

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
ΛΟΒΑΣΑ ΣΟΦΙΑ  
ΜΕΤΑΞΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ**

**«ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ  
ΚΟΥΡΤΣΑΣ Γ.**

**ΣΙΝΔΟΣ 2011**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	6
1 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	7
1.1 Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ.....	8
1.2 ΚΑΤΑΓΩΓΙΑ, ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΠΗΛΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ.....	9
1.3 ΟΙ ΞΕΝΩΝΕΣ ΣΤΟ ΒΥΖΑΝΤΙΟ.....	11
1.4 ΤΑ ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΤΟΥ ΜΕΣΑΙΩΝΑ.....	12
1.5 ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....	13
1.6 ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ.....	14
1.7 ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	14
2 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ-ΙΔΡΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ- ΤΥΠΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	16
2.1 ΙΔΡΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	19
2.2 ΤΥΠΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	24
2.3 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΥΠΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	28
2.4 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ Ε.Ο.Τ. ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	31
2.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	35
3 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΥΠΝΟΔΩΜΑΤΙΩΝ.....	44
3.1 ΥΠΟΔΟΧΗ.....	44
3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ.....	50
3.3 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ.....	50
3.4 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ.....	53
3.5 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ.....	54
3.6 ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	56
3.7 ΤΥΠΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	57

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΝΣΤΟΛΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	59
3.9 ΕΝΤΥΠΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ.....	60
4 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΟΡΟΦΟΚΟΜΙΑΣ .....	75
4.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΟΡΟΦΩΝ.....	75
4.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΟΡΟΦΩΝ.....	77
4.3 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	79
4.4 ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ.....	82
4.5 ΛΙΝΟΘΗΚΗ.....	85
4.6 ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ.....	89
4.7 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ HOUSEKEEPING ΜΕ ΤΑ ΛΟΙΠΑ ΤΜΗΜΑΤΑ.....	89
5 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ .....	91
5.1: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ.....	91
5.2: ΒΟΗΘΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ.....	92
5.3: ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ.....	93
5.4: ROOM SERVICE.....	98
5.5 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ.....	99
5.6 ΜΠΑΡ.....	102
5.7 ΚΟΥΖΙΝΑ.....	108
6 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ .....	113
6.1 ΕΥΘΥΝΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	114
6.2 ΤΥΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	115
6.3 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΟΥΣ.....	117
7 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	119
7.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	120
7.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	121

7.3 Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	122
7.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	122
7.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	123
8 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ .....	125
8.1 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	126
8.2 Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ.....	127
8.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ.....	128
8.4 ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ.....	128
8.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	132
9 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΕΛΕΓΧΟΥ .....	145
9.1 ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ.....	145
9.2 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ.....	146
9.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ.....	147
9.4 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΛΟΙΠΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ.....	148
10 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ .....	150
10.1 ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ.....	150
10.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	151
10.3 ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ.....	152
10.4 ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	153
10.5 ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	154
10.6 ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	155
11 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ .....	157
11.1 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	157
11.2 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	158

11.3 ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	158
11.4 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	159
11.5 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΚΛΕΙΔΙΩΝ.....	160
11.6 ΘΥΡΙΔΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	161
11.7 ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ.....	164
11.8 ΠΥΡΚΑΓΙΑ.....	165
11.9 ΛΗΣΤΕΙΑ.....	166
12 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ .....	167
13 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗΣ .....	169
13.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΝΙΜΑΤΕΥΡ.....	169
13.2 ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	170
13.3: ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ-ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ.....	171
14 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ.....	172

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα της βιομηχανίας του τουρισμού. Χαρακτηριστικό της ξενοδοχειακής βιομηχανίας είναι ότι προσφέρει έναν συνδυασμό από αγαθά και υπηρεσίες, γεγονός που την καθιστά ξεχωριστή από άλλου είδους βιομηχανίες. Ο Λ. Χυτήρης, στο βιβλίο του «Το Μανατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων», αναφέρει πως τα ξενοδοχεία συχνά χαρακτηρίζονται ως μονάδες που προσφέρουν «εμπειρίες» μάλλον, παρά προϊόντα.

Στην έννοια της ξενοδοχειακής βιομηχανίας λοιπόν, ανήκουν όλες εκείνες οι κτιριακές εγκαταστάσεις στις οποίες προσφέρεται ο συνδυασμός αγαθών και υπηρεσιών και μας είναι γνωστά ως ξενοδοχεία, πανδοχεία, ξενώνες, μοτέλ κ.λ.π.

Οι ξενοδοχειακές μονάδες σαν συνολική οικονομική δραστηριότητα παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον και αποτελούν σημαντικό στοιχείο της οικονομίας διαφόρων χωρών. Θεωρούνται ως βασικοί παράγοντες της ανάπτυξης του τουρισμού.

Τουρισμός και ξενοδοχεία, αλληλοεπηρεάζονται και αλληλοδιαμορφώνονται. Το έργο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δεν περιορίζεται μόνο στην εξυπηρέτηση του τουρισμού, εντούτοις είναι συνυφασμένο με αυτόν.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η ιστορία των ξενοδοχείων έχει την ηλικία που έχει και ο ανθρώπινος πολιτισμός. Μπορούμε να διακρίνουμε τρεις φάσεις στην αντιμετώπιση της φιλοξενίας από τους αρχαίους πολιτισμούς.

Η πρώτη φάση συνδέεται με την εποχή που ο ξένος ήταν ένα σπάνιο φαινόμενο. Έτσι, όταν ένας επισκέπτης έφθανε σε κατοικημένη περιοχή, όλοι επιζητούσαν την παρέα του, η οποία έδινε κοινωνική αίγλη. Ταυτόχρονα όμως οι ντόπιοι έπαιρναν από τον ξένο πληροφορίες σχετικά με θέματα στρατιωτικά, πολιτιστικά και τεχνικά, οι οποίες μπορούσαν να έχουν σημαντική αξία.

Με την πάροδο των χρόνων όμως (δεύτερη φάση), ο αριθμός των ξένων μεγάλωνε και η αύξηση της προσφοράς μείωνε τη ζήτηση. Δεν ξεχώριζε πλέον στις κοινωνίες της εποχής αυτός που φιλοξενούσε ένα ξένο, διότι υπήρχαν πολλοί ξένοι που ζητούσαν φιλοξενία. Ταυτόχρονα οι πληροφορίες που μετέφεραν ήταν ήδη γνωστές, διότι τις είχαν μεταφέρει πιο πριν άλλοι ξένοι επισκέπτες. Τότε χρειάστηκε να μεσολαβήσει η πολιτεία για να αντιμετωπισθεί το πρόβλημα καταλύματος των ξένων.

Στην τρίτη φάση και όταν πλέον οι ξένοι έγιναν, ειδικά σε ορισμένες περιοχές και περιόδους του χρόνου, πολλοί σε αριθμό για να εξασφαλίσουν κάποιο κατάλυμα έπρεπε να πληρώσουν. Μέσα από αυτή τη διαδικασία άρχισαν τη λειτουργία τους τα ξενοδοχεία.

Σήμερα οι τουρίστες κινούνται κατά εκατομμύρια κάθε χρόνο. Η εμπορία της φιλοξενίας έχει πάρει επιστημονικές διαστάσεις και ο τουρισμός αποτελεί μεγάλης σημασίας κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, τόσο για τις χώρες που δέχονται τουρισμό, όσο και για τις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι τουρίστες.

## 1.1 Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ



*Φιλοξενία στην Αρχαία Ελλάδα*

Στην Αρχαία Ελλάδα η φιλοξενία εθεωρείτο πράξη αρετής. Τους ξένους προστάτευαν ο Ξένιος Δίας και η Αθηνά η Ξενία, όπως και οι Διόσκουροι Κάστωρ και Πολυδεύκης. Υπήρχε θεία απαίτηση για την περιποίηση των ξένων και εθεωρείτο αμάρτημα η κακή αντιμετώπισή τους. Η φιλοξενία ακολουθούσε μία ιεροτελεστία και παρέχονταν σε κάθε ξένο, ο οποίος ανεξάρτητα από την τάξη που ανήκε, μπορούσε να μείνει σε ειδικό δωμάτιο στον «ξενώνα». Η φιλοξενία είχε σημαντική κοινωνική δύναμη, διότι μπορούσε να συνδέσει άτομα οποιασδήποτε τάξης, ακόμη και απλούς πολίτες με βασιλιάδες.

Η αποδοχή ενός ξένου για φιλοξενία λεγόταν «εστιάν» ή «ξενίζεин» ή «ξενοδοχείν». Ο ξένος με την άφιξή του έκανε ευχές στην οικογένεια που τον φιλοξενούσε και στην αναχώρηση δεχόταν δώρα. Όταν εμφανιζόταν ένας ξένος, ο κύριος του σπιτιού ή στην περίπτωση σύμφωνα με τους αρχαίους Έλληνες «ξενοδόχος» ή «στεγανόμος», ή «εστιοπάμμων» ή «ναύκληρος», τον προσκαλούσε στο σπίτι του και παρέθετε γεύμα προς τιμή του. Η πρόσκληση σε γεύμα λεγόταν «επί ξενία καλείν». Ο ξένος μετά από το καθιερωμένο λουτρό, φορούσε τα πολυτελή ενδύματα που του προσέφερε ο οικοδεσπότης και στη συνέχεια καθόταν τιμητικά σε θρόνο. Στους πρώτους ιστορικούς χρόνους βελτιώθηκαν οι συγκοινωνίες με αποτέλεσμα την ανάπτυξη του εμπορίου. Οι πολιτείες και οι κοινωνίες άκμαζαν, όπως επίσης οι επιστήμες και οι τέχνες. Τα ταξίδια τότε έγιναν συχνά και πήραν μαζικό χαρακτήρα σε περιόδους αγώνων και εορτών.



Οι ελληνικές πόλεις, σε περιπτώσεις εορτών, αθλητικών εκδηλώσεων και πανηγυρισμών, εκτός από το πλήθος των επισκεπτών, δέχονταν και αντιπροσωπεΐες από άλλες πόλεις. Τότε με τη μεσολάβηση της πολιτείας, η φιλοξενία ανατέθηκε σε ορισμένους πολίτες οι οποίοι αντιπροσώπευαν την πόλη, οπότε δημιουργήθηκε ο θεσμός της δημόσιας φιλοξενίας. Η δημόσια φιλοξενία συνήθως δημιουργούσε ισχυρούς δεσμούς ανάμεσα στις πόλεις, με αποτέλεσμα να συνάπτονται συνθήκες αμοιβαίας φιλοξενίας.

Την προστασία των ξένων σε κάθε πόλη επέβλεπαν οι «πρόξενοι», δηλαδή οι επίσημοι αντιπρόσωποι των άλλων πόλεων, μετά από ειδική συνθήκη που υπογράφονταν για αυτό. Έτσι δημιουργήθηκε ο θεσμός της «προξενίας».

## **1.2 ΚΑΤΑΓΩΓΙΑ, ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΠΗΛΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ**

Με το πέρασμα του χρόνου εμφανίστηκαν δημόσια και ιδιωτικά ξενοδοχεία, με την ονομασία «πανδοχεία» ή «καταγώγια».

Τα καταγώγια χτιζόνταν δίπλα σε ναούς ή σε περιοχές όπου διοργανώνονταν εορτές και αγώνες, όπως στην Αρχαία Ολυμπία, στους Δελφούς, στην Επίδαυρο κλπ. Τα περισσότερα καταγώγια της εποχής ήταν πολυτελή πέτρινα διώροφα ή τριώροφα κτίσματα όπως το καταγώγιο της Επιδαύρου δυναμικότητας 100 δωματίων και 200 κλινών, το Λεωνιδαίο στην Ολυμπία μήκους 154 μέτρων, το καταγώγιο της Θεάς Αρτέμιδας στη Μαγνησία, το καταγώγιο της Δήλου κ.ά. Τότε εμφανίστηκε και το επάγγελμα του «εξηγητού», δηλαδή του σημερινού ξεναγού. Η λέξη καταγώγιο προέρχεται από το κατάγομαι – καταλύω και δεν εξέφραζε την εποχή εκείνη κάποια μειωτική έννοια.

Τα πανδοχεία ήταν ιδιωτικά και κερδοσκοπικά σε αντίθεση με τα καταγώγια τα οποία ήταν συνήθως δημόσια και αφιλοκερδή και διακρίνονταν σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τις παροχές τους και την πολυτέλειά τους. Ορισμένα από αυτά παρείχαν μόνο δωμάτιο, ενώ ορισμένα άλλα δωμάτιο με διατροφή και συμπληρωματικές υπηρεσίες που κάλυπταν τις ανάγκες του ταξιδιώτη. Οι υπηρεσίες αυτές, καθώς και το όλο προϊόν, αρχικά ήταν υποτυπώδης, αλλά με την πάροδο του χρόνου και την αύξηση του ανταγωνισμού βελτιώθηκαν εντυπωσιακά.

Οι Αρχαίοι Έλληνες περπατούσαν πολύ. Ενδεικτικά αναφέρουμε, ότι η διαδρομή Αθήνα – Ολυμπία αποτελούσε μία λογική απόσταση για να ταξιδέψει κανείς με τα πόδια και κάθε πέντε χρόνια ένα τεράστιο πλήθος από διάφορες πόλεις της Ελλάδας, έφτανε στην Ολυμπία περπατώντας. Έτσι, σταδιακά, κτίστηκαν πανδοχεία στην ύπαιθρο, σε συγκεκριμένα σημεία διαδρομών, έτσι ώστε να διευκολύνουν τα ταξίδια και την προσπέλαση διαφόρων περιοχών.

Κατά τον Δ΄ π. Χ. αιώνα στην Αθήνα, Πειραιά, Κόρινθο, αλλά και σε πολλές άλλες πόλεις της Ελλάδας, υπήρχε πληθώρα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Ειδικά στον εορτασμό των Διονυσίων στην Αθήνα, ούτε οι θεσμοί φιλοξενίας, ούτε τα ξενοδοχεία μπορούσαν να καλύψουν τη ζήτηση, με αποτέλεσμα να λειτουργούν επιχειρήσεις ενοικίασης σκηνών.

Ένα ξενοδοχείο πρώτης τάξης του Γ΄ αιώνα π. Χ., όπως περιγράφεται στο βιβλίο του Μ. Γκικόκα, αποτελείτο από ένα διώροφο ή τριώροφο κτίριο, διακοσμημένο με στοές και περιστύλια, ενώ αναπαραστάσεις όπως η αρπαγή της Περσεφόνης, οι γάμοι του Μενέλαου, οι δώδεκα Θεοί στον Όλυμπο και άλλες εικόνες, στόλιζαν τους τοίχους. Στο ισόγειο, αντίστοιχα διακοσμημένες, υπήρχαν ευρύχωρες αίθουσες γευμάτων.

Στα δωμάτια υπήρχαν σκαλιστά κρεβάτια από ξύλο σφενδάμου και διακόσμηση πύξου και κατεργασμένα κομμάτια από όστρακο χελώνας, με πόδια και διακοσμημένα από ασήμι και ελεφαντόδοντο. Το κρεβάτι δένονταν με σχοινί ή σπάρτα, για να σταθούν επάνω του στρώματα βαμμένα με πορφύρα, τα οποία σκεπάζονταν με πολυτελή υφάσματα. Τότε εμφανίστηκε και η ειδικότητα του «στρώτη», ειδικού υπηρέτη στο στρώσιμο του κρεβατιού.

Υπήρχε πολυάριθμο προσωπικό και απόλυτη εξυπηρέτηση. Τα φαγητά ερχόταν σε πιατέλες, συνήθως ασημένιες. Ο φωτισμός το βράδυ γινόταν με δάδες και λυχνάρια, τα οποία στηρίζονταν σε ειδικές διακοσμημένες υποδοχές στους τοίχους ή σε σκαλιστούς στύλους. Συνήθως τους συνδαιτυμόνες διασκεδάζαν μουσικοί της εποχής.

Το φιλοδώρημα στην Αρχαία Ελλάδα έπαιζε τον σημερινό του ρόλο, δηλαδή ήταν μία απόπειρα για εξασφάλιση επιπλέον εξυπηρέτησης.

Πέραν όμως των πολυτελών ξενοδοχείων, υπήρχαν και πολλά χαμηλών κατηγοριών, όπου τα κρεβάτια ήταν ξύλινα και απλά, όπως και όλο το κτίριο και ο εξοπλισμός του.

Τα καπηλεία ήταν αρχικά είδος ταβέρνας όπου προσφέρονταν κύρια κρασί, αλλά και φαγητό. Το κεντρικό προϊόν του καπηλείου ήταν η διασκέδαση. Σταδιακά, δεδομένου ότι υπήρχε συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση πρόσθεσαν στις υπηρεσίες τους και την προσφορά στέγης στους ταξιδιώτες. Οι Ρωμαίοι ονόμαζαν τα καπηλεία *campona* και *ganea*. Τα περισσότερα ήταν εφοδιασμένα με τραπέζια και καρέκλες, αν και λίγες εξαιρέσεις διέθεταν ανάκλινδρα. Η ατμόσφαιρα ήταν ρυπαρή και θορυβώδης. Το επάγγελμα του καπήλου εθεωρείτο ανέντιμο και η λέξη φέρει την έννοια του κλέφτη ακόμη και σήμερα. Παρουσίαζε δε τέτοια ομοιότητα με το επάγγελμα του πανδοχέα, ώστε δημιουργήθηκε σύγχυση στον κόσμο, με αποτέλεσμα και τη δυσφήμιση του επαγγέλματος του πανδοχέα.

### 1.3 ΟΙ ΞΕΝΩΝΕΣ ΣΤΟ ΒΥΖΑΝΤΙΟ

Στο Βυζάντιο υπήρχαν πολλά πανδοχεία και καπηλεία, διαφορετικών κατηγοριών. Η μορφή τους με το χρόνο είχε τροποποιηθεί και η κουζίνα τους αποτελούσε ένα μίγμα ελληνικής, ευρωπαϊκής και ασιατικής, αν και το κρασί ποτέ δεν έχασε την αίγλη του. Οι εν γένει συνθήκες ήταν μέτριες και διέφεραν από τις πολυτελείς Αρχαιοελληνικές.

Η Κωνσταντινούπολη ήταν το σημαντικότερο εμπορικό κέντρο του κόσμου, με τεράστια συρροή ξένων από διάφορα μέρη της Ασίας, της Ευρώπης και της Αφρικής. (Πολλές ακόμη ελληνικές πόλεις βρέθηκαν τότε σε ακμή, όπως η Θεσσαλονίκη, η Βέροια, η Πάτρα, κ.α.) Τα διαθέσιμα καταλύματα στην Κωνσταντινούπολη και σε όλη τη Βυζαντινή επικράτεια, δεν επαρκούσαν για τη φιλοξενία των πολυάριθμων ξένων.

Παράλληλα με την ιδιωτική ξενία, η εκκλησία στο Βυζάντιο δημιούργησε τον θεσμό των ξενόνων, ονομαζόμενοι “*xenodochium*”, τα οποία ήταν κυρίως φιλανθρωπικά ξενοδοχεία. Οι ξενώνες λειτουργούσαν ως πτωχοκομεία, ως νοσοκομεία και ως ξενοδοχεία. Ορισμένες φορές δίπλα σε νοσοκομεία για να διαμένουν οι συγγενείς των ασθενών, ενώ σε άλλες περιπτώσεις ανεξάρτητα, για να προσφέρουν χωρίς αμοιβή κατάλυμα στους ξένους και στους ανήμπορους.

Την εποχή εκείνη η ξενία αναδείχτηκε για μία ακόμη φορά σε θρησκευτική αρετή. Αρκετοί φιλάνθρωποι δημιούργησαν ξενώνες, ενώ οι βασιλείς προσέφεραν

επιχορηγήσεις. Γνωστοί ξενώνες ήταν η «Βασιλειάδα» του Μ. Βασιλείου στη Καισάρεια που ιδρύθηκε το 372 και ήταν μεγάλος σαν πόλη, ο «Ξενών του Σαμψών» που ίδρυσε ο Ιουστινιανός και απέναντι από αυτούς οι ξενώνες του «Ισιδώρου» και του «Αρκαδίου», ιδρυθέντες επίσης από τον Ιουστινιανό. Οι ξενώνες απλώθηκαν σε όλο το Βυζάντιο και ειδικά στη διαδρομή από Κωνσταντινούπολη μέχρι του Αγίου Τόπου. Πολλοί από αυτούς όμως μετά την άλωση εξελίχθηκαν σε σταθμούς караβανιών, δηλαδή σε Καραβάν σεράγια. Τότε φάνηκε ότι ήρθε το τέλος των ξενώνων. Όμως ακόμη και σήμερα διατηρείται η παράδοση της φιλοκερδούς φιλοξενίας στον ειδικό χώρο, το «αρχονταρίκι» των μοναστηριών.

#### **1.4 ΤΑ ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΤΟΥ ΜΕΣΑΙΩΝΑ**

Στις αρχές του μεσαίωνα στην Ευρώπη, τόσο οι εμπορικές δραστηριότητες όσο και τα ταξίδια ήταν σπάνια. Στα τέλη του μεσαίωνα όμως το εμπόριο και τα ταξίδια παρουσίασαν τέτοια ανάπτυξη, που δημιουργήθηκε η ανάγκη ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Η αυξημένη ζήτηση οδήγησε ορισμένα άτομα στο να φιλοξενούν επί πληρωμή ταξιδιώτες στα σπίτια τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκαν πολλά από τα πανδοχεία της εποχής. (Keiser R. James 2000)

Τα πανδοχεία κατά κανόνα ήταν - όπως πολλά χάνια -διώροφα κτίσματα με προαύλιο, που στο ισόγειο διέθεταν χώρο σίτισης για τους ταξιδιώτες και στάβλο για τα ζώα. Στον όροφο διέθεταν μεγάλα δωμάτια, συνήθως χωρίς επίπλωση, όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να κοιμηθούν ομαδικά.

Υπήρχαν όμως και ορισμένα πανδοχεία τα οποία διακρίνονταν για τις αναβαθμισμένες τους υπηρεσίες. Ένα από τα πλέον αξιόλογα πανδοχεία του μεσαίωνα, ήταν το “Inn” στο Nottinghamshire της Αγγλίας, κατασκευής 1189, όπου ξεκουράζονταν οι σταυροφόροι πριν ξεκινήσουν για το ταξίδι τους στους Άγιους Τόπους και το οποίο σώζεται ακόμη και σήμερα.

Φημισμένα επίσης είναι τα πανδοχεία που φιλοξένησαν του σταυροφόρους Ιππότες του Τάγματος του Αγίου Ιωάννη στη Ρόδο, τα οποία σώζονται ακόμη στην οδό Ιπποτών και σε άλλα σημεία της Παλιάς Πόλης.

## 1.5 ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Το πρώτο ξενοδοχείο θεωρείται ότι εμφανίστηκε στη Γαλλία το 1302 με την ονομασία «Αετός». Οι ανέσεις τον 14<sup>ο</sup> αιώνα ήταν υποτυπώδεις. Υπήρχε παντελής έλλειψη χώρων υγιεινής, ενώ τα στρώματα τα γέμιζαν με ξερά φύλλα. Αρχιτεκτονικά τα ξενοδοχεία είχαν τη μορφή τριώροφου ή τετραώροφου κτιρίου, που στο ισόγειό του διέθετε υπηρεσίες σίτισης.

Από το 1830 και μετά οι μετακινήσεις με τα ζώα μειώθηκαν με ταχύτατους ρυθμούς, εξαιτίας της εξέλιξης των σιδηροδρόμων. Τότε μειώθηκε και ο αριθμός των πανδοχείων στις διαδρομές που ακολουθούσαν τα ζώα και η ξενοδοχία πήρε άλλη μορφή, με καταλύματα κοντά στους συγκοινωνιακούς κόμβους.

Οι Ελβετοί είχαν δώσει σημασία στην τουριστική βιομηχανία, από τον 15<sup>ο</sup>– 16<sup>ο</sup> αιώνα. Αλλά τον 18<sup>ο</sup> αιώνα η Ελβετία έδωσε μεγάλη προσοχή και στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Τα πολυτελή για την εποχή ξενοδοχεία, συγκέντρωναν την κοσμική κίνηση της περιοχής τους. Το 1843 οι Ελβετοί ξενοδόχοι καθιέρωσαν κοινό τιμολόγιο για τα ξενοδοχεία Α΄ τάξης, αν και συνέχισαν να τοποθετούν τους κοινόχρηστους χώρους υγιεινής σε απομακρυσμένα σημεία των υπογείων.

Το ελβετικό παράδειγμα ακολούθησαν στο 19<sup>ο</sup> αιώνα πολλές χώρες της Ευρώπης. Τα ξενοδοχεία των μεγαλουπόλεων έγιναν μόδα, τόσο στην Ελβετία (Φημισμένο κέντρο υδροθεραπείας ήταν από τότε, το “St. Moritz”) , όσο και στην Μεγάλη Βρετανία (Λουτρόπολη “Bath”, γνωστή από τους Ρωμαίους σαν “Aquaes Sulis», το τουριστικό θέρετρο «Brighton” στις ακτές της Μάγχης), στη Τσεχοσλοβακία (θερμοπηγές του “Karlovy vary” στη Βοημία ) και στη Γερμανία, (περιοχή της Καρλσρούης στο “Baden Baden” γνωστή από τους Ρωμαίους σαν “Aurelia Aquensis» και στη Φραγκφούρτη στο “Wiesbaden”. ) Φημισμένο για τις παροχές του ήταν το ξενοδοχείο «Λευκός Λέων» το 1843 στη Βενετία. Όμως μόλις στον 20<sup>ο</sup> αιώνα πρωτοεμφανίστηκε ξενοδοχείο που διέθετε χώρους υγιεινής σε κάθε του όροφο. (Στη Γαλλική Κυανή Ακτή). Στον αιώνα αυτό τα ξενοδοχεία αναπτύχθηκαν αλματωδώς, με αποτέλεσμα τα σύγχρονα και πολυσύνθετα ξενοδοχεία της εποχής μας.

## 1.6 ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

Οι Η.Π.Α. έχουν παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη της σύγχρονης ξενοδοχίας. Μετά το 1650, απομιμήσεις του Αγγλικού τύπου πανδοχείων αναπτύχθηκαν και στην Αμερική. Στο τέλος του 18<sup>ου</sup> αιώνα οι Η.Π.Α. διέθεταν αξιόλογα πανδοχεία, ενώ το 1794 στη Νέα Υόρκη παρουσιάστηκε το πρώτο ξενοδοχείο της Ηπείρου με την επωνυμία City Hotel που διέθετε 73 δωμάτια και η πολυτέλεια του προϊόντος του είχε εντυπωσιάσει τους πάντες.

Στη συνέχεια κτίστηκαν ξενοδοχεία σε άλλες πόλεις, από τα οποία ιδιαίτερα φημισμένο είναι το «Τρέμοντ», (Tremont House ) που χτίστηκε το 1829 στη Βοστώνη. Το Τρέμοντ διέθετε πρωτοποριακές παροχές, όπως δίκλινα και μονόκλινα δωμάτια, κλειδαριά στην πόρτα, κανάτα με νερό και λεκάνη σε κάθε δωμάτιο, ειδικευμένο προσωπικό (θυρωρούς, σερβιτόρους, καμαριέρες κλπ.), ενώ το μαγειρείο προσέφερε γαλλικά εδέσματα.

Στο τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα και στις αρχές του 20<sup>ου</sup>, οι Η.Π.Α. είχαν να παρουσιάσουν ιστορικά ξενοδοχεία, όπως το Plaza στη Νέα Υόρκη, το «Waldorf Astoria», το “Statler” στο Buffalo, την αλυσίδα Ritz του Caesar Ritz κ.α.

Στις δεκαετίες 1960-1970 παρουσιάστηκαν ιστορικές αλυσίδες, όπως τα Marriot, Hilton (το 1963 λειτούργησε το “New York Hilton”), Sheraton και Hyatt. Η αμερικάνικη επιχειρηματικότητα, εκτός των άλλων, έδωσε ένα παγκόσμιο στίγμα που έχει σηματοδοτήσει την παγκόσμια ξενοδοχειακή ιστορία με τις ξενοδοχειακές της αλυσίδες. (Άλλες γνωστές αλυσίδες είναι τα “Holliday Inn, τα “Ramada Inn”, τα «Trusthouse Forte” (με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο), τα “BulKantourist” (με έδρα τη Βουλγαρία) κ.α. )

## 1.7 ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά την απελευθέρωση το 1828, ελάχιστα χάνια είχαν απομείνει στην ύπαιθρο και στις πόλεις. Το πρώτο ξενοδοχείο ιδρύθηκε στο Ναύπλιο το 1834 με την επωνυμία «Ξενοδοχείον του Λονδίνου», το οποίο φιλοξένησε τους πρώτους επίσημους ξένους

του νεότευκτου ελληνικού κράτους και στη συνέχεια, το 1840, λειτούργησε επίσης στο Ναύπλιο το ξενοδοχείο «Αφθονία».

Το 1835 η Αθήνα απέκτησε το δικό της ξενοδοχείο, με το όνομα «Νέον Ξενοδοχείον» ή «Albergo Nuovo», του Ιταλού Καζάλι. Το 1878 λειτούργησε σαν ξενοδοχείο η ιστορική «Μεγάλη Βρετανία» στη θέση που είναι σήμερα στο Σύνταγμα. (Κτίστηκε το 1842 από τον ομογενή εκ Τεργέστης Αντ. Δημητρίου και απετέλεσε την κατοικία του μέχρι το 1856, ενώ στη συνέχεια απετέλεσε την έδρα της Γαλλικής Αρχαιολογικής σχολής. Επεκτάθηκε το 1930 και στον πόλεμο του 1940 στεγάστηκε σε αυτό το Στρατηγείο, ενώ απετέλεσε την πρώτη έδρα της μεταπολεμικής κυβέρνησης. )Την φήμη του το ξενοδοχείο όφειλε στην πολυτέλεια και στην πρωτοπορία του, αλλά και στη μαγειρική του Στάθη Λάμψα, ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου. Το 1917 λειτούργησε το «Ατενέ Παλλάς» απέναντι από το Πολυτεχνείο, το οποίο ήταν το πρώτο κτίριο της Αθήνας που κτίστηκε με μπετόν και την ίδια εποχή στο Ν. Φάληρο λειτούργησε το ξενοδοχείο «Ακταίων», το πολυτελέστερο της εποχής με 80 δωμάτια. Γνωστά ξενοδοχεία της Αθήνας ήταν επίσης το «Ξενοδοχείον της Αγγλίας», το «Grand Hotel Magestic» το «Ξενοδοχείον της Αθήνας», το «Victoria» και το «Ξενοδοχείον των Ξένων».

Ορισμένα ξενοδοχεία της αρχής του 20<sup>ου</sup> αιώνα ήταν εντυπωσιακά νεοκλασικά κτίρια τα οποία συγκέντρωναν την κοσμική ζωή της χώρας. Τα ξενοδοχεία αυτά έκαναν διαφημίσεις και λειτουργούσαν σε καθεστώς πλήρους ανταγωνισμού. Το 1924 υπήρχαν στην Ελλάδα 1090 ξενοδοχεία με μέσο όρο 11 δωμάτια το καθένα. Αυτό συνέβαινε, διότι τα περισσότερα ξενοδοχεία είχαν τέσσερα έως πέντε δωμάτια, ενώ ήταν λίγα αυτά που είχαν πενήντα έως εκατό δωμάτια και παρείχαν αξιόλογες υπηρεσίες στους ταξιδιώτες.

Σταδιακά, με την ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων σε συνδυασμό με την κατάκτηση του εργατικού δικαιώματος των διακοπών, παρουσιάστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα την αύξηση των τουριστικών επιχειρήσεων. Πολλά πανδοχεία και χάνια σταδιακά μετατράπηκαν σε ξενοδοχεία, ενώ κτίστηκαν πολλά νέα. Αν και τα ξενοδοχεία στη χώρα μας καταστράφηκαν από πολλούς κατακτητές, στην εποχή μας η Ελλάδα είναι μία τουριστική χώρα με αξιόλογες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που στο σύνολό τους ξεπερνούν τον αριθμό των 8500.

(πηγή: Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β.(2000)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ - ΙΔΡΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ – ΤΥΠΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



«Τα ξενοδοχεία είναι οικονομικές μονάδες οι οποίες πωλούν φιλοξενία.» (Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β. 2000)

Ξενοδοχείο χαρακτηρίζεται η επιχείρηση που λειτουργεί μέσα ή έξω από πόλεις και προσφέρει κατάλυμα με ή χωρίς διατροφή. Ακριβέστερα, ξενοδοχείο είναι η επιχείρηση η οποία ενοικιάζει καταλύματα και κατά περίπτωση διατηρεί σε λειτουργία εστιατόρια, μπαρ και διάφορα συμπληρωματικά προϊόντα που σχετίζονται με τις ανάγκες φιλοξενούμενων ατόμων.



**Εννοια:**

Ξενοδοχειακή οικονομική μονάδα είναι ο λογικός συνδυασμός των τριών συντελεστών της παραγωγής, δηλαδή της φύσης της εργασίας και του κεφαλαίου για παροχή στους ξένους, αντί χρηματικής αμοιβής, κατοικίας, τροφής και άλλων υπηρεσιών. (Καρδακάρης, 1998).

Από τον παραπάνω ορισμό προκύπτει ότι η ξενοδοχειακή μονάδα είναι μία επιχείρηση η οποία ανάλογα με την οικονομική δραστηριότητα της υπάγεται στις επιχειρήσεις παραγωγής υπηρεσιών.

Είτε έχει νομική αυτοτέλεια, δηλαδή εταιρεία είτε όχι, παρουσιάζει αυτοτέλεια από οικονομικής πλευράς και κατά συνέπεια έχει περιουσία ανεξάρτητη εκείνης του φορέα του. Στην έννοια της ξενοδοχειακής μονάδας περιλαμβάνονται τα Ξενοδοχεία, τα Πανδοχεία, οι Ξενώνες, τα Μοτέλ, τα Τουριστικά περίπτερα κ.λ.π.

Η ραγδαία ανάπτυξη συγκοινωνιών και η απότομη αύξηση του αριθμού των τουριστών κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα προκάλεσαν την εμφάνιση και του «Διεθνούς Ξενοδοχείου» με τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα και την ομοιομορφία ως προς τον τύπο των προσφερόμενων υπηρεσιών, ανέσεων κ.λ.π.

**Σημασία:**

Οι ξενοδοχειακές μονάδες σαν συνολική οικονομική δραστηριότητα παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον και αποτελούν σημαντικό στοιχείο της οικονομίας διαφόρων χωρών. Θεωρούνται ως βασικοί παράγοντες της ανάπτυξης του τουρισμού.

Με τα σημερινά δεδομένα δεν νοείται τουρισμός χωρίς κατάλληλα ξενοδοχεία.

Τουρισμός και ξενοδοχεία, αλληλοεπηρεάζονται και αλληλοδιαμορφώνονται. Το ξενοδοχειακό δυναμικό μιας χώρας αποτελεί την βασική υποδοχή του τουρισμού, της υποδοχής δηλαδή τόσο του πληθυσμού που διακινείται στο εσωτερικό

της, όσο και των ξένων τουριστών. Η θετική συμβολή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δεν περιορίζεται μόνο στον

τουριστικό τομέα. Επεκτείνεται και σε πολλούς άλλους κλάδους της Εθνικής Οικονομίας.

Συγκεκριμένα:

**α) Στην απασχόληση.** Μεγάλος αριθμός ατόμων του εργατικού δυναμικού της χώρας εργάζεται στις ξενοδοχειακές μονάδες και προσφέρουν τις υπηρεσίες τους με αμοιβή.

**β) Στην ανάπτυξη του μεταποιητικού κλάδου (βιομηχανίες και βιοτεχνίες).** Τα ξενοδοχεία (και λοιπές μονάδες υποδοχής και εξυπηρέτησης των ξένων), προμηθεύονται και κατά την εγκατάσταση και καθ' όλη τη διάρκεια της δράσης τους, οικοδομήσιμα υλικά, μηχανικό εξοπλισμό, είδη ιματισμού και επίπλωσης, τρόφιμα, ποτά και λοιπά είδη κατανάλωσης και έτσι συμβάλλουν πολύ στην βιομηχανική ανάπτυξη.

**γ) Στο εμπόριο.** Πάρα πολλές εμπορικές επιχειρήσεις απασχολούνται με τον εφοδιασμό των ξενοδοχείων με τα απαραίτητα κεφαλαιουχικά και καταναλωτικά αγαθά που έχουν ανάγκη για την εκπλήρωση του σκοπού τους. Κατ' αυτόν τον τρόπο αυξάνουν τον κύκλο εργασιών τους και εξασφαλίζουν ικανοποιητικά οφέλη στους φορείς του εμπορίου και στους ασχολούμενους με αυτό πρόσωπα

**δ) Στον γεωργικό τομέα.** Η συμβολή είναι σημαντική. Μεγάλες ποσότητες γεωργικών προϊόντων (λαχανικά και φρούτα) και κτηνοτροφικά και πτηνοτροφικά, καταναλίσκονται μέσω των ξενοδοχείων με αποτέλεσμα την αύξηση της γεωργικής παραγωγής και αύξηση του εισοδήματος των αγροτών.

**ε) Στην ανάπτυξη των μεταφορών.** Η αύξηση του τουρισμού και η ίδρυση περισσότερων ξενοδοχειακών μονάδων υποβοηθάει την διακίνηση του τουριστικού πλήθους επομένως και την ανάπτυξη του κλάδου των μεταφορών προσώπων.

**στ) Στην περιφερειακή ανάπτυξη της οικονομίας και στην αποφυγή της αστυφιλίας και της μετανάστευσης,** δεδομένου ότι, πολλά ξενοδοχεία είναι εγκατεστημένα μακριά από τα αστικά κέντρα.

**ζ) Στην θετική και πολλαπλή εξυπηρέτηση των ατόμων που διαμένουν στα ξενοδοχεία** είτε για λόγους υγείας π.χ. για ιατρικές εξετάσεις σε αστικά κέντρα όπου είναι εγκατεστημένα τα σύγχρονα νοσηλευτικά ιδρύματα, είτε για λόγους

εμπορικούς (όπως συμβαίνει για τους εμπορικούς αντιπροσώπους, παραγγελιοδόχους κ.λπ.).

**η) Στην πρόοδο της εκπολιτιστικής κίνησης της περιοχής όπου είναι εγκατεστημένες οι ξενοδοχειακές μονάδες.** Όπως είναι γνωστό στις πολυτελείς αίθουσες πολλών ξενοδοχείων διοργανώνονται και πραγματοποιούνται συνέδρια, διαλέξεις, χορευτικές και διάφορες άλλες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις που συμβάλλουν στην πολιτιστική κίνηση.

**θ) Στην αύξηση των πόρων των οργάνων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (των Δήμων, Κοινοτήτων)**

(Καρδακάρης,1998).

## **2.1 ΙΔΡΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

Κατά την κοινή πείρα και τα διδάγματα της Επιστήμης, επιχείρηση είναι το σύνολο των πραγμάτων, δικαιωμάτων και καταστάσεων, τα οποία έχουν οργανωθεί σε οικονομική ενότητα από το αυτό φυσικό ή νομικό πρόσωπο δηλαδή του επιχειρηματία που επιδιώκει κερδοσκοπικό αποτέλεσμα. Τα προβλήματα που δημιουργούνται κατά την ίδρυση μίας ξενοδοχειακής μονάδας είναι πολλά, τα κυριότερα είναι τα εξής:

**α) Νομικά.** Η ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι δυνατό να έχει την μορφή της ατομικής επιχείρησης ή την εταιρική. Η εκλογή της μιας ή της άλλης μορφής εξαρτάται από πολλούς παράγοντες.

Τα μικρά ξενοδοχεία που δεν απαιτούν την χρησιμοποίηση και δέσμευση μεγάλων κεφαλαίων και που η αρχική χρηματοδότησή τους για τις πάγιες επενδύσεις είναι δυνατό να γίνει από ένα άτομο, μπορούν να έχουν ατομική μορφή.

Τα μεσαία σε μέγεθος ξενοδοχεία είναι δυνατόν να έχουν την μορφή ομόρρυθμων ή ετερόρρυθμων εταιρειών.

Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν ανάγκη πολλών κεφαλαίων και που αντιμετωπίζουν πρόβλημα καταμερισμού της ευθύνης και των κινδύνων, έχουν την μορφή της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης και της Ανώνυμης Εταιρείας.

Αν η επιχείρηση έχει συλλογική (εταιρική) μορφή θα πρέπει να εφαρμοσθεί η διαδικασία που προβλέπεται από τις σχετικές διατάξεις(νομοθεσία ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ)

Επίπλέον, η ξενοδοχειακή νομοθεσία σχετικά με την ίδρυση, λειτουργία και την δράση των ξενοδοχειακών μονάδων είναι συνυφασμένη με την Τουριστική Νομοθεσία, διότι τα ξενοδοχεία αποτελούν την βασική υποδομή του τουριστικού τομέα. Για το λόγο αυτό, αρμόδιο όργανο για την εποπτεία και τον έλεγχο των ξενοδοχειακών μονάδων είναι στην Ελλάδα ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ). Εκείνος που επιθυμεί να ιδρύσει ξενοδοχειακή μονάδα σύμφωνα με την νομοθεσία που υπάρχει θα ζητήσει από την αρμόδια Υπηρεσία του ΕΟΤ:

- i. Την έγκριση των σχεδίων του κτιρίου.
- ii. Την χορήγηση άδειας κτιρίου και τη χορήγηση άδειας λειτουργίας καθώς και την κατάταξή της στην συγκεκριμένη κατηγορία.

Για το σκοπό αυτό θα υποβάλλει στον ΕΟΤ αίτηση για την έγκριση των πιο κάτω σχεδίων:

- i. Της καταλληλότητας του οικοπέδου.
- ii. Ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων εφόσον έχει προηγηθεί η έγκριση της καταλληλότητας του οικοπέδου.

Μαζί υποβάλλονται και τα σχετικά δικαιολογητικά π.χ. για την τεχνική περιγραφή των υλικών, τα αρχιτεκτονικά σχέδια κ.λπ. Σε περίπτωση κορεσμού της περιοχής που ζητείται η άδεια ίδρυσης για ξενοδοχείο απαγορεύει ο ΕΟΤ την ανέγερση νέων και δεν χορηγεί άδεια ίδρυσης και λειτουργίας. Ειδικότερα το ξενοδοχείο που πρόκειται να ιδρυθεί από άποψη κτιρίου πρέπει να συγκεντρώνει τις εξής προϋποθέσεις:

- i. Να είναι σε κατάλληλη θέση για ξενοδοχείο, δηλαδή υγιεινή και απαλλαγμένη από θορύβους και μολυσμένο περιβάλλον.

ii. Να έχει καλή πρόσοψη να είναι σε καλή κατάσταση εσωτερικά και εξωτερικά, η δε διαρρύθμιση του χώρου να είναι κατάλληλη για ξενοδοχείο.

iii. Τα δωμάτια ύπνου να είναι πάνω από την επιφάνεια του εδάφους, σε ορισμένο ύψος, να φωτίζονται και να αερίζονται αρκετά καλά. Ανάλογα δε με την κατηγορία του, καθορίζονται και οι προϋποθέσεις που πρέπει να υπάρχουν. Όλα αυτά περιλαμβάνονται στον κανονισμό κατασκευής ξενοδοχείων που έχει εκπονήσει ο ΕΟΤ και που λαμβάνει υπόψη η αρμόδια επιτροπή για την χορήγηση της άδειας ίδρυσης και λειτουργίας του ξενοδοχείου.

**β) Οικονομικά.** Με την πλατιά έννοια του όρου οικονομικά περιλαμβάνονται όλα τα θέματα που αφορούν την περιουσιακή διάρθρωση της ξενοδοχειακής επιχείρησης, την επάρκεια των κεφαλαίων (ίδιων και ξένων), τον εφοδιασμό με τον κατάλληλο εξοπλισμό κ.α.

Συντάσσεται οικονομική μελέτη από την οποία φαίνεται κατά πόσο συμφέρει η ίδρυση ξενοδοχειακής μονάδας σε ορισμένη περιοχή. Εξετάζονται ειδικότερα οι δυνατότητες της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής όπου θα εγκατασταθεί η μονάδα, οι προϋποθέσεις εφοδιασμού και εξαίρεσης προσωπικού, η ύπαρξη συναγωνισμού και γενικά οι επενδύσεις κεφαλαίων που προβλέπονται.

**γ) Οργανωτικά.** Από την στιγμή που θα ιδρυθεί μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, μέχρις ότου να διαλυθεί έχει να αντιμετωπίσει οργανωτικά προβλήματα. Ιδιαίτερα κατά την σύστασή της προέχει η οργάνωση των διάφορων λειτουργιών, η επιλογή του κατάλληλου τόπου εγκατάστασής της, η πρόσληψη του ικανού προσωπικού και η κατάλληλη τοποθέτηση του.

Η λύση των προβλημάτων της οργάνωσης απαιτεί ειδικές γνώσεις. Αν η αντιμετώπιση τους δεν είναι δυνατή από τον ίδιο το ξενοδόχο-επιχειρηματία μπορεί να δοθεί σε ειδικούς (οργανωτές) που έχουν τις απαραίτητες ειδικές γνώσεις και την σχετική πείρα. Πάντως το πρόβλημα της επιστημονικής οργάνωσης είναι πολύπλευρο.

Γεγονός είναι ότι η βελτίωση της οργάνωσης της ξενοδοχειακής επιχείρησης θα έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση της συναγωνιστικότητας και της απόδοσης της. Είναι δαπανηρή και κοστίζει. Είναι όμως δαπάνη παραγωγική και αποδοτική.

**δ) Τόπου εγκατάστασης.** Ένα σοβαρό πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί από την αρχή της ίδρυσης της ξενοδοχειακής επιχείρησης, είναι η επιλογή του τόπου της εγκατάστασής της. Όπως κάθε επιχείρηση, το ίδιο και η ξενοδοχειακή, επιδιώκει, με κατάλληλο συνδυασμό της ανθρώπινης ενέργειας και των υλικών μέσων, να επιτύχει μεγαλύτερο κατά το δυνατό κέρδος. Για τον σκοπό αυτό πρέπει με προσοχή να επιλέξει τον κατάλληλο τόπο για την εγκατάστασή της που προσφέρει τις καλύτερες προϋποθέσεις. Μια κακή εκλογή του τόπου εγκατάστασης θα έχει δυσμενείς επιπτώσεις για ολόκληρη την ζωή της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Το πρόβλημα έχει ιδιαίτερη σημασία γιατί οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν ειδικά χαρακτηριστικά και παρουσιάζουν ορισμένες ιδιορρυθμίες. Σε αντίθεση από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις που μπορούν να βρίσκουν πελάτες για την διάθεση των

προϊόντων σε άλλους τόπους από τον τόπο που γίνεται η παραγωγή, για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις υπάρχει το αμετάθετο δηλαδή ο τόπος της εγκατάστασης,

είναι ο ίδιος που χρησιμοποιείται για την παροχή των υπηρεσιών. Έτσι γίνονται πιο ευπαθείς στην περίπτωση λανθασμένης επιλογής του τόπου εγκατάστασης.

Εξ' άλλου ο τόπος εγκατάστασης των ξενοδοχειακών μονάδων λόγω της συνεχής αύξησης των συγκοινωνιακών μέσων, μεταβάλλεται ευκολότερα, παρά στις άλλες επιχειρήσεις. Τα ξενοδοχεία συνήθως κάνουν την εγκατάστασή τους κατά μήκος των οδών, στα λιμάνια, στις πόλεις, στα πορθμεία, στους σιδηροδρομικούς σταθμούς, στα νησιά κλπ. Προηγείται κατά συνέπεια, συστηματική έρευνα για την γνώση της τουριστικής και εμπορικής κίνησης προκειμένου να εξακριβωθεί η σωστή τοποθεσία που να διαθέτει τα στοιχεία που απαιτούνται για την προσέλωση πελατών.

Προσδιοριστικοί παράγοντες του τόπου εγκατάστασης των ξενοδοχειακών μονάδων είναι:

- i. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο θα εγκατασταθεί ένα ξενοδοχείο.
- ii. Οι δυνατότητες ψυχαγωγίας που παρέχονται από την επιλογή της τοποθεσίας.
- iii. Η σύνδεση με κέντρα που προσφέρουν πελατεία.

iv. Τα πολιτιστικά στοιχεία.

v. Τα οικονομικά κίνητρα κ.λπ.

Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί πόλο έλξης για την εγκατάσταση των ξενοδοχείων. Περιοχές με φυσικές καλλονές, με ιαματικές πηγές, περιοχές με χειμερινά σπορ, το καλό κλίμα της περιοχής, αποτελούν παράγοντες σοβαρούς στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης. Επίσης, ορθολογικός παράγοντας είναι η αγορά για τον εφοδιασμό της ξενοδοχειακής μονάδας με τα απαραίτητα τρόφιμα, ποτό, γλυκά και άλλα αγαθά για την ικανοποίηση των αναγκών της πελατείας (Καρδακάρης, 1998).

Η κάλυψη της ομαλής κίνησης των ξένων με τα απαραίτητα συγκοινωνιακά μέσα, η ύπαρξη και λειτουργία ξενοδοχείων κοντά στις δημόσιες υπηρεσίες (υπουργεία, τράπεζες, ασφαλιστικοί και άλλοι οργανισμοί), συμβάλλουν στην εκλογή του τόπου εγκατάστασης. Επίσης άλλοι παράγοντες είναι:

Η εργασία, δηλαδή η εξασφάλιση της εργασίας που χρειάζεται σε ειδικευμένο και ανειδίκευτο προσωπικό από την περιοχή από το πλησιέστερο αστικό κέντρο. Τα πολιτιστικά και θρησκευτικά στοιχεία (αρχαιολογικά, ιστορικά μνημεία, λαογραφικά και παραδοσιακά δεδομένα, τα θρησκευτικά προσκυνήματα, οι εκκλησιαστικοί και καλλιτεχνικοί θησαυροί). Τα οικονομικά κίνητρα (φορολογικές απαλλαγές, αυξημένα ποσοστά αποσβέσεων, απαλλαγή από δασμούς, χαμηλά ποσοστά τραπεζικής χρηματοδότησης κλπ).

### **Οργάνωση**

Η οργάνωση γενικά των επιχειρήσεων είναι δυνατό να θεωρηθεί σαν ο τέταρτος συντελεστής της παραγωγής. Αν και η οργάνωση είναι ενιαία, στις γενικές της αρχές

εντούτοις ποικίλει στις εφαρμογές της, ανάλογα με το είδος της επιχείρησης, τη μορφή, το μέγεθος κλπ. Βασικός σκοπός της οργάνωσης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι ο καθορισμός και η αρμονική ομαδοποίηση των δραστηριοτήτων της σε τμήματα Εκμετάλλευσης και Υπηρεσίες που είναι απαραίτητες για την πραγματοποίηση των στόχων τους. Όμως η οργάνωση στις ξενοδοχειακές

επιχειρήσεις πρέπει να ανταποκρίνονται προς το ιδιότυπο επιχειρηματικό περιβάλλον (οικονομικό, τεχνολογικό, κοινωνικό κλπ) (Καρδακάρης, 1998).

Σαν διαδικασία ακολουθεί τα εξής στάδια:

- α) Προσδιορίζει κατ' αρχήν τις απαραίτητες δραστηριότητες για να πραγματοποιηθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι,
- β) Ταξινομεί αυτές τις δραστηριότητες,
- γ) Ομαδοποιεί σε τμήματα και υπηρεσίες τις δραστηριότητες μέσα στα πλαίσια των διαθέσιμων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ανθρώπινης εργασίας και άλλων οικονομικών πόρων,
- δ) Κατανέμει και αναθέτει την ανάλογη εξουσία και αρμοδιότητες στα επιτελικά στελέχη,
- ε) Καθορίζει τον τρόπο εποπτείας και συντονισμού των επίμερους δραστηριοτήτων από την ιθύνουσα ηγετική εξουσία.

## 2.2 ΤΥΠΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

### Διάκριση των Ξενοδοχειακών Μονάδων

Στην έννοια των ξενοδοχειακών μονάδων δεν περιλαμβάνονται μόνον τα ξενοδοχεία, αλλά και τα Πανδοχεία, οι Ξενώνες, τα Μοτέλς κλπ. Η διάκριση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων γίνεται παρακάτω με βάση την κτιριακή τους συγκρότηση και τα προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες στο κοινό σε συνδυασμό και με την ισχύουσα νομοθεσία.

**α) Ξενοδοχεία:** είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες από πλευράς κτιριακής συγκρότησης αποτελούνται από ένα κτίριο. Έχουν ειδικό εξοπλισμό και ειδικευμένο προσωπικό. Παρέχουν ύπνο, φαγητό και άλλες υπηρεσίες.

**β) Μοτέλς (Motels):** Είναι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, που συγκροτούνται από ένα ή περισσότερα κτιριακά συγκροτήματα και τα οποία έχουν την εγκατάστασή τους έξω από κατοικημένες περιοχές, συνήθως σε οδικές αφετηρίες μεγάλης



κυκλοφορίας και διαθέτουν χώρο κατάλληλο για την στάθμευση των αυτοκινήτων και εφοδιασμό αυτών με καύσιμα και επισκευή τους. Για την ίδρυση τους χρειάζεται άδεια του ΕΟΤ.

**γ) Πανδοχεία:** Είναι οι επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες δεν πληρούν τους όρους λειτουργίας σαν ξενοδοχεία. Για τον χαρακτηρισμό και τη λειτουργία σαν πανδοχείου χρειάζεται άδεια του ΕΟΤ. Κατατάσσονται σε Α' και Β κατηγορία.

