα προσωπικά αντικείμενα των πελατών, αν υπάρχει εμφανής αταξία στο χώρο, εφοδιάζουν το δωμάτιο με επιπλέον λινά ή άλλα είδη (σαπουνάκια χαρτί υγείας κλπ.), ενώ αν προβλέπεται αναχώρηση τις απογευματινές ώρες το καθαρίζουν. Επίσης, το απόγευμα οι καμαριέρες μπορεί να επιμελούνται για την καθαριότητα και των κοινοχρήστων χώρων.

Η νυχτερινή βάρδια συνήθως απασχολεί ελάχιστο προσωπικό, και καθήκοντά της είναι ο ανεφοδιασμός των δωματίων με επιπλέον λινά και άλλα υλικά, ετοιμασία δωματίων σε ειδικές περιπτώσεις, καθαρισμός κοινοχρήστων χώρων νωρίς το πρωί, πριν αρχίσει η κυκλοφορία των πελατών.

Ο υπεύθυνος της λινόθηκης παραλαμβάνει, καταμετρά και παραδίδει ενυπόγραφα τα λινά που προορίζονται για τα διάφορα τμήματα και φροντίζει μαζί με το προσωπικό του για την προμήθεια καθαρού ιματισμού, σε όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου.

Επιπλέον, συχνά μέσα στο χώρο της λινόθηκης ή δίπλα σε αυτόν λειτουργεί τμήμα ραπτικής γι' αυτό και υπάρχει αντίστοιχη θέση μοδίστρας ή μόδιστρου.

Στο τμήμα πλυντηρίου, σε όσα ξενοδοχεία διαθέτουν εσωτερικό πλυντήριο υπεύθυνος είναι ο προϊστάμενος πλυντηρίου, που μεριμνά για το πλύσιμο, στέγνωμα και σιδέρωμα του ιματισμού του ξενοδοχείου, αλλά και των ενδυμάτων που παραδίδουν οι πελάτες για καθαρισμό.

Επιπλέον, επωμίζεται και την ευθύνη των υλικών καθαρισμού που χρησιμοποιούνται σε κάθε πλύση, λόγω του ότι αν χρησιμοποιηθούν μεγάλες ποσότητες τα λινά φθείρονται σε πιο σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ αν χρησιμοποιηθούν μικρότερες δεν επιτυγχάνεται ο αποτελεσματικός καθαρισμός τους.

Το προσωπικό του τμήματος ορόφων ανεξάρτητα από το φύλο του επιτελεί μια πολύ σημαντική εργασία, ισοδύναμης αξίας με τις αρμοδιότητες των

εργαζομένων των υπολοίπων τμημάτων της ξενοδοχειακής επιχείρησης, και συντελούν σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση από τους φιλοξενούμενους μιας καλής ή κακής εικόνας για το ξενοδοχείο και στη διασφάλιση της ικανοποίησής του.

Ο Robert Martin, θυμάται μια στιγμή αλήθειας, αρκετά χρόνια πίσω, όταν άκουσε το σχόλιο ενός γενικού διευθυντή σε μια βοηθό τομέα, που εκείνη τη στιγμή (1:00 το πρωί), έτυχε να σφουγγαρίζει τις αντρικές τουαλέτες, όταν ο γενικός διευθυντής είπε:

"Ξέρεις, αυτό που κάνεις είναι το ίδιο σημαντικό και απαραίτητο με αυτό που κάνω εγώ κάθε ημέρα. Απλά κάνουμε διαφορετικά πράγματα και εργαζόμαστε σε διαφορετικά επίπεδα ικανοτήτων. Όταν η εταιρία νομίζει ότι μπορεί να λειτουργήσει χωρίς τον έναν από τους δυο μας, θα μας απολύσει. Δε νομίζω να το κάνει, αλλά μέχρι να γίνει κάτι τέτοιο, να θυμάσαι ότι η δουλειά σου είναι τόσο σημαντική όσο η δική μου!"<sup>168</sup>

### 6.3 Οργάνωση του housekeeping

Το τμήμα ορόφων που όπως προαναφέραμε αναλαμβάνει την καθαριότητα των δωματίων και των κοινοχρήστων χώρων οργανώνεται στα παρακάτω τέσσερα υποτμήματα:

- Τμήμα καθαριότητας δωματίων
- Τμήμα καθαριότητας κοινοχρήστων χώρων
- Τμήμα λινόθηκης ή ιματιοθήκης (συνχνά στεγάζεται στο χώρο της λινόθηκης και τμήμα ραπτικής)
- Τμήμα πλυντηρίου
- Τμήμα απολεσθέντων και ανευρεθέντων αντικειμένων

---

<sup>168</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 179.

Η καθαριότητα των δωματίων και η ετοιμότητα και διάθεσή τους προς πώληση είναι το έργο που αναλαμβάνουν οι καμαριέρες μέσω του συντονισμού των εργασιών από την Προϊσταμένη ορόφων (housekeeper) και των βοηθών της.

Η housekeeper προγραμματίζει καθημερινά το έργο του προσωπικού των Ορόφων έπειτα από τη συνεργασία της με την Υποδοχή για να ενημερωθεί για τα δωμάτια που πρέπει να καθαριστούν, αλλά και να πληροφορήσει αντίστοιχα, την Υποδοχή για τα δωμάτια που είναι έτοιμα προς πώληση.

Ο καθαρισμός των δωματίων που πραγματοποιείται από τις καμαριέρες αφορά την αλλαγή σεντονιών, στρώσιμο του κρεβατιού, ξεσκόνισμα των επίπλων, διακριτική τακτοποίηση των ατομικών αντικειμένων των πελατών, σκούπισμα των χαλιών, καθαρισμό των σταχτοδοχείων, πλύσιμο της τουαλέτας και του νιπτήρα, εφοδιασμός του δωματίου με σαπούνια, πετσέτες κ.ά, αλλά και έλεγχο της λειτουργίας των ηλεκτρικών, υδραυλικών κλιματιστικών κλπ. εγκαταστάσεων, για την εντόπιση τυχόν βλάβης και ενημέρωση της Προϊσταμένης ορόφων και του τμήματος συντήρησης.

Οι καμαριέρες διαθέτουν ένα μικρό χώρο στους ορόφους που ονομάζεται office ορόφων ή λινόθηκη ορόφων, τα οποία μπορεί να περιέχει και γραφείο, όπου φυλάσσουν το τρόλεϊ μεταφοράς του εξοπλισμού και των προϊόντων καθαρισμού, τα προσωπικά τους είδη κλπ.

Στο τμήμα καθαριότητας κοινοχρήστων χώρων ενός ξενοδοχείου, εργάζονται με μερική ή πλήρη απασχόληση οι καθαρίστριες, με ωράριο που μπορεί να ποικίλλει, και αναλαμβάνουν τον καθαρισμό της υποδοχής - η οποία πρέπει πάντα να είναι καθαρή, γιατί διαμορφώνει την εικόνα που θα σχηματίσει ο πελάτης για το ξενοδοχείο - όπως και των κοινοχρήστων τουαλετών, γραφείων, μπάνιων, δωματίων προσωπικού, διαδρόμων, κλιμακοστασίων κ.ά.

Στο τμήμα λινόθηκης φυλάσσεται ο υφαντισμός του ξενοδοχείου, που αποκαλείται με τον όρο "λινά" εννοώντας τα σεντόνια, τραπεζομάντιλα, πετσέτες, κουρτίνες, μαξιλάρια, μαξιλαροθήκες, στολές προσωπικού κ.ά. Η λινόθηκη συνήθως βρίσκεται κοντά στο τμήμα πλυντηρίου, στα υπόγεια του ξενοδοχείου.

Το τμήμα πλυντηρίου αποτελεί τμήμα του housekeeping, αλλά σε μεγάλα ξενοδοχεία αποτελεί ξεχωριστό τμήμα, ενώ εκείνα που δε διαθέτουν εσωτερικά πλυντήρια, συνεργάζονται με ιδιωτικά καθαριστήρια

Έργο του είναι το πλύσιμο, σιδέρωμα, καθώς και η φύλαξη και η εξαγωγή όλου του ιματισμού στη λινόθηκη του ξενοδοχείου, υπεύθυνη της οποίας είναι η Προϊσταμένη Λινόθηκης, συνεπικουρούμενη στα καθήκοντά της από τις βοηθούς της. Επίσης, ιματισμό μπορούν να παραδώσουν κι οι πελάτες αν προβλέπεται στις παρεχόμενες από το ξενοδοχείο υπηρεσίες (laundry service).

Τα ακάθαρτα λινά φθάνουν στο πλυντήριο, ενυπόγραφα από την Προϊσταμένη ορόφων ή από τις καμαριέρες, ενώ τα καθαρά παραδίδονται στη Λινόθηκη. Έπειτα, στο τμήμα πλυντηρίου ελέγχονται και διαχωρίζονται τα φθαρμένα, από τα λερωμένα είδη, ενώ ταξινομούνται χωριστά τα λερωμένα από δύσκολους λεκέδες λινά που χρειάζονται ειδικότερο καθαρισμό.

Ο υπεύθυνος πλυντηρίου πρέπει να είναι προσεκτικός στα υλικά καθαρισμού και στην ποσότητα που χρησιμοποιεί σε κάθε πλύση για να μην προκληθεί καταστροφή της ποιότητάς τους ή μείωση του χρόνου ζωής τους.

Έχοντας πάντα υπόψη το μεγάλο κόστος τόσο της αγοράς όσο και του πλυσίματος των λινών θα πρέπει να φροντίζουμε ώστε το προσωπικό που θα απασχοληθεί στο τμήμα να εκπαιδευτεί στη σωστή χρήση των μηχανημάτων, ενώ η ζωή των λινών εξαρτάται από τη σωστή χρησιμοποίησή τους και τη μεταχείριση που έχουν στο πλυντήριο, γι' αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για το πλύσιμο υλικά καλής ποιότητας, και η Προϊσταμένη της Λινόθηκης ή, αν δεν υπάρχει, η Προϊσταμένη Ορόφων θα πρέπει να επισκέπτεται συχνά το Πλυντήριο για την πρόληψη τυχόν παρεξηγήσεων και την εξασφάλιση της καλής συνεργασίας του τμήματος<sup>169</sup>.

Ένα ακόμη τμήμα που συνθέτει την οργανωτική δομή της υπηρεσίας Ορόφων, είναι αυτό των απωλεσθέντων και ανευρεθέντων αντικειμένων των πελατών του ξενοδοχείου (Lost & Found).

Οτιδήποτε ξεχασθεί από τα προσωπικά είδη των ενοίκων στο δωμάτιο ή χαθεί σε οποιοδήποτε χώρο του ξενοδοχείου, αποτελεί μέριμνα της Προϊσταμένης ορόφων, η οποία το φυλάσσει, έως ότου ζητηθεί, συμπληρώνοντας παράλληλα, ένα έντυπο και αποστέλλοντας αντίγραφο του στην Υποδοχή.

