

Υποδοχή Ξενοδοχείου

Εμμανουήλ Αυγουστάκης

A.M: 4783

ΕΠΙΒΛΕΠΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

10/10/2013

Copyright © Εμμανουήλ Αυγουστάκης, 2013

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Εισαγωγή..... | 7 |
| Abstract | 9 |
| 1. Ο τουρισμός..... | 11 |
| 1.1. Ιστορική αναδρομή τουρισμού | 12 |
| 2. Ταξιδιωτική βιομηχανία..... | 15 |
| 2.1. Οι άμεσοι προμηθευτές..... | 15 |
| 2.2. Οι υπηρεσίες υποστήριξης | 15 |
| 2.3. Οι αναπτυξιακοί οργανισμοί..... | 16 |
| 3. Ξενοδοχειακά καταλύματα | 17 |
| 3.1. Ιστορική εξέλιξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων | 17 |
| 3.2. Διακρίσεις ξενοδοχειακών καταλυμάτων | 20 |
| 3.3. Οργάνωση Ξενοδοχείου..... | 24 |
| 3.3.1. Τμήμα υποδοχής | 26 |
| 3.3.2. Τμήμα οροφοκομίας | 26 |
| 3.3.3. Επισιτιστικά τμήματα | 26 |
| 3.3.4. Τμήμα πωλήσεων και marketing | 26 |
| 3.3.5. Τμήμα λογιστηρίου | 27 |
| 3.3.6. Τμήμα συντήρησης | 27 |
| 3.3.7. Τμήμα ασφάλειας..... | 27 |
| 3.3.8. Τμήμα προσωπικού..... | 27 |
| 3.3.9. Άλλα τμήματα..... | 28 |
| 3.3.10. Η διεύθυνση | 28 |
| 4. Υποδοχή Ξενοδοχείου..... | 29 |
| 4.1. Οργάνωση υποδοχής..... | 29 |
| 4.1.1. Ενδυμασία..... | 30 |
| 4.1.2. Εμφάνιση | 31 |

| | | |
|------------|---|----|
| 4.1.3. | Συμπεριφορά..... | 32 |
| 4.1.4. | Βάρδιες υποδοχής | 33 |
| 4.2. | Περιγραφές εργασίας (Job descriptions)..... | 35 |
| 4.3. | Εργασιακοί όροι..... | 35 |
| 4.4. | Προσωπικό υποδοχής..... | 36 |
| 4.4.1. | Προϊστάμενος υποδοχής | 37 |
| 4.4.2. | Ρεσεψιονίστ..... | 39 |
| 4.4.3. | Υπάλληλος κρατήσεων | 40 |
| 4.4.4. | Τηλεφωνητής | 41 |
| 4.4.5. | Ταμίας υποδοχής..... | 42 |
| 4.4.6. | Νυχτερινός Ρεσεψιονίστ (Night Auditor) | 42 |
| 4.4.7. | Θυρωρός (Concierge) | 43 |
| 4.4.8. | Αχθοφόρος (Groom) | 44 |
| 4.4.9. | Πορτιέρης..... | 44 |
| 4.5. | Συστήματα κι εξοπλισμός υποδοχής..... | 45 |
| 4.5.1. | Συστήματα υποδοχής | 46 |
| 4.5.1.1. | Χειρόγραφο..... | 46 |
| 4.5.1.2. | Ημιαυτοματοποιημένο | 46 |
| 4.5.1.3. | Πλήρως αυτοματοποιημένο | 47 |
| 4.5.2. | Εξοπλισμός υποδοχής | 48 |
| 4.5.2.1. | Ηλεκτρονικός υπολογιστής..... | 48 |
| 4.5.2.1.1. | Κρατήσεις | 49 |
| 4.5.2.1.2. | Διεύθυνση δωματίων | 49 |
| 4.5.2.1.3. | Τήρηση λογαριασμών πελατών | 49 |
| 4.5.2.1.4. | Γενική Διεύθυνση | 50 |
| 4.5.2.1.5. | Ιστορικό αρχείο πελατών, προφίλ πελατών | 50 |
| 4.5.2.1.6. | Συντήρηση | 50 |
| 4.5.2.2. | Έντυπα | 51 |
| 4.5.2.2.1. | Κρατήσεις | 51 |
| 4.5.2.2.2. | Αφίξεις | 51 |
| 4.5.2.2.3. | Διαμονή..... | 51 |
| 4.5.2.2.4. | Αναχωρήσεις..... | 52 |
| 4.5.2.2.5. | Έντυπα για την παραλαβή συναλλάγματος | 52 |
| 4.5.2.3. | Room rack..... | 53 |

| | | |
|------------|---|----|
| 4.5.2.4. | Ράκ αλληλογραφίας, μηνυμάτων, κλειδιών | 54 |
| 4.5.2.5. | Καρτελοθήκες | 54 |
| 4.5.2.6. | Εξοπλισμός τηλεφώνων | 55 |
| 4.5.2.7. | Βοηθητικές συσκευές..... | 55 |
| 4.5.2.7.1. | Συσκευή ανάγνωσης πιστωτικών καρτών..... | 55 |
| 4.5.2.7.2. | Συσκευή ανίχνευσης πλαστών χαρτονομισμάτων | 56 |
| 4.5.2.7.3. | Φαξ..... | 56 |
| 4.5.2.7.4. | Εκτυπωτές..... | 56 |
| 4.5.2.7.5. | Τερματικά αυτοκαταχώρισης/αυτοαναχώρησης..... | 56 |
| 4.5.2.7.6. | Αυτόματες συσκευές πληροφοριών | 57 |
| 4.5.2.7.7. | Έλεγχος ασφαλείας..... | 57 |
| 5. | Λειτουργίες υποδοχής..... | 58 |
| 5.1. | Πωλήσεις τμήματος υποδοχής..... | 58 |
| 5.1.1. | Κανόνες για την πώληση δωματίων..... | 60 |
| 5.1.2. | Αποτελεσματικές τεχνικές πώλησης ακριβών δωματίων | 61 |
| 5.2. | Κρατήσεις | 64 |
| 5.2.1. | Τύποι δωματίων | 64 |
| 5.2.2. | Όροι συμφωνίας ενοικίασης δωματίων..... | 66 |
| 5.2.3. | Τύποι κρατήσεων | 67 |
| 5.2.3.1. | Εγγυημένες..... | 68 |
| 5.2.3.1.1. | Είσπραξη προκαταβολής..... | 68 |
| 5.2.3.1.2. | Πιστωτική κάρτα..... | 68 |
| 5.2.3.1.3. | Προπληρωμή..... | 68 |
| 5.2.3.1.4. | Κράτηση από τουριστικό πρακτορείο..... | 69 |
| 5.2.3.1.5. | Εταιρική κράτηση | 70 |
| 5.2.3.1.6. | Κρατήσεις με συμβόλαιο Allotment | 70 |
| 5.2.3.1.7. | Κρατήσεις με συμβόλαιο Commitment | 73 |
| 5.2.3.1.8. | On request basis | 73 |
| 5.2.3.2. | Μη εγγυημένες..... | 73 |
| 5.2.3.3. | Κρατήσεις σε αναμονή (waiting list) | 74 |
| 5.2.3.4. | Υπερκρατήσεις (overbooking) | 74 |
| 5.2.4. | Σημειώσεις σε μία κράτηση (traces) | 75 |
| 5.2.5. | Επιβεβαίωση κράτησης..... | 75 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 5.2.6. | Μεταβολή, ή ακύρωση κράτησης..... | 76 |
| 5.2.7. | Ομαδικές κρατήσεις..... | 76 |
| 5.2.8. | Κρατήσεις V.I.Ps. (Very Important Persons)..... | 77 |
| 5.2.9. | Πιθανά προβλήματα κρατήσεων και τρόποι επίλυσης τους..... | 78 |
| 5.3. | Αφίξεις (check-in, registration)..... | 79 |
| 5.3.1. | Κατανομή δωματίων (allocation)..... | 80 |
| 5.3.2. | Διαδικασία άφιξης μεμονωμένης κράτησης..... | 80 |
| 5.3.3. | Άφιξη γκρούπ..... | 82 |
| 5.3.3.1. | Ενέργειες πριν την άφιξη (pre-registration)..... | 82 |
| 5.3.3.2. | Διαδικασία άφιξης..... | 83 |
| 5.3.4. | Περαστικός πελάτης..... | 83 |
| 5.3.5. | Διημέρευση (day use)..... | 84 |
| 5.3.6. | Αυτοκαταχώριση..... | 85 |
| 5.4. | Προσφερόμενες υπηρεσίες..... | 85 |
| 5.4.1. | Διεκπεραίωση της αλληλογραφίας..... | 85 |
| 5.4.2. | Τηλεφωνική εξυπηρέτηση και μηνύματα..... | 87 |
| 5.4.3. | Παροχή πληροφοριών και άλλων υπηρεσιών..... | 87 |
| 5.4.4. | Εγερτήρια..... | 90 |
| 5.4.5. | Φύλαξη αποσκευών..... | 91 |
| 5.4.6. | Υπηρεσία απολεσθέντων αντικειμένων..... | 91 |
| 5.5. | Αναχωρήσεις..... | 92 |
| 5.5.1. | Διαδικασίες των αναχωρήσεων..... | 92 |
| 5.5.2. | Γρήγορη αναχώρηση (express check-out)..... | 94 |
| 5.5.3. | Αργοπορημένη αναχώρηση..... | 95 |
| 5.5.4. | Τρόποι εξόφλησης λογαριασμών..... | 95 |
| 5.5.4.1. | Με μετρητά..... | 96 |
| 5.5.4.2. | Με πιστωτική, ή χρεωστική κάρτα..... | 97 |
| 5.5.4.3. | Με ταξιδιωτική επιταγή..... | 98 |
| 5.5.4.4. | Με μεταφορά σε χρεώστες..... | 99 |
| 5.5.5. | Ανεξόφλητοι λογαριασμοί..... | 99 |
| 5.6. | Επικοινωνίες της υποδοχής..... | 100 |
| 5.6.1. | Βιβλίο βάρδιας..... | 100 |
| 5.6.2. | Σχέσεις της υποδοχής με τους πελάτες..... | 101 |
| 5.6.2.1. | Οδηγίες χειρισμού των παραπόνων..... | 102 |

| | | |
|-------------------------------|---|-----|
| 5.7. | Προφυλάξεις ασφαλείας | 104 |
| 5.7.1. | Η συμβολή της υποδοχής στην ασφάλεια του ξενοδοχείου..... | 104 |
| 5.7.1.1. | Έλεγχος των κλειδιών | 106 |
| 5.7.1.2. | Παρακολούθηση και έλεγχος της κίνησης..... | 108 |
| 5.7.1.3. | Προστασία του ταμείου | 108 |
| 5.7.1.4. | Θυρίδες ασφαλείας..... | 109 |
| 6. | Επίλογος..... | 110 |
| Βιβλιογραφικές Αναφορές | | 112 |
| Ελληνικές | 112 | |
| Από το Διαδίκτυο | | 112 |
| Βιβλιογραφία | | 113 |
| Ελληνική | 113 | |
| Από το Διαδίκτυο | | 113 |

Εισαγωγή

Ο πελάτης δεν έχει πάντα δίκαιο, όμως δεν παύει να είναι πάντα ο πελάτης. Η πρόκληση λοιπόν για έναν επαγγελματία της τουριστικής βιομηχανίας, είναι να προσφέρει φιλοξενία, η οποία να ξεπερνά τις προσδοκίες των πελατών, θεωρώντας τους πελάτες ως φιλοξενούμενους.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να προσφέρει τις γνώσεις, σχετικά με το τι πρέπει να κάνει κάποιος, ώστε να γίνει ένας φιλόξενος επαγγελματίας υπάλληλος υποδοχής σε ένα ξενοδοχείο.

Η εργασία χωρίζεται στα έξη παρακάτω κεφάλαια:

Εν αρχή ην το ταξίδι, και το ταξίδι γέννησε τον τουρισμό. Έτσι, το πρώτο κεφάλαιο (1), αναφέρεται στο τι είναι ο τουρισμός, την εξελικτική του πορεία και στο τι ονομάζουμε τουρισμό σήμερα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο (2) εξηγείται συνοπτικά, τι εστί ταξιδιωτική βιομηχανία, το παιδί του τουρισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στα ξενοδοχειακά καταλύματα (ιστορική εξέλιξη, διακρίσεις, οργάνωση τμημάτων ξενοδοχείου), τα οποία ανήκουν στην κατηγορία των άμεσων προμηθευτών της τουριστικής βιομηχανίας.

Στο κεφάλαιο τέσσερα (4), αναλύεται η δομή της υποδοχής ενός ξενοδοχείου (οργάνωση, στελέχωση, συστήματα κι εξοπλισμός).

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο (5), αναλύονται οι λειτουργίες της υποδοχής. Όλες εκείνες οι ενέργειες δηλαδή, στις οποίες θα προβεί στην καριέρα του ένας υπάλληλος υποδοχής. Επειδή το κεφάλαιο αυτό είναι το μεγαλύτερο και το πιο σημαντικό, αναφέρω εν συντομία εδώ, με τι ασχολούνται τα υποκεφάλαια του:

Στο πρώτο υποκεφάλαιο (5.1) δίνονται κάποιες συμβουλές-κανόνες, ώστε να πάρει μια ιδέα ο αναγνώστης για τις δεξιότητες και τη νοοτροπία που πρέπει να έχει, αν θέλει να επιτύχει στον επαγγελματικό χώρο των ξενοδοχείων.

Στο υποκεφάλαιο δύο (5.2), αρχικά δίνονται κάποιες πληροφορίες (τύποι δωματίων, κρατήσεων κ.λπ.), τις οποίες θα πρέπει να γνωρίζει ο αναγνώστης, προτού αναλυθούν οι διαδικασίες κρατήσεων στο ίδιο υποκεφάλαιο.

Στο τρίτο υποκεφάλαιο (5.3), περιγράφονται οι ενέργειες που γίνονται από το προσωπικό της υποδοχής πριν και κατά τη διάρκεια της άφιξης πελατών, καθώς επίσης και ορισμένα θέματα που προκύπτουν κατά την άφιξη, αλλά και τρόποι διευθέτησής τους.

Από την ώρα που αφικνείται ένας πελάτης, μέχρι και την ώρα που αναχωρεί οι υπάλληλοι υποδοχής καλούνται να του προσφέρουν κάποιες υπηρεσίες. Αυτές οι υπηρεσίες και ο τρόπος προσφοράς αυτών στον πελάτη, αναφέρονται σε αυτό, το τέταρτο υποκεφάλαιο του πέμπτου κεφαλαίου (5.4).

Στο υποκεφάλαιο νούμερο πέντε (5.5), αναλύονται οι διαδικασίες με τις οποίες ασχολείται το προσωπικό της υποδοχής κατά την αναχώρηση πελατών, καθώς επίσης και οι τρόποι με τους οποίους μπορούν οι πελάτες να εξοφλήσουν το λογαριασμό τους, αλλά και οδηγίες για το τι μέτρα πρέπει να ληφθούν για να προληφθεί η ύπαρξη ανεξόφλητων λογαριασμών.

Η επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων, αλλά και με τους πελάτες, είναι το πιο σημαντικό εξάρτημα στη μηχανή ενός ξενοδοχείου. Έτσι, σε αυτό, το έκτο υποκεφάλαιο (5.6), περιγράφονται οι επικοινωνιακές σχέσεις των υπαλλήλων της υποδοχής μεταξύ τους, αλλά και με τους πελάτες. Δίνονται επίσης εδώ και μερικές συμβουλές-κατευθυντήριες γραμμές, σχετικά με τη στάση και τη συμπεριφορά που πρέπει να έχει ένας υπάλληλος υποδοχής όταν ένας πελάτης του κάνει παράπονα.

Στο έβδομο και τελευταίο υποκεφάλαιο (5.7), γίνεται αναφορά στη συμβολή της υποδοχής στην ασφάλεια του ξενοδοχείου.

Στο έκτο κεφάλαιο (6), γίνεται ένας επίλογος και αναφέρονται τα συμπεράσματα πάνω στα όσα προαναφέρθηκαν.

Abstract

The customer isn't always right, but he does not stop being the customer. The challenge then, for a professional in the industry of tourism, is to provide hospitality, which exceeds the expectations of the customers, by regarding them as guests.

The purpose of this paper is to provide the knowledge, about what one must do, to become a hospitable, professional employee in the reception of a hotel.

The paper is divided in the following five chapters:

In the beginning there was travel and travel gave birth to tourism. Thus, the first chapter (1), is referred to what tourism is, its evolutionary course and in to what we call tourism today.

In the second chapter (2), is explained briefly, what is the travel industry, the child of tourism.

In the third chapter (3), a reference is made in the hotel accommodations (historical evolution, distinctions, organization of the hotels' departments), which belong in the category of the direct providers in the tourism industry.

In chapter four (4), is analyzed the structure of the reception of a hotel (organization, staffing, systems and equipment).

Finally, in the fifth chapter (5), the functions of the reception are analyzed. That is, all those actions in which an employee of the reception will proceed in his/her career. Because this chapter is the biggest and most important, I refer in brief here, what its subchapters are all about:

In the first subchapter (5.1), some advice-rules are given, so that the reader can have an idea about the skills and the mentality he/she must have, in order to be successful in the professional hotel world.

In subchapter two (5.2), initially are given some information (room types, reservation types etc.) that the reader must know, before the reservation procedures are analyzed in the same subchapter.

In the third subchapter (5.3), are described the actions that are performed from the staff of the reception before and during the arrival of the customers, as well as some issues that arise during the check-in and ways to address them.

Since a customer checks-in and until they check-out, the staff of the reception is called to offer them some services. These services and the way they are offered to the customer are reported in this, the fourth subchapter of the fifth chapter (5.4).

In the subchapter number five (5.5), are analyzed the procedures that the personnel of the reception is engaged with, during the clients' check-out, as well as the ways which the customers can pay off their account, but also instructions as to what steps must be taken to prevent the existence of unpaid bills.

Communication between the employees, but also with the clients, is the most important component in the engine of a hotel. Thus, in this, the sixth subchapter (5.6), are described the communicational relationships in between the staff of the reception, and with the customers. Some advice-guidelines are also given here, about the attitude and the behavior that an employee of the reception must have when a customer is complaining to him/her.

In the seventh and last subchapter (5.7), a reference is made in the contribution of the reception in the security of the hotel.

In the sixth chapter (6), an epilogue is made and the conclusions are mentioned upon the foretold.

1. Ο τουρισμός

Η πρώτη σοβαρή προσπάθεια που έγινε για να οριστεί ο τουρισμός, ήταν αυτή των καθηγητών Hunziker και Krapf του πανεπιστημίου της Βέρνης, που είχαν υποστηρίξει την άποψη ότι ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε ένα προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του, στο βαθμό όμως που δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με κερδοσκοπική δραστηριότητα. Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό, που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών, ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία διαμένει μόνιμα. Το 1963 η διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για διεθνή ταξίδια και τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, έλαβε υπόψη τις εισηγήσεις που υπέβαλε η Διεθνής Ένωση Επίσημων Τουριστικών Οργανισμών, που αργότερα μετεξελίχτηκε και μετονομάστηκε σε Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και συμφώνησε ο όρος *επισκέπτης* να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα άλλη από αυτή στην οποία διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος που να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται. Για μία ακόμα φορά ένας ορισμός σαν αυτόν γίνεται υπερβολικά περιοριστικός διότι δε λαμβάνει καθόλου υπόψη του τον εσωτερικό τουρισμό. Τον Ιούνιο του 1991, περισσότεροι από 250 συμμετέχοντες από 90 χώρες παρακολούθησαν το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό στην Ottawa του Καναδά. Το συνέδριο πρότεινε ένα νέο ορισμό του τουρισμού: ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο έτος, με δραστηριότητες σχετικές με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμα κ.α.

(Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998)

Τέλος, με σκοπό να οριστεί ένα νέο εννοιολογικό πλαίσιο για τη μέτρηση και ανάλυση της οικονομίας του τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, με τη βοήθεια της διεθνούς κοινότητας συνέταξε ένα γλωσσάριο, θεσμοθετώντας τις έννοιες, τους ορισμούς, τις κατηγοριοποιήσεις και το βασικό σετ δεδομένων και δεικτών που

πρέπει να είναι μέρος κάθε εθνικού συστήματος τουριστικών στατιστικών. Η προσπάθεια δημιουργίας του γλωσσάριου αυτού κράτησε περίπου τρία χρόνια 2005-2007 και έχει την έγκριση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών. Έτσι, πλέον:

“Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που προϋποθέτει τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες, ή τόπους εκτός του *συνήθους τους περιβάλλοντος*, για προσωπικούς, ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι λέγονται *επισκέπτες*, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται σε *τουρίστες*, ή *εκδρομείς* και σε *κατοίκους*, ή *μη κατοίκους* της χώρας προορισμού και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες συνεπάγονται και τουριστικά έξοδα”.

Για την σαφέστερη κατανόηση του ορισμού του τουρισμού παραθέτω τις ακόλουθες έννοιες από το γλωσσάριο του Π.Ο.Τ.:

- *Συνήθες περιβάλλον*: Ορίζεται ως η γεωγραφική περιοχή μέσα στην οποία ένα άτομο διεξάγει τις τακτικές συνήθειες της ζωής του.
- *Επισκέπτης*: Είναι ένας ταξιδιώτης που κάνει ένα ταξίδι σε ένα κύριο προορισμό, εκτός του συνήθους του περιβάλλοντος, για λιγότερο από ένα χρόνο, για οποιοδήποτε κύριο σκοπό (επαγγελματικό, αναψυχή, ή άλλο προσωπικό λόγο) εκτός από το να απασχοληθεί σε εργασία από ένα φορέα, κάτοικο του τόπου/της χώρας προορισμού.
- *Τουρίστας*: Ένας επισκέπτης (εσωτερικού τουρισμού, εισερχομένου, ή εξερχόμενου τουρισμού) ταξινομείται ως τουρίστας (ή επισκέπτης με διανυκτέρευση) αν το ταξίδι του περιλαμβάνει μια διανυκτέρευση.
- *Εκδρομέας*: Ένας επισκέπτης (εσωτερικού τουρισμού, εισερχομένου, ή εξερχόμενου τουρισμού) ταξινομείται ως εκδρομέας (ή μονοήμερος επισκέπτης) αν το ταξίδι του δεν περιλαμβάνει διανυκτέρευση.

(Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)

1.1. Ιστορική αναδρομή τουρισμού

Τα πρώτα του βήματα το ανθρώπινο είδος πάνω στη γη τα έκανε για να ταξιδέψει. Αλλά επειδή οι κυριότεροι λόγοι ήταν για διατροφή και ασφάλεια, και η διάρκεια των ταξιδιών αυτών ήταν πολύ μεγάλη έως και μόνιμη, δε μπορούν να ονομαστούν τουρισμός. Αργότερα, οι ταξιδιώτες της αρχαιότητας αντιμετώπιζαν αντίξοες συνθήκες όπως, έλλειψη δρόμων και συγκοινωνιακών μέσων, έλλειψη στέγης και

τροφής στη διαδρομή τους, ληστές στην ξηρά και πειρατές στη θάλασσα. Συνήθως ταξίδευαν από επιτακτική ανάγκη και ήταν εξόριστοι, διωκόμενοι εγκληματίες, επαγγελματίες τυχοδιώκτες, στρατιωτικοί, ή απλά περίεργοι που κυνηγούσαν γνώσεις και πληροφορίες, όπως ο Ηρόδοτος που ταξίδεψε δια μέσου των ελληνικών πόλεων κι έφτασε στη Σικελία και την Αίγυπτο και σκοπός του ήταν να γνωρίσει τον τρόπο ζωής και τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες των περιοχών αυτών. Οι θεοί της αρχαίας Ελλάδας ήταν φίλοι των ταξιδιών. Η μυθολογία ήθελε τη μια στιγμή να βρίσκονται στο ένα σημείο και την άλλη σε μεγάλη από εκεί απόσταση. Σύμφωνα με τις αφηγήσεις του Ομήρου, η ιερότητα της φιλοξενίας ήταν τόσο διαδεδομένη, ώστε δεν την αρνιόταν ούτε στους επιλήψιμους ξένους. Οι ξένοι στα έργα του Ομήρου δεν ήταν ποτέ τουρίστες. Ήταν εξόριστοι, αγγελιοφόροι, ταξιδιώτες, ή άνθρωποι που είχαν χάσει το δρόμο τους. Η φιλοξενία παρεχόταν αδιάκριτα σε ανθρώπους κάθε κοινωνικής τάξης, αλλά η υποδοχή του ξένου αποτελούσε μια ιεροτελεστία που διέφερε ανάλογα με την τάξη και το σκοπό άφιξης του ξένου. Δίνονταν στον ξένο τα μέσα για να κάνει λουτρό, ενώ στη συνέχεια τον άλειφαν με λάδι, του έδιναν πολυτελή ρούχα και του παραχωρούσαν τα καλύτερα δωμάτια και πλούσιο γεύμα. Οι βασιλιάδες της εποχής είχαν στο παλάτι τους διαμερίσματα ξένων, κάτι για το οποίο έχουμε ενδείξεις στο ανάκτορο της Κνωσού. Επίσης, μέρος των υποχρεώσεων της φιλοξενίας ήταν να βοηθηθεί ο ξένος με κάθε τρόπο στην επίτευξη του σκοπού του. Ο τουρίστας, ή “ξένος” στην αρχαία Ελλάδα, δεν ήταν διαδεδομένο φαινόμενο. Έτσι η σπανιότητα του, σε συνδυασμό με μια πληθώρα πληροφοριών που μπορεί να κατείχε για άλλες πόλεις, περιοχές, πολιτισμούς και κοινωνίες τον έκανε ένα πρόσωπο τόσο περιζήτητο στον τουριστικό προορισμό, που εκτός από τη φιλοξενία του από τους κατοίκους, ή τους προύχοντες της πόλης δεχόταν και δώρα. Η πρακτική αυτή ήταν υποχρεωτική, αλλά ήταν και υποχρέωση του φιλοξενούμενου να δεχτεί τα δώρα αυτά. Στην αρχαία Ελλάδα, τουριστικές περιοχές ήταν η Αιδηψός, η οποία δεχόταν τουρισμό υγείας για τις ιαματικές πηγές της, η Ολυμπία, όπου δεχόταν αθλητικό τουρισμό, η Επίδαυρος η οποία παρουσίαζε κίνηση καλλιτεχνικού τουρισμού και οι Δελφοί, που ήταν κέντρο θρησκευτικού τουρισμού. Η καθιέρωση των νομισμάτων ως ανταλλακτικού μέσου, εξυπηρέτησε τον τουρισμό των αρχαίων χρόνων. Τα ταξίδια σε επαγγελματικό επίπεδο αποδείχτηκαν συμφέροντα και τα θαλάσσια ταξίδια ιδιαίτερα αποδοτικά. Οι ταξιδιώτες αυξήθηκαν και με την πάροδο του χρόνου επιλύθηκαν πολλά από τα προβλήματα που αντιμετώπιζονταν παλαιότερα. Έγιναν υποτυπώδεις δρόμοι, δημιουργήθηκαν οι πρώτοι χώροι στέγασης

και ύπνου, οι ταξιδιώτες δημιουργούσαν ομάδες για να αντιμετωπίσουν ληστρικές επιθέσεις, κ.λπ. Όταν λοιπόν οι τουρίστες πολλαπλασιάστηκαν σε αριθμό, τότε χάθηκε και το πλεονέκτημα της κατά περίπτωση μοναδικότητας τους, με αποτέλεσμα με τον καιρό οι τουρίστες στην αρχαία Ελλάδα να πρέπει να πληρώσουν για το κατάλυμα, το φαγητό, το ποτό και γενικά για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες.

Στην περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας 27π.Χ.-395μ.Χ., υπήρχε τουριστική κίνηση για επαγγελματικούς και θρησκευτικούς λόγους, για παρακολούθηση αγώνων και άλλων θεαμάτων, για λόγους υγείας, για ψυχαγωγία, ή περιέργεια. Η ρωμαϊκή αυτοκρατορία κατασκεύασε ένα πρωτοποριακό και τεράστιο οδικό δίκτυο, ενώ ταυτόχρονα οι μετακινήσεις έγιναν πιο ασφαλείς. Επίσης, οι Ρωμαίοι είχαν ενιαίο νόμισμα. Αποτέλεσμα ήταν η αύξηση της τουριστικής κίνησης και ως εκ τούτου η έντονη πολιτισμική αναβάθμιση των λιγότερο πολιτισμένων περιοχών της εποχής.

Στο Μεσαίωνα διατηρήθηκε κάποια μορφή τουριστικής δραστηριότητας, κυρίως για θρησκευτικούς κι επαγγελματικούς λόγους.

Την εποχή της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας ήταν εύκολο να γίνουν τεράστια ταξίδια χωρίς διατυπώσεις. Από την Περσία μέχρι την Ισπανία κι από την Ουγγαρία μέχρι την Αίγυπτο, παρουσιάστηκε έντονη, για την εποχή, διάθεση για ταξίδια.

Στο μεσοπόλεμο, οι Άγγλοι αριστοκράτες θεωρούσαν τον τουρισμό βασικό στοιχείο της εκπαίδευσης και της μόρφωσης τους, μια άποψη που επικράτησε σε όλη την πολιτισμένη δυτική και βόρεια Ευρώπη.

Μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο το φαινόμενο του τουρισμού παρουσίασε έξαρση. Ταυτόχρονα, οι κοινωνίες ανέπτυξαν πολιτιστικά στοιχεία, τα οποία συμπεριέλαβαν το ταξιδιωτικό φαινόμενο και τα ταξίδια έγιναν περισσότερο ασφαλή. Με την πάροδο των ετών παρουσιάστηκε ένα είδος ταξιδιώτη που ταξίδευε για να ξεκουραστεί και να απολαύσει. Ο ταξιδιώτης αυτός είναι ο τουρίστας με την έννοια που έχει σήμερα. Μεταπολεμικά επίσης παρουσιάστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού. Προφανώς υπήρχαν πολλοί ενδιαφερόμενοι για τουρισμό, αλλά και οι κατάλληλες συνθήκες για ανέμελα ταξίδια. Ο τουρισμός έπαιρνε πλέον τη διαδρομή που θα τον έφερνε στη σημερινή του μορφή.

(Gee, Makens, Choy, 2001, Ρούπας, Λαλούμης, 1998)

2. Ταξιδιωτική βιομηχανία

Σύμφωνα με τους Gee, Makens και Choy, (2001), η Ταξιδιωτική, ή αλλιώς η τουριστική βιομηχανία, είναι το σύνθετο των οργανισμών εκείνων, δημόσιων και ιδιωτικών, που συμμετέχουν στην ανάπτυξη, την παραγωγή και την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που εξυπηρετούν τις ανάγκες των ταξιδιωτών. Τα είδη των επιχειρήσεων αυτών που συνθέτουν την ταξιδιωτική βιομηχανία, συνδέονται μέσω της συνεργασίας τους κι έτσι μπορούν να ταξινομηθούν όλες μαζί σε τρεις κατηγορίες: τους άμεσους προμηθευτές, τις υπηρεσίες υποστήριξης και τους αναπτυξιακούς οργανισμούς.

2.1. Οι άμεσοι προμηθευτές

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που τυπικά σχετίζονται με τα ταξίδια, όπως είναι οι αεροπορικές εταιρίες, τα ξενοδοχεία, οι επίγειες μεταφορές, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τα εστιατόρια και τα καταστήματα λιανικής πώλησης. Οι επιχειρήσεις αυτές προσφέρουν υπηρεσίες, δραστηριότητες και προϊόντα που καταναλώνονται και αγοράζονται από τους ταξιδιώτες. Αντιπροσωπεύουν τους τομείς εκείνους της βιομηχανίας που είναι περισσότερο ορατοί κι ευπρόσιτοι στους ταξιδιώτες.

2.2. Οι υπηρεσίες υποστήριξης

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει ειδικευμένες υπηρεσίες, όπως είναι οι οργανωτές περιηγήσεων, οι ταξιδιωτικές και τουριστικές εκδόσεις, οι επιχειρήσεις ξενοδοχειακής διοίκησης, οι επιχειρήσεις ταξιδιωτικών μελετών, αλλά και κάποιες βασικές προμήθειες και υπηρεσίες, όπως πλυντήρια και παροχή γευμάτων. Οι επιχειρήσεις που προσφέρουν εξειδικευμένες υπηρεσίες, όπως αυτές που αναφέρονται πιο πάνω, εξαρτώνται σχεδόν αποκλειστικά από τη ζήτηση της ταξιδιωτικής αγοράς, ενώ οι επιχειρήσεις που προσφέρουν τα βασικά στους άμεσους προμηθευτές, δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από αυτούς. Σε μία τουριστική περιοχή ο κυριότερος όγκος εργασίας των προμηθευτών βασικών υπηρεσιών και προϊόντων μπορεί να προέρχεται άμεσα από τους ταξιδιώτες, όπως συμβαίνει σε ένα τουριστικό κέντρο.

2.3. Οι αναπτυξιακοί οργανισμοί

Η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει τους ασχολούμενους με το σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης, τους κυβερνητικούς οργανισμούς, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τις εταιρίες εκμετάλλευσης ακινήτων και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης. Η τουριστική ανάπτυξη, με την οποία ασχολούνται οι οργανισμοί αυτοί, είναι μια διαδικασία πολύ πιο πολυσύνθετη κι ευρύτερη στην έκταση από ότι αυτή της απλής παραγωγής ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Οι αποφάσεις και τα αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης έχουν συνήθως μια περισσότερο μακροπρόθεσμη φύση από ότι οι άλλες δύο κατηγορίες, οι οποίες επικεντρώνονται στις διαδικασίες συνήθους διαχείρισης. Έτσι η διαδικασία ανάπτυξης σε ένα τουριστικό κέντρο, μπορεί να απαιτήσει 15 ως και 20 χρόνια μέχρι την τελική της ολοκλήρωση.

Η ανάπτυξη ενός ξενοδοχείου παρουσιάζει τη συσχέτιση ανάμεσα στις τρεις παραπάνω κατηγορίες:

- Το ξενοδοχείο είναι ο άμεσος προμηθευτής υπηρεσιών και προϊόντων στους ταξιδιώτες.
- Οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης για τις λειτουργίες του ξενοδοχείου περιλαμβάνουν τους τοπικούς προμηθευτές βασικών προϊόντων και τις επιχειρήσεις προσφοράς υπηρεσιών μάρκετινγκ, ή εξειδικευμένων υπηρεσιών διοίκησης.
- Και οι οργανισμοί υποστήριξης περιλαμβάνουν τις ειδικές κυβερνητικές υπηρεσίες που συνήθως έχουν την αρμοδιότητα να εγκρίνουν την ανέγερση ενός ξενοδοχείου, και τις εταιρίες συμβούλων επιχειρήσεων που διεξάγουν μελέτες σκοπιμότητας καθώς και μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

3. Ξενοδοχειακά καταλύματα

Ξενοδοχεία είναι οι τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν ρεσεψιόν, χώρους διανυκτέρευσης, διοίκηση, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών. Επιπλέον παρέχουν και διάφορες εξυπηρετήσεις. Αδειοδοτούνται κι ελέγχονται από τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).

