



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

ΜΑΡΙΑ ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΣΙΑΨΑΛΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΚΟΣ. ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ
ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ

ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2010

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΣ.....	7
1.1 Η ΓΕΝΕΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	8
1.2 ΕΝΝΟΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	9
1.3 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	10
1.4 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο :ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.....	14
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	15
2.2 ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ – ΜΗ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.....	15
2.3 FRONT DESK – ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.....	16
2.4 MAIN COURANTE – ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΣΟΔΩΝ	16
2.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ – ΑΥΤΟΜΑΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	17
2.6 FRONT DESK – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.....	18
2.7 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο :Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007.....	20
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	21
3.2 Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007	21
3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο :ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	28
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	29
4.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	29
 AMADEUS HOTELS	29
 HOTELWORKS	30
 ROOM MASTER.....	30
 ROOM VIEW	31

ROOM REZ	31
SABRE EXCLUSIVE	32
FIDELIO & OPERA	32
SUNSOFT	33
SMART HOSPITALITY SUITE.....	33
HOTEL MANAGER SINGULAR LOGIC	34
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	35
ΕΡΜΗΣ & PROTEL	37
HIS.....	38
4.3 ΗΓΕΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ online ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	39
4.4 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ	41
4.5 ΣΥΝΔΕΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	42
4.6 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ PROPERTY MANAGEMENT SYSTEMS ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	44
4.7 Η ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο :ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - ΤΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.....	47
5.1 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ PROTEL.....	48
5.2 PROTEL FRONT OFFICE.....	48
5.3 PROTEL WEB BOOKING ENGINE.....	49
5.4 PROTEL BANQUETING.....	49
5.5 PROTEL FOR HEADQUARTERS.....	49
5.6 PROTEL SALES & MARKETING.....	49
5.7 PROTEL CENTRAL SALES & MARKETING (CIS).....	50
5.8 PROTEL CENTRAL INTERNET RESERVATIONS (CIRS).....	50
5.9 PROTEL HOTELSOFTWARE MULTI PROPERTY EDITION (MPE).....	50
5.10 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ - HOTEL DISTRIBUTION SYSTEMS.....	60
6.1 ΔΙΚΤΥΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	61
6.2 21^{ος} ΑΙΩΝΑΣ ΚΑΙ DISTRIBUTION SYSTEMS.....	61

6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	63
6.4 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ	64
6.5 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΚΕΣ Η΄ ΜΕΣΩ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	65
6.5.1 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΧΩΡΙΣ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ALLOTMENT / ON REQUEST.....	66
6.6 ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	66
6.7 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΔΙΚΤΥΩΝ.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	68
7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	69
7.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ.....	70
7.3 ΔΡΑΣΕΙΣ	71
7.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	74

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα Πληροφοριακά Συστήματα, αποτελούν ένα σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι της Παγκόσμιας Τουριστικής Βιομηχανίας. Αναπτύχθηκαν κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα και βοήθησαν σημαντικά στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η Πτυχιακή εργασία που φέρει τον τίτλο «Πληροφοριακά Συστήματα σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες» αποτελεί δευτερογενή μελέτη και έχει σκοπό να παρουσιάσει την γέννηση και εξέλιξη των πληροφοριακών συστημάτων αλλά και τη διεξαγωγή συμπερασμάτων για την ελληνική πραγματικότητα.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ιστορική εμφάνιση και εξέλιξη των πληροφοριακών συστημάτων. Ακολουθεί η γενική έννοια τους έννοια και η θέση τους στον ορισμό των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών. Επιπρόσθετα γίνεται αναφορά στις στοχευόμενες εργασίες τους αλλά και την ανάγκη ύπαρξης ενός φορέα συντονισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο ακολουθεί αναλυτική περιγραφή των χειρόγραφων συστημάτων σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σε συνάρτηση με τα οφέλη τους αλλά και τα μειονεκτήματά τους από τα οποία δημιουργήθηκε η ανάγκη της εξέλιξης. Παράλληλα γίνεται περιγραφή των ηλεκτρονικών συστημάτων αλλά και των διακρίσεων των πληροφοριακών συστημάτων ανάλογα με το επίπεδο διοίκησης που εξυπηρετούν. Επίσης γίνεται μία σύντομη αναφορά στα ηλεκτρονικά πληροφοριακά συστήματα και το διαδίκτυο.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται μελέτη από το Παρατηρητήριο της Κοινωνίας της Πληροφορίας με τίτλο «Η χρήση των νέων τεχνολογιών στο Τομέα του τουρισμού, Στρατηγική και προοπτικές», 2008 όπου γίνεται παράθεση της Ελληνικής πραγματικότητας χρήσης πληροφοριακών συστημάτων σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναλαμβάνει την εισαγωγή στα υπάρχοντα πληροφοριακά συστήματα κάνοντας παρουσίαση των πιο διαδεδομένων πληροφοριακών συστημάτων - λογισμικού σε μονάδες μεγάλης δυναμικότητας. Συστήματα όπως της Singular Logic, Sunsoft, E-Commerce, HIT και άλλων. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται μία ευρύτερη αναφορά στην δυνατότητα αυτών των συστημάτων αλλά και την δυναμικότητα τους στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται μία εκτενής μελέτη περίπτωσης του συστήματος Protel της εταιρείας HIT. Στην μελέτη αναλύεται ο ρόλος και η χρήση του συστήματος αλλά επίσης γίνεται αναφορά στις διάφορες παραμέτρους που κρύβονται στο σύστημα και διευκολύνουν τη λειτουργία του ξενοδοχείου που το έχει εγκαταστήσει. Μεγάλες επίσης ξενοδοχειακές εταιρείες όπως η Grecotel S.A, Classical S.A και η αλυσίδα ξενοδοχείων Καψής χρησιμοποιούν το Protel.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους διάφορους τρόπους με τους οποίους ένας πελάτης μπορεί να προχωρήσει σε κράτηση και γενικότερα ποια κανάλια μπορούν να χρησιμοποιηθούν (Hotel Distribution Systems).

Τέλος το έβδομο κεφάλαιο περιλαμβάνει τα συμπεράσματα και τις προτάσεις ανάπτυξης των ξενοδοχειακών πληροφοριακών συστημάτων είτε ιδιωτικά είτε μέσω κρατικών επιδοτήσεων.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας με τίτλο « Πληροφοριακά Συστήματα σε Μεγάλες Ξενοδοχειακές Μονάδες» θα πρέπει να τονιστεί η βοήθεια του επόπτη καθηγητή κου. Αλκιβιάδη Παναγόπουλου που με την υπομονή και συμπαράσταση του βοήθησε στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας. Ευχαριστίες επίσης χρειάζονται για την προτεινόμενη βιβλιογραφία και τις κατευθύνσεις για την ορθή σύσταση της εργασίας.

Ακόμη ιδιαίτερες ευχαριστίες θα πρέπει να απευθυνθούν στο Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας για την παραχώρηση ιδιαίτερα σημαντικών πληροφοριών. Επίσης θερμές ευχαριστίες προς την ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία) για τα πολύτιμα στατιστικά στοιχεία που προσφέρθηκαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 :ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΣ

1.1 Η ΓΕΝΕΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες που έχει να επιδείξει σήμερα η Ελλάδα. Συγκεκριμένα αποτελεί βασική πηγή πλούτου καθώς άμεσα συνεισφέρει το 17,2% του ΑΕΠ (2008) δηλαδή ποσό που εκτιμάται στα 44 δις το χρόνο. Παράλληλα δημιουργεί 700.000 θέσεις εργασίας και συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη¹. Το ποσοστό αυτό αφορά αποκλειστικά τον τουρισμό και όχι παρόμοιους κλάδους οι οποίοι αν συνυπολογιστούν το μέγεθος συνεισφοράς αγγίζει το 25%-30%. Η Ελλάδα κατά το έτος 2008 κατατάχθηκε στην 11^η θέση σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 12^η θέση σε επίπεδο εσόδων. Το ίδιο συμβαίνει άλλωστε και στις υπόλοιπες οικονομίες των χωρών της Μεσογείου, ο τουρισμός αντιστοιχεί σε ένα σημαντικό ποσοστό του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος απασχολώντας σε μόνιμη ή εποχική βάση έναν πολύ μεγάλο αριθμό εργαζομένων.

Οι υφιστάμενες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες έχουν μεταβάλει σημαντικά το ρυθμό ζωής των πολιτών, οι οποίοι στην πλειονότητά τους εκδηλώνουν μία «τουριστική» συμπεριφορά με πολύ διαφορετικές συνήθειες σε σύγκριση με την περασμένη δεκαετία. Από την άλλη πλευρά, η ανάπτυξη και η διάδοση του Ίντερνετ προσέφερε ένα πολύτιμο εργαλείο με το οποίο μπορεί ο καθένας να ενημερωθεί καλύτερα, να συγκρίνει και να επιλέξει τις καλύτερες τουριστικές προτάσεις που ικανοποιούν τις απαιτήσεις του και την οικονομική του κατάσταση. Το Ίντερνετ επέτρεψε την άμεση επαφή του δυνητικού πελάτη και του παραγωγού του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό είχε καταλυτικές συνέπειες στην αγορά, η οποία περιστράφηκε γύρω από αυτό το νέο κανάλι επικοινωνίας και συναλλαγών, κάτι που οδήγησε σε μία συνολική μεταμόρφωση μιας ισχυρά παραδοσιακής βιομηχανίας.

Σύμφωνα με τις σημειώσεις του Δρ. Πάνου Κωνσταντινίδη επίκουρου καθηγητή του Frederick University Κύπρου² η ιστορική ανάπτυξη των δικτύων ξεκίνησε με την εμφάνιση των λογιστικών μηχανών μεταξύ του 1930 και του 1950. Ειδικότερα συμπεριλάμβανε την ανάπτυξη ειδικών μηχανών ταξινόμησης καρτών για συσσώρευση συνόλων και εκτύπωση ελέγχου αναφοράς. Το έτος 1958 χαρακτηρίστηκε ως το έτος των Mainframes. Το έτος αυτό η IBM κατασκεύασε τα πρώτα mainframes για την κεντρική υποστήριξη χιλιάδων απομακρυσμένων τερματικών σε απευθείας σύνδεση. Το 1965 κατασκευάζονται τα λιγότερο ακριβά mini computers που επιτρέπουν την αποκεντροποίηση υπολογιστών. Στη δεκαετία του 1980 – 1990 ξεκινάει η ανάπτυξη του λογισμικού για προσωπικούς υπολογιστές και γι' αυτό χαρακτηρίζεται ως εποχή των δικτύων πελατών – διακομιστών. Οι πελάτες δικτυώθηκαν σε διακομιστές (server) και έγινε ίσος διαχωρισμός δουλειάς και επεξεργασίας δεδομένων μεταξύ πελατών και διακομιστών. Άμεση ήταν και η εξέλιξη των δικτύων πολλαπλών δεσμικών σημείων (multi-tiered). Από το 1992 μέχρι και σήμερα γνώρισε ιδιαίτερη ανάπτυξη η ενοποίηση διαφορετικών δικτύων και εφαρμογών μέσω διαδικτύου και επιχειρησιακών εφαρμογών.

Τα τελευταία 30 χρόνια, η τουριστική βιομηχανία έχει επηρεαστεί από τρία μεγάλα «κύματα» Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ): το σύστημα κρατήσεων CRS (Computer Reservation System) τη δεκαετία του '70, το σύστημα διεθνούς διανομής GDS (Global Distribution System) τη δεκαετία του '80, και το Διαδίκτυο από τα μέσα της

¹ Η Ελληνική Οικονομία σε αναζήτηση στρατηγικής, Νίκος Βρεττός & Γιάννης Στουρνάρας, Σεπτέμβριος 2009

² ASIS115 Πληροφορικά Συστήματα I, Δρ. Πάνος Κωνσταντινίδης, Frederick University of Cyprus

δεκαετίας του '90 μέχρι σήμερα³. Συγκεκριμένα το Ίντερνετ φαίνεται να έχει επηρεάσει τον Τουρισμό περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο κλάδο που έχει μελετηθεί από το e-Business W@tch. Με εφαρμογές όπως οι online κρατήσεις και το web marketing να κυριαρχούν στον κλάδο, ο τομέας του Τουρισμού είναι ξεκάθαρα ένας από τους «κυρίαρχους του παιχνιδιού» σε ό, τι αφορά το online marketing και τις πωλήσεις ανάμεσα σε όλους τους κλάδους της οικονομίας.

Παράλληλα η χρήση των υπολογιστικών συστημάτων από τις επιχειρήσεις οδήγησε σε σημαντική βελτίωση της οργάνωσης της εταιρείας όπως η μείωση του χρόνου εργασίας και η ενασχόληση των εργαζομένων σε ζωτικότερους τομείς της επιχείρησης.

Συγκεκριμένα η ανάπτυξη των Πληροφοριακών συστημάτων οδήγησε στην αποδέσμευση του στελεχικού δυναμικού από τις εργασίες ρουτίνας, ώστε να προσφέρει πραγματικά ποιοτικές υπηρεσίες, να λαμβάνει τεκμηριωμένες πρωτοβουλίες, να εξυπηρετεί καλύτερα και ολόπλευρα τους πελάτες, αλλά και να εκπαιδεύεται. Επίσης πρόσφερε ίσες ευκαιρίες για συμμετοχή σε όλο το προσωπικό στις εσωτερικές και εξωτερικές υποθέσεις της επιχείρησης. Παράλληλα βοήθησε στη μείωση της γραφειοκρατίας, μέσω της επέκτασης του χρόνου και του χώρου παροχής υπηρεσιών και προϊόντων αλλά και στην άμεση παρακολούθηση της παραγωγικότητας.

1.2 ΕΝΝΟΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Με την έννοια Πληροφοριακά Συστήματα χαρακτηρίζεται μία σειρά από συνδεδεμένα στοιχεία, δηλαδή τα μηχανήματα και το λογισμικό, που μαζεύουν, επεξεργάζονται, αποθηκεύουν και διανέμουν πληροφορίες για να υποστηρίξουν την λήψη αποφάσεων, όπως και τον συντονισμό και έλεγχο διαφόρων δραστηριοτήτων μέσα σε ένα οργανισμό⁴.

Τα πληροφοριακά συστήματα έχουν συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη του τουριστικού και πιο συγκεκριμένα ξενοδοχειακού κλάδου. Οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν βασιστεί στην ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων καθώς διευκολύνουν την λειτουργία τους και μειώνουν το χρόνο εκτέλεσης των εργασιών τους. Στα πληροφοριακά συστήματα στηρίζεται η εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων. Τα πληροφοριακά συστήματα είναι μία έννοια η οποία περιλαμβάνεται στον ευρύτερο ορισμό των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ). Ο τουρισμός είναι ήδη ψηφιοποιημένος σημαντικά. Συμπερασματικά διακρίνονται δύο γενικές κατηγορίες των νέων τεχνολογιών σε σχέση με τον τουρισμό: τις τεχνολογίες που συμβάλουν με οποιονδήποτε τρόπο στην οργάνωση, ενίσχυση και αναμετάδοση της τουριστικής εμπειρίας και τις τεχνολογίες που λειτουργούν με σκοπό την προώθηση και οργάνωση του τουριστικού προϊόντος – επιχειρήσεων.

Τα πληροφοριακά συστήματα διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και διακρίνονται από απλά συστήματα διαχείρισης της υποδοχής, σε συστήματα πώλησης, τιμολόγησης, λογιστικών, διαχείρισης αποθηκών αλλά και ασφαλείας. Η ενσωμάτωση της νέας τεχνολογίας στο τουριστικό προϊόν αποτελεί κύρια προϋπόθεση για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Η σπουδαιότητα επίσης των πληροφοριακών συστημάτων διαφαίνεται και από τα στοιχεία που εξετάζονται κατά την αξιολόγηση τους όπως :

- Απόδοση (efficiency) – πώς εκτελούνται οι λειτουργίες με τους λιγότερους πόρους

³ Μελέτη των κλάδων Πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα- Κατάσταση και προοπτικές/ Μελέτη Περίπτωσης, Φορέας Υλοποίησης Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Κοινωνία της Πληροφορίας, 10 Ιουλίου 2007

⁴ ASIS115 Πληροφοριακά Συστήματα I, Δρ. Πάνος Κωνσταντινίδης, Frederick University of Cyprus

- Αποτελεσματικότητα (effectiveness) – πόσο καλά εκτελούνται οι λειτουργίες σε σχέση με τους στόχους
- Επιτυχία
- Ικανοποίηση
- Κόστος
- Όφελος
- Ποιότητα
- Συμπεριφορά
- Σχέση κόστους/ οφέλους (cost-benefit analysis)
- Χρηστικότητα (usability)

Στην πλευρά της αγοράς Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών μπορεί να σημειωθεί ότι είναι διαθέσιμο ένα ευρύ φάσμα εφαρμογών, γενικών αλλά και πιο εξειδικευμένων, οι οποίες επιλύουν το θέμα της εσωτερικής και εξωτερικής επικοινωνίας μιας επιχείρησης, όπως μίας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας, με επιχειρηματικούς συνεργάτες και πελάτες, αλλά και θέματα διαχείρισης και διανομής περιεχομένου και δεδομένων ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε αυτή επίσης πλευρά της αγοράς εντάσσονται τα συστήματα ERP, εφαρμογές που υποστηρίζουν τις σχέσεις της επιχείρησης με τους επιχειρηματικούς συνεργάτες (e-procurement, e-marketplaces) και με τους πελάτες (e-CRM), αλλά και εφαρμογές που σχετίζονται με τη διακίνηση της πληροφορίας στο επιχειρηματικό intranet, την ανάπτυξή τους στο web, αλλά και εφαρμογές υποστήριξης των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

1.3 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

⁵ Όπως αναφέραμε παραπάνω πληροφοριακά συστήματα ή *Information Systems (IS)* ονομάζεται ένα σύνολο διαδικασιών, ανθρώπινου δυναμικού και αυτοματοποιημένων υπολογιστικών συστημάτων, που προορίζονται για τη συλλογή, εγγραφή, ανάκτηση, επεξεργασία, αποθήκευση και ανάλυση πληροφοριών. Τα πληροφοριακά συστήματα αποτελούν το μέσο για την αρμονική συνεργασία ανθρώπινου δυναμικού, δεδομένων, διαδικασιών και τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών. Προέκυψαν ως γέφυρα μεταξύ των πρακτικών εφαρμογών της επιστήμης υπολογιστών και του επιχειρηματικού κόσμου. Σήμερα, σε επίπεδο ανώτατης εκπαίδευσης, σε τμήματα Πληροφορικής παρέχονται κατευθύνσεις εξειδίκευσης στα πληροφοριακά συστήματα, είτε σε προπτυχιακό είτε σε μεταπτυχιακό στάδιο. Τα συστήματα αυτά περιλαμβάνουν λογισμικό, υλικό και τηλεπικοινωνιακό σκέλος.

Παρακάτω θα παραθέσουμε αναλυτικά το κάθε σκέλος ξεχωριστά.

Λογισμικό:

Ως λογισμικό υπολογιστών θεωρείται ότι δεν ανήκει στο υλικό, hardware, του υπολογιστή. Στο υλικό περιλαμβάνονται τα αντικείμενα που έχουν υλική υπόσταση, ενώ στο λογισμικό περιλαμβάνονται τα άυλα προγράμματα και οι εφαρμογές που υπάρχουν στο εσωτερικό του υπολογιστή. Το λογισμικό καλύπτει ένα ευρύτατο φάσμα προϊόντων και τεχνολογιών που αναπτύσσονται με χρήση διαφορετικών τεχνικών όπως οι γλώσσες προγραμματισμού, οι γλώσσες μορφοποίησης κλπ. Οι διαφορετικοί τύποι λογισμικού περιλαμβάνουν ιστοσελίδες που αναπτύχθηκαν από τις τεχνολογίες HTML, PHP, Perl, JSP,

⁵ <http://el.wikipedia.org/wiki/>

ASP.NET, XML, και desktop εφαρμογές όπως το Microsoft Word και το OpenOffice που αναπτύχθηκαν από τις τεχνολογίες C, C++, Java, C #, κλπ. Το λογισμικό εκτελείται συνήθως μέσα από ένα λειτουργικό σύστημα (που είναι επίσης λογισμικό) όπως τα Microsoft Windows, το Linux ,το Solaris της Sun κ.α. Ως λογισμικό θεωρούνται ακόμα και τα βιντεοπαιχνίδια όπως για προσωπικούς υπολογιστές ή κονσόλες βιντεοπαιχνιδιών.

Επίσης, ένα λογισμικό συνήθως λειτουργεί πάνω σε μια πλατφόρμα λογισμικού που παρέχεται είτε από λειτουργικό σύστημα ή από ανεξάρτητες πλατφόρμες όπως η Java και η .NET. Λογισμικό γραμμένο για μία πλατφόρμα συνήθως δεν μπορεί να λειτουργεί και σε άλλες πλατφόρμες, για παράδειγμα, οι εφαρμογές των Microsoft Windows δεν θα είναι σε θέση να λειτουργήσουν σε Mac OS λόγω των διαφορών που σχετίζονται με τις πλατφόρμες και τα πρότυπά τους. Οι εφαρμογές αυτές μπορούν να λειτουργήσουν μόνο εάν μεταφερθούν, χρησιμοποιώντας ένα διερμηνέα ή εκ νέου ανάπτυξη του πηγαίου κώδικα για την εν λόγω πλατφόρμα. Το ίδιο συμβαίνει και με τα λειτουργικά συστήματα στην τουριστική βιομηχανία. Π.χ. εφαρμογές Amadeus δεν μπορούν να δουλέψουν σε περιβάλλον Ερμής ούτε σε κανένα άλλο περιβάλλον περά από το ίδιο.

Ο όρος "λογισμικό" χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά με αυτή την έννοια από τον John W. Tukey το 1958. Στην επιστήμη των υπολογιστών και του λογισμικού, λογισμικό υπολογιστών είναι όλα τα προγράμματα για ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Αυτή η θεωρία είναι η βάση του σύγχρονου λογισμικού και προτάθηκε για πρώτη φορά από τον Alan Turing το 1935 στο δοκίμιο του *Υπολογίσιμοι αριθμοί με μια εφαρμογή στο Entscheidungsproblem*.

Υλικό:

Στην επιστήμη υπολογιστών ως υλικό (hardware) ορίζεται το σύνολο των φυσικών εξαρτημάτων ενός υπολογιστή, όπως π.χ. ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά στοιχεία, μικροτσίπ κλπ. Το υλικό καθοδηγείται κατά τη λειτουργία του από το λογισμικό που αναφέραμε παραπάνω. Το Υλικό αποτελείται από ένα σύνολο κατηγοριοποιημένων συσκευών. Έτσι, έχουμε :

1. Συσκευές Εισόδου: Πληκτρολόγιο, Ποντίκι, Χειριστήριο (Joystick), Μικρόφωνο, Web camera, Σαρωτής (Scanner)
2. Κεντρική Μονάδα: Μητρική Κάρτα, Κ.Μ.Ε. (Κεντρική Μονάδα Επεξεργασίας) – ή πιο απλά Επεξεργαστής, Μνήμη RAM, Η.Δ.Δ. (Hard Disk Drive, ελληνιστί Σκληρός Δίσκος), DVD / CD Drive, Floppy Disk Drive, Κάρτα Γραφικών, Κάρτα Ήχου, Κάρτα Δικτύου, ROM (εκεί μέσα είναι αποθηκευμένο το Β.Ι.Ο.Σ.), Μπαταρία, Τροφοδοτικό, κ.ά.
3. Συσκευές Εξόδου: Οθόνη, Ηχεία, Εκτυπωτής

Ίσως θα μπορούσαμε να αναφέρουμε και μια ειδική κατηγορία, αυτή των Συσκευών Εισόδου / Εξόδου : Οθόνες Αφής (Touch Screens), Modem (Modulator – Demodulator, ελληνιστί Διαποδιαμορφωτής). Η επιμέρους ανάλυση των παραπάνω υλικών απαιτεί εκτενή ανάλυση η οποία ξεφεύγει από τα όρια του συγκεκριμένου θέματος.

Τηλεπικοινωνίες:

Κατά το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα εξελίχθηκε ραγδαία η ηλεκτρονική τεχνολογία με αποτέλεσμα να βελτιωθούν εντυπωσιακά όλες οι προγενέστερες μορφές τηλεπικοινωνίας. Παράλληλα αναπτύχθηκαν ραγδαία οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές οι οποίοι οδήγησαν στην

δημιουργία του διαδικτύου, που είχε ραγδαία εξάπλωση μετά την δεκαετία του 1990. Την ίδια δεκαετία άρχισαν να αναπτύσσονται με ταχύτατο ρυθμό οι δορυφορικές επικοινωνίες και η κινητή τηλεφωνία. Σημαντική εξέλιξη στις τηλεπικοινωνίες υπήρξε και η εφαρμογή των οπτικών ινών από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, με μεγαλύτερη εξάπλωση στις αρχές της επόμενης δεκαετίας.

Σήμερα οι τηλεπικοινωνίες είναι εξαιρετικά διαδεδομένες και οι συσκευές που υποβοηθούν τη διαδικασία, όπως και το τηλέφωνο, το ραδιοτηλέφωνο, ο ασύρματος, το τηλέτυπο, το τηλεομοιοτυπικό, γνωστότερο ως φαξ, αλλά και το ραδιόφωνο η τηλεόραση κ.λπ. και ποιά σύγχρονα το διαδίκτυο, είναι πολύ κοινές στα περισσότερα μέρη του πλανήτη. Υπάρχει επίσης μια απέραντη σειρά δικτύων που δια συνδέουν αυτές τις συσκευές, όπως τα δίκτυα υπολογιστών, τα δημόσια τηλεφωνικά δίκτυα, τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, καθώς και τα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά δίκτυα. Τα δίκτυα αυτά σχηματίζονται από *τηλεπικοινωνιακά κανάλια*, φυσικές διόδους οι οποίες επιτρέπουν σε σήματα κωδικοποιημένα μέσω μίας συγκεκριμένης φυσικής ποσότητας να μεταδοθούν κατά μήκος τους, και *κόμβους*, ή *σταθμούς*, στα άκρα αυτών των καναλιών, δηλαδή τηλεπικοινωνιακές συσκευές όπως αυτές που προαναφέρθηκαν.

Τα συστήματα τηλεπικοινωνιών σχεδιάζονται εν γένει από τους μηχανικούς τηλεπικοινωνιών. Οι πρώτοι εφευρέτες στον τομέα ήταν ο Ελίσα Γκρέι (*Elisha Gray*), ο Νικόλα Τέσλα, ο Γουλιέλμο Μαρκόνι και ο Τζον Μπερντ (*John Logie Baird*). Τα τηλεπικοινωνιακά τους συστήματα ήταν αναλογικά αλλά κατά τις τελευταίες δεκαετίες του εικοστού αιώνα επικράτησαν καθολικά τα ψηφιακά συστήματα, καταγόμενα από τα δίκτυα υπολογιστών. Έτσι οι περισσότερες τηλεπικοινωνιακές συσκευές σήμερα ουσιαστικώς είναι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, ακόμα και αν δεν έχουν την εμφάνιση ενός τυπικού μικροϋπολογιστή γενικής χρήσης.

Από τη δεκαετία του 1970 κι έπειτα η οπτική ίνα έχει βελτιώσει ριζικά το εύρος ζώνης που είναι διαθέσιμο για τη διηπειρωτική επικοινωνία, γεγονός που βοηθά στην ταχύτερη μεταφορά δεδομένων και την παροχή πλουσιότερων υπηρεσιών. Η ψηφιακή τηλεόραση έχει εξαλείψει τα προβλήματα όπως το «χιόνι» στην εικόνα και τα παράσιτα, προσφέροντας παράλληλα υψηλή ποιότητα σήματος. Οι τηλεπικοινωνίες παραμένουν ένας σημαντικός τομέας της παγκόσμιας οικονομίας και το εισόδημα της βιομηχανίας τηλεπικοινωνιών είναι 3% του Ακαθάριστου Παγκόσμιου Προϊόντος.

1.4 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

Η ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων στις επιχειρήσεις προέβαλε την ανάγκη δημιουργίας ενός συντονιστικού φορέα. Το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ) είναι ένα από τα πιο οργανωμένα και στελεχωμένα ερευνητικά κέντρα της χώρας. Ιδρύθηκε το Μάιο του 1983 και εποπτεύεται από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης. Το ΙΤΕ αποτελείται από επτά ερευνητικά Ινστιτούτα. Συγκεκριμένα: Πληροφορική, Μοριακή Βιολογία, Λείζερ, Τηλεπικοινωνίες, Μικροηλεκτρονική, Ρομποτική, Βιοτεχνολογία, Υλικά, Χημική και Βιολογική Μηχανική, Βιοϊατρική, Υπολογιστικά Μαθηματικά, Βιοπληροφορική και Ιστορικές Έρευνες.

Το Ινστιτούτο Πληροφορικής (ΙΠ) βοηθά στη διεξαγωγή βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας, στην ανάπτυξη εφαρμογών και προϊόντων και στην παροχή υπηρεσιών. Οι ερευνητικές κατευθύνσεις του Ινστιτούτου επικεντρώνονται στις ακόλουθες περιοχές:

- Βιοϊατρική Πληροφορική και Τεχνολογίες Ηλεκτρονικής Υγείας
- Υπολογιστική Όραση και Ρομποτική
- Αρχιτεκτονική Υπολογιστών και σχεδίαση VLSI
- Πληροφοριακά Συστήματα
- Πολιτισμική Πληροφορική
- Επικοινωνία Ανθρώπου – Μηχανής
- Καθολική Πρόσβαση και Υποστηρικτικές Τεχνολογίες για Άτομα με Αναπηρία
- Τηλεπικοινωνίες και Δίκτυα
- Κατανεμημένα Υπολογιστικά Συστήματα
- Ασφάλεια Πληροφοριών

Χαρακτηριστικό παράδειγμα των επιτευγμάτων του Ινστιτούτου αποτελεί η εταιρεία τεχνολογίας Forthnet ΑΕ που προσφέρει υπηρεσίες διαδικτύου και σταθερής τηλεφωνίας. Η ύπαρξη αυτού του κρατικού οργανισμού αναδεικνύει την σπουδαιότητα των συστημάτων πληροφορικής καθώς συμβάλει στην εξέλιξη και το συνεχή έλεγχο τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην σύγχρονη εποχή, όλες οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται άμεσα ή έμμεσα στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού, έχουν σαν κύρια επιδίωξη την καλύτερη δυνατή ποιότητα στην διακίνηση και επεξεργασία όλων των παρεχόμενων πληροφοριών. Το παλαιό χειρόγραφο σύστημα καταχωρήσεων θεωρήθηκε πολύ χρονοβόρο και γραφειοκρατικό ώστε να γίνει έρευνα για να εισαχθούν νέες πρακτικές που θα οδηγήσουν σε πιο ποιοτική εργασία. Θεωρείται πλέον αδύνατο να λειτουργεί ο τουριστικός κλάδος χωρίς την απαραίτητη πληροφορική υποστήριξη, τόσο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και εξωτερικά για την μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος.

Το ξεκίνημα του 21ου αιώνα, σηματοδοτείται από ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών, οι οποίες επηρεάζουν άμεσα τον ευρύτερο χώρο του τουρισμού. Ειδικότερα η χρήση τεχνολογιών στα ξενοδοχεία και πολύ περισσότερο στις μεγάλες μονάδες κρίθηκε απαραίτητη καθώς βελτίωσε τους χρόνους παράδοσης και ποιότητας των στατιστικών ώστε να μπορεί να χαραχθεί επίσης πιο εύκολα η στρατηγική πωλήσεων τους. Η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, οφείλεται σε πολύ μεγάλο ποσοστό στις πολύπλοκες και τυποποιημένες διαδικασίες, καθώς επίσης και στην πολυσύνθετη δομή του κλάδου, ο οποίος περιλαμβάνει επιχειρήσεις, διαφόρων κατηγοριών και μεγέθους, με έντονο χαρακτηριστικό την υψηλή γεωγραφική διασπορά τους στο χώρο και την μεγάλη απόσταση από τον καταναλωτή. Αναμφισβήτητα, η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, συμβάλει στη βελτίωση της απόδοσης και της παραγωγικότητας. Επιπλέον δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες σε όλες τις εμπλεκόμενες τουριστικές επιχειρήσεις για αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και παράλληλα συντελεί άμεσα στη δημιουργία και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικό που μπορεί να οδηγήσει στην απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών, στο χώρο του τουρισμού.

Ακολουθεί η περιγραφή των χειρόγραφων συστημάτων που χρησιμοποιήθηκαν για πολλά χρόνια από τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και εξακολουθούν να είναι αντικείμενο διδασκαλίας.

2.2 ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ – ΜΗ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Η ανάπτυξη και εξέλιξη των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων ήταν σημαντική ειδικά τα τελευταία 50 χρόνια. Το τέλος της βιομηχανικής επανάστασης η ανάπτυξη του εμπορίου και η θέληση του ανθρώπου για εξερεύνηση τον ώθησε στο να δημιουργήσει διάφορες μορφές διακοπών. Η ίδρυση ξενοδοχειακών μονάδων ήταν ραγδαία όπως και η ανάγκη ενός συστήματος συντονισμού των διαφόρων τμημάτων από τα οποία αποτελείται. Αρχικά τα ξενοδοχεία έδειξαν μεγάλη εξάρτηση στις κάρτες και στη γραφική εργασία στο μπροστινό γραφείο (Front Office) ώστε να διατηρήσουν την επαφή με τους παλαιούς πελάτες.