**δ) Ξενώνες:** Είναι οι οικοδομές που διαθέτουν δωμάτια ή πτέρυγες αυτών, για την υποδοχή, παραμονή και περιποίηση των πελατών. Πάντως χρειάζεται να έχουν την μορφή του συνηθισμένου ξενοδοχείου από πλευράς θέσεως και διαρρυθμίσεως των χώρων.

**ε) Οικοτροφεία:** Για τον χαρακτηρισμό και την λειτουργία τους απαιτείται άδεια του ΕΟΤ. Διαθέτουν μαγειρείο και χώρο φαγητού για τους πελάτες.

**στ) Επιπλωμένα Διαμερίσματα:** Είναι καταλύματα που αποτελούνται από ένα κτίριο ή από τμήμα αυτού σαν ενιαίο σύνολο. Εξυπηρετούνται από ιδιαίτερη είσοδο και γενικά, λειτουργούν υπό μορφή ξενοδοχείων. Εκτός από τα υπνοδωμάτια πρέπει να διαθέτουν αίθουσα σαλονιού, λουτρό με WC, χώρο εξυπηρέτησης, μικρό μαγειρείο και θυρωρείο.

**ζ) Επιπλωμένα Δωμάτια:** Είναι δωμάτια επιπλωμένα σε σπίτια που νοικιάζουν οι πελάτες για ύπνο. Πρέπει να έχουν ανεξάρτητη είσοδο. Δεν χρησιμοποιούν ξενοδοχειακό τίτλο. Υπόκεινται σε υγειονομικό έλεγχο από άποψης καθαριότητας.

**η) Μπανγκαλόους:** Είναι ξενοδοχεία ανεξαρτήτων περιπτέρων. Έχουν ένα κεντρικό

κτίριο στο οποίο στεγάζονται και οι διάφορες υπηρεσίες της επιχείρησης και παράλληλα ανεξάρτητα συγκροτήματα τα οποία εξασφαλίζουν την επιθυμητή από τους πελάτες ησυχία και απομόνωση.

**θ) Κέντρα διακοπών και παραθερισμού των ξένων (κάμπινγκ):** Είναι οργανωμένες κατασκηνώσεις των αλλοδαπών. Λειτουργούν τουλάχιστο δυο μήνες το χρόνο με σκοπό την διαμονή χάριν αναψυχής ή παραθερισμού προσώπων από τα οποία 75% να είναι αλλοδαποί ή Έλληνες που να είναι μόνιμα εγκατεστημένοι στην αλλοδαπή.

Για την λειτουργία των Κάμπινγκ (Campings) απαιτείται άδεια για τη σκοπιμότητα, από μέρους του ΕΟΤ.

Επίσης στην έννοια των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων περιλαμβάνονται: Τα τουριστικά περίπτερα, τα εστιατόρια, τα Snacks Bars, οι ταβέρνες, οι πιτσαρίες κ.λπ.

### **Κατηγορίες Ξενοδοχείων**

Τα ξενοδοχεία διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- α) Ανάλογα με τον εποχιακό χαρακτήρα της δραστηριότητάς τους σε
  - i. **Εποχιακά** και είναι εκείνα που λειτουργούν εντατικά και με πληρότητα όλες τις εποχές του έτους.
  - ii. **Διαρκούς λειτουργίας** είναι: τα ξενοδοχεία εκείνα που λειτουργούν συνεχώς όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- β) Ανάλογα με τις παρεχόμενες ανέσεις και του είδους της πελατείας τους **τουριστικά και μη τουριστικά ή Λαϊκά**. Τα πρώτα εξυπηρετούν κυρίως τους τουρίστες.  
(Καρδακάρης, 1998).
- γ) Ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασής τους σε:
  - i. **Αστικά**. Είναι εγκατεστημένα και λειτουργούν μέσα στις πόλεις και είναι διαρκής η λειτουργία τους.
  - ii. **Παραθαλάσσια**. Είναι κτισμένα στις παραθαλάσσιες περιοχές, εξυπηρετούν άτομα και ομάδες τουριστών (γκρουπ) που περνούν τις διακοπές τους.
  - iii. **Ιαματικές πηγές (Λουτροπόλεις)**. Τα ξενοδοχεία της κατηγορίας αυτής εξυπηρετούν εκείνους που έχουν ανάγκη θεραπείας με τα ιαματικά νερά.
  - iv. Τα **Ορεινά** τα οποία είναι κτισμένα στις ορεινές περιοχές και εξυπηρετούν εκείνους τους πελάτες που προτιμούν είτε για λόγους υγείας είτε από αγάπη τα χειμερινά σπορ, το βουνό.
  - v. **Συγκοινωνιακών Κέντρων**. Τα ξενοδοχεία των συγκοινωνιακών κέντρων εξυπηρετούν τους διερχόμενους πελάτες όπως είναι τα εγκατεστημένα κοντά στα αεροδρόμια, στα λιμάνια και στους συγκοινωνιακούς κόμβους.

δ) Ανάλογα με τον αριθμό των κλάδων εκμετάλλευσης και της επιχειρηματικής δραστηριότητας, σε ξενοδοχεία σε:

i. **Απλής εκμετάλλευσης**, τα οποία προσφέρουν μόνο στέγαση όπως είναι τα ξενοδοχεία ύπνου.

ii. **Σύνθετης εκμετάλλευσης**, τα οποία προσφέρουν εκτός του ύπνου και τροφή (πρωινό, γεύμα, δείπνο).

iii. **Πολυσύνθετης εκμετάλλευσης**, τα οποία εκτός από ύπνο και τροφή προσφέρουν ποτά, γλυκά, διάφορα σπορ και ψυχαγωγία.

Τα μεγάλα ξενοδοχεία είναι σήμερα πολυσύνθετης εκμετάλλευσης.

ε) Ανάλογα με την κτιριακή συγκρότηση σε:

i. Ξενοδοχεία με ένα κτίριο όπως είναι τα **κλασσικού τύπου**.

ii. Τα περιπεριερακά όπως είναι τα **bangalows** που αποτελούνται από πολλά συγκεντρωμένα κτιριακά συγκροτήματα, μικρού μεγέθους.

στ) Ανάλογα με την οικονομική μορφή τους σε:

**Αυτοτελή**, τα οποία είναι ανεξάρτητα γιατί έχουν νομική, περιουσιακή και διοικητική αυτοτέλεια.

### **Διάκριση Ξενοδοχείων σε Αστικά - Παραθεριστικά**

**Αστικά ξενοδοχεία.** Πρόκειται για ξενοδοχεία που βρίσκονται μέσα σε πόλη ή οικισμό, στο διοικητικό ή εμπορικό κέντρο, κοντά σε αεροδρόμιο ή λιμάνι ή σταθμό

υπεραστικών λεωφορείων ή σιδηροδρομικό σταθμό, ή κοντά σε εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λπ. (Χυτήρης, 2000).

Τα ξενοδοχεία αυτά εξυπηρετούν ταξιδιώτες ή και τουρίστες για ολιγοήμερη παραμονή ή γενικά άτομα που δεν έχουν μόνιμη κατοικία στην περιοχή, όπως π.χ. φοιτητές, υπάλληλοι.

**Παραθεριστικά ξενοδοχεία.** Ξενοδοχεία που βρίσκονται μέσα σε πόλη σε προάστιο

ή οικισμό προϋφιστάμενο του 1923 ή παραδοσιακό οικισμό σε περιοχή εκτός σχεδίου. Για να χαρακτηριστεί ένα ξενοδοχείο σαν παραθεριστικό πρέπει η περιοχή να έχει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για παραθερισμό, δηλαδή να είναι κοντά στη θάλασσα ή σε δάσος ή βουνό για χειμερινά σπορ, περιπάτους, ορειβασία. Ακόμη να παρουσιάζει ειδικά ενδιαφέροντα δηλαδή να βρίσκεται κοντά σε αρχαιολογικό χώρο ή βιότοπους ή παραδοσιακά οικιστικά σύνολα.

Προορισμός του παραθεριστικού ξενοδοχείου είναι η παραμονή τουριστών-παραθεριστών πέραν των 2-3 ημερών.

### **2.3 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΥΠΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

Εκτός από τους τύπους ξενοδοχείων που αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχουν κάποιοι τύποι ξενοδοχείων που δημιουργήθηκαν με τη βοήθεια του μάρκετινγκ. Μέσα από έρευνες, εργαλεία και στρατηγικές του μάρκετινγκ κάποιοι κατάφεραν να ξεχωρίσουν «αγορές-στόχους» και να προσαρμόσουν το είδος της επιχείρησής τους σύμφωνα με αυτές.

#### **Εμπορικά Ξενοδοχεία (Commercial Hotels)**

Τα εμπορικά ξενοδοχεία ανήκουν στη μεγαλύτερη ομάδα τύπων ξενοδοχείων. Είναι χτισμένα σε πόλεις και στόχος τους είναι να προσελκύσουν πελάτες που ταξιδεύουν και διαμένουν σ' αυτά κυρίως λόγω της εργασίας τους. Όπως για παράδειγμα, οι επιχειρηματίες και οι γιατροί. Αυτός ο τύπος ξενοδοχείου είναι από τους πρώτους που αναπτύχθηκαν καθώς συμβαδίζει με την ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς, των σιδηροδρόμων, των αερομεταφορών και του οδικού δικτύου. Τα πρώτα χρόνια τα εμπορικά ξενοδοχεία χτίζονταν δίπλα σε σιδηροδρομικούς σταθμούς και λιμάνια. Στις μέρες μας, τα εμπορικά ξενοδοχεία χτίζονται στο κέντρο της πόλης, κοντά σε εμπορικές περιοχές και σε συνεδριακά κέντρα για να εξυπηρετούν όσο καλύτερα γίνεται τον τύπο πελατών που προσπαθούν να προσελκύσουν. Συνήθως προσφέρουν δωρεάν πρόσβαση στο διαδίκτυο, αίθουσες με υπολογιστές, αίθουσες συνεδριάσεων, φαξ κ.α

### **Ξενοδοχεία Αερολιμένων (Airport Hotels)**

Τα ξενοδοχεία αερολιμένων αναπτύχθηκαν όπως και τα εμπορικά, ακολούθησαν, δηλαδή, την ανάπτυξη των μέσων εναέριας κυκλοφορίας. Η τοποθεσία των ξενοδοχείων αυτών είναι κοντά σε αεροδρόμια, ιδίως σε μεγάλα διεθνή αεροδρόμια. Τα ξενοδοχεία αυτά συνήθως είναι πολύ μεγάλα και εξυπηρετούν πελάτες οι οποίοι ταξιδεύουν πολύ συχνά, επιβάτες αεροπλάνων οι οποίοι πρέπει να διανυκτερεύσουν σε ένα μέρος λόγω του ταξιδιού τους ή λόγω του ότι έχει ακυρωθεί η πτήση τους και επίσης φιλοξενούν, το προσωπικό των αεροπορικών εταιρειών. Τα ξενοδοχεία αερολιμένων διαθέτουν, συνήθως, φορτηγάκια για τη μεταφορά των πελατών τους από το ξενοδοχείο στο αεροδρόμιο και το αντίστροφο. Ακόμη, κάποια ξενοδοχεία προσφέρουν υπηρεσίες παρόμοιες με αυτές των εμπορικών ξενοδοχείων, όπως για παράδειγμα, αίθουσες συνεδριάσεων, έτσι ώστε να μην είναι απαραίτητο για τους πελάτες τους να μετακινούνται.

### **Ξενοδοχεία-Σουίτες (Suite Hotels)**

Τα ξενοδοχεία-σουίτες είναι ένας τύπος ξενοδοχείων που αναπτύχθηκε πολύ αργότερα από τους παραπάνω τύπους ξενοδοχείων που αναφέρθηκαν. Οι σουίτες διαθέτουν, συνήθως, υπνοδωμάτιο, σαλόνι και κάποιες φορές και κουζίνα. Στόχος των ξενοδοχείων αυτών είναι συνήθως άτομα που διαμένουν αρκετό διάστημα μακριά από το σπίτι τους και αναζητούν τις ανέσεις του σπιτιού. Επίσης, αυτός ο τύπος ξενοδοχείων προσελκύει πελάτες οι οποίοι εργάζονται και στις διακοπές τους καθώς έχουν τη δυνατότητα να δουλέψουν σένα χώρο εκτός του υπνοδωματίου τους. Γενικότερα, προσελκύει άτομα που θέλουν να έχουν μια πιο άνετη διαμονή.

### **Παραθεριστικά Ξενοδοχεία (Resort Hotels)**

Τα παραθεριστικά ξενοδοχεία, όπως αναφέραμε παραπάνω, είναι ο τύπος ξενοδοχείου που στοχεύει στην προσέλκυση πελατών οι οποίοι θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους. Τα παραθεριστικά ξενοδοχεία είναι χτισμένα σε βουνά ή σε θάλασσα, σε νησιά και σε οποιοδήποτε άλλο μέρος μακριά από αστικά κέντρα. Το τοπίο και οι εγκαταστάσεις διαφέρουν κατά πολύ από τους παραπάνω τύπους ξενοδοχείων. Επίσης, και οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα ξενοδοχεία αυτά

διαφέρουν από τα υπόλοιπα γιατί εκτός από εστιατόρια, καφέ και μπαρ διαθέτουν συνήθως και γήπεδα τέννις, βόλλευ κ.α., ιπασσία, ιστιοπλοΐα, διοργανώνονται ποδηλασίες ή πεζοπορίες και άλλες δραστηριότητες.

### **Ξενοδοχεία-Καζίνο (Casino Hotels)**

Τα ξενοδοχεία-καζίνο είναι ξενοδοχεία που εκτός από τα σύνηθες προσφέρουν και ψυχαγωγία με τυχερά παιχνίδια. Παρόλο που τα ξενοδοχεία αυτά και οι υπηρεσίες που προσφέρουν συνήθως είναι πολυτελείας, κύρια δραστηριότητα αυτού του τύπου ξενοδοχείων είναι τα τυχερά παιχνίδια. Η ενοικίαση δωματίων, τα μπαρ και τα εστιατόρια είναι δευτερεύοντες πηγές εσόδων. Τα ξενοδοχεία-καζίνο μπορούμε να τα παρομοιάσουμε με τα παραθεριστικά ξενοδοχεία καθώς οι πελάτες που προσελκύουν και οι δυο τύποι έχουν κοινό στόχο, την ψυχαγωγία απλά με διαφορετικούς τρόπους.

### **Συνεδριακά Ξενοδοχεία (Convention Hotels)**

Τα συνεδριακά ξενοδοχεία, ξενοδοχεία που φιλοξενούν και διοργανώνουν συνέδρια, είναι ένας τύπος ξενοδοχείου που αναπτύχθηκε ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Διαθέτουν μεγάλο αριθμό δωματίων και συνεδριακών αιθουσών. Οι αίθουσες συνεδρίων που διαθέτουν τα ξενοδοχεία αυτά είναι πολύ μεγάλες σε έκταση όπως επίσης και οι χώροι όπου στήνονται τα περίπτερα διαφόρων εταιρειών και χορηγών των συνεδρίων και τα εστιατόρια που υποδέχονται μεγάλο αριθμό ατόμων. Τα ξενοδοχεία αυτά είναι πλήρως εξοπλισμένα όσον αφορά τα συστήματα που χρησιμοποιούνται στα συνέδρια όπως, συστήματα τηλεδιάσκεψης, προβολείς (projectors), φαξ, εκτυπωτές, αίθουσες συσκέψεων αλλά και υπηρεσίες όπως γραμματείες, μεταφραστές, συντονιστές, τεχνικούς κ.α.

## **2.4 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ Ε.Ο.Τ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

Κατά τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) οι τουριστικές εγκαταστάσεις ανάλογα με το είδος των προσφερομένων υπηρεσιών και τον τρόπο λειτουργίας τους ομαδοποιούνται σε (6) έξι κατηγορίες:

### **A. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ**

Τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν υποδοχή, διοίκηση, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, εστίασης, αναψυχής πελατών και χώρους διανυκτέρευσης-τα παρέχουν εξυπηρετήσεις (Service).

Διακρίνονται τα παρακάτω υποκατηγορίες:

A1 Ξενοδοχεία (πολυτ. Α', Β', Γ', Δ', Ε').

A2 Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ. (Α', Β').

A3 Ξενοδοχεία τύπου ξενώνα (πολυτ. Α', Β')

A4 Ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων (Α, Β, Γ, Δ)

Μπορούν να δημιουργούνται σε περιοχές εντός σχεδίου πόλεως, εντός πόλεων ή οικισμών με εγκεκριμένο σχέδιο, εντός οικισμών οριοθετημένων χωρίς σχέδιο ή εκτός σχεδίου, εντός Ζ.Ο.Ε. (Ζώνη Οικιστικού Ελέγχου) ή εκτός σχεδίου, εκτός από τα μοτέλ που δημιουργούνται μόνο σε περιοχές εκτός σχεδίου εντός Ζ.Ο.Ε. ή εκτός σχεδίου.

Ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων μπορούν να συνδυάζονται σε μικτή επιχείρηση εφόσον:

1. Επιτυγχάνουν δυναμικότητα άνω των 300 κλινών.
2. Δημιουργούνται σε περιοχές εκτός σχεδίου εντός Ζ.Ο.Ε. ή περιοχές εκτός σχεδίου.

Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια (σκοπιμότητα-καταλληλότητα οικοπέδου, έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων) και η άδεια λειτουργίας χορηγείται από τον Ε.Ο.Τ.

Τα τελευταία χρόνια, και ειδικά λόγω της πρόσφατης φιλοξενίας των Ολυμπιακών Αγώνων στην χώρα μας, έγινε σταδιακά η προσπάθεια να αντικατασταθεί η κατάταξη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων από την μορφή των κατηγοριών στην μορφή των Αστέρων που είναι \*, \*\*, \*\*\*, \*\*\*\*, \*\*\*\*\* και Lux . Αυτό έγινε για να είναι καλύτερα αντιληπτές οι κατηγορίες ποιότητας από τους ξένους και να προσαρμοστεί η Ελλάδα, στον τρόπο που είναι πιο διαδεδομένος παγκοσμίως, που είναι αυτός των αστέρων. Αυτή τη στιγμή, στην χώρα μας, υφίσταται μια παράλληλη χρήση και των δύο τρόπων κατάταξης.

## **B. ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ (CAMPING'S)**

Τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν υποδοχή-διοίκηση και πρόκειται για υπαίθριους χώρους όπου παρέχεται η δυνατότητα διαμονής, σίτισης και αναψυχής τουριστών, που διαθέτουν ή όχι δικά τους μέσα μεταφοράς και διανυκτέρευσης (δηλ. σκηνές και τροχόσπιτα).

Διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

B1. Κατασκηνώσεις απλές (Α, Β, Γ, Δ)

B2. Κατασκηνώσεις με οικισμούς (Α, Β, Γ)

Μπορούν να δημιουργούνται μόνο σε περιοχές εκτός σχεδίου εντός Ζ.Ο.Ε. και σε περιοχές εκτός σχεδίου.

Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια (σκοπιμότητα-καταλληλότητα οικοπέδου, έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων) και η άδεια λειτουργίας χορηγείται από τον Ε.Ο.Τ.

## **Γ. ΑΥΤΟΕΞΥΠΗΡΕΤΟΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ (SELF-CATERING)**

Πρόκειται για τουριστικές εγκαταστάσεις που δεν διαθέτουν υποδοχή και κοινόχρηστους χώρους πελατών, παρά μόνο αυτοτελείς ανεξάρτητους χώρους διανυκτέρευσης και παραμονής πελατών, χωρίς υποχρεωτικές εξυπηρετήσεις (Service).

Διακρίνονται στις παρακάτω υποκατηγορίες:

Γ1 Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις.

Γ2 Τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες.



Μπορούν να δημιουργούνται τόσο σε περιοχές εκτός σχεδίου εντός Ζ.Ο.Ε. ή εκτός σχεδίου, όσο και σε περιοχές εντός σχεδίου πόλεως ή εντός πόλεως ή οικισμών με εγκεκριμένο σχέδιο ή οικισμών οριοθετημένων χωρίς σχέδιο.

Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια (σκοπιμότητα-καταλληλότητα οικοπέδου, έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων) και η άδεια λειτουργίας χορηγείται από τον Ε.Ο.Τ.

#### **Δ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΔΙΗΜΕΡΕΥΣΗΣ**

Περιλαμβάνονται εγκαταστάσεις που δεν διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης πελατών (κλίνες) παρά μόνο χώρους εστίασης, αναψυχής και άλλες ειδικές εγκαταστάσεις κατά περίπτωση.

Διακρίνονται στις παρακάτω υποκατηγορίες:

Δ1 Τουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής.

Δ2 Ολοκληρωμένα τουριστικά κέντρα παραδοσιακής βιοτεχνίας ψυχαγωγίας και εστίασης.

Μπορούν να δημιουργούνται τόσο σε περιοχές εκτός σχεδίου εντός Ζ.Ο.Ε. ή εκτός σχεδίου, όσο και σε περιοχές εντός σχεδίου πόλεως ή εντός πόλεως ή οικισμών με εγκεκριμένο σχέδιο ή οικισμών οριοθετημένων χωρίς σχέδιο. Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε ένα στάδιο η άδεια λειτουργίας χορηγείται από Υπουργείο κοινωνικής απασχόλησης.

#### **Ε. ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ**

Αποτελούν μέρος της μόνιμης κατοικίας του ιδιοκτήτη ή του μισθωτή και παραχωρούνται με τα έπιπλα και το λοιπό εξοπλισμό καθώς και με δικαίωμα χρήσης των χώρων υγιεινής σε τουρίστες, με μίσθωμα, για προσωπική διαμονή. Ο ιδιοκτήτης ή μισθωτής του οικήματος αναλαμβάνει επίσης την καθαριότητα και τακτοποίηση του δωματίου, προαιρετικά δε και την παροχή πρωινού (άρθρο 20 Ν.Δ. 3430/55).

Οι άδειες χορηγούνται από τις Π.Υ. Τουρισμού με αποφάσεις του Γ.Γ./Ε.Ο.Τ ως προς τα απαιτούμενα δικαιολογητικά, στα οποία όμως δεν θα περιλαμβάνονται σχέδια και δεν θα απαιτείται έγκριση από την τεχνική υπηρεσία.

Μέγιστο όριο δυναμικότητας θα είναι τα 10 δωμάτια (σύσταση Ε.Ο.Κ. περί πυροπροστασίας) κατατάσσονται σε 3 τάξεις Α, Β, Γ (που αντιστοιχούν ουσιαστικά στις κατηγορίες των ξενοδοχείων Γ, Δ και Ε αντίστοιχα) με κριτήρια ποιοτικά (εξυπηρέτησης και εξοπλισμού) και γίνεται και εδώ προσπάθεια να αντικατασταθεί ο τρόπος αυτός με την κατηγοριοποίηση των κλειδιών για τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (1,2 ή 3 κλειδιά αντίστοιχα).

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια με τη λογική που προαναφέραμε υπήρχαν ανέκαθεν και λειτουργούσαν με το σκεπτικό που προαναφέραμε. Στην κατηγορία αυτή ο όμως ο νόμος 2160/93 προσθέτει και μια ακόμη αντίστοιχη μορφή, τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, χωρίς να προσδιορίζει ακριβώς την έννοια τους αλλά και το λόγο ύπαρξής τους, ο οποίος δεν προκύπτει από πουθενά. Μέχρι στιγμής μάλιστα δεν έχει εκδοθεί ούτε καν διευκρινιστική εγκύκλιος. Αντίθετα, μοιάζει να ταυτίζονται ουσιαστικά με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, δεδομένου ότι οτιδήποτε έχει εκδοθεί από τότε, αφορά και τις δύο μορφές τις οποίες δεν διαχωρίζει καθόλου.

Υπάρχει πάντως ασάφεια ως προς τη διαφοροποίηση των δύο αυτών μορφών αλλά και ως προς το με ποιο σκοπό ο νομοθέτης προσέθεσε μόνο ονομαστικά ουσιαστικά τη μορφή αυτή στις υπόλοιπες των μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων χωρίς να διευκρινίζει ποιες ανάγκες ικανοποιούν.

## **ΣΤ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ**

**ΣΤ1. Κέντρα παραθερισμού γυμνιστών:** Από τις κατηγορίες Α και Β του παρόντος μπορούν να λειτουργήσουν σαν κέντρα παραθερισμού γυμνιστών τα τυπικά ξενοδοχεία πολυτελείας Α, Β, Γ τα ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων Α, Β, Γ εφόσον έχουν δυναμικότητα τουλάχιστον 150 κλινών και τα Camping's όλων των τύπων εφόσον έχουν δυναμικότητα τουλάχιστον 100 θέσεων.

Για την λειτουργία τους χρειάζεται έγκριση Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια σύμφωνα με τις προδιαγραφές και επιπλέον συναίνεση της τοπικής αυτοδιοίκησης και της Νομαρχίας.

**ΣΤ2. Υδροθεραπευτήρια:** Μπορούν να λειτουργήσουν σε όλες τις μορφές τουριστικών εγκαταστάσεων της κατηγορίας Α' του παρόντος εκτός από τα μοτέλ,

με τις αντίστοιχες προδιαγραφές και με την προϋπόθεση ότι θα επιτραπεί η χρήση του ιαματικού νερού από τον φορέα που εκμεταλλεύεται την πηγή.

**ΣΤ3. Χιονοδρομικά κέντρα:** Τουριστικές εγκαταστάσεις των κατηγοριών Α, Β του παρόντος μπορούν να λειτουργούν σαν χιονοδρομικά κέντρα συμπληρωμένες με ειδικές προδιαγραφές (βλ. αντίστοιχα τεύχη προδιαγραφών Ε.Ο.Τ.)

ΣΤ4. Εκτός από τις παραπάνω περιγραφόμενες, ο Ε.Ο.Τ. μπορεί να δεχτεί και τουριστικές εγκαταστάσεις με άλλες ειδικές χρήσεις, όποτε θα εφαρμόζονται οι αντίστοιχες προδιαγραφές της κατηγορίας και επιπλέον ειδικές εγκαταστάσεις σύμφωνα με πρόταση του μελετητή και εφόσον απαιτούνται, πρόσθετες εγκρίσεις αρμοδίων φορέων.

Ο Ε.Ο.Τ. μπορεί να εξετάσει κατά περίπτωση ειδικές μορφές τουριστικών εγκαταστάσεων που δεν περιλαμβάνονται στις προδιαγραφές του και εφόσον κριθούν ενδιαφέρουσες, να εισηγηθεί την έγκρισή τους στο Διοικητικό Συμβούλιο.

## **2.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ**

Τα ξενοδοχεία διαφέρουν από τις πιο πολλές επιχειρήσεις με βάση κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Κι αυτά είναι οι πελάτες, τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παρέχουν, τα σημεία πώλησης αυτών των αγαθών και υπηρεσιών, το εργατικό δυναμικό, η οργανωτική δομή και τέλος η φύση της επιτελούμενης εργασίας.

Ακολουθεί μια περιληπτική αναφορά στα χαρακτηριστικά αυτά (ΧΥΤΗΡΗΣ, 2000).

### **α) Πελάτες**

Βασιζόμενοι στη θεώρηση της επιχείρησης σαν σύστημα, οι πελάτες μπορούν να θεωρηθούν σαν η κύρια εισροή, εκροή και αντικείμενο εργασιών του συστήματος «ξενοδοχείου». Με αυτόν τον τρόπο επηρεάζουν τη δομή και τη λειτουργία του.

Με την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, όλο και περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία για διάφορους λόγους, όπως για διακοπές, επαγγελματικούς σκοπούς, διαλέξεις, συνέδρια, συνεστιάσεις κ.λπ. Άνθρωποι διαφορετικής ηλικίας, διαφορετικού επαγγέλματος, πολιτιστικού και μορφωτικού

επιπέδου, εισοδήματος και πεποιθήσεων, προσβλέπουν σε διαφορετικού είδους υπηρεσίες από τα ξενοδοχεία.

Οι υπηρεσίες δε τις οποίες ζητούν οι πελάτες είναι και πολλές και διάφορες. Γι' αυτές τις υπηρεσίες παρέχεται εκ των προτέρων πίστωση από το ξενοδοχείο, ώστε ο πελάτης να μην πληρώνει στο σημείο αγοράς και κατά τη στιγμή της αγοράς των υπηρεσιών. (τις πιο πολλές φορές). Παραδείγματα τέτοιων πιστώσεων είναι οι δαπάνες που πραγματοποιεί ο πελάτης στο εστιατόριο, το μπαρ ή την πισίνα. Αυτές οι πιστώσεις όμως έχουν οδηγήσει στην ανάγκη δημιουργίας ενός πολύπλοκου και πολύμορφου δικτύου επικοινωνίας (μέσω γραπτών κυρίως δεδομένων) για να εξασφαλιστεί ότι οι υπηρεσίες που προσφέρθηκαν θα πληρωθούν.

Ακόμη, η χρονική περίοδος κατά την οποία οι διάφοροι πελάτες θα κάνουν χρήση των προσφερόμενων υπηρεσιών στα ξενοδοχεία, δεν μπορεί να προσδιοριστεί επακριβώς εκ των προτέρων, παρ' όλο ότι εντοπίζονται εποχικές συνιστώσες: π.χ. κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών διακοπών στις περισσότερες χώρες του κόσμου και στο τέλος καλοκαιριού ή και αρχές φθινοπώρου στην Ιαπωνία και Σουηδία. Απροσδιόριστος εκ των προτέρων είναι, επίσης, και ο αριθμός των πελατών που θα κάνουν χρήση των προσφερόμενων υπηρεσιών σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Τα χαρακτηριστικά που προαναφέρθηκαν και αφορούν τους πελάτες, παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της οργανωτικής δομής των ξενοδοχείων (π.χ. ποια τμήματα πρέπει να λειτουργούν, ώστε οι φιλοξενούμενοι να απολαμβάνουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες στο δικό τους επιθυμητό επίπεδο και στη λειτουργία τους.

Ένα άλλο στοιχείο εξίσου σημαντικό, που επηρεάζει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και αναφέρεται στους πελάτες, είναι η συμπεριφορά τους προς το προσωπικό άμεσης εξυπηρέτησης των ξενοδοχείων. Η πρόσωπο με πρόσωπο σχέση πελάτη-ξενοδοχοϋπαλλήλου, κατά τη διαδικασία παροχής και κατανάλωσης της υπηρεσίας, επηρεάζει αυτή καθαυτή τη διαδικασία. Στη σχέση αυτή ο πελάτης δε λειτουργεί μόνο ως αγοραστής/λήπτης της υπηρεσίας αλλά και ως αξιολογητής της δραστηριότητας και συμπεριφοράς του ξενοδοχοϋπαλλήλου. Η εκδήλωση ή όχι του αποτελέσματος της αξιολόγησης, αλλά και ο τρόπος εκδήλωσης, επηρεάζει σημαντικά τον υπάλληλο άμεσης εξυπηρέτησης για την

παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσίας. Η πιο συνηθισμένη εκδήλωση θετικής αξιολόγησης του υπαλλήλου από τον πελάτη γίνεται με την παροχή φιλοδωρήματος. (ΧΥΤΗΡΗΣ, 2000).

### **β) Αγαθά και Υπηρεσίες**

Όπως είναι γνωστό, τα ξενοδοχεία είναι από τις ελάχιστες επιχειρήσεις που προσφέρουν και αγαθά και υπηρεσίες στους πελάτες τους. Κι ακόμη ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των ξενοδοχείων αποτελεί το γεγονός ότι η παραγωγή και η κατανάλωση γίνονται ταυτόχρονα ή σχεδόν ταυτόχρονα (π.χ. δείπνο στο εστιατόριο). Για το ξενοδοχείο τα αγαθά που προσφέρονται δεν έχουν κάποια διαρκή αξία ή εισπρακτέα στο μέλλον. Έτσι ένα δωμάτιο που δεν νοικιάστηκε αντιπροσωπεύει χαμένο εισόδημα, για πάντα. Παρομοίως, η αξία ενός ποτού που καταναλώθηκε αλλά δεν πληρώθηκε από τον πελάτη, δεν μπορεί να εισπραχθεί αργότερα, απλά χάθηκε.

### **γ) Σημεία πώλησης (αγαθών και υπηρεσιών)**

Ως σημείο πώλησης μπορεί να οριστεί ο χρόνος και ο τόπος όπου αγοράζονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες. Το πραγματικό φυσικό σημείο πώλησης είναι το ταμείο. Ο αριθμός αυτών των σημείων πώλησης είναι συνάρτηση του αριθμού των τμημάτων ενός ξενοδοχείου, που λειτουργούν ως Κέντρα εσόδων. Έτσι κάθε τμήμα ξενοδοχείου που εισπράττει έσοδα για τις υπηρεσίες ή τα αγαθά που προσφέρει είναι ένα κέντρο εσόδων κι άρα χρειάζεται ένα σημείο πώλησης. Το γεγονός αυτό δημιουργεί την ανάγκη ύπαρξης ανάλογου μηχανικού εξοπλισμού και προσωπικού, για την καταγραφή των πωλήσεων και των οικονομικών διακανονισμών με τους πελάτες .

### **δ)Εργατικό δυναμικό**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία δεν έχει τη δυνατότητα παροχής απαραίτητων στατιστικών στοιχείων, που να αφορούν το εργατικό δυναμικό που απασχολεί. Αυτό οφείλεται όχι μόνο στο γεγονός ότι τα στατιστικά στοιχεία που υπάρχουν για την απασχόληση του εργατικού δυναμικού έχουν συλεχθεί για διαφορετικό κάθε φορά σκοπό, αλλά και στο ότι τα διοικητικά στελέχη των μονάδων αυτών δεν τηρούν

συστηματικά στοιχεία γύρω απ' αυτά τα θέματα. Δυσκολίες επίσης ανακύπτουν και στην προσπάθεια υπολογισμού του αριθμού των εργαζομένων κατά συγκεκριμένη κατηγορία, (π.χ. εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης, μερικής απασχόλησης και περιστασιακοί).

Με βάση το χρόνο λειτουργίας των ξενοδοχειακών μονάδων, υπολογίζεται ότι, από τους εργαζόμενους σε αυτές, το 35% εργάζεται σε ετήσια βάση, το 40% 6-8 ήνες και το υπόλοιπο 25% 2-3 μήνες (ΧΥΤΗΡΗΣ, 2000).

Ο υψηλός δείκτης αποχώρησης (μετακίνησης) προσωπικού από τα ξενοδοχεία, γύρω στο 40%-90% ετησίως, ιδιαίτερα σε μερικά τμήματα, όπως το εστιατόριο και η κουζίνα και ο κυμαινόμενος αριθμός των περιστασιακά εργαζομένων κατά τη διάρκεια των περιόδων αιχμής, δυσκολεύουν τη συλλογή από μέρους της διοίκησης των απαραίτητων στατιστικών στοιχείων.

Ο υψηλός δείκτης αποχώρησης (μετακίνησης) των εργαζομένων στα ξενοδοχεία μπορεί να αποδοθεί στους εξής λόγους:

- στη σχετικά μικρή πιθανότητα εξασφάλισης μόνιμης απασχόλησης (ένεκα κυρίως της αυξομείωσης του αριθμού των πελατών, της εξαγοράς ή και της συγχώνευσης ξενοδοχειακών μονάδων),
- στο ότι πολλά άτομα εργάζονται στο ξενοδοχείο μόνο περιστασιακά, κατά τη διάρκεια των περιόδων αιχμής, για να αποκομίσουν ένα επιπλέον εισόδημα σαν συμπλήρωμα του μισθού που έχουν από άλλη απασχόληση και στη συνέχεια αποχωρούν,
- στο γεγονός ότι ο αριθμός των εργαζομένων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μειώνεται σε περιόδους κατά τις οποίες η τουριστική κίνηση είναι μειωμένη,
- επίσης σε αρκετούς εργαζόμενους στα ξενοδοχεία δεν αρέσει το γεγονός ότι εργάζονται σε διπλές βάρδιες όπως π.χ. σερβιτόροι/ες και εργαζόμενοι στην κουζίνα και μόλις βρουν απασχόληση μιας βάρδιας τότε αποχωρούν από το ξενοδοχείο,

Όσον αφορά τη στελέχωση του ξενοδοχείου, αξίζει να σημειωθεί ότι τα τμήματα του χώρου υποδοχής - ρεσεψιόν και της κουζίνας, στελεχώνονται κυρίως από άνδρες,

σε αντίθεση με τα τμήματα του εστιατορίου και του τμήματος ορόφων όπου, σε αρκετές περιπτώσεις, υπερτερούν σε αριθμό απασχολούμενων οι γυναίκες.

Οι περισσότεροι από τους εργαζόμενους στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν έχουν τα απαιτούμενα προσόντα για τις θέσεις που κατέχουν. Κατά την πρόσληψη προσωπικού δεν απαιτούνται συγκεκριμένα - ειδικά προσόντα εκ μέρους της διοίκησης, εκτός αν πρόκειται για προϊσταμένους τμημάτων ή εργαζόμενους σε ειδικές θέσεις (τμήμα υποδοχής και κουζίνας)

Το συνεχώς όμως αυξανόμενο επίπεδο ζήτησης υπηρεσιών εκ μέρους των πελατών, τα τελευταία χρόνια, επισήμανε στα διοικητικά στελέχη την επιτακτική ανάγκη χρησιμοποίησης ειδικευμένου προσωπικού, που θα είναι σε θέση να προσφέρει το απαιτούμενο υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών. Για το λόγο αυτό, το προσωπικό των ξενοδοχείων, σήμερα, θα πρέπει να διαθέτει τις απαιτούμενες δεξιότητες που θα έχει λάβει μετά από ειδική εκπαίδευση. Η συστηματική εκπαίδευση στελεχών εξάλλου, προβληματίζει πλέον σοβαρά τους υπεύθυνους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αλλά και τους κρατικούς φορείς που ασκούν τουριστική πολιτική.

Στις μέρες μας, στα μεγαλύτερα ξενοδοχεία, η διοίκηση διοργανώνει σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα για το προσωπικό της, αλλά και οι φορείς που ασκούν

τουριστική πολιτική, παρέχουν βασική και επιμορφωτική εκπαίδευση στους ξενοδοχοϋπαλλήλους (ΧΥΤΗΡΗΣ, 2000).

Στις περισσότερες μονάδες προσφέρεται γεύμα και δωμάτιο για ανάπαυση, ενώ συνήθως παρέχεται και μόνιμη διαμονή εντός του ξενοδοχείου, για όσους εργαζόμενους το επιθυμούν. Είναι γεγονός ότι ένα ποσοστό των εργαζομένων διαμένει μακριά από τον τόπο εργασίας και χρειάζονται πολύ χρόνο για τη μεταφορά τους, ιδιαίτερα σε εποχικά-παραθεριστικά ξενοδοχεία κατά τις περιόδους αιχμής, οπότε και απασχολούνται πρόσθετοι εργαζόμενοι. Η δυνατότητα λοιπόν διαμονής τους στο ξενοδοχείο φαίνεται να εξυπηρετεί τόσο τους ίδιους όσο και τη διοίκηση.

#### **ε) Οργανωτική δομή των ξενοδοχείων**

Ο τρόπος οργάνωσης των ξενοδοχείων εξαρτάται κυρίως από τον αριθμό των

προσφερόμενων υπηρεσιών. Κάθε υπηρεσία - λειτουργία ή συνδυασμός λειτουργιών συνιστούν ένα αυτοτελές τμήμα. Με την αύξηση του αριθμού των προσφερόμενων υπηρεσιών αυξάνεται και η τμηματοποίηση της μονάδας. Σε μια τυπική ξενοδοχειακή μονάδα λειτουργούν συνήθως τα τμήματα: Υποδοχής, Εστιατορίου, Κουζίνας, Ορόφων, Μπαρ και Λογιστηρίου.

Καταμερισμός και υποδιαίρεση του έργου του προσωπικού του ξενοδοχείου, συναντάται ιδιαίτερα σε τμήματα όπου το προς εκτέλεση έργο αποτελείται από πολλές επιμέρους εργασίες. Παράδειγμα τέτοιου καταμερισμού αποτελεί το έργο στην κουζίνα, όπου υπάρχουν «γωνιές» δουλειάς. Στις «γωνιές» αυτές η εργασία πρέπει να γίνει από άτομα διαφορετικής ειδικότητας και με τη χρήση διαφορετικού εξοπλισμού. Ο διαχωρισμός αυτός είναι επιτακτικός και από το γεγονός ότι ορισμένες εργασίες απαιτούν ειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση και προσόντα.

Τα «μεγάλα» ξενοδοχεία λειτουργούν με συγκεκριμένη δομή που βασίζεται στον επιμερισμό του έργου και στην ιεράρχηση των ατόμων που εργάζονται σ' αυτά. Κάθε τμήμα, σχεδόν, αποτελεί μια αυτόνομη μονάδα εργασίας με δικιά της ιεραρχική δομή (π.χ. τον επικεφαλής του τμήματος, τον επόπτη και το προσωπικό).

Οι πρόοδοι στην τεχνολογία επηρεάζουν την οργάνωση των ξενοδοχειακών μονάδων. Τα μηχανήματα είτε μειώνουν είτε καθιστούν απλούστερο το έργο που πρέπει να γίνει από το προσωπικό των ξενοδοχείων. Αυτό έχει σαν συνέπεια τη μείωση του αριθμού των ατόμων που απαιτούνται για την επίτευξη συγκεκριμένου έργου και τη μεταβολή των επιπέδων της ιεραρχικής κλίμακας.

Το αυξανόμενο κόστος εργασίας μπορεί να πιέσει τη διοίκηση για μείωση του προσωπικού ή για καταβολή προσπάθειας ταυτόχρονης επίτευξης διαφορετικών στόχων, εντός ή και μεταξύ των τμημάτων. Τέτοιες μεταβολές συντελούν στο «σπάσιμο» της τυπικής οργάνωσης στα ξενοδοχεία που διοικούνται με τον παραδοσιακό τρόπο, για να γίνει πιο εύκαμπτη και προσαρμόσιμη σε μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Συνοψίζοντας, η οργάνωση των ξενοδοχείων εξαρτάται από πολλούς παράγοντες.

Οι κυριότεροι των οποίων είναι:

- εύρος και τύπος, προσφερόμενων υπηρεσιών



- τύπος κτιριακής εγκατάστασης της μονάδας (π.χ. ενιαίο κτίριο, αυτόνομα οικήματα),
- μέγεθος (δυναμικότητα) ξενοδοχείου,
- αλλαγές στην τεχνολογία,
- αυξανόμενο εργατικό κόστος,
- θεωρητική και πρακτική παιδεία των διοικούντων,
- προσωπικότητα και αποτελεσματικότητα των διοικητικών στελεχών.

Το πόσο καλή είναι η οργάνωση του ξενοδοχείου καθορίζει, όπως είναι λογικά, σε μεγάλο βαθμό και την αποτελεσματικότητά του. Η οργανωτική δομή καθίσταται ακόμη πιο σημαντική από το γεγονός ότι η λειτουργία και η αποτελεσματικότητα του ξενοδοχείου εξαρτάται σημαντικά από την απόδοση και συμπεριφορά του προσωπικού και λιγότερο από το μηχανολογικό εξοπλισμό.

#### **στ) Η φύση της επιτελούμενης εργασίας στα ξενοδοχεία**

Η φύση της επιτελούμενης εργασίας στα ξενοδοχεία εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τον παράγοντα «άνθρωπο». Σε αρκετές βιομηχανίες, η σύγχρονη τεχνολογία έχει οδηγήσει στη μείωση της απασχόλησης του ανθρώπινου παράγοντα και στην αύξηση της χρησιμοποίησης των επιτευγμάτων της τεχνολογίας. Δε συμβαίνει όμως το ίδιο στην ξενοδοχειακή επιχείρηση, γιατί οι προσφερόμενες υπηρεσίες δεν μπορούν να αυτοματοποιηθούν σε πολύ μεγάλο βαθμό. Το κύριο προϊόν του ξενοδοχείου είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες στον πελάτη. Αυτό σημαίνει ότι, όσοι από το απασχολούμενο προσωπικό έρχονται σε άμεση ή έμμεση επαφή με τους πελάτες, δεν μπορούν να αντικατασταθούν από μηχανήματα αυτοεξυπηρέτησης πελατών.

Σαν παραδείγματα τέτοιας επαφής μεταξύ προσωπικού και πελατών μπορούν να αναφερθούν: η υποδοχή και κράτηση των στοιχείων του πελάτη στην Υποδοχή (Reception), η παροχή γευμάτων - ποτών, η οργάνωση εκδρομών, η ενοικίαση αυτοκινήτων, η δραχμοποίηση συναλλάγματος, η μεταφορά των αποσκευών των πελατών κατά την άφιξη και αναχώρησή τους. Στις παραπάνω επαφές του με τους

πελάτες, το προσωπικό συνήθως δε συμπεριφέρεται ακολουθώντας κάποιο πάγιο πρότυπο συμπεριφοράς, αλλά με τον τρόπο που πιστεύει ότι θα ικανοποιήσει περισσότερο τον πελάτη. Αυτή η συμπεριφορά του δεν μπορεί να ελεγχθεί ή να κατευθυνθεί, σε μεγάλο βαθμό, από τη διοίκηση. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι εργαζόμενοι δρουν σε ανεξάρτητη βάση, που στηρίζεται στην προσωπικότητα και τις κοινωνικές τους πεποιθήσεις. Αυτό αποτελεί ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της εργασίας στα ξενοδοχεία.

Το διακεκομμένο ωράριο είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό της φύσης της εργασίας στα ξενοδοχεία. Μερικές κατηγορίες εργαζομένων, όπως οι μάγειροι και οι σερβιτόροι, είναι υποχρεωμένοι να καταναείμουν το χρόνο εργασίας τους ανάμεσα σε διαφορετικά αντικείμενα και σε δύο χρονικές περιόδους π.χ. εργάζονται το πρωί για την παρασκευή και το σερβίρισμα του πρωινού, διακόπτουν για λίγες ώρες και κατόπιν επανέρχονται για την παρασκευή και διάθεση του μεσημεριανού γεύματος. Το γεγονός αυτό τους υποχρεώνει να παραμένουν στο χώρο της εργασίας περισσότερο χρόνο απ' ό,τι πραγματικά απαιτείται και αυτό είναι ένα από τα αρνητικά στοιχεία του ξενοδοχειακού επαγγέλματος.

### **Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε)**

Ιδρύθηκε το 1935 ως Ν.Π. με τον τίτλο «Πανελλήνιος Ένωσης Τουριστικών Ξενοδοχείων», μετονομάστηκε το ίδιο έτος σε «Επαγγελματικόν Επιμελητήριο Τουριστικών Ξενοδοχείων», το 1941 σε «Επιελητήριο Τουριστικών Ξενοδοχείων της Ελλάδος» (περιλάμβανε και την Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών), το 1946 σε «Ξενοδοχειακόν Επιμελητήριο της Ελλάδος». Το 1948 αποχωρίστηκε η Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και το Ξ.Ε.Ε. παρέμεινε με τη μορφή που λειτουργεί σήμερα (ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΟΥ, 1999).

Πόροι του είναι οι μηνιαίες συνδρομές των μελών του (είναι υποχρεωτικές για όλα τα ξενοδοχεία της χώρας που λειτουργούν με άδεια του Ε.Ο.Τ.), οι εφάπαξ εισφορές των νεοϊδρυμένων ή μεταβιβαζομένων ξενοδοχείων και η εκμετάλλευση των δελτίων άφιξης αναχώρησης πελατών των ξενοδοχείων.

Οι δραστηριότητές του γενικά πηγάζουν από τους σκοπούς που καθόρισε το Ν.Δ. 688/1948 και είναι οι εξής:

α) «Η μελέτη, η υπόδειξη και η εφαρμογή παντός μέτρου συντελούντος στην πρόοδο, στην βελτίωση, την αναδιοργάνωση των ξενοδοχείων της Χώρας και στην εν γένει εξύψωση του ξενοδοχειακού επαγγέλματος».

β) «Η δι' οικονομικών παροχών και βοηθημάτων, προστασία και περίθαλψη των ξενοδόχων, του εν γένει προσωπικού του Επιμελητηρίου και των οικογενειών αυτών». Αυτό τον σκοπό καλύπτει το Ταμείο Πρόνοιας Ξενοδόχων, που είναι τμήμα του Ξ. Ε. Ε.

Το Ξ. Ε. Ε. από την έναρξη ισχύος του Ν. 2160/93, διοικείται από 29μελές Διοικητικό Συμβούλιο, με 26 αιρετά μέλη και 3 που εκπροσωπούν την Πολιτεία (Δ/ντής Τουριστικών Εγκαταστάσεων του Ε.Ο.Τ., εκπρόσωπος του εποπτεύοντος υπουργείου και εκπρόσωπος του Υπουργείου Οικονομικών). Επικεφαλής του Δ.Σ. είναι ο αιρετός πρόεδρος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΤΜΗΜΑ ΥΠΝΟΔΩΜΑΤΙΩΝ – ROOM DIVISION DEPARTMENT

Ο τομέας των υπνοδωματίων, στα περισσότερα ξενοδοχεία, δημιουργεί μεγαλύτερα έσοδα σε σχέση με τα υπόλοιπα τμήματα. Στον τομέα υπνοδωματίων ανήκουν, η Υποδοχή, οι Κρατήσεις και οι Υπηρεσίες Ένστολου Προσωπικού. Τα παραπάνω διαφοροποιούνται σε πολλές περιπτώσεις, συνήθως ανάλογα με το μέγεθος του ξενοδοχείου. Για παράδειγμα, σε μικρά καταλύματα στον τομέα υπνοδωματίων ανήκει και η οροφοκομία ενώ σε μεγάλα οι κρατήσεις μπορεί να είναι ξεχωριστό τμήμα.

#### 3.1: ΥΠΟΔΟΧΗ – FRONT OFFICE

Η Υποδοχή αποτελεί το κεντρικό σημείο του ξενοδοχείου. Χαρακτηρίζεται ως η καρδιά και το πρόσωπο του ξενοδοχείου. Είναι το πρώτο σημείο που συναντάει ο επισκέπτης όταν εισέρχεται στο χώρο του ξενοδοχείου καθώς βρίσκεται ακριβώς μετά την κεντρική είσοδο. Στο χώρο της υποδοχής γίνονται οι αφίξεις, οι αναχωρήσεις, πολλές φορές και κρατήσεις και εδώ είναι ο χώρος όπου ο πελάτης θα ζητήσει πληροφορίες για οτιδήποτε χρειαστεί, θα εκφράσει τυχόν παράπονα είτε θαυμασμό για το ξενοδοχείο. Στο βιβλίο του, *Front Office Psychology* (1944), ο Η.Ε. Heldebrand αναφέρει: « Για τον πελάτη, ο διευθυντής αντιπροσωπεύεται από την υποδοχή και ο αφανής ηγέτης θα λάβει θετικά ή άλλα σχόλια ανάλογα με την εξυπηρέτηση που θα έχει ο πελάτης από εκεί.»



*Χώρος υποδοχής ξενοδοχειακής μονάδας*

## **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Στα μεγάλα ξενοδοχεία η υποδοχή στελεγχώνεται από πολλούς υπαλλήλους, οι οποίοι επιτελούν διαφορετικές λειτουργίες. Για παράδειγμα, υπάρχει ένας υπάλληλος ο οποίος πραγματοποιεί τις αφίξεις και χειρίζεται το room rack, ο ταμίας ο οποίος χειρίζεται τα χρήματα, καταχωρεί χρεώσεις και κάνει τις αναχωρήσεις, ο τηλεφωνητής ο οποίος χειρίζεται το τηλεφωνικό κέντρο και πραγματοποιεί τα εγερτήρια κ.α. Στην περίπτωση αυτή, όταν γίνεται δηλαδή διαχωρισμός των καθηκόντων, το προσωπικό της υποδοχής μπορεί να προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες. Δυστυχώς όμως, αυτό δεν μπορεί να γίνει σε όλα τα ξενοδοχεία με αποτέλεσμα στα μεσαίου μεγέθους καταλύματα τα καθήκοντα να συνδυάζονται και στα μικρά να εκτελούνται όλες οι λειτουργίες από έναν ή από δυο υπαλλήλους. Είτε μ'έναν υπάλληλο είτε με πολλούς, η υποδοχή οφείλει να δίνει μια φιλόξενη εικόνα, να παρέχει πληροφορίες στους επισκέπτες και το σημαντικότερο, να κρατάει τους λογαριασμούς των πελατών οργανωμένους και πάντα ενημερωμένους.

## **ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Κάποιες από τις λειτουργίες της υποδοχής είναι η καταμέτρηση διαθέσιμων δωματίων, η διάθεση δωματίων σε αναμενόμενους πελάτες σύμφωνα με τους περιορισμούς ή τις προτιμήσεις τους, ο προγραμματισμός αλλαγής δωματίων, η ενημέρωση υπεύθυνης ορόφων για ειδικές παραγγελίες πελατών, σε ό,τι αφορά το δωμάτιο, η ενημέρωση του τμήματος προϊσταμένης ορόφων και του τμήματος συντήρησης, για επισκευή ή επιδιόρθωση βλαβών στα δωμάτια. Επίσης, η τήρηση λογαριασμών των πελατών, η επιβεβαίωση αναχωρήσεων με τους πελάτες, ο έλεγχος καθαρών ενοικιασθέντων δωματίων και δωματίων που δεν μπορούν να διατεθούν, η παροχή πληροφοριών στον υπεύθυνο κρατήσεων για τήρηση στατιστικών στοιχείων (π.χ. πληρότητας, ακυρώσεων, κ.λ.π.)

