



Διοίκηση Ξενοδοχείων

Ενότητα 1: Περί Ξενοδοχείων

Δημήτρης Κούτουλας, Επίκουρος Καθηγητής
Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Σκοποί ενότητας

- Η σημασία των ξενοδοχείων για τον ελληνικό τουρισμό
- Ποιοτικές παράμετροι

Περί Ξενοδοχείων

Τουριστικά καταλύματα

- Οι τουρίστες που απουσιάζουν από τον τόπο κατοικίας τους για διάστημα μεγαλύτερο της μιας ημέρας, έχουν ανάγκη καταλύματος.
- «Τουριστικό κατάλυμα (tourist accommodation) είναι κάθε εγκατάσταση που παρέχει στους τουρίστες τη δυνατότητα διανυκτέρευσης έναντι αντιτίμου.» (Middleton 1988)
- Τύποι καταλυμάτων:
 - a) εξυπηρετούμενα καταλύματα (serviced accommodation): ξενοδοχεία, ξενώνες κ.λπ.
 - b) αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα (self-catering accommodation): κάμπινγκ, τροχόσπιτα, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και σπίτια κ.λπ.
 - c) άλλα καταλύματα όπως λ.χ. θαλαμηγοί, κρουαζιερόπλοια, ξενώνες νεότητας κοκ.



Ξενοδοχεία

- Τα ξενοδοχεία αποτελούν την κυρίαρχη μορφή καταλυμάτων.
- «Το ξενοδοχείο είναι ένα κατάλυμα υψηλού επιπέδου, το οποίο ανταποκρίνεται με την κατασκευή, τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση των χώρων του αλλά και με τη διαχείρισή του στον επικρατούντα τρόπο ζωής και διατροφής.» (Bernecker 1962)
- Ελλάδα:
 - πάνω από 9.000 ξενοδοχεία
 - πάνω από 700.000 ξενοδοχειακές κλίνες
 - πάνω από 100.000 εργαζόμενοι



Ξενοδοχεία (2)

- Το ξενοδοχείο επιτελεί λειτουργίες νοικοκυριού:
 - Υπνοδωμάτιο και καθιστικό (όπου υπάρχει):
 - Αποτελεί τον προσωπικό χώρο του ταξιδιώτη
 - Παρέχει ασφάλεια στον ίδιο και τις αποσκευές του
 - Επιτρέπει τον ύπνο, την ξεκούραση, το ρεμβασμό, τον έρωτα, την υποδοχή επισκεπτών κοκ.
 - Δίνει σε όσους ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους τη δυνατότητα να εργαστούν (σε αυτό χρησιμεύουν διευκολύνσεις όπως η ύπαρξη γραφείου με κατάλληλο φωτισμό, οι τηλεπικοινωνιακές συνδέσεις κ.λπ.).
 - Επιτρέπει την κατανάλωση γευμάτων (room service).
 - Χώρος ενημέρωσης, επικοινωνίας και ψυχαγωγίας χάρη στις προσφερόμενες συσκευές (τηλέφωνο, τηλεόραση, βίντεο, ραδιόφωνο, στερεοφωνικό, minibar, ηλεκτρονικά παιχνίδια).



Ξενοδοχεία (3)

- Το ξενοδοχείο επιτελεί λειτουργίες νοικοκυριού:
 - **Μπάνιο**: Ικανοποιεί τις καθημερινές ανάγκες αφόδευσης, ατομικής υγιεινής και καλλωπισμού.
 - **Εστιατόριο**: Ικανοποιεί την καθημερινή ανάγκη για τροφή (προσφέροντας γεύματα έτοιμα για κατανάλωση) αλλά και για κοινωνικές συναναστροφές.
 - **Πλυντήριο ρούχων**: Αναλαμβάνει τον καθαρισμό των ρούχων.
 - **Σαλόνια, μπαρ και κέντρα διασκέδασης**: Σε αυτούς τους χώρους μπορούν οι πελάτες να διασκεδάσουν και να έχουν κοινωνικές συναναστροφές με συνταξιδιώτες, με άλλους πελάτες του καταλύματος ή με ντόπιους.