---

<sup>169</sup> Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου*, Έλλην, Αθήνα, 1992, τόμ. β', σ. 67.

Η παράδοσή του στον πελάτη (κάτοχο), πραγματοποιείται μετά από γραπτή του αίτηση, στην οποία αναφέρεται η απώλειά του<sup>170</sup>. Αν δε ζητηθεί μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα παραδίδεται στον υπάλληλο που το βρήκε.

Η οργανωτική δομή λοιπόν, της υπηρεσίας Ορόφων, μέσω των υποτημημάτων της, όταν λειτουργεί σωστά και αποτελεσματικά, διαδραματίζει ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην κερδοφορία και στην αύξηση του κύρους της ξενοδοχειακής επιχείρησης στην τουριστική αγορά, αλλά και στην άνεση των πελατών και στη διασφάλιση της ικανοποίησής τους.

#### **6.4 Λειτουργίες του τμήματος ορόφων**

Το προσωπικό του τμήματος ορόφων εκτελεί τέσσερις κύριες λειτουργίες<sup>171</sup>:

- Γραφική εργασία (συμπλήρωση αναφορών και προγραμμάτων εργασίας),
- Παραγγελίες και έλεγχο των απαραίτητων υλικών και εξοπλισμού καθαριότητας,
- Εκπαίδευση νέων υπαλλήλων,
- Καθαρισμός των δωματίων και των κοινοχρήστων χώρων.

Κύρια υπεύθυνη αυτού του τμήματος είναι η Προϊσταμένη ορόφων, όπως έχει προαναφερθεί, η οποία κάθε πρωί φροντίζει να διανείμει τα καθήκοντα του προσωπικού της, αφού πληροφορηθεί από την Υποδοχή για την κατάσταση των δωματίων που πρέπει να καθαριστούν, αλλά κι αφού την ενημερώσει αντίστοιχα για τα δωμάτια που είναι έτοιμα και ικανά προς πώληση, μέσω της αναφοράς της (housekeeping report).

Πιο συγκεκριμένα, το απόγευμα της προηγούμενης ημέρας, η προϊσταμένη παίρνει μια κατάσταση από την Υποδοχή στην οποία είναι καταχωρημένοι όλοι οι διαμένοντες στο ξενοδοχείο και εκείνοι που πρόκειται να αναχωρήσουν την επομένη, και με βάση την κατάσταση αυτή και αφού την επαληθεύσει, χωρίζει την εργασία

---

<sup>170</sup> Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007, σ. 144.

<sup>171</sup> Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου*, Έλλην, Αθήνα, 1997, β' έκδ., σ. 52.

κατά όροφο και συμπληρώνει τα έντυπα που θα δοθούν στις καμαριέρες, οι οποίες βάση του εντύπου, αφού κάνουν έλεγχο σε όλα τα δωμάτια και αφού τα τακτοποιήσουν, πρέπει να συμπληρώσουν το ειδικό έντυπο Maid's Report (Αναφορά καμαριέρας) που το παραδίδουν στην προϊσταμένη για να συμπληρώσει τη δική της αναφορά (Housekeeper's Report)<sup>172</sup>.

Η Αναφορά της προϊσταμένης ορόφων αποστέλλεται στην Υποδοχή, για να συγκριθεί με την κατάσταση των διαθέσιμων δωματίων, κι αν διαπιστωθούν ασυμφωνίες (room status discrepancy), σημειώνονται σε άλλο έντυπο που ονομάζεται Room Comparison Report, για να ελεγχθεί από την προϊσταμένη και τις καμαριέρες και έπειτα, επιστρέφεται τελικώς στη Ρεσεψιόν.

Οι υπεύθυνοι των ορόφων διενεργούν επίσης περιοδικούς και έκτακτους ελέγχους για να επιθεωρήσουν την πρόοδο των εργασιών των καμαριέρων, αλλά και να διαπιστώσουν τις ανάγκες του κάθε δωματίου ξεχωριστά.



Για παράδειγμα ορισμένα δωμάτια μπορεί να έχουν φθαρμένους τοίχους και να χρειάζονται βάνσιμο ή κατεστραμμένα έπιπλα είτε να αντιμετωπίζουν πρόβλημα σε κάποια εγκατάστασή τους και να χρήζουν επισκευής, είτε να χρειάζονται μια διαφορετική διακόσμηση.

Ο καθαρισμός των υπνοδωματίων πραγματοποιείται, όπως προαναφέρθηκε, από τις καμαριέρες, ενώ των κοινοχρήστων χώρων από τις καθαρίστριες.

Μια άλλη λειτουργία του τμήματος ορόφων, είναι η προμήθεια υλικών και εξοπλισμού καθαριότητας, αλλά και ο έλεγχός τους, ιδιαίτερα των καθαριστικών προϊόντων, από την housekeeper, καθώς κι η παροχή κατάλληλης εκπαίδευσης του προσωπικού που συντονίζει για τη σωστή χρησιμοποίησή τους.

---

<sup>172</sup> Λεωνίδα Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Interbooks, Αθήνα, 1991, σ. 75.

Επιπλέον, η υπεύθυνη ορόφων, έχει την ευθύνη για την πρόσληψη του προσωπικού, το οποίο ανάλογα με το μέγεθος της εγκατάστασης, μπορεί να αποτελείται από έναν ή περισσότερους βοηθούς και μία γραμματέα, ενώ λειτουργεί και ως χρηματοδότης για ορισμένες εργασίες δύσκολες και χρονοβόρες που αναλαμβάνονται από εξωτερικά συνεργεία, όπως για παράδειγμα ο καθαρισμός χαλιών<sup>173</sup>.

Είναι σημαντικές οι γνώσεις για την επιτήρηση του ανειδίκευτου προσωπικού, ενώ οι βασικές γνώσεις ξένων γλωσσών είναι απαραίτητες στον προϊστάμενο ορόφων, ο οποίος πρέπει να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους υπαλλήλους, και επίσης, είναι απαραίτητος ο ακριβής προγραμματισμός των υπαλλήλων, ώστε να ελέγχονται τα εργατικά έξοδα<sup>174</sup>.

Ακόμη, η προϊσταμένη της υπηρεσίας των ορόφων φροντίζει να ενημερώνει τις καταστάσεις με τις άδειες και τα ρεπό του προσωπικού.

Το τμήμα ορόφων εκτός από τις τέσσερις λειτουργίες που επιτελεί, οι οποίες αναφέρθηκαν παραπάνω, μεριμνά και για την ικανοποίηση των ιδιαίτερων αιτημάτων του πελάτη, όπως για παράδειγμα την προσθήκη ενός επιπλέον κρεβατιού, δανεισμός συσκευών για σιδέρωμα ρούχων κλπ, καθώς, επίσης, φροντίζει για οτιδήποτε σχετίζεται με τη βελτίωση της αισθητικής των χώρων του ξενοδοχείου, (πχ. διακόσμηση με άνθη κ.ά.)

Για να προγραμματίσει το τμήμα του housekeeping τις εργασίες του, κυρίως μέσω της προϊσταμένης του, να συνεργάζεται και με τα υπόλοιπα τμήματα της ξενοδοχειακής μονάδας. Πιο συγκεκριμένα, η υπηρεσία ορόφων επικοινωνεί και συνεργάζεται:

- με το τμήμα συντήρησης για την επιδιόρθωση βλαβών στις εγκαταστάσεις και στον εξοπλισμό των δωματίων των ενοίκων, αλλά και των κοινοχρήστων χώρων του ξενοδοχείου,
- με τα επισιτιστικά τμήματα για την ανταλλαγή λινών,
- με το θυρωρείο, για τη μεταφορά αποσκευών των πελατών,

---

<sup>173</sup> Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003, σ. 130.

<sup>174</sup> James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000, σ. 56.

- με το λογιστήριο για τους μισθούς των υπαλλήλων του τμήματος ορόφων, μέσω της έγγραφης αναφοράς της προϊσταμένης, και κυρίως,
- με την Υποδοχή, σχετικά με την πραγματική κατάσταση των υπνοδωματίων, μια συνεργασία και ιδιαίτερα απαραίτητη.

## **6.5 Συνεργασία της Υποδοχής με το τμήμα Ορόφων (Housekeeping) με στόχο την προώθηση των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας.**

Οι υπηρεσίες της Υποδοχής και των Ορόφων είναι αλληλένδετες, γι' αυτό και συντονίζουν τις δραστηριότητες τους, με κεντρικό στόχο, τη διαθεσιμότητα των δωματίων και την ικανοποίηση των πελατών, εφόσον οι μη συντονισμένες ενέργειές τους θα δημιουργούσαν άσχημη εικόνα στους ενοίκους του ξενοδοχείου και θα λειτουργούσαν αρνητικά για τη φήμη του ξενοδοχείου στην τουριστική αγορά.

Το τμήμα δωματίων ενός ξενοδοχείου είναι το τμήμα που σχετίζεται άμεσα και μόνο με τις πωλήσεις, την πληρότητα και την εξυπηρέτηση των δωματίων, ενώ θεωρείται συνήθως ένας συνδυασμός των δύο κυρίαρχων λειτουργικών τμημάτων της υποδοχής και των ορόφων<sup>175</sup>.

Η προϊσταμένη ορόφων βασίζεται στις προβολές πωλήσεων δωματίων-δηλαδή σε μια εβδομαδιαία έκθεση που ετοιμάζεται και διανέμεται από το διευθυντή υποδοχής και η οποία υποδεικνύει τον αριθμό των αναχωρήσεων, των αφίξεων, των απροειδοποίητων, των νυχτερινών και των απραγματοποίητων αφίξεων-προκειμένου να καθορίσει το πρόγραμμα των υπαλλήλων, ενώ η έγκαιρη διανομή των προβολών πωλήσεων τον βοηθά να προγραμματίζει τις άδειες και τις διακοπές των υπαλλήλων.

Η επικοινωνία ανάμεσα στο τμήμα ορόφων και την Υποδοχή μπορεί να γίνει προφορικά (από το τηλέφωνο) ή γραπτώς. Η προφορική επικοινωνία μεταφέρει τις πληροφορίες γρήγορα, αλλά χωρίς έγγραφη τεκμηρίωση. Μια γραπτή αναφορά έχει

---

<sup>175</sup> Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999, σ. 167.



το πλεονέκτημα της τεκμηρίωσης των πληροφοριών, αλλά είναι χρονοβόρα, διότι πρέπει να παραδοθεί ιδιοχειρώς<sup>176</sup>.

Η υποδοχή ενός ξενοδοχείου, ανάλογα με τη δυναμικότητά του, διαθέτει διάφορα συστήματα, πλάνα, καταστάσεις ή ηλεκτρονικό υπολογιστή παρακολούθησης, για να πληροφορείται από το τμήμα ορόφων (housekeeping) την κατάσταση των δωματίων (room status).

Συχνά, μας είναι οικεία η εικόνα της ωριαίας ή δίωρης επίσκεψης της προϊσταμένης των Ορόφων που συνεννοείται με τον υπάλληλο Υποδοχής, σχετικά με το room status, όταν δεν υπάρχουν αυτοματοποιημένα συστήματα.

