



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΊΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
CASE STUDY: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ
ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ
Hotel Poseidon Resort.**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΜΟΤΣΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΡ. ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

ΠΑΤΡΑ 2013

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ύστερα από την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας, οφείλω να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που με στήριξαν με κάθε τρόπο ώστε να φτάσω στη διεκπεραίωση της.

Αρχικά θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου ΔΡ. Αλκιβιάδη Παναγόπουλο για την καθοδήγηση αλλά και τις πολύτιμες συμβουλές που μου παρείχε όλο αυτό το διάστημα.

Ευχαριστώ βέβαια και όλους τους καθηγητές του τμήματος για τις γνώσεις και τα εφόδια που μας παρείχαν όλα αυτά τα χρόνια.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να εκφράσω στους εργοδότες και τους συνεργάτες μου στο ξενοδοχειακό συγκρότημα Hotel Poseidon Resort, για τη βοήθειά και την στήριξη τους ώστε να καλυφτούν οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας .

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς την Χριστίνα για την υπομονή της και την οικογένειά μου για την αγάπη, την κατανόηση και τη συνεχή συμπαράσταση που μου έδειξαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη.....	6
ΜΕΡΟΣ Α	
Κεφάλαιο 1	
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	8
1.1 Τουρισμός : Μια κερδοφόρα βιομηχανία παγκοσμίως.....	8
1.2Ελληνικός και παγκόσμιος τουρισμός κατά το 2011.....	9
1.3Η δομή του τουριστικού τομέα.....	11
1.4Τουρισμός και Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών.....	12
1.5On line travel.....	14
1.6 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS).....	16
1.7Συστήματα Online Κρατήσεων (Online Reservation Systems).....	17
1.8Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων (CRS).....	19
1.9Συστήματα Παγκόσμιας Διανομής (GDS).....	21
Κεφάλαιο 2	
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ	
CMS (Content Management Systems)	24
2.1Nelios.com (e- TourismDigitalAgency).....	25
2.2Lexicon Software.....	26
2.3Netera Software.....	27
2.4Megabyte Software.....	31
2.5Cyber Arts.....	33
2.6Sysco.....	35
Κεφάλαιο 3	
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	37
3.1Γενικά.....	37

3.2Hospitality Integrated Technologies A.E. (HIT).....	37
3.3SUNSOFT ALEXANDROS	41
3.4SingularLogic Hospitality System Hotel.....	43
3.5E-Commerce Smart Hospitality Suite.....	45
3.6 Eurotel Hospitality.....	48
3.7 Σύγκριση εταιρειών πληροφοριακών συστημάτων κρατήσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες.....	51

Κεφάλαιο 4

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	52
4.1Η χρήση των GDS στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.....	52
4.2Hotel Electronic Distribution Network Association(HEDNA).....	54
4.3Περιγραφή των τριών πιο διαδεδομένων Συστημάτων Ηλεκτρονικής Διανομής...55	
4.3.1Amadeus.....	55
4.3.2Galileo International.....	59
4.3.3.Galileo Hellas SA.....	61
4.3.4.Sabre.....	62
4.4. Σύγκριση των τριών πιο διαδεδομένων GDS.....	65
4.5Μερίδιο Αγοράς των μεγαλύτερων CRS/GDS.....	66

ΜΕΡΟΣ Β

Κεφάλαιο 5

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	70
5.1Προφίλ της επιχείρησης	70
5.2Πελάτες – Αγοραστές.....	73
5.3Δομή της επιχείρησης.....	76
5.4Επιμέρους τμήματα της επιχείρησης.....	78
5.4.1Τμήμα πωλήσεων.....	78
5.4.2Οικονομικές υπηρεσίες / Λογιστήριο.....	78
5.4.3Τμήμα τροφίμων & ποτών.....	80
5.4.4Τμήμα δωματίων.....	82
5.4.5Τμήμα Προσωπικού.....	85
5.4.6Τεχνικό τμήμα.....	89
5.4.7Τμήμα προμηθειών – αποθήκης & ποτών.....	91
5.4.7.1Προμήθειες.....	91

5.4.7.2Αποθήκη τροφίμων και ποτών.....	93
Κεφάλαιο 6	95
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	96
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	97
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ	99

Περίληψη

Η εξάπλωση των εφαρμογών της σύγχρονης πληροφορικής αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος. Η πολυπλοκότητα και η τυποποίηση των παραγωγικών διαδικασιών του ταξιδιού σε συνάρτηση με την πολυσύνθετη δομή του τουριστικού κλάδου, συντέλεσε σε μεγάλο βαθμό στην δημιουργία και ανάπτυξη των διαφόρων συστημάτων κρατήσεων.

Στο κείμενο που ακολουθεί, αρχικά γίνεται αναφορά στον τουρισμό διεθνώς αλλά και στην ελληνική αγορά και παρουσιάζεται η δομή του τουριστικού τομέα καθώς και οι σύγχρονες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Ακολουθεί η ανάλυση του On line travel και πιο συγκεκριμένα των Online Κρατήσεων και παρουσιάζονται αναλυτικά Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων (CRS), Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) και Συστήματα Παγκόσμιας Διανομής (GDS).

Το δεύτερο μέρος της μελέτης είναι αφιερωμένο στην ανάλυση ενός case study. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται η ανάλυση της λειτουργίας ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος στο Λουτράκι γίνεται εκτενείς περιγραφή του τρόπο λειτουργίας του κάθε τμήματος του ξενοδοχείου, παρουσιάζονται αναλυτικά οι αρμοδιότητες, οι τομείς ευθύνης και τα πληροφοριακά συστήματα τα οποία χρησιμοποιούνται από την επιχείρηση.

Μέσω αυτής της ανάλυσης καταδεικνύεται η χρήση πληροφοριακών συστημάτων από μια ξενοδοχειακή μονάδα καθώς και η μεγάλη σημασία τους για την οργάνωση την προώθηση και την ομαλή λειτουργία των συγχρόνων επιχειρήσεων.

ΜΕΡΟΣ Α

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1. Τουρισμός : Μια κερδοφόρα βιομηχανία παγκοσμίως

Στη σύγχρονη εποχή ο τουρισμός κατατάσσεται μεταξύ των πιο σημαντικών βιομηχανιών παγκοσμίως, παρουσιάζοντας στις περισσότερες χώρες σημαντική εισροή συναλλάγματος, γρήγορους ρυθμούς αύξησης των πωλήσεων του και συμβάλλοντας καθοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη και τον τομέα της απασχόλησης. Σε ορισμένες, μάλιστα, χώρες της Ευρώπης, ο τουρισμός αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία και το μεγαλύτερο εργοδότη. Τα τελευταία χρόνια, τα ποσοστά ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου είναι υψηλότερα από εκείνα της συνολικής διεθνούς οικονομίας. (Ηγουμενάκης, 2000)

Η παγκοσμιοποίηση και η εμφάνιση νέων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως, έχουν δημιουργήσει μεγαλύτερο ανταγωνισμό και κατά συνέπεια άνηση του τουρισμού. Επιπλέον, η αναπτυσσόμενη κοινωνική ευημερία, η αύξηση του πληθυσμού, οι νέοι τρόποι επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων και οι υφιστάμενες πολιτικοοικονομικές συνθήκες έχουν μεταβάλλει τον τρόπο ζωής του σύγχρονου ανθρώπου και ο τουρίστας υιοθετεί διαφορετικές συνήθειες συγκριτικά με παλαιότερες δεκαετίες. Σήμερα προτιμάει να αξιοποιήσει διαφορετικά τον ελεύθερο χρόνο του και να αποκτήσει νέες εμπειρίες από τα ταξίδια του αναδύοντας με αυτό τον τρόπο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός κ.λ.π. Όλοι αυτοί οι παράγοντες παίζουν καθοριστικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη. (Βασιλειάδης, 2009)

Παράλληλα, ο τουρισμός είναι ευάλωτος σε αρνητικά διεθνή γεγονότα και δυσμενείς οικονομικές συγκυρίες. Επίσης, ενδεχόμενες φυσικές καταστροφές (όπως

σεισμοί και πλημμύρες), επιδημίες, πιθανές τρομοκρατικές επιθέσεις και πολιτικές ανακατατάξεις σε ορισμένες χώρες αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για την προσέλευση τουριστών. Πολλές φορές φαίνεται να μην απασχολούν τους οργανωτές ταξιδιών οι αρνητικές συνέπειες που θα έχει η συνεχής ροή τουριστών όσο αναφορά την καθαριότητα του περιβάλλοντος και των θαλασσών, την προστασία αρχαιολογικών χώρων και ιστορικών μνημείων, την ηχορύπανση, τη χαμηλή ποιότητα σε προσφερόμενες υπηρεσίες κ.λ.π. (Πρωτοπαπαδάκης, 2003)

Το τουριστικό προϊόν αποτελείται κυρίως από άυλες υπηρεσίες, με την έννοια ότι δεν είναι εφικτό ο ταξιδιώτης να το δει ή να το αγγίξει πριν φθάσει στον προορισμό του. Συνεπώς, είναι πολύ σημαντικό όχι μόνο για τους τουρίστες, αλλά και για τις τουριστικές επιχειρήσεις να έχουν όσο το δυνατό πιο αξιόπιστη πληροφόρηση σχετικά με τον τουριστικό προορισμό, τις επιλογές διαμονής, τις τιμές και άλλα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που τους ενδιαφέρει. Στις μέρες μας καθίσταται δυνατή η άμεση διάθεση τέτοιου είδους πληροφοριών μέσω των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον τομέα του τουρισμού.

1.2. Ελληνικός και παγκόσμιος τουρισμός κατά το 2011

Το 2011 αποδείχθηκε παραγωγική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό ξεπερνώντας το προηγούμενο έτος ακόμα και τη χρονιά του 2007 που σημειώθηκε υψηλή αύξηση τουριστών όπως διαπιστώνεται στα στοιχεία που δημοσίευσε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων. Η οικονομική κρίση δεν αποτέλεσε εμπόδιο για τις διεθνείς αφίξεις και το προηγούμενο έτος χαρακτηρίστηκε ως "χρυσή" χρονιά για τον τουρισμό στον ελλαδικό χώρο αφού σύμφωνα με τα στοιχεία της ελληνικής στατιστικής αρχής παρουσίασε άνοδο 9,46 % σε σχέση με το 2010. Οι αφίξεις τουριστών ξεπέρασαν τα 16,5 εκατομμύρια και σημειώθηκε αύξηση 12% στα έσοδα. Επίσης, εκτιμάται ότι έως το 2021 η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας θα ξεπεράσει το 20%. (<http://www.enet.gr>)

Ο ξενοδοχειακός κλάδος, που απορροφά το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων κινήθηκε με διψήφια ποσοστά αυξήσεων στις διανυκτερεύσεις, αλλά και στα

έσοδα. Ενδεικτικό της καλής πορείας με την οποία κινήθηκε το τουριστικό ρεύμα το καλοκαίρι του 2011, αποτελεί το γεγονός ότι ακόμα και στον προορισμό της Αθήνας τον Αύγουστο η πληρότητα στα ξενοδοχεία της πόλης σημείωσε άνοδο 1,13%, όταν προβλέπονταν αισθητή μείωση του τουρισμού στο συγκεκριμένο προορισμό. (<http://www.protothema.gr>)

Επιπλέον τα στατιστικά στοιχεία του 2011, τα οποία παρουσίασαν δύο ξεχωριστοί παγκόσμιοι φορείς, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) και το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού (WTTC), έδειξαν ότι παρά την οικονομική κρίση, η βιομηχανία του τουρισμού παραμένει η βάση της παγκόσμιας οικονομίας. Το 2011 οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις υπερέβησαν το 1 τρισ. δολ. για πρώτη φορά, από τα 928 δισ. δολ. το 2010. Πιο συγκεκριμένα, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών παρουσίασαν άνοδο σε ποσοστό 4,5% το πρώτο 8μηνο του 2011, η Ευρώπη σημείωσε αύξηση στις διεθνείς αφίξεις κατά 6% και ορισμένες από τις χώρες που εμφάνισαν τα μεγαλύτερα ποσοστά άφιξης τουριστών ήταν η χώρα μας, η Ισπανία και η Πορτογαλία. Είναι φανερό ότι οι επενδύσεις στον τουριστικό κλάδο θα συνεχιστούν αλλά με αργούς ρυθμούς, παρ' όλα αυτά, θα κινηθούν ανοδικά κατά τη διάρκεια της τρέχουσας δεκαετίας. (<http://www.traveldailynews.gr>)

Η ολοένα και μεγαλύτερη άνθηση του τουριστικού τομέα δημιουργεί θέσεις εργασίας και γενικότερα συμβάλλει στη συνολική ανάπτυξη κάθε χώρας. Το γεγονός αυτό και τα παραπάνω ποσοστά στον ελλαδικό χώρο αλλά και παγκοσμίως καθιστούν αναγκαία τη χρήση Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διανομής Κρατήσεων στον κλάδο του τουρισμού.



Εικόνα 1: Διεθνής τουρισμός Πηγή : <http://www.traveldailynews.gr>

1.3. Η δομή του τουριστικού τομέα

Ο τουριστικός τομέας περιλαμβάνει τρεις κατηγορίες επιχειρήσεων. Αυτές είναι οι εξής:

1) Οι προμηθευτές του τουριστικού προϊόντος

Παράδειγμα προμηθευτών τουριστικού προϊόντος αποτελούν τα ξενοδοχεία, οι επιχειρήσεις μεταφορών (αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες), οι εταιρίες ανοικιάσεως αυτοκινήτων και τουριστικών λεωφορείων, δημόσιοι οργανισμοί (μουσεία, θέατρα), συνεδριακοί και εκθεσιακοί χώροι κ.λ.π..

(<http://www.traveldailynews.gr>)

2) Οι τουρίστες – καταναλωτές

Σε αυτό το σημείο αναφέρονται ως παράδειγμα οι ιδιώτες που ταξιδεύουν είτε για ψυχαγωγία είτε για οποιοδήποτε άλλο λόγο, αλλά και τα στελέχη επιχειρήσεων που ταξιδεύουν τακτικά για επαγγελματικούς λόγους. (<http://www.traveldailynews.gr>)

3) Οι ενδιάμεσοι ή οι μεσάζοντες

Το τουριστικό προϊόν για να "χρησιμοποιηθεί" από τον τελικό καταναλωτή, διακινείται από κάποιες εταιρείες οι οποίες έχουν το ρόλο του μεσάζοντα. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν πρώτον, τα τουριστικά γραφεία, των οποίων τελικός προορισμός είναι οι ταξιδιώτες, στους οποίους και διανέμουν το τουριστικό προϊόν και δεύτερον οι Tour Operators που σχεδιάζουν και πουλάνε τα τουριστικά πακέτα κατευθείαν στον πελάτη, αλλά και σε ταξιδιωτικούς πράκτορες. Με την πάροδο του χρόνου εξελίχθηκαν οι ηλεκτρονικοί μεσάζοντες, τα Διεθνή Συστήματα Διανομής, GDS (Global Distribution Systems) που παρέχουν πληροφορίες επάνω σε τουριστικά προϊόντα, προορισμούς, ωράρια, τιμές, διαθεσιμότητα. Όταν ο μεσάζον είναι τεχνολογικά εξοπλισμένος με τον κατάλληλο τρόπο, παρέχει δομημένη, ακριβή πληροφόρηση και σωστή εξυπηρέτηση στους πελάτες του, γεγονός που αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την αύξηση τόσο της πελατείας όσο και των πωλήσεων.

(<http://www.traveldailynews.gr>)

1.4. Τουρισμός και Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Η εξάπλωση των εφαρμογών της σύγχρονης πληροφορικής επηρεάζει άμεσα τον ευρύτερο χώρο του τουρισμού και αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος. Ο τουρισμός πάντοτε συνδέονταν με την υψηλή χρήση των Τεχνολογιών της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών, τόσο για τις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου όσο και για τη μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Αυτό οφείλεται στη σύνθετη δομή του κλάδου, ο οποίος περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, διαφόρων μεγεθών, οι οποίες είναι γεωγραφικά διάσπαρτες και βρίσκονται τις περισσότερες φορές σε μεγάλη απόσταση από τον τελικό καταναλωτή. (Σακελλαρίδης, 1999)

Η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας βασίζεται στην παροχή και προώθηση μεγάλου όγκου πληροφοριών και κατά συνέπεια η χρήση της τεχνολογίας στις επιχειρησιακές λειτουργίες του τομέα αυτού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αύξηση της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας. Συμβάλλει στη βελτίωση της ταχύτητας και της ποιότητας εξυπηρέτησης των πελατών, την προβολή και διαφήμιση τουριστικών προϊόντων και προορισμών σε παγκόσμιο επίπεδο με χαμηλή δαπάνη μειώνοντας έτσι το λειτουργικό κόστος και παρέχει τη δυνατότητα ανάπτυξης νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που συντελούν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στον τουριστικό χώρο. (Σακελλαρίδης, 1999)

Αναμφίβολα, η χρήση και αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον τομέα του τουρισμού προσφέρει ποικίλα πλεονεκτήματα έναντι του παραδοσιακού τουρισμού. Των πλεονεκτημάτων αυτών επωφελούνται οι τουριστικές επιχειρήσεις, τα άτομα που ταξιδεύουν και οι τουριστικοί προορισμοί. (Σακελλαρίδης, 1999)

Πελάτες / καταναλωτές

Εξαιτίας της ευρείας εξάπλωσης του Διαδικτύου, η πρόσβαση σε αυτό το μέσο είναι εφικτή για ένα μεγάλο ποσοστό πελατών / καταναλωτών, οι οποίοι ξέρουν να το χρησιμοποιούν με ευκολία. Αρχικά, για τους πελάτες οι εφαρμογές της

τεχνολογίας στον τουρισμό παρέχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ο ταξιδιώτης οπουδήποτε κι αν βρίσκεται μπορεί να έχει πρόσβαση 24 ώρες το 24ωρο χωρίς κανένα κόστος σε πληροφορίες για οποιοδήποτε τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία τον ενδιαφέρει. Επίσης, οι αυτοματοποιημένες διαδικασίες δίνουν τη δυνατότητα άμεσης αναζήτησης, εντός ελάχιστων δευτερολέπτων, των πληροφοριών αυτών. (Σακελλαρίδης, 1999)

Ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι ότι ο ταξιδιώτης καλείται να επιλέξει ανάμεσα σε πληθώρα προμηθευτών και προϊόντων/υπηρεσιών. Ο τουρίστας μπορεί να ενημερωθεί με αυτό τον τρόπο καλύτερα και να διαμορφώσει μια πιο ολοκληρωμένη άποψη επισκέπτοντας περισσότερους δικτυακούς τόπους και αποκτώντας ενημέρωση για το τουριστικό προϊόν που επιθυμεί από διάφορες φωτογραφίες, βίντεο, περιφερή κείμενα με αξιοθέατα, τα καλύτερα ξενοδοχεία και εστιατόρια, τα μέσα μαζικής μεταφοράς, μπορεί ακόμα να έχει πληροφορίες και για την πρόγνωση του καιρού. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα ανταλλαγής ιδεών, συμβουλών ή σύγκρισης εμπειριών με άλλους πελάτες από διάφορα μέρη που έχουν επισκεφθεί τους εν λόγω τουριστικούς προορισμούς, δηλαδή παρέχουν και οι ίδιοι οι ταξιδιώτες τουριστικές πληροφορίες. (Σακελλαρίδης, 1999)

Πολλές φορές οι πελάτες παραπλανώνται από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και τα ταξιδιωτικά γραφεία που προωθούν πολύ συγκεκριμένους προορισμούς κι επιλέγουν συγκεκριμένα ξενοδοχεία. Με τη χρήση, όμως, της τεχνολογίας πληροφορικής και των επικοινωνιών στον τουρισμό, τις εξειδικευμένες υπηρεσίες και την εικονική εμπειρία πριν την κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος, ο τουρίστας μπορεί να σχηματίσει τη δική του γνώμη και να πραγματοποιήσει το ταξίδι στο μέρος που πραγματικά επιθυμεί καθώς επίσης και να επιλέξει το κατάλυμα που θέλει συναρτήσει κάποιων παραγόντων όπως είναι η ηλικία και το εισόδημά του, οι προτιμήσεις, ο τρόπος ζωής και οι ιδέες του. (Σακελλαρίδης, 1999)

Για τις τουριστικές επιχειρήσεις

Η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας συνεπάγεται φυσικά τη βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τουριστικές επιχειρήσεις. Αποκτάται μια πιο σταθερή σχέση μεταξύ αυτών και του πελάτη που στηρίζεται στην εμπιστοσύνη καθώς είναι

εφικτή οποιαδήποτε στιγμή η προσβασιμότητα στις τουριστικές υπηρεσίες μιας επιχείρησης. Επί πρόσθετα, μέσω ερευνών και συλλογής πληροφοριών γίνονται κατανοητές σε μεγάλο βαθμό οι ανάγκες των πελατών.