Μία από τις πρώτες λειτουργίες που κρίθηκε απαραίτητη η ύπαρξη ενός συστήματος ήταν η τιμολόγηση. Αρχικά οι διαδικασίες σε χαρτί ήταν χρονοβόρα και ανίκανη να επιδειξει σύντομα την κατάσταση στην οποία βρισκόταν όλη η μονάδα. Ακόμη η χρήση των πληροφοριακών συστημάτων βοηθά στην ανάπτυξη ιστορικού για κάθε πελάτη και την διεξαγωγή στατιστικών στοιχείων που οδηγούν στη χάραξη νέας πολιτικής. Έτσι αρχικά τα ξενοδοχεία λειτουργούσαν μόνο μέσω τηλεφωνικών συνδιαλλαγών και διαφήμισης μέσω

τουριστικών πρακτορείων. Το χειρόγραφο σύστημα καταχωρήσεων κρατήσεων δυστυχώς άφηνε περισσότερα περιθώρια για ανθρώπινα λάθη και διπλών – κρατήσεων δωματίων. Το χειρόγραφο σύστημα λοιπόν κρατήσεων καθυστερούσε περισσότερο και δεν μπορούσε να κρατήσει επαρκή ιστορικά στοιχεία κάθε ζήτησης που είχε γίνει.

2.3 FRONT DESK – ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Συγκεκριμένα το μη αυτοματοποιημένο σύστημα έκανε χρήση έντυπων καταχωρήσεων. Ήταν το απλούστερο σύστημα και μπορούσε να τηρηθεί σε φύλλα, σε καρτέλες ή και βιβλία. Όλες οι κρατήσεις καταχωρούνταν σε δελτία κράτησης και στη συνέχεια στο βιβλίο ή στο πλάνο. Το χειρόγραφο σύστημα βοηθούσε τους υπαλλήλους να κατανοήσουν καλύτερα τη λειτουργία ενός ξενοδοχείου. Κατά την άφιξη τους οι πελάτες υπέγραφαν την κάρτα άφιξης συμπληρώνοντας τη με τα στοιχεία τους όπου τα αντίγραφα της διανέμονταν και στα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης ώστε να γνωρίζουν τον νέο πελάτη. Συμπερασματικά αυτό δημιουργούσε μεγάλη σπατάλη χαρτιού και γενικότερα πρώτων υλών αλλά και χρόνου. Οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχοντας να διαχειριστούν τέτοιο όγκο πελατών ήταν αδύνατον να έχουν και αντίστοιχο αποθηκευτικό χώρο για όλα αυτά τα έντυπα αρχεία. Το βιβλίο πόρτας επίσης με χειρόγραφες εγγραφές, χρησιμοποιείτο για να γίνονται οι καταχωρήσεις των πελατών κατά την άφιξη, αναχώρηση αλλά γινόταν και αναφορά στο κόστος ανά διανυκτέρευση του δωματίου⁶. Επίσης στο βιβλίο αυτό γινόταν και οποιαδήποτε εγγραφή αλλαγής των όρων του ενοικίου. Κατά την αναχώρηση οι πελάτες αναλάμβαναν την τακτοποίηση των λογαριασμών τους επιστρέφοντας τα κλειδιά των δωματίων ώστε να διαγραφεί ο πελάτης από το πλάνο της Υποδοχής με την ένδειξη «αναχώρηση». Στη συνέχεια ακολουθούσε η αρχειοθέτηση του ιστορικού του και των στοιχείων του στο αρχείο του ξενοδοχείου.

2.4 MAIN COURANTE – ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΣΟΔΩΝ

Η παρακολούθηση των εσόδων ενός ξενοδοχείου είναι πολύ σημαντική διαδικασία και απαιτεί πολύ προσεκτικές εγγραφές. Η τήρηση των λογαριασμών των πελατών έχει ως σκοπό να ελέγχει τις οικονομικές κινήσεις των μεμονωμένων πελατών αλλά και των πρακτορείων που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τις ξενοδοχειακής μονάδας. Πριν την άφιξη του πελάτη καταχωρούνται όλες οι προκαταβολές και γενικά όλες οι χρεώσεις και οι πιστώσεις των πελατών. Το βιβλίο αυτό ήταν γραμμογραφημένο και σε τέτοιο μέγεθος ώστε να μπορεί να γίνει εύκολα και ευανάγνωστα η καταχώρηση. Οι γραμμές της Main Courante περιλαμβάνουν όλα τα τμήματα εκμετάλλευσης ενός ξενοδοχείου ενώ οι στήλες έχουν τις διάφορες αιτιολογίες των χρεώσεων. Το βιβλίο της Main Courante πρέπει να είναι θεωρημένο από την εφορία.

Οι καταχωρήσεις της νέας ημέρας ακολουθούν του κλείσιμο της προηγούμενης έτσι κάθε εργασία πρέπει να έχει τελειώσει μέχρι της 06.00 το πρωί ώστε να ακολουθήσουν νέες εγγραφές. Για την τήρηση των λογαριασμών χρειάζονται τα ακόλουθα: α) Το βιβλίο πόρτας, β) τα δελτία παραγγελίας, γ) τα δελτία παροχής τμημάτων, δ) Η ταμειακή κατάσταση των τμημάτων, ε) το δελτίο παροχής υπηρεσιών, στ) το δελτίο έκπτωσης ή διόρθωσης και ζ) το βιβλίο εσόδων. Έχοντας τα παραπάνω έγγραφα μπορεί πάντα να ξεκινήσει η διαδικασία κλεισίματος ημέρας. Εξετάζεται αν έχει παραμείνει υπόλοιπο από την προηγούμενη ημέρα

⁶Καπίκη – Πιβεροπούλου Τάνια /1998, ‘Υπηρεσίες Υποδοχής’, Interbooks / Αθήνα.

ώστε να γίνει εγγραφή μεταφοράς του υπολοίπου στην νέα ημέρα εγγραφής. Μεταφέρεται στη συνέχεια το όποιο οφειλόμενο υπόλοιπο του κάθε πελάτη. Στη συνέχεια γίνονται νέες εγγραφές με τις νέες αφίξεις και τα επιπρόσθετα καταναλώσεων των δωματίων. Αν ο πελάτης καλύψει αυτές τις καταναλώσεις μετρητά τότε η καταχώρηση γίνεται στο ταμείο ενώ αν το χρεώσει στο δωμάτιο του τότε καταχωρείται στο Υπόλοιπο αφού είναι πίστωση. Ακόμη καταχωρούνται και όλες οι εισπράξεις των τμημάτων όπου γίνεται οριζόντια άθροιση. Τέλος με το ημερήσιο ισοζύγιο γίνεται η εξαγωγή των συμπερασμάτων.

2.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ – ΑΥΤΟΜΑΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Όπως έγινε ήδη σύντομη αναφορά η μετάβαση από το χειρόγραφο σύστημα σε ηλεκτρονικό προσκόμισε πολλά οφέλη. Στις αρχές της δεκαετίας του '60 αμερικάνικες εταιρείες σε συνεργασία με την IBM προώθησαν στην αγορά τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων ή αλλιώς γνωστά ως CRS(Computer Reservation Systems). Στις αρχές της δεκαετίας του '70 τα πληροφοριακά συστήματα εξελίσσονται σε συστήματα διανομής πληροφοριών μεταξύ τουριστικών πρακτορείων και αεροπορικών εταιρειών. Επίσης την ίδια περίοδο έκαναν την εμφάνισή τους οι πρώτοι ηλεκτρονικοί υπολογιστές με μεγάλο μειονέκτημα την τιμή διάθεσής τους, μειονέκτημα που ουσιαστικά κάμφθηκε την δεκαετία του '90. Στα μέσα της δεκαετίας του '80 τα εξελιγμένα πλέον αμερικάνικα συστήματα κρατήσεων εισάγονται στην ευρωπαϊκή αγορά προκαλώντας την ανάγκη δημιουργίας ενός παγκόσμιου συστήματος διανομής που εμπεριείχε και τους υπόλοιπους πλέον κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών όπως τα ξενοδοχεία. Το 1987 έκαναν την εμφάνιση τους τα συστήματα Amadeus και Galileo που διευκόλυναν την επικοινωνία των τουριστικών πρακτορείων και των αεροπορικών.

Για την καλύτερη βέβαια οργάνωση των διαδικασιών σε ένα ξενοδοχείο θα πρέπει να υπάρχει άρτια οργάνωση και στις εξωτερικές εργασίες του τμήματος της υποδοχής, κρατήσεων αλλά και στις εσωτερικές λειτουργίες όπως την λογιστική αλλά και την παρακολούθηση της αποθήκης. Τα ξενοδοχεία έχουν προχωρήσει στη μετάβαση από το κλασσικό χειρόγραφο σύστημα στο ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων και καταχωρήσεων. Τα ξενοδοχεία έχουν αναβαθμίσει τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες και έχουν την δυνατότητα να συνδέονται με ταξιδιωτικές εταιρείες αλλά να κάνουν και on line διαχείριση δωματίων. Πληροφορίες για κρατήσεις έρχονται σε μια ξενοδοχειακή μονάδα με πολλές εναλλακτικές μορφές όπως, κλασική αλληλογραφία, τηλεφωνικά, με φαξ, με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, από το Internet. Σε κάθε περίπτωση, όλες οι εμφανιζόμενες κρατήσεις, θα πρέπει να καταχωρηθούν στο πληροφοριακό σύστημα της επιχείρησης. Τα τελευταία χρόνια, η χρήση ηλεκτρονικών οδών, μέσα από τις οποίες γίνονται οι κρατήσεις, γίνεται όλο και πιο συχνή, κυρίως επειδή όλο και περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες διαθέτουν σύνδεση με κάποιο σύστημα CRS-GDS (Computerized Reservations System) ή το Internet. Ανακεφαλαιώνοντας μπορεί να υπογραμμιστεί ότι οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες μπορούν να προχωρήσουν σε κράτηση είτε μέσω του δικού τους συστήματος κρατήσεων (CRS), είτε μέσω κάποιου GDS αλλά διαθέτοντας μέρος των δωματίων, είτε μέσω ανεξάρτητου οργανισμού που έχει αναλάβει τις κρατήσεις είτε τέλος μέσω του διαδικτύου (Internet). Το internet είναι ο πλέον διαδεδομένος τρόπος εύρεσης προορισμού, περιοχών ιδιαίτερου ενδιαφέροντος αλλά και επιπρόσθετων πληροφοριών όπως μπαρ, εστιατόρια και μουσεία.

2.6 FRONT DESK – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Η δεκαετία του '80 συνέβαλε σημαντικά στην εξέλιξη των περισσότερων εξειδικευμένων συστημάτων που χρησιμοποιούνται στην Υποδοχή ενός ξενοδοχείου. Ο τρόπος λειτουργίας των συστημάτων έφερε ραγδαίες αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των μονάδων αλλά και στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων έδωσε την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να έχουν πιο άμεσα αποτελέσματα που πριν ήταν χρονοβόρο να αποκτήσουν. Έδωσαν την δυνατότητα στην επιχείρηση να έχει καλύτερη διαχείριση των πελατών της, μέσω της βάσης δεδομένων που φυλάσσει τα στοιχεία τους και τα στατιστικά δεδομένα δαπανών και επισκεψιμότητας. Οι πελάτες πλέον απολαμβάνουν ποιοτική και γρήγορη εξυπηρέτηση καθώς επίσης γίνεται χρήση της αυτόματης χρέωσης και ορθής και σύντομης παρακολούθησης των λογαριασμών τους.

Τα περισσότερα πληροφοριακά συστήματα που χρησιμοποιούνται σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες συμπεριλαμβάνουν συγκεκριμένες ενότητες(θα αναλυθεί διεξοδικά στην επόμενη ενότητα) όπως: Ενότητα κρατήσεων, υποδοχής καλεσμένων, τήρηση λογαριασμών, στατιστικών αλλά και ιστορικό αρχείο πελατών. Οι περισσότερες από αυτές τις εφαρμογές έχουν τη δυνατότητα εφαρμογών πωλήσεων χώρων εστίασης και μεγάλου όγκου δωματίων δηλαδή διαχείρισης γκρουπ. Αν δεν έχουν την δυνατότητα αυτή σαν συστήματα πάντα μπορούν να συνδεθούν με κάποιο άλλο που θα καλύψει αυτό τους το κενό.

Συνοπτικά το πληροφοριακό σύστημα βοηθάει στην ταξινόμηση των κρατήσεων με λεπτομέρεια και συντήρηση αρχείου. Ακόμη η συντήρηση του αρχείου δεν αφορά μόνο μεμονωμένους πελάτες, αλλά επίσης τα τουριστικά γραφεία & των τουριστικών πρακτόρων όπου με αυτό το σύστημα μπορεί να δημιουργηθεί πλάνο προώθησης πωλήσεων. Επίσης σημαντική είναι η συμμετοχή στην μείωση ανθρώπινων λαθών και άρα αποφυγής προβλημάτων όπως το overbooking⁷. Το ίδιο σύστημα προσφέρει σημαντική βοήθεια στο τμήμα υποδοχής. Αρχικά βοηθάει σε μία σύντομη διαδικασία άφιξης των καλεσμένων καθώς τα στοιχεία τους καταχωρούνται ηλεκτρονικά. Το ίδιο ισχύει και για τη διαδικασία αναχώρησης καθώς δεν είναι απαραίτητη η προεργασία του λογαριασμού καθώς όλες οι χρεώσεις μπορούν και γίνονται ηλεκτρονικά. Συμπερασματικά εξασφαλίζεται μία σύντομη διαδικασία αναχώρησης. Κάποιες μεγάλες μονάδες έχουν υιοθετήσει σύστημα στο Mini bar των δωματίων όπου η χρέωση γίνεται αυτόματα με την αφαίρεση αντικειμένου από το μπαρ. Η ταχύτητα επίσης είναι το βασικό προτέρημα χρήσης αυτών των συστημάτων όπως απαιτείται συνήθως στις αλλαγές δωματίων. Όλα τα τμήματα μπορούν να συνδεθούν. Για παράδειγμα το Housekeeping (τμήμα καθαριότητας) μπορεί να εισάγει το δικό του κωδικό στο σύστημα και να δηλώνει τα καθαρά και λερωμένα δωμάτια ώστε να ενημερώνονται ακόμη πιο άμεσα τα υπόλοιπα τμήματα. Με τον ίδιο τρόπο ενημερώνεται και το τμήμα καθαριότητας για τις αναχωρήσεις και τις έκτακτες αφίξεις. Από το ίδιο σύστημα μπορούν από τα τμήματα επισιτιστικών να ενημερωθούν για τα δικαιούμενα γεύματα των πελατών αλλά και την κίνηση τους σε αυτά τα τμήματα με βάση την εθνικότητα. Παράλληλα τα πληροφοριακά συστήματα βοηθούν την διεύθυνση να τηρούν ορθό στατιστικό στοιχείο με τις πληρότητες ανά μήνα, ημέρα και συνολικό χρόνο. Μπορούν να αναλυθούν πληρότητες μέσω πρακτορείων, μεμονωμένων πελατών, αλλά και κάλυψης δωματίων μέσω allotment⁸. Επίσης παρακολουθούνται οι αφίξεις και μπορεί να γίνει ανάλυση των διανυκτερεύσεων ανά πρακτορείο και εθνικότητα, έσοδα ανά πρακτορείο και ανά τμήμα και σύγκριση τους με τα

⁷ Overbooking: ονομάζεται η κατάσταση στην οποία ο αριθμός των κρατήσεων των δωματίων ενός ξενοδοχείου υπερβαίνει τον αριθμό των δωματίων του.

⁸ Allotment: ειδικές συμφωνίες ξενοδοχείων και τουριστικών πρακτόρων για συγκεκριμένο αριθμό δωματίων σε συγκεκριμένες τιμές

προηγούμενα έτη. Εξίσου σπουδαία δυνατότητα είναι η ταξινόμηση των πελατών στο αρχείο με τα στοιχεία τους όπως τηλέφωνα, email αλλά και διευθύνσεις. Κάθε πελάτης έχει ιστορικό καταναλώσεων στα τμήματα του ξενοδοχείου. Τα ηλεκτρονικά – πληροφοριακά συστήματα έχουν βοηθήσει πολύ στην ανάπτυξη όλων των εργασιών που συντελούνται στον τομέα της υποδοχής πελατών αλλά και των κρατήσεων.

2.7 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Όπως παρουσιάστηκε παραπάνω οι κρατήσεις ωφελήθηκαν πολύ από τα πληροφοριακά συστήματα. Βέβαια εκτός από την ταχύτητα ελέγχου των διαθέσιμων δωματίων και άρα συντομότερη και καλύτερη εξυπηρέτηση οι κρατήσεις ωφελήθηκαν καθώς επίσης αποσυμφορήθηκαν σημαντικά. Οι ανάπτυξη του διαδικτύου σε συνάρτηση με τα πληροφοριακά συστήματα έδωσαν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να μπορούν να περιηγηθούν ηλεκτρονικά στο ξενοδοχείο και τα δωμάτια και να προχωρήσουν στις κρατήσεις τους. Όσο λοιπόν μακριά και να είναι ένας προορισμός μπορεί να αναζητηθεί στο διαδίκτυο και να αποκομισθούν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες. Ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να δει χάρτες με τα αξιοθέατα της περιοχής, να κλείσει αεροπορικά εισιτήρια, να επιλέξει το κατάλυμα της αρεσκείας του και την τιμή που ανταποκρίνεται στην οικονομική του ευχέρεια και να κάνει μόνος του την κράτηση για τις ημερομηνίες που επιθυμεί. Αν κανείς συνδεθεί με το site ενός ξενοδοχείου, θα βρει πληροφορίες για την τοποθεσία του, τον αριθμό και τις ανέσεις των δωματίων, πληροφορίες για τις επιπλέον υπηρεσίες που προσφέρονται στο ξενοδοχείο όπως στα εστιατόρια, μπαρ, πισίνες, γυμναστήρια, room service, κλαμπ, παρκινγκ κλπ., καθώς επίσης και πληροφορίες για τις αίθουσες συνεδρίων, τον εξοπλισμό τους, τις υπηρεσίες που προσφέρουν κατά τη διενέργεια των συνεδρίων – εκδηλώσεων και πίνακες με τιμές δωματίων και αιθουσών. Όλα αυτά συνοδεύονται από φωτογραφίες και σε πολλές περιπτώσεις από εικονικές περιηγήσεις στους χώρους του ξενοδοχείου με τη χρήση video. Έτσι ο πελάτης μπορεί να έχει σαφή εικόνα των υπηρεσιών του ξενοδοχείου και των τιμών τους και αν καλύπτουν τις απαιτήσεις του, μπορεί να κάνει απευθείας την κράτηση, αρκεί να συμπληρώσει τη φόρμα κράτησης που υπάρχει και να την αποστείλει. Συμπερασματικά δίνεται στον πελάτη η δυνατότητα να επιλέξει εκείνος τον προορισμό με βάση τα στοιχεία που του προσφέρονται ηλεκτρονικά χωρίς να είναι απαραίτητη η ανάμειξη κάποιου tour Operator. Σε όλα τα ξενοδοχεία, οι διευθυντές πωλήσεων θέτουν σαν στόχο την αύξηση των πωλήσεων μέσω του διαδικτύου, διότι σιγά-σιγά μειώνονται οι δαπάνες διαφήμισης, οι προμήθειες προς τρίτους, η εξάρτηση από μεσάζοντες κλπ. Γι' αυτό το λόγο δίνουν κίνητρα, κυρίως οικονομικά (μειωμένες τιμές). Δεν διαθέτουν όλα τα ξενοδοχεία δικό τους site καθώς επίσης η συντήρηση του και η ανάπτυξη του στο διαδίκτυο απαιτεί επαγγελματική διαχείριση⁹. Γι' αυτό το λόγο πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν να διαφημίζουν το προϊόν τους μέσω άλλων ιστοσελίδων. Εδώ βέβαια πρέπει να τονιστεί ότι οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν πάντα πολύ καλά οργανωμένα site. Το πλεονέκτημα του Internet για τον πελάτη είναι ότι πιο εύκολα μπορεί να επισκεφθεί πέντε διαφορετικά sites, παρά πέντε διαφορετικά γραφεία.

⁹ Επαγγελματική διαχείριση χρειάζεται ώστε να εμφανίζεται το site υψηλά στις λίστες των μηχανών αναζήτησης

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ
ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. ΜΕΛΕΤΕΣ ΤΟΥ
ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007.**

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών από τα ξενοδοχεία δημιούργησε, μεταξύ άλλων, ευκαιρίες, τόσο σε επίπεδο υπηρεσιών στον πελάτη (αμεσότητα στην επικοινωνία, ανοιχτή και αλληλεπιδραστική συμμετοχή των πελατών, ανταγωνισμό και ποικιλία υπηρεσιών και παροχών, αντιμετώπιση και χειρισμό των παραπόνων των πελατών πιο αποτελεσματικά, καλύτερες και πιο ποιοτικές ξενοδοχειακές υπηρεσίες κ.ά.) όσο και σε επίπεδο επιχείρησης όπως με τη μείωση εξόδων μάρκετινγκ, την άμεση ανταπόκριση και προσαρμογή των προμηθειών ανάλογα με την ζήτηση, την μεγαλύτερη δυνατή προβολή με το μικρότερο δυνατό κόστος, τις ευκαιρίες για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και την επιστροφή της επένδυσης σε νέες τεχνολογίες ώστε να διασφαλίζεται συνεχόμενη ανάπτυξη. Μερικές από τις προκλήσεις στην υιοθέτηση και εφαρμογή τους είναι η μείωση του κόστους, η υιοθέτηση των κατάλληλων εφαρμογών και στρατηγικών και η εκπαίδευση του προσωπικού στις νέες τεχνολογίες.

Ακολουθεί δευτερογενής έρευνα μέσω της πανελλαδικής έρευνας σε 250 ξενοδοχεία και 250 καταλύματα, του Παρατηρητηρίου για την κοινωνία της πληροφορίας κατά το 2007. Την διεκπεραίωση και παρουσίαση της έρευνας ανέλαβε ο κος. Νίκος Κάκαρης Γενικός Διευθυντής του Παρατηρητηρίου και η κα. Όλγα Φωτίου Ερευνήτρια. Τα αποτελέσματα παρουσιάστηκαν πρώτη φορά στο 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού που έλαβε χώρα 30-31 Οκτωβρίου 2008 στη Θεσσαλονίκη με γενικό θέμα Ποιότητα στον Τουρισμό και Προοπτικές Ανάπτυξης. Γίνεται εκτενής ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αλλά και σε τρόπους αντιμετώπισης των προβλημάτων που παρουσιάστηκαν. Σκοπός της έρευνας ήταν η καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στην Ελλάδα, η επισκόπηση του ευρωπαϊκού και διεθνούς περιβάλλοντος, η διερεύνηση της διάδοσης και χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών και εφαρμογών στον τουριστικό τομέα, η κατάρτιση συστήματος δεικτών, η διερεύνηση και καταγραφή τεχνικών προδιαγραφών (ανοικτά πρότυπα) και προδιαγραφών διαλειτουργικότητας διαδικτυακών τόπων αλλά και η αξιολόγηση, η σύνθεση και διατύπωση προτάσεων για τη χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας στον τομέα του τουρισμού. Η μελέτη διεκπεραιώθηκε με την υλοποίηση τεσσάρων ερευνών πεδίου. Πρώτη έρευνα ήταν για την αξιολόγηση των δικτυακών τόπων και υπηρεσιών που προσφέρονται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και πραγματοποιήθηκε με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων από ειδική ερευνητική ομάδα. Δεύτερη έρευνα ήταν η διερεύνηση διάδοσης και χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών και εφαρμογών στον τουριστικό τομέα από χρήστες του διαδικτύου και πραγματοποιήθηκε με τηλεφωνική έρευνα. Τρίτη έρευνα ήταν η έρευνα σε ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και τουριστικά καταλύματα και πραγματοποιήθηκε με τηλεφωνική έρευνα. Τέταρτο πεδίο έρευνας ήταν η διεξαγωγή ομαδικών συζητήσεων με στόχο την εμβάθυνση σε θέματα σχετικά με την χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) στον τομέα του τουρισμού και πραγματοποιήθηκε με Ομαδικές Συζητήσεις (Focus Groups¹⁰).

3.2 Η ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007

Ακολουθούν πίνακες με απεικονίσεις των αποτελεσμάτων της έρευνας. Συγκεκριμένα ο Πίνακας I απεικονίζει την θέση της Ελλάδας με βάση των δείκτη ανταγωνιστικότητας

¹⁰Focus Group: Εκπρόσωποι του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα που εμπλέκονται σε δράσεις, πολιτικές και πρωτοβουλίες σχετικά με την αξιοποίηση των ΤΠΕ στον τουρισμό

τουριστικού προϊόντος όπου η Ελλάδα έδειξε βελτίωση κατά το 2008 αφού ανήλθε στην 22^η θέση, σε αντίθεση με το 2007 που βρισκόταν στην 24^η θέση.

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι: Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΙΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΤΠΕ)¹¹



Στη συνέχεια της έρευνας τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στον Πίνακα ΙΙ κατέταξαν την Ελλάδα στην 39^η θέση στο δείκτη που αφορά την Τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας. Αυτός ο δείκτης παρουσιάζει πτώση και δυστυχώς διαπιστώνεται σχετική υστέρηση της Ελλάδας ως προς την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών από τον τουριστικό κλάδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙ: Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΠΕ¹²



¹¹ Πηγή: Γεν. Γραμμ. Εθν. Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

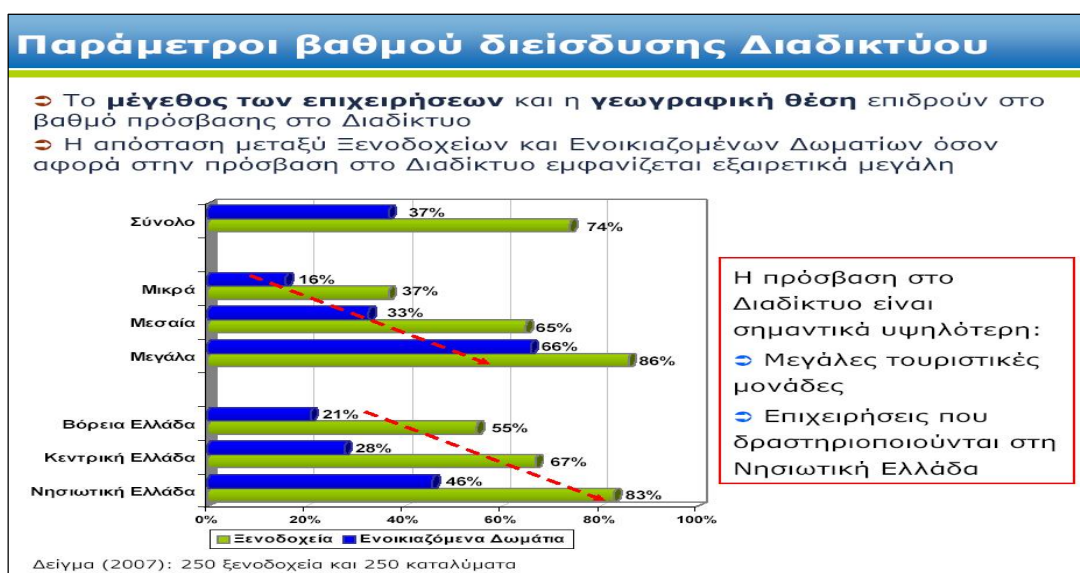
¹² Πηγή: Γεν. Γραμμ. Εθν. Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

Για τους δύο δείκτες που προηγήθηκαν μπορεί να ειπωθεί ότι η Ελλάδα θα πρέπει να βοηθήσει το τουριστικό της προϊόν ως προς την ανταγωνιστικότητα του δημιουργώντας ιδιαίτερα πακέτα διακοπών αλλά και βελτιώνοντας τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Θα πρέπει να προωθηθεί αλλαγή νοοτροπίας και στάσης καθώς και ταχύτερη κινητοποίηση όχι μόνο των φορέων αλλά και των νέων επαγγελματιών, οι οποίοι θα πρέπει να κατατάσσουν τις τεχνολογίες και την προβολή τους στο διαδίκτυο στις επιχειρηματικές τους προτεραιότητες.

Η Ελλάδα παρουσιάζεται κατά την έρευνα του 2009 για τους ίδιους δείκτες να καταλαμβάνει την 24η θέση στο γενικό δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας και την 40η στον υποδείκτη υποδομών Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας. Σύμφωνα με την ανάλυση του δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel and Tourism Competiveness Index - TTCI 2009) που μετριέται ετησίως από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στις πιο ανταγωνιστικές τουριστικές χώρες καταλαμβάνοντας την 24η θέση στις 133 παγκοσμίως και την 18η θέση στην Ευρώπη, παραμένοντας σε σχετικά σταθερά επίπεδα σε σύγκριση με τα προηγούμενα έτη. Όσον αφορά στον υποδείκτη υποδομών ΤΠΕ του TTCI, η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλότερη (40η) θέση, ενώ όμοια εικόνα παρουσιάζουν και άμεσα ανταγωνιστικές χώρες που διαθέτουν αντίστοιχο τουριστικό προϊόν με την Ελλάδα, όπως οι υπόλοιπες Μεσογειακές χώρες.

Στον πίνακα III μπορεί να γίνει αντιληπτός ο βαθμός χρήσης του διαδικτύου και των πληροφοριακών συστημάτων στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις που φτάνει το 86% και μαρτυρούν υψηλή διείσδυση διαδικτύου στις μεγάλες τουριστικές μονάδες και στα νησιά. Το μέγεθος των επιχειρήσεων και η γεωγραφική τους θέση φαίνεται ότι επιδρούν στο βαθμό πρόσβασης στο διαδίκτυο. Πιο συγκεκριμένα, η απόσταση μεταξύ ξενοδοχείων (διείσδυση της τάξης του 74%) και ενοικιαζόμενων δωματίων (37%) είναι εξαιρετικά μεγάλη, ενώ παρατηρείται ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι σημαντικά υψηλότερη σε μεγάλες τουριστικές μονάδες και σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη νησιωτική Ελλάδα.

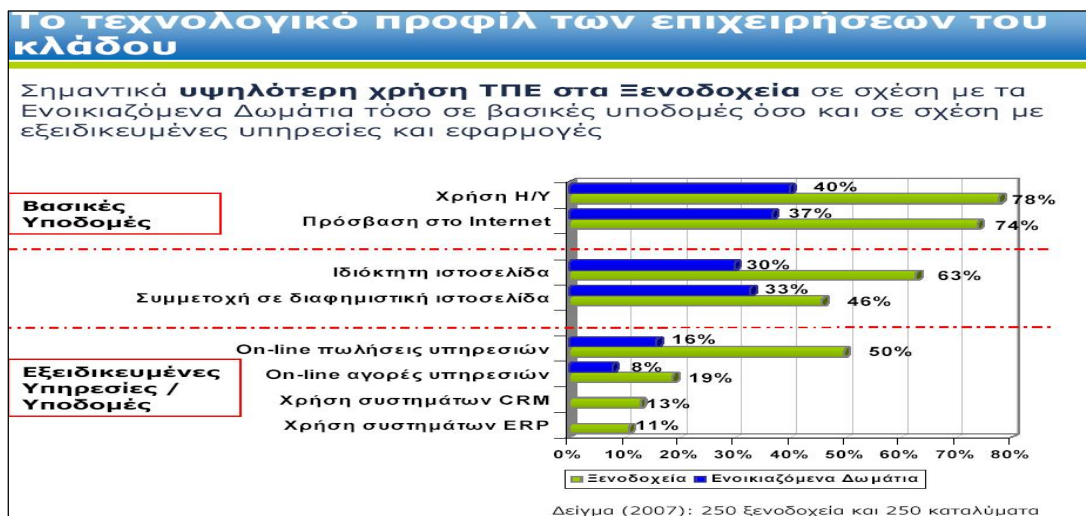
ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ: ΒΑΘΜΟΣ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ¹³



Στον Πίνακα ΙV παρατηρείται το τεχνολογικό προφίλ των επιχειρήσεων του κλάδου και χαρακτηριστικά εμφανίζεται υψηλότερη η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου στα ξενοδοχεία. Σημαντική επίσης είναι και η χρήση των συστημάτων και αξιολογείται θετικά η προβολή στο διαδίκτυο.

¹³Πηγή: Γεν. Γραμμ. Εθν. Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

ΠΙΝΑΚΑΣ IV: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΛΑΔΟΥ



Σε ό, τι αφορά την προβολή στο διαδίκτυο, ιδιόκτητη ιστοσελίδα διαθέτει το 63% των ξενοδοχείων και το 30% των ενοικιαζόμενων δωματίων, ενώ τα ποσοστά προβολής σε διαφημιστική ιστοσελίδα ανέρχονται σε 46% και 33% αντίστοιχα.