Η Υποδοχή αντί για πλάνο Reception μπορεί να χρησιμοποιεί το room rack για την παρακολούθηση της τρέχουσας κατάστασης όλων των δωματίων. Η παρουσία ενός slip, με τα στοιχεία του πελάτη που συμπληρώθηκαν κατά την άφιξη στη θήκη ενός αριθμού δωματίου του room rack, δείχνει ότι το συγκεκριμένο δωμάτιο είναι κατειλημμένο κι όταν ο πελάτης αναχωρεί, το slip αφαιρείται και στο δωμάτιο μπαίνει μια ειδική κάρτα που δείχνει ότι χρειάζεται καθαρισμό, ενώ μόλις τα κενά δωμάτια καθαριστούν και ελεγχθούν, το τμήμα ορόφων ειδοποιεί την Υποδοχή, η οποία αλλάζει την κατάσταση του δωματίου σε διαθέσιμο προ πώληση<sup>177</sup>.

Όταν η επιχείρηση είναι μηχανογραφημένη, η Υποδοχή και το τμήμα ορόφων έχουν άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες για την κατάσταση των δωματίων, αφού μόλις αναχωρήσει ένας πελάτης ο ρεσεψιονιστ καταχωρεί την αναχώρηση στο τερματικό του υπολογιστή και το τμήμα ορόφων ενημερώνεται αμέσως μέσω ενός τερματικού που βρίσκεται συνήθως τοποθετημένο στο γραφείο της προϊσταμένης ότι το δωμάτιο χρειάζεται καθαρισμό και στη συνέχεια οι καμαριέρες καθαρίζουν το δωμάτιο, το οποίο αφού ελεγχθεί από την προϊσταμένη, δηλώνεται στον υπολογιστή ως έτοιμο για πώληση<sup>178</sup>.

Ο νυχτερινός υπάλληλος Υποδοχής καταρτίζει μια λίστα των κατειλημμένων δωματίων, την οποία πληροφορείται η προϊσταμένη με την ανάληψη της βάρδιας της το πρωί σχετικά με τα κατειλημμένα δωμάτια κι αυτά των οποίων οι ένοικοι αναμένεται να αναχωρήσουν τα οποία συχνά καθαρίζονται τελευταία, έπειτα από την

---

<sup>176</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 162.

<sup>177</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 162

<sup>178</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *ό.π.*, σ. 166.

αναχώρηση των πελατών. Για οποιαδήποτε μεταβολή, π.χ. πελάτης ο οποίος αναχωρεί νωρίτερα από το καθορισμένο (early check out), η Υποδοχή οφείλει να ενημερώσει το τμήμα ορόφων.

Στο τέλος της βάρδιας η προϊσταμένη ορόφων ετοιμάζει μια αναφορά για την κατάσταση των δωματίων (room report) και η οποία είναι βασισμένη σε προσωπικό έλεγχο δωματίου στο ξενοδοχείο και συγκρίνεται με την αναφορά της Υποδοχής για τυχόν ασυμφωνίες.

Σε μη αυτοματοποιημένα ξενοδοχεία μπορεί να προκύψουν ασυμφωνίες (room status discrepancy) μεταξύ Υποδοχής και Ορόφων για διάφορους λόγους (π.χ. η Υποδοχή ξέχασε να διαγράψει στο πλάνο Υποδοχής ή δεν αποσύρει το slip από το room rack (sleeper), και έτσι να φαίνεται το δωμάτιο κατειλημμένο από πελάτη, και να μη διατίθεται προς πώληση, με συνέπεια, την απώλεια εσόδων για την επιχείρηση.

Ασυμφωνίες μπορούν επίσης να συμβούν εάν το τμήμα housekeeping καθυστερεί να ενημερώσει την Υποδοχή για αλλαγές στο room status.

Σε μεγάλα ξενοδοχεία είναι δύσκολο να γίνονται τηλεφωνικές κλήσεις, μετά τον έλεγχο του δωματίου, γιατί με αυτόν τον τρόπο διακόπτονται άλλες εργασίες στην Υποδοχή.

Οι ασυμφωνίες για την κατάσταση των δωματίων μπορούν να περιοριστούν αν ο Η/Υ είναι συνδεδεμένος απευθείας με το τηλεφωνικό σύστημα των δωματίων.

Μ' ένα τέτοιο δίκτυο η προϊσταμένη ή οι επόπτριες μπορούν επιθεωρούν τα δωμάτια, να καθορίζουν την ετοιμότητά τους για πώληση και στη συνέχεια να καταχωρούν έναν συγκεκριμένο κωδικό στη συσκευή τηλεφώνου του δωματίου, για να αλλάξουν την κατάσταση του δωματίου στο σύστημα του υπολογιστή, κι έτσι, κανείς δε χρειάζεται να απαντήσει στο τηλέφωνο, δεδομένου ότι ο υπολογιστής κάνει αυτόματα την αναμετάδοση και ο κίνδυνος λάθους ελαχιστοποιείται. Σε λίγα δευτερόλεπτα, η ενημερωμένη κατάσταση του δωματίου μπορεί να εμφανιστεί στην οθόνη του υπολογιστή της Υποδοχής<sup>179</sup>.

Συνεπώς, με τον τρόπο αυτό μειώνεται σημαντικά ο αριθμός των πελατών που περιμένουν να τους δοθεί δωμάτιο, αλλά και το διάστημα αναμονής τους.

---

<sup>179</sup> Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998, σ. 168.

Επίσης, η Ρεσεψιόν συνεργάζεται με το τμήμα housekeeping για την ικανοποίηση ιδιαίτερων αιτημάτων του πελάτη περαιτέρω εξοπλισμό, (π.χ. επιπλέον κρεβάτι ή περαιτέρω εξοπλισμό ή αλλαγή δωματίου κλπ.).

Επιπλέον, η επικοινωνία Υποδοχής και Ορόφων, στοχεύει και σε θέματα ζητήματα που άπτονται της ασφάλειας των πελατών και του ξενοδοχείου, όπως η πρόκληση φασαρίας από ένα δωμάτιο, περίεργη συμπεριφορά ενοίκων του, όταν για παράδειγμα κάποιος πελάτης δεν έχει ξεπακετάρει τα πράγματά του, γιατί ενδεχομένως, θέλει να αναχωρήσει, χωρίς να πληρώσει ή αν ένας πελάτης έχει φιλοξενήσει επιπλέον άτομο στο δωμάτιό του, χωρίς ενημέρωση του τμήματος της Υποδοχής.

Η συνεργασία των δύο τμημάτων είναι θεμελιώδους σημασίας για την επίτευξη του βασικού στόχου μιας ξενοδοχειακής μονάδας: την αύξηση του βαθμού διάθεσης των δωματίων της, αλλά και γενικότερα την αύξηση των πωλήσεών της, αφού για άλλη μια φορά δεν πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι μετά την πρώτη εντύπωση που θα αποκομίσει ο πελάτης από τις παρεχόμενες υπηρεσίες της Ρεσεψιόν, η δεύτερη εικόνα που θα διαμορφώσει για το ξενοδοχείο έχει να κάνει με την άνεση και την καθαρή και περιποιημένη εμφάνιση του δωματίου του.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **Έρευνα σε ξενοδοχεία**

Η έρευνα για τη σημασία του τμήματος της Υποδοχής, και τη συνεργασία του με το τμήμα Ορόφων, πραγματοποιήθηκε στα ξενοδοχεία:

A) *Aquis Corfu Holiday Palace*

B) *Ariti Corfu*

Γ) *Strada Marina*

Οι δύο πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες βρίσκονται στην περιοχή Κανόνι της Κέρκυρας, ενώ η Τρίτη στο κέντρο της πόλης της Ζακύνθου, και η επιτόπια έρευνα που συντελέστηκε εκεί περιλάμβανε τη μορφή ερωτηματολογίου που αφορούσε στα παρακάτω θέματα:

1. Ποια τμήματα υπάρχουν στη συγκεκριμένη επιχείρηση;
2. Ποια τα επιμέρους τμήματα της Υποδοχής;
3. Ποια τα συστήματα επικοινωνίας – ο εξοπλισμός που χρησιμοποιεί η Υποδοχή για τις εργασίες της και με ποιο τρόπο επικοινωνούν και ενημερώνονται οι υπάλληλοι της Υποδοχής μεταξύ τους;
4. Πως επικοινωνεί η Υποδοχή με το τμήμα ορόφων;
5. Τι προσωπικό απασχολεί η ξενοδοχειακή μονάδα για το τμήμα ορόφων;
6. Υπάρχει το ζήτημα του overbooking στο τμήμα κρατήσεων; Κι αν ναι, πως το διαχειρίζεται;
7. Ο ρόλος της Υποδοχής στην παρεχόμενη φιλοξενία, με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και την ενθάρρυνσή του για μελλοντική διαμονή και αύξηση των πωλήσεων;

A) Ξενοδοχείο ***Aquis Corfu Holiday Palace*** – Κέρκυρα

Το ξενοδοχείο Aquis Corfu Holiday Palace, μεγέθους 256 δωματίων, κατηγορίας πέντε αστέρων, που λειτουργεί όλο το χρόνο, βρίσκεται στο προάστιο Κανόνι της Κέρκυρας και περιλαμβάνει τα παρακάτω τμήματα:

- Υποδοχή
- Οροφοι
- Τμήμα συντήρησης και ασφάλειας
- Τμήμα marketing και πωλήσεων
- Διεύθυνση
- Εστιατόριο
- Μπαρ
- Εστιατόριο και bar πισίνας
- Μπαρ παραλίας

- Τμήμα εκδηλώσεων και συνεστιάσεων
- Τμήμα ψυχαγωγίας και άθλησης πελατών
- Γκαράζ
- Καταστήματα πώλησης ειδών δώρων
- Κοσμηματοπωλείο
- Αθλητικές εγκαταστάσεις

Η Υποδοχή διαθέτει τα εξής τμήματα:

- Τμήμα Υποδοχής
- Τμήμα Κρατήσεων
- Νυχτερινή Υπηρεσία

Παρατηρούμε πως, δεν υπάρχει το τμήμα τηλεφωνικού κέντρου, ταμείου και θυρωρείου στο συγκεκριμένο κατάλυμα για το λόγο ότι το αυτοματοποιημένα συστήματα που χρησιμοποιεί το Front Office του ξενοδοχείου Corfu Holiday Palace, έχει ενσωματώσει τις ενέργειες των παραπάνω τμημάτων της Υποδοχής στα καθήκοντα του ρεσεψιονίστ.

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιεί η Υποδοχή του καταλύματος είναι κυρίως αυτοματοποιημένος, μέσω Η/Υ, (βλ. Παράρτημα Α', εικόνα 6), ωστόσο χρησιμοποιεί και μηχανογραφημένα έντυπα, όπως η κάρτα άφιξης ή το δελτίο κράτησης (βλ. Παράρτημα Α', εικόνες 8 και 9).