Οι τεχνολογίες πληροφορικής στον τουρισμό παρέχουν το βασικό πλεονέκτημα στους τουριστικούς πράκτορες με ελάχιστο κεφάλαιο να επεκταθούν σε διεθνείς αγορές και να βρουν καλύτερους προμηθευτές και μεγαλύτερο αριθμό πελατών καθώς επίσης και να διαφημίσουν και να προωθήσουν τα προϊόντα τους άμεσα, γρήγορα και με χαμηλό κόστος σε παγκόσμιο επίπεδο. (Σακελλαρίδης, 1999)

Για τους τουριστικούς προορισμούς

Οι εφαρμογές Τεχνολογίας Πληροφορικής και Επικοινωνιών μειώνουν την εξάρτηση των τουριστικών προορισμών από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και βοηθούν στην ανακάλυψη νέων προορισμών γεγονός που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη όλο και περισσότερων τουριστικών μερών παγκοσμίως. Πλεονέκτημα αποτελεί και η συνεισφορά στην παροχή καλύτερων υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση των τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής τους στον προορισμό, για παράδειγμα με τη βοήθεια των υπηρεσιών κινητής τεχνολογίας. Επίσης, μειώνεται το κόστος προώθησης και διαφήμισης και προβάλλεται σε παγκόσμιο επίπεδο ο πολιτισμός ενός προορισμού αποτελώντας με αυτό τον τρόπο πόλο έλξης τουριστών. (Σακελλαρίδης, 1999)

1.5. On line travel

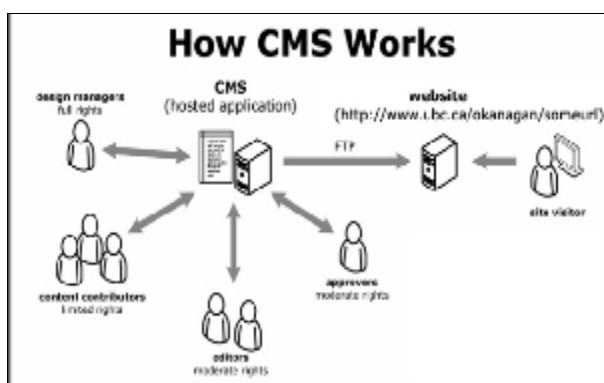
Είναι γεγονός ότι μέσω του διαδικτύου έρχονται σε επαφή απρόσωπα οι παραγωγοί των τουριστικών προϊόντων με τους ενδιαφερόμενους πελάτες ή αλλιώς αγοραστές του τουριστικού προϊόντος. Η προώθηση ενός τουριστικού προορισμού από τον τόπο που βρίσκονται ο πομπός και ο δέκτης αποτελεί μια εναλλακτική διαφήμισή του. Στη σύγχρονη εποχή δεν υπάρχει τουριστικό γραφείο, αεροπορική εταιρεία ή μουσείο που να μην έχει δική του ιστοσελίδα. Με αυτήν έχει τη δυνατότητα να προβάλλει την υπηρεσία ή το προϊόν του σε όλες τις κοινωνικές

μερίδες, καθώς το internet είναι διαδεδωμένο σε όλους.
(<http://www.businesswoman.gr/enimerosi>)

Συγκριτικά με το παραδοσιακό τουριστικό σύστημα, ο on-line τουρισμός έχει αρκετά πλεονεκτήματα. Αποτελεί μια δραστηριότητα πραγματικού χρόνου και προσφέρει άμεση δυνατότητα ανανέωσης των πληροφοριών. Ο ηλεκτρονικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικός για μία χώρα που επιθυμεί να προωθήσει τις τουριστικές περιοχές της ανά τον κόσμο, εφόσον ο χρήστης του διαδικτύου μπορεί να ενημερωθεί από οπουδήποτε βρίσκεται για τις υπηρεσίες που τον ενδιαφέρουν. Επιπλέον, οι on-line συναλλαγές πραγματοποιούνται χωρίς την ανάγκη συνάντησης και το κόστος είναι χαμηλότερο από αυτό των απευθείας συναλλαγών. Η ηλεκτρονική πρόσβαση σε τουριστικές προσφορές προσφέρει μία φτηνή λύση σε σχέση με τις υπηρεσίες που προσφέρει (<http://www.businesswoman.gr/enimerosi>)

Ακόμα ένα πλεονέκτημα αποτελεί το γεγονός ότι ο χρήστης μπορεί να πληροφορηθεί για οποιοδήποτε θέμα αφορά τον τόπο που επιθυμεί να επισκεφθεί, όπως για πολιτιστικά θέματα, για το κόστος διαβίωσης του προορισμού που τον ενδιαφέρει και για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κάθε χώρα μέσα από το διαδίκτυο μπορεί να προβάλει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της και τον πολιτισμό της. Η τεχνολογία μπορεί να συνδυάσει κείμενο, εικόνα, ήχο, κίνηση και γραφικά σε ένα μέσο. Έτσι, για παράδειγμα, η πλειονότητα των μουσείων στην Ελλάδα σήμερα διαθέτει σελίδες στο διαδίκτυο. Δίνεται η ευκαιρία στον επισκέπτη να επισκεφθεί τα μουσεία μέσα από το χώρο του διαδικτύου, να ενημερωθεί για τις ώρες λειτουργίας του μουσείου που επιθυμεί να επισκεφθεί καθώς και για τις συλλογές των εκθεμάτων του. (<http://www.businesswoman.gr/enimerosi>)

1.6. Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS)



Εικόνα 2: Η λειτουργία των CMS. Πηγή [Lhttp://www.cms.com/about-main.html](http://www.cms.com/about-main.html))

Content Management Systems (CMS) δηλαδή Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι οι εφαρμογές που δίνουν τη δυνατότητα στον εκάστοτε πελάτη να διαχειριστεί το δικτυακό του περιεχόμενο π.χ. κείμενα, εικόνες, πίνακες κ.λπ., εύκολα και με τρόπο παρόμοιο με αυτόν που λειτουργεί ένας κειμενογράφος. Οι εφαρμογές που επιτρέπουν τη διαχείριση του περιεχομένου κάνουν εύκολη τη τροποποίηση των όσων περιέχονται χωρίς να είναι απαραίτητη η τεχνογνωσία σχετικά με τη δημιουργία ιστοσελίδων, καθώς συνήθως τα κείμενα γράφονται μέσω κάποιων online WYSIWYG ("What You See Is What You Get") html editors, ειδικών δηλαδή κειμενογράφων, παρόμοιων με το MS Word, που επιτρέπουν τη μορφοποίηση των κειμένων όταν είναι αναγκαίο. Οι τροποποιήσεις ενός ιστυότοπου μπορούν να γίνουν από οποιονδήποτε υπολογιστή που έχει συνδεθεί με το Ίντερνετ, χωρίς να είναι απαραίτητο να έχει γίνει εγκατάσταση ειδικών προγραμμάτων που να μπορούν να πραγματοποιήσουν επεξεργασία ιστοσελίδων, γραφικών κ.λπ. Με τη χρήση ενός απλού φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser), ο κάθε χρήστης μπορεί φτιάξει ένα κείμενο και να ενημερώσει άμεσα το δικτυακό του τόπο.

Τα θετικά αποτελέσματα της χρήσης ενός CMS είναι πολλά και αξιόλογα:

- ταχύτερη δημιουργία νέων ιστοσελίδων και αλλαγών σε υπάρχουσες.
- μεγαλύτερη συνέπεια στην εμφάνιση.
- ευκολότερη πλοήγηση στο site.

- υποστήριξη αποκεντροποιημένου συστήματος ενημέρωσης.
- μεγαλύτερη ασφάλεια.
- μείωση της επανάληψης της πληροφορίας.
- μεγαλύτερη δυνατότητα επέκτασης.
- μικρό κόστος στη συντήρηση.

Επιπλέον, τα πιο σημαντικά οφέλη που προσφέρει ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι η πλήρης υποστήριξη της επιχείρησης που κάνει τη χρήση, των στόχων της και της στρατηγικής της.

Ένα CMS μπορεί να βοηθήσει στο να αυξηθούν οι πωλήσεις, στη βελτίωση της ικανοποίησης του πελάτη και στην ανάπτυξη των πελατειακών σχέσεων.

Η ανατομία ενός CMS

Κατηγορίες:

- δημιουργία περιεχομένου
- διαχείριση περιεχομένου
- δημοσίευση
- παρουσίαση

(http://www.ackomodromos.com/cms_website/)

1.7. Συστήματα Online Κρατήσεων (Online Reservation Systems)

Τα συστήματα online κρατήσεων προσφέρουν την απαιτούμενη τεχνολογία έτσι ώστε ένα ξενοδοχείο ή ένας ταξιδιωτικός οργανισμός να προβληθεί και να αξιοποιήσει πλήρως την υπάρχουσα υποδομή του προχωρώντας σε πωλήσεις μεγάλης γκάμας υπηρεσιών online (π.χ. κρατήσεις σε πτήσεις και ξενοδοχεία, εκδρομές, τουριστικά πακέτα). Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της δικής του ιστοσελίδας ή μέσω τρίτων συνεργαζόμενων websites.

(<http://www.traveldailynews.gr>)

Τα συστήματα online κρατήσεων απευθύνονται κυρίως σε:

- 1) Ξενοδοχειακούς ομίλους που επιδιώκουν να έχουν την κεντρική διαχείριση κρατήσεων για όλες τις ξενοδοχειακές τους μονάδες.
- 2) Μεμονωμένα ξενοδοχεία ή τουριστικά καταλύματα που θέλουν να χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα τους για online πωλήσεις.
- 3) Τουριστικά γραφεία που παρέχουν τουριστικά πακέτα, εκδρομές, καταλύματα, ενοικίαση αυτοκινήτων.

Επιπλέον, τα συστήματα online κρατήσεων είναι συμβατά για διασύνδεση με τρίτες εφαρμογές. Με αυτό τον τρόπο υποστηρίζουν τις συνεργασίες με τρίτα κανάλια διανομής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και πετυχαίνουν την εξασφάλιση διασύνδεσης με συστήματα ασφαλών πληρωμών.

Τα συστήματα αυτά όπως προαναφέρθηκε διαθέτουν τους κατάλληλους μηχανισμούς για την προβολή και προώθηση όλων των ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Βασικό τους χαρακτηριστικό είναι η δυνατότητα προσαρμογής των αναζητήσεων στις προτιμήσεις του πελάτη μέσα από μια ποικιλία υπηρεσιών και προϊόντων. Παρέχουν online κρατήσεις με αυτόματη ενημέρωση της διαθεσιμότητας και των τιμών, πραγματοποίηση αλλαγών ή ακυρώσεων και online διαδικασία πληρωμών. Επίσης, τα συστήματα online κρατήσεων δίνουν τη δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς να ελέγχουν συνεχώς τις κρατήσεις, να τις ανανεώνουν και να διαχειρίζονται με εύκολο τρόπο την διαθεσιμότητα και τις τιμές. Προσφέρουν ακόμη αναφορές και στατιστικά στοιχεία για τις συνήθειες και τις προτιμήσεις των πελατών, τα οποία αποτελούν, αναμφίβολα, πολύτιμο εργαλείο για τη διοίκηση μιας τουριστικής επιχείρησης. (Κατσώνη, 2006)

1.8. Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων (CRS)

Η χρήση και αξιοποίηση των εφαρμογών της τεχνολογίας κι επικοινωνίας μέσω των οποίων γίνονται οι κρατήσεις στη σύγχρονη εποχή είναι πλέον γεγονός και συναντάται ολοένα και πιο συχνά. Όμως, εκτός από τη χρήση της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών εσωτερικά στις διάφορες επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, ιδιαίτερα συχνά συναντάμε τις τεχνολογίες αυτές για την ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος και τη δικτυακή διασύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Λόγω της μεγάλης απόστασης ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους τελικούς καταναλωτές του τουριστικού προϊόντος καθίσταται απαραίτητη η δημιουργία διαφόρων μορφών Ηλεκτρονικών Συστημάτων και Δικτύων Διανομής. Συνεπώς, όλο και περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ή τουριστικά πρακτορεία χρησιμοποιούν το Internet ή κάποιο σύστημα CRS-GDS (Computerized Reservations System – General Distribution System). (Κατσώνη, 2006)

Στις μέρες μας οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν διάφορες εναλλακτικές ευκαιρίες για να διαχειριστούν ηλεκτρονικά τον αριθμό των διαθέσιμων δωματίων τους.

- 1.** Το διαδίκτυο (Internet) προσφέρει τη δυνατότητα κράτησης.
- 2.** Πολλές αλυσίδες ξενοδοχείων διαθέτουν δικό τους σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων, CRS.
- 3.** Ένα ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να διαθέτει μέρος των δωματίων του μέσω ενός συστήματος παγκόσμιας διανομής, GDS, με το οποίο έχει συμβληθεί.
- 4.** Τέλος, υπάρχουν τουριστικοί οργανισμοί που παρέχουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες κρατήσεων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζονται, ενώ αυτές δεν ανήκουν σε συγκεκριμένη αλυσίδα.

Ένα Σύστημα Ηλεκτρονικής Κράτησης (COMPUTER RESERVATION SYSTEM – C.R.S.) είναι μία βάση δεδομένων που δίνει την ευκαιρία σε έναν

τουριστικό οργανισμό (αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.ά.) να διαχειρίζεται στοιχεία και παράλληλα να τα παρέχει στα κανάλια διανομής των τουριστικών επιχειρήσεων που συνεργάζεται. Συγκεντρώνει και διανέμει όλες τις πληροφορίες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν ή την τουριστική υπηρεσία και διαχειρίζεται τις ταξιδιωτικές συναλλαγές. (Κατσώνη, 2006)

Στα CRS πρωτοπόρησαν οι αεροπορικές εταιρίες και έπονται άλλες μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις και αλυσίδες ξενοδοχειακών μονάδων. Οι λειτουργίες των CRS συμβάλλουν στις κρατήσεις, στην εμφάνιση της διαθεσιμότητας, στον υπολογισμό των τιμών, όμως, ο ρόλος τους δεν περιορίζεται σε αυτό το σημείο, αφού πραγματοποιούν κι άλλες εργασίες όπως είναι για παράδειγμα η έκδοση ενός εισιτηρίου. (Κατσώνη, 2006)

Από τη μια οπτική γωνία, εκείνη της τουριστικής ζήτησης, τα CRS ικανοποιούν τους πελάτες παρέχοντας πρόσβαση σε πληροφορίες, οι οποίες είναι εύκολα συγκρίσιμες και προέρχονται από μια επιλογή ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Επίσης, δίνουν τη δυνατότητα κράτησης έστω και την τελευταία στιγμή. Από την άλλη οπτική γωνία, εκείνη της τουριστικής προσφοράς, τα Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων διευκολύνουν την ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων εφόσον διαχειρίζονται, προβάλλουν και ελέγχουν τα προϊόντα τους παγκοσμίως. (Κατσώνη, 2006)

Πρωταρχικό ρόλο για την επιλογή ενός συστήματος CRS από ένα τουριστικό πρακτορείο διαδραματίζει με ποιες εταιρίες έχει συνεργασία το καθένα από αυτά. Ένα τουριστικό γραφείο μπορεί να συνεργάζεται με ένα ή και περισσότερα Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων CRS. Σημαντικό κριτήριο για την επιλογή ενός τέτοιου συστήματος είναι η ευκολία στη χρήση του, το κόστος και οι διαδικασίες τιμολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και το αν παρέχεται γρήγορη κι όχι δαπανηρή τεχνική υποστήριξη. Φυσικά, η έγκυρη κι αξιόπιστη πληροφόρηση κι ο όσο το δυνατό γρηγορότερος χρόνος ανταπόκρισης καθιστούν ένα σύστημα προτιμότερο συγκριτικά με τα υπόλοιπα. (Κατσώνη, 2006)

1.9. Συστήματα Παγκόσμιας Διανομής (GDS)

Τα Κανάλια Παγκόσμιας Διανομής GDS αποτελούν το δίαυλο επικοινωνίας της τουριστικής βιομηχανίας και συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου και της οικονομίας του. Κανάλι διανομής καλείται (Middleton 1994) στην τουριστική βιομηχανία κάθε οργανωμένο σύστημα που προσανατολίζεται στην παροχή συγκεκριμένων σημείων πώλησης και πρόσβασης στους πελάτες/καταναλωτές, μακριά από την τοποθεσία της παραγωγής και της κατανάλωσης. Κατά συνέπεια, τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι υπολογιστές σε κάθε σπίτι μέσω του παγκόσμιου ιστού (Internet) αποτελούν παραδείγματα πρόσθετων σημείων πώλησης μακριά από τον τόπο της κατανάλωσης. Αναμφίβολα, η χρήση των συστημάτων διανομής GDS αποτελεί σε παγκόσμιο επίπεδο απαραίτητο και ίσως το πολυτιμότερο εργαλείο συντονισμού και διαχείρισης, γενικότερης αναζήτησης, πληροφόρησης, σύγκρισης και πραγματοποίησης κρατήσεων των ταξιδιωτικών γραφείων για τα τουριστικά προϊόντα όλων των ειδών. (Κατσώνη, 2006)

Ήταν αρχές της δεκαετίας του '60 όταν δημιουργήθηκαν μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators), οι οποίοι σε συνδυασμό με την τεράστια ανάπτυξη του κλάδου των αερομεταφορών κατέστησαν αναγκαία τη διαχείριση μεγάλου όγκου πληροφοριών, αφού η χειρόγραφη μέθοδος κρατήσεων των πτήσεων ήταν δύσκολη και απαιτούσε πολύ χρόνο. Η καινοτομία έγινε με την αξιοποίηση της Τεχνολογίας Πληροφορικής κι Επικοινωνιών στον τουριστικό χώρο. Επομένως, εντός της ίδιας δεκαετίας, μεγάλες αεροπορικές εταιρίες συνεργαζόμενες με την IBM, σχεδίασαν τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems, CRS), τα οποία με την πάροδο του χρόνου εξελίσσονται σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ τουριστικών πρακτορείων και εταιριών αεροπορίας. (Κατσώνη, 2006)

Δύο δεκαετίες αργότερα, τη δεκαετία του '80, η συνεργασία των διαφόρων CRS, των οποίων, όμως, οι δυνατότητες περιορίζονταν στη διαθεσιμότητα θέσεων και στην έκδοση εισιτηρίων οδήγησε στη δημιουργία των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής (Global Distribution Systems, GDS), τα οποία συνέδεσαν σε παγκόσμιο επίπεδο τα ταξιδιωτικά γραφεία με τις αεροπορικές εταιρείες και με τους λοιπούς

κλάδους παροχής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως με ναυτιλιακές εταιρίες και ξενοδοχειακές μονάδες. Η παρουσία των GDS συνέβαλλε ουσιαστικά στη ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου. (Κατσώνη, 2006)

Τα GDS παρουσιάζουν πλεονεκτήματα και για τις τρεις κατηγορίες του τουριστικού τομέα, (τουριστικές επιχειρήσεις, μεσάζοντες, ταξιδιώτες-καταναλωτές) τα πιο σημαντικά εκ των οποίων είναι τα εξής :

Όλα τα Δίκτυα Ηλεκτρονικής Διανομής τουριστικών προϊόντων είναι υποχρεωμένα να παρουσιάζουν αντικειμενικά όλα τα διαθέσιμα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες όλων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων του κλάδου με σειρά, η οποία καθορίζεται βάσει ενός αντικειμενικού κριτηρίου.

- 1) Παρέχουν κοινή βάση δεδομένων για τις κρατήσεις γεγονός που διευκολύνει τους τουριστικούς πράκτορες.
- 2) Προβάλλουν και προωθούν μια ευρεία γκάμα τουριστικών επιχειρήσεων σε παγκόσμια εμβέλεια.
- 3) Παρέχουν ποικίλες ταξιδιωτικές πληροφορίες.
- 4) Προσφέρουν πολλές εναλλακτικές ευκαιρίες, άρα υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα να καλύψουν τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών.
- 5) Αυξάνουν τα σημεία πώλησης ανά τον κόσμο.
- 6) Προσφέρουν άμεση μετάδοση καθώς και ανανέωση πληροφοριών σε όλα ανεξαιρέτως τα σημεία πώλησης.
- 7) Δίνουν τη δυνατότητα εμφάνισης διαθεσιμότητας και τιμής ποικίλων εισιτηρίων, δωματίων ξενοδοχείων και ενοικίασης αυτοκινήτων.
- 8) Καθιστούν εφικτή την έκδοση εισιτηρίων και καρτών επιβίβασης.
- 9) Μειώνουν το λειτουργικό κόστος μιας τουριστικής επιχείρησης.
- 10) Δίνουν πληροφορίες σχετικές με τη διαφορά ώρας σε όλο τον κόσμο.
- 11) Δίνουν τη δυνατότητα αποστολής φαξ και μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- 12) Προσφέρουν πληροφορίες που έχουν σχέση με το συνάλλαγμα και τις ισοτιμίες των νομισμάτων.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συνεργασία πάρα πολλών τουριστικών πρακτορείων με διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις, γεγονός που ωθεί στη χρησιμοποίηση περισσότερων από ένα συστημάτων κρατήσεων, όπως προαναφέραμε, στοχεύοντας με αυτό τον τρόπο στην αύξηση της ποσότητας και της ποικιλίας των προσφερόμενων υπηρεσιών τους και να οφεληθούν των ειδικών προσφορών. (Κατσώνη, 2006)

Ποικιλία υπηρεσιών που παρέχουν τα GDS

Αρχικά, αναφέρουμε τις πληροφορίες που αφορούν τις πτήσεις αεροσκαφών, όπως η πρόσβαση σε διαθεσιμότητα θέσεων, πτήσεων, τιμών ναύλων και η δυνατότητα κράτησης θέσεων σε μεγάλο αριθμό πτήσεων διαφόρων εταιριών καθώς και τις πληροφορίες που αφορούν τις ξενοδοχειακές μονάδες ως προς τη διαθεσιμότητα και τις τιμές δωματίων ανάλογα με την εποχή. Δεύτερον, προσφέρουν πληροφορίες που σχετίζονται κυρίως με τους τουρίστες, όπως είναι για παράδειγμα η δημιουργία προσωπικών αρχείων πελατών, όπου είναι καταγεγραμμένοι οι προορισμοί, πληροφορίες για τη συχνότητα των πτήσεων και των διανυκτερεύσεων καθώς πολλές φορές είναι πολύ πιθανή η αποθήκευση συγκεκριμένων απαιτήσεων των πελατών. Επιπλέον, ματαδίδουν τις μετεωρολογικές συνθήκες για την άμεση και έγκυρη ενημέρωση των τουριστών. Ακόμα μια υπηρεσία ενός συστήματος GDS είναι η εκτύπωση διαφόρων εγγράφων, όπως είναι για παράδειγμα οι εκτυπώσεις εισιτηρίων διαφόρων τύπων ή η εκτύπωση αναλυτικών διαδρομών στα πλαίσια πακέτου εκδρομής ενός τουριστικού γραφείου. (Κυριακοπούλου, 2003)

Η διαδικασία αεροπορικών κρατήσεων μέσω του συστήματος GDS

Αρχικά ο χρήστης δίνει εντολή για κράτηση μιας θέσης σε συγκεκριμένη πτήση και ακολουθεί αναζήτηση δεδομένων για να εξακριβωθεί η διαθεσιμότητα των θέσεων. Εν συνεχεία, παρουσιάζονται εύκολα και γρήγορα στην οθόνη του υπολογιστή όλες οι σχετικές πληροφορίες για τις διάφορες πτήσεις. Ο χρήστης του συστήματος έχει τη δυνατότητα να επιλέγει την πιο κατάλληλη και πιο συμφέρουσα πτήση και κατόπιν επιβεβαίωσης από την εταιρία που διάλεξε να προχωρήσει στη διεκπεραίωση της. Το τελευταίο βήμα αποτελεί η έκδοση του εισιτηρίου.