(Καπίκη, 1998)

3.1. Ιστορική εξέλιξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Τα ξενοδοχεία είναι οικονομικές μονάδες οι οποίες πωλούν φιλοξενία. Η φιλοξενία σαν έννοια, είναι η αγάπη προς τους ξένους και σαν πράξη εκδηλώνεται με το να δέχεται κάποιος και να περιποιείται έναν ξένο στο σπίτι του. Η φιλοξενία όμως δεν ήταν και δεν είναι πάντα εμπορεύσιμο προϊόν. Στην αρχαία Ελλάδα είχε μεγάλη ηθική αξία, η οποία συνδύαζε και μια κοινωνική αναγκαιότητα, μιας και η έλλειψη αγοραίων καταλυμάτων έκανε τη φιλοξενία απαραίτητο στοιχείο στις ανθρώπινες μετακινήσεις. Για τους λόγους αυτούς, η θρησκεία εξαγίαζε τη φιλοξενία, η οποία είχε προστάτη της τον Ξένιο Δία, αλλά και την Ξένια Αθηνά, που προστάτευαν τους ξένους και τιμωρούσαν όσους καταπατούσαν το ιερό δίκαιο της φιλοξενίας. Έτσι, η φιλοξενία στην αρχαία Ελλάδα είχε υποχρεωτικό χαρακτήρα και οι ιδιώτες, πλούσιοι και φτωχοί, φιλοξενούσαν τους ξένους στα σπίτια τους που ήταν διαρρυθμισμένα ειδικά γι' αυτό το σκοπό. Η διαρκής αύξηση των ξένων στις πόλεις της αρχαίας Ελλάδας τον 4^οπ.Χ. αιώνα οδήγησε στην κατασκευή αφιλοκερδών ξενώνων. Αυτοί ήταν πολύ φτωχοί στην αρχή αλλά σύντομα δημιουργήθηκαν αξιόλογα πολύροφα κτήρια όπως ο ξενώνας της Επιδαύρου δυναμικότητας 100 δωματίων και 200 κλινών, ο ξενώνας Λεωνίδαίων στην Ολυμπία το οποίο είχε μήκος 154 μέτρα και φιλοξενούσε τις επίσημες πρεσβείες των πόλεων που έρχονταν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, ο ξενώνας στο Αρτεμίσιο της Μαγνησίας κ.α. Στη συνέχεια το φαινόμενο της ανεπάρκειας χώρων δωρεάν φιλοξενίας, σε συνδυασμό με την απομυθοποίηση του ξένου, διαμόρφωσαν τις συνθήκες της αγοραίας φιλοξενίας και οι ταξιδιώτες αναγκάστηκαν να πληρώνουν πλέον για να εξασφαλίσουν στέγη και τροφή. Τότε περίπου εμφανίστηκαν και τα πρώτα πανδοχεία. Διώροφα κτίσματα, όπου στους ορόφους υπήρχαν δωμάτια για να κοιμηθούν οι ταξιδιώτες, τα οποία όμως συνήθως δε διέθεταν ούτε καν την υποτυπώδη επίπλωση. Το ισόγειο διέθετε στάβλο για να

αναπαυθούν τα ζώα των ταξιδιωτών και συχνά βρίσκονταν δίπλα επιχειρήσεις, όπως πεταλωτήριο σελοποιείο, αλλά και βιοτεχνικά καταστήματα που κάλυπταν τις σχετικές ανάγκες. Οι βιαστικοί ταξιδιώτες μπορούσαν μάλιστα να ανταλλάξουν τα άλογα τους με ξεκούραστα. Γεωγραφικά, τα πανδοχεία βρίσκονταν συνήθως έξω από χωριά, σε συγκεκριμένα σημεία διαδρομών, έτσι ώστε να διευκολύνουν την προσπέλαση διάφορων περιοχών. Τα πανδοχεία αρχικά δεν πρόσφεραν ούτε τροφή στους ταξιδιώτες, αλλά στη συνέχεια αύξησαν τις υπηρεσίες τους με παροχή τροφής, ποτών κι επιτέλους κρεβάτια στα δωμάτια τα οποία όμως ήταν πολύ λίγα και οι ταξιδιώτες αναγκάζονταν να τα μοιράζονται. Ανύπαρκτοι ήταν και οι χώροι υγιεινής και το λουτρό. Επιπλέον, λόγω του ότι τα πανδοχεία βρίσκονταν σε απομονωμένα σημεία, ο ιδιοκτήτης, αλλά και οι φιλοξενούμενοι του, έπρεπε να είναι μάχιμα άτομα για να μπορούν να αντιμετωπίσουν ληστρικές επιδρομές. Άλλη μια μορφή εμπορίας της φιλοξενίας ήταν και τα καπηλεία, τα οποία παρείχαν χειρίστης ποιότητας υπηρεσίες, φαγητού, ποτού και στέγης. Εκεί σύχναζαν μέθυσοι, εγκληματίες και κάθε τύπου ανήθικα στοιχεία. Στη συνέχεια όμως παρουσιάστηκαν στην αρχαία Ελλάδα και αξιοπρεπή οικήματα, τα οποία είχαν σημαντικές ομοιότητες με τα σημερινά κερδοσκοπικά ξενοδοχεία. Τότε εμφανίστηκε και το επάγγελμα του “εξηγητού”, δηλαδή του σημερινού ξεναγού. Στην αρχαία Ρώμη, οι πολυτελείς ξενώνες της εποχής προσελκύουν για πελάτες κυρίως ανθρώπους των γραμμάτων και των τεχνών, καθώς και διάφορους πλούσιους που επιθυμούν να διαμείνουν στα καταλύματα για μεγάλη χρονική περίοδο. Εντύπωση προκαλεί και η κοινωνική πολιτική της αρχαίας Ρώμης όπου προκειμένου να εξασφαλίσει τη στεγασμένη διανυκτέρευση, κατασκεύασε κατά μήκος των πλέον πολυσύχναστων οδικών αρτηριών, ένα είδους πανδοχείου όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να γευματίσουν και να διανυκτερεύσουν δωρεάν. Στην περίοδο του Βυζαντίου, τα πανδοχεία και τα καπηλεία ονομάστηκαν “χάνια” και αποτελούσαν χώρους ακολασίας. Ως εκ τούτου, η εκκλησία αναγκάζεται να απαγορεύσει στους πιστούς της να μένουν σε αυτά. Το πρόβλημα αυτό οδήγησε την εκκλησία στο να δημιουργήσει τους “ξενώνες” σε πόλεις, σε χωριά, σε οδικούς κόμβους και κοντά σε ιαματικές πηγές. Οι ταξιδιώτες φιλοξενούνταν, χωρίς αμοιβή, σε αξιοπρεπή δωμάτια και ικανοποιητικές συνθήκες στους ξενώνες αυτούς, οι οποίοι συντηρούνταν κυρίως από διάφορα κληροδοτήματα και δωρεές πιστών, από προσφορές κληρικών, αλλά και από βασιλικές επιχορηγήσεις. Με την πάροδο των χρόνων, οι ξενώνες της εκκλησίας μετατρέπονται σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, όπως η Βασιλειάδα του Μ. Βασιλείου. Μια ακόμη διέξοδος στη διαμονή των ταξιδιωτών

αποτελούσε η επιλογή των ξενώνων των μοναστηριών (αρχονταρίκια), θεσμός που διατηρείται ακόμη και σήμερα κυρίως στα μοναστήρια του Αγίου Όρους. Στην εποχή του Μεσαίωνα, υπήρξε σημαντική ανάπτυξη στο χώρο των πανδοχείων και των ξενώνων, ενώ ο αρχιτεκτονικός τους σχεδιασμός παρέμενε σταθερός χωρίς ιδιαίτερες αλλαγές. Παρ' όλα αυτά, τα συγκεκριμένα καταλύματα θεωρούνται από πολλούς οι πρόγονοι του μοτέλ. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αξιόλογων πανδοχείων τα οποία σώζονται έως σήμερα, αποτελούν τα πανδοχεία που φιλοξένησαν τους σταυροφόρους Ιππότες του Τάγματος του Αγίου Ιωάννη, στην οδό Ιπποτών, αλλά και σε άλλα σημεία της Παλιάς Πόλης της Ρόδου. Το 1302 εμφανίζεται το πρώτο ξενοδοχείο στη Γαλλία με την ονομασία "Αετός". Τα ξενοδοχεία της εποχής διέθεταν δύο, ή τρεις ορόφους στους οποίους είχαν τα δωμάτια, ενώ στο ισόγειο ήταν το μαγειρείο και το εστιατόριο. Οι ανέσεις τους όμως τον 14^ο αιώνα, συνέχιζαν να είναι περιορισμένες δεδομένου ότι το καλό ξενοδοχείο ήταν αυτό που είχε στρώματα από ξερά φύλλα. Στη διάρκεια του 18^{ου} αιώνα, υπήρξε σημαντική βελτίωση στην εικόνα και την παροχή υπηρεσιών στα πανδοχεία της Ευρώπης με αποτέλεσμα πολλά από αυτά να μετατραπούν σε ξενοδοχεία. Στις Η.Π.Α. το πρώτο ξενοδοχείο λειτουργεί το 1794 στη Νέα Υόρκη, με 73 δωμάτια. Στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, η εμφάνιση του σιδηρόδρομου σηματοδοτεί την εμφάνιση των πρώτων ξενοδοχείων-σταθμών, τα οποία προσέφεραν στους πελάτες τους άμεση πρόσβαση από και προς το σιδηροδρομικό σταθμό. Το πρώτο ξενοδοχείο Α' κατηγορίας λειτούργησε το 1829 στη Βοστώνη, με το όνομα "Τρέμοντ" και ήταν το πρώτο ξενοδοχείο με μονόκλινα και δίκλινα δωμάτια τα οποία διέθεταν κλειδαριά. Τα δωμάτια αυτά παρείχαν την πολυτέλεια μια κανάτας με νερό και μιας λεκάνης. Επίσης, υπήρχε ειδικευμένο προσωπικό με θυρωρούς, σερβιτόρους, καμαριέρες κ.λπ. Επιπλέον, διέθετε τηλέφωνο και το εστιατόριο σερβίριζε γαλλική κουζίνα. Το Τρέμοντ ήταν μια επανάσταση στο ξενοδοχειακό κατεστημένο, την οποία αντέγραψαν πολλοί επιχειρηματίες, ώστε σε μια δεκαετία ήταν πλέον ξεπερασμένο. Στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο Ναύπλιο, ιδρύεται το 1828 το πρώτο ξενοδοχείο με την ονομασία "Ξενοδοχείο του Λονδίνου". Το 1835 όταν η Αθήνα ήταν πλέον η πρωτεύουσα της Ελλάδας, απέκτησε το δικό της ξενοδοχείο με το όνομα "Νέο Ξενοδοχείο". Το 1874 (Ιστορική αναδρομή του ξενοδοχείου Μεγάλη Βρετανία) λειτούργησε σαν ξενοδοχείο η "Μεγάλη Βρετανία" στο Σύνταγμα και 1917 το "Ατενέ Παλλάς" απέναντι από το Πολυτεχνείο. Το ξενοδοχείο "Λευκός Λέων" το 1950 στη Βενετία θύμιζε κατά πολύ τα σημερινά ξενοδοχεία, ενώ η Ελβετία φημίζεται πλέον για τα ξενοδοχεία της. Τα πολυτελή για

την εποχή ξενοδοχεία συγκεντρώνουν την κοσμική κίνηση της περιοχής τους. Αυτό όμως δεν εμπόδιζε να τοποθετούν τους κοινόχρηστους χώρους υγιεινής σε απομακρυσμένα σημεία των υπογείων. Αυτή την εποχή, οι Ελβετοί ξενοδόχοι καθιερώνουν κοινό τιμολόγιο για τα ξενοδοχεία Α' τάξης, ενώ στη γαλλική Κυανή Ακτή εμφανίζεται ένα ξενοδοχείο το οποίο διαθέτει μια αίθουσα λουτρού σε κάθε όροφο. Στη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα και μετά το τέλος του Β' παγκοσμίου πολέμου, η απότομη αύξηση της ζήτησης των ταξιδιών αναψυχής, παράλληλα με τη ραγδαία ανάπτυξη των πρακτορείων ταξιδίων, συνέβαλαν στην ανάπτυξη με έντονους ρυθμούς της ξενοδοχειακής βιομηχανίας. Αλυσίδες μεγάλων και πολυτελών ξενοδοχείων (Hilton, Intercontinental, Sheraton, Hyatt, Holiday Inn κ.α.), προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών, ικανοποιώντας τις ανάγκες και τις προσδοκίες κάθε είδους ταξιδιώτη. Το ξενοδοχείο σήμερα είναι μια πολυσύνθετη επιχείρηση, η οποία κάνει χρήση της διαθέσιμης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας για να επιδιώξει τα καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα. (Ρούπας, Λαλούμης, 1998, Θεοχάρης, 2007)

3.2. Διακρίσεις ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Σύμφωνα με τους Καπίκη-Πιβεροπούλου(1998) και Λαλούμης, Ρούπας(1998) και Θεοχάρης(2007), ο τύπος, τα χαρακτηριστικά και γενικά οι διαφορές που συναντάμε στα ξενοδοχεία οφείλονται στους εξής παράγοντες:

- Χρονικό διάστημα λειτουργίας
 - 1) Ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας (λειτουργούν όλο το χρόνο).
 - 2) Ξενοδοχεία εποχιακής λειτουργίας (λειτουργούν μόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, θερινή, ή χειμερινή).

- Κτιριακές εγκαταστάσεις
 - 1) Πολυώροφα ξενοδοχεία.
 - 2) Ξενοδοχεία σε διάταξη πτερύγων.
 - 3) Ξενοδοχεία ανεξάρτητων οικισμών(bungalows). Είναι στην ουσία συγκροτήματα μικρών διαμερισμάτων, τα οποία αποτελούν αυτά τα ίδια τη ξενοδοχειακή δυναμικότητα.

- 4) *Μικτά ξενοδοχεία, ενοικίασης δωματίων και επιπλωμένων διαμερισμάτων, ή αλλιώς τουριστικά χωριά.* Σε αυτά οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε κλασικά ξενοδοχειακά δωμάτια και ξενοδοχειακά διαμερίσματα. Όριο για την κατάταξη σε αυτή την κατηγορία αποτελεί η δυναμικότητα 300 κλινών τουλάχιστον.

- Μέγεθος (αριθμός δωματίων)

Πίνακας 3.1.1. Ταξινόμηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων Σύμφωνα με τα Δωμάτια

| α/α | Μέγεθος Ξενοδοχείου | Αριθμός Δωματίων | Αριθμός Ξενοδοχείων | Ποσοστό Ξενοδοχείων | Απασχόληση | |
|-----|---------------------|------------------|---------------------|---------------------|-------------|------------|
| | | | | | Μέση | Μέγιστη |
| 1. | Οικογενειακό | 1 – 20 | 3548 | 43% | 1,4 | 10 |
| 2. | Μικρό | 21 – 50 | 3011 | 37% | 4,8 | 25 |
| 3. | Μεσαίο | 51 – 100 | 1075 | 13% | 15,0 | 60 |
| 4. | Μεγάλο | 101 - | 610 | 7% | 64,0 | 210 |
| | Σύνολο | | 8244 | 100 | 8,83 | 210 |

Πηγή: Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος, Μάιος 1999 και Δειγματοληψία.

- Η αγορά στην οποία στοχεύουν
 - 1) *Εμπορικά ξενοδοχεία.* Συνήθως φιλοξενούν επιχειρηματίες, αλλά προσελκύουν και γκρούπ, μεμονωμένους τουρίστες και συνεδριακές ομάδες.
 - 2) *Ξενοδοχεία αεροδρομίων.* Η πελατεία τους περιλαμβάνει επιχειρηματίες, επιβάτες αεροπλάνων με διανυκτέρευση, ή από ακυρωμένες πτήσεις και προσωπικό αεροπορικών εταιριών.
 - 3) *Ξενοδοχεία διακοπών (resorts).* Σκοπός αυτών των ξενοδοχείων είναι να προσφέρουν στους πελάτες τους ευχάριστες εμπειρίες, ώστε να τα προτιμήσουν ξανά και να τα συστήσουν και σ' άλλους.
 - 4) *Ξενοδοχεία αυτοκινητοδρόμων (motels).* Αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση εποχούμενων τουριστών, προσφέροντας τους δωμάτιο,

τροφή και ποτά, καθαριότητα δωματίων, πλύσιμο λινών και στάθμευση του οχήματος τους.

- 5) *Ξενοδοχεία δωματίων και πρωινού*. Ποικίλλουν από σπίτια με λίγα δωμάτια έως μικρά κτίρια με 20 ως 30 υπνοδωμάτια. Ο ιδιοκτήτης τους συνήθως ζει εκεί και σερβίρει το πρωινό στους πελάτες.
- 6) *Ξενοδοχεία διαμερισμάτων*. Διαθέτουν υπνοδωμάτια με ξεχωριστό μπάνιο και σαλόνι, μικρή κουζίνα με ψυγείο και ίσως και μίνι μπαρ.
- 7) *Ξενοδοχεία μακράς διαμονής*. Δέχονται φοιτητές, μετανάστες κ.λπ. Ενοικιάζουν δωμάτια με την εβδομάδα, ή με το μήνα και οι τιμές τους εξαρτώνται από το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρουν.
- 8) *Μονάδες χρονομεριστικής μίσθωσης (timeshare)*. Αυτές μπορεί να είναι είτε δωμάτια σε ξενοδοχεία κλασικού τύπου, είτε bungalows, ή μεγαλύτερα διαμερίσματα, των οποίων τη χρήση αγοράζει ο πελάτης για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, συνήθως μια εβδομάδα ανά έτος, για ένα ορισμένο αριθμό ετών.
- 9) *Ξενοδοχεία με καζίνο*. Εκτός από τυχερά παιχνίδια, τα ξενοδοχεία αυτά προσφέρουν πολυτελή εστιατόρια, νυχτερινά υπερθεάματα και ναυλωμένες πτήσεις στους πελάτες που προτίθενται να παίξουν στο καζίνο.
- 10) *Χιονοδρομικά κέντρα*. Πρόκειται για καταλύματα σε ορεινές περιοχές, όπου το χιόνι είναι άφθονο ορισμένες εποχές του έτους. Έχουν ειδική κατασκευή για να μπορούν να αντιμετωπίσουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες. Συνήθως διαθέτουν εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας και άθλησης, θερμαινόμενες πισίνες, μπόουλινγκ κ.λπ.
- 11) *Υδροθεραπευτήρια*. Διαθέτουν πισίνες με ιαματικά νερά για να λούονται οι πελάτες τους, ή έχουν τη δυνατότητα να φέρνουν το ιαματικό νερό στο δωμάτια των πελατών.
- 12) *Κέντρα παραθερισμού γυμνιστών*. Πρόκειται για ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις που τελούν υπό ειδικό νομικό καθεστώς, λόγω της ιδιαιτερότητάς τους.
- 13) *Ξενοδοχεία σε μαρίνες*. Οι πελάτες τους είναι ιδιοκτήτες, ή επιβάτες θαλαμηγών. Τα ξενοδοχεία αυτά διαθέτουν σπιτάκια πάνω σε λιμάνι, ώστε ο ιδιοκτήτης της θαλαμηγού να μπορεί να δέσει το σκάφος του έξω από το σπιτάκι αυτό.

- Τοποθεσία

Η συγκεκριμένη παράμετρος καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το είδος της πελατείας.

- 1) Ξενοδοχεία πόλης.
- 2) Ξενοδοχεία αυτοκινητοδρόμων (motels).
- 3) Ξενοδοχεία αεροδρομίων.
- 4) Ξενοδοχεία προαστίων.
- 5) Ξενοδοχεία διακοπών (resorts).

- Κατηγορία (επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών)

- 1) Ενός αστέρος, *.
- 2) Δύο αστέρων, **.
- 3) Τριών αστέρων, ***.
- 4) Τεσσάρων αστέρων, ****.
- 5) Πέντε αστέρων, *****.

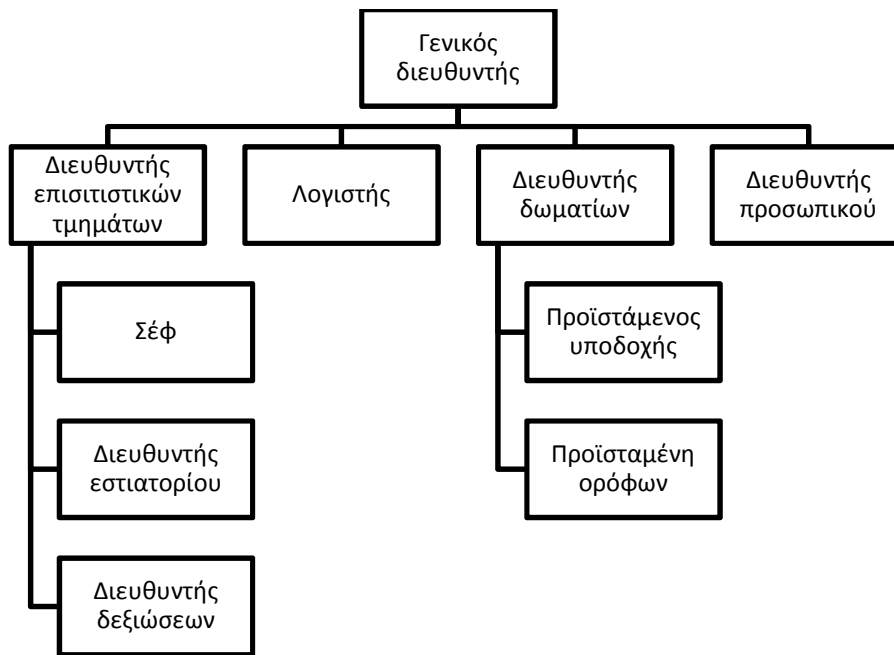
- Ιδιοκτησιακό καθεστώς

- 1) *Ανεξάρτητα ξενοδοχεία.* Αυτά είναι όλα Ιδιόκτητα καταλύματα που δεν έχουν καμία διοικητική συνεργασία με άλλα καταλύματα, έχουν αυτόνομη οικονομική διαχείριση και δεν έχουν κάποια συγκεκριμένη πολιτική διαχείρισης αναφορικά με θέματα του προσωπικού (κανόνες συμπεριφοράς, διαδικασίες κ.α.).
- 2) *Συνεργαζόμενα ξενοδοχεία.* Αυτά διακρίνονται σε:
 1. *Ξενοδοχεία αλυσίδας.* Σ' αυτά υπάρχει μια κεντρική επιχείρηση και πολλές θυγατρικές, οι οποίες έχουν το ίδιο όνομα κι εφαρμόζουν τις ίδιες λειτουργικές διαδικασίες.
 2. *Ξενοδοχεία με συμβόλαιο management.* Με αυτό τον τύπο συμβολαίου, ο ιδιοκτήτης του ξενοδοχείου αναθέτει σε μια ειδική εταιρία διεύθυνσης ξενοδοχείων τη λειτουργία της επιχείρησης, για μεγάλο συνήθως χρονικό διάστημα, έναντι συμφωνημένης αμοιβής.

3. *Στρατηγικές συμμαχίες*. Μια ξενοδοχειακή αλυσίδα, ενώνει τις δυνάμεις της με μια άλλη ξενοδοχειακή αλυσίδα, ώστε να επεκταθεί πιο γρήγορα σε μια νέα αγορά επωφελούμενες η κάθε μία, από την αναγνώριση του εμπορικού σήματος της άλλης.
4. *Franchising (δικαιοχρησία)*. Είναι η μέθοδος κατά την οποία, ο ιδιοκτήτης ενός ξενοδοχείου παραχωρεί το δικαίωμα σε ένα άλλο ξενοδοχείο, της εμπορίας των προϊόντων, ή υπηρεσιών του, χρησιμοποιώντας την επωνυμία της εταιρίας του, τη μάρκα και το επιχειρηματικό σχήμα, δηλαδή τις τεχνικές παραγωγής και μάρκετινγκ. Σε αντάλλαγμα, ο δικαιούχος (franchisee), καταβάλλει στον δικαιούχο (franchisor), μια εφάπαξ αμοιβή και σε μόνιμη βάση τα δικαιώματα χρήσης της μάρκας (royalty), περίπου 5% επί του κύκλου εργασιών από τα δωμάτια.
5. *Ξενοδοχειακές κοινοπραξίες (Consortia), ομάδες συνεργασίας*. Αυτές αποτελούνται από ανεξάρτητα ξενοδοχεία, τα οποία έχουν ενωθεί για το κοινό τους όφελος. Κάθε επιχείρηση στο σύστημα δεν είναι αντίγραφο των άλλων, αλλά υπάρχει επαρκής συνοχή στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η βασική δραστηριότητα μιας ξενοδοχειακής κοινοπραξίας είναι το μάρκετινγκ, με κύρια επιδίωξη την αύξηση των πωλήσεων των μελών της.

3.3. Οργάνωση Ξενοδοχείου

Όλες οι επιχειρήσεις χρειάζονται μια τυπική δομή για να φέρουν σε πέρας την αποστολή και τους στόχους τους. Ένα σχεδιάγραμμα ιεραρχίας, παρουσιάζει τις σχέσεις μεταξύ των θέσεων σε μια επιχείρηση (βλέπε Διάγραμμα 3.1). Το σχεδιάγραμμα αυτό πρέπει να είναι ευπροσάρμοστο και ανανεώνεται όποτε οι εργασιακές συνθήκες αλλάξουν σημαντικά. Ένα αντίγραφο του σχεδιαγράμματος πρέπει να διανέμεται σε όλους τους υπαλλήλους.



Διάγραμμα3.1: Σχεδιάγραμμα ιεραρχίας προσωπικού και ως εκ τούτου τμημάτων ενός μεσαίου μεγέθους ξενοδοχείου.

Σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), τα τμήματα, ή αλλιώς οι κλάδοι εκμετάλλευσης ενός ξενοδοχείου μπορούν να ταξινομηθούν σε *κερδοφόρα*, ή *υποστηρίξις* και ταυτόχρονα σε *άμεσης εξυπηρέτησης*, ή *έμμεσης εξυπηρέτησης* με τους πελάτες. Ένα κερδοφόρο τμήμα παράγει έσοδα, πουλώντας αγαθά, ή υπηρεσίες στους πελάτες, όντας έτσι ένα άμεσης εξυπηρέτησης τμήμα. Ενώ ένα τμήμα υποστηρίξις δε δημιουργεί απευθείας έσοδα, αλλά υποστηρίζει τα κερδοφόρα τμήματα του ξενοδοχείου, όντας με αυτό τον τρόπο ένα έμμεσης εξυπηρέτησης τμήμα.

Τυπικά παραδείγματα κερδοφόρων-άμεσης εξυπηρέτησης τμημάτων είναι:

- Η υποδοχή.
- Τα επισιτιστικά.
- Τα καταστήματα.

Τα τμήματα υποστηρίξις-έμμεσης εξυπηρέτησης περιλαμβάνουν:

- Το λογιστήριο.
- Τη συντήρηση.

- Την οροφοκομία (housekeeping).
- Τη διεύθυνση.

3.3.1. Τμήμα υποδοχής

Η υποδοχή, είναι η βασική πηγή εσόδων ενός ξενοδοχείου. Αποτελεί το κεντρικό σημείο δραστηριοτήτων της επιχείρησης, διότι εκεί γίνεται η καταχώρηση των πελατών, εκεί δίνονται τα δωμάτια και οι πληροφορίες και τέλος από εκεί οι πελάτες αναχωρούν. Στα μεγάλα κυρίως καταλύματα, οι κρατήσεις και το τηλεφωνικό κέντρο λειτουργούν ως ξεχωριστά τμήματα, αλλά στις μικρότερες μονάδες θεωρούνται ως ένα ενιαίο τμήμα με την υποδοχή. Υπεύθυνος του τμήματος είναι ο προϊστάμενος υποδοχής.

3.3.2. Τμήμα οροφοκομίας

Το τμήμα των ορόφων επιθεωρεί τα διαθέσιμα δωμάτια, καθαρίζει τα κατελημμένα και κενά δωμάτια κι ενημερώνει την υποδοχή για την κατάσταση των δωματίων. Επίσης, εφοδιάζει τους πελάτες με έξτρα λινά αν εκείνοι το ζητήσουν. Συχνά έχει περισσότερο προσωπικό από οποιονδήποτε άλλο κλάδο εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου. Αν το ξενοδοχείο διαθέτει δικό του πλυντήριο, στελεχώνεται από το προσωπικό του τμήματος οροφοκομίας. Υπεύθυνη του τμήματος είναι η προϊσταμένη ορόφων.

3.3.3. Επισιτιστικά τμήματα

Η δεύτερη μετά τα υπνοδωμάτια πηγή εσόδων στα περισσότερα ξενοδοχεία είναι ο κλάδος των επισιτιστικών τμημάτων. Αυτός περιλαμβάνει τα εστιατόρια, τις καφετέριες, τα μπαρ κ.λπ. Επίσης το τμήμα αυτό υποστηρίζει κι άλλες λειτουργίες του ξενοδοχείου, όπως το room service, οι δεξιώσεις κ.α.

3.3.4. Τμήμα πωλήσεων και marketing

Οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού επιτελούν τέσσερις λειτουργίες, τις πωλήσεις, οργανώνουν τα συνέδρια που γίνονται στο ξενοδοχείο, τη διαφήμιση της επιχείρησης

και τις δημόσιες σχέσεις. Κύριος στόχος του κλάδου αυτού, είναι να προσελκύσει τους πελάτες στο ξενοδοχείο μέσω της έρευνας αγοράς, της προσφοράς ανταγωνιστικών προϊόντων, της γνώσης των αναγκών των και των προσδοκιών των πελατών και της μελλοντικής ζήτησης.

3.3.5. Τμήμα λογιστηρίου

Οι δραστηριότητες του λογιστηρίου περιλαμβάνουν πληρωμή οφειλόμενων ποσών, εισπράξεις, μισθοδοσία, συνεργασίες με τράπεζες, έλεγχο και συγκέντρωση λειτουργικών και οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης.

3.3.6. Τμήμα συντήρησης

Οι αρμοδιότητες του τμήματος είναι η καλή διατήρηση της εσωτερικής κι εξωτερικής εμφάνισης της επιχείρησης, καθώς και η λειτουργικότητα του εξοπλισμού της. Επίσης, το ο κλάδος αυτός είναι υπεύθυνος για την πισίνα και τον εξωραϊσμό του περιβάλλοντος χώρου του ξενοδοχείου.

3.3.7. Τμήμα ασφάλειας

Τα καθήκοντα του προσωπικού ασφαλείας περιλαμβάνουν την επιτήρηση και φρούρηση της επιχείρησης και τη διασφάλιση των πελατών, των υπαλλήλων και των επισκεπτών του ξενοδοχείου.

3.3.8. Τμήμα προσωπικού

Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος είναι οι προσλήψεις και επανατοποθετήσεις υπαλλήλων, η εκπαίδευση, η αποζημίωση και η κοινωνική ασφάλιση τους, η εξασφάλιση ποιοτικών εργασιακών σχέσεων και η διεύθυνση του προσωπικού.

3.3.9. Άλλα τμήματα

Ψυχαγωγίας: Μερικά ξενοδοχεία διαθέτουν τμήμα ψυχαγωγίας, το οποίο εξασφαλίζει για τους πελάτες γήπεδα τένις και γκολφ, μπόουλινγκ, ημερήσια ταξίδια, επισκέψεις σε αξιοθέατα, πεζοπορίες και απασχόληση μικρών παιδιών.

Καζίνο: Το καζίνο εκτός από τα τυχερά παιχνίδια μπορεί να προσφέρει διάφορες μορφές διασκέδασης και θεάματα, προκειμένου να προσελκύσει πελάτες στην επιχείρηση.

Καταστήματα: Κάποια ξενοδοχειακά καταλύματα διαθέτουν καταστήματα δώρων, εφημερίδων, περιοδικών και άλλων ειδών, τα οποία εξυπηρετούν τους πελάτες και ταυτόχρονα δημιουργούν έσοδα για την επιχείρηση.

3.3.10. Η διεύθυνση

Τη διεύθυνση του καταλύματος αναλαμβάνει άτομο το οποίο εξουσιοδοτείται από τους ιδιοκτήτες να εκπροσωπεί τα συμφέροντα τους. Τα κύρια καθήκοντα του διευθυντή συμπεριλαμβάνουν σχεδιασμό, οργάνωση, συντονισμό, εποπτεία προσωπικού, διοίκηση κι έλεγχο, ώστε να επιτευχθούν συγκεκριμένοι σκοποί και στόχοι. Ο επικεφαλής της διεύθυνσης είναι ο γενικός διευθυντής της μονάδας. Συνήθως εκπροσωπεί το ξενοδοχείο στους περισσότερους πελάτες του και μερικές φορές καλείται να διευθετήσει παράπονα, να εγκρίνει την αποδοχή επιταγών, ή να διερευνήσει ατυχήματα.

4. Υποδοχή Ξενοδοχείου

Το τμήμα αυτό διαχειρίζεται τις αφιξαναχωρήσεις των πελατών του ξενοδοχείου και παρακολουθεί την παραμονή τους. Είναι το τμήμα στο οποίο συνήθως απευθύνεται ο πελάτης για οποιοδήποτε πρόβλημα, παράπονο, ή θέμα που τον απασχολεί. Η υποδοχή είναι υπεύθυνη για τον συντονισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες και τη διασφάλιση της ικανοποίησής τους. Έτσι πρέπει να ανταλλάσει συνεχώς πληροφορίες με τα υπόλοιπα τμήματα, σχετικά με την κίνηση των πελατών. Ταυτόχρονα, η δημιουργία ενός καλού κλίματος στον εργασιακό χώρο, αποτελεί κύριο μέλημα για τη διεύθυνση του τμήματος υποδοχής, διότι συμβάλει ουσιαστικά στην αύξηση της αποδοτικότητας και της παραγωγής. Ένας ευχαριστημένος υπάλληλος, είναι γεγονός ότι αποδίδει περισσότερο.

(Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

4.1. Οργάνωση υποδοχής

Το τμήμα της υποδοχής, από αρχιτεκτονικής άποψης, καταλαμβάνει έναν ιδιαίτερο χώρο στο χώλ του ξενοδοχείου. Λειτουργικά είναι ο κεντρικός άξονας της επιχείρησης. Συνήθως όλοι οι οριζόντιοι και κάθετοι οδοί κυκλοφορίας (διάδρομοι, ανελκυστήρες, σκάλες) των πελατών βρίσκονται σε άμεση οπτική επαφή και δίπλα στο χώρο της υποδοχής, ώστε να είναι δυνατός ο έλεγχος της κίνησης τόσο των πελατών όσο και των επισκεπτών. Ο τρόπος οργάνωσης του τμήματος εξαρτάται από τον αριθμό των προσφερόμενων υπηρεσιών. Κάθε ξεχωριστή υπηρεσία, ή λειτουργία που επιτελείται στο χώρο της υποδοχής συνιστά ένα αυτοτελές τμήμα. Οι βασικές υπηρεσίες, που αποτελούν τους κυριότερους τομείς δραστηριοτήτων, συνοψίζονται στις παρακάτω:

1. Κρατήσεις.
2. Θυρωρείο (conciierge, groom).
3. Ρεσεψιόν (front desk).
4. Νυχτερινή υπηρεσία (night audit, night shift).
5. Τηλεφωνικό κέντρο.
6. Ταμείο.

Οι συγκεκριμένοι τομείς της υποδοχής, ανάλογα με την άμεση, ή έμμεση επαφή που έχουν με τους πελάτες του ξενοδοχείου, διαχωρίζονται σε δύο κύριες ομάδες, το front office και το back office:

- Front office

Αποτελείται από τους τομείς που το προσωπικό έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες, οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Θυρωρείο.
2. Ρεσεψιόν.
3. Ταμείο.
4. Νυχτερινή υπηρεσία.

- Back office

Αποτελείται από τους τομείς που το προσωπικό δεν έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες, οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Κρατήσεις.
2. Τηλεφωνικό κέντρο.

4.1.1. Ενδυμασία

Έχοντας κατανοήσει τη σπουδαιότητα του ρόλου της εξωτερικής εμφάνισης των υπαλλήλων, καθώς και το πόσο επηρεάζει αυτό τη συμπεριφορά των πελατών, τα σύγχρονα ξενοδοχεία, κυρίως τα μεσαία και τα μεγάλα, επιβάλλουν στους υπαλλήλους τους να φορούν στολές. Η κατασκευή των στολών αυτών ανατίθενται σε ειδικές εταιρίες επαγγελματικής ένδυσης, προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή αισθητική εικόνα για το προσωπικό. Τα υλικά από τα οποία είναι φτιαγμένες πρέπει να είναι καλής ποιότητας, πρέπει να είναι πρακτικές για το προσωπικό, αλλά και η αισθητική τους να εναρμονίζεται με αυτή του ξενοδοχείου. Επίσης, πρέπει να παραχωρούνται τουλάχιστον δύο εναλλακτικές ενδυμασίες σε κάθε υπάλληλο, μία χειμερινή και μία θερινή.

(Θεοχάρης, 2007)

4.1.2. Εμφάνιση

Η προσεγγίση εμφάνιση είναι ιδιαίτερα σημαντική και για το ίδιο το προσωπικό (δίνει αυτοπεποίθηση, αυτοσεβασμό κ.α.), αλλά και για τους πελάτες με τους οποίους έρχονται σε επαφή (αντικατοπτρίζει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών κ.α.). Έτσι, στα περισσότερα ξενοδοχεία ακολουθούνται κάποιοι κανόνες, οι οποίοι αποσκοπούν στην επιτυχημένη εκτέλεση του έργου της υποδοχής. Το προσωπικό της υποδοχής, σύμφωνα με το Θεοχάρη (2007), οφείλει να ακολουθεί τους παρακάτω κανόνες:

- Να διατηρεί τη στολή και τα ρούχα του καθαρά και σιδερωμένα.
- Τα πουκάμισα να αλλάζονται σε καθημερινή βάση.
- Να φοράει το σακάκι του καθ' όλη τη διάρκεια της εργασίας και να είναι πάντα κουμπωμένο.
- Η κονκάρδα με το όνομα του εργαζομένου να φοριέται πάντα στην αριστερή πλευρά του σακακιού.
- Να φροντίζει για την υγιεινή του σώματος του κάνοντας καθημερινά μπάνιο.
- Η χρησιμοποίηση ενός διακριτικού μόνο, αρώματος, ή aftershave είναι προαιρετική.

Ειδικότερα για τις γυναίκες:

- Να έχουν περιποιημένα μαλλιά, κοντά, ή μακριά πιασμένα πίσω από το κεφάλι.
- Να έχουν διακριτικό μακιγιάζ.
- Να φοράνε μόνο μικρά και διακριτικά κοσμήματα (ένα δαχτυλίδι ανά χέρι είναι αρκετό, ενώ απαγορεύονται τα μακριά σκουλαρίκια).
- Να φοράνε μαύρες, δερμάτινες, κλειστές γόβες, με μεσαίου μεγέθους τακούνι.
- Να έχουν καθαρά νύχια, χωρίς έντονο βάψιμο.

Ειδικότερα για τους άντρες:

- Να έχουν κοντά, περιποιημένα μαλλιά.
- Να ξυρίζονται καθημερινά.
- Να φορούν μαύρα, κλειστά, κλασικά δερμάτινα παπούτσια.
- Απαγορεύονται τα κοσμήματα, εκτός από το ρολόι και τη βέρα.

4.1.3. Συμπεριφορά

Σύμφωνα με τον William Smith, ορισμένοι κανόνες (συμβουλές) για τις σχέσεις με τους πελάτες, είναι οι εξής:

- Κάνε τους πελάτες να αισθάνονται καλοδεχούμενοι.
- Οι άνθρωποι ανταποκρίνονται θετικά σε ένα φιλικό χαμόγελο.
- Στους ανθρώπους αρέσει να αισθάνονται επιθυμητοί.
- Στους ανθρώπους αρέσουν οι φιλοφρονήσεις.
- Τα παιδιά είναι άνθρωποι (πελάτες) κι αυτά.
- Οι άνθρωποι εκτιμούν τις χάρες.
- Οι δύσκολοι πελάτες πρέπει να αντιμετωπίζονται με διακριτικότητα και υπομονή.
- Οι άνθρωποι εκτιμούν την αίσθηση του χιούμορ.
- Τα πολλά συγγνώμη γίνονται ασυγχώρητα.