Η επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων του τμήματος της Υποδοχής, πραγματοποιείται κυρίως μέσω του βιβλίου βάρδιας (Log Book)

Ακόμη, το Front Office χρησιμοποιεί φωτοαντίγραφα που έχουν δημιουργηθεί στον ηλεκτρονικό υπολογιστή και συμπληρώνονται χειρόγραφα από τον πελάτη και τον υπάλληλο της Υποδοχής, οι κάρτες χρηματοθυρίδας, και χρηματοθυρίδας δωματίου, το έντυπο συμπλήρωσης για τους συμφωνημένους όρους διαμονής ή για αίτημα αλλαγής τους (βλ. Παράρτημα Α', εικόνες 5, 2, και 1 αντίστοιχα).

Επίσης, η Υποδοχή για την επικοινωνία και συνεργασία της με το τμήμα Ορόφων, συντάσσει μια λίστα με τα δωμάτια που προορίζονται για καθαρισμό την οποία παραλαμβάνει η housekeeper, ή λίστα για τα έτοιμα προς πώληση δωμάτια που παραδίδει αντίστοιχα στη Ρεσεψιόν η Προϊσταμένη ορόφων (βλ. Παράρτημα Α', εικόνες 3 και 4).

Ακόμη το Front Office συμπληρώνει διάφορα έντυπα για τα αιτήματα των πελατών, όπως η αφύπνιση, είτε η αναφορά για τις βλάβες που μπορεί να συμβούν

στις εγκαταστάσεις των δωματίων των πελατών (trouble report), (βλ. Παράρτημα Α', εικόνες 7 και 10 αντίστοιχα).

Επομένως, ο εξοπλισμός του Front Office είναι μεν αυτοματοποιημένος, αλλά ορισμένες ενέργειες γίνονται και με χειρόγραφο τρόπο.

Όσον αφορά το προσωπικό του Housekeeping που απασχολεί η συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα αριθμεί πάνω από είκοσι καμαριέρες, μια Γενική Προϊσταμένη και τις βοηθούς της, και σχετίζεται με τις ανάγκες του καταλύματος ανάλογα με τη χρονική περίοδο.

Οι υπάλληλοι της Υποδοχής στο ξενοδοχείο Corfu Holiday Palace τονίζουν τη σημασία του τμήματος αυτού ως καίρια, για την εύρυθμη λειτουργία όλης της μονάδας, και για την αύξηση των πωλήσεων, διότι είναι έρχεται σε άμεση επαφή με τον πελάτη και είναι υπεύθυνο για την αντιμετώπιση των παραπόνων και των ζητημάτων που ανακύπτουν.

Για παράδειγμα, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία μπορεί να πληροφορήσουν λανθασμένα τους πελάτες, ότι το δωμάτιο έχει ωραία θέα, και κατά την άφιξή τους να μην ισχύει αυτό. Έτσι, απευθύνονται παραπονούμενοι στη Ρεσεψιόν, η οποία πρέπει να διευθετήσει το θέμα, και να τους προτείνει άλλο δωμάτιο.

Βασικό στοιχείο στη συμπεριφορά προς τον πελάτη, που θα λειτουργήσει θετικά για μελλοντική του επανεπίσκεψη στο ξενοδοχείο, είναι το θερμό καλωσόρισμα, το χαμόγελο και να είναι ο ρεσεψιονίστ ευδιάθετος στην εξυπηρέτησή του, καθ' όλη τη διάρκεια της παραμονής του στο κατάλυμα. Υπό αυτές τις προϋποθέσεις μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις.

Ακόμη η στενή συνεργασία με τα άλλα τμήματα όπως οι κρατήσεις με το τμήμα marketing και πωλήσεων, είναι σημαντική, διότι το τμήμα κρατήσεων βγάζει την αναφορά μελλοντικών κρατήσεων (forecasts). Επίσης, η Υποδοχή διατηρεί αρχείο "καλών" πελατών, ενώ πρέπει να γνωρίζει ακριβώς τις υπηρεσίες που προσφέρει το κατάλυμα (π.χ. ειδικές τιμές σε τακτικούς, σταθερούς πελάτες, όπως είναι οι αντιπρόσωποι διαφόρων εταιριών).

Για την αύξηση των πωλήσεων επίσης, όλοι οι υπεύθυνοι των τμημάτων διοργανώνουν μηνιαίως meetings για να συζητήσουν για την αυξομείωση της κίνησης.

Τέλος, φαινόμενα υπερκρατήσεων αποφεύγονται να συμβαίνουν στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, κι αν τύχει να συμβεί, θα οφείλεται στο ότι ο ταξιδιωτικός

πράκτορας έστειλε περισσότερους πελάτες από τους προσυμφωνημένους, και τότε η Υποδοχή αναλαμβάνει να τους βρει διαμονή σε άλλο κατάλυμα.

#### B) Ξενοδοχείο *Ariti Corfu* – Κέρκυρα

Το ξενοδοχείο Ariti Corfu που βρίσκεται στην περιοχή Κανόνι της Κέρκυρας ανήκει στην κατηγορία τεσσάρων αστέρων, μεγέθους 164 δωματίων, έχει ανακαινιστεί πριν λίγο καιρό, λειτουργεί όλο το χρόνο και σχεδόν μόνο με Έλληνες πελάτες, και περιλαμβάνει τα εξής τμήματα:

- Υποδοχή,
- Όροφοι,
- Τμήμα συντήρησης και ασφάλειας,
- Τμήμα marketing και πωλήσεων,
- Διεύθυνση,
- Τμήμα εκδηλώσεων και συνεστιάσεων,
- Εστιατόριο,
- Μπαρ,
- Μπαρ πισίνας,
- Room Service.

Στη συνέχεια, το τμήμα της Υποδοχής περιλαμβάνει τα τμήματα: Υποδοχή, Κρατήσεις, Νυχτερινή Υπηρεσία. Η θέση του υπαλλήλου στην Υποδοχή είναι επιφορτισμένη ακόμη και με το έργο του θυρωρείου, αφού στο ξενοδοχείο δεν υπάρχει αυτό το τμήμα. Ακόμη εκτελεί και συναλλαγές του ταμείου και βέβαια η διεκπεραιώνει και τις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις τηλεφωνικής υπηρεσίας.

Οι εργαζόμενοι στο Front Office επικοινωνούν προφορικά και μέσω του βιβλίου βάρδιας, αλλά και ενός άλλου βιβλίου που περιέχει τα παράπονα των πελατών, διάφορα αιτήματά τους και το χειρισμό τους, καθώς και ασυνήθιστα περιστατικά.

Οι υπάλληλοι της Υποδοχής για την πραγματοποίηση του έργου τους χρησιμοποιούν τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, όπως για τις αναφορές αφίξεων, αναχωρήσεων, μελλοντικών προβλέψεων π.χ. για τα επισιτιστικά τμήματα, ((βλ. Παράρτημα Β' εικόνες 1, 3 και 8).

Ωστόσο, η Υποδοχή για τις διάφορες εργασίες της χρησιμοποιεί και άλλα έντυπα χειρόγραφα όπως, το δελτίο κράτησης, ή το δελτίο άφιξης – αναχώρησης -

αλλαγής δωματίου, έντυπα για το πάρκιν των οχημάτων (βλ. Παράρτημα Β' εικόνες 2, 4 και 7 αντίστοιχα), καθώς επίσης και για την επικοινωνία και συνεργασία των τμημάτων Front Office και Housekeeping.

Όπως φαίνεται και στο Παράρτημα Β' η Προϊσταμένη ορόφων το πρωί παραλαμβάνει από τη Ρεσεψιόν μια συγκεντρωτική αναφορά για την κατάσταση των δωματίων με τις εργασίες που πρέπει να γίνουν, όπως αλλαγές λινών, γενικός καθαρισμός μετά από αναχώρηση κλπ., και τη συμπληρώνει κατάλληλα, μέσω ειδικής σημείωσης και στίξης, π.χ. τα δωμάτια που είναι σημειωμένα μέσα σε κύκλο σημαίνει ότι ο πελάτες τους αναχωρούν (βλ. Παράρτημα Β', εικόνα 6).

Έπειτα η housekeeper σε φωτοτυπημένο από την Υποδοχή έντυπο σημειώνει τα δωμάτια που θα αναλάβει κάθε καμαριέρα καθώς και ποιες θα απασχοληθούν στους κοινόχρηστους χώρους και στο Πλυντήριο και βάση αυτού του εντύπου προγραμματίζει γενικότερα τις εργασίες που πρέπει να αναλάβει το τμήμα Ορόφων (βλ. Παράρτημα Β', εικόνα 5).

Υποδοχή και όροφοι επικοινωνούν μέσω των λιστών και αναφορών σχετικά με την κατάσταση των δωματίων, και μέσω τηλεφώνου από τα δωμάτια, ενώ η Προϊσταμένη επικοινωνεί με τον υπεύθυνο του τμήματος συντήρησης μέσω μιας ασύρματης συσκευής και με τον υπεύθυνο του Πλυντηρίου μέσω τηλεφώνου.

Η σύνθεση και ο αριθμός του προσωπικού που απασχολείται στο ξενοδοχείο Αρίτι έχει να κάνει με την τουριστική περίοδο, συνήθως περιλαμβάνει άνω των δέκα καμαριέρων, που αυξάνονται τη θερινή περίοδο, μιας Γενικής Προϊσταμένης, με δύο βοηθούς, έναν υπεύθυνο στο Πλυντήριο, και καμαριέρες που απασχολούνται κι αυτές εναλλάξ εκεί, καθώς και καθαρίστριες για τους κοινόχρηστους χώρους.

Η περιποίηση του κήπου και ο καθαρισμός της πισίνας, αναλαμβάνονται από δύο καθαριστές, συνήθως άντρες, οι οποίοι εκτελούν και βαρύτερες εργασίες π.χ. μεταφορά λινών στο πλυντήριο, επίπλων στα υπνοδωμάτια κ.ά.

Για τους υπαλλήλους και τον Προϊστάμενο της Υποδοχής του ξενοδοχείου Αρήτη, θεωρείται σημαντικό για την ικανοποίηση του πελάτη και τη μελλοντική διαμονή του, η ευγένεια, η ύπαρξη θερμού κλίματος επικοινωνίας πελάτη – εργαζόμενου, η συμπεριφορά των υπαλλήλων να μην αποπνέει κατήφεια και ψυχρότητα. Ο πελάτης αντιλαμβάνεται αμέσως αν υπάρχει άμεση αντιμετώπιση των αιτημάτων κι αν κάποιος σκύβει με κατανόηση να αντιμετωπίσει ένα παράπονό του.



Η Υποδοχή για να πληροφορηθεί για τις εντυπώσεις των πελατών κατά τη διαμονή τους στο κατάλυμα, επιδιώκει οι πελάτες πριν την αναχώρησή τους, κι αν υπάρχει χρόνος, να συμπληρώνουν κάποιο φυλλάδιο για την εκτίμησή τους για το ξενοδοχείο (βλ. Παράρτημα Β', εικόνα 9).