(Κυριακοπούλου, 2003)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

CMS (Content Management Systems)



Εικόνα 3: Η λειτουργία των CMS. Πηγή: <http://www.vrml-content.org/547-enterprise-content-management-software-cms.html>

Είναι διαδικτυακές εφαρμογές που επιτρέπουν την Online τροποποίηση του περιεχομένου ενός δικτυακού τόπου. Οι διαχειριστές μέσω διαδικτύου ενημερώνουν τα περιεχόμενα στο ΣΔΠ, το οποίο είναι εγκατεστημένο σ' ένα διακομιστή. Οι αλλαγές αυτές γίνονται αυτόματα διαθέσιμες πάλι μέσω του διαδικτύου σε πολλούς επισκέπτες και χρήστες του διαδικτυακού τόπου.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system)

Τα κυριότερα CMS που κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά και είναι ευρέως διαδεδομένα είναι τα εξής:

2.1. Nelios.com (e- TourismDigitalAgency)



Εικόνα 4: Αρχική σελίδα της Nelios.com

Παρέχει μια αξιόπιστη λύση για τη στρατηγική τοποθέτηση των τουριστικών επιχειρήσεων στο διαδίκτυο. Όλα τα στελέχη προέρχονται από υπόβαθρο στη τουριστική βιομηχανία, ενώ η ομάδα των μηχανικών λογισμικού, οι γραφίστες και οι e- Marketing εμπειρογνώμονες συνδυάζουν τη γνώση και την εμπειρία στα ταξίδια και τη τεχνολογία.

Ιδρύθηκε το 2007 από τον Δημήτριο Σερίφη και τον Χριστόφορο Μαυρομάτη, με όραμα το όνομα Nelios.com ν' αναγνωριστεί ως ένα από τα κορυφαία ονόματα στην e- Tourism παγκόσμια βιομηχανία.

Πακέτο Nelios:

1. e-Tourism Consulting.
2. Web.
3. e-Marketing.
4. Media marketing.
5. Branding Design.

Λύσεις για ξενοδοχεία:

- 1) Hotel Website Development.
- 2) Hotel Marketing Strategy.
- 3) Hotel Reputation Management.

Λύσεις για ταξιδιωτικές εταιρίες:

- 1) On line Presentation of reservations.
- 2) White Labels Solution.
- 3) Full OTA Website with live XML connection.

Λύσεις για DMOs:

- 1) βWeb Portal Development.
- 2) e- Marketing Campaigns.
- 3) Content Development.

Λύσεις για ταξιδιωτικούς διανομείς (Travel Distributors).

Λύσεις για τουριστικούς προμηθευτές (Travel Suppliers) :

- 1) Car Rental Agencies.
- 2) Yachting Suppliers.
- 3) Tour Organizers.
- 4) Transfer Providers.

(www.nelios.com)

2.2. Lexicon Software:



Εικόνα 5: Αρχική σελίδα της Lexicon Software

Ιδρύθηκε το 1995 και ακολουθεί πιστά τις εξελίξεις της τεχνολογίας.

Προσφέρει μεγάλη γκάμα υπηρεσιών όπως:

1. Ανάπτυξη εξειδικευμένου λογισμικού για επιχειρήσεις και ιδιώτες.

-Πλήρης παραμετροποίηση που καλύπτει τον τρόπο λειτουργίας και τις ιδιαιτερότητες κάθε ξενοδοχείου.

-Ελάχιστες απαιτήσεις εξοπλισμού (βασικός υπολογιστής με Windows XP / Vista / Windows 7 και MS Office, κρουστικός εκτυπωτής για βιβλίο πόρτας και laser εκτυπωτής για τιμολόγια, καταστάσεις, σύνδεση Internet).

-Άμεση και φιλική τηλεφωνική και μέσω Internet υποστήριξη 24 x 7 .

-Πολύ χαμηλό κόστος απόκτησης και χρήσης (χωρίς δεσμεύσεις).

Πακέτο:

1. Reception Ξενοδοχείου:

- 1) Γρήγορη και απλή άφιξη ατόμων, δωματίων, group.
- 2) Απλός καθορισμός τιμής ή αυτόματη εισαγωγή από τιμοκαταλόγους.
- 3) Αλλαγές δωματίων, αναχώρηση-άφιξη ατόμου σε δωμάτιο, αλλαγές τιμών, ομαδοποιήσεις.
- 4) Καταχώρηση και προβολή όλων των αλλαγών που έχουν γίνει για οποιαδήποτε στιγμή.
- 5) Σχόλια σε δωμάτια, άμεση αποστολή sms σε πελάτες.
- 6) Δυνατότητα αναχώρησης με μία κίνηση.
(με αυτοματοποιημένη έκδοση τιμολογίου, εξόφληση, αναχώρηση).
- 7) Κλείσιμο ημέρας με ελέγχους και χρεώσεις δωματίων σε 5 secs.
- 8) Εύκολη υποβολή μηνιαίων καταστάσεων εθνικοτήτων με ένα click.
- 9) Πλήρες ιστορικό ατόμων, παραμονών, χρεώσεων, τιμολογίων.
- 10) Υπενθύμιση γενεθλίων πελατών – δυνατότητα αποστολής sms.
- 11) Γρήγορη διαχείριση day use
(με ένα click άφιξη-χρέωση και ένα click αναχώρηση).

2. Κρατήσεις:

- 1) Γρήγορη και απλή εισαγωγή και παρακολούθηση κρατήσεων.
- 2) Αυτόματη, δοκιμαστική ή οριστική απόδοση δωματίων όπως θα την κάνετε στο χαρτί.

- 3) Πλάνα: ονομαστικό, εκκαθαρισμένο, αναλυτικό, πρακτορείων, allotment, γευμάτων.
- 4) Προϋπολογισμός εσόδων από κρατήσεις.
- 5) Αναλυτικά στοιχεία πελατών στην κράτηση.
- 6) Αυτόματη αποστολή επιβεβαιωτικού sms, email.
- 7) Πλήρη στοιχεία πρακτορείων, χρεωστών με αναλυτικές καρτέλες ακόμη και για παρελθούσες χρήσεις, άμεση προβολή τιμολογίων στην οθόνη.
- 8) Διαχείριση τιμοκαταλόγων ανά άτομο/δωμάτιο, με εκπτώσεις ανά παιδί, επιπλέον άτομο. Προσφορές, early booking, release dates.
- 9) Ευέλικτη διαχείριση κάθε κράτησης με μεταβλητές τιμές, board, άτομα, τιμοκαταλόγους, supplements.
- 10) Λήψη on line κρατήσεων, διαχείριση ακυρώσεων, αλλαγών.
- 11) Εύκολη και γρήγορη αποστολή διαθεσιμότητας στο site του ξενοδοχείου.

3. Οικονομικά Ξενοδοχείων :

- 1) Δυνατότητα έκδοσης λογαριασμών ανά δωμάτιο, άτομο, Group.
- 2) Επιλογή αναλυτικού λογαριασμού, συγκεντρωτικού ανά ημέρα ή συγκεντρωτικού για όλη την παραμονή.
- 3) Έκδοση (έγχρωμου) τιμολογίου σε λευκές σελίδες με βάση πρότυπο που ρυθμίζεται εύκολα μέσω Microsoft Word.
- 4) Χρεώσεις - πιστώσεις πελατών, δυνατότητα προτιμολόγησης, μεταφοράς χρεώσεων, ανάλυσης χρεώσεων.
- 5) Αυτόματη (ή όχι) μεταφορά τιμολογίων στους χρεώστες, εξόφληση με μετρητά ή πιστωτικές κάρτες ή συνδυασμό αυτών.
- 6) Υπολογισμοί ΦΠΑ, δημοτικού φόρου.
- 7) Αναλυτικές καταστάσεις ισοζυγίων, main courante, ισοζύγια χρεωστών, αναλυτικές πωλήσεων, σύνδεση με λογιστικά προγράμματα.

4. Στατιστικά Πωλήσεων Ξενοδοχείου :

- 1) Αναλυτικά στατιστικά πωλήσεων (συγκεντρωτικά ή ανά τμήμα) ανά μήνα ή ανά ημέρα.

- 2) Σύγκριση με προηγούμενα χρόνια.
- 3) Στατιστικά πληροτήτων.
- 4) Στατιστικά πρακτορείων.
- 5) Προβολή σε κατανοητά γραφικά.
- 6) Λεπτομέρειες αφίξεων, παραμονής εθνικοτήτων.
- 7) Αναζήτηση και προβολή οποιουδήποτε στοιχείου για οποιαδήποτε ημερομηνία
- 8) (ακόμα και για παρελθούσες χρήσεις).
- 9) Πλήρες στατιστικό πελατών με παραμονές, τιμές χρέωσης, αριθμό δωματίου, κλπ.

5. P.O.S. :

- 1) Απλή και εύκολη διαχείριση παραγγελιών.
- 2) Εξόφληση με μετρητά, πιστωτικές κάρτες ή χρεώσεις δωματίων.
- 3) Online ενημέρωση λογαριασμών πελατών, ισοζυγίων.
- 4) Αναλυτικό ταμείο με διαχείριση σερβιτόρων.
- 5) Σύνδεση με ταμειακές μηχανές, φορολογικούς μηχανισμούς.
- 6) Αναλυτικές καταστάσεις πωλήσεων, αναλώσεως ειδών, περιόδων.
- 7) Ασύρματη παραγγελιοληψία εύκολα και απλά.
- 8) Αγορές – προμηθευτές – αποθήκες – απογραφές – κινήσεις.

(<http://www.netera.gr/default.aspx>)

2.4. Megabyte Software:



Εικόνα 7: Αρχική σελίδα της Megabyte Software

Η MetaByte Software ειδικεύεται στην ανάπτυξη και διάθεση σύγχρονων πληροφοριακών συστημάτων τα οποία καλύπτουν πλήρως τις νέες απαιτήσεις της σύγχρονης Τουριστικής Αγοράς. Με έμπειρο προσωπικό, με ισχυρή τεχνογνωσία και προηγμένη τεχνολογία, βρίσκεται πάντοτε σε ετοιμότητα για να προσφέρει λύσεις, με άμεσο χρόνο ανταπόκρισης σε οποιαδήποτε επικοινωνία.

Το πλήρες πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει η MetaByte Software διευρύνει τον κύκλο εργασιών της τουριστικής επιχείρησης, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη και την αποτελεσματικότητά της. Έτσι επιτυγχάνεται σημαντική μείωση του λειτουργικού κόστους ενώ παράλληλα βοηθάει στην πιο εύκολη και πιο αποδοτική εργασία με την υψηλότερη δυνατή αξιοπιστία.

Με συνεχή εξέλιξη των εφαρμογών, δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών και με άμεση υποστήριξη, η MetaByte Software προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις μηχανογράφησης, σε προσιτές τιμές.

Τα έργα πληροφορικής που έχει υλοποιήσει η εταιρεία και οι μακροχρόνιες συνεργασίες της με επιχειρήσεις του κλάδου παρέχουν εγγύηση αξιοπιστίας, εργατικότητας και μεθοδικότητας.

Η MetaByte Software έχει εγκαταστήσει τις εφαρμογές της σε διάφορες περιοχές της χώρας, ενώ αναπτύσσει δυναμικές συνεργασίες με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε χώρες του Εξωτερικού.

Καλύπτει την:

A. διαχείριση τουριστικών γραφείων .

- Group Travel:
 - 1) Διαχείριση Πελατών, Προμηθευτών, Πρακτόρων, Ταξιδιωτών.
 - 2) Διαχείριση Παραγγελιών-Κρατήσεων Ξενοδοχείων, Ομαδικών Ταξιδιών. Ατομικών Πακέτων, Αεροπορικών & Ακτοπλοϊκών Εισιτηρίων, Μεταφορών, Ενοικιαζόμενων Οχημάτων και λοιπών υπηρεσιών.
 - 3) Έκδοση Παραστατικών Πελατών σε σύνδεση με πιστοποιημένους φορολογικούς μηχανισμούς .
 - 4) Διαχείριση Τιμολογίων Πελατών.
 - 5) Παραλαβή και Διαχείριση Τιμολογίων Προμηθευτών.
 - 6) Διαχείριση Εισερχομένων / Εξερχομένων Προμηθειών.
 - 7) Έκδοση Αποδείξεων Είσπραξης / Πληρωμής .
 - 8) Αυτόματη Τιμολόγηση Κρατήσεων .
 - 9) Δημιουργία Τιμοκαταλόγων Αγοράς / Πώλησης Υπηρεσιών και Προϊόντων .
 - 10) Πλάνο Διαθεσιμότητας Υπηρεσιών βάση συμβολαίων .
 - 11) Έκδοση vouchers, proforma invoices, επιβεβαιώσεις κρατήσεων.
 - 12) Πλήθος Αναφορών διαχείρισης κρατήσεων, οικονομικών και στατιστικών στοιχείων .
- Υποκαταστήματα Group Travel (παρέχουν δυνατότητα αυτόματης τιμολόγησης των κρατήσεων, εύκολη διαχείριση των δεδομένων και ειδικά εργαλεία ελέγχου).
- Travel Light (οικονομική, λογιστική μηχανογράφηση μικρών τουριστικών γραφείων.

B. διαχείριση συνεδρίων.

- 1) Congress.
 - 2) e- Congress and Tourism.
- Παρέχουν πλήρη έλεγχο και απλοποίηση.

Γ. on-line συστήματα B2B και B2C.

- 1) Internet B2B & B2C Groups.
- 2) Accommodation.
- 3) e-Contacts.

Δ. Web services.

Ε. XML επικοινωνίες.

ΣΤ. διαχείριση λεωφορείων (auto motion).

Ζ. λογιστική και οικονομική διαχείριση.

- Accounts εισόδων – εξόδων.
- Accounting (γενική λογιστική).
- Checks (παρέχει δυνατότητα εξαγωγής των ακολούθων δεδομένων:
 1. Τιμές πακέτων.
 2. Διαθεσιμότητα.
 3. Χαρακτηριστικά και πληροφορίες πελατών.
 4. Πολιτικές (παιδική τιμολόγηση πακέτου).

(<http://www.megabyte.net/Services/Software.aspx>)

2.5. Cyber Arts:



Εικόνα 8: Cyber Arts. Πηγή: <http://abstrakt.vade.info/?p=231>

Είναι μια από τις πλέον δυναμικές εταιρίες στο χώρο της πληροφορικής. Παρέχει αξιόπιστες, σύγχρονες και πρότυπες λύσεις λογισμικού. Σε όλο το φάσμα των επιχειρήσεων σχεδιάζει, αναρτήγει και προσφέρει λύσεις που βασίζονται στις τεχνολογίες αιχμής με βασικό στόχο να είναι εύχρηστες και προσιτές σε όλο το φάσμα επιχειρήσεων.

Οι λύσεις της εταιρίας καλύπτουν όλο το φάσμα των λειτουργιών μιας επιχείρησης και στοχεύουν στην αυτοματοποίηση και τη βελτίωση των επιχειρηματικών διαδικασιών καθώς και στη μείωση του λειτουργικού κόστους.

Συγκεκριμένα για τον κλάδο των ξενοδοχείων οι Cyber Arts προτείνει το proXess Hotel Management System, ένα πακέτο εφαρμογών που στόχο έχει την κάλυψη των εργασιών στον χώρο. Βασικό χαρακτηριστικό του πακέτου είναι η δυνατότητα παραμετροποίησης, παρέχει δηλαδή τη δυνατότητα, δίνοντας τις κατάλληλες τιμές και παραμέτρους, να το προσαρμόζεται αποκλειστικά στην εκάστοτε επιχείρηση.

Πακέτο:

1. Πλήρης διαχείριση δωματίων, front desk, check-in, check-out
2. Διαχείριση μίνι bar και υπηρεσιών δωματίου.
3. Διαχείριση εστιατορίου, bar, και άλλων σημείων πώλησης αγαθών-υπηρεσιών στην ξενοδοχειακή σας μονάδα.
4. Αυτόματη ενημέρωση λογιστικής Β' και Γ' κατηγορίας.
5. Αυτόματη ενημέρωση αναλυτικής λογιστικής εφ' όσον υπάρχει.
6. Αυτόματοι υπολογισμοί ΦΠΑ, ισολογισμών, αποτελεσμάτων χρήσης, κερδών, κτλ.
7. Υποσύστημα παρακολούθησης πωλητών με σύστημα αμοιβής bonus.
8. CRM για παρακολούθηση των επαφών σας με πελάτες αλλά και τη μέτρηση κινήσεων προώθησης.
9. Πάγια.
10. Αξιόγραφα.
11. Τραπεζικοί λογαριασμοί.
12. Πιστωτικές κάρτες.
13. Προϋπολογισμοί.

14. Προσωρινό ταμείο.
(<http://www.cyberarts.gr/>)

2.6. Sysco:



Εικόνα 9: Το λογότυπο του ομίλου. Πηγή : <http://www.syscoatlanta.com/>

Ο όμιλος της SYSCO είναι ένας από τους μεγαλύτερους και πλέον καταξιωμένους προμηθευτές ολοκληρωμένων λύσεων στον τομέα της Πληροφορικής (Information Technology Integrators) και στην αγορά του Hospitality, τόσο στον Ελλαδικό χώρο με την Sysco A.E. όσο και στην Κύπρο με την Sysco Cyprus Ltd.

Η ίδρυσή της έλαβε χώρα το 1984 από ανθρώπους με μεγάλη εμπειρία στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων στο χώρο μηχανογράφησης Ξενοδοχείων και Επισιτισμού, με σκοπό την ανάπτυξη και προβολή εμπορικών εφαρμογών λογισμικού και εξειδικευμένων λύσεων πληροφορικής βασισμένες στις πλέον σύγχρονες πλατφόρμες σχεδιασμού και ανάπτυξης λογισμικού.

Όλα αυτά τα χρόνια, η SYSCO έχει αναπτύξει μια έντονη δραστηριότητα σε όλους τους τομείς της αγοράς του Hospitality και προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις σε επιχειρήσεις όπως :

- 1) Αλυσίδες Ξενοδοχείων.
- 2) City & resort μονάδες ανεξαρτήτως μεγέθους.
- 3) Boutique και design ξενοδοχεία.

- 4) Πολυχώρους.
- 5) Water Parks.
- 6) Μαρίνες.
- 7) Εστιατόρια.
- 8) Μπαρ, Καφέ, Νυχτερινά Κέντρα κλπ.

Έχοντας πρώτιστο μέλημα την άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτηση, τη συνεχή υποστήριξη και ικανοποίηση των πελατών της.

Στην Ξενοδοχειακή αγορά σήμερα η SYSCO αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές εταιρίες παροχής μηχανογραφικών λύσεων, με περισσότερες από 300 εγκαταστάσεις σε ολόκληρη την Ελλάδα, αντιπροσωπεύοντας τις λύσεις μίας από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως εταιρίες παραγωγής ξενοδοχειακού λογισμικού, την Softbrands (πρώην Hotel Information Systems- H.I.S.), με περισσότερες από 7,500 εγκαταστάσεις διεθνώς.

Στην Αγορά της Εστίασης, με σημαντικές εγκαταστάσεις σε εστιατόρια, bar, πολυχώρους και water parks σε όλη την Ελλάδα. Οι εφαρμογές οι οποίες χρησιμοποιούνται είναι ανεπτυγμένες από τη SYSCO με τα πλέον σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης.

Προϊόντα:

- 1) Revenue Management.
- 2) POS.
- 3) F & B.
- 4) ERP (Hotel ERP).
- 5) Sales & Catering.
- 6) Spa.

(<http://www.sysco.gr/content>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

3.1. Γενικά

Στην Ελλάδα αναφορικά με τα Ηλεκτρονικά Συστήματα Κρατήσεων έχουν αναπτύξει ιδιαίτερη κινητικότητα οι μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων (π.χ. Hilton, Intercontinental κ.λ.π.), που διαθέτουν τα δωμάτια των ξενοδοχείων τους με κύριο και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το brand name τους. (<http://www.traveldailynews.gr>)

Παρακάτω αναφέρονται οι πιο διαδεδομένες ελληνικές εταιρίες πληροφορικής που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τουριστικό κλάδο.

3.2. Hospitality Integrated Technologies A.E. (HIT)



Εικόνα 10: Το λογότυπο της εταιρίας. Πηγή: <http://www.hit.com.gr/Home>

Η Hospitality Integrated Technologies A.E. (HIT) αποτελεί τη μεγαλύτερη εταιρία στο χώρο της Πληροφορικής στην τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα. Υποστηρίζει πάνω από το **85%** των μηχανογραφημένων ξενοδοχείων με πάνω από 1352 εγκαταστάσεις. Η εταιρία δημιουργεί τις καλύτερες και πιο κατάλληλες λύσεις για κάθε τύπο και κάθε μέγεθος επιχείρησης παράγοντας λογισμικό, αντιπροσωπεύοντας προϊόντα και υποστηρίζοντας υπολογιστικά συστήματα.

Η εταιρεία HIT A.E. απασχολεί πάνω από 45 άτομα και καθένα από αυτά είναι εκπαιδευμένο και απόλυτα εξειδικευμένο στον τομέα του. Επίσης, η εταιρία συμπεριλαμβάνει στο δυναμικό της σταθερό προσωπικό, το οποίο εδρεύει μόνιμα στη Θεσσαλονίκη και την Κρήτη, προσφέροντας άμεση και ουσιαστική υποστήριξη στους πελάτες που βρίσκονται εκεί.

Η HIT έχει την κατάλληλη υποδομή και το δυναμικό που απαιτείται έτσι ώστε να έχει τη δυνατότητα να καλύπτει όλο το εύρος των αναγκών υλοποίησης Πληροφοριακών Συστημάτων σε μια τουριστική επιχείρηση. Κύριος στόχος κατά τη διάρκεια της εταιρίας στο χώρο της Πληροφορικής και της Φιλοξενίας είναι η πρωτοτυπία, η αυθεντικότητα και η γνησιότητα των λύσεων που προσφέρει για την κοινωνία, την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στη χώρα μας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής αγοράς στον ελλαδικό χώρο με δημιουργικότητα και ακεραιότητα.

Στο πελατολόγιο της εταιρίας περιλαμβάνονται οι μεγαλύτερες ξενοδοχειακές αλυσίδες. Στο έργο της συγκαταλέγεται και η μηχανογράφηση του μεγαλύτερου ξενοδοχείου της γης, το Ολυμπιακό Χωριό του Αθήνα 2004 (16.000 κλίνες-28 receptions) εγκαθιστώντας το λογισμικό Protel PMS – Protel Head Quarters για τη λειτουργία των χώρων Φιλοξενίας και το FeB – HiTPOS για τα εστιατόρια καθώς επίσης και για το μηχανογραφικό σύστημα διαχείρισης πόρων & εξυπηρέτησης πελατών των Ολυμπιακών και Παραολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το έτος 2004.

Η Hit Hospitality προσφέρει ποικίλα προϊόντα για τις ξενοδοχειακές μονάδες που καλύπτουν όλο το φάσμα λειτουργιών τους. Μερικά από τα πιο σημαντικά προϊόντα είναι τα εξής:

Protel Front Office

Το Protel καλύπτει τις ανάγκες όλων των ειδών και μεγεθών ξενοδοχείου, προσφέροντας πολλούς και διαφορετικούς τρόπους για την καταχώρηση μιας κράτησης.