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον Θεοχάρη (2007), ορισμένες πρακτικές οδηγίες συμπεριφοράς που καλό θα ήταν να ακολουθούν οι υπάλληλοι της υποδοχής σε οποιαδήποτε συνδιαλλαγή με τον πελάτη είναι οι ακόλουθες:

- Κοιτάξτε σταθερά τον πελάτη κι επισημάνετε την παρουσία του μ' ένα χαμόγελο, καθώς πλησιάζει στον πάγκο της ρεσεψιόν.
- Καλωσορίστε τον πελάτη με ένα φιλικό χαιρετισμό, π.χ. “Καλησπέρα σας, Καλώς ήρθατε στο ξενοδοχείο”.
- Χαιρετίστε φιλικά τον πελάτη όποτε τον συναντάτε εντός του ξενοδοχείου.
- Χρησιμοποιήστε συχνά, αλλά και διακριτικά το όνομα του πελάτη κατά τη διάρκεια μιας συναλλαγής.
- Να είστε εξυπηρετικοί. Μερικές φορές θα χρειαστεί να διεκπεραιώσετε καθήκοντα πέρα από τις αρμοδιότητες σας. Εάν ωστόσο κριθεί απαραίτητο να παραπέμψετε τον πελάτη σε άλλο συνάδελφο, ή τμήμα, αυτό θα πρέπει να γίνει με το σωστό τρόπο.
- Μπορείτε να προσφέρετε συμπληρωματικές υπηρεσίες, ανάλογα με την περίπτωση, εφόσον έχετε εκπληρώσει τα βασικά σας καθήκοντα. Μην αφήνετε τον πελάτη μόνο του.

- Αποφύγετε να χρησιμοποιείτε τεχνικούς όρους κατά τη διάρκεια μια συναλλαγής με τον πελάτη, διότι δε γνωρίζει τους όρους που χρησιμοποιούνται στην υποδοχή.
- Χρησιμοποιήστε, όσο πιο συχνά είναι δυνατόν, μια ξένη γλώσσα την οποία καταλαβαίνει ο πελάτης, όταν μιλάτε με ένα συνάδελφο μπροστά στον πελάτη για ένα ζήτημα που αφορά τον πελάτη.
- Μην ξεχνάτε ότι οι πελάτες έχουν πάντα προτεραιότητα σε σχέση με τους συναδέλφους.

4.1.4. Βάρδιες υποδοχής

Η υποδοχή λειτουργεί σε εικοσιτετράωρη βάση όλες τις ημέρες λειτουργίας του ξενοδοχείου. Έτσι διαμορφώνονται τρεις οκτάωρες βάρδιες οι οποίες συνήθως είναι οι εξής:

| | |
|---------------|----------------------|
| Πρωινή: | 7:00 πμ. – 3:00 μμ. |
| Απογευματινή: | 3:00 μμ. – 11:00 μμ. |
| Βραδινή: | 11:00 μμ. – 7:00 πμ. |

Ανάλογα με τις υπάρχουσες ανάγκες όμως μπορεί να ανατεθεί στους υπαλλήλους της υποδοχής να εργαστούν άλλες ώρες όπως π.χ. 10:00 πμ.– 6:00 μμ. ώστε να μην υπάρξουν προβλήματα στις αφίξεις των πελατών κατά τη διάρκεια της μεσημβρινής σίτισης του προσωπικού, ή 7:00 πμ. – 11:00 πμ. και μετά ξανά 5:00 μμ. – 9:00 μμ. για να βοηθήσουν αντίστοιχα στις αναχωρήσεις και αφίξεις των πελατών που πραγματοποιούνται συνήθως στις παραπάνω ώρες. Επιπλέον, οι υπάλληλοι της υποδοχής υποχρεούνται να αναλαμβάνουν, ή να παραδίδουν τη βάρδια τους 15 με 30 λεπτά νωρίτερα, ή αργότερα αντιστοίχως, προκειμένου να γίνει η καταμέτρηση του ταμείου και να ενημερωθούν από την προηγούμενη βάρδια. Σύμφωνα με τους Καίκη-Πιβεροπούλου (1998) και Θεοχάρη (2007), αλλά και από προσωπικές μου εμπειρίες μέσα από εργασία στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου πόλεως, η κάθε βάρδια είναι υποχρεωμένη να γνωρίζει και να ενημερώνει την επόμενη βάρδια για τα ακόλουθα στοιχεία:

Η νυχτερινή ενημερώνει την πρωινή βάρδια για:

- Non show προηγούμενης ημέρας, για να μην μπερδευτεί ο ρεσεψιονίστ όταν δεν τους δει στη σημερινή λίστα αναμενόμενων αφίξεων, εάν για κάποιο λόγο έρθουν αυτή την ημέρα.
- Αναμενόμενες αφιξαναχωρήσεις μεμονωμένων πελατών, V.I.P. γκρούπ.
- Διαθεσιμότητα δωματίων.
- Εκκρεμότητες που δεν έχουν διευθετηθεί, όπως αλλαγές δωματίων, αιτήματα πελατών κ.λπ.
- Εκδηλώσεις που πρόκειται να γίνουν στο ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια της ημέρας.
- Περίεργη συμπεριφορά πελατών κατά τη διάρκεια της νύχτας, όπως έντονη μέθη ενός πελάτη, ή μιας παρέας πελατών κ.λπ.

Η πρωινή βάρδια ενημερώνει την απογευματινή για:

- Αργοπορημένες αναχωρήσεις μεμονωμένων πελατών και γκρούπ.
- Αναμενόμενες αφίξεις μεμονωμένων πελατών, V.I.P. και γκρούπ.
- Διαθεσιμότητα δωματίων.
- Εκκρεμότητες που δεν έχουν διευθετηθεί, όπως μαγνητισμός των καρτών-κλειδιών των δωματίων που έχει προγραμματιστεί να δοθούν στους αναμενόμενους πελάτες εκείνης της ημέρας κ.λπ.
- Εκδηλώσεις που πρόκειται να γίνουν στο ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια της ημέρας.

Η απογευματινή βάρδια ενημερώνει τη νυχτερινή για:

- Υπολειπόμενες αφίξεις μεμονωμένων πελατών, V.I.P. και γκρούπ.
- Διαθεσιμότητα δωματίων.
- Εκκρεμότητες που δεν έχουν διευθετηθεί.
- Εκδηλώσεις που γίνονται στο ξενοδοχείο και αναμένεται να τελειώσουν, ή εκδηλώσεις που θα λάβουν χώρα, όπως βραδιές χορού στο μπαρ του ξενοδοχείου κ.λπ.

4.2. Περιγραφές εργασίας (Job descriptions)

Σύμφωνα με την Καίκη-Πιβεροπούλου (1998), κάθε υπάλληλος της υποδοχής πρέπει να λαμβάνει ένα αντίγραφο περιγραφής της εργασίας που αντιστοιχεί στη θέση του. Περιγραφή εργασίας είναι ένας κατάλογος όλων των καθηκόντων των ευθυνών και των συναφών πληροφοριών, οι οποίες αφορούν μία θέση εργασίας. Για να είναι αποτελεσματικές πρέπει να προσαρμόζονται στις λειτουργικές διαδικασίες κάθε καταλύματος και να είναι γραμμένες για την κάθε θέση και όχι για ένα συγκεκριμένο υπάλληλο. Πρέπει να εξετάζονται και να αναθεωρούνται τουλάχιστον μια φορά το χρόνο και οι ίδιοι οι υπάλληλοι καλό είναι να συμμετέχουν σε αυτή τη διαδικασία. Σωστές περιγραφές εργασίας μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν :

- ❖ Ως βοήθημα στην εκπαίδευση κι αναπροσανατολισμό των υπαλλήλων.
- ❖ Για να αποφευχθεί διπλή ανάθεση καθηκόντων.
- ❖ Για τον προσδιορισμό του κατάλληλου επιπέδου του προσωπικού.
- ❖ Για την ενημέρωση του κάθε υποψήφιου υπαλλήλου σχετικά με τις απαιτήσεις της θέσης για την οποία προορίζεται.
- ❖ Στην εκτίμηση της εκτέλεσης της εργασίας.

4.3. Εργασιακοί όροι

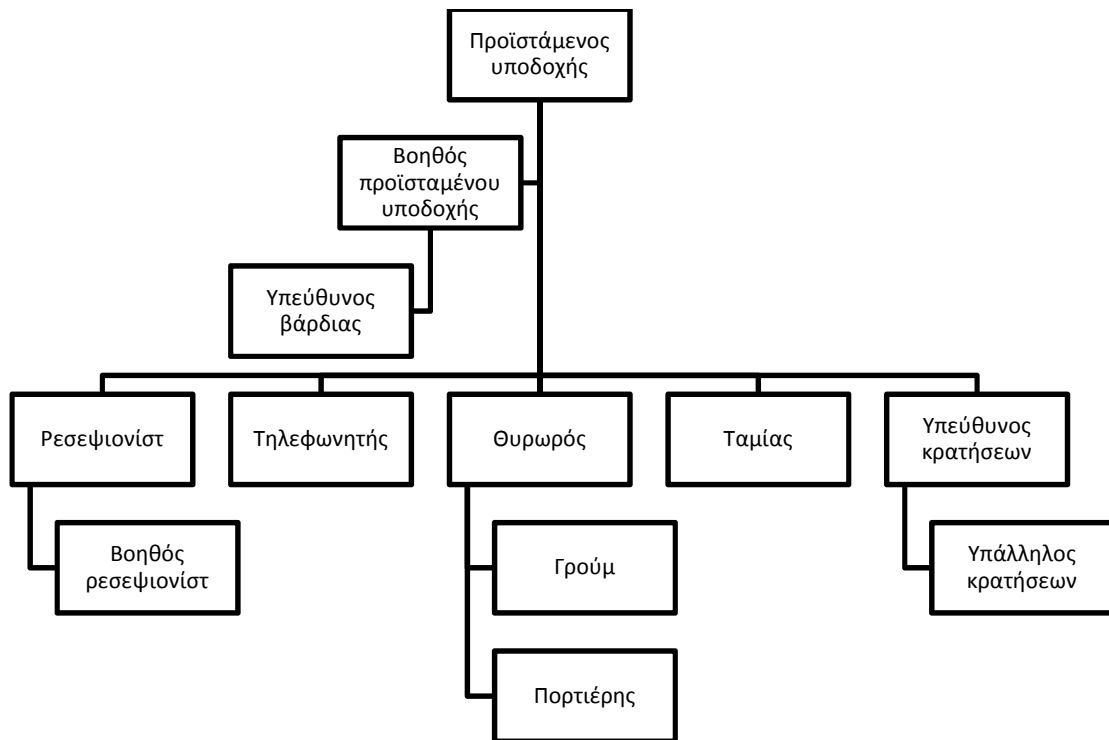
Οι εργασιακοί όροι απαρτιθούν την ποιότητα, τις επιδεξιότητες και τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να εκτελεστούν με επιτυχία τα καθήκοντα που σκιαγραφούνται από μια περιγραφή εργασίας. Σύμφωνα με την Καίκη-Πιβεροπούλου(1998), χρησιμοποιούνται για την επιλογή υποψηφίων υπαλλήλων και την προαγωγή των ήδη εργαζομένων. Για την κατάρτιση των εργασιακών όρων λαμβάνονται υπόψη η τυπική μόρφωση, η επαγγελματική πείρα, γενικές γνώσεις, προηγούμενη εμπειρία, φυσικές ικανότητες, ικανότητα επικοινωνίας και χειρισμού του εξοπλισμού. Στους εργασιακούς όρους των περισσότερων ξενοδοχείων συμπεριλαμβάνονται τα παρακάτω χαρακτηριστικά, δεξιότητες και ικανότητες:

- ❖ Επαγγελματική συμπεριφορά.
- ❖ Πνεύμα φιλοξενίας.
- ❖ Περιποιημένη εμφάνιση.
- ❖ Ευελιξία, ενεργητικότητα, αξιοπιστία.
- ❖ Κριτική ικανότητα.

- ❖ Πρωτοβουλία.
- ❖ Ικανότητα στη λήψη αποφάσεων, σχετικά με την ικανοποίηση του πελάτη.
- ❖ Ευχάριστη προσωπικότητα.
- ❖ Διάθεση εξυπηρέτησης.
- ❖ Γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή.
- ❖ Γνώσεις ξένων γλωσσών.
- ❖ Πειθώ και ταλέντο πωλητού.
- ❖ Φυσική αντοχή (λόγο ορθοστασίας και κυλιόμενου ωραρίου).

4.4. Προσωπικό υποδοχής

Στα μεγάλα ξενοδοχεία η υποδοχή συχνά στελεχώνεται από πολλούς υπαλλήλους, οι οποίοι επιτελούν διαφορετικές λειτουργίες. Αν κάθε υπάλληλος της υποδοχής είναι υπεύθυνος για ένα μόνο μέρος της διαμονής του πελάτη, το προσωπικό της υποδοχής μπορεί να προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες. Αυτός ο διαχωρισμός των καθηκόντων όμως μπορεί να μην είναι εφικτός στα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, όπου είναι σύνηθες φαινόμενο όλες οι λειτουργίες της υποδοχής να έχουν ανατεθεί μόνο σε έναν, ή δυο υπαλλήλους. Σύμφωνα με τους Θεοχάρης (2007) και Καπίκη-Πιβεροπούλου(1998), το προσωπικό που στελεχώνει το τμήμα της υποδοχής ενός μεγάλου ξενοδοχείου αποτελείται από τις ειδικότητες όπως παρουσιάζονται στο διάγραμμα 4.1, αλλά και αναλύονται παρακάτω.



Διάγραμμα 4.1: Ιεράρχηση προσωπικού υποδοχής μεγάλου ξενοδοχείου.

4.4.1. Προϊστάμενος υποδοχής

Ένας επιτυχημένος προϊστάμενος υποδοχής αντιπροσωπεύει τη συνολική εικόνα του ξενοδοχείου. Πρέπει να κατέχει τις γνώσεις, την εμπειρία και τις δεξιότητες, ώστε να μεταβιβάσει στον κάθε επισκέπτη συναισθήματα ζεστασιάς, φροντίδας, ασφάλειας και αποτελεσματικότητας. Έχει την ευθύνη για την επιλογή του προσωπικού και την εκπαίδευση του σε ό,τι αφορά τα λογισμικά συστήματα ξενοδοχειακής διοίκησης, ή αλλιώς P.M.S. (Property Management Systems), καθώς επίσης και για την οργάνωση και το συντονισμό των εργασιών που εκτελούνται καθημερινά. Επίσης, πρέπει να κατέχει εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις, ώστε να διατηρήσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες σε επίπεδο υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών. Έτσι λοιπόν, τα σημαντικότερα καθήκοντα ενός προϊσταμένου υποδοχής είναι:

- Συμμετοχή στη διαδικασία επιλογής προσωπικού.
- Φροντίζει για την εμφάνιση των εργαζομένων του τμήματος, αλλά και του ίδιου προσωπικά.
- Εκπαίδευση προσωπικού.

- Ενθαρρύνει τις προσπάθειες των εργαζομένων, επιβραβεύοντας τον αποδοτικότερο υπάλληλο για μια (προκαθορισμένη από την πολιτική του ξενοδοχείου) χρονική περίοδο.
- Αξιολογεί την απόδοση του κάθε υπαλλήλου και φροντίζει για τον ισοδύναμο καταμερισμό των εργασιών.
- Φροντίζει για την πλήρη ενημέρωση του κατά τις ώρες που απουσιάζει από το τμήμα της υποδοχής.
- Προγραμματίζει τακτικές συναντήσεις με το προσωπικό για ενημέρωση κι επισήμανση των προβλημάτων που τυχόν προέκυψαν κατά τη λειτουργία του τμήματος.
- Ενημερώνεται από το νυχτερινό ρεσεψιονίστ, για τυχόν ασυμφωνίες στην εξισορρόπηση του νυχτερινού ελέγχου.
- Ενημερώνεται για τις κρατήσεις και τις αφίξεις της ημέρας.
- Φροντίζει για την τήρηση και την ενημέρωση των αρχείων του τμήματος.
- Βοηθάει τους υπαλλήλους της υποδοχής σε περίπτωση που τους τύχει μεγάλος φόρτος εργασίας.
- Επεμβαίνει άμεσα και διακριτικά ρυθμίζοντας τυχόν διαφωνίες που ανακύπτουν στην τιμολόγηση των πελατών.
- Επικοινωνεί με τους προϊστάμενους ορόφων και συντήρησης, προκειμένου να επισημανθούν πιθανά προβλήματα και ενημερώνεται για την εξέλιξη επισκευών των βλαβών.
- Ελέγχει την κατάσταση των δωματίων κι επισημαίνει τυχόν παραλήψεις στην προϊσταμένη ορόφων.
- Επικοινωνεί με το διευθυντή μάρκετινγκ και πωλήσεων του ξενοδοχείου, καθώς και με το διευθυντή δεξιώσεων προκειμένου να συζητηθούν θέματα όπως, νέες ιδέες και προτάσεις που αποσκοπούν στην αύξηση των πωλήσεων, ή λογαριασμοί που αφορούν πραγματοποιηθείσες εκδηλώσεις και οι οποίοι παρουσιάζουν διαφορές στην τιμολόγηση.
- Ενημερώνει τα άλλα τμήματα για υπηρεσίες-προσφορές σε V.I.P. πελάτες.
- Ελέγχει τα όρια πιστωτικών καρτών των πελατών.
- Ελέγχει τα έσοδα και τις εισπράξεις του τμήματος και παρακολουθεί συστηματικά το ύψος του πιστωτικού ορίου των λογαριασμών των πελατών.
- Ελέγχει την αναφορά κρατήσεων όσον αφορά τις μελλοντικές προβλέψεις.

- Προγραμματίζει τα ωράρια εργασίας του προσωπικού του τμήματος.
- Ενημερώνει καθημερινά τη Διεύθυνση του ξενοδοχείου για τα πεπραγμένα της προηγούμενης ημέρας.
- Επίσης στην περίπτωση που δε λειτουργεί τμήμα πωλήσεων στο ξενοδοχείο, αναλαμβάνει τη διαπραγμάτευση για τη σύναψη συμβολαίων για ομαδικές κρατήσεις με τα συνεργαζόμενα τουριστικά γραφεία.

4.4.2. Ρεσεψιονίστ

Ο ρεσεψιονίστ, ή αλλιώς ο υπάλληλος υποδοχής είναι συνήθως εκείνος με τον οποίο έρχεται σε πρώτη επαφή ο πελάτης του ξενοδοχείου. Ένας νέος πελάτης δε γνωρίζει τι προσφέρει η επιχείρηση, ενώ ένας τακτικός πελάτης ίσως να μην έχει πληροφορηθεί για τυχόν νέες υπηρεσίες κι επιλογές. Είναι λοιπόν καθήκον του ρεσεψιονίστ να ενημερώνει τους πελάτες και να τους πουλάει τα δωμάτια και τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, καθώς επίσης να τους παρουσιάζει επιλογές και εναλλακτικές λύσεις και να τους βοηθάει να κάνουν την εκλογή τους. Σε γενικές γραμμές λοιπόν ο ρεσεψιονίστ:

- Κάνει προετοιμασία των αφίξεων.
- Υποδέχεται κι εξυπηρετεί με χαμόγελο κι ευγένεια τους πελάτες.
- Βοηθάει στην συμπλήρωση, ή συμπληρώνει ο ίδιος τις κάρτες άφιξης των πελατών.
- Διαπραγματεύεται με τους πελάτες τις τιμές των δωματίων (προσαυξήσεις, εκπτώσεις, προσφορές κ.λπ.) και καθορίζει τον τρόπο πληρωμής.
- Δίνει τα κατάλληλα δωμάτια, φροντίζοντας να ικανοποιεί τις επιθυμίες των πελατών, όταν αυτό είναι εφικτό.
- Προσδιορίζει τις απαιτήσεις των πελατών κατά τη διάρκεια παραμονής τους.
- Ενημερώνει την κατάσταση δωματίων με τη βοήθεια του τμήματος ορόφων.
- Συντονίζει τις ενέργειές του με το τμήμα συντήρησης για επιδιορθώσεις βλαβών στα δωμάτια.
- Αποστέλλει πληροφορίες για τους πελάτες και τα δωμάτια τους στα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου (π.χ. υπηρεσίες, ή προσφορές που αφορούν V.I.P. πελάτες, οι οποίοι έχουν αφιχθεί, ή θα αφιχθούν).

- Χειρίζεται τα κλειδιά των δωματίων και τις θυρίδες ασφαλείας.
- Διεκπεραιώνει την αλληλογραφία και τα μηνύματα των πελατών.
- Εξυπηρετεί πελάτες οι οποίοι δεν μπορούν να μείνουν στο ξενοδοχείο, παρέχοντας πληροφορίες που αφορούν εναλλακτικές επιλογές κατά περίπτωση.
- Αντιμετωπίζει άμεσα και αποτελεσματικά τις καταστάσεις έκτακτης ανάγκης (π.χ. ασθένεια ενός πελάτη, απόπειρα ληστείας κ.λπ.).

4.4.3. Υπάλληλος κρατήσεων

Είτε η διεκπεραίωση των κρατήσεων έχει ανατεθεί στην υποδοχή είτε είναι ξεχωριστό τμήμα, το προσωπικό των κρατήσεων είναι υπεύθυνο για όλα τα θέματα που έχουν σχέση με τις κρατήσεις. Όπως και ο ρεσεψιονίστ, οι υπάλληλοι κρατήσεων ενεργούν ως αντιπρόσωποι πωλήσεων για το ξενοδοχείο. Συνήθως ο υπάλληλος κρατήσεων:

- Ελέγχει τη διαθεσιμότητα των δωματίων.
- Ενημερώνει καθημερινά τα πλάνα κρατήσεων και allotment.
- Καταγράφει και απαντά άμεσα στις παραγγελίες κρατήσεων οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω τηλεφώνου, φαξ, e-mail, επιστολής, ή του κεντρικού συστήματος κρατήσεων.
- Ετοιμάζει και αποστέλλει επιστολές επιβεβαίωσης.
- Καταγράφει τις επιβεβαιωμένες κρατήσεις στα δελτία κράτησης και δημιουργεί φακέλους κρατήσεων, τους οποίους αρχειοθετεί αρχικά κατά ημερομηνία και στη συνέχεια κατά αλφαβητική σειρά.
- Δημιουργεί αρχεία κρατήσεων.
- Καταχωρεί ακυρώσεις και μεταβολές κι ενημερώνει τον υπάλληλο υποδοχής για αυτές καθώς και για άλλες τυχόν πληροφορίες σχετικές με τις κρατήσεις.
- Προετοιμάζει λίστες αναμενόμενων αφίξεων επόμενης ημέρας και τις στέλνει στην υποδοχή.
- Έχει την ευθύνη για τη σύναψη συμβολαίων για ομαδικές κρατήσεις (συμβόλαια allotment) με τα συνεργαζόμενα τουριστικά γραφεία.

- Αποστέλλει έγγραφες προσφορές σε τουριστικά πρακτορεία, εταιρίες, γκρούπ κ.λπ. κι ενημερώνει για τις τιμές διάφορων πακέτων (π.χ. εορταστικά, ειδικές τιμές εμπορικών αντιπροσώπων κ.λπ.), καθώς και για τις μεταβολές των τιμών από low σε high season και αντίστροφα.
- Εκδίδει προβλέψεις του εισοδήματος δωματίων και της πληρότητας.
- Συντάσσει αναφορές με στατιστικά στοιχεία που αφορούν τις προτιμήσεις των πελατών, το εισόδημα των σωματίων και τη μέση πληρότητα του ξενοδοχείου.

4.4.4. Τηλεφωνητής

Οι υπάλληλοι του τηλεφωνικού κέντρου, ανήκουν κανονικά στο τμήμα του back office, αλλά κυρίως στα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, τη δουλειά του τηλεφωνητή την κάνει συνήθως ο ρεσεψιονίστ, ή ο βοηθός του. Ο τηλεφωνητής είναι σημαντικό να έχει φιλικό τόνο φωνής, ευχέρεια στον προφορικό λόγο, σωστή άρθρωση και προπαντός να είναι ευγενικός, υπομονετικός και πρόθυμος να απαντήσει στις απορίες των πελατών. Κατά κύριο λόγο:

- Απαντά στις εξωτερικές αλλά και εσωτερικές κλήσεις.
- Συνδέει τις κλήσεις με το δωμάτιο, ή το τμήμα του ξενοδοχείου που του έχει ζητηθεί.
- Φροντίζει να εξυπηρετηθούν άμεσα οι πελάτες που τον καλούν από τα δωμάτια.
- Φροντίζει για την έγκαιρη και ασφαλή παράδοση μηνυμάτων από και προς τους πελάτες αλλά και τους εργαζόμενους στο ξενοδοχείο.
- Δίνει πληροφορίες για τις διάφορες λειτουργίες και τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου στους πελάτες.
- Αποστέλλει διάφορα μηνύματα μέσω φαξ. Η συγκεκριμένη υπηρεσία όταν δεν αφορά υπηρεσιακούς λόγους και γίνεται κατ' εντολή ενός πελάτη, χρεώνεται ο λογαριασμός του πελάτη.
- Καταχωρεί τα εγερτήρια των πελατών στο αυτόματο μηχάνημα αφύπνισης, ή τα πραγματοποιεί ο ίδιος.
- Αναλαμβάνει την παραγωγή φωτοαντιγράφων.
- Προγραμματίζει καθημερινά το κλειστό κύκλωμα τηλεόρασης (payt.v.) κι ελέγχει τις χρεώσεις των πελατών.

4.4.5. Ταμίας υποδοχής

Ο ταμίας της υποδοχής έχει ως κύρια αποστολή την τήρηση λογαριασμών των πελατών, τη συνεχή ενημέρωση τους και τέλος την είσπραξη τους. Ο ταμίας υποδοχής συνήθως:

- Δημιουργεί λογαριασμό χρέωσης κατά την άφιξη του πελάτη.
- Καταχωρεί στους λογαριασμούς των πελατών τις χρεωστικές αποδείξεις των τμημάτων του ξενοδοχείου.
- Κάνει εισπράξεις από τους πελάτες που αναχωρούν.
- Συντονίζει με το λογιστήριο τη διευθέτηση των χρεωστικών λογαριασμών και αυτών που εξοφλούνται με πιστωτική κάρτα.
- Ελέγχει τους λογαριασμούς στο κλείσιμο κάθε βάρδιας.
- Έχει την ευθύνη για τα μετρητά που χρησιμοποιούνται στην υποδοχή και για τις συναλλαγές με συνάλλαγμα.
- Ελέγχει τις ταμειακές καταστάσεις αν συμφωνούν.
- Ελέγχει συστηματικά το ύψος του πιστωτικού ορίου των λογαριασμών των πελατών κι ενημερώνει άμεσα τον προϊστάμενο της υποδοχής στην περίπτωση που ο λογαριασμός ενός πελάτη υπερβεί το πιστωτικό όριο.
- Πραγματοποιεί έλεγχο των λογαριασμών πριν το κλείσιμο κάθε βάρδιας.

4.4.6. Νυχτερινός Ρεσεψιονίστ (Night Auditor)

Ο νυχτερινός υπάλληλος υποδοχής πραγματοποιεί το συγκεντρωτικό έλεγχο των ημερήσιων καταχωρίσεων της υποδοχής, προκειμένου να επισημανθούν λάθη και να διορθωθούν εγκαίρως πριν την πρωινή αναχώρηση των πελατών. Ο έλεγχος αυτός γίνεται αφού κλείσουν όλα τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου και παραδώσουν το ταμείο τους. Συνήθως αρχίζει μετά τις 24:00 και δε διαρκεί περισσότερο από δύο ώρες. Ο νυχτερινός ρεσεψιονίστ έχει ως καθήκοντα:

- Να ταξινομεί τις αποδείξεις πελατών και των πιστωτικών καρτών.
- Να χρεώνει τις αποδείξεις καταναλώσεων των πελατών από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου, οι οποίες δεν καταχωρήθηκαν κατά τη διάρκεια της ημέρας.

- Να επαληθεύει όλες τις εγγραφές και τα υπόλοιπα των λογαριασμών.
- Να παρακολουθεί τα πιστωτικά όρια στους λογαριασμούς των μεμονωμένων πελατών
- Να Ετοιμάζει αναφορά προς το λογιστήριο με την κίνηση μετρητών, επιταγών και πιστωτικών καρτών.
- Να ετοιμάζει την αναφορά της διεύθυνσης με τα αποτελέσματα λειτουργίας του ξενοδοχείου.

4.4.7. Θυρωρός (Concierge)

Το θυρωρείο βρίσκεται ανάμεσα στη ρεσεψιόν και την κεντρική είσοδο του ξενοδοχείου. Οι υπάλληλοι του θυρωρείου θα πρέπει να είναι ευπαρουσίαστοι, ευγενικοί, προσιτοί και εύστροφοι για να δίνουν τι; Κατάλληλες, ακριβείς και γρήγορες απαντήσεις σε οποιοδήποτε ερώτημα τους τεθεί. Ένας θυρωρός πρέπει να διαθέτει πληθώρα γνώσεων και πηγών για το ξενοδοχείο, την ευρύτερη περιοχή, την πόλη και την περιφέρεια όπου βρίσκεται. Ανεξάρτητα από το αν οι ερωτήσεις που δέχεται αφορούν υπηρεσίες που βρίσκονται εντός, ή εκτός του ξενοδοχείου, διευκολύνσεις, θεάματα, ή δραστηριότητες, ο θυρωρός ειδικεύεται στην παροχή βοήθειας και πληροφοριών προς τους πελάτες. Συνήθη ζητήματα πελατών που διεκπεραιώνονται από τον θυρωρό περιλαμβάνουν:

- Παροχή οδηγιών και πληροφοριών για μέσα μαζικής μεταφοράς, χώρους ψυχαγωγίας, τράπεζες, μουσεία, εμπορικά καταστήματα, υπηρεσίες εκτάκτου ανάγκης, τιμές των δωματίων του ξενοδοχείου ανάλογα τη σεζόν, ώρες λειτουργίας των εστιατορίων, των μπαρ, της πισίνας κ.λπ. του ξενοδοχείου...
- Κρατήσεις (και έκδοση) εισιτηρίων σε αεροπλάνα, θέατρα, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης κ.λπ.
- Ενοικιάσεις αυτοκινήτων.
- Οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων.
- Εξασφάλιση υπηρεσιών γραμματέα, διερμηνέα, ξεναγού, μπίμπι σίτερ κ.λπ.
- Ελέγχει και καταγράφει τις αποσκευές που αφήνουν οι πελάτες στο luggage room.
- Έχει την κύρια ευθύνη για την ασφαλή μεταφορά των αποσκευών του πελάτη από την είσοδο του ξενοδοχείου, στο δωμάτιο του και αντίστροφα.

- Ελέγχει την αλληλογραφία και φροντίζει για τη γρήγορη διανομή της στους πελάτες του ξενοδοχείου, είτε αυτοί μένουν ήδη, είτε θα αφιχθούν αργότερα στην ημέρα, ή στο μέλλον, αλλά και στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου.
- Έχει την κύρια ευθύνη για την ασφαλή μεταφορά και στάθμευση των αυτοκινήτων των πελατών.

4.4.8. Αχθοφόρος (Groom)

Η κύρια αποστολή του groom, είναι η ασφαλής μεταφορά των αποσκευών των πελατών στα δωμάτια τους. Κατά την άφιξη του πελάτη, ο groom, παραλαμβάνει τις αποσκευές και με τη χρήση του ειδικού τρόλεϊ τις μεταφέρει στο δωμάτιο του πελάτη, αφού πρώτα ενημερωθεί από το ρεσεψιονίστ για τον αριθμό δωματίου, όπου και τις τοποθετεί στη μπαγκαζιέρα. Στη συνέχεια, δείχνει στον πελάτη τον τρόπο λειτουργίας των συσκευών του δωματίου, εύχεται καλή διαμονή και αποχωρεί. Καλό είναι να έχει συγκρατήσει στο μυαλό του την αρχική αντίδραση του πελάτη στην όψη του δωματίου, διότι μπορεί να του ζητηθεί από την υποδοχή, η οποία μπορεί να αντιδράσει ανάλογα προς όφελος του πελάτη αλλά και του ξενοδοχείου. Αναλυτικότερα, οι αρμοδιότητες του groom έχουν ως εξής:

- Έχει την ευθύνη για τη μεταφορά των αποσκευών από και προς τα δωμάτια.
- Επιμελείται με πλήρη ευθύνη το διαχωρισμό των αποσκευών σε περίπτωση πολλών ταυτόχρονων αφίξεων.
- Ενημερώνει και ανανεώνει με νέες ανακοινώσεις τον κεντρικό πίνακα ανακοινώσεων του ξενοδοχείου.
- Φροντίζει για την καθαριότητα και την εμφάνιση του σαλονιού της υποδοχής και της κεντρικής εισόδου του ξενοδοχείου.

4.4.9. Πορτιέρης

Μόνο τα ξενοδοχεία πολυτελείας διατηρούν μέχρι τις μέρες μας τη θέση του πορτιέρη, η οποία και υποδηλώνει την ύπαρξη πολυτελών υπηρεσιών, ενώ η χαρακτηριστική ενδυμασία του αποτελεί ένα ιδιαίτερο γνώρισμα του ονόματος του ξενοδοχείου. Κατά την άφιξη, καλωσορίζει ευγενικά τον πελάτη και ειδοποιεί τον groom για τη μεταφορά των αποσκευών. Αν ο πελάτης ήρθε με δικό του μεταφορικό

μέσο ειδοποιεί τον υπάλληλο του παρκινγκ να το παραλάβει. Ωστόσο η βασική αποστολή του πορτιέρη, είναι η ρύθμιση της προσωρινής στάθμευσης των μεταφορικών μέσων στην είσοδο του ξενοδοχείου και η ανεύρεση ταξί για τους πελάτες. Επίσης βοηθά την υποδοχή στον έμμεσο έλεγχο των αναχωρούντων πελατών, ώστε να ελαχιστοποιούνται οι αναχωρήσεις πελατών που δεν τακτοποίησαν τους λογαριασμούς τους.

Ανεξάρτητα από τον αριθμό των απασχολούμενων στην υποδοχή, τις ειδικότητες και τα ιδιαίτερα καθήκοντα τους, όπως επίσης και την τάξη του ξενοδοχείου, το πιο σημαντικό για την επιτυχή λειτουργία του, είναι η ομαλή και αρμονική συνεργασία μεταξύ των υπαλλήλων. Το κάθε τμήμα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι πελάτες εξυπηρετούνται έτσι, ώστε να επιθυμούν να ξανάρθουν και να συστήσουν το ξενοδοχείο και σε άλλους.

4.5. Συστήματα κι εξοπλισμός υποδοχής

Το ελβετικό σύστημα είχε το ελάττωμα της γραφειοκρατίας. Στηριγμένο στις αρχές του Taylor, απαιτούσε να γράφονται τα πάντα. Σε μια άφιξη ενός πελάτη ήταν αναγκαίο ο υπάλληλος υποδοχής να γράψει πολλές φορές σε διαφορετικά έντυπα τα στοιχεία του πελάτη, δηλαδή τον αριθμό του δωματίου του, το ονοματεπώνυμο του, τον αριθμό των ατόμων που έχουν καταλάβει το δωμάτιο, τη συμφωνία του με το εστιατόριο και τις ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης. Το αποτέλεσμα ήταν πάρα πολύ χρονοβόρο. Η Αμερική στη συνέχεια προσπάθησε να μειώσει τη γραφειοκρατία με διάφορους τρόπους. Ένα σύστημα που ονομάστηκε “Roof” χρησιμοποιούσε ειδικά σχεδιασμένα έντυπα, τα οποία ακουμπώντας τα σε ένα ειδικό πίνακα στήριξης, το ένα πάνω στο άλλο και συμπληρώνοντας το ένα, με χρήση καρμπόν, συμπληρώνονταν ταυτόχρονα όλα μαζί. Για να λειτουργήσει το σύστημα αυτό ήταν απαραίτητη η αντικατάσταση του πλάνου δωματίων, το οποίο ήταν μεγάλου μεγέθους, όπως και του ευρετηρίου τηλεφώνων το οποίο ήταν πολυσέλιδο, με νέα καινοτομικά. Η εταιρία Whitney παρουσίασε τα περίφημα “Racks”, όπου το “room rack” αντικαθιστούσε το πλάνο δωματίων και το “sorted rack” το ευρετήριο τηλεφώνων. Η Whitney συμπλήρωσε αυτή τη σειρά προϊόντων της με ένα ιδιαίτερα εύχρηστο μαγνητικό πλάνο κρατήσεων. Σήμερα με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές τα περισσότερα ξενοδοχεία έχουν υποκαταστήσει πλήρως τις προσπάθειες τις Whitney, που όμως

χάραξαν το δρόμο που ακολούθησαν οι προγραμματιστές ξενοδοχειακού λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών.

(Ρούπας, Λαλούμης, 1998)

4.5.1. Συστήματα υποδοχής

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τους Ρούπας, Λαλούμης (1998) και Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), τα συστήματα λειτουργίας της υποδοχής που χρησιμοποιούνταν μέχρι και πρόσφατα, αλλά και αυτά που χρησιμοποιούνται πλέον σήμερα είναι τα εξής:

4.5.1.1. Χειρόγραφο

Το σύστημα αυτό, όπως αναφέρθηκε δεν χρησιμοποιείται πλέον, διότι ήταν πολύ χρονοβόρο, επειδή χρησιμοποιούνταν μόνο χειρόγραφα έντυπα. Οι κρατήσεις καταχωρούνταν σε δελτία κράτησης και στη συνέχεια στο βιβλίο και/ή στο πλάνο κρατήσεων. Κατά την άφιξη οι πελάτες υπέγραφαν μία κάρτα άφιξης και ο ρεσεψιονίστ έβρισκε το κατάλληλο δωμάτιο από το πλάνο υποδοχής, ή από το room rack. Στη συνέχεια ο ρεσεψιονίστ συμπλήρωνε το βιβλίο πόρτας, τα δελτία και το βιβλίο αστυνομίας. Οι κλάδοι εκμετάλλευσης εξέδιδαν καταστάσεις με όλες τις καταναλώσεις, ώστε οι καταχωρίσεις να μπορούσαν να ελεγχθούν κι έστελναν τις αποδείξεις με τις χρεώσεις των πελατών στην υποδοχή για να καταχωρηθούν στους λογαριασμούς χειρόγραφα. Κατά την αναχώρηση ο πελάτης διαγράφονταν από το πλάνο υποδοχής, ή στις κάρτες άφιξης και στα slips του room rack σημειώνονταν η ένδειξη “αναχώρησε” και στη συνέχεια αρχειοθετούνταν σε ένα κουτί, το οποίο επέιχε τη θέση ιστορικού αρχείου πελατών. Όταν πλέον είχε καθαριστεί το δωμάτιο μια αναχώρησης σημειώνονταν πάνω στο πλάνο “ok”. Στα δωμάτια με βλάβη σημειώνονταν πάνω στο πλάνο “ooo”, δηλαδή “out of order”.