## **ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ-FRONT OFFICE MANAGER**

Στο βιβλίο του ο Rutherford (1985) μελέτησε ένα εθνικό δείγμα διευθυντών υποδοχής και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η επικοινωνία αποτελεί ένα βασικό ζήτημα τόσο στον ρόλο τους ως υπεύθυνοι τμήματος αλλά και στους ρόλους τους ως προμηθευτές και μεσίτες επικοινωνίας ανάμεσα στα άλλα ξενοδοχειακά τμήματα. Ακόμα, πολύ σημαντική είναι η επικοινωνία με το προσωπικό της υποδοχής, με εξωτερικούς συνεργάτες και βέβαια με τους πελάτες του ξενοδοχείου ιδίως όταν πρόκειται για δυσαρεστημένους πελάτες.

Κάποια από τα κύρια καθήκοντα του Διευθυντή Υποδοχής περιλαμβάνουν την επιθεώρηση του προσχεδίου του νυχτερινού λογιστικού ελέγχου, τον ημερήσιο έλεγχο των λογιστικών διαδικασιών στην υποδοχή και σε άλλους χώρους υπηρεσίας του προηγούμενου 24ώρου και την ανάλυση των αποτελεσμάτων εκμετάλλευσης. Επίσης, το χειρισμό και την παρακολούθηση του συστήματος κρατήσεων, την επιθεώρηση των ημερήσιων αφίξεων και αναχωρήσεων, την παρακολούθηση και την εξέλιξη των υπαλλήλων. Ακόμη, τη διαμόρφωση προγραμμάτων εσωτερικών πωλήσεων στην υποδοχή, την ετοιμασία συστημάτων προϋπολογισμού και ελέγχου εξόδων, την προεκτίμηση πωλήσεων δωματίων και τη διατήρηση επαγγελματικών σχέσεων με τους τακτικούς εταιρικούς και κοινωνικούς ηγέτες. Ο διευθυντής της υποδοχής συνεργάζεται με το λογιστή, με τον διευθυντή πωλήσεων, με το διευθυντή κρατήσεων, με την προϊσταμένη ορόφων και με το βοηθό του διευθυντή υποδοχής για να λειτουργεί αποδοτικά το τμήμα.

## **ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ-FRONT OFFICE SUPERVISOR**

Ο Υπεύθυνος Υποδοχής είναι υπεύθυνος για το προσωπικό της υποδοχής και για τη σωστή λειτουργία του τμήματος. Είναι αυτός που θα πρέπει να συντονίζει τους υπαλλήλους της υποδοχής με σκοπό την ομαλή διεκπεραίωση της εργασίας τους. Στόχος του είναι να επιτύχει μια ισορροπία μεταξύ της αποτελεσματικής διαχείρισης της υποδοχής και της ικανοποίησης του επισκέπτη. Ο Υπεύθυνος Υποδοχής

προγραμματίζει τις λειτουργίες του τμήματος, επιβλέπει καθημερινά επιχειρησιακά θέματα, διασφαλίζει την ικανοποίηση των πελατών και αντιμετωπίζει τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν. Ελέγχει τη δουλειά κάθε βάρδιας και διορθώνει τυχόν λάθη. Αντικαθιστά τον Διευθυντή Υποδοχής όταν λείπει.

## **ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ-FRONT DESK AGENT(RECEPTIONIST)**



*Υπάλληλος υποδοχής*

Ο Υπάλληλος της Υποδοχής είναι συνήθως εκείνος με τον οποίο έρχεται σε πρώτη επαφή ο πελάτης του ξενοδοχείου. Ένας νέος πελάτης δεν γνωρίζει τι προσφέρει η επιχείρηση ενώ ένας τακτικός πελάτης πιθανόν να μην έχει πληροφορηθεί για νέες υπηρεσίες. Επομένως, είναι καθήκον του ρεσεψιονίστ να ενημερώνει και να πουλάει στους πελάτες τα δωμάτια και τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου καθώς και να τους παρουσιάζει επιλογές και εναλλακτικές λύσεις και βέβαια να προσφέρει τη βοήθεια του σε ό,τι χρειαστούν. Η ευγένεια, η εξυπνάδα, η ταχύτητα και το χαμόγελο είναι κάποια στοιχεία που δεν θα πρέπει να λείπουν από κανέναν υπάλληλο υποδοχής. Όπως επίσης και η περιποιημένη εμφάνιση και η διάθεση εξυπηρέτησης.

Κάποιες από τις αρμοδιότητες του υπαλλήλου υποδοχής είναι να:

- Κάνει την προετοιμασία των αφίξεων.

- Καθορίζει την κατάσταση κρατήσεων των πελατών.
- Προσδιορίζει τις απαιτήσεις των πελατών κατά τη διάρκεια της παραμονής τους.
- Συμπληρώνει τις κάρτες άφιξης των πελατών.
- Δίνει τα κατάλληλα δωμάτια, φροντίζοντας να ικανοποιεί τις επιθυμίες των πελατών, όταν αυτό είναι εφικτό.
- Καθορίζει τις τιμές δωματίων και τον τρόπο πληρωμής.
- Αποστέλλει πληροφορίες για τους πελάτες και τα δωμάτια στους ανάλογους πίνακες και στο προσωπικό.
- Ενημερώνει την κατάσταση δωματίων με τη βοήθεια του τμήματος ορόφων.
- Συντονίζει τις ενέργειές του με το τμήμα συντήρησης για τις επιδιορθώσεις δωματίων.
- Χειρίζεται τα κλειδιά των δωματίων και τις θυρίδες ασφαλείας.
- Διεκπεραιώνει την αλληλογραφία και τα μηνύματα των πελατών.

## **ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗΣ-SWITCHBOARD OPERATOR**

Ο Τηλεφωνητής σπανίως έρχεται πρόσωπο με πρόσωπο με τον πελάτη παράλαυτα παίζει σημαντικό ρόλο στην εκπροσώπηση του ξενοδοχείου προς τους πελάτες, γι' αυτό πρέπει να είναι πάντα ευγενικός και φιλικός. Ο τηλεφωνητής είναι αυτός που:

- Απαντά στις εξωτερικές κλήσεις.
- Συνδέει τις κλήσεις με τα δωμάτια των πελατών μέσω του τηλεφωνικού κέντρου.
- Λαμβάνει και παραδίδει μηνύματα στους πελάτες.
- Δίνει πληροφορίες για τις διάφορες υπηρεσίες στους πελάτες.
- Πραγματοποιεί τα εγερτήρια των πελατών.
- Απαντά σε ερωτήσεις σχετικά με εκδηλώσεις του ξενοδοχείου.

Πολλά ξενοδοχεία δεν διαθέτουν τηλεφωνητή και τη δουλειά του τηλεφωνητή την αναλαμβάνει η υποδοχή.



## **TAMIAS ΥΠΟΔΟΧΗΣ- FRONT OFFICE CASHIER**

Ο ταμίας της υποδοχής:

- 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.

Σε πολλά ξενοδοχεία ο ταμίας είναι επίσης υπεύθυνος για τις θυρίδες και την εξαργύρωση επιταγών. Τα τμήματα του ξενοδοχείου παραδίνουν τις αποδείξεις τους στον ταμία για καταχώριση, εκτός αν οι χρεώσεις γίνονται απευθείας μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή όπου δεν χρειάζεται να περαστούν αλλά να ελεγχθούν. Ούτως ή άλλως οι αποδείξεις πρέπει να βρίσκονται στην υποδοχή σε περίπτωση που ο πελάτης θέλει να πληρώσει και επιθυμεί να δει τις αποδείξεις.

## **ΝΥΧΤΕΡΙΝΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ-NIGHT AUDITOR**

Ο νυχτερινός υπάλληλος ελέγχει την ορθότητα των καταχωρήσεων της υποδοχής και συντάσσει καθημερινά μια περίληψη των οικονομικών στοιχείων του ξενοδοχείου. Αυτό γίνεται συνήθως κατά το κλείσιμο της ημέρας, στη διάρκεια της νυχτερινής βάρδιας του ξενοδοχείου και γι' αυτό η διαδικασία κλεσίματος ονομάζεται νυχτερινό κλείσιμο και ο υπάλληλος νυχτερινός υπάλληλος.

Οι αρμοδιότητες του νυχτερινού υπαλλήλου είναι:

- Να καταχωρεί τις χρεώσεις δωματίων και τους φόρους στους λογαριασμούς των πελατών.
- Να ταξινομεί τις αποδείξεις πελατών και πιστωτικών καρτών.
- Να χρεώνει τις αποδείξεις καταναλώσεων των πελατών από τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου σε περίπτωση που δεν έχει γίνει από τον ταμία.
- Να επαληθεύει όλες τις εγγραφές και τα υπόλοιπα των λογαριασμών.

- Να παρακολουθεί την τρέχουσα κατάσταση των εκπτώσεων, εκπτώτικων καρτών και άλλων προγραμμάτων προώθησης πωλήσεων.
- Να αναφέρει τα αποτελέσματα λειτουργίας του ξενοδοχείου στη διεύθυνση.
- Συλλέγει πληροφορίες για τα έσοδα του ξενοδοχείου, τα ποσοστά πληρότητας και άλλες στατιστικές της υποδοχής και ετοιμάζει αναφορά με την κίνηση μετρητών, επιταγών και πιστωτικών καρτών.

### **3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Οι στόχοι και οι στρατηγικές του τμήματος υποδοχής υπάγονται σε αυτούς του ξενοδοχείου. Στόχος λοιπόν της υποδοχής είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους. Ένας τρόπος, για παράδειγμα, για να αυξηθεί το κέρδος είναι η αύξηση του ποσοστού πληρότητας του ξενοδοχείου. Η υποδοχή μπορεί να συμβάλλει σε αυτό με το να πείθει περισσότερους περαστικούς πελάτες (walk-in) να παραμείνουν στο ξενοδοχείο. Η στρατηγική που μπορεί ν' ακολουθηθεί σε αυτήν την περίπτωση είναι οι υπάλληλοι της υποδοχής να βελτιώσουν τις τεχνικές πωλήσεών τους με πληρέστερη και δελεαστικότερη περιγραφή των δωματίων και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

### **3.3 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για τη διεκπεραίωση των εργασιών της Υποδοχής καθώς και ο υπάρχων εξοπλισμός έχει εξελιχθεί σε τρία στάδια:

- Χειρόγραφο (μη αυτοματοποιημένο).
- Ημιαυτοματοποιημένο (ηλεκτρομηχανικό).
- Πλήρως αυτοματοποιημένο (ηλεκτρονικοί υπολογιστές).

#### **Χειρόγραφο:**

Στο μη αυτοματοποιημένο σύστημα των εργασιών της υποδοχής χρησιμοποιούνται μόνο χειρόγραφα έντυπα. Μερικά μικρά ξενοδοχεία εξακολουθούν, ακόμη και

σήμερα, να θεωρούν αυτή τη μέθοδο ικανοποιητική για την κάλυψη των αναγκών τους. Τα στοιχεία και οι τεχνικές του χειρόγραφου συστήματος ανευρίσκονται και στις πλέον εξελιγμένες σύγχρονες μεθόδους, διότι αυτό αποτέλεσε τη βάση για όλα τα μετέπειτα συστήματα.

Με το χειρόγραφο σύστημα οι κρατήσεις καταχωρούνται σε δελτία κράτησης και στη συνέχεια στο βιβλίο και/ή στο πλάνο κρατήσεων.

Κατά την άφιξη οι πελάτες υπογράφουν μια κάρτα άφιξης και η ανεύρεση του κατάλληλου δωματίου από το ρεσεψιονίστ γίνεται με τη βοήθεια ενός πλάνου υποδοχής ή του room rack. Το βιβλίο πόρτας, τα δελτία και το βιβλίο Αστυνομίας συμπληρώνονται χειρόγραφα.

Αντίγραφα της κάρτας άφιξης συνήθως διανέμονται και στα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης, όπως επίσης στους τηλεφωνητές και στη Main Courante, για να λάβουν γνώση της διαμονής του πελάτη. Οι κλάδοι εκμετάλλευσης αποστέλλουν τις αποδείξεις με τις χρεώσεις των πελατών στην υποδοχή, για να καταχωρηθούν στους λογαριασμούς και εκδίδουν καταστάσεις με όλες τις καταναλώσεις, έτσι ώστε οι καταχωρήσεις να μπορούν να ελεγχθούν

Κατά την αναχώρηση, οι πελάτες τακτοποιούν τους λογαριασμούς τους, επιστρέφουν τα κλειδιά των δωματίων τους και ο ταμίας γνωστοποιεί τις αναχωρήσεις στο τμήμα των ορόφων. Ο πελάτης διαγράφεται από το πλάνο υποδοχής ή στις κάρτες άφιξης και στα slips του room rack σημειώνεται η ένδειξη "αναχώρησε" και στη συνέχεια αρχειοθετούνται σε ένα κουτί, το οποίο επέχει τη θέση ιστορικού αρχείου των πελατών του ξενοδοχείου.

### **Ημιαυτοποιημένο:**

Το ημιαυτοποιημένο ή ηλεκτρομηχανικό σύστημα της υποδοχής χρησιμοποιεί συγχρόνως χειρόγραφα και έντυπα που εκδίδονται από μηχανές. Το ημιαυτοποιημένο σύστημα και ο εξοπλισμός, συνηθίζονται στα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία σήμερα. Τα πλεονεκτήματα του ημιαυτοποιημένου συστήματος έναντι του χειρόγραφου είναι η αυτόματη εγγραφή στους λογαριασμούς και έκδοση αποτελεσμάτων, τα οποία είναι ευκολότερα να αναγνωσθούν. Πάντως, ο μηχανικός εξοπλισμός πιθανό να είναι δύσκολος στην εκπαίδευση και πολύπλοκος στο χειρισμό.

Κατά τη διαμονή, για την καταχώρηση των χρεώσεων των πελατών και την έκδοση των οικονομικών αποτελεσμάτων της επιχείρησης, χρησιμοποιούνται ειδικές μηχανές, οι οποίες εκτελούν τις παραπάνω εργασίες με αρκετά μεγάλη ταχύτητα. Μια πιο ολοκληρωμένη διαδικασία ελέγχου οδηγεί σε συντομότερη και ομαλότερη αναχώρηση των πελατών. Οι υπάλληλοι της υποδοχής αντιμετωπίζουν λιγότερες ασυμφωνίες στους λογαριασμούς των πελατών και είναι σε θέση να τους διευθετούν γρήγορα.

### **Πλήρως αυτοματοποιημένο:**

Το Πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα λειτουργεί με ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Η ενότητα των κρατήσεων ενός συστήματος Η/Υ μπορεί να συνδέεται άμεσα μ' ένα κεντρικό δίκτυο κρατήσεων και να μπλοκάρει αυτόματα δωμάτια σύμφωνα μ' έναν προκαθορισμένο τρόπο. Η ενότητα των κρατήσεων μπορεί αυτόματα να εκτυπώνει επιστολές επιβεβαίωσης και να κάνει προετοιμασία των καρτών άφιξης. Επίσης, εκδίδονται καταστάσεις των αναμενόμενων αφίξεων, προβλέψεις πληρότητας και εσόδων και διάφορες αναφορές με πληροφορίες.

Τα στοιχεία των πελατών κατά την άφιξη σντιγράφονται από το αρχείο κρατήσεων του υπολογιστή ενώ για τους περαστικούς πελάτες καταχωρούνται από τον υπάλληλο υποδοχής. Στη συνέχεια δίνεται στον πελάτη μια κάρτα που ετοιμάστηκε από τον υπολογιστή για επιβεβαίωση και υπογραφή. Η εγκατάσταση των τερματικών που λαμβάνουν απευθείας από τις τράπεζες έγκριση για τις πιστωτικές κάρτες, επιτρέπει στο προσωπικό της υποδοχής να κάνει έγκαιρα αυτού του είδους τις συναλλαγές. Οι πληροφορίες της άφιξης και του room rack αποθηκεύονται ηλεκτρονικά στον υπολογιστή και μπορούν να ανακτηθούν όποτε είναι απαραίτητο. Επίσης, δημιουργούνται ηλεκτρονικοί λογαριασμοί πελατών και διατηρούνται στη μνήμη του υπολογιστή.

Τα room racks και οι ταμιακές μηχανές της υποδοχής αντικαθίστανται πλήρως όταν υπάρχουν τερματικά ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι καταναλώσεις των πελατών σε διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου μεταφέρονται ηλεκτρονικά στην υποδοχή και χρεώνονται αυτόματα στον ανάλογο λογαριασμό. Οι άμεσες καταχωρήσεις και εγγραφές των τμημάτων επιτρέπουν στον νυχτερινό υπάλληλο να ασχολείται για περισσότερο χρόνο με τον έλεγχο παρά με την ενημέρωση των λογαριασμών.

Κατά την αναχώρηση εκτυπώνεται ο ηλεκτρονικός λογαριασμός, ο οποίος παρέχει στον πελάτη τη βεβαιότητα της ορθότητας. Ανάλογα με τον τρόπο εξόφλησης το πρόγραμμα αυτόματα μεταφέρει τα οφειλόμενα ποσά στους ανάλογους λογαριασμούς πελάτη και ξενοδοχείου. Μετά την τακτοποίηση του λογαριασμού, οι πληροφορίες του πελάτη μεταφέρονται στο ιστορικό αρχείο πελατών. Το πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα είναι και το πλέον διαδεδομένο στις μέρες μας.

### **3.4 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Τα περισσότερα από τα μηχανήματα που περιγράφονται παρακάτω δεν υπάρχουν πλέον στα ξενοδοχεία, γιατί έχουν αντικατασταθεί από τον υπολογιστή. Η ακόλουθη περιγραφή του εξοπλισμού χρησιμοποιείται από τα μικρά ξενοδοχεία που δεν καθίσταται απαραίτητο να έχουν υπολογιστές.

#### **Room Rack**

Είναι μια διάταξη από μεταλλικές στήλες με μικρές θήκες, σχεδιασμένες να συγκρατούν τα room rack slips, τα οποία παρέχουν πληροφορίες για τον πελάτη και την κατάσταση του κάθε δωματίου.

#### **Rack αλληλογραφίας, κλειδιών και μηνυμάτων**

Είναι διατάξεις από αριθμημένες θήκες που χρησιμοποιούνται για την τοποθέτηση των κλειδιών των δωματίων καθώς και για την αλληλογραφία των πελατών.

#### **Rack κρατήσεων**

Η Υποδοχή χρησιμοποιεί συγκεντρωτικό και ημερήσιο reservation rack. Νωρίς κάθε πρωί τα slips του συγκεντρωτικού reservation rack για τις αναμενόμενες αφίξεις της ίδιας μέρας μεταφέρονται στο ημερήσιο.

Στο αυτοματοποιημένο σύστημα αυτά γίνονται αυτόματα με τη βοήθεια του Η/Υ.

#### **Information Rack**

Είναι ένα ευρετήριο των παραμενόντων πελατών κατά αλφαβητική σειρά.

Περιλαμβάνει μεταλλικές θήκες για την τοποθέτηση των slips.

#### **Καρτελοθήκες**

Στις Επιχειρήσεις με χειρόγραφο σύστημα οι λογαριασμοί των πελατών τηρούνται σε μια καρτελοθήκη κατ' αύξοντα αριθμό δωματίου. Στους λογαριασμούς έχουν πρόσβαση ο Ταμίας και ο υπάλληλος της Υποδοχής. Οι λογαριασμοί παραμένουν στην καρτελοθήκη καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής του πελάτη στο ξενοδοχείο.

### **Ταμειακή μηχανή**

Χρησιμοποιείται για την καταχώρηση ταμιακών εγγράφων και εξαγωγή ταμειακών υπολοίπων και με τη βοήθεια της οθόνης διπλής όψεως επιτρέπεται στον πελάτη η παρακολούθηση των εγγράφων.

Άλλες βοηθητικές συσκευές είναι τηλεφωνικές εγκαταστάσεις, ο εκτυπωτής ώρας, η συσκευή υπενθύμισης, η συσκευή εκτύπωσης πιστωτικών καρτών, καθώς και η συσκευή ανάγνωσης της μαγνητικής ταινίας.

Όσο όμως οι τεχνολογικές εξελίξεις τρέχουν με αλματώδη βήματα, προσαρμόζονται σ' αυτές και τα ξενοδοχεία εξελίσσοντάς τα συστήματα υποδοχής. Οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές στην Υποδοχή και τα προγράμματα που διαθέτουν βοηθούν τους υπαλλήλους να εκτελούν λειτουργίες σχετικά με τις κρατήσεις, τη διεύθυνση δωματίων, την τήρηση λογαριασμών πελατών, τη Γενική Διεύθυνση, το ιστορικό αρχείο των πελατών και τη συντήρηση.

### **3.5: ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – RESERVATIONS**

Δεδομένου ότι η πλειοψηφία των πελατών ξενοδοχείων κάνουν κρατήσεις πριν από τη διαμονή τους, οι κρατήσεις επιτελούν μια σημαντική λειτουργία της υποδοχής. Το τμήμα κρατήσεων είναι υπεύθυνο για τη λήψη και καταχώρηση των κρατήσεων των δωματίων. Ένα καλά οργανωμένο σύστημα κρατήσεων επιτρέπει στα ξενοδοχεία μια σταθερή ροή πελατών στις μονάδες τους. Αν το σύστημα κρατήσεων δεν είναι αποτελεσματικό, θα επηρεαστούν αρνητικά όλες οι πλευρές διοίκησης του ξενοδοχείου. Για παράδειγμα, αν γίνει υπερκράτηση (overbooking), ίσως εξασφαλιστεί η πληρότητα του ξενοδοχείου αλλά επίσης θα δυσανασχετήσουν οι πελάτες που απορρίφθηκαν και θα τους μείνει μια πολύ κακή εντύπωση για το συγκεκριμένο ξενοδοχείο. Οι κερδοφόρες επαγγελματικές κινήσεις βασίζονται σε αποτελεσματικές αρχές μάρκετινγκ γι' αυτό και η στενή συνεργασία του τμήματος

κρατήσεων με το τμήμα πωλήσεων και marketing είναι απαραίτητη, ειδικά όταν γίνονται κρατήσεις για μεγάλα γκρουπ.

Η διαδικασία κρατήσεων συμπεριλαμβάνει την αντιπαραβολή της ζήτησης δωματίων με την αντίστοιχη διαθεσιμότητα, επίσης, την αρχειοθέτηση, επιβεβαίωση και διατήρηση των κρατήσεων και την έκδοση αναφορών για τη Διεύθυνση. Οι πληροφορίες που λαμβάνουν οι κρατήσεις, είναι πολύ χρήσιμες για τις μετέπειτα λειτουργίες της υποδοχής. Για παράδειγμα, ο προσδιορισμός δωματίου και τιμής, η κάρτα άφιξης του πελάτη, η λίστα αναμενόμενων αφίξεων και τα πλάνα κρατήσεων μπορούν να ενημερωθούν από τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια των κρατήσεων.

Ωστόσο, το σημαντικότερο αποτέλεσμα της κράτησης είναι να υπάρχει διαθέσιμο δωμάτιο όταν αφιχθεί ο πελάτης.

#### **Διαδικασία Κράτησης:**

- Ζήτηση κράτησης.
- Καθορισμός διαθεσιμότητας.
- Δημιουργία αρχείου κράτησης.
- Έκδοση αναφορών κράτησης.

Οι κρατήσεις καταχωρούνται στα δελτία κράτησης και στη συνέχεια μεταφέρονται στο πλάνο και το βιβλίο κρατήσεων ή στο reservation rack ή στον Η/Υ. Στον πελάτη αποστέλλεται επιβεβαίωση για επαλήθευση της κράτησης και των στοιχείων της. Επίσης, η επιβεβαίωση επιτρέπει διόρθωση λαθών πριν την άφιξη.

### **3.6 ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ-RESERVATIONS AGENT**

Ο Υπάλληλος των Κρατήσεων είναι συνήθως αυτός που έχει την πρώτη επαφή μεταξύ πελάτη και ξενοδοχείου, άρα αποτελεί και την πρώτη εντύπωση που αποκομίζει ο πελάτης από το ξενοδοχείο. Απαιτείται λοιπόν, οι υπάλληλοι των κρατήσεων να ανταποκρίνονται με ταχύτητα και ορθότητα στα αιτήματα των πελατών και να ενεργούν, όπως και οι ρεσεψιονίστ, ως αντιπρόσωποι πωλήσεων για το ξενοδοχείο.

Συνήθως ο υπάλληλος κρατήσεων:

- Επικοινωνεί με τους πελάτες, με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και τα συνεργαζόμενα δίκτυα που αφορούν κρατήσεις μέσω τηλεφώνου, αλληλογραφίας, τέλεξ, φαξ ή κεντρικού συστήματος κρατήσεων. (Το κεντρικό σύστημα κρατήσεων είναι ένα δίκτυο για μεταβίβαση κρατήσεων στο οποίο κάθε ξενοδοχείο εμφανίζεται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή σε μια βάση δεδομένων και απαιτείται να παρέχει διαρκώς στοιχεία για τη διαθεσιμότητα των δωματίων του στο κέντρο κρατήσεων.)
- Δημιουργεί και διατηρεί αρχεία κρατήσεων, ανάλογα με την ημερομηνία άφιξης και κατ' αλφαβητική σειρά.
- Ετοιμάζει επιστολές επιβεβαίωσης.
- Καταχωρεί ακυρώσεις και μεταβολές και ενημερώνει την υποδοχή.
- Εντοπίζει μελλοντικές διαθεσιμότητες δωματίων.
- Εκδίδει προβλέψεις του εισοδήματος δωματίων και της πληρότητας.
- Μεταδίδει πληροφορίες σχετικές με τις κρατήσεις στους ρεσεψιονίστ.
- Προετοιμάζει λίστες αναμενόμενων αφίξεων για την υποδοχή.
- Βοηθάει στην προετοιμασία των αφίξεων όταν χρειάζεται.

### **3.7 ΤΥΠΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ**

#### **ΕΓΓΥΗΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ**

Ο πελάτης εγγυάται την πληρωμή του δωματίου ακόμη και αν αυτό δε χρησιμοποιηθεί, εκτός αν η κράτηση ακυρωθεί σύμφωνα με τους όρους ακύρωσης του ξενοδοχείου. Από την πλευρά του το ξενοδοχείο διαβεβαιώνει τον πελάτη ότι θα κρατηθεί γι' αυτόν ένα δωμάτιο από την ημέρα άφιξης μέχρι την ημέρα και ώρα αναχώρησης που επιθυμεί ο πελάτης. Σε περίπτωση που ένας πελάτης, ο οποίος έκανε κράτηση δεν αφιχθεί ούτε κάνει ακύρωση, ονομάζεται «no-show». Οι εγγυημένες κρατήσεις εξασφαλίζουν τα έσοδα του ξενοδοχείου ακόμη και σε αυτήν την περίπτωση.

Είδη Εγγυημένων Κρατήσεων:



**Κράτηση με Προκαταβολή:**

Μια κράτηση με προκαταβολή σημαίνει πως ο πελάτης έχει καταβάλλει ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό πριν την άφιξη. Το ποσό αυτό συνήθως καλύπτει μια διανυκτέρευση αλλά αν η παραμονή είναι για περισσότερες νύχτες τότε το ποσό μπορεί να είναι μεγαλύτερο. Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν έρθει (no-show), το ξενοδοχείο μπορεί να πρακρατήσει την προκαταβολή και να ακυρώσει την κράτηση.

**Προπληρωμένη Κράτηση:**

Μια προπληρωμένη κράτηση απαιτεί την καταβολή ολόκληρου του ποσού πριν την ημερομηνία άφιξης. Από την πλευρά του ξενοδοχείου αυτός ο τύπος είναι ο πιο επιθυμητός αλλά συνήθως και ο πιο σπάνιος.

**Κράτηση με Πιστωτική Κάρτα:**

Σε περίπτωση κράτησης με πιστωτική κάρτα, οι μεγάλες εταιρείες πιστωτικών καρτών, εγγυώνται στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις την πληρωμή κρατημένων δωματίων τα οποία έμειναν κενά. Εάν η εγγυημένη κράτηση με πιστωτική κάρτα δεν ακυρωθεί κανονικά, το κατάλυμα θα χρεώσει την πιστωτική κάρτα του πελάτη και η εταιρεία θα χρεώσει τον κάτοχο της κάρτας.

**Κράτηση από Ταξιδιωτικό Πράκτορα:**

Η κράτηση από ταξιδιωτικό πρακτορείο διαβιβάζεται στο ξενοδοχείο με ειδικό έντυπο, το voucher.

Στο voucher αναγράφονται:

- Επωνυμία και διεύθυνση πρακτορείου.
- Αύξων αριθμός.
- Ονοματεπώνυμο πελάτη για τον οποίο γίνεται η κράτηση.
- Τύπος δωματίου και όροι διαμονής.
- Αριθμός ατόμων.
- Ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης.
- Τρόπος πληρωμής.
- Ημερομηνία έκδοσης.
- Υπογραφή και σφραγίδα του πρακτορείου.

Ένα αντίγραφο του voucher παραδίδεται στον πελάτη και ένα κρατάει το πρακτορείο.

Όσον αφορά τον τρόπο εξόφλησης, συνήθως ο πελάτης καταβάλλει στον ταξιδιωτικό πράκτορα την αξία όλων των διανυκτερεύσεων του στο ξενοδοχείο και μετά την αναχώρηση του πελάτη το ξενοδοχείο αποστέλλει στον πράκτορα το λογαριασμό για εξόφληση. Το πρακτορείο πληρώνει το οφειλόμενο ποσό, αφού παρακρατήσει τη συμφωνηθείσα προμήθεια. Σε περίπτωση no-show, το ξενοδοχείο μπορεί να χρεώσει το τουριστικό γραφείο για μια ή περισσότερες διανυκτερεύσεις.

#### **Εταιρική Κράτηση:**

Ένας οργανισμός ή μια εταιρεία μπορεί να υπογράψουν με το ξενοδοχείο ένα συμφωνητικό, με το οποίο δέχονται να αναλαμβάνουν την οικονομική ευθύνη για τυχόν no-show κρατήσεις. Η χρήση των εταιρικών συμφωνητικών είναι συνήθης σε μεγάλα ξενοδοχεία με περαστική πελατεία.

#### **ΜΗ ΕΓΓΥΗΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ**

Στην περίπτωση μη εγγυημένης κράτησης το ξενοδοχείο συμφωνεί με τον πελάτη να κρατήσει το δωμάτιο μέχρι μια προκαθορισμένη ώρα ακύρωσης (take-up time ή cancellation hour), συνήθως στις 18:00.

Εαν ο πελάτης δεν αφιχθεί μέχρι την ώρα ακύρωσης, το ξενοδοχείο μπορεί να διαθέσει το δωμάτιο σε άλλον πελάτη. Εαν ο πελάτης αφιχθεί μετά την ώρα ακύρωσης, και υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια το ξενοδοχείο θα τον τακτοποιήσει. Τα ξενοδοχεία που έχουν υψηλή πληρότητα, συνήθως δέχονται μόνο εγγυημένες κρατήσεις.

#### **ΥΠΕΡΚΡΑΤΗΣΗ – OVERBOOKING**

Η έννοια της υπερκράτησης αφορά το να δέχεται ένα ξενοδοχείο κρατήσεις για περισσότερα δωμάτια από τα υπάρχοντα. Αυτό γίνεται εφόσον γίνει μια πρόβλεψη για το πόσοι πελάτες δεν θα εμφανιστούν, με σκοπό το ξενοδοχείο να έχει 100% πληρότητα. Η τακτική της υπερκράτησης εφαρμόζεται εαν ο διευθυντής της υποδοχής πάρει αυτήν την ευθύνη.

### **3.8: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΝΣΤΟΛΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ – UNIFORMED SERVICES**

#### **ΘΥΡΩΡΟΣ-CONCIERGE**

Κάποιος που θέλει να ασκήσει το επάγγελμα του θυρωρού, θα πρέπει να διαθέτει πληθώρα γνώσεων και πηγών για το ξενοδοχείο, την ευρύτερη περιοχή και την πόλη όπου βρίσκεται. Ο θυρωρός πρέπει να παρέχει βοήθεια στους πελάτες όσον αφορά το ξενοδοχείο και τις υπηρεσίες του αλλά και δραστηριότητες εκτός του ξενοδοχείου. Ο θυρωρός συνήθως αναλαμβάνει:

- Παροχή οδηγιών και πληροφοριών.
- Κρατήσεις και έκδοση εισητηρίων σε αεροπλάνα, θέατρα, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης κ.α.
- Ενοικιάσεις αυτοκινήτων.
- Εξασφάλιση υπηρεσιών γραμματέα, διερμηνέα, ξεναγού, babysitter κ.α.

Σε περίπτωση που ένα ξενοδοχείο δεν διαθέτει θυρωρό, τις παραπάνω εργασίες εκτελούν οι υπάλληλοι της υποδοχής.

#### **ΑΧΘΟΦΟΡΟΣ-GROOM**

Η βασική αποστολή του αχθοφόρου είναι να βοηθάει τους πελάτες να μεταφέρουν τις αποσκευές κατά την άφιξη και κατά την αναχώρησή τους. Χρειάζεται μεγάλη προσοχή στις αποσκευές για να μην μπερδευτούν, ιδίως όταν γίνονται δυο ή περισσότερες αφίξεις ταυτόχρονα. Ο αχθοφόρος πρέπει να γνωρίζει τα πάντα για το ξενοδοχείο και να τα διαφημίζει, χωρίς να γίνεται φορτικός στους πελάτες, κατά τη διαδρομή μέχρι το δωμάτιο. Επίσης, πρέπει να ελέγχει και να δείχνει τον τρόπο λειτουργίας όλων των συσκευών του δωματίου στους πελάτες. Πρωταρχικό ρόλο στην επιλογή του αχθοφόρου παίζουν οι ευγενικοί τρόποι και η εμφάνιση.

## **ΠΟΡΤΙΕΡΗΣ-DOORMAN**

Ο πορτιέρης είναι συνήθως αυτός που καλωσορίζει τους πελάτες του ξενοδοχείου κατά την αφιξή τους και αυτός που τους ξεπροβοδίζει κατά την αναχώρησή τους, ανοίγοντάς τους την πόρτα για να εισέλθουν – εξέλθουν από το ξενοδοχείο. Συνήθως είναι και ο υπεύθυνος για το χώρο στάθμευσης και για τις μετακινήσεις των πελατών από το ξενοδοχείο με ταξί. Επίσης, θα πρέπει να μπορεί να παρέχει πληροφορίες και να δίνει οδηγίες για κατευθύνσεις στους πελάτες.

### **3.9 ΕΝΤΥΠΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

#### **ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Η Λογιστική Οργάνωση κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης πρέπει καταρχήν να καλύπτει τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις ισχύουσες νομικές διατάξεις.

Τρεις είναι οι κυριότερες:

1. Του Εμπορικού Νόμου
2. Των Αστυνομικών Αρχών περί βιβλίων και στοιχείων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και
3. Τον Κώδικα Φορολογικών Στοιχείων

Υποχρεωτικά βιβλία κατά τις διατάξεις του Εμπορικού Νόμου είναι:

1. Το Ημερολόγιο στο οποίο καταχωρούνται οι συναλλαγές, ταμειακές και μη, σε μορφή ημερολογιακών άρθρων.
2. Το βιβλίο Απογραφών, στο οποίο καταγράφονται με λεπτομέρεια τα περιουσιακά στοιχεία της ξενοδοχειακής επιχείρησης.
3. Το Βιβλίο Αντιγραφής Επιστολών, το οποίο δεν είναι λογιστικό γιατί σ' αυτό γίνεται η βιβλιοδεσία των λαμβανομένων και των αντιγράφων των αποστελλομένων επιστολών. Οι σχετικές όμως διατάξεις είναι ελλιπείς γιατί δεν προβλέπουν ως υποχρεωτικό το σπουδαιότερο λογιστικό βιβλίο, το Γενικό Καθολικό και έχουν ατονήσει δεδομένου ότι δεν προβλέπονται στο Νόμο «κυρώσεις» για εκείνους που δεν τις εφαρμόζουν.

Αν τα παραπάνω λογιστικά βιβλία είναι υποχρεωτικά να τηρηθούν και από τις διατάξεις του Κ.Φ.Σ., τότε επέχουν θέση των αντίστοιχων βιβλίων.

## **ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΩΝ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ**

Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τα βιβλία αυτά είναι τα εξής:

1. Το **Βιβλίο Κινήσεως Πελατών**, στο οποίο γράφονται όλα τα άτομα που διαμένουν στο ξενοδοχείο. Το βιβλίο αυτό προβλέπεται από το άρθρο 9 της από 20-8/5-9-1951 Αστυνομικής Διατάξεως. Ενημερώνεται από τα Δελτία Αφίξεως, βάσει των στοιχείων που περιλαμβάνονται σ' αυτά. Θεωρείται από την αρμόδια Αστυνομική Αρχή.
2. Τα **Δελτία Πελατών** (άφιξης και αναχώρησης). Η υποχρεωτική έκδοσή τους προβλέπεται από το άρθρο 7 της παραπάνω αστυνομικής διατάξεως που αφορούν κάθε αλλοδαπό ή ημεδαπό πελάτη του ξενοδοχείου.

Σε αυτά γράφονται:

- i) το όνομα και η διεύθυνση του ξενοδοχείου,
- ii) το ονοματεπώνυμο του πελάτη,
- iii) στοιχεία εθνικότητας και διαμονής του,
- iv) ημερομηνία άφιξης και
- v) ημερομηνία αναχώρησής του.

Η διάθεση των δελτίων αυτών γίνεται από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και η υποβολή τους στην αρμόδια Αστυνομική Αρχή είναι υποχρεωτική.

Το Βιβλίο Πελατών θεωρείται από την αρμόδια Αστυνομική Αρχή και λαμβάνεται υπόψη από τα Φορολογικά Όργανα κατά τη διενέργεια του Φορολογικού Ελέγχου.

## **ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ**

Ο Κ.Φ.Σ. επιβάλλει σε όλους τους επιτηδευματίες άρα και στους ασκούντες ξενοδοχειακή επιχείρηση, λεπτομερείς, λογιστικής φύσεως, υποχρεώσεις και

καθορίζει αυστηρές κυρώσεις στους παραβάτες. Ο θεσμός για την τήρηση λογιστικών βιβλίων και στοιχείων από τους ξενοδόχους έχει καθιερωθεί από το 1948 και αποτέλεσε θεσμική μεταρρύθμιση στο λογιστικό και φορολογικό σύστημα και των ξενοδοχειακών μονάδων. Πολλές τροποποιήσεις και συμπληρώσεις έχουν γίνει έκτοτε. Ο καινούργιος κώδικας φορολογικών στοιχείων που ισχύει σήμερα δημοσιεύθηκε στο υπ' αριθμ. 34 της 9<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1977 Φ.Ε.Κ. (Τεύχος Α΄) με αριθμό 99/4-2-77 Π. Διάταγμα. Επιδιώκει την υποχρεωτική τήρηση βιβλίων και στοιχείων και από τις Ξενοδοχειακές Μονάδες, για όλες τις επαγγελματικές τους συναλλαγές, ώστε να είναι δυνατή η παρακολούθηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και ο προσδιορισμός των φορολογικών υποχρεώσεων. Η ένταξη των επιτηδευματιών γενικά σε κατηγορίες τήρησης βιβλίων γίνεται ανάλογα με το ποσό των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων που έχουν από την άσκηση του επαγγέλματός τους κατά την προηγούμενη διαχειριστική τους περίοδο. Στον κάτωθι πίνακα εμφανίζονται οι κατηγορίες τήρησης βιβλίων και τα αντίστοιχα όρια ακαθάριστων εσόδων.

<b>Κατηγορίες βιβλίων</b>	<b>Όρια ακαθάριστων εσόδων</b>
Πρώτη	Μέχρι 18.000.000
Δεύτερη	18.000.000 έως 250.000.000
Τρίτη	250.000.000 και άνω

Ο επιτηδευματίας της πρώτης κατηγορίας υποχρεούται να τηρεί Βιβλίο Αγορών.

Ο επιτηδευματίας της δεύτερης κατηγορίας Βιβλίο Εσόδων-Εξόδων, ενώ της τρίτης κατηγορίας διάφορα διπλογραφικά βιβλία μεταξύ των οποίων Ημερολόγιο, Καθολικό, Βιβλίο Απογραφών.

Μερικοί επιτηδευματίες εντάσσονται σε κατηγορίες τήρησης βιβλίων άσχετα με το ύψος των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων, π.χ. στην Τρίτη κατηγορία εντάσσονται οι ημεδαπές και αλλοδαπές Ανώνυμες Εταιρείες και Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης. Έτσι, αν η Ξενοδοχειακή Επιχείρηση έχει τη μορφή Α.Ε. ή Ε.Π.Ε. εντάσσεται στη Γ΄ κατηγορία από απόψεως τήρησης λογιστικών βιβλίων.

## **ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Για την καλύτερη παρακολούθηση της συναλλακτικής δραστηριότητας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, επιβάλλεται η υποχρέωση τηρήσεως ορισμένων πρόσθετων βιβλίων και ειδικών στοιχείων, ανεξάρτητα από την κατηγορία στην οποία εντάσσονται. Αυτά είναι:

### **1. Το Βιβλίο Ημερήσιας Κίνησης των Πελατών ή Βιβλίο Πόρτας**

Στο Βιβλίο αυτό γράφονται:

- i) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- ii) η χρονολογία άφιξης και αναχώρησής του
- iii) ο αριθμός του δωματίου διαμονής του

Σαν Βιβλίο Πόρτας είναι δυνατό να χρησιμοποιηθεί η τυχόν τηρούμενη χειρόγραφη Main Courante ή και το Βιβλίο Αστυνομίας, με τη βασική προϋπόθεση ότι τα βιβλία αυτά πρώτης χρησιμοποίησής τους θα έχουν θεωρηθεί από την οικεία Οικονομική Εφορία.

### **2. Το Δελτίο Παροχής Υπηρεσιών**

Είναι ο εβδομαδιαίος λογαριασμός κάθε πελάτη. Περιλαμβάνει:

- i) Το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- ii) Τη διεύθυνσή του
- iii) Το ποσό της αμοιβής
- iv) Το ποσό των δαπανών που έγιναν για λογαριασμό του
- v) Το όνομα του ξενοδοχείου
- vi) Την ημερομηνία έκδοσης του δελτίου

### **3. Το Δελτίο Παροχής Εκπτώσεως**

Για τις εκπτώσεις που χορηγούνται στους πελάτες και που δεν έχουν καταχωρηθεί πάνω στο δελτίο παροχής υπηρεσιών εκδίδεται υποχρεωτικά Δελτίο Παροχής Εκπτώσεως. Περιλαμβάνει όλα τα σχετικά στοιχεία όπως και τον αριθμό του Δελτίου Παροχής Υπηρεσιών στο οποίο αναφέρεται η έκπτωση. Βιβλίο Αποθήκης δεν είναι υποχρεωτικό για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σύμφωνα με σχετική διάταξη του Κ.Φ.Σ. (άρθρο 8, παρ. 9).

## **ΘΕΩΡΗΣΗ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΣΗΜΑΝΣΗ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ**

Ο επιτηδευματίας υποχρεούται να προσκομίσει στον οικονομικό έφορο της έδρας της ξενοδοχειακής επιχείρησης για θεώρηση και χαρτοσήμανση πριν από τη χρησιμοποίησή τους όλα τα βιβλία και στοιχεία που ορίζονται από τον Κώδικα εκτός από τα Αναλυτικά Καθολικά της Τέταρτης Κατηγορίας. Βιβλία μη θεωρηθέντα προ της ενάρξεως χρησιμοποίησής τους θεωρούνται ως μη τηρηθέντα για το μέχρι της θεωρήσεώς τους χρονικό διάστημα.

## **ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΚΑΘΟΛΙΚΑ – ΒΙΒΛΙΑ ΤΑΞΕΩΣ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ**

### **A) ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

Η υπηρεσία υποδοχής (Reception) είναι το πρώτο τμήμα του ξενοδοχείου που θα έρθει σε επαφή με τους πελάτες και έχει σαν αποστολή την υποδοχή και την τακτοποίησή τους. Με βάση τα στοιχεία που θα κρατήσει των πελατών, θα ενημερώσει και τα άλλα τμήματα για να κινήσουν τις διαδικασίες και το μηχανισμό για την άνετη διαμονή τους στο ξενοδοχείο. Για το λόγο αυτό τηρεί πολλά έντυπα και βιβλία και χρησιμοποιεί πολλές λογιστικές και άλλες μηχανές. Τα κυριότερα από αυτά είναι:

#### ***1. Το Δελτίο Κρατήσεως Υπνοδωματίων***

Κατά κανόνα, της άφιξης των πελατών, προηγείται κατόπιν συνεννοήσεως προφορικής ή γραπτής ή τηλεφωνικής κ.τ.λ. αυτών και του ξενοδοχείου η κράτηση του υπνοδωματίου. Η τακτική αυτή επιβάλλεται ώστε και η ξενοδοχειακή μονάδα να είναι σε θέση να προετοιμαστεί για την υποδοχή και ταχεία εξυπηρέτηση των πελατών και οι τελευταίοι να αποφύγουν τυχόν ταλαιπωρίες κατά την άφιξή τους. Στην περίπτωση των κρατήσεων δωματίων, συντάσσεται έντυπο από τον εντεταλμένο υπάλληλο της υποδοχής που λέγεται «Δελτίο Κρατήσεως Υπνοδωματίων» και στο οποίο αναγράφονται και τα στοιχεία των πελατών που ζητούν την κράτηση.

Το Δελτίο Κρατήσεως Δωματίων περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:



1. τον τίτλο του ξενοδοχείου (επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο κ.τ.λ.)
2. το ονοματεπώνυμο, τη διεύθυνση, τηλέφωνο και λοιπά στοιχεία του πελάτη
3. την ημερομηνία αφίξεως και αναχωρήσεώς του
4. την κατηγορία και το είδος του δωματίου (εσωτερικό, μονόκλινο ή δίκλινο κ.τ.λ.)
5. το είδος της συμφωνίας για πλήρη ή όχι διατροφή και τον τρόπο πληρωμής του λογαριασμού
6. τον τρόπο που έγινε η κράτηση (τηλεφωνικός κ.τ.λ.)
7. το ονοματεπώνυμο του υπαλλήλου που έκανε την κράτηση και
8. παρατηρήσεις διάφορες

## **2. Το Βιβλίο Κρατήσεων**

Με βάση τα δελτία κρατήσεων Πελατών ενημερώνεται το Βιβλίο Κρατήσεων στο οποίο αναγράφονται:

- 1) οι αριθμοί των δωματίων
- 2) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- 3) τα άτομα
- 4) τα δωμάτια
- 5) το είδος των δωματίων
- 6) η ημερομηνία άφιξης
- 7) το μέσον άφιξης
- 8) η ώρα άφιξης
- 9) το ονοματεπώνυμο εκείνου που κράτησε το δωμάτιο

## **3. Δελτίο Αφίξεως**

Το Δελτίο Αφίξεως συντάσσεται με την άφιξη του πελάτη στο ξενοδοχείο και υπογράφεται από τον πελάτη και τον προϊστάμενο της υπηρεσίας υποδοχής. Ταυτόχρονα, είναι και δελτίο συμφωνίας (συμφωνητικό έγγραφο) μεταξύ της επιχείρησης και του πελάτη και υπογράφεται και από τις δύο πλευρές. Εκδίδεται σε 3 αντίτυπα. Το ένα αντίτυπο παραμένει στην υπηρεσία υποδοχής. Το δεύτερο παραδίδεται στο τμήμα παρακολούθησεως των λογαριασμών των πελατών για το

άνοιγμα των τρεχούμενων (χρεοπιστωτικών) λογαριασμών των πελατών και το τρίτο δίδεται στο Τμήμα Ελέγχου. Περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- 1) την επωνυμία του ξενοδοχείου και τη διεύθυνσή του
- 2) τον αύξοντα αριθμό
- 3) το ονοματεπώνυμο του πελάτη, τη διεύθυνσή του, το τηλέφωνό του κ.τ.λ.
- 4) την ημερομηνία άφιξης
- 5) την ημερομηνία αναχώρησης
- 6) τον αριθμό των ατόμων
- 7) τον αριθμό των ενοικιασθέντων δωματίων
- 8) την τιμή των δωματίων, του πρωινού, των γευμάτων, δείπνων, θέρμανσης κ.τ.λ.
- 9) την ημερομηνία έκδοσης και τις υπογραφές των συμβαλλομένων

Στην περίπτωση αφίξεως πολλών ατόμων μαζί σε γκρουπ, αντί των μεμονωμένων δελτίων αφίξεως εκδίδεται συγκεντρωτικό δελτίο στο οποίο αναγράφονται τα δωμάτια που ενοικιάζονται και ο αριθμός των ατόμων που θα παραμείνουν στο κάθε δωμάτιο.

Αντί του Δελτίου, μερικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούν καρτέλα, στην οποία γράφονται τα παραπάνω στοιχεία στην ελληνική και σε ξένες γλώσσες.

CLASSICAL MAKEDONIA PALACE D E L U X E THESSALONIKI-GREECE		Κάρτα ενοικιάσεως δωματίου Registration card					
Αρ. Δωματίου Room No	Άτομα Persons	Τύπος Δωματίου Room Type	Άφιξη Arrival	Αναχώρηση Departure	Τιμή Δωματίου Room Rate	Αρ. Λογ/οισού Account No	Υπάλληλος Clerk
ΕΠΩΝΥΜΟ LAST NAME				ΟΝΟΜΑ FIRST NAME			
ΤΗΛ. TEL.				E-MAIL			
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ HOME ADDRESS			ΠΟΛΗ CITY	TAX. ΚΩΔ. POST CODE			
ΧΩΡΑ COUNTRY			ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ NATIONALITY				
ΟΝΟΜΑ ΠΑΤΡΟΣ FATHER'S NAME		ΟΝΟΜΑ ΜΗΤΡΟΣ MOTHER'S NAME		ΤΟΠΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ PLACE OF BIRTH			
ΑΡ. ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΟΥ/ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ PASSPORT No				ΗΜΕΡ. ΓΕΝΝΗΣΗΣ DATE OF BIRTH			
<small>Η Διεύθυνση του Ξενοδοχείου δεν έχει καμία ευθύνη για τα τιμαλάφη που αφήνονται στα δωμάτια. Για το σκοπό αυτό υπάρχουν χρηματοκιβώτια στα δωμάτια. The management accepts no responsibility for valuables left in your room. A personal safe is provided free of charge in your room.</small>							
Τρόπος πληρωμής Method of payment		<input type="checkbox"/> ΜΕΤΡΗΤΑ CASH		<input type="checkbox"/> ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ CREDIT CARD		ΩΡΑ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ 12.00 Μεσημέρι CHECK OUT TIME: 12.00 Noon	
<input type="checkbox"/> Σημειώστε με X αν ΔΕΝ επιθυμείτε να χρησιμοποιούμε την Διεύθυνσή σας για την αποστολή ενημερωτικών εντύπων				<input type="checkbox"/> Είστε μέλος του First Class, Loyalty Club;			
<input type="checkbox"/> Tick box if you do NOT wish to receive further information from our Hotel				<input type="checkbox"/> Are you a member of First Class, Loyalty Club?			

Ευγενική παραχώρηση από το ξενοδοχείο Makedonia Palace.

#### **4. Δελτίο Αναχώρησης Πελάτη**

Με την οριστική απόφαση αναχώρησης του πελάτη, σε τακτή ημερομηνία, εκδίδεται σχετικό (Δελτίο αναχώρησης πελάτη) και αμέσως κινείται ο μηχανισμός για την καταχώρηση στην μερίδα του και στον εβδομαδιαίο λογαριασμό του όλων των σε βάρος του χρεώσεων. Επειδή ο χρόνος από της δηλώσεως του πελάτη για αναχώρηση μέχρι και της πραγματοποιήσεως της είναι λίγος, επιβάλλεται η ενημέρωση όλων των τμημάτων. Η ενημέρωση αυτή γίνεται με την περιφορά του σχετικού δελτίου από τμήμα σε τμήμα και την αναγραφή πάνω σ' αυτό των επιμέρους απαιτήσεως της επιχείρησης από τον πελάτη, από διάθεση αγαθών και προσφορά υπηρεσιών. Η συγκέντρωση όλων αυτών των κονδυλίων γίνεται στο γραφείο λογαριασμού πελατών το οποίο θα εκδώσει και τον εβδομαδιαίο λογαριασμό του πελάτη.