1) Κρατήσεις

Αφορά την εισαγωγή κρατήσεων, την αλλαγή από ένα δωμάτιο σε ένα άλλο ή από μία περίοδο σε άλλη, αλλαγές αφίξεων και αναχωρήσεων (Check-In/Check-Out) κ.λ.π.

2) Προφίλ πελάτη (Guest profile)

Σχετίζεται με τα fax και e-mails που στάλθηκαν στον πελάτη και με το ιστορικό των επιστολών.

3) Πλοηγός (Navigator)

Αναφέρεται στη δυνατότητα αλλαγής στοιχείων του πελάτη, στοιχείων κράτησης, τιμών ή και απλών μηνυμάτων.

4) Διαχείριση λογαριασμών (Invoicing)

Δίνει τη δυνατότητα προσθήκης λογότυπων και γραφικών και την ευκαιρία διάσπασης χρεώσεων διανυκτέρευσης εκ των υστέρων. Η ύπαρξη του Protel for Headquarters συμβάλλει στη διαχείριση του back-office, ουσιαστικά παρέχει κεντρική διαχείριση ολόκληρης της ξενοδοχειακής αλυσίδας, με τη διατήρηση αυτόνομης βάσης δεδομένων των συνδεδεμένων ξενοδοχείων, ενημερώνοντας τα κεντρικά για τη διαθεσιμότητα κάθε ξενοδοχειακής μονάδας και λαμβάνοντας κρατήσεις απ' αυτά.

Διασύνδεση με Google Analytics

Το εργαλείο αυτό βελτιστοποιεί την αποτελεσματικότητα των κρατήσεων και προσφέρει την πρόσβαση σε πληροφορίες που βοηθούν στη λήψη αποφάσεων, αφού μέσω αυτού καταγράφονται πλήθος στατιστικών στοιχείων, όπως η επισκεψιμότητα ανά χώρα προέλευσης, το ποσοστό επιτυχίας κ.λ.π.

Ermis.net

Πρόκειται για την εξέλιξη του πολύ διαδεδομένου ξενοδοχειακού πακέτου Ερμής της ίδιας εταιρείας, που "τρέχει" στη νέα έκδοσή του πλέον σε περιβάλλον Windows, χρησιμοποιώντας τα πιο σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης. Οποιαδήποτε στιγμή αποφασίσει ο πελάτης, μπορεί να μεταβεί στο νέο περιβάλλον με όλο το ιστορικό και τα αρχεία που είχε στον κλασικό Ερμή. (<http://www.hit.com.gr/Home>)

HiTPOS Suite με ασύρματη παραγγελιοληψία

Περιλαμβάνει εφαρμογές και λύσεις προσαρμοσμένες στις ανάγκες του κλάδου εστίασης και ιδιαίτερα στην προετοιμασία, στη γρήγορη εξυπηρέτηση, στην οργάνωση της παραγωγής, στην ποιότητα και στον έλεγχο του κόστους.

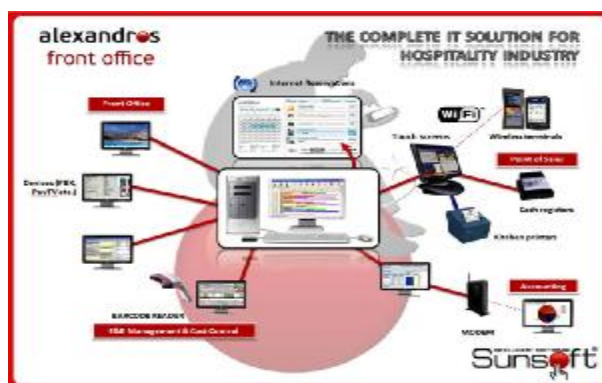
WebHotelier

Αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα online κρατήσεων για ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα κάθε είδους, το οποίο υποστηρίζει λειτουργίες κράτησης και διανομής του τουριστικού προϊόντος. Το back-office του WebHotelier συνδυάζει εργαλεία που έχουν σχεδιαστεί με βάση τις ανάγκες του ξενοδόχου, διευκολύνει τη διαχείριση των τιμών και διαθεσιμοτήτων των δωματίων και βοηθάει τους χρήστες να εξοικονομούν χρόνο.

WebHotel

Το WebHotel είναι μια εφαρμογή front-office και ηλεκτρονικών κρατήσεων στα μικρά ξενοδοχεία και καταλύματα που απέφευγαν να εγκαταστήσουν ένα πληροφοριακό σύστημα λόγω του ακριβού εξοπλισμού. Η εφαρμογή, η οποία και χρησιμοποιεί την τεχνολογία Microsoft.net προσφέρει διαχείριση κρατήσεων, πλάνο δωματίων, πλάνο γευμάτων εστιατορίου, αφίξεις κι αναχωρήσεις πελατών, παρακολούθηση λογαριασμών, αρχείο πελατών, δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων-WebHotelier καθώς και ηλεκτρονική υποστήριξη. Προσφέρει έναν ενιαίο μηχανισμό κρατήσεων, διαθεσιμότητα από κοινή βάση προς κάθε διαδικτυακή πηγή, όπως IDS (Internet Distribution Systems), GDS (Global Distribution Systems), τις επιχειρηματικές κρατήσεις (Business to Business-B2B) από travel agents κ.λ.π. (<http://www.hit.com.gr/Home>)

3.3. SUNSOFT ALEXANDROS



Εικόνα 11: Μηχανογραφικές λύσεις ξενοδοχειακής μονάδας Πηγή : (<http://www.sunsoft.gr>)

Η εταιρία SUNSOFT ALEXANDROS ιδρύθηκε το 1990 και παράγει λογισμικό σε περιβάλλον Windows από το 1991. Διαθέτει λύσεις και εφαρμογές για χώρους εστίασης στην αγορά των οποίων κατέχει μάλιστα την πρώτη θέση πωλήσεων με εφαρμογές ασύρματης παραγγελιοληψίας καθώς επίσης και συστήματα ERP για ξενοδοχειακές μονάδες, εμπορικές επιχειρήσεις και λογιστικά γραφεία. Σήμερα οι εφαρμογές Αλεξανδρος, Αλεξανδρος Αμβροσία, Αλεξανδρος Front Office, Αλέξανδρος CRM και INFINITE, είναι εγκατεστημένες σε περισσότερες από 6.000 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και την Κύπρο προσφέροντας στους χρήστες τους σταθερότητα, αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα. Οι 6.000 πελάτες της αφορούν επιχειρήσεις εστίασης (περισσότερα από 1.900 cafe | bar | restaurants), ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (περισσότερα από 600 Ξενοδοχεία) καθώς και εμπορικές επιχειρήσεις και οργανισμούς (περισσότερες από 3.500 επιχειρήσεις και οργανισμούς).

(<http://www.sunsoft.gr>)

Τα σημαντικότερα προϊόντα της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι τα εξής:

Alexandros Front Office

Το προϊόν απευθύνεται σε όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων, ανεξάρτητα από το μέγεθος, την οργάνωση και το φάσμα υπηρεσιών που προσφέρουν. Καλύπτει όλες τις λειτουργίες για τις κρατήσεις, την reception, τους χρεώστες και συνδέεται με τις εφαρμογές Αμβροσία και Γενική Λογιστική της τεχνολογίας Αλέξανδρος της εταιρίας.

Alexandros F&B Management

Η εφαρμογή αυτή συμβάλλει στη βελτιστοποίηση της ποιότητας των πληροφοριών, την επιτάχυνση των διαδικασιών, τη δυνατότητα επεκτασιμότητας του συστήματος στις μελλοντικές αλλαγές και τη μείωση του λειτουργικού κόστους.

(<http://www.sunsoft.gr>)

Alexandros Αμβροσία

Σε συνδυασμό με την τεχνολογία Microsoft Windows, η εφαρμογή Alexandros Αμβροσία αποτελεί την ιδανικότερη λύση για την μηχανοργάνωση της σύγχρονης επιχείρησης μαζικής εστίασης. δίνοντας λύσεις σε όλο τον κύκλο εργασιών ενός πολυχώρου ή μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Alexandros Λογιστική

Περιλαμβάνει ενδεικτικά τη διαχείριση λογαριασμών γενικής λογιστικής, τις εκτυπώσεις ισοζυγίων και αναλυτικών ισοζυγίων γενικής λογιστικής, εγγραφές τέλους χρήσης, αποσβέσεις, πωλήσεις παγίων και αναπροσαρμογή αξίας παγίων.

(<http://www.sunsoft.gr>)

Alexandros CRM

Το Alexandros CRM διευκολύνει τις διαδικασίες μιας επιχείρησης, υποστηρίζει τα στελέχη της και την καθιστά πιο κερδοφόρα. Αποτελεί μια εφαρμογή της ανάπτυξης του Marketing της κάθε εταιρίας όπως οργάνωση, πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις, επαφές, ραντεβού, προσφορές κ.ά. (<http://www.sunsoft.gr>)

Alexandros Statistics

Σκοπός αυτού του συστήματος είναι όχι μόνο η συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων, αλλά και η διανομή των πληροφοριών που προκύπτουν στα διευθυντικά στελέχη, έτσι ώστε χρησιμοποιώντας τις απαραίτητες πληροφορίες, την κρίση και τη διαίσθηση τους να παίρνουν τις καλύτερες δυνατές αποφάσεις για την επιχείρησή τους. (<http://www.sunsoft.gr>)

Alexandros Consolidation

Είναι μια εφαρμογή κεντρικής επεξεργασίας στατιστικών δεδομένων ξενοδοχείων αλυσίδας. Καθημερινά συγκεντρώνει τα στοιχεία από τα απομακρυσμένα ξενοδοχεία συγχρονίζοντας τις βάσεις δεδομένων τους με αυτήν του

κεντρικού. Παρακολουθεί όλα τα στοιχεία που αφορούν το παρελθόν αλλά και την μελλοντική κατάσταση κάθε ξενοδοχειακής αλυσίδας ανά περιφέρεια ή ακόμα και συγκεντρωτικά. (<http://www.sunsoft.gr>)

Άλλα προϊόντα της επιχείρησης είναι:

- 1) Web Booking Engines
- 2) Online Booking Reservation System
- 3) Saffran - F&B Management - Navision
- 4) IDeaS Revenue Optimization
- 5) Ασύρματη Κλήση Σερβιτόρου - Leanko
- 6) Σύστημα Κινδύνου Ασύρματης Ειδοποίησης LEANKO

(<http://www.sunsoft.gr/load/content/>)

3.4. SingularLogic Hospitality System Hotel



Εικόνα 12: Το λογότυπο της εταιρίας Πηγή : <http://www.singularlogic.eu>

Η SingularLogic Hospitality System Hotel είναι η πιο σύγχρονη λύση για την ολοκληρωμένη αυτοματοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας μας. Διαθέτει προηγμένα και ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα καθώς και πλήρεις υπηρεσίες υποστήριξης, ανεξάρτητα από το μέγεθος, την επενδυτική ικανότητα και

την εσωτερική υποδομή μιας επιχείρησης. Υποστηρίζεται από το μεγαλύτερο πανελλαδικό δίκτυο συνεργατών, προσαρμόζεται απόλυτα στις ανάγκες των ξενοδοχειακών μονάδων και παρέχει πλήρη και αυτοματοποιημένη κάλυψη όλων των λειτουργιών τους. Προσφέρει άμεση συγκεντρωτική & αναλυτική πληροφόρηση, μέσω εκτυπώσεων κι αναφορών με πλήρη στατιστικά και ιστορικά στοιχεία καθώς επίσης και τη δυνατότητα αποτελεσματικών προβλέψεων.

<http://www.singularlogic.eu>

Τα προϊόντα της εξυπηρετούν στις κρατήσεις, στη διαδικασία τιμολόγησης, στην ανταλλαγή συναλλάγματος, στη διαχείριση πωλήσεων, στη διαχείριση ξενοδοχειακής αποθήκης, στη διαχείριση τμήματος πωλήσεων και εκδηλώσεων. Επιπλέον, επιτρέπουν τη σύνδεση των υπηρεσιών τηλεφωνικού κέντρου, τη σύνδεση με λογιστικές εφαρμογές και τη ρήση ασύρματων τερματικών για παραγγελιοληψία.

Τα κυριότερα από αυτά είναι τα εξής:

SHS Front Office

Περιλαμβάνει πλάνα κρατήσεων και δωματίων, κρατήσεις γκρουπ, ειδικά πακέτα, τιμοκατάλογους, προτιμολόγηση καθώς επίσης και συγκεντρωτική τιμολόγηση, το ιστορικό των πελατών, ανταλλαγή συναλλάγματος, εσωτερικό έλεγχο, προβλέψεις και προγράμματα πιστότητας.

SHS Interface FO – Locking System

Υποστηρίζει τη σύνδεση ηλεκτρομαγνητικών ή μηχανικών κλειδαριών.

SHS Point of Sales

Σχετίζεται με τη χρήση ασύρματων τερματικών για παραγγελιοληψία.

SHS Food & Beverage

Αφορά τη διαχείριση ξενοδοχειακής αποθήκης.

SHS Interface FO – Τηλεφωνικό Κέντρο

Επιτρέπει τη σύνδεση των υπηρεσιών τηλεφωνικού κέντρου.

SHS Sales & Catering

Αναφέρεται στη διαχείριση τμήματος πωλήσεων και εκδηλώσεων.

SHS Interface FO – PAY TV

Υποστηρίζει τη σύνδεση των υπηρεσιών PAY TV.

SHS Interface FO – Γενική Λογιστική

Συνδέεται με λογιστικές εφαρμογές.

Πηγή: (<http://www.singularlogic.eu>)

3.5. E-Commerce Smart Hospitality Suite



Η E-Commerce είναι αμιγώς ελληνική εταιρεία συστημάτων πληροφορικής και μεταξύ άλλων δραστηριοποιείται και στο χώρο της εστίασης. Το Smart Hospitality Suite είναι ένα σύγχρονο πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης ξενοδοχείου σε περιβάλλον windows. Προσφέρει και υποστηρίζει μια μεγάλη γκάμα προϊόντων λογισμικού και προηγμένων υπηρεσιών καλύπτοντας όλες τις διαδικασίες και υπηρεσίες που προσφέρει ένα σύγχρονο ξενοδοχείο ή εστιατόριο.

(http://ecommerce.com.gr/?page_id=2)

Συνδυάζοντας τις γνώσεις τόσο από το χώρο της πληροφορικής όσο και από το χώρο του τουρισμού, διαθέτει αξιόπιστες λύσεις που καλύπτουν τις απαιτήσεις οργάνωσης των ξενοδοχειακών μονάδων, συμβάλλουν στην ύπαρξη on-line επικοινωνίας όλων των τμημάτων των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, παρέχουν ακρίβεια, πιστότητα και αμεσότητα ροής της πληροφορίας, προϋποθέτουν αξιόπιστα συστήματα και ταυτόχρονα βαθιά πολύπλευρη γνώση. (<http://ecommerce.com.gr>)

Κάποια από τα προϊόντα του E-Commerce Smart Hospitality Suite είναι:

Front Office

Αφορά την απλοποιημένη καταχώρηση και διαχείριση σύνθετων κρατήσεων, τη διαχείριση κρατήσεων με διαφορετικές ημερομηνίες αφίξεων και αναχωρήσεων δωματίων, τις μεταβολές στη διαμονή και πιο συγκεκριμένα αλλαγές δωματίων, όρων, χρεώσεων και τύπων γευμάτων. Επιπλέον, το ιστορικό των πελατών κι όλες τις διαδικασίες υποδοχής σε μία οθόνη. (<http://ecommerce.com.gr>)

Smart –Contacts

Είναι λογισμικό οργάνωσης των τμημάτων: Πωλήσεων, Direct Marketing και Client Service. Οι δυνατότητες που παρέχει όπως η ταχύτητα στη χρήση, η πλήρης γνώση του ιστορικού αλλά και των μελλοντικών ενεργειών του πελάτη, η αρχειοθέτηση και παρακολούθηση της αλληλογραφίας με τον πελάτη και η επικοινωνία του με άλλες εφαρμογές (Outlook, Excel, Word κ.λ.π.), είναι κάποιοι από τους λόγους για τους οποίους το Smart – Contacts, καθίσταται ένα ισχυρότατο εργαλείο διαχείρισης κι ελέγχου των τμημάτων Πωλήσεων, Marketing και Client Service των ξενοδοχειακών μονάδων. (<http://ecommerce.com.gr>)

Touch Screen P.O.S.

Πρόκειται για ένα σύστημα παραγγελιοληψίας για επισιτιστικά τμήματα ξενοδοχείου και εστιατόρια. Οι ιδιαίτερες δυνατότητες που παρέχει είναι η ασύρματη

παραγγελιοληψία, η αυτοματοποιημένη εφαρμογή τιμολογιακής πολιτικής, η παροχή εκπτώσεων, φιλοξενιών, ειδικών τιμολογιακών πολιτικών με ή χωρίς έγκριση του υπεύθυνου και οι ειδικές προσφορές χρονικά προσδιορισμένες (happy hour).

Stock – F&B Control

Πρόκειται για την εφαρμογή διαχείρισης αποθέματος και κεντρικού ελέγχου των σημείων πώλησης με κοστολόγηση. Περιλαμβάνει αυτοματοποιημένη διαδικασία παραγγελιών των τμημάτων προς τις κεντρικές αποθήκες, αναλυτικότερο ιστορικό ειδών και προμηθευτών και δυνατότητα ανάπτυξης υποσυστημάτων κατά παραγγελία.

Smart – Accounting

Η εφαρμογή Γενικής και Αναλυτικής Λογιστικής Smart – Accounting, διαφοροποιείται από αυτές που κυκλοφορούν στην αγορά διότι διαθέτει ανεξάρτητα καθολικά χρεωστών, πιστωτών, ταμείο που καθιστούν πιο εύκολες τις καταχωρήσεις σε πωλήσεις, αγορές, έξοδα, εισπράξεις, πληρωμές ακόμα και από χρήστες με μικρή ή καθόλου γνώση λογιστικής, προσφέροντας ταυτόχρονα σημαντική βοήθεια στον περιορισμό των λαθών.

Spa & Beauty

Πρόκειται για έναν ευέλικτο, σύγχρονο και φιλικό προς τον χρήστη λογισμικό διαχείρισης κέντρων Spa, θαλασσοθεραπείας και αθλητικών εγκαταστάσεων, το οποίο είναι σε θέση να παρέχει ακριβώς το είδος της πληροφόρησης που απαιτείται

Events

Είναι απαραίτητο εργαλείο διαχείρισης, ελέγχου και λογιστικής παρακολούθησης εκδηλώσεων, ανεξάρτητα από το εάν προϋποθέτει αίθουσες και χώρους ή μόνο resources (προσωπικό, τραπέζια, καρέκλες κ.λ.π.) μιας επιχείρησης.

Smart Hospitality Suite

Η σουίτα εφαρμογών Smart Hospitality Suite είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να δίνει λύσεις στις πιο απαιτητικές και δύσκολες περιπτώσεις διαχείρισης αλυσίδας ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Interfaces

Είναι εφαρμογές μέσω των οποίων, το Smart Hospitality Suite, μπορεί να συνδεθεί on line ή off Line με περιφερειακά συστήματα hardware (π.χ. τηλεφωνικά κέντρα, Door Locking, Pay TV), αλλά και περιφερειακά συστήματα software (π.χ. Συστήματα “On Line” κρατήσεων CRS, GDS, εφαρμογές Office Word, Excel, επώνυμα προγράμματα Γενικής Λογιστικής) (<http://ecommerce.com.gr>)

3.6. Eurotel Hospitality



Εικόνα 13: Το λογότυπο της εταιρίας. Πηγή: <http://www.eurotel.gr>

Η Eurotel Hospitality διαθέτει μια επιτυχημένη πορεία εδώ και 20 χρόνια περίπου στην ελληνική και κυπριακή αγορά και αποτελεί μια από τις κορυφαίες εταιρείες λύσεων και υπηρεσιών τεχνολογίας για όσες επιχειρήσεις κινούνται στους κλάδους της φιλοξενίας, της ψυχαγωγίας και της εστίασης. Κατά κύριο λόγο απευθύνεται σε τουριστικές επιχειρήσεις, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, fastfood, café, catering, casino, νυκτερινά κέντρα, θεματικά πάρκα, στάδια κ.λ.π. (<http://www.eurotel.aspx>)

Η εταιρία προσφέρει λύσεις και υπηρεσίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, όπως είναι για παράδειγμα η αρχική ανάλυση αναγκών, η προμήθεια και εγκατάσταση λογισμικού και εξοπλισμού, οι συμβουλευτικές

υπηρεσίες, ο σχεδιασμός έργου, η εκπαίδευση χρηστών και η 24ωρη υποστήριξη σε κάθε πελάτη. Αναμφίβολα, οι υπηρεσίες που προσφέρει, συμβάλουν καθοριστικά στην οργάνωση των λειτουργιών front και back office μιας επιχείρησης και δίνουν την ευκαιρία σε όσους τις αξιοποιούν, να προσφέρουν κι αυτοί με τη σειρά τους άριστη εξυπηρέτηση σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας τους. (<http://www.eurotel.gr>)

Στα βασικά προϊόντα της Eurotel Hospitality συγκαταλέγονται:

Opera Enterprise Solution (OES)

Το OPERA OES είναι μία πλήρως ολοκληρωμένη σουίτα προϊόντων και κατάλληλη από μια μικρή μεμονωμένη ξενοδοχειακή μονάδα έως και μια μεγάλη ξενοδοχειακή αλυσίδα. Παρέχει διευκολύνσεις σε συστήματα κρατήσεων, πωλήσεων, ποιότητας υπηρεσιών, υποστήριξης κ.ά. (<http://www.eurotel.gr>)

Opera Sales & Catering

Το Opera S&C είναι ένα πλήρες πρόγραμμα παρακολούθησης των πωλήσεων και των εκδηλώσεων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Το Opera S&C είναι απαραίτητο εργαλείο για τον προγραμματισμό εκδηλώσεων και την παροχή υπηρεσιών catering από την κράτηση της αίθουσας μέχρι την επιλογή του μενού και του εξοπλισμού.