4.5.1.2. Ημιαυτοματοποιημένο

Το σύστημα αυτό, χρησιμοποιεί συγχρόνως χειρόγραφα έντυπα, αλλά και έντυπα που εκδίδονται από μηχανές. Κάποιες μικρές κυρίως, αλλά και μεσαίες επιχειρήσεις, για διάφορους λόγους, ίσως να μεταχειρίζονται ακόμα ένα μέρος του εξοπλισμού που

χρησιμοποιείται σε αυτό το σύστημα, όπως το ρούμ room rack και οι καρτελοθήκες. Πάντως ο μηχανικός εξοπλισμός του συστήματος αυτού έχει σίγουρα αντικατασταθεί από Η/Υ διότι ήταν δύσκολος στην εκπαίδευση και το χειρισμό. Πριν την άφιξη γίνεται προετοιμασία των καρτών άφιξης και άνοιγμα των λογαριασμών πελατών. Η ανεύρεση δωματίου γίνεται από το πλάνο υποδοχής, ή πλέον το room rack. Στην άφιξη οι πελάτες με κράτηση επιβεβαιώνουν τις πληροφορίες στην κάρτα άφιξης και την υπογράφουν, ενώ οι περαστικοί πελάτες την συμπληρώνουν επιπλέον, αντίγραφα της οποίας διανέμονται στα τμήματα και στο ρούμ room rack. Οι διάφορες καταστάσεις ενός δωματίου (out of order, αναμενόμενη αναχώρηση, καθαρό...) διακρίνονται πλέον με μία ματιά, με τη βοήθεια χρωματιστών ζελατίνων που τοποθετούνται στην αντίστοιχη σχισμή που έχει το κάθε δωμάτιο στο ρούμ room rack. Άλλο ένα πλεονέκτημα έναντι του χειρόγραφου είναι η αυτόματη εγγραφή στους λογαριασμούς και έκδοση αποτελεσμάτων, τα οποία είναι ευκολότερο να διαβαστούν, έτσι οι υπάλληλοι μπορούν να τους διευθετήσουν γρηγορότερα. Οι κάρτες άφιξης μπορούν να κρατηθούν ως ιστορικό αρχείο.

4.5.1.3. Πλήρως αυτοματοποιημένο

Στα πλήρως αυτοματοποιημένα ξενοδοχεία η υποδοχή λειτουργεί με ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Στις αρχές του 1970 πρωτοχρησιμοποιήθηκαν υπολογιστές στην τουριστική βιομηχανία, αλλά ήταν πολύ ακριβοί κι έτσι ήταν προσιτοί μόνο στις μεγάλες επιχειρήσεις. Στα επόμενα χρόνια η σμίκρυνση των υπολογιστών σε μέγεθος και η μείωση του κόστους αγοράς τους σε συνδυασμό με τη δημιουργία φιλικότερων προς τον χρήστη εφαρμογών, συνετέλεσαν, ειδικά από το 1990 και μετά, στην είσοδο των Η/Υ σε ξενοδοχεία όλων των μεγεθών. Στον Η/Υ, οι ενότητες των κρατήσεων, των αφίξεων, των παραμενόντων πελατών, των αναχωρήσεων, του ιστορικού πελατών και γενικά οτιδήποτε θα ήθελε το προσωπικό της υποδοχής να μάθει σχετικά με τα στοιχεία ενός πελάτη, βρίσκονται σε ένα και μόνο πρόγραμμα και είναι προσβάσιμα με το πάτημα λίγων κουμπιών στο πληκτρολόγιο, ή το ποντίκι του Η/Υ. Η ενότητα των κρατήσεων μπορεί να εκτυπώνει επιστολές επιβεβαίωσης και να κάνει προετοιμασία των καρτών άφιξης. Εάν έχουν εγκατασταθεί υπολογιστές και σε άλλα τμήματα του ξενοδοχείου και είναι συνδεδεμένοι όλοι σε ένα κοινό δίκτυο, τότε πληροφορίες όπως κατάσταση δωματίου (καθαρό, βλάβη κ.λπ.), ή συμφωνίες διατροφής παραμενόντων πελατών, μπορούν να καταχωρηθούν και να ανακτηθούν

αντίστοιχα, από τα αρμόδια τμήματα απευθείας μέσω των Η/Υ. Επίσης οι καταναλώσεις των πελατών στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου μπορούν να χρεώνονται αυτόματα στον ανάλογο λογαριασμό, με τη σύνδεση της ταμιακής στο δίκτυο υπολογιστών του ξενοδοχείου. Κατά την αναχώρηση εκτυπώνεται ο ηλεκτρονικός λογαριασμός. Ανάλογα με τον τρόπο εξόφλησης το πρόγραμμα μπορεί να μεταφέρει τα οφειλόμενα ποσά στους ανάλογους λογαριασμούς πελάτη και ξενοδοχείου.

4.5.2. Εξοπλισμός υποδοχής

Από προσωπική εμπειρία μέσα από εργασία στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου πόλεως, αλλά και σύμφωνα με την Καίκη-Πιβεροπούλου (1998), παραθέτω τα ακόλουθα για τον εξοπλισμό υποδοχής. Στις επιχειρήσεις με χειρόγραφο και ημιαυτοματοποιημένο σύστημα, η υποδοχή ήταν έτσι σχεδιασμένη, ώστε να περιλαμβάνει έναν αριθμό από ράκ και ειδικό εξοπλισμό, προορισμένο να παράγει, να συγκεντρώνει, ή να δείχνει τα έντυπα του τμήματος. Σήμερα, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι η καρδιά όλου του εξοπλισμού της υποδοχής και σχεδόν όλες οι ενέργειες πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά, αν και ορισμένα έντυπα κρίνονται ακόμα απαραίτητα για την ολοκλήρωση των διαδικασιών. Επίσης, σε ορισμένα ξενοδοχεία, όντας σε μεταβατικό στάδιο συστημάτων λειτουργίας χρησιμοποιείται ακόμα εξοπλισμός που μεταχειριζόταν στο ημιαυτοματοποιημένο σύστημα όπως το ρούμ room rack και οι καρτελοθήκες.

4.5.2.1. Ηλεκτρονικός υπολογιστής

Τα λογισμικά συστήματα ηλεκτρονικού υπολογιστή της υποδοχής, δε λειτουργούν όλα κατά τον ίδιο τρόπο. Πάντως μπορούν να γίνουν κάποιες γενικεύσεις, που καταδεικνύουν τη φύση των εφαρμογών ηλεκτρονικών υπολογιστών στην υποδοχή. Οι έξι πιο συνηθισμένες ενότητες των λογισμικών προγραμμάτων της ρεσεψιόν είναι σχεδιασμένες για να βοηθούν τους υπαλλήλους να εκτελούν λειτουργίες σχετικά με:

- ❖ Κρατήσεις.
- ❖ Διεύθυνση δωματίων.
- ❖ Τήρηση λογαριασμών πελατών.

- ❖ Γενική Διεύθυνση.
- ❖ Ιστορικό αρχείο πελατών.
- ❖ Συντήρηση.

4.5.2.1.1. Κρατήσεις

Στην ενότητα των κρατήσεων ο υπάλληλος επεξεργάζεται με μεγάλη ταχύτητα τις ζητήσεις δωματίων, καταχωρεί και παρακολουθεί τα συμβόλαια allotment και τα συνεργαζόμενα με την επιχείρηση πρακτορεία κι εκτυπώνει σωστές και σύγχρονες αναφορές για τις ακυρωμένες κρατήσεις, για αυτές που είναι no-shows (που δεν εμφανίσθηκαν) και για αυτές που λήγει το release date (προθεσμία αποστολής προκαταβολής). Πολλές αλυσίδες ξενοδοχείων αλλά και μεμονωμένες επιχειρήσεις συμμετέχουν σε κεντρικά συστήματα κρατήσεων, ή αλλιώς CRS (Central Reservation System). Αυτά αποθηκεύουν τα δεδομένα κρατήσεων, μπλοκάρουν τα κρατημένα δωμάτια, ελέγχουν τις κρατήσεις κατά τύπο δωματίου και παρακολουθούν τον αριθμό κρατήσεων που λήφθηκαν. Οι κρατήσεις που καταχωρήθηκαν στο CRS μπορούν να επεξεργαστούν, να επιβεβαιωθούν και να μεταβιβασθούν στο ξενοδοχείο προορισμού με εξαιρετικά μεγάλη ταχύτητα. Στον Η/Υ του ξενοδοχείου-παραλήπτη τα αρχεία κρατήσεων και τα προβλεπόμενα έσοδα ενημερώνονται αμέσως.

4.5.2.1.2. Διεύθυνση δωματίων

Από την ενότητα αυτή καταχωρούνται οι αφίξεις και οι αναχωρήσεις των πελατών, γίνονται αλλαγές στα στοιχεία παραμενοντών πελατών, εκτυπώνονται καταστάσεις με τους αριθμούς δωματίων των πελατών, φαίνεται η κατάσταση δωματίων, τα κενά δωμάτια και δηλώνονται τα έτοιμα. Επίσης εκδίδονται αναφορές με την πρόβλεψη για οποιαδήποτε επιθυμητή ημερομηνία σχετικά με την κίνηση του ξενοδοχείου και αναφορές με πολύ χρήσιμα στοιχεία για την οροφοκομία και το εστιατόριο.

4.5.2.1.3. Τήρηση λογαριασμών πελατών

Α ενότητα της τήρησης λογαριασμών πελατών, ή αλλιώς M/C (Main Courante) επαυξάνει τη δυνατότητα ελέγχου στους λογαριασμούς πελατών και απλοποιεί σημαντικά τη διαδικασία κλεισίματος ημέρας. Κατά την αναχώρηση καταχωρείται ο

κατάλληλος τρόπος πληρωμής και εκτυπώνονται όσοι λογαριασμοί ζητηθούν από τον πελάτη. Στην ενότητα αυτή καταχωρούνται όλοι οι τιμοκατάλογοι του ξενοδοχείου και παρακολουθούνται οι χρεώσεις. Τέλος, γίνονται οι πιστώσεις πελατών και οι χρεώσεις των αποδείξεων από τα διάφορα τμήματα, εκτός αν οι κλάδοι εκμετάλλευσης διαθέτουν τερματικά και είναι συνδεδεμένοι online με τον Η/Υ της υποδοχής, ή λειτουργούν με ηλεκτρονικές ταμειακές μηχανές, οπότε οι καταναλώσεις μεταφέρονται και χρεώνονται αυτόματα στους ανάλογους ηλεκτρονικούς λογαριασμούς πελατών.

4.5.2.1.4. Γενική Διεύθυνση

Οι επιλογές της ενότητας αυτής είναι αναφορές που συλλέχθηκαν από τις κρατήσεις, τη διεύθυνση δωματίων και την Μ/Σ. Με την έκδοση των αναφορών η ενότητα αυτή αποτελεί το συνδετικό κρίκο μεταξύ των εφαρμογών της υποδοχής και των τμημάτων έμμεσης εξυπηρέτησης του πελάτη (back office).

4.5.2.1.5. Ιστορικό αρχείο πελατών, προφίλ πελατών

Στην ενότητα αυτή καταχωρούνται τα στοιχεία των πελατών του ξενοδοχείου. Υπάρχει η δυνατότητα να ενταχθούν ορισμένοι πελάτες σε κατηγορίες, όπως VIPs, εμπορικοί αντιπρόσωποι κ.λπ. και να κωδικοποιηθούν ορισμένα επαγγέλματα. Μπορούν επίσης να εκτυπωθούν μηχανογραφημένες ετικέτες αλληλογραφίας, με τα ονόματα και τις διευθύνσεις ενός συγκεκριμένου είδους πελατών για γραπτή επικοινωνία μαζί τους.

4.5.2.1.6. Συντήρηση

Από την ενότητα αυτή ορίζονται οι γενικές και ειδικότερες παράμετροι του ξενοδοχείου, όπως πλήθος και τύπος δωματίων, επωνυμία της επιχείρησης, τα τμήματα που λειτουργούν εθνικότητες κ.λπ. Επίσης μπορεί να γίνει διόρθωση αρχείων που ίσως έχουν πρόβλημα λόγω κάποιας δυσλειτουργίας του Η/Υ και να έχουν κρατηθεί αντίγραφα των αρχείων ώστε αν χρειαστεί να γίνει επαναφορά των αρχείων.

4.5.2.2. Έντυπα

Ακόμη και στα πλήρως αυτοματοποιημένα ξενοδοχεία απαιτούνται διάφορα έντυπα ως αποδεικτικά των καταχωρίσεων, για να παρέχουν βάση για περιεκτικό έλεγχο. Η υποδοχή χρησιμοποιεί διάφορα έντυπα για την παρακολούθηση του κύκλου των τεσσάρων σταδίων για κάθε πελάτη. Ο αριθμός και η μορφή των εντύπων διαφέρει από χώρα σε χώρα και από ξενοδοχείο σε ξενοδοχείο. Εξαρτάται δε από το μέγεθος της επιχείρησης, την οργάνωση και το βαθμό αυτοματισμού της.

4.5.2.2.1. Κρατήσεις

Οι κρατήσεις καταχωρούνται στα δελτία/κάρτες κράτησης (registration cards) και στη συνέχεια μεταφέρονται στον Η/Υ. Εάν η κράτηση έχει σταλεί στην υποδοχή μέσω φαξ τότε θα πρέπει να σταλεί πίσω και μια επιβεβαίωση πάλι μέσω φαξ.

4.5.2.2.2. Αφίξεις

Για την πραγματοποίηση των αφίξεων, η υποδοχή συνήθως χρησιμοποιεί μια κάρτα άφιξης χειρόγραφη, ή τυπωμένη από τον Η/Υ. Οι κάρτες άφιξης περιλαμβάνουν προσωπικά στοιχεία του πελάτη, όπως επίσης ημέρες διαμονής και τρόπο εξόφλησης. Συνήθως αναγράφονται επίσης τυπωμένες δηλώσεις, σχετικά με τη φύλαξη των τιμαλφών των πελατών. Η υπογραφή του πελάτη είναι απαραίτητη για τη δημιουργία νομικής σχέσης πελάτη και ξενοδοχείου. Στα ελληνικά ξενοδοχεία κατά την άφιξη των πελατών είναι υποχρεωτική η καταχώριση τους στο βιβλίο κίνησης πελατών πόρτας, χειρόγραφα, ή σε εκτυπώσεις μέσω του Η/Υ. Η υποδοχή που μεταχειρίζεται ρούμ room rack δημιουργεί ένα ρούμ room rack σλίπ κατά το στάδιο της άφιξης. Το σλίπ αυτό μπορεί να περιλαμβάνει προσωπικά στοιχεία του πελάτη, τιμή δωματίου, ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης και αριθμό δωματίου.

4.5.2.2.3. Διαμονή

Μόλις αφιχθεί ο πελάτης, η υποδοχή ανοίγει έναν λογαριασμό, στον Η/Υ, στον οποίο καταχωρούνται οι χρεώσεις και πιστώσεις του πελάτη κατά τη διάρκεια της

παραμονής του στο ξενοδοχείο. Κατά το άνοιγμα του λογαριασμού, μεταφέρονται σε αυτόν πληροφορίες από την κάρτα άφιξης του πελάτη. Ένα παραστατικό είναι η απόδειξη που περιλαμβάνει τα λεπτομερή στοιχεία μιας συναλλαγής. Οι επιχειρήσεις που δεν είναι πλήρως αυτοματοποιημένες βασίζονται στα παραστατικά, έτσι ώστε οι καταναλώσεις των πελατών στους διάφορους κλάδους εκμετάλλευσης να γνωστοποιούνται στην υποδοχή. Κατά τη διάρκεια του κλεισίματος ημέρας, τα παραστατικά βοηθούν να εξακριβωθεί ότι οι χρεώσεις έχουν καταχωρηθεί σωστά. Οι πλήρως μηχανογραφημένες επιχειρήσεις πιθανόν να μην αποστέλλουν παραστατικά στην υποδοχή, δεδομένου ότι οι κλάδοι εκμετάλλευσης μπορεί να είναι ηλεκτρονικά συνδεδεμένοι με τον Η/Υ της ρεσεψιόν, οπότε οι αποδείξεις να αποστέλλονται ηλεκτρονικά.

4.5.2.2.4. Αναχωρήσεις

Εκτός από το λογαριασμό του πελάτη, απαιτούνται και άλλα έντυπα για την τακτοποίηση του, όπως δελτία συναλλαγής για τις πιστωτικές κάρτες σε περίπτωση που ο πελάτης επιθυμεί να εξοφλήσει με πιστωτική κάρτα. Επίσης στην Ελλάδα, για κάθε εξόφληση με ξένο νόμισμα απαιτείται η έκδοση αριθμημένης, διπλότυπης απόδειξης αγοράς συναλλάγματος και η καταχώριση της σε αριθμημένο βιβλίο συναλλάγματος.

4.5.2.2.5. Έντυπα για την παραλαβή συναλλάγματος

Απαραίτητα για την παραλαβή συναλλάγματος στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι:

Δελτίο συναλλάγματος

Καθημερινά η τράπεζα της Ελλάδας εκδίδει δελτίο τιμών συναλλάγματος κρατών, με τα οποία διεξάγει εμπορικές συναλλαγές, όπως και δελτίο τιμής αγοράς και πώλησης ξένων χαρτονομισμάτων. Όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πρέπει να εφοδιάζονται καθημερινά, από την τράπεζα με την οποία συνεργάζονται, με το δελτίο στο οποίο αναγράφονται οι τιμές συναλλάγματος. Η υποδοχή οφείλει να αναρτά σε εμφανές σημείο ένα πίνακα με τις τιμές των νομισμάτων τα οποία αποδέχεται, για ενημέρωση των πελατών του ξενοδοχείου.

Απόδειξη αγοράς συναλλάγματος

Η απόδειξη αυτή είναι διπλότυπη και κατά την αλλαγή του συναλλάγματος παραδίδεται στον πελάτη το πρωτότυπο, το δε αντίγραφο παραμένει στέλεχος. Η απόδειξη αυτή περιλαμβάνει αύξοντα αριθμό και τον τίτλο της επιχείρησης και ο υπάλληλος υποδοχής, κατά τη συναλλαγή καταχωρεί τα εξής στοιχεία:

- Ονοματεπώνυμο και διεύθυνση πελάτη.
- Αριθμό διαβατηρίου.
- Είδος και ποσό συναλλάγματος.
- Τιμή μονάδας του συναλλάγματος σε ευρώ.
- Ποσοστό (2%) και ποσό δικαιούμενης προμήθειας του ξενοδοχείου.
- Αξία του ποσού του συναλλάγματος σε ευρώ.
- Ημερομηνία αγοράς.
- Υπογραφή.

4.5.2.3. Room rack

Το room rack είναι μια διάταξη από στήλες με μικρές θήκες κάθε μια από τις οποίες αντιπροσωπεύει κι ένα δωμάτιο. Οι θήκες αυτές είναι σχεδιασμένες να συγκρατούν τα ρούμ room rack slips, τα οποία παρέχουν πληροφορίες για τον πελάτη, αλλά και ειδικά σχεδιασμένες, χρωματιστές, ημιδιαφανείς ζελατίνες, οι οποίες ανάλογα το χρώμα της η κάθε μία δείχνει και την κατάσταση του δωματίου (π.χ. πράσινη για το δωμάτιο που χρειάζεται καθαρίσμο, κόκκινη για αναμενόμενη αναχώρηση, μπλε για βλάβη κ.λπ.). Σε κάθε θήκη δωματίου και δίπλα από τον αριθμό του αναγράφονται συνήθως τα χαρακτηριστικά και ο τύπος του δωματίου. Ανάλογα δε με το χρώμα του πλαισίου που μπορεί να υπάρχει, συμπεραίνουμε και τη θέα του. Συνεπώς, μια ματιά στο ρούμ room rack πληροφορεί αμέσως τους υπαλλήλους της υποδοχής για τη διαθεσιμότητα, ή μη και την κατάσταση όλων των δωματίων. Σε μία πλήρως αυτοματοποιημένη υποδοχή δε χρειάζεται το ρούμ room rack, γιατί όλες οι πληροφορίες που αυτό μπορεί να παρέχει, μπορούν να εμφανιστούν στην οθόνη του Η/Υ όποτε χρειάζεται.

Στην εικόνα που ακολουθεί (βλ. Εικόνα 4.1), παρουσιάζεται ένα room rack slip. Το συγκεκριμένο είναι από χαρτί. Όπως φαίνεται στην εικόνα, στην επάνω μεριά, είναι με αγγλικά γραμμένη η λέξη “κρατημένο”, ενώ στη κάτω μεριά οι λέξεις “κρατημένο,

όχι έτοιμο”. Όταν ο πελάτης αναχωρήσει και στο ίδιο δωμάτιο έχει γίνει ήδη άλλη κράτηση, ο ρεσεψιονίστ τοποθετεί το slip στην ανάλογη θέση του room rack, με τρόπο ώστε να φαίνονται οι λέξεις “κρατημένο, όχι έτοιμο”. Όταν το δωμάτιο καθαριστεί, ο ρεσεψιονίστ γυρίζει το slip ανάποδα, ώστε να φαίνεται η λέξη “κρατημένο”.



Εικόνα 4.1: Room rack slip.

4.5.2.4. Ράκ αλληλογραφίας, μηνυμάτων, κλειδιών

Το ράκ κλειδιών είναι μια διάταξη από αριθμημένες θήκες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την τοποθέτηση των κλειδιών των πελατών. Για να ελαχιστοποιήσουν τον αριθμό των ράκ στην υποδοχή, τα περισσότερα ξενοδοχεία συνδυάζουν το ράκ κλειδιών με το room rack, ή το ράκ αλληλογραφίας και μηνυμάτων. Χωροταξικά ο συνδυασμός αυτός των ράκ μπορεί να είναι είτε στον τοίχο, είτε κάτω από τον πάγκο της υποδοχής.

4.5.2.5. Καρτελοθήκες

Στις επιχειρήσεις με χειρόγραφο, ή ημιαυτοματοποιημένο σύστημα, οι λογαριασμοί των πελατών τηρούνταν σε μια καρτελοθήκη κατ' αύξοντα αριθμό δωματίου και παρέμεναν εκεί καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής του πελάτη στο ξενοδοχείο, εκτός φυσικά από το διάστημα που γίνονταν σε αυτούς καταχωρίσεις. Σε ένα πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα, μόνο οι αποδείξεις ταμιακών μηχανών, των καταναλώσεων κάθε πελάτη, που στέλνονται στην υποδοχή από τα άλλα τμήματα του

ξενοδοχείου, τηρούνται στην καρτελοθήκη αυτή. Εκεί παραμένουν καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής του πελάτη στο ξενοδοχείο. Μετά την αναχώρηση του εάν δε ζητηθούν ίσως από τον πελάτη καταστρέφονται.

4.5.2.6. Εξοπλισμός τηλεφώνων

Σήμερα τα παλαιού τύπου τηλεφωνικά κέντρα με τα γραφικά κόκκινα και μαύρα βύσματα έχουν καταργηθεί. Τη θέση τους έχουν καταλάβει ηλεκτρονικά κέντρα, τα οποία έχουν τη δυνατότητα να συνδέουν αυτόματα τα τμήματα και τα δωμάτια του ξενοδοχείου και να δίνουν αυτόματα γραμμή δικτύου στους πελάτες και στα τμήματα. Για τις αφυπνίσεις, ο υπάλληλος υποδοχής καταχωρεί στη συσκευή τηλεφωνικού κέντρου, ή στον Η/Υ τον αριθμό δωματίου και την ώρα για κάθε κλήση αφύπνισης και στην προγραμματισμένη ώρα το τηλέφωνο στο δωμάτιο του πελάτη χτυπάει αυτόματα. Μόλις ο πελάτης σηκώσει το ακουστικό, είτε η κλήση τερματίζεται, είτε ενεργοποιείται μια μαγνητοφωνημένη ομιλία, η οποία καλημερίζει, αναφέρει την τρέχουσα ώρα, τη θερμοκρασία και τις καιρικές συνθήκες. Η καταχώριση της αυτόματης αφύπνισης μπορεί να γίνει και από τον ίδιο τον πελάτη στη συσκευή τηλεφώνου του δωματίου του. Τα κέντρα αυτά συνήθως επικοινωνούν με τον υπολογιστή και η αξία μιας τηλεφωνικής συνδιάλεξης χρεώνεται αυτόματα στο λογαριασμό του πελάτη.

4.5.2.7. Βοηθητικές συσκευές

Μαζί με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και τα ράκ που ίσως ακόμα βρίσκονται στην υποδοχή, υπάρχει κι ένας αριθμός βοηθητικών συσκευών:

4.5.2.7.1. Συσκευή ανάγνωσης πιστωτικών καρτών

Η συσκευή αυτή διαβάζει τα στοιχεία μιας πιστωτικής, ή χρεωστικής κάρτας, είτε από το τσιπ της κάρτας είτε από τη μαγνητική της ταινία. Στη συνέχεια μεταβιβάζει αυτά τα δεδομένα στην υπηρεσία επαλήθευσης της κάρτας και ανάλογα με τα στοιχεία της κάρτας και της συναλλαγής η υπηρεσία αυτή εγκρίνει, ή απορρίπτει τη συναλλαγή. Στην περίπτωση που η συναλλαγή εγκριθεί, η συσκευή ανάγνωσης

καρτών εκτυπώνει δυο αποδείξεις που εμπεριέχουν όλα τα στοιχεία της συναλλαγής και των συναλλασσομένων. Τη μία απόδειξη παίρνει ο πελάτης και την άλλη την κρατάει ο ταμίας της ρεσεψιόν αφού πρώτα ζητήσει από τον πελάτη να την υπογράψει στο κατάλληλα προσημειωμένο από τη συσκευή σημείο.

4.5.2.7.2. Συσκευή ανίχνευσης πλαστών χαρτονομισμάτων

Επειδή η ύπαρξη και κυκλοφορία πλαστών χαρτονομισμάτων έχει πάρει επικίνδυνες διαστάσεις, το προσωπικό της υποδοχής πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικό κατά την αποδοχή μετρητών. Σε αυτό έρχεται να βοηθήσει η συσκευή αυτή, η οποία ανιχνεύει τα πλαστά χαρτονομίσματα. Η χρήση της είναι πολύ απλή. Ο υπάλληλος περνά τα χαρτονομίσματα μέσα από τη συσκευή, η οποία σε περίπτωση που είναι πλαστό ένα χαρτονόμισμα εκπέμπει φωτεινή και ηχητική ένδειξη.

4.5.2.7.3. Φαξ

Η συσκευή αυτή καθιστά δυνατή, μέσω μια τηλεφωνικής γραμμής, την αποστολή και παραλαβή ολόκληρων σελίδων με κείμενα, σχέδια, ή φωτογραφίες.

4.5.2.7.4. Εκτυπωτές

Οι κάρτες άφιξης, οι λογαριασμοί των πελατών και οτιδήποτε έγγραφο, ή εικόνα θέλουμε να παρουσιάσουμε σε χειροπιαστή μορφή μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή, π.χ. κράτηση που έχει σταλεί στην υποδοχή μέσω e-mail, εκτυπώνονται από τους εκτυπωτές.

4.5.2.7.5. Τερματικά αυτοκαταχώρισης/αυτοαναχώρησης

Τα πλήρως αυτοματοποιημένα ξενοδοχεία μπορεί να προσφέρουν τέτοια τερματικά στους πελάτες τους, τα οποία είναι συνήθως τοποθετημένα στην είσοδο. Ως προς το σχεδιασμό, μερικά μοιάζουν με τραπεζικά μηχανήματα αυτοεξυπηρέτησης, ενώ άλλα διαθέτουν οπτική και ακουστική ικανότητα. Για να τα χρησιμοποιήσει ο πελάτης απλώς ακολουθεί τις οδηγίες που του δίνονται από το τερματικό. Απαραίτητη είναι η

χρήση μιας έγκυρης πιστωτικής κάρτας. Επιπλέον, όταν ο Η/Υ του δωματίου (συνήθως η συσκευή της τηλεόρασης) είναι συνδεδεμένος με την ενότητα της Μ/Σ, υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης στα δεδομένα του λογαριασμού και προσφέρονται στους πελάτες τα μέσα με τα οποία εγκρίνουν και τακτοποιούν τους λογαριασμούς τους. Τα τηλέφωνα στα δωμάτια πελατών που συνδέονται με τον Η/Υ μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν γι' αυτό το σκοπό. Οι συσκευές αυτές δε μειώνουν την ανάγκη ύπαρξης προσωπικού στην υποδοχή, αλλά μειώνουν το φόρτο εργασίας του, ώστε να είναι σε θέση να προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες στους πελάτες.

4.5.2.7.6. Αυτόματες συσκευές πληροφοριών

Οι συσκευές αυτές είναι τοποθετημένες στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου και προσφέρουν στους πελάτες την ευκαιρία να ζητήσουν λεπτομέρειες για τα δρώμενα μέσα στο κατάλυμα, αλλά και τις τοπικές εκδηλώσεις. Αν ένας εκτυπωτής είναι συνδεδεμένος με το τερματικό πληροφοριών του χολ, οι πελάτες μπορούν να λαμβάνουν κι έτοιμες λίστες με τις δραστηριότητες. Επιπλέον, στην περίπτωση που ο Η/Υ του δωματίου μπορεί να συνδεθεί με εξωτερικές υπηρεσίες πληροφοριών, οι πελάτες μπορούν κι από εκεί να έχουν πρόσβαση στις ίδιες πληροφορίες, καθώς επίσης και σε δρομολόγια αεροπορικών εταιριών, σε οδηγούς τοπικών εστιατορίων και ψυχαγωγίας, στις αναφορές του χρηματιστηρίου, σε ειδήσεις, σε καταλόγους αγορών και σε παιχνίδια βίντεο.

4.5.2.7.7. Έλεγχος ασφαλείας

Οθόνες κλειστού κυκλώματος επιτρέπουν στους υπαλλήλους της υποδοχής, ή στο προσωπικό ασφαλείας να ελέγχουν από ένα κεντρικό σημείο την ασφάλεια σε ολόκληρο το ξενοδοχείο.

5. Λειτουργίες υποδοχής

Όλες εκείνες οι ενέργειες στις οποίες θα προβεί ένας υπάλληλος υποδοχής στην καριέρα του περιγράφονται σε αυτό το κεφάλαιο.

5.1. Πωλήσεις τμήματος υποδοχής

Σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), όταν οι εργαζόμενοι σε μια τουριστική μονάδα αρχίζουν να σκέφτονται ως επαγγελματίες πωλητές, με στόχο να πουλήσουν το προϊόν τους κατανοώντας πλήρως τις ανάγκες του πελάτη και τα προβλήματα του, φροντίζοντας αληθινά και δείχνοντας ειλικρινές ενδιαφέρον για την άνεση, ευημερία και ικανοποίηση του πελάτη, τότε το πρόβλημα μείωσης των εσόδων και της πληρότητας δε θα εμφανισθεί εύκολα. Ένας πωλητής θα είναι επιτυχημένος, αν έχει πλήρη γνώση του προϊόντος και της αξίας του, γνωρίζει τις επιθυμίες και κατανοεί τον πελάτη κι επιθυμεί να τον εξυπηρετήσει. Στην περίπτωση της υποδοχής, γνώση του προϊόντος δε σημαίνει μόνο γνώση του δωματίου, του τύπου, του μεγέθους, της τοποθεσίας, της τιμής, της επίπλωσης και του εξοπλισμού του. Μια επιτυχημένη πώληση απαιτεί πλήρη γνώση όλων των επιπρόσθετων υπηρεσιών και ανέσεων που η επιχείρηση είναι σε θέση να προσφέρει. Μερικές από αυτές τις υπηρεσίες είναι:

- Δωρεάν διάθεση παιδικών κρεβατιών.
- Διαθέσιμη υπηρεσία φύλαξης μωρών.
- Δωρεάν διαμονή των παιδιών κάτω από 12 ετών, αν χρησιμοποιούν το ίδιο δωμάτιο με τους γονείς τους.
- Ύπαρξη γιατρού στο κατάλυμα επί 24ώρου βάσεως.
- Δυνατότητα παρασκευής καφέ, ή τσαγιού στο δωμάτιο.
- Φιλοξενία κατοικίδιων ζώων σε ειδικό χώρο κ.λπ.

Εκτός από τα παραπάνω έξτρα που τυχόν προσφέρει η επιχείρηση, ένας ανταγωνιστικός υπάλληλος υποδοχής πρέπει να γνωρίζει και τα εξής στοιχεία:

- Όλες τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο προσπέκτους του καταλύματος.

- Τις λεπτομέρειες για τις μεταβολές των τιμών ανάλογα με την εποχή, τις ειδικές τιμές κι εκπτώσεις, τις χρεώσεις για παιδιά, κατοικίδια ζώα κ.λπ.
- Όλα τα χαρακτηριστικά σχετικά με το μέγεθος, το σχήμα, τον τύπο, τον εξοπλισμό και την επίπλωση των δωματίων.
- Πληροφορίες (π.χ. ώρες λειτουργίας), σχετικά με τα σαλόνια, τα εστιατόρια, το μπαρ, τα εμπορικά καταστήματα, την πισίνα, το κομμωτήριο, το παρκινγκ και τους αθλητικούς χώρους του ξενοδοχείου.
- Πληροφορίες για τη συγκοινωνία από και προς το ξενοδοχείο με οποιοδήποτε μέσο.
- Λεπτομέρειες για τα μέσα και τον εξοπλισμό που διαθέτει η επιχείρηση για συνέδρια και άλλα γεγονότα.
- Λεπτομέρειες για την ποικιλία των μενού που προσφέρει το ξενοδοχείο, τους χώρους και τις ώρες που τα σερβίρει.
- Πληροφορίες για τις ανέσεις που προσφέρονται σε επιχειρηματίες, ηλικιωμένους, άτομα με ειδικές ανάγκες, παιδιά και κατοικίδια ζώα.
- Τις ειδικές προσφορές που ισχύουν σε αργίες, σε πακέτα διακοπών, ή σε κάποια προγράμματα τα Χριστούγεννα και το Πάσχα.
- Τα προγράμματα διασκέδασης που προσφέρει το ξενοδοχείο.
- Πληροφορίες για τις τοπικές εκδηλώσεις, τη διασκέδαση και τα ενδιαφέροντα μέρη της περιοχής.
- Λεπτομέρειες για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, τους tour operators, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, τις αεροπορικές εταιρίες και τις επαγγελματικές ενώσεις και σωματεία.
- Τους κανονισμούς σχετικά με τις ώρες άφιξης και αναχώρησης, τις αποδεκτές μεθόδους πληρωμής και γενικά όλες τις πληροφορίες που αφορούν το ξενοδοχείο.

Γνωρίζοντας τέλεια το προϊόν τους οι υπάλληλοι της υποδοχής μπορούν να καταστούν επιτυχημένοι πωλητές και όχι μόνο να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη του ξενοδοχείου, αλλά και την ικανοποίηση των πελατών τους. Το άτομο όμως που είναι και οξυδερκής και μπορεί να αντιλαμβάνεται και να ικανοποιεί τις διάφορες ατομικές ανάγκες του πελάτη του είναι πολύ περισσότερο αποτελεσματικό. Σε έναν έξυπνο παρατηρητή, κάθε πελάτης αποκαλύπτει ασυνείδητα μια πληθώρα από γνωρίσματα, όπως ανυπομονησία, εχθρότητα, ανασφάλεια, ευφυΐα, αυθορμητισμό κ.λπ., τα οποία

ο ρεσεψιονίστ μπορεί να λάβει υπόψη του προκειμένου να επιλέξει το καταλληλότερο δωμάτιο που θα ικανοποιήσει τον πελάτη. Βέβαια στην αρχή μπορεί να γίνουν λάθη, αλλά αν ο πελάτης αντιληφθεί ότι καταβάλλεται προσπάθεια να εξυπηρετηθεί όσο γίνεται καλύτερα, τότε ο ρεσεψιονίστ έχει κερδίσει.

(Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

5.1.1. Κανόνες για την πώληση δωματίων

Παραθέτω ορισμένους κανόνες για την πώληση δωματίων σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998):

- Να υποδέχεστε τους πελάτες με ένα θερμό καλωσόρισμα και να τους εξυπηρετείτε σύντομα, με ευχάριστο και αποτελεσματικό τρόπο.
- Μην μπερδεύεται τον πελάτη προσφέροντας του μεγάλη ποικιλία δωματίων, περιοριστείτε σε δύο μόνο δωμάτια.
- Επιλέξτε δύο δωμάτια σε τιμές που κατά την εκτίμηση σας αναλογούν στη δυνατότητα πληρωμής του πελάτη, ή τα έξτρα που μπορεί να ζητήσει.
- Περιγράψτε τα Δύο δωμάτια με εκφράσεις που εμπνέουν στα ενδιαφέροντα του πελάτη. Π.χ. μπορείτε να πείτε με ένα φιλικό τρόπο σε ένα παντρεμένο ζευγάρι: “έχω δύο πολύ καλά δωμάτια στον τρίτο όροφο, με θέα τη θάλασσα. Το ένα είναι πολύ ήσυχο, με δύο μεγάλα μονά κρεβάτια και κοστίζει 80€. Το άλλο είναι πολύ άνετο, με ένα μεγάλο διπλό κρεβάτι και χρεώνεται 75€.” Σε ένα κύριο μεγάλων διαστάσεων, ο οποίος δεν είναι πολύ δραστήριος και χρειάζεται ένα δωμάτιο στο οποίο να ξεκουράζεται, μπορείτε να πείτε: “έχω ένα πολύ ωραίο δωμάτιο στον τρίτο όροφο με θέα την πισίνα με 70€ κι ένα άλλο στον πέμπτο όροφο με 65€. Το δωμάτιο του τρίτου ορόφου είναι λίγο μεγαλύτερο και διαθέτει τηλεόραση. Και τα δύο δωμάτια έχουν άνετο κρεβάτι και τηλεόραση”.
- Μετά την επιλογή του πελάτη, επιβεβαιώστε την ορθότητα της εκλογής του με την παρακάτω έκφραση: “είμαι βέβαιος κ. Στεργίου ότι θα μείνετε πολύ ευχαριστημένος μ’ αυτό το δωμάτιο”.
- Σε μια οικογένεια με παιδιά προτείνετε δωμάτια τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με εσωτερική πόρτα.