Όπως παρατηρείται στα αποτελέσματα του πίνακα V δεν εντάσσεται κάποιο εξειδικευμένο στέλεχος στην πληροφορική στο ανθρώπινο δυναμικό των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Αυτή η παρατήρηση ενισχύει τη χαμηλή ιεράρχηση της τεχνολογίας από τις επιχειρήσεις του κλάδου. Ειδικότερα, 9 στα 10 ξενοδοχεία (89%) δηλώνουν ότι δε διαθέτουν αρμόδιο τμήμα πληροφορικής, ενώ στο 96% των ενοικιαζόμενων δωματίων ο υπεύθυνος για θέματα τεχνολογιών δεν είναι άτομο εξειδικευμένο σε θέματα πληροφορικής. Μόνο στο 4% των ενοικιαζόμενων δωματίων ο αρμόδιος είναι κάποιος ειδικός εξωτερικός συνεργάτης.

ΠΙΝΑΚΑΣ V: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ¹⁴

Ανθρώπινο Δυναμικό των Επιχειρήσεων	
Ξενοδοχεία	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ 9 στα 10 ξενοδοχεία (89%) δηλώνουν ότι δεν έχουν αρμόδιο τμήμα IT.
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	<p>Υπεύθυνος για θέματα πληροφορικής</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Στο 4% είναι εξωτερικός συνεργάτης/ειδικός σε θέματα πληροφορικής. ⇒ Στο 96% δεν είναι άτομο εξειδικευμένο σε θέματα πληροφορικής. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 22% ο ιδιοκτήτης ✓ 9% ο υπεύθυνος της επιχείρησης ✓ 4% άλλο μέλος της οικογένειας. <p>⇒ Η χρήση του εξωτερικού συνεργάτη/ειδικού σε θέματα πληροφορικής γίνεται μόνο στα Ενοικιαζόμενα Δωμάτια της Νησιωτικής Ελλάδας (7%).</p>

Συνολικά, οι επιχειρηματίες αξιολογούν θετικά τόσο την ανάπτυξη ιδιωτικών ιστοσελίδων όσο και την προβολή σε διαφημιστικά web sites. Ωστόσο, όπως διαφαίνεται στον Πίνακα VI στην πλειονότητά τους, οι δικτυακοί τόποι λειτουργούν περισσότερο για διαφημιστικούς σκοπούς, παρέχοντας πλούσιο φωτογραφικό υλικό και πληθώρα πληροφοριών, οι οποίες είναι διαθέσιμες, τόσο στην ελληνική, όσο και στην αγγλική γλώσσα, χωρίς όμως να υπάρχει

¹⁴Πηγή: Γεν. Γραμμ.Εθν.Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

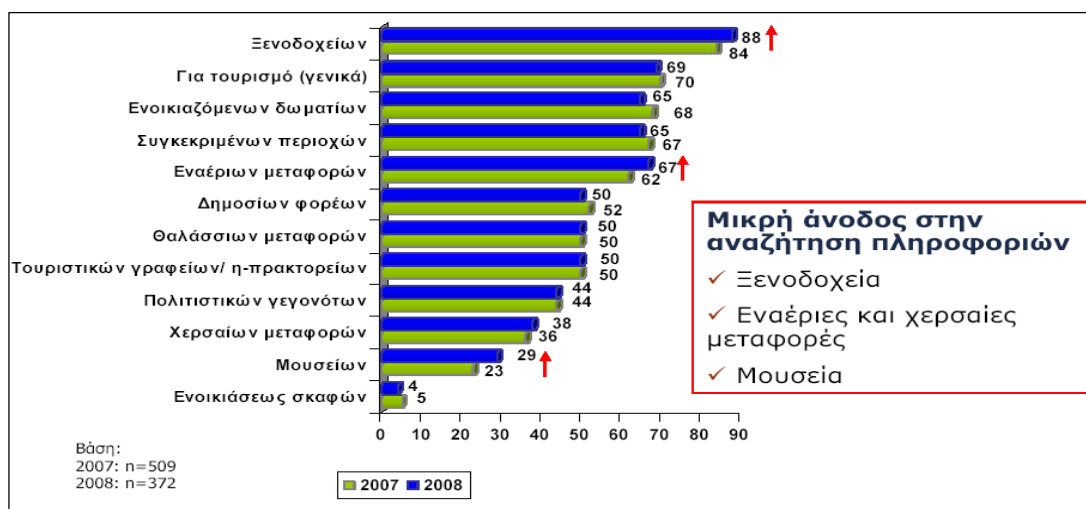
ένδειξη της χρονολογίας ενημέρωσης του περιεχομένου στις περισσότερες περιπτώσεις. Στο πλαίσιο αυτό, διαπιστώνεται ότι οι επιχειρηματίες του κλάδου δεν έχουν αντιληφθεί πλήρως τις δυνατότητες και ευκαιρίες που προσφέρει το μέσο. Σε επίπεδο ηλεκτρονικών πωλήσεων, υψηλότερα είναι τα ποσοστά σε ξενοδοχεία και μεγάλες τουριστικές μονάδες της κεντρικής και νησιωτικής Ελλάδας, ωστόσο η διείσδυσή τους παραμένει συνολικά χαμηλή. Παρόλα αυτά το σύνολο σχεδόν των επαγγελματιών του κλάδου που διενεργούν ηλεκτρονικές πωλήσεις δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις επιπτώσεις τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ VI: ΣΥΝΘΕΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΤΟΠΩΝ¹⁵



Στα πλαίσια της συγκεκριμένης έρευνας και με σκοπό την εμφάνιση των θετικών αποτελεσμάτων χρήσης του διαδικτύου παρουσιάστηκαν και τα ποσοστά των καταναλωτών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να συγκεντρώσουν πληροφορίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ VII: ΤΥΠΟΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΕΩΝ¹⁶



¹⁵Πηγή: Γεν. Γραμμ.Εθν.Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

¹⁶Πηγή: Γεν. Γραμμ.Εθν.Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

Αναλυτικότερα στον Πίνακα VII φαίνεται διαγραμματικά η χρήση του διαδικτύου στην αναζήτηση πληροφοριών. Συγκεκριμένα η αναζήτηση ξενοδοχείων είχε αύξηση της τάξης του 4% κατά το 2008 με ποσοστό 88%. Άρα η χρήση του διαδικτύου για τουριστικούς σκοπούς επικεντρώνεται κυρίως στην αναζήτηση πληροφοριών για ξενοδοχεία (88%), ενοικιαζόμενα δωμάτια (68%), αλλά και γενικές τουριστικές πληροφορίες (70%). Άνοδος σημειώνεται το 2008 σε σχέση με το 2007 στην αναζήτηση πληροφοριών για διαμονή, εναέρια και χερσαίες μεταφορές και μουσεία. Με το ποσοστό αυτό εξηγείται και η επένδυση των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων στην ανάπτυξη των ιστοσελίδων τους και τη βελτίωση τους ώστε να είναι λειτουργικές εύκολες και προσβάσιμες ακόμη και σε ανθρώπους που δεν είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία.

ΠΙΝΑΚΑΣ VIII: ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ¹⁷



Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζουν τα αποτελέσματα στον Πίνακα VIII, ότι στις ιστοσελίδες που επισκέπτονται περισσότερο οι χρήστες του διαδικτύου για τουριστικούς σκοπούς περιλαμβάνονται, η άμεση αναζήτηση διαθεσιμότητας καταλύματος και η κράτηση εισιτηρίων. Συμπερασματικά οι χρήστες δεν κάνουν μόνο περιήγηση και συγκέντρωση πληροφοριών αλλά ελέγχουν και προχωρούν μόνοι τους σε κράτηση. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει ότι οι χρήστες του διαδικτύου αντιλαμβάνονται τα οφέλη που προκύπτουν από την αξιοποίηση των τεχνολογιών αυτών.

3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007

Από την έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας φαίνεται ότι η Ελλάδα έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης του διαδικτύου και των τεχνολογιών πληροφορικής οι οποίες δείχνουν βαθμιαία ανάπτυξη. Μειονέκτημα αποτελεί η μη ύπαρξη θέσης υπεύθυνου πληροφορικής και συνήθως αυτό το αναλαμβάνει κάποιος χωρίς εξειδίκευση και ουσιαστικά κάνει συντήρηση και όχι ανάπτυξη του συστήματος. Επίσης, διαπιστώνεται ανάγκη για αλλαγή νοοτροπίας και στάσης των επιχειρηματιών, καθώς παρόλο που αντιλαμβάνονται την ανάγκη υιοθέτησης νέων τεχνολογιών, αυτό δεν αποτυπώνεται στα ποσοστά διείσδυσης. Επιπλέον, παρατηρείται απουσία γνώσης του εύρους

¹⁷Πηγή: Γεν. Γραμμ.Εθν.Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

των δυνατοτήτων και ωφελειών που προσφέρουν οι ΤΠΕ με αποτέλεσμα η χρήση τους να περιορίζεται στις βασικές εφαρμογές. Ακόμη διαπιστώνεται ανάγκη εντατικοποίησης και συντονισμού των προσπαθειών για αξιοποίηση των ΤΠΕ στον τουρισμό, επίτευξης συνεργιών θεσμικών φορέων και επιχειρήσεων, καθώς και υλοποίησης δράσεων ενημέρωσης από την πλευρά της πολιτείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις ημέρες μας είναι πολύ σημαντική η χρήση των πληροφοριακών συστημάτων. Όπως φάνηκε και στο κεφάλαιο III μέσω της έρευνας της κοινωνίας της πληροφορίας οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες έχουν ήδη αναγνωρίσει την σπουδαιότητα χρήσης των συστημάτων και είναι επίσης εκείνες οι επιχειρήσεις που έχουν ήδη θέση υπευθύνου ηλεκτρονικών συστημάτων. Στην αγορά θα υπάρχουν πολλές εφαρμογές λογισμικού, με τη χρήση των οποίων μπορούν εύκολα να οργανωθούν όλες οι εσωτερικές εργασίες των τμημάτων του ξενοδοχείου. Κάποια συστήματα ενδεικτικά είναι: Hotel System, Αλέξανδρος, Smart hospitality suite, Protel, Ερμής, Fidelio, Opera αλλά και άλλα τα οποία θα αναλυθούν συνοπτικά παρακάτω. Μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες όπως η Grecotel χρησιμοποιεί το Protel (HIT) σε όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας, όπως Protel χρησιμοποιεί και η αλυσίδα ξενοδοχείων Καψής, το Hilton χρησιμοποιεί το Fidelio, το Sofitel χρησιμοποιεί Fidelio ενώ το Intercontinental χρησιμοποιεί HIS (Cisco). Επιθυμώντας να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των ξενοδοχειακών μονάδων στον τομέα των επικοινωνιών, πολλές εταιρίες σήμερα παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις, ώστε η χρήση του χρόνου παραμονής ενός πελάτη (επαγγελματία, επιχειρηματία κ.λπ.) να είναι παραγωγική, καθώς υπάρχουν χρήστες οι οποίοι ταξιδεύουν συχνά και συνήθως περνούν όλο και περισσότερο χρόνο σε ξενοδοχεία. Τα προσφερόμενα πακέτα παρέχουν πλήρη τεχνολογική υποστήριξη επαγγελματιών - τόσο εντός του δωματίου όσο και στη ρεσεψιόν ή σε άλλους χώρους του ξενοδοχείου- με όλα τα σύγχρονα εργαλεία επικοινωνίας (εύκολη και ασφαλής πρόσβαση στο Internet.)

4.2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

AMADEUS HOTELS

¹⁸Μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η Amadeus έγινε παγκόσμιος ηγέτης στην παροχή κορυφαίων λύσεων στην ταξιδιωτική βιομηχανία για την διαχείριση της διανομής και την πώληση ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Σχεδόν 75.000 ταξιδιωτικές επιχειρήσεις και περισσότερα από 11.000 αεροπορικά γραφεία χρησιμοποιούν το σύστημα Amadeus για να λειτουργήσουν. Πολλοί δε από τους κορυφαίους πάροχους ταξιδιωτικών υπηρεσιών χρησιμοποιούν την τεχνολογία Amadeus για να βελτιστοποιήσουν την διανομή και την εσωτερική λειτουργία τους.

Το **Amadeus Hotels** (Amadeus Hellas) είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διανομής, μάρκετινγκ και πωλήσεων, το οποίο επιτρέπει στους επιχειρηματίες των ξενοδοχειακών μονάδων να προσφέρουν online τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε όλους τους χρήστες του συστήματος διεθνώς. Ήδη περισσότερες από 320 αλυσίδες ξενοδοχείων το έχουν επιλέξει και προσφέρουν έτσι στους πελάτες τους άμεση και απρόσκοπτη πρόσβαση στις διαθέσιμες υπηρεσίες τους, σε πραγματικό χρόνο. Σημειώστε πως έχετε δυνατότητα παρέμβασης στην πληροφορία που παρέχει το σύστημα προς τους χρήστες-πελάτες, βελτιώνοντας, διορθώνοντας ή διαγράφοντας στοιχεία, ώστε σε κάθε περίπτωση ο τελικός χρήστης να λαμβάνει online όσο το δυνατόν καλύτερη εικόνα της προς πώληση υπηρεσίας και να επιλέγει εκείνη που του ταιριάζει καλύτερα. Επιπλέον, λαμβάνετε αναλυτικά στατιστικά

¹⁸ <http://www.amadeus.com/travelagencies/x8062.html>

στοιχεία για την κίνηση, ώστε να είστε σε θέση να προβείτε σε μικροδιορθώσεις και βελτιώσεις.

HOTELWORKS

¹⁹ Η επιχείρηση οδηγείται από τον ιδρυτή και το διευθυντή Μπιλ Barnett, ο οποίος έχει πάνω από 23 έτη εμπειρία στον κλάδο που εστιάζει στην ανάπτυξη του τουρισμού και των ξενοδοχείων. Η Hotelworks αντιπροσωπεύει το συμφέρον των ιδιοκτητών επιχειρήσεων φιλοξενίας μέσω των ανεξάρτητων συμβούλων που βοηθούν τους ιδιοκτήτες κατά την αξιολόγηση των διαδικασιών και της διαχείρισης.

Το **HotelWorks** (BlueByte) είναι μια εφαρμογή διαχείρισης ξενοδοχείων, η οποία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ταχύτητα και την ευκολία στο χειρισμό, προσφέροντας μεταξύ άλλων πλήρη διαχείριση στοιχείων με δυνατότητα σχεδιασμού πεδίων από τον τελικό χρήστη, ώστε να καλύπτονται εξειδικευμένες ανάγκες (ομαδοποίηση πληροφοριών, στατιστικά στοιχεία και αυτόματη επικοινωνία με το ενσωματωμένο οικονομικό κύκλωμα για τη δημιουργία των απαραίτητων χρεοπιστώσεων κ.ά.). Όσον αφορά στη διαχείριση των δωματίων της ξενοδοχειακής μονάδας, παρέχει δυνατότητα γραφικής απεικόνισης των χώρων -ώστε οι πληροφορίες (κατάσταση, διαμένοντες, μέγεθος, διαρρύθμιση ανά όροφο κ.λπ.) να είναι προσβάσιμες με μια ματιά-, ακριβή παρακολούθηση allotments, αυτόματη αποδέσμευση δωματίων με ημερομηνία ή περίοδο, και ενημέρωση -σε πραγματικό χρόνο- του πλάνου διαθεσιμότητας, προειδοποιώντας σε περίπτωση overbooking. Τέλος, παρέχει δυνατότητα έκδοσης απεριόριστου αριθμού τιμοκαταλόγων με ευελιξία στον τρόπο χρέωσης (ημερήσια, εβδομαδιαία, μηνιαία, ειδική, επετειακή, 1η του μήνα), καθώς και αυτόματη χρέωση υποχρεωτικών και πρόσθετων παροχών (πρωινό, γεύμα, room service κ.λπ.). Ξενοδοχεία που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι: Delphi Palace Hotel, Akron Beach A.E., Aktaion Hotel.

ROOM MASTER

²⁰ Η εφαρμογή room master δημιουργήθηκε απ την εταιρία InnQuest. Το λογισμικό InnQuest είναι κύριος προμηθευτής λύσεων για τη βιομηχανία φιλοξενίας δεσμευμένη στην παροχή του ισχυρού, εύκαμπτου, και εύχρηστου διοικητικού λογισμικού ιδιοκτησίας παραθύρων σε μια προσιτή τιμή. Το προϊόν ναυαρχίδων του λογισμικού InnQuest, roomMaster 2000, χρησιμοποιείται σε πάνω από 4.500 εταιρίες όλων των μεγεθών και σε πάνω από 80 χώρες. Το λογισμικό InnQuest είναι βασισμένο στην Τάμπα, Φλόριδα, με επαρχιακό γραφείο στην Αυστραλία, τον Καναδά και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Το **RoomMaster** (Galileo Hellas) είναι ένα ολοκληρωμένο και ακριβές πρόγραμμα ξενοδοχειακών κρατήσεων, το οποίο προσφέρει άμεση πρόσβαση στο σύστημα του ίδιου του ξενοδοχείου, απλοποιεί τη διαδικασία κρατήσεων και προσφέρει ευελιξία και αξιοπιστία. Συνδεδεμένο με περισσότερα από 47.000 ξενοδοχεία παγκοσμίως, δίνει τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στο in-house σύστημα κρατήσεων κάθε ξενοδοχείου τόσο για πωλήσεις όσο και για έγκυρη και έγκαιρη διαθεσιμότητα δωματίων. Επίσης, σε κάθε κράτηση που πραγματοποιείται μέσω της εφαρμογής αυτής, όλοι οι όροι, η πολιτική κάθε ξενοδοχείου

¹⁹ <http://www.c9hotelworks.com/>

²⁰ <http://www.innquest.com/company/>

καθώς και οι αιτήσεις για πώληση δωματίων ελέγχονται αυτομάτως για το αν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του πελάτη, και μετά την πώληση εμφανίζεται στην οθόνη μια περίληψη με αυτούς τους όρους.

ROOM VIEW

Η εφαρμογή **RoomView** πραγματοποιήθηκε από την FORTHcrs που είναι θυγατρική εταιρία του ομίλου Forthnet. Δημιουργήθηκε τον Δεκέμβριο του 1999 με σκοπό την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών τουριστικής ύλης, την ανάπτυξη, την έρευνα, την χρήση και την εμπορία ηλεκτρονικών προϊόντων και υπηρεσιών διανομής και διαχείρισης τουριστικής ύλης. Όλα αυτά βασισμένα στην σύγχρονη τεχνολογία.

Το **RoomView** (FORTHcrs), δίνει τη δυνατότητα κράτησης καταλύματος σε πραγματικό χρόνο, μέσω των συνεργαζόμενων με την FORTHcrs επιχειρήσεων (περισσότερα από 3.000 ξενοδοχεία), επιτρέποντας στον χειριστή του ταξιδιωτικού πρακτορείου να πλοηγηθεί -μέσω ενός απλού και λειτουργικού περιβάλλοντος εργασίας- στα προσφερόμενα από το σύστημα ξενοδοχεία, να δει τους χώρους που αυτά διαθέτουν και βέβαια την πραγματική διαθεσιμότητά τους ανά τύπο προσφερόμενου δωματίου, ώστε να κάνει την ανάλογη πρόταση στον πελάτη και κατόπιν να πραγματοποιηθεί η online κράτηση. Πρέπει επίσης να σημειωθεί πως ο χρήστης έχει τη δυνατότητα επίδειξης των δωματίων στο σύστημα με πολλά και αναλυτικά στοιχεία (φωτογραφίες, πληροφόρηση για χιλιομετρικές αποστάσεις από σημαντικά σημεία της περιοχής, αναλυτική τιμολόγηση ανά ημέρα/περίοδο, άμεσο και αυτόματο υπολογισμό της τιμής αγοράς και της τιμής πώλησης ανά ημέρα, ανά δωμάτιο.)

ROOM REZ

²¹Το Roomrez είναι μέρος μιας ομάδας παροχής διαδικτυακών υπηρεσιών με περισσότερους από 1.000+ πελάτες σε 20 χώρες και παραγωγής άνω των US\$25 εκατομμύριο δολαρίων στις πωλήσεις δωματίων ετησίως. Οι ομάδα της Roomrez στην Αμερική, την Ευρώπη και την Ασιατική περιοχή υποστηρίζουν μια διεθνή βάση πελατών που με τη συνδυασμένη εμπειρία τους βοηθήσουν τους πελάτες μας άμεσα στις στρατηγικές αγορές που θα πρέπει να ακολουθήσουν.

Το σύστημα online κρατήσεων για ξενοδοχεία **RoomRez** (RezDirect) παρέχει ήδη, μέσω της υπηρεσίας HotelDirect, τη δυνατότητα άμεσης online επιβεβαίωσης κάθε κράτησης, σε ένα αρκετά μεγάλο αριθμό ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ενώ πρέπει να σημειωθεί πως η κράτηση (σε 20 γλώσσες/160 νομίσματα) πραγματοποιείται προαιρετικά μέσω secure server (SSL) και η χρέωση της πιστωτικής κάρτας του πελάτη γίνεται απευθείας από το ξενοδοχείο. Υπάρχει ακόμη η δυνατότητα παροχής ειδικών προσφορών σε γνωστούς πελάτες, πλήρους ελέγχου της διαθεσιμότητας και ολοκληρωμένων αναφορών σε πραγματικό χρόνο.

Το πελατολόγιο του προγράμματος περιλαμβάνει πολλές αλυσίδες γνωστών ξενοδοχειακών μονάδων όπως τα Divani, Airotel, President Hotel, Naflia Palace.

²¹ <http://www.roomrez.com/>

SABRE EXCLUSIVE

²² Η Sabre Holdings (εταιρία δημιουργός της εφαρμογής Sabre Exclusive) ξεκινάει τις εργασίες της το 1960 κατασκευάζοντας ένα από τα πρώτα συστήματα κρατήσεων για ξενοδοχεία. Το 1990 μπαίνει για τα καλά στο παιχνίδι της online ταξιδιωτικής φιλοσοφίας και από τότε προσφέρει εξεζητημένες και καινοτόμες λύσεις του σήμερα. Η έδρα της βρίσκεται στο Southlake του Texas και αριθμεί 9000 υπαλλήλους σε 59 χώρες παγκοσμίως.

Το πρόγραμμα **Sabre Exclusives** (Sabre Holdings Corp.) είναι ειδικά σχεδιασμένο ώστε να παρέχει στις ξενοδοχειακές μονάδες ευχρηστία και λειτουργικότητα σε όλη τη διάρκεια της διαδικασίας κρατήσεων. Μεταξύ άλλων προσφέρει: συνεργασία με περισσότερους από 161.000 ταξιδιωτικούς πράκτορες διεθνώς, ανάπτυξη RevPAR, αμφίδρομη διασύνδεση GDS (Global Distribution System) και εξοικονόμηση χρόνου στη διαδικασία τιμολόγησης. Προκειμένου να συμμετάσχετε στο πρόγραμμα αυτό, αρκεί να διαθέσετε έναν αριθμό δωματίων σας, και στη συνέχεια, όταν ένας ταξιδιωτικός πράκτορας συνδεδεμένος με το σύστημα αναζητήσει δωμάτια στο GDS, αυτό θα του δώσει έναν πλήρη κατάλογο με όλες τις διαθέσιμες επιλογές ώστε να διαλέξει και να πραγματοποιήσει την κράτηση, ενώ το Sabre Travel Network θα λάβει την προπληρωμή και θα σας αποστείλει την κράτηση

FIDELIO & OPERA

²³ Micros system λέγεται η εταιρία που δημιούργησε το λογισμικό και έχει έδρα την Columbia στο, Maryland. Είναι ο κορυφαίους κατασκευαστής στον κόσμο επιχειρησιακών εφαρμογών που εξυπηρετούν τη φιλοξενία και την ειδικότητα λιανικού εμπορίου. Δραστηριοποιείται σε εστιατόρια, μπαρ, ξενοδοχεία, δραστηριότητες αναψυχής και ψυχαγωγίας, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις, συμπεριλαμβανομένου του λογισμικού, του υλικού, των επιχειρησιακών συστημάτων, συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξη. Η MICROS διαθέτει ένα παγκόσμιο δίκτυο από περισσότερους από 4.800 υπαλλήλους που λειτουργούν σε 45 χώρες, με τα τοπικά γραφεία σε περισσότερες από 16 χώρες σε ολόκληρη την Ασία. Τέλος η MICROS είναι ο παγκόσμιος ηγέτης στον εστιατορικό κλάδο με περισσότερες από 310.000 εγκαταστάσεις παγκοσμίως.

Οι σειρές πακέτων λογισμικού **Fidelio** και **Opera** (Singular Hospitality Solutions) απευθύνονται σε όλες τις εξωτερικές και εσωτερικές λειτουργίες μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Το Fidelio είναι από τα βασικά ξενοδοχειακά software στον κόσμο (με παγκόσμια βάση που ξεπερνά τις 45.000 εγκαταστάσεις) και αποτελεί την πρώτη επιλογή πολλών διεθνών αλυσίδων καθώς και των μεγαλύτερων ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα, και παρέχει δυνατότητες όπως: Central Reservation System (CRS), για την κεντρική διαχείριση των κρατήσεων ξενοδοχειακών αλυσίδων, Customer Information System (CIS), για την κεντρική συλλογή και διανομή πληροφοριών που αφορούν στο ιστορικό των μεμονωμένων πελατών, εταιριών και πρακτορείων, μαζί με τις πληροφορίες για τις διανυκτερεύσεις, Travel Agent Processing (TAP), για τον υπολογισμό και την πληρωμή των προμηθειών των πρακτορείων που συνεργάζονται με το ξενοδοχείο, και Fidelio Frequent Flyer (FFF), για τη συλλογή πληροφοριών διαμονής των πελατών με σκοπό την καταχώρισή τους σε προγράμματα πιστότητας πελατών. Ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν επιλέξει την χρήση

²² <http://www.sabre-holdings.com/aboutUs/index.html>

²³ <http://www.micros-fidelio.co.uk/about-us/company-profile/>

του προγράμματος αυτού είναι για παράδειγμα το Athenaeum Intercontinental, Athens Plaza, Hotel Casino Loutraki και το Holiday Inn.

SUNSOFT

²⁴Η εταιρεία SUNSOFT, παράγει λογισμικό σε περιβάλλον Windows από το 1991. Διαθέτει ολοκληρωμένες σειρές εφαρμογών για χώρους εστίασης (στην αγορά των οποίων κατέχει την πρώτη θέση πωλήσεων με λύσεις ασύρματης παραγγελιοληψίας) καθώς και συστήματα ERP για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, εμπορικές επιχειρήσεις και λογιστικά γραφεία. Οι οικογένειες εφαρμογών Αλέξανδρος, Αλέξανδρος αμβροσία, Αλέξανδρος Front Office, Αλέξανδρος CRM και INFINITE, είναι εγκατεστημένες σε περισσότερες από 5000 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και την Κύπρο προσφέροντας στους χρήστες τους σταθερότητα, αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα, μέσα από ένα σύγχρονο περιβάλλον λειτουργίας. Το σύνολο των προϊόντων της εταιρείας συμπληρώνει η αντιπροσωπεία του διεθνούς οίκου IDeaS Revenue Optimization system.

Το πακέτο λογισμικού της **SunSoft** παρέχει πολλές δυνατότητες που διευκολύνουν τη λειτουργία κάθε ξενοδοχείου (λειτουργικά πλάνα κίνησης, μεταβλητοί όροι παραμονής ανά ημέρα και ανά πελάτη, ευελιξία στη διαχείριση λογαριασμών πελατών και χρεωστών, δυνατότητα διασύνδεσης με τηλεφωνικά κέντρα, Pay TV, υπηρεσίες συναλλάγματος, P.O.S., κ.ά.). Με την F&B Management καλύπτεται όλο το φάσμα του ημερήσιου ελέγχου και της λειτουργίας των επισιτιστικών τμημάτων μιας ξενοδοχειακής μονάδας, ενώ με τη Διαχείριση Σημείων Πώλησης (Points Of Sales) προσομοιώνεται η λειτουργία μιας τεχνολογικά προηγμένης ταμειακής μηχανής (λειτουργεί με οθόνες αφής και στην πλήρη μορφή της μπορεί να συνδεθεί με το front office για την online διαχείριση χρεώσεων και όρων διατροφής και με το F&B Management για αποστολή των ημερήσιων πωλήσεων). Ενδεικτικό πελατολόγιο της sunsoft είναι το εξής: Olympia Golden Beach, Philippion Hotel, ο όμιλος Κούλια (Κώς), Imperial-Royal Belvedere(Κρήτη), Elounda Palm Boutique Hotel καθώς και το Theoxenia.

SMART HOSPITALITY SUITE

²⁵Η E Commerce ltd. Computer Applications - System Integration είναι μια νέα, δυναμική, αμιγώς ελληνική πελατοκεντρική εταιρεία συστημάτων πληροφορικής. Απασχολεί συνεργάτες με υψηλή επιστημονική και τεχνική κατάρτιση και μεγάλη εμπειρία στο χώρο της πληροφορικής, διαθέτει δε άρτια τεχνική οργάνωση και εξοπλισμό. Πρωταρχικός σκοπός της E Commerce ltd. είναι η παροχή και υποστήριξη ολοκληρωμένων και τεχνολογικά άρτιων λύσεων / εργαλείων για τον σύγχρονο επιχειρηματία. Στόχος της είναι η συνολική κάλυψη των αναγκών μιας επιχείρησης που αφορούν οτιδήποτε βρίσκεται στην τομή των χώρων "επιχειρήσεις και πληροφορική".

²⁴ <http://www.sunsoft.gr/gr/index.aspx>

²⁵ <http://www.ecommerce.com.gr/>

Το Smart Hospitality Suite είναι ένα σύγχρονο πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης ξενοδοχείου σε περιβάλλον windows. Η σουίτα εφαρμογών του Smart Hospitality Suite, καλύπτει όλες τις διαδικασίες και υπηρεσίες που προσφέρει ένα σύγχρονο ξενοδοχείο ή εστιατόριο. Οι ειδικές απαιτήσεις οργάνωσης των ξενοδοχειακών αλλά και των επισιτιστικών μονάδων, η on-line επικοινωνία όλων των τμημάτων των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, η ακρίβεια, η πιστότητα και η αμεσότητα της ροής της πληροφορίας, προϋποθέτουν αξιόπιστα συστήματα αλλά ταυτόχρονα βαθιά πολύπλευρη γνώση τόσο του χώρου της πληροφορικής όσο και του χώρου του τουρισμού. Ειδικότερα όλες οι εφαρμογές της σουίτας είναι Multi Company, Multi Property και Multilingual per user, έχουν δε δυνατότητες σύνδεσης τόσο με hardware περιφερειακά συστήματα (key locks, pay-tv, Τηλεφωνικά συστήματα κλπ.), όσο και με άλλα πληροφοριακά συστήματα (Office suites, CRS, GDS, λογιστικές εφαρμογές, κ.λπ.). Η **E COMMERCE Ltd** και η κυπριακή εταιρεία **SMARTSOFT Ltd.**, υιοθετώντας τεχνολογία αιχμής, τόσο στην ανάλυση όσο και στην ανάπτυξη των εφαρμογών σε περιβάλλον Windows (GUI), κατόρθωσαν να καλύψουν τις ειδικές αυτές απαιτήσεις των παραπάνω αγορών, με τη σουίτα των εφαρμογών **Smart Hospitality Suite**. Την επίσημη διανομή και υποστήριξη της σουίτας Smart Hospitality Suite στην Κρήτη έχει αναλάβει η Next Step ΕΠΕ.

HOTEL MANAGER SINGULAR LOGIC

²⁶Η SingularLogic αποτελεί σήμερα τον ισχυρότερο Όμιλο Λογισμικού και Ολοκληρωμένων λύσεων Πληροφορικής στην Ελλάδα. Γνωρίζοντας πλήρως, τις απαιτήσεις όλου του φάσματος της αγοράς, διαθέτουμε προηγμένα και ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα καθώς και πλήρεις υπηρεσίες υποστήριξης, ανεξάρτητα από το μέγεθος, την επενδυτική ικανότητα και την εσωτερική υποδομή της επιχείρησής σας. Έτσι σήμερα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της χρησιμοποιούνται από χιλιάδες επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, σε όλη την Ελλάδα που εξυπηρετούνται από ένα ευέλικτο και αποτελεσματικό σύστημα υποστήριξης της SingularLogic και των συνεργατών της. Η εταιρία διαθέτει το μεγαλύτερο, ποιοτικότερο και πιο αφοσιωμένο πανελλαδικό δίκτυο εξουσιοδοτημένων συνεργατών το οποίο αριθμεί περισσότερους από 500 συνεργάτες σε όλη την Ελλάδα.