Στο Δελτίο Αναχώρησης Πελάτη αναγράφονται τα εξής στοιχεία:

- 1) Η επωνυμία του ξενοδοχείου και η διεύθυνσή του
- 2) ο αύξων αριθμός του Δελτίου
- 3) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- 4) ο αριθμός του δωματίου
- 5) η ημερομηνία αναχώρησης και η ακριβής ώρα
- 6) τα επιμέρους τμήματα
- 7) το ποσό που οφείλει ο πελάτης σε κάθε τμήμα
- 8) οι υπογραφές των προϊσταμένων των τμημάτων
- 9) η ημερομηνία εκδόσεως και
- 10) η υπογραφή του εκδότη (υπαλλήλου, θυρωρού)

#### **5. Δελτίο Αλλαγής Δωματίου ή Άλλης Συμφωνίας**

Αν γίνει οποιαδήποτε αλλαγή είτε στο ενοικιαζόμενο δωμάτιο είτε στην προσθήκη ή αφαίρεση μιας υπηρεσίας εκδίδεται σχετικό συμπληρωματικό δελτίο που ονομάζεται «Δελτίο αλλαγής Υποδωματίων ή άλλης συμφωνίας». Για τις αλλαγές αυτές πρέπει να ενημερώνονται όλα τα τμήματα ή τουλάχιστον τα τμήματα που αφορούν την αλλαγή. Οποσδήποτε όμως πρέπει να ενημερωθεί το γραφείο παρακολουθήσεως

των λογαριασμών πελατών. Εκδίδεται από τον αρμόδιο υπάλληλο ή Προϊστάμενο της Υποδοχής και κοινοποιείται στα άλλα τμήματα. Αυτό περιλαμβάνει:

- 1) τον αύξοντα αριθμό
- 2) τον τίτλο του εντύπου
- 3) το όνομα του πελάτη
- 4) τον αριθμό του δωματίου που αρχικά είχε νοικιαστεί ή το είδος της αρχικής συμφωνίας
- 5) τον αριθμό του νέου δωματίου ή τη μορφή (τον όρο) της νέας συμφωνίας
- 6) τη διαφορά της τιμής μεταξύ της καινούργιας και παλαιάς συμφωνίας
- 7) την ημερομηνία και ώρα πραγματοποιήσεως της αλλαγής
- 8) τις τυχόν άλλες ειδικές συμφωνίες
- 9) την υπογραφή των αρμοδίων των διαφόρων τμημάτων για την ενημέρωσή τους πάνω στην αλλαγή που έγινε και
- 10) την ημερομηνία έκδοσης του Δελτίου και την υπογραφή του αρμοδίου υπαλλήλου της Υποδοχής που το εξέδωσε.

#### **6. Δελτίο Αφίξεως – Αναχώρησης – Αλλαγής**

Είναι δυνατόν αντί να εκδοθούν χωριστά Δελτία για κάθε περίπτωση (άφιξη, αναχώρηση, αλλαγή), να εκδοθεί ενιαίο δελτίο και να περιλαμβάνει τα στοιχεία που χρειάζονται για την άφιξη, την αναχώρηση του πελάτη και τυχόν αλλαγή της αρχικής συμφωνίας.

#### **7. Απόδειξη Παραχώρησης Θυρίδας Χρηματοκιβωτίου**

Πολλές ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν χρηματοκιβώτια παραχωρούν θυρίδες στους πελάτες τους για τη φύλαξη χρημάτων και τιμαλφών. Με την παραχώρηση εκδίδεται σχετική απόδειξη και παραδίδεται στον πελάτη το ένα από τα δύο κλειδιά ενώ το άλλο κρατεί ο Αρμόδιος υπάλληλος του ξενοδοχείου. Η απόδειξη αυτή περιλαμβάνει:

- 1) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- 2) τον αριθμό του δωματίου του
- 3) τον αριθμό της θυρίδας του γραμματοκιβωτίου

- 4) την ημερομηνία και την ώρα παραδόσεως,
- 5) τον αύξοντα αριθμό και
- 6) την υπογραφή του πελάτη

#### **8. Απόδειξη παραλαβής τιμαλφών**

Είναι σύνηθες ο πελάτης που διαμένει στο ξενοδοχείο για μεγαλύτερη ασφάλεια, να παραδίδει τα χρήματα του ή και τιμαλφή για φύλαξη στο ξενοδοχείο. Ορίζεται ένας υπάλληλος για την παραλαβή και τη φύλαξη σε χρηματοκιβώτιο ο οποίος εκδίδει και τη σχετική απόδειξη. Αυτή περιλαμβάνει:

- 1) τον αύξοντα αριθμό,
- 2) το ονοματεπώνυμο του πελάτη,
- 3) τον αριθμό του δωματίου του
- 4) το ποσό των χρημάτων ή τα είδη των τιμαλφών
- 5) η ημερομηνία και
- 6) την υπογραφή του παραλαμβάνοντος υπαλλήλου

Με την επιστροφή τους στον πελάτη των χρημάτων και των φυλαχθέντων ειδών ακυρώνεται η απόδειξη.

#### **9. Δελτίο Αγοράς Συναλλάγματος**

Τα ξενοδοχεία βάσει των σχετικών διατάξεων και ύστερα από έγκριση των νομισματικών και πιστωτικών Αρχών, μπορούν να προβαίνουν σε ανταλλαγή ξένων νομισμάτων ή ταξιδιωτικών επιταγών σε ευρώ. Για την επιβεβαίωση της αγοράς εκδίδεται σχετικό Δελτίο Αγοράς Συναλλάγματος, σε διπλούν από στέλεχος που είναι θεωρημένο από την Υπηρεσία Προστασίας του Εθνικού Νομίσματος. Το πρωτότυπο παραλαμβάνει ο πελάτης και το άλλο αντίτυπο παραμένει στο στέλεχος.

Περιλαμβάνει:

- 1) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- 2) τα στοιχεία του διαβατηρίου ή ταυτότητας
- 3) το είδος ή ποσότητα και η τιμή του ξένου νομίσματος
- 4) οι αριθμοί των επιταγών
- 5) η συνολική αξία σε ευρώ και αν πρόκειται για αγορά τραπεζογραμματίων: (α) το είδος του νομίσματος, (β) το ποσό και την τιμή.

Επίσης γράφεται η ημερομηνία της αγοράς και οι υπογραφές του λαβόντος (αγοραστού) και του εντεταλμένου υπαλλήλου για το ξενοδοχείο.

#### **10. Δελτίο Αστυνομίας**

Σε εφαρμογή σχετικής διατάξεως των Αστυνομικών Αρχών η ξενοδοχειακή επιχείρηση, είναι υποχρεωμένη σε σύνταξη Δελτίου σε τριπλούν στο οποίο περιέχονται όλα τα στοιχεία της Αστυνομικής Ταυτότητας των πελατών που έρχονται και αναχωρούν. Μετά την συμπλήρωση και υπογραφή από τον πελάτη παραδίδονται στην Αστυνομία. Τα δελτία αυτά δίδονται στα ξενοδοχεία από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο μέσω της Εθνικής Τραπέζης.

#### **11. Βιβλίο Αφίξεων και Αναχωρήσεων Πελατών - Βιβλίο Πόρτας.**

Είναι απλογραφικό λογιστικό βιβλίο. Τηρείται από τον αρμόδιο υπάλληλο του Τμήματος Υποδοχής, του ξενοδοχείου με όλα τα στοιχεία αφίξεως και αναχωρήσεως των πελατών. Περιλαμβάνει:

- 1) τον αριθμό του δωματίου κάθε πελάτη
- 2) τον αριθμό των κλινών των δωματίων
- 3) το ονοματεπώνυμο και επάγγελμα του πελάτη
- 4) τον αύξοντα αριθμό του Δελτίου
- 5) την ημερομηνία αφίξεως
- 6) την ημερομηνία αναχωρήσεως
- 7) τον αριθμό των ημερών παραμονής του πελάτη
- 8) τον αριθμό του διπλοτύπου
- 9) το τίμημα κάθε κλίνης
- 10) το σύνολο του τιμήματος της κλίνης
- 11) το σύνολο εισπράξεως από κάθε πελάτη
- 12) το φόρο κύκλου εργασιών
- 13) τις συνολικές εισπράξεις της ημέρας
- 14) το γενικό σύνολο των εισπράξεων

Είναι υποχρεωτικό από τον Κώδικα Φορολογικών Στοιχείων σαν προσθετό Βιβλίο για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

#### **12. Καρτέλες Πελατών ή Μητρώο Πελατών**

Είναι βοηθητικό βιβλίο που τηρείται στην υπηρεσία υποδοχής και έχει τη θέση αρχείου. Διαφέρει από τις καρτέλες (μερίδες) των πελατών που τηρούνται στο λογιστήριο και με τις οποίες παρακολουθούνται κατά κύριο λόγο οι χρεοπιστώσεις (δοσοληψίες) αυτών. Στο μητρώο καταχωρούνται:

- 1) το ονοματεπώνυμο του πελάτη
- 2) η διεύθυνσή του (χώρα, πόλη, οδός)
- 3) ο αριθμός του δωματίου
- 4) τα άτομα που διανυκτερεύουν
- 5) η τιμή
- 6) η ημερομηνίες αφίξεως και αναχωρήσεως και οποιαδήποτε άλλη χρήσιμη για το ξενοδοχείο πληροφορία.

### ***13. Δελτίο Πραγματοποιούμενων Διανυκτερεύσεων Προϊσταμένης Ορόφων***

Είναι απλό στη σύνταξή του. Συμπληρώνεται κάθε μέρα από την Προϊσταμένη Ορόφων. Ο σκοπός της σύνταξης του είναι για να γίνει πληρέστερος ο έλεγχος των διανυκτερεύσεων. Περιλαμβάνει:

- 1) την ημερομηνία σύνταξής του
- 2) τον αριθμό κάθε δωματίου
- 3) τα άτομα που διανυκτερεύουν σε καθένα από αυτά

Για την πληρέστερη εξυπηρέτηση της υπηρεσίας υποδοχής του θυρωρείου, του Τηλεφωνικού Κέντρου και των Λοιπών Τμημάτων στα περισσότερα Ξενοδοχεία υπάρχουν διάφορα συστήματα που χρησιμοποιούνται τόσο για την παρακολούθηση των κρατήσεων των δωματίων όσο και για τις διανυκτερεύσεις των πελατών. Τέτοια συστήματα είναι:

- (α) το σύστημα Witney είτε με αριθμούς δωματίων (Room Racks) είτε με αλφαβητική σειρά των πελατών (Information Racks) και
- (β) τα Reservation Racks για τις κρατήσεις των δωματίων.

## **B) ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΩΣ**

- 1) Στην Υπηρεσία Διαχείρισεως περιλαμβάνεται και το Τμήμα Παρακολούθησεως Λογαριασμών Πελατών***

Έχει σαν αποστολή τη συγκέντρωση όλων των στοιχείων που αφορούν την χρέωση και πίστωση των λογαριασμών των ενοίκων ώστε με την αναχώρηση των πελατών να είναι δυνατή η άμεση εξόφληση των υποχρεώσεών τους απέναντι στο ξενοδοχείο. Είναι η σοβαρότερη υπηρεσία και γι' αυτό πρέπει να γίνεται με προσοχή προκειμένου να αποφευχθούν λάθη ή παραλήψεις. Για την ακριβή, άμεση και γρήγορη καταχώρηση των καθημερινών δοσοληψιών των ενοίκων με τα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου τηρούνται: α) βιβλίο χρεοπιστώσεων των Λογαριασμών των Πελατών που είναι γνωστό σαν Βιβλίο «Main Courante» και β) ο Εβδομαδιαίος Λογαριασμός «κάθε πελάτη».

### **A) Βιβλίο «Main Courante»**

Είναι γαλλικός όρος και σημαίνει κινούμενο χέρι. Λέγεται και ημερήσια κατάσταση κινήσεως πελατών. Έχει κατάλληλη γραμμογράφηση με κάθετες και οριζόντιες στήλες ώστε να προκύπτουν τα στοιχεία που αφορούν τις χρεώσεις και πιστώσεις κάθε πελάτη από κάθε εξυπηρέτηση όπως από ενοίκιο, πρωινό, γεύματα, δείπνα, ποτά, τηλεφωνικά κ.λ.π. Περιλαμβάνει επίσης τη συνολική χρέωση κάθε ημέρας, το υπόλοιπο (οφειλόμενο) ποσό από την προηγούμενη, το συνολικό ποσό που οφείλει, τις γενόμενες εκπτώσεις και εκπτώσεις και εισπράξεις και τέλος το υπόλοιπο που απομένει για πληρωμή και που μεταφέρεται στην επόμενη ημέρα. Η ειδική αυτή διάταξη του βιβλίου εξυπηρετεί το Λογιστήριο δεδομένου ότι περιλαμβάνονται σε αυτό και το σύνολο των εσόδων κάθε μέρας και τα επιμέρους έσοδα από κάθε εκμετάλλευση. Περιλαμβάνει: α) τον αριθμό δωματίου, β) τους αριθμούς των δελτίων αφίξεως, αναχωρήσεως, μεταβολής, (αλλαγής), γ) το ονοματεπώνυμο των πελατών, δ) τον αριθμό του λογαριασμού (καρτέλας) του πελάτη, ε) το Πρακτορείο που μεσολάβησε στ) τη συμφωνηθείσα τιμή για ενοίκιο, πρωινό, γεύμα, δείπνο, κλιματισμό, κ.λ.π. ως και το σύνολο ζ) τις χρεώσεις από το εστιατόριο, κυλικείο, μπαρ, πλυντήριο, τηλέφωνο, κ.λ.π., η) το συνολικό ποσό της ημέρας θ) το υπόλοιπο της προηγούμενης ημέρας ι) το οφειλόμενο γενικό σύνολο, ια) τυχόν επιπτώσεις ή διορθώσεις, ιβ) το εισπραχθέν ποσό και ιγ) το υπόλοιπο που απομένει για πληρωμή και που μεταφέρεται στην άλλη ημέρα.

Η διαδικασία ενημέρωσης της Main Courante είναι πολυσύνθετη. Με την άφιξη και την υπογραφή της συμφωνίας ο πελάτης περιλαμβάνεται στους αφιχθέντες στο τέλος



της σελίδας της Main Courante. Στη συνέχεια, με την κάθε ημέρα διαμονής του χρεώνεται με τα συμφωνηθέντα ποσά και με κάθε κατανάλωση είδους ή χρήση υπηρεσίας.

Η ενημέρωση του βιβλίου γίνεται βάση των παρακάτω δικαιολογητικών:

(α) των Δελτίων Αφίξεως και Συμφωνίας των Πελατών που εκδίδονται από την Υπηρεσία Υποδοχής.

(β) των χρεωστικών Λογαριασμών που εκδίδονται από το Εστιατόριο του Ξενοδοχείου.

(γ) των Δελτίων Χρεώσεων (Bons) των διαφόρων κλάδων της εκμεταλλεύσεως και των χρεώσεων λόγω καταναλώσεως ειδών ή παροχής υπηρεσιών πέραν των συμφωνηθέντων.

(δ) των Αποδείξεων Εισπράξεων σε εξόφληση Λογαριασμών Πελατών,

(ε) των καταστάσεων Πωλήσεων (τοίς μετρητοίς) των διαφόρων τμημάτων

(στ) των δελτίων αναχωρήσεως των πελατών

(ζ) των Δελτίων αλλαγής όρων (δωματίου κ.λ.π.)

Υπάρχει και Μηχανή Main Courante διαφόρων τύπων για την ακριβή γρήγορη και αυτόματη καταχώρηση των στοιχείων της χειρογράφου.

### **B) Εβδομαδιαίος Λογαριασμός Πελάτη.**

Για την ενημέρωση του πελάτη πάνω στις καταχωρήσεις που γίνονται στη Main Courante σε χρέωση του ή πίστωση αλλά και για λόγους φορολογικούς συντάσσεται από το Τμήμα Παρακολουθήσεως Λογαριασμών Πελατών, ο εβδομαδιαίος λογαριασμός κάθε πελάτη. Ενημερώνεται καθημερινά μετά το κλείσιμο της Main Courante απ' όπου μεταφέρονται τα καταχωρηθέντα ποσά.

Περιλαμβάνει:

(α) τον τίτλο του ξενοδοχείου,

(β) τον αύξοντα αριθμό,

(γ) το ονοματεπώνυμο του πελάτη,

(δ) τον αριθμό του δωματίου

(ε) τον αριθμό των ατόμων,

(στ) τις προσφερόμενες υπηρεσίες αναλυτικά,

(ζ) επτά ιδιαίτερες στήλες για τις επτά ημέρες της εβδομάδας

(η) το ολικό άθροισμα κάθε ημέρας, το προηγούμενο υπόλοιπο, το σύνολο των οφειλομένων, τα εισπραχθέντα ποσά και τυχόν εκπτώσεις και το υπόλοιπο σε μεταφορά,

(ι) την ημερομηνία και

(ία) τις υπογραφές του πελάτη και του αρμοδίου υπαλλήλου του ξενοδοχείου.

### **Γ) ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ**

Η διαχείριση του χρηματικού διεξάγεται α) από το Ταμείο της Υποδοχής, β) από τα Ταμεία των διαφόρων Τμημάτων Εκμεταλλεύσεων και γ) από το Κεντρικό Ταμείο.

Α) Το Ταμείο Υποδοχής εισπράττει από τους πελάτες τις προκαταβολές τους και τους εβδομαδιαίους λογαριασμούς τους. Για κάθε εισπραξη ο Ταμίας εκδίδει Απόδειξη εισπράξεως με τα ακόλουθα στοιχεία α) τον αύξοντα αριθμό της αποδείξεως, β) το ποσό των χρημάτων, γ) το ονοματεπώνυμο του πελάτη δ) τον αριθμό του δωματίου του ε) την ημερομηνία και στ) την υπογραφή του Ταμιά. Εκδίδεται σε τριπλούν.

Στο τέλος της μέρας με βάση τις αποδείξεις εισπράξεως, ο Ταμίας της Υποδοχής, συντάσσει ημερήσια κατάσταση του συνόλου των εισπράξεων.

Β) Όταν οι πωλήσεις στα διάφορα Τμήματα Εκμεταλλεύσεως των αγαθών ή οι παροχές υπηρεσιών είναι τοις μετρητοίς ο αρμόδιος Ταμίας που διενεργεί τις εισπράξεις συντάσσει κατάσταση πωλήσεων τοις μετρητοίς και παραδίδει το βράδυ κάθε ημέρας το συνολικό ποσό στον Κεντρικό Ταμιά.

Όσο για τις πωλήσεις ή παροχές υπηρεσιών επί πιστώσει από κάθε Τμήμα, αποστέλλονται στο Γραφείο Λογαριασμών Πελατών τα σχετικά δικαιολογητικά για να γίνουν οι σχετικές εγγραφές.

Γ) Το Κεντρικό Ταμείο συγκεντρώνει τις εισπράξεις από κάθε Τμήμα και κάνει τις πληρωμές για την αγορά των αναλωσίμων ή μη αγαθών για τα έξοδα του ξενοδοχείου (μισθοδοσία, φωτισμό, ύδρευση, κ.λ.π.) και τις εξόφλησης άλλων χρηματικών υποχρεώσεων. Έτσι, βρίσκεται σε συνεχή επαφή και συνεργασία με τα διάφορα Τμήματα καθώς και τη Λογιστική Υπηρεσία. Τηρεί ένα απλογραφικό Βιβλίο Ταμείου που περιλαμβάνει εισπράξεις και πληρωμές. Κλίνει κάθε βράδυ η στο της εβδομάδας ή του μηνός.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΤΜΗΜΑ ΟΡΟΦΟΚΟΜΙΑΣ – HOUSEKEEPING

#### 4.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΟΡΟΦΩΝ

Η πιο σίγουρη και αποδοτική επένδυση σε κάθε ξενοδοχείο είναι η υψηλή στάθμη του housekeeping (τμήμα ορόφων) και η καθαριότητα. Το τμήμα του housekeeping είναι ένας από τους κύριους κλάδους εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου.

Η αποτελεσματικότερη διαφημιστική καμπάνια ενός ξενοδοχείου, το φυσικό περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται, η τελειότητα στο σχεδιασμό και η αρχιτεκτονική του, είναι στοιχεία αρκετά για να προσελκύσουν έναν πελάτη αλλά εάν η καθαριότητα δεν είναι αυτή που ο πελάτης της περιμένει, τότε αυτός δεν θα επανέλθει. (NTONTH A.)

Υπεύθυνο τμήμα για τα δωμάτια είναι το τμήμα ορόφων (housekeeping) και η αποστολή του είναι κυρίως η καθαριότητα και συντήρηση των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων του ξενοδοχείου, καθώς και η διαχείριση εξοπλισμού και υλικών για όλο το ξενοδοχείο (λινά, μαπισμός, υλικά καθαρισμού κ.τ.λ.). Ωστόσο, δεν σταματούν εδώ οι αρμοδιότητες του τμήματος. Η υπευθυνότητα του housekeeping αρχίζει από την επιλογή υφασμάτων, την αγορά επίπλων και όλων γενικά των στοιχείων που αποτελούν την επίπλωση και συνεχίζεται με τον καθαρισμό της επίπλωσης, τη συντήρηση, την επισκευή καθώς και την τελική αντικατάστασή τους. Ακόμα, περιλαμβάνει εκτός από τα δωμάτια πελατών τα σαλόνια, τους ανελκυστήρες και όλους τους χώρους που χαρακτηρίζονται σαν χώροι υποδοχής.

Ο τομέας αρμοδιότητάς του περιλαμβάνει και άλλους κοινόχρηστους χώρους, όπως είναι η υποδοχή του ξενοδοχείου, τα εστιατόρια, τα μπαρ, τα πλυντήρια, καθώς επίσης και κάθε επιπλωμένο χώρο εκτός ξενοδοχείου, όπως είναι τα περίπτερα, οι πισίνες κ.α

Το housekeeping απαιτεί βασικές γνώσεις του τρόπου προμηθειών υλικών καθαρισμού και λοιπών εφοδίων, καθώς και τις τεχνικές της καθαριότητας. Αλλά επίσης απαιτεί και την ικανότητα να προσλαμβάνει τα κατάλληλα άτομα που θα

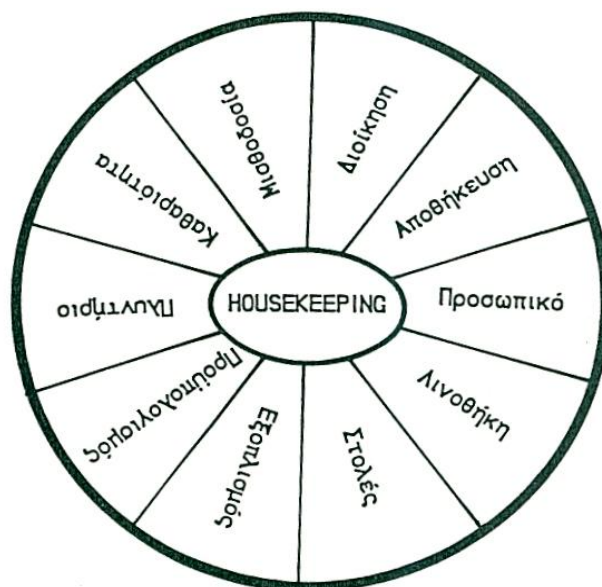
χρησιμοποιήσουν αυτές τις τεχνικές κι ακόμα την επιδεξιότητα στο να τα εκπαιδεύσει και να τα παρακινεί για εργασία.

Ένας επιφανής housekeeper, πιστεύει πως: «ο πελάτης στην πραγματικότητα διαμορφώνει ενστικτώδεις εντυπώσεις καθώς εισέρχεται στο χώρο υποδοχής του ξενοδοχείου που επισκέπτεται για πρώτη φορά. Αυτές οι εντυπώσεις αυξάνονται ή μειώνονται, καθώς ο πελάτης προχωρεί από την υποδοχή στον ανελκυστήρα και στη συνέχεια στο δωμάτιό του, που πλησιάζει με καλές ή κακές εντυπώσεις. Όταν ο πελάτης μπαίνει στο δωμάτιό του, όλες οι προηγούμενες εντυπώσεις αντικαθίστανται αμέσως με μια καινούρια που του δημιουργείται από το περιβάλλον του δωματίου.»

Η φαινομενικά απλή εργασία της καθαριότητας, στην πραγματικότητα δεν είναι καθόλου απλή. Περιλαμβάνει πολύ περισσότερα από το να καθαρίζει κάποιος τα υπνοδωμάτια και τους λοιπούς χώρους. Ακόμα περιλαμβάνει την όχι ευχάριστη εργασία της καθαριότητας των χώρων της κουζίνας, τη σχολαστική εργασία της καθαριότητας του πίνακα του τηλεφωνικού κέντρου και την ατέλειωτη εργασία να καθαρίζει τα πολυάριθμα κρύσταλλα των μεγάλης αξίας πολυελαίων.

Ακόμα κι όταν υπάρχει ένας διακοσμητής εσωτερικών χώρων, ο housekeeper, υπεύθυνος του τμήματος, συνεργάζεται στενά μαζί του για την εκλογή, τοποθέτηση και αντικατάσταση των επίπλων, των δαπέδων (χαλιά, μοκέτες), των τοίχων (ταπετσαρίες, πίνακες, καθρέφτες), ακόμα και για λεπτομέρειες όπως είναι η εκλογή των δίσκων σαπουνιών, οι κρεμάστρες πετσετών, τα σταχτοδοχεία, οι στολές του προσωπικού, τα λινά κ.α.

Σε πολλά ξενοδοχεία, ο housekeeper είναι ο μόνος υπεύθυνος για όλες αυτές τις εργασίες. Τέλος, εφόσον ο χώρος φύλαξης των απολεσθέντων αντικειμένων και ο χώρος ραπτικής είναι κάτω από την εποπτεία του housekeeping, πρέπει να τους δίνει ακριβείς οδηγίες λειτουργίας τους.



Σχεδιάγραμμα αρμοδιοτήτων του housekeeping

#### 4.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΟΡΟΦΩΝ – HOUSEKEEPER

Ο housekeeper είναι ο προϊστάμενος του τμήματος ορόφων που με αναφαίρετο δικαίωμα έχει διασυνδέσεις σε κάθε τμήμα της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Ο προϊστάμενος του housekeeping έχει διαρκώς την υπευθυνότητα για τον έλεγχο του κόστους εργασίας, που είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας απ' όλους, για τη λειτουργία του ξενοδοχείου. Η πρόσληψη άπειρου προσωπικού και η εξειδίκευση είναι μια συνεχόμενη προσπάθεια γι' αυτόν. Αυτός και οι συνεργάτες του, επιβάλλεται, τους ανειδίκευτους υπαλλήλους να τους εκπαιδεύουν συστηματικά, να απαιτούν απ' αυτούς εργατικότητα, να τους παροτρύνουν για να δείξουν τις ικανότητές τους και να τους παρέχουν θετική επίβλεψη, ώστε αυτοί να εγγυώνται την ποιότητα της εξυπηρέτησης των πελατών.

Πρέπει να είναι συνεχώς ενημερωμένοι για τα νέα προϊόντα, νέες μεθόδους μείωσης κόστους και για τις νέες απαιτήσεις στη σύγχρονη τεχνολογία προϊόντων. Όμως, το πιο σημαντικό ίσως έργο του προϊστάμενου ορόφων είναι η υποστήριξη και η επικοινωνία με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου. Είναι ένα βασικό στέλεχος της λειτουργικής ομάδας management του ξενοδοχείου. Ο σημερινός προϊστάμενος του housekeeping πρέπει να συμμετέχει ενεργά στο διοικητικό προγραμματισμό, χωρίς

να περιορίζεται μόνο σε καθήκοντα ρουτίνας του ξενοδοχείου (αφίξεις-αναχωρήσεις και απαιτήσεις πελατών), αλλά να έχει και μια σφαιρική γνώση των προσφερόμενων από το ξενοδοχείο υπηρεσιών. Απαιτείται, επίσης, να έχει εμπειρία σε θέματα λογιστικής, τροφίμων, υγιεινής, αρχειοθέτησης κι ακόμη ιδιαίτερη επιδεξιότητα στον τομέα πρόσληψης και διοίκησης προσωπικού. Το housekeeping και το τμήμα συντήρησης απασχολούν τους περισσότερους υπαλλήλους, που συχνά είναι οι λιγότερο εκπαιδευμένοι και με τα λιγότερα προσόντα στην επιχείρηση, με αποτέλεσμα να υπάρχει μια συνεχόμενη ανάγκη για πρόσληψη, για εκπαίδευση, για μεθόδους διοίκησης και για δημιουργία κινήτρων. Περίπου το 75% από το χρόνο του housekeeper διατίθεται για το προσωπικό του – ερμηνεύοντάς του τη στρατηγική της επιχείρησης, εξηγώντας τα καθήκοντά του, θέτοντας προβλήματα και επιλύοντας πολλά απ' αυτά που καθημερινά παρουσιάζονται. Ο ηγέτης housekeeper έχει σα στόχο του να κάνουν οι υπάλληλοι αυτό που αυτός θέλει κι όταν αυτός το θέλει. Ο τρόπος με τον οποίο αυτό πετυχαίνεται, είναι καλύτερα να τους καθοδηγεί παρά να τους εξαναγκάζει να υπακούσουν. Πολλές φορές εμφανίζονται περιπτώσεις, που μέσα σε ελάχιστο χρόνο πρέπει να αλλάξει μέρος ή όλο το πρόγραμμα εργασίας, π.χ. όταν συμβαίνει να γεμίζει το ξενοδοχείο ξαφνικά και απρόοπτα, ενώ η προβλεπόμενη πληρότητα απαιτούσε την παρουσία μόνο των 2/3 του προσωπικού ορόφων, έτσι δημιουργείται το πρόβλημα πώς θα ετοιμαστούν π.χ. 60 δωμάτια επιπλέον. Περιπτώσεις όπως η παραπάνω δεν επηρεάζουν τον προϊστάμενο, ο οποίος πρέπει να έχει έτοιμο ένα σχέδιο αντιμετώπισης παρόμοιων καταστάσεων.

### **Προσόντα του Housekeeper**

Ο Προϊστάμενος πρέπει να έχει αυτοπεποίθηση, να είναι σίγουρος ότι διαθέτει τις απαιτούμενες γνώσεις, να έχει ικανότητα και εμπειρία στο να διδάσκει και παρέχει κίνητρα στους εργαζόμενους του τμήματος. Το να διδάσκει, εκτός του ότι απαιτεί αφοσίωση και επιθυμία να βοηθήσει τους άλλους να μάθουν, ακόμα απαιτεί και υπομονή.

Η φιλοδοξία, είναι επίσης ένα άλλο σημαντικό στοιχείο, γιατί ανάλογα με το βαθμό που την έχει καλλιεργήσει, του δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις, που θα τον βοηθήσουν στην προαγωγή του σε άλλα τμήματα, ή στην πιο ενεργή συμμετοχή του στη διοίκηση ή απλά στη διεύρυνση του φάσματος εργασίας στο τμήμα του

housekeeping. Η ανεκτικότητα και σταθερότητα είναι εξίσου αναγκαίες, ιδίως όταν μερικές φορές είναι αναπόφευκτος ο διαπληκτισμός με τις καμαριέρες στους διαδρόμους των ορόφων. Επίσης, η παρουσίαση μιας πρότασης με πειστικότητα και η εφαρμογή της, από τους υπαλλήλους, θα προωθήσει πολύ την εργασία.

Οι διοικητικές του ικανότητες συνοψίζονται στα εξής:

- 1) Να χρησιμοποιεί το εργατικό δυναμικό αποτελεσματικά.
- 2) Να χρησιμοποιεί απλό τρόπο με τον οποίο οι υφιστάμενοι επόπτες θα τον κρατούν ενήμερο για το βαθμό απόδοσης της εργασίας.
- 3) Να εφαρμόζει πάγιους τρόπους ενέργειας για την αντιμετώπιση των καθημερινά επαναλαμβανόμενων εργασιών ρουτίνας.
- 4) Να υιοθετεί τρόπους ελέγχου για τα αποθέματα.
- 5) Να παρακινεί για κάθε τύπο εργασίας.
- 6) Να αποδέχεται τις εντολές της Διεύθυνσης.
- 7) Να επιτρέπει τη συμμετοχή των υπαλλήλων στον προγραμματισμό των εργασιών.
- 8) Να διευρύνει τις γνώσεις του προσωπικού του και να μεθοδεύει προγράμματα εκπαίδευσης για ασκούμενα διοικητικά στελέχη (επόπτες).
- 9) Να συνεργάζεται και να συντονίζεται με τους ομόβαθμους των άλλων τμημάτων.

#### **4.3 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

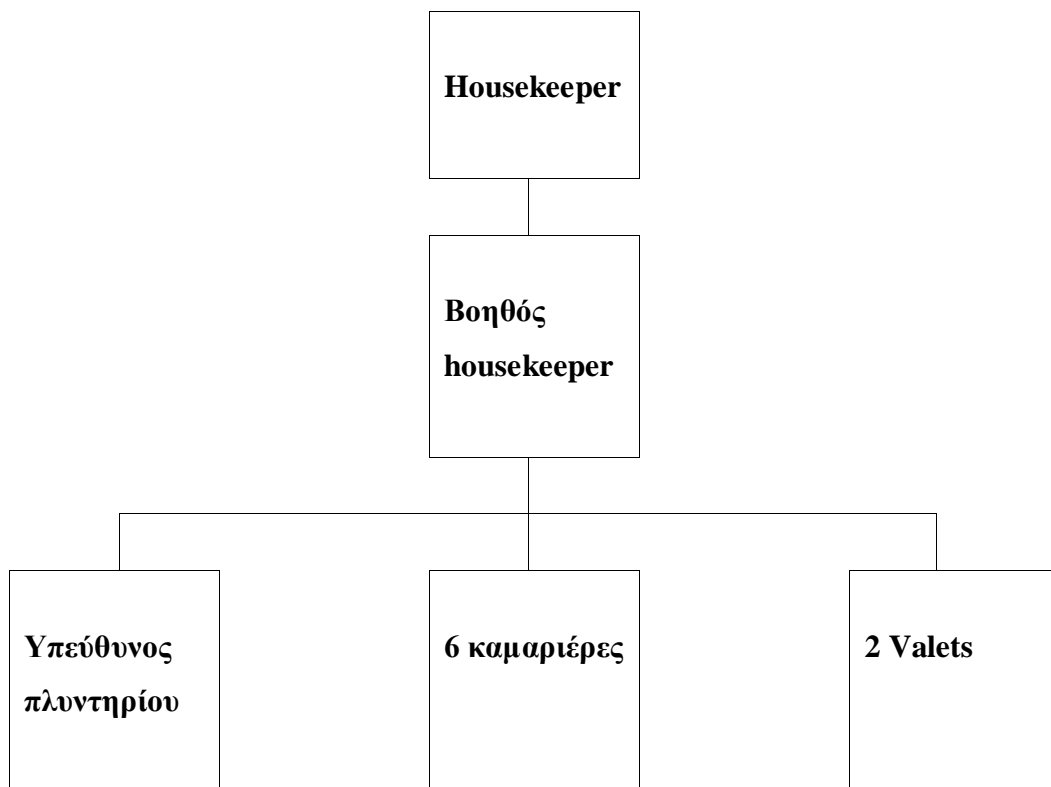
Ο housekeeper, για να δημιουργήσει το προσωπικό του, πρέπει πρώτα να καθορίσει τον ικανοποιητικό αριθμό θέσεων για την κάλυψη των αναγκών του τμήματός του. Βασική προϋπόθεση, επίσης, είναι να καθορίσει το επίπεδο εποπτείας των συνεργατών του στο τμήμα (προσόντα-αρμοδιότητες), να ετοιμάσει σύντομες διευκρινίσεις κάθε εργασίας, λεπτομερείς περιγραφές για κάθε θέση και να αποφασίσει σε γενικές γραμμές για τον αριθμό των εργαζόμενων στο τμήμα. Αφού καθοριστούν οι θέσεις εργασίας, τότε ο housekeeper μπαίνει στο καθοριστικό στάδιο της επιλογής προσωπικού. Η τελική συνέντευξη των υποψηφίων μπορεί να διεξαχθεί από τον ίδιο παρουσία και του βοηθού του ή από τον ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου όταν είναι μικρό. Στα μεγάλα ξενοδοχεία η συνέντευξη γίνεται από το

βοηθό του, ο οποίος περιορίζει την επιλογή μεταξύ δύο ή τριών υποψηφίων, αφήνοντας την τελική απόφαση στον προϊστάμενο.

### **Ελεγχος Αποδοτικότητας του Housekeeping**

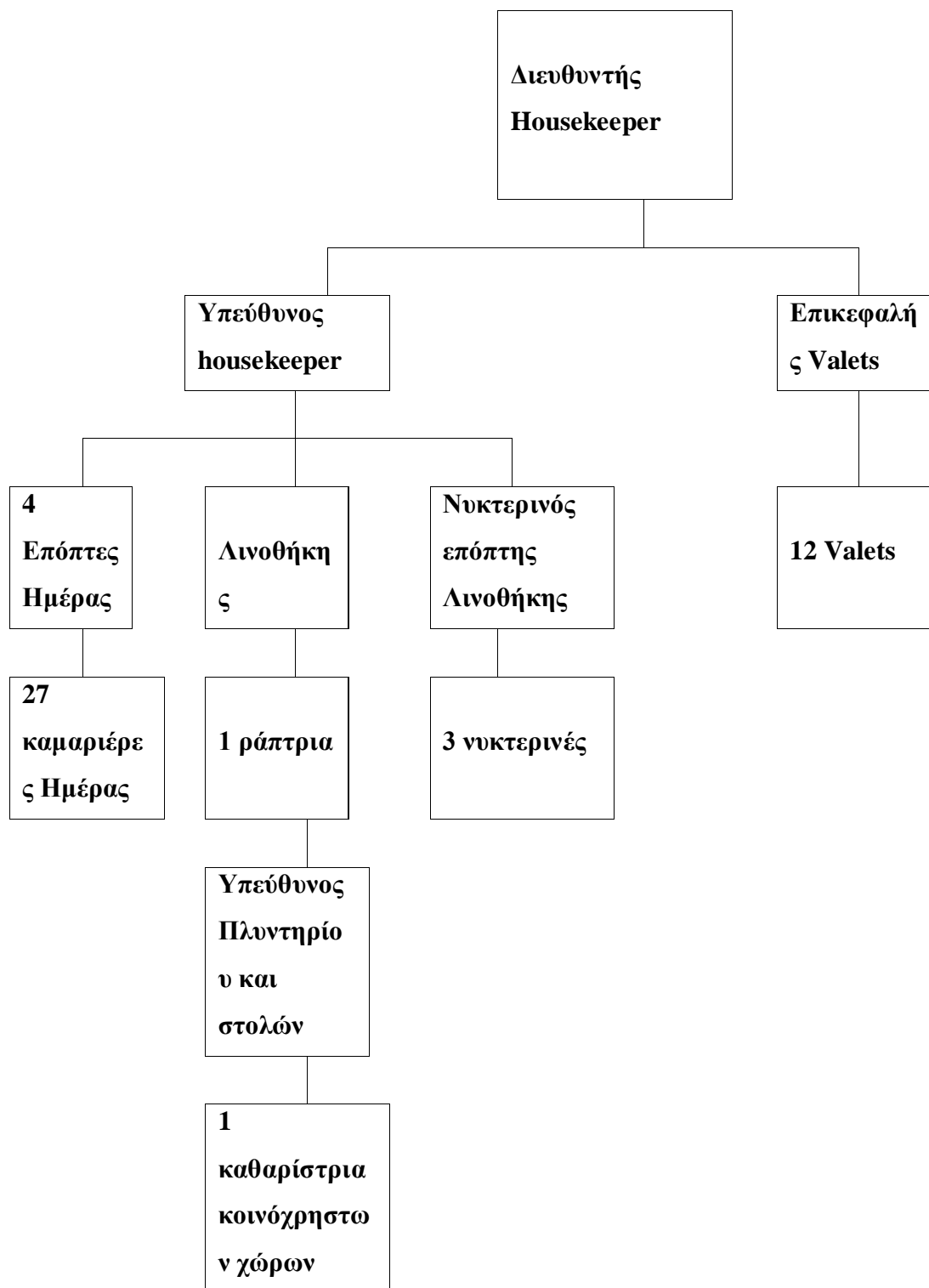
- Στοιχεία που πρέπει να έχει ο housekeeper για να κάνει τον προγραμματισμό της εργασίας είναι:
- Να παίρνει κάθε πρωί μια κατάσταση των δωματίων που πρέπει να ετοιμαστούν (παραμένοντες – αναχωρούντες).
- Να παίρνει κάθε βδομάδα ενημερωτικό δελτίο για την προβλεπόμενη πληρότητα.
- Να παίρνει τρεις μέρες νωρίτερα μια κατάσταση για κάθε προβλεπόμενη αλλαγή στην κίνηση δωματίων.
- Να ενημερώνεται για τις έκτακτες αφίξεις και αναχωρήσεις.

### **ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ HOUSEKEEPING ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ 85 ΔΩΜΑΤΙΩΝ**





**ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ HOUSEKEEPING ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ  
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ 400 ΔΩΜΑΤΙΩΝ**



#### 4.4 ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ο προϊστάμενος έχει την ευθύνη του σχεδίου εργασίας, το οποίο πρέπει να είναι προϊόν ορθολογικής κατανομής έργου για τις καμαριέρες, καθαρίστριες κ.τ.λ.

Αναλυτικά, η εργασία ξεκινά ως εξής:

Το απόγευμα της προηγούμενης ημέρας, η προϊσταμένη παίρνει μία κατάσταση από την Υποδοχή στην οποία είναι καταχωρημένοι όλοι οι διαμένοντες στο ξενοδοχείο και εκείνοι που πρόκειται να αναχωρήσουν την επομένη.

Με βάση την κατάσταση αυτή και αφού την επαληθεύσει, χωρίζει την εργασία κατά όροφο και συμπληρώνει τα έντυπα που θα δοθούν στις καμαριέρες.

Οι καμαριέρες, βάσει του εντύπου, αφού κάνουν έλεγχο σε όλα τα δωμάτια και αφού τα τακτοποιήσουν, πρέπει να συμπληρώσουν το ειδικό έντυπο «Maid's Report» (Αναφορά Καμαριέρας) που το παραδίδουν στην προϊσταμένη για να συμπληρώσει τη δική της αναφορά (Housekeepers's Report).

Το παρακάτω έντυπο συμπληρώνεται δύο φορές την ημέρα, πρωί-απόγευμα και αποστέλλεται στην Υποδοχή για να συγκριθεί με την κατάσταση διαθέσιμων δωματίων. Αν από τη σύγκριση εμφανιστούν διαφορές, αυτές πρέπει να γραφούν σε ένα άλλο έντυπο που λέγεται Room Comparison Report (τελική-συγκριτική αναφορά επί των δωματίων), για να ελεγχθούν. Μετά τον έλεγχο από την προϊσταμένη ή τη βοηθό της, η κατάσταση επιστρέφει στην Υποδοχή για τα περαιτέρω.

Η προϊσταμένη ορόφων διενεργεί αιφνιδιαστικούς, μη περιοδικούς ελέγχους στους ορόφους για να παρακολουθήσει την εργασία από τις καμαριέρες. Ακόμη, εποπτεύει και επιμελείται για την καθαριότητα των κοινόχρηστων χώρων, ελέγχει κατά διαστήματα τα υλικά καθαριότητας και προσδιορίζει το ρυθμό αναλώσεώς τους. Επίσης ελέγχει τις λινοθήκες των ορόφων και επιμελείται για τυχόν απώλειες ή καταστροφές.

Ως έργο, η προϊσταμένη ορόφων έχει ακόμη να μελετά και να ετοιμάζει τη μηνιαία κατάσταση εργασίας του τμήματός της και να προγραμματίζει τις εβδομαδιαίες, μηνιαίες και ετήσιες άδειες των εργαζομένων στο τμήμα της.



Σχέδιο προγραμματισμού εργασιών καμαριέρας, διάρκειας δύο εβδομάδων

Εργασίες να γίνουν:		Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ		Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
												<b>α</b>				
Καθαρισμός δωματίων	Αριθμός δωματίων	Χρόνος σε λεπτά														
101-107	(7 )	140														
108-114	(7 )		140													
115-117	(3 )			60												
118-120 & 201-204	(7 )				140											
205-210	(6 )					120										
211-217	(7 )								140							
218-220 & 301-304	(7 )									140						
305-307	(3 )										60					
308-314	(7 )											140				
315-320	(6 )												120			
Καθαρισμός μπάνιων			117													
-//-				117												

-//-				11													
				7													
-//-		14	14	14					Όπως την πρώτη εβδομάδα								
		6	6	6													
-//-	21				21												
	9				9												
-//-																	
Καθαρισμός διαδρόμων 1 <sup>ου</sup> ορόφου					63												
	30		30														
Καθαρισμός λιναποθήκης και σιδερωτηρίου, 1 <sup>ου</sup> ορόφου			45														
	14	14		14	14												
Μεταφορά επιπλέον κλινών από δωμάτια 1 <sup>ου</sup> ορόφου			42														
	20	20		20	20												
Καθαρισμός κεντρικού διαδρόμου 3 <sup>ου</sup> ορόφου	11				11												
Άλλες εργασίες	X	X	X	X	X												
	46	46	46	46	47				46	46	46	46	47				
	0	3	6	3	3				0	3	6	3	3				

## 4.5 ΛΙΝΟΘΗΚΗ

Λινοθήκη είναι το τμήμα φύλαξης των λινών. Λινά λέγονται τα σεντόνια, οι κουβέρτες, οι πετσέτες, οι μαξιλαροθήκες, τα καλύμματα κρεβατιών και ο λοιπός ιματισμός των δωματίων και του ξενοδοχείου, είτε είναι κατασκευασμένος από λινό ύφασμα είτε όχι. Η λινοθήκη βρίσκεται συνήθως στο υπόγειο και κοντά στο πλυντήριο. Έχει τη διαρρύθμιση αποθήκης, με διαδρόμους και ράφια, στα οποία τοποθετείται ο ιματισμός. Πέρα από τον ιματισμό ορόφων, στη λινοθήκη φυλάσσονται λινά εστιατορίου, στολές προσωπικού κ.τ.λ.

Η υπεύθυνη λινοθήκης διαχειρίζεται τη διακίνηση λινών με την παρακάτω διαδικασία:

- Στην έναρξη λειτουργίας του ξενοδοχείου παραλαμβάνει έναν αριθμό λινών.
- Παραδίδει ενυπόγραφα στη βοηθό της προϊσταμένης ορόφων ή, στην περίπτωση μεσαίου ή μικρού μεγέθους ξενοδοχείου, απευθείας στις καμαριέρες. Δηλαδή η βοηθός προϊσταμένης ή οι καμαριέρες καταμετρούν και παραλαμβάνουν συγκεκριμένο αριθμό λινών, υπογράφοντας για την παραλαβή ένα σχετικό έντυπο. Όσα λινά παραλαμβάνουν οι καμαριέρες, τόσα παραδίδουν στο πλυντήριο στο τέλος της εργασίας τους, ώστε το απόθεμα ορόφων να παραμένει σταθερό.
- Παραλαμβάνει ενυπόγραφα από το πλυντήριο.
- Τηρεί καρτέλες για κάθε είδος λινού.
- Επαληθεύει με μηνιαίες απογραφές τον αριθμό των αποθηκευμένων λινών.

Στη λινοθήκη στεγάζεται το τμήμα ραπτικής, το οποίο επιδιορθώνει μικρού μεγέθους βλάβες του ιματισμού και κάνει μεταποιήσεις (για παράδειγμα ένα σχισμένο σεντόνι μπορεί να προσφέρει πρώτη ύλη για να γίνουν ορισμένες μαξιλαροθήκες).

Οι καμαριέρες διατηρούν λινοθήκες ορόφων στις οποίες φυλάσσονται λινά για τις ανάγκες των δωματίων τους, υλικά καθαρισμού και υπάρχει εγκατάσταση γραφείου για να εξυπηρετεί τις γραφικές ανάγκες τους. Οι λινοθήκες ορόφων λέγονται και office ορόφων.

## 4.6 ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ

Το πλυντήριο του ξενοδοχείου ως υπηρεσία παροχής ανάλογων υπηρεσιών στον πελάτη, υπάγεται άμεσα στο τμήμα αρμοδιότητας της προϊσταμένης ορόφων. Το κύκλωμα εργασίας έχει ως εξής:

- Ο πελάτης καταγράφει σε ειδικό έντυπο τα ρούχα που είναι για πλύσιμο.
- Η καμαριέρα παραλαμβάνει τα ρούχα των πελατών από τα δωμάτια και τα πηγαίνει στο πλυντήριο, μαζί με το έντυπο που συμπλήρωσε ο πελάτης.
- Στο πλυντήριο, ελέγχονται από ένα άτομο το οποίο και τα καταγράφει στο ίδιο έντυπο που συμπλήρωσε ο πελάτης, αλλά σε διαφορετική στήλη, για να αποφεύγονται τυχόν λάθη και παράπονα εκ μέρους των πελατών.

Τα έντυπα που χρησιμοποιούνται στο πλυντήριο είναι:

(α) Τριπλότυπο έντυπο για πλύσιμο.

(β) Τριπλότυπο έντυπο για στεγνό καθάρισμα και σιδέρωμα.

- Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τον πελάτη, πηγαίνουν στο πλυντήριο και με βάση αυτά ο υπεύθυνος διενεργεί έλεγχο παραληφθέντων.
- Τα έντυπα παραμένουν στο πλυντήριο μέχρις ότου ετοιμαστούν τα ρούχα και όταν ετοιμαστούν επιστρέφονται στον πελάτη μαζί με ένα αντίγραφο. Το δευτερότυπο θα παραμείνει στο πλυντήριο, το δε τριπλότυπο μαζί με μία συγκεντρωτική κατάσταση πηγαίνει στην Υποδοχή για τη χρέωση του λογαριασμού του πελάτη.

Με τη συμπλήρωση ειδικών εντύπων γίνονται οι αλλαγές ιματισμού των διαφόρων τμημάτων και στολών προσωπικού, που υπάρχουν στο πλυντήριο.

Ο υπεύθυνος του πλυντηρίου έχει υπό τον έλεγχό του τα μηχανήματα και την ευθύνη απογραφής (μηνιαίως) του ιματισμού.

Τέλος, εκδίδει επίσημα προγράμματα εργασίας και γενικά επιβλέπει την όλη ομαλή εργασία που απαιτείται για το πλυντήριο και φυσικά ενημερώνει και συνεργάζεται με την προϊσταμένη ορόφων.

Έντυπο παράδοσης-παραλαβής ρούχων, για το πλυντήριο



**LAUNDRY, DRY CLEANING & PRESSING LIST**  
**ΛΙΣΤΑ ΓΙΑ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ, ΣΤΕΓΝΟ ΚΑΘΑΡΙΣΜΑ ΚΑΙ ΣΙΔΕΡΩΜΑ**

NAME/ΟΝΟΜΑ \_\_\_\_\_ ROOM No./ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΟΥ \_\_\_\_\_ DATE/ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ \_\_\_\_\_

**Opening days & hours:**  
This service is available every day except Sundays and Greek holidays, from 8:00 a.m. to 3:30 p.m. Pressing service is available every day till 10:00 p.m.

**Regular service:**  
• All items received by 9:00 a.m. will be returned the same day by 4:00 p.m.  
• All items received after 9:00 a.m. will be delivered the following day.

**Express service:**  
• All items received after 9:00 a.m. returned the same day before 4:00 p.m. are subject to a 50% surcharge.

**How to proceed:**  
Please list hereafter quantities of given items (should this not be done, the hotel count will be final), and indicate the service you wish. Enclose this list in your laundry bag. Do not forget to remove everything from your pockets.

**Όρες και ημέρες λειτουργίας:**  
Το πλυντήριο λειτουργεί κάθε μέρα από τις 8:00 π.μ. μέχρι τις 3:30 μ.μ. εκτός από τις Κυριακές και τις ελληνικές αργίες. Έσσης, παραχρησι οδω- ρισμα ρούχων κάθε μέρα μέχρι τις 10:00 μ.μ.

**Συνήθης Διαδικασία:**  
• Τα ρούχα που παραλαμβάνονται μέχρι τις 9:00 π.μ. παραδίδονται την ίδια μέρα μέχρι τις 4:00 μ.μ.  
• Τα ρούχα που παραλαμβάνονται μετά τις 9:00 π.μ. παραδίδονται την επόμενη μέρα.

**Τύπος Περφόρησης:**  
• Οι παραγγελίες που παραλαμβάνονται μετά τις 9:00 π.μ. και επιστρέφο- νται την ίδια ημέρα πριν τις 4:00 μ.μ. χρεώνονται 50% επί πλέον.

**Οδηγίες:** Παρακαλούμε αναφέρετε την ποσότητα των ειδών που παραδί- δετε καθώς και την υπηρεσία που επιθυμείτε. Εσφαλμάτι αυτή τη λίστα στη σακελάκι πλυντηρίου. Μην ξεχνάτε να αφαιρέσετε τις τσέπες των ρούχων που παραδίδετε.