- Για μία κυρία που σκοπεύει να μείνει μια εβδομάδα επιλέξτε δωμάτιο με μεγάλη ντουλάπα.
- Να θυμάστε ότι οι ηλικιωμένοι και τα άτομα με ειδικές ανάγκες πρέπει να τοποθετούνται σε κατάλληλο δωμάτια, ώστε να μην αναγκάζονται να περπατούν πολύ για να πάνε στο ασανσέρ, στο εστιατόριο, ή στους άλλους κοινόχρηστους χώρους και να μην υποχρεώνονται να ανεβοκατεβαίνουν πολλές σκάλες.
- Αν ένας πελάτης επιθυμεί μονόκλινο δωμάτιο και δεν υπάρχει κανένα διαθέσιμο, τότε προτείνετε ένα δίκλινο και χρεώστε το σαν δίκλινο για μονόκλινο (80% στη τιμή του δίκλινου), ή σαν μονόκλινο.
- Η διεύθυνση προφανώς επιθυμεί να πωλούνται τα ακριβά δωμάτια του ξενοδοχείου. Εσείς όμως πρέπει να δίνετε προτεραιότητα στις επιθυμίες του πελάτη, ο οποίος αν μείνει ευχαριστημένος ξαναγυρίζει, αλλά και διαφημίζει το ξενοδοχείο.
- Όταν κάνετε κρατήσεις στο πλάνο κρατήσεων, πρέπει να φροντίζετε ώστε η μια καταχώριση πελάτη σε κάποιο δωμάτιο να ακολουθεί την άλλη, χωρίς να μένουν ανεκμετάλλευτα κενά στις ημερομηνίες.

5.1.2. Αποτελεσματικές τεχνικές πώλησης ακριβών δωματίων

Δεδομένου ότι τα ξενοδοχεία έχουν διάφορες κατηγορίες τιμών, που βασίζονται σε παραμέτρους όπως το μέγεθος, τοποθεσία, η θέα κ.λπ., η διαφορά τιμής μεταξύ δυο δωματίων μπορεί να είναι ουσιαστική. Το κόστος πώλησης όμως ενός πολυτελούς δωματίου δε διαφέρει καθόλου από εκείνο ενός φθηνότερου. Ένα πολυτελές δωμάτιο συνήθως έχει κάποιες επιπλέον ανέσεις, οι οποίες αυξάνουν λίγο το κόστος διαμονής, συγκριτικά με το κανονικό δωμάτιο, αλλά πολύ συχνά, το 100% της διαφοράς στις τιμές είναι κέρδος. Έτσι, το όφελος από την πώληση των ακριβών δωματίων στο σύνολο των εσόδων των δωματίων μπορεί να είναι τεράστιο. Σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), για να είναι σε θέση οι υπάλληλοι της υποδοχής να πωλούν ακριβά δωμάτια. Πρέπει να μάθουν τα εξής:

- Πρώτον, πώς να ελέγχουν τα απροσδόκητα από τους πελάτες.
- Δεύτερον, πώς να ξεπερνούν κάποιες αναστολές κατά τη συναλλαγή με τον πελάτη.

- Τρίτον, πώς να είναι ενθουσιώδεις όταν προκαλούν την πώληση.

Ελεγχος του απροσδόκητου. Ο υπάλληλος της υποδοχής πρέπει να αποφεύγει ερωτήσεις προς τον πελάτη του τύπου “τι είδους δωμάτιο θα θέλατε;”. Αυτό επιτρέπει στον πελάτη να κατευθύνει και να ελέγχει εκείνος τη διαπραγμάτευση. Αντιθέτως ο ρεσεψιονίστ πρέπει να κάνει συγκεκριμένες ερωτήσεις, οι οποίες οδηγούν τον πελάτη στην επιλογή ακριβών δωματίων.

Απαλλαγή από αναστολές. Ένας υπάλληλος μπορεί να κερδίζει πολύ λιγότερα χρήματα από τον πελάτη, ο οποίος μένει στο ξενοδοχείο. Έτσι, μπορεί να είναι δύσκολο για ένα άτομο με μέτριο μισθό να προτείνει πολυτελή δωμάτια με υψηλές τιμές, αλλά για να μπορεί να πουλάει αποτελεσματικά τα ακριβά δωμάτια, πρέπει να υπερνικήσει τέτοιου είδους αναστολές.

Πρόκληση της πώλησης. Από τη στιγμή που ο υπάλληλος κρατήσεων, ή ο ρεσεψιονίστ έχει μάθει να ελέγχει το απροσδόκητο κι έχει υπερνικήσει τις αναστολές για την πρόταση ακριβών δωματίων, πρέπει να μάθει να προκαλεί την πώληση. Λίγοι πλάτες θα ζητήσουν καλύτερο δωμάτιο (ακόμη κι αν το απολάμβαναν), εκτός αν τους το προτείνει ο εκπρόσωπος του ξενοδοχείου.

Αφού εκπαιδευτεί το προσωπικό της υποδοχής κι ενθαρρυνθούν ώστε να γίνουν επαγγελματίες πωλητές, είναι έτοιμοι να μάθουν ειδικές τεχνικές για ακριβές πωλήσεις. Οι τεχνικές αυτές μπορεί να συμπεριλαμβάνουν, ή να αποφεύγουν την πίεση, αλλά οι τεχνικές με την άσκηση πίεσης είναι ακατάλληλη για πωλήσεις ακριβών δωματίων στα ξενοδοχεία. Έτσι σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), παραθέτονται παρακάτω τρεις τεχνικές χωρίς πίεση οι οποίες είναι αποτελεσματικές για την παρακίνηση των πελατών να ενοικιάσουν δωμάτια ακριβότερα από τα κανονικά.

Η τεχνική των εναλλακτικών λύσεων: Ο υπάλληλος δίνει στον πελάτη διάφορες εναλλακτικές λύσεις τιμών και ρωτάει “ποιο θα προτιμούσατε;”. Ο πελάτης τείνει να διαλέξει ένα δωμάτιο στη μέση της κλίμακας, επειδή πιστεύει ότι η επιλογή του πιο ευτελούς δωματίου θα τον κάνει να φαίνεται φιλάργυρος, ενώ με την επιλογή του ακριβότερου θα φαίνεται σπάταλος. Έτσι δημιουργείται εσωτερική πίεση να επιλέξει τη μεσαία τιμή, για να αποδείξει στον εαυτό του και στους άλλους ότι είναι λογικός και συμβιβαστικός. Η τεχνική αυτή είναι ένας εύκολος και αποτελεσματικός τρόπος να πωλούνται δωμάτια με μεσαία τιμή επειδή διαφορετικά μπορεί να είχαν επιλέξει

τη χαμηλότερη τιμή και χρησιμοποιείται σε πελάτες που καταλαβαίνουμε ότι είναι μάλλον πολύ πιθανό να διαλέξουν φτηνά δωμάτια.

Η τεχνική από πάνω προς τα κάτω: Ο πωλητής ξεκινάει με μια υψηλή, ή παράλογη προσφορά, τόσο εξωφρενική ώστε η αποδοχή της να είναι απίθανη. Αφού ο αγοραστής αρνηθεί την αρχική πρόταση, ο πωλητής κάνει μια πιο μετριοπαθή προσφορά, η οποία αντιπροσωπεύει τη σχεδιαζόμενη προσφορά συμμόρφωσης. Η τεχνική αυτή μπορεί να εφαρμοστεί εύκολα κατά την κράτηση, ή πώληση δωματίων σε περαστικούς πελάτες. Ο πωλητής του ξενοδοχείου αρχίζει με μια δυνατή, ενθουσιώδη σύσταση του δωματίου με την υψηλότερη τιμή που ταιριάζει στην κατάσταση του πελάτη. Π.χ. ένα πολυτελές δωμάτιο με πολύ μεγάλα κρεβάτια για ένα αντρόγυνο, ή μια σουίτα για δύο επιχειρηματίες. Έτσι γεννούνται δύο περιπτώσεις: Πρώτον, ο πελάτης μπορεί να πεισθεί και να πάρει το ακριβό δωμάτιο, δεδομένου ότι μερικοί πελάτες χρεώνουν τα έξοδα στην εταιρία τους, αλλά και επειδή υπάρχουν πελάτες που απλώς επιθυμούν το καλύτερο δωμάτιο. Και δεύτερον, η υψηλότερη τιμή θα απορριφτεί και ο υπάλληλος τότε θα πάει στην αμέσως χαμηλότερη από την προηγούμενη τιμή, με ενθουσιώδη έκθεση των πλεονεκτημάτων του. Αυτό θα συνεχιστεί, μέχρις ότου ο πελάτης πάρει μιαν απόφαση. Αυτή η τεχνική χρησιμοποιείται για να εξασφαλισθεί ότι οι περισσότεροι πελάτες θα κρατήσουν μεσαίας, ή υψηλής τιμής δωμάτια, κάτι που διαφορετικά δε θα έκαναν. Πελάτες με περιορισμένα εισοδήματα θα κάνουν την εκλογή τους από τα φτηνότερα δωμάτια, αλλά η πλειοψηφία θα επιλέξει τη μεσαία κλίμακα τιμών.

Η τεχνική από κάτω προς τα πάνω: Αυτή η τεχνική εφαρμόζεται, αφού εξασφαλιστεί αρχικά η αποδοχή για μια χαμηλή προσφορά. Στη συνέχεια γίνεται προσπάθεια για μια αποδοχή μεγαλύτερων και πιο ουσιωδών προσφορών. Η τεχνική αυτή χρησιμοποιείται στην πώληση ακριβότερων δωματίων και περισσότερων υπηρεσιών από το ξενοδοχείο. Ο ρεσεψιονίστ κατά την άφιξη ενός πελάτη με κράτηση φθηνού δωματίου μπορεί να πει: “με 15€ περισσότερα έχετε τη δυνατότητα να μείνετε σε πολυτελές δωμάτιο με θέα τη θάλασσα και μόνο με 20€ περισσότερα μπορείτε να παίρνετε ένα πλούσιο πρωινό και δείπνο στο ξενοδοχείο.” Επειδή ο πελάτης έχει ήδη δείξει κάποιο επίπεδο αποδοχής κάνοντας την κράτηση του δωματίου, η υψηλότερη προσφορά κατά την άφιξη δεν αντιπροσωπεύει τη συνολική δαπάνη, αλλά μι μικρή αύξηση πάνω από τα προβλεπόμενα έξοδα. Συχνά ο πελάτης σε αυτές τις περιπτώσεις δέχεται.

5.2. Κρατήσεις

Σύμφωνα με τους Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998) και Θεοχάρης 2007) οι κρατήσεις αποτελούν μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες του τμήματος της υποδοχής και παράλληλα ένα χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ για την ξενοδοχειακή επιχείρηση. Ανήκουν στον τομέα του back office κι έχουν ως κύρια ευθύνη τη διάθεση-πώληση των δωματίων, καθώς και την προώθηση των υπόλοιπων υπηρεσιών που παρέχει το ξενοδοχείο. Η διαδικασία των κρατήσεων συμπεριλαμβάνει την αντιπαραβολή της ζήτησης δωματίων με την αντίστοιχη διαθεσιμότητα, όπως επίσης και την αρχειοθέτηση, επιβεβαίωση και διατήρηση των κρατήσεων, καθώς και την έκδοση αναφορών για τη διεύθυνση. Οι πληροφορίες της κράτησης είναι χρήσιμες για μεταγενέστερες λειτουργίες της υποδοχής. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν π.χ. για τον προσδιορισμό του δωματίου και της τιμής του, για τη συμπλήρωση της κάρτας άφιξης του πελάτη, της λίστας αναμενόμενων αφίξεων και του πλάνου κρατήσεων. Είναι πολύ σημαντικό το τμήμα των κρατήσεων να είναι πολύ καλά οργανωμένο επειδή η πιθανή αναποτελεσματικότητα του θα επηρεάσει αρνητικά σε μεγάλο βαθμό τα έσοδα του ξενοδοχείου και αποτελεί ρίσκο για το όνομα, την εικόνα και τη φήμη της επιχείρησης. Μια ολοκληρωμένη διαδικασία κράτησης, συνοψίζεται στις παρακάτω δραστηριότητες:

- Ζήτηση της κράτησης.
- Προσδιορισμός της διαθεσιμότητας από τον υπάλληλο κρατήσεων.
- Συμφωνία με τον πελάτη.
- Δημιουργία αρχείου κράτησης.
- Επιβεβαίωση της κράτησης από τον πελάτη.
- Καταχώρηση της κράτησης στο πλάνο κρατήσεων.
- Έκδοση αναφορών κράτησης.

5.2.1. Τύποι δωματίων

Ο προσδιορισμός του τύπου ενός δωματίου καθορίζεται από το μέγεθος του, τον αριθμό των κρεβατιών μέσα σε αυτό, τις παρεχόμενες ανέσεις, τη διακόσμηση του, καθώς και από το προφίλ των πελατών που προορίζεται να φιλοξενηθεί σε αυτό. Οι

κυριότεροι τύποι δωματίων ενός ξενοδοχείου αναφέρονται στον ακόλουθο πίνακα (βλ. Πίνακας 5.1).

Πίνακας 5.1: Τύποι και περιγραφές δωματίων ξενοδοχείου.

| Τύπος δωματίου | Περιγραφή δωματίου |
|--|--|
| Μονόκλινο (single) | Με ένα μονό κρεβάτι |
| Δίκλινο (Double) | Με ένα διπλό κρεβάτι |
| Δίκλινο (Twin) | Με δύο μονά κρεβάτια |
| Queen | Με ένα μεγάλο διπλό κρεβάτι για ένα, ή δύο άτομα |
| King | Με πολύ μεγάλο διπλό κρεβάτι για ένα, ή δύο άτομα |
| Τρίκλινο (Triple) | Με τρία μονά, ή ένα διπλό κι ένα μονό κρεβάτι |
| Τετράκλινο (Quad) | Δωμάτιο που διατίθεται σε τέσσερα άτομα |
| Μικρή σουίτα (Junior suite) | Διαμέρισμα αποτελούμενο από ένα υπνοδωμάτιο κι ένα σαλόνι |
| Σουίτα (Suite) | Διαμέρισμα αποτελούμενο από δύο, ή περισσότερα υπνοδωμάτια κι ένα σαλόνι |
| Tower suite | Σουίτα που βρίσκεται στο υψηλότερο σημείο του ξενοδοχείου, με ξεχωριστή θέα και σχήμα τετράγωνο, ή στρογγυλό |
| Νυφική σουίτα (Bridal suite) | Σουίτα για νεόνυμφους |
| Προεδρική σουίτα (Presidential suite, ή Royal suite) | Σουίτα για VIPs και πελάτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου |
| Συνδεόμενα δωμάτια (Connecting rooms) | Δωμάτια με ξεχωριστή είσοδο, τα οποία επικοινωνούν μεταξύ τους με εσωτερική πόρτα |
| Συνεχόμενα δωμάτια (Adjoining rooms) | Διπλανά δωμάτια, χωρίς εσωτερική πόρτα |
| Handicap room | Δωμάτιο κατάλληλα διαμορφωμένο για άτομα με ειδικές ανάγκες |

5.2.2. Όροι συμφωνίας ενοικίασης δωματίων

Η συμφωνία μεταξύ του πελάτη και του ξενοδόχου για την ενοικίαση δωματίων καθορίζεται με βάση τις εξής παραμέτρους:

- Τον αριθμό και τον τύπο των δωματίων.
- Τον αριθμό των ατόμων και των διανυκτερεύσεων.
- Τη διαθεσιμότητα των δωματίων.
- Τους όρους συμφωνίας.
- Την τιμή.

Οι βασικοί όροι συμφωνίας για την ενοικίαση δωματίων είναι οι εξής:

Μόνο δωμάτιο (Room rate, RR): Ο πελάτης αρχικά πληρώνει μόνο για τη διαμονή του.

Δωμάτιο με πρωινό (Bed&breakfast, BB): Ο πελάτης αρχικά πληρώνει για η διαμονή του και για το βασικό πρωινό που προσφέρεται στην τραπεζαρία.

Δωμάτιο με ημιδιατροφή (Half Board, HB): Ο πελάτης αρχικά πληρώνει για τη διαμονή του, το βασικό πρωινό που προσφέρεται στην τραπεζαρία κι ένα γεύμα την ημέρα, που επίσης σερβίρεται στην τραπεζαρία, είτε αυτό είναι το μεσημεριανό, είτε το βραδινό.

Δωμάτιο με πλήρη διατροφή (Full Board, FB): Ο πελάτης αρχικά πληρώνει για τη διαμονή του, το βασικό πρωινό που προσφέρεται στην τραπεζαρία και δύο γεύματα την ημέρα, που επίσης σερβίρονται στη τραπεζαρία, και το μεσημεριανό και το βραδινό.

Δωμάτιο με όλα συμπεριλαμβανόμενα (All Inclusive, AI): Ο πελάτης πληρώνει μια συγκεντρωτική τιμή, στην οποία συμπεριλαμβάνονται το δωμάτιο, το πρωινό, το μεσημεριανό και το βραδινό γεύμα, καθώς επίσης και συγκεκριμένες καταναλώσεις, οι οποίες μπορούν να προκύψουν στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως για παράδειγμα, ποτά στο σνακ μπαρ, θαλάσσια σπορ, ξαπλώστρα στην παραλία κ.λπ.

Διημέρευση (Day use): Ο πελάτης ενοικιάζει ένα δωμάτιο μόνο για λίγες ώρες και χωρίς να διανυκτερεύσει.

Τυχόν έξτρα καταναλώσεις που θα κάνει ο πελάτης και δε συμπεριλαμβάνονται στην αρχική συμφωνία, εξοφλούνται από τον πελάτη κατά τη διαδικασία της αναχώρησης, ή χρεώνονται στο λογαριασμό του πρακτορείου εν μέσω του οποίου είχε γίνει η κράτηση.

Κάποιοι άλλοι όροι συμφωνίας σύμφωνα με τον Θεοχάρη (2007), είναι οι εξής:

Οικογενειακές χρεώσεις (Family plan rates): Ειδικοί όροι που αφορούν τις οικογένειες που κάνουν διακοπές. Τα περισσότερα ξενοδοχεία π.χ. έχουν υιοθετήσει την τακτική της μη χρέωσης των παιδιών κάτω των δώδεκα ετών, όταν αυτά διαμένουν στο δωμάτιο των γονιών τους.

Weekend plan rates: Ειδικές τιμές για το Σαββατοκύριακο.

Τιμές πακέτου (Package rates): Ειδικές τιμές για γκρουπ πελατών, οι οποίες διαμορφώνονται ανάλογα με τις προτιμήσεις για το τι θα συμπεριλαμβάνεται στη συμφωνία επιπλέον του δωματίου, αλλά και για μεμονωμένους πελάτες που αφορούν κυρίως εορταστικά τριήμερα κ.λπ.

Η διάρκεια παραμονής του πελάτη στο δωμάτιο του ξενοδοχείου ισχύει από τη 12^η μεσημβρινή της ημέρας άφιξης, έως και τη 12^η μεσημβρινή της επόμενης ημέρας και ισοδυναμεί με μία διανυκτέρευση. Σύμφωνα με την τουριστική νομοθεσία η 12^η μεσημβρινή έχει οριστεί ως η ώρα εκκένωσης του δωματίου από τους πελάτες που αναχωρούν και ταυτόχρονα η ώρα άφιξης για τους αναμενόμενους πελάτες. Ωστόσο αν ο πελάτης ζητήσει μια μικρή παράταση της διαμονής του της τάξεως των μια, δυο ορών και αν δεν αναμένεται πελάτης για το συγκεκριμένο δωμάτιο, τα περισσότερα ξενοδοχεία παρατείνουν χωρίς χρέωση την παραμονή του πελάτη.

5.2.3. Τύποι κρατήσεων

Οι κυριότεροι τύποι κρατήσεων σύμφωνα με τους Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998) και Θεοχάρη (2007), είναι οι εξής:

5.2.3.1. Εγγυημένες

Πρόκειται για μια συμφωνία μεταξύ της ξενοδοχειακής επιχείρησης και του πελάτη, όπου ο δεύτερος έχει την υποχρέωση να καταβάλει το αντίτιμο του δωματίου (ή μέρος από τη τιμή του συνόλου των διανυκτερεύσεων του) προκαταβολικά, ακόμη και στην περίπτωση που αυτός δεν εμφανιστεί (που είναι δηλαδή non-show), ενώ το ξενοδοχείο αναλαμβάνει να κρατήσει το συγκεκριμένο δωμάτιο για όλη τη χρονική περίοδο που αφορά η κράτηση. Η χρηματική αυτή εγγύηση αφορά μόνο τη χρέωση του δωματίου και όχι τα γεύματα, ή άλλα έξοδα του πελάτη κατά τη διάρκεια της παραμονής του στο ξενοδοχείο. Αν η κράτηση ακυρωθεί σύμφωνα με τους όρους ακύρωσης του ξενοδοχείου, τότε η επιχείρηση επιστρέφει την εγγύηση στον πελάτη. Ακολουθούν οι κυριότερες μορφές εγγυημένων κρατήσεων.

5.2.3.1.1. Είσπραξη προκαταβολής

Ο πελάτης καταβάλει πριν την άφιξη του ως εγγύηση ένα ορισμένο χρηματικό ποσό, ανάλογο με διάστημα παραμονής του στο ξενοδοχείο. Στα περισσότερα ξενοδοχεία δηλαδή, η προκαταβολή για κρατήσεις έως μια εβδομάδα καλύπτει μία διανυκτέρευση, ενώ αν το διάστημα παραμονής είναι μεγαλύτερο, υπολογίζεται ένα ποσοστό 20%-30% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων. Αν τελικά ο πελάτης δεν αφιχθεί στο ξενοδοχείο, η επιχείρηση έχει το δικαίωμα να παρακρατήσει την προκαταβολή αυτή και να ακυρώσει την κράτηση χωρίς να ειδοποιήσει τον πελάτη.

5.2.3.1.2. Πιστωτική κάρτα

Κατά τη διαδικασία της κράτησης, ο πελάτης δίνει ως εγγύηση τον αριθμό της πιστωτικής του κάρτας και στην περίπτωση που η κράτηση δεν ακυρωθεί πριν την καθορισμένη ώρα ακύρωσης, το ξενοδοχείο διατηρεί το δικαίωμα να καταχωρίσει τη χρέωση στο λογαριασμό της πιστωτικής κάρτας του πελάτη και στη συνέχεια η εταιρία της κάρτας θα χρεώσει τον κάτοχο της κάρτας.

5.2.3.1.3. Προπληρωμή

Αποτελεί ίσως την πιο επιθυμητή μορφή κράτησης για το ξενοδοχείο και αφορά την καταβολή, πριν την ημέρα άφιξης, ολόκληρου του ποσού της διαμονής του πελάτη.

5.2.3.1.4. Κράτηση από τουριστικό πρακτορείο

Η κράτηση αυτή πραγματοποιείται από τα συνεργαζόμενα, ή μη τουριστικά πρακτορεία και διαβιβάζεται στο ξενοδοχείο με ένα ειδικό έντυπο δελτίου κράτησης, το voucher. Ένα αντίγραφο του εντύπου κρατεί και το τουριστικό πρακτορείο, ενώ άλλο ένα αντίγραφο δίνεται στον πελάτη. Τα στοιχεία που περιλαμβάνει το voucher είναι:

- Αύξοντα αριθμό.
- Επωνυμία του πρακτορείου.
- Α.Φ.Μ και Δ.Ο.Υ. του πρακτορείου.
- Διεύθυνση και τηλέφωνο του πρακτορείου.
- Επωνυμία, διεύθυνση και τηλέφωνο του ξενοδοχείου.
- Ονοματεπώνυμο του συμβαλλόμενου πελάτη.
- Αριθμό ατόμων.
- Ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης.
- Τύπο δωματίου.
- Όροι διαμονής.
- Αξία διανυκτερεύσεων.
- Τρόπο πληρωμής.
- Ημερομηνία έκδοσης.
- Παρατηρήσεις.
- Υπογραφή και σφραγίδα του πρακτορείου.

Η εξόφληση της κράτησης πραγματοποιείται με δύο τρόπους. Ο πελάτης, καταβάλλει τη συνολική αξία των διανυκτερεύσεων του στο πρακτορείο, ή στο ξενοδοχείο. Στην πρώτη περίπτωση ο υπάλληλος της υποδοχής θα ανοίξει δύο λογαριασμούς που θα αφορούν το δωμάτιο του πελάτη. Ο πρώτος θα αφορά το τουριστικό γραφείο και το αναγραφόμενο ποσό που αναφέρεται στο voucher και ο δεύτερος λογαριασμός θα αφορά τις επιπλέον καταναλώσεις του πελάτη, τις οποίες καλείται να εξοφλήσει κατά την αναχώρηση του. Μετά την αναχώρηση του πελάτη το ξενοδοχείο αποστέλλει το λογαριασμό στο τουριστικό πρακτορείο. Το πρακτορείο παρακρατεί τη συμφωνηθείσα προμήθεια του και κατόπιν πληρώνει στο ξενοδοχείο το οφειλόμενο

ποσό του voucher. Στη δεύτερη περίπτωση η προμήθεια του πρακτορείου εισπράττεται μέσω τιμολογίου προμήθειας. Αν κατά τη διάρκεια διαμονής του πελάτη υπάρξει κάποια τροποποίηση στην αρχική κράτηση, π.χ. αλλαγή στις ημέρες παραμονής, ή αλλαγή στους όρους διαμονής, το τουριστικό πρακτορείο οφείλει να αποστείλει στο ξενοδοχείο ένα διορθωτικό voucher (amendment voucher), το οποίο να καθιστά γνωστές τις όποιες αλλαγές. Σε διαφορετική περίπτωση, οι επιπλέον αυτές χρεώσεις θα πρέπει να καλυφθούν από τον πελάτη. Σε περιπτώσεις ακύρωσης κρατήσεων, ενώ έχει προηγηθεί επιβεβαίωση αυτών με voucher, το πρακτορείο οφείλει να αποστείλει στο ξενοδοχείο ένα ακυρωτικό voucher (cancelation voucher). Νομικά, για να ισχύει το συγκεκριμένο voucher θα πρέπει να αποσταλεί τουλάχιστον 21 ημέρες πριν την προγραμματισμένη άφιξη του πελάτη, αλλά παρ' όλα αυτά, η δέσμευση αυτή δεν τηρείται από τους περισσότερους τουριστικούς πράκτορες.

(Θεοχάρης, 2007)

5.2.3.1.5. Εταιρική κράτηση

Ένα οργανισμός, ή μια εταιρία, μπορεί να υπογράψουν με το ξενοδοχείο ένα συμφωνητικό με το οποίο να δέχονται να αναλαμβάνουν την οικονομική ευθύνη για τυχόν non-shows ταξιδιώτες που καλύπτουν. Η χρήση των εταιρικών συμφωνητικών είναι συνήθης σε μεγάλα ξενοδοχεία με περαστική πελατεία.

5.2.3.1.6. Κρατήσεις με συμβόλαιο Allotment

Οι κρατήσεις αυτές που είναι από τις συνηθέστερες στον τουριστικό κλάδο, είναι έγγραφες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ τουριστικών πρακτορείων, ή τουριστικών οργανισμών κ.λπ. και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την κράτηση συγκεκριμένου αριθμού δωματίων για ορισμένη χρονική περίοδο με την προϋπόθεση της συνεχούς αποστολής εναλλασσόμενων πελατών. Σύμφωνα με την τουριστική νομοθεσία, το συμβόλαιο αυτό πρέπει να περιλαμβάνει τους ακόλουθους όρους:

- Την ακριβή χρονική διάρκεια της μίσθωσης.
- Τον αριθμό των διατιθέμενων δωματίων.
- Τον τύπο των δωματίων.

- Τη συμφωνηθείσα τιμή του κάθε τύπου δωματίου για κάθε περίοδο λειτουργίας του ξενοδοχείου. Στην Ελλάδα έχουμε τη χαμηλή περίοδο (low season), τη μεσαία περίοδο (middle season), και την υψηλή περίοδο (high season).
- Τους όρους διατροφής.
- Τον συμφωνηθέντα αριθμό διανυκτερεύσεων ανά χρονικό διάστημα και τον καθορισμό ανώτατου και κατώτατου ορίου πελατών. Με βάση το όριο και τη συμφωνηθείσα τιμή ενοικίου καθορίζεται και η αποζημίωση που προκύπτει από την κακή εκτέλεση της σύμβασης. Συνήθως η αποζημίωση ανέρχεται στο 50% της τιμής που υπολείπεται του κατώτατου ορίου, το οποίο παραμένει ακάλυπτο.
- Το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί προκειμένου να επιβεβαιωθεί μια κράτηση (release period), το οποίο συνήθως καθορίζεται στις 21 ημέρες πριν τη συμφωνηθείσα άφιξη των πελατών. Στην περίπτωση που ένα τουριστικό πρακτορείο ακυρώσει τμήμα, ή το σύνολο των δωματίων που έχει συμφωνήσει με το ξενοδοχείο, πριν το πέρας των 21 ημερών από την άφιξη των πελατών, απαλλάσσεται από κάθε είδους αποζημίωση.
- Την ακριβή ώρα άφιξης των πελατών στο ξενοδοχείο (check-in time).

Σε έκτατες περιπτώσεις, ή σε καταστάσεις ανωτέρας βίας, οι όροι του συμβολαίου παύουν να ισχύουν, π.χ. φυσικές καταστροφές, απεργίες, επιδημίες, έκρυθμες πολιτικές καταστάσεις κ.λπ. Εκτός από τους παραπάνω όρους του συμβολαίου allotment, δύναται να συμπεριλαμβάνονται κι άλλοι όροι, όπως ειδικές παροχές (σπα, σάουνα, χρήση γηπέδου γκολφ κ.λπ.) Μέσα από τη σύναψη ενός συμβολαίου allotment, απορρέουν δικαιώματα και υποχρεώσεις και για τις δύο αντισυμβαλλόμενες πλευρές, ξενοδοχείο και τουριστικό φορέα. Τα κυριότερα σημεία έχουν ως εξής:

Για το ξενοδοχείο:

- Το ξενοδοχείο μπορεί να απαιτήσει προκαταβολή έως 25% επί του συνολικού ποσού της συμφωνίας.
- Σε περίπτωση αθέτησης της συμφωνίας το ξενοδοχείο υποχρεούται να επιστρέψει άμεσα την προκαταβολή.

- Όταν το ξενοδοχείο αδυνατεί να διαθέσει τα δωμάτια σε πελάτες που έχει συμφωνήσει με το συμβόλαιο allotment, τότε υποχρεούται να εξασφαλίσει τη διαμονή τους σε άλλο ξενοδοχείο, της ίδιας τουλάχιστον κατηγορίας με ανάλογες παρεχόμενες υπηρεσίες. Τα επιπλέον έξοδα που μπορεί να προκύψουν είτε από τη διαφορά της τιμής των δωματίων, είτε της μεταφοράς, επιβαρύνουν αποκλειστικά την επιχείρηση που αθέτησε το εν λόγω συμβόλαιο. Στην περίπτωση που δεν εξασφαλιστούν τα παραπάνω, το ξενοδοχείο υποχρεούται στην καταβολή αποζημίωσης στους πελάτες, η οποία ισούται με το σύνολο της συμφωνηθείσας τιμής για ολόκληρο το χρονικό διάστημα της παραμονής του στο κατάλυμα.
- Το ξενοδοχείο έχει το δικαίωμα να αποδεσμεύσει δωμάτια 21 ημέρες πριν από κάθε συμφωνημένη άφιξη πελατών, εφόσον δεν υπήρξε επικυρωμένη κράτηση είτε με voucher, είτε με λίστα δωματίων (rooming list).
- Όταν αθετηθεί η υποχρέωση του τουριστικού πρακτορείου, ή του τουριστικού οργανισμού, για κάλυψη συγκεκριμένου ποσοστού του συνόλου των συμφωνηθέντων δωματίων κατά τη μεσαία τουριστική περίοδο, τότε το ξενοδοχείο δικαιούται να κάνει αντίστοιχη μείωση του ποσοστού των δωματίων που δεν καλύφθηκαν, κατά την υψηλή περίοδο.
- Το ξενοδοχείο υποχρεούται να εξασφαλίζει τον αριθμό των δωματίων επαυξημένο κατά 20%-30% σύμφωνα με τις καταστάσεις των κρατήσεων των τουριστικών πρακτορείων, ή οργανισμών, προκειμένου να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά τις κρατήσεις της τελευταίας στιγμής.

Για το τουριστικό πρακτορείο/οργανισμό:

- Το τουριστικό πρακτορείο/οργανισμός αναλαμβάνει την υποχρέωση να καλύψει ένα συγκεκριμένο ποσοστό του συνόλου των συμφωνηθέντων δωματίων, για όλες τις τουριστικές περιόδους.
- Αν δεν δύναται να καλύψει το κατώτατο όριο δωματίων που έχει συμφωνηθεί για κάθε μήνα, το ξενοδοχείο δικαιούται αποζημίωση, η οποία ισούται με το μισό του ακάλυπτου υπολοίπου του κατώτατου ορίου του συμβολαίου.
- Στην περίπτωση που το τουριστικό πρακτορείο, ή οργανισμός ακυρώσει μέρος, ή το σύνολο των προσυμφωνηθέντων δωματίων μετά το πέρας τουλάχιστον 21 ημερών πριν την προσυμφωνηθείσα άφιξη των πελατών, τότε

υποχρεούται να καταβάλει το σύνολο της τιμής για τα δωμάτια που συμφωνήθηκαν βάσει συμβολαίου.

- Το τουριστικό πρακτορείο/οργανισμός οφείλει να χορηγεί στο ξενοδοχείο, σε χρόνο που καθορίζεται ρητά από τη σύμβαση, δεσμευτική κατάσταση των κρατήσεων τους (booking list) για τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο.

5.2.3.1.7. Κρατήσεις με συμβόλαιο Commitment

Πρόκειται για έγγραφες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ τουριστικών πρακτορείων, ή τουριστικών οργανισμών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την κράτηση μεγάλου αριθμού, ή και του συνόλου των δωματίων του ξενοδοχείου, για ορισμένη χρονική περίοδο με την προϋπόθεση ότι το προσυμφωνημένο ποσό της συμφωνίας θα αποδοθεί στο ξενοδοχείο ανεξαρτήτως αν ενοικιαστούν τα δωμάτια, ή όχι.

5.2.3.1.8. On request basis

Το ξενοδοχείο δεν παρέχει στον τουριστικό οργανισμό, ή στο τουριστικό πρακτορείο συγκεκριμένο συμβόλαιο allotment, γι' αυτό κάθε φορά που χρειάζονται δωμάτια, οφείλουν να τα ζητούν από το ξενοδοχείο. Τα διαθέσιμα δωμάτια παραχωρούνται σε αυτούς και ισχύουν οι όροι του συμβολαίου που έχει υπογραφεί και από τα δύο αντισυμβαλλόμενα μέρη.

5.2.3.2. Μη εγγυημένες

Οι κρατήσεις αυτού του τύπου γίνονται δεκτές από ξενοδοχεία σε περιόδους σχετικά χαμηλής πληρότητας. Το ξενοδοχείο κρατεί το δωμάτιο μέχρι μια προκαθορισμένη ώρα ακύρωσης, συνήθως στις 18:00 της ημέρας άφιξης (take up time, ή cancellation hour). Αν ο πελάτης δεν αφιχθεί μέχρι τότε και δεν ειδοποιήσει για μια πιθανή καθυστέρηση, το ξενοδοχείο μπορεί να διαθέσει το δωμάτιο σε άλλον πελάτη. Αν ο πελάτης που είχε κάνει αρχικά την μη εγγυημένη κράτηση αφιχθεί τελικά στο ξενοδοχείο μετά την ώρα ακύρωσης και υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια, το ξενοδοχείο φυσικά θα τον τακτοποιήσει.

Αν δεν υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια και ο υπάλληλος της υποδοχής δεν έχει φόρτο εργασίας με πελάτες του ξενοδοχείου, καλό θα ήταν, να προσφερθεί να κάνει εκείνος εκ μέρους του πελάτη μερικά τηλέφωνα σε γειτονικά ξενοδοχεία και να τους στείλει τον πελάτη εκεί. Αυτό θα δείξει επαγγελματισμό κι ενδιαφέρον από μεριάς του ξενοδοχείου στον πελάτη, ο οποίος γι' αυτούς τους λόγους ίσως προτιμήσει να κάνει ξανά κράτηση στο ξενοδοχείο μας και μάλιστα εγγυημένη αυτή τη φορά. Επίσης, αυτό θα δημιουργήσει μια αλληλεγγύη με το άλλο ξενοδοχείο, το οποίο ίσως στείλει σε εμάς πελάτη αν βρεθεί σε παρόμοια κατάσταση.