Επίσης, σύμφωνα με το Προϊστάμενο της Υποδοχής, εκτός από τις διάφορες προσφορές που θέτει το τμήμα πωλήσεων και η Διεύθυνση του ξενοδοχείου, ή τη διαφήμισή του στο Ίντερνετ και την ανάπτυξη δημόσιων σχέσεων και γνωριμιών με διάφορους παράγοντες του τουρισμού, η καλύτερη προοπτική να αυξήσεις τις πωλήσεις σου, είναι η διαφήμιση που θα κάνει ο ίδιος ο πελάτης στο κοινωνικό του περιβάλλον, ο οποίος πρέπει να μείνει ευχαριστημένος τόσο από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, αλλά κυρίως από την ευγένεια που θα τον περιβάλλει το προσωπικό κυρίως της Υποδοχής.

Σχετικά με το overbooking, το ξενοδοχείο σπανίως αντιμετωπίζει αυτό το ζήτημα, γιατί οι κρατήσεις του αφορούν περισσότερο σταθερή πελατεία από προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού, Τρίτης Ηλικίας, της Εργατικής Εστίας, διάφορων ασφαλιστικών ταμείων (π.χ. ταμείο νομικών) κλπ.

### Γ) Ξενοδοχείο *Strada Marina* – Ζάκυνθος

Το ξενοδοχείο Strada Marina, που ανακαινίστηκε πρόσφατα, λειτουργεί ετησίως, είναι δυναμικότητας 112 κλινών και κατηγορίας τριών αστερών, βρίσκεται στο κέντρο της πόλης της Ζακύνθου, μπροστά από το κεντρικό λιμάνι του νησιού και αποτελείται από τα εξής τμήματα:

- Υποδοχής
- Ορόφων
- Room Service
- Bar - café
- Συντήρησης και ασφάλειας
- Τήρησης λογαριασμών πελατών
- Marketing και πωλήσεων
- Λογιστήριο
- Διεύθυνση

Επιπλέον, το κατάλυμα προσφέρει μπουφέ για το πρωινό των πελατών και άλλο ένα τμήμα εκμετάλλευσης, το Roof Garden, το οποίο λειτουργεί και για το κοινό.

Από την άλλη το τμήμα της Υποδοχής περιλαμβάνει:

- α) το κυρίως τμήμα της Υποδοχής (front και back office)
- β) το τμήμα κρατήσεων
- γ) τη νυχτερινή υπηρεσία και

Λόγω της χρήσης Η/Υ οι εργασίες τους τμήματος τηλεφωνικού κέντρου, πραγματοποιούνται από τον υπάλληλο του Front Office. Επιπλέον, ο ρεσεψιονίστ όταν είναι απαραίτητο, όπως σε περιπτώσεις VIP πελατών, εκτελεί και τα καθήκοντα του θυρωρού και του γκρουμ.

Η υποδοχή στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο πραγματοποιεί τις εργασίες της μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή, για να ελέγξει την κατάσταση δωματίων, τη διαθεσιμότητα, για τη λίστα των παραμενόντων πελατών, τις αναμενόμενες αναχωρήσεις των πελατών, κλπ. ωστόσο, για τις άμεσες κρατήσεις ο ρεσεψιονίστ, διατηρεί χειρόγραφα τα στοιχεία της, κι έπειτα τα καταχωρεί στον ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Ακόμη, μέσω του Η/Υ διεκπεραιώνονται και οι ενέργειες του ταμείου όπως οι εισπράξεις, (βλ. Παράρτημα Γ', εικόνες 14 και 16). Άλλες εργασίες που πραγματοποιούνται μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι οι αναφορές της Υποδοχής για τη διαθεσιμότητα των δωματίων για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, η σύνταξη λίστας παραμενόντων πελατών στο ξενοδοχείο, η αναφορά αναμενόμενων αναχωρήσεων, η αναφορά της Υποδοχής για την κατάσταση των δωματίων, και η αναφορά ισοζυγίου από τη νυχτερινή υπηρεσία (βλ. σχετικά έντυπα στο Παράρτημα Γ', εικόνες 10, 11, 12, 13 και 15 αντίστοιχα).

Η χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή στην Υποδοχή έχει αντικαταστήσει πολλές θέσεις εργασίας, όπως του τηλεφωνητή ή του ταμιά.

Οι υπάλληλοι του τμήματος ενημερώνονται μέσω του βιβλίου βάρδιας, αλλά και προφορικά μεταξύ τους για όλα τα συμβάντα, πχ. έκτακτες αφίξεις, αναχωρήσεις κλπ.

Η επικοινωνία της Υποδοχής με το τμήμα Ορόφων, γίνεται μέσω εντύπων, σχετικά με την κατάσταση των δωματίων, τη λίστα με τις αναμενόμενες αφίξεις και αναχωρήσεις κλπ., τα οποία παραλαμβάνει η Προϊσταμένη ορόφων (housekeeper) το

πρωί, από τη Ρεσεψιόν εκτυπωμένη και στη συνέχεια διανέμει την εργασία στις καμαριέρες.

Κατόπιν, η housekeeper μετά την ολοκλήρωση του έργου της, ενημερώνει αντίστοιχα το τμήμα της Υποδοχής για τα ικανά προς πώληση δωμάτια. Ο αριθμός των υπαλλήλων του Housekeeping, που απασχολεί το ξενοδοχείο Strada Marina, εξαρτάται από την τουριστική περίοδο, ενώ σχεδόν πάντοτε υπάρχει μία Προϊσταμένη.

Ο ρόλος της Υποδοχής για το συγκεκριμένο κατάλυμα είναι καθοριστικός για την αύξηση των πωλήσεων. Χρειάζεται να προσφέρει η Υποδοχή να συντελεί σε αυτό που λέμε, «ένα σπίτι μακριά από το σπίτι», αφού για παράδειγμα ένας πελάτης μπορεί να έχει διαπληκτιστεί με το/τη σύντροφό του και να θέλει να νιώσει ζεστασιά και ηρεμία.

Ωστόσο, εκτός από την ευγενική συμπεριφορά και τη φιλόξενη μεταχείριση προς τον πελάτη, το Front Office συνεννοούμενο με το τμήμα marketing και πωλήσεων και τη Διεύθυνση, προβαίνει σε επικερδείς για την επιχείρηση κρατήσεις, υπνοδωματίων κυρίως.

Για παράδειγμα, κάνει προσφορές σε νεόνυμφους, σε μικρά παιδιά, εκπτώσεις σε παραπάνω από τρεις διανυκτερεύσεις, ανάλογα με την τουριστική ζήτηση. Μάλιστα, όπως μας πληροφόρησε ο Διευθυντής του ξενοδοχείου η στρατηγική που ακολουθείται είναι το yield management, δηλαδή να επιτυγχάνονται για το ξενοδοχείο οι πιο συμφέρουσες κρατήσεις, βάσει της ζήτησης.

Στόχος είναι η πώληση όσο περισσότερων δωματίων είναι δυνατόν στην υψηλότερη δυνατή τιμή, σύμφωνα με την τουριστική κίνηση τη συγκεκριμένη περίοδο του χρόνου (π.χ. όταν είναι υψηλή τουριστική περίοδος, όπως το μήνα Αύγουστο και φθάνει στο λιμάνι το τελευταίο πλοίο, η τιμή που θα ορίσει το ξενοδοχείο θα είναι υψηλότερη, σε συνάρτηση βέβαια με τις τιμές πόρτας)

Από την άλλη, όταν δεν υπάρχει ικανοποιητική ζήτηση, συμφέρει καλύτερα να πωληθούν δωμάτια σε χαμηλές τιμές παρά να μείνουν άδεια. Ακόμη, σταθερή πολιτική του ξενοδοχείου είναι να μην παρατηρούνται φαινόμενα overbooking.

Γενικότερα, η σωστή λειτουργία της Υποδοχής σε συνεργασία με το τμήμα Ορόφων, μαζί με την ικανοποιητική εξυπηρέτηση προς τον πελάτη, είναι τα βασικά συστατικά για την επιτυχία μιας επιχείρησης

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αντί επιλόγου, επισημαίνουμε με βάση την ανάλυση της βιβλιογραφίας και την έρευνα στα ξενοδοχεία, χωρίς να αποτελεί ανιαρή επανάληψη, μιας και αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες, ότι ο ρόλος του τμήματος υποδοχής είναι θεμελιώδους σημασίας σε μια επιχείρηση, αφού αυτή αποτελεί το κέντρο δραστηριοτήτων της.

Μάλιστα, δεν αποτελεί έναν παθητικό δέκτη εντολών της Διεύθυνσης, αλλά λειτουργεί και διαμορφώνει παράλληλα το στρατηγικό σχεδιασμό που θα οικοδομήσει κάθε ξενοδοχείο, μέσω των στατιστικών της αναλύσεων για την προβλεψιμότητα της κίνησης, μέσω της τήρησης ενός αρχείου πελατών, δημιουργώντας το ένα προφίλ τους κλπ.

Επίσης, προσφέρει νέες ιδέες για την προώθηση των πωλήσεων, για παράδειγμα μέσω των εντύπων που συμπληρώνουν οι πελάτες κατά την αναχώρησή τους, στα οποία αναδεικνύουν την εκτίμησή τους. Έτσι, η Υποδοχή με αυτόν τον τρόπο, αλλά και με τη φιλική συμπεριφορά και συζήτηση που αναπτύσσει με τους πελάτες και επισκέπτες σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, έχει να προσφέρει προτάσεις για βελτίωσή τους στη Διεύθυνση του ξενοδοχείου.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε μπορεί κανείς να παρατηρήσει πως η χρήση του Η/Υ έχει αντικαταστήσει θέσεις εργασίας, όπως του ταμιά ή του τηλεφωνητή, ιδίως σε μικρές και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχεία, ενώ η σύνθεση του προσωπικού του τμήματος ορόφων εξαρτάται από την τουριστική περίοδο.

Ακόμη, οι μονάδες που ερευνήσαμε προσπαθούν να μην προβαίνουν σε τακτικές overbooking, αλλά να διατηρούν μια σταθερή πελατεία.

Όσον αφορά την επικοινωνία της Υποδοχής με το τμήμα Ορόφων δε χρειάζεται να τονίσουμε, ακόμη μια φορά, πόσο ζωτικής σημασίας είναι για τη διάθεση των δωματίων και την ικανοποίηση του πελάτη ένα καθαρό και περιποιημένο δωμάτιο.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι λειτουργίες του housekeeping δεν αφορούν μόνο τον καθαρισμό των δωματίων και των κοινοχρήστων χώρων, αλλά περιλαμβάνουν και την επικοινωνία με τον πελάτη, τη διευθέτηση των παραπόνων

του και την αντιμετώπισή τους, καθώς και τη βελτίωση της αισθητικής των χώρων του καταλύματος.