GARMET LIST				LAUNDRY ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ			DRY CLEANING ΣΤΕΓΝΟ ΚΑΘΑΡΙΣΜΑ			PRESSING ΣΙΔΕΡΩΜΑ			ΛΙΣΤΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	
GENTLEMEN				price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	ΑΝΔΡΙΚΑ	
1. SHIRT	9.00					12.00					6.00		ΥΠΟΚΑΜΙΣΟ	1.
2. SILK SHIRT						15.00					7.00		ΜΕΤΑΣΙΟ ΥΠΟΚΑΜΙΣΟ	2.
3. UNDERSHIRT	5.00												ΕΣΦΡΑΚΟ	3.
4. UNDERSHIRT	5.00												ΦΑΝΕΛΑ	4.
5. T SHIRT/POLO	10.00										11.00		ΜΠΛΟΥΖΑΚΙ	5.
6. PJAMAS	10.00					12.00					8.00		ΠΥΖΑΜΑ	6.
7. SOCKS	5.00												ΚΑΛΤΣΕ	7.
8. HANDKERCHIEF	4.00												ΜΑΝΤΗΛΙ	8.
9. BATHROBE	12.00												ΜΠΟΥΦΟΝΙ	9.
10. SHORTS	9.00					10.00					8.00		ΣΟΡΤΙ	10.
11. TROUSERS	12.00					14.00					6.00		ΠΑΝΤΕΛΑΧΗ	11.
12. JACKET						16.00					10.00		ΣΑΚΑΚΙ	12.
13. VEST						10.00							ΠΑΚΟ	13.
14. TIE						8.00					5.00		ΓΡΑΒΑΤΑ	14.
15. SUIT						26.00					15.00		ΚΟΣΤΟΥΜΙ	15.
16. DINNER SLIT						30.00					18.00		ΒΡΑΔΥΝΟ ΚΟΣΤΟΥΜΙ	16.
17. PULlover/SWEATER	10.00					12.00					8.00		ΠΟΥΟΒΕΡ	17.
18. OVERCOAT						28.00					18.00		ΠΛΑΤΟ	18.
19. GELIBYEH	28.00					28.00					20.00		ΚΕΛΕΜΠΙΑ	19.
20. OTHERS													ΆΛΛΑ	20.
21.													ΆΛΛΑ	21.
LADIES				price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ	
1. BLOUSE	9.00					12.00					8.00		ΜΠΛΟΥΖΑ	1.
2. SILK BLOUSE						15.00					10.00		ΜΕΤΑΣΙΟ ΜΠΛΟΥΖΑ	2.
3. PANTY	5.00												ΚΥΛΟΤΑ	3.
4. BRA	5.00												ΣΤΗΘΟΕΣΜΟΣ	4.
5. CRIDE	6.00												ΛΑΣΤΕ	5.
6. SLIP	5.00												ΜΕΣΟΦΟΡΗ	6.
7. PJAMAS/NIGHT DRESS	10.00					12.00					8.00		ΠΥΖΑΜΑ/ΝΥΧΤΙΚΟ	7.
8. SHORTS	9.00					10.00					8.00		ΣΟΡΤΙ	8.
9. SKIRT	10.00					14.00					10.00		ΦΟΥΣΤΑ	9.
10. DRESS	15.00					26.00					15.00		ΦΟΡΕΜΑ	10.
11. SUIT						26.00					8.00		ΣΑΤΕΡ/ΚΟΣΤΟΥΜΙ	11.
12. SLACKS	12.00					14.00					10.00		ΠΑΝΤΕΛΑΧΗ	12.
13. JACKET/BLAZER						15.00					10.00		ΣΑΚΑΚΙ/ΖΑΚΕΤΑ	13.
14. SWEATER	12.00					16.00					10.00		ΠΟΥΟΒΕΡ	14.
15. SCARF						10.00					6.00		ΜΑΝΤΗΛΙ	15.
16. OVERCOAT													ΠΛΑΤΟ	16.
17. OTHERS													ΆΛΛΑ	17.
18.													ΆΛΛΑ	18.
CHILDREN				price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	price / τιμή	count/καταμ/ση	total/σύνολο	ΠΑΙΔΙΚΑ	
1. PANTY/UNDERSHOT	4.00												ΕΣΦΡΑΚΟ	1.
2. T SHIRT/UNDERSHIRT	6.00												ΦΑΝΕΛΑ	2.
3. SOCKS	4.00												ΚΑΛΤΣΕ	3.
4. PJAMAS/NIGHT GOWN	8.00												ΠΥΖΑΜΑ/ΝΥΧΤΙΚΟ	4.
5. SHIRT/BLOUSE	7.00					10.00					6.00		ΠΟΥΚΑΜΙΣΟ/ΜΠΛΟΥΖΑ	5.
6. POLO	8.00					10.00							ΜΠΛΟΥΖΑΚΙ	6.
7. SKIRT	10.00					12.00					6.00		ΦΟΥΣΤΑ	7.
8. DRESS	12.00					16.00					8.00		ΦΟΡΕΜΑ	8.
9. TROUSERS/SLACKS	10.00					14.00					10.00		ΠΑΝΤΕΛΑΧΗ	9.
10. SHORTS	8.00					8.00					8.00		ΣΟΡΤΙ	10.
11. SWEATER	10.00					12.00					8.00		ΠΟΥΟΒΕΡ	11.
12. OTHERS													ΆΛΛΑ	12.
13.													ΆΛΛΑ	13.

**Please note:**  
• VAT is included in above prices.  
• Special cleaning requirements may result in additional charges.  
• The hotel is not responsible for colors running or fading, shrinking, loss or damage of buttons and buckles, or for articles not claimed after 30 days.  
• In case of loss or damage, the hotel's responsibility is limited to a maximum of 5 times the cost of service. All claims must be made within 24 hours following delivery.

**Σημειώσεις:**  
• Οι παραπάνω τιμές περιλαμβάνουν Φ.Π.Α.  
• Σε περίπτωση που ζητηθεί ειδικός τρόπος καθαρισμού πιθανόν να υπάρξει επιπλέον χρέωση.  
• Το ξενοδοχείο δεν ευθύνεται για χρωματισμούς, σπασμένα κουμπιά, απώλεια ή καταστροφή κομμάτιων, σπασμούς ή για αξίες που δεν ζητηθούν μέσα σε 30 ημέρες.  
• Σε περίπτωση απώλειας ή ζημιάς, το ξενοδοχείο ευθύνεται μέχρι το 5πλάσιο της τιμής των πλυ- ντηρίων που απαιτείται, κατόπιν παραγγελίας. Τυχόν παραπάνω πρέπει να γίνουν μέσα σε 24 ώρες από την παράδοση.

**TOTAL/ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ** \_\_\_\_\_

3000/05/18

**Γραφείο Απολεσθέντων και Ανευρεθέντων Αντικειμένων (Lost and Found Items)**

Επειδή οι χώροι ευθύνης της προϊσταμένης ορόφων είναι οι πλέον συνήθεις για απώλειες αντικειμένων πελατών, αυτή έχει την ευθύνη για τα ξεχασμένα και ανευρεθέντα αυτά αντικείμενα, σε οποιοδήποτε χώρο του ξενοδοχείου. Για το σκοπό αυτό, λειτουργεί «Γραφείο Απολεσθέντων και Ανευρεθέντων Αντικειμένων».

Οτιδήποτε λοιπόν βρεθεί, παραδίδεται στο γραφείο αυτό και συμπληρώνεται ειδικό έντυπο από την υπεύθυνη του γραφείου. Αντίγραφο του εντύπου αυτού αποστέλλεται στην Υποδοχή.

Έντυπο καταχώρησης ανευρεθέντων αντικειμένων

**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ .....**

**No. 00231**

**ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΠΟΛΕΣΘΕΝΤΩΝ ΚΑΙ ΑΝΕΥΡΕΘΕΝΤΩΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ**

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ.....

ΧΩΡΟΣ ΠΟΥ ΒΡΕΘΗΚΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ

.....  
.....  
.....

ΒΡΕΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΟΝ/ΤΗΝ

.....

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

.....  
.....

ΣΧΟΛΙΑ

.....  
.....  
.....

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΥΠΕΥΘΥΝΗΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ



#### 4.7 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ HOUSEKEEPING ΜΕ ΤΑ ΑΛΛΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

Κανένα άλλο τμήμα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας δεν έχει τόσο στενή συνεργασία με τους πελάτες και με τα άλλα τμήματα, όσο το τμήμα του housekeeping. Συνεπώς, οι καλές ενδοεργασιακές σχέσεις μεταξύ των τμημάτων είναι ζωτικής σημασίας.

Στα ξενοδοχεία είναι ουσιαστική και απαραίτητη η ύπαρξη συνεχούς επαφής του housekeeping με τη reception. Το housekeeping ετοιμάζει το πιο σημαντικό προϊόν που πουλά το ξενοδοχείο – τα υπνοδωμάτια – και η καλή φήμη του ξενοδοχείου εξαρτάται από τις ανέσεις και την ποιότητα της ετοιμασίας τους.

Η συνεργασία του housekeeping με το τμήμα συντήρησης είναι ιδιαίτερα ευαίσθητη, επειδή εξαρτάται απ' αυτό το τμήμα αν θα λειτουργεί αποδοτικά ο εξοπλισμός των δωματίων. Οι μικροεπισκευές ή επιδιορθώσεις που χρειάζονται πολύ συχνά τα δωμάτια εμποδίζουν τη reception να τα ενοικιάσει. Όταν όμως υπάρχει κάποιος υπεύθυνος, που φροντίζει έγκαιρα γι' αυτές τις λεπτομέρειες, τότε θα ελαχιστοποιηθεί ο χρόνος που χρειάζεται για να είναι έτοιμο το δωμάτιο να νοικιαστεί.

Το επαναληπτικό καθάρισμα όλων των κοινόχρηστων χώρων είναι ένας τομέας δράσης που είναι υπεύθυνο το housekeeping. Αυτό σημαίνει ότι πολλά άτομα άλλων τμημάτων αναγκαστικά θα συνεργαστούν με το προσωπικό του housekeeping σε όλα τα επίπεδα. Όπως π.χ. ο maitre, που μαζί με τον housekeeper θα επιλέξει τις κουρτίνες για το εστιατόριο, ή ο υπάλληλος του τμήματος συντήρησης που μαζί με έναν υπάλληλο του housekeeping θα φροντίσουν για το κρέμασμα των κουρτινών. Ο housekeeper ελέγχει την κατάσταση όλων των επίπλων που υπάρχουν σε κάθε χώρο και όταν χρειάζεται συνεννοείται με τους προϊσταμένους τμημάτων για αντικείμενα των τμημάτων τους, που ίσως χρειάζονται άμεση αντικατάσταση. Επίσης, φανερή αναγκαιότητα είναι η καλή συνεργασία με το τμήμα αγορών, ιδιαίτερα όταν αυτό αγοράζει τις προμήθειες του housekeeping.

Αποδοτική και άμεση συνεργασία πρέπει να υπάρχει μεταξύ του housekeeping και του τμήματος ασφαλείας. Ο προϊστάμενος του τμήματος ασφαλείας του ξενοδοχείου πρέπει κατά διαστήματα να συναντάται με τους επόπτες του housekeeping και να τους εξηγεί τον τρόπο που μπορούν να βοηθήσουν, για τη διαρκή και σίγουρη ασφάλεια των πελατών και των υπαλλήλων.

## **ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΥΠΟΔΟΧΗ**

Αυτό που συνήθως δημιουργεί προστριβές ανάμεσα στη reception και στο housekeeping είναι η πληροφόρηση για την κατάσταση των δωματίων.

Παλαιότερα χρησιμοποιότανε ένα ηλεκτρονικό σύστημα «κατάστασης δωματίων» το οποίο λειτουργούσε ως εξής: Μόλις το δωμάτιο καθαριζόταν άναβε ένα φως, σ' ένα ταμπλώ στη reception, που φαίνονταν όλοι οι αριθμοί των δωματίων του ξενοδοχείου και ειδοποιούσε τον υπάλληλο ότι το δωμάτιο του οποίου ο αριθμός ανάβει είναι έτοιμο για ενοικίαση. Στις μέρες μας αυτό γίνεται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή και μέσω του ξενοδοχειακού προγράμματος που χρησιμοποιείται στην επιχείρηση. Μόλις καθαριστεί ένα δωμάτιο η προϊσταμένη ορόφων το περνάει καθαρό μέσω του προγράμματος (π.χ. να έχει πράσινη ένδειξη) και η Υποδοχή μπορεί να το δει άμεσα. Σ' αυτά τα συστήματα συνήθως υπάρχει η δυνατότητα για περισσότερες πληροφορίες. Τα ηλεκτρονικά συστήματα δεν αντικαθιστούν πάντα τους υπαλλήλους, αλλά εξοικονομούν χρόνο και συμβάλλουν στην εύκολη και γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών. Η έλλειψη ενός ηλεκτρονικού συστήματος υποκαθίσταται και η πληροφόρηση μπορεί να γίνεται με τηλέφωνα, γουόκι-τόκι ή άλλα μέσα που επιτρέπουν τη γραπτή επικοινωνία (έντυπα αναφορών).

Όταν η επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων είναι γραπτή, οι καμαριέρες αναφέρουν τα έτοιμα δωμάτια στο γραφείο του housekeeping, τηλεφωνικά. Εκεί συντάσσεται από τον housekeeper μία κατάσταση των δωματίων και παραδίδεται στη reception.

## **ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΜΗΜΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ**

Το Τμήμα Συντήρησης αποτελείται από τον Υπεύθυνο Συντήρησης και από τεχνικούς διάφορων ειδικοτήτων όπως υδραυλικούς, ηλεκτρολόγους, μαραγκούς κ.α. Ο Υπεύθυνος του τμήματος είναι υπεύθυνος για την εμφάνιση και την καλή λειτουργία των εγκαταστάσεων και του μηχανολογικού εξοπλισμού του ξενοδοχείου. Επίσης, θα πρέπει να είναι σε συνεχή επικοινωνία με την προϊσταμένη ορόφων, η οποία τον ενημερώνει σχετικά με τις βλάβες και τις ζημιές που έχουν γίνει στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου και ειδικότερα στα δωμάτια πελατών έτσι ώστε οι τεχνικοί του τμήματος να τις διορθώνουν.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ –

### FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT

Το F&B αποτελεί το σύνολο των υποτμημάτων ενός ξενοδοχείου που έχουν ως στόχο την κάλυψη των ανθρώπινων επισιτιστικών αναγκών (εστιατόριο, banqueting, Bar, μαγειρείο). Πρόκειται για ένα τμήμα με τεράστια γκάμα εργασιών και σημαντικό αριθμό υπαλλήλων που απαιτεί άριστη οργάνωση και συντονισμό μεταξύ των υποτμημάτων ώστε να είναι κερδοφόρο.

Το τμήμα F&B καλύπτει περίπου το 50% των εσόδων των ξενοδοχείων, όπου οι πωλήσεις φαγητών αποτελούν περίπου το 39% και τα ποτά αποτελούν το 11% του ξενοδοχειακού τζίρου. Ενώ τα ποτά όμως αφήνουν ένα λειτουργικό κέρδος της τάξης του 70% μέχρι και 80%, τα τρόφιμα παροσιάζουν χαμηλή αποδοτικότητα, έτσι ώστε το τμήμα συνολικά να είναι σε θέση να καλύψει το 20% περίπου των συνολικών κερδών της ξενοδοχειακής μονάδας. (Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β. 2000)

#### 5.1 ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ – F&B MANAGER

Ο F&B Manager είναι υπεύθυνος για την διοίκηση των όλων των επισιτιστικών τμημάτων, πρόκειται για μία θέση με πολλές απαιτήσεις λόγω των διαφόρων εργασιών που πραγματοποιούνται στα τμήματα και του μεγάλου αριθμού των υπαλλήλων σε αυτά. Πέρα από την καθημερινή επίβλεψη της λειτουργίας των τμημάτων ο manager έχει το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης σε ότι αφορά τους χώρους, τους εργαζόμενους και τον εξοπλισμό. Είναι εκείνος που θα φροντίσει για την σωστή διαρύθμιση και διακόσμηση των χώρων, την κατοχή του απαραίτητου

εξοπλισμού, την οργάνωση του προγράμματος των υπαλλήλων, τον σχεδιασμό των μενού, τον έλεγχο των προϋπολογισμών κ.α. Είναι μια θέση που απαιτεί πολλές γνώσεις σχετικά με την εγχώρια και διεθνή κουζίνα, οργανωτικότητα, πολύ καλή επικοινωνιακή πολιτική και διπλωματία.

([http://www.ehow.com/about\\_6121108\\_job-description-food-beverage-manager.html](http://www.ehow.com/about_6121108_job-description-food-beverage-manager.html))

## **5.2 ΒΟΗΘΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ – F&B SUPERVISOR**

Το σύνολο των επισιτιστικών τμημάτων διαφέρουν ανάλογα με τη δυναμικότητα της ξενοδοχειακής μονάδας, για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο Α' κατηγορίας συνήθως έχει επιπέον τμήματα όπως Pool Bar, Grill Restaurant κ.α. αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ο όγκος των ευθυνών του F&B manager να αυξάνεται. Οπότε παραχωρεί κάποιες από τις ευθύνες του στον F&B supervisor, ο οποίος αναλαμβάνει την επίβλεψη ενός τμήματος και κάποιες βασικές εργασίες που πρέπει να τηρούνται καθημερινά.

Ο supervisor παίρνει οδηγίες από τον manager σχετικά με τις ανάγκες του τμήματος και φροντίζει για το μηνιαίο πρόγραμμα του προσωπικού, τις εβδομαδιαίες παραγγελίες των υλικών αγαθών και τη σωστή διαχείριση και συντήρηση του εξοπλισμού. Επίσης είναι εκείνος που θα επιβλέπει το τμήμα τις ώρες λειτουργίας του και θα έρθει αντιμέτωπος με τα παράπονα των πελατών εφόσον χρειαστεί.

Επειδή τα επισιτιστικά τμήματα βρίσκονται σε λειτουργία πολλές ώρες ημερησίως, και πρέπει να υπάρχει πάντα ένας επόπτης στον χώρο, κάθε τμήμα έχει έναν τουλάχιστον supervisor ο οποίος επιτηρεί και τα υπόλοιπα επισιτιστικά τμήματα όταν αυτό είναι απαραίτητο.

### 5.3 ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ- RESTAURANT



*Τραπεζι εστιατορίου στρωμένο για δείπνο*

Εστιατόριο χαρακτηρίζεται το τμήμα της ξενοδοχειακής μονάδας το οποίο λειτουργεί κάτω από ορισμένες υγειονομικές, αγορανομικές και νομοθετικές διατάξεις, και ως αντικείμενο δράσης έχει την παραγωγή και προσφορά ποικίλων αγαθών που καλύπτουν τις ανθρώπινες ανάγκες εστίασης.

#### **ΚΥΡΙΟΙ ΚΑΙ ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ**

Οι χώροι ενός εστιατορίου χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- A. χώροι πελατών
- B. χώροι για το σέρβις
- Γ. αποθηκευτικοί χώροι

Χώροι πελατών: Ο κυριότερος χώρος ενός εστιατορίου είναι η τραπεζαρία, εκεί βρίσκεται ο πελάτης και λαμβάνει χώρα η διαδικασία της εξυπηρέτησής του. Λειτουργεί συγκεκριμένες ώρες για το κοινό και είναι πολύ σημαντικό να είναι πάντα καθαρή και τακτοποιημένη, μεγάλη προσοχή πρέπει να δίνεται στη διακόσμηση, τον φωτισμό, τον κλιματισμό και την επίπλωση, θα πρέπει να

βρίσκονται σε αρμονία μεταξύ τους ώστε να δημιουργούν μια ευχάριστη και οικεία ατμόσφαιρα. Το βεστηάριο είναι ο χώρος όπου τοποθετούνται τα παλτό των πελατών, είναι καθαρό, τακτοποιημένο και λειτουργικό, βρίσκεται στην είσοδο του εστιατορίου και είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να εξαφλαζίζεται η ασφάλεια των προσωπικών αντικειμένων των πελατών. Οι τουαλέτες των πελατών πρέπει να είναι είναι άνετες και καλαίσθητες και να καθαρίζονται σε τακτικά χρονικά διαστήματα μέσα στη μέρα.

Χώροι για το σέρβις: Το οφίς του εστιατορίου, είναι ο χώρος ανάμεσα στην τραπεζαρία και την κουζίνα όπου κινούνται οι σερβιτόροι, εκεί παράγονται διάφορα γρήγορα παρασκευάσματα από τους σερβιτόρους (όπως καφέδες στα πρωινά), εκεί γίνεται η διανομή των πιάτων από την κουζίνα και η προετοιμασία του εξοπλισμού (γυάλισμα σκευών, δίπλωμα πετσετών). Οι λάτζες οι οποίες χωρίζονται σε αυτή που πλένεται ο εξοπλισμός των σερβιτόρων (ποτήρια, μαχαιροπίρουνα κ.τ.λ.) και σε αυτή που πλένονται βαριά σκεύη (συνήθως των μαγείρων).

Αποθηκευτικοί χώροι: Ράφια και ντουλάπια όπου φυλάσσεται ο εξοπλισμός του εστιατορίου(λινά, ζαχαριέρες, μαχαιροπίρουνα κ.τ.λ.), συγκεκριμένος χώρος όπου τοποθετούνται ειδικά καλάθια για να αποθηκεύονται με ασφάλεια τα ποτήρια. Η κάβα όπου φυλάσσονται τα κρασιά και ο χώρος όπου τοποθετούνται τα ψυγεία.

## **ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Το προσωπικό του εστιατορίου εξαρτάται από την κατηγορία του ξενοδοχείου, τη μορφή και το αντικείμενο της εργασίας, την οικονομία της επιχείρησης και το εφαρμοστέο σέρβις. Η πλήρης σύνθεση και ιεραρχία του προσωπικού ενός εστιατορίου σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα έχει ως εξής:

A. Gerand de restaurant: Είναι ο επόπτης του εστιατορίου. Ευθύνεται για την οικονομική εξέλιξη του εστιατορίου, παρακολουθεί την όλη εργασία και υποβάλλει τις παρατηρήσεις του στο Μαιτρ με τον οποίο συνεργάζεται.

B. Directeur de restaurant: Είναι ο επικεφαλής του εστιατορίου, επιβεβαιώνει την υποδοχή των πελατών και επιτηρεί την αίθουσα του εστιατορίου, το Office και τους βοηθητικούς χώρους του Μαγειρείου.

Γ. Premier maitre d' hotel: Προϊσταται του τμήματος του εστιατορίου, αντικαθιστά τον διευθυντή κατά την απουσία του, έχει την υπευθυνότητα των τραπεζιών και των πελατών που παρακάθονται, την τήρηση της τάξεως και του καλού σέρβις, την κατανομή των ράγκων και των πελατών.

Δ. Maitre d' hotel de carre: Είναι υπεύθυνος για έναν αριθμό τραπεζιών από 15 έως 25, ανάλογα με τον αριθμό των ράγκων, αναλαμβάνει τις παραγγελίες και μεριμνά για τις κοπές και τα Φλαμπάζ.

E. Chef de rang-serveuse: Είναι ο τραπεζοκόμος που ευθύνεται για την εξυπηρέτηση των τραπεζιών και του ράγκου του. Ο αριθμός ποικίλει από πέντε έως εννιά τραπέζια αναλόγως του εφαρμοστέου τρόπου σερβίς. Στη χώρα μας δεν φτάνει τα δέκα με δώδεκα ή δεκαπέντε τραπέζια.

Στ..Demi chef de rang : Είναι ο μέλλον τραπεζοκόμος, έχει όλα τα προσόντα του τραπεζοκόμου και ευθύνεται για το σέρβις τριών μέχρι πέντε ή οκτώ τραπέζιων.

Z. Commis de suite: Είναι ο βοηθός τραπεζοκόμου, μεταφέρει τα εδέσματα από την κουζίνα στο εστιατόριο, τα ακάθαρτα προς το Office και τη λάτζα και υποβοηθά τον τραπεζοκόμο του σερβίς.

H. Commis debareasseur: Είναι ο μαθητεύομενος, ο νέος που ξεκινά στο επάγγελμα, αυτός που μεταφέρει και απομακρύνει τα ακάθαρτα σκεύη από τα τραπέζια και τα Tables de Service στη λάτζα..

Θ. Sommelier de vin: Ο τραπεζοκόμος, ο κατάλληλα εξασκημένος και επιφορτισμένος με το σερβίς των κρασιών, άλλων ποτών και Λικέρς σε φιάλες γενικά.

I. Chef trancheur: Είναι ο σεφ του κρύου μπουφέ και ο ειδικά εξασκημένος στην κοπή των κρύων αλλά και ζεστών μεγάλων τεμαχίων κρεάτων, πουλερικών και ψαριών στην αίθουσα του εστιατορίου όταν κυρίως γίνεται σερβίς πολυτελείας (A la Voiture).

Στη χώρα μας στα ξενοδοχεία πολυτελείας μπορεί να συναντήσουμε τον Μαιτρ, τον Υπομαίτρ, τους Τραπεζοκόμους, τους Captain (παραγγελιοδόχους), τους βοηθούς και τους μαθητευόμενους.

Στα περισσότερα ξενοδοχεία το προσωπικό απαρτίζουν ο Μαιτρ, οι τραπεζοκόμοι και οι βοηθοί.

Τα βασικά προσόντα του προσωπικού ενός εστιατορίου είναι η λεπτομέρεια, η επαγγελματική συνείδηση, το μεθοδικό πνεύμα, η ακρίβεια, πολύ καλή μνήμη, ιδία διάθεση στην εξυπηρέτηση, καλοσύνη και υποχωρητικότητα.

### **ΛΗΨΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ – ΕΚΔΟΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ**

Η λήψη της παραγγελίας γίνεται από τον Μαιτρ του εστιατορίου, αφού έχει ενημερώσει τον πελάτη για όλες τις ιδιαιτερότητες του μενού και έχει επεξηγήσει την σύσταση των πιάτων. Μόνο εφόσον ο Μαιτρ είναι απασχολημένος επιτρέπεται να λάβει την παραγγελία ο τραπεζοκόμος. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται πλέον για την παρακολούθηση των λογαριασμών είναι αυτοματοποιημένα, με την χρήση ειδικών υπολογιστών και εκτυπωτών για κάθε παραγγελία εκτυπώνεται ένα αντίγραφο για την κουζίνα, ένα για τον πελάτη και ένα για το ταμείο (λογιστήριο).

Αυτός ο τρόπος εξυπηρετεί παρά πολύ την επικοινωνία μεταξύ μαγείρων και σερβιτόρων και διευκολύνει σημαντικά την ενημέρωση και έκδοση του λογαριασμού.

Επίσης πολύ σημαντικό είναι το γεγονός ότι από το ίδιο σύστημα γίνονται και οι χρεώσεις των δωματίων οπότε η ρεσεψιόν ενημερώνεται αυτόματα, με αυτόν τον τρόπο αποφεύγονται απλήρωτοι λογαριασμοί λόγω ξαφνικών αναχωρήσεων.

### **ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΣΟΔΩΝ – ΚΛΕΙΣΙΜΟ ΒΑΡΔΙΑΣ**

Στο τέλος της βάρδουα και αφού έχει κλείσει το εστιατόριο, ο υπεύθυνος βάρδουα αναλαμβάνει να ελέγξει το ταμείο, μέσα από το σύστημα εκδίδει μια αναφορά όπου αναγράφονται όλα τα έσοδα της ημέρας σε μετρητά, χρεώσεις δωματίων και



πιστωτικές κάρτες. Εφόσον βεβαιωθεί ότι τα μετρητά είναι όσα αναγράφονται και στην αναφορά, τα τοποθετεί σε έναν ειδικό φάκελο και τα παραδίδει στο λογιστήριο μαζί με όλα τα αντίγραφα των λογαριασμών που έχει εκδόσει ώστε να ελεγχθούν.

## **ΜΟΡΦΕΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ**

Ένα ξενοδοχείο μπορεί να έχει περισσότερα από ένα εστιατόρια σε διάφορες μορφές ώστε να έχει ο πελάτης τη δυνατότητα επιλογής μέσα στο ξενοδοχείο, κάποιες μορφές εστιατορίων είναι οι εξής:

A. Εστοατόριο πρωινών, το εστιατόριο αυτό λειτουργεί αποκλειστικά για τη παράθεση του πρωινού γεύματος δύο ή περισσότερες ώρες την ημέρα.

B. Εστιατόριο table d' hote, σε ελληνική μετάφραση σημαίνει «το τραπέζι του φιλοξενούμενου» και πρόκειται για ένα σύστημα σεβιρίσματος το οποίο περιλαμβάνει ένα προκαθορισμένο πλήρες γεύμα

Γ. Εστιατόριο a la carte, πρόκειται επίσης για σύστημα σεβιρίσματος όπου ο πελάτης επιλέγει το φαγητό της αρεσκείας του μέσα από τον κατάλογο του εστιατορίου.

Δ. Εστιατόριο εθνικής κουζίνας, είναι το εστιατόριο που προσφέρει εδέσματα κάποιας συγκεκριμένης χώρας συνήθως γνωστής για την γαστρονομία της.

E. Grill room, προσφέρει γρήγορο και ελαφρύ φαγητό με συνοπτικές διαδικασίες, κυρίως παρασκευές ψητών κρεάτων στη σχάρα με γαρνιτούρες λαχανικών και σαλάτες.

Στ. Ταβέρνα, ένα παραδοσιακό εστιατόριο είτε με μορφή εστιατορίου παρελθόντος είτε με μορφή εστιατορίου χωριού.

Z. Snack bar, ένα εστιατόριο ελαφρών παρασκευών σε μικρή ποικιλία όπου ο κατάλογος περιλαμβάνει και αφεψημάτα, γλυκά, παγωτά και ποτά.

H. Εστιατόριο γενικής χρήσης, είναι ο τύπος εστιατορίου που συναντάμε στα περισσότερα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία. Εδώ σεβίρεται το πρωινό (συνήθως σε

μορφή μπουφέ), στη συνέχεια γίνεται η προετοιμασία για το μεσημεριανό γεύμα και αργότερα για το δείπνο, λειτουργεί δηλαδή σε τρεις φάσεις της ημέρας οι οποίες έχουν διάρκεια από δύο μέχρι τρεις ώρες περίπου η καθεμία.

## 5.4 ROOM SERVICE

Το room service δεν είναι εστιατόριο διότι δεν διαθέτει χώρο σερβιρίσματος των πελατών, είναι μια υπηρεσία σερβιρίσματος φαγητών και ποτών στα δωμάτια των πελατών μετά από τηλεφωνική ή έγγραφη παραγγελία τους. Είναι μια υπηρεσία που δεν συναντάται σε όλα τα ξενοδοχεία αλλά ανβαθμίζει σημαντικά τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες.

Υπάρχουν τρία συστήματα λειτουργίας του room service, το *συγκεντρωμένο*, όπου οι παραγγελίες προωθούνται από μία κεντρική κουζίνα και μεταφέρονται στα δωμάτια από μία κοινή ομάδα σερβιτόρων. Το *αποκεντρωμένο*, όπου κάθε όροφος ή ένας συνδυασμός ορόφων, έχουν μικρές ξεχωριστές κουζίνες στις οποίες μπορούν να ζεστάνουν τροφές και να γίνουν ορισμένες απλές παρασκευές, με αυτόν τρόπο μειώνονται οι διαδρομές προς την κουζίνα. Και τέλος το *συνδυασμένο σύστημα*, όπου τα εδέσματα μεταφέρονται όλα από την κουζίνα με ένα σύστημα από μικρούς ανελκυστήρες φαγητών οι οποίοι είναι διαρρυθμισμένοι έτσι ώστε να δέχονται πολλούς δίσκους τον ένα επάνω από τον άλλο. Τα ποτά, σκεύη, χαρτοπετσέτες κ.τ.λ. παραλαμβάνονται από τους σταθμούς του room service στους ορόφους.

Οι πελάτες παραγγέλνουν τα εδέσματα που επιθυμούν από ένα κατάλογο που βρίσκεται μέσα στο δωμάτιο, ανάλογα με τις ώρες λειτουργίας της υπηρεσίας έχει και τις αντίστοιχες επιλογές. Για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο όπου η υπηρεσία του room service λειτουργεί όλο το εικοσιτετράωρο, τις ώρες που είναι κλειστό το εστιατόριο ο κατάλογος θα περιλαμβάνει εδέσματα που μπορούν να παρασκευαστούν από την κρύα κουζίνα.

Υποκατάστατα του room service είναι τα mini bars και οι μονάδες μηχανικής διανομής φαγητών στα δωμάτια.

## 5.5 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ- BANQUETING

Ο όρος Banquet προέρχεται από τη λέξη Banc που σημαίνει πάγκος και για να εξηγήσουν την προέλευση ανάγουν τα Banquets στους πρωτοχριστιανικούς χρόνους όπου οι χριστιανοί έπαιρναν τα γεύματα τους σε κοινά τραπέζια, τις Αγάπες, καθήμενοι πάνω σε μπάγκους. Όποια κι αν είναι η προέλευση της λέξης, με τον όρο Banquet εννοούμε τα επίσημα γεύματα τα οποία γίνονται επ' ευκαιρία κάποιων γεγονότων, όπως γάμοι, βάφτιση, συνεστιάσεις συλλόγων, πολιτικών κομμάτων κ.τ.λ.



*Αίθουσα στολισμένη για εκδήλωση*

Σε μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις που ασχολούνται με συνέδρια και εκδηλώσεις υπάρχουν ειδικά διαρρυθμισμένοι χώροι οι οποίοι περιλαμβάνουν αίθουσες διαφόρων διαστάσεων, ιδιαίτερα επιπλωμένες και εξοπλισμένες για αυτό το

σκοπό. Αίθουσες και σαλόνια υποδοχής, ειδική είσοδο για τους παρακαθήμενους, βεστιάρια και γκαρνταρόμπες καθώς και επαρκείς τουαλέτες. Σε μικρές μονάδες οι εκδηλώσεις δίδονται σε κάποια εστιατορική αίθουσα ή σε άλλο χώρο όπως το σαλόνι, ο κήπος κ.τ.λ.

## **ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ -**

### **BANQUET MANAGER**

Η πραγματοποίηση συνεδρίων και εκδηλώσεων αποτελεί πολύ σημαντική πηγή εσόδων για τα ξενοδοχεία. Η διοικητική μέριμνα για την εκτέλεση αυτών των γεγονότων αποτελεί υποχρέωση του Banquet manager.

Ο διευθυντής του τμήματος συνεδρίων και εκδηλώσεων επιβλέπει όλες τις πτυχές ενός συνεδρίου ή μιας εκδήλωσης, συμπεριλαμβανομένων της διάταξης του χώρου, την επιλογή του μενού και την παρασκευή φαγητού, την εξυπηρέτηση πελατών και των καθαρισμό των χρησιμοποιούμενων χώρων. Επίσης είναι υπεύθυνος για την πρόσληψη, κατάρτιση, καθοδήγηση και πειθαρχία του προσωπικού του τμήματος.

Σε μεγάλα ξενοδοχεία και resort τα καθήκοντα του Banquet manager μπορεί να μοιραστούν μεταξύ ενός banquet set-up manager ( υπεύθυνο για την διάταξη του χώρου), banquet serving manager (υπεύθυνο για την εξυπηρέτηση των πελατών) και banquet chef (υπεύθυνο για το μαγειρείο).

Η δουλειά του διευθυντή στο τμήμα αυτό είναι ιδιαίτερα αγχωτική, απαιτεί απόλυτη ψυχραιμία και την ικανότητα για την άμεση επίλυση προβλημάτων που ανακύπτουν κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Τέλος μεγάλο κομμάτι της δουλειάς αυτής είναι η σωματική κόπωση, καθότι είναι μια θέση που απαιτεί πολλές ώρες ορθοστασίας και τη μετακίνηση βαρέων αντικειμένων (τραπέζια, μπουφέδες κ.τ.λ.) καθημερινά.

### **ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Η σύνθεση ποικίλει ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και τον χαρακτήρα του banquet, αν είναι δηλαδή παραδοσιακό, μοντέρνο, μεγάλης δυναμικότητας. Η

κλασσική και συνηθέστερη περίπτωση είναι ένας Μαιτρ επικεφαλής, ένας σερβιτόρος για είκοσι κουβέρ περίπου και ένας οινοχόος για είκοσι ως τριάντα κουβέρ. Το ειδικευμένο προσωπικό που εξυπηρετεί τις ανάγκες των banquets μιας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας δεν επαρκεί σε περιόδους υψηλής ζήτησης όπως τα Χριστούγεννα ή οι Αποκριές. Στις περιόδους αυτές οι ανάγκες καλύπτονται με πρόσληψη έκτακτου προσωπικού.

## **ΟΡΟΙ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ BANQUET**

Ο υπεύθυνος για την διαπραγματεύση των εκδηλώσεων διαφέρει ανά περίπτωση, ανάλογα με τη δυναμικότητα και την κατηγορία του ξενοδοχείου. Συνήθως είναι ο Διευθυντής του ξενοδοχείου ή του τμήματος πωλήσεων και σε κάποιες περιπτώσεις ξενοδοχείων μπορεί να είναι ο διευθυντής του τμήματος συνεδρίων και εκδηλώσεων.

Όποιος και να είναι τελικά ο υπεύθυνος τα σημεία που θα πρέπει να συζητήσει με τον πελάτη προκειμένου να κλείσει μια πετυχημένη συμφωνία είναι οι εξής:

- Όνομα πελάτη
- Ημερομηνία παραθέσεως της εκδήλωσης
- Αριθμός παρακαθήμενων
- Χώροι και αίθουσες (συνήθως έχουν ονόματα)
- Είδος και χαρακτήρας της εκδήλωσης
- Χρόνος παραγγελίας
- Σύνθεση προσφερόμενου μενού
- Είδη ποτών- κρασιών
- Προσφορά τυχόν Απεριτίφ- Μεζεδάκια στα σαλόνια
- Επιπλέον αλλαγές ή χρεώσεις (συχνή περίπτωση κάποιιοι από τους παρακαθήμενους να μην μπορούν να φάνε κάποια πιάτα από το μενού, δυνατότητα για αλλαγή ή επιπλέον χρέωση)
- Διάταξη και σχήμα Banquet (ανάλογη με το εμβαδό της αίθουσας, διάκριση τιμητικής τράπεζας)
- Διακόσμηση αίθουσας

- Μουσική – Ορχήστρα
- Μεγαφωνικές και μικροφωνικές εγκαταστάσεις
- Εκτύπωση μενού και πλάνων (καλλιτεχνικά μενού, προγράμματα μουσικής, πλάνα μεγάλα, πλάνα ατομικά κ.α.)
- Λειτουργία γκαρνταρόμπας
- Αριθμός τραπεζοκόμων που θα λάβουν μέρος στο σερβίς
- Κοστολόγηση, σύνολο συμφωνηθέντων, έγγραφη συμφωνία.
- Τρόπος πληρωμής
- Ρήτρα επιβεβαίωσης (2-3 ημέρες πριν για μείωση ή αύξηση παρακαθήμενων, τυχόν αλλαγές προσώπων, πιάτων κ.τ.λ.)

Όταν οριστικοποιηθεί η συμφωνία ο υπεύθυνος που διαπραγματεύτηκε τους όρους κοινοποιεί με σχετικό έγγραφο τα εμπλεκόμενα τμήματα για να γίνουν έγκαιρα οι προετοιμασίες.

Τέλος το τμήμα δεξιώσεων μιας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί να προσφέρει και υπηρεσίες catering σε χώρους εκτός ξενοδοχείου οπουδήποτε μπορεί να επιθυμεί ο πελάτης.

## 5.6 ΜΠΑΡ - BAR

Bar είναι η επιχείρηση που πωλεί κυρίως ποτά. Τα ποτά που συνήθως προσφέρει ένα Bar είναι οινοπνευματώδη και συχνά προσφέρονται σε αναμίξεις. Οι τιμές πώλησης των ειδών του bar είναι κατά παράδοση υψηλές σε σχέση με τις τιμές αγοράς των πρώτων υλών από τις οποίες παρασκευάζονται και αυτό κάνει το bar μια επιχείρηση με μεγάλο επιχειρηματικό ενδιαφέρον, τόσο για τον κόσμο των ξενοδοχείων όσο και για την ελεύθερη αγορά. Τα έσοδα των bars στα ξενοδοχεία αφορούν κυρίως μετρητά και ενισχύουν την ταμειακή ρευστότητα του ξενοδοχείου σε καθημερινό επίπεδο.

Το υψηλό ποσοστό κέρδους του bar δικαιολογείται από τη φύση του συνολικού του προϊόντος, στο οποίο πέρα από το υλικό προϊόν εμπεριέχεται και το στοιχείο της

διασκέδασης. Οι πελάτες πηγαίνουν στο bar περισσότερο για να διασκεδάσουν και λιγότερο για να πιουν και για το λόγο αυτό δεν θεωρούν τις τιμές υψηλές παρά τη διαφορά ανάμεσα στη τιμή πώλησης των προϊόντων σε σχέση με τη τιμή αγοράς τους, η οποία είναι περίπου 70% με 80% υψηλότερη.



*Κλασικό μπαρ ξενοδοχείου*

Τα bar στην πρώτη τους εμφάνιση περιορίζονταν σε ένα χώρο όπου υπήρχε μόνο ένας πάγκος, πίσω από τον οποίο βρισκόταν ο πωλητής των ποτών . Ο πάγκος αυτός ονομαζόταν barre και αποτελεί ουσιαστικά το στοιχείο που καθιέρωσε το όνομα bar, ετυμολογικά πολλοί συνδέουν τη λέξη barre με την ελληνική λέξη «αμπάρα», που σήμαινε το χοντρό ξύλο που στερέωνε τις πόρτες στα παλιά σπίτια.

Στα πρώτα bar δεν υπήρχαν καθόλου καθίσματα. Όλοι έπιναν τα ποτό τους όρθιοι, αργότερα εμφανίστηκαν τα ψηλά καθίσματα, τα σκαμπό και πολύ αργότερα τα τραπεζάκια με τις καρέκλες και τα υπόλοιπα είδη εξοπλισμού.

## **ΤΟ BAR ΩΣ ΤΜΗΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ**

Το bar, αν και θεωρείται ότι αποτελεί συμπλήρωμα των επισιτιστικών τμημάτων του ξενοδοχείου, δεν παύει να αποτελεί ένα αναπόσπαστο στοιχείο της ξενοδοχειακής μονάδας και το πιο ζεστό μέρος της, καθώς άνθρωποι άγνωστοι από διάφορα μέρη της γης μπορούν να γίνουν μια παρέα συζητώντας. Τα bar μέσα στα ξενοδοχεία είναι γνωστά με το όνομα Hotel Bar, εκεί συχνάζουν πελάτες που είναι τόσο ένοικοι του ξενοδοχείου όσο και μη ένοικοι, αλλά διερχόμενοι και περαστικοί. Έχει πελατεία δηλαδή που δεν είναι σταθερή και εναλλάσσεται συχνά, αυτό δίνει τη δυνατότητα να παρουσιαστούν πελάτες με μεγάλες απαιτήσεις, αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι πρέπει το ξενοδοχείο να διαθέτει προσωπικό με άριστη κατάρτιση. Επιπλέον στο Hotel Bar παρουσιάζονται και λειτουργικά προβλήματα με κυριότερο τον τρόπο εξόφλησης των καταναλωθέντων ποτών στον χώρο του bar από τους πελάτες, γιατί πολλοί δεν εξοφλούν αμέσως το ποσό αλλά ζητούν να χρεωθεί το ποσό στον λογαριασμό του δωματίου τους, πράγμα που απατεί μεγάλη προσοχή, περισσότερο κόπο, αλλά κυρίως καλή γνώση του συστήματος με το οποίο παρακολουθούνται οι λογαριασμοί του bar.

## **ΜΟΡΦΕΣ BAR**

- Restaurant bar: Τα ποιοτικά εστιατόρια συνηθίζεται να διαθέτουν στο χώρο τους bar, ώστε οι πελάτες να μπορούν να απολαύσουν ένα ορεκτικό ποτό πριν από το φαγητό τους.
- Main bar: Έχει τη μορφή του κλασσικού American bar. Είναι το bar για όλες τις δουλειές, γι' αυτό τον λόγο το συναντά κανείς σχεδόν σε όλα τα ξενοδοχεία. Συνήθως βρίσκεται κοντά στο εστιατόριο και κοντά στο σαλόνι υποδοχής του ξενοδοχείου, διαθέτει δικό του χώρο όπου μπορούν να καθίσουν οι πελάτες του, λειτουργεί από το πρωί μέχρι το βράδυ και εξυπηρετεί όλους τους πελάτες του



ξενοδοχείου, ακόμα και πελάτες του εστιατορίου και συνεργάτες ίσως της διεύθυνσης στα γραφεία.

- **Swimming pool bar:** Βρίσκεται δίπλα στην πισίνα και συνήθως διακοσμείται με τέτοιο τρόπο ώστε να θυμίζει τροπική ατμόσφαιρα. Πολλά ξενοδοχεία θερινών διακοπών λειτουργούν αυτό το bar και τη νύχτα, διότι η φωτεισμένη πισίνα κάτω από τον καλοκαιρινό ουρανό διαμορφώνει ιδανικές συνθήκες ατμόσφαιρας διακοπών.
- **Beach bar:** Είναι παρόμοιο με το pool bar, και τα δύο προσφέρουν παρόμοια είδη, έχουν την ίδια διακόσμηση και την ίδια ατμόσφαιρα. Αλλά το beach bar εξυπηρετεί τους λουόμενους στη θάλασσα και τους πελάτες που κάνουν ηλιοθεραπεία στην παραλία, μπορεί επίσης να σερβίρει μέσα στη θάλασσα, τοποθετούνται γι αυτό καρέκλες στα ρηχά όπου ο πελάτης βρέχει απλά τα πόδια του.
- **Roof garden bar:** Βρίσκεται στην ταράτσα του ξενοδοχείου, η οποία έχει διαμορφωθεί ανάλογα τόσο από πλευράς εξυπηρέτησης της παραμονής των πελατών όσο και από πλευράς διακόσμησης και επίπλωσης. Λειτουργεί τις απογευματινές και βραδυνές ώρες και προσφέρει αφεψήματα, παγωτά, οινοπνευματώδη και μη ποτά.
- **Dancing bar:** Είναι το χορευτικό bar του ξενοδοχείου, το οποίο λειτουργεί αποκλειστικά τις βραδυνές ώρες και διαθέτει πίστα χορού. Η μουσική ακούγεται ιδιαίτερα δυνατά και η επαφή του Barman με τους πελάτες είναι περιορισμένη. Η διαρρύθμιση, η διακόσμηση και ο φωτισμός είναι αντίστοιχα διαφορετικά από τα άλλα bar. Το Dancing bar μπορεί να διαθέτει ορχήστρα, αν και συνήθως η μουσική ακούγεται από αναπαραγωγικά μηχανήματα. Η μουσική παίζει σημαντικό ρόλο στο προϊόν αυτού του bar και γι αυτό προσλαμβάνονται ειδικοί υπάλληλοι χειρισμού των μουσικών μηχανημάτων και οργάνωσης του μουσικού προγράμματος που ονομάζονται Disk Jockeys.
- **Mini bar:** Είναι ένα μικρό bar εξοπλισμένο με ψυγείο το οποίο βρίσκεται στο δωμάτιο του πελάτη. Οι πελάτες μπορούν να πάρουν ό,τι θέλουν απ'αυτό και ειδική υπηρεσία του ξενοδοχείου το εφοδιάζει καθημερινά, διαθέτει αναψυκτικά, νερό, μικρά μπουκαλάκια οινοπνευματωδών ποτών κ.α.

## **ΧΩΡΟΙ ΤΟΥ BAR**

Ο πάγκος του bar: Αποτελεί την πρώτη εντύπωση του πελάτη, είναι το έπιπλο που δημιουργεί την ατμόσφαιρα και επειδή δουλεύεται πολύ πρέπει αφενός να έχει κατασκευαστεί στερεά και αφετέρου να προσφέρει λειτουργικότητα. Ο barman κινείται πίσω από τον πάγκο εργασίας οπότε θα πρέπει να δίνεται πολύ προσοχή στην οργάνωση του χώρου αυτού, ώστε να κάνει όσο το δυνατόν λιγότερες κινήσεις και να μη μειώνεται η απόδοσή του.

Ο χώρος υπηρεσίας: Κάθε bar πρέπει να διαθέτει ένα χώρο τον οποίο θα χρησιμοποιεί γενικά ως αποθηκευτικό, όπου μπορούν τοποθετηθούν διάφορα μηχανήματα και σκεύη που η παρουσία τους δεν έχει ουσιαστική σημασία στη λειτουργία του bar, για παράδειγμα το πλυντήριο ποτηριών.

Χώρος πελατών: Ο χώρος όπου συχνάζουν οι πελάτες δεν απαιτεί κάποια ιδιαίτερη διαρρύθμιση αλλά χρειάζεται να τοποθετηθούν σωστά τα υπόλοιπα έπιπλα, δηλαδή καρέκλες και τραπέζια, ώστε να προσφέρουν στους πελάτες άνεση και στο προσωπικό λειτουργικότητα. Η καλή διαρρύθμιση του χώρου γενικά συντελεί στην προσέλκυση της πελατείας, στη μεγαλύτερη διάρκεια της παραμονής του πελάτη και στην κατανάλωση περισσότερων ποτών.

Αποχωρητήρια: Ο αριθμός τους είναι ανάλογος με τον αριθμό των καθισμάτων. Καταστήματα, για παράδειγμα, που εξυπηρετούν μέχρι σαράντα καθημένους πελάτες απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός αποχωρητηρίου και για τα δύο φύλλα. Φυσικά θα πρέπει να είναι πάντα καθαρά και τακτοποιημένα και να τηρούνται οι κανόνες υγιεινής.

## **Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ BAR**

Ο εξοπλισμός του Bar ποικίλλει ανάλογα με τον τύπο του, το δυναμικό του, την κατηγορία του και τις απαιτήσεις των πελατών του. Αποτελείται από μηχανήματα, όπως ψυγεία, μηχανή παρασκευής καφέ, μηχανή πλύσης ποτηριών, μίξερ, μηχανή παγοκύβων, μηχανή παρασκευής θρυμματισμένου πάγου, ταμειακή μηχανή ή ηλεκτρονικό υπολογιστή κ.α. Στον εξοπλισμό του bar ανήκουν και διάφορα εργαλεία

και σκεύη που εξυπηρετούν στην παρασκευή ποτών όπως σέικερ, σουρωτήρι, μεζούρα κ.α. Τέλος, υπάρχουν και τα σκεύη που χρησιμοποιούνται για την τοποθέτηση των παρασκευών, όπως ασημικά, πορσελάνες, ποτήρια, κούπες κ.τ.λ.

## **ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Το προσωπικό του bar ασχολείται με την παρασκευή και το σερβίρισμα ποτών, αλκοολούχων ή μη, διαφόρων σνακ και άλλων γρήγορων παρασκευών, εκτός από αυτά όμως ο barman και ο σερβιτόρος πραγματοποιούν πωλήσεις στον χώρο του bar οπότε πρέπει και να γνωρίζουν καλά όλη την διαδικασία της πώλησης, γι αυτό πρέπει το προσωπικό να εκπαιδεύεται και να καθοδηγείται. Οι βασικότερες θέσεις εργασίας ενός οργανωμένου bar σε ένα ξενοδοχείο είναι οι εξής:

Προϊστάμενος, ο οποίος οργανώνει τις βάρδιες εργασίας του προσωπικού, το προσφερόμενο προϊόν κάθε επιμέρους bar, λύνει όποιο πρόβλημα παρουσιαστεί και είναι υπεύθυνος για την άριστη λειτουργία του τμήματος.

Barman, παρασκευάζει όλα τα ποτά, σερβίρει τους πελάτες του bar και τους σερβιτόρους των τραπεζιών. Πρόκειται για τη σημαντικότερη θέση του τμήματος, καθώς αποτελεί την βιτρίνα ουσιαστικά του bar και είναι ο άνθρωπος με τον οποίο επικοινωνούν περισσότερο από όλους οι πελάτες, γι αυτό εκτός από πολύ καλή γνώση των ποτών και του καταλόγου πρέπει να είναι ταχύτατος, επιδέξιος και πολύ επικοινωνιακός, πολύ βασικό προσόν είναι η γνώση ξένων γλωσσών.

Βοηθεί του Barman, βοηθούν τον barman όπως χρειαστεί, σερβίρουν αναψυκτικά, φροντίζουν για την προετοιμασία του εξοπλισμού και των πρώτων υλών και κάνουν ότι είναι απαραίτητο για να διευκολύνουν τον barman ειδικά τις ώρες αιχμής.

Σερβιτόροι, εξυπηρετούν τους πελάτες που κάθονται στο σαλόνι του bar, παίρνουν παραγγελίες και αφού τις ετοιμάσει ο barman τις σερβίρουν στους πελάτες.

Πληρώνονται τους λογαριασμούς, και όταν δεν υπάρχει υπεύθυνος για το ταμείο είναι υπεύθυνοι αυτοί. Κινούνται ανάμεσα στους πελάτες και επικοινωνούν μαζί τους οπότε είναι πολύ σημαντικό να είναι επικοινωνιακοί και να ξέρουν ξένες γλώσσες.

Βοηθοί σερβιτόρων, διευκολύνουν τους σερβιτόρους στη δουλειά τους αλλάζοντας τασάκια και μαζεύοντας τα τραπέζια που αδειάζουν.

## 5.7 ΚΟΥΖΙΝΑ - KITCHEN

Η κουζίνα ή αλλιώς μαγειρίο είναι από τα σημαντικότερα τμήματα του F&B και αυτό γιατί τροφοδοτεί όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου με μαγειρεμένα ή ημιμαγειρεμένα φαγητά. Τα μεγάλα ξενοδοχεία έχουν συνήθως μία κεντρική κουζίνα που εξυπηρετεί όλα τα τμήματα όλες τις ώρες, ενώ τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία έχουν έχουν μία κουζίνα για κάθε εστιατόριο.



*Παρασκευή πιάτου από τον Σεφ*

Η κουζίνα πρέπει να βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με το εστιατόριο για λόγους πρακτικότητας, δηλαδή το γρήγορο σερβίρισμα των πελατών το οποίο εξυπηρετεί και στο να σερβίρονται τα πιάτα στις σωστές θερμοκρασίες και επίσης εξυπηρετεί στην μείωση του εργατικού κόστους. Επιπλέον θα πρέπει να βρίσκεται κοντά στους αποθηκευτικούς χώρους με τους οποίους συνδέεται με ευρύχωρους διαδρόμους και

σε περίπτωση διαφοράς επιπέδου να υπάρχουν ευρύχωροι ανελκυστήρες, ώστε να διευκολύνεται η μεταφορά των προϊόντων.