Fidelio Suite 8

Η καινοτομία στο Fidelio Suite 8 είναι ότι παρέχει τη δυνατότητα στα στελέχη και στο προσωπικό μιας ξενοδοχειακής μονάδας να παρατηρήσουν συνολικά τα στοιχεία και τις πληροφορίες των πελατών τους αφού χρησιμοποιούνται τα ίδια δεδομένα με τις πωλήσεις ή το τμήμα σίτισης. (<http://www.eurotel.gr>)

Micros 9700

Απευθύνεται κυρίως σε μεγάλες επιχειρήσεις. Είναι σχεδιασμένο για να ενσωματώνει όλες τις λειτουργίες του Front και Back-office στον τομέα των εστιατορίων και της εστίασης στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

(<http://www.eurotel.gr>)

Micros RES

Δίνει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να έχει τον απόλυτο έλεγχο των σταθερών σημείων πώλησης, των παραγγελιών και της γρήγορης προώθησής τους, τον έλεγχο της αποθήκης και τη στενή παρακολούθηση της παραγωγικότητας του προσωπικού. Επιπλέον, έχει τον έλεγχο των τιμών και ειδικών προσφορών καθώς επίσης και τη λογιστική και εμπορική διαχείριση. (<http://www.eurotel.gr>)

Materials Control

Το Materials Control είναι μία ολοκληρωμένη εφαρμογή που σχετίζεται με τον κεντρικό έλεγχο αποθήκης και την ξεκάθαρη εικόνα αποθέματος μέσω ελέγχου της ροής των προϊόντων και των υλικών, των απογραφών και της κοστολόγησης.

Myfidelio.net

Το σύστημα διαδικτυακών κρατήσεων Myfidelio.net υποστηρίζει πολλαπλές περιγραφές και εικόνες (Photo Galleries) του ξενοδοχείου και των δωματίων κατά την προβολή του. (<http://www.eurotel.gr>)

Polarbar

Ο ποιοτικός ηλεκτρονικός έλεγχος που προσφέρει το Polarbar, ικανοποιεί όλες τις ανάγκες των ξενοδοχείων στον κλάδο της φιλοξενίας. Επιπλέον, στα διάφορα στάδια παραγωγής των προϊόντων χρησιμοποιείται εξειδικευμένο λογισμικό στοχεύοντας στην υψηλή ποιότητα και την ελαχιστοποίηση των λαθών από τον ανθρώπινο παράγοντα. (<http://www.eurotel.gr/hospitality.aspx>)

3.7. Σύγκριση εταιρειών πληροφοριακών συστημάτων κρατήσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες:

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΑ - ΚΡΙΤΗΡΙΑ	HIT HOSPITA LITY	EUROTEL HOSPITALITY	E - COMMERCE (smart hospitality suite)	SUNSOFT (Alexandro s suite)	SINGULAR LOGIC (HOTEL SYSTEM)
ΣΟΥΙΤΑ - ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	ΌΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΔΙΚΤΥΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ	ΑΘΗΝΑ	ΑΘΗΝΑ,ΠΑΤΡΑ,ΡΟΔΟ, ΚΡΗΤΗ	ΑΘΗΝΑ,ΚΥΠΡΟΣ, ΜΥΚΟΝΟΣ,ΚΡΗΤ Η	ΠΑΛΕΛΛΗΝΙΟ ΔΙΚΤΥΟ (50 καταστήματα)	500 ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΌΧΙ	3 ΕΚΔΟΣΕΙΣ	ΌΧΙ	ΌΧΙ	2 ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΕΥΧΡΗΣΤΟ	ΝΑΙ DESKTOP ΑΝΑ ΧΡΗΣΤΗ	ΠΟΛΛΥΠΛΟΚΟ (Πολλές εφαρμογές συνδέονται μεταξύ τους)	ΝΑΙ (ταυτόχρονη χρήση desktop ανά χρήστη)	ΝΑΙ (ταυτόχρονη χρήση οθονών)	ΝΑΙ (Ομοιομορφία στα παράθυρα,λειτουργικότη τα,απλή χρήση
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ WINDOWS	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ OFFICE	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΚΟΣΤΟΣ	-	-	-	-	-
ΚΟΙΝΗ ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΌΧΙ	ΌΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΆΛΛΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ	ΌΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ON LINE ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	ΝΑΙ Protel web , booking engine	ΝΑΙ My fidelio net	ΝΑΙ Travel Proxy	ΟΧΙ	ΌΧΙ

Πίνακας 1. Σύγκριση εταιρειών πληροφοριακών συστημάτων κρατήσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

4.1. Η χρήση των GDS στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Οι Εφαρμογές της Τεχνολογίας της Πληροφορικής στα πλαίσια της ανάπτυξης και της χρήσης ενός κεντρικού συστήματος κρατήσεων συναντώνται στην πληροφόρηση σχετικά με τα διαθέσιμα δωμάτια μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι τα συστήματα κρατήσεων παίζουν καθοριστικό ρόλο στη σωστή και αποτελεσματική λειτουργία ενός ξενοδοχείου με την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία που καταχωρούνται πρέπει να είναι σαφή κι έγκυρα, ώστε να παρέχουν πολύτιμα προϊόντα και υπηρεσίες στον τουρίστα-καταναλωτή.

Διαδικασία κράτησης ενός δωματίου

Η διαδικασία κράτησης ενός δωματίου περιλαμβάνει τα εξής στάδια :

1) Επίδειξη διαθεσιμότητας

Αρχικά, ο ταξιδιωτικός πράκτορας καθορίζει την ημερομηνία διαμονής και την κατηγορία τιμής που επιθυμεί ο πελάτης. Στη συνέχεια το σύστημα παρουσιάζει έναν κατάλογο ξενοδοχείων που είναι σύμφωνο με τα κριτήρια και περιλαμβάνει τις βασικές πληροφορίες για κάθε ξενοδοχείο. Το βήμα αυτό είναι πολύ σημαντικό για τα επόμενα στάδια διότι κρίνεται ποια ξενοδοχεία θα ερευνηθούν περισσότερο με βάση αυτές τις ελάχιστες διαθέσιμες πληροφορίες. Η τοποθεσία της ξενοδοχειακής

μονάδας και η τιμή είναι τα σημαντικότερα κριτήρια για έναν ταξιδιωτικό πράκτορα και τους πελάτες του.

2) Περιγραφή ξενοδοχείων

Σε αυτό το σημείο η ποιότητα των πληροφοριών που παρέχεται από κάθε ξενοδοχείο καθορίζει την εικόνα του στον πράκτορα και τον πελάτη. Το GDS δίνει τη δυνατότητα στον ταξιδιωτικό πράκτορα να επιλέξει άλλα ξενοδοχεία εάν ο πελάτης δεν ικανοποιείται από τις περιγραφές των ήδη επιλεγμένων.

3) Περιγραφές τιμών

Με την περιγραφή της τιμής των ξενοδοχείων, ο πελάτης έχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες μπροστά του κι αυτό είναι πιο αξιόπιστο από μια τηλεφωνική συμφωνία που η συνεννόηση γίνεται προφορικά. Οι τιμές του κάθε ξενοδοχείου μπορούν να τροποποιηθούν οποιαδήποτε στιγμή.

4) Η πώληση δωματίων

Αφού ο πελάτης έχει κάνει την επιλογή του, ο ταξιδιωτικός πράκτορας κάνει κράτηση στο δωμάτιο με το πάτημα μόνο μερικών πλήκτρων στον υπολογιστή μέσα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα.

Σε πρώτη φάση η χρήση των GDS έχει σκοπό την αποτελεσματική διάθεση των διαθέσιμων κλινών με απευθείας πώληση κι επιπλέον την αύξηση της ετήσιας πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων και την αύξηση των εσόδων τους. Παράλληλα όμως, προσφέρουν και άλλα προϊόντα σε κάποιες περιστάσεις, όπως για παράδειγμα κρατήσεις εγκαταστάσεων άθλησης, αίθουσας εκδηλώσεων και αίθουσας συνεδρίων τους. Επί πρόσθετα το σύστημα διανομής κρατήσεων δίνει την ευκαιρία στην ξενοδοχειακή επιχείρηση να διευρύνει το πελατολόγιό της αφού θα έχει τη δυνατότητα να διαθέτει δωμάτια σε νέες αγορές διεθνώς που μέχρι στιγμής δεν είχαν εύκολη πρόσβαση, ενώ της προσφέρει μεγάλη διαφημιστική προβολή με

σχετικά χαμηλό κόστος. Τα GDS αποτελούν σημαντικό εργαλείο του τμήματος μάρκετινγκ του ξενοδοχείου εφόσον μέσω αυτού παρακολουθούνται οικονομικά στοιχεία και στοιχεία ιδιαίτερων προτιμήσεων των πελατών.

(<http://www.traveldailynews.gr>)

4.2. Hotel Electronic Distribution Network Association (HEDNA)



Εικόνα 15: Το λογότυπο της εταιρίας. Πηγή: <http://www.hedna.org/>

Η Ένωση Δικτύου Ηλεκτρονικής Ξενοδοχειακής Διανομής (HEDNA) ιδρύθηκε κατά το έτος 1991 όταν δημιουργήθηκε η ανάγκη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων να αντιπροσωπευθούν στο ταξιδιωτικό δίκτυο. Η HEDNA αντιπροσωπεύει ξενοδοχεία, αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις ξενοδοχείων, κοινοπραξίες ταξιδιωτικών-αντιπροσωπειών, παγκόσμια συστήματα διανομής (GDS) καθώς και άλλους φορείς στο ηλεκτρονικό δίκτυο διανομής

Σκοπός της οργάνωσης αυτής είναι να προωθήσει τη χρήση των συστημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών των ταξιδιωτικών γραφείων ως μέσο αύξησης των κρατήσεων των ξενοδοχείων. Η HEDNA πέρα από αυτό έχει συμβάλλει στη συνεργασία αρκετών φορέων για την επίλυση ζητημάτων, την ανάπτυξη νέων ιδεών, την ανταλλαγή πληροφοριών και την περαιτέρω προβολή και προώθηση των Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διανομής. (<http://www.hedna.org/>)

Το πιο σημαντικό είναι ότι η HEDNA αναγνώρισε την πραγματικότητα, δηλαδή ότι το προσωπικό των ξενοδοχείων μέχρι σήμερα δεν έχει εκπαιδευτεί στη χρήση των GDS. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα, η HEDNA σε

συνεργασία με το πανεπιστήμιο του Cornell, ασχολήθηκε με την εκπαιδευτική κατάρτιση GDS του ξενοδόχου, η οποία περιλαμβάνει ποικιλία υλικού, ένα εγχειρίδιο, φυλλάδια και φύλλα εργασίας. Συνεπώς, το ξενοδοχειακό προσωπικό έχει τη δυνατότητα να καταλάβει καλύτερα και να χρησιμοποιήσει αυτό το πολύτιμο εργαλείο μάρκετινγκ και κανάλι διανομής. Το εγχειρίδιο που αναφέρθηκε περιέχει μια γενική επισκόπηση του παγκόσμιου δικτύου διανομής, πληροφορίες για τη διαδικασία κράτησης των ταξιδιωτικών πρακτόρων και για αλλαγή κάποιων δεδομένων των ξενοδοχείων καθώς επίσης και στοιχεία κέρδους και κόστους.

(<http://www.hedna.org/index.cfm>)

4.3. Περιγραφή των τριών πιο διαδεδομένων Συστημάτων Ηλεκτρονικής Διανομής

Τα μεγάλα Συστήματα Διανομής Κρατήσεων (GDS) παρουσίασαν σημαντική ανάπτυξη και σε αυτά αρχικά συνδέθηκαν μία σειρά από συστήματα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems - HDS), τα οποία εν συνεχεία αναπτύχθηκαν αυτόνομα. Στις μέρες μας τα GDS αποτελούν αυτόνομες επιχειρήσεις με υψηλή κερδοφορία, τα έσοδα των οποίων προέρχονται από τα ποσοστά που εισπράττουν από όλες τις πραγματοποιούμενες μέσω αυτών κρατήσεις. Από αυτά τα σημαντικότερα και πιο διαδεδομένα είναι το Amadeus, το Galileo και το Sabre.

4.3.1. Amadeus



Εικόνα 16: Λογότυπο Πηγή: <http://www.amadeus.net>

Το Amadeus σε σχέση με τα άλλα δύο κυριότερα GDS είναι το νεότερο. Είναι αναμφισβήτητα από τα κορυφαία Παγκόσμια Δίκτυα Διανομής Κρατήσεων και παροχής τεχνικών υπηρεσιών που εξυπηρετούν τις ανάγκες του ταξιδιού στον τουριστικό κλάδο σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ίδρυσή της εταιρίας σημειώθηκε κατά τη διάρκεια του έτους 1987 στο Μόναχο από τις αεροπορικές εταιρίες Air France, Iberia, Lufthansa και SAS. (<http://www.traveldailynews.gr>)

Όταν ιδρύθηκε οι αεροπορικές εταιρίες κατείχαν ίσο μερίδιο της Amadeus Global Travel Distribution S.A. Όμως, λίγα χρόνια μετά την ίδρυσή της, το 1991, η εταιρία αερομεταφορών SAS πούλησε το μερίδιό της λόγω οικονομικών προβλημάτων και κατόπιν άνηκε στις υπόλοιπες τρεις εταιρίες. Αυτή τη στιγμή, οι τρεις ιδρυτικές μέτοχοι αεροπορικές εταιρίες έχουν στην ιδιοκτησία τους το 59,92 % της εταιρίας. Ειδικότερα, η Air France κατέχει το 23,36 %, η Iberia το 18,28 % καθώς επίσης και η Lufthansa κατέχει το ίδιο ποσοστό με τη δεύτερη, δηλαδή 18,28 %. Το υπόλοιπο ποσοστό, 40,08 %, αποτελεί αντικείμενο συναλλαγής από άλλους μικρότερους μετόχους. (<http://www.wikipedia.org>)

Η Amadeus κατά τη διάρκεια τριών δεκαετιών έκανε πολύ σημαντικά βήματα στην πορεία της. Η εταιρεία έχει την πρώτη θέση σε τοποθεσίες παγκοσμίως και είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι ενώ διαθέτει το μικρότερο αριθμό προορισμών στις ΗΠΑ εξυπηρετεί τις περισσότερες χώρες από τις υπόλοιπες εταιρίες GDS. Επιπλέον, κατέχει πάρα πολλά ταξιδιωτικά γραφεία σε όλο τον κόσμο και μεγάλο αριθμό κρατήσεων. (<http://www.wikipedia.org>)

Με την απόκτηση της e-Travel το 2001, η Amadeus διαθέτει ακόμα μια νέα επιχειρηματική μονάδα, η οποία προσφέρει λύσεις για το ηλεκτρονικό εμπόριο σε διεθνές επίπεδο. Το e-Travel παρέχει τρόπους που ενσωματώνουν όλα τα στοιχεία διαχείρισης του ταξιδιωτικού προγράμματος σε μια υπηρεσία που βασίζεται στο Internet. Έτσι δίνεται η ευκαιρία στους ταξιδιώτες να πραγματοποιήσουν κρατήσεις σε αεροπορικές εταιρίες, σε ξενοδοχειακές μονάδες και γενικά σε εταιρίες που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες. (<http://www.amadeus.com>)

Τα τοπικά γραφεία του Παγκόσμιου Συστήματος Διανομής Κρατήσεων Amadeus βρίσκονται στις παρακάτω τοποθεσίες :

Μαϊάμι (για Η.Π.Α., Καναδά, Κεντρική Αμερική, Καραϊβική)

Μπουένος Άιρες (για Νότια Αμερική)

Μπανγκόκ (για Ασία, Ειρηνικό, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία)

Το επιτελείο του Amadeus βρίσκεται στη Μαδρίτη κι από εκεί καθορίζονται η διεύθυνση, το ανθρώπινο δυναμικό, η διαχείριση και οι σχέσεις με τους προμηθευτές, τους συνεργάτες και τα ταξιδιωτικά γραφεία. Διαθέτει παράλληλα κεντρικά γραφεία σε πολλές πόλεις και απασχολεί περίπου 4.000 υπαλλήλους διεθνώς. Επίσης, το Amadeus λειτουργεί με το δίκτυο Amanet και η βάση δεδομένων του είναι μεταξύ των μεγαλύτερων του είδους τους στον ευρωπαϊκό χώρο. Μιλώντας με αριθμούς, αυτό το σύστημα εξυπηρετεί περισσότερα από 57.000 ταξιδιωτικά γραφεία και πάνω από 435 αεροπορικές εταιρίες συμπεριλαμβανομένων 60 χαμηλού κόστους παγκοσμίως. Ακόμα παρέχει πρόσβαση σε περίπου 59.000 ξενοδοχεία και 50 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων καθώς και σε άλλες εταιρίες παροχής τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. ναυτιλιακών, σιδηροδρόμων).

(<http://www.traveldailynews.gr>)

Για λογαριασμό της εταιρίας πραγματοποιήθηκαν 850 εκατομμύρια ταξιδιωτικές συναλλαγές το 2010.

Η μητρική εταιρεία της Amadeus IT Group, που κατέχει πάνω από το 99,7% της επιχείρησης, είναι η Amadeus IT Holding SA, η οποία είναι εισηγμένη στο ισπανικό χρηματιστήριο από το 2010. Το έτος 2009, η εταιρεία κατέγραψε έσοδα € 2.461 εκατομμύρια.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Amadeus_IT_Group)

Τα προϊόντα του Amadeus περιλαμβάνουν :

- 1) Το e-Travel, το οποίο όπως προαναφέρθηκε, προσφέρει λύσεις στους χρήστες του e-commerce παγκοσμίως κι έτσι οι ταξιδιώτες μπορούν να κάνουν τις κρατήσεις τους μέσω διαδικτύου πιο εύκολα.
- 2) Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), που διατηρεί 120 ιστοσελίδες, οι οποίες εξυπηρετούν περίπου 3.000 ταξιδιωτικά γραφεία και 40 αεροπορικές εταιρείες κάθε χρόνο.

- 3) Προμηθευτές υπηρεσιών IT, αφού όσοι φτιάχνουν πακέτα εκδρομών, μπορούν να μεταχειρίζονται κρατήσεις εκδρομών εύκολα, γρήγορα και ανέξοδα.
- 4) Υπηρεσίες σε αεροπορικές εταιρίες, αφού το Amadeus δίνει τη δυνατότητα για κοινή πρόσβαση σε κρατήσεις πτήσεων σε μεγάλο αριθμό αεροπορικών εταιριών.

Η λίστα με τα κύρια προϊόντα του Amadeus παρουσιάζεται παρακάτω :

1. Amadeus hotels
2. Amadeus tours
3. Amadeus air
4. Amadeus cars
5. Amadeus rail
6. Amadeus cruise
7. Amadeus ferry
8. Amadeus Ticketing
9. Amadeus travel assistance
10. Amadeus traveler
11. Amadeus back office Administration
12. Amadeus Guide
13. Amadeus documents
14. Amadeus Pro Tempo
15. Amadeus Tempo Connect
16. Amadeus Fares
17. Amadeus Internet Products

Με τα προϊόντα που παρέχει η Amadeus και τη συνεχώς αυξανόμενη πελατεία της, θα αποτελέσει στο μέλλον έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής (GDS). (<http://www.amadeus.com>)

4.3.2. α) Galileo International



Εικόνα 17: Λογότυπο της εταιρίας. Πηγή : <http://www.myeres.com>

Η ίδρυση της Galileo International πραγματοποιήθηκε το 1993 από 11 μεγάλες αεροπορικές εταιρίες της Ευρώπης και της Αμερικής. Ονομαστικά αυτές είναι οι εξής : η Ολυμπιακή Αεροπορία, η Air Canada, η Alitalia, η United Airlines, η Austrian Airlines, η British Airways, η KLM Royal Dutch Airlines, η Swissair, η Air Lings, η TAP Air Portugal και η Αεροπορία των ΗΠΑ. (<http://www.wikipedia.org>)

Τα κεντρικά γραφεία της Galileo International στεγάζονται στις Η.Π.Α, στο New Jersey, ενώ η κεντρική τοποθεσία με τα μηχανικά συστήματα βρίσκεται στο Κολοράντο. Ακόμα, υπάρχουν περιφερειακά γραφεία στο Ηνωμένο Βασίλειο, στο Ντουμπάι και στο Χονγκ-Κονγκ και το εργατικό δυναμικό της ανέρχεται περίπου στα 3.000 άτομα. Εκπροσωπείται σε περίπου 115 χώρες και έχει 65 γραφεία πωλήσεων.

Σήμερα, οι διεθνώς αναγνωρισμένες πλατφόρμες Galileo και Worldspan έχουν συμπεριληφθεί στην Travelport η οποία αποτελεί μια εταιρία παγκοσμίου βεληνεκούς και έχει κατορθώσει να εξυπηρετεί επιχειρήσεις σε όποιο τομέα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας και αν ανήκουν.

(<http://www.travelport.com/Corporate-Site/About-Travelport/Overview>)

Τα μερίδια του Συστήματος Παγκόσμιας Διανομής Κρατήσεων Galileo ανά γεωγραφική περιοχή κατανέμονται ποσοστιαία ως εξής :

Λατινική Αμερική : 12%.

Βόρεια Αμερική :25%.

Ευρώπη :30%.

Ασία-Ειρηνικός :50%.

Μέση Ανατολή :75%.

Με αυτό το σύστημα είναι συνδεδεμένες 500 εταιρίες αερομεταφορών, 227 εταιρίες ξενοδοχείων με 50.000 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, 32 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων σε 19.000 τοποθεσίες και όλες οι μεγάλες ακτοπλοϊκές εταιρίες.

(<http://www.myeres.com>)

Οι κύριες δραστηριότητες της Galileo σχετίζονται με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών μέσω των Ηλεκτρονικών Συστημάτων Κράτησης. Προσφέρει έγκυρη πρόσβαση σε καταλόγους, δρομολόγια καθώς και πληροφορίες τιμολόγησης. Τα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα πληροφόρησης που διαθέτει και η υψηλή εξειδίκευση του προσωπικού της αποτελούν βασικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του συστήματος. Ανάμεσα σε αυτά συγκαταλέγονται το μερίδιο της στην παγκόσμια αγορά, η ισορροπημένη παρουσία της στον τουριστικό κλάδο, οι σχέσεις της με διαφορετικές ομάδες προμηθευτών τουριστικών προϊόντων καθώς επίσης και η σταθερή ποιότητα των προϊόντων. (<http://www.traveldailynews.gr>)

Τα προϊόντα και οι εφαρμογές του συστήματος Galileo International που παρέχουν την ευκολία σε κάθε ταξιδιωτικό πράκτορα να επιτυγχάνει τις εργασίες του είναι τα παρακάτω :

- 1) Airline products
- 2) Back Office
- 3) Car Master
- 4) Client files plus
- 5) Custom Check
- 6) EDIFACT Select
- 7) Focalpoint
- 8) Focalpoint DDE
- 9) FocalpointNet
- 10) Focalpoint relay
- 11) Galileo Electronic Ticketing
- 12) Galileo Enhanced Itinerary
- 13) Galileo Wireless
- 14) Galileo via Internet

- 15) Global Access
- 16) Global fares
- 17) Leisure shopper
- 18) National Vendor System
- 19) Private fares
- 20) Queue categories
- 21) RoomMaster
- 22) Satellite Ticket Printing
- 23) Selective access
- 24) Scriptwriter plus
- 25) Thor
- 26) Viewpoint
- 27) ViewTrip.com
- 28) XML Select

(<http://www.myeres.com>)

4.3.3. β) Galileo Hellas SA

Η ίδρυση της Galileo Hellas SA, θυγατρικής της Ολυμπιακής Αεροπορίας, έγινε το 1991. Είναι ο αποκλειστικός διανομέας της Galileo International στην ελληνική αγορά. Προκειμένου να παρέχει την κατάλληλη πληροφόρηση στον τομέα του ελληνικού τουρισμού, η Galileo Hellas SA, προσφέρει τρεις διαφορετικές κατηγορίες υπηρεσιών:

1) Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο μεταφοράς δεδομένων

Ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα στον ελληνικό χώρο, το δίκτυο της Galileo Hellas SA, διαθέτει σύγχρονα συστήματα και αποδοτικά πρωτόκολλα επικοινωνίας.

2) Ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων εθνικής εμβέλειας

Προβάλλει στα τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία της Ελλάδας ποικίλα προϊόντα και υπηρεσίες. Προσφέρει δυνατότητες για κρατήσεις ξενοδοχείων,

αεροπλάνων, πλοίων και τρένων και διαθέτει πρόσβαση και σε εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων.

3) Ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων διεθνούς εμβέλειας

Είναι εύχρηστο και φιλικό προς το χρήστη και αφορά τις κρατήσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρίες και ενοικιάσεις αυτοκινήτων σε παγκόσμιο επίπεδο. (<http://www.traveldailynews.gr>)

4.3.4. Sabre



Εικόνα 18: Λογότυπο της εταιρίας. Πηγή : <http://www.sabretravelnetwork.com>

Το Σύστημα Παγκόσμιας Ηλεκτρονικής Διανομής Sabre δημιουργήθηκε πολύ νωρίτερα από τα υπόλοιπα, το 1964, ως σύστημα κρατήσεων της εταιρίας αερομεταφορών American Airlines και είναι αναμφισβήτητα ο κορυφαίος πάροχος τεχνολογίας για τον τουριστικό κλάδο. Σήμερα έχει αυτονομηθεί και ανήκει πλέον, από το 1996, στην εταιρία AMR Corporation (μητρική εταιρία της American Airlines). Το κεντρικό σύστημα βρισκόταν στις Η.Π.Α. και άρχισε να διατίθεται στους τουριστικούς πράκτορες κατά το έτος 1976, ενώ τα πρώτα τερματικά Sabre εγκαταστάθηκαν το 1985 στον ευρωπαϊκό χώρο. (<http://www.wikipedia.org>)

Η Sabre εδρεύει στο Texas και εκπροσωπείται σε 45 χώρες. Συνδέει σε παγκόσμιο επίπεδο περισσότερα από 60.000 ταξιδιωτικά γραφεία, εξυπηρετεί 55.000 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, 52 επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, 9 ακτοπλοϊκές εταιρίες, 33 σιδηροδρομικές επιχειρήσεις και πάνω από 400 αεροπορικές εταιρίες.

Τα μερίδια του Sabre ανά γεωγραφική περιοχή κατανέμονται ποσοστιαία ως εξής :

Ευρώπη/ Μέση Ανατολή : 14%

Βόρεια Αμερική : 48%

Λατινική Αμερική : 50%

Ασία/ Αμερική : 57%

Η τεχνολογία του Συστήματος Παγκόσμιας Διανομής Κρατήσεων Sabre έχει ταξιδέψει σε όλο τον κόσμο με το πέρασμα των χρόνων και τα προϊόντα που παρέχει μπορούν να ενισχύσουν τα ταξιδιωτικά γραφεία και την ικανότητά τους να εξυπηρετήσουν τον πελάτη, αλλά και γενικότερα τις υπηρεσίες του ταξιδιού. Με αυτό τον τρόπο βελτιώνουν τις λειτουργίες των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων και συμβάλλουν στην ενίσχυση της παγκόσμιας παρουσίας των ανθρώπων του τουρισμού. Το επιχειρησιακό της μοντέλο εκμεταλλευόμενο τις αλλαγές στην οικονομία και την τεχνολογία αναπτύσσει καινοτομίες, με τη βοήθεια των τεχνολογικών συστημάτων και του κατάλληλα εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού. Το Sabre κατέχει ισχυρά ανταγωνιστική θέση στην παγκόσμια αγορά. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Sabre είναι πρώτα απ' όλα η φήμη τόσων ετών σε όλο τον κόσμο, η παγκόσμια εμβέλεια της, η έγκυρη πληροφόρησή της, η σταθερή ποιότητα των προϊόντων της και οι κατάλογοι τιμολόγησης της που είναι προσαρμοσμένοι στα εισοδήματα κάθε τουρίστα. (<http://www.traveldailynews.gr>)

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 2001 η εταιρία Sabre προχώρησε στη δημιουργία μιας ιστοσελίδας για τους ηλεκτρονικούς καταναλωτές/πελάτες του τουριστικού προϊόντος. Το όνομα αυτής της ιστοσελίδας είναι Travelocity.com κι έχει σήμερα πάνω από 32 εκατομμύρια μέλη και αποφέρει έσοδα αρκετών εκατομμυρίων δολλαρίων. Το Travelocity.com προσφέρει λύσεις, οι οποίες βοηθούν

τους καταναλωτές να βρουν την καλύτερη τιμή για τη διαμονή τους σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και για τις μετακινήσεις τους.

Τα προϊόντα του συστήματος Sabre είναι τα εξής:

(<http://www.sabretravelnetwork.com>)

-Υπηρεσίες για :

- 1) Ξενοδοχεία
- 2) Αεροπορικές εταιρίες
- 3) Ναυτιλιακές εταιρίες
- 4) Εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων
- 5) Κρουαζιέρες
- 6) Εκδρομές

-Προμηθευτής ταξιδιών σε περισσότερα από 60.000 ταξιδιωτικά πρακτορεία.

- 1) Travelocity.com
- 2) Dial Sabre
- 3) Planet Sabre
- 4) Turbo Sabre
- 5) Best Fare Finder
- 6) Get There
- 7) Sabre virtually there
- 8) Teletraining

4.4. Σύγκριση των τριών πιο διαδεδομένων GDS

Το Amadeus, το Galileo και το Sabre αποτελούν τα τρία πιο διαδεδομένα Παγκόσμια Δίκτυα Διανομής Κρατήσεων. Καθένα από αυτά διαθέτει κεντρικά γραφεία σε πολλές πόλεις και απασχολεί χιλιάδες υπαλλήλους διεθνώς. Τα συστήματα αυτά εξυπηρετούν πολλά ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων καθώς και άλλες εταιρίες παροχής τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. ναυτιλιακών, σιδηροδρόμων) παγκοσμίως.

Η παλαιότερη εταιρία σε σχέση με τις άλλες δύο είναι η Sabre που ιδρύθηκε κατά το έτος 1964. Παρόλ' αυτά το Amadeus εξυπηρετεί τις περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, περίπου 59.000, ακολουθούν το Sabre, το οποίο εξυπηρετεί περίπου 55.000 και το Galileo περίπου 50.000.

Η Amadeus, αν και νεότερη, κατέχει το μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιωτικών γραφείων σε περιοχές με την υψηλότερη παραγωγικότητα ανά τερματικό στον κόσμο, αλλά και τις περισσότερες κρατήσεις και έρχεται τρίτη σε θέση συγκριτικά με τις άλλες δύο εταιρίες, με τα έσοδα της να μειώνονται από τη Sabre και σε μικρότερο βαθμό από τη Galileo. Επίσης, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι ενώ διαθέτει το μικρότερο αριθμό προορισμών στις ΗΠΑ εξυπηρετεί τις περισσότερες χώρες από τις άλλες εταιρίες GDS. κρατήσεων Sabre στην Αμερική. Το Amadeus καταλαμβάνει μερίδια ανά γεωγραφική περιοχή με μεγαλύτερη ομοιομορφία. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί ότι το Galileo καταλαμβάνει μεγαλύτερο μερίδιο γεωγραφικά στη Μέση Ανατολή, ενώ το παγκόσμιο δίκτυο διανομής

Αναμφισβήτητα, καθένα από τα τρία αυτά συστήματα διανομής κρατήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο διευκολύνει και ταυτόχρονα συμβάλλει στην ταχεία ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου. Τα προϊόντα καθεμιάς από τις παραπάνω εταιρίας αποτελούν χρήσιμα εργαλεία για όλες τις ξενοδοχειακές μονάδες καθώς επίσης και για άλλες υπηρεσίες του τουριστικού τομέα (π.χ. αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων κ.ά.) που τα χρησιμοποιούν για κρατήσεις, αλλαγές ημερομηνιών, αλλαγές τύπου δωματίων, ηλεκτρονικές συναλλαγές και για πολλούς άλλους λόγους.

	AMADEUS	GALILEO	SABRE
Κατάταξη – Έσοδα	3η	2η	1η
Έτος ίδρυσης	1987	1971	1964
Αριθμός Ξενοδοχ. Επιχειρήσεων	59.000	50.000	55.000
Μερίδιο Αγοράς	31%	26,40%	30,80%
Μερίδιο Αγοράς Γεωγραφικά	ΕΥΡΩΠΗ Η.Π.Α	ΕΥΡΩΠΗ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ	ΕΥΡΩΠΗ Η.Π.Α

Πίνακας 2: Πηγή: http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_reservations_system

4.5. Μερίδιο Αγοράς των μεγαλύτερων CRS/GDS

CRS – GDS	ΥΔΡΙΤΙΚΑ ΜΕΛΛΗ	ΧΡΗΣΤΕΣ
AMADEUS	Air france Iberia Lufthansa Sas	on line ταξιδιωτικοί πράκτορες: Amadeus net Expedia E-bookers Last minute.com Opodo Rumbo Air line IT πελάτες: Air France BMI British Airways Egypt Air Etihad Airways Finnair Iberia Icelandair LAN Airlines LOT Polish Lufthansa Qantas Qatar Airways SAS Scandinavian Spanair South African Airways Star Alliance TACA Airlines Thai Airways International United Airlines Airline Websites, όπως:

		<p>Air Canada Air France BMI Cathay Pacific China Airlines China Eastern Airlines Iberia Lufthansa Mexicana Finnair Qantas Airways Singapore Airlines Hotel IT πελάτες , όπως: Accor Delaware North Companies Eclipse Hotels & Resorts Golden Tulip Le Meridien Jolly Hotels Park Plaza</p>
GALILEO	<p>Aer Lingus Air Canada Alitalia British Airways KLM Swissair TAP US Airways</p>	<p>United Airlines CheapTickets Ixeo</p>
SABRE	<p>American Airlines Ασιατικοί έταροι της: CRS Abacus Μέλη: All Nippon Airways Cathay Pacific Airways China Airlines Singapore Airlines</p>	<p>American Airlines Dragonair EVA Airways Garuda Indonesia Malaysia Airlines Pakistan International Airlines Philippine Airlines Royal Brunei Airlines Silkair Southwest Airlines Travelocity American Trans Air (ATA) Midwest Airlines Hawaiian Airlines Alaska Airlines Air Malta</p>

		Frontier Airlines Aeroflot GoGoBudget Cape Air Mesa Airlines Expedia
--	--	---

Πίνακας 3: Πηγή: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_global_distribution_systems

ΜΕΡΟΣ Β
CASE STUDY

Ξενοδοχειακό συγκρότημα
Hotel Poseidon Resort



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

5.1. Προφίλ της επιχείρησης

Το ξενοδοχειακό συγκρότημα (Hotel Poseidon Resort) υπάγεται στην κατηγορία των Resort Hotels, κατέχει 5* και ανήκει στην ανώνυμο εταιρία «ΕΛΙΝΤΟΥΡ Ελληνικές Επιχειρήσεις Τουριστικών συγκροτημάτων», βάση εγκεκριμένου ειδικού σήματος του ΕΟΤ με δυναμικότητα: Δωμάτια 336, Κλίνες 676.

Το ξενοδοχείο βρίσκεται στο Λουτράκι (Ν. Κορινθίας) και απέχει μόλις μια ώρα από την Αθήνα. Έχει οικοδομηθεί σε μια ιδανική τοποθεσία, στην πλαγιά του βουνού των Γερανείων και το υπέροχο τοπίο συνθέτουν οι ιδιωτικές παραλίες στο απέραντο γαλάζιο του Κορινθιακού Κόλπου και το πλούσιο πράσινο των πεύκων που φτάνουν ως την θάλασσα.

Το ξενοδοχείο ιδρύθηκε στις 18/05/1971 βάση της ευεργετικής διάταξης του 13185/1955 Ν.Δ. από τον κ. Παναγιώτη Γεωργίου , ο οποίος το άφησε στην πορεία σαν παρακαταθήκη στα μέλη της οικογένειάς του.

Το συγκρότημα καταλαμβάνει μια τεράστια έκταση, όπου υπάρχουν 3 ιδιωτικές παραλίες που έχουν βραβευτεί με τη γαλάζια σημαία καθώς και 2 εξωτερικές πισίνες με θαλασσινό νερό και μια εσωτερική. Στεγάζει επίσης ένα πολυτελές και βραβευμένο SPA, γυμναστήριο, 3 γήπεδα τένις, 1 γήπεδο του βόλεϊ και ένα του μπάσκετ, golf, ping pong και προσφέρει υπηρεσίες Water Sports κατά μήκος των ακτών.



Θα πρέπει να σημειωθεί πως σε όλη την έκταση και τα δωμάτια του ξενοδοχείου υπάρχει αντιπυρική προστασία σύμφωνα με τα standards της Ε.Ε. καθώς και σταθμός πρώτων βοηθειών με ειδικά καταρτισμένο προσωπικό.

Οι τύποι δωματίων που διαθέτει το συγκρότημα είναι οι εξής:

1. 320 πολυτελή δωμάτια "Bungalows" , "Villas" και "Suites".
2. 125 Superior Bungalows με θέα στον κήπο ή στην θάλασσα.
3. 43 δωμάτια στο κεντρικό κτήριο και 50 "Panorama".
4. "VIP Villas & Suites" με 17 ιδιωτικές πισίνες.



Το ξενοδοχείο διαθέτει 5 εστιατόρια, εκ των οποίων τα 2 είναι κλειστά και τα υπόλοιπα στεγάζονται σε εξωτερικούς χώρους.



- 1) Στο κεντρικό εστιατόριο "Amphitrition" σερβίρεται το πρωινό και το βραδινό με μεσογειακή κουζίνα.
- 2) Στη ταβέρνα "Τρίαινα" σερβίρεται ελληνικό παραδοσιακό μενού.
- 3) Στο Grill , που λειτουργεί τις μεσημεριανές ώρες, μπορεί κανείς να απολαύσει ελληνικό ή και barbeque μενού.
- 4) Στο Nafsika Lounge Bar & Restaurant , το οποίο βρίσκεται πάνω σ' έναν βράχο με συγκλονιστική θέα στον Κορινθιακό κόλπο, προσφέρεται μεσογειακή κουζίνα και δροσερά cocktails.
- 5) Στο εστιατόριο Neptune τέλος, μπορεί κανείς να απολαύσει ένα ιδιαίτερο και Gourmet Menu.

Όλα τα εστιατόρια προσφέρουν εκπληκτική θέα στην θάλασσα και στην κεντρική πισίνα του ξενοδοχείου. Επίσης λειτουργεί Pool Bar για Snacks και καφέ, καθώς και Bar για ποτά και Cocktails.



Το ξενοδοχείο διοργανώνει επίσης συνέδρια και διαθέτει 8 συνεδριακούς χώρους με χωρητικότητα 650 άτομα. Υπάρχει θέατρο το οποίο παρέχεται για εκδηλώσεις με χωρητικότητα 900 άτομα καθώς και Executive Bedroom για 12 άτομα.

5.2. Πελάτες - Αγοραστές

Στην κατηγορία των πελατών συμπεριλαμβάνονται οι μεμονωμένοι τουρίστες – επισκέπτες και τα τουριστικά γραφεία τα οποία κατέχουν μεγάλη δύναμη διότι ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αγοράς.

Συνεχής στόχος της επιχείρησης είναι να αυξάνει όσο είναι δυνατόν τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα, τα οποία μεγαλώνουν τη ζήτηση με σκοπό να προσελκύει και μεμονωμένους πελάτες αλλά και να διατηρεί καλή συνεργασία με τα τουριστικά γραφεία τα οποία την τροφοδοτούν με επισκέπτες.

Page No. 2

HOTEL PROSIDIEN RESORT, LUSIBUKU
 1 Market by Category (22/01/21)
 (Unit: Rp/night/room/2)

23/10/21 10:2:10

Market Segment	Room	Day Rate	TODAY Revenue	Average Rate	Room	Month Rate	MONTH Revenue	Average Rate	Month	Year Rate
KAWI TOURS	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
THE MICALAS SYMPOSIUM	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
KAWI Travel	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
DIK RINZI - HINDIA	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
ONE TO ONE SPA	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
OPENWAY COMMUNITY	C	0	0.00	0.00	139	284	7,742.00	55.70	1,326	5,274
OPENWAY TOURS	C	0	0.00	0.00	19	32	1,340.00	41.88	322	781
Orbi Travel	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
PAN OH PULPUSRESTITON	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
PAYMASTER	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
PRESEBE	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Shiva Tours	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
S.AVA COMMUNIT	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
SUNRI CAMP	C	0	0.00	0.00	14	12	413.00	29.50	62	120
SUNRI SUN - HUNAGAN	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Travel Agency	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
TANZO	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Travel Pak	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Tui Hotels	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
TUI NEPER ANZ	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
JRLAUBS	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Vacation Hoteltek	C	0	0.00	0.00	0	0	440.00	0.00	0	0,000
VLASSOPOLICE TRAVEL	C	0	0.00	0.00	5	10	440.00	88.00	1,326	3,294
VTOURS	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
WebHotels	C	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0,000
Web in please	C	0	0.00	0.00	3	6	347.00	115.67	117	230
Subtotal	C	0	0.00	0.00	514	951	34,376.00	66.89	24,309	53,267
Total	C	0	0.00	0.00	514	951	34,376.00	66.89	24,309	53,267

2012/12/31/31

Market Segment	Room	Day Part	Revenue	Average	Room	Month Pct.	Revenue	Average	Rooms	Year Pct.
12 - DOMESTIC										
Aegean Travel	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0.00
ADVANCE TRAVEL S	0	0	0.00	0.00	5	10	945.00	189.00	5	10
ATA TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ATINA TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
AMOTIS TOURS	0	0	0.00	0.00	12	24	2,420.00	201.67	12	24
AMERICAN EXPRESS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
AMONATE TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ANELL TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ANTLAND TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ARCA TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ARIS TOURS	0	0	0.00	0.00	5	6	224.00	44.80	5	6
ARIS TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
CHARACTERS TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
COGNITION TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
Comptel	0	0	0.00	0.00	45	50	80.00	1.78	45	50
Comptel	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ELI SHARI COMMUNICA	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ELLID	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ELIOT TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
EVERETT TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
EXMEDA TRAVEL CORP	0	0	0.00	0.00	7	14	296.00	42.29	7	14
FOLIO ORIENTAL SPA	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
GOLDEN BEALS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
Global Travel	0	0	0.00	0.00	150	150	5,000.00	33.33	150	150
GR TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
GR TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
GULIVERS TRAVEL ASS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
HERMION TOURS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
HELLENIC TOURS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
HORIZON TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
HORIZON TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
INTERNET TRAVEL OMS	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
Interline	0	0	0.00	0.00	65	100	7,000.00	107.69	65	100
Interline	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
ITAVEL	0	0	0.00	0.00	11	22	180.00	16.36	11	22
KIS TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
KIS TRAVEL	0	0	0.00	0.00	14	28	552.00	39.43	14	28
KLIMM REISEN	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
LANIS AND CYR	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
LANTO TRAVEL COMP	0	0	0.00	0.00	3	15	70.00	23.33	3	15
Maris	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
MARIT TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
MICHAEL TRAVEL & TO	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0
Mitsos	0	0	0.00	0.00	41	79	3,000.00	73.17	41	79
MITSOS TRAVEL	0	0	0.00	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0

Πίνακας 4: Ταξιδιωτικά γραφεία με τα οποία συνεργάστηκε η επιχείρηση το 2012

Οι πελάτες του ξενοδοχείου κατά μεγαλύτερο ποσοστό ανήκουν στην κατηγορία των επισκεπτών για λόγους αναψυχής. Η τοποθεσία, η σχεδίαση και οι ανέσεις που προσφέρονται δίνουν στον επισκέπτη στιγμές απόλυτης χαλάρωσης. Πρέπει να σημειωθεί ότι το Λουτράκι θεωρείται από τις πιο φημισμένες λουτροπόλεις στην Ελλάδα με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά και αμέτρητες φυσικές ομορφιές, με μεγάλο πλεονέκτημα τη μικρή απόσταση που το χωρίζει από την Αθήνα, πράγμα που το κάνει μια σύντομη και ευχάριστη απόδραση. Μεγάλος αριθμός εκδρομικών επισκέπτονται το ξενοδοχείο τις ημέρες του Σαββατοκύριακου.

Αρκετοί που έρχονται στο ξενοδοχείο ανήκουν στην κατηγορία των επαγγελματιών και ο λόγος της επίσκεψής τους οφείλεται στα διάφορα συνέδρια που διοργανώνουν εταιρίες για τους υπαλλήλους τους όλη τη διάρκεια του χρόνου.

ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑ												
ΜΗΝΑΛΕΤΟΣ	2009			2010			2011			2012		
	Διαμκτ.	Συν. Κλιών	Πληρότητα	Διαμκτ.	Συν. Κλιών	Πληρότητα	Διαμκτ.	Συν. Κλιών	Πληρότητα	Διαμκτ.	Συν. Κλιών	Πληρότητα
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	0,150	19,080	32.46%	4,311	19,080	25.21%	4,916	19,080	26.77%	0,593	19,080	18.83%
ΜΑΪΟΣ	4,062	19,716	20.80%	4,722	19,716	23.95%	3,810	19,716	19.37%	6,197	19,716	31.43%
ΙΟΥΝΙΟΣ	7,008	19,080	38.29%	5,028	19,080	31.59%	7,794	19,080	40.85%	12,068	19,080	63.35%
ΙΟΥΛΙΟΣ	7,550	19,716	38.29%	5,062	19,716	40.89%	10,012	19,716	56.36%	9,853	19,716	50.51%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	11,239	19,716	57.00%	11,640	19,716	59.04%	9,959	19,716	50.21%	14,490	19,716	73.49%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	7,503	19,080	39.32%	6,140	19,080	32.18%	5,855	19,080	35.82%	5,980	19,080	31.34%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	6,330	19,716	32.13%	6,405	19,716	32.93%	7,810	19,716	39.23%	070	19,716	4.92%
ΣΥΝΟΛΟ	90,186	136,104	36.87%	47,638	136,104	36.18%	45,934	136,104	33.79%	53,276	136,104	39.14%

Πίνακας 5: 2009-2012 αφίξεις-διανυκτερεύσεις-σύνολο κλιών-μέσος όρος διανυκτέρευσης.