Η εφαρμογή Hotel Manager αποτελεί μια ολοκληρωμένη λύση που καλύπτει όλες τις ανάγκες λειτουργίας του Front Office των ξενοδοχείων μικρού και μεσαίου μεγέθους, εποχικά ή πόλεως. Το Hotel Manager καλύπτει πλήρως τις ανάγκες όλων των τμημάτων που αποτελούν το Front-Office: κρατήσεις (διαχείριση συμβολαίων πρακτορείων), reception (αφίξεις, αναχωρήσεις, αλλαγές δωματίων), main courante (τιμοκατάλογοι, λογαριασμοί πελατών, έκδοση παραστατικών), σύνδεση με τη λογιστική. Η εφαρμογή εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες που προσφέρουν οι σύγχρονες τεχνολογίες ανάπτυξης εφαρμογών (γραφικό περιβάλλον, RDBMS, Client / Server). Χρησιμοποιεί ως βάση δεδομένων τον Microsoft SQL Server ή τον Interbase Server. Το Hotel Manager έχει αναπτυχθεί με νέα τεχνολογία (object oriented) και σύγχρονα εργαλεία, ώστε να εκμεταλλεύεται πλήρως τις τεράστιες δυνατότητες των Windows για ευχρηστία, λειτουργικότητα και ευκολία εκμάθησης. Για τις ανάγκες του Back Office των ξενοδοχείων, η Delta Singular διαθέτει τις εφαρμογές Hotel Phone Billing (για On Line σύνδεση όλων των τηλεφωνικών κέντρων), Hotel Point Of Sales (για On Line

²⁶http://www.singularlogic.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=32

σύνδεση της ταμειακής μηχανής Star Fiscal SP-300), Eurofasma (εμπορική διαχείριση αγορές, αποθήκες, παραγωγή, πωλήσεις), Manager (Γενική Λογιστική), Singular Manpower (Μισθοδοσία), με τις οποίες καλύπτεται μηχανογραφικά όλο το φάσμα λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Σήμερα, περισσότερες από 350 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πανελλαδικά έχουν εμπιστευθεί τη μηχανογράφησή τους σε προϊόντα της Delta Singular. Το γεγονός αυτό οφείλεται αφενός στην ποιότητα και την εγκυρότητα των εφαρμογών Delta Singular και αφετέρου στην πανελλήνια γεωγραφική κάλυψη των υπηρεσιών εκπαίδευσης και υποστήριξης που παρέχει στους πελάτες της μέσω του πανελλαδικού δικτύου αντιπροσώπων και των εξειδικευμένων κέντρων υποστήριξης (Singular Business Centers). Ορισμένα από τα ξενοδοχεία όπου έχει εγκατασταθεί η εφαρμογή Hotel Manager είναι: Kefallari Suites, Marpunta, Panorama, Caravel, Alexander, Ikaros, Santa Marina, Syrios, Kydon, Kos Palace, Continental, Alexandra Beach, Tropical Sol, Blue Sea Beach κ.α. Το Hotel Manager διατίθεται από την Delta Hospitality Systems, μέλος του ομίλου Delta Singular.

ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ

Το πληροφοριακό σύστημα “ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ” καλύπτει ευέλικτα και ολοκληρωμένα τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες των σύγχρονων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους, οργάνωσης, και φάσματος υπηρεσιών που προσφέρουν (διαμονή, επισιτισμό κ.α.). Σχεδιάστηκε από ανθρώπους με μακρόχρονη εμπειρία στη μηχανογράφηση Ξενοδοχειακών και Επισιτιστικών μονάδων και υλοποιήθηκε με τα πλέον σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης εφαρμογών. Είναι πολύγλωσσο, έχει απεριόριστες δυνατότητες ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI) και επεκτασιμότητας. Καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης που προκύπτουν από τις διατάξεις του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων. Τα χαρακτηριστικά και οι δυνατότητες του το καθιστούν ως ένα από τα καλύτερα πληροφοριακά συστήματα για τη Διαχείριση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων πόλεως ή εποχιακών. Η εταιρία που το δημιούργησε και το προωθεί είναι η Sunsoft Ltd για την όποια αναφερθήκαμε παραπάνω

Συγκεκριμένα περιέχει μάσκα διαχείρισης και πλάνο διαθεσιμότητας δωματίων εκκαθαρισμένο, ακαθάριστο, allotment, υπόλοιπα booking position, commitment, πραγματικά, ζητηθέντα, κλπ.). Επίσης αναλαμβάνει:

1. Παρακολούθηση των υπολοίπων των Booking Positions για τα allotments αλλά και των υπολοίπων για τα commitments, ανά τύπο δωματίου ή ανεξαρτήτως τύπου δωματίων.
2. Ενεργό πλάνο δωματίων (interactive), με πολλαπλές δυνατότητες εμφάνισης των κρατήσεων με διαφορετικό χρώμα ανά είδος κράτησης (Πρακτορείο, Εταιρεία, Μεμονωμένοι Πελάτες κλπ.) ή ανά Πρακτορείο / Εταιρεία.
3. Εύκολη ανάθεση δωματίων (Room Allocation) με επιλογή τους πάνω από το πλάνο, αλλαγή δωματίου με επιλογή και “σύρσιμο” της κράτησης στο πλάνο (Drag ‘n’ Drop) κλπ.
4. Πολλαπλές επιλογές εμφάνισης του Πλάνου με βάση τους τύπους δωματίων, τα χαρακτηριστικά των δωματίων, τους ορόφους, τα κτίρια ή ακόμη και συνδυασμό κριτηρίων.
5. Δυνατότητα “πρότασης” από το σύστημα για το καταλληλότερο δωμάτιο που μπορεί να ανατεθεί σε μια κράτηση, με βάση τις επιλεγμένες ημερομηνίες και τις προδιαγραφές της κράτησης.
6. Εύκολη αλλαγή ημερομηνιών άφιξης/αναχώρησης Δωματίων χωρίς μετάβαση στο αρχείο Κρατήσεων.

Μέσα από το Multi Plan (Room Rack) είναι δυνατή η διαχείριση όλων των καθημερινών εργασιών με απλές κινήσεις από τον χρήστη. Ο τρόπος εμφάνισης των δεδομένων (Παραμένοντες – Αφίξεις – Αναχωρήσεις) σε 3 ευδιάκριτα τμήματα της οθόνης, σε συνδυασμό με την χρήση χρωμάτων που αποτυπώνουν και χαρακτηρίζουν την κάθε κράτηση, επιτρέπουν στο χρήστη να έχει με μια ματιά πλήρη αντίληψη της εικόνας του ξενοδοχείου. Το μέγεθος των παραθύρων και οι στήλες διαμορφώνονται από τον χρήστη ανάλογα με την εργασία προς εκτέλεση.

Άμεση πρόσβαση στα στοιχεία κάθε κράτησης, δωματίου, πελάτη, λογαριασμού, γεγονός που δίνει την δυνατότητα να έχουμε άμεση πρόσβαση για το 90 % των εργασιών μίας βάρδιας front office. Υπάρχει επίσης δυνατότητα μαζικών εργασιών front office, εμφάνιση agenda.

Αναφορικά με το κομμάτι των κρατήσεων μπορεί να εφαρμόσει τα ακόλουθα:

1. Καταχώρηση – Διαχείριση κρατήσεων με πληθώρα λειτουργικών και ενημερωτικών πεδίων
2. Κατηγοριοποίηση κρατήσεων σε οριστικές, εκκρεμείς, ζητήσεις.
3. Ιστορικό Αρχείο Πελατών με αυτόματη ανεύρεση στοιχείων
4. Αυτόματη ενημέρωση όλων των πεδίων της κράτησης, μέσω πινάκων συνεργασίας.
5. Αυτόματη δημιουργία Rooming list, δυνατότητα διαφορετικής ημερομηνίας άφιξης ή αναχώρησης για κάθε δωμάτιο / πελάτη.
6. Δηλώσεις απαγορευτικών χρονικών διαστημάτων για κρατήσεις
7. Αναγωγή κρατήσεων σε συμβόλαια (Allotment, Commitment)
8. Δικαιούμενα, Μεταβλητοί όροι ή τιμοκατάλογοι ανά ημέρα ή και ανά άτομο.
9. Επί πλέον παροχές, ειδικές χρεώσεις.
10. Προτιμολόγηση, παρακολούθηση προκαταβολών.

Επιπρόσθετα το σύστημα Αλέξανδρος της Sunsoft μπορεί να οργανώσει των τμήμα των πωλήσεων. Το σύστημα έχει τη δυνατότητα να κρατάει αρχείο για Tour-operators, πρακτορεία, εταιρείες με πλήρη φορολογικά και πληροφοριακά στοιχεία. Έχει επίσης τη δυνατότητα διαχείρισης συμβολαίων allotment και commitment με tour operators για διαφορετικές χρονικές περιόδους με διαφορετική release periods. Ακόμη κατέχει απεριόριστες δυνατότητες δημιουργίας τιμοκαταλόγων και τύπων χρέωσης που υπολογίζονται στη βασική τιμή. Μπορεί να καταχωρήσει συνεργασίες που αφορούν είτε πρακτορεία-εταιρείες μεμονωμένα είτε πρακτορεία-εταιρείες που υπόκεινται σε tour-operators, με πληθώρα προεπιλεγμένων οικονομικών και πληροφοριακών στοιχείων, τα οποία μεταφέρονται αυτόματα στην κράτηση.

Η υποδοχή μπορεί επίσης να υποστηριχθεί από το πληροφοριακό αυτό σύστημα καθώς μπορεί και οργανώνει τα ακόλουθα:

1. On line Βιβλίο Κινήσεως Πελατών (βιβλίο πόρτας)
2. Πλάνο reception, Room Rack, Ονομαστικό πλάνο
3. Αλλαγές (Δωματίων – Στοιχείων παραμονής)
4. Αφίξεις & Αναχωρήσεις (με έλεγχο ύπαρξης ανοιχτών υπολοίπων)
5. Αφίξεις χωρίς κράτηση (Walk – Ins), No-show.
6. Housekeeping : room status, παρακολούθηση λινών, blocks, λίστες δωματίων για τις εργασίες (αλλαγή σε σεντόνια και πετσέτες, καθαριότητα)
7. Παρακολούθηση κίνησης εστιατορίου, λίστες δικαιουμένων για κάθε πελάτη, καταχώρηση cold plates & Baskets.
8. Δυνατότητα παρακολούθησης και εκτέλεσης αφίξεων, αναχωρήσεων, κινήσεων λογ/σμού.
9. Πλήρης ευελιξία στη διαχείριση λογαριασμών πελατών

10. Έκδοση λογαριασμού συνολικά ή τμηματικά ή κατά ομάδες
11. Συμπύξεις-διασπάσεις λογαριασμών και κινήσεων κ.λ.π.
12. Αυτόματη καταχώρηση χρεωστικών & μετρητών τμημάτων
13. Δυνατότητα παρακολούθησης όλων των ενεργών και εκδομένων λογαριασμών
14. Πλήρης παρακολούθηση χρεωστών, Καταστάσεις ελέγχων
15. Αυτόματη καταχώρηση χρεώσεων συσκευών (TK, PayTV, Internet κλπ)
16. Αυτόματη χρέωση λογαριασμών με την συμφωνηθείσα τιμή (night audit)
17. Παρακολούθηση εσόδων τύπου Main Courante ή Ημερολογίου Πωλήσεων.
18. Έκδοση λογαριασμών, καταστάσεις ΚΕΠΥΟ σύμφωνα με τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων
19. Ενημέρωση Γενικής Λογιστικής με προκατασκευασμένα άρθρα εσόδων-εισπράξεων.

ΕΡΜΗΣ & PROTEL

²⁷ Η εταιρεία HIT Hospitality Integrated Technologies A.E., είναι ο μεγαλύτερος Hospitality Integrator στην Ελλάδα, υποστηρίζοντας, πάνω από το 85% της εγκατεστημένης βάσης των μηχανογραφημένων ξενοδοχείων. Σήμερα η HIT, συνεχίζει την ανοδική της πορεία στον χώρο της Πληροφορικής στην Τουριστική Βιομηχανία, καταλαμβάνοντας πρωτεύουσα θέση με 1285 και πλέον εγκαταστάσεις. Η εταιρεία παράγει λογισμικό , αντιπροσωπεύει προϊόντα και υποστηρίζει υπολογιστικά συστήματα ώστε να μπορεί να δημιουργεί τις καλύτερες και κατάλληλες λύσεις για κάθε τύπο και μέγεθος επιχείρηση. Η HIT έχει πελάτες τις μεγαλύτερες Ξενοδοχειακές Αλυσίδες και πρόσφατα μηχανογράφησε το μεγαλύτερο Ξενοδοχείο της Γης, το Ολυμπιακό Χωριό του Αθήνα 2004 (16.000 κλίνες-28 receptions) εγκαθιστώντας το Λογισμικό Protel PMS – Protel Head Quarters για την λειτουργία των χώρων Φιλοξενίας και το FeB – HiTPOS για τα εστιατόρια (ARAMARK-DASKO) και το μηχανογραφικό σύστημα διαχείρισης πόρων & εξυπηρέτησης πελατών των XXVIII Ολυμπιακών και Παραολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας 2004.

Περίπου 1.350 και πλέον Ξενοδοχεία χρησιμοποίησαν επί 20 χρόνια τον κλασικό ΕΡΜΗ της HIT σε περιβάλλον DOS / UNIX. Τώρα με την καινούργια έκδοση του ΕΡΜΗ υπέρχει η δυνατότητα αναβάθμισης της λειτουργικότητας του συστήματος μηχανογράφησης σε πλατφόρμες Windows. Μετά από πολλά χρόνια δουλειάς ο κλασικός Ερμής παρουσιάζεται στην νέα του έκδοση σε περιβάλλον Windows χρησιμοποιώντας τα πιο σύγχρονα εργαλεία της τεχνολογίας. Ο νέος ΕΡΜΙΣ PMS στηρίζεται φυσικά πάνω στα «χνάρια» του κλασικού ΕΡΜΗ επιτρέποντας στον χρήστη να χρησιμοποιεί είτε το πληκτρολόγιο με τους γνώριμους του συνδυασμούς είτε με το mouse. Όποτε το αποφασίσει ο πελάτης μπορεί να μεταβεί στο νέο περιβάλλον παίρνοντας μαζί του 100% όλο το ιστορικό και τα αρχεία που είχε στον κλασικό Ερμή. Η εφαρμογή αποτελεί την πρόταση της συνεργασίας των εταιρειών Entersoft και H.I.T. για την υλοποίηση του συνολικού έργου των Ολοκληρωμένων Πληροφοριακών Συστημάτων των μικρομεσαίων Ξενοδοχειακών Μονάδων και στην λειτουργία των τμημάτων που ασχολούνται με το BACK-OFFICE και στηρίζεται αποκλειστικά στην τεχνολογία Microsoft .Net Για να καλυφθεί η επιχειρηματική ανάγκη για πλήρη οργάνωση και η ανάγκη της εξέλιξης του ξενοδοχειακού κλάδου με ταυτόχρονη χρήση από απομακρυσμένες θέσεις εργασίας, δημιουργήθηκε το πρώτο HOSPITALITY ERP που προσφέρει: Φιλικότητα και ευχρηστία σε ένα νέο παραθυρικό περιβάλλον. Για κάθε χρήστη δίδεται η δυνατότητα διαμόρφωσης και εμφάνισης διαφορετικών λειτουργικών menu επιλογών για την ευκολότερη και γρηγορότερη χρήση των καθημερινών του εργασιών Ταχεία

²⁷ <http://www.hit.com.gr/default.asp?pid=3&la=1>

εκμάθηση και εκμετάλλευση του πληροφοριακού συστήματος από τους τελικούς χρήστες. Η HIT σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες έχει προωθήσει το Protel. Το Protel είναι πληροφοριακό σύστημα το οποίο έχει πιο εξειδικευμένες φόρμες για κάθε τμήμα του ξενοδοχείου το οποίο αποτελεί και τον κύριο λόγο επιλογής του.

Η πλήρης εκμετάλλευση της τεχνολογίας του internet και των απομακρυσμένων θέσεων εργασίας, είναι διαθέσιμη για χρήση στα Ξενοδοχεία, για την οργάνωση των Αποθηκών και των Λογιστηρίων τους. Η εφαρμογή αυτή προσφέρει οριστική εξάλειψη των αρχαικών προβλημάτων του συστήματος που είχε ως αποτέλεσμα την απώλεια δεδομένων και εργατο-ωρών για την αποκατάσταση της εύρυθμης λειτουργίας της επιχείρησής σας. Τεχνολογία αιχμής Βελτίωση της ποιότητας και ταχύτητας λήψης των αποφάσεων, μετατρέποντας τα στατικά λογιστικά δεδομένα σε εικόνες δυναμικών εκφράσεων ανά ξενοδοχειακή μονάδα. Ξενοδοχειακή φιλοσοφία. Προηγμένη δυνατότητα ON –LINE ενημέρωσης από τα υποσυστήματα Front – Office ή P.O.S. δίχως την ύπαρξη ενδιάμεσων εφαρμογών με αποτέλεσμα την οριστική αποφυγή λαθών On-line Επικοινωνία με όλες τις εφαρμογές της Microsoft. Διαχείριση πολύπλοκων σεναρίων και μοντέλων οργάνωσης, με την χρήση του INTERNET (DSL,ADSL) σε σύγχρονα δίκτυα από απομακρυσμένα σημεία παρουσίας Άμεση απόκριση , ταχεία υλοποίηση και υψηλού επιπέδου τεχνική υποστήριξη Το προτεινόμενο σύστημα είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες του ξενοδοχείου προσφέροντας την αναγκαία υποστήριξη των εργασιών του κλάδου και διευκολύνει την βέλτιστη εκπλήρωση του στόχου του.

HIS

²⁸ Η εταιρία Hotel Information Systems (HIS) χρησιμοποιεί υπερσύγχρονη επιχειρηματική τεχνολογία για να παρέχει μια πολυ-ιδιοκτησιακή διαχείριση στις εταιρίες της, κατορθώνοντας ταυτόχρονα να συγκεντρώσει τις διαδικασίες δραστηριοποίησης της σε όλες τις περιοχές που την ενδιαφέρουν. Έχει συνδυάσει τα έτη μας εμπειρίας στο χώρο της φιλοξενίας με την τεχνολογική εμπειρία Διαδικτύου για να αναπτύξει ένα επιχειρηματικό σύστημα που θα μπορεί να φέρνει τους πελάτες της σε ένα περιβάλλον με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Δραστηριοποιείται σε ολόκληρο τον κόσμο με κατά τόπους γραφεία. Η έδρα της βρίσκεται στην Αμερική.

Το HIS Eritome για περιβάλλον Windows με χώρα προέλευσης τις ΗΠΑ, αποτελεί ένα από τα κορυφαία ξενοδοχειακά προγράμματα στον κόσμο. Οι βασικές ενότητες του περιλαμβάνουν: PMS (Property Management System) το οποίο λειτουργεί και ως multi property, multi building, CRS (Central Reservation System), Touch Point of Sales System, Πωλήσεις και επισιτισμός, Κρατήσεις μέσω διαδικτύου, Inventory Management και Yield Management. Επίσης το HIS Eritome περιλαμβάνει τους εξής τομείς εφαρμογών: Διαχείριση τιμοκαταλόγων – πακέτων – πρακτορείων, Μελλοντικές διαθεσιμότητες πάσης μορφής, Allotments, Πλάνο δωματίων με χρήση εικόνας, Χάρτες ξενοδοχείου,

Χάρτες δωματίων, Κρατήσεις, Σύστημα προκαταβολών, Αφίξεις – Αναχωρήσεις με χρήση πολλαπλών τιμολογίων, Ιστορικό πελάτη – εταιριών, Touch screen concierge, Υπηρεσία Ορόφων, Report generator Συνδεσιμότητα με Office, απευθείας σύνδεση για κρατήσεις μέσω διαδικτύου. Το σύστημα είναι multi-currency προσαρμοσμένο στην Ελληνική νομοθεσία (on-line βιβλίο πόρτας, ισοζύγιο, τιμολόγιο, ΜΥΦ).

²⁸ <http://www.hotel-online.com/Trends/HotelInformationSystems/>

Παρατηρώντας τα συστήματα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι ο βασικότερος λόγος που οδηγεί ολοένα περισσότερους επιχειρηματίες να μεταφέρουν τις δραστηριότητές τους στο Internet, σε συνδυασμό με τις ειδικές λύσεις λογισμικού που αναλύθηκαν παραπάνω, είναι ότι με τον τρόπο αυτό τους προσφέρεται η δυνατότητα να εμπορευούνται παγκοσμίως και όλο το εικοσιτετράωρο με πολύ χαμηλό κόστος. Ειδικά για τον τομέα των ξενοδοχείων, η δυνατότητα online κράτησης και η ηλεκτρονική διαχείριση της εσωτερικής λειτουργίας κάθε μονάδας είναι σημεία που αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τις σύγχρονες τεχνολογικές εφαρμογές προς όφελος του πελάτη και του επιχειρηματία.

4.3 ΗΓΕΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ Online ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε τις 2 πρωτοπόρες εταιρίες σε υπηρεσίες που προσφέρουν Online κρατήσεις. Αυτές δεν είναι άλλες από την Pegasus solutions και την Utell Hotels & Resorts.

Pegasus

²⁹ Σαν πρωτοπόρα στη βιομηχανία τουρισμού, η Pegasus έχει σημαντικές ανακαλύψεις στην ιστορία της. Με την εισαγωγή της τεχνολογίας SWITCH, την πρώτη παγκοσμίως σύνδεση προμηθευτών και διανομέων ταξιδιού η Pegasus άνοιξε έναν νέο κόσμο στις ευκαιρίες για τη βιομηχανία ταξιδιού. Με στόχο μια ευρύτερη, πιο προσιτή αγορά για τους προμηθευτές και τους διανομείς ταξιδιού η Pegasus λειτουργεί για να δημιουργήσει τις λύσεις που οδηγούν σε σημαντικότερες αποδόσεις για κάθε πελάτη.

Το απέραντο χαρτοφυλάκιο της Pegasus περιλαμβάνει πληθώρα λύσεων όπως : κρατήσεις, διανομή, οικονομικές και αντιπροσωπευτικές υπηρεσίες. Με τις ατελείωτες καινοτομίες και την αξιόπιστη υποστήριξη πελατών του η Pegasus έχει γίνει ο μεγαλύτερος προμηθευτής μάρκετινγκ και κρατήσεων στον κόσμο για λογαριασμό τρίτων. Η Pegasus εξυπηρετεί τα δέκα μεγαλύτερα ταξιδιωτικά γραφεία στις ΗΠΑ, οκτώ από τις τοπ δέκα αντιπροσωπείες στο Ηνωμένο Βασίλειο, περισσότερα από 86.000 ξενοδοχείων περίπου παγκοσμίως , και περισσότερες από τις μισές όσον αφορά τις 50 μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στον κόσμο. Επίσης, περισσότεροι από χίλιοι ιστοχώροι και υπηρεσίες τροφοδοτούν τις κρατήσεις ξενοδοχείων τους από την εταιρία Pegasus.

Οι οικονομικά αποδοτικές και πιο απλουστευμένες λύσεις για ξενοδοχεία της Pegasus συμπεριλαμβάνουν:

- Κορυφαία τεχνολογία συστημάτων κεντρικής κράτησης για ξενοδοχεία(CRS) για να έχουν την δυνατότητα εξετάσουν τις απαιτήσεις των κρατήσεων ξεχωριστά.
- Συνδέσεις CRS στα παγκόσμια συστήματα διανομής (GDS) και άλλα εναλλακτικά συστήματα διανομής (ADS)
- Εμπορικές υπηρεσίες που οδηγούν και διευκολύνουν τις κρατήσεις στα ξενοδοχεία.
- Και τέλος επιτροπή επεξεργασίας και επικοινωνίας ταξιδιωτικών πρακτόρων.

Η Pegasus έχει ένα αποδεδειγμένο ιστορικό κατά το οποίο ανακοινώνει στους πελάτες πληροφορίες σχετικά με τον τουριστικό χάρτη και τους θέτει επιλογές για το που θέλουν να ανήκουν. Είναι στον πυρήνα και στη φιλοσοφία της ίδιας της εταιρίας να αποτελεί τον φορέα παροχής υπηρεσιών που προτιμούν οι πελατών της. Κάθε απόφαση που λαμβάνει οδηγείται από την αποστολή και τη στρατηγική που θέλουν να χαράξουν οι πελάτες της. Η αποστολή της είναι να θεωρείται η πιο αξιόπιστη καθώς επίσης να έχει ένα όραμα για τη συνεχή επιτυχία της επιχείρησης για την οποία δουλεύει .

²⁹ http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus-EXTeam.asp



Did you know?

Did you know that Pegasus connects more than **86,000** hotels to global distribution systems and the Internet worldwide?

Utell Hotels & Resorts

³⁰ Τα ξενοδοχεία & τα θέρετρα Utell απέκτησαν το όνομά του από τον ιδρυτή μας, Henry Utell, ένας βασικός πρωτοπόρος στη βιομηχανία ταξιδιού. Ήταν το 1930, όταν εργαζόμενος στη Νέα Υόρκη, κατανόησε την ανάγκη μεταξύ εκείνων που διασχίζουν τον Ατλαντικό για έναν πεπειραμένο πράκτορα που θα μπορεί να βρει και να εξασφαλίσει τη διαμονή καθώς και να παρέχει μια αξιόπιστη και σύγχρονη επιβεβαίωση κρατήσεων.

Ο Henry άρχισε τη σταδιοδρομία του ως δημοσιογράφος στη Βιέννη. Το 1926, άρχισε ένα ταξιδιωτικό ένθετο από την εφημερίδα Kurier του Βερολίνου, που κάνει και ένα από τα πρώτα έγγραφα για να καλύψει τις ειδήσεις ταξιδιού στην Ευρώπη. Μετά από να μεταναστεύσει στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου συνέχισε να γράφει ως ανταποκριτή για διάφορες γερμανικές και αυστριακές εφημερίδες, αυτό ήταν το υπόβαθρο της προσωπικής εμπειρίας που βοήθησε το φυσικό πρωτοπόρο να ιδρύσει την ταξιδιωτική του εταιρεία και τα Utell Hotel & Resorts.

Εκεί ο Henry ταχυδρομούσε τις επιστολές του στα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία εξ ονόματος των πελατών του. Κατά τη διάρκεια των ετών η επιχείρηση αύξανε με γρήγορο ρυθμό τους συνεργάτες της, και εκμεταλλευόταν τις ευκαιρίες που πρόσφεραν οι νέες τεχνολογίες για να βελτιώσει τις υπηρεσίες που παρείχαν.

Παραδείγματος χάριν, το 1994 το πρώτο σύστημα Online κρατήσεων για ξενοδοχεία χρησιμοποιούσε την τεχνολογία που δημιουργήθηκε από την Utell και την Pegasus, που έδρευαν στο Ντάλλας. Η Pegasus που είδαμε και παραπάνω ανακηρύχτηκε ως μια από τις 500 ταχύτερης ανάπτυξης αμερικανικές επιχειρήσεις, και το 2006 επευφημήθηκε ως «την κυριότερη παγκόσμια υπηρεσία διανομής ταξιδιού» στα βραβεία παγκόσμιου ταξιδιού.

Σήμερα, η Utell Hotels & Resorts λειτουργεί σε κάθε μέρος του κόσμου, και παρέχει τις ταχύτερες και πιο αξιόπιστες Online υπηρεσίες κρατήσεων, μέσω των ταξιδιωτικών πρακτόρων ή μέσω τηλεφώνου. Μέσα σε όλο αυτό το κλίμα ραγδαίων τεχνολογικών αλλαγών - που ο Henry θα μπορούσε μετά βίας να έχει προβλέψει αλλά σίγουρα θα ήταν πρόθυμος να ακολουθήσει - η Utell Hotels & Resorts έχουν παραμείνει πιστά στο πρωτοποριακό πρότυπο της εμπειρίας και αξιοπιστίας που είχαν και την έκαναν να ξεχωρίζει σαν εταιρία.

³⁰ <http://www.utell.com/aboututell.aspx>



4.4 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Για την επιλογή ενός συστήματος εξετάζονται τα σημαντικότερα στοιχεία του. Συγκεκριμένα εξετάζεται η αξιοπιστία και διαθεσιμότητα του, η διασυνδεσιμότητα και επεκτασιμότητα, η φιλικότητα και ευκολία χρήσης του, το κόστος κτήσης και συντήρησης, η λειτουργικότητα, η απόδοση αλλά και η ασφάλεια του. Η σωστή επιλογή ενός πληροφοριακού συστήματος λοιπόν πρωταρχικά βασίζεται στην ανάλυση των αναγκών της επιχείρησης για την εύρυθμη λειτουργία της.

Παρακάτω θα συνεχίσει μία σύντομη ανάλυση των κριτηρίων που ήδη αναφέρθηκαν. Συγκεκριμένα:

- Σκοπός του πληροφοριακού συστήματος είναι να καλύψει τις ανάγκες της επιχείρησης, βασισμένο στην πολιτική της εταιρείας ώστε να βοηθήσει στην επίλυση των πιθανών προβλημάτων της.
- Εξίσου σημαντικό είναι το κόστος αγοράς του λογισμικού, της συντήρησης του αλλά και οι δυνατότητες ανάπτυξης του (αναβάθμιση).
- Ακόμη θα πρέπει να υπάρχει σωστή υποστήριξη. Θα πρέπει να υπάρχει δίκτυο υποστήριξης ώστε η βοήθεια σε τυχόν προβλήματα να είναι άμεση.
- Στα τεχνικά του χαρακτηριστικά θα πρέπει το πληροφοριακό σύστημα εφόσον αφορά μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα να έχει μικρότερες εφαρμογές ξεχωριστά για κάθε τμήμα ώστε να αποφεύγεται το interface καθώς κάποια συστήματα μπορεί να αποδειχθούν μη συμβατά.
- Η χρήση του σε περιβάλλον windows είναι εξίσου σημαντική ώστε να είναι πιο φιλική στους χρήστες.

Επίσης σημαντική είναι η σύνδεση αυτών των συστημάτων με το internet και τα συστήματα κρατήσεων. Ειδικά στον τομέα των ξενοδοχείων, η τεχνολογία, τόσο στη σύνδεση με το Internet, όσο και στην εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης, μπορεί να προσφέρει πάρα πολλά. Μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων σε πολλές περιοχές της χώρας έχει κάνει από καιρό αισθητή την παρουσία του στο Διαδίκτυο, προσφέροντας τη δυνατότητα να "επισκεφθεί" κάθε ενδιαφερόμενος, Έλληνας ή ξένος, τα δωμάτια, να κατατοπιστεί για τις ανέσεις που προσφέρουν και είτε να στείλει το μήνυμά του είτε να πραγματοποιήσει αμέσως και σε πραγματικό χρόνο online κράτηση.

4.5 ΣΥΝΔΕΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Είναι φανερό πως η σχεδίαση ενός ξενοδοχειακού site θα πρέπει να γίνεται με τον απλούστερο δυνατό αλλά και πλέον εποικοδομητικό και "ξεκάθαρο" (οπτικά και ουσιαστικά) τρόπο. Ένα στοιχείο που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στο στάδιο σχεδιασμού και ανάπτυξης του δικτυακού τόπου μιας ξενοδοχειακής μονάδας είναι το γεγονός ότι το ηλεκτρονικό επιχειρείν, αν και βασίζεται σε τεχνολογίες αιχμής, είναι ανάγκη να προσαρμοστεί και στις πρακτικές που διέπουν μέχρι σήμερα τις μεθόδους πώλησης, αντί να προσπαθήσει να ανατρέψει κατεστημένα με θεμέλια δεκαετιών. Παραδείγματος χάρη, οποιοσδήποτε έμπορος γνωρίζει ότι, εάν ο πελάτης δεν βρει αυτό που ζητά, το κατάστημά του έχει χάσει τουλάχιστον μία σημαντική ευκαιρία. Ακριβώς το ίδιο ισχύει και για το δικτυακό τόπο ενός ξενοδοχείου. Η ακρίβεια στα αναγραφόμενα στοιχεία, η καλή παρουσίαση και οι λεπτομέρειες για τα δωμάτια, τις προσφερόμενες ανέσεις, τις ημέρες και τα ωράρια λειτουργίας των επιμέρους τμημάτων κ.λπ. πρέπει να καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες του πελάτη, ώστε να δει, να συγκρίνει και να αποφασίσει - ανεξάρτητα από το κόστος της επένδυσης που απαιτείται γι' αυτό το σκοπό.

Για τη μόνιμη σύνδεση μιας ξενοδοχειακής μονάδας με το Internet η μίσθωση ενός μόνιμου κυκλώματος είναι μία αξιόπιστη και συμφέρουσα λύση, καθώς τέτοιου είδους συνδέσεις αποτελούν ολοκληρωμένη λύση για τις επιχειρήσεις εκείνες στις οποίες το Διαδίκτυο αποτελεί στρατηγικό εργαλείο λειτουργίας και επικοινωνίας, εξασφαλίζοντας απρόσκοπτη σύνδεση, χωρίς τα συνηθισμένα προβλήματα που παρουσιάζουν οι συνδέσεις dialup (που χρησιμοποιούνται συνήθως από οικιακούς χρήστες). Ανάλογα με τον εξοπλισμό που θα τοποθετήσετε στα άκρα της γραμμής μπορείτε να μεταφέρετε δεδομένα, ήχο και εικόνα, δημιουργώντας έτσι το δικό σας, ιδιωτικό επιχειρησιακό δίκτυο, μέσα από το οποίο είναι δυνατόν να μεταφέρονται εφαρμογές για τις οποίες απαιτείται μεταφορά ψηφιοποιημένων σημάτων (π.χ. διασύνδεση τοπικών δικτύων). Μια μισθωμένη γραμμή είναι σε θέση να διασυνδέσει, με υψηλές ταχύτητες, βασικά σημεία λειτουργίας μιας επιχείρησης (π.χ. κομβικά σημεία μιας ξενοδοχειακής μονάδας εγκατεστημένα σε διαφορετικά κτίρια). Είναι φανερό ότι, με τον τρόπο αυτό, επιχειρήσεις που διαθέτουν περισσότερα από ένα σημεία παρουσίας -γεωγραφικά απομακρυσμένα μεταξύ τους- μπορούν να δημιουργήσουν ένα ενιαίο ιδιωτικό επιχειρησιακό δίκτυο, προκειμένου να διασυνδέσουν μεταξύ τους τα τοπικά δίκτυα υπολογιστών του κάθε σημείου και, φυσικά, όλα με το Internet, τόσο για τις λειτουργικές ανάγκες της επιχείρησης, όσο και για την παροχή υπηρεσιών πρόσβασης προς όλους τους πελάτες της (σε ειδικούς, κοινόχρηστους χώρους στη ρεσεψιόν, ή/και σε κάθε δωμάτιο).

Τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από τις νέες τεχνολογίες οι οποίες χρησιμοποιούνται στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, διατυπώθηκαν από τους Γ. Ζαχαράτο και Δ. Λαγό κατά τη διάρκεια συνεδρίου το οποίο πραγματοποιήθηκε στο Πανεπιστήμιο του Αιγαίου τον Οκτώβριο του 2001 με θέμα «ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην τουριστική ανάπτυξη των νησιών», ως ακολούθως:

- Ύ Δυνατότητα σύνδεσης με τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (GDS)
- Ύ Διερεύνηση τουριστικών αγορών σε όλο τον κόσμο
- Ύ Δυνατότητα επέκτασης της τουριστικής σαιζόν
- Ύ Αύξηση κρατήσεων και τζίρου
- Ύ Συμμετοχή στα τουριστικά πακέτα πελατών με υψηλά οικονομικά εισοδήματα
- Ύ Βελτίωση του τρόπου πληρωμής και εξασφάλιση εσόδων
- Ύ Μείωση του κόστους διαφήμισης, επικοινωνίας και απασχόλησης προσωπικού
- Ύ Παροχή σωστών πληροφοριών στους καταναλωτές

- Ψ Συνεχής και γρήγορη ενημέρωση των καταναλωτών για νέες υπηρεσίες, τιμές, τρόπο πληρωμής κλπ
- Ψ Δυνατότητα κατάργησης μεσαζόντων και άμεση προσφορά των τουριστικών προϊόντων σε άτομα και επιχειρήσεις. Αυτό συνεπάγεται απεξάρτηση από τους μεσαζόντες καθώς επίσης και υψηλότερη τιμή για το ξενοδοχείο και χαμηλότερη για τον πελάτη
- Ψ Δυνατότητα πραγματοποίησης πωλήσεων την τελευταία στιγμή
- Ψ Δυνατότητα δημιουργίας βάσης δεδομένων με τις προτιμήσεις των πελατών
- Ψ Συντονισμός όλων των τμημάτων του ξενοδοχείου
- Ψ Στήριξη εσωτερικού και εξωτερικού ελέγχου
- Ψ Αποτελεσματικότητα στη διοίκηση και στον έλεγχο των αποθεμάτων
- Ψ Γρήγορη άντληση και επεξεργασία στατιστικών στοιχείων

Συμπερασματικά, οι ηλεκτρονικές εφαρμογές βοηθούν τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να προσφέρουν ένα περιβάλλον το οποίο μπορεί να εξασφαλίσει μια ήσυχη και άνετη διαμονή, σύμφωνα με τις απαιτήσεις των πελατών, προσπαθώντας να συνδυαστεί αυτό με μείωση του κόστους, αύξηση των πωλήσεων και αύξηση της κερδοφορίας. Από την άλλη μεριά, οι προσδοκίες και οι απαιτήσεις των πελατών των ξενοδοχείων έχουν αυξηθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να επιζητούν πλέον πληρέστερη πληροφόρηση για τη δημιουργία ξεκάθαρης εικόνας του προϊόντος το οποίο πρόκειται να αγοράσουν αλλά και των υπηρεσιών οι οποίες πραγματικά θα τους προσφερθούν. Στην απαίτησή τους αυτή χρησιμοποιούν ως μέσο το διαδίκτυο το οποίο παρουσιάζει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

- Ψ Δυνατότητα συλλογής πληροφοριών σε μικρό χρονικό διάστημα
- Ψ Μείωση της αβεβαιότητας σε ότι αφορά στο θέμα της επιλογής του ξενοδοχείου, αφού ο καταναλωτής μπορεί να δει εύκολα και γρήγορα όλες τις υπηρεσίες που προσφέρονται.
- Ψ Δυνατότητα υποβολής ερωτήσεων για περαιτέρω πληροφορίες
- Ψ Κατάργηση μεσαζόντων αφού ο καταναλωτής μπορεί να κάνει μόνοι του την κράτηση. Αυτό σημαίνει χαμηλότερη τιμή.
- Ψ Γρήγορη εξυπηρέτηση κατά την άφιξη και αναχώρηση στο ξενοδοχείο
- Ψ Δημιουργία αίσθησης ασφάλειας την οποία του παρέχουν τα διάφορα ηλεκτρονικά συστήματα ασφαλείας (πχ αλλαγή κωδικού της κάρτας πρόσβασης στην κλειδαριά του δωματίου)
- Ψ Γρήγορη προσαρμογή κάποιων υπηρεσιών στις ιδιαίτερες ανάγκες του, αφού οι εφαρμογές της τεχνολογίας μπορούν να δημιουργήσουν «έξυπνα δωμάτια».

Το πόσο συμφέρουσα είναι η χρήση του διαδικτύου για κρατήσεις δωματίων, φαίνεται από τη μελέτη Hotel & Lodging Commerce 2002-2005: Distribution Strategies and Market Forecasts, που δημοσιεύθηκε από το PhoCusWright Inc, στην οποία μεταξύ των άλλων αναφέρεται ότι στα επόμενα τρία χρόνια, οι κρατήσεις που γίνονται για δωμάτια μέσω του Internet θα αυξηθούν και από 9% που είναι σήμερα θα φθάσουν το 20%. Όλα τα παραπάνω αποτελούν απλώς μια ενδεικτική καταγραφή της πληθώρας των πλεονεκτημάτων τα οποία απορρέουν από την εφαρμογή προγραμμάτων ηλεκτρονικής διαχείρισης δωματίων (και όχι μόνο) ξενοδοχείων. Όμως στην Ελλάδα, ακόμα και σήμερα, η εφαρμογή της τεχνολογίας και της πληροφορικής στον ξενοδοχειακό κλάδο, έχει περισσότερο ρόλο υποστήριξης, παρά στρατηγικό ρόλο. Οι περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν έχουν ανθρώπινο δυναμικό, σε όλες τις βαθμίδες της ιεραρχίας, με την κατάλληλη τεχνογνωσία, ώστε να αναγνωρίσουν και να αξιολογήσουν τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες που θα μπορούσε να τους παρέχει η τεχνολογία για την επίτευξη των στόχων τους, με αποτέλεσμα να μη μπορούν να επενδύσουν σωστά προς αυτή την κατεύθυνση.

4.6 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ PROPERTY MANAGEMENT SYSTEMS ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

³¹ Τα Property Management Systems ή συστήματα διαχείρισης ιδιοκτησίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον τομέα της ακίνητης περιουσίας, στον κατασκευαστικό τομέα, στα logistics, την πνευματική ιδιοκτησία, την κυβέρνηση ή τη διαχείριση στέγασης φιλοξενίας, δηλαδή στον τουριστικό τομέα. Είναι αυτοματοποιημένα συστήματα που διευκολύνουν τη διαχείριση των επιχειρήσεων, της προσωπικής ιδιοκτησίας, του εξοπλισμού, συμπεριλαμβανομένης της συντήρησης και του προσωπικού. Όλα τα παραπάνω μέσω ενός λογισμικού. Αντικατέστησαν τις ντεμοντέ, σε χαρτί μεθόδους που έτειναν να είναι και δυσκίνητες και ανεπαρκείς και προκαλούσαν κόστος ευκαιρίας για κάθε επιχείρηση που τις χρησιμοποιούσε.

Στη βιομηχανία του τουρισμού, ένα σύστημα διαχείρισης ιδιοκτησίας είναι ένα αυτοματοποιημένο σύστημα που χρησιμοποιείται για να διαχειριστεί την κράτηση φιλοξενούμενων, τις απευθείας κρατήσεις, τη θέση πώλησης (point of sale), το τηλέφωνο καθώς και πολλές άλλες λειτουργίες. Τα συστήματα διαχείρισης ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων μπορούν να διασυνδεθούν με τα κεντρικά συστήματα κρατήσεων καθώς και με τα συστήματα οικονομικής διαχείρισης (λογιστήριο) ή παραγωγής όπως επίσης και με το front office, το back office και τα διάφορα συστήματα πώλησης.

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι συστημάτων διαχείρισης ιδιοκτησίας διαθέσιμα, αλλά ένας χρήστης και ακόμα περισσότερο μια επιχείρηση θα θελήσει να λειτουργήσει με και διαφορετικές επιχειρήσεις για να καθορίσει ποιο είναι το καλύτερο σύστημα διαχείρισης ιδιοκτησίας που θα ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες της.

Παρακάτω παραθέτουμε αναλυτικότερα 3 από τις μεγαλύτερες εταιρίες παροχής τέτοιων συστημάτων διαχείρισης ιδιοκτησίας καθώς και κάποιες ακόμα εταιρίες παρόμοιου περιεχομένου, επιγραμματικά.

ROOM KEY

³² Το RoomKey είναι μια εύχρηστη, web based εφαρμογή, διοικητικού λογισμικού ιδιοκτησίας (κανένας κεντρικός υπολογιστής που απαιτείται) που ικανοποιεί τις ανάγκες οποιουδήποτε ξενοδοχείου, πανδοχείου ή θέρετρου. Το RoomKey PMS προσφέρει την αποδοτικότητα ενός ασφαλούς, φιλόξενου, συγκεντρωμένου συστήματος, Την ευελιξία που προσφέρει η πρόσβαση από οπουδήποτε, μια πλήρως ενσωματωμένη σε απευθείας σύνδεση μηχανή κρατήσεων, μια διεπαφή μηχανή στα κανάλια GDS/IDS, την ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ του 24/7/365 και τις διεπαφές στα συστήματα φιλοξενίας 400+ 3. Το RoomKey διευκολύνει την λειτουργία της ιδιοκτησία σας με τον πιο σύγχρονο τρόπο.

IQWARE

³³ Το παγκόσμιο σύστημα διαχείρισης ιδιοκτησίας IQWARE είναι μια σημαντική και πλήρως εξελιγμένη εφαρμογή φιλοξενίας που αναπτύσσεται με σκοπό να ικανοποιήσουν εντελώς τις μοναδικές απαιτήσεις των μικρών και των μεγάλων ξενοδοχείων, καθώς και κάθε άλλου είδους τουριστική επιχείρηση. Οι λύσεις του IQWARE περιλαμβάνουν προηγμένες μοντέλα για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στην αύξηση των κρατήσεων και των εσόδων.

³¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Property_management_system

³² <http://www.welcometorsi.com/RoomKey-Property-Management-Software/Features-and-Benefits.php>

³³ <http://www.iqwareinc.com/products/suite.php>

Αυτή η ολοκληρωμένη εφαρμογή μπορεί να προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις στον τομέα Yield Management μέσω του κυρίου παρόχου GDS σαν εργαλείο διαχείρισης IQLink καναλιών, μας και πολύ περισσότερα.

REZOVATION GT

³⁴ Η πιο σύγχρονη και εύκαμπτη PMS λύση διαθέσιμη είτε ως υπολογιστής γραφείου είτε ως σύστημα εγκατάστασης κεντρικών υπολογιστών, είτε πλήρως βασισμένος στο δίκτυο χωρίς καμία εγκατάσταση. Ένα από τα λίγα Microsoft και PA-dss πιστοποιημένα προϊόντα στον κόσμο. Παρέχει πλήρης διαχείριση φιλοξενουμένων, δωματίων & ποσοστού, γραφείο, Quickbooks ολοκλήρωση, επικυρωμένη επεξεργασία των CC, εξατομικευμένη υποβολή έκθεσης και προηγμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα μάρκετινγκ. Κάνει οποιοδήποτε ιστοχώρο την πλήρως προσβάσιμο, με πλήρη συνδεσιμότητα στο Expedia, hotels.com, Travelocity, BedandBreakfast.com, Kayak, και GDS.

Επίσης αναφέρουμε επιγραμματικά τα παρακάτω:

Innkeeper

Nite Vision PMS

Front Desk Anywhere

Atrium

Hotel Sale Pro

Elina

UniResMan κλπ.

4.7 Η ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Τα πληροφοριακά συστήματα μαζί με τη δυναμική τους εμφάνιση περίπου 25 χρόνια πριν, έφεραν και ριζικές αλλαγές στον τρόπο διαχείρισης όλων των ξενοδοχειακών εφαρμογών και ελέγχων. Η παραδοσιακή εικόνα των ξενοδοχείων με τα κλειδιά στις ειδικές θυρίδες τα μεγάλα βιβλία αφίξεων και αναχωρήσεων και αλλά και των χειρόγραφων πλάνων δωματίων έχει σχεδόν εκλείψει. Το σχεδόν πρέπει να αναφερθεί διότι πολλές μικρές επιχειρήσεις σε εποχιακά παραθεριστικά συντηρούν ακόμη το πατροπαράδοτο τρόπο χειρισμού του ξενοδοχείου που κατά κύριο λόγο οφείλεται στην ελλιπή τεχνολογική εκπαίδευση τους. Το σήμερα αναπτύσσεται συνεχώς για να μεταμορφωθεί στο αύριο όπου η τεχνολογία θα αξιοποιείται στο έπακρο με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και αποδοτικότερη λειτουργία της ίδιας της επιχείρησης.

Η δυναμικότητα των συστημάτων μπορεί να γίνει αντιληπτή ακόμη και με την απλή διαδικασία μίας κράτησης. Παλαιότερα ο πελάτης έπρεπε να αναλώνεται στα τηλεφωνήματα ώστε να εισπράξει πληροφορίες σχετικά με τα δωμάτια και τον τρόπο προορισμού για να καταλήξει στην επιλογή του τόπου προορισμού των διακοπών του. Το σήμερα απλουστεύει όλες αυτές τις παραμέτρους αφού τα πληροφοριακά συστήματα έχουν εισβάλλει και στην ζωή των ιδιωτών. Συγκεκριμένα σύμφωνα με την έρευνα που διεξήχθη από τη Γενική Γραμματεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος ανακοινώθηκαν στοιχεία για το βαθμό χρήσης των νέων τεχνολογιών από τα νοικοκυριά και τα μέλη τους. Τα στοιχεία προήλθαν από τη δειγματοληπτική Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και

³⁴ <http://www.rezovation.com/Software.html>

Επικοινωνίας από τα νοικοκυριά, έτους 2007. Η Έρευνα³⁵ διενεργήθηκε σε τελικό δείγμα 5.099 ιδιωτικών νοικοκυριών και σε 5.134 μέλη αυτών, σε ολόκληρη τη Χώρα, με κριτήριο την ύπαρξη ενός, τουλάχιστον, μέλους ηλικίας 16 – 74 ετών σε κάθε νοικοκυριό. Περίοδος αναφοράς της Έρευνας είναι το Αΐ τρίμηνο του 2007. Συγκεκριμένα: Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που παραγγέλθηκαν ή αγοράστηκαν από το διαδίκτυο, για προσωπική χρήση, κατά τη χρονική περίοδο Απριλίου 2006 – Μαρτίου 2007, είναι με μεγαλύτερο ποσοστό ταξίδια, εισιτήρια, διαμονή σε ξενοδοχεία (29,7%), βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης (21,2%) και λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή κλπ. (18,1%). Καθημερινά λοιπόν όλο και περισσότεροι χρήστες του διαδικτύου επισκέπτονται δικτυακούς τόπους με κάθε είδους τουριστικό περιεχόμενο, βλέπουν, εξετάζουν, συγκρίνουν και αγοράζουν είδη και υπηρεσίες που προβάλλονται μέσα από τις σελίδες τους. Ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι πλέον απόλυτα σεβαστός τόσο από τους καταναλωτές-χρήστες του internet όσο και από τις -κάθε είδους- τουριστικές επιχειρήσεις, που προσβλέπουν διορατικά στο μέλλον των λεγόμενων ηλεκτρονικών πωλήσεων.

Με την εξέλιξη της τεχνολογίας, κάθε ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί να καλύψει με τον καλύτερο τρόπο τις τεχνολογικές ανάγκες της. Τα προσφερόμενα πακέτα πληροφοριακών συστημάτων παρέχουν πλήρη τεχνολογική υποστήριξη επαγγελματιών, τόσο εντός του δωματίου όσο και στη ρεσεψιόν ή σε άλλους χώρους του ξενοδοχείου, με όλα τα σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία επικοινωνίας αλλά παράλληλα με εύκολη και ασφαλής πρόσβαση στο internet και στο εταιρικό δίκτυο του πελάτη. Ειδικά στον τομέα των ξενοδοχείων, η τεχνολογία, τόσο στη σύνδεση με το internet όσο και στην εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης, μπορεί να προσφέρει πάρα πολλά. Πάρα πολλά ξενοδοχεία σε διάφορες περιοχές της χώρας έχουν κάνει από καιρό αισθητή την παρουσία τους στο internet, προσφέροντας σε κάθε ενδιαφερόμενο -έλληνα ή ξένο- τη δυνατότητα να «επισκεφτεί» (εικονικά) τα δωμάτια, να κατατοπιστεί για τις ανέσεις που προσφέρουν και είτε να στείλει το μήνυμά του είτε να πραγματοποιήσει αμέσως, σε πραγματικό χρόνο, online κράτηση. Παράλληλα οι υπάλληλοι των κρατήσεων μειώνουν τον απαιτούμενο χρόνο απάντησης και μπορούν αν εξυπηρετήσουν με συντομία και ποιότητα.

Καταλήγοντας πρέπει να τονιστεί ότι τα πληροφοριακά συστήματα ανέπτυξαν τέτοια δυναμικότητα βασιζόμενα στην θέληση για ανάπτυξη των τουριστικών υπηρεσιών και πλέον των υπηρεσιών Ολικής ποιότητας. Στην έννοια βέβαια των πληροφοριακών συστημάτων εντάσσονται πολλές κατηγορίες ηλεκτρονικής χρήσης και όχι μόνο τα συστήματα που εξυπηρετούν μόνο το κομμάτι του Front Office και των πωλήσεων. Τέλος στην ακόμη μεγαλύτερη διάδοση - ανάπτυξη θα συμβάλει η πάταξη του ηλεκτρονικού αναλφαβητισμού.

³⁵http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1901/PressReleases/A1901_SFA20_DT_AN_00_2008_01_F_GR.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – ΤΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ.

5.1 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ PROTEL

Η HIT Hospitality Integrated Technologies A.E., αποτελεί μία από τις πιο δυναμικές εταιρείες τουριστικών προγραμμάτων στην Ελλάδα, καθώς υποστηρίζει περίπου το **85%** της εγκατεστημένης βάσης των μηχανογραφημένων ξενοδοχείων. Η εταιρεία παράγει λογισμικό, αντιπροσωπεύει προϊόντα και υποστηρίζει υπολογιστικά συστήματα ώστε να μπορεί να συνθέτει τις καλύτερες και καταλληλότερες λύσεις για κάθε τύπο και μέγεθος επιχείρησης.

Με πελατολόγιο **1352 εγκαταστάσεις** ανάμεσα στις μεγαλύτερες, ξενοδοχειακές αλυσίδες, την εμπειρία της μηχανογράφησης του μεγαλύτερου ξενοδοχείου της Γης, του Ολυμπιακού Χωριού του Αθήνα 2004 με 16.000 κλίνες και 28 τμήματα υποδοχής. Συγκεκριμένα στο Ολυμπιακό χωριό έγινε χρήση του Protel PMS – Protel Head Quarters και οργάνωσε:

- Ολυμπιακό χωριό – 16.000 αθλητές και συνοδοί ομάδων
- Χωριά Δημοσιογράφων – 11.000 εκπρόσωποι Τύπου
- Καταλύματα Διαιτητών / Κριτών – 2.000 Διαιτητές / Κριτές
- Καταλύματα Συνοδών Ομάδων – 800 Συνοδοί Ομάδων
- Χωριό Ιπποκόμων – 220 ιπποκόμοι
- Παραολυμπιακό Χωριό Αθλητών – 6.000 αθλητές και Συνοδοί και 1.000 Διαιτητές
- Παραολυμπιακό Χωριό Δημοσιογράφων – 1.000 εκπρόσωποι Τύπου
- Παραολυμπιακό Χωριό Ιπποκόμων – 80 ιπποκόμοι

Παράλληλα η HIT έχει καταλάβει τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα σημαντική θέση στον χώρο των επισιτιστικών αλυσίδων, μετά την παρουσίαση της HiTPOS Suite σε περιβάλλον Microsoft.net, με σύστημα KDS και ασύρματη παραγγελιοληψία PDA WiFi. Το Protel αποτελείται από διάφορες εφαρμογές όπως για το τμήμα της Υποδοχής (Protel Front Office) για το τμήμα κρατήσεων (Protel Web Booking Engine), για το τμήμα δεξιώσεων και συνεδρίων (Protel Banqueting), για το τμήμα πωλήσεων και μάρκετινγκ (Protel Sales & Marketing), για την κεντρική διαχείριση ξενοδοχειακών αλυσίδων (Protel for Headquarters), για το κεντρικό τμήμα πωλήσεων και μάρκετινγκ (Protel Central Sales & Marketing), για το κεντρικό τμήμα κρατήσεων μέσω διαδικτύου (Protel Central Internet Reservations).

5.2 PROTEL FRONT OFFICE

Το σύστημα Protel καλύπτει πολλαπλές ανάγκες κάθε μεγέθους ξενοδοχείου προσφέροντας πολλούς τρόπους για την καταχώρηση μίας κράτησης. Συγκεκριμένα το Protel έχει τη δυνατότητα να κάνει εισαγωγή κρατήσεων "ζωγραφίζοντας" στο πλάνο. Μεταφορά από ένα δωμάτιο σε άλλο ή από μία περίοδο σε άλλη. Αλλαγές δωματίων, αφίξεων, αναχωρήσεων, από το πλάνο (Check-In/Check-Out) Ακόμη έχει δυνατότητα αλλαγής στοιχείων στην "ταυτότητα" (guest profile) του πελάτη, στοιχείων κράτησης, τιμών ή και απλών μηνυμάτων. Δυνατότητα "ανοίγματος" της ταυτότητας πελάτη (Guest Profile), του λογαριασμού (invoice) και της οθόνης κράτησης επιλέγοντας ένα από τα τεταρτημόρια του πλοηγού (με ένα κλικ πάντα). Στο Προφίλ του Πελάτη μπορεί να κρατηθεί ιστορικό επιστολών, fax, E-mail που στάλθηκαν στον πελάτη καθώς και να πραγματοποιηθεί αυτόματο merge με οποιαδήποτε βάση δεδομένων. Παράλληλα στη διαχείριση των λογαριασμών γίνεται παραμετρική εμφάνιση λογαριασμού με τη δυνατότητα προσθήκης λογότυπων & γραφικών. Κάθε λογαριασμός που τυπώνεται, φυλάγεται στη μορφή που τυπώθηκε για μελλοντική χρήση. Ακόμη υπάρχει δυνατότητα διάσπασης χρεώσεων

διανυκτέρευσης εκ των υστέρων καθώς επίσης και δυνατότητα σύμπτυξης κινήσεων ανά πάσα στιγμή.

5.3 PROTEL WEB BOOKING ENGINE

Το Protel Web Booking Engine βοηθά στην καλύτερη διαχείριση των ξενοδοχειακών κρατήσεων μέσω του διαδικτύου. Μέσω του συστήματος πραγματοποιούνται κρατήσεις χωρίς έξοδα συναλλαγής ή προμήθειες και μείωση εξόδων προσωπικού. Σαν κομμάτι από τα Protel HQ και Protel MPE το Protel Web Booking Engine αποτελεί κατά κύριο λόγο εργαλείο για τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας. Διαθέσιμο σε μεμονωμένες ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και σε αλυσίδες ξενοδοχείων. Όλες οι υπηρεσίες και λειτουργίες του είναι σε πραγματικό χρόνο. Λειτουργεί όλο το 24ωρο χωρίς να χρειάζεται να σταματήσει κάνοντας κλείσιμο ημέρας ή να διακοπούν άλλες υπηρεσίες του Protel. Είναι ενσωματωμένο με τη διαχείριση τιμοκαταλόγων του Protel. Έλεγχος και αποτίμηση κρατήσεων γίνονται μέσω Internet καθώς μπορεί να πραγματοποιηθεί άμεση τιμολόγηση και διαθεσιμότητα ακόμη και για κρατήσεις on-line και με specials offers εάν είναι διαθέσιμες. Τέλος υπάρχει δυνατότητα αλλαγών και ακυρώσεων μετά την ολοκλήρωση της κράτησης.

5.4 PROTEL BANQUETING

Το Protel Banqueting αφορά το τμήμα εκδηλώσεων και αποσκοπεί στην οργάνωση των αιθουσών και τις απαιτήσεις της κάθε περίπτωσης. Είναι ένα πολυ-λειτουργικό πλάνο κρατήσεων. Πραγματοποιεί διαχείριση αιθουσών, υποαιθουσών και εκδηλώσεων. Είναι πλήρως συνδεδεμένο (on-line) με το Protel Front Office ελέγχοντας τη διαθεσιμότητα αιθουσών και δωματίων με ένα πολύ εύκολο τρόπο. Ακόμη έχει πλήρως τη δυνατότητα χρησιμοποίησης κοινών αναφορών και φορμών τιμολογίων. Το σύστημα επίσης παράγει αυτόματη εμφάνιση Banquet στις αναφορές του F&B (αναφορές γευμάτων) καθώς επίσης έχει τη διαχείριση του τεχνικού εξοπλισμού (σε ποια αίθουσα βρίσκεται και τι διαθεσιμότητα υπάρχει). Ακόμη συμβάλει στην ενημέρωση του Food & Beverage σε ημερήσια, εβδομαδιαία ή και μηνιαία βάση για το μενού και τα άτομα που συμμετέχουν στη κάθε εκδήλωση με σκοπό να γίνει ο αναγκαίος προγραμματισμός του τμήματος (προσωπικό, προϊόντα κτλ).

5.5 PROTEL FOR HEADQUARTERS

Το Protel Headquarters συμβάλει στην κεντρική διαχείριση όλης της ξενοδοχειακής αλυσίδας. Διατηρεί αυτόνομη βάση δεδομένων των συνδεδεμένων ξενοδοχείων ενημερώνοντας αυτόματα τα κεντρικά για την διαθεσιμότητα τους, λαμβάνοντας παράλληλα από αυτά κρατήσεις

5.6 PROTEL SALES & MARKETING

Το Protel Sales & Marketing προσφέρει λεπτομερή σχεδιασμό και έλεγχο του Marketing. Έχει εύκολη πρόσβαση, στο αρχείο με το ιστορικό των πελατών, γίνεται αυτόματη αρχειοθέτηση όλων των δραστηριοτήτων που πρέπει να γίνουν για τους πελάτες

χωρίς ο χρήστης να χρειαστεί να κάνει τίποτα καθώς επίσης πραγματοποιεί συντονισμό όλων των δεδομένων για πιο αποτελεσματικό προγραμματισμό. Παράλληλα με το ημερολόγιο που έχει ανά ημέρα, βοηθάει το τμήμα πωλήσεων για την καλύτερη οργάνωση του.

5.7 PROTEL CENTRAL SALES & MARKETING (CIS)

Το Protel Central Sales & Marketing συγκεντρώνει όλες τις πληροφορίες για τα στατιστικά και ιστορικά στοιχεία των πελατών, εταιρειών, πρακτορείων, group κλπ, και είναι στην διάθεση των κεντρικών γραφείων. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να αποθηκευτούν σε μία βάση δεδομένων και δίνουν την δυνατότητα ελέγχου και δημιουργίας πολλαπλών συγκεντρωτικών ή αναλυτικών αναφορών ανά μμονάδα.

5.8 PROTEL CENTRAL INTERNET RESERVATIONS (CIRS)

Το Protel Central Internet Reservations (CIRS) επιτρέπει στους πελάτες να κάνουν κρατήσεις για οποιοδήποτε μμονάδα της ξενοδοχειακής αλυσίδας μέσω ενός κεντρικού XML Server.

5.9 PROTEL HOTELSOFTWARE MULTI PROPERTY EDITION (MPE)

Το Protel Hotelsoftware Multi Property Edition, στοχεύει στη συνένωση, τον συγχρονισμό και την αποθήκευση στοιχείων ξεχωριστών ξενοδοχειακών μονάδων, σε μία ενιαία βάση δεδομένων. Κάθε κύρια είσοδος δεδομένων όπως ο τύπος δωματίων, τα δωμάτια, τα υποσύνολα, οι κωδικοί, οι μέθοδοι πληρωμής ,κ.λπ. προμηθεύεται επιπρόσθετα με ένα αριθμό ξενοδοχείου. Γίνεται ομαδοποίηση παρεμφερών δωματίων σε κατηγορίες με σκοπό τη σύγκριση τους με τύπους διαφορετικών ξενοδοχείων. Ακόμη έχει τη δυνατότητα συγκεντρωτικών και αναλυτικών αναφορών για όλες ή κάποιες συνδεδεμένες μονάδες. Τέλος υπάρχει δυνατότητα μαζικής αποστολής αλληλογραφίας, fax, e-mail καθώς και εκτύπωσης διευθύνσεων (ετικέτες) για πελάτες ενός ή όλων των ξενοδοχείων που ανήκουν στην ενιαία βάση δεδομένων.

5.10 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Το σύστημα του Protel και οι εφαρμογές που προσφέρει στο χρήστη έχουν μεγάλο εύρος και εξυπηρετούν την διεκπεραίωση των καθημερινών εργασιών των τμημάτων της υποδοχής των πωλήσεων και γενικότερα όλων των επιμέρους τμημάτων. Γενικά οι χρήστες του Protel θεωρούν το σύστημα αρκετά εύχρηστο αφού πολλά πεδία του, θυμίζουν τα windows. Συγκεκριμένα το σύστημα βοήθειας ή αλλιώς help system μπορεί να ενεργοποιηθεί είτε με ένα κλικ στο ανάλογο εικονίδιο είτε πατώντας το F1. Το Protel on – line help system είναι συμβατό με τις βασικές αρχές των windows. Επίσης υπάρχει η λειτουργία Protel Controls / info η οποία αποτελείται από διάφορες λειτουργίες και επιλογές που μπορούν να γίνουν στο λογαριασμό του πελάτη όπως για παράδειγμα με πατημένο το κλειδί CTRL και με

αριστερό κλικ στο ποντίκι επιλέγουμε αυτό που θέλουμε από το αρχείο του πελάτη, όπως π.χ μια χρέωση από το λογαριασμό του ή ένα όνομα από τις λίστες. Επίσης δυνατή είναι η ταξινόμηση λίστας από όπου είναι δυνατό να φανούν οι δυνατότητες και ευκολίες που προσφέρουν τα windows. Για παράδειγμα με αριστερό κλικ στο όνομα μιας κολώνας της λίστας την ταξινομούμε αλφαβητικά. Το ‘ ’ σημαίνει τον τρόπο που έχει επιλεγεί για τη ταξινόμηση της λίστας. Το ίδιο μπορεί να γίνει για να ταξινομηθεί μια λίστα ανά αριθμό δωματίου, ανά τύπο δωματίου, την ημερομηνία άφιξης, αναχώρησης κλπ. Αν κάποιο από τα ονόματα δεν χωράει στο ήδη προκαθορισμένο πεδίο και κόβεται τότε μέσω της λειτουργίας διαμόρφωσης κολώνας θα πρέπει να τοποθετηθεί το ποντίκι στη διαχωριστική γραμμή της κολώνας, μεταξύ ονόματος και αριθμό δωματίου και κάνοντας επιλογή μεταφέρεται η διαχωριστική γραμμή με το ποντίκι. Στην πρώτη μάσκα υπάρχει επίσης το κουμπί του Ημερολογίου όπου σε όλα τα πεδία με ημερομηνία μπορεί να αλλαχθεί από το πληκτρολόγιο με το (+) ή το (-). Εξίσου σημαντικό είναι το πεδίο με τα memos ‘Sticky Notes’. Είναι δυνατόν να δημιουργηθούν μικρά κίτρινα πλαίσια μηνυμάτων στην αρχική μόνο μάσκα του Protel FO, ορατά μόνο κατά τη διαδικασία εισαγωγής στο σύστημα. Οπότε αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τις αλλαγές της κάθε βάρδιας και να μπορούν να σημειωθούν αρκετές χρήσιμες πληροφορίες. Για την ακόμη πιο εύκολη χρήση του Protel έχουν δημιουργηθεί κάποια λειτουργικά κλειδιά.

Συγκεκριμένα:

- F1 : Ανοίγει το Menu Help για τη συγκεκριμένη οθόνη.
- F2 : Ανοίγει το Room Type Plan³⁶. Αυτό είναι δυνατόν μόνο αν δεν υπάρχει άλλο ανοικτό παράθυρο εκτός από το Room Plan, Banquet plan ή sticky notes.
- F3 : Ανοίγει το Room Plan. Ισχύουν ότι και για το Room Type Plan.