Το Front Office, δεν αποτελεί λοιπόν, ένα παθητικό τμήμα, αλλά είναι κοντά στον πελάτη και προβλέπει και αυτό τις ανάγκες του, όταν για παράδειγμα, φροντίζει να διακοσμήσει το καλαίσθητα το χώρο, ώστε ο πελάτης να αισθανθεί την όμορφα, ή να τακτοποιήσει ένα αίτημά του άμεσα.

Βλέπουμε λοιπόν πως μια καλή συνεργασία Υποδοχής και Ορόφων μπορούν να προσφέρουν νέες ιδέες, τις οποίες μπορούν να παρουσιάσουν στις συγκεντρώσεις του προσωπικού και να προσθέσουν και τα δύο, το δικό τους λιθαράκι στην ανάπτυξη ενός σχεδίου για τη βελτίωση των λειτουργιών της ξενοδοχειακής μονάδας,

Ωστόσο, δε φτάνει μόνο η καλή ενδοϋπηρεσιακή επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων του ξενοδοχείου, αλλά χρειάζεται και μια αποτελεσματική διεύθυνση, που θα εκπαιδεύει το προσωπικό της Υποδοχής και του Housekeeping και θα το καθιστά έμπειρο στην εξυπηρέτηση του πελάτη και στην αύξηση των εσόδων. Επίσης, για το σκοπό αυτό είναι απαραίτητη και η συμβολή του τμήματος Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων, με τη συνεργασία της Διεύθυνση της Υποδοχής.

Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο με τις πωλήσεις της Υποδοχής, είναι αυτονόητο, ότι οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού πρέπει να συμβάλλουν όσο το δυνατόν περισσότερο στην προώθηση των πωλήσεων της ξενοδοχειακής μονάδας, μέσω της προσεκτικής αναγνώρισης του ποιοι είναι οι σημερινοί πελάτες, από πού κατάγονται, τι έσοδα έχουν και τι ακριβώς περιμένουν από τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου. Έτσι, θα αποκτήσουν δεξιότητες και εμπειρία για έγκυρες και συμφέρουσες κρατήσεις.

Πάνω απ' όλα πρέπει να συνειδητοποιήσουν και να αποδεχτούν τον αλληλένδετο το ρόλο τους ως υπάλληλοι υποδοχής - πωλητές υπηρεσιών και αγαθών, με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και την κερδοφορία της επιχείρησης.

Επομένως, χρήσιμη είναι η γνώση των βασικών τεχνικών marketing, του οποίου ένας κλάδος είναι και η προώθηση των πωλήσεων, και βέβαια να γνωρίζουν με ακρίβεια τις λεπτομέρειες που αφορούν το ξενοδοχειακό προϊόν, για να το διαθέτουν αποδοτικότερα. Και σε αυτό το σημείο χρειάζεται ο αποτελεσματικός σχεδιασμός και η οργάνωση που θα προσφέρει μια ικανή Διεύθυνση.

Πάνω απ' όλα όμως, η Υποδοχή πρέπει να προωθεί αυτό που ονομάζουμε φιλοξενία, εννοώντας την πρόβλεψη και την ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη,

όπως για παράδειγμα την άμεση – και όταν είναι δυνατό – αντιμετώπιση των αιτημάτων ή των παραπόνων του.

Μέσω λοιπόν της φιλόξενης μεταχείρισης των πελατών η Υποδοχή ασκεί σημαντική επιρροή στις εντυπώσεις των πελατών για το ξενοδοχείο, και τους ενθαρρύνει, ώστε να επιχειρήσουν μια ακόμη μελλοντική διαμονή τους σε αυτό.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική:

- Άννα Ντόντη, *Λειτουργία υποδοχής (Front Office)*, Αθήνα, 1997
- Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης Δ., *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Σταμούλης Α., Αθήνα, 1998
- Δημήτρης Λαλούμης, *Διοίκηση Ξενοδοχείων*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα, 2002
- Δημήτρης Μπουραντάς, Νάνσυ Παπαλεξανδρή, *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων*, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα, 2002
- Ευγένιος Φραγκιαδάκης, *Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*, Ρέθυμνο, 4<sup>η</sup> έκδοση, 2004.
- Λάμπρος Καταραχιάς, *Μάνατζμεντ Υποδοχής - Οργάνωση και Λειτουργία του Τμήματος Υποδοχής των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Έλλην, Αθήνα, 1998.
- Λεωνίδα Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Interbooks, Αθήνα, 1991.
- Μαρία Ιγγλέση-Βενιέρη, *Διοίκηση Ξενοδοχείου Ι*, ΟΕΒΔ, Αθήνα, 1984.
- Νίκος Θεοχάρης, *Front Office Management, Οργάνωση – Λειτουργία – Διεύθυνση*, Προπομπός, Αθήνα, 2007.
- Νίκος Γ. Κομίνης, *Λειτουργία Υποδοχής*, ΟΕΒΔ, Αθήνα, 1988.
- Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου*, Έλλην, Αθήνα, 1992.

- Σημειώσεις: Αναστασία Ζαφειροπούλου, “Υπηρεσία Ορόφων”, βοήθημα για τη διδασκαλία του μαθήματος στο Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Πατρών.
- Στέφανος Καραγιάννης, *Οργάνωση και Λειτουργία τους Ξενοδοχείου*, Έλλην, β' έκδ., Αθήνα, 1997.
- Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Τήρηση Λογαριασμών Πελατών-Main Courante Ξενοδοχείων*, Κριτική, Αθήνα, 2004.
- Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου, *Υπηρεσία Υποδοχής*, Interbooks, Αθήνα, 1998.

### **Ξένη:**

- Carolyn U. Lambert, Joseph M. Lambert, Thomas P. Cullen, *Το θέμα του overbooking: μια προσομοίωση*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 1999.
- Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο-Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, Αθήνα, 1999.
- Donald Lundberg., *Ξενοδοχειακές και Επισιτιστικές Επιχειρήσεις*, Έλλην, 6<sup>η</sup> έκδ, Αθήνα, 1997.
- Himstreet Baty Lehman, *Επιχειρησιακές Επικοινωνίες*, Έλλην, έκδ. 11<sup>η</sup>, Αθήνα, 2008.
- James A. Bardi, *Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα, 2000.
- Peter Abbott – Sue Lewry, *Υποδοχή, Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*, Κριτική, Αθήνα, 2002.
- Robert J. Martin, *Τμήμα ορόφων: Η ιστορία τους, ο σκοπός τους, η δομή τους, και το προσωπικό τους*, στο Denney G. Rutherford, *Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες*, Έλλην, έκδ. β', Αθήνα, 1999.
- Suzanne Stewart Weissinger, *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων*, β' έκδ., Έλλην, Αθήνα 2003.



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'

Εικόνα 1: Έντυπο αλλαγής δωματίου ή των όρων συμφωνίας πελάτη - ξενοδοχείου.

*Corfu Holiday Palace* **ROOM OR ARRANGEMENT CHANGE**

DATE.....

FROM TO

GUEST NAME:..... GUEST NAME:.....

ROOM No :..... ROOM No :.....

RATE :..... RATE :.....

FOOD :..... FOOD :.....

EXPLANATION: .....

ROOM CLERK :..... AUTHORIZED BY

FULL NAME :..... FULL NAME: .....

*Corfu Holiday Palace* **ROOM OR ARRANGEMENT CHANGE**

DATE.....

FROM TO

GUEST NAME:..... GUEST NAME:.....

ROOM No :..... ROOM No :.....

RATE :..... RATE :.....

FOOD :..... FOOD :.....

EXPLANATION: .....

ROOM CLERK :..... AUTHORIZED BY

FULL NAME :..... FULL NAME: .....

Εικόνα 2: Κάρτα χρηματοθυρίδας δωματίου.

  
**CORFU HOLIDAY PALACE**

**ΚΑΡΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΘΥΡΙΔΑΣ ΔΩΜΑΤΙΟΥ  
IN ROOM SAFE DEPOSIT BOX RECORD**

Όνοματεπώνυμο - Name  
Διεύθυνση - Address  
Ημερομηνία - Date Αριθμός Δωματίου - Room Number

- ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΧΡΕΩΣΗ €2,35 – DAILY CHARGE €2,35
- ΧΡΕΩΣΗ €45,00 ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΠΟΛΕΙΑΣ ΚΛΕΙΔΙΟΥ  
A CHARGE OF €45,00 WILL BE MADE FOR A LOST KEY
- ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΔΕΝ ΦΕΡΕΙ ΚΑΜΙΑ ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΑΦΥΛΑΚΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΧΡΗΜΑΤΟΘΥΡΙΔΑΣ  
HOTEL HAS NO RESPONSIBILITY FOR ABANDONED SAFE DEPOSIT KEY

Σε περίπτωση που δεν επιστραφεί το κλειδί κατά την αναχώρηση του πελάτη, το Corfu Holiday Palace έχει το δικαίωμα να ανοίξει την θυρίδα και να μεταφέρει το περιεχόμενο χωρίς καμία ευθύνη ή υποχρέωση.  
The Corfu Holiday Palace reserves the right to open the box and remove contents, without liability, if key is not surrendered when guest departs from the hotel.

Υπογραφή πελάτη - Guest signature Υπογραφή υπαλλήλου - Clerk signature

**ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΚΛΕΙΔΙΟΥ – KEY RETURNED**

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος βεβαιώνει ότι όλα τα αντικείμενα που φυλάσσοντο στην χρηματοθυρίδα του ξενοδοχείου Corfu Holiday Palace αποσύρθηκαν ασφαλώς και ότι όλες οι υποχρεώσεις του ξενοδοχείου σταματούν εδώ.  
I hereby acknowledge that all property stored in the vaults of the Corfu Holiday Palace has been safely withdrawn and all liability of said hotel therefore is hereby released.

Υπογραφή πελάτη - Guest Signature Ημερομηνία - Date  
Υπογραφή υπαλλήλου - Clerk Signature



Εικόνα 5: Έντυπο της Υποδοχής για την παροχή χρηματοθυρίδας στον πελάτη.

**CORFU HOLIDAY PALACE**

**ΚΑΡΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΘΥΡΙΑΔΑΣ  
SAFE DEPOSIT BOX RECORD**

Όνοματεπώνυμο Name

Διεύθυνση Address  Πόλη City  Κράτος Country

Ημερομηνία Date  Αρ. Δωματ. Room No.  Υπογραφή Signature

Μάρτυρας WITNESS  Υπάλ. Ταμείου VAULT CLERK

Εξουσιοδότηση - Authorized Person

Όνοματεπώνυμο Name

Υπογραφή Signature

Εξουσιοδοτήθη από Authorized by  Μάρτυρας Witness

Για χρήση της χρηματοθυρίδας από οποιοδήποτε εξουσιοδοτημένο άτομο, απαραίτητη είναι η υπογραφή παρουσία του υπαλλήλου του ταμείου.