5.2.3.3. Κρατήσεις σε αναμονή (waiting list)

Οι κρατήσεις σε αναμονή εκφράζουν την αδυναμία του ξενοδοχείου να ανταποκριθεί στη ζήτηση κράτησης λόγω μεγάλης πληρότητας σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Παρ' όλα αυτά, στην περίπτωση που μεσολαβεί αρκετός χρόνος ως την ημέρα άφιξης του πελάτη, η κράτηση του καταχωρείται σε λίστα αναμονής. Αναλυτικότερα, ο υπάλληλος κρατήσεων, αφού ενημερώσει τον πελάτη ότι για τις ημερομηνίες που επιθυμεί να κάνει κράτηση δεν υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια, τον ρωτάει αν επιθυμεί μια εναλλακτική ημερομηνία. Αν η απάντηση είναι αρνητική, κρατάει το όνομα και το τηλέφωνο του πελάτη και τον διαβεβαιώνει ότι μόλις και αν προκύψει διαθέσιμο δωμάτιο, λόγω ενδεχόμενης ακύρωσης, θα τον ειδοποιήσει αμέσως. Η λίστα αναμονής αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο προκειμένου να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή πληρότητα του ξενοδοχείου, ενώ ταυτόχρονα αναδεικνύει τις προσφερόμενες υπηρεσίες κι εξυπηρετήσεις που παρέχονται στους πελάτες.

5.2.3.4. Υπερκρατήσεις (overbooking)

Οι κρατήσεις δωματίων που πραγματοποιούνται σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση και οι οποίες υπερβαίνουν τον αριθμό της συνολικής δυναμικότητας της επιχείρησης σε δωμάτια, ονομάζονται υπερκρατήσεις. Ο βασικότερος στόχος του τμήματος κρατήσεων είναι η κάλυψη του 100% της πληρότητας των δωματίων του ξενοδοχείου. Γι' αυτό το λόγο, πολλές φορές ρισκάρει προβλέποντας πιθανές μεταβολές στη διάρκεια διαμονής των πελατών. Οι υπερκρατήσεις απαγορεύονται από την ελληνική τουριστική νομοθεσία κι επιβάλλονται αυστηρές κυρώσεις στους

παραβάτες, όπως ο υποβιβασμός του ξενοδοχείου σε κατώτερη κατηγορία για ένα χρόνο, καθώς και η χρηματική αποζημίωση του πλάτη, με το σύνολο της τιμής των ενοικίων για ολόκληρο το διάστημα για το οποίο είχε γίνει κράτηση. Επίσης, το ξενοδοχείο υποχρεούται να επιβαρυνθεί με τα έξοδα της μεταφοράς των πελατών σε άλλο κατάλυμα ίδιας ή ανώτερης κατηγορίας και πληρωμή στους πελάτες της διαφοράς της τιμής του δωματίου, αν αυτό είναι πιο ακριβό στο δεύτερο ξενοδοχείο.

5.2.4. Σημειώσεις σε μία κράτηση (traces)

Οι σημειώσεις μπαίνουν σε μια κράτηση, όταν χρειάζεται κάποιο άλλο τμήμα να κάνει μια συγκεκριμένη ενέργεια, σε μία συγκεκριμένη ημερομηνία. Μερικές περιπτώσεις που χρησιμοποιούμε traces είναι οι εξής:

- Όταν πρέπει να στρώσουμε τρίτο κρεβάτι, ή baby-cot.
- Όταν πρέπει να αλλάξουμε την τιμή μιας κράτησης κατά τη διάρκεια της παραμονής.
- Όταν πρέπει να αλλάξουμε τον αριθμό των ατόμων που διαμένουν στο δωμάτιο.
- Όταν θέλουμε να εντάξουμε μια κράτησης σε γκρούπ και το αντίθετο.
- Όταν πρέπει να αναφέρουμε κάποια επιθυμία του πελάτη, όπως Συγκεκριμένο αριθμό δωματίου, early check-in, αντιαλλεργικό μαξιλάρι κ.λπ.

5.2.5. Επιβεβαίωση κράτησης

Η επιβεβαίωση των κρατήσεων γίνεται με την αποστολή από το ξενοδοχείο στον πελάτη μιας επιβεβαιωτικής επιστολής με φάξ, ή e-mail, αλλά μπορεί να γίνει και με ένα τηλεφώνημα. Οι επιβεβαιωμένες κρατήσεις μπορεί να είναι είτε εγγυημένες, είτε μη εγγυημένες. Το τμήμα κρατήσεων εκδίδει επιβεβαιωτικές επιστολές συνήθως την ημέρα που λαμβάνει μια ζήτηση κράτησης. Μα επιβεβαίωση γενικά περιλαμβάνει:

- Ημερομηνία και ώρα άφιξης.
- Αριθμό ατόμων.
- Τύπο και τιμή δωματίου.
- Διάρκεια παραμονής.

- Τύπο κράτησης (εγγυημένη, ή μη).
- Αριθμό επιβεβαίωσης.

Η επιστολή επιβεβαίωσης μπορεί επίσης να περιλαμβάνει ζήτηση προκαταβολής, ή προπληρωμής. Το ξενοδοχείο καθορίζει έναν αριθμό επιβεβαίωσης της κράτησης, ο οποίος διαβεβαιώνει τον πελάτη ότι η κράτηση του έχει καταχωρηθεί. Κατά τον ίδιο τρόπο εκδίδεται κι ένας αριθμός ακύρωσης για τους πελάτες που ακυρώνουν μια κράτηση πριν την καθορισμένη ώρα ακύρωσης του ξενοδοχείου.

5.2.6. Μεταβολή, ή ακύρωση κράτησης

Οι πελάτες συχνά κάνουν μη εγγυημένες κρατήσεις, επειδή πιστεύουν ότι θα αφιχθούν στο κατάλυμα πριν την ώρα ακύρωσης της κράτησης. Στη συνέχεια όμως μετανιώνουν και μετατρέπουν τις κρατήσεις τους από μη εγγυημένες σε εγγυημένες. Στην περίπτωση αυτή, οι ενέργειες στις οποίες πρέπει να προβεί το προσωπικό των κρατήσεων, σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), περιλαμβάνουν τα εξής:

- Πληροφόρηση του ονόματος του πελάτη και πρόσβαση στο αρχείο της αρχικής μη εγγυημένης κράτησης.
- Πληροφόρηση των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας του πελάτη κι επαλήθευση της εγκυρότητας της.
- Γνωστοποίηση στον πελάτη του νέου αριθμού επιβεβαίωσης της κράτησης.
- Καταχώριση των αλλαγών της κράτησης στον Η/Υ.

Σε Περίπτωση που ένας πελάτης ακυρώσει μια κράτηση, ο υπάλληλος ζητά το όνομα του πελάτη και τις ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης. Με βάση αυτές τις πληροφορίες, γίνεται πρόσβαση στο αρχείο της κράτησης και γίνεται ακύρωση. Δίνεται ένας αριθμός ακύρωσης στον πελάτη. Τα έγγραφα ακυρωμένων κρατήσεων αρχειοθετούνται για τυχόν μελλοντική προσφυγή σε αυτά. Αν η κράτηση ήταν εγγυημένη κι έχει ακυρωθεί εμπρόθεσμα σύμφωνα με τους όρους ακύρωσης του ξενοδοχείου, τότε τα χρήματα της εγγύησης επιστρέφονται στον πελάτη.

5.2.7. Ομαδικές κρατήσεις

Η διαδικασία κράτησης για πελάτες όπως αθλητικές ομάδες, συνέδριοι, γρούπ κ.λπ. διαφέρει σημαντικά από τη διαδικασία κράτησης μεμονωμένων πελατών,

παρουσιάζοντας ιδιομορφίες και γενικά επηρεάζει σημαντικά τις λειτουργικές διαδικασίες της υποδοχής.

Για τις κρατήσεις των γκρούπ, απαιτούνται συνήθως επαφές με tour operators και ταξιδιωτικά γραφεία, προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι συμφωνίες σχετικά με τη διαμονή των πελατών και να ρυθμιστούν κάποιες λεπτομέρειες. Είναι πολύ σημαντικό να κάνουμε αυτές τις κρατήσεις με αξιόπιστους κι έμπιστους tour operators και ταξιδιωτικά γραφεία, ώστε οι κρατήσεις να είναι ασφαλείς. Σύμφωνα με τον Θεοχάρη (2007), μερικά σημαντικά θέματα που σχετίζονται με το χειρισμό των κρατήσεων για γκρούπ είναι τα εξής:

- Καθορισμός και μπλοκάρισμα του αριθμού και των τύπων των δωματίων, συμπεριλαμβανομένων αυτών για οδηγούς και αρχηγούς του γρούπ.
- Καθορισμός της τιμής και των όρων συμφωνίας κατ' άτομο, καθώς και τον αριθμό των χωρίς χρέωση (free of charge) ατόμων από το ξενοδοχείο.
- Προσδιορισμός του τρόπου και του χρόνου εξόφλησης των συνολικών συμφωνηθεισών χρεώσεων, μετά την αναχώρηση του γκρούπ.
- Καθορισμός του release date, μετά την οποία τα αχρησιμοποίητα δωμάτια του block θα απελευθερωθούν για άλλη χρήση του ξενοδοχείου και θα αποσταλεί από το πρακτορείο η λίστα δωματίων (rooming list).
- Καταγραφή των πλήρων στοιχείων (όνομα, τηλέφωνο, διεύθυνση κ.λπ.) του αντιπροσώπου του γκρούπ, ή του πράκτορα.
- Σημείωση στο αρχείο κρατήσεων τυχόν επιπλέον εξυπηρετήσεων που θα προσφέρει το ξενοδοχείο, ως μέρος του πακέτου που έχει προγραμματιστεί για το γκρούπ.

5.2.8. Κρατήσεις V.I.Ps. (Very Important Persons)

Οι V.I.Ps., με την παρουσία τους, αποτελούν έμμεση διαφήμιση για την εικόνα του ξενοδοχείου και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών του. Οι κρατήσεις τους συνήθως γίνονται από γραμματείς, ή εκπροσώπους τους. Η διαφορά των πελατών αυτών από άλλους είναι οι προτιμήσεις τους σε παροχές, κάποιες από τις οποίες είναι η ύπαρξη γυμναστηρίου, υδρομασάζ, ιδιωτικής πισίνας, η ύπαρξη ειδικού δελτίου κράτησης το οποίο θα περιλαμβάνει τις ειδικές παροχές προς αυτούς, όπως την αστυνομική συνοδεία, παροχή 24ωρης ασφάλειας, 24ωρη εξυπηρέτηση από μπάτλερ,

γραμματειακή υποστήριξη, ανθοδέσμες με συγκεκριμένα λουλούδια, πλήρως εξοπλισμένη κουζίνα εντός δωματίου, κεριά, γιατρό συγκεκριμένης ειδικότητας διαθέσιμο ανά πάσα στιγμή, ειδικά διαμορφωμένο δωμάτιο για μανάτζερ, μακιγιέρ, κομμωτές, στυλίστες κ.λπ.

5.2.9. Πιθανά προβλήματα κρατήσεων και τρόποι επίλυσης τους

Μερικά από τα συνηθισμένα προβλήματα, αλλά και τρόποι αντιμετώπισης τους σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), που μπορεί να προκύψουν κατά τη διαδικασία μιας κράτησης είναι τα εξής:

Λάθη στο αρχείο κράτησης

- Ο υπάλληλος κρατήσεων, καταχωρεί λανθασμένη ημερομηνία άφιξης, ή αναχώρησης, κάνει ορθογραφικό λάθος στο επώνυμο του πελάτη, ή αντιστρέφει το όνομα με το επώνυμο π.χ. ο Παύλου Κωνσταντίνος μπορεί να καταχωρηθεί ως Κωνσταντίνου Παύλος.
- Άλλες φορές, καταχωρείται το όνομα εκείνου που κάνει την κράτηση εκ μέρους κάποιου άλλου προσώπου, είτε από λάθος δικό του, είτε του υπαλλήλου π.χ. μια κυρία κάνει κράτηση με το επώνυμο του συζύγου της, ενώ όταν αφικνείται χρησιμοποιεί το πατρικό της.

Τρόπος επίλυσης: Μετά την καταχώρηση των πληροφοριών που λαμβάνονται μέσω τηλεφώνου, ο υπάλληλος πρέπει να τις επαναλαμβάνει στον πελάτη για επαλήθευση.

Παρεξηγήσεις λόγω επαγγελματικής ορολογίας

- Μια οικογένεια που επιθυμεί να μείνουν τα παιδιά της σε συνδεδεμένο δωμάτιο, κατά λάθος ζητάει γειτονικό. Κατά την άφιξη, η οικογένεια ανακαλύπτει ότι τα δωμάτια των παιδιών βρίσκονται απέναντι, στις δύο πλευρές του διαδρόμου.
- Δύο επιχειρηματίες κλείνουν ένα δίκλινο δωμάτιο, πιστεύοντας ότι θα έχει δύο κρεβάτια. Όταν όμως φτάνουν στο ξενοδοχείο, διαπιστώνουν ότι το δωμάτιο τους έχει μόνο ένα διπλό κρεβάτι.
- Μια οικογένεια με επιβεβαιωμένη κράτηση φθάνει δύο ώρες μετά την ώρα ακύρωσης για να ανακαλύψει ότι το ξενοδοχείο δεν έχει διαθέσιμα δωμάτια.

Η οικογένεια νόμιζε ότι επιβεβαιωμένη κράτηση ισοδυναμεί με εγγυημένη κράτηση.

Τρόπος επίλυσης: Οι υπάλληλοι των κρατήσεων πρέπει να καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε να κατανοούν τι χρειάζεται ο πελάτης και να του εξηγούν τι σημαίνουν οι διάφοροι όροι συγκεκριμένα στο δικό τους κατάλυμα. Μετά την αποδοχή της κράτησης, οι υπάλληλοι πρέπει να επαναλαμβάνουν και να επιβεβαιώνουν τον ακριβή τύπο των κρατημένων δωματίων και να δηλώνουν τις γενικές μεθόδους και διαδικασίες του ξενοδοχείου (επιβεβαιωμένη/εγγυημένη κράτηση, ώρα ακύρωσης/άφιξης/αναχώρησης κ.λπ.).

Λανθασμένες επικοινωνίες με τα κεντρικά συστήματα κρατήσεων

- Ένα κεντρικό σύστημα κρατήσεων που εξυπηρετεί διάφορα ξενοδοχεία της ίδιας πόλης καταχωρεί την κράτηση ενός πελάτη σε λάθος ξενοδοχείο π.χ. μπορεί η κράτηση να γίνει σε ένα ξενοδοχείο κοντά στο αεροδρόμιο κι όχι στο κέντρο της πόλης όπως επιθυμούσε ο πελάτης.
- Ένα σύστημα που εξυπηρετεί ξενοδοχεία διαφόρων πόλεων με παρόμοιες ονομασίες κλείνει δωμάτιο για ένα πελάτη σε λάθος τοποθεσία π.χ. στον Πόρο αντί για την Πάρο, στον Άγιο Νικόλαο Κρήτης αντί για τον Άγιο Νικόλαο Νάουσας, στο ξενοδοχείο Sun Beach αντί για το Sunny Beach κ.ο.κ.

Τρόπος επίλυσης: Το προσωπικό των κρατήσεων πρέπει να δίνει στον πελάτη το όνομα και τη διεύθυνση του καταλύματος στο οποίο έγινε η κράτηση. Όταν ένα κεντρικό σύστημα κλείνει δωμάτια σε περισσότερα από ένα ξενοδοχεία της ίδιας πόλης, είναι απαραίτητη μια λεπτομερής περιγραφή τη τοποθεσίας του ξενοδοχείου.

5.3. Αφίξεις (check-in, registration)

Η ώρα της άφιξης του πελάτη θεωρείται η κρίσιμότερη στιγμή για τη δημιουργία των πρώτων εντυπώσεων από το χώρο του ξενοδοχείου. Το πρώτο βήμα από τον υπάλληλο υποδοχής είναι να απευθύνει στον πελάτη ένα εγκάρδιο καλωσόρισμα. Ανεξάρτητα από το αν υπάρχουν πέντε, ή δεκαπέντε πελάτες στην υποδοχή, οι τρόποι του ρεσεψιονίστ πρέπει να είναι πάντα οι ίδιοι. Μετά το θερμό χαιρετισμό και το

καλωσόρισμα του πελάτη, πρέπει να διευκρινιστεί αν ο πελάτης έχει κάνει κράτηση μεμονωμένα, αν είναι μέλος ενός γκρούπ, ή είναι περαστικός (walk-in).

(Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998, Θεοχάρης, 2007)

5.3.1. Κατανομή δωματίων (allocation)

Ο ρεσεψιονίστ κάνει το allocation με βάση τις πληροφορίες της κάθε κράτησης (τύπος δωματίου, αριθμός ατόμων, δωμάτιο καπνιστών, ή μη κ.λπ.), αλλά και την τρέχουσα και μελλοντική διαθεσιμότητα του ξενοδοχείου. Για τη σωστή κατανομή και διάθεση των δωματίων τα τμήματα του housekeeping και της συντήρησης πρέπει να επικοινωνούν και να συνεργάζονται συνεχώς και αρμονικά με την υποδοχή, διότι η κατάσταση των δωματίων μεταβάλλεται συχνά κατά τη διάρκεια της ημέρας και οι πληροφορίες που αφορούν κάθε μεταβολή πρέπει να μεταβιβάζονται άμεσα στα τμήματα που έχουν την ευθύνη για την κατάσταση και τη διάθεση των δωματίων.

5.3.2. Διαδικασία άφιξης μεμονωμένης κράτησης

Περιγράψω τη διαδικασία άφιξης σύμφωνα με τις γνώσεις που απέκτησα μετά από την εργασία μου στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου πόλεως, αλλά και σύμφωνα με τον Θεοχάρη (2007). Κατά η διαδικασία άφιξης πελάτη με δικό του μεταφορικό μέσο, ο πορτιέρης τον καλωσορίζει ευγενικά και ειδοποιεί τον γκρούμ για τη μεταφορά των αποσκευών. Ταυτόχρονα ειδοποιεί τον υπάλληλο του πάρκινγκ του ξενοδοχείου να έρθει να παραλάβει το αυτοκίνητο και φροντίζει για την ασφαλή φύλαξη των κλειδιών του οχήματος, ενώ παράλληλα δίνει στον πελάτη μια κάρτα στάθμευσης. Ο γκρούμ παραλαμβάνει τις αποσκευές, τις τοποθετεί στο ειδικό τρόλεϊ και ακολουθεί διακριτικά τον πελάτη προς τη ρεσεψιόν. Ο ρεσεψιονίστ καλωσορίζει τον πελάτη με ένα χαμόγελο και ρωτάει το όνομα του προκειμένου να το εντοπίσει στον Η/Υ, αλλά και να βρει την κάρτα άφιξης που είναι επισυναπτόμενη με την reservation card και την αλληλογραφία της κράτησης. Δίνει τη registration card στον πελάτη για να τη συμπληρώσει, ή στην περίπτωση που ο πελάτης έχει μείνει και στο παρελθόν στο ξενοδοχείο, να επιβεβαιώσει απλώς αν τα στοιχεία είναι ακριβή. Στο σημείο αυτό, ο ρεσεψιονίστ αν κρίνει ότι είναι απαραίτητο (για λόγους εθνικότητας, ηλικίας κ.λπ.), βοηθά τον πελάτη να συμπληρώσει την κάρτα άφιξης. Τα απαραίτητα στοιχεία που

πρέπει να συμπληρώσει είναι η εθνικότητα, ο αριθμός διαβατηρίου, ή αριθμός δελτίου ταυτότητας, η διεύθυνση, ο τρόπος πληρωμής και η υπογραφή του πελάτη. Τα υπόλοιπα στοιχεία αν και ζητούνται στην κάρτα άφιξης, είναι γνωστά από την κάρτα κράτησης. Αν ο πελάτης είναι υπάλληλος κάποιας εταιρίας κι επιθυμεί να δώσει την επαγγελματική του διεύθυνση, ζητάμε μία κάρτα του, ώστε και να μην μπει στον κόπο να συμπληρώσει τη διεύθυνση, αλλά και για να συγκεντρώσουμε πληροφορίες για την εταιρία του, οι οποίες είναι χρήσιμες για το τμήμα πωλήσεων του ξενοδοχείου. Όταν ο πελάτης συμπληρώσει την κάρτα άφιξης, πιστοποιούμε ότι τα απαραίτητα στοιχεία έχουν συμπληρωθεί και είναι ευανάγνωστα. Συνήθως διευκρινίζουμε την ημερομηνία αναχώρησης και τη συμφωνηθείσα ημερήσια χρέωση του δωματίου, ώστε να μη δημιουργούνται συγχύσεις και δυσάρεστες καταστάσεις για το ξενοδοχείο και τους πελάτες. Αν δεν έχει αποδοθεί ακόμη δωμάτιο, ελέγχεται η κατάσταση διαθέσιμων δωματίων κι επιλέγεται ένα δωμάτιο που να ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά της κράτησης. Αν ο πελάτης δεν είναι μέσω πρακτορείου, τον ρωτάμε με ποιόν τρόπο θα επιθυμούσε να εξοφλήσει το λογαριασμό του. Στην περίπτωση που επιθυμεί να πληρώσει με πιστωτική κάρτα, ζητάμε ευγενικά την κάρτα και παίρνουμε προέγκριση από την τράπεζα, ενώ στην περίπτωση που επιθυμεί να πληρώσει με μετρητά, ζητάμε προκαταβολή. Εκδίδουμε το κλειδί, το τοποθετούμε στην κλειδοθήκη στην οποία αναγράφουμε τον αριθμό δωματίου και την παραδίδουμε στον πελάτη. Του παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με το πρωινό και για άλλα γεύματα αν έχουν προσυμφωνηθεί (ώρες και χώρος παράθεσης, σύνθεση κ.λπ.), τον ενημερώνουμε και για άλλα τμήματα του ξενοδοχείου (pool bar, room service, εκδηλώσεις αναψυχής/αθλητικές) και τις ώρες λειτουργίας τους και κλείνουμε τη συνδιαλλαγή με μια ευγενική φράση ευχαριστίας π.χ. “Σας ευχαριστούμε κ. Τανταλίδη και σας ευχόμαστε καλή διαμονή στο ξενοδοχείο μας”.

Στη συνέχεια, ο γκρούμ ενημερώνεται από το ρεσεψιονίστ για τον αριθμό του δοθέντος δωματίου και μεταφέρει τις αποσκευές στο δωμάτιο από τον ανελκυστήρα προσωπικού. Τοποθετεί τις αποσκευές στη μπαγκαζιέρα του δωματίου κι ελέγχει και δείχνει στον πελάτη τον τρόπο λειτουργίας όλων των συσκευών του δωματίου. Απαντά σε κάθε επιπλέον απορία που αφορά τις λειτουργίες του δωματίου, ή παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου και αποχωρεί ευγενικά από το δωμάτιο ευχόμενος στον πελάτη καλή διαμονή. Κατά την επιστροφή του στην υποδοχή, ο γκρούμ, οφείλει ν ενημερώσει το ρεσεψιονίστ για την αρχική αντίδραση του πελάτη στην όψη του δωματίου (ικανοποίηση, δυσαρέσκεια κ.λπ.). Έτσι η υποδοχή μπορεί

να αντιδράσει ανάλογα προς όφελος και των δύο πλευρών (π.χ. αλλάζοντας δωμάτιο στον πελάτη αν δεν του άρεσε). Στη συνέχεια, ο ρεσεψιονίστ περνάει τα στοιχεία του πελάτη, από το registration card στον Η/Υ και κάνει άφιξη τον πελάτη. Αυτόματα ενημερώνεται το βιβλίο πόρτας.

5.3.3. Άφιξη γκρούπ

Η διαδικασία άφιξης ενός γκρούπ απαιτεί ιδιαίτερους χειρισμούς από τους υπαλλήλους της υποδοχής, διότι αφορά μεγάλο αριθμό δωματίων. Περιγράφω παρακάτω τις ενέργειες πριν και κατά την άφιξη γκρούπ, από την εμπειρία μου μέσα από εργασία στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου, αλλά και σύμφωνα με τον Θεοχάρη (2007).

5.3.3.1. Ενέργειες πριν την άφιξη (pre-registration)

Οι κυριότερες ενέργειες που αφορούν την προετοιμασία άφιξης γκρούπ, είναι οι ακόλουθες:

- Ο οργανωτής του γκρούπ αποστέλλει στο ξενοδοχείο τη λίστα δωματίων με όλα τα ονόματα των μελών του γρούπ, η οποία τοποθετείται σε συγκεκριμένο φάκελο για κάθε γκρούπ μαζί με όλες τις πληροφορίες και τις λεπτομέρειες που αφορούν τη διαμονή του.
- Ο νυχτερινός υπάλληλος υποδοχής, εκτυπώνει τις κάρτες αφίξεων, προετοιμάζει τους φακέλους με τα ονόματα των πελατών κι ενημερώνει τον πρωινό ρεσεψιονίστ για τις αναμενόμενες αφίξεις γκρούπ.
- Οι υπάλληλοι της υποδοχής, συμβουλευόμενοι τη rooming list τοποθετούν πριν από την άφιξη τα κλειδιά, διάφορα έντυπα και κάποιο πληροφοριακό υλικό που ίσως δίνεται από το ξενοδοχείο σε ατομικούς φακέλους, με το όνομα κάθε μέλους γραμμένο σε αυτούς, ώστε να τους διανεμηθούν κατά την άφιξη.
- Ο προϊστάμενος υποδοχής ελέγχει καθημερινά τις αφίξεις γκρούπ των επόμενων ημερών και μπλοκάρει τα δωμάτια αρκετές ημέρες πριν την άφιξη σύμφωνα με τους τύπους δωματίων που έχουν κρατηθεί. Επίσης φροντίζει να μπλοκάρει τα δωμάτια “back to back” με επόμενα γρούπ ώστε να μη δημιουργούνται κενά στο πλάνο κρατήσεων.

- Ο προϊστάμενος υποδοχής ενημερώνει το housekeeping για τα δωμάτια στα οποία θα διαμείνει το γκρούπ, καθώς και για την ώρα άφιξης του.
- Αν το ξενοδοχείο εκτελεί μεταφορά των πελατών του από το αεροδρόμιο κι έχουν ήδη δοθεί στο ξενοδοχείο τα απαιτούμενα (από το registration card) στοιχεία κάθε πελάτη, μπορεί κατά τη διάρκεια της μεταφοράς να δοθούν προσυμπληρωμένες κάρτες άφιξης στους πελάτες και να ζητηθεί από αυτούς μόνο η υπογραφή τους.

5.3.3.2. Διαδικασία άφιξης

Κατά την άφιξη του λεωφορείου που μεταφέρει το γκρούπ στην είσοδο του ξενοδοχείου, ο πορτιέρης ειδοποιεί τον γκρούμ για την μεταφορά των αποσκευών. Ο γκρούμ, κολλάει πάνω στις αποσκευές ένα ειδικό έντυπο (luggage tag), στο ποίο αναγράφει τον αριθμό δωματίου και το όνομα του πελάτη, προς αποφυγή λανθασμένης παράδοσης αποσκευών. Στη συνέχεια τοποθετεί τις αποσκευές στο ειδικό τρόλεϊ και τις μεταφέρει ανά όροφο στα δωμάτια των πελατών. Οι υπάλληλοι της υποδοχής, αφού διαπιστώσουν ότι τα δωμάτια είναι καθαρά και διαθέσιμα, εκδίδουν τα κλειδιά και τα τοποθετούν στις κλειδοθήκες, συμπληρώνοντας και τον αριθμό του δωματίου. Όταν αφιχθεί το γκρούπ μοιράζουν τα κλειδιά στον group leader, ή απευθείας στους πελάτες. Αφού δοθούν τα κλειδιά συνεχίζουμε τη διαδικασία άφιξης στο λογισμικό σύστημα της υποδοχής. Ενημερώνουμε κι επιβεβαιώνουμε τυχόν άλλες λεπτομέρειες που αναγράφονται στο φάκελο του γκρούπ π.χ. δικαίωμα λήψης πρωινού, συναντήσεις κ.λπ. Καθορίζουμε εάν χρειάζονται αφύπνιση και στη συνέχεια εκτυπώνουμε μια λίστα ονομάτων με τα ανάλογα δωμάτια του γκρούπ, την οποία παραδίδουμε στον υπεύθυνο του γκρούπ. Κλείνουμε τη συνδιαλλαγή με μία ευγενική φράση ευχαριστίας, όπως για παράδειγμα “Σας ευχόμαστε καλή διαμονή στο ξενοδοχείο μας”. Μετά την αναχώρηση του γκρούπ για τα δωμάτια, ενημερώνουμε τα σχετικά τμήματα με τις πληροφορίες που έχουμε.

5.3.4. Περαιστικός πελάτης

Περαιστικός είναι ο πελάτης που αφικνείται στο ξενοδοχείο χωρίς προηγούμενη κράτηση. Μέσα από προσωπική μου εμπειρία στη ρεσεψιόν, αλλά και σύμφωνα με

την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), τα βήματα που ακολουθεί η υποδοχή κατά την άφιξη σε αυτή την περίπτωση, είναι τα εξής:

- Ο ρεσεψιονίστ καλωσορίζει ευγενικά τον πελάτη και του ζητάει να συμπληρώσει την κάρτα άφιξης.
- Αναζητεί στον Η/Υ το κατάλληλο δωμάτιο για τον πελάτη, σύμφωνα με τον τύπο που επιθυμεί, τη διάρκεια παραμονής και τυχόν ειδικές απαιτήσεις που έχει.
- Ενημερώνει τον πελάτη για την τιμή του δωματίου, των γευμάτων και των υπόλοιπων προσφερόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου.
- Γίνεται ο καθορισμός του τρόπου εξόφλησης. Πολλά ξενοδοχεία, στη περίπτωση των περαστικών πελατών, προεισπράττουν τα χρήματα. Αν αυτή δεν είναι η πολιτική στο ξενοδοχείο σας, αλλά δείτε ότι ο πελάτης έχει λίγες, ή καθόλου αποσκευές και η συμπεριφορά του είναι περίεργη, ζητήστε του με επιδεξιότητα κι ευγένεια να προπληρώσει τη διαμονή του. Πείτε του π.χ. ότι το ξενοδοχείο έχει ως πολιτική όλοι οι περαστικοί πελάτες να προπληρώνουν πάντα τη διαμονή τους.
- Παραδίδουμε το κλειδί του δωματίου, μέσα στην κλειδοθήκη του, στον πελάτη, του ευχόμαστε καλή διαμονή και ζητάμε από τον γκρούμ να συνοδεύσει τον πελάτη στο δωμάτιο.
- Ενημερώνουμε τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου ότι ο πελάτης έχει προπληρώσει το λογαριασμό του κι έτσι να πληρώνει τις καταναλώσεις του επιτόπου.
- Καταχωρούμε τα στοιχεία του πελάτη στον Η/Υ και τον κάνουμε άφιξη.

5.3.5. Δημέρευση (day use)

Διμέρευση είναι ο όρος κατάστασης δωματίου που δείχνει ότι το δωμάτιο θα χρησιμοποιηθεί για λιγότερο χρονικό διάστημα από μια διανυκτέρευση. Η άφιξη και η αναχώρηση του πελάτη πραγματοποιούνται εντός της ίδιας ημέρας. Το δωμάτιο χρεώνεται με το 50% της τιμής του και οι όροι διαμονής είναι σχεδόν πάντα R.R. (room rate). Ο συνήθης χρόνος χρησιμοποίησης είναι 6-8 ώρες και το check-out time είναι περίπου στις 18:00. Ένας πελάτης με διμέρευση μπορεί να έχει κάνει κράτηση, ή μπορεί να είναι walk-in, έτσι η διαδικασία άφιξης είναι ίδια με εκείνη ενός πελάτη

με κράτηση, ή ενός περαστικού πελάτη ανάλογα. Αν το ξενοδοχείο είναι πλήρες, μπορούμε να επιλέξουμε ένα δωμάτιο για τον πελάτη με day use, για το οποίο έχει προγραμματιστεί η άφιξη του πελάτη που το έχει ήδη κρατήσει να γίνει αργά το βράδυ. Φροντίζουμε γενικά να επιλέξουμε ένα δωμάτιο που δεν θα επηρεάσει τις αφίξεις της ημέρας.

5.3.6. Αυτοκαταχώριση

Για να χρησιμοποιήσει το τερματικό ο πελάτης πρέπει να έχει κάνει προηγουμένως κράτηση και να διαθέτει μια έγκυρη πιστωτική κάρτα. Τοποθετεί την πιστωτική του κάρτα στο τερματικό, το μηχάνημα αποκτά πρόσβαση στο αρχείο κρατήσεων και ζητά από τον πελάτη να πληκτρολογήσει επιπρόσθετα στοιχεία για την άφιξη. Δεδομένου ότι το τερματικό είναι συνδεδεμένο με ένα αυτοματοποιημένο σύστημα διαχείρισης δωματίων, είναι εφικτός και ο αυτόματος προσδιορισμός δωματίου και τιμής. Στη συνέχεια το τερματικό εκδίδει την κάρτα-κλειδί του δωματίου, ή δίνει οδηγίες στον πελάτη πώς να το αποκτήσει.

5.4. Προσφερόμενες υπηρεσίες

Η υποδοχή είναι υπεύθυνη για το συντονισμό των υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο ξενοδοχείο. Η ικανότητα ανταπόκρισης στις επιθυμίες των πελατών είναι πολύ σημαντική για την επίτευξη της ικανοποίησης τους. Όταν μια επιθυμία δεν εμπίπτει στις αρμοδιότητες της υποδοχής, οι υπάλληλοι υποδοχής πρέπει αμέσως να την αναθέτουν στο κατάλληλο τμήμα.

5.4.1. Διεκπεραίωση της αλληλογραφίας

Η αλληλογραφία και τα διάφορα πακέτα που παραλαμβάνονται από τους υπαλλήλους της υποδοχής για λογαριασμό πελατών πρέπει να καταγράφονται στο ημερολόγιο μηνυμάτων με τη συμπλήρωση των εξής στοιχείων:

- Όνομα υπαλλήλου που το παρέλαβε.
- Όνομα πελάτη για τον οποίο προορίζεται.
- Ημερομηνία και ώρα παραλαβής.

- Περιγραφή του αντικειμένου.
- Το νούμερο δωματίου του πελάτη, αν διαμένει τώρα στο ξενοδοχείο. Αν ο πελάτης έχει αναχωρήσει γράφουμε το νούμερο του δωματίου στο οποίο διέμενε και τις ημερομηνίες άφιξης και αναχώρησης του.
- Την ημερομηνία και ώρα παράδοσης, όταν ο πελάτης παραλάβει το πακέτο, ή την αλληλογραφία.

Μόλις παραληφθεί από τον υπάλληλο υποδοχής αλληλογραφία, ή πακέτο που αφορά πελάτη, ο υπάλληλος διαπιστώνει πρωτίστως αν ο πελάτης διαμένει στο ξενοδοχείο, ή έχει μελλοντική κράτηση. Για τους παραμένοντες πελάτες σημειώνουμε σε ένα post-it το νούμερο του δωματίου, το κολλάμε πάνω στο αντικείμενο και καλούμε ένα γκρούμ να το μεταφέρει στο δωμάτιο του πελάτη. Αν ο πελάτης έχει τοποθετήσει έξω από την πόρτα του την ένδειξη do not disturb, αποθηκεύουμε το αντικείμενο και τον ειδοποιούμε το συντομότερο δυνατόν για την παραλαβή του. Για τους πελάτες με μελλοντική κράτηση, τοποθετούμε την αλληλογραφία στο rack αλληλογραφίας, ή το πακέτο σε κάποιον αποθηκευτικό χώρο και γράφουμε μια σημείωση στην κράτηση του και στην ηλεκτρονική και τη χειρόγραφη μορφή της. Καθημερινά κάνουμε έλεγχο για την αλληλογραφία και τα πακέτα που πρέπει να παραδοθούν εκείνη την ημέρα. Για τους πελάτες που έχουν αναχωρήσει, ελέγχουμε αν έχουν αφήσει αποσκευές τις οποίες θα παραλάβουν αργότερα. Αν ναι τότε τους παραδίδουμε το αντικείμενο μαζί με τις αποσκευές τους. Αν όχι τότε επικοινωνούμε μαζί τους τηλεφωνικώς και συνεννοούμαστε για τον τρόπο παράδοσης του αντικειμένου. Στα καθήκοντα της υποδοχής μπορεί να εμπίπτει και ο έλεγχος της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας του ξενοδοχείου, την οποία κι ελέγχουμε καθημερινά. Αν υπάρχει μήνυμα για πελάτη, το εκτυπώνουμε, το βάζουμε σε ένα φάκελο και ακολουθούμε την προβλεπόμενη διαδικασία παράδοσης της αλληλογραφίας. Τα ληφθέντα e-mail που απευθύνονται σε υπαλλήλους του ξενοδοχείου φροντίζουμε να τους παραδοθούν άμεσα. Τα ξενοδοχεία παρέχουν και τη δυνατότητα αποστολής αλληλογραφίας και δεμάτων είτε μέσω ταχυδρομείου, είτε μέσω κάποιων εταιριών courier με τις οποίες συνεργάζονται. Γι' αυτό και η υποδοχή θα πρέπει να διαθέτει γραμματόσημα για όλους τους προορισμούς. Με την παράδοση της αλληλογραφίας, ή του πακέτου στη μεταφορική εταιρία, το ξενοδοχείο λαμβάνει μια επίσημη απόδειξη για την αποστολή, η οποία παραδίδεται στον πελάτη ενώ ένα αντίγραφο κρατάμε για το αρχείο του

ξενοδοχείου. Η χρέωση της υπηρεσίας αυτής γίνεται στο λογαριασμό του πελάτη και καταγράφεται στο ημερολόγιο μηνυμάτων.