December	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th
2003	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Event	01													
Event	02													
Event	03													
Event	04													
Event	05													
Event	06													
Event	07													
Event	08													
Event	09													
Event	10													
SI	1	19	21	28	30	30	30	30	31	31	31	31	31	31
D12	1	20	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
D15	1	20	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
D12	1	20	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
D15	1	20	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
FR	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
F14	1	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
F12	1	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
D12	1	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
D15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
D15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total available	301	307	322	323	324	324	324	324	325	325	325	325	325	325
Allocations	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Occupied	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Room count	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Working list	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Confirmed	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Occupancy (perc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Physically available	301	307	302	303	304	304	304	304	305	305	305	305	305	305

- F4 : Ανοίγει όλη τη λίστα αφίξεων αν ο χρήστης βρίσκεται στην αρχική οθόνη του συστήματος ή από το Room Plan φωτίζοντας μια κράτηση.

³⁶ Πηγή εικόνας : Protel manual

- F5 : Ανοίγει όλη τη λίστα αναχωρήσεων αν ο χρήστης βρίσκεται στην αρχική οθόνη ή εμφανίζει τη μάσκα του λογαριασμού κάθε πελάτη που αναχωρεί σήμερα και πρώτα έχει φωτισθεί από το Room Plan.
- F6 : Ανοίγει τη μάσκα αφίξεων από την οποία δημιουργείται η λίστα αφίξεων.
- F7 : Ανοίγει τη μάσκα αναχωρήσεων από την οποία δημιουργείται η λίστα αναχωρήσεων.
- F8 : Ανοίγει τη μάσκα In-House πελατών από την οποία δημιουργείται η λίστα In-House.
- F9 : Ανοίγει τη μάσκα κρατήσεων από την οποία μια λίστα κρατήσεων ανά ημερομηνία με διάφορα στοιχεία μπορεί να παραχθεί.
- F10 : Επιλέγεται το κεντρικό Menu κρατήσεων.
- F11 : Εμφανίζεται το ειδικό Menu κράτησης από το οποίο μπορεί να γίνει και έρευνα αγοράς.
- F12 : Ανοίγει το Room Type Plan μόνο για επίδειξη, ανεξάρτητα ποια οθόνη είναι ανοιχτή. Σε αυτή τη μάσκα είναι αδύνατο να πραγματοποιηθεί κράτηση.

Μία από τις μάσκες χρήσης του Protel είναι τα Profiles. Είναι το αρχείο στο οποίο καταχωρούνται όλες οι πληροφορίες που αφορούν τους πελάτες (καρτέλες πελατών). Για την καλύτερη παρακολούθηση των πελατών το σύστημα έχει 5 κατηγορίες προφίλ πελατών (Ιδιώτες, Εταιρείες, Πρακτορεία, Group,Source). Εξίσου όμως συχνή είναι η μάσκα των κρατήσεων. Αρχικά θα πρέπει από την γραμμή εντολών να επιλεγεί το μενού κρατήσεις και κατόπιν το είδος της κράτησης που πρέπει να δημιουργηθεί (ιδιώτη για μεμονωμένους πελάτες, εταιρείας, πρακτορείου κ.λ.π). Αν υπάρχουν και άλλες κρατήσεις για τον συγκεκριμένο πελάτη εμφανίζονται στην μάσκα που ακολουθεί έτσι ώστε να αποφευχθεί ο κίνδυνος της διπλής κράτησης. Αν η κράτηση αφορά γκρουπ ή τις χρεώσεις κάποιας εταιρίας απαραίτητη χρήζεται η δημιουργία ενός Master Account. Το Group Master ή Master Account δημιουργείται όταν φτιάχνεται μία κράτηση group και χρησιμοποιείται για την χρέωση και έκδοση λογαριασμών κλπ. Κατά συνέπεια τις περισσότερες αλλαγές που πρέπει να πραγματοποιηθούν για το group μπορούν να γίνουν από το Group Master. Όποια αλλαγή αφορά κάποιο μέλος του group ή μόνο το group master γίνεται με τον ίδιο τρόπο που γίνεται για κάθε μεμονωμένη κράτηση. Στην ίδια μάσκα υπάρχουν οι δυνατότητες για επιβεβαίωση γκρουπ, για την αλλαγή ημερομηνίας της αναχώρησης, για την αλλαγή των τιμών για όλα τα μέλη του γκρουπ , τον ορισμό των οδηγιών χρέωσης αλλά και για την άφιξη, αναχώρηση ή και ακύρωση του γκρουπ. Η μάσκα της κράτησης³⁷, όπως βλέπουμε στην παρακάτω εικόνα περιλαμβάνει πολλά στοιχεία που μπορούν να χωρισθούν σε τρεις ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει στοιχεία από το profile του πελάτη ή της εταιρείας. Η μεσαία ενότητα περιλαμβάνει τα στοιχεία της κυρίως κράτησης. Είναι δυνατόν να εμφανίζονται πολλές κρατήσεις σε μία μάσκα όπως και είναι δυνατόν να γίνουν πολλές κρατήσεις σε μία μάσκα. Επίσης αν υπάρχει προγραμματισμένη αλλαγή για την κράτηση αυτή θα εμφανίζεται στη μάσκα αυτή με ένα τικ στο κουτί 'Cn.'. Στην τρίτη και τελευταία ενότητα περιλαμβάνονται πληροφορίες σχετικά με την κράτηση. Παράλληλα από το μενού Rate availability μπορεί να δηλωθεί η πολιτική των τιμών ώστε να μην χρειάζεται κάθε φορά να ενημερώνονται τα τμήματα των πωλήσεων για ποιες τιμές μπορούν να χρησιμοποιούν. Για το κλείσιμο των δωματίων θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί η μάσκα Block / Unblock Δωματίων. Με τη λειτουργία αυτή που βρίσκεται στο κεντρικό menu κρατήσεων μπορούν να απομονωθούν όποια δωμάτια χρειαστούν για κάποια χρονική στιγμή έτσι ώστε να μην εμφανίζονται διαθέσιμα. Αυτό π.χ. μπορεί να γίνει για την περίοδο μιας ανακαίνισης. Το σύστημα αφαιρεί αυτά τα δωμάτια από τις λίστες και όλα τα reports ενώ μειώνει τον αριθμό των διαθέσιμων δωματίων με τον αριθμό των δωματίων που είναι Block.

³⁷ Πηγή εικόνας : Protel manual

Reservation

Name: Ackermann Company:

Country: Germany TA: Tui Hellas

City: Pirmasen Source:

VIP: Group:

Guest Information
 Arr.: Friedrich Heim und Fr
 L. rate: 16000.00
 L. room: 631

OK
Cancel
Help

Status	Arrival	Night	Dept.	Div.	HT type	Room	Adt. Rate code	Rate	Cn.	Uel Sp.
1 Confirm	02/12/03	4	06/12/03	T	...		1 Official	200.00 EUR		OK
										OK
										OK
										OK

Reservation details for 1

Market: Travel Agency Dis Equize: Local Tvl Agt Allocation:

Hotel: TAR - Travel Age Come: GDS - GDS (incl T Act. cl:

Add bed: 1 Child 1/2 1 0 Pickup: Payment: Cash Payment CC

Date: 1 Child 2/4 0 Blocked room Flight:

Packages: HB Event Option unit: / / PL114501232P

Note 1: 02/12/03 ΚΡΑΣ & ΦΡΟΥΤΑ ΣΤΟ ΔΩΜΑΤΙΟ Arrival: Res. No: 11458

Note 2: / / Depart: User: Protei 04/12/2003

Add. info
Letters
Short
Guest Hist
Note

Το Protel επίσης μπορεί να κάνει διαχείριση των Allotment. Τα Allotments εξασφαλίζουν στα πρακτορεία την δυνατότητα να μπλοκάρουν σ' ένα ξενοδοχείο ένα ορισμένο αριθμό δωματίων και για μια ορισμένη χρονική περίοδο. Στην περίοδο αυτή το πρακτορείο μπορεί να κάνει κρατήσεις στα όρια του Allotment ή να ακυρώσει άλλες δίχως να επιβαρυνθεί με ακυρωτικά. Η υποστήριξη των allotments γίνεται από το κεντρικό menu των κρατήσεων όπου φαίνονται περιληπτικά τα υπάρχοντα allotment, δίνει τη δυνατότητα εισαγωγής νέων συμβολαίων. Παράλληλα ακολουθεί η δυνατότητα Overbooking στο συγκεκριμένο μενού δίνεται η δυνατότητα να καταχωρούνται τα δωμάτια που για λόγους over όπου το ξενοδοχείο υποχρεούται να τα προωθήσει σε κάποιο άλλο ξενοδοχείο της περιοχής. Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατό να υπάρξει εικόνα των overbooked κρατήσεων.

Η μάσκα που ονομάζεται ταμείο περιλαμβάνει όλες τις λειτουργίες που έχουν σχέση με τις χρεώσεις, εισπράξεις, έξοδα και ότι άλλο σχετικά με το ταμείο. Επίσης από αυτό το μενού γίνεται και η διαχείριση των χρεωστών όπως και του συναλλάγματος. Συγκεκριμένα έχει τα πεδία: Γενικές πληροφορίες, Επιλογή Ταμείου (χρεώσεις και συναλλάγματα), Λογαριασμοί (Invoice) τα οποία δίνουν πολλές δυνατότητες, εγγραφών, διαγραφών, μεταφορά χρεώσεων και διαχωρισμού λογαριασμών. Παράλληλα υπάρχει η λειτουργία Invoice History που δίνει τη δυνατότητα να εκτυπωθούν, να εκδοθούν και να επανακτυπωθούν όλοι οι λογαριασμοί. Μπορούν να φανούν οι προκαταβολές προς εισπράξη και το Batch Invoice όπου δίνεται η δυνατότητα να εμφανιστούν με διάφορες παραμέτρους οι πελάτες που βρίσκονται στο ξενοδοχείο και οι οποίοι έχουν χρεωστικό υπόλοιπο.

Σημαντικό τμήμα επίσης του Protel είναι τα report (στατιστικές εκθέσεις). Τα Reports συμπεριλαμβάνουν: 1) τις αφίξεις, 2) την λίστα των διαμενόντων ατόμων (In house list), 3) την λίστα αναχωρήσεων, 4) μηνύματα, 5) τη λίστα Traces (Quality Management), 6) Phone Ext. Report, 7) τη λίστα υπολοίπων, 8) την λίστα κρατήσεων, 9) την λίστα No shows, 10) την λίστα δικαιούμενων, 11) το Room Type Plan, 12) το Room Plan, 13) τη λίστα διαθέσιμων δωματίων, 14) την λίστα κατάστασης του ξενοδοχείου, 15) τη λίστα των Lost & Found, 16) external Organizer, 17) τη λίστα Housekeeping, 18) τη λίστα Administration of cots.

Αναλυτικότερα, η λίστα αφίξεων (Arrival Report) περιλαμβάνει όλες τις κρατήσεις που αναμένονται να αφιχθούν. Στη λίστα 'In house' εμφανίζονται όλοι οι πελάτες που είναι checked in αν το report αναφέρεται για την τρέχουσα ημερομηνία. Αν το report αναφέρεται για μελλοντική ημερομηνία θα περιλαμβάνει όλους τους πελάτες που πρόκειται να παραμείνουν στο ξενοδοχείο την ημέρα αυτή. Οι πελάτες που είναι ήδη checked in θα εμφανίζονται με κατάσταση CI, ενώ αυτοί που πρόκειται να έρθουν θα εμφανίζονται με την κατάσταση της κράτησης (Provisional ή Confirmed). Η Λίστα Αναχωρήσεων περιλαμβάνει όλες τις κρατήσεις που πρέπει να αναχωρήσουν την ημερομηνία αυτή. Αν έχει ορισθεί σημερινή ημερομηνία η λίστα θα περιλαμβάνει μόνο τους πελάτες που δεν έχουν ακόμη αναχωρήσει. Η λίστα αυτή μπορεί να συμπεριλάβει και τις κρατήσεις που έχουν αναχωρήσει ήδη αν πρόκειται για την ίδια με τη σημερινή και μόνο ημέρα. Το Report μηνύματα εμφανίζει τα μηνύματα πελατών για την τρέχουσα ημέρα που έχουν εισαχθεί από τον πλοηγό. Μπορούν ακόμη να αναζητηθούν τα μηνύματα μεμονωμένων πελατών με κάποια από τις παραμέτρους της μάσκας ή να ζητηθεί λίστα με όλα τα μηνύματα όλων των πελατών. Στη λίστα Traces (Quality Management) φαίνονται οι παρατηρήσεις ή οι απαιτήσεις των πελατών που έχουν καταχωρηθεί για τα τμήματα του ξενοδοχείου. Το Phone Ext. Report εμφανίζει λίστα με όλους τους πελάτες που αφίχθησαν ή θα αφιχθούν, αναχώρησαν ή θα αναχωρήσουν αλλά και που διαμένουν στο ξενοδοχείο την ορισμένη ημέρα που έχει δηλωθεί. Αυτή η λίστα είναι πολύ πρακτική γιατί μπορούν να παρουσιαστούν όλοι οι πελάτες που είναι στο ξενοδοχείο και επίσης τις αφίξεις ή αναχωρήσεις για τη συγκεκριμένη ημέρα. Παράλληλα η λίστα υπολοίπων³⁸ εμφανίζει όλους τους διαμένοντες πελάτες με την τιμή δωματίου, τις καταναλώσεις που έχουν κάνει ανά τύπο τμήματος (F&B ή MISC.), όπως και τις πληρωμές τους προς το ξενοδοχείο.

N...	#	Arrival	Depart...	C...	Price	Accom.	F&B	Misc.	Paym...	Balance	Credit...	Method of pay...
A. MAN	3000	03/12/03	03/12/03	E...	0.00	478.40	0.00	0.00		478.40		Cash Payment
Abad E...	104	04/12/03	08/12/03	E...	0.00	0.00	0.00	0.00				Cash Payment
Ackerm...	211	28/11/03	07/12/03	E...	92.00	636.80	40.00	30.00	-299.60	407.20		Cash Payment
Ackerm...	203	28/11/03	07/12/03	E...	30.00	181.03	0.00	0.00	-100.45	80.58		Cash Payment
Adeian...	611	01/12/03	04/12/03	E...	0.00	231.00	120.00	0.00		351.00		Cash Payment
Adeling...	107	04/12/03	07/12/03	E...	0.00	0.00	0.00	0.00				Cash Payment
Babsev...	210	28/11/03	04/12/03	E...	0.00	579.60	0.00	0.00		579.60		Cash Payment
Caia G...	119	02/12/03	07/12/03	E...	0.00	0.00	0.00	0.00				Cash Payment
Chene...	118	02/12/03	07/12/03	E...	0.00	0.00	0.00	0.00				Cash Payment
Danneu...	120	02/12/03	07/12/03	E...	0.00	0.00	0.00	100.00	-100.00	.00		Cash Payment

OK Cancel Help Print Total balance: 6100.60

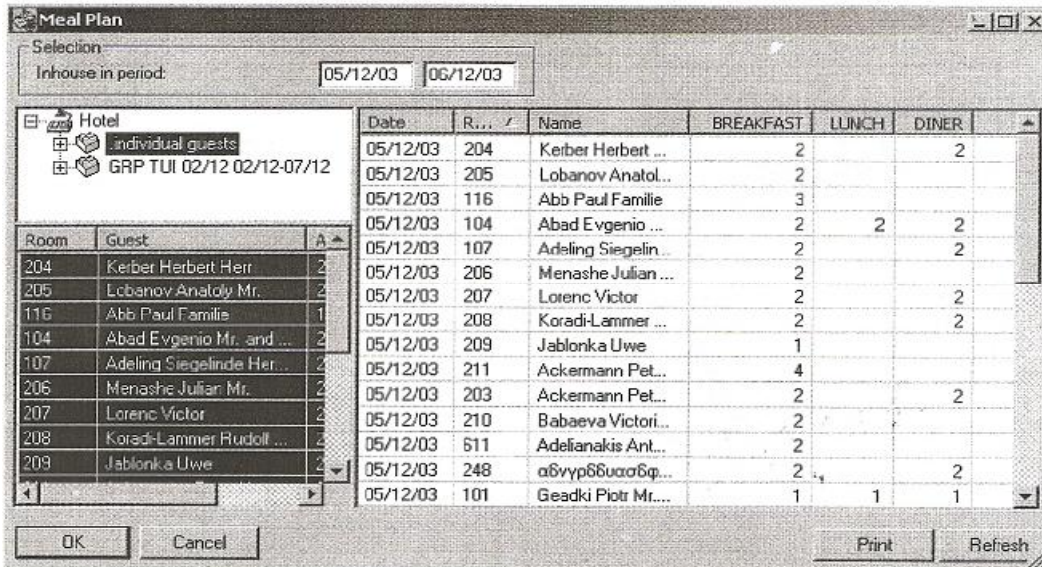
Rm: 23 Res: 23 Adults: 37 Child: 1/0/0/0 Acc: 2 #Kto: 0

Η λίστα Κρατήσεων εμφανίζει όσες επιβεβαιωμένες κρατήσεις υπάρχουν μεταξύ ορισμένων ημερομηνιών. Η λίστα 'No shows' περιλαμβάνει όλες τις κρατήσεις από την προηγούμενη ημέρα που χαρακτηρίστηκαν 'No Show' κατά τη διαδικασία του κλεισίματος. Αυτό γίνεται όταν μια κράτηση δεν έχει έρθει μέχρι το κλείσιμο της ημέρας και δεν έχει ακυρωθεί. Το σύστημα με ένα μήνυμα ενημερώνει κατά τη διαδικασία του κλεισίματος αν υπάρχουν τέτοιες κρατήσεις ότι θα τις μετατρέψει σε 'No show'.

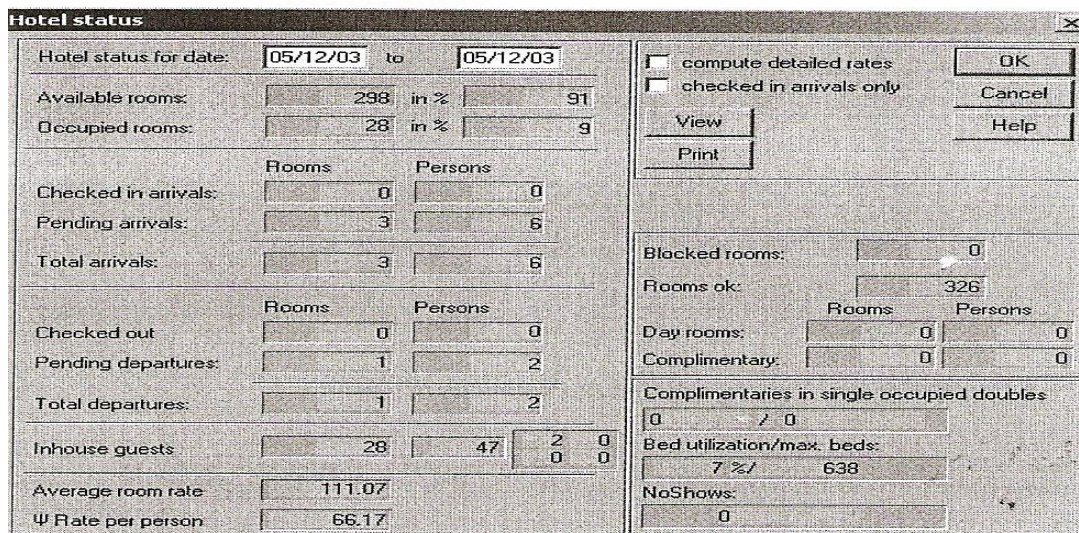
Η Λίστα Δικαιουμένων (Πρωινών και Γευμάτων)³⁹, όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα περιλαμβάνει τον αριθμό των γευμάτων και δείπνων που πρέπει να προσφερθούν ανά ημέρα υπολογισμένα ανάλογα με το πως τα έχουμε δηλώσει στο System Data.

³⁸ Πηγή εικόνας : Protel manual

³⁹ Πηγή εικόνας : Protel manual



Το Room Type Plan εμφανίζει την διαθεσιμότητα των δωματίων σε καθημερινή βάση διασπασμένη ανά τύπο. Είναι επίσης δυνατόν να γίνει απ' ευθείας κράτηση απ' αυτό. Η λειτουργία του Room Plan επιτρέπει στο χρήστη να διαχειρισθεί εύκολα τις πιο συχνές εργασίες του Front Office. Με τη λειτουργία «Διαθέσιμα δωμάτια /Unallocate Rooms» παρουσιάζονται όλοι οι διαθέσιμοι αριθμοί δωματίων που έχει το ξενοδοχείο για μία συγκεκριμένη περίοδο (δωμάτια στα οποία δεν υπάρχει allocation για την περίοδο ζήτησης και όχι ελεύθερα από κρατήσεις). Επίσης από αυτό το πεδίο εδώ μπορεί να γίνει απ' ευθείας κράτηση και να δηλωθεί ο αριθμός δωματίου. Η λειτουργία Κατάσταση Ξενοδοχείου(Hotel Status)⁴⁰ προσφέρει μια πλήρη, ανά ημέρα, ενημέρωση για την κατάσταση του ξενοδοχείου. Μπορούν επίσης να επιλεγθούν περισσότερες από μία ημέρες για να δούμε την κατάσταση που παρουσιάζει το ξενοδοχείο.



⁴⁰ Πηγή εικόνας : Protel manual

Η λειτουργία των Lost & Found μπορεί να δηλώσει αντικείμενα που ξεχάστηκαν από τους πελάτες στο ξενοδοχείο μας ώστε να μπορέσουν να αναζητηθούν στο μέλλον. Η λειτουργία External Organizer ενώνει το Protel με άλλα προγράμματα όπως Lotus ή MS Schedule ή άλλες εφαρμογές (outlook express). Η λίστα Housekeeping δίνει την δυνατότητα να δημιουργηθούν αναφορές για το τμήμα του Housekeeping καθώς επίσης και για το τμήμα της συντήρησης του ξενοδοχείου. Από το μενού αυτό μπορούν να καταχωρηθούν και να επεξεργαστούν στοιχεία που αφορούν τις διαφορές που έχουν παρουσιαστεί σε σχέση με την κατάσταση των δωματίων μεταξύ του τμήματος της υποδοχής και του Housekeeping. Το σύστημα δίνει την δυνατότητα να καθοριστεί ο χρόνος που χρειάζεται για να καθαριστεί ένα δωμάτιο ανάλογα με τον τύπο του δωματίου (δίκλινο, τρίκλινο, σουίτα κ.λπ.) και την κατάσταση του (αναχώρηση, παραμονή), με τον τρόπο αυτό μπορούν να υπολογιστούν οι ώρες και το προσωπικό το οποίο θα απαιτηθεί για την ετοιμασία των δωματίων. Στο μενού αυτό δημιουργούνται οι καθημερινές αναφορές για τις καμαριέρες και την προϊσταμένη των ορόφων. Ακόμη μπορούν να δηλωθούν οι βλάβες των δωματίων οι οποίες έχουν αναφερθεί και να υπάρχει ενημέρωση για την εξέλιξη των βλαβών (δήλωση από τον υπεύθυνο του τμήματος συντήρησης αν και πότε διορθώθηκε η βλάβη του δωματίου). Με την επιλογή Administration of cots υπάρχει η δυνατότητα παρακολούθησης της διαθεσιμότητας των extra beds και των baby cots που διαθέτει το ξενοδοχείο ανά ημέρα για την περίοδο που έχει επιλεγεί. Με την επιλογή Reservation on the book που είναι η τελευταία στην ενότητα των reports μπορεί να φανεί σε μορφή πίνακα ή γραφική τη μηνιαία πληρότητα της μονάδας μας σε δωμάτια και κρεβάτια για ένα χρόνο.

Επίσης πολύ σημαντικές εκθέσεις αποτελούν οι λίστες από την κατηγορία – ενότητα Office (γραφεία): Μερικές από αυτές είναι η λίστα Internal Reporting, Report spooler, Manager spooler, ενότητα γραφικών, commission clearing, Word Processor, Edit Templates, Κλείσιμο ημέρας

Ξεχωριστά από τα διάφορα μενού ή από τα εικονίδια στο πάνω μέρος της μάσκας, το Protel υποστηρίζει και εξυπηρετεί πολλές συμπληρωματικές λειτουργίες σχετικά με Reports. Τα reports είναι χωρισμένα από το σύστημα σε διάφορα groups. Π.χ. Κρατήσεις, Λογιστήριο και Κλείσιμο ημέρας. Στο System Data μπορούμε να ορίσουμε ή να αλλάξουμε τα groups αυτά. Η λίστα Internal Reporting περιλαμβάνει όλα τα reports που υπάρχουν στο σύστημα. Στη φόρμα αυτή εμφανίζονται η πληρότητα των δωματίων και των κρεβατιών ανά ημέρα και ανά μήνα για ένα χρόνο όπως και η κάλυψη αυτής σε ποσοστό (%). Τα δωμάτια που είναι Blocked δεν υπολογίζονται στα συνολικά διαθέσιμα της συγκεκριμένης περιόδου και γι' αυτό παρατηρείται κάποιος μήνας να μην έχουν τα ίδια διαθέσιμα συνολικά δωμάτια. Το Report spooler δίνει περισσότερη ασφάλεια κατά τη διαδικασία του κλεισίματος. Κατά τη διαδικασία του κλεισίματος τα reports που αναφέρονται σε αυτό αρχειοθετούνται. Π.χ. προσωρινά γράφονται στο σκληρό δίσκο και εκτυπώνονται μόνο όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία κλεισίματος. Αυτό διασφαλίζει ότι η διαδικασία κλεισίματος θα ολοκληρωθεί ακόμα και αν παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα π.χ. εκτυπωτή. Το σύστημα δεν διαγράφει τα spooled reports αλλά τα αρχειοθετεί για να είναι διαθέσιμα αν και όταν χρειαστούν. Το Manager spooler σαν λειτουργία βασικά είναι ίδια με την προηγούμενη. Η μόνη διαφορά είναι τα Manager Spoolers reports επιτρέπουν να δηλωθούν ποιοι χρήστες θα έχουν πρόσβαση σε αυτά. Με απλά λόγια όλα τα reports μπορούν να δηλωθούν αντίστοιχα από τη System Data στους ανάλογους χρήστες έτσι ώστε να είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν μόνο από αυτούς.

Εκτός από τις λίστες και τα reports το Protel παρέχει συμπληρωματικά διαγράμματα. Τα διαγράμματα είναι χωρισμένα σε group όπως π.χ. Profile, έσοδα, κρατήσεις κ.λπ. Η λίστα Ενότητα γραφικών περιλαμβάνει όλα τα σχεδιαγράμματα που υπάρχουν στο πρόγραμμα. Η λειτουργία Commission Clearing (Εκκαθάριση Προμηθείας), υποστηρίζει τον υπολογισμό των πληρωμών προμηθείας για τα αντίστοιχα πρακτορεία. Συμπερασματικά είναι δυνατό να

συνταχθούν και να εκτυπωθούν τα report προμηθείας, καταστάσεις λογαριασμών, επιστολές προμηθείας ή αυτό που ονομάζεται εκκαθάριση προμηθείας για τα πρακτορεία. Λάθη από τη λειτουργία αυτή π.χ. από πληρωμές που επηρεάζουν το τζίρο δεν παρατηρούνται ενώ δεν έχουν καμία επίδραση στο ταμείο. Η λειτουργία αυτή υπολογίζεται και σημειώνεται σαν πληρωμή. Μπορούν επίσης να ελεγχθούν οι λογαριασμοί προμηθείας που στέλνουν τα πρακτορεία και να υπάρχει εικόνα από τις προμήθειες που πρέπει να πληρωθούν από το ξενοδοχείο.

Με την επιλογή Word Processor θέτεται σε εκκίνηση κάποιος word processor (επεξεργαστής). Η πραγματική εφαρμογή που ξεκινά αυτή τη λειτουργία ορίζεται στο κατάλληλο σημείο του Protel.ini. Μπορούν να δημιουργηθούν ή να αλλάξουν αυτό τον ορισμό από τη System Data – Text – External Word Processor. Η λειτουργία λοιπόν αυτή επιτρέπει να ξεκινήσουν κάποια από τις εφαρμογές αυτές που έχουν εγκατασταθεί στο σύστημα όπως MS Word, Lotus AmiPro ή άλλη. Η λειτουργία Edit Templates (Εισαγωγή Φόρμας) καλεί τον εσωτερικό επεξεργαστή από Protel – path\TEXT\TEMPLATE. Εδώ μπορούν να δημιουργηθούν φόρμες που χρησιμοποιούνται συχνά.

Κλείσιμο ημέρας γίνεται κάθε ημέρα και στο τέλος αυτής. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει τις χρεώσεις δωματίων, τη δημιουργία στατιστικών στοιχείων, εκτυπώσεις κάποιων reports και αλλαγή φυσικά ημερομηνίας στο σύστημα ώστε να ξεκινήσει η νέα ημέρα. Το κλείσιμο ημέρας δεν πρέπει να μπερδεύεται με το κλείσιμο του ταμείου. Ωστόσο το σύστημα δεν ξεκινάει την διαδικασία κλεισίματος ημέρας αν δεν έχουν κλείσει όλα τα ταμεία. Συνήθως η διαδικασία του κλεισίματος ξεκινά αργά τη νύχτα όταν περιορίζεται η κίνηση του ξενοδοχείου. Δηλαδή όταν έχουν γίνει όλες οι αφίξεις και οι αναχωρήσεις της ημέρας, έχουν κλείσει τα περισσότερα τμήματα και έχουν περιορισθεί οι καταναλώσεις των πελατών ενώ τέλος δεν έχουν ακόμα ξεκινήσει οι αναχωρήσεις της επομένης ημέρας.

Όταν ξεκινήσει η διαδικασία κλεισίματος από κάποιο σταθμό, τότε στους άλλους θα εμφανιστεί μήνυμα που δεν θα επιτρέπει την είσοδο στο σύστημα μέχρι να τελειώσει. Όλοι οι σταθμοί διακόπτουν την επικοινωνία με το σύστημα αφού κάποιος άλλος κάνει κλείσιμο ημέρας. Ωστόσο από τη διοίκηση χρηστών μπορούμε να ορίσουμε σε κάποιους χρήστες να μπορούν να εκτελούν κάποιες περιορισμένες εντολές κατά τη διάρκεια αυτής.

Επιπρόσθετα πρέπει να γίνει και αναφορά στις επιλογές που δίνει το Protel ώστε να συντομεύονται κάποιες διαδικασίες. Συγκεκριμένα:

- Printer : Με την επιλογή αυτή επιλέγεται ο εκτυπωτής για εκτυπώσεις. Προεπιλεγμένος εμφανίζεται αυτός που έχουμε δηλώσει στο Control Panel.
- User log off: Με την επιλογή αυτή ο χρήστης μπορεί να βγει από το πρόγραμμα χωρίς να το κλείσει .
- Protel System Data: Με την επιλογή αυτή ο χρήστης εισέρχεται στο πρόγραμμα του System Data από όπου ορίζονται όλα τα στοιχεία της βάσης δεδομένων για τη λειτουργία του συστήματος όπως π.χ. τύπους δωματίων, δωμάτια, τμήματα, κλπ.
- Active sessions: Από εδώ φαίνονται ποιοι σταθμοί(τερματικά) δουλεύουν στο πρόγραμμα. Η επιλογή αυτή είναι πληροφοριακή μόνο .
- Wake-Up Calls: Η διαχείριση των αφυπνίσεων προβλέπεται για ξενοδοχεία που είναι εξοπλισμένα με τηλεφωνικά συστήματα που επικοινωνούν με το ξενοδοχειακό πρόγραμμα. Η εισαγωγή της αφύπνισης στη μάσκα αυτή μεταφέρει αυτόματα τις πληροφορίες στο PBX (τηλεφωνικό κέντρο) σύστημα και μετά αναλαμβάνει αυτό να τις εκτελέσει. Όμως και αν δεν υπάρχει τηλεφωνικό σύστημα που επικοινωνεί με το Protel μπορεί να διαχειριστεί η λειτουργία αυτή αφού το internal reporting επιτρέπει να εκτυπώσουμε λίστες με τις αφυπνίσεις και να χειριστούν χειρόγραφα.
- Transaction report: Η λίστα αυτή εμφανίζει τα τηλέφωνα που γίνονται δια μέσου του τηλεφωνικού κέντρου. Αν στο πεδίο του ονόματος εμφανίζεται ‘***not posted***’, σημαίνει ότι η συσκευή αυτή δεν έχει οριστεί στο protel. Αυτό μπορεί να αφορά εσωτερικά τηλέφωνα ή τηλέφωνα διοίκησης.