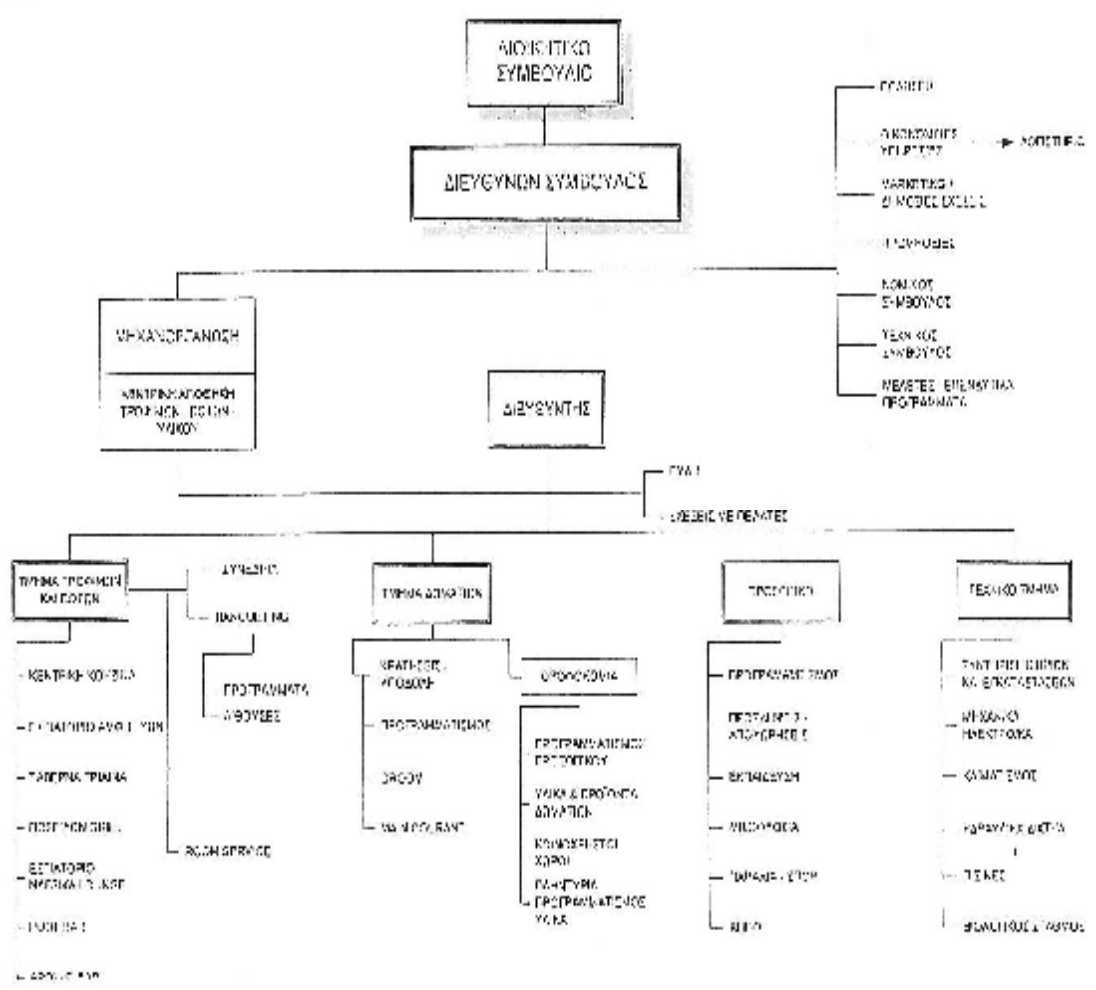
Στον ανωτέρω πίνακα διακρίνονται από το έτος 2009 μέχρι και το 2012, τους μήνες Απρίλιο μέχρι και Οκτώβριο, το σύνολο των διανυκτερεύσεων ξεχωριστά ανά μήνα και η πληρότητα σε σχέση με το σύνολο των μηνών.

Διακρίνεται στον πίνακα ξεχωριστά ανά μήνα και στο τέλος το σύνολο των διανυκτερεύσεων και οι μέσος όρος της διαμονής ανά άφιξη.

ΜΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗ ΑΝΑ ΑΦΙΞΗ ΑΝΑ ΜΗΝΑ 2012			
ΜΗΝΑΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΝΥΚΤΕΣ / ΑΦΙΞΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	0	0	0.000
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	0	0	0.000
ΜΑΡΤΙΟΣ	0	0	0.000
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	3,593	981	3.663
ΜΑΪΟΣ	6,197	1,539	4.027
ΙΟΥΝΙΟΣ	12,068	2,379	5.081
ΙΟΥΛΙΟΣ	9,953	2,123	4.691
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	14,490	1,736	8.347
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	5,980	1,155	5.177
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ			
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ			
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ			
	52,306	9,913	5.276

Πίνακας 6: Μέση διανομή /άφιξη/ μήνα για το 2012.

5.3. Δομή της επιχείρησης



Πίνακας 7: Η δομή της επιχείρησης

Η οργανωτική και λειτουργική δομή της επιχείρησης παρουσιάζεται στο οργανόγραμμα του ξενοδοχείου.

Συμπεραίνουμε ότι πρόκειται για μια σύνθετη διάρθρωση η οποία συνηθίζεται στις μεγάλες επιχειρήσεις. Η επιχείρηση λόγω του εποχιακού της χαρακτήρα απασχολεί προσωπικό υπό την ιδιότητα του «μόνιμου», συνολικά 14 άτομα ενώ το υπόλοιπο προσλαμβάνεται κατά την έναρξη λειτουργίας του ξενοδοχείου κλιμακωτά βάσει των αναγκών της επιχείρησης. Ο αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού είναι περιοδικά μεταβαλλόμενος ανάλογα με την πληρότητα που παρουσιάζεται. Ακολουθεί πίνακας προσωπικού του ξενοδοχείου τον μήνα Αύγουστο του 2012.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (ΓΙΑ ΤΟΝ ΜΗΝΑ ΙΟΥΛΙΟ)

ΤΜΗΜΑ	ΜΟΝΙΜΟΙ	ΕΠΟΧΙΑΚΟΙ
Υποδιευθυντής	1	
Προσωπάρχης		1
Προϊστάμενος Ταμείων		
Συντήρηση / Λινοθήκη	1	2
Υπεύθυνη Αγορών	1	
Διοικητικοί Υπάλληλοι	5	
Υπάλληλοι Υποδοχής/γραφείου		7
Υπάλληλοι αποθήκης	1	1
Υπάλληλοι καταστήματος		
Συντήρηση	2	4
Οδηγοί		1
Αχθοφόροι	1	1
Κηπουροί		2
Ψυχαγωγία		3
Καμαριέρες		17
Καθαριστές		6
Σεφ		1
Μάγειρας/Ζαχαροπλάστης		14
Λαντζέρηδες		9
Σερβιτόροι/Βοηθοί		33

Μετρ		3
Μαθητές		9
	14	117
		131

Πίνακας 8: Ανάλυση προσωπικού / τμήμα.

5.4. Επιμέρους τμήματα της επιχείρησης

5.4.1. Τμήμα πωλήσεων

Το τμήμα πωλήσεων στεγάζεται στα κεντρικά γραφεία της επιχείρησης τα οποία βρίσκονται στην Αθήνα. Αποτελείται από ειδικά καταρτισμένους συνεργάτες και φέρει την ευθύνη για ότι έχει σχέση με τις πωλήσεις της επιχείρησης. Συνδυάζονται το μάρκετινγκ και οι δημόσιες σχέσεις και είναι υπεύθυνο για την ηλεκτρονική προώθηση της επιχείρησης χρησιμοποιώντας συστήματα CRM. Επίσης διαχειρίζεται την επίσημη ιστοσελίδα του ξενοδοχείου.

5.4.2. Οικονομικές υπηρεσίες / Λογιστήριο

Το συγκεκριμένο τμήμα φέρει την ευθύνη της λογιστικής υποστήριξης της επιχείρησης. Συγκεκριμένα ασχολείται με:

1. Γενική Λογιστική.
2. Διαχείριση πληρωτέων και εισπρακτέων λογαριασμών.
3. Διαχείριση παγίων στοιχείων.
4. Διεκπεραίωση της μισθοδοσίας και πληρωμή προσωπικού σε συνεργασία με το γραφείο προσωπικού.

Για την εύρυθμη λειτουργία του τμήματος χρησιμοποιούνται ηλεκτρονικά προγράμματα τα οποία είναι εγκατεστημένα. Συγκεκριμένα χρησιμοποιούνται:

Το λογιστικό πρόγραμμα "EUROFASMA" προϊόν της singular logic, η οποία αποτελεί έναν όμιλο λογισμικού και ολοκληρωμένων λύσεων πληροφορικής στην Ελλάδα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Ενσωματώνει την εμπειρία της Singular Logic στο σχεδιασμένο, την υλοποίηση και την υποστήριξη εμπορολογιστικών πληροφοριακών συστημάτων.
2. Είναι λειτουργικό και εύκολο στη χρήση.
3. Λειτουργεί σε περιβάλλον MS-DOS
4. Συνδυάζει ενιαίο, γρήγορο και παραμετρικό περιβάλλον λειτουργίας.
5. Υποστηρίζεται από πανελλαδικό δίκτυο συνεργατών.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Οικονομική διαχείριση : γενική λογιστική, αναλυτική λογιστική, πάγια, έξοδα, έσοδα.
2. EXTRA MODULS: Consideration, import από τα αρχεία, ASCII REPORT GENERATOR.
3. Εμπορική διαχείριση: αποθήκη, πελάτες, προμηθευτές, λοιπή λογαριασμοί, πωλήσεις, αγορές, επισκευές έγκρισης, συναλλαγή σε ξένο νόμισμα, φάκελος εισαγωγών.

(ΠΗΓΗ: www.singularlogic.eu/index.php)

FIDELIO : Σε συνεργασία με το back office και μέσω του προγράμματος Fidelio το λογιστήριο λαμβάνει καθημερινά την "main courante" καθώς και τιμολόγια το οποία εκτυπώνονται και αρχειοθετούνται.

Business-Μισθοδοσία: Σε συνεργασία με το γραφείο προσωπικού στο λογιστήριο συντελείται η οριστικοποίηση της μισθοδοσίας. Το οποίο ανήκει στην εταιρία E-NET και θα παρουσιαστεί αναλυτικά στη συνέχεια.

ALPHA BANK/e-Banking

ΕΤΕ (εθνική τράπεζα) e-Banking

Το προσωπικό του τμήματος του λογιστηρίου πραγματοποιεί πληρωμές για λογαριασμό της εταιρίας μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος e-Banking, το οποίο υποστηρίζεται από το πληροφοριακό σύστημα του τμήματος. Παράλληλα μέσω των παραπάνω προγραμμάτων το οικονομικό τμήμα αρχειοθετεί όλες τις κινήσεις που πραγματοποιούνται από την επιχείρηση και διατηρεί ιστορικό το οποίο είναι απαραίτητο και πολύτιμο. Μέσω της στατιστικής δε, το τμήμα υποβάλει τακτικά στατιστικές μελέτες που αντικατοπτρίζουν την πορεία της επιχείρησης ανά μήνα, έτος κτλ.

5.4.3. Τμήμα τροφίμων & ποτών

Το επισιτιστικό τμήμα έχει επικεφαλής προϊστάμενο f&b manager ο οποίος φέρει την ευθύνη για την κεντρική κουζίνα του συγκροτήματος όπου απασχολούνται σεφ, ζαχαροπλάστες, μάγειροι κατηγορίας Α', Β', και Γ', στεγάζεται κρεοπωλείο καθώς απασχολούνται και μαθητές διαφόρων κρατικών αλλά και ιδιωτικών φορέων που πραγματοποιούν την πρακτική τους άσκηση.

Ο f & b manager είναι υπεύθυνος επίσης για τα επισιτιστικά τμήματα τα οποία είναι :

- 1)Εστιατόριο Αμφιτρύων.
- 2)Ταβέρνα Τρίαινα.
- 3) Ποσειδών Grill.
- 4) Apollo Bar.

5) Εστιατόριο Ναυσικά Lounge.

6) Pool Bar.

7) Εστιατόριο Neptune.

Τμήματα τα οποία στελεχώνονται από μαιτρ, υπό μαιτρ, κάπταιν, σερβιτόρους και βοηθούς σερβιτόρων.

Υπευθυνότητα του f & b manager επίσης είναι και η διοργάνωση συνεδρίων και διαφόρων εκδηλώσεων.

Η σωστή λειτουργία του τμήματος αλλά και η σύνδεση του με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως το λογιστήριο, οι κρατήσεις κ.λπ. εξασφαλίζονται από την χρησιμοποίηση των παρακάτω ηλεκτρονικών προϊόντων της EUROTEL HOSPITALITY.

MICROS 9700

Ενσωματώνει τις λειτουργίες του front και back office στον τομέα των εστιατορίων και της εστίασης.

Το MICROS 9700 HMS, είναι ένα ηλεκτρονικό σύστημα Point-of-Sale, που απευθύνεται κυρίως σε μεγάλες επιχειρήσεις. Είναι σχεδιασμένο για να ενσωματώνει όλες τις λειτουργίες του Front-end και Back-office στον τομέα των εστιατορίων και της εστίασης, ειδικότερα σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Το 9700 HMS βασίζεται στην εξελιγμένη τεχνολογία EPOS και χαρακτηρίζεται από μεγάλη ευελιξία και επεκτασιμότητα. Το σύστημα λειτουργεί τόσο σε περιβάλλον Microsoft όσο και σε εφαρμογές Oracle.

Βασικά χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα:

- 1) Χρήση τελευταίας τεχνολογίας POS και εξοπλισμός μεγάλης αντοχής.
- 2) Λειτουργικό Server Windows 2003.
- 3) Gui-Micros Management Console.
- 4) Μηχανισμός επισκόπησης αναφορών και παραγωγής reporting.

- 5) Δυνατότητα παραγωγής περισσότερων από 200 διαφορετικών αναφορών για κάθε εργάσιμη ημέρα.
- 6) Σύνδεση με τη Δικτυακή Πύλη mymicros.net.
- 7) Σύνδεση με άλλα Συστήματα, όπως PMS, Food and Beverage, Payroll, αλλά και με το ηλεκτρονικό σύστημα έγκρισης και χρέωσης πιστωτικών καρτών.
- 8) Εξελιγμένο Σύστημα Φορολογικής Σήμανσης.
- 9) Ανάπτυξη σε πλατφόρμες Oracle και SQL.

Το 9700 HMS μπορεί να δημιουργήσει εύκολα και γρήγορα reports σε πραγματικό χρόνο, ενώ επιτρέπει την ταυτόχρονη χρήση και άλλων εφαρμογών, από πολλαπλούς χρήστες.

MICROS RES

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα χρησιμοποιείται σε συνεργασία με το τμήμα Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών και θα αναλυθεί παρακάτω.

(Πηγή: www.e-solutions.gr)

5.4.4. Τμήμα δωματίων

5.4.4.1 Τμήμα δωματίων χωρίζεται σε δύο τομείς,

- 1) Τμήμα υποδοχής.
- 2) Οροφοκομία.

1. Το **τμήμα υποδοχής** (back office) υπάγεται στο τμήμα δωματίων και απαρτίζεται από:

- 1) προϊσταμένη υποδοχής.
- 2) υπαλλήλους υποδοχής.
- 3) προσωπικό υπηρεσίας v.i.p service.
- 4) Butlers.

- 5) προσωπικό τηλεφωνικού κέντρου.
- 6) concierge και

Αρμοδιότητα του τμήματος είναι :

- 1) Κρατήσεις
- 2) Υποδοχή
- 3) Προγραμματισμός (main courante)
- 4) Συντονισμός των grooms.

Είναι αυτονόητο ότι το τμήμα βασίζεται στα πληροφοριακά συστήματα με σκοπό να τηρούνται απόλυτα και σωστά οι παρακάτω διαδικασίες:

- 1) Διαδικασία Check – in
- 2) Διαδικασία Check – out.
- 3) Διαδικασία Ταμείου – Χρεώσεων.
- 4) Πιστωτικές Κάρτες.
- 5) Διαδικασία Main Courante.

Οι υπάλληλοι του τμήματος χρησιμοποιούν το FIDELIO SUITE 8 καθώς και το MICROS CASH 9501.



Διαδικασίες του συστήματος Fidelio:

- 1) Παραλαβή μετρητών και το κλείσιμο των τμημάτων.
- 2) Τήρηση βιβλίου πόρτας.
- 3) Ενημέρωση ανά ημέρα interfaces στοιχείων.

- 4) Τήρηση ιστορικού αναλυτικά ανά πελάτη και ενημέρωση χρεώσεων.
- 5) Ισοζύγιο εσόδων ημέρας.
- 6) Year view room – beds.
- 7) Night reports.
- 8) Forecast (μηνιαίο).
- 9) Main courante.
- 10) Σύνδεση τμημάτων f n b- back office – λογιστήριο.

2. Το τμήμα της οροφοκομίας (house keeping) συνδέεται με αυτό των κρατήσεων και αποτελούν το τμήμα δωματίων.

Προσωπικό:

Το προσωπικό του τμήματος housekeeping απαρτίζεται από τα εξής άτομα:

1. Προϊστάμενο ορόφων (Housekeeper).
2. Βοηθό προϊσταμένου (Assistant housekeeper).
3. Καμαριέρες (Chamber maid).
4. Βοηθό καμαριέρας (Floor boy ή Valet de chamber).
5. Καθαρίστριες.
6. Υπάλληλο πλυντηρίων.

Καθήκοντα Προσωπικού της Οροφοκομίας:

1. Εξυπηρέτηση του πελάτη σωστά και γρήγορα.
2. Να προμηθεύεται τον ιματισμό και τα υλικά καθαριότητας .
3. Καθαρισμός όλων των χώρων, σύμφωνα με τους κανόνες.
4. Να τακτοποιεί τα αντικείμενα των πελατών.
5. Να μη δοκιμάζει ή χρησιμοποιεί τα πράγματα τους.
6. Να ενημερώνει την προϊσταμένη για φθορά, έλλειψη και βλάβη.
7. Να παραλαμβάνει από τους πελάτες τα ακάθαρτα ρούχα και να παραδίδει τα καθαρά.

5.4.5.Τμήμα Προσωπικού

Το τμήμα προσωπικού αποτελείται από τον επικεφαλής “προσωπάρχη” και από υφιστάμενους που είναι υπεύθυνοι για διάφορες λειτουργίες του τομέα και έχει ως αντικείμενο:

- 1) Προγραμματισμός προσωπικού (εντοπισμός αναγκών). Το τμήμα προσωπικού εντοπίζει τις υπάρχουσες ανάγκες ,και την επάρκεια του προσωπικού. Έτσι διαπιστώνεται μια κενή θέση ,στη συνέχεια ξεκινάει η διαδικασία ανεύρεσης προσωπικού.
- 2) Επιλογή προσωπικού. Έπειτα από την ανεύρεση γίνεται η επιλογή του κατάλληλου ατόμου για την θέση. Πραγματοποιείται συνέντευξη, τεστ νοημοσύνης και προσωπικότητας.
- 3) Εκπαίδευση προσωπικού (προσληθθέν, ενημέρωση παλαιών). Εισαγωγική εκπαίδευση: (επίδειξη των χώρων εργασίας, ενημέρωση για τα ωράρια, ενημέρωση για τους κανόνες ασφαλείας, ανάλυση της μισθοδοσίας, παρουσίαση των εργασιακών οφελών).
Εκπαίδευση στην πράξη: 1) δημιουργία ευχάριστου κλίματος και ανάπτυξη άνεσης με τον εργαζόμενο,2) εξακρίβωση των γνώσεων του,3) ανάθεση καθηκόντων,4) Παρουσίαση της εργασίας βήμα , βήμα,5) εξηγήσεις και διευκρινίσεις σε τυχόν απορίες, 6)ανάθεση ολόκληρης της εργασίας,7) προσεκτική εξέταση, 8)διορθώσεις, 9)άφεση του υπαλλήλου στα όρια της εποπτείας ώστε να αισθανθεί άνεση).
- 4) Μέτρηση απόδοσης προσωπικού.(παραγωγικότητα). Εντοπίζεται η απόδοση προσωπικού .Παραγωγικότητα, Θετική ή αρνητική επίδραση. Αυτό γίνεται και στο υπάρχον προσωπικό, έτσι ελέγχεται και εκτιμάται η απόδοση.

ΕΛΛΗΝΟΤΟΥΡ Α.Ε.
 Διεύθυνση Διαχείρισης Προσωπικού

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Όνοματεπώνυμο Εργαζόμενου :

Ειδικότητα: Δύση / Τμήμα:

Κριτήρια Αξιολόγησης της Απόδοσης	Ανεπαρκής	Ανεκτή	Καλή	Πολύ Καλή	Άριστη	Άξιοση
Γνώση της δουλειάς (θεωρητική-πρακτική) Ένταση	1	2	3	4	5	
(Ενθουσιασμός για τη δουλειά που κάνει, αφοσίωση στην Επιχείρηση, ικανότητα να δώσει κριτική και ιδέες στην πολιτική της Επιχείρησης)	1	2	3	4	5	
Αξιοπιστία (Ποσότητα να φέρνει σε πέρας αποστολές τις υποχρεώσεις του και με αποτελεσματικότητα)	1	2	3	4	5	
Αυτονομία (Ικανότητα να λαμβάνει και να αναλαμβάνει νέα σχέδια)	1	2	3	4	5	
Ανθρώπινες Σχέσεις (Ποιος οι σχέσεις του με συναδέλφους, προϊστάμενους και με πελάτες)	1	2	3	4	5	
Επιπλέον Επαγγελματική Επάρκεια (Υψίστημα και επαγγελματικότητα αναλόγως του)	1	2	3	4	5	
Προσωπική Εμφάνιση (Προσωπική μετωπική καθαρή και υπερέχουσα εμφάνιση, καθαρή στολή)	1	2	3	4	5	
Σύνολο Βαθμών Χαρακτηρισμού:						

Βαθμολογία: 7-11 Βαθμοί : Ανεπαρκής
 12-17 Βαθμοί : Ανεκτή
 18-24 Βαθμοί : Καλή
 25-31 Βαθμοί : Πολύ Καλή
 32-35 Βαθμοί : Άριστη

Επαναπρόκληση: Ναι Όχι

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ / ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Όνοματεπώνυμο:

Υπογραφή: Ημερομηνία:

Εικόνα 19: Έντυπο αξιολόγησης προσωπικού.