## **ΧΩΡΟΙ ΚΟΥΖΙΝΑΣ**

Μια κουζίνα έχει κύριους και βοηθητικούς χώρους, οι κύριοι είναι οι εξής:

- Ζεστή κουζίνα, εκεί βρίσκεται η θερμική εστία όπου γίνονται οι θερμικές επεξεργασίες των τροφίμων.
- Κρύα κουζίνα, όπου παρασκευάζονται κρύα πιάτα και σαλάτες.
- Ζαχαροπλαστείο, όπου παρασκευάζονται γλυκά και αρτοσκευάσματα.
- Χώρος κοπής κρεάτων και ψαριών.
- Χώρος πλύσης και κοπής λαχανικών.
- Τμήμα φρούτων, όπου προετοιμάζονται φρούτα είτε για σερβίρισμα είτε για άλλες παρασκευές, συχνά είναι κομμάτι της κρύας κουζίνας.
- Μπουφές, όπου προετοιμάζονται τα πρωινά και αφεψήματα.
- Το πάσο, πρόκειται για τον πάγκο όπου οι μάγειρες αφήνουν τα έτοιμα πιάτα για να τα παραλάβουν οι σερβιτόροι.

Βοηθητικοί χώροι είναι οι εξής:

- Χώρος πλύσης σκευών κουζίνας.
- Χώρος πλύσης σκευών εστιατορίου.
- Το γραφείο του Σεφ.
- Η γκαρνταρόμπα του προσωπικού κουζίνας, λόγω της φύσης της δουλειάς τους πρέπει να έχουν για να φυλλάσουν τα προσωπικά τους αντικείμενα όταν φοράνε τις στολές τους.
- Τα μπάνια του προσωπικού κουζίνας.

## **ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΚΟΥΖΙΝΑΣ**

Το προσωπικό της κουζίνας αποτελεί μια ομάδα η οποία ονομάζεται «μπριγκάντα» και σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες απασχολεί τις παρακάτω θέσεις:

- Chef de cuisine- Διευθυντής κουζίνας
- Sous chef- Υποδιευθυντής κουζίνας
- Chef sausier- Μάγειρας σαλτσών
- Chef garde manger- Μάγειρας κρύας κουζίνας
- Chef rotisseur- Ψήστης
- Chef poissonier- Μάγειρας ψαριών
- Chef potager- Μάγειρας σουπών
- Chef Entremetier- Μάγειρας λαχανικών
- Chef patissier- Ζαχαροπλάστης/ αρτοποιός
- Chef tournant- Μάγειρας όλων των θέσεων
- Chef de garde- Μάγειρας βάρδιας
- Chef de nuit- Νυχτρεϊνός μάγειρας
- Chef de banquet- Μάγειρας συνεστιάσεων
- Remigier- Μάγειρας διαίτης
- Cuisinier de personel- Μάγειρας προσωπικού

Μια μικρή μπριγκάντα αποτελείται από τον Σεφ, ένα μάγειρα ζεστής κουζίνας, ένα μάγειρα κρύας κουζίνας, τον ζαχαροπλάστη και τους βοηθούς τους.

## **ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

- Διευθυντής κουζίνας: Αναλαμβάνει τον σχεδιασμό των καταλόγων, συμβάλλει στην πρόσληψη και εκπαίδευση του προσωπικού του τμήματος, παρακολουθεί τις τιμές αγοράς των πρώτων υλών και συμμετέχει στην τιμολόγηση των μεριδών. Είναι υπεύθυνος για την οργάνωση, την καθαριότητα και την ασφάλεια της κουζίνας, είναι επίσης ο κύριος

υπεύθυνος για την ικανοποίηση των πελατών σε ότι αφορά το φαγητό και οφείλει να πετυχαίνεται επιθυμητό ποσοστό κέρδους για την επιχείρηση.

- Υποδιευθυντής κουζίνας: Είναι συνεργάτης του διευθυντή και ο κύριος βοηθός του, τον ακολουθεί στην ιεραρχία και είναι ο αντικαταστάτης του όταν ο ίδιος λείπει. Όπως και ο διευθυντής σπάνια μαγειρεύει αλλά δίνει κυρίως συμβουλές και επεξηγεί τις συνταγές. Εποπτεύει το προσωπικό του τμήματος και φροντίζει για την άριστη απόδοσή του.
- Μάγειρας σαλτσών: Βρίσκεται τρίτος σε ιεραρχία και παρασκευάζει κυρίως ζεστές σάλτσες, μια πολύ σημαντική για την κουζίνα εργασία. Ανήκει στην ζεστή κουζίνα και αναλαμβάνει μεγάλο τμήμα της, πολλές φορές συμπληρώνει μαγειρεμένα παρασκευάσματα άλλων τμημάτων.
- Μάγειρας κρύας κουζίνας: Ασχολείται με τον τεμαχισμό κρεάτων, πουλερικών και ιχθύων καθώς επίσης και με την προετοιμασία τους. Επίσης είναι υπεύθυνος για τα κρύα ορεκτικά και τις σαλάτες.
- Ψήστης: Παρασκευάζει όλα τα κρεατικά, πουλερικά, κυνήγια, ψάρια σε φούρνο, σχάρα και τηγάνι καθώς επίσης και τις σάλτσες που τα συνοδεύουν.
- Μάγειρας ψαριών: Ασχολείται με την ετοιμασία ψαριών καθώς και των σαλτσών που τα συνοδεύουν.
- Μάγειρας λαχανικών: Ασχολείται με γαρνιτούρες λαχανικών, ζεστές παρασκευές αυγών και ζυμαρικών, ρυζιού, τυριού και πατάτας. Το μεγαλύτερο μέρος απασχόλησης του είναι τα κυρίως πιάτα.
- Ζαχαροπλάστης/ αρτοποιός: Ασχολείται με την παρασκευή γλυκισμάτων και αρτοποιημάτων καθώ επίσης προμηθεύει όλα τα τμήματα με τις διάφορες ζύμες που χρησιμοποιούν.
- Μάγειρας όλων των θέσεων: Είναι ο αντικαταστάτης των μαγείρων που απουσιάζουν.
- Μάγειρας βάρδιας: Καλύπτει τον χρόνο υπολειτουργίας της κουζίνας.
- Νυχτερινός μάγειρας: Καλύπτει την νυχτερινή βάρδια.
- Μάγειρας συνεστιάσεων: Είναι υπεύθυνος για όλα τα παρασκευάσματα που χρησιμοποιούνται στο τμήμα εκδηλώσεων και συνεδρίων.
- Μάγειρας διαίτης: Παρασκευάζει τα φαγητά διαίτης.

- Μάγειρας προσωπικού: Παρασκευάζει το φαγητό του προσωπικού του ξενοδοχείου.

Επιπλέον υπάρχουν οι Β' μάγειρες οι οποίοι είναι βοηθοί των παραπάνω μαγείρων και οι Βοηθοί (commis), οι οποίοι βοηθούν τους Α' και Β' μάγειρες όπου κρίνεται απαραίτητο.

## **ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ**

Μία οργανωμένη κουζίνα οφείλει να πληρεί ορισμένες προϋποθέσεις για την εύρυθμη λειτουργία της. Οι προϋποθέσεις των εγκαταστάσεων είναι οι εξής:

- Τουλάχιστον μία μαγειρική εστία να λειτουργεί με αέριο ή ηλεκτρικό ρεύμα
- Να υπάρχουν σχάρα και σούβλα που να λειτουργούν με ρεύμα ή κάρβουνο
- Να υπάρχει σαλαμάνδρα και φριτούρα
- Ροτισουάρ που λειτουργεί με αέριο
- Η ύπαρξη χυτρών
- Θερμοθάλαμος ή στόφα που λειτουργούν με ρεύμα ή αέριο
- Η ύπαρξη μπαιν μαρί
- Λάτζες για πλύσιμο λαχανικών
- Τραπέζια εργασίας από μάρμαρο ή μέταλλο
- Ράφια και ντουλάπια διαφόρων ειδών και σχεδίων

Και όλα τα μηχανήματα και σκεύη που κρίνονται απαραίτητα για την παρασκευή των τροφίμων σύμφωνα με την περιγραφή του μενού.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ – SALES DEPARTMENT

Το τμήμα πωλήσεων είναι το τμήμα εκείνο της ξενοδοχειακής μονάδας το οποίο προωθεί τις υπηρεσίες που παρέχει το ξενοδοχείο στην τοπική και διεθνή αγορά, διατηρεί έντονη και συνεχή επαφή με την αγορά και προσπαθεί να μεγιστοποιήσει την πληρότητα και τις τιμές του ξενοδοχείου. Οι πωλήσεις και η ανάπτυξή τους είναι μιας μακράς προοπτικής δραστηριότητα και η πολιτική που ακολουθείται σε αυτές προβάλλει την εικόνα του ξενοδοχείου στο κοινό, την εικόνα αυτή οφείλει να διαφυλάξει κάθε ξενοδοχειακή μονάδα προκειμένου να κερδίσει την αγορά και να κρατήσει τους υπάρχοντες πελάτες της. Αυτός είναι ο λόγος που οι περισσότερες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες οργανώνουν τμήμα πωλήσεων, σε αντίθεση με μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις όπου το έργο των πωλήσεων αναλαμβάνει και επιμελείται ο γενικός διευθυντής

Στα ξενοδοχεία όμως που υπάρχει τμήμα πωλήσεων προΐσταται ένας υπεύθυνος πωλήσεων, ο διευθυντής του τμήματος, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την καθοδήγηση των πωλητών. Σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν δικούς τους συνεδριακούς χώρους και αίθουσες εκδηλώσεων το τμήμα πωλήσεων μεριμνά και για την προώθηση αυτών των υπηρεσιών, οπότε οι ευθύνες του τμήματος αυξάνονται και είναι ευνόητη η ανάγκη για περισσότερο προσωπικό. Ανάλογα λοιπόν με την δυναμικότητα και τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου παρατηρούμε και την δυναμικότητα του ανθρωπίνου δυναμικού. Στο οργανόγραμμα του τμήματος πωλήσεων είναι ξεκάθαρο ότι προΐσταται ο διευθυντής πωλήσεων, ο οποίος κάνει των καταμερισμό των εργασιών στους πωλητές. Παρατηρούμε λοιπόν τις ευθύνες και τις δραστηριότητες του τμήματος να διασπώνται στις εξής: πωλήσεις σε ομάδες και συνέδρους, πωλήσεις σε ταξιδιωτικούς πράκτορες, πωλήσεις συνεστιάσεων, τοπικές- ατομικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις, ιστορικό πελάτη.

#### 6.1 ΕΥΘΥΝΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

A. Σχεδιασμός, δεδομένου ότι οι κρατήσεις για συνέδρια και δεξιώσεις γίνονται πολύ πριν την ημερομηνία πραγματοποίησης τους και οι πωλήσεις ταξιδιωτικών πρακτόρων λίγο νωρίτερα, ο σωστός σχεδιασμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την αποτελεσματικότητα του ξενοδοχείου.

B. Πολιτικές, κρίνεται απαραίτητο να υπάρχουν προκαθορισμένες για όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου, το ίδιο σημαντικό είναι και για τι τμήμα πωλήσεων, ειδικά εφόσον είναι το τμήμα που προβάλλει την εικόνα του ξενοδοχείου. Οι πολιτικές των πωλήσεων πρέπει να σχεδιάζονται με σκοπό να μεγιστοποιούν τα έσοδα του ξενοδοχείου και να προσδιορίζουν με ακρίβεια τα εξής:

- Τιμές για μελλοντικές κρατήσεις
- Το μέγεθος των ομάδων που πρέπει να γίνει αποδεκτό σε ορισμένες περιόδους του χρόνου
- Τα ποσά προκαταβολών που πρέπει να ζητηθούν και τα διαστήματα στα οποία θα πρέπει να καταβληθούν.
- Προμήθειες που πρέπει να πληρωθούν
- Απαραίτητες εργασίες( κατανομή δωματίων από πριν, καταλογοι δωματίων κ.α.)
- Ο αριθμός επιπλέον δωματίων που δίνονται σε ομάδες
- Η ειδική κατανομή δωματίων μεταξύ ομάδων και ατόμων

Γ. Έρευνα, είναι αρκετά σημαντική λειτουργία του τμήματος πωλήσεων, ειδικά όσον αφορά το κομμάτι των οργανώσεων συνεδρίων καθότι είναι απαραίτητο να γίνει έρευνα ώστε να εξασφαλιστούν και να αναπτυχθούν οι πηγές των εργασιών που απαιτούνται για την διεξαγωγή της εκάστοτε εκδήλωσης.

Δ. Διοίκηση προσωπικού πωλήσεων, πρόκειται για ένα δύσκολο έργο γιατί στον χώρο των πωλήσεων η όρμη και ο ενθουσιασμός μπορεί να σε απομακρύνει από τις πολιτικές που πρέπει να τηρούνται. Οπότε χρειάζεται ένας πολύ ικανός διευθυντής πωλήσεων και διοικητικές ικανότητες ώστε να μπορεί να συντονίσει σωστά την ομάδα των πωλητών.

E. Επικοινωνία με άλλα τμήματα, κρίνεται απολύτως απαραίτητα πριν από την πώληση οποιαδήποτε υπηρεσίας. Φθείρει απόλυτα τη φήμη ενός ξενοδοχείου το να

πουλά υπηρεσίες τις οποίες στην πραγματικότητα δεν μπορεί να προσφέρει, όπως για παράδειγμα να πουλήσει ένας πωλητής εκατό δωμάτια σε έναν πράκτορα την στιγμή που εκείνη την περίοδο το ξενοδοχείο έχει μόνο πενήντα διαθέσιμα. Τέτοιου είδους προβλήματα αποφεύγονται με την σωστή επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων πριν από κάθε πώληση. Επίσης μια πολύ καλή μέθοδος είναι να απασχολούνται οι υπάλληλοι του τμήματος πωλήσεων για ένα μικρό χρονικό διάστημα σε όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου, έτσι θα γνωρίσουν πολύ καλύτερα το προϊόν που πουλάνε και τις δυνατότητες της ξενοδοχειακής μονάδας.

ΣΤ. Εκπαίδευση, όπως όλοι οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου, έτσι και οι υπάλληλοι του τμήματος πωλήσεων πρέπει να εκπαιδεύονται. Ειδικά σε περιπτώσεις που το προσωπικό του τμήματος διαβαθμίζεται σε έμπειρους και άπειρους πωλητές, προκειμένου να αποδώσει καλύτερα το τμήμα θα πρέπει να μπορεί να εκπαιδεύσει τους άπειρους πωλητές του σε όσο το δυνατόν πιο σύντομο χρονικό διάστημα.

Ζ. Προϋπολογισμός, είναι ευθύνη του διευθυντή πωλήσεων να υποχρεώσει το τμήμα του να κινείται μέσα στα πλαίσια του προϋπολογισμού του και να μην τα ξεπερνά, λόγω της φύσης της δουλειάς αυτής είναι δύσκολο για τους πωλητές να αντιληφθούν την σημαντικότητα της τήρησης του προϋπολογισμού, αλλά όπως και σε όλα τα υπόλοιπα τμήματα είναι αναγκαίο να μην τον υπερβαίνουν.

## **6.2 ΤΥΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

### **A. Άμεση ταχυδρόμηση**

Είναι μια τεχνική προσέγγισης πελατών, πρόκειται ουσιαστικά για μαζική αποστολή εντύπων, χρησιμοποιείται συχνά σε συνεργασίες με ταξιδιωτικούς πράκτορες αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την προσέγγιση επαγγελματικών ή επιστημονικών συνδέσμων ή παρόμοιων οργανώσεων. Το κόστος αυτής της τεχνικής για την επιχείρηση κρίνεται από την επιτυχία της μεθόδου, για αυτό πριν από κάθε απόπειρα άμεσης ταχυδρόμησης θα πρέπει να επανεξετάζονται τα αποτελέσματα των προηγούμενων απαντήσεων.

## **B. Πωλήσεις σε ομάδες και συνέδρους**

Για ένα ξενοδοχείο που ασχολείται με συνέδρια οι πωλήσεις σε ομάδες και συνέδρους είναι το σημαντικότερο ίσως κομμάτι του έργου του τμήματος πωλήσεων. Καθότι εκτός από τον χρόνο που απαιτείται για την οργάνωση ενός συνεδρίου συνήθως οκτώ στους δέκα υπαλλήλους του τμήματος πωλήσεων ασχολούνται με αυτού του είδους τις πωλήσεις.

## **Γ. Πωλήσεις σε ταξιδιωτικούς πράκτορες**

Απαιτούν πολύ κόπο και προσπάθεια καθώς και πολλά ταξίδια από τους υπαλλήλους του τμήματος πωλήσεων, αυτό συμβαίνει επειδή οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είναι διασκορπισμένοι σε όλο το μήκος και πλάτος της χώρας και επειδή ακόμα και ο μικρότερος και πιο απομακρυσμένος πράκτορας μπορεί να φανεί κερδοφόρος μελλοντικά, ένα καλά οργανωμένο τμήμα πωλήσεων θα πρέπει να διατηρεί επικοινωνία με όλους τους συνεργάτες του.

## **Δ. Πωλήσεις συνεστιάσεων και εκδηλώσεων**

Αυτό το κομμάτι των πωλήσεων συνήθως το αναλαμβάνει ένα συγκεκριμένο άτομο το οποίο ασχολείται καθαρά και μόνο με πωλήσεις αιθουσών και υπηρεσιών και όχι δωματίων. Σημαντικότερη και ίσως κύρια πηγή πελατών αποτελεί η περιοχή στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο, οπότε πολύ σημαντικό είναι να διατηρείται μία πολύ καλή σχέση και επικοινωνία με τους διευθυντές των εταιριών της ευρύτερης περιοχής του ξενοδοχείου, οι οποίοι είναι και οι πιο συνηθισμένοι πελάτες. Κάποιοι από τις υπηρεσίες που συνηθίζεται να πωλούνται σε αυτές τις περιπτώσεις είναι επιχειρηματικά γεύματα ή γεύματα και δείπνα οργανώσεων και συλλόγων καθώς επίσης και συσκέψεις επιχειρηματικών οργανώσεων.

## **Ε. Πωλήσεις σε τοπικό επίπεδο**

Αφορά κυρίως την πώληση δωματίων και πρόκειται για συγκεκριμένο είδος πελατών που μπορεί να επηρεάσουν αρκετά το ποσοστό των πωλήσεων. Τέτοια περίπτωση πελατών αποτελούν οι αεροπορικές εταιρίες, οι οποίες συνεργάζονται με ξενοδοχεία για την διαμονή του εκάστοτε πληρώματος της κάθε πτήσης. Επίσης ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται σε σχέσεις που συνάπτονται με γραμματείς μεγάλων

εταιριών καθότι αυτοί είναι που κάνουν τις κρατήσεις για τα επαγγελματικά ταξίδια της εταιρίας. Αρκετοί επαγγελματίες όπως γιατροί και δικηγόροι συχνά έχουν πελάτες από άλλες πόλεις που μένουν σε ξενοδοχεία οπότε μπορεί να αποτελούν μία ακόμα σημαντική πηγή εσόδων για το ξενοδοχείο. Τέλος να υπογραμμίσουμε την σημασία που έχει η φήμη του ξενοδοχείου, και να αναφερθούμε σε ένα πολύ σημαντικό παράδειγμα ανθρώπων που έρχονται σε άμεση επαφή με πελάτες του ξενοδοχείου. Αυτοί είναι οι οδηγοί ταξί, οι οποίοι μερικές φορές προτείνουν ξενοδοχεία σε πελάτες που δεν έχουν κάνει κάποια κράτηση και τις περισσότερες φορές επικοινωνώντας με τον πελάτη μπορούν να διαφημίσουν ή να δυσφημίσουν το ξενοδοχείο.

### **6.3 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΟΥΣ**

Παραπάνω έχουμε ήδη αναφερθεί στον συγκεκριμένο τύπο πώλησης και στο πόσο σημαντικός είναι αυτός για τα έσοδα του ξενοδοχείου, εδώ θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε τις λειτουργίες του τμήματος πωλήσεων όσον αφορά την επίτευξη αυτού του είδους της πώλησης.

Πρώτη λειτουργία είναι η κατανομή των δωματίων, ένα ξενοδοχείο θα πρέπει να έχει μια πλήρη εικόνα των αναμενόμενων μεμονομένων πελατών του και κατά συνέπεια των διαθέσιμων δωματίων του ώστε να μπορεί να υπολογίσει τα δωμάτια που θα παραχωρήσει σε ομάδες και συνέδρους. Πρόκειται για μια εργασία πολύ δύσκολη λόγω των πιθανοτήτων αυξομειώσης των περαστικών πελατών οι οποίοι διαφέρουν ανά μήνα και πολλές φορές είναι αδύνατο να προβλεφθούν.

Η πιο σημαντική λειτουργία στο κομμάτι αυτό των πωλήσεων είναι ο σχεδιασμός. Η οργάνωση ενός συνεδρίου είναι μια διαδικασία χρονοβόρα η οποία προγραμματίζεται από ένα έως και τρία χρόνια πριν την διεξαγωγή του. Αυτός είναι ο λόγος που το τμήμα πωλήσεων θα πρέπει να έχει έναν άψογο προγραμματισμό σε ότι αφορά τις μελλοντικές του ενέργειες και τους διαθέσιμους πόρους. Πολύ σημαντική είναι η συνεχής και αδιάκοπη επικοινωνία με τους σχετικούς οργανισμούς ώστε να υπάρχει μια πλήρης εικόνα σχετικά με τα αναμενόμενα συνέδρια τους χρόνους και τους γεωγραφικούς τόπους διεξαγωγής τους. Πολλές οργανώσεις συγκροτούν επιτροπές προγραμματισμού οι οποίες αποφασίζουν τους τόπους διεξαγωγής του επόμενου συνεδρίου, οι επιτροπές αυτές διορίζονται κατά τη διάρκεια του τρέχοντος συνεδρίου. Οπότε ένας υπάλληλος του τμήματος πωλήσεων

θα πρέπει να ασχολείται και να παρακολουθεί τα τρέχοντα συνέδρια του έτους με σκοπό αποκτήσει μια στενή σχέση με τις επιτροπές αυτές και να έχει το συντριπτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

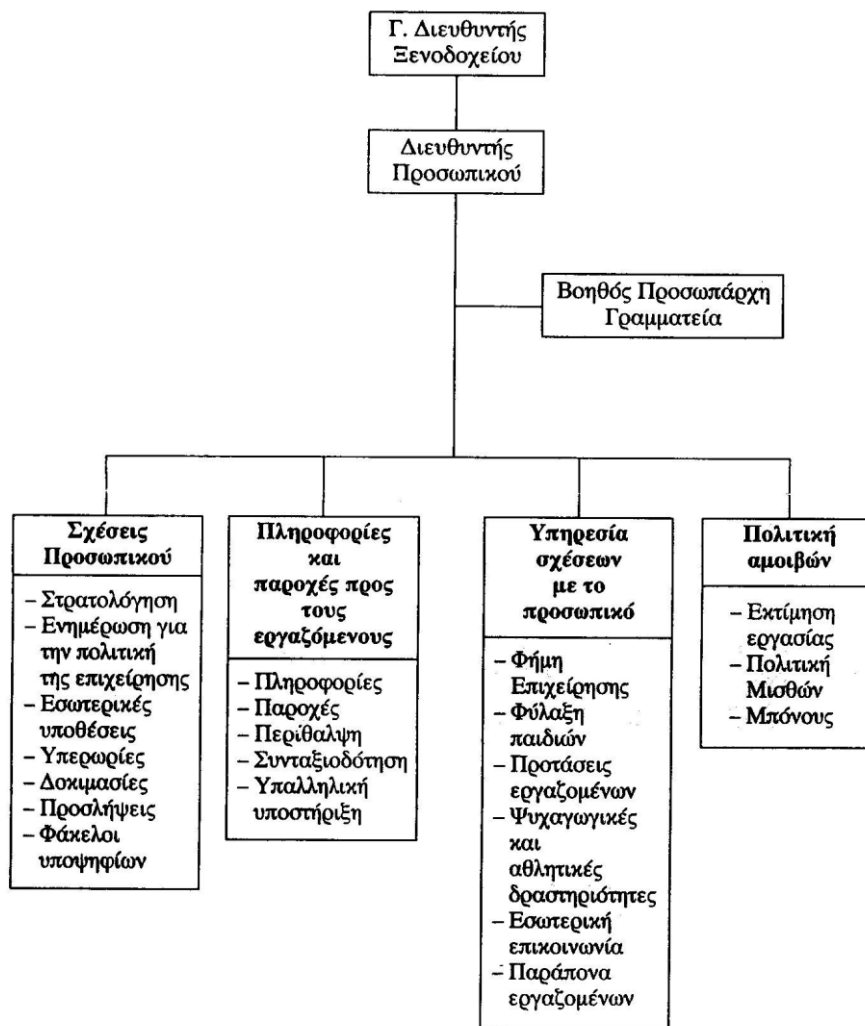
Το ισχυρότερο σημείο ενός πετυχημένου τμήματος πωλήσεων είναι η άριστη διεκπεραίωση των εργασιών που έχουν ήδη κλειστεί. Ένας ικανοποιημένος πελάτης είναι η καλύτερη διαφήμιση για το ξενοδοχείο, πολλοί μαζί ικανοποιημένοι πελάτες είναι η μεγαλύτερη διαφήμιση για το ξενοδοχείο. Γι αυτό σε περιπτώσεις ομάδων και συνεδρίων υπάρχει πάντα ένας υπάλληλος του τμήματος πωλήσεων ο οποίος καλείται να συνεργαστεί με τον ηγέτη της ομάδας και να εξασφαλίσει στην ομάδα μία αξέχαστη διαμονή, αυτός είναι ο συντονιστής. Ο ρόλος του συντονιστή είναι δύσκολος και ψυχοφθόρος, γιατί πρέπει να είναι πάντα παρών όσο η ομάδα διαμένει στο ξενοδοχείο και πολλές φορές βρίσκεται αντιμέτωπος με πολλά απρόβλεπτα προβλήματα που απαιτούν άμεση λύση. Οι ευθύνες του συντονιστή είναι οι εξής:

- Η διεκπεραίωση της άφιξης της ομάδας στο αεροδρόμιο στο οποίο θα πρέπει να είναι παρών και να βεβαιωθεί εκ των προτέρων ότι έχουν δοθεί όλες οι αναγκαίες πληροφορίες και έχουν γίνει όλες οι απαραίτητες εργασίες ώστε να περάσουν όλοι οι πελάτες χωρίς προβλήματα τον έλεγχο του τελωνείου.
- Η εποπτεία και ο συντονισμός της ομάδας στα δωμάτια καθώς και η ορθή διακίνηση των αποσκευών. Αυτό για να γίνει γρήγορα και αποτελεσματικά θα πρέπει ο συντονιστής να έχει εκ των προτέρων λίστες με τα ονόματα των πελατών και τις αντιστοιχίες τους στα δωμάτια, επίσης θα πρέπει να επιβεβαιώσει με τον ηγέτη της ομάδας ότι το μούρασμα των δωματίων έχει γίνει σωστά προς την αποφυγή λαθών και καθυστερήσεων.
- Η συνεχής επίβλεψη και μέριμνα για την σωστή διεξαγωγή του προγράμματος της ομάδας, όπως για παράδειγμα κάποιο κοκτέιλ πάρτυ ή κάποια ξενάγηση στην πόλη. Καθώς και η άμεση αντιμετώπιση αλλαγών του προγράμματος.
- Η καθημερινή επαλήθευση όλων των χρεώσεων στον ομαδικό λογαριασμό σε συνεννόηση με τον ηγέτη προς αποφυγή προβλημάτων και διαφωνιών κατά την αναχώρηση από το ξενοδοχείο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ-HUMAN RESOURCES DEPARTMENT

Σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες έχει πλέον καθιερωθεί η ύπαρξη και λειτουργία τμήματος προσωπικού, στις μικρότερες επιχειρήσεις το έργο του τμήματος προσωπικού εκτελεί ο διευθυντής.



Το τμήμα προσωπικού ασχολείται με την πρόσληψη, ανάπτυξη, προβλεψη των αναγκών και αξιοποίηση των ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού. Επίσης

ασχολείται με θέματα επικοινωνίας, εσωτερικής πειθαρχίας, εκπαίδευσης του προσωπικού, ανθρωπίνων σχέσεων κ.τ.λ.

## **7.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Το τμήμα προσωπικού παρέχει συμβουλές πάσης φύσεως θεμάτων ή προβλημάτων προσωπικού προς τη διοίκηση, τους προϊσταμένους, τμηματάρχες και τους ίδιους τους εργαζόμενους. Προσφέρει υπηρεσίες σχετικά με την επάνδρωση της επιχείρησης, εκπαίδευση του προσωπικού, καταστάσεις υπερωριών, υπολογισμού μισθοδοσίας, προγραμματισμού αδειών, τήρησης αρχείου προσωπικού κ.α.

Επίσης εποπτεύει όλα τα επίπεδα της επιχείρησης όσον αφορά την εσωτερική συμμόρφωση και πειθαρχία, την εφαρμογή της πολιτικής του προσωπικού και των εσωτερικών κανονισμών. Επιπλέον ελέγχει την τήρηση των διαδικασιών σε θέματα παραπόνων, απολύσεων και ατυχημάτων.

Στόχοι του τμήματος προσωπικού είναι οι εξής:

- Βελτίωση της παραγωγικότητας
- Επικοινωνία των εργαζομένων
- Προγράμματα διαδοχής στελεχών
- Εκπαίδευση και ανάπτυξη μάλιστα
- Αξιολόγηση απόδοσης προσωπικού
- Προγράμματα και ανάπτυξη καριέρας
- Κίνητρα απόδοσης
- Σχεδιασμός εργασίας
- Έλεγχος κόστους προσωπικού
- Προβλέψεις αναγκών στελέχωσης
- Εντοπισμός και αξιολόγηση ταλέντων
- Τεχνική εκπαίδευση
- Ασφάλεια εργαζομένων
- Καθορισμός ανταγωνιστικών αμοιβών
- Προσλήψεις ανώτερων στελεχών



- Αξιολόγηση θέσεων εργασίας
- Εργασιακές σχέσεις

(Δημήτρης Αθ. Λαλούμης, Βασίλης Χρ. Ρούπας, Αθήνα 1999)

## **7.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

Είναι το αρμόδιο τμήμα για τον προγραμματισμό του ανθρώπινου δυναμικού, δηλαδή τον έλεγχο των δεξιοτήτων και ικανοτήτων των ήδη εργαζόμενων, την πρόβλεψη σε ανάγκες ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης και κατάστρωση προγραμμάτων για την αντιμετώπιση ελλείψεων προσωπικού και ιδιαίτερα σε επιστημονικά διοικητικά στελέχη. Προβαίνει σε ενέργειες για προσέλκυση, αξιολόγηση, επιλογή και πρόσληψη ανθρώπινου δυναμικού όταν αυτό είναι απαραίτητο, σύμφωνα πάντα με τις ανάγκες της επιχείρησης. Είναι αρμόδια επίσης για την εξοικείωση και τον προσανατολισμό των καινούριων υπαλλήλων. Διατηρεί συντονιστικό κυρίως ρόλο στις προαγωγές και μεταθέσεις και μεριμνά για τις απαραίτητες εκπαιδεύσεις με σκοπό τη συνεχή επιμόρφωση και ανάπτυξη του προσωπικού. Οι εκπαιδεύσεις που κρίνονται απαραίτητες γίνονται μετά από συζήτηση και συνεννόηση με τους προϊσταμένους των τμημάτων, με τους οποίους έρχεται σε συνεννόηση και για τις αξιολογήσεις της απόδοσης των εργαζομένων. Επιλαμβάνεται θεμάτων υγείας και πρόληψης ατυχημάτων, όπως η ύπαρξη φαρμακείου πρώτων βοηθειών, ενώ ασχολείται και με θέματα συντάξεων, ομαδικών ασφαλίσεων ζωής, ιατρική και νοσοκομειακή περίθαλψη, αποζημιώσεις ασθενείας και ανεργίας, δάνεια, κοινωνικά και ψυχαγωγικά προγράμματα. Τέλος συμμετέχει ενεργά στον σχεδιασμό και την ανάλυση εργασίας, δηλαδή την περιγραφή των καθηκόντων και των απαραίτητων δεξιοτήτων των θέσεων εργασίας της επιχείρησης.

### **7.3 Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

Ο διευθυντής προσωπικού είναι ο επικεφαλής του τμήματος προσωπικού αλλά παράλληλα φέρει ευθύνη για όλο το προσωπικό της ξενοδοχειακής μονάδας. Οι δραστηριότητες που του αναλογούν είναι να συμμετέχει στην επιλογή νέων υπαλλήλων και να τους ενημερώνει για τα καθήκοντα και τα δικαιώματά τους, να εκπαιδεύει, διορθώνει, συμβουλεύει και αξιολογεί τους υφιστάμενούς του. Να προτείνει αυξήσεις αμοιβών, προαγωγές, μεταθέσεις και απολύσεις, να επιβάλλει κανονισμούς και να τηρεί την πειθαρχία, να χειρίζεται τα παράπονα των εργαζομένων και να ερμηνεύει στους υπαλλήλους τους κανόνες και την πολιτική της επιχείρησης. Τέλος να υποκινεί τους υφιστάμενους και να αμοίβει την καλή απόδοση και συμπεριφορά καθώς και να προλαμβάνει κινδύνους και να μεριμνά για ασφαλείς και υγιεινές συνθήκες εργασίας.

Η αποτελεσματική διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού εξαρτάται από πολλές παραμέτρους, πολύ σημαντικό είναι ο διευθυντής του τμήματος προσωπικού να πληρεί κάποιες προϋποθέσεις όσον αφορά τις ικανότητες και τα προσόντα εκπαίδευσης. Θα πρέπει λοιπόν να έχει πτυχίο Ανώτατης Σχολής, ηγετικές και οργανωτικές ικανότητες, γνώσεις εργατικής νομοθεσίας, πενταετή τουλάχιστον προϋπηρεσία ξενοδοχειακή μονάδα, ευχάριστη προσωπικότητα και άριστη γνώση ξένης γλώσσας. Επιπρόσθετο προσόν αποτελεί η μετεκπαίδευση σε θέματα διοίκησης προσωπικού ή ψυχολογίας εργαζομένων.

### **7.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

Κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση έχει τη δική της πολιτική, η οποία εκφράζει συγκεκριμένους στόχους και σκοπούς διατυπωμένους σε γενικές οδηγίες. Η πολιτική προσωπικού αποτελεί μέρος της γενικής πολιτικής και πρέπει να συμφωνεί με αυτή. Το περιεχόμενο της αναφέρεται κυρίως σε θέματα προσλήψεων, μισθών υπαλλήλων και στελεχών, πρόσθετων παροχών και μεταβολών υπηρεσιακής κατάστασης. Για την εφαρμογή της καταρτίζονται ειδικά προγράμματα τα οποία περιέχουν διαδικασίες και κανονισμούς που στοχεύουν στον περιορισμό της ανεξέλεγκτης δράσης, πιο αναλυτικά περιλαμβάνουν και τις αναγκαίες οδηγίες για διοικητική

δράση από τον Διευθυντή, τον Προσωπάρχη και τα στελέχη της μονάδας πάνω σε θέματα προσωπικού. Η πολιτική προσωπικού πρέπει να γνωστοποιείται γραπτά και εφόσον είναι προσεγμένη και μελετημένη, θα πρέπει να εξασφαλίζει σταθερότητα ενεργειών σε θέματα προσωπικού, να αποτελεί βάση μελλοντικών ενεργειών και αποφάσεων, να εξασφαλίζει συντονισμό σχεδίων και οδηγιών, να παρέχει τα μέσα για μεταβίβαση εξουσίας, να διατηρεί το ηθικό των εργαζομένων και ιδιαίτερα όταν εφαρμόζεται χωρίς εξαιρέσεις, να εξυψώνει το γόητρο της ξενοδοχειακής μονάδας στο κοινό και στην αγορά εργασίας και τέλος, να διαμορφώνει καλές σχέσεις με τους πελάτες και τους συνεργάτες.

Στη διαμόρφωση της πολιτικής προσωπικού επιδρούν οι εξής παράγοντες:

- Εργατική νομοθεσία
- Συλλογικές συμβάσεις υπαλλήλων
- Γεωγραφική θέση ξενοδοχειακής μονάδας
- Μέγεθος και κατηγορία ξενοδοχειακής μονάδας
- Χρόνος λειτουργίας ξενοδοχειακής μονάδας
- Συνδικαλιστικές οργανώσεις
- Οικονομική ευρωστία της μονάδας
- Πνεύμα αντιμετώπισης θεμάτων προσωπικού από την διεύθυνση

## **7.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

Ο προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού είναι μια μέθοδος που έχει σκοπό να εξασφαλίσει στην τουριστική επιχείρηση το σωστό αριθμό κατάλληλα μορφωμένων και εκπαιδευμένων ανθρώπων, σε κάποιο συγκεκριμένο χρόνο στο μέλλον, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία της.

(Δημήτρης Αθ. Λαλούμης, Βασίλης Χρ. Ρούπας, Αθήνα, 1996)

Πρόκειται για μια διαδικασία που ξεκινά πριν από την έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας και εξακολουθεί να τηρείται και να ανανεώνεται κατά την διάρκεια της λειτουργίας της. Σκοπός της διαδικασίας αυτής είναι να προσδιορίσει ποιοτικά, ποσοτικά και χρονικά την δέυσμευση του ανθρώπινου προσωπικού της

επιχείρησης φροντίζοντας παράλληλα ο σχεδιασμός αυτός να μην επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα παροχής των υπηρεσιών προς τους πελάτες. Κατά την διαδικασία αναλύονται και προβλέπονται οι μελλοντικές ανάγκες της μονάδας, ειδικά σε περιόδους αιχμής, και εκτιμώνται οι τρόποι με τους οποίους μπορούν να καλυφθούν οι ανάγκες αυτές. Δηλαδή μετά από συνεννόηση με τους υπεύθυνους των τμημάτων αποφασίζεται αν θα πρέπει να γίνουν προσλήψεις, απολύσεις ή ακόμα εκπαιδεύσεις του υπάρχοντος προσωπικού.

Οι προϋποθέσεις για έναν αποτελεσματικό προγραμματισμό είναι οι εξής:

- Η διαμόρφωση της γενικής και επιμέρους πολιτικής στα θέματα προσωπικού.
- Η τμηματοποίηση και το οργανόγραμμα, όπου φαίνονται τα τμήματα, οι ειδικότητες και ο βαθμός εξουσίας και ευθύνης.
- Η λεπτομερής ανάλυση του έργου κάθε υπαλλήλου.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ – ACCOUNTING DIVISION

#### 8.1 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Η οικονομική οργάνωση των ξενοδοχείων αφορά στην επιχειρηματική πολιτική, τη λογιστική παρακολούθηση, τη στατιστική έρευνα, στην πολιτική marketing και στην οργάνωση της διαχείρισης, με έντυπα ή με χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

#### 8.2 Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

Η Οικονομική των Ξενοδοχείων ή Ξενοδοχειακή Οικονομική μελετά τη ζωή, δράση και ανάπτυξη τους. Τα ξενοδοχεία είναι οικονομικές μονάδες, από την άποψη ότι συντίθενται από τον αυτοτελή συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών (φύση, εργασία, κεφάλαιο), με σκοπό να καλυφθούν οι ανάγκες των ταξιδιωτών, κυρίως σε ύπνο, φαγητό και ψυχαγωγία. Σαν οικονομικές μονάδες που έχουν σκοπό το κέρδος τα ξενοδοχεία αποτελούν επιχειρήσεις. (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

Η Ξενοδοχειακή Οικονομική διακρίνεται σε δύο υποδιαιρέσεις:

- Την *Ξενοδοχειακή Μικροοικονομία* η οποία μελετά την οικονομική συμπεριφορά μιας συγκεκριμένης μονάδας (π.χ. Ξενοδοχείο Makedonia Palace) ή ενός οικονομικού παράγοντα (π.χ. του ξενοδόχου, του τουρίστα κ.λ.π.) και
- Την *Ξενοδοχειακή Μακροοικονομία* η οποία μελετά ευρύτερα τον ξενοδοχειακό κλάδο, εξετάζει συνολικά μεγέθη και συγκρίνει τις ομοιότητες που παρουσιάζουν αυτά.

Η Ξενοδοχειακή Οικονομική συλλέγει στοιχεία από την οικονομική δράση των ξενοδοχειακών μονάδων και βγάζει συμπεράσματα τα οποία χρησιμοποιούνται για να διαμορφωθεί η πολιτική εσωτερικής οργάνωσης, όπως και η στρατηγική προσέγγισης της αγοράς (στρατηγική marketing).

Σκοπός της Ξενοδοχειακής Οικονομικής είναι να υποδείξει τα αίτια τα οποία μπορούν να μεγιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητα μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Δεδομένου ότι οι απαιτήσεις από την Ξενοδοχειακή Οικονομική αφορούν την οριακή στάθμη της μεγιστοποίησης, πρέπει να είναι κατά το δυνατόν τέλεια. (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

Οι μέθοδοι που ακολουθεί η Ξενοδοχειακή Οικονομική είναι:

- Η *επαγωγική*, με την οποία διαπιστώνονται τα βασικά γεγονότα της ζωής της επιχείρησης. Το κάθε γεγονός απομονώνεται από κάθε φαινόμενο το οποίο δεν έχει σχέση με αυτό και εκτιμάται. Στη συνέχεια εντοπίζεται η συμμετοχή του στο σύνολο της επιχειρηματικής δράσης, και από την εκτίμηση αυτή προκύπτουν οι κανόνες λειτουργίας του ξενοδοχείου. Σύμφωνα με τον Αριστοτέλη, επαγωγική μέθοδος είναι «η από των καθ' ἕκαστα ἐπὶ τὰ καθ' ὅλου ἔφοδος».
- Η *απαγωγική* μέθοδος συμπληρώνει την επαγωγική κι εξασφαλίζει τον ορθολογισμό των πορισμάτων της. Είναι γνωστό ότι η επαγωγική μέθοδος συμπεραίνει την αλήθεια μιας θέσης ελέγχοντας το σφάλμα που περιέχει η αντίθετη θέση.
- Συχνά χρησιμοποιείται *το πείραμα* για την επαλήθευση του σχεδιασμού της επιχειρηματικής πολιτικής.

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα των ξενοδοχειακών μονάδων είναι ότι:

- Ανήκουν στις μονάδες έντασης πάγιας περιουσίας, που σημαίνει ότι τα πάγια στοιχεία του ενεργητικού υπερέχουν σε αξία. Αυτό είναι κάτι το οποίο επεμβαίνει έντονα στη σύνθεση του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων.
- Είναι παραγωγικές μονάδες, διότι αποβλέπουν στην παραγωγή αγαθών και παροχή υπηρεσιών. Σαν παραγωγικές μονάδες ανήκουν στην κατηγορία των ποριστικών, οι οποίες έχουν σκοπό το κέρδος.

Για την εξέταση των ξενοδοχειακών μονάδων από οικονομικής άποψης, σκόπιμο είναι να διακρίνονται με τα παρακάτω κριτήρια:

Ανάλογα με το φορέα

- Σε ιδιωτικές, όταν ο φορέας τους είναι πρόσωπο νομικό ή φυσικό ιδιωτικού δικαίου.
- Σε δημόσιες, όταν φορέας τους είναι το κράτος (ο ΕΟΤ) ή οργανισμός τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Σε μικτές, όπου συνεργάζονται πρόσωπα ιδιωτικού και δημόσιου δικαίου..

#### Ανάλογα με το μέγεθος

- Σε μεγάλες, πάνω από 500 κλίνες.
- Σε μεσαίες, 200 έως 500 κλίνες.
- Σε μικρές, κάτω από 200 κλίνες.

Στις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις η οργάνωση πρέπει να είναι άριστη και η διοίκηση να γίνεται μ' επιστημονικές μεθόδους, ενώ στις μικρότερες οι ανθρώπινες σχέσεις και το επιχειρηματικό ένστικτο παίζουν μεγάλο ρόλο.

#### **Τα Έσοδα και Έξοδα των Ξενοδοχείων**

Τα ξενοδοχεία πραγματοποιούν έσοδα από διάφορα τμήματα, και σύμφωνα με μια έρευνα που έκανε το 1994 η αγροτική Τράπεζα, τα έσοδα κι έξοδα παρουσιάζουν την παρακάτω συμμετοχή στην οικονομική κατάσταση των ξενοδοχείων της Ελλάδας.

Ενοίκια	Άλλα τμήματα	Τηλεφωνικές υπηρεσίες	Ποτά	Τρόφιμα	Δωμάτια
0,9%	1,4%	2,5%	10,7%	38,9%	45,6%

Πίνακας Εσόδων Ξενοδοχειακής Μονάδας

Μικτό κέρδος	Έξοδα Τμημάτων	Μισθοί	Marketing	Ενέργεια	Συντήρηση	Γενικά & Διοικητικά	Ποτά	Τρόφιμα
19,1%	5,5%	46,0%	4,0%	4,5%	3,6%	4,7%	2,2%	10,4%

Πίνακας Εξόδων Ξενοδοχειακής Μονάδας

### **8.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ**

Η ξενοδοχειακή λογιστική αποτελεί κλάδο της εφαρμοσμένης, διατηρώντας όμως τις δικές της ιδιαιτερότητες. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους η ξενοδοχειακή λογιστική απαιτεί ειδική αντιμετώπιση.

Στις επιχειρήσεις πώλησης υλικών προϊόντων, οι πελάτες κάνουν μια αγορά και αμέσως εκδίδεται ένας λογαριασμός. Στα ξενοδοχεία ο λογαριασμός των πελατών έχει δυναμική λειτουργία και διαρκεί όσο και η παραμονή τους. Οι πελάτες κάνουν επί πιστώσει καταναλώσεις στα διάφορα τμήματα του ξενοδοχείου κατά τη διάρκεια του 24ώρου. Ο λογαριασμός των πελατών πρέπει να είναι ανά πάσα στιγμή έτοιμος προς έκδοση, διότι οι πελάτες μπορεί ν' αναχωρήσουν έκτακτα ή να ρωτήσουν το υπόλοιπο του λογαριασμού τους.

Οι διάφοροι κλάδοι εκμετάλλευσης που είναι διάσπαρτοι στο ξενοδοχειακό χώρο, ανταλλάσσουν ασταμάτητα υλικά μεταξύ τους.

Ο κρατικός έλεγχος παρακολουθεί από πολλές πλευρές τη λειτουργία του ξενοδοχείου εξαιτίας της πολυμορφίας που παρουσιάζει κι επιβάλλει ειδικά έντυπα και ιδιόμορφο χειρισμό ορισμένων θεμάτων.

Η πολυπλοκότητα των συνταγών φαγητών, όπως και ο μεγάλος αριθμός τμημάτων κι εργαζομένων που συμμετέχουν στην παραγωγή τους, δημιουργούν τεράστιες δυσκολίες στην ακριβή κοστολόγηση των ειδών που προσφέρουν τα εστιατόρια. Το ίδιο φαινόμενο παρουσιάζεται σε μικρότερο βαθμό και στ'άλλα τμήματα εκμετάλλευσης.

### **8.4 ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ**

Η λειτουργία του λογιστηρίου του ξενοδοχείου στηρίζεται κι αυτή στην τήρηση των στοιχείων και βιβλίων. Όλες οι συναλλαγές σε χρήματα ή υλικά αναγράφονται στα στοιχεία, τα οποία είναι διάφορα δικαιολογητικά έγγραφα της επιχείρησης. Οι εγγραφές στα στοιχεία μεταφέρονται στα βιβλία της επιχείρησης, όπου αυτά μπορούν να αθροιστούν διαμορφώνοντας τα τελικά αποτελέσματα της επιχείρησης ή να ελεγχθούν για εκ παραδρομής ή όχι σφάλματα, όπως η μη καταχώριση, ο αναριθμητισμός, η καταχώριση σ' εσφαλμένη στήλη ή το εκούσιο μαγείρεμα λογιστικών στοιχείων και βιβλίων.



Στο λογιστήριο του ξενοδοχείου όμως παρουσιάζονται ορισμένες διαφοροποιήσεις. Σε πρώτη φάση το τμήμα ελέγχου συγκεντρώνει κι ελέγχει τα παραστατικά που αφορούν στα έσοδα των τμημάτων εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου και στη συνέχεια τα διαβιβάζει στο τμήμα της Main Courante. Το τμήμα αυτό τηρεί μια κατάσταση, στην οποία φαίνονται αναλυτικά όλα τα έσοδα του ξενοδοχείου της προηγούμενης ημέρας και αποτελεί ένα ημερολόγιο εσόδων. Το λογιστήριο λοιπόν παραλαμβάνει σε τάξη τις δραστηριότητες που αφορούν τα έσοδα της επιχείρησης, αλλά βέβαια ο αρμόδιος του λογιστηρίου ελέγχει συγκεντρωτικά τα στοιχεία και τις καταστάσεις των τμημάτων για να διαπιστώσει αν όλα τα ποσά συμφωνούν μεταξύ τους και με τη Μ/Σ και προχωρεί στις καταχωρίσεις του λογιστηρίου.

Το σχέδιο της λογιστικής οργάνωσης του ξενοδοχείου περιλαμβάνει:

- Το λογιστικό σύστημα που θα ακολουθήσει το ξενοδοχείο.
- Τα χρησιμοποιούμενα λογιστικά βιβλία.
- Τους λογαριασμούς (πρωτοβάθμιους, δευτεροβάθμιους).
- Τα εκδιδόμενα δικαιολογητικά (στοιχεία).
- Τον τρόπο ελέγχου των εγγραφών (ισοζύγια) κ.λ.π.

Όλα αυτά εφαρμόζονται σε κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση, σε συνδυασμό με τις ισχύουσες νομικές διατάξεις τον Κ.Β.Σ., τη νομοθεσία περί εταιρειών στην περίπτωση που η ξενοδοχειακή μονάδα έχει εταιρική νομική μορφή και του Κοινοτικού δικαίου.

Το λογιστήριο ταξινομεί τα οικονομικά μεγέθη, τα συγκρίνει μεταξύ τους και προσδιορίζει τους δείκτες της επιχειρηματικής δραστηριότητας για να διαπιστωθεί κατά πόσο η ξενοδοχειακή μονάδα βρίσκεται σε ανοδική πορεία είναι στάσιμη ή οπισθοδρομεί. (Λαλούμης & Ρουπας, 2000)

### **Μηχανοργάνωση Ξενοδοχειακών Μονάδων**

Μηχανοργάνωση είναι ο εξοπλισμός του ξενοδοχείου με μηχανές και η οργάνωση των λειτουργιών του με αυτές. Ο όρος σήμερα χρησιμοποιείται για την ηλεκτρονική μηχανοργάνωση, που αφορά κυρίως στη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το σύστημα μηχανοργάνωσης ενός ξενοδοχείου αποτελείται από δύο βασικά μέρη: τα *μηχανήματα* και τα *προγράμματα*. Τα μηχανήματα αποτελούν ταχύτατες υπολογιστικές μηχανές, οι οποίες προγραμματίζονται έτσι ώστε να εκτελούν ένα συγκεκριμένο έργο, συνήθως αυτό το οποίο επιθυμεί ο χρήστης τους.

Έτσι λοιπόν υπάρχουν σήμερα στην αγορά μηχανήματα, δηλαδή computers, σε προσιτές τιμές, τα οποία προγραμματίζονται έτσι ώστε να δέχονται τις καταχωρίσεις μιας ΑΠΥ, κάνοντας ταυτόχρονα και την ενημέρωση της Μ/Σ, κάνοντας τις αθροίσεις κι εξάγοντας έναν τεράστιο αριθμό στατιστικών υπολογισμών σε χρόνο μηδέν.

Οι computers έχουν μνήμη στην οποία αποθηκεύουν τα γεγονότα κάθε ημέρας και μπορούν να συνδεθούν μεταξύ τους ανταλλάσσοντας πληροφορίες. Έτσι μπορούν να μπουκ στην αποθήκη, στο λογιστήριο, το μπαρ, το ταμπλώ εστιατορίου και σε κάθε τμήμα το οποίο απαιτεί οικονομική διαχείριση, και να στέλνουν κάθε πληροφορία που καταχωρίζεται στα τμήματα σε μια κεντρική μονάδα, η οποία ανά πάσα στιγμή θα είναι ενήμερη για ό,τι συμβαίνει από πλευράς οικονομικής διαχείρισης και κινητικότητας των πελατών στο ξενοδοχείο.

Έτσι όταν ένας πελάτης αναχωρεί, δεν υπάρχει ανάγκη επικοινωνίας του ταμείου με τα τμήματα εκμετάλλευσης για να διαπιστώσει αν ο πελάτης έχει ανεξόφλητο υπόλοιπο σε κάποιο τμήμα. Διότι οι χρεωστικές καταναλώσεις του πελάτη καταχωρίζονται αυτόματα στο λογαριασμό του.

Οι δυνατότητες ενός μηχανογραφικού συστήματος, αφορούν στην ταχύτητα του, τη χωρητικότητα του, την ευχρηστία του και στον αριθμό εργασιών που μπορεί να καλύψει.

Τα τρία κύρια πλεονεκτήματα των σύγχρονων υπολογιστικών συστημάτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι:

- Η δυνατότητα επεξεργασίας τεράστιων όγκων δεδομένων.
- Η ταχύτητα επεξεργασίας δεδομένων και η δυνατότητα άμεσης ανάκλησης πληροφοριών.
- Η δυνατότητα επεξεργασίας δεδομένων τα οποία απαιτούν πολύπλοκους χειρισμούς.

Τα παραπάνω τρία πλεονεκτήματα έχουν σαν αποτέλεσμα:

- i. Τη βελτίωση της ποιότητας της εργασιακής ζωής στις επιχειρήσεις.

ii. Την αύξηση της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων.