5.4.2. Τηλεφωνική εξυπηρέτηση και μηνύματα

Ανεξάρτητα από το αν το ξενοδοχείο διαθέτει ξεχωριστό τηλεφωνικό κέντρο, ή οι ρεσεψιονίστ χειρίζονται τις κλήσεις, όλοι οι υπάλληλοι που απαντούν σε τηλεφωνήματα πρέπει να είναι εξυπηρετικοί κι ευγενικοί. Όταν κάποιος επικοινωνεί με την υποδοχή, είτε τηλεφωνικός, είτε αυτοπροσώπως και θέλει να αφήσει ένα μήνυμα σε πελάτη του ξενοδοχείου, ο υπάλληλος υποδοχής κατ' αρχάς ελέγχει κι επιβεβαιώνει ότι ο εν λόγω πελάτης διαμένει, ή πρόκειται να διαμείνει στο ξενοδοχείο. Στη συνέχεια συμπληρώνει ένα έντυπο μηνύματος, με καθαρά κι ευανάγνωστα γράμματα, κι αν είναι δυνατόν στη μητρική γλώσσα του πελάτη. Στο έντυπο αναγράφει το μήνυμα, την ώρα, την ημερομηνία και τα ονόματα του αποστολέα αλλά και του παραλήπτη του μηνύματος, καθώς και το δικό του, σαν ο υπάλληλος που παρέλαβε το μήνυμα. Κατόπιν, ανάλογα με την πολιτική του ξενοδοχείου, είτε τοποθετεί το μήνυμα στο rack αλληλογραφίας, είτε το στέλνει με ένα γκρούμ στο δωμάτιο του πελάτη και ταυτόχρονα καταχωρεί στο ημερολόγιο μηνυμάτων την παραλαβή του συγκεκριμένου μηνύματος. Αν ο πελάτης δεν είναι εκεί, ο γκρούμ ρίχνει το μήνυμα κάτω από την πόρτα του πελάτη. Μερικά ξενοδοχεία διαθέτουν συσκευές τηλεφώνου, στα δωμάτια των πελατών, με τη δυνατότητα να ειδοποιούν τους πελάτες για τυχόν μηνύματα. Έτσι, μόλις ο υπάλληλος υποδοχής παραλάβει το μήνυμα, πατάει το κατάλληλο κουμπί, ώστε να ειδοποιηθεί ο πελάτης, μέσω της τηλεφωνικής συσκευής, για το μήνυμά του.

5.4.3. Παροχή πληροφοριών και άλλων υπηρεσιών

Το προσωπικό της υποδοχής πρέπει να είναι σε θέση να παρέχει πάσης φύσεως πληροφορίες στους πελάτες. Οι πληροφορίες που ζητούν συνήθως οι πελάτες σχετίζονται με το:

- Που υπάρχουν καλά εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες κ.λπ. στη γύρο περιοχή.

- Πώς να πάνε στην πλησιέστερη τράπεζα, ή σε ένα αυτόματο μηχάνημα ανάληψης μετρητών.
- Πως μπορούν να πλύνουν και να σιδερώσουν τα ρούχα τους.
- Που βρίσκεται το θέατρο, η όπερα, το καζίνο, κάποιο νυχτερινό κέντρο με τοπική μουσική κ.λπ.
- Πότε είναι η ώρα αναχώρησης από τα δωμάτια.
- Πώς να βρουν ένα babysitter.
- Που βρίσκονται κομμωτήρια, ανθοπωλεία, γυμναστήρια, κέντρα ομορφιάς.
- Πώς να πάνε στο προξενείο, στο πανεπιστήμιο, στη βιβλιοθήκη, στο μουσείο κ.λπ.
- Που βρίσκεται το δημαρχείο, η νομαρχία, το αστυνομικό τμήμα, το δικαστήριο κ.α.
- Τι μέσα ψυχαγωγίας και διασκέδασης διαθέτει το ξενοδοχείο.
- Που μπορούν να βρουν ταξί. Ποιο λεωφορείο και από πού πρέπει να το πάρουν για να πάνε σε κάποιο προορισμό.
- Που βρίσκεται μια αίθουσα τέχνης, ένας εκθεσιακός χώρος, κάποιο ινστιτούτο, ή μια λέσχη.
- Που μπορούν να ενοικιάσουν μεταφορικό μέσο.
- Πως μπορούν να κλείσουν εισιτήρια για αεροπλάνο, πλοίο κ.λπ.
- Που είναι το πλησιέστερο εμπορικό κέντρο, εκκλησία, ή πρατήριο βενζίνης.
- Πως μπορούν να βρουν νοσοκομείο, γιατρό, φαρμακείο κ.ο.κ.

Τα περισσότερα ξενοδοχεία συγκεντρώνουν όλες αυτές τις πληροφορίες κατ' αλφαβητική σειρά, σε έναν οδηγό, ο οποίος ονομάζεται βιβλίο πληροφοριών. Το βιβλίο αυτό μπορεί επίσης να περιλαμβάνει χάρτες της πόλης και της γύρο περιοχής, τηλεφωνικούς αριθμούς όλων των παραπάνω προορισμών, καθώς και προγράμματα ειδικών εκδηλώσεων, αλλά και προγράμματα των κυριότερων ακτοπλοϊκών δρομολογίων και πτήσεων.

Εισιτήρια-θέσεις:

Το ξενοδοχείο καθώς συνεργάζεται με τουριστικά πρακτορεία, ίσως έχει δώσει τη δυνατότητα στους υπαλλήλους της υποδοχής για κρατήσεις θέσεων κι έκδοση εισιτηρίων σε πλοία και αεροπλάνα, εκ μέρους των πελατών. Κάθε ξενοδοχείο πάντως, με ένα τηλέφωνο σε ακτοπλοϊκή, ή αεροπορική εταιρία, μπορεί να

επιβεβαιώσει μια κράτηση εισιτηρίου. Η υποδοχή ίσως να μπορεί να πραγματοποιήσει και κρατήσεις θέσεων για θεατρικές παραστάσεις, αλλά και για άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, καθώς επίσης και σε εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης κ.α.

Υπηρεσία καθαρισμού ρούχων:

Οι πελάτες ίσως επιθυμούν να πλύνουν και να σιδερώσουν κάποια από τα ρούχα τους. Ο υπάλληλος υποδοχής πληροφορεί τον πελάτη ότι το ξενοδοχείο διαθέτει αυτή την υπηρεσία είτε εντός του ξενοδοχείου, είτε στέλνοντας τα ρούχα σε μία εταιρία καθαρισμού ρούχων. Ρωτάει τον πελάτη πότε θα τα χρειαστεί και τον ενημερώνει, ότι τα ρούχα του θα τα παραλάβει η καμαριέρα από το δωμάτιο του, αλλά και σε πόσο χρονικό διάστημα θα του τα επιστρέψει καθαρά και σιδερωμένα. Στη συνέχεια, συμπληρώνει στο μπλοκ της εταιρίας το όνομα του πελάτη, τον αριθμό του δωματίου του, την ημερομηνία παράδοσης των ρούχων και την ημερομηνία που επιθυμεί ο πελάτης να του επιστραφούν τα ρούχα κι ενημερώνει την εταιρία καθαρισμού, ήτο αρμόδιο τμήμα του ξενοδοχείου για την παραλαβή. Η χρέωση γίνεται στο λογαριασμό του πελάτη με την επιστροφή των ρούχων και την παραλαβή από την εταιρία της απόδειξης.

Ενοικίαση μεταφορικού μέσου:

Το ξενοδοχείο ίσως συνεργάζεται με εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων, ή δικύκλων. Στην περίπτωση αυτή, πρέπει να διαθέτει μια μεγάλη γκάμα ενημερωτικών φυλλαδίων των εταιριών αυτών. Όταν ένας πελάτης ενδιαφερθεί για ενοικίαση οχήματος, η υποδοχή του παρέχει όλες τις σχετικές πληροφορίες κι επικοινωνεί με την εταιρία ενοικίασης για να κάνει την κράτηση εκ μέρους του πελάτη και να προσδιορίσει την ώρα και τον τόπο παράδοσης του οχήματος. Ανάλογα με την πολιτική του ξενοδοχείου, ο πελάτης είτε πληρώνει απευθείας την εταιρία ενοικίασεως αυτοκινήτων, είτε το κόστος της χρέωσης καταχωρείται στο λογαριασμό του στο ξενοδοχείο και το πληρώνει κατά την εξόφληση λογαριασμού.

Οργανωμένες εκδρομές-περιηγήσεις:

Εκτός των εκδρομών που πραγματοποιεί ένας πελάτης κατά τη διάρκεια παραμονής του στο ξενοδοχείο, ίσως να θέλει να συμμετέχει και σε μια οργανωμένη εκδρομή. Έτσι στην υποδοχή πρέπει να υπάρχει ένα λεπτομερές πρόγραμμα με τις εκδρομές που γίνονται στην περιοχή. Όταν ο πελάτης ενημερωθεί για το πρόγραμμα κι επιλέξει

μια εκδρομή, ο υπάλληλος υποδοχής ενημερώνει στη διοργανώτρια εταιρία και συμπληρώνει στο μπλοκ κρατήσεων της εταιρίας την ημερομηνία κράτησης, το όνομα του πελάτη, τον αριθμό των ατόμων και το είδος και τον κωδικό της εκδρομής. Επίσης συμπληρώνει ένα miscellaneous slip ως παραστατικό για να γίνει η χρέωση στο λογαριασμό του πελάτη και ζητά από τον πελάτη να το υπογράψει. Τα στοιχεία που συμπληρώνονται στο miscellaneous slip είναι το όνομα του πελάτη, το νούμερο του δωματίου του, την ημερομηνία, την τιμή και λεπτομέρειες για την προσφερόμενη υπηρεσία. Υπάρχει όμως και η περίπτωση η κράτηση για την εκδρομή να γίνεται με ένα απλό τηλεφώνημα από τον υπάλληλο υποδοχής στη διοργανώτρια εταιρία και ο πελάτης να πληρώνει έναν εκπρόσωπο της εταιρίας και όχι το ξενοδοχείο.

Μερικά ξενοδοχεία έχουν τοποθετήσει κοντά στην είσοδο ηλεκτρονικούς υπολογιστές συνδεδεμένους στο διαδίκτυο, οι οποίοι ελαφρύνουν από φόρτο εργασίας τους υπαλλήλους της υποδοχής, παρέχοντας στους πελάτες όλες τις επιθυμητές πληροφορίες, καθώς και τη δυνατότητα να κλείνουν οι ίδιοι τα εισιτήρια και τις θέσεις τους και να ενοικιάζουν οχήματα.

5.4.4. Εγερτήρια

Υπεύθυνος για την αφύπνιση των πελατών είναι ο τηλεφωνητής της υποδοχής. Όταν ένας πελάτης καλέσει το τηλεφωνικό κέντρο για να ζητήσει εγερτήριο, ο τηλεφωνητής σημειώνει τον αριθμό δωματίου του και την επιθυμητή ώρα αφύπνισης στην ειδική κατάσταση που υπάρχει και φροντίζει για την πραγματοποίησή του. Στη ρεσεψιόν υπάρχει πάντα μια ανάλογη κατάσταση, ώστε να μπορούν οι πελάτες να ζητούν εγερτήρια και αυτοπροσώπως. Αν ο πελάτης δεν απαντά στην κλήση για αφύπνιση, ο τηλεφωνητής ενημερώνει την υποδοχή, η οποία στέλνει ένα γκρούμ να ξυπνήσει τον πελάτη. Σε πολλά ξενοδοχεία οι πελάτες μπορούν να αφυπνιστούν σχηματίζοντας μόνοι τους στη συσκευή του τηλεφώνου του δωματίου τους την ώρα και ένα κωδικό. Επίσης το δωμάτιο ίσως διαθέτει ρολόι-ξυπνητήρι. Επίσης, ίσως υπάρχει και η δυνατότητα, ο Η/Υ της υποδοχής να μπορεί να προγραμματισθεί να κάνει κλήση αφύπνισης και να μεταδίδει αυτόματα ένα μαγνητοφωνημένο μήνυμα.

5.4.5. Φύλαξη αποσκευών

Οι πελάτες που θέλουν να αφήσουν αποσκευές στο ξενοδοχείο, άλλοτε έχουν αναχωρήσει και θα τις παραλάβουν αργότερα κι άλλοτε θα επιστρέψουν στο ξενοδοχείο μετά από ημέρες και αποφάσισαν να αφήσουν κάποιες αποσκευές για την ημέρα που θα επιστρέψουν. Την ευθύνη για τη φύλαξη των αποσκευών την έχει ο γκρούμ. Παραλαμβάνει τις αποσκευές συμβουλευοντας τον πελάτη να μην αφήσει τίποτα μεγάλης αξίας μέσα και ρωτάει τον πελάτη πότε θα τις πάρει πίσω. Στη συνέχεια, σε πολλά ξενοδοχεία, συμπληρώνεται το έντυπο “αποδεικτικό φύλαξης αποσκευών” και ζητά από τον πελάτη να επιβεβαιώσει την περιγραφή και την ποσότητα και να το υπογράψει. Αν η αποσκευή είναι εύθραυστη, τοποθετεί το ανάλογο αυτοκόλλητο πάνω στη βαλίτσα. Συντάσσει ένα αποδεικτικό φύλαξης και παραδίδει το ένα απόκομμα στον πελάτη και τοποθετεί το δεύτερο απόκομμα στις αποσκευές. Τέλος ενημερώνει τον πελάτη ότι προκειμένου να πάρει τις αποσκευές του, πρέπει να έχει και το απόκομμα.

5.4.6. Υπηρεσία απολεσθέντων αντικειμένων

Όταν ένας υπάλληλος του ξενοδοχείου βρει ένα αντικείμενο που πιθανόν ανήκε σε πελάτη και τώρα το έχει χάσει, το παραδίδει στο αρμόδιο τμήμα, συνήθως στο housekeeping μιας και οι συνηθέστεροι χώροι που βρίσκονται αντικείμενα που έχουν ξεχάσει οι πελάτες είναι τα δωμάτια. Όταν ένας υπάλληλος υποδοχής δεχτεί κλήση από πελάτη σχετικά με κάποιο αντικείμενο που ξέχασε στο ξενοδοχείο, επικοινωνεί αμέσως με το τμήμα απολεσθέντων για να ρωτήσει αν το βρήκαν. Όπως και να’ χει, καταγράφει το ονοματεπώνυμο του πελάτη, ένα τηλέφωνο και τη διεύθυνση του. Αν το αντικείμενο έχει βρεθεί, ή βρεθεί αργότερα, ενημερώνει τον πελάτη και συζητάνε αν μπορεί ο πελάτης να έρθει να το πάρει, ή αν θέλει να του το στείλει το ξενοδοχείο με χρέωση παραλήπτη φυσικά. Μερικές φορές, ο πελάτης αν δε μπορεί να το παραλάβει από τη ρεσεψιόν, ίσως να μη θέλει τελικά το αντικείμενο του διότι τα έξοδα αποστολής μπορεί να είναι πιο πολλά από το να το αγοράσει καινούριο.

5.5. Αναχωρήσεις

Η διαδικασία της αναχώρησης είναι το τέταρτο και τελευταίο στάδιο από το οποίο περνάει ο κάθε πελάτης, από τη στιγμή που εκείνος, ή εκπρόσωπος του κάνουν κράτηση στο ξενοδοχείο μας. Αν η διαδικασία αναχώρησης δεν κυλίσει ομαλά οι πελάτες θα έχουν αυτό σαν ανάμνηση από το ξενοδοχείο μας, όσο καλά κι αν είχαν εξυπηρετηθεί καθ' όλα τα προηγούμενα στάδια (κράτηση, άφιξη, παραμονή), μιας και αυτή θα είναι η τελευταία εντύπωση που θα πάρουν από το ξενοδοχείο, οπότε και η πιο πρόσφατη, οπότε και η πιο ζωντανή.

5.5.1. Διαδικασίες των αναχωρήσεων

Από προσωπική εμπειρία με εργασία στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου, αλλά και σύμφωνα με τους Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998) και Θεοχάρης (2007), παραθέτω τα εξής. Σε κάποια ξενοδοχεία, ο νυχτερινός ρεσεψιονίστ εκτυπώνει την κατάσταση των αναμενόμενων αναχωρήσεων της ημέρας που έρχεται, ώστε να την έχουν έτοιμη οι πρωϊνοί υπάλληλοι υποδοχής και να τσεκάρουν ποιος έφυγε. Σε άλλα ξενοδοχεία, ο νυχτερινός ρεσεψιονίστ τοποθετεί μια διαφανείς ζελατίνη, με το κατάλληλο χρώμα, στη σχισμές στο room rack για κάθε δωμάτιο που αναχωρεί και με κάθε αναχώρηση ο πρωϊνός ρεσεψιονίστ αφαιρεί τη ζελατίνη από τη σχισμή. Ενώ σε άλλα ξενοδοχεία, χρησιμοποιούν μόνο τον H/Y, μιας και οι αναχωρήσεις μεμονωμένων πελατών, αλλά και των γκρουπ της ημέρας φαίνονται στην οθόνη του υπολογιστή αν ανατρέξει κανείς στην ενότητα αναχωρήσεις, του λογισμικού. Όποιο και να είναι η μέθοδος που χρησιμοποιείται στην υποδοχή, αλλά και το λογισμικό σύστημα που έχει στον H/Y, η όλη διαδικασία της αναχώρησης μπορεί να χωριστεί στις παρακάτω επιμέρους διαδικασίες:

- Χαιρετάμε εγκάρδια τον πελάτη και τον ρωτάμε πως μπορούμε να τον εξυπηρετήσουμε.
- Μας λέει ότι θέλει να αναχωρήσει και τον ρωτάμε το όνομα και τον αριθμό δωματίου του για να τον βρούμε στο σύστημα.
- Ζητάμε το κλειδί δωματίου από τον πελάτη στο οποίο αναγράφεται ο αριθμός του δωματίου του.

- Βρίσκουμε στο σύστημα, από τον αριθμό του κλειδιού, το επώνυμο του πελάτη, αλλά ταυτόχρονα τον ρωτάμε το επώνυμο του ώστε να επιβεβαιώσουμε ότι ο αριθμός και το όνομα αντιστοιχούν στο ίδιο δωμάτιο.
- Ελέγχουμε για αλληλογραφία, μηνύματα και φαξ.
- Ρωτάμε τον πελάτη αν είχε τιμαλή στη θυρίδα ασφαλείας, αν ναι του τα παραδίδουμε και παίρνουμε από αυτόν το κλειδί της.
- Ρωτάμε τον πελάτη αν έχει καταναλώσει τώρα το πρωί κάτι σε κάποιο τμήμα του ξενοδοχείου, ή στο μίνι μπαρ του δωματίου του.
- Αν απαντήσει θετικά, ελέγχουμε αν οι χρεώσεις έχουν καταχωρηθεί κι αν όχι τις καταχωρούμε.
- Βρίσκουμε την έντυπη κράτηση του πελάτη προς επιβεβαίωση του λογαριασμού και του τρόπου εξόφλησης.
- Αν δεν εξοφλεί ο πελάτης τον λογαριασμό, μεταφέρουμε το λογαριασμό στους χρεώστες και προεκτυπώνουμε μόνο τις έξτρα καταναλώσεις, αν δεν καλύπτονται κι αυτές από το φυσικό, ή νομικό πρόσωπο που έχει αναλάβει την εξόφληση.
- Αν ο πελάτης εξοφλεί το λογαριασμό του, τότε προεκτυπώνουμε το λογαριασμό κι επαληθεύουμε με τον πελάτη όλες τις πληροφορίες του λογαριασμού.
- Επαληθεύουμε τον τρόπο πληρωμής.
- Γίνεται η εξόφληση του λογαριασμού.
- Αν ο πελάτης εξόφλησε το λογαριασμό του, ή έστω κάποια έξτρα, του δίνουμε την απόδειξη του λογαριασμού του. Διαφορετικά του λέμε να τη ζητήσει από τον πράκτορα του.
- Ρωτάμε τον πελάτη αν έμεινε ευχαριστημένος
- Αποχαιρετούμε τον πελάτη ευχαριστώντας τον για τη διαμονή του και του ευχόμαστε να τον ξαναδούμε σύντομα.

Οι διαδικασίες αυτές διαφέρουν από ξενοδοχείο σε ξενοδοχείο κι εξαρτώνται από το επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά και το βαθμό αυτοματισμού του ξενοδοχείου. Για παράδειγμα, σε κάποια ξενοδοχεία που δεν είναι αυτοματοποιημένα, ο ρεσεψιονίστ πρέπει να επιβεβαιώσει, διακριτικά φυσικά, με τα άλλα τμήματα για τυχόν πρόσφατες καταναλώσεις.

Όταν έχει πάει 12:00μμ και κάποιοι πελάτες δεν έχουν αναχωρήσει, πρώτα ελέγχουμε τις κρατήσεις τους μήπως τελικά δεν αναχωρούν τη συγκεκριμένη ημέρα, ή μήπως έχουν ζητήσει να αναχωρήσουν λίγο αργότερα. Αν δε βρούμε τέτοια στοιχεία, τηλεφωνούμε στα δωμάτια τους και τους ειδοποιούμε ότι πρέπει να τα εκκενώσουν. Αν δεν απαντήσουν, ζητάμε από το housekeeping να ελέγξει αν κοιμούνται, ή αν έχουν αναχωρήσει από το δωμάτιο. Αν έχουν αναχωρήσει, κλείνουμε το λογαριασμό κι εκδίδουμε το τιμολόγιο. Αν καταφέρουμε να επικοινωνήσουμε με τους πελάτες και θέλουν να αναχωρήσουν αργότερα, ενημερώνουμε το housekeeping για αυτά τα late check-outs.

Όταν αναχωρεί ολόκληρο γρούπ, η μόνη διαφορά είναι ότι πρέπει να έχουμε ρωτήσει τον αρχηγό του γρούπ για την ακριβή ώρα αναχώρησης, ώστε να γνωρίζει ο γκρούμ, τότε να ξεκινήσει τη μεταφορά των αποσκευών των πελατών από τα δωμάτια στην υποδοχή, ή σε κάποιο ειδικό χώρο.

5.5.2. Γρήγορη αναχώρηση (express check-out)

Γρήγορη αναχώρηση δε σημαίνει πρόωγη αναχώρηση, μιας και όσο νωρίτερα πριν τις 12:00μμ της συμφωνημένης ημέρας αναχώρησης και να αναχωρήσει ο πελάτης η χρέωση και η διαδικασία δεν αλλάζουν και την αναχώρηση του μπορεί να την πραγματοποιήσει κανονικά και ο νυχτερινός ρεσεψιονίστ. Είναι λοιπόν μια διαδικασία που ελαττώνει τον όγκο δουλειάς στην υποδοχή. Η υποδοχή εκδίδει τους λογαριασμούς των πελατών, τους τοποθετεί σε φακέλους και με τη βοήθεια του προσωπικού του ξενοδοχείου (καμαριέρες, γκρούμ) φροντίζει να τοποθετηθούν, νωρίς το πρωί, κάτω από τις πόρτες των πελατών που αναχωρούν εκείνη την ημέρα. Μαζί με κάθε λογαριασμό διανέμεται κι ένα έντυπο γρήγορης αναχώρησης, το οποίο συνήθως περιλαμβάνει κι ένα σημείωμα με την παράκληση αν ο πελάτης αλλάξει τα σχέδια της αναχώρησης του να το γνωστοποιήσει στη ρεσεψιόν, διαφορετικά θεωρείται ότι αναχωρεί την κανονική ώρα. Ακόμα ο φάκελος περιλαμβάνει εξουσιοδότηση του πελάτη προς την υποδοχή να μεταφέρει το υπόλοιπο του λογαριασμού στην απόδειξη της πιστωτικής του κάρτας. Αν δεν υπάρχει στην υποδοχή αποτύπωμα πιστωτικής κάρτας, συνήθως δεν παρέχεται η υπηρεσία γρήγορης αναχώρησης. Κατόπιν, αφού ο πελάτης συμπληρώσει και υπογράψει τα έντυπα, παραδίδει το φάκελο στη ρεσεψιόν καθώς αναχωρεί, ή καλεί ένα γκρούμ να τον παραλάβει. Επιπρόσθετες χρεώσεις που τυχόν κάνει ο πελάτης πριν αναχωρήσει,

είτε τις πληρώνει στο ανάλογο τμήμα, ή στην υποδοχή καθώς αναχωρεί, είτε προστίθενται στο λογαριασμό του (με τον οποίο θα χρεώσουμε την πιστωτική του κάρτα), πριν αυτός μηδενισθεί, ο οποίος ταχυδρομείται στον πελάτη για να γνωρίζει το ακριβές αντίτιμο της παραμονής του.

5.5.3. Αργοπορημένη αναχώρηση

Οι πελάτες που θέλουν να αναχωρήσουν αργότερα μέσα στην ημέρα αναχώρησης τους, επικοινωνούν με την υποδοχή για να το κανονίσουν. Το προσωπικό της υποδοχής οφείλει να τους ενημερώσει για την πολιτική του ξενοδοχείου, για τις έξτρα χρεώσεις δηλαδή που ίσως προκύψουν στο λογαριασμό τους. Συγκεκριμένα:

- Μέχρι τις 14:00, χωρίς χρέωση.
- Μέχρι τις 18:00, 50% επί της τιμής του δωματίου που χρεώνεται ανά ημέρα.
- Μετά τις 18:00, πλήρη χρέωση της τιμής του δωματίου.

Ανάλογα με τη διαθεσιμότητα του ξενοδοχείου, μπορούμε να είμαστε λίγο πιο ελαστικοί, ή αυστηροί με τα ωράρια αυτά, ενώ εξαιρέσεις μπορούν να προκύψουν, αλλά μόνο μετά από απόφαση του προϊσταμένου υποδοχής, ή του διευθυντή.

(Θεοχάρης, 2007)

5.5.4. Τρόποι εξόφλησης λογαριασμών

Α εξόφληση των λογαριασμών των πελατών είναι ευθύνη του ταμεία της υποδοχής. Ο λογαριασμός, ή η απόδειξη παροχής υπηρεσιών είναι ένα έντυπο θεωρημένο από την εφορία, στο οποίο καταχωρούνται οι χρεώσεις όλων των καταναλώσεων και υπηρεσιών που προσφέρονται στον πελάτη. Εκδίδεται σε τρία αντίτυπα, από τα οποία το πρώτο χορηγείται στον πελάτη, το δεύτερο αποστέλλεται στο λογιστήριο και το τρίτο αρχειοθετείται. Στο λογαριασμό, συνήθως, αναγράφονται τα εξής:

- Τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη.
- Τα τμήματα του ξενοδοχείου και οι ημερομηνίες που πραγματοποιήθηκαν οι καταναλώσεις.
- Η περιγραφή και οι χρεώσεις των καταναλώσεων.

Οι εξοφλήσεις των λογαριασμών από τους πελάτες γίνονται με μετρητά (σε εθνικό και ξένο νόμισμα), με πιστωτικές, ή χρεωστικές κάρτες, με ταξιδιωτικές επιταγές, με προσωπικές επιταγές, με μεταφορά σε χρεώστες και με συνδυασμό αυτών των μεθόδων εξόφλησης.

(Θεοχάρης, 2007)

5.5.4.1. Με μετρητά

Ο υπάλληλος υποδοχής μετράει προσεκτικά τα χρήματα μπροστά στον πελάτη τα περνά από τη συσκευή ανίχνευσης πλαστών χαρτονομισμάτων και τα ακουμπά στον πάγκο χωρίς να τα βάλει στο ταμείο. Δίνει ρέστα στον πελάτη αν χρειάζεται. Βάζει τώρα τα χρήματα στο ταμείο. Εκδίδει το λογαριασμό και δίνει το ένα αντίγραφο στον πελάτη, ενώ το άλλο αντίγραφο το τοποθετεί μαζί με τα υπόλοιπα που θα μείνουν στην υποδοχή για να τα ελέγξει ο νυχτερινός ρεσεψιονίστ.

Αν η συσκευή ανίχνευσης ειδοποιήσει ότι ένα χαρτονόμισμα είναι πλαστό, ενεργήστε με τον ακόλουθο τρόπο:

- Μην το επιστρέψετε στον πελάτη.
- Καθυστερήστε τον, αν είναι δυνατόν.
- Τηλεφωνήστε στην αστυνομία. Ακόμα κι αν ο πελάτης κατείχε το πλαστό χαρτονόμισμα εν αγνοία του, ίσως να μπορεί να βοηθήσει την αστυνομία να εντοπίσει την προέλευση τους.
- Προσέξτε την περιγραφή του πελάτη, των συνοδών του κι αν έχει όχημα, σημειώστε τον αριθμό κυκλοφορίας του.
- Γράψτε τα αρχικά σας και την ημερομηνία στα χαρτονομίσματα και παραδώστε τα μόνο στην αστυνομία.

(Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

Με συνάλλαγμα

Τα ξενοδοχεία πρέπει να είναι εξουσιοδοτημένα από την τράπεζα της Ελλάδας για να μπορούν να αγοράζουν ξένα τραπεζογραμμάτια. Η υποδοχή μπορεί να αποδεχτεί αποκλειστικά ξένα χαρτονομίσματα και όχι κέρματα. Η διαδικασία αγοράς συναλλάγματος είναι η εξής:

- Νωρίς το πρωί ο ρεσεψιονίστ, ενημερώνεται από την τράπεζα (όταν ανοίξει), με την οποία συνεργάζεται η επιχείρηση, για τις νέες τιμές συναλλάγματος κι ενημερώνει τον αναρτημένο πίνακα συναλλάγματος.
- Αρχαιοθετείται το δελτίο τιμής αγοράς συναλλάγματος.
- Όταν ένας πελάτης θέλει να αλλάξει συνάλλαγμα, ενημερώνεται από τον υπάλληλο υποδοχής για την τιμή του συναλλάγματος και για το ποσό της προμήθειας του ξενοδοχείου.
- Εφόσον ο πελάτης συμφωνήσει, ο υπάλληλος αποδέχεται τα ξένα χαρτονομίσματα, τα οποία καταμετρά μπροστά στον πελάτη.
- Ο υπάλληλος συμπληρώνει την απόδειξη αγοράς συναλλάγματος.
- Καταμετρά με μεγάλη προσοχή, μπροστά στον πελάτη, το ποσό που αντιστοιχεί σε ευρώ και του το παραδίδει.
- Ζητά ευγενικά από τον πελάτη να υπογράψει την απόδειξη αγοράς συναλλάγματος και παραδίδει στον πελάτη το ένα αντίγραφο.

(Θεοχάρης, 2007)

5.5.4.2. Με πιστωτική, ή χρεωστική κάρτα

Καθώς υπάρχουν διάφοροι τύποι πιστωτικών καρτών, το προσωπικό της υποδοχής πρέπει να γνωρίζει ποιες γίνονται αποδεχτές από το ξενοδοχείο. Ο υπάλληλος που πραγματοποιεί την εξόφληση ακολουθεί την εξής διαδικασία:

- Πρώτα ελέγχει την ημερομηνία λήξης της κάρτας και το όνομα του κατόχου της. Η κάρτα πρέπει να ανήκει στον πελάτη που μας την έδωσε και δεν πρέπει να είναι ληγμένη.
- Στη συνέχεια ελέγχει τον αριθμό της κι επιβεβαιώνει ότι η κάρτα δε συμπεριλαμβάνεται στους πίνακες ανακλήσεων πιστωτικών καρτών (void lists).
- Περνάει την κάρτα από τη συσκευή ανάγνωσης πιστωτικών καρτών.
- Μπορεί να χρειαστεί ο πελάτης να πληκτρολογήσει τον κωδικό του, ώστε να μπορεί να ολοκληρωθεί η συνδιαλλαγή. Ο υπάλληλος φροντίζει ώστε ο πελάτης να μπορεί να έχει πρόσβαση στη συσκευή, χωρίς να μπορούν ούτε ο ίδιος (ο υπάλληλος), αλλά ούτε και οι άλλοι πελάτες που τυχόν υπάρχουν τριγύρω να δουν τον κωδικό που πληκτρολογείται.

- Πατά το πλήκτρο “ok”, ή “enter” για να συνεχιστεί η συναλλαγή.
- Πληκτρολογεί το ποσό του λογαριασμού και περιμένει να εκδοθεί η απόδειξη.
- Όταν εκδοθούν οι δύο αποδείξεις, εκδίδει και το λογαριασμό.
- Ζητά ευγενικά από τον πελάτη να υπογράψει τη μία απόδειξη, την οποία στη συνέχεια επισυνάπτει στο λογαριασμό που θα μείνει στο ξενοδοχείο.
- Ενώ την άλλη απόδειξη, που δεν έχει την ένδειξη για υπογραφή, την επισυνάπτει στο λογαριασμό του πελάτη, στον οποίο και τον παραδίδει.

(Θεοχάρης,2007, Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

5.5.4.3. Με ταξιδιωτική επιταγή

Είναι επιταγές οι οποίες, κατά την έκδοσή τους από την τράπεζα έχουν τυπωμένα τα εξής στοιχεία:

- Την αξία που αντιπροσωπεύει η ταξιδιωτική επιταγή.
- Τις χώρες, ή περιοχές στις οποίες είναι διαπραγματεύσιμη η επιταγή π.χ. payable in all countries, payable in E.U. κ.λπ.
- Την πρώτη υπογραφή του κατόχου.
- Κενή θέση για τη δεύτερη υπογραφή του κατόχου, την ημερομηνία και τον τόπο κατά τη διαδικασία της εξαργύρωσης.
- Θέση για το όνομα, ή την επωνυμία της επιχείρησης, σε διαταγή της οποίας εκδίδεται η επιταγή
- Κωδικό αριθμό.
- Λιθογραφημένη υπογραφή του τραπεζικού οργανισμού που την εξέδωσε.

Για την εξόφληση λογαριασμού με ταξιδιωτική επιταγή, ο πελάτης πρέπει να υπογράψει την επιταγή μπροστά στον ταμία και η υπογραφή αυτή πρέπει να συμφωνεί με αυτή που είναι ήδη τυπωμένη. Αν υπάρχει κάποια αμφιβολία, ο ταμίας πρέπει να ζητήσει την ταυτότητα, ή το διαβατήριό του πελάτη, ώστε να πιστοποιήσει την ταυτότητα του, καθώς επίσης και να συμβουλευτεί διακριτικά την κατάσταση κλεμμένων κι απολεσθέντων επιταγών. Για την ολοκλήρωση της διαδικασίας εξόφλησης με ταξιδιωτική επιταγή, το ταμείο της υποδοχής πρέπει να εκδώσει απόδειξη αγοράς συναλλάγματος. Το πλεονέκτημα των ταξιδιωτικών επιταγών έναντι των μετρητών είναι ότι σε περίπτωση απώλειας, ή κλοπής τους δε μπορούν να

εξαργυρωθούν από το μη νόμιμο κάτοχο τους, λόγω των καταστάσεων που διαθέτουν οι τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και της δεύτερης όμοιας υπογραφής που απαιτείται. (Θεοχάρης,2007, Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

5.5.4.4. Με μεταφορά σε χρεώστες

Η μεταφορά σε χρεώστες του λογαριασμού ενός πελάτη, γίνεται μέσα στο λογισμικό πρόγραμμα της υποδοχής, για κάθε πελάτη που σύμφωνα με την κράτηση που είχε, δεν εξοφλεί ο ίδιος το λογαριασμό του, αλλά αναλαμβάνει να τον τακτοποιήσει κάποιος τρίτος (τουριστικό γραφείο, εταιρία, οργανισμός και μερικές φορές ιδιώτης). Μια κατάσταση με τα συνεργαζόμενα πρακτορεία, εταιρίες κ.λπ. βρίσκεται συνήθως στην υποδοχή, για να τη συμβουλευτεί το προσωπικό.

5.5.5. Ανεξόφλητοι λογαριασμοί

Ένας πελάτης μπορεί να φύγει και να ξεχάσει να δηλώσει αναχώρηση, ένας άλλος να φύγει με πρόθεση να μην τακτοποιήσει το λογαριασμό του, ενώ επίσης μπορεί απλά να ανακαλυφθούν καθυστερημένες χρεώσεις, για πελάτη ο οποίος έχει ήδη αναχωρήσει. Άσχετα από την αιτία, χρεώσεις και υπόλοιπα που δεν έχουν πληρωθεί αποτελούν ανεξόφλητους λογαριασμούς. Σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), το προσωπικό της υποδοχής μπορεί να ακολουθεί τα παρακάτω βήματα για τη μείωση των καθυστερημένων χρεώσεων:

- Να χρεώνει τις αποδείξεις των τμημάτων μόλις φτάνουν στην υποδοχή, κάτι που θα μειώσει και τον όγκο των μη καταχωρημένων χρεώσεων πριν, ή κατά τη διάρκεια των αναχωρήσεων.
- Να ψάχνει προσεκτικά στην καρτελοθήκη για τυχόν αποδείξεις που δεν έχουν καταχωρηθεί.
- Να ελέγχει τον εξοπλισμό της υποδοχής, μήπως έχουν στοιχεία που δεν έχουν χρεωθεί σε αποδείξεις.
- Να ρωτά τους πελάτες που αναχωρούν αν έχουν κάνει καταναλώσεις που δεν περιλαμβάνονται στον τελικό τους λογαριασμό.

Οι περισσότεροι πελάτες θα απαντήσουν με ειλικρίνεια, αλλά ορισμένοι θα αρνηθούν ότι έχουν άλλες χρεώσεις. Αν η επιχείρηση δεν είναι πλήρως αυτοματοποιημένη, με

υπολογιστές σε κάθε τμήμα (στο οποίο μπορεί να κάνει καταναλώσεις ο πελάτης), με πρόσβαση στο λογαριασμό του πελάτη, ώστε να γίνονται άμεσα οι χρεώσεις, τότε θα πρέπει να εφαρμοστεί ένα σύστημα που θα εξασφαλίζει τη γρήγορη παράδοση των αποδείξεων από το διάφορα τμήματα στη ρεσεψιόν. Για παράδειγμα είτε προφορικά μέσω τηλεφώνου, είτε με το να απασχολούνται υπάλληλοι για την παράδοση των αποδείξεων στην υποδοχή.

5.6. Επικοινωνίες της υποδοχής

Η επικοινωνία σε μια επιχείρηση αποτελεί το μέσο με το οποίο ενοποιείται η οργανωμένη δραστηριότητα. Οι υπάλληλοι της υποδοχής πρέπει να επικοινωνούν αποτελεσματικά μεταξύ τους, με τα άλλα τμήματα και τους διάφορους κλάδους εκμετάλλευσης του καταλύματος και με τους πελάτες. Η επικοινωνία είναι μια τέχνη που απαιτεί ακρίβεια και σαφήνεια. Η ευκρίνεια του γραπτού, ή προφορικού λόγου είναι ζωτικής σημασίας και πρέπει να παρέχονται στον αποδέκτη όλες οι σχετικές λεπτομέρειες, κατά τον απλούστερο και πληρέστερο τρόπο. Η επίτευξη των στόχων και γενικά η αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την επικοινωνία που υπάρχει μεταξύ των υπαλλήλων.