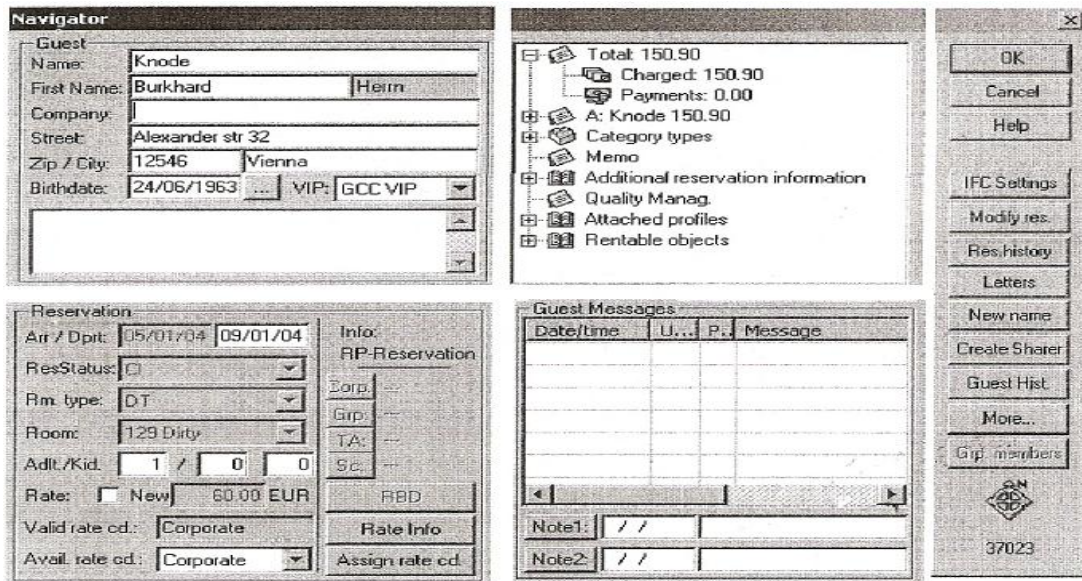
- Enter Moves: Το Protel διαθέτει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης των αλλαγών αυτών που μας επιτρέπει να δούμε ποιος πελάτης θα αλλάξει, από ποιο δωμάτιο και ποια ημέρα. Ωστόσο δεν είναι δυνατόν να γνωρίζει τι ακριβώς ώρα θα γίνει η αλλαγή αυτή. Με την επιλογή λοιπόν αυτή ενημερώνεται το σύστημα για την ακριβή στιγμή της αλλαγής έτσι ώστε να εκτελέσει τις ενέργειες που απαιτούνται όπως π.χ. να κλείσει την τηλεφωνική γραμμή στο παλιό δωμάτιο και να την ανοίξει στο νέο.
- Telephone authorization: Η διαδικασία αυτή κατ' αρχήν είναι δυνατή για ξενοδοχεία που έχουν προηγμένα συστήματα τηλεφωνικών κέντρων που μπορούν να δεχθούν τέτοιου είδους παρεμβάσεις. Με την επιλογή αυτή μπορεί να ελεγχθεί η λειτουργία των 'Interfaces' για κάποιο δωμάτιο. Κανονικά με το check in μιας κράτησης ανοίγουν όλα τα συστήματα που συνδέονται με το protel.

Σημαντική είναι επίσης η χρήση του Protel στην κατηγορία δημιουργίας καρτελών πελατών (Profiles) Τα Profiles χωρίζονται αρχικά στα Guest Profile όπου ένα Profile δημιουργείται για κάθε πελάτη που κάνει μια κράτηση. Εισάγοντας τα απαραίτητα στοιχεία στη μάσκα αναζήτησης είτε θα εμφανιστεί κατ' ευθείαν το profile που έχει αναζητηθεί είτε θα εμφανιστεί η λίστα με τα ονόματα για να γίνει η ανάλογη επιλογή. Υπάρχουν ακόμη τα Companies / Travel agents / Groups / Source Profile. Όλα τα παραπάνω profiles διαχειρίζονται με τον ίδιο ακριβώς τρόπο. Στη μάσκα της κράτησης ορίζεται το όνομα της εταιρείας στο ανάλογο πεδίο αν πρόκειται για εταιρική κράτηση. Το όνομα της εταιρείας αυτής θα εμφανιστεί σε πολλά reports. Επίσης τα έσοδα του πελάτη όπως και όλα τα άλλα στατιστικά στοιχεία θα αποθηκευτούν στο profile της εταιρείας. Ακόμα μπορεί να οριστεί και μια άλλη πηγή στην κράτηση ξέχωρα από την εταιρεία. Στην περίπτωση αυτή τα έσοδα και τα στατιστικά στοιχεία θα αποθηκευτούν και στο profile της 'πηγής'. Η διαδικασία αναζήτησης ή δημιουργίας είναι η ίδια ακριβώς όπως και στους μεμονωμένους πελάτες. Παράλληλα υπάρχει η λειτουργία ALL. Με τη λειτουργία αυτή μπορεί να ξεκινήσει μια αναζήτηση για όλα τα profile. Ισχύει ότι και για όλα τα profile. Με τη λειτουργία File export / mail merge μπορεί να γίνει εξαγωγή στοιχείων από τη βάση δεδομένων των πελατών σε άλλο αρχείο έτσι ώστε να χρησιμοποιηθούν για άλλες εφαρμογές (όπως MS Word, Excel κ.λ.π.) ή για μαζική αποστολή επιστολών (φαξ , e-mail) ή και για να εκτυπωθούν αναφορές σχετικές με τα επιλεγμένα προφίλ (ετικέτες , στατιστικά στοιχεία κ.λπ.). Ακόμη η μάσκα Mail merge history εμφανίζει το ιστορικό των mail merges που στάλθηκαν μέσω του επεξεργαστή του Protel. Η επιλογή Guest profile maintenance είναι ένας εύκολος και ασφαλής τρόπος για να διαγραφούν profile που δεν είναι πλέον απαραίτητα. Το protel θα διαγράψει μόνο όσα profile δεν χρειάζονται πλέον. Δηλαδή όσα profile δεν έχουν μελλοντικές κρατήσεις ή έχουν υπόλοιπο προς πληρωμή στους χρεώστες κλπ.

Επίσης στα πλαίσια του Protel υπάρχουν οι λειτουργίες του Icon Bar και του πλοηγού. Το Icon Bar είναι ένα εικονίδιο είναι μία μικρή εικόνα που πραγματοποιεί κάποιες λειτουργίες όταν το επιλέγουμε με κλικ. Τα εικονίδια χρησιμοποιούνται για κάποιες από τις βασικές λειτουργίες. Οι οποίες μπορούν επίσης να τις πραγματοποιηθούν και μέσω του βασικού menu. Φανερώνει την κατάσταση των διασυνδέσεων με τα άλλα συστήματα. Συγκεκριμένα από το Icon Bar γίνεται:

1. Εμφάνιση Room Type Plan
2. Εμφάνιση Room Plan
3. Εμφάνιση διαθεσίμων δωματίων
4. Check in / Εμφάνιση λίστας Αφίξεων
5. Check out / Εμφάνιση λίστας Αναχωρήσεων
6. Εμφάνιση λίστας Αφίξεων
7. Εμφάνιση λίστας Αναχωρήσεων
8. Εμφάνιση λίστας In – House
9. Εμφάνιση λίστας κρατήσεων

10. Σημειωματάριο
11. Ημερολόγιο
12. Διάταξη εκτυπωτή
13. Είσοδος / Έξοδος χρήστη
14. Απενεργοποίηση ταμείου
15. Διαγραφή πρόχειρης κράτησης
16. Κράτηση από Room Type Plan και Room Plan.



Ο πλοηγός(Navigator)⁴¹ είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της φιλοσοφίας του συστήματος. Με ένα κλικ εμφανίζεται στην οθόνη μάσκα με όλα τα στοιχεία του πελάτη ή μπορεί να μεταφέρει το χρήστη από οποιοδήποτε κομμάτι του προγράμματος όπου θέλει γρήγορη και εύκολη αναζήτηση στοιχείων : Π.χ. από το Room Plan, από την ενότητα των reports και το ανάλογο menu αλλά και από άλλα σημεία όπως μάσκα για Allocate Rooms.

Κλείνοντας θα πρέπει να τονιστεί ότι το Protel αποτελεί ένα πληροφοριακό σύστημα οργανωμένο με αρκετά χρήσιμα και λειτουργικά πεδία. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο επιλέγεται από πολλές μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Παράλληλα ένα πολύ καλό τεστ του Protel αποτέλεσε όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα η χρήση του στους Ολυμπιακούς Αγώνες και ειδικότερα στο Ολυμπιακό χωριό. Αυτό απέδειξε ότι το Protel μπορεί να εξυπηρετήσει ένα μεγάλο αριθμό κλινών.

⁴¹ Πηγή εικόνας : Protel manual

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ – HOTEL DISTRIBUTION SYSTEMS.

6.1 ΔΙΚΤΥΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ο τουριστικός κλάδος ανέκαθεν χαρακτηριζόταν από υψηλή χρήση και αξιοποίηση των τεχνολογιών της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, τόσο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και για τη μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις πολύπλοκες, τυποποιημένες και εντάσεως εργασίας διαδικασίες, καθώς επίσης στην πολυσύνθετη δομή του κλάδου αυτού, ο οποίος περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, διαφόρων κατηγοριών και μεγεθών, με υψηλή γεωγραφική διασπορά και κατά κανόνα σε μεγάλη απόσταση από τον τελικό καταναλωτή.

Τα Δίκτυα πωλήσεων δωματίων ξενοδοχείων χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: α) κρατήσεις που γίνονται μέσω των ιστοσελίδων των ξενοδοχείων, β) κρατήσεις μέσω τουριστικών πρακτόρων (είτε διαδικτυακά είτε τηλεφωνικά) και γ) κρατήσεις που γίνονται μέσω τηλεφωνικού κέντρου ξενοδοχείου.

Οι κρατήσεις που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου και μέσω κάποιας ιστοσελίδας ξενοδοχείου διευκολύνουν πολύ τον εν δυνάμει πελάτη καθώς γενικότερα είναι ανώτερες σελίδες από αυτές των τουριστικών πρακτόρων καθώς περιέχουν περισσότερες πληροφορίες για το ξενοδοχείο και την γύρω περιοχή. Ακόμη η διαδικασία της κράτησης είναι πιο σύντομη και πιο ακριβής. Συνοπτικά οι κρατήσεις που πραγματοποιούνται μέσω τηλεφωνικού κέντρου είναι πιο αποτελεσματικές καθώς γίνεται απευθείας πώληση στον πελάτη με προσωπική επαφή που βοηθά στο να εκμαιεύονται ευκολότερα πληροφορίες.

Χρήσιμο θα ήταν να αναφέρουμε τη δομή του τουριστικού κλάδου για να κατανοήσουμε καλύτερα τια ακόλουθες παραγράφους του παρόντος κεφαλαίου.

⁴²Ο τουριστικός κλάδος περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες επιχειρήσεων:

A) Τους προμηθευτές (Suppliers) τουριστικού προϊόντος: ξενοδοχεία, επιχειρήσεις μεταφορών (π.χ. αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, σιδηροδρομικές εταιρίες κ.λπ.), εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, εταιρίες τουριστικών λεωφορείων - γύρων πόλης - εκδρομών, επιχειρήσεις και δημόσιους οργανισμούς πολιτισμού (π.χ. θέατρα, μουσεία, κέντρα συναυλιών, κ.λπ.), συνεδριακά κέντρα, κ.ά.

B) Τους ενδιάμεσους (Intermediaries): συστήματα-δίκτυα γενικής διανομής (Global Distribution Systems - GDS), συστήματα-δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems - HDS), Tour Operators, Τουριστικά πρακτορεία, κ.ά.

Γ) Τους τελικούς καταναλωτές (Consumers): τόσο ιδιώτες, οι οποίοι ταξιδεύουν για ψυχαγωγία (Leisure Travelers), όσο και στελέχη επιχειρήσεων οι οποίοι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους (Business Travelers).

6.2 21ος ΑΙΩΝΑΣ ΚΑΙ DISTRIBUTION SYSTEMS

Ιδιαίτερα ψηλή είναι σήμερα η χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, με στόχο την υποστήριξη των διαφόρων πολύπλοκων τυποποιημένων εργασιών τους, τη μείωση του λειτουργικού τους κόστους, τη βελτίωση της ταχύτητας και της ποιότητας εξυπηρέτησης των πελατών και γενικότερα για την επίτευξη υψηλότερης παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας.

Ως ένα κλασσικό παράδειγμα αυτού του μοντέλου της εσωτερικής αξιοποίησης των τεχνολογιών της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών από τις επιχειρήσεις του κλάδου μπορούμε να αναφέρουμε την περίπτωση του Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Τουριστικού Πρακτορείου. Το σύστημα αυτό στην ωριμότερή του μορφή περιλαμβάνει δύο στενά συνεργαζόμενα υποσυστήματα:

⁴² Δημοσιεύθηκε στο *Hotel & Restaurant 20-09-2002 Δρ, Ευριπίδης Ν. Λουκίς*

- Το υποσύστημα Front-Office, το οποίο χρησιμοποιείται από τους υπαλλήλους-πωλητές του πρακτορείου που έρχονται σε άμεση επαφή με τον πελάτη. Περιλαμβάνει έναν αριθμό προσωπικών υπολογιστών, οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι σε ένα τουλάχιστον σύστημα - δίκτυο γενικής διανομής τουριστικών προϊόντων (Global Distribution System - GDS). Μέσω αυτών πραγματοποιείται αναζήτηση διαφόρων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, τα οποία ζητούνται από τον πελάτη (π.χ. αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κ.λπ.) για συγκεκριμένους προορισμούς, ημερομηνίες, αριθμούς ατόμων, κ.λπ. Επιπλέον πραγματοποιούνται κρατήσεις (booking) διαφόρων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων καθώς επίσης και εκτυπώσεις των αντίστοιχων εισιτηρίων. Οι πραγματοποιούμενες αυτές κρατήσεις στη συνέχεια μεταφέρονται στο δεύτερο υποσύστημα Back-Office για επεξεργασία.

- Το υποσύστημα Back-Office πραγματοποιεί την επεξεργασία όλων των παραπάνω κρατήσεων και των οικονομικών τους στοιχείων, καθώς επίσης και των αντίστοιχων εισπράξεων από τους διάφορους πελάτες, των αντίστοιχων πληρωμών στους διάφορους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων και την ηλεκτρονική τήρηση των λογιστικών βιβλίων του πρακτορείου. Επίσης παράγει μία σειρά συγκεντρωτικών στοιχείων (π.χ. συνολικές πωλήσεις και κέρδη ανά πελάτη, ανά προορισμό, ανά προϊόν, ανά προμηθευτή, κ.λπ.), με στόχο την υποβοήθηση και υποστήριξη της διοίκησης του πρακτορείου με κατάλληλες συγκεντρωτικές πληροφορίες (Management Information) για τη διαμόρφωση των βασικών κατευθύνσεων και επιλογών, για τη λήψη αποφάσεων, τη διαπραγμάτευση βάσει στοιχείων με τους διάφορους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, κ.ά. Επιπλέον το σύστημα αυτό στην ωριμότερή του μορφή παράγει επίσης στοιχεία για την υποστήριξη του Marketing (π.χ. για τον προσδιορισμό βασικών ομάδων πελατών και χαρακτηριστικών τους, το σχεδιασμό προσφορών και προωθητικών ενεργειών, direct mail, telemarketing, κ.ά.)

Πολλές κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, όπως είναι τα ξενοδοχεία, τα συνεδριακά κέντρα, κ.λπ., διαθέτουν σήμερα όλο και υψηλότερα επίπεδα εξοπλισμού πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών όχι μόνον για την υποστήριξη της εσωτερικής τους λειτουργίας, αλλά και προς χρήση των πελατών τους κατά τη διάρκεια της παραμονής τους. Παραδείγματος χάριν τα περισσότερα άνω του μετρίου ξενοδοχεία διαθέτουν πλέον υψηλής ταχύτητας συνδέσεις Internet, ώστε οι πελάτες τους να μπορούν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους να έχουν άμεση πρόσβαση μέσω του Internet σε σημαντικά γι' αυτούς ηλεκτρονικά στοιχεία, όπως π.χ. στην ηλεκτρονική αλληλογραφία τους (E-Mail), στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς, στις χρηματιστηριακές επενδύσεις τους, σε αρχεία της επιχείρησής τους, κ.λπ., παρέχοντας σε πολλές περιπτώσεις μέχρι και δυνατότητες τηλε-εργασίας (teleworking). Επίσης όλα τα συνεδριακά κέντρα, αλλά και τα ξενοδοχεία που φιλοξενούν τέτοιες δραστηριότητες, διαθέτουν υψηλό τεχνολογικό εξοπλισμό, όπως π.χ. υπολογιστές, screen projectors και γενικότερα διάφορα σύγχρονα μέσα παρουσίασης πληροφορίας. Διεθνώς αποδίδεται πλέον όλο και μεγαλύτερη έμφαση στη συνεχώς ανερχόμενη αυτή μορφή τουρισμού, η οποία αναπτύσσεται γύρω από ένα μεγάλο αριθμό διεθνών συνεδρίων, ημερίδων, εκπαιδευτικών σεμιναρίων, διότι παρά τις παραπάνω απαιτήσεις της για υψηλή τεχνολογία είναι ιδιαίτερα επωφελής και κερδοφόρος, αποφέροντας τουρισμό υψηλού πνευματικού και οικονομικού επιπέδου στις επιχειρήσεις και στις χώρες που την καλλιεργούν συστηματικά.

Στις μέρες μας είναι απεριόριστες οι επιλογές που μπορεί να έχει τόσο κάποια επιχείρηση όσο και μεμονωμένοι πελάτες. Οι κρατήσεις και ενοικιάσεις δωματίων μέσω internet είναι ένα από τα πολλά εργαλεία που διαθέτει ο σύγχρονος επαγγελματίας αλλά και τουρίστας. Συγκεκριμένα προσπαθώντας να δώσουμε μια επιπλέον εικόνα σχετικά με το πώς λειτουργούν τα distribution systems θα περιγράψουμε παρακάτω δυο από τις πιο συνηθισμένες εκφάνσεις τους. Τα global Distribution systems (GDS) και τα international distribution systems (IDS)

GDS

⁴³Γενικότερα τα περισσότερα distribution systems εστιάζουν στην παροχή της πρόσβασης στη διεθνή κοινότητα των ταξιδιωτικών πρακτόρων που διαχειρίζονται και τον ελεύθερο χρόνο, και τις εταιρικές κρατήσεις ταξιδιού για τους πελάτες τους. Αυτοί οι ταξιδιωτικοί πράκτορες επεξεργάζονται κυρίως τις κρατήσεις τους μέσω των δικτύων GDS. Αυτά τα δίκτυα εκπροσωπούνται από διαφορές επιχειρήσεις. Μερικές από αυτές είναι: η Sabre, η Amadeus, η Galileo και η Worldspan. Κάποιες διευκολύνσεις- εφαρμογές που προσφέρουν αυτές οι επιχειρήσεις είναι:

- **Sabre** – Sign-In, PromoSpots, Spotlight, Hotel UpSell and Online Direct Reference (DRS) system.
- **Galileo** – Front Page News, Headlines, Featured Property, Brochure Line and Chain Keywords.
- **Worldspan** – PrimeSine; Accents; Worldspan Go! Specials, Badge Ads and Advertorials; E-Newsletter; Supplier of the Month and Global Reference System.
- **Amadeus** – Sign in Messages, Display Messages and Amadeus Information System.

Από εκεί και πέρα, ταξιδιωτικοί πράκτορες έχουν την δυνατότητα να ασχοληθούν με: την κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων, το ξενοδοχειακό κατάλυμα, την ενοικίαση αυτοκινήτων, τα εισιτήρια τραίνων, τις κρουαζιέρες και άλλες μορφές απαιτήσεων ταξιδιού μέσα από ένα τμήμα κράτησης σε ένα δίκτυο GDS

IDS

⁴⁴Σε μια διαρκώς αυξανόμενη κατηγορία ιστοσελίδων που αφορούν διαδικτυακές πωλήσεις τουριστικών (και όχι μόνο) προϊόντων, τα IDS βρίσκουν τα κανάλια εκείνα που θα δώσουν στην επιχείρηση μια real time σύνδεση με εκατοντάδες websites που αφορούν κάθε τουριστική δραστηριότητα. Τέτοια websites είναι: Expedia Travelocity, Orbitz, Bookings.de, Travelnow.com, HolidayCity.com, Priceline.com, Kayak.com, SideStep.com, Hotelzon International και αλλά τα οποία με τη σειρά τους θα δώσουν πρόσβαση σε αλλά sites τα οποία συνολικά ξεπερνούν τα 1000.

Θα πρέπει να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο ότι η πρωτοπόρος στη βιομηχανία τεχνολογίας ταξιδιού Pegasus με την εισαγωγή της τεχνολογίας switch και φέρνοντας ουσιαστικά σε επαφή προμηθευτές και των διανομείς ταξιδιωτικών υπηρεσιών, άνοιξε νέους δρόμους στον κόσμο της βιομηχανίας του τουρισμού.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι τα σύγχρονα distribution systems εξασφαλίζουν στο μέγιστο τις ηλεκτρονικές ευκαιρίες δικτύων πώλησής και βοηθούν στην επίτευξη στόχων υψηλών προδιαγραφών καθώς και μια καλύτερη διαχείριση της αντιπροσώπευσης των εκάστοτε πελατών.

6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

⁴⁵Πέραν της υψηλής χρήσης της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, ιδιαίτερα υψηλή είναι η χρήση των τεχνολογιών αυτών και για τη δικτυακή διασύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου και την ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Η μεγάλη απόσταση που συνήθως

⁴³ http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus.asp

<http://www.entrepreneur.com/>

⁴⁴ http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus.asp

<http://www.navarinoservices.com/our-solutions/ids-representation.htm>

⁴⁵ <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=899>

υπάρχει μεταξύ των τελικών καταναλωτών του τουριστικού προϊόντος και των πολυάριθμων επιχειρήσεων-παραγωγής του οδήγησε στη δημιουργία διαφόρων μορφών ηλεκτρονικών συστημάτων και δικτύων διανομής.

Η πρώτη ιστορικά μορφή τους ήταν αυτή των συστημάτων - δικτύων ηλεκτρονικών κρατήσεων (Computerized Reservation Systems - CRS), τα οποία αναπτύχθηκαν αρχικά από αεροπορικές εταιρίες. Αυτά βαθμιαία μετεξελίχθηκαν, ώστε να παρέχουν τη δυνατότητα κράτησης θέσεων όχι μόνον στην ιδιοκτήτρια εταιρία, αλλά και σε πολλές άλλες αεροπορικές εταιρίες. Προς την κατεύθυνση αυτή στη συνέχεια κοινοπραξίες αεροπορικών εταιριών προχώρησαν στη δημιουργία των μεγάλων συστημάτων - δικτύων γενικής διανομής (Global Distribution Systems - GDS), κάθε ένα από τα οποία παρείχε πλέον τη δυνατότητα αναζήτησης και κράτησης θέσεων στις πτήσεις όχι μόνον της ομάδος των ιδιοκτητριών αεροπορικών εταιριών, αλλά και όλων των άλλων αεροπορικών εταιριών που πραγματοποιούν πτήσεις μεταξύ των ζητούμενων από τον πελάτη προορισμών.

Τα παραπάνω μεγάλα συστήματα - δίκτυα γενικής διανομής στη συνέχεια εμπλουτίστηκαν σημαντικά. Σε αυτά συνδέθηκαν αρχικά μία σειρά από συστήματα - δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems - HDS), τα οποία είχαν αναπτυχθεί αυτόνομα, και αργότερα μια σειρά συστημάτων ενοικίασης αυτοκινήτων. Έτσι τα μεγάλα αυτά συστήματα - δίκτυα γενικής διανομής κατέστησαν βαθμιαία το σημαντικότερο και στρατηγικότερο κανάλι διανομής τουριστικών προϊόντων διεθνώς. Αποτελούν πλέον αυτόνομες επιχειρήσεις με υψηλά έσοδα, τα οποία προέρχονται από τα ποσοστά που εισπράττουν επί όλων των πραγματοποιούμενων μέσω αυτών κρατήσεων. Τα κυριότερα από αυτά σήμερα είναι το Amadeus, το Galileo, το Sabre και το Worldspan.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι τα μεγάλα αυτά συστήματα - δίκτυα ηλεκτρονικής διανομής τουριστικών προϊόντων στις πρώτες φάσεις τους χαρακτηρίζονταν από διάφορες μορφές διακρίσεων υπέρ των ιδιοκτητριών τους εταιριών και εις βάρος των άλλων εταιριών, πράγμα το οποίο δημιούργησε σημαντικά προβλήματα αθέμιτου ανταγωνισμού. Παραδείγματος χάριν κατά την αναζήτηση των διαθέσιμων πτήσεων μεταξύ δύο πόλεων για μία συγκεκριμένη ημερομηνία εμφανίζονταν πρώτα οι διαθέσιμες πτήσεις των ιδιοκτητριών αεροπορικών εταιριών και κατόπιν αυτές των υπολοίπων αεροπορικών εταιριών, μειώνοντας έτσι σημαντικά την πιθανότητα επιλογής των τελευταίων, άρα και τις πωλήσεις τους. Τα προβλήματα αυτά οδήγησαν βαθμιαία στη θέσπιση κανόνων και νομοθετικών ρυθμίσεων για την εξάλειψη των διακρίσεων αυτών και την αποτροπή του αθέμιτου αυτού ανταγωνισμού. Έτσι για την περίπτωση του παραπάνω παραδείγματος όλα τα παραπάνω συστήματα - δίκτυα ηλεκτρονικής διανομής τουριστικών προϊόντων υποχρεώθηκαν να παρουσιάζουν αντικειμενικά όλες τις διαθέσιμες πτήσεις όλων των εταιριών, με σειρά η οποία καθορίζεται βάσει ενός αντικειμενικού κριτηρίου.

6.4 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

Οι ξενοδοχειακές ιστοσελίδες μπορούν και παρέχουν καλές και αξιόπιστες πληροφορίες οι οποίες έχουν σαφή νόημα καθαρό και πολύ καλά δομημένο. Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες έχουν ως βασικό πλεονέκτημα ότι όλες οι φόρμες που συμπληρώνονται είναι σε πραγματικό χρόνο και ο πελάτης επίσης έχει τη δυνατότητα να δει τα δωμάτια αλλά και τους κοινόχρηστους χώρους μέσω βιντεοσκοπημένων προβολών (virtual tour).

Αναλυτικότερα οι ιστοσελίδες προωθούν την ανάπτυξη των κρατήσεων. Οι μεγάλες αλυσίδες είναι σε πλεονεκτική θέση δεδομένου ότι οι πράκτορες έχουν ανάγκη τους τιμοκαταλόγους τους, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις όταν η συνεργασία δεν είναι καλή διακόπτεται. Παράδειγμα η αλυσίδα Intercontinental όπου απέσυρε ολόκληρο τον κατάλογο της από το Expedia και το hotels.com. Άλλοι κολοσσοί επιλέγουν αποκλειστικές συνεργασίες

όπως η Hilton με την Lastminute.com. Είναι προφανές ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για να αντέξουν οικονομικά πρέπει να συμβαδίσουν με τις εξελίξεις της γρήγορης ηλεκτρονικής αγοράς. Η εμφάνιση πολλών sites σύγκρισης, που ψάχνουν τις εκατοντάδες των ιστοσελίδων για να βρουν την καλύτερη τιμή, μπορούν να αλλάξουν ξανά τη δυναμική της online αγοράς. Επιπλέον οι μηχανές αναζήτησης όπως το Google μπορούν όλο και περισσότερο να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο. Στην έρευνα δόθηκε έμφαση σε μερικές ενδιαφέρουσες τάσεις σχετικά με τους online πράκτορες. Πολύ μεγάλες εταιρείες όπως η Expedia και το Travelocity έχουν αυξήσει την κάλυψή τους σε αναδυόμενες περιοχές ανάδυσης όπως η Ανατολική Ευρώπη. Επίσης υπάρχουν αρκετά νέα ταξιδιωτικά sites που εξυπηρετούν την τοπική αγορά. Όμως, κάποιες χώρες όπως η Νότια Αφρική έχουν περιορισμένο αριθμό ηλεκτρονικών πρακτορείων. Ζητήθηκε από πολλούς online πράκτορες τιμή για δωμάτιο ίδιου ξενοδοχείου και συνολικά, υπήρξε διαφορά της τάξεως του 35% μεταξύ τους.

Από τα κύρια σημεία της έρευνας⁴⁶ όσον αφορά το φθηνότερο κανάλι κράτησης ενός δωματίου προέκυψε ότι:

- Η κράτηση μέσω ενός ηλεκτρονικού ενδιάμεσου πράκτορα οδήγησε στη φθηνότερη τιμή σε 36% των περιπτώσεων (35% το 2004), αν και αυτό διαφέρει μεταξύ των περιοχών.
- Τα site των ξενοδοχείων δίνουν τις καλύτερες τιμές στο 45% των περιπτώσεων (σε σύγκριση με τα συστήματα κρατήσεων θέσεων και τα τηλεφωνικά κέντρα των ξενοδοχείων)
- Συνολικά, σε ποσοστό 55% η χαμηλότερη τιμή επιτυγχάνεται μέσω online καναλιών παρά μέσω των παραδοσιακών.

Όσον αφορά το εμπορικό σήμα, η Hilton έχει την ισχυρότερη άμεση πολιτική τιμολόγησης με το 44% των συναλλαγών της να γίνονται στην ίδια τιμή. Ακολουθούν τα ξενοδοχεία Marriott με επίπεδο συνέπειας 42%, ενώ υψηλές θέσεις καταλαμβάνουν τα Radisson με 38% και τα Le Meridien με 33%.

Παράλληλα αξιοσημείωτο είναι ότι τα ξενοδοχεία δεν δίδουν τον ίδιο τιμοκατάλογο σε όλα τα κανάλια διανομής.

- Μόνο το 1% των περιπτώσεων παρουσίασε συνεπή τιμολόγηση στα άμεσα και έμμεσα κανάλια (2% το 2004)
- Οι διαφορές των τιμών των δωματίων μέσα σε όλα τα κανάλια διανομής σε σχέση με τη χαμηλότερη τιμή έχει βελτιωθεί και φτάνει το 30% το 2005 (50% το 2004)
- Οι ΗΠΑ εξακολουθούν να έχουν τη μικρότερη διαφορά στο 21%.

Κίνητρα και όροι κρατήσεων

- Περίπου το 43% των ξενοδοχειακών αλυσίδων διαφημίζουν ότι οι καλύτερες τιμές βρίσκονται στα δικά τους sites, σημειώνοντας αύξηση 40% σε σχέση με το 2004.
- Στις εγγυήσεις τιμών που δίδουν τα ξενοδοχεία μόνο το 27% μπορούν να τις ικανοποιήσουν.
- Το 97% των ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα επιβάλουν πολιτική ακυρώσεων στις κρατήσεις τους.
- Άλλα κίνητρα που προσφέρονται από τα ξενοδοχεία για τις κρατήσεις μέσω των άμεσων καναλιών περιλαμβάνουν προγράμματα επιβράβευσης, εκπτώσεις για χρήση αιθουσών, δωρεάν πρόσβαση στο Ίντερνετ, κ.ά.

6.5 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΚΕΣ Η΄ΜΕΣΩ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Στις κρατήσεις δωματίων που πραγματοποιούνται βάσει συμβολαίων (allotment), Τηρείται η release period και οι λοιποί όροι του συμβολαίου. Το ξενοδοχείο τις λαμβάνει με Rooming list ή με Voucher κράτησης και τις επιστρέφει στο γραφείο πάντα επιβεβαιωμένες

⁴⁶

Παράλληλα οι κρατήσεις που πραγματοποιούνται μέσω πρακτόρων μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα καθώς μπορούν και συνδυάζουν εκτός από την κράτηση δωματίου αλλά και αεροπορικών εισιτηρίων.

6.5.1 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΧΩΡΙΣ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ALLOTMENT / ON REQUEST

Γι αυτού του είδους κρατήσεις ισχύει η συμφωνία που αναφέρεται στην μεταξύ ξενοδοχείου και γραφείου αλληλογραφία. Σε όλες τις περιπτώσεις ισχύει η συμφωνία προεξόφλησης ολόκληρης της παραμονής, πριν την άφιξη των πελατών ή με επιταγή, σε κάθε περίπτωση όμως πριν την αναχώρηση του πελάτη. Εξαιρέσεις υπάρχουν σε ειδικές περιπτώσεις συνεργασίας του ξενοδοχείου και τουριστικού γραφείου. Η Black list θα πρέπει λαμβάνεται πάντα υπόψη πριν από κάθε κράτηση. Αν το συγκεκριμένο γραφείο περιλαμβάνεται στη λίστα δεν γίνεται δεκτή η κράτηση παρά μόνο όταν γίνει προπληρωμή του συνολικού κόστους διαμονής πριν την άφιξη των πελατών.

6.6 ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

Σε τηλεφωνική κράτηση πάντα συμπληρώνεται λεπτομερώς το σχετικό έντυπο κράτησης. Όταν έχει συμπληρωθεί όλο το έντυπο γίνεται επανάληψη των στοιχείων προς αποφυγής λάθους, όπως ημερομηνία και ώρα άφιξης και αναχώρησης, τύπο δωματίου και ιδιαίτερες προτιμήσεις, άτομα ηλικίες συμφωνία και τιμή. Πρέπει να αναγράφεται πάντα η ημερομηνία του τηλεφωνήματος καθώς και το όνομα του πελάτη. Σε περίπτωση κράτησης από τρίτο άτομο για λογαριασμό άλλου σημειώνεται το όνομα και το τηλέφωνο του εντολέα. Πρέπει να υπογράφεται πάντα η ημερομηνία και η ώρα κλήσης όπως επίσης και το όνομα του υπαλλήλου. Ακολουθούνται πάντα, οι ακριβείς οδηγίες τιμολόγησης ούτως ώστε να μην υπάρχουν παρανοήσεις και κατά την άφιξη γίνεται εκ νέου επαλήθευση. Για την λήψη προκαταβολής ή ακυρωτικών ζητείται ο αριθμός πιστωτικής κάρτας. Σε περίπτωση κράτησης μέσω φαξ ή επιστολής η απάντηση πρέπει να δίδεται και αντίστοιχα. Γενικότερα με την απευθείας επαφή των πελατών με το τηλεφωνικό κέντρο του ξενοδοχείου, ο πελάτης λαμβάνει ακριβείς πληροφορίες και αναλυτική διαθεσιμότητα. Ο πελάτης απολαμβάνει επίσης σύντομη και περιεκτική εξυπηρέτηση αφού η διαδικασία των ξενοδοχειακών κρατήσεων είναι πλέον αυτοματοποιημένη.