Τα κυριότερα κριτήρια για την επιλογή ενός ξενοδοχειακού προγράμματος, από αυτά που κυκλοφορούν στην αγορά, είναι:

- Η αξιολόγηση της κατασκευάστριας εταιρίας, δηλαδή η φήμη του κατασκευαστή και οι ευνοϊκές κρίσεις για το πρόγραμμα της εταιρίας.
- Η φιλικότητα του προγράμματος, δηλαδή ευκολία στην εκμάθηση και στη χρήση
- Η υποστήριξη-συντήρηση που παρέχει η κατασκευάστρια εταιρία.
- Η λειτουργικότητα του προγράμματος.
- Η μελλοντική δυνατότητα ενσωμάτωσης στο πρόγραμμα που αγοράζουμε και άλλων προγραμμάτων της ίδιας κατασκευάστριας εταιρίας, δηλαδή η δυνατότητα επέκτασης.

Η λειτουργία ενός Η/Υ, σε ένα πλήρως μηχανογραφημένο ξενοδοχείο, απαιτεί όλες οι εργασίες των υπαλλήλων στο ξενοδοχείο να καταχωρίζονται στα αρχεία του ξενοδοχειακού προγράμματος που είναι εγκατεστημένο στον κεντρικό υπολογιστή. Αποτέλεσμα είναι η συνεχής ενημέρωση του συστήματος και η άριστη πληροφόρηση κάθε χρήστη για διάφορα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν, στην περίπτωση βέβαια που η καταχώριση τους προβλέπεται από το πρόγραμμα και γίνεται κανονικά. Για παράδειγμα, μια ξενοδοχειακή επιχείρηση έχει ένα πρόγραμμα front office και ένα πρόγραμμα ταμειακών μηχανών στα τμήματα του ξενοδοχείου - P.O.S. (μπαρ , εστιατόριο κ.λ.π.). Τα προγράμματα αυτά επικοινωνούν μεταξύ τους και είναι εγκατεστημένα σε έναν κεντρικό υπολογιστή, στον οποίο έχουν πρόσβαση οι υπάλληλοι του front office και των υπόλοιπων τμημάτων. Μια εργασία ενός υπαλλήλου π.χ. του μπαρ έκδοση και χρέωση μιας κατανάλωσης ενός πελάτη, έχει σαν αποτέλεσμα την άμεση ενημέρωση του λογαριασμού του πελάτη, στη Main Courante του front office, με συνέπεια ο υπάλληλος που δουλεύει στο front office να είναι απόλυτα ενημερωμένος, όσον αφορά στις κινήσεις των πελατών. ( Λαλούμης & Ρούπας, 2000)

## 8.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



*Ομάδα οικονομικών συμβούλων σε συνέλευση*

Η αξία των στατιστικών στοιχείων και των δεικτών στα ξενοδοχεία βρίσκεται στο γεγονός ότι είναι πολύ χρήσιμα στους διευθυντές και υπεύθυνους τμημάτων, για να μπορέσουν να αναλύσουν, να ελέγξουν και να σχεδιάσουν τις δραστηριότητες του. Χωρίς τέτοιες πληροφορίες θα βιάζαν στα τυφλά. Μια επιπλέον αξία των στατιστικών στοιχείων είναι ότι επιτρέπουν στο διευθυντή και τα άλλα στελέχη της ξενοδοχειακής μονάδας να συγκρίνουν τα αποτελέσματα της επιχείρησης ή των τμημάτων αυτής, με αυτά μίας άλλης επιχείρησης, παρότι αυτές οι δύο επιχειρήσεις μπορεί να είναι διαφορετικών μεγεθών και χαρακτηριστικών.

Οι στατιστικές πληροφορίες φτάνουν στους παραπάνω υπεύθυνους των ξενοδοχείων μέσω αναφορών από υφισταμένους και έχουν μια ποικιλία χρονικής βάσης, δηλαδή ημερήσια, εβδομαδιαία, μηνιαία, τριμηνιαία και ετήσια (ανάλογα με το τι εξυπηρετεί σε κάθε περίπτωση). Ακόμη αυτές εκφράζονται είτε σε απόλυτους αριθμούς, είτε σε αναλογίες, είτε σε ποσοστά. (Χυτήρης, Λ. 1996)

Οι στατιστικοί δείκτες για κάθε ξενοδοχείο διακρίνονται στις παρακάτω γενικές κατηγορίες:

(α) *Δείκτες πληρότητας*, που αφορούν τον αριθμό και τον τύπο των δωματίων που ενοικιάζονται στους πελάτες σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και κατ' επέκταση στο εισόδημα που πραγματοποιεί το ξενοδοχείο από δωμάτια.

(β) *Δείκτες Εσόδων*, που αφορούν στις ακαθάριστες εισπράξεις, από ενοικιάσεις δωματίων, πωλήσεις τροφίμων, ποτών και υπηρεσιών.

(γ) *Δείκτες Κόστους*, που αφορούν στο κόστος που πραγματοποιείται για την παροχή υπηρεσιών ή και τη διάθεση αγαθών (π.χ. κόστος εργασίας, κόστος ενέργειας, κόστος εγκαταστάσεων-αποσβέσεις, ενοίκια κ.λ.π.)

(δ) *Δείκτες Κερδών*, που αφορούν στον προσδιορισμό των (πλέον) κερδοφόρων τμημάτων ενός ξενοδοχείου.

(ε) *Δείκτες Αποδοτικότητας*, που αφορούν στον προσδιορισμό της απόδοσης των κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί.

(στ) *Δείκτες Παραγωγικότητας Εργαζομένων*.

(ζ) *Δείκτες Αποχώρησης και Απουσιών Εργαζομένων*.

#### **A) Δείκτες πληρότητας**

##### **(1) Ποσοστό πληρότητας**

(Αριθμός Νοικιασθέντων Δωματίων/Αριθμός Διαθέσιμων, προς ενοικίαση Δωματίων)\* 100=% π.χ.  $(300/500)*100=60\%$

Το ποσοστό πληρότητας είναι ένας τρόπος για να μετρηθεί η επιτυχία των πωλήσεων του ξενοδοχείου και επιτρέπει τη σύγκριση επιτυχίας των ενοικιάσεων δωματίων μεταξύ ξενοδοχείων διαφορετικών μεγεθών και διαφορετικών επιπέδων σε διαφορετικές χρονικές στιγμές.

##### **(2) Ποσοστό διπλής πληρότητας**

(Αριθμός πελατών-Αριθμός Νοικιασθέντων Δωματίων/ Αριθμός Νοικιαζόμενων Δωματίων)\*100=% π.χ.  $(400-300/300)*100=33,3\%$

Με αυτό το στατιστικό στοιχείο ο ξενοδόχος παίρνει μια ιδέα σχετικά με τη σύνθεση των ατόμων που μισθώνουν τα δωμάτια.

(3) Πελάτες ανά νοικιαζόμενο δωμάτιο

Αριθμός πελατών/ Αριθμός Νοικιαζόμενων Δωματίων= πελάτες π.χ.  $400/300=1,33$  πελάτες

Αυτό το στατιστικό στοιχείο εκφράζει τη μίσθωση σε όρους του μέσου αριθμού ατόμων που μισθώνουν κάθε δωμάτιο.

(4) Ποσοστό «πληρότητας Κλινών»

(Αριθμός Κατελημένων Δωματίων/ Αριθμός Διαθέσιμων Κλινών)\*100=%

Το ποσοστό αυτό είναι χρήσιμο στη μέτρηση ικανότητας του προσωπικού στο να πετυχαίνουν ολική πληρότητα του ξενοδοχείου.

(5) Δείκτης πληρότητας Εστιατορίου ή Μπαρ

Αριθμός Πελατών ή Αριθμός Κουβέρ/ Αριθμός Θέσεων (πελατών)= Αλλαγές

Οι υπεύθυνοι εστιατορίων θεωρούν τα επίπεδα πληρότητας των εγκαταστάσεων τους πρωταρχικής σημασίας για τον καθορισμό της αποδοτικότητάς τους γι'αυτό χρησιμοποιούν το παραπάνω ποσοστό για να κρίνουν την πληρότητα.

**B) Δείκτες εσόδων (εισπράξεων)**

Τα στατιστικά στοιχεία των εσόδων είναι χρήσιμα σαν σημείο αναφοράς στη μέτρηση ικανότητας πωλήσεων του προσωπικού του ξενοδοχείου, στα τμήματα: Δωματίων και Τροφίμων-Ποτών

**(α) Δείκτες εσόδων δωματίων**

(1) Μέση τιμή δωματίων

Εισόδημα από ενοικίαση Δωματίων/ Αριθμός Νοικιασθέντων Δωματίων= €

π.χ.  $9000/300=30€$

Η μέση τιμή δωματίων για ένα βράδυ επηρεάζεται από την ικανότητα του υπαλλήλου να νοικιάζει τα δωμάτια σε υψηλές τιμές, από τον αριθμό των μονοκλίνων έναντι των δικλίνων δωματίων που νοικιάστηκαν, από την έκπτωση, από τον τύπο πελατείας και από το επίπεδο πληρότητας.

(2) Μέση τιμή ανά διαθέσιμο δωμάτιο

Εισόδημα από Ενοικίαση Δωματίων/ Αριθμός διαθέσιμων Δωματίων= €

π.χ.  $9000/275=32,72 €$

Το παραπάνω ποσοστό χρησιμοποιείται όταν ο αριθμός των δωματίων του ξενοδοχείου διαφέρει από τον αριθμό διαθέσιμων δωματίων. ( Μη τακτοποιημένα δωμάτια, δωρεάν δωμάτια, δωμάτια για στέγαση προσωπικού.)

(3) Μέση τιμή ανά Πελάτη

Εισόδημα από την Ενοικίαση Δωματίων/ Αριθμός Πελατών= €

π.χ.  $9000/400= 22.5 €$

Ένα άλλο ποσοστό που χρησιμοποιείται για να υπολογιστεί η προσπάθεια για πωλήσεις από τους υπαλλήλους του ξενοδοχείου.

(4) Δείκτης πραγματοποίησης μέγιστου (Ακαθάριστου) Εισοδήματος

(Εισόδημα από ενοικίαση δωματίων/ Μέγιστο δυνατό εισόδημα από δωμάτια)\*100

π.χ.  $(9000/18000)*100= 50\%$

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί κατά πόσο το ξενοδοχείο διαθέτει τα δωμάτια του στην ανώτερη δυνατή τιμή και κατά πόσο μπορεί να πραγματοποιεί το μέγιστο εισόδημα.

**(β) Δείκτες εσόδων στο τμήμα τροφίμων και ποτών**

(1) Πωλήσεις Ανά διαθέσιμη Θέση

Πωλήσεις Τροφίμων και Ποτών/ Αριθμός Θέσεων (πελατών)= €

π.χ. 3000/300=10€

Οι πωλήσεις ανά διαθέσιμη θέση ποικίλλουν ανάλογα με τον τύπο του εστιατορίου, το γεύμα, την εποχή κ.α.

(2) Μέσος Λογαριασμός Εστιατορίου

Πωλήσεις Τροφίμων και Ποτών/ Αριθμός Κουβέρ= €

π.χ. 2000/400=5€

Οι υπολογισμοί των μέσων λογαριασμών εστιατορίων δεν είναι πανομοιότυποι σε όλη την έκταση της βιομηχανίας τουρισμού. Μερικοί οργανισμοί (επιχειρήσεις) υπολογίζουν αναλογία μιας μόνο ημέρας. Σε άλλες περιπτώσεις η αναλογία αυτή υπολογίζεται ξεχωριστά για γεύμα και δείπνο και μπορούν να διαχωριστούν ακόμα περισσότερο σε μέσους λογαριασμούς φαγητών και σε μέσους λογαριασμούς ποτών.

Δείκτης των πωλήσεων Τροφίμων Προς τις Πωλήσεις Ποτών

(Πωλήσεις Ποτών/ Πωλήσεις Τροφίμων)\*100=%

π.χ. (500€/1000€)\*100

Σε εστιατόρια που διαθέτουν φαγητό και ποτά, η αναλογία αυτή είναι ένας δείκτης του πόσο μπορεί το εστιατόριο να αυξήσει τη δυνατότητά του να διαθέτει ποτά μαζί με το φαγητό.

Δείκτης των Πωλήσεων Τροφίμων και Ποτών ανά Διαθέσιμό Δωμάτιο

Συνολικές Πωλήσεις Τροφίμων και Ποτών/ Αριθμός Διαθέσιμων Δωματίων= €

π.χ. 1200/275= 4,36€



### **(γ) Μείγμα Πωλήσεων**

Το επίπεδο των συνολικών πωλήσεων ενός ξενοδοχείου έχει μεγάλο ενδιαφέρον για ένα ξενοδόχο. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει και η ημερήσια διάρθρωση (μείγμα) των πωλήσεων. Το μείγμα πωλήσεων αναφέρεται στην ποσοστιαία σύνθεση των συνολικών πωλήσεων. Για παράδειγμα το μείγμα πωλήσεων ενός τυπικού ξενοδοχείου ή μοτέλ αποτελείται από τα παρακάτω στοιχεία:

<u>Στοιχεία Μείγματος Πωλήσεων</u>	<u>%</u>
Δωμάτια	45,6
Φαγητό	38,9
Ποτά	10,7
Άλλα τμήματα	3,9
<u>Υπόλοιπα διάφορα</u>	<u>0,9</u>
Σύνολο	100%

Πηγή : Harwath Consulting, 1994. ( Χυτήρης, Λ. 1996)

### **Γ) Δείκτες κόστους**

Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για να βοηθήσουν το γενικό διευθυντή ή τα στελέχη μιας ξενοδοχειακής μονάδας να ελέγχουν ότι τα πραγματοποιούμενα κόστη εξελίσσονται σύμφωνα με (ή όχι) τα προβλεφθέντα ή τα επιβαλλόμενα από τις καταστάσεις και να αναλάβουν ανάλογη διαρθρωτική δράση. Οι πιο συνήθεις δείκτες κόστους είναι:

(1) Μέσο ωριαίο εργασιακό κόστος

Άθροισμα ωριαίων αποζημιώσεων/ Πραγματικές ώρες απασχόλησης=  
 $1,500,000/2000 \text{ ώρες κανονικές} + 1000 \text{ ώρες υπερωρίες} = 1,500,000/3,000 = 500$

Η χρησιμότητα του δείκτη αυτού έγκειται στο γεγονός ότι βοηθά στη σύγκριση του πρότυπου εργασιακού κόστους με το πραγματικό.

### (2) Δείκτες κόστους εργαζομένων

(Συνολικό κόστος εργαζομένων/ Σύνολο εσόδων ξενοδοχείου)\*100=%

π.χ.  $10000/40000 = 25\%$

(Κόστος εργαζομένων στο τμήμα ορόφων/ Έσοδα από Νοικιασθέντα δωμάτια)\*100=%

π.χ.  $(2000/25000) * 100 = 8\%$

(Κόστος εργαζομένων στο εστιατόριο/ Σύνολο εσόδων εστιατορίου)\*100=%

π.χ.  $(2000/20000) * 100 = 10\%$

(Συνολικό κόστος εργαζομένων/ Συνολικά κόστη ξενοδοχείου)

π.χ.  $(10000/30000) * 100 = 33,3\%$

Ο δείκτης αυτός προσδιορίζει τη δυνατότητα να αυξομειωθούν τα κόστη εργαζομένων για μια χρονική περίοδο και δείχνει πόσο καλά ελέγχεται το εργασιακό κόστος.

### (3) Δείκτης κόστους ενέργειας

Με το δείκτη αυτό υπολογίζεται τι ποσοστό από τα συνολικά έσοδα ή έξοδα λειτουργίας ενός ξενοδοχείου ή τμήματος του, αποτελεί η ενέργεια που καταναλώνεται (π.χ. ηλεκτρικό ρεύμα), υπολογίζεται δε ως εξής:

(Συνολική δαπάνη για ενέργεια/ Συνολικά έσοδα)\*100=%

π.χ. (4/100) \*100= 4%

ή αν ενδιαφέρει η ποσοστιαία σύνθεση των δαπανών λειτουργίας

(Συνολική δαπάνη για ενέργεια/ Συνολικά έξοδα λειτουργίας)\*100=%

π.χ. (28/140) \*100=20%

(4) Δείκτες κόστους τροφίμων και ποτών

(Κόστος τροφίμων/ Πωλήσεις τροφίμων)\*100=%

π.χ. (400/1000)\*100=40%

(Κόστος ποτών/ Πωλήσεις ποτών)\*100=%

π.χ. (100/500)\*100=20%

ή τα συνδυασμένα ποσά

(Κόστος τροφίμων και ποτών/ Πωλήσεις τροφίμων και ποτών)\*100=%

π.χ. (400+100/ 1000+500)\*100=30%

**Δ) Δείκτες κερδών**

(1) Κέρδος τμήματος

(Κέρδη του Τμήματος Δωματίων/ Πωλήσεις (ενοικιάσεις) Δωματίων)\*100=%

π.χ. (2000/9000)\*100=22%

(2) Κέρδος Μετά τους Μισθούς

Τα κέρδη μετά τους μισθούς υπολογίζονται ως εξής:

Πωλήσεις π.χ. 8000€

-Κόστος πωλήσεων π.χ.-2000€

-Δαπάνες για Μισθούς του προσωπικού π.χ.-3000€

Κέρδος μετά τους Μισθούς 3000€

Επίσης, συχνά εκφράζεται σαν ποσοστό επί των πωλήσεων.

$(\text{Κέρδος Μετά τους Μισθούς} / \text{Πωλήσεις τμήματος}) * 100 = \%$

π.χ.  $(1000/8000) * 100 = 12,5\%$

### **Ε) Δείκτες αποδοτικότητας**

(1) Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικών κεφαλαίων ή Δείκτης Αποδοτικότητας ξενοδοχείου

Ως αποδοτικότητα ορίζεται η σχέση μεταξύ του αποτελέσματος μιας δραστηριότητας και των οικονομικών μεγεθών που «συμμετείχαν» στην πραγματοποίηση αυτού του αποτελέσματος.

Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται ως εξής:

$(\text{Κέρδος} / \text{Απασχ. Κεφάλαια - ίδια και ξένα -}) * 100 = \%$

π.χ.  $1000/5000 = 20\%$

(2) Δείκτης Αποδοτικότητας Τμήματος

$(\text{Κέρδος τμήματος Εστιατορίου} / \text{Πάγια} + \text{Κυκλοφορούντα Κεφάλαια}) * 100 = \%$

π.χ.  $(400/2000) * 100 = 20\%$

Οι δείκτες αυτοί είναι σημαντικοί για την επενδυτική κυρίως δραστηριότητα ενός ξενοδοχείου, αφού δίνουν πληροφορίες για αποφάσεις που αφορούν στην καλύτερη

σύνθεση των κεφαλαίων ή τη δημιουργία τμημάτων που έχουν υψηλή αποδοτικότητα και την κατάργηση άλλων με μικρή αποδοτικότητα.

### **Στ) Δείκτες παραγωγικότητας των εργαζομένων στα ξενοδοχεία**

Παραγωγικότητα είναι η σχέση εκροής προς μια ή περισσότερες αντίστοιχες εισροές.

Παραγωγικότητα εργασίας είναι το προϊόν που παράγει ο εργαζόμενος στη μονάδα του χρόνου και μπορεί να μετρηθεί σε φυσικές ή σε οικονομικές/ χρηματικές μονάδες.

Η παραγωγικότητα εργασίας στα ξενοδοχεία, παρουσιάζει μια σημαντική διαφορά σε σχέση με την παραγωγή αγαθών. Στην περίπτωση των αγαθών, η μέτρηση της παραγωγικότητας βασίζεται στον αριθμό των μονάδων που παράγει ο εργαζόμενος, ενώ στην περίπτωση των υπηρεσιών βασίζεται συχνά στις υπηρεσίες που προσφέρονται προς τον πελάτη, δηλαδή που καταναλώνονται.

Οι δείκτες παραγωγικότητας είναι:

#### (1) Δείκτης φυσικής παραγωγικότητας

Φυσική εκροή (σε μονάδες υπηρεσιών)/ Φυσική εισροή (σε ανθρωποώρες)

#### (2) Δείκτης απόδοσης της ώρας εργασίας

Φυσικές μονάδες εκροής\* τιμή τους/ Ανθρωποώρες

#### (3) Δείκτης οικονομικής παραγωγικότητας

Φυσικές Μονάδες \* Τιμή Μονάδας/ Ώρες εργασίας\* κόστος ώρας

### **Ζ) Δείκτες αποχώρησης και απουσιών εργαζομένων στα ξενοδοχεία**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία χαρακτηρίζεται από υψηλό δείκτη αποχώρησης των εργαζομένων σε αυτήν (είτε υπό μορφή εκούσιας αποχώρησης είτε υπό μορφή απόλυσης). Η αποχώρηση αυτή όμως δημιουργεί προβλήματα, στο υπολογισμό των

κατ' ελάχιστο απαιτούμενων εργαζομένων και στην απρόσκοπτη λειτουργία του ξενοδοχείου.

(1) Δείκτης αποχώρησης

(Αριθμός αποχωρησάντων στην περίοδο Α/ Μέσος όρος εργαζομένων στην περίοδο Α)\*100=%

π.χ.  $(10/40)*100=25\%$

(2) Δείκτης Απουσιών

Εξίσου σημαντικός θεωρείται και ο δείκτης απουσιών, που βοηθά στον προσδιορισμό των χαμένων ημερών εργασίας για κάποια περίοδο σε κάποιο τμήμα.

(Αριθμός χαμένων ημερών εργασίας/ Αριθμός προγραμματισθέντων ημερών εργασίας)\*100

π.χ.  $(6/90)*100=6,6\%$

Και στους δύο αυτούς δείκτες κρίνεται σκόπιμο, για πιο ουσιαστική πληροφόρηση που θα προσδιορίσει καλύτερα το πρόβλημα και θα βοηθήσει στη λύση του, να υπολογίζονται επιμέρους δείκτες (αποχώρησης – απουσιών) κατά φύλο, ηλικία, ύψος μισθού εργαζομένων και σε επίπεδα τμήματος.

**Κρίσιμοι Δείκτες για τον Προσδιορισμό της Αποδοτικότητας των Ξενοδοχείων**

Στη συνέχεια ακολουθεί ένας κατάλογος δεικτών που κρίνονται απαραίτητοι για τον έλεγχο της αποδοτικότητας ενός ξενοδοχείου.

(1) Ποιότητα της παρεχόμενης εξυπηρέτησης: Οι μέθοδοι προσδιορισμού της περιλαμβάνουν τις επιθεωρήσεις, τις απαντήσεις ερωτηματολογίων από τους πελάτες, τη μελέτη των βιβλίων παραπόνων και τη μελέτη των βιβλίων φιλοφρονήσεων.

(2) Αποτέλεσμα λειτουργίας συγκρινόμενα με τις αντίστοιχες προβλέψεις.

- (3) Αποτελέσματα λειτουργίας, ανά τμήμα, συγκρινόμενα με αυτά του προηγούμενου χρόνου.
- (4) Αριθμός δωματίων που χρησιμοποιήθηκαν.
- (5) Ποσοστό κάλυψης των διαθέσιμων δωματίων (πληρότητα).
- (6) Συγκρίσεις των αποτελεσμάτων λειτουργίας με τους οικονομικούς δείκτες ή δείκτες τιμών ή δείκτες συναλλάγματος. Οι δείκτες πρέπει να αναπροσαρμόζονται κατά χώρα και πόλη.
- (7) Αύξηση των πωλήσεων ανά κατηγορία. Συνολική αξία πωλήσεων από δωμάτια και επιμερισμός του ποσού ανά κατηγορία: συνέδρια, ποτά και φαγητό, εξωτερικό catering, στάθμευση αυτοκινήτων, καζίνο, καταστήματα, πισίνα κ.λ.π.
- (8) Αυξήσεις των πωλήσεων ανά κατηγορία, συγκρινόμενη με τις συνολικές πωλήσεις.
- (9) Πωλήσεις από συμβόλαια κατά κατηγορία: αεροπορικές εταιρίες, τοπικές επιχειρήσεις κ.λ.π.
- (10) Πωλήσεις ανά παρεχόμενη δραστηριότητα ή σύμφωνα με τον μέσο αριθμό απασχολούμενου προσωπικού ανά ημέρα.
- (11) Μέσος όρος του χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί για την είσπραξη των λογαριασμών.
- (12) Προσδιορισμός του ποσοστού της συνολικής μισθοδοσίας του ξενοδοχείου και του ποσοστού που αναφέρεται για κάθε τμήμα του. Για τα λειτουργούντα τμήματα, αυτά θα πρέπει να συγκριθούν με τις πωλήσεις του κάθε τμήματος. Για τα μη λειτουργούντα τμήματα αυτά θα πρέπει να συγκριθούν με τις συνολικές πωλήσεις του ξενοδοχείου.
- (13) Αριθμός των απασχολούμενων στη μονάδα (ανά ημέρα εργασίας) συνολικά ή ανά τμήμα λειτουργίας της.
- (14) Χρόνος αναμονής σε κάθε παρεχόμενη δραστηριότητα, μέχρι κάποιος να εξυπηρετηθεί (εστιατόριο, υποδοχή, μπαρ κ.λ.π.).

- (15) Αριθμός ερωτηματολογίων που παραλαμβάνονται ανά 1000 πελάτες.
- (16) Τεστ, αξιολογήσεις, αναφορές σε νέα προϊόντα/ υπηρεσίες (αυτά σε συνδυασμό με τα κεντρικά γραφεία, όταν έχουμε να κάνουμε με αλυσίδες συγκροτημάτων).
- (17) Απόδοση των στοιχείων ενεργητικού που χρησιμοποιούνται.
- (18) Πίνακες προαγωγών.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### ΤΜΗΜΑ ΕΛΕΓΧΟΥ – CONTROL DEPARTMENT

Σε μία ξενοδοχειακή μονάδα διακινούνται διάφορα αναλώσιμα είδη από το τμήμα προμηθειών προς τα υπόλοιπα τμήματα με βασικότερο παραλήπτη τα επισιτιστικά τμήματα. Τα είδη αυτά αποτελούν τις πρώτες ύλες για την παρασκευή του τελικού προϊόντος το οποίο πωλείται στους πελάτες του ξενοδοχείου με αποτέλεσμα να δημιουργεί έσοδα για την επιχείρηση. Τα προϊόντα όπως και τα χρήματα που διακινούνται μέσα στην επιχείρηση πρέπει να προφυλάσσονται και αυτό είναι το έργο του τμήματος ελέγχου, να παρακολουθεί και να ελέγχει τον τρόπο που διακινούνται και καταναλώνονται τα αναλώσιμα είδη μέσα στην ξενοδοχειακή μονάδα.

Το τμήμα αυτό ανήκει στο τμήμα Οικονομικής Διαχείρισης της επιχείρησης μαζί με το τμήμα του λογιστηρίου και το διευθύνει ο οικονομικός διευθυντής του ξενοδοχείου. Το προσωπικό που απασχολεί είναι ο Προϊστάμενος Ελέγχου και οι Βοηθοί- Ελεγκτές.

#### 9.1 ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

Το τμήμα ελέγχου είναι υπεύθυνο για την παρακολούθηση και τον έλεγχο όλων των χρηματικών εισροών και εκροών του ξενοδοχείου σε ότι έχει να κάνει με την πώληση των προϊόντων και τους λογαριασμούς των πελατών. Πιο συγκεκριμένα ο έλεγχος των εσόδων αποσκοπεί στην αποφυγή λογιστικών λαθών, παραλείψεων, καταχρήσεων, λανθασμένων υπολογισμών, εικονικών αγορών και στην εξακρίβωση των χρεώσεων των πελατών και των εισπράξεων των πωλήσεων σε μετρητά

Το τμήμα ελέγχου επίσης ελέγχει τα χρεωστικά και πιστωτικά υπόλοιπα των πελατών, τις εκπτώσεις που γίνονται σε πελάτες και ερευνά τις παρασχόμενες υπηρεσίες και πωλήσεις αγαθών από τους διάφορους κλάδους εκμετάλλευσης.

Το τμήμα ελέγχου καλύπτει ένα μεγάλο φάσμα εσωτερικών ελέγχων ανάλογα με το τμήμα εκμετάλλευσης, έχουμε δηλαδή τον έλεγχο των υπνοδοματίων, του εστιατορίου, του μπαρ και των λοιπών τμημάτων εκμετάλλευσης. Κάθε τμήμα από αυτά παρέχει υπηρεσίες και έχει έσοδα, τα επισιτιστικά τμήματα όμως είναι εκείνα που εκτός από τα έσοδα που έχουν η λειτουργία τους βασίζεται στην παρασκευή και πώληση προϊόντων, πράγμα που σημαίνει την καθημερινή διακίνηση αναλώσιμων πρώτων υλών. Την διακίνηση αυτή είναι υποχρέωση του τμήματος ελέγχου να παρακολουθεί, και επειδή πρόκειται για πολλά υποτμήματα (εστιατόριο, μπαρ, κάβα κ.τ.λ.) γίνεται εύκολα κατανοητή η ανάγκη για ένα υποτμήμα το οποίο ασχολείται αποκλειστικά με τον έλεγχο των τμημάτων αυτών. Οπότε το τμήμα ελέγχου διασπάται σε δύο υποτμήματα, το ένα μέρος ασχολείται με τα επισιτιστικά τμήματα και συγκεκριμένα με το εστιατόριο, το μπαρ, την κουζίνα, την κάβα, τα mini bar και το τμήμα δεξιώσεων και συνεδρίων. Ενώ το άλλο μέρος καλύπτει τμήματα όπως το τμήμα υπνοδοματίων, τηλέφωνα και λοιπά τμήματα εκμετάλλευσης τα οποία ποικίλουν ανάλογα με την διάρθρωση και δυναμικότητα της ξενοδοχειακής μονάδας.

## **9.2 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**

Το τμήμα ελέγχου τροφίμων και ποτών είναι το μέρος εκείνο του τμήματος ελέγχου το οποίο ασχολείται καθαρά με την διακίνηση των αναλώσιμων προϊόντων και την σωστή κοστολόγηση αυτών. Παρακολουθεί οπότε τα αναλώσιμα από την είσοδο τους στην επιχείρηση, στο τμήμα προμηθειών, ως και την πώλησή τους στους πελάτες. Ελέγχει αν ο τρόπος διακίνησης των πρώτων υλών και ο τρόπος πώλησης των ειδών αυτών είναι σύμφωνος με όσα έχει ορίσει η Διοίκηση του ξενοδοχείου. Εκτελεί τακτικές και έκτακτες απογραφές και μεριμνά για την ύπαρξη όλων των απαραίτητων εντύπων (λογαριασμών, θεωρημένων μπλοκ αποδείξεων κ.τ.λ.) καθώς

και για την τήρηση όλων των φορολογικών διατάξεων όπως αυτές έχουν ορισθεί από το Λογιστήριο. Οι στόχοι που προσοπαθεί να πετύχει είναι η ομαλή διακίνηση όλων των προϊόντων που πωλούνται στα τμήματα και να γίνεται σωστή κοστολόγηση αυτών βάσει της τιμής που αγοράστηκαν. Επίσης να εντοπίζει έγκαιρα ελλείματα ή πλεονάσματα των προϊόντων και των εισπράξεων πρωτού μεγενθυνθούν αξιοποιώντας όλες τις δυνατότητες των προγραμμάτων των επισιτιστικών τμημάτων και των ταμειακών μηχανών.

### **9.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ**

Το πρώτο και βασικό βήμα για τον έλεγχο των επισιτιστικών τμημάτων είναι η σωστή εσωτερική διακίνηση των προϊόντων, η οποία ξεκινά από το τμήμα προμηθειών. Όλα τα εισιτιστικά τμήματα πριν παραλάβουν τα αναλώσιμα από τις αποθήκες θα πρέπει να συμπληρώνουν τα απαραίτητα έγγραφα ώστε να είναι επιβεβαιωμένες οι ποσότητες των προϊόντων που θα έχουν στην διάθεσή τους. Το έντυπο που χρησιμοποιείται για την παραλαβή των προϊόντων είναι η «αίτηση προμήθειας» και πρέπει να παραδίδεται στο τμήμα προμηθειών την προηγούμενη ημέρα της παράδοσης. Μόλις οι προμήθειες παραδοθούν στα τμήματα ο υπεύθυνος τμηματάρχης υπογράφει το έντυπο, το οποίο αναγράφει τις ακριβείς ποσότητες τις οποίες παρέλαβε και το παραδίδει στον αποθηκάριο. Επίσης όταν πρόκειται για προμήθεια προϊόντος ενός τμήματος σε άλλο, για παράδειγμα ένα μπουκάλι κρασί από την κάβα του εστιατορίου προς το μπαρ, θα πρέπει επίσης να συμπληρώνεται το έντυπο ενδοτμηματικής κίνησης. Ακόμα και όταν ένα προϊόν θεωρηθεί απαράδεκτο λόγω φθοράς θα πρέπει να συμπληρώνεται το αντίστοιχο έντυπο που θα δικαιολογεί την απομάκρυνσή του από το τμήμα. Όλα τα έντυπα στο τέλος της ημέρας συγκεντρώνονται και παραδίδονται στο τμήμα ελέγχου, έτσι ο ελεγκτής γνωρίζει την ύπαρξη όλων των αγαθών προς πώληση στα τμήματα. Εξίσου σημαντικός είναι ο έλεγχος στα σημεία πώλησης, κανένα προϊόν δεν μπορεί να πωληθεί χωρίς την έκδοση απόδειξης και όσον αφορά τις εσωτερικές καταναλώσεις θα πρέπει να συνοδεύονται από το στοιχείο αυτοπαράδοσης προϊόντος, το οποίο εκδίδεται από την ταμειακή μηχανή και έχει μορφή παρόμοια με την απόδειξη πελατών. Μέγαλη

προσοχή θα πρέπει να δίνεται και στις ακυρώσεις λογαριασμών οι οποίες γίνονται μόνο από τον υπεύθυνο του τμήματος και συνοδεύονται από δικαιολογητικό έντυπο το οποίο υπογράφεται και επεξηγεί τον λόγο της ακύρωσης. Εκπτώσεις θα πρέπει να γίνονται μόνο στους πελάτες εκείνους που έχουν εγκριθεί γραπτώς από την διεύθυνση. Οι τακτικοί έλεγχοι του ταμείου πρέπει να γίνονται μια φορά τη εβδομάδα και οι έκτακτοι όποτε κρίνεται αυτό απαραίτητο, κατά την διάρκεια του ελέγχου, ο τμηματάρχης μαζί με τον ελεγκτή εκδίδουν μια αναφορά των ημερίσιων εισπράξεων και μετράνε τα μετρητά στο ταμείο, τα δύο ποσά θα πρέπει να συμφωνούν για αυτό και τα φιλοδωρήματα πρέπει να φυλάσσονται εκτός ταμείου. Τέλος, μια διαδικασία που αποτελεί και υποχρέωση του τμήματος ελέγχου είναι η απογραφή των προϊόντων, πρόκειται για την λεπτομερή καταμέτρηση όλων των αγαθών που βρίσκονται στα τμήματα, γίνεται τακτικά μια φορά το μήνα και εκτάκτως όταν και αν κριθεί απαραίτητο. Στην απογραφή είναι παρών και ο υπεύθυνος του τμήματος στο οποίο γίνεται και οι λόγοι που τηρείται αυτή η διαδικασία είναι για έχουμε μια πλήρη εικόνα των πραγματικών διαθέσιμων πρώτων υλών της επιχείρησης τη δεδομένη στιγμή, να εντοπίζονται τυχόν αποκλίσεις από την εσωλογιστική τήρηση της αποθήκης και να αντιμετωπίζονται οι λόγοι που τις προκαλούν.

#### **9.4 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΛΟΙΠΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ**

**ΑΠΟΘΗΚΗ:** Το τμήμα ελέγχου παρακολουθεί την διακίνηση των προϊόντων της αποθήκης όσο και τις τιμές αυτών. Ο έλεγχος των τιμών γίνεται για να ερευνηθεί η συναγωνιστικότητα των τιμών των προμηθειών, ο έλεγχος των προϊόντων της αποθήκης γίνεται για να επιβεβαιωθεί ότι εκμεταλλεύονται σωστά όλες οι πρώτες ύλες και ότι δεν υπάρχουν αποκλίσεις στον πραγματικό αριθμό των ποσοτήτων των αγαθών από τον αριθμό των ποσοτήτων που θα έπρεπε να υπάρχουν βάσει των εισαγωγών της αποθήκης. Με αυτόν τον τρόπο εντοπίζονται ελλείψεις από φθορές οπότε το πρόβλημα μπορεί να αντιμετωπιστεί με τη μείωση των αποθεμάτων.

ΥΠΙΝΟΔΩΜΑΤΙΑ: Τα δεδομένα που ελέγχονται είναι τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, οι πραγματοποιηθείσες διανυκτερεύσεις και η εφαρμογή του ισχύοντος τιμολογίου. Τα βιβλία και έντυπα που χρησιμοποιούνται είναι το βιβλίο εσόδων ή οι ατομικές καρτέλες πελατών, τα δελτία αφίξεων, αναχωρίσεων και αλλαγής δωματίου, το βιβλίο πόρτας και το δελτίο πραγματοποιηθέντων διανυκτερεύσεων που συμπληρώνεται καθημερινά από την προϊσταμένη ορόφων. Κατά τον έλεγχο αντιπαραβάλλονται τα στοιχεία των παραπάνω βιβλίων, ελέγχονται τα αθροίσματα και επιβεβαιώνεται η συμφωνία τους με τα ποσά της Main Courante. Επίσης ελέγχονται οι τιμές των συμβολαίων, των πρωινών και όλων των διαθέσιμων υπηρεσιών . Σκοπός του ελέγχου είναι να εξασφαλίζεται η καταχώρηση όλων των ενοικιαζόμενων δωματίων στα βιβλία της επιχείρησης και να επιβεβαιώνεται ότι οι εισπράξεις για τα ενοικιαζόμενα δωμάτια γίνονται σωστά.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

### ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ – SUPPLIES DEPARTMENT

Το τμήμα προμηθειών είναι το τμήμα το οποίο ασχολείται με την επιλογή, αγορά, παραλαβή και αποθήκευση των πρώτων υλών των τμημάτων εκμετάλλευσης και υποστήριξης μιας ξενοδοχειακής μονάδας.. Πιο συγκεκριμένα στόχοι του τμήματος είναι να αναζητά και να επιλέγει τους καταλληλότερους προμηθευτές και τις καλύτερες μεθόδους προμήθειας, να πετυχαίνει συμφέρουσες συμφωνίες με τους προμηθευτές, να φροντίζει για την σωστή παραλαβή των προϊόντων, να ελέγχει και να παρακολουθεί την αποθήκευση τους και να μεριμνά για την οργανωμένη διανομή τους στα τμήματα. Το σύστημα των προμηθειών που θα εφαρμόσει μια ξενοδοχειακή επιχείρηση εξαρτάται από το μέγεθος, τη θέση, τα διαθέσιμα κεφάλαια, την πολιτική και τον χρόνο λειτουργίας της. Σε μια μικρή ξενοδοχειακή επιχείρηση, οικογενειακής συνήθως μορφής, οι προμήθειες πραγματοποιούνται από τον ιδιοκτήτη ή άλλο μέλος της οικογένειας. Σε μια μεσαία η διαδικασία είναι πιο οργανωμένη και πραγματοποιείται από εξειδικευμένα άτομα. Τέλος σε μια μεγάλη ξενοδοχειακή επιχείρηση υπάρχει τμήμα με ειδικευμένο προσωπικό που ακολουθεί επιστημονικές διαδικασίες, οι προμήθειες που γίνονται χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, τα αναλώσιμα προϊόντα (φρούτα, λαχανικά, χαρτικά, είδη καθαρισμού κ.τ.λ.) και στα μη αναλώσιμα ή πάγια προϊόντα τα οποία αγοράζονται μία φορά ή σπάνια (σκέυη, φωτιστικά κ.τ.λ.)

#### 10.1 ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Οι βασικοί χώροι του τμήματος προμηθειών είναι οι εξής: Α) τα γραφεία διαχείρισης προμηθειών Β) ο χώρος παραλαβής των εμπορευμάτων και Γ) οι αποθήκες φύλαξης των εμπορευμάτων. Όλοι αυτοί οι χώροι θα πρέπει να βρίσκονται συγκεντρωμένοι σε ένα μέρος και όσο το δυνατόν πιο κοντά στο μαγειρείο, κι αν δεν είναι θα πρέπει να υπάρχουν ανελκυστήρες και μεταφορικές ταινίες ,γιατί πολλά

προϊόντα μπορεί να είναι βαριά και δύσκολο να μετακινηθούν οπότε είναι πολύ σημαντικό να διευκολύνεται η μεταφορά τους για το προσωπικό. Ο χώρος παραλαβής δεν πρέπει να είναι εμφανής στους πελάτες, οπότε είναι συνήθως υπόγειος,θα πρέπει όμως να είναι έτσι διαρρυθμισμένος ώστε να διευκολύνει την γρήγορη φορτοεκφόρτωση των εμπορευμάτων, την ομαλή και γρήγορη διαδικασία παραλαβής και την εύκολη και ασφαλή διανομή των προϊόντων. Το μέγεθος των αποθηκών εξαρτάται από τη δυναμικότητα και τις ανάγκες της επιχείρησης παρόλα αυτά θα πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες συνθήκες για την αποθήκευση και φύλαξη όλων των ειδών των προϊόντων. Θα πρέπει δηλαδή να περιλαμβάνονται οι εξής αποθηκευτικοί χώροι: αποθήκη τροφίμων για είδη παντοπωλείου, κάβα, αποθήκη για υλικά καθαρισμού, ψυκτικός θάλαμος και κατάψυξη για φρέσκα κρέατα και πουλερικά, ψυκτικός θάλαμος και κατάψυξη για φρούτα και λαχανικά, ψυκτικός θάλαμος για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά , κατάψυξη για λαχανικά και άλλα βιομηχανοποιημένα προϊόντα και ψυχόμενος θάλαμος για απορρίματα.

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται από το τμήμα προμηθειών αποτελείται κυρίως από μηχάνημα και εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την παραλαβή, τον ποιοτικό έλεγχο και την αποθήκευση των εμπορευμάτων. Πρόκειται για ζυγαριές ακριβείας ή ζυγαριές με πλατφόρμα σε μεγαλύτερες μονάδες, ανυψωτικά μηχανήματα και ειδικά καροτσάκια μεταφοράς των προϊόντων, ρυθμιζόμενα ράφια, κινητές σκάλες, όργανα μέτρησης της θερμοκρασίας και υγραμετρικής κατάστασης και φυσικά όλα τα απαραίτητα εργαλεία για το άνοιγμα κιβωτίων και παλετών.

## **10.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Σε μικρές επιχειρήσεις είναι πολύ πιθανό να συναντήσουμε απλά έναν αποθηκάριο και η όλη διαδικασία των προμηθειών να γίνεται από τους υπεύθυνους των τμημάτων, σε μεγάλες όμως επιχειρήσεις συνήθως βρίσκουμε τις παρακάτω θέσεις εργασίας: α) Υπεύθυνος προμηθειών β) Υπεύθυνος παραλαβών γ)Υπεύθυνος αποθήκης και δ) Βοηθητικό προσωπικό.

Ο υπεύθυνος προμηθειών κάνει έρευνα αγοράς και ενημερώνεται ασταμάτητα για όλες τις εξελίξεις της αγοράς κι αυτό γιατί θα πρέπει να εντοπίσει τους

καταλληλότερους προμηθευτές, τα καλύτερα ποιοτικά προϊόντα και να κλείσει τις πιο συμφέρουσες συμφωνίες. Εξασφαλίζει τη άψογη συνεργασία με τους προμηθευτές και τη συνεχή προμήθεια όλων των απαραίτητων ειδών καθώς και την καλή συνεργασία και συνεννόηση με τους υπευθύνους των τμημάτων εκμετάλευσης. Τέλος είναι εκείνος που εκπροσωπεί το τμήμα προμηθειών στον γενικό διευθυντή.

Η θέση του υπεύθυνου παραλαβών είναι μια θέση που θα συναντήσουμε κυρίως σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες γιατί οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποφεύγουν το κόστος μιας τέτοιας θέσης, σε αυτές τις επιχειρήσεις την παραλαβή των προϊόντων την αναλαμβάνει ο F&B Manager ή ο Διευθυντής. Μέσα στα καθήκοντα του υπεύθυνου παραλαβών είναι να ελέγχει ποιοτικά και ποσοτικά κάθε παραλαβή των προϊόντων, να σφραγίζει τα τιμολόγια και να τηρεί τα απαραίτητα από την επιχείρηση έντυπα καθώς και να μεριμνά για την ασφαλή και γρήγορη διανομή και αποθήκευση των εμπορευμάτων.

### **10.3 ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ**

Το τμήμα προμηθειών είναι ένα αυτόνομο και ξεχωριστό τμήμα μέσα σε μια ξενοδοχειακή μονάδα αλλά παρόλα αυτά είναι το τμήμα που τροφοδοτεί όλα τα υπόλοιπα τμήματα οπότε γίνεται κατανοητή η ανάγκη που υπάρχει για καλή συνεννόηση και συνεργασία με τους τμηματάρχες των άλλων τμημάτων.

Ο υπεύθυνος προμηθειών θα πρέπει να συνεργάζεται με το λογιστήριο για τις γραφειοκρατικές διαδικασίες που εμπλέκονται στην αγορά των προϊόντων, με το τμήμα ελέγχου για τον καθορισμό των τιμών, με το τμήμα προσωπικού για την πρόσληψη και εκπαίδευση των υπαλλήλων κ.τ.λ. Το βασικότερο όμως τμήμα με το οποίο καλείται να συνεργαστεί ο υπεύθυνος προμηθειών είναι το F&B, είναι το τμήμα με τις περισσότερες ανάγκες σε προμήθειες και με το πιο ευαίσθητο προϊόν. Γι αυτό λοιπόν ο υπεύθυνος προμηθειών θα πρέπει να συνεννοείται με τους προϊσταμένους των επισιτιστικών τμημάτων σχετικά με τις παραγγελίες των προϊόντων και να διευκρινίζει με λεπτομέρεια τον ποιοτικό και ποσοτικό βαθμό όλων των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται για τα παρασκευάσματα των καταλόγων του



ξενοδοχείου καθώς και την ακριβή συχνότητα κατανάλωσης αυτών. Εξίσου σημαντικό είναι να προσδιορίζεται και το κόστος των προϊόντων ώστε ο υπεύθυνος προμηθειών να βρει τον καταλληλότερο προμηθευτή.

Όταν υπάρχει αλληλοκατανόηση και καλή συνεργασία ανάμεσα στα τμήματα και διευκρινίζονται σωστά όλες οι απαραίτητες λεπτομέρειες διευκολύνεται κατά πολύ η δουλειά των προμηθειών και εξαλείφονται κάθε είδους προστριβές και παρεξηγήσεις από λάθη ασυνεννοησίας.

#### **10.4 ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Η προμήθεια ενός προϊόντος γίνεται σε δύο περιπτώσεις, στην αγορά ενός προϊόντος για πρώτη φορά και στη επαναλαμβανόμενη διαδικασία αγοράς ενός προϊόντος. Την πρώτη περίπτωση (αγορά προϊόντος για πρώτη φορά) την συναντάμε στο άνοιγμα του ξενοδοχείου ή κάποιου καινούριου τμήματος ή στην αλλαγή κάποιου μενού ή κάποιου πιάτου. Η δεύτερη περίπτωση είναι η συνηθισμένη διαδικασία που τηρείται εφόσον γίνει γνωστή η ανάγκη για την τακτική χρησιμοποίηση ενός προϊόντος, αυτό συμβαίνει σε κάποιο τμήμα του ξενοδοχείου που βρίσκεται σε λειτουργία ή σε κάποιο τμήμα που είχε κλείσει και επαναλειτουργεί.

Και στις δύο περιπτώσεις οι διαδικασία που τηρείται για την αποτελεσματική προμήθεια του προϊόντος απαιτεί τα εξής:

α) ακριβή προσδιορισμό των αναγκών των τμημάτων σε τρόφιμα και ποτά όσον αφορά το είδος και την ποσότητα. Θα πρέπει δηλαδή να αναλυθούν τα μενού των τμημάτων και να προσδιοριστούν οι ποιοτικές προδιαγραφές των πρώτων υλών και να οριστούν πρότυπες συνταγές και μερίδες εφόσον γίνουν τεστ στα βασικότερα είδη και υπολογιστεί η απόδοση των προϊόντων.

β) ανεύρεση του καταλληλότερου προμηθευτή και της καλύτερης μεθόδου προμήθειας, η οποία θα γίνει βάσει της περιγραφής του προϊόντος όπως αυτή αναλύθηκε παραπάνω, σε συνδυασμό με ένα πολύ καλό έλεγχο αγοράς όπου θα

εντοπιστούν ο προμηθευτής και το προϊόν στην πιο συμφέρουσα τιμή με σκοπό την διαπραγμάτευση και το κλείσιμο της συμφωνίας.

γ) αγορά του προϊόντος η οποία προϋποθέτει την παραγγελία του και την παρακολούθηση της παραγγελίας.

δ) παραλαβή του προϊόντος.

ε) αποθήκευση του προϊόντος.

δ) παράδοση στο τμήμα από όπου προέκυψε η ανάγκη για το προϊόν.

## **10.5 ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Ένα από τα βασικότερα στάδια στον κύκλο της προμήθειας των προϊόντων είναι η διαδικασία της παραλαβής, βασικός στόχος της οποίας είναι ο έλεγχος των εμπορευμάτων ώστε να εξασφαλιστεί ότι η επιχείρηση αποκτά τα αναλώσιμα είδη στη σωστή ποιότητα, ποσότητα και συμφωνημένη τιμή που τα έχει παραγγείλει. Πολλές φορές είτε από λάθος, είτε από πρόθεση, είναι πιθανό να παραδοθούν λιγότερες ποσότητες, ανώτερης ή κατώτερης ποιότητας προϊόντα, σε τιμές που δεν έχουν σχέση με τις συμφωνημένες αυτές είναι ο λόγος που στη θέση του υπεύθυνου παραλαβών πρέπει να απασχολείται ένα άτομο, που να έχει ειδικευμένες γνώσεις των διαδικασιών και των εντύπων παραλαβής, λεπτομερείς γνώσεις σε ότι αφορά τρόφιμα και ποτά, γνώσεις νομοθεσίας και κυρίως ακέραιο χαρακτήρα.

### **Διαδικασία παραλαβής**

Υπάρχουν δύο μέθοδοι παραλαβής προϊόντων, οι οποίες εναλλάσσονται κατά περίπτωση.

Ελεγχόμενη παραλαβή: Όλα τα εμπορεύματα, σύμφωνα με το νόμο, πρέπει να συνοδεύονται από τιμολόγια ή δελτία αποστολής. Έτσι, στην παραλαβή ελέγχεται το τιμολόγιο και αντιπαραβάλλεται με το δελτίο παραγγελίας. Στη συνέχεια, τα τρόφιμα ελέγχονται για την ποσότητα. Δηλαδή μετρώνται και ζυγίζονται. Μετά τον ποσοτικό έλεγχο, ακολουθεί ο ποιοτικός έλεγχος, ελέγχεται δηλαδή αν η ποιότητα των προς παραλαβή προϊόντων είναι σύμφωνα με τις προδιαγραφές ποιότητας που έχει

καθορίσει η επιχείρηση. Τέλος, ελέγχεται η συμφωνία των τιμών που αναγράφονται στα τιμολόγια με τις τιμές που έχει συμφωνήσει η επιχείρηση ότι θ' αγοράσει τα προϊόντα.