(Θεοχάρης, 2007, Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

5.6.1. Βιβλίο βάρδιας

Για να είναι ενήμεροι όλοι οι υπάλληλοι της υποδοχής σχετικά με αποφάσεις και σημαντικά γεγονότα (π.χ. ασυνήθιστα περιστατικά, πληροφορίες για αναμενόμενες αφίξεις, παράπονα, ή απαιτήσεις πελατών κ.λπ.) που έχουν λάβει χώρα στις προηγούμενες βάρδιες, πρέπει να τηρείται στην υποδοχή ένα έγγραφο στο οποίο καταγράφονται αυτά. Το έγγραφο αυτό συνήθως είναι ένα ημερολόγιο. Σε κάθε σελίδα του θα πρέπει να αναγράφεται η ημερομηνία, οι εγγραφές να είναι καθαρογραμμένες και η κάθε μία υπογεγραμμένη από τον υπάλληλο που την έκανε. Πριν ξεκινήσουν τη βάρδια τους οι υπάλληλοι της υποδοχής πρέπει να συμβουλευόνται το βιβλίο βάρδιας, ώστε να ενήμεροι για τυχόν σημαντικά θέματα π.χ. ανάγκη παροχής room service μια προκαθορισμένη ώρα, ή παροχής υπηρεσιών από το τμήμα ορόφων, ή ένδειξη ασυνήθιστης συμπεριφοράς από πελάτες (π.χ. κατάσταση μέθης) κ.λπ.

5.6.2. Σχέσεις της υποδοχής με τους πελάτες

Ανεξάρτητα με το πόσο αποδοτική είναι μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, ένα πελάτης μπορεί να εκφράσει δυσαρέσκεια, ή να καταλογίσει λάθη σε κάποιον. Οι πελάτες συνήθως διατυπώνουν τα παράπονα τους στους υπαλλήλους της υποδοχής, οι οποίοι πρέπει να τα ακούνε με προσοχή και ν' αναζητούν ικανοποιητικές λύσεις. Οι πελάτες που δε βρίσκουν την ευκαιρία να πουν στο ξενοδοχείο τα παράπονα τους, συχνά τα λένε στους συναδέλφους, τους συγγενείς και τους φίλους τους. Όταν όμως οι πελάτες εκφράσουν τις απόψεις τους, επωφελούνται οι ίδιοι, αλλά και το ξενοδοχείο. Με αυτό τον τρόπο οι πελάτες αντιλαμβάνονται ότι το ξενοδοχείο ενδιαφέρεται για τις ανάγκες τους, ενώ η επιχείρηση μαθαίνει τα προβληματικά της σημεία, της παρέχεται η ευκαιρία να επιλύσει τα προβλήματα που προκαλούν τα παράπονα κι επομένως να αυξήσει την ικανοποίηση των πελατών. Μερικά είδη παραπόνων μπορεί να είναι τα εξής:

- Τα περισσότερα παράπονα των πελατών σχετίζονται με δυσλειτουργίες του εξοπλισμού του ξενοδοχείου, π.χ. με το φωτισμό, τον κλιματισμό, τα υδραυλικά, τις απομαγνητισμένες κάρτες-κλειδιά των δωματίων κ.λπ. Σωστή συνεργασία με το τμήμα συντήρησης, ή ακόμα κι επισήμανση στον προϊστάμενο υποδοχής, εκείνου του εξοπλισμού ο οποίος χαλάει συχνότερα (με την προϋπόθεση ότι ο προϊστάμενος θ' απευθυνθεί στη διεύθυνση για την αντικατάσταση αυτού του μοντέλου), θα ελαττώσει τη συχνότητα αυτών των παραπόνων.
- Άλλου είδους παράπονα πελατών, μπορεί να προέρχονται από αγενή, ή αδιάκριτη συμπεριφορά του προσωπικού. Η Διεύθυνση του ξενοδοχείου πρέπει να λαμβάνει μέτρα, ώστε να μη δημιουργούνται ποτέ τέτοια προβλήματα.
- Παράπονα που έχουν σχέση με την εξυπηρέτηση, μπορεί να αφορούν ατακτοποιήτα δωμάτια, μακροχρόνια αναμονή, λάθη στην ώρα αφύπνισης, κακής ποιότητας φαγητό, ή ποτό κ.λπ., συνήθως δημιουργούνται σε περιόδους υψηλής πληρότητας και η αντιμετώπιση τους εμπίπτει στα καθήκοντα της Διεύθυνσης, η οποία πρέπει να φροντίζει να μην

δημιουργούνται εξαρχής (π.χ. με την πρόσληψη κι άλλων υπαλλήλων στη high season).

- Επίσης, μπορεί να προκύψουν κι άλλα πιο ασυνήθιστα παράπονα, όπως για παράδειγμα, η κακή υποδομή της γύρω περιοχής, η έλλειψη πισίνας, μια κακοκαιρία κ.α., καταστάσεις για τις οποίες το ξενοδοχείο ευθύνεται ελάχιστα, ή καθόλου.

Ανεξάρτητα από τη φύση και τη σπουδαιότητα των παραπόνων απαιτείται για όλα ιδιαίτερη προσοχή και προσπάθεια για γρήγορη επίλυση των προβλημάτων στα οποία αναφέρονται. Η πιο ενδεδειγμένη μέθοδος προσέγγισης κι εντοπισμού παραπόνων είναι τα ερωτηματολόγια, τα οποία προορίζονται για συγκέντρωση πληροφοριών γύρω από το προσωπικό, τον εξοπλισμό, τα τμήματα του ξενοδοχείου και διάφορα στοιχεία σχετικά με το μάρκετινγκ. Τα ερωτηματολόγια μπορεί να διανέμονται από την υποδοχή, να τοποθετούνται στα δωμάτια, ή να αποστέλλονται ταχυδρομικώς, ή μέσω e-mail στους πελάτες μετά την αναχώρησή τους. Ένας άλλος τρόπος πληροφόρησης για την καλή, ή κακή λειτουργία του ξενοδοχείου είναι το βιβλίο εντυπώσεων, το οποίο είναι τοποθετημένο σε εμφανές σημείο της υποδοχής και είναι στη διάθεση όλων των πελατών, για την αναγραφή σ' αυτό οποιουδήποτε σχολείου, θετικού, ή αρνητικού, που αφορά το ξενοδοχείο. Η τήρηση του βιβλίου εντυπώσεων είναι υποχρεωτική από όλα τα τουριστικά καταλύματα της χώρας μας. Εξετάζοντας τον αριθμό και τον τύπο των παραπόνων, η Διεύθυνση του ξενοδοχείου μπορεί να σχηματίσει σωστή αντίληψη για τα υπάρχοντα προβλήματα, ενώ το προσωπικό της υποδοχής είναι σε θέση να τα χειριστεί πιο αποτελεσματικά.

(Καπίκη-Πιβεροπούλου, 1998)

5.6.2.1. Οδηγίες χειρισμού των παραπόνων

Στην περίπτωση που η γνωστοποίηση ενός παραπόνου γίνει προφορικά και άμεσα από ένα πελάτη, οι υπάλληλοι της υποδοχής, σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), θα πρέπει να τηρούν τις ακόλουθες οδηγίες:

- Ακούστε τα παράπονα με ιδιαίτερη προσοχή και κατανόηση (ο πελάτης θα καταλάβει ότι ενδιαφέρεστε για το πρόβλημά του, θα ηρεμίσει και ίσως δήξει και κατανόηση για την αιτία του προβλήματος).

- Παραμείνετε ήρεμοι και μην αντιδικείτε με τον πελάτη (ο πελάτης δεν έχει πάντα δίκαιο, αλλά δεν παύει πάντα να είναι ο πελάτης).
- Μην αντιδράσετε αμυντικά, ή με εχθρότητα (ανεξάρτητα από το ύφος του πελάτη, μην ξεχνάτε ότι σας παραπονιέται διότι νιώθει αδικημένος, δεν είναι εχθρός σας).
- Δείξτε προσωπικό ενδιαφέρον για το πρόβλημα και χρησιμοποιήστε το επώνυμο του πελάτη συχνά (αυτό θα δημιουργήσει μια πιο άμεση επαφή κι ως εκ τούτου θα μειώσει τη δυσαρέσκεια και την πιθανή ένταση του πελάτη).
- Θέστε ερωτήσεις ελέγχου (προκειμένου να κάνετε τις διαπιστώσεις σας).
- Μην αποκλίνετε από το πρόβλημα (αν ο πελάτης καταλάβει ότι προσπαθείτε να αλλάξετε θέμα θα δυσαρεστηθεί ακόμα περισσότερο).
- Μην επιρρίπτετε ευθύνες σε υπαλλήλους, ή το ξενοδοχείο (δείχνει ότι δεν υπάρχει συναδελφικότητα ανάμεσα στους εργαζόμενους στο ξενοδοχείο, κάτι που προκαλεί δυσαρέσκεια, επίσης κανένας ποτέ δε συμπάθησε έναν “καταδότη”).
- Κρατήστε σημειώσεις παρουσία του πελάτη (διαβεβαιώνεται έτσι ο πελάτης ότι ενδιαφέρεστε πραγματικά).
- Προτείνετε λύσεις, προσδιορίζοντας ταυτόχρονα τον πιθανό χρόνο επίλυσης του προβλήματος, χωρίς να υποτιμήσετε τον απαιτούμενο χρόνο και ρωτήστε τον πελάτη αν συμφωνεί με την πρόταση που του κάνατε.
- Ευχαριστήστε τον πελάτη για την επισήμανση του προβλήματος και διαβεβαιώστε τον για την άμεση προσπάθεια επίλυσής του ζητήματος.

Στη συνέχεια, ενημερωνόμαστε συνεχώς για την πρόοδο της αποκατάστασης του προβλήματος κι επικοινωνούμε με τον πελάτη για να εξακριβώσουμε αν το πρόβλημα επιλύθηκε με ικανοποιητικό τρόπο. Ανάλογα με το είδος και το μέγεθος των παραπόνων, καθώς επίσης και των απαιτήσεων που τυχόν αξιώνει ο πελάτης, ο προϊστάμενος υποδοχής τηλεφωνεί, ή αποστέλλει μια απολογητική επιστολή προς τον πελάτη, εκφράζοντας τη λύπη του για το περιστατικό. Σε πολλές περιπτώσεις, η αποστολή κάποιου δώρου συμβολικής αξίας, η αποστολή εκπωτικού κουπονιού, δωροεπιταγής, ή δωρεάν παροχής, για παράδειγμα δωρεάν διανυκτέρευση σε επόμενη διαμονή στο ξενοδοχείο κ.λπ., αρκεί για την αποκατάσταση της σχέσης του ξενοδοχείου με τον πελάτη.

5.7. Προφυλάξεις ασφαλείας

Ένα ξενοδοχείο το οποίο είναι ανοιχτό στο κοινό, τους πελάτες και το προσωπικό επί εικοσιτετραώρου βάσεως παρουσιάζει πολλά προβλήματα ασφαλείας. Η παροχή ασφάλειας συμπεριλαμβάνει την προστασία των ανθρώπων, των περιουσιακών τους στοιχείων και των κτιριακών εγκαταστάσεων. Λόγω της ποικιλομορφίας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας, το κάθε κατάλυμα πρέπει να δημιουργήσει και να εφαρμόσει το δικό του πρόγραμμα ασφάλειας, ανάλογα με τις ανάγκες του. Η Διεύθυνση του ξενοδοχείου έχει καθήκον να καθοδηγεί και να εκπαιδεύει όλο το προσωπικό σε θέματα φροντίδας, προφύλαξης και ασφάλειας κυρίως των πελατών.

5.7.1. Η συμβολή της υποδοχής στην ασφάλεια του ξενοδοχείου

Το προσωπικό της υποδοχής παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στο πρόγραμμα ασφάλειας του ξενοδοχείου, έχοντας τη δυνατότητα συνεχούς παρακολούθησης της κίνησης του ξενοδοχείου. Σύμφωνα με την Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998), οι πελάτες μπορούν να προστατευθούν καλύτερα εάν το ξενοδοχείο ακολουθεί την παρακάτω πολιτική:

- Απαγορεύει στα μέλη του προσωπικού να ανακοινώνουν τον αριθμό δωματίου ενός πελάτη, με φωνή που μπορεί να ακουσθεί κι από άλλους.
- Παρέχει οδηγίες στους υπαλλήλους να μη δίνουν πληροφορίες για τους πελάτες σ' αυτούς που τηλεφωνούν, ή σε επισκέπτες. Αυτοί που τηλεφωνούν μπορούν να συνδέονται απευθείας με το δωμάτιο του πελάτη χωρίς να ενημερώνονται για τον αριθμό του, ενώ από τους επισκέπτες μπορεί να ζητείται να χρησιμοποιούν τον τηλεφωνικό θάλαμο για να συνομιλήσουν με ένα δωμάτιο χωρίς να γνωρίζουν τον αριθμό, αφού θα τους συνδέσει ο τηλεφωνητής της υποδοχής.
- Καθοδηγεί το προσωπικό της υποδοχής να πληροφορεί τους πελάτες για τις προφυλάξεις που μπορούν να πάρουν οι ίδιοι. Για παράδειγμα, να τοποθετούν το αυτοκίνητο τους στο γκαράζ του ξενοδοχείου και να μην αφήνουν αντικείμενα αξίας μέσα σε αυτό. Να ασφαλίζουν τις πόρτες και τα παράθυρα του δωματίου τους, να μελετούν και ν' ακολουθούν τις οδηγίες ασφαλείας που βρίσκονται μέσα στο δωμάτιο και να χειρίζονται με σωστό τρόπο τον εξοπλισμό.

- Ενημερώνει τους υπαλλήλους για τρόπους προστασίας των παραδοθέντων αντικειμένων από τους πελάτες.
- Συμβουλεύει το προσωπικό να αναφέρει αμέσως στο τμήμα συντήρησης οποιαδήποτε βλάβη για σπασμένες κλειδαριές, χερούλια, ή πόμολα πόρτας και ηλεκτρικές πρίζες.

Η επιχείρηση μπορεί να διασφαλίσει τα περιουσιακά της στοιχεία με τη βοήθεια του προσωπικού της υποδοχής ως εξής:

- Οι ρεσεψιονίστ πρέπει κατά την άφιξη του πελάτη να συγκεντρώνουν πληροφορίες αναφορικά με τον τρόπο εξόφλησης του λογαριασμού του, για την αποφυγή απωλειών από απλήρωτους λογαριασμούς.
- Πολλοί πελάτες, έχουν τη συνήθεια κατά την αναχώρησή τους να “παίρνουν μαζί τους για σουβενίρ” πετσέτες, σεντόνια, σταχτοδοχεία κ.α. Μερικά ξενοδοχεία υπολογίζουν στον προϋπολογισμό τους αυτές τις απώλειες σαν έξοδα διαφήμισης, αλλά όταν το κόστος είναι πολύ υψηλό, πρέπει να λαμβάνονται μέτρα. Κατά την αναχώρηση, μια καμαριέρα μπορεί να σταλεί στα δωμάτια να κάνει έλεγχο για αντικείμενα που τυχόν λείπουν. Αν διαπιστώσει την αφαίρεση κάποιου αντικειμένου ειδοποιεί την υποδοχή, η οποία με τη σειρά της ειδοποιεί τη Διεύθυνση, ή το προσωπικό ασφαλείας. Σε περίπτωση που τα αντικείμενα δεν είναι μεγάλης αξίας, μερικά ξενοδοχεία μπορεί να δεχτούν την απώλεια χωρίς να προκαλέσουν τον πελάτη. Άλλα ξενοδοχεία όμως πιθανόν να ρωτήσουν τον πελάτη μήπως “κατά λάθος” πήρε κάτι, ή ακόμα και να ερευνήσουν τις αποσκευές του. Οι περισσότεροι πελάτες ισχυρίζονται ότι εν αγνοία τους τα αντικείμενα συσκευάστηκαν μέσα στις βαλίτσες τους. Ανεξάρτητα από τη στάση του πελάτη, η υποδοχή οφείλει να προσεγγίσει το όλο θέμα με πολύ διακριτικότητα, λεπτότητα κι ευγένεια, έτσι ώστε η υπόθεση να έχει την καλύτερη δυνατή έκβαση.
- Οι ρεσεψιονίστ, όπως και το προσωπικό ασφαλείας, πρέπει να επαγρυπνούν για τυχόν κλοπές που διαπράττονται από υπαλλήλους του ξενοδοχείου, σε βάρος της επιχείρησης. Οι κλοπές μπορεί ν’ αφορούν τρόφιμα, ποτά, λινά κ.α. Για τον περιορισμό τέτοιου είδους περιστατικών, το ξενοδοχείο καλό είναι να διαθέτει είσοδο προσωπικού και φύλακα, ο οποίος θα παρακολουθεί και θα ελέγχει κάθε εισερχόμενο κι εξερχόμενο υπάλληλο.

5.7.1.1. Έλεγχος των κλειδιών

Ένα ξενοδοχείο μπορεί να έχει στις πόρτες των δωματίων των πελατών (αλλά και σε άλλες πόρτες εντός του ξενοδοχείου), είτε παραδοσιακές μηχανικές κλειδαριές, είτε ηλεκτρονικές. Με το σύστημα των ηλεκτρονικών κλειδαριών όμως, αναβαθμίζονται ουσιαστικά τα επίπεδα ασφάλειας και προστασίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Για να υλοποιηθεί ένα ηλεκτρονικό σύστημα πρόσβασης στα δωμάτια, απαιτούνται ηλεκτρονικά κλειδιά που στην ουσία είναι μαγνητικές πλαστικές κάρτες, μία ηλεκτρονική συσκευή δημιουργίας κλειδιών (card reader/writer) και μία συσκευή ανάγνωσης κάρτας, ή/και πληκτρολόγησης κωδικού συνδεδεμένη με την πόρτα, έξω από κάθε δωμάτιο. Για να “φτιαχτεί” ένα κλειδί, η συσκευή δημιουργίας καρτών, ανάλογα με το μοντέλο, έχει διαφορετικό τρόπο λειτουργίας. Ενδεικτικά όμως, παρατίθεται το εξής παράδειγμα δημιουργίας κλειδιού από ένα card reader:

Πληκτρολογούμε στον card reader τον αριθμό του δωματίου για το οποίο επιθυμούμε να βγάλουμε κλειδί, την ημερομηνία αναχώρησης του πελάτη κι επιβεβαιώνουμε τις επιλογές αυτές πατώντας το ανάλογο πλήκτρο(ok,enter). Στη συνέχεια, τοποθετούμε μια κάρτα στην υποδοχή που υπάρχει στη συσκευή, περιμένουμε 1-2 δευτερόλεπτα, την ανασύρουμε και η κάστα-κλειδί είναι έτοιμη να ανοίξει το συγκεκριμένο δωμάτιο. Αν η διαδικασία δεν γίνει σωστά, η συσκευή δημιουργίας κλειδιών θα εμφανίσει στην οθόνη της μια ένδειξη για να μας ειδοποιήσει ότι κάτι κάναμε λάθος. Με την άφιξη του πελάτη του παραδίδουμε την κάρτα, η οποία θα ισχύει μέχρι και τις 12:00μ.μ της ημέρας αναχώρησης του πελάτη. Αν την ημέρα αναχώρησης ο πελάτης επιθυμεί να κάνει late check-out, ή ενώ έχει αποχωρήσει από το δωμάτιο και θυμηθεί ότι κάτι ξέχασε εκεί και η ώρα είναι έστω και 12:01μ.μ. η κάρτα πρέπει να προγραμματιστεί ξανά με την αυριανή ημερομηνία. Η συσκευή δημιουργίας κλειδιών, εκδίδει και τους διάφορους τύπους κλειδιών πασπαρτού που απαιτούνται για το προσωπικό του ξενοδοχείου (τις καμαριέρες, την προϊσταμένη ορόφων, τον γκρουμ κ.α.). Οι κυριότεροι τύποι κλειδιών πασπαρτού είναι οι εξής:

- *Κλειδί επείγουσας ανάγκης (grand master key)*. Ανοίγει όλες τις πόρτες του ξενοδοχείου και των δωματίων των πελατών, φυλάσσεται στο γραφείο του Διευθυντή και η χρήση του ελέγχεται αυστηρά και καταγράφεται.

- *Γενικό πασπαρτού (master key)*. Ανοίγει όλες τις πόρτες των δωματίων των πελατών και συνήθως το χρησιμοποιούν η προϊσταμένη, ο γκρουμ, όπου μετά το τέλος της βάρδιας τους το φυλάσσουν στο γραφείο της προϊσταμένης και στην υποδοχή αντίστοιχα.
- *Πασπαρτού (sub-master key)*. Ανοίγει, είτε ένα συγκεκριμένο αριθμό δωματίων σε κάθε όροφο, είτε τα δωμάτια όλου του ορόφου και δίνεται στην καμαριέρα προκειμένου να μπαίνει και να καθαρίζει τα δωμάτια αυτά, ή στην βοηθό προϊσταμένης ορόφων προκειμένου να επιθεωρεί την καθαριότητα των δωματίων.

Για κάθε δωμάτιο, μπορούμε να φτιάξουμε παραπάνω από μία κάρτες. Κάθε φορά που προσθέτουμε κάρτα σε ένα δωμάτιο, η συσκευή δημιουργίας κλειδιών μας δίνει την επιλογή να διαγράψουμε τις προηγούμενες κάρτες του δωματίου, ή απλά να προσθέσουμε σε αυτές την κάρτα που φτιάχνουμε τώρα. Έτσι για παράδειγμα:

- Σε περίπτωση που μια τριμελής οικογένεια αρχικά μας ζητήσει μια μόνο κάρτα, ενώ στη συνέχεια επιθυμούν να έχουν το κάθε άτομο τη δική του ξεχωριστή κάρτα, μπορούμε χρησιμοποιώντας τον card reader, να προσθέσουμε άλλες δύο κάρτες-κλειδιά στο δωμάτιο αυτό.
- Σε περίπτωση που ένας πελάτης χάσει την κάρτα-κλειδί του δωματίου του, μπορεί να ζητήσει από την υποδοχή την έκδοση μίας νέας κάρτας. Ο υπάλληλος της υποδοχής, εάν δεν είναι απόλυτα σίγουρος ότι ο συγκεκριμένος πελάτης διαμένει στο δωμάτιο για το οποίο ισχυρίζεται ότι έχασε την κάρτα, μπορεί να ζητήσει την πιστοποίηση της ταυτότητας του πελάτη. Στη συνέχεια, αφού ο υπάλληλος πιστοποιήσει την ταυτότητα του πελάτη, εκδίδει μια νέα κάρτα κι επιλέγει από το μηχάνημα να ακυρωθεί η προηγούμενη.
- Σε περίπτωση που το προσωπικό χάσει μια κάρτα-κλειδί πασπαρτού φροντίζει να ειδοποιήσει άμεσα την υποδοχή, η οποία με τη σειρά της φτιάχνει αμέσως μια νέα κάρτα πασπαρτού κι επιλέγει να ακυρωθεί η προηγούμενη, ώστε να αποφευχθούν, το συντομότερο δυνατό, μη εξουσιοδοτημένες χρήσεις της χαμένης κάρτας πασπαρτού.

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού συστήματος κλειδώματος, είναι η λεπτομερής καταγραφή των καρτών-κλειδιών που άνοιξαν δωμάτια, η ώρα και η

ημερομηνία που έγινε αυτό, αλλά και η ταυτότητα του χρήστη (υπάλληλος, ή πελάτης) που έχει εξουσιοδοτηθεί να χρησιμοποιεί τη συγκεκριμένη κάρτα που άνοιξε το κάθε δωμάτιο. Έτσι αν το προσωπικό γνωρίζει αυτή τη δυνατότητα του συστήματος, οι πιθανότητες των κλοπών από πλευράς υπαλλήλων μειώνονται.

5.7.1.2. Παρακολούθηση και έλεγχος της κίνησης

Η παρακολούθηση της κίνησης παίζει σημαντικό ρόλο για την προστασία των πελατών της επιχείρησης. Όταν είναι εφικτό, οι υπάλληλοι της υποδοχής πρέπει να επιτηρούν τις εισόδους του ξενοδοχείου, τους ανελκυστήρες και τις σκάλες. Αναμφισβήτητα, ο αποτελεσματικός έλεγχος εξαρτάται κυρίως από τις κατάλληλες αντιδράσεις του προσωπικού που επιτηρεί τους χώρους του ξενοδοχείου, αλλά ο έλεγχος της κίνησης μπορεί να υποβοηθηθεί με τη χρήση διαφόρων τύπων εξοπλισμού. Το κλειστό κύκλωμα τηλεόρασης μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά ως εργαλείο παρακολούθησης, τοποθετώντας κάμερες στους κυριότερους χώρους της επιχείρησης, όπως οι είσοδοι του ξενοδοχείου, το λόμπι, οι ανελκυστήρες, οι σκάλες και οι διάδρομοι των ορόφων. Απαγορεύεται και διώκεται ποινικά η τοποθέτηση κάμερας στα δωμάτια των πελατών, αλλά και των μελών του προσωπικού που διαμένουν στο ξενοδοχείο. Οι οθόνες για τον έλεγχο των καμερών τοποθετούνται είτε στο back office, είτε σε ξεχωριστό τμήμα ασφάλειας και οι υπάλληλοι που τις παρακολουθούν πρέπει να ενεργούν άμεσα, σε περίπτωση που αντιληφθούν οποιαδήποτε ασυνήθιστη κίνηση. Συχνά τοποθετούνται οθόνες και στο γραφείο του Διευθυντή προκειμένου να έχει μια πρώτη εικόνα για τους χώρους του ξενοδοχείου και την κίνηση μέσα σε αυτούς.

5.7.1.3. Προστασία του ταμείου

Στον ταμιά της υποδοχής παρέχεται ένα συγκεκριμένο ποσό μετρητών, προκειμένου να μπορεί να διεξάγει συναλλαγές και είναι υπεύθυνος γι' αυτό το ποσό, αλλά και για όλα τα χρήματα που προστίθενται σε αυτό κατά τη διάρκεια της βάρδιας. Το συρτάρι του ταμείου όταν δεν χρησιμοποιείται πρέπει να είναι συνεχώς κλειδωμένο και το ιδανικό θα ήταν να είχε πρόσβαση σε αυτό μόνον ένα άτομο. Όλες οι εγγραφές (εξόφληση λογαριασμού, είσπραξη προκαταβολής κ.λπ.), πρέπει να καταχωρούνται αμέσως στον ηλεκτρονικό υπολογιστή από τον ταμιά και να ολοκληρώνει μία

διαδικασία προτού ασχοληθεί με κάτι διαφορετικό, για την αποφυγή σύγχυσης. Κατά τη διάρκεια μια συναλλαγής τα χρήματα δεν πρέπει να τοποθετούνται σε εμφανές σημείο, γιατί αυτό μπορεί να διευκολύνει κάποιον να τα κλέψει. Στο τέλος κάθε βάρδιας ο ταμίας κάνει κλείσιμο ταμείου και παραδίδει όλα τα χρήματα και τα ανάλογα παραστατικά στοιχεία στον ταμία της επόμενης βάρδιας.

5.7.1.4. Θυρίδες ασφαλείας

Σύμφωνα με το νόμο, το ξενοδοχείο δε φέρει καμία ευθύνη για την πιθανή απώλεια χρημάτων, τιμαλφών, ή αντικειμένων των πελατών, αν αυτοί δεν τα έχουν παραδώσει προς φύλαξη στο τμήμα της υποδοχής, ή δεν τα έχουν τοποθετήσει στο χρηματοκιβώτιο που βρίσκεται στο δωμάτιο τους. Η σχετική επισήμανση αναγράφεται στο registration card, αλλά είναι και αναστημένη στα δωμάτια των πελατών, στο ασανσέρ, στην υποδοχή κ.λπ. Οι θυρίδες ασφαλείας βρίσκονται συνήθως στο χώρο του ταμείου, ή σε συγκεκριμένο χώρο στο back office. Για το άνοιγμα κάθε θυρίδας απαιτούνται δύο κλειδιά. Το ένα είναι γενικό για τη μία από τις δύο κλειδαριές όλων των θυρίδων, φυλάσσεται στο ταμείο και παραδίδεται από τη μία βάρδια στην άλλη, ενώ το άλλο είναι διαφορετικό για κάθε θυρίδα και δίνεται στον πελάτη. Όταν ένας πελάτης θέλει να χρησιμοποιήσει μία θυρίδα ασφαλείας, υποχρεούται να υπογράψει ένα συμφωνητικό-απόδειξη, στο οποίο συμπληρώνονται τα προσωπικά του στοιχεία, ο αριθμός της θυρίδας, η προβλεπόμενη ημερομηνία παράδοσής της και μία υπεύθυνη δήλωση ότι ο ίδιος (ο πελάτης), είναι ο κύριος υπεύθυνος για όλα τα έξοδα που πρόκειται να προκύψουν στην περίπτωση απώλειας του κλειδιού που του δίνεται. Διότι αν αυτό χαθεί, για να ανοίξει η θυρίδα πρέπει να τρυπηθεί με τρυπάνι, παρουσία ενδεχομένως ενός μάρτυρα, του πελάτη, ή ενός αντιπροσώπου του και κάποιου από την επιχείρηση. Αν ο πελάτης το επιθυμεί, μπορεί να συμπληρώσει στο συμφωνητικό και τα στοιχεία ενός δεύτερου ατόμου που μπορεί να έχει πρόσβαση στη θυρίδα, αλλά πρέπει και το δεύτερο άτομο να υπογράψει στο ειδικό αυτό έντυπο. Στη συνέχεια, ο πελάτης συνοδεύεται στο χώρο που βρίσκονται οι θυρίδες και τοποθετεί τα αντικείμενα που έχει προς φύλαξη στη θυρίδα και του παραδίδεται το κλειδί της θυρίδας. Το ειδικό συμφωνητικό τοποθετείται μαζί με την αλληλογραφία του πελάτη και κάθε φορά που ο πελάτης χρησιμοποιεί τη θυρίδα του, πρώτα υπογράφει σε αυτό και σημειώνεται εκεί η ημερομηνία και η ώρα της επίσκεψης. Επίσης, κάθε φορά, ο αρμόδιος υπάλληλος θα πρέπει να ελέγχει την

ταυτότητα του πελάτη, ή να συγκρίνει τη νέα υπογραφή με την πρώτη, που τέθηκε κατά την έκδοση του συμφωνητικού. Κατά την αναχώρηση από το ξενοδοχείο, ο πελάτης αδειάζει τη θυρίδα του και παραδίδει το κλειδί της στη ρεσεψιόν. Το ειδικό έντυπο τοποθετείται στο αρχείο της υποδοχής. Μερικά ξενοδοχεία, θέλοντας να προσφέρουν υψηλότερης ποιότητας υπηρεσίες, έχουν τοποθετήσει χρηματοκιβώτια στα δωμάτια των πελατών τους. Τα χρηματοκιβώτια λειτουργούν είτε με ηλεκτρονικούς κωδικούς τους οποίους επιλέγουν οι πελάτες, είτε με απλά κλειδιά, είτε με ειδικές μαγνητικές κάρτες. Σε πολλά ξενοδοχεία η υπηρεσία του χρηματοκιβωτίου παρέχεται δωρεάν.

6. Επίλογος

Πολύ παλιά, την εποχή των πανδοχείων, ο πανδοχέας, μόνος του, ή με τη βοήθεια της οικογένειάς του, θα προσπαθούσε να δώσει τροφή και στέγη στους πελάτες του κάτω από συνθήκες που σήμερα θεωρούμε απαράδεκτες. Αργότερα, οι Ελβετοί στην προσπάθειά τους να είναι σχολαστικοί, κατέγραφαν τα πάντα και μάλιστα πολλές φορές, κάτι που έκανε πολύ χρονοβόρα και κοπιαστική τη δουλειά του υπάλληλου υποδοχής. Σήμερα, με τη βοήθεια των ηλεκτρονικών υπολογιστών και με τον καθορισμό κάποιων standard στις λειτουργίες της υποδοχής, οι διαδικασίες έχουν απλουστευτεί πολύ. Αυτό έχει βοηθήσει στην ομαλότερη λειτουργία του τμήματος, κάτι που επηρεάζει θετικά και την επιχείρηση και τους πελάτες.

Αυτό ακριβώς είναι και το θέμα αυτής της εργασίας. Προσπάθησα λοιπόν, με γνώμονα την εμπειρία μου μέσα από εργασία στη ρεσεψιόν ξενοδοχείου πόλεως και με τη βοήθεια μερικών βιβλίων, να παρουσιαστούν οι διεργασίες της υποδοχής και να δοθούν κάποιες οδηγίες προς την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και προς ένα πιο κερδοφόρο, για το ξενοδοχείο, τμήμα υποδοχής.

Συμπεράσματα:

- Ένας υπάλληλος υποδοχής πρέπει να είναι φιλόξενος.
- Η εμπειρία παίζει καθοριστικό ρόλο στην απόδοση των υπαλλήλων υποδοχής.
- Οι απόψεις των πελατών για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, είναι πού σημαντικές και πάντα καλοδεχούμενες, διότι μπορεί να συμβάλουν στη βελτίωση των υπηρεσιών του ξενοδοχείου.
- Η σωστή συνεργασία των εργαζομένων όλου του ξενοδοχείου είναι απαραίτητη για την αρμονική λειτουργία της επιχείρησης.

- Οι νέες τεχνολογίες κάνουν τη δουλειά του εργαζομένου ευκολότερη και την εμπειρία του πελάτη καλύτερη.
- Η καλή ενδυμασία δίνει κύρος στον εργαζόμενο και στην επιχείρηση.
- Το τμήμα υποδοχής παίζει καθοριστικό ρόλο στην ασφάλεια του ξενοδοχείου και των πελατών.
- Οι υπάλληλοι υποδοχής θα πρέπει να σκέφτονται ως πωλητές που θέλουν να αυξήσουν τα έσοδα της επιχείρησης, ενώ ταυτόχρονα να φροντίζουν να ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών.
- Το βιβλίο βάρδιας είναι ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία στην υποδοχή.
- Είναι σημαντικό να δημιουργείται ένα όσο το δυνατόν πιο πλήρες προφίλ πελάτη, γιατί αυτό θα χρειαστεί στο τμήμα marketing, αλλά και στο γνωρίζει η υποδοχή τις προτιμήσεις του πελάτη αν αυτός ξαναέρθει. Τα traces βοηθούν σε αυτή τη διαδικασία.
- Ένας υπάλληλος υποδοχής πρέπει να γνωρίζει όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για τη γύρο περιοχή και όλες τις πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου. Πρέπει επίσης να μπορεί να τις μεταδώσει ξεκάθαρα και άμεσα στον ενδιαφερόμενο πελάτη.
- Η καλή και φιλική συμπεριφορά του εργαζομένου μπορεί ακόμα και να “διαγράψει” από τη μνήμη του πελάτη, τυχόν λάθη εκ μέρους κάποιου εργαζομένου, ή γενικά της επιχείρησης.

Τέλος, πιστεύω ότι πρέπει πάντα να θυμόμαστε το εξής:

Ο πελάτης δεν έχει πάντα δίκαιο, όμως δεν παύει να είναι πάντα ο πελάτης.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Ελληνικές

Gee, C. & Makens, J. & Choy, D., 2001. *Τουριστική & Ταξιδιωτική Βιομηχανία Γ'* Έκδοση. Περιστέρι: Εκδόσεις "Έλλην".

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998. *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εκδοτικός οίκος Interbooks.

Θεοχάρης, Ν., 2007. *Front office management*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Καπίκη-Πιβεροπούλου, Τ., 1998. *Υπηρεσία Υποδοχής*. Αθήνα: Εκδοτικός οίκος Interbooks.

Ρούπας, Β., Λαλούμης, Δ., 1998. *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Α. Σταμούλης.

Από το Διαδίκτυο

Ιστορική αναδρομή του ξενοδοχείου Μεγάλη Βρετανία [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: http://www.grandebretagne.gr/gr/history_gr [πρόσβαση 7 Μαΐου 2013]

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. Understanding tourism: basic glossary [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> [πρόσβαση 15 Μαΐου 2013]

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Abbott, P. & Lewry, S., 2002. *Υποδοχή Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

Από το Διαδίκτυο

Τσακίρη, Γ. 2004. Συμφέρει η Χρονομεριστική Μίσθωση. *Το Βήμα*. [Διαδίκτυο], 11 Απριλίου, Διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=158284> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

Thomas Cook History [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <http://www.thomascook.com/thomas-cook-history/> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

2008, Σύμβαση Χρονομεριστικής Μίσθωσης, *Capital.gr*. [Διαδίκτυο], 27 Οκτωβρίου, Διαθέσιμο στο: <http://www.capital.gr/law/articles.asp?id=605020&subcat=103> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

GDS Distribution, [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <http://www.amadeus.com/linkhotel/distribution/gds-distribution.html> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Χρονομεριστική Μίσθωση (Time Sharing) [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/tourismos-diakopes/75-time-sharing.html> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

NCR, Hotel Lobby, [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <http://www.ncr.com/sites/ncr-hotel-check-in/index.html> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2013]

Wikipedia the Free Encyclopedia, Traveler's Cheque, [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: http://en.wikipedia.org/wiki/Traveler%27s_cheque [πρόσβαση 16 Ιουλίου 2013]

Χαϊμαντάς Σ. Χρήματα, [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: http://www.traveltips.gr/PreTravel/pretravel_money.htm [πρόσβαση 16 Ιουλίου 2013]

Dimex Είδη Μηχανογράφησης, Καταμετρητές & Ανιχνευτές Χρημάτων [Διαδίκτυο],
Διαθέσιμο στο: <http://www.dimex.gr/categories.asp?catid=4735> [πρόσβαση 20 Μαΐου
2013]