Για την επιστροφή της θυρίδας, επιστρέψτε το κλειδί στον υπάλληλο του ταμείου και υπογράψτε.

Σε περίπτωση που δεν επιστραφή το κλειδί κατά την αναχώρηση του πελάτη, το CORFU HOLIDAY PALACE έχει το δικαίωμα να ανοίξει την θυρίδα και να μεταφέρει το περιεχόμενο χωρίς καμία ευθύνη ή υποχρέωση.

For access to the Safe Deposit Box all authorized persons should sign in the presence of the vault clerk. To release Box, return key to vault clerk and sign release.

The CORFU HOLIDAY PALACE reserves the right to open the box and remove contents, without liability, if key is not surrendered when guest departs from the hotel.

ΧΡΕΟΣΗ 100 ΔΟΛΛΑΡΙΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΠΩΛΕΣΘΕΝΤΟΣ ΚΛΕΙΔΙΟΥ  
A CHARGE OF 100 DOLLARS WILL BE MADE FOR A LOST KEY

Εικόνα 6: Κατάλογος Αφίξεων.

AQUIS CORFU HOLIDAY PALACE Λίστα αφίξεων (με Rooming List)

ΤΕΤ 17/03/2010

Κριτήρια επιλογής	StrVal	ΑΠΟ ΗΜΕΡ. ΑΦΙΞΗΣ: 17/3/2010	ΕΩΣ ΗΜΕΡ. ΑΦΙΞΗΣ: 17/3/2010	ISGROUP : Όχι	RSVNO	ΠΕΛΑΤΗΣ	▲	ΑΦΙΞΗ ▲	ΑΝΑΧ/ΣΗ	ΔΩΜ	ΤΡ.ΕΝΟΙΚ.	ΟΡΟΙ	AD	XB	CH	BC	T	
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ																		
883ANTIMISARIS 17-03-10 19-03-10 1 TS-X BB 1 0 0 0																		
ΔΩΜ	ΕΠΩΝΥΜΟ RLIST	ΟΝΟΜΑ																
>>737	ANTIMISARIS																	
RSVNO	ΠΕΛΑΤΗΣ	▲	ΑΦΙΞΗ ▲	ΑΝΑΧ/ΣΗ	ΔΩΜ	ΤΡ.ΕΝΟΙΚ.	ΟΡΟΙ	AD	XB	CH	BC	T						
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ																		
894MOSCHOVITIS ATHANASIOS 17-03-10 18-03-10 1 TS-X BB 1 0 0 0																		
ΔΩΜ	ΕΠΩΝΥΜΟ RLIST	ΟΝΟΜΑ																
>>745	MOSCHOVITIS	ATHANASIOS																
RSVNO	ΠΕΛΑΤΗΣ	▲	ΑΦΙΞΗ ▲	ΑΝΑΧ/ΣΗ	ΔΩΜ	ΤΡ.ΕΝΟΙΚ.	ΟΡΟΙ	AD	XB	CH	BC	T						
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ																		
833ΠΑΡΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΝΙΚΙ 17-03-10 19-03-10 2 TD BB 4 0 0 0																		
ΔΩΜ	ΕΠΩΝΥΜΟ RLIST	ΟΝΟΜΑ																
>>708	ΠΑΡΑΔΟΠΟΥΛΟΥ	ΝΙΚΙ																
>>706	ΠΑΡΑΔΟΠΟΥΛΟΥ	ΝΙΚΙ																
												4,00	6,00 0,00 0,00 0,00					
ΣΥΝΟΛΑ ΠΕΡΙΟΔΟΥ																		
ΤΡ.ΕΝΟΙΚ.	ΔΩΜΑΤΙΑ	ADU	XB	CH	BC													
TD	2	4	0	0	0													
TS-X	2	2	0	0	0													
		4,00	6,00	0,00	0,00													







## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β'

Εικόνα 1: Κατάλογος αφίξεων.

Arrival List													
										Property: HOTEL ARITI			
										Date: 17/03/10 11:23:43			
										Page: 1 of 1 Id: G002			
ROOM	GUEST NAME	ACCT	ARRIVE	DEPART	PPL	TYPE	PKG	RTCD	RATE	GTD	SH	GROUP	\$
208	ΠΥΛΑΡΙΝΟΣ, ΘΕΟΔΩΣΙΟΣ	10000131597	17/03/10	19/03/10	1 0 0	SB		Φ ΓΟΝ	13.00 €	CA			R
602	ΜΠΟΤΣΗ, ΚΑ	10000131895	17/03/10	20/03/10	1 0 0	FAP1		RACK	45.00 €	COMPB			R
603	ΔΗΜΗΤΡΟΥΛΑ, ΚΑ	10000131896	17/03/10	20/03/10	1 0 0	FAP2		RACK	45.00 €	COMPB			R
527	ΜΠΟΥΣΙΟΣ, ΑΝΔΡΕΑΣ	10000132320	17/03/10	19/03/10	1 0 0	DTBF		E-A BB	44.00 €	CA			R
												TOTAL ARRIVALS: 4	
												TOTAL ADULTS: 4	
												TOTAL CHILDREN: 0	
												TOTAL ROOMS: 4	

Εικόνα 2: Δελτίο κράτησης.




Acc. No: ..... R.T: .....

Acc. No: ..... R.T: .....

Προκράτηση  
PRE-RESERVATION  
 Κρέτηση  
RESERVATION  
 Καταχώρηση  
RECORD

Τροποποίηση  
AMENDMENT  
 Παράταση παρ.  
EXT. OF STAY  
 Ακύρωση  
CANCELLATION

Προκαταβολή  
DEPOSIT

### ΔΕΛΤΙΟ ΚΡΑΤΗΣΗΣ

#### ROOM RESERVATION

Ονοματεπώνυμο: \_\_\_\_\_  
GUEST NAME:

Τηλ./Φαξ / πόλη: \_\_\_\_\_  
TEL./FAX/PHONE/COUNTRY:

Είδος Δωματίου/-ων: \_\_\_\_\_  
ROOM TYPE:

Αφίξη: \_\_\_\_\_ Οχημα/VEHICLE: .....

Αναχώρηση: \_\_\_\_\_ ΑρΚοκλ./NumbPlate: .....

Τιμή (€): \_\_\_\_\_

Προκαταβολή (€): \_\_\_\_\_ Προθεσμία / Option: .....

Η κράτηση έγινε από: \_\_\_\_\_ / ..... / 200.....

Τηλ./Φαξ: \_\_\_\_\_ Εξοφλήθη με την προκαταβολή:

PAID OFF BY DEPOSIT:

Ημερ/νία κράτησης: ..... / ..... / 200.....

Ονομ/νυμο & υπαλλήλου / CLERK: \_\_\_\_\_

Εικόνα 3: Κατάλογος αναχωρήσεων.

Departure List												Property: HOTEL ARITI		
											17/03/10	Date: 17/03/10 11:24:02		
											To	Page: 1 of 1 Id: G018		
											17/03/10			
KEY	ROOM	GUEST NAME	S ACCT	ARRIVE	DEPART	TIME	PPL	GTD	RTCD	SH	OPEN	A/R #	GROUP	BALANCE
---	642	ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ, ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ	O 10000132369	16/03/10	17/03/10		1 0 0	CA	E-A	BB	BB			0.00 €
---	614	ΛΑΜΠΡΙΔΗ, ΒΑΣΙΛΙΚΗ	O 10000131336	17/01/10	17/03/10		2 0 0	CO	IP		RR	100003	10000100456	0.00 €
---	526	ΛΙΒΑΝΙΟΣ, ΙΩΑΝΝΗΣ	O 10000132413	16/03/10	17/03/10		1 0 0	CA	E-A	BB	BB			0.00 €
---	614	ΦΟΥΝΤΑ, ΑΝΤΙΓΟΝΗ-ΜΑΡΙΑ	O 10000131336	17/01/10	17/03/10		2 0 0	CO	IP		RR	100003	10000100456	0.00 €
---	604	ΦΟΥΝΤΑΣ, ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	O 10000132394	16/03/10	17/03/10		1 0 0	CA	Φ ΓΟΝ		RR			0.00 €
													TOTAL DEPARTURES: 4	
													TOTAL ADULTS: 5	
													TOTAL CHILDREN: 0	
													TOTAL ROOMS: 4	

Εικόνα 4: Δελτίο άφιξης-αναχώρησης-αλλαγής δωματίου.




**ΔΕΛΤΙΟ  
ΑΦΙΞΗΣ - ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ - ΑΛΛΑΓΗΣ (ARRIVÉE)**

ΟΝΟΜΑ ΠΕΛΑΤΗ: ..... ROOM No <input style="width: 50px;" type="text"/> ΑΤΟΜΑ: ..... ΠΑΙΔΙΑ: ..... ΗΛΙΚΙΑ: ..... ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ: ..... ΟΡΟΙ <input style="width: 50px;" type="text"/> ΗΜΕΡ. ΑΦΙΞΗΣ: ..... ΩΡΑ: ..... ΗΜΕΡ. ΑΝΑΧ/ΣΗΣ: ..... ΩΡΑ: .....	TOUR OPERATOR: <input style="width: 100%;" type="text"/> OR TRAVEL AGENCY: <input style="width: 100%;" type="text"/> Voucher No OR INDIVIDUAL <input style="width: 100%;" type="text"/> ΤΙΜΗ <input style="width: 50px;" type="text"/>		
<b>ΑΛΛΑΓΕΣ</b>			
ΑΠΟ Νο <input style="width: 50px;" type="text"/> ΣΤΟ Νο <input style="width: 50px;" type="text"/> ΔΙΑΦ. ΧΡΗΣΗΣ ..... ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ .....	<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΙΜΗΣ</b> 1) ΤΙΜΗ ΔΩΜΑΤΙΟΥ € ..... 2) ΤΙΜΗ ΠΡΩΪΝΩΝ € ..... 3) ΤΙΜΗ ΓΕΥΜΑΤΩΝ € ..... 4) ..... 5) ..... <b>ΣΥΝΟΛΟ €</b> .....		
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; border: none;"> <b>ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ</b>                              ΑΡΙΘ. ΔΩΜ. <input style="width: 50px;" type="text"/> ΩΡΑ .....                         </td> <td style="width: 50%; text-align: center; border: none;"> <b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΠΕΛΑΤΗ</b> </td> </tr> </table>		<b>ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ</b> ΑΡΙΘ. ΔΩΜ. <input style="width: 50px;" type="text"/> ΩΡΑ .....	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΠΕΛΑΤΗ</b>
<b>ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ</b> ΑΡΙΘ. ΔΩΜ. <input style="width: 50px;" type="text"/> ΩΡΑ .....	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΠΕΛΑΤΗ</b>		
Ο ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ			







Εικόνα 8: Αναφορά προβλέψεων του τμήματος Κρατήσεων προς το τμήμα Εστιατορίου σχετικά με τους όρους διατροφής που έχουν συμφωνηθεί.