6.7 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΔΙΚΤΥΩΝ

Τα δίκτυα πωλήσεων παραμένουν το κύριο θέμα για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, αφού τα δωμάτια που διατίθενται μέσω τρίτων καναλιών μπορεί να αποδειχθούν εξαιρετικά δαπανηρά, με τους πράκτορες να εισπράττουν πολλές φορές το 30% της τιμής. Τα στοιχεία που προκύπτουν από την ετήσια παγκόσμια έρευνα της KPMG⁴⁷ για

⁴⁷

το θέμα αυτό είναι αποκαλυπτικά. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 319 ξενοδοχεία σε 13 χώρες παγκοσμίως και για να υπάρχει ένα σωστό δείγμα ζητήθηκε τιμή μονόκλινου δωματίου μέσω τηλεφωνικής συνομιλίας με το ξενοδοχείο, μέσω τηλεφώνου στις κεντρικές κρατήσεις, μέσω της ξενοδοχειακής ιστοσελίδας, μέσω τουριστικού πρακτορείου και μέσω άλλων διαδικτυακών διαμεσολαβητών. Συγκεκριμένα μόνο το 1% των ξενοδοχείων διοχετεύει τις πωλήσεις του μέσω και των τριών καναλιών όπως τουριστικοί πράκτορες, online ταξιδιωτικά γραφεία και εταιρικά sites σε συνδυασμό με τις κρατήσεις μέσω των τηλεφωνικών κέντρων των ξενοδοχείων. Την ίδια στιγμή, η διαφορά μεταξύ της χαμηλότερης και της μέσης τιμής έχει μειωθεί στο 30% φέτος σε σχέση με πέρυσι. Θα πρέπει ακόμη να σημειωθεί ότι στην Ανατολική Ευρώπη η τιμές βρέθηκαν χαμηλότερες μέσω των άμεσων καναλιών κατά 57% των περιπτώσεων, ενώ το 29% των ξενοδοχείων πρόσφεραν από την επίσημη ιστοσελίδα τους φθηνότερες τιμές.

Τα ηλεκτρονικά τουριστικά γραφεία συνεχίζουν την καλή πορεία, βλέποντας τις κρατήσεις να αυξάνονται συνεχώς, αν και χρειάζεται να ξοδεύουν αρκετά χρήματα για το μάρκετινγκ. Σύμφωνα πάντα με την ίδια έρευνα οι ξενοδόχοι από την πλευρά τους αρνούνται να συνεργαστούν με τους πράκτορες οι οποίοι δεν θέλουν να ακολουθήσουν τα δικά τους δίκτυα διανομής. Τα αποτελέσματα της έρευνας εμφανίζουν, το Ίντερνετ να λειτουργεί υπέρ των ξενοδόχων επιχειρηματιών, αλλά και των online πρακτόρων. Στις ΗΠΑ το 23% των ταξιδιωτικών κρατήσεων πραγματοποιήθηκαν το 2004 μέσω Ίντερνετ, ποσοστό που αναλογεί σε τζίρο σε 41,5 δισ. ευρώ. Οι εκτιμήσεις για το 2009 κάνουν λόγο για 33% και 70 δισ. ευρώ. Στην ευρωπαϊκή αγορά οι online πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 36% το 2004 σε σχέση με το 2003 και ανήλθαν σε 16,1 δισ. ευρώ. Μια περαιτέρω αύξηση της τάξεως του 23% το 2005 θα σημάνει τζίρο 20 δισ. ευρώ. Ο κύκλος εργασιών της ευρωπαϊκής αγοράς των κρατήσεων μέσω Ίντερνετ εκτιμάται ότι θα ανέλθει στα 23,8 δισ. ευρώ το 2006.

Ενώ οι κρατήσεις από τους ηλεκτρονικούς tour operator όπως το Travelocity και το Expedia αυξάνονται, οι δικτυακοί τόποι των ίδιων των προμηθευτών κερδίζουν το μεγαλύτερο μερίδιο της online ταξιδιωτικής αγοράς. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις το 2004 ανταποκρίθηκαν θετικά στην ανάπτυξη του Ίντερνετ και την αύξηση των ηλεκτρονικών τουριστικών γραφείων. Οι ξενοδόχοι προσελκύουν τους καταναλωτές για να κάνουν κρατήσεις μέσω των άμεσων καναλιών αλλά ουσιαστικά τους στρέφουν προς τα δικά τους sites. Οι εγγυήσεις για τις τιμές που δίδουν τα ξενοδοχεία από την ιστοσελίδα τους αποτελούν το κύριο διαφημιστικό όπλο πολλών μεγάλων αλυσίδων, οι οποίες όπως αναγνωρίζουν ότι και οι τρίτοι online πράκτορες αποτελούν ένα σημαντικό συστατικό της στρατηγικής της διανομής τους. Φαίνεται πλέον ότι τους κανόνες τους θέτουν τα ξενοδοχεία και όχι οι πράκτορες. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με τη βελτίωση των οικονομικών όρων και των χρηματοοικονομικών αποτελεσμάτων, δεν προσπαθούν πλέον να πουλήσουν με κάθε τρόπο τα διαθέσιμα δωμάτια τους, και είναι σε ισχυρότερη θέση να διαπραγματευτούν με τους online πράκτορες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.

7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι νέες τεχνολογίες και ο κλάδος του τουρισμού εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης. Η πολύ-μορφικότητα των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και ο μεγάλος αριθμός εμπλεκομένων και μεσαζόντων στην διακίνηση αυτών, είχε σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη των συστημάτων κρατήσεων και γενικότερα των πληροφοριακών συστημάτων. Η χρήση των πληροφοριακών συστημάτων στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες βοήθησε σε πολλούς τομείς. Βασικό προτέρημα των πληροφοριακών συστημάτων ήταν η γρήγορη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών του ξενοδοχείου. Ακόμη η σύντομη διεξαγωγή στατιστικών αποτελεσμάτων καθώς και η οργάνωση των τμημάτων. Τα ειδικά ξενοδοχειακά προγράμματα, όχι μόνο διευκολύνουν και απλοποιούν τις εργασίες της *main – courante*, αλλά συνδέουν και αυτοματοποιούν όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου. Πλέον οι εργασίες τις υποδοχής δεν καταναλώνουν όλο το χρόνο των υπαλλήλων, οι χρεώσεις από τα διάφορα τμήματα καταχωρούνται άμεσα και αυτόματα και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνεται μαζί με την ικανοποίηση των πελατών, αλλά και των διευθύνσεων των ξενοδοχείων. Τα πληροφοριακά συστήματα και η ανάπτυξή τους επίσης βοήθησαν σημαντικά στην μείωση του χρόνου απασχόλησης των εργαζομένων σε συγκεκριμένες ασχολίες και εξασφάλισαν περισσότερες αρμοδιότητες που μπορούν να επιτευχθούν στον ίδιο χρόνο εργασίας.

Ακόμη θα πρέπει να τονιστεί ότι τα οφέλη που αποκομίζονται από την χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στον χώρο της υποδοχής του ξενοδοχείου, είναι τα εξής:

- Η εξοικονόμηση χρόνου
- Η εξάλειψη του θορύβου
- Η εύκολη χρήση
- Η ακρίβεια αποτελεσμάτων
- Η βελτίωση αύξησης και ποιότητας της παραγωγικότητας
- Η δυνατότητα συνεργασίας με τα επιμέρους τμήματα της ξενοδοχειακής μονάδας
- Οι μεγάλες δυνατότητες μνήμης
- Η ασφάλεια
- Η ταυτόχρονη ενημέρωση διαφόρων αρχείων
- Η τήρηση πλήρους αρχείου πελατών και στατιστικών στοιχείων
- Η απελευθέρωση ανθρώπινου δυναμικού από εργασίες ρουτίνας και δυνατότητα αξιοποίησης του σε άλλα καθήκοντα της υποδοχής.
- Η δυνατότητα σύνδεσης με άλλα ξενοδοχεία, τουριστικούς πράκτορες, μεταφορικούς οργανισμούς και γενικότερα με διαδικτυα παγκόσμιας εμβέλειας
- Το χαμηλό κόστος σε σχέση με τις υπηρεσίες που μας προσφέρουν
- Η δυνατότητα συνεχούς ανάπτυξης και αναβάθμισης των παρόντων δυνατοτήτων τους

Οι ευκαιρίες που προσφέρονται για τις τουριστικές επιχειρήσεις γενικότερα από τα πληροφοριακά συστήματα είναι πολλές καθώς προωθείται αρτιότερη παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες. Αυτό μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί από την οργάνωση της επίσκεψης, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες αλλά και τις μετακινήσεις. Ακόμη πρέπει να σημειωθούν τα οφέλη από γενικότερα τις Τεχνολογίες Πληροφορίας και επικοινωνιών και την ανάπτυξη τους όπως είναι η προβολή, η διαφήμιση και άρα η αύξηση της οικονομικής απόδοσης των επιχειρήσεων. Με αυτές τις τεχνολογίες εξασφαλίζεται ακόμη η εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων η δικτύωση και η ανταλλαγή της πληροφορίας. Παράλληλα υπάρχουν πολλαπλασιαστικά οφέλη για τις τοπικές οικονομίες, με την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, κατασκευή νέων υποδομών, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, βελτίωση της ποιότητας ζωής.

Παράλληλα όμως μπορούν αυτά τα μέσα να αναπτυχθούν εφόσον υπάρχουν οι κατάλληλες συνθήκες. Ενδεχόμενες απειλές κατά την εμφάνιση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών είναι για παράδειγμα η έλλειψη κατάλληλης εκπαίδευσης ή και το υπερβολικό κόστος. Εξίσου σημαντική απειλή αποτελεί η μονομέρεια στον σχεδιασμό του συστήματος. Θα πρέπει ο σχεδιαστής να έχει γνώσεις στον τουρισμό και το εμπόριο. Ακόμη θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην εξάρτηση που προκαλούν αυτά τα συστήματα και τα οποία μελλοντικά σε μία βλάβη συστήματος να προκαλέσουν λειτουργικά προβλήματα.

Συνοψίζοντας έχει γίνει κατανοητή η ανάγκη ύπαρξης των πληροφοριακών συστημάτων. Το κράτος στην προσπάθεια του να προωθήσει αυτή την ανάγκη και στις μικρότερες ξενοδοχειακές μονάδες συμβάλλει στην διάδοση τους με την επιδότηση των νέων τεχνολογιών. Στην κρατική αυτή επιδότηση δόθηκε το όνομα «Ενίσχυση ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων για τη δημιουργία διαδικτυακών τόπων προβολής και συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων (digi-lodge)».

7.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

⁴⁸ Κατά τα τελευταία έτη παρατηρείται διεθνώς τεράστια επέκταση της χρήσης του Internet και παράλληλα μεγάλη μείωση του κόστους του και ταχύτατη ανάπτυξη της υποδομής του. Σε αυτό συμβάλλει το γεγονός ότι το Internet είναι ένα ανοικτό, ευρείας χρήσης και χαμηλού κόστους δίκτυο, εν αντιθέσει προς τα δίκτυα της προηγούμενης γενεάς, τα οποία ήσαν «ιδιόκτητα» (proprietary), κλειστά, περιορισμένης χρήσης και υψηλού κόστους, όπως π.χ. συμβαίνει με τα προαναφερθέντα στην προηγούμενη ενότητα συστήματα - δίκτυα ηλεκτρονικής διανομής τουριστικών προϊόντων.

Το Internet αρχικά χρησιμοποιήθηκε από τις επιχειρήσεις κυρίως για την ηλεκτρονική προβολή τους, παρέχοντας μέσω των ιστοσελίδων τους (Web Sites) ηλεκτρονική πληροφόρηση προς τους πελάτες τους και γενικότερα προς το ενδιαφερόμενο κοινό, σχετικά με τα βασικά στοιχεία τους καθώς επίσης και με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Όμως σήμερα, πέραν των παραπάνω, συνεχώς επεκτείνεται η χρήση του Internet από τις επιχειρήσεις προς την κατεύθυνση της πραγματοποίησης ηλεκτρονικών πωλήσεων (On-line sales) μέσω αυτού. Συγκεκριμένα όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στις ιστοσελίδες τους παρέχουν πλέον στους επισκέπτες, πέραν της ηλεκτρονικής πληροφόρησης, και τη δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής παραγγελιών και πραγματοποίησης αγορών προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ταχύτατη πλέον ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Electronic Commerce) κατά τα τελευταία έτη, και τη βαθμιαία καθιέρωση του Internet ως ενός νέου σημαντικού καναλιού προώθησης και διανομής πολλών προϊόντων και υπηρεσιών σε πολλούς σημαντικούς κλάδους. Η εξέλιξη αυτή αναμένεται να προκαλέσει μεγάλες επιπτώσεις και ανακατατάξεις σε πολλούς κλάδους της οικονομίας. Συγκεκριμένα αναμένεται να οδηγήσει στην αποδυνάμωση ή ακόμη και στη εξαφάνιση πολλών ενδιάμεσων (Disintermediation), ιδιαίτερα όσων λειτουργούν ως απλοί μεταπωλητές και δεν προσφέρουν καμία προστιθέμενη αξία και τεχνογνωσία. Παράλληλα αναμένεται να δημιουργηθούν νέοι ηλεκτρονικοί ενδιάμεσοι (New Intermediation), οι οποίοι θα έχουν τη μορφή ειδικών ιστοσελίδων (Web Sites) ηλεκτρονικής προώθησης, διανομής και πωλήσεων συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων και υπηρεσιών πολλών εταιριών. Τα παραπάνω αναμένεται να προκαλέσουν σε πολλούς κλάδους μεγάλες ανακατατάξεις και αναδιανομές σε επίπεδο ισχύος, ρόλων, περιθωρίων κέρδους και εσόδων.

⁴⁸ <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?>

Σημαντικές επιπτώσεις αυτής της μορφής αναμένονται και στον τουριστικό κλάδο. Συγκεκριμένα αναμένεται η βαθμιαία αποδυνάμωση ή ακόμη και η εξαφάνιση πολλών ενδιάμεσων του τουριστικού κλάδου, και ιδίως κάποιων τουριστικών πρακτορείων τα οποία λειτουργούν ως απλοί μεταπωλητές, παρέχουν απλές και τυποποιημένες υπηρεσίες και δεν προσφέρουν καμία προστιθέμενη αξία (Added Value) και τεχνογνωσία. Αντίθετα αναμένεται να επιβιώσουν ή και ενδεχομένως να αναβαθμισθούν τα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία διαθέτουν ειδική τεχνογνωσία και παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες με υψηλή προστιθέμενη αξία για ειδικές μορφές τουρισμού, ειδικές γεωγραφικές περιοχές, ειδικές κατηγορίες πελατών, κ.λπ. Και στον κλάδο του τουρισμού, όπως άλλωστε ισχύει και σε πολλούς άλλους κλάδους, η μελλοντική οικονομία θα είναι σε μεγάλο βαθμό «Οικονομία της Γνώσης» (Knowledge Economy).

Επίσης ήδη έχουν δημιουργηθεί, και στο άμεσο μέλλον αναμένεται να δημιουργηθούν ακόμη περισσότεροι, νέοι ηλεκτρονικοί ενδιάμεσοι στον κλάδο του Τουρισμού, οι οποίοι θα έχουν τη μορφή ειδικών ιστοσελίδων (Web Sites) ηλεκτρονικής προώθησης, διανομής, πωλήσεων και πληρωμής διαφόρων τουριστικών προϊόντων. Ως ένα κλασσικό τέτοιο παράδειγμα νέου ηλεκτρονικού τουριστικού ενδιάμεσου μπορούμε να αναφέρουμε το Expedia (www.expedia.com) το οποίο παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικής αναζήτησης, κράτησης και πληρωμής μέσω του Internet διαφόρων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, όπως π.χ. εισιτηρίων αεροπορικών πτήσεων, ξενοδοχείων και αυτοκινήτων, απευθείας από τον τελικό καταναλωτή.

Παράλληλα αναμένεται ότι στο άμεσο μέλλον οι υπάρχοντες σήμερα παραγωγικοί τουριστικού προϊόντος (π.χ. αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, σιδηροδρομικές εταιρίες, θέατρα, μουσεία, κέντρα συναυλιών, κ.λπ.) καθώς επίσης και πολλοί υπάρχοντες ενδιάμεσοι του τουριστικού κλάδου (π.χ. συστήματα - δίκτυα ηλεκτρονικής διανομής τουριστικών προϊόντων, Tour Operators, κ.λπ.) θα αξιοποιήσουν το Internet για την On-line ηλεκτρονική πώληση τουριστικών προϊόντων απευθείας στον τελικό καταναλωτή, παρακάμπτοντας τους υπάρχοντες ενδιάμεσους (π.χ. τα τουριστικά πρακτορεία).

Όλα τα παραπάνω αναμένεται ότι θα έχουν ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στον τελικό καταναλωτή, όπως π.χ. μείωση κόστους, μεγαλύτερο εύρος επιλογών, καλύτερη εξυπηρέτηση, κ.λπ. Παράλληλα όμως αναμένεται να προκαλέσουν μεγάλες ανακατατάξεις στον τουριστικό κλάδο, καθώς επίσης και σημαντικές αναδιανομές σε επίπεδο ισχύος, ρόλων, περιθωρίων κέρδους και εσόδων. Κάποιες από τις υπάρχουσες σήμερα επιχειρήσεις του κλάδου θα κερδίσουν, κάποιες θα χάσουν και κάποιες θα εξαφανιστούν, ενώ παράλληλα πολλοί νέοι παίκτες, κύρια ηλεκτρονικής μορφής, θα εισέλθουν στον κλάδο.

Είναι λοιπόν απαραίτητο όλες οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν κατάλληλες στρατηγικές αξιοποίησης της πληροφορικής και του Internet, ώστε να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξή τους στις αναδύμενες αυτές νέες συνθήκες της «Κοινωνίας της Πληροφορίας».

7.3 ΔΡΑΣΕΙΣ

Σήμερα ο Έλληνας επιχειρηματίας στον τομέα των ξενοδοχείων θα πρέπει να εξετάσει καλύτερα τα οφέλη που προκύπτουν από την χρήση των πληροφοριακών συστημάτων και να εκμεταλλευτεί τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά τους. Οι αποδοτικές τεχνολογικές λύσεις για κάθε επιχείρηση μπορούν να αναπτυχθούν έπειτα από έρευνα, μελέτη, επιλογή κατάλληλων συνεργατών, επεκτασιμότητα των συστημάτων αλλά και από την ποικιλία των παρεχόμενων λύσεων. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι σήμερα έχουν ανακοινωθεί διάφορα χρηματοδοτικά προγράμματα που προωθούν την ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων όπως το ΕΣΠΑ, το Digi Lodge, και η Ψηφιακή ενίσχυση των επιχειρήσεων. Προσφέρεται λοιπόν μία πολύ καλή ευκαιρία στις τουριστικές επιχειρήσεις να αποκτήσουν μία αποδοτική τεχνολογική λύση καλύπτοντας ένα μεγάλο μέρος των εξόδων απόκτησης.

Παραδειγματικά η ηλεκτρονική υποβολή αιτήσεων στο πλαίσιο της δράσης «Ενίσχυση ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων για τη δημιουργία διαδικτυακών τόπων προβολής και συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων (digi-lodge)» ξεκίνησε την Τρίτη 15 Σεπτεμβρίου 2009. Η δράση απευθύνεται σε περισσότερα από 9.000 ξενοδοχειακά καταλύματα και περίπου 20.000 τουριστικά καταλύματα και υλοποιείται στο πλαίσιο της Ψηφιακής Στρατηγικής της Ελλάδας με τη συνεργασία των Υπουργείων Οικονομίας και Οικονομικών και Τουριστικής Ανάπτυξης. Κατά τις πρώτες δύο ημέρες υποβλήθηκαν περισσότερες από 1.740 ηλεκτρονικές αιτήσεις επενδυτικών σχεδίων με συνολικό προϋπολογισμό άνω των 26.400.000 ευρώ, οι οποίες αφορούν σε ξενοδοχειακά και τουριστικά καταλύματα στις Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας- Θράκης, Κεντρικής Μακεδονίας, Ηπείρου, Θεσσαλίας, Ιονίων Νήσων, Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου, Βορείου Αιγαίου και Κρήτης. Με την ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής υποβολής, οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις ενημερώθηκαν άμεσα για τη δυνατότητα χρηματοδότησής τους. Οι τουριστικές επιχειρήσεις των υπολοίπων Περιφερειών μπορούν να υποβάλουν τα επενδυτικά τους σχέδια βάσει του προγράμματος που έχει ήδη ανακοινωθεί.

Το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας «Ψηφιακές Ενισχύσεις ΑΕ» υποδέχθηκε κατά το χρονικό διάστημα 14:00-14:30 μ.μ. της πρώτης ημέρας υποβολής περισσότερα από 300.000 ηλεκτρονικά αιτήματα εξυπηρέτησης χρηστών. Στο ίδιο διάστημα υποβλήθηκαν περισσότερες από 1.200 αιτήσεις επενδυτικών σχεδίων, οι περισσότερες από τις οποίες (πάνω από 700) υποβλήθηκαν κατά τα πρώτα δύο λεπτά λειτουργίας του πληροφοριακού συστήματος. Αυτή η δραστηριότητα προβάλλει την ανάγκη των επιχειρήσεων να εξελιχθούν.

Η συγκεκριμένη δράση αποσκοπεί στην ενίσχυση της διεθνούς προβολής του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας μέσω Διαδικτύου, στην αύξηση της προσέλευσης ξένων επισκεπτών και στη δυναμική υιοθέτηση και αξιοποίηση των πλέον σύγχρονων εργαλείων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις ίδιες τις τουριστικές μονάδες για τον εκσυγχρονισμό τους, τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος αλλά και την ενίσχυση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η υλοποίηση των παραπάνω θα πραγματοποιηθεί με την ανάπτυξη και αξιοποίηση εφαρμογών διαδικτυακής προβολής και ηλεκτρονικών κρατήσεων, καθώς και με την ολοκλήρωση αυτών των εφαρμογών με συστήματα μηχανογράφησης των τουριστικών μονάδων. Ο μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός ανά υποβαλλόμενη πρόταση ανέρχεται σε 40.000 ευρώ και ο ελάχιστος σε 7.000 ευρώ. Το ποσοστό επιχορήγησης ανά εγκεκριμένο έργο ανέρχεται στο 60% του επιλέξιμου προϋπολογισμού της επένδυσης. Το μέγιστο ύψος της ενισχυμένης επένδυσης διαφοροποιείται ανάλογα με την κατάταξη κάθε επιχείρησης σε προκαθορισμένες κατηγορίες (κατηγορίες αστεριών, κλειδιών κ.λπ.), με το μέγεθος και τη λειτουργική μορφή της τουριστικής μονάδας, καθώς και τις υλοποιούμενες ενέργειες. Η δράση αξιοποιεί πόρους του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ψηφιακή Σύγκλιση» (ΕΣΠΑ 2007-2013) και χρηματοδοτείται κατά 80% από πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης και κατά 20% από εθνικούς πόρους.

Συμπερασματικά υπάρχουν πολλοί τρόποι για να καλυφθούν τα έξοδα ώστε να εκσυγχρονιστούν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μέσω κοινοτικών και κρατικών προγραμμάτων. Πρέπει λοιπόν όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να εκσυγχρονιστούν και να συμβαδίσουν με τα ανάγκες που καθορίζονται από την τοπική και παγκόσμια αγορά. Πρέπει να ταυτιστούν με τις τάσεις και τις εξελίξεις των σύγχρονων τεχνολογιών σε θέματα πληροφορικής και επικοινωνιών και να εξασφαλιστούν συνεργάτες με τις απαραίτητες γνώσεις που θα προωθήσουν τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε ανάπτυξη.

7.4 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εν κατακλείδι μπορούμε να πούμε πως τα πληροφοριακά συστήματα είναι συστήματα τα οποία υποστηρίζουν τις ανθρώπινες δραστηριότητες και εστιάζουν απαιτήσεις που αναφέρονται στις σχέσεις του ανθρώπου αλλά και του συστήματος, ή υποσυστημάτων με τις μηχανές. Βέβαια τα πληροφοριακά συστήματα μπορεί και να αποτύχουν στο σκοπό τους. Για αυτό ακριβώς το λόγο έρχεται ο ανθρώπινος παράγοντας να συμπληρώσει τα όποια κενά μπορεί να δημιουργήσει μια μηχανή και να φέρει εις πέρας το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκαν εξ αρχής. Γενικότερα τα πληροφοριακά συστήματα θα πρέπει να δημιουργούνται έχοντας υπόψη, οι σχεδιαστές τους, τις πιθανές επιπτώσεις τους στην ομαλή και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

⁴⁹Ένας από τους λόγους αποτυχίας των πληροφοριακών συστημάτων, είναι η εστίαση που δίνεται αρκετά συχνά στην τεχνική πλευρά των συστημάτων αυτών και όχι στην κοινωνική. Επίσης ένα πληροφοριακό σύστημα μπορεί να είναι πετυχημένο από τεχνικά και ταυτόχρονα αποτυχημένο οργανωτικά. Ορισμένοι σχεδιαστές πληροφοριακών συστημάτων δεν αναγνωρίζουν πόσο σπουδαίος είναι ο ανθρώπινος παράγοντας μη λαμβάνοντας τον υπόψη κατά την ανάπτυξη του πληροφοριακού συστήματος. Τέλος ένας ακόμα λόγος αποτυχίας των πληροφοριακών συστημάτων είναι πως η εκπαίδευση είναι ελλιπής. Ο καθορισμός των αναγκών των ανθρώπων, είναι ένα σημαντικό κομμάτι της διαδικασίας ανάπτυξης ενός Πληροφοριακού Συστήματος Διοίκησης, η οποία προϋποθέτει ικανότητες που συχνά δεν υπάρχουν στους αναλυτές και στους προγραμματιστές των συστημάτων. Αυτό συμβαίνει διότι οι αναλυτές και οι προγραμματιστές συστημάτων έχουν τεχνικές κυρίως γνώσεις και δεν γνωρίζουν πολλά σχετικά με την ανθρώπινη συμπεριφορά, τις ανθρώπινες σχέσεις και την ψυχολογία. Για αυτό πρέπει όσοι ασχολούνται με τα πληροφοριακά συστήματα να λαμβάνουν υπόψη τους παραπάνω παράγοντες έτσι ώστε τα πληροφοριακά συστήματα να επιτυγχάνουν το σκοπό τους.

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι τα πιο επιτυχημένα πληροφοριακά συστήματα στον κλάδο του τουρισμού, αλλά και όχι μόνο, έχουν δημιουργηθεί από ανθρώπους με πολυετή εμπειρία πάνω στο χώρο σε συνδυασμό βέβαια με εμπείρους προγραμματιστές. Όπως και να έχει πάντως τα πληροφοριακά συστήματα, όσο εξελιγμένα και να είναι και όσο μεγάλες δυνατότητες και αν έχουν, δεν πρόκειται να ξεπεράσουν σε καμία περίπτωση ένα ζεστό και γεμάτο ειλικρίνεια χαμόγελο ενός επαγγελματία στον τουριστικό κλάδο.

⁴⁹ Δημητριάδης Αντώνης, «Διοίκηση-διαχείριση πληροφοριακών συστημάτων», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα 1998

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

BIBΛΙΑ

1. Καπίκη – Πιβεροπούλου Τάνια /1998, ‘Υπηρεσίες Υποδοχής’, Interbooks / Αθήνα
2. Κομίνης Γ. Νικόλαος / 1997, ‘Τήρηση Λογαριασμών Πελατών’, Interbooks / Αθήνα
3. Ρούπας Βασίλειος, Λαλούμης Δημήτρης /1998, ‘Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων’, Σταμούλης Α. / Αθήνα
4. Σακελλαρίδης Οδυσσέας / 1999, ‘Πληροφορική στον Τουρισμό’, Εκδόσεις Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
5. Υψηλάντης Π. /2001, ‘Πληροφοριακά συστήματα διοίκησης, από την θεωρία στην Πράξη’, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα
6. Σφακιανακης Μιχάλης. Εισαγωγή στην πληροφορική σκέψη. 2005. Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

ΜΕΛΕΤΕΣ

1. Νίκος Βρεττός & Γιάννης Στουρνάρας, Η Ελληνική Οικονομία σε αναζήτηση στρατηγικής, Σεπτέμβριος 2009
2. Μελέτη των κλάδων Πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα- Κατάσταση και προοπτικές/ Μελέτη Περίπτωσης, Φορέας Υλοποίησης Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Κοινωνία της Πληροφορίας, 10 Ιουλίου 2007
3. Hotel & Lodging Commerce 2002-2005: Distribution Strategies and Market Forecasts, που δημοσιεύθηκε από το PhoCusWright Inc
4. Global Hotel Distribution Survey 2004, KPMG, Swiss
5. Δημητριάδης Αντώνης, «Διοίκηση-διαχείριση πληροφοριακών συστημάτων», Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα 1998

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

1. Μανούσου & Μπερσή, / 2007, ‘Η Τεχνολογία στον Τουρισμό’, Τουριστική αγορά, Τεύχος 206, Σελίδες 66 - 97
2. Κωνσταντίνα Ηλιοπούλου, / 2009, ‘Οι νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία του τουρισμού’, Τεύχος 228, Σελίδες 36 – 51
3. Δημοσιεύθηκε στο Hotel & Restaurant 20-09-2002 Δρ, Ευριπίδης Ν. Λουκής

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Δρ. Πάνος Κωνσταντινίδης, ASIS115 Πληροφοριακά Συστήματα I, Frederick University of Cyprus
2. Γ. Ζαχαράτος & Δ. Λαγός Συνέδριο Πανεπιστήμιο του Αιγαίου τον Οκτώβριο του 2001 με θέμα «ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην τουριστική ανάπτυξη των νησιών», Σημειώσεις
3. Protel manual

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

- 1.Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος
http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1901/PressReleases/A1901_SFA20_DT_AN_00_2008_01_F_GR.pdf
(23/11/2009)
- 2.E-Commerce LTD, <http://www.ecommerce.com.gr/main.php?show=pms>
(24/11/2009)
- 3.Eurotel Hospitality Entertainment
<http://www.eurotel.gr/index.cfm?Level1=2&Level2=1&Level3=1&Level4=0&Level5=0&Level6=0>
(15/11/2009)
- 4.<http://www.eurotel.gr/index.cfm?Level1=2&Level2=1&Level3=2&Level4=0&Level5=0&Level6=0>
(05/11/2009)
- 5.HIT Hospitality, www.hit.com.gr/default.asp?pid=3&la=1
(10/11/2009)
- 6.Singular Logic SA www.singularlogic.eu/index
(27/10/2009)
- 7.Sunsoft, <http://www.sunsoft.gr/default.asp?pid=19&la=1&cat=1&pro=1>
(19/10/2009)
- 8.http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus.asp
(05/11/2009)
- 9.<http://www.entrepreneur.com/>
(05/11/2009)
- 10.http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus.asp
(75/11/2009)
- 11.<http://www.navarinoservices.com/our-solutions/ids-representation.htm>
(03/01/2010)
- 12.<http://el.wikipedia.org/wiki/>
(04/01/2010)
- 13.<http://www.hotel-online.com/Trends/HotelInformationSystems/>
(05/01/2010)
- 14.<http://www.hit.com.gr/default.asp?pid=3&la=1>
(05/01/2010)
- 15.http://www.singularlogic.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=32
(07/01/2010)
- 16.<http://www.ecommerce.com.gr/>
(07/01/2010)
- 17.<http://www.micros-fidelio.co.uk/about-us/company-profile/>
(07/01/2010)
- 18.<http://www.sabre-holdings.com/aboutUs/index.html>
(13/01/2010)
- 19.<http://www.roomrez.com/>
(13/01/2010)
- 20.<http://www.forthnet.gr/templates/corporateCoGroupCompanies.aspx?c=244>

- (13/01/2010)
21. <http://www.innquest.com/company/>
(17/01/2010)
22. <http://www.c9hotelworks.com/>
(17/01/2010)
23. <http://www.amadeus.com/travelagencies/x8062.html>
(17/01/2010)
24. <http://www.hotel-restaurant.gr/index.php?id=899>
(15/02/2010)
25. <http://www.capterra.com/hospitality-property-management-software>
(15/02/2010)
26. <http://www.welcometorsi.com/RoomKey-Property-Management-Software/Features-and-Benefits.php>
(16/02/2010)
27. <http://www.iqwareinc.com/products/suite.php>
(16/02/2010)
28. <http://www.rezovation.com/Software.html>
(16/02/2010)
29. http://en.wikipedia.org/wiki/Property_management_system
(16/02/2010)
30. <http://www.utell.com/aboututell.aspx>
(28/02/2010)
31. http://www.pegs.com/about_us/Pegasus_Aboutus-EXTeam.asp,
(28/02/2010)