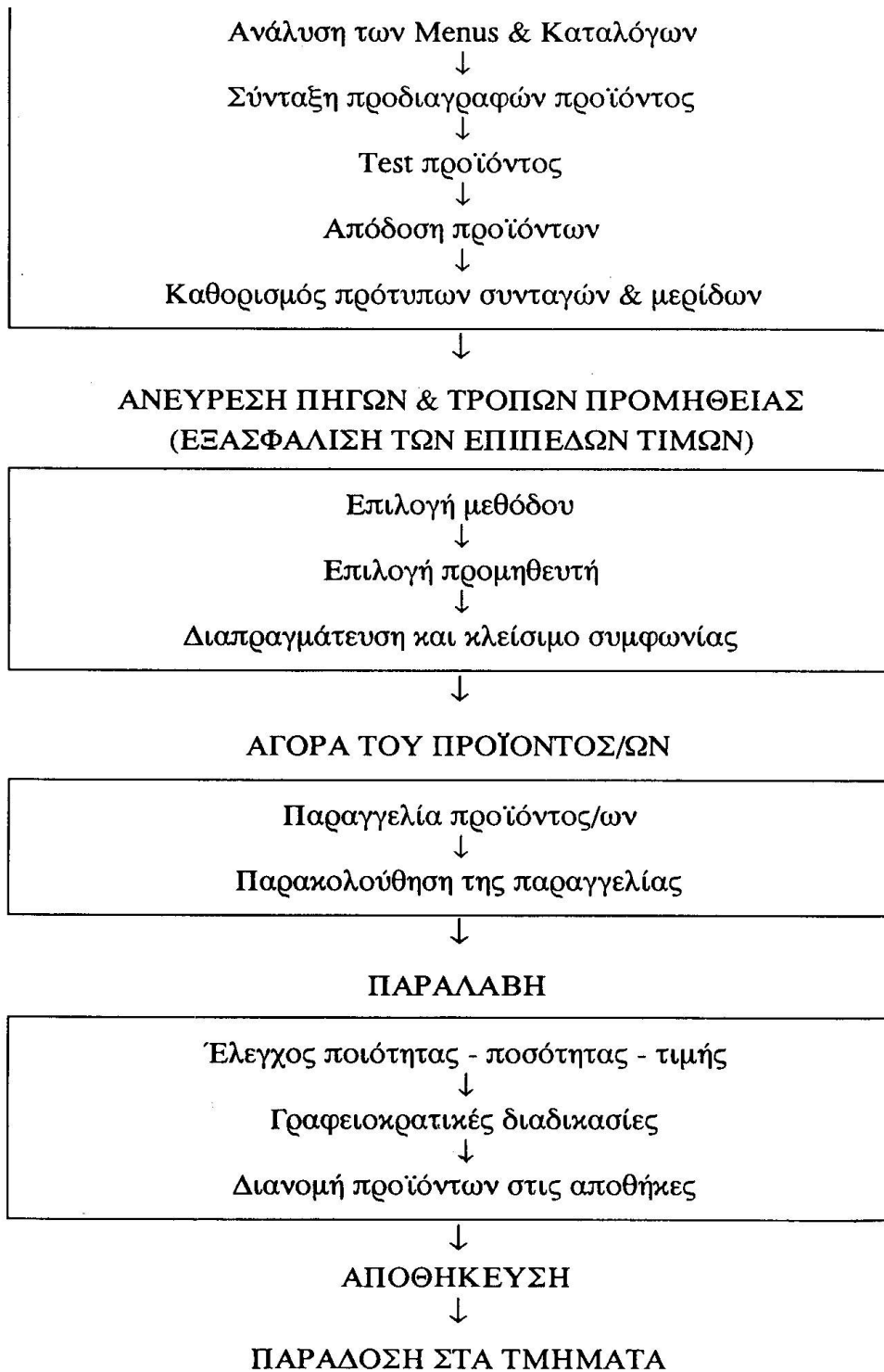
Τυφλή παραλαβή: Πρόκειται για ένα σύστημα με το οποίο οι προμηθευτές στέλνουν τα τιμολόγια κατευθείαν στο τμήμα ελέγχου, ενώ τα εμπορεύματα αποστέλλονται στο τμήμα των παραλαβών με ένα συνοδευτικό έντυπο, στο οποίο αναφέρονται μόνο τα είδη. Ο υπάλληλος παραλαβών είναι αναγκασμένος να ελέγξει με προσοχή τα εμπορεύματα και να συμπληρώσει το ημερολόγιο των παραλαβών. Ο έλεγχος στη συνέχεια συγκρίνει τα τιμολόγια με το ημερολόγιο.

## 10.6 ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Ο πρωταρχικός σκοπός της αποθήκευσης είναι η διατήρηση των απαραίτητων αποθεμάτων, που θα εξασφαλίσουν την ομαλή λειτουργία των τμημάτων για την κάλυψη των άμεσων αναγκών με τις λιγότερες δυνατές απώλειες από φθορές και αλλοιώσεις. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο, οι αποθήκες κάθε ξενοδοχείου πρέπει να είναι κατάλληλα σχεδιασμένες και εξοπλισμένες από την αρχή της λειτουργίας του σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης.

Η αποθήκευση των αναλώσιμων μπορεί να γίνει με ξηρές αποθήκες ή σε ψυγεία. Οι αποθήκες πρέπει να έχουν σταθερή θερμοκρασία γύρω στους 18° C, να αερίζονται χωρίς να δημιουργούνται ρεύματα αέρα, ώστε να αποφεύγεται η υγρασία και να καθαρίζονται εύκολα και συχνά.

Ο εξοπλισμός μιας αποθήκης περιλαμβάνει ράφια, σκάλες, καρότσια, ντουλάπια και κυρίως ευρύχωρους διαδρόμους. Στο προσωπικό ηγείται ένας προϊστάμενος που ελέγχει την ομαλή λειτουργία της αποθήκης και την υπεύθυνη εργασία του προσωπικού της. Ο υπεύθυνος είναι αρμόδιος για την οργάνωση, τον έλεγχο και τη διαχείριση της αποθήκης και θα πρέπει να φροντίζει ώστε τα προϊόντα που παρελήφθησαν πρώτα (first in) να παραδίδονται πρώτα (first out) και στην παραγωγή για να αποφεύγονται οι φθορές και οι αλλοιώσεις. Η τεχνική first in – first out αποτελεί προϋπόθεση για τη διαχείριση των αποθεμάτων, αν και παρουσιάζει δυσκολίες, διότι αφορά ένα μεγάλο αριθμό ειδών.



Οι διαδικασίες προμήθειας νέων προϊόντων

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

## ΤΜΗΜΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ – SECURITY DIVISION

Ο Abraham Maslow στο μοντέλο της πυραμίδας του, γνωστή ως Πυραμίδα του Maslow ή Πυραμίδα των Αναγκών, τοποθετεί την ανάγκη για ασφάλεια και προστασία στη δεύτερα βαθμίδα της πυραμίδας αμέσως μετά τις βασικές ανάγκες (φαγητό, νερό, αέρας). Τη θεωρία του αυτή επιβεβαιώνει, τα τελευταία χρόνια, το ταξιδιωτικό κοινό καθώς δείχνει την τάση να θέτει την ασφάλεια σαν μία από τις πολύ σημαντικές παραμέτρους επιλογής ξενοδοχειακού καταλύματος.

Ένα ξενοδοχείο το οποίο είναι ανοιχτό στο κοινό, τους πελάτες και το προσωπικό επί εικοσιτετραώρου βάσεως παρουσιάζει πολλά προβλήματα ασφάλειας γι' αυτό το λόγο υπάρχει το Τμήμα Ασφάλειας το οποίο παρέχει προστασία στους πελάτες του ξενοδοχείου αλλά και στο προσωπικό. Προστατεύει τα ατομικά είδη που αφήνουν οι πελάτες στα δωμάτιά τους και τα περιουσιακά στοιχεία του ξενοδοχείου και τις κτιριακές εγκαταστάσεις. 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. Όλο το προσωπικό πρέπει να είναι εκπαιδευμένο σε θέματα φροντίδας, προφύλαξης και ασφάλειας κυρίως των πελατών αλλά και των χώρων του ξενοδοχείου. Το προσωπικό του Τμήματος Ασφαλείας, όμως, πρέπει να είναι οπωσδήποτε εξειδικευμένο.

### 11.1 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟΣ ΕΠΟΠΛΙΣΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

- ✓ Σύγχρονα συστήματα πυρανίχνευσης-πυρόσβεσης
- ✓ Ηλεκτρονικές κλειδαριές δωματίων
- ✓ Ηλεκτρονική παρακολούθηση & καταγραφή στους δημόσιους χώρους
- ✓ Σήμανση εξόδων διαφυγής
- ✓ «Καθαροί» χώροι συγκέντρωσης και προστασίας

- ✓ Άρτια εξοπλισμένο φαρμακείο
- ✓ Μάσκες οξυγόνου
- ✓ Αρίστης ποιότητας πυροσβεστήρες
- ✓ Δίκτυο πυρόσβεσης
- ✓ Σχέδιο εγκατάστασης του κτιρίου
- ✓ Εξοπλισμός ειδοποίησης πελατών (μικρόφωνα-μεγάφωνα μέσω τηλεόρασης και τηλεφώνου) για οποιαδήποτε έκτακτη ανάγκη ή σοβαρό γεγονός.

### 11.2 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΠΡΟΣΩΝΤΑΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

- ✓ Ψυχραιμία
- ✓ Εκπαίδευση (γλώσσα)
- ✓ Εμπειρία
- ✓ Να μπορεί να διαχειρίζεται μια κρίση σε μικρό χρόνο, υπό πίεση
- ✓ Η παρουσία του να είναι διακριτική όμως όχι και αόρατη
- ✓ Εχεμύθεια
- ✓ Ευγένεια
- ✓ Να γνωρίζει καλά όλους τους χώρους και το υπόλοιπο προσωπικό του ξενοδοχείου
- ✓ Να έχει ενημέρωση και καθημερινή πληροφόρηση
- ✓ Να λαμβάνει μέρος σε επιμορφωτικά σεμινάρια και να επιδιώκει **την εναλλαγή απόψεων με τους συναδέλφους του**

### 11.3 ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Γενική αποστολή και κύριος προορισμός των φυλάκων είναι η ασφάλεια προσώπων και πραγμάτων που του αναθέτει η εταιρεία συμφωνά με τους κανονισμούς ασφαλείας του ξενοδοχείου. Λαμβάνει τα προσήκοντα μέτρα για την πρόληψη, τον περιορισμό και την αποτροπή οποιασδήποτε παράνομης ενέργειας.

Επίσης:

- ✓ 24ωρος έλεγχος όλων των εισόδων-εξόδων κινδύνου
- ✓ 24ωρος έλεγχος της κεντρικής σάλας
- ✓ 24ωρος έλεγχος κοινόχρηστων χώρων
- ✓ Συχνοί περιμετρικοί έλεγχοι και περιπολίες
- ✓ Διασφάλιση εκδηλώσεων του ξενοδοχείου
- ✓ Σύλληψη ή κράτηση ατόμου/ατόμων
- ✓ Προστασία πελατών από εξωτερικούς παράγοντες
- ✓ Σε έκτακτες ανάγκες συνεργασία με κρατικούς φορείς
- ✓ Οφείλει την παροχή πληροφοριών στις αστυνομικές και δικαστικές αρχές για συμβάντα σχετικά με παράνομες ενέργειες και επεισόδια, στα οποία ήταν μάρτυρας με την ιδιότητα του φύλακα.
- ✓ Θα πρέπει κατά την διάρκεια της υπηρεσίας του να είναι ένστολος και να έχει άψογη εμφάνιση.
- ✓ Τέλος, συντάσσει καθημερινά και μετά το τέλος της βάρδιάς του το "*Δελτίο Αναφοράς Φύλακος*" και όλες τις σχετικές παρατηρήσεις και το παραδίδει στη Διεύθυνση.

#### **11.4 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Το προσωπικό της Υποδοχής παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στο πρόγραμμα ασφάλειας του ξενοδοχείου. Οι ρεσεψιονίστ, οι γκρουμ και οι πορτιέρηδες έχουν τη δυνατότητα συνεχούς παρακολούθησης της κίνησης του ξενοδοχείου και τυχόν επισήμανση ύποπτης δραστηριότητας ή κατάστασης που αφορά πελάτη ή επισκέπτη πρέπει να αναφέρεται αμέσως στον αρμόδιο για την ασφάλεια.

Για την προστασία των πελατών και της επιχείρησης, οι υπάλληλοι της Υποδοχής δεν πρέπει ποτέ να δίνουν κλειδιά, αλληλογραφία ή μηνύματα σε κάποιον που τα ζητάει, χωρίς να έχουν κάνει προηγουμένως τον σχετικό έλεγχο.

Οι πελάτες μπορούν σε γενικές γραμμές να προστατευθούν, αν το ξενοδοχείο ακολουθεί την παρακάτω πολιτική:

- ✓ Απαγορεύει στα μέλη του προσωπικού να ανακοινώνουν τον αριθμό δωματίου αφικνούμενου πελάτη, με φωνή που μπορεί να ακουσθεί και από άλλους.
- ✓ Παρέχει οδηγίες στους υπαλλήλους να μη δίνουν πληροφορίες για τους πελάτες σ' αυτούς που τηλεφωνούν ή σε επισκέπτες. Γενικά οι ρεσεψιονίστ δεν πρέπει να αποκαλύπτουν τους αριθμούς δωματίων των πελατών.
- ✓ Καθοδηγεί το προσωπικό της Υποδοχής να πληροφορεί τους πελάτες για τις προφυλάξεις που μπορούν να πάρουν οι ίδιοι
- ✓ Ενημερώνει τους υπαλλήλους για τους τρόπους προστασίας των παραδοθέντων από τους πελάτες αντικειμένων.

Η επιχείρηση μπορεί να διασφαλίσει τα περιουσιακά της στοιχεία με τη βοήθεια του προσωπικού της 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 ξενοδοχείων έχουν τη συνήθεια κατά την αναχώρηση να "παίρνουν μαζί τους για σουβενίρ" κρεμάστρες ρούχων, σταχτοδοχεία, πετσέτες, σεντόνια, πίνακες και οποιοδήποτε άλλο αντικείμενο μπορεί να μετακινηθεί. Οι υπάλληλοι της Υποδοχής μπορούν κατά την αναχώρηση των πελατών να στέλνουν την καμαριέρα στα δωμάτια, να κάνει έλεγχο για αντικείμενα που τυχόν λείπουν. Αν μετά τον έλεγχο η καμαριέρα διαπιστώσει την αφαίρεση κάποιου αντικειμένου, ενημερώνει αμέσως 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 δεχθούν την απώλεια χωρίς να προκαλέσουν τον πελάτη, σε ένδειξη καλής θέλησης.
- ✓ 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 να αφορούν τρόφιμα, ποτά, λινά και διάφορα άλλα αντικείμενα. 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 και εξερχόμενο υπάλληλο.

Παρακάτω αναλύονται διεξοδικά τρόποι (εκτός απ' αυτούς που προαναφέρθηκαν), με τους οποίους μπορούν να προστατευθούν αποτελεσματικά οι πελάτες και η περιουσία της επιχείρησης.

## 11.5 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΚΛΕΙΔΙΩΝ

Τα περισσότερα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν τρεις τύπους κλειδιών για την ασφάλεια τους: *κλειδί επείγουσας ανάγκης* (emergency key ή grand master), πασπαρτού (master και sub-master keys) και τα κλειδιά των υπνοδωματίων.

Το κλειδί της επείγουσας ανάγκης ανοίγει όλες τις πόρτες του ξενοδοχείου και των δωματίων των πελατών ακόμα και αν είναι διπλοκλειδωμένες.

Το grand master πρέπει να φυλάσσεται με ιδιαίτερη επιμέλεια και συνήθως το κρατά ο Διευθυντής. Η χρήση του πρέπει να ελέγχεται αυστηρά και να καταγράφεται, απαγορεύεται δε να εξέρχεται από την επιχείρηση.

Το γενικό πασπαρτού (masterkey) ανοίγει όλες τις πόρτες που δεν είναι διπλοκλειδωμένες. Όταν δεν χρησιμοποιείται, πρέπει να βρίσκεται σε καθορισμένο και ασφαλές σημείο. Καλό είναι να δίνεται μόνο σε εξουσιοδοτημένο προσωπικό και να τηρείται γραπτό αρχείο με τα ονόματα των υπαλλήλων που έχουν πάρει ένα τέτοιο κλειδί.

Το κλειδί του υπνοδωματίου ανοίγει μόνο ένα δωμάτιο, αν η πόρτα δεν είναι διπλοκλειδωμένη. Όπως προαναφέρθηκε, οι υπάλληλοι της Υποδοχής δεν πρέπει να δίνουν κλειδί δωματίου, αν προηγουμένως δεν διαπιστώσουν από το *room rack* ή την κατάσταση παραμενόντων πελατών ότι αυτός που το ζητάει είναι πράγματι ο πελάτης που μένει στο συγκεκριμένο δωμάτιο. Επιπρόσθετα, οι ρεσεψιονίστ πρέπει να υπενθυμίζουν στους πελάτες να επιστρέφουν τα κλειδιά κατά την αναχώρησή τους. Μερικές επιχειρήσεις δεν αναγράφουν την επωνυμία τους, τη

διεύθυνση ή τους αριθμούς δωματίων στα κλειδιά των πελατών. Έτσι αν ένα κλειδί χαθεί και πέσει σε λάθος χέρια, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί παράνομα.

### ***Ηλεκτρονικές Κλειδαριές***

Το σύστημα ηλεκτρονικού κλειδώματος αντικαθιστά τις παραδοσιακές μηχανικές κλειδαριές με σύγχρονους μηχανισμούς οι οποίοι βασίζονται στους Η/Υ. Το κεντρικό σύστημα ηλεκτρονικού κλειδώματος λειτουργεί με τη βοήθεια μιας κύριας κονσόλας ελέγχου στην Υποδοχή, η οποία έχει καλώδια για κάθε πόρτα δωματίου πελάτη. Κατά την άφιξη, ο ρεσεψιονίστ τοποθετεί μια κάρτα-κλειδί στην κατάλληλη εγκοπή δωματίου της κονσόλας, για να μεταφέρει τον κωδικό του στην κλειδαριά του υπνοδωματίου. Η κάρτα -κλειδί που εκδίδεται είναι το μόνο κλειδί που ανοίγει το δωμάτιο του πελάτη.

Στο ξεχωριστό σύστημα ηλεκτρονικού κλειδώματος κάθε πόρτα έχει τον δικό της μικροεπεξεργαστή, ο οποίος περιλαμβάνει μια προκαθορισμένη σειρά από κωδικούς. Κατά την άφιξη ο υπάλληλος της Υποδοχής κωδικοποιεί μια κάρτα-κλειδί με τον επόμενο κωδικό που αντιστοιχεί στο καθορισμένο δωμάτιο. Η κονσόλα και κάθε μικροεπεξεργαστής πρέπει να συμφωνούν για το ποιος κωδικός στη σειρά ισχύει επί του παρόντος. Η κονσόλα επίσης εκδίδει τους διάφορους τύπους πασπαρτού που απαιτούνται για το προσωπικό που είναι εξουσιοδοτημένο να τα χρησιμοποιεί (housekeeper, προϊστάμενος Υποδοχής κ.λπ.).

Ένας άλλος τύπος ηλεκτρονικού κλειδώματος δεν απαιτεί καθόλου κλειδιά ή κάρτες. Οι πελάτες ενεργοποιούν τον μηχανισμό κλειδώματος προγραμματίζοντας τον δικό τους τετραψήφιο κωδικό αριθμό.

Οι περισσότερες ηλεκτρονικές κλειδαριές παρέχουν διάφορα επίπεδα ασφάλειας, παρόμοια με τα επίπεδα του παραδοσιακού κλειδώματος. Τα συστήματα μπορεί να συμπεριλαμβάνουν και διάφορα άλλα χαρακτηριστικά που αφορούν την ασφάλεια ή και την άνεση του πελάτη, όπως για παράδειγμα ένα μήνυμα "μην ενοχλείτε". Τα συστήματα ηλεκτρονικού κλειδώματος παρουσιάζουν ένα επιπρόσθετο πλεονέκτημα για μεγαλύτερη ασφάλεια. Τα περισσότερα από αυτά καταγράφουν ποια κλειδιά ή κάρτες άνοιξαν πόρτες, ημερομηνία, ταυτότητα χειριστή και ώρα.

## 11.6 ΘΥΡΙΔΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Σε όλες σχεδόν τις χώρες του κόσμου τα καταλύματα δεν φέρουν ευθύνη για την απώλεια των πολύτιμων αντικειμένων των πελατών από τα δωμάτια, αν η επιχείρηση διαθέτει θυρίδες ασφαλείας ή χρηματοκιβώτιο για τη φύλαξη τους και γνωστοποιείται στον πελάτη η ύπαρξη των θυρίδων.

Η σχετική ανακοίνωση συνήθως είναι αναρτημένη σε κοινόχρηστους χώρους (όπως η Υποδοχή, το ασανσέρ κ.λ.π.) και μέσα στο δωμάτιο του πελάτη.

Οι υπάλληλοι που ευθύνονται για τις θυρίδες ασφαλείας πρέπει να εκπαιδεύονται κατάλληλα και να αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα και σοβαρότητα αυτής της ευθύνης. Οι θυρίδες ασφαλείας καλό είναι να βρίσκονται σε χώρο με περιορισμένη δυνατότητα πρόσβασης, και μη εξουσιοδοτημένα άτομα, είτε πρόκειται για πελάτες είτε για υπαλλήλους, δεν πρέπει να επιτρέπεται να πλησιάζουν στην περιοχή.

Ο χώρος αυτός συνήθως βρίσκεται πολύ κοντά στην Υποδοχή, όπου οι θυρίδες είναι ασφαλείς και συγχρόνως ορατές από τους πελάτες.

Για το άνοιγμα μιας θυρίδας απαιτούνται δύο κλειδιά. Το ένα είναι γενικό για τη μια από τις δύο κλειδαριές όλων των θυρίδων, το δε άλλο είναι διαφορετικό για κάθε θυρίδα. Για την έκδοση και φύλαξη αυτών των κλειδιών, πρέπει να εφαρμόζεται αυστηρός έλεγχος. Το γενικό κλειδί (control key), το οποίο χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με το κλειδί του πελάτη για να ανοίξει η θυρίδα, πρέπει να βρίσκεται πάντα σε ασφαλές σημείο και να παραδίδεται από τη μια βάρδια στην άλλη.

Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να υπάρχει πάνω από ένα κλειδί πελάτη για κάθε θυρίδα ασφαλείας. Αν αυτό χαθεί, για να ανοίξει η θυρίδα πρέπει να τρυπηθεί με τρυπάνι, παρουσία ενδεχομένως ενός μάρτυρα, του πελάτη ή αντιπροσώπου του και κάποιου από την επιχείρηση. Η απόδειξη (συμφωνητικό) της θυρίδας υπογράφεται από τον πελάτη και περιλαμβάνει ξεκάθαρη δήλωση του ότι αυτός θα είναι υπεύθυνος για όλα τα έξοδα σχετικά με την απώλεια του κλειδιού.

Κάθε φορά που ένας πελάτης ζητά να χρησιμοποιήσει τη θυρίδα, πριν του επιτραπεί η πρόσβαση, πρέπει να ελέγχεται η ταυτότητα του. Συνήθως ζητείται από τον πελάτη να υπογράψει στο συμφωνητικό, οπότε ο υπάλληλος συγκρίνει την υπογραφή με το

δείγμα της υπογραφής που τέθηκε κατά την έκδοση του συμφωνητικού και την παράδοση της θυρίδας στον πελάτη. Αφού επαληθευτεί η ταυτότητα, ο υπάλληλος συνοδεύει τον πελάτη στον χώρο των θυρίδων ασφαλείας και χρησιμοποιεί το γενικό κλειδί και το κλειδί του πελάτη για να ανοίξει τη θυρίδα. Μόνον ο πελάτης μπορεί να τοποθετεί ή να αφαιρεί αντικείμενα από μια θυρίδα. Ο υπάλληλος δεν πρέπει ποτέ να βρίσκεται μόνος με τα τιμαλφή του πελάτη. Μόλις τελειώσει ο πελάτης, ο υπάλληλος πρέπει να κλειδώσει τη θυρίδα και να του επιστρέψει το κλειδί. Όταν ο πελάτης παραδώσει τη θυρίδα και επιστρέψει το κλειδί, ο υπάλληλος και ο πελάτης πρέπει να υπογράψουν στο συμφωνητικό.

Γι' ακόμη μεγαλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους πολλά ξενοδοχεία σήμερα τοποθετούν χρηματοκιβώτια για τη φύλαξη των τιμαλφών μέσα στα δωμάτια. Τα χρηματοκιβώτια αυτά λειτουργούν με τετραψήφιους ηλεκτρονικούς κωδικούς επιλογής του πελάτη, με κλειδί ή με ειδικές μαγνητικές κάρτες, η χρησιμοποίησή τους δε συνήθως χρεώνεται στον πελάτη.

## **11.7 ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ**

Όλο το προσωπικό του ξενοδοχείου πρέπει να εκπαιδεύεται κατάλληλα, ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει με αποτελεσματικό τρόπο σε οποιοδήποτε ασυνήθιστο περιστατικό και σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Οι υπάλληλοι που αντιδρούν γρήγορα και σωστά σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης βοηθούν να αποφευχθεί ο πανικός και εμποδίζουν την πρόκληση ζημιάς, τραυματισμού ή την απώλεια ζωής.

Η Υποδοχή μπορεί να παίζει τον ρόλο συντονιστή μόλις παρουσιαστεί ασυνήθιστο περιστατικό, καλώντας το προσωπικό ασφαλείας του ξενοδοχείου, τις πρώτες βοήθειες, την πυροσβεστική ή την άμεση δράση.

### **Ιατρικά Περιστατικά**

Στα ξενοδοχεία υπάρχει η πιθανότητα να συμβεί μια σοβαρή ασθένεια, ένας τραυματισμός ή ακόμα και θάνατος κάποιου πελάτη ή υπαλλήλου. Το προσωπικό πρέπει να βρίσκεται πάντα σε ετοιμότητα, για την αντιμετώπιση τέτοιων ατυχών περιστατικών. Για απλές αδιαθεσίες ή ελαφρούς τραυματισμούς η Υποδοχή πρέπει

να διαθέτει κουτί πρώτων βοηθειών πλήρως εξοπλισμένο, να γνωρίζει το περιεχόμενο του και τον χώρο τοποθέτησης του. Για σοβαρότερες καταστάσεις πρέπει να καλείται γιατρός ή ένα ασθενοφόρο.

## 11.8 ΠΥΡΚΑΓΙΑ

Οι κυριότερες αιτίες που προκαλούν πυρκαγιά στα ξενοδοχεία είναι η ρίψη αναμμένων αποσιγάρων στα καλάθια αχρήστων, το κάπνισμα στο κρεβάτι και το κάπνισμα του προσωπικού σε λινόθήκες και άλλους χώρους που δεν επιτρέπεται. Η εσφαλμένη χρήση του ηλεκτρικού εξοπλισμού μπορεί επίσης να προκαλέσει φωτιά. Στην κουζίνα τα λίπη που καίγονται είναι συχνό και επικίνδυνο φαινόμενο και τέλος ο κλιματισμός και οι ανεμιστήρες βοηθούν στην εξάπλωση της φωτιάς.

Μόλις εκδηλωθεί φωτιά στο ξενοδοχείο, ο υπάλληλος της Υποδοχής πρέπει να καλέσει την Πυροσβεστική, δίνοντας το όνομα του ξενοδοχείου και την πλήρη διεύθυνση του. Ενημερώνει αμέσως τον Διευθυντή, ο οποίος φροντίζει να εκκενωθούν τα δωμάτια που βρίσκονται κοντά στην εστία της πυρκαγιάς και συγχρόνως να κατασβεστεί η φωτιά με τους διαθέσιμους πυροσβεστήρες.

Αν η πυρκαγιά είναι μικρή και τεθεί υπό έλεγχο πριν την άφιξη της Πυροσβεστικής, πρέπει όλοι να καθησυχαστούν και να μείνουν μακριά από την καμμένη περιοχή.

Αν δεν καταστεί δυνατό να εντοπιστεί η φωτιά ή να τεθεί υπό έλεγχο, πρέπει να κλείσουν όσο το δυνατόν περισσότερες πόρτες και παράθυρα και συγχρόνως να εκκενωθεί το κτίριο. Ο ρεσεψιονίστ πριν εγκαταλείψει το ξενοδοχείο πρέπει να δώσει στον επικεφαλής των πυροσβεστών τη λίστα με τα κατειλημμένα δωμάτια, γεγονός που θα βοηθήσει στη διάσωση ζωών, το οποίο είναι η πρώτη προτεραιότητα.

Τα προληπτικά μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται απ' όλα τα ξενοδοχεία για την ελαχιστοποίηση του κινδύνου πρόκλησης και εξάπλωσης της πυρκαγιάς είναι τα εξής:

- ✓ Εκπαίδευση του προσωπικού από τον τοπικό σταθμό πυροσβεστικής, στους τρόπους κατάσβεσης ή περιορισμού της φωτιάς.

- ✓ Ύπαρξη εξόδων κινδύνου, εύκολη πρόσβαση σ' αυτές με τη βοήθεια φωτεινών πινακίδων, πυράντοχες πόρτες, σύστημα συναγερμού και τοποθέτηση επαρκούς αριθμού πυροσβεστήρων σε διάφορα σημεία του καταλύματος.
- ✓ Εγκατάσταση ανιχνευτών φωτιάς και αυτόματων εκτοξευτήρων νερού σε κάθε δωμάτιο πελάτη και κοινόχρηστο χώρο.
- ✓ Τακτικός έλεγχος προκειμένου να διαπιστωθεί ότι όλος ο παραπάνω εξοπλισμός λειτουργεί ικανοποιητικά.
- ✓ Ανάρτηση γραπτών οδηγιών στους κοινόχρηστους χώρους και στα δωμάτια, με τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται σε περίπτωση πυρκαγιάς.

## **11.9 ΛΗΣΤΕΙΑ**

Ο ταμίας της Υποδοχής πιθανόν να αντιμετωπίσει κάποια φορά ένοπλη ληστεία. Στην περίπτωση αυτή, καλό είναι να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του ληστή και να μην κάνει τίποτε που θα έθετε σε κίνδυνο τη ζωή του ή τη ζωή άλλων ανθρώπων.

Αν υπάρχει αθόρυβος συναγερμός τον οποίο μπορεί να ενεργοποιήσει χωρίς να γίνει αντιληπτός, τον χρησιμοποιεί. Συγχρόνως παρατηρεί τον ληστή προσεκτικά, για να συγκρατήσει τα φυσικά του χαρακτηριστικά, τη φωνή, τους τρόπους και οτιδήποτε που είναι ασυνήθιστο. Τέλος, οι υπάλληλοι δεν πρέπει να αγγίζουν τίποτε και οφείλουν να καλέσουν αμέσως την αστυνομία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

### ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ – RETAIL OUTLETS

Σε μια εποχή υψηλής ανταγωνιστικότητας κάθε ξενοδοχειακή μονάδα που επιδιώκει να επικρατήσει στην αγορά οφείλει να προσφέρει την μεγαλύτερη δυνατή ποιότητα υπηρεσιών εκμεταλλεύομενη όλες τις πιθανές δυνατότητες που της δίνονται.



Κατάστημα με είδη ψυλικών

Με το σκεπτικό λοιπόν ότι η επιχείρηση προσπαθεί να καλύψει όλες τις ανάγκες ενός πελάτη παρατηρούμε σε πλέον σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες την λειτουργία μικρών ή και μεγάλων καταστημάτων που έχουν ως στόχο να καλύψουν τις ανάγκες εκείνες των πελάτων οι οποίες είναι αδύνατο να καλυφθούν από τα τμήματα εκμετάλλευσης του ίδιου του ξενοδοχείου. Τέτοια καταστήματα είναι καταστήματα λιανικής πώλησης από όπου οι πελάτες μπορούν να προμηθευτούν τσιγάρα, εφημερίδες, περιοδικά και όλα τα είδη ψυλικών. Αυτό αποτελεί μία επιπλέον διευκόλυνση για τον πελάτη του ξενοδοχείου είτε είναι εσωτερικός πελάτης που διαμένει σε δωμάτιο είτε αν προκειται για εξωτερικό πελάτη των επισιτιστικών τμημάτων που λειτουργούν για το ευρύ κοινό. Σύνηθες φαινόμενο σε μεγάλα ξενοδοχεία πόλεως είναι τα καταστήματα που πωλούν κάρτες, χάρτες της πόλης, τουριστικά περιοδικά και σουβενίρ τουριστικού περιεχομένου. Επίσης συναντάμε καταστήματα πώλησης κοσμημάτων και ρουχισμού που εξυπηρετούν

πελάτες που έχουν την ανάγκη τέτοιων ειδών αλλά δεν έχουν τον χρόνο ή και την θέληση να τα ψάξουν σε μια άγνωστη γι αυτούς πόλη ή χώρα. Για παράδειγμα ένας πελάτης που δεν γνώριζε για την ύπαρξη εσωτερικής πισίνας στο ξενοδοχείο ενδεχομένως δεν είχε πάρει μαζί του μαγιό, χάρη στο κατάστημα ρουχισμού αυτή του η ανάγκη μπορεί να καλυφθεί άμεσα. Επιπλέον σε μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχεία ,ειδικά εκτός πόλεως, μπορεί να ωφελήσει αρκετά την επιχείρηση η λειτουργία ενός κωμωτηρίου και άλλων υπηρεσιών περιποίησης προς διευκόλυνση των πελατών τους.

Πρόκειται για εξωτερικούς συνεργάτες που ενοικιάζουν τους χώρους αυτούς του ξενοδοχείου οπότε ενώ αποτελούν ένα επιπλέον έσοδο για την επιχείρηση παράλληλα αυξάνουν την ποσότητα και την ποιότητα των υπηρεσιών της μονάδας.

Μία κατεύθυνση για τα ποσά της μίσθωσης αυτών των χώρων την ορίζουν οι ιδιοκτήτες του ξενοδοχείου, παρόλα αυτά οι τελικές διαπραγματεύσεις γίνονται από τον γενικό διευθυντή ή από τον εξουσιοδοτημένο εκπρόσωπό του. Ο γενικός διευθυντής είναι και ο μοναδικός που έχει την εξουσία να ασκήσει έλεγχο στα συγκεκριμένα καταστήματα, αυτό θεωρείται απαραίτητο γιατί πρόκειται για προϊόντα τα οποία πωλούνται εντός του ξενοδοχείου και για υπαλλήλους που έρχονται σε άμεση επαφή με τους πελάτες και οι οποίοι πολλές φορές θεωρούνται υπάλληλοι του ξενοδοχείου. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι η ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων των καταστημάτων αυτών καθώς και η συμπεριφορά των ιδιοκτητών και υπαλλήλων τους συνδέονται άμεσα με την εικόνα των πελατών για το ξενοδοχείο, οπότε είναι πολύ σημαντικό και απαιτεί μεγάλη προσοχή ώστε να μην αλλοιώνεται η εικόνα αυτή και να μην παρεκκλίνει από την πολιτική που τηρεί η ξενοδοχειακή μονάδα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

### ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗΣ – ANIMATION

Η animation εισέβαλε στον κόσμο του τουρισμού την δεκαετία του '50 με σκοπό να οργανώσει τον ελεύθερο χρόνο του τουρίστα και να ξεπεράσει τα εμπόδια στην επικοινωνία των τουριστών με τους κατοίκους της χώρας υποδοχής. Επίσης έδωσε την λύση σε κάποια προβλήματα που παρουσιάζει το τουριστικό προϊόν όπως η μοναξιά, η ανία και η παθητικότητα των τουριστών. Στην δεκαετία του '70 , ξεκινά να εφαρμόζεται σε διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες , όπου δεν οργανώνει συνολικά τον χρόνο των τουριστών αλλά απασχολεί μέρος αυτού με διάφορες ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Η animation μας εξυπηρετεί στο να αυξήσουμε τις πιθανότητες ικανοποίησης ενός ξενοδοχειακού πελάτη ενώ παράλληλα συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση των εσόδων της ξενοδοχειακής μονάδας.

#### 13.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ANIMATEUR

Ο animateur είναι υπεύθυνος για τον προγραμματισμό των δραστηριοτήτων που αφορούν την ψυχαγωγία των πελατών. Στον προγραμματισμό αυτό περιλαμβάνονται η ανάπτυξη προγραμμάτων ενέργειας και η μεθόδευση των δραστηριοτήτων που έχουν ως σημείο αναφοράς την ψυχαγωγία των πελατών. Θα πρέπει να διαθέτει πληθώρα δεξιοτήτων και γνώσεων πάνω στις καλές τέχνες και τον αθλητισμό. Επιπλέον , πολύ σημαντικό είναι να διαθέτει επικοινωνιακές ικανότητες ώστε να μεταδίδει επιτυχώς σκέψεις , διαθέσεις και συναισθήματα στους πελάτες. Το κυριότερο προσόν ενός animateur είναι , μέσω της ευχάριστης προσωπικότητάς του να μπορεί να παρακινήσει τους πελάτες σε δράση και να ελέγχει το σύνολο της δραστηριότητας.

### 13.2 ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΑΙ ΦΥΛΑΞΗ ΠΑΙΔΙΩΝ



*Δημιουργική απασχόληση παιδιών από έμπειρο προσωπικό*

Πρόκειται για μία υπηρεσία η οποία παρατηρούμε να γίνεται όλο και πιο διαδεδομένη με τα χρόνια. Οι σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες που προσπαθούν να καλύψουν όλες τις ανάγκες των πελατών τους και να τους διευκολύνουν σε όλους τους τομείς, μεριμνούν οπωσδήποτε και για τα παιδιά των πελατών τους. Δημιουργώντας ψυχαγωγικά τμήματα παιδιών όπου δέχονται παιδιά συγκεκριμένων ηλικιών τα οποία απασχολούνται με διάφορες δραστηριότητες παιχνιδιού και εκγύμνασης, υπό την εποπτεία πάντα ειδικά εκπαιδευμένου προσωπικού. Για τα μικρότερης ηλικίας παιδιά συνήθως υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένοι χώροι που παρέχουν ασφάλεια στα μικρά παιδιά και ελεύθερο χρόνο στους γονείς. Και εδώ υπάρχει ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό το οποίο φροντίζει τα παιδιά και τα κρατά απασχολημένα. Μία επιπλέον προσφερόμενη υπηρεσία είναι η φύλαξη παιδιών στα δωμάτια του ξενοδοχείου από ειδικευμένο προσωπικό του ίδιου του ξενοδοχείου. Πρόκειται για μια υπηρεσία που εκτιμάται πολύ από τους γονείς που θέλουν λίγο εκλεύθερο χρόνο, το πιο σημαντικό είναι ότι οι γονείς αισθάνονται μεγαλύτερη ασφάλεια ξέροντας ότι το πρόσωπο που προσέχει το παιδί τους είναι υπάλληλος του ξενοδοχείου.

### **13.3 ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ & ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ- FITNESS CENTER & SPA**

Ο χώρος του γυμναστηρίου και του spa αποτελούν μια βασική και σημαντική υπηρεσία προς τους πελάτες του ξενοδοχείου. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις είναι πλέον απαραίτητη προϋπόθεση για μια ξενοδοχειακή μονάδα ώστε να προσελκύσει πελάτες μέσου και υψηλού επιπέδου και οι συνεχής βελτίωσή τους , τόσο τεχνολογικά όσο και σε επίπεδο υπηρεσιών , συμβάλλουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας του ξενοδοχείου.

#### **ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ – FITNESS CENTER**

Το γυμναστήριο αποτελεί μέρος του τμήματος ψυχαγωγίας και άθλησης. Συνήθως η χρήση του περιλαμβάνεται στο «τουριστικό» πακέτο και είναι δωρεάν για τους πελάτες του ξενοδοχείου. Όταν όμως πρόκειται για ξενοδοχείο 12μηνης λειτουργίας τότε οι υπηρεσίες του γυμναστηρίου μπορούν να παρέχονται και σε εξωτερικούς πελάτες , καθιστώντας το έτσι , πολύ κερδοφόρο τμήμα της επιχείρησης. Η οργάνωση και η λειτουργία του διαφέρουν ανάλογα με την τοποθεσία και το είδος της ξενοδοχειακής μονάδας όπως επίσης και από τις απαιτήσεις των πελατών.

Ο εξοπλισμός του περιλαμβάνει τα μηχανήματα εκγύμνασης (ηλεκτρονικά και μη) όπως και τα ελεύθερα βάρη. Τα μηχανήματα εκγύμνασης πρέπει να διαθέτουν λειτουργικότητα, αποτελεσματικότητα αλλά και ασφάλεια ώστε να ικανοποιούν κάθε πελάτη. Οι ασκούμενοι πρέπει να βρίσκονται υπό τη συνεχή επίβλεψη και τις οδηγίες του υπεύθυνου γυμναστή.

Στις εγκαταστάσεις του γυμναστηρίου ανήκουν φυσικά και τα γήπεδα τένις, βόλεϋ, μπάσκετ, γκολφ, σκουός. Τα γήπεδα κατασκευάζονται σε υπέθριους χώρους συνήθως και αποτελούν πόλο έλξης για τους πελάτες του ξενοδοχείου αλλά και για άλλους ενδιαφερόμενους. Τα δάπεδα επίστρωσής τους διαφέρουν ανάλογα με το είδος του κάθε γηπέδου και πρέπει να τηρούν τις προϋποθέσεις ασφαλείας και λειτουργικότητας τους. Η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει να είναι εξοπλισμένη με τα απαραίτητα για το κάθε άθλημα αξεσουάρ και να έχει πλήρως καταρτισμένο προσωπικό.

## **Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΓΥΜΝΑΣΤΗ**

Ο γυμναστής θα πρέπει να είναι πτυχιούχος γυμναστικής ακαδημίας και να έχει τη γενική ευθύνη και επίβλεψη του γυμναστηρίου. Με την βοήθεια των κατάλληλα καταρτισμένων συναδέλφων του, βοηθά τους πελάτες στις ασκήσεις και στη χρήση των μηχανημάτων. Ακόμη πρέπει να καθοδηγεί τους ασκούμενους μέσω προσωπικών προγραμμάτων και συμβουλών για τον καθένα ξεχωριστά. Τέλος θα πρέπει να προφυλάσσει τους πελάτες από τυχόν ατυχήματα και να φροντίζει για την ομαλή διεξαγωγή των προγραμμάτων αίθουσας και την χρήση των γηπέδων που βρίσκονται στο ξενοδοχείο.

## **ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ - SPA**

Τα τελευταία χρόνια η θαλασσοθεραπεία γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη στη χώρα μας, όπου όλο και περισσότεροι άνθρωποι ανακαλύπτουν τις ανεξάντλητες και ευεργετικές ιδιότητες του νερού σε ότι αφορά την προστασία της υγείας αλλά και την ομορφιά. Η λειτουργία των κέντρων θαλασσοθεραπείας (spa) έχει σχεδόν ταυτιστεί με τις υπηρεσίες ενός ξενοδοχείου. Ο όρος αυτός προέρχεται από τα αρχικά της λατινικής φράσης “Sanitas Per Aqua” που μεταφράζεται “υγεία μέσω του νερού”. Με τον όρο αυτό εννοούμε ένα πολυτελές και ευρύχωρο ινστιτούτο ομορφιάς, χαλάρωσης και ευεξίας. Ανάλογα με το μεγεθός τους, στα spa προσφέρονται σάουνα, χαμάμ, τζακούζι και πισίνα.

Το μέγεθος του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται στο τμήμα εξαρτάται από την δυναμικότητα της ξενοδοχειακής μονάδας καθώς και από τις υπηρεσίες που παρέχονται. Η κύρια ενασχόληση της ρεσεψιονίστ είναι η οργάνωση των ραντεβού των πελατών, ενώ οι εύθυνες των θεραπειών είναι αντίστοιχες του αντικειμένου απασχόλησης τους. Κάθε θεραπεύτρια οφείλει να διαθέτει πτυχίο της ειδικότητάς της, το οποίο μπορεί να είναι πτυχίο αισθητικού ή φυσιοθεραπευτή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14

### Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ- GENERAL MANAGER

Στα προηγούμενα κεφάλαια αναφέρθηκαν όλα τα τμήματα και οι εγκαταστάσεις μιας ξενοδοχειακής μονάδας, οι λειτουργίες της, το προσωπικό που τις στελεχώνει και τέλος θα παρουσιάσουμε τον άνθρωπο στον οποίο ανατίθεται η διαχείριση της ξενοδοχειακής αυτής μονάδας, στον Γενικό Διευθυντή.

Το επάγγελμα του Γενικού Διευθυντή Ξενοδοχείου δεν είναι απλά ένα επάγγελμα γνώσεων αλλά ένα επάγγελμα βιωμάτων και ένα επάγγελμα με μεγάλη κινητικότητα. Οι διευθυντές ξενοδοχείων αλλάζουν αρκετά ξενοδοχεία στην καριέρα τους, εργάζονται σε διαφορετικές περιοχές και βιώνουν τη διαφορετικότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και τουριστικών αγορών. Το επάγγελμα αυτό έχει δικούς του κώδικες και ορολογία, ειδικούς κανόνες και ιδιαιτερότητες. Είναι ένα δύσκολο επάγγελμα που διαχειρίζεται δύσκολες επιχειρήσεις.

Ο γενικός διευθυντής είναι ένα πρόσωπο υπεύθυνο για την εφαρμογή των πολιτικών που έχει αποφασίσει το διοικητικό συμβούλιο ή ο ιδιοκτήτης της ξενοδοχειακής μονάδας. Ο σωστός διευθυντής πρέπει να εφαρμόζει και να βελτιώνει τις πολιτικές αυτές και σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να αναγκαστεί να τις παραβλέψει εντελώς. Για να εκπληρώσει με επιτυχία όλα αυτά τα καθήκοντα και να είναι σε θέση να εκτιμήσει την αποδοτικότητα του κάθε τμήματος, ο γενικός διευθυντής, πρέπει να έχει γνώση και πείρα όλων των φάσεων της λειτουργίας του ξενοδοχείου. Δεν μπορεί κανένας να δώσει μια σωστή εντολή ή να ερμηνεύσει σωστά μια εντολή, αν δεν έχει κάποια ιδέα για τις λειτουργίες με τις οποίες εμπλέκεται. Δίνοντας οδηγίες χωρίς να κατανοεί τις συνέπειες τους ή το χρόνο που απαιτείται για την υλοποίησή τους, ένας διευθυντής, χάνει πολύ εύκολα το σεβασμό των υπαλλήλων του. Πράγματι, είναι αδύνατο να ασκήσει κανείς σωστή εποπτεία σε άλλους αν δεν έχει τουλάχιστον μια γενική ιδέα για τα καθήκοντα και τις ευθύνες του.

## ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ

Ο Γενικός Διευθυντής ασχολείται με όλα τα θέματα του ξενοδοχείου κάποια εκ των οποίων είναι υψίστης σημασίας και κάποια λιγότερο σημαντικά.

Η οικονομική πορεία της ξενοδοχειακής επιχείρησης και τα οικονομικά της αποτελέσματα είναι το σημαντικότερο θέμα που απασχολεί μια επιχείρηση και ο Γενικός Διευθυντής ο κύριος υπεύθυνος γι' αυτήν. Πρέπει να προσπαθήσει να επιτύχει την μέγιστη δυνατή κερδοφορία προς όφελος της επιχείρησης του, παράλληλα όμως δεν του επιτρέπεται να μειώσει ούτε στο ελάχιστο την παροχή των υπηρεσιών που παρέχει η ξενοδοχειακή του επιχείρηση αλλά αντιθέτως να τις βελτιώσει. Ο οικονομικός διευθυντής συνεργάζεται με το Γενικό Διευθυντή για κάθε σημαντική απόφαση και τον ενημερώνει συνεχώς για την οικονομική κατάσταση και πορεία της επιχείρησης.

Ο Γενικός Διευθυντής πρέπει να γνωρίζει τη νομοθεσία που ρυθμίζει την ξενοδοχειακή λειτουργία και γενικά θέματα τουρισμού, καθώς είναι νομικά υπεύθυνος για θέματα που αφορούν τη νομιμότητα του ξενοδοχείου όπως, για παράδειγμα, την έκδοση των ειδικών σημάτων λειτουργίας του ξενοδοχείου και των τμημάτων εκμετάλλευσης, των κανονισμών και των εγκυκλίων του ΕΟΤ, για υγειονομικά θέματα κ.α.

Όπως αναφέραμε παραπάνω, οι Γενικοί Διευθυντές αλλάζουν συχνά μονάδες και περιοχές και εκτός του ότι αποκτούν πολλές εμπειρίες, δημιουργούν επίσης προσωπικές σχέσεις με την αγορά των τουριστικών πρακτορείων, με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να επηρεάσουν τις πωλήσεις ενός ξενοδοχείου απλά και μόνο με την παρουσία τους. Καθώς το τμήμα πωλήσεων χαρακτηρίζεται πηγή ενέργειας ολόκληρης της επιχείρησης, ο Γενικός Διευθυντής είτε ασχολείται ενεργά με τις πωλήσεις είτε συνεργάζεται στενά με τον διευθυντή πωλήσεων.

Η λειτουργία όλων των τμημάτων παρακολουθείται από τον Γενικό Διευθυντή μέσω των επιθεωρήσεων, των οικονομικών αναφορών και των στατιστικών συγκρίσεων. Εάν κάποιο τμήμα αντιμετωπίζει λειτουργικό πρόβλημα, ο Γενικός Διευθυντής καλείται να το λύσει. Οι σχέσεις του με τους υπαλλήλους των τμημάτων θα πρέπει να συνδυάζουν την διευθυντική εξουσία του αλλά και την ιδιότητά του ως άνθρωπο.

Οποσδήποτε θα πρέπει να ελέγχει το προσωπικό αλλά θα πρέπει να το κάνει διακριτικά χωρίς να κάνει παρατηρήσεις γιατί τότε παρακάμπτεται ο άμεσος προϊστάμενος και γενικά η ιεραρχία και εκτός αυτού, οι υπάλληλοι μπορεί να νιώσουν πίεση και να αντιδράσουν αρνητικά ως προς την εργασία τους.

Ο Γενικός Διευθυντής του ξενοδοχείου καλείται να διαχειρισθεί ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπινου δυναμικού, του οποίου η απόδοση επιτυχής ή μη επηρεάζει το Εθνικό Τουριστικό Προϊόν μιας και η λειτουργία του ξενοδοχείου στηρίζεται κατά κύριο λόγο στον ανθρώπινο παράγοντα επηρεάζοντας αντίστοιχα και την θέση του πελάτη θετικά ή αρνητικά, λαμβανομένης υπόψη της κριτικής που θα μας ασκήσει. Σε περίπτωση που δημιουργούνται προβλήματα ή παράπονα από τους πελάτες, θα πρέπει να έρθει σε επαφή μαζί τους καθώς η παρουσία του λειτουργεί καταλυτικά.

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι ο ρόλος του Γενικού Διευθυντού κάθε άλλο παρά απλός είναι, απεναντίας είναι σύνθετος, απαιτεί πολλαπλές γνώσεις και εμπειρίες, που δεν αποκτώνται από μόνες τους, αλλά μέσα από μία συνεχή και σε εντατικούς ρυθμούς εκμάθηση και απασχόληση. Βρίσκεται επίσης συνεχώς στο στόχαστρο της κριτικής, καλόπιστης ή μη, βρίσκεται δηλαδή σε μία συνεχή εγρήγορση προκειμένου να επιτύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, είτε αυτό είναι οικονομικό είτε αυτό αναφέρεται στον ικανοποιημένο πελάτη, οποίος θα εξυπηρετηθεί πάλι από ένα έμπειρο και ευγενικό προσωπικό, το οποίο δείχνει προς τον πελάτη το καλύτερο του πρόσωπο, διότι εμπιστεύεται και ακολουθεί τις οδηγίες του Γενικού Διευθυντή.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

- ❖ Μυλωνόπουλος, Δ. & Μοίρα, Π. (2007). Η Τεχνική Της Συγγραφής Εργασίας Στον Τουρισμό. Interbooks, Αθήνα.
- ❖ Κουρτέσας, Γ. (2006) Σημειώσεις. Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- ❖ Καπίκη – Πιβεροπούλου, Τ. (2004) Υπηρεσία Υποδοχής. ( Β΄ έκδοση). Interbooks, Αθήνα.
- ❖ Καραγιάννης, Σ. (1992) Οργάνωση & Λειτουργία Του Ξενοδοχείου. (Β΄ τόμος). εκδ.ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.
- ❖ Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β.(2000) Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Σταμούλης, Αθήνα.
- ❖ Ντοντή, Α. Housekeeping (Οροφοκομία). Αθήνα
- ❖ Χυτήρης, Λ.(1996) Το Μάνατζμεντ Των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων. Interbooks, Αθήνα.
- ❖ Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β. (1996) Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων. Αθήνα
- ❖ Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999) Προμήθειες Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων – Εμπορευματογνωσία.
- ❖ Θεοδωρέλλης, Χ. (2006) Επιστήμη και Τεχνογνωσία στην Μαζική Εστίαση.
- ❖ Θεσσαλονίκη.
- ❖ Σκούμιος, Ν. (2004) Εστιατορική Τεχνική και Διοικηση.

### **ΞΕΝΗ**

- ❖ Rutherford, D. (1999) Ξενοδοχείο. Διοίκηση & Λειτουργίες.(Β΄ έκδοση). (Α. Παρασκευάς, επιμ.). εκδ.ΕΛΛΗΝ, Αθήνα (έκδοση πρωτοτύπου 1995)
- ❖ Abbott, P. & Lewry, S. (1997) Front Office. Procedures, Social Skills & Management. (Η΄ έκδοση). England.
- ❖ Bardi, J. (2000) Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου. (Β΄ έκδοση). (Λ. Καταραχιάς, επιμ.) εκδ.ΕΛΛΗΝ, Αθήνα (έκδοση πρωτοτύπου 1996)
- ❖ Kasavana, M. & Brooks, R. (1998) Front Office Procedures (Ε΄ edition). U.S.A.

### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**



<http://www.dratte.gr/ARTHRA/2006hotelstory.htm> (18/11/2010,17:50)

[www.eot.gr](http://www.eot.gr) (02/04/2011, 19:00)

[http://www.ehow.com/about\\_6121771\\_job-description-hotel-doorman.html](http://www.ehow.com/about_6121771_job-description-hotel-doorman.html)(19/04/2011, 01:00)

[http://www.thejobexplorer.com/Job\\_Description/Building\\_Operations/Front\\_Desk\\_Supervisor.html](http://www.thejobexplorer.com/Job_Description/Building_Operations/Front_Desk_Supervisor.html)(19/04/2011, 01:20)

<http://www.filax.gr/events.html>(28/04/2011, 01:20)

[http://www.dratte.gr/SYNEDRIO/after\\_6th.html](http://www.dratte.gr/SYNEDRIO/after_6th.html)(04/05/2011, 21:00)

<http://podix.travel/index2.php?LANG=EL&PGID=5&MENUID=14&SUBMENUID=&NEWID=6>(04/05/2011, 23:50)

[http://www.ehow.com/about\\_6121108\\_job-description-food-beverage-manager.html](http://www.ehow.com/about_6121108_job-description-food-beverage-manager.html)  
14/04/11 3:03

<http://www.keta-kriti.gr/content/attachments.el/odigos-hotel.pdf>

[http://www.ehow.com/facts\\_5098686\\_job-description-banquet-manager.html](http://www.ehow.com/facts_5098686_job-description-banquet-manager.html)14/04/11