- 5) Εργασιακό περιβάλλον (συνθήκες εργασίας). Ο υπεύθυνος προσωπικού φέρει την ευθύνη για την ασφάλεια και το περιβάλλον, που εργάζονται άνθρωποι και σαφώς για την τήρηση των κανόνων υγιεινής. Το τμήμα συνεργάζεται στενά με τον τεχνικό ασφαλείας και τον ιατρό εργασίας της επιχείρησης.
- 6) Σύστημα ασφαλείας (οργάνωση ομάδας πυρασφάλειας). Φροντίζει για την κατάρτιση και το πλάνο ασφαλείας του ξενοδοχείου, επίσης είναι αρμόδιος για την διοργάνωση ασκήσεων ετοιμότητας που λαμβάνει μέρος το προσωπικό.
- 7) Εργασιακές σχέσεις (επαφές με συνδικαλιστικά σωματεία). Ο διευθυντής προσωπικού είναι υπεύθυνος για την εφαρμογή του εργατικού νόμου και την τήρηση των εργασιακών σχέσεων. Ασχολείται επίσης με διαπραγματεύσεις και

συμβάσεις και φέρει την αρμοδιότητα για τις επαφές με τα συνδικαλιστικά όργανα του προσωπικού.

- 8) Παροχές (άδειες, bonus, μεταφορά εργαζομένων, σίτιση, διαμονή).
- 9) Διάφορες υπηρεσίες: Ο υπεύθυνος προσωπικού είναι αρμόδιος για την παροχή συμβουλών στον πρόεδρο και την διοίκηση την υποβολή προτάσεων την εκπόνηση σχεδίων για την αντιμετώπιση προβλημάτων. Μεταβιβάζει εντολές στους υφιστάμενους του για την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης. Τηρεί επίσης στοιχεία για όλο το προσωπικό.
- 10) Μισθοδοσία. Ο διευθυντής προσωπικού είναι υπεύθυνος για την αξιολόγηση του κάθε υπαλλήλου, πράγμα το οποίο συνδέεται με την εκπόνηση της μισθοδοσίας. Ο μισθός του καθενός προκύπτει είτε από προσωπική συμφωνία είτε από κάποια κλαδική – επιχειρησιακή σύμβαση εργασίας. Στον βασικό μισθό προστίθενται τυχόν προϋπηρεσία, και κάποια επιδόματα αναλόγως την οικογενειακή κατάσταση του καθενός και τις συνθήκες εργασίας του. (επίδομα γάμου, εποχιακής απασχόλησης, ανθυγιεινό). Από τα παραπάνω προκύπτει ο τελικός μισθός του καθενός εργαζομένου. Έπειτα σε συνάρτηση με τις ώρες εργασίας και τυχών αργίες ή υπερωρίες προκύπτει το πληρωτέο ποσό.
- Για την εκπόνηση της μισθοδοσίας χρησιμοποιείται από την επιχείρηση το ηλεκτρονικό σύστημα E – ARION το οποίο διαθέτει ιστορικό με τα χτυπήματα κάρτας των εργαζομένων αναλυτικά ανά ημέρα. Το σύστημα επιτρέπει τον έλεγχο και την παρακολούθηση των εργαζομένων, χρησιμοποιείται σαν παρουσιολόγιο και τα στοιχεία εισάγονται στο πρόγραμμα μισθοδοσίας.
- Η εταιρία που υποστηρίζει το σύστημα E- ARION είναι ελληνική <<Δ. Ταγκαλάκης – Ιδιωτική Επιχείρηση Συστημάτων Ασφαλείας Α.Β.Ε.Ε>> και θεωρείται καταξιωμένη στην εγχώρια αγορά με εκπονήσεις μελετών, εκπαιδεύσεις καθώς και εγκαταστάσεις συστημάτων ελέγχου και ασφαλείας.



Εικόνα20:Λογότυπο εταιρίας, Πηγή : [www.e-arion .g r](http://www.e-arion.gr)

Δεύτερο βήμα είναι τα στοιχεία πού προέκυψαν ξεχωριστά για κάθε εργαζόμενο από την μηνιαία κάρτα ωρομετρήσεων του όπως καταχωρήθηκαν στο σύστημα E- ARION , να εισαχθούν στο πρόγραμμα Business – μισθοδοσία, προϊόν της εταιρίας E-NET και έτσι να ολοκληρωθεί η εκπόνηση της μισθοδοσίας του προσωπικού.



Εικόνα21:Λογότυπο εταιρίας, Πηγή: www.bussines.gr

Βασικά χαρακτηριστικά:

- 1) Ολοκληρωμένη αντιμετώπιση επαναπροσλήψεων.
- 2) Πλήρης διατήρηση ιστορικότητας ανά διάστημα απασχόλησης
- 3) Αυτόματη ενημέρωση της προϋπηρεσίας των ξενοδοχοϋπαλλήλων.
- 4) Ειδική αποδοχή «Ρεπό».
- 5) Αυτόματος υπολογισμός όλων των απαραίτητων μισθοδοτικών περιόδων κατά τη λήξη σύμβασης εργαζομένου.
- 6) Μισθοδοτική Κατάσταση ΤΑΞΥ.
- 7) Ολοκληρωμένη και αυτοματοποιημένη αντιμετώπιση όλων των αλλαγών που προέκυψαν με τον Ν. 3655.
- 8) Υπερσύγχρονο εργαλείο «Πρόγραμμα ωρομέτρησης » για κυλιόμενα ωράρια.
- 9) Μαζική Εισαγωγή δεδομένων μισθοδοσίας (άδειες, ασθένειες, υπερωρίες, πρόσθετες αποδοχές, προκαταβολές κ.λ.π.).

Βασικά χαρακτηριστικά Μισθοδοσίας:

- 1) Ενσωμάτωση όλων των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας
- 2) Κάλυψη όλων των εργασιακών σχέσεων
- 3) Κάλυψη και των πιο εξειδικευμένων περιπτώσεων εργαζομένων
- 4) Πλήρης διαχείριση της μισθοδοσίας με δύο τρόπους:
- 5) Αυτοματοποιημένη - Πλήρως παραμετροποιήσιμη από τον χρήστη.
- 6) Αυτόματη εξαγωγή σε αρχείο των εντολών πληρωμής σε τράπεζες και των άρθρων Γενικής Λογιστικής.
- 7) Πλήρες σύστημα κοστολόγησης με παρακολούθηση και επιμερισμό του κόστους μισθοδοσίας σε κέντρα κόστους που σχεδιάζει και παραμετροποιεί ο χρήστης της εφαρμογής, ανάλογα με τις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης.
- 8) Πλήρης διαχείριση σε ωράρια εργασίας και βάρδιες και σύνδεση με αυτόματο υπολογισμό ασφαλιστικών ημερών, ωρών, υπερωριών, νυχτερινών, Κυριακών, Αργιών.

ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ HRM:

- 1) Διαχείριση Ανταμοιβών
- 2) Μαζική Διαχείριση Ασθενειών
- 3) Μαζική Διαχείριση Υπερωριών
- 4) Μαζική Διαχείριση Παροχών
- 5) Μαζική Διαχείριση Πρόσθετων Αποδοχών
- 6) Πλήρης Διαχείριση Αδειών
- 7) Διαχείριση βιογραφικών εργαζομένων
- 8) Πολιτική μισθών
- 9) Περιγραφή θέσης εργασίας
- 10) Πλήρης Διαχείριση και αξιολόγηση βιογραφικών Εργαζομένων και Υποψηφίων
- 11) Διαχείριση Αγγελιών

- 12) ν, Διαχείριση Ταξιδιών
- 13) Διαχείριση Οχημάτων
- 14) Διαχείριση Κινητής τηλεφωνίας
- 15) Αξιολόγηση Προσωπικού
- 16) Εκπαίδευση προσωπικού
- 17) Σενάρια προβλέψεων
- 18) Υγιεινή & ασφάλεια
- 19) Κατάρτιση προϋπολογισμών.

(Πηγή: <http://www.epsilonnet.gr>)

Το ανωτέρω πρόγραμμα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για το τμήμα προσωπικού και συμβάλλει στην σωστή γρήγορη και αποτελεσματική λειτουργία του στους τομείς ευθύνης του.

5.4.6: Τεχνικό τμήμα

Το τεχνικό τμήμα αποτελείται από τον επικεφαλής Τεχνικό Ασφαλείας ο οποίος είναι και ο κύριος μελετητής της ηλεκτρομηχανολογικής εγκατάστασης του ξενοδοχείου και με προκαθορισμένες επισκέψεις δίνει τις απαιτούμενες οδηγίες και εντολές για τυχόν συντηρήσεις ή επισκευές που πρέπει να πραγματοποιηθούν. Διοικείται καθημερινά από τον προϊστάμενο του τμήματος και είναι στελεχωμένο ανά βάρδια από:

- 1) Ηλεκτροτεχνίτες.
- 2) Μηχανικό βάρδιας.
- 3) Εργάτες.
- 4) Καθαριστές (πισινών).
- 5) Κηπουρούς.

Αρμοδιότητα του τμήματος είναι η συντήρηση των κτιριακών εγκαταστάσεων δομικά, ηλεκτρολογικά, υδραυλικά αλλά και μηχανολογικά. Επίσης φέρει την αρμοδιότητα για τον καθαρισμό όλης της εγκατάστασης.

5.4.7. Τμήμα προμηθειών – αποθήκης & ποτών

Το τμήμα διοικηταί από τον Υπεύθυνο Προμηθειών - Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών και στελεχώνεται από βοηθητικό προσωπικό υπαλλήλους αποθήκης.

Ο Υπεύθυνος του τμήματος είναι υπεύθυνος για την διαδικασία παραγγελιών και για τη γενική διακίνηση και έλεγχο (ποιοτικό και ποσοτικό) όλων των προϊόντων που προμηθεύεται το Ξενοδοχείο από τρίτους. Συνεργάζεται με τη Διεύθυνση Επισιτισμού.

Με συνεχή παρακολούθηση της αγοράς προβλέπει ενέργειες που θα συνεισφέρουν στην οικονομία και την αύξηση της ποιότητας. Συμβάλλει στη σωστή αποθήκευση, διατήρηση και αναπλήρωση των ειδών.

Επιδιώκει την άρτια λειτουργία της αποθήκης βρίσκοντας καινούργια προϊόντα και προμηθευτές. Παράλληλα εκτελεί διάφορες εργασίες ελέγχου και ενημερώνει τον προϊστάμενο του για τυχόν προβλήματα στο χώρο εργασίας του.

5.4.7.1. Προμήθειες

Στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις το ύψος και κόστους των προμηθειών αποτελεί κατά προσέγγιση το 1-3(τρίτο) των εσόδων. Κατά συνέπεια ή επιρροή στο λειτουργικό κόστος είναι σημαντική.

Η δύναμη της επιρροής των προμηθευτών είναι αρκετά μεγάλη και επηρεάζει άμεσα την ποιότητα του προϊόντος που χρησιμοποιείται από την επιχείρηση. Αυτή η δύναμη μειώνεται με την αύξηση του αριθμού των προμηθευτών και ταυτόχρονα της αγοραστικής δυνατότητας της επιχείρησης.

Οι προμηθευτές προστίθενται στον Κατάλογο Εγκεκριμένων Προμηθευτών,

μόνο όταν υπάρχουν τεκμηριωμένες αποδείξεις της επάρκειας τους, που να έχουν προκύψει από αξιολόγηση τους από τον Υπεύθυνο της Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών σε συνεργασία με τον Διευθυντή Επισιτισμού και τον Διευθυντή Οικονομικών Υπηρεσιών, με βάση κάποια από τις ακόλουθες μεθόδους:

1) Αξιολόγηση από ιστορικά στοιχεία, δηλαδή παλαιά επίδοση τους στην προμήθεια τροφίμων και ποτών προς το ξενοδοχείο.

2) Ικανοποιητικά αποτελέσματα επιθεώρησης ή δοκιμής δειγμάτων προϊόντων, ή σχετικές γραπτές αποδείξεις, όπως πιστοποιητικά αναλύσεων, λεπτομερείς μετρήσεις κλπ.

Για την τεκμηρίωση της αξιολόγησης των προμηθευτών χρησιμοποιείται το έντυπο Δελτίο Αξιολόγησης Προμηθευτή το οποίο πιστοποιεί:

- 1) εάν υπάρχουν επαρκείς εγκαταστάσεις παραγωγής και δοκιμών των προϊόντων,
- 2) εάν οι εγκαταστάσεις ικανοποιούν τους Κανόνες Ορθής Υγιεινής Πρακτικής
- 3) εάν το προσωπικό τηρεί τους Κανόνες Ορθής Υγιεινής Πρακτικής
- 4) ένα τηρείται πρόγραμμα Μυοκτονίας και Απεντόμωσης
- 5) εάν υπάρχει επαρκής αριθμός εκπαιδευμένου ή έμπειρου προσωπικού,
- 6) εάν υπάρχει επαρκής εμπειρία στην παραγωγή των συγκεκριμένων προϊόντων,
- 7) εάν γίνονται επιθεωρήσεις και δοκιμές των παραγόμενων προϊόντων καθώς και επιθεώρηση του τρόπου λειτουργίας ή εσωτερικός έλεγχος,
- 8) εάν υπάρχει σύστημα διαχείρισης της ποιότητας (π.χ. σύστημα διαχείρισης της ποιότητας, πιστοποιημένο κατά EN ISO-9001:2000).
- 9) εάν κατά την περιοδική ανασκόπηση των αρχείων φανεί ανεπαρκές επίπεδο επίδοσης από τον προμηθευτή,
- 10) εάν υπάρξουν πληροφορίες για σημαντικές αλλαγές στο προσωπικό ή την εταιρεία, ή αλλάξει το σύστημα ελέγχου στο εργοστάσιο του προμηθευτή ή αλλάξουν οι όροι συνεργασίας (τιμή, τρόπος συνεργασίας, παράδοση).

Πραγματοποιούνται ετήσιες συμφωνίες με τους προμηθευτές οι οποίες προβλέπουν την διατήρηση των τιμών στα ίδια επίπεδα για όλο το διάστημα λειτουργίας του συγκροτήματος.

Οι εγγραφές στον Κατάλογο Εγκεκριμένων Προμηθευτών εγκρίνονται από τον Υπεύθυνο Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών και τον Διευθυντή Επισιτισμού και όπου απαιτείται με τη σύμφωνη γνώμη του Διευθυντή Οικονομικών Υπηρεσιών.

5.4.7.2:Αποθήκη τροφίμων και ποτών

Η Αποθήκη Τροφίμων και Ποτών είναι υπεύθυνη για την προμήθεια όλων των τμημάτων του συγκροτήματος με τα απαραίτητα τρόφιμα και ποτά που είναι αναγκαία για την παροχή των υπηρεσιών που προσφέρουν. Το προσωπικό της Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών αποτελείται από τον Υπεύθυνο της Αποθήκης και τους Υπαλλήλους της Αποθήκης.

Ο υπεύθυνος της Αποθήκης πραγματοποιεί τη διαδικασία των παραγγελιών και μεριμνά για τη γενική διακίνηση και έλεγχο (ποιοτικό και ποσοτικό) όλων των προϊόντων που προμηθεύεται το Ξενοδοχείο από τρίτους. Ο Υπάλληλος της Αποθήκης διεκπεραιώνει όλες τις απαραίτητες εργασίες για την τάξη, διακίνηση και λειτουργία των ειδών και εξοπλισμού της αποθήκης. Ο διαχωρισμός των αρμοδιοτήτων των Υπαλλήλων της Αποθήκης γίνεται με βάση τις μονάδες σίτισης που εξυπηρετούν.

Ο άμεσα προϊστάμενος του Υπεύθυνου Αποθήκης Τροφίμων και Ποτών είναι ο Οικονομικός Διευθυντής. Επίσης, ο Υπεύθυνος της Αποθήκης συνεργάζεται στενά και με τον Διευθυντή F&B. Οι παραγγελίες που ετοιμάζονται από τον Υπεύθυνο της Αποθήκης για προμήθεια από την κεντρική αποθήκη ή για αγορές από τους προμηθευτές, ελέγχονται και εγκρίνονται ή απορρίπτονται από τους παραπάνω αναφερθέντες Διευθυντές.

Το τμήμα για την εύρυθμη λειτουργία του και τον συγχρονισμό της αποθήκης με την κουζίνα και τα επισιτιστικά τμήματα χρησιμοποιεί το πρόγραμμα product management (PM) του MICROS RS, της EUROTEL HOSPITALITY.

Το Product Management (PM), διαχειρίζεται τις καθημερινές ανάγκες και υποχρεώσεις του εστιατορίου που έχουν σχέση με την αποθήκη, τις παραγγελίες και τις παραλαβές. Το module αυτό προσφέρει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για την αποθήκη, τα συστατικά συνταγών, τα κόστη και τις προσφορές επιτρέπει στην επιχείρηση να συγκρίνει το πλάνο της με την πραγματική κατάσταση. Η δυνατότητα ευέλικτου reporting που προσφέρει το πρόγραμμα, σχηματίζοντας ξεκάθαρη εικόνα για την απόδοσή της. (Πηγή: <http://www.eurotel.gr>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Συμπεράσματα

Στο Β΄ μέρος της εργασίας πραγματοποιήθηκε αναλυτική παρουσίαση όλων των τμημάτων που απαρτίζουν ένα μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Ξεχωριστά για κάθε τμήμα αναλύθηκαν, ο τομέας ευθύνης, οι αρμοδιότητες αλλά και ο τρόπος λειτουργίας τους.

Στόχος ήταν να παρουσιαστούν μέσω της λειτουργίας του κάθε τμήματος τα ηλεκτρονικά συστήματα που χρησιμοποιεί η επιχείρηση, η λειτουργία τους και ο τρόπος συμβολής τους στην εύρυθμη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας. Διευκρινίστηκε επίσης ο τρόπος σύνδεσης, δικτύωσης των τμημάτων μέσω των ηλεκτρονικών πληροφοριακών συστημάτων.

Η λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων χαρακτηρίζεται από υψηλά κόστη, ανεξαρτήτου αριθμού πελατών ή μεγέθους σε όλες τις επιχειρήσεις στόχος είναι οι υψηλές πωλήσεις προκειμένου να είναι κερδοφόρες. Είναι επιβεβλημένη η στρατηγική στην προώθηση των πωλήσεων της μέσω διαδικτύου.

Παράλληλα είναι απαραίτητη η χρήση συγχρόνων συστημάτων κοστολόγησης και ελέγχου των παραχωμένων υπηρεσιών από όλα τα τμήματα που την απαρτίζουν.

Κάθε επιχείρηση οφείλει να εκμεταλλεύεται όλα τα εργαλεία που έχει στη διάθεσή της προκειμένου να εξασφαλίσει αποδοτικότερες συνθήκες εργασίας για τους εργαζομένους της και ποιοτικότερο προϊόν στους πελάτες της.

6.1: Πλεονεκτήματα της χρησιμοποίησης πληροφοριακών συστημάτων

- 1) Βελτίωση της αποτελεσματικότητας και παραγωγικότητας των τμημάτων.
- 2) Αποτελεσματικότητα στον έλεγχο τη διαχείριση και τη διοίκηση του προσωπικού.
- 3) Δυνατότητα άμεσης παρακολούθησης της επιχείρησης. Εύκολη εξαγωγή συμπερασμάτων.
- 4) Πλήρης έλεγχος των αποθεμάτων.
- 5) Έλεγχος των αγορών και μείωση του κόστους των προϊόντων.
- 6) Πλήρης έλεγχος των δαπανών.
- 7) Πλήρης έλεγχος των προμηθευτών.
- 8) Άρτια οργάνωση της επιχείρησης.
- 9) Άριστη διαχείριση του τμήματος κρατήσεων.
- 10) Ικανοποίηση εξειδικευμένων αναγκών των πελατών.
- 11) Οργανωμένη τιμολογιακή πολιτική.
- 12) Διευκόλυνση εκπαίδευσης προσωπικού.
- 13) Περιορισμός λαθών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, «Τουρισμός και Ανάπτυξη», (Εκ. Interbooks 2000)
- Βασιλειάδης Α. Χρήστος, «Η Διοικητική και το Μάρκετινγκ των Τουριστικών Προορισμών», (Εκ. Σταμούλη 2009)
- Πρωτοπαπαδάκης Ν. Ιωάννης, «Τουριστικό μάρκετινγκ», (Εκ. Σταμούλη 2003)
- Σακελλαρίδης Οδυσσέας, «Πληροφορική στον Τουρισμό», (Ε.Α.Π. 1999)
- Κατσώνη Βασιλική, «Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό», (Εκ. Interbooks 2006)
- Κυριακοπούλου Ζωή, «C.R.S. – G.D.S Συστήματα κρατήσεων αεροπορικών εταιρειών και ταξιδιωτικών πρακτορείων με χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή», (Εκ. Προπομπός 2003)

ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- <http://www.megabyte.net/Services/Software.aspx>
- <http://www.netera.gr>
- <http://www.lexiconsoftware.gr>
- <http://www.singularlogic.eu/index.php>
- <http://www.nelios.com>
- http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system
- <http://www.vrml-content.org/547-enterprise-content-management-software-cms.html>
- http://www.ackomodromos.com/cms_website/
- <http://www.cms.com>
- <http://abstrakt.vade.info/?p=231>
- <http://www.cyberarts.gr>

<http://www.syscoatlanta.com>
<http://www.sysco.gr>
<http://www.businesswoman.gr>
<http://www.enet.gr>
<http://www.protothema.gr>
<http://www.traveldailynews.gr>
<http://www.hit.com.gr/>
<http://www.sunsoft.gr>
<http://www.singularlogic.eu>
<http://ecommerce.com.gr>
<http://www.eurotel.gr>
<http://www.hedna.org/>
<http://www.amadeus.net>
<http://www.amadeus.com>
<http://www.myeres.com>
<http://www.travelport.com/Corporate-Site/About-Travelport/Overview>
<http://www.sabretravelnetwork.com>
<http://www.wikipedia.org>
<http://www.e-arion.gr>

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Σύγκριση εταιριών πληροφοριακών συστημάτων κρατήσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες.....	49
Πίνακας 2: Σύγκριση AMADEUS- GALILEO – SABRE	64
Πίνακας 3: Μερίδιο αγοράς των μεγαλύτερων CRS – GDS.....	64
Πίνακας 4: Ταξιδιωτικά γραφεία – Συνεργάτες του Hotel Poseidon Resort.....	72
Πίνακας 5: Μέσος όρος διανυκτέρευσης.....	74
Πίνακας 6: Μέση διαμονή ανα μήνα για το έτος 2012.....	74
Πίνακας 7: Δομή της επιχείρησης.....	75
Πίνακας 8: Ανάλυση προσωπικού / ανά τμήμα.....	76