( By Open Code ) From 01/10/10 To 31/12/10		Property: HOTEL ARITI						
meal_forecast_opco		Date: 15/03/10 22:53						
<b>MEAL PLAN FORECAST</b>		Page: 1 of 3						
HM/NIA	Total	Adults	Child	Child2	ΠΡΩΙΝΟ	ΓΕΥ.1	ΓΕΥ.2	ΓΕΥ.3
Fri 01/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 02/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 03/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 04/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 05/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 06/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 07/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 08/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 09/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 10/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 11/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 12/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 13/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 14/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 15/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 16/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 17/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 18/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 19/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 20/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 21/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 22/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 23/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 24/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 25/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 26/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 27/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 28/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 29/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 30/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 31/10/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 01/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 02/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 03/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 04/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 05/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 06/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sun 07/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Mon 08/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Tue 09/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Wed 10/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Thu 11/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Fri 12/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0
Sat 13/11/2010	0	0	0	0	0	0	0	0

**Εικόνα 9:** Ερωτηματολόγιο της Υποδοχής για τις εντυπώσεις των πελατών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο ξενοδοχείο.

Αγαπητοί επισκέπτες,  
Στο πλαίσιο της προσπάθειας να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες που παρέχουμε, παρακαλούμε να μας βοηθήσετε διαθέτοντας λίγα λεπτά από το χρόνο σας για να συμπληρώσετε το παρόν κρωτισματολόγιο.

**• Πώς μάθατε για το ξενοδοχείο μας:**  
 Από τουριστικό γραφείο  Από προηγούμενη επίσκεψη  Από τα μέσα   
 Από γνωστό φίλο  Άλλο

**• Ποιος ήταν ο αριθμός του δωματίου σας:** 526

**• Πόσο καιρό μένατε στο ξενοδοχείο μας:**  
 1-3 μέρες  4-7 μέρες  Περισσότερο από μία εβδομάδα

**• Το ταξίδι σας ήταν:**  
 Άνετο  Οργανωμένο μέσο  Μη οργανωμένο

**• Παρακαλούμε αξιολογήστε το ξενοδοχείο μας (κυκλώστε ανάλογα)**

	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
Καθαριότητα	1	2	3	4	5
Επίπλευση	1	2	3	4	5
Ηχοχώρα	1	2	3	4	5
Κλιματισμός	1	2	3	4	5

**• Παρακαλούμε αξιολογήστε το εστιατόριό μας (κυκλώστε ανάλογα)**

	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
Περιβάλλον - Ατμόσφαιρα	1	2	3	4	5
Ποιότητα φαγητού	1	2	3	4	5
Ποικιλία - ποσότητα φαγητού	1	2	3	4	5
Σέρβις	1	2	3	4	5
Τιμές	1	2	3	4	5

**• Παρακαλούμε αξιολογήστε το ξενοδοχείο μας (κυκλώστε ανάλογα)**

	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
Ταπετάρια	1	2	3	4	5
Ασφάλεια	1	2	3	4	5
Πρόσβαση στην Πόλη	1	2	3	4	5
Εξυπηρέτηση στην Υποδοχή (Reception)	1	2	3	4	5

**• Παρακαλούμε αξιολογήστε την Υποδοχή - Reception (κυκλώστε ανάλογα)**

	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
Ειλικρίνεια - Προσώπικος	1	2	3	4	5
Ευγένεια - εξυπηρέτηση προσωπικού	1	2	3	4	5

**• Πόσα άτομα ταξιδεύετε μαζί:**  
 1 άτομο  2 άτομα  3 άτομα  4 άτομα  Περισσότερα από 4

**• Φύλλο:** Άνδρας  Γυναίκα  **• Ηλικία:** 5-25  26-35  35-45  46-55  56-65  66-

**• Επάγγελμα:** Ελεύθερος επαγγελματίας  Δημόσιος υπάλληλος  Έμπορος  Ιδιωτικός υπάλληλος  Οικιακό  Άλλο  Συνταξιούχος

**• Σε ποια πόλη διαμένετε:** ΒΟΛΟΣ - ΝΙΟΝΙΑ.

**• ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ:**

Ημερομηνία: 31-08-2009

Είχαμε ακόμα να γράψω περί επιπλέον να έγραψα τι έγραψα να σας αρέσει να έγραψα (αφήνεται)

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'**

**Εικόνα 10:** Αναφορά της Υποδοχής για τη διαθεσιμότητα των δωματίων για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

STRADA MARINA/PAN

Availability Chart for: 06/03/2010 - 07/04/2010

Τύπος Δωμ	Δωμ.	Σαββ. 06/03	Κυρ. 07/03	Δευ. 08/03	Τρ. 09/03	Τετ 10/03	Πεμ. 11/03	Παρ. 12/03	Σαββ. 13/03	Κυρ. 14/03
APARTMENT	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
DOUBLE	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
SINGLE	28	17	24	28	28	28	28	28	28	28
SUIT	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TRIPLE	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
TWIN	73	28	70	72	72	72	72	72	72	72
TOTAL	112	55	105	111	111	111	111	111	111	111
RATE CODES	0									

Εικόνα 11: Κατάλογος παραμενόντων πελατών στο ξενοδοχείο.

STRADA MARINA/PAN		Λίστα Παραμενόντων			
Δωμάτιο	Όνομα Πελάτη	A	Άφιξη	Αναχώρηση/Κρατήθηκε από	Δεδομένα Ασφαλείας
311	ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	1	01/03/2010	17/03/2010	
315	ΚΑΝΕΛΟΠΟΥΛΟΣ	1	06/03/2010	08/03/2010	
320	ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ ΙΑΚΩΒΟΣ	1	02/02/2010	08/03/2010	
326	ΒΟΥΔΙΑΚΗΣ	1	28/02/2010	08/03/2010	
328	ΜΕΝΕΓΑΤΟΣ ΣΤΑΘΗΣ	1	15/02/2010	08/03/2010	
330	ΧΙΩΝΗΣ	1	02/02/2010	08/03/2010	
409	ΣΑΛΑΠΑΤΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	1	06/03/2010	08/03/2010	

Εικόνα 12: Αναφορά αναμενόμενων αναχωρήσεων.

STRADA MARINA/PAN		Περίληψη - Αναμενόμενες Αναχωρήσεις Μεμονωμένων για : 08/03/2010					
Δωμάτιο	Όνομα Πελάτη	Άφιξη	Κρατήθηκε από	Όνομα Γκρουπ	A	Ωρα	Εκ

Εικόνα 13: Αναφορά της Υποδοχής για την κατάσταση των δωματίων.

STRADA MARINA/PAN		Κατάσταση Δωματίων ανα Τύπο Κατάστασης													
<b>01.Vacant</b>															
<b>CLEAN</b>															
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	112	114	116	118	120	122
203	231	232	234	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	312	314
316	317	318	319	322	324	331	332	334	401	402	403	404	405	406	407
408	410	411	412	414	415	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426
427	428	429	430	431	432	434									
<b>DIRTY</b>															
201	202	204	205	206	207	208	209	210	211	212	214	215	216	217	218
219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	321	323	325	327
329	416														
<b>02.Expected Due Outs</b>															
<b>DIRTY</b>															
315	326	328	330	409											
<b>03.Occupied</b>															
<b>DIRTY</b>															
311	320														

Εικόνα14: Καταγραφή των εισπράξεων στο ηλεκτρονικό σύστημα της Υποδοχής.

STRADA MARINA/PAN		Εισπράξεις Υποδοχής ανα Μέθοδο για :07/03/2010		
Μέθοδος Πληρωμής	DEBITOR			
Χειριστής/Ταμίας	pan			
Πελάτης / Λογ/σμός	Δωμάτιο	Ποσό Ημ.Συναλλαγής	Σημειώσεις	
ΔΙΟΓΕΝΗΣ TRAVEL AGENCY	0	4.160,00	07/03/10 08:38	
Μερ. Σύνολο	pan	4.160,00		
Μερ. Σύνολο	DEBITOR	4.160,00		
Γεν. Σύνολο	4.362,50			



Εικόνα 15: Αναφορά ισοζυγίου από τη νυχτερινή υπηρεσία.

<u>ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΗΣ 08/03/2010</u>					
<u>Έσοδα</u>	<u>2.ΜΗΝΑΣ</u>				
	<u>ΚΑΘΑΡΗ ΑΞΙΑ</u>	<u>050</u>	<u>ΔΦ 100</u>	<u>ΦΠΑ</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>
<u>Κέντρο Εκμετάλλευσης</u>					
BAR-ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	9	670,64	,00	60,36	731,00
BAR-ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	19	371,43	,00	70,57	442,00
ROOF-GARDEN		,00	,00	,00	,00
ΓΕΥΜΑ / ΔΕΙΠΝΟ		,00	,00	,00	,00
ΔΙΗΜΕΡΕΥΣΗ		,00	,00	,00	,00
ΕΝΟΙΚΙΟ ΑΙΘΟΥΣΑΣ	19	235,29	,00	44,71	280,00
ΕΣΟΔΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	9	9.721,74	48,61	879,33	10.649,68
ΙΝΤΕΡΝΕΤ		,00	,00	,00	,00
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ		,00	,00	,00	,00
ΜΙΝΙ ΜΠΑΡ ΔΩΜ. 9%	9	1,83	,00	,17	2,00
ΜΙΝΙ ΜΠΑΡ ΔΩΜ. 19%		,00	,00	,00	,00
ΠΡΩΙΝΟ	9	820,05	4,10	74,17	898,32
ΠΡΩΙΝΟ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ		,00	,00	,00	,00
ΤΗΛΕΦΩΝΑ	19	14,03	,00	2,67	16,70
ΦΑΞ	19	1,26	,00	,24	1,50
<u>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ</u>		<u>11.836,27</u>	<u>52,71</u>	<u>1.132,22</u>	<u>13.021,20</u>
<u>Ανάλυση Φόρων</u>					
<u>Φόρος</u>					
ΦΠΑ	9	11.214,26	52,71	1.014,03	12.281,00
	19	622,01	,00	118,19	740,20
<u>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΦΟΡΩΝ</u>		<u>11.836,27</u>	<u>52,71</u>	<u>1.132,22</u>	<u>13.021,20</u>

Εικόνα 16: Καταγραφή των εισπράξεων στον Η/Υ της Υποδοχής.

STRADA MARINA/PAN		Εισπράξεις Υποδοχής ανα Μέθοδο για :07/03/2010		
Μέθοδος Πληρωμής	CASH			
Χειριστής/Ταμίας	pan			
Πελάτης / Λογ/σμός	Δωμάτιο	Ποσό Ημ.Συναλλαγής	Σημειώσεις	
ΜΑΡΚΟΥ	216	3,00	07/03/10 08:35	
ΦΛΙΓΚΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ	414	65,00	07/03/10 08:24	
ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	416	134,50	07/03/10 17:09	
<u>Μερ. Σύνολο</u>	<u>pan</u>	<u>202,50</u>		
<u>Μερ. Σύνολο</u>	<u>CASH</u>	<u>202,50</u>		