Ξενοδοχεία (4)

- Το ξενοδοχείο επιτελεί λειτουργίες νοικοκυριού:
 - **Αθλητικές εγκαταστάσεις:** Οι αντιλήψεις περί υγιεινής διαβίωσης που παγιώθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες είχαν ως αποτέλεσμα, πολλοί άνθρωποι να θεωρούν πια αναγκαία την τακτική άθληση. Οι τουρίστες συνεπώς επιζητούν αθλητικές εγκαταστάσεις τόσο κατά τη διάρκεια των διακοπών τους όσο και στα επαγγελματικά τους ταξίδια.
 - **Επαγγελματικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες:** Όσοι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους χρησιμοποιούν διάφορες ευκολίες που τους παρέχονται στα καταλύματα όπως οι συνεδριακές εγκαταστάσεις, η χρήση εξοπλισμένου γραφείου, γραμματειακή υποστήριξη κοκ.



Ξενοδοχεία (5)

- Τα ξενοδοχεία οφείλουν να αντανακλούν το **βιοτικό επίπεδο** των πελατών τους.
- Μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των πελατών στα ξενοδοχεία:
 - χωρίς τρεχούμενο νερό ⇒ με κοινόχρηστο μπάνιο ⇒ με ιδιαίτερο μπάνιο
 - συγκατοίκηση πολλών ατόμων, ακόμα και ξένων ⇒ καθείς το δωμάτιό του
 - Επίσης: μέγεθος δωματίων, τηλεόραση, κλιματισμός κοκ.
- Ξενοδοχείο και ντόπιος πληθυσμός:
 - Ενταγμένα στην κοσμική ζωή της πόλης
 - Σημεία συνάντησης
 - Εστιατόρια και μπαρ
 - Αίθουσες εκδηλώσεων
 - Άστεγα ζευγάρια



Ξενοδοχεία (6)

Κοντολογίς:

- Τα ξενοδοχεία υποκαθιστούν το νοικοκυριό ως προς τις καθημερινές ανάγκες ενός τουρίστα.
- Τα ξενοδοχεία αποτελούν σημείο αναφοράς για την κοινωνική ζωή ενός τόπου.
- Τα ξενοδοχεία αποτελούν θεμελιώδη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού.
- Τα ξενοδοχεία προσφέρουν εργασία και εισόδημα σε χιλιάδες ελληνικές οικογένειες.
- Τα ξενοδοχεία προμηθεύονται μεγάλη γκάμα προϊόντων από χιλιάδες επιχειρήσεις.

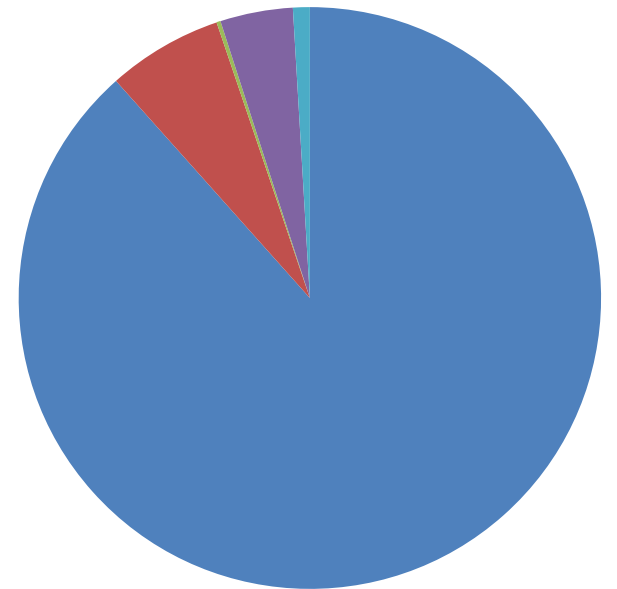


Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα

ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΕΤΟΣ 2014
I. ΧΩΡΕΣ ΕΥΡΩΠΗΣ	19.477.049
II. ΧΩΡΕΣ ΑΣΙΑΣ	1.411.665
III. ΧΩΡΕΣ ΑΦΡΙΚΗΣ	49.043
IV. ΧΩΡΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	890.318
V. ΧΩΡΕΣ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	205.387
VI. ΣΥΝΟΛΟ	22.033.463

Πίνακας 1

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος



■ I. ΧΩΡΕΣ ΕΥΡΩΠΗΣ ■ II. ΧΩΡΕΣ ΑΣΙΑΣ
■ III. ΧΩΡΕΣ ΑΦΡΙΚΗΣ ■ IV. ΧΩΡΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ
■ V. ΧΩΡΕΣ ΩΚΕΑΝΙΑΣ

Γράφημα 1

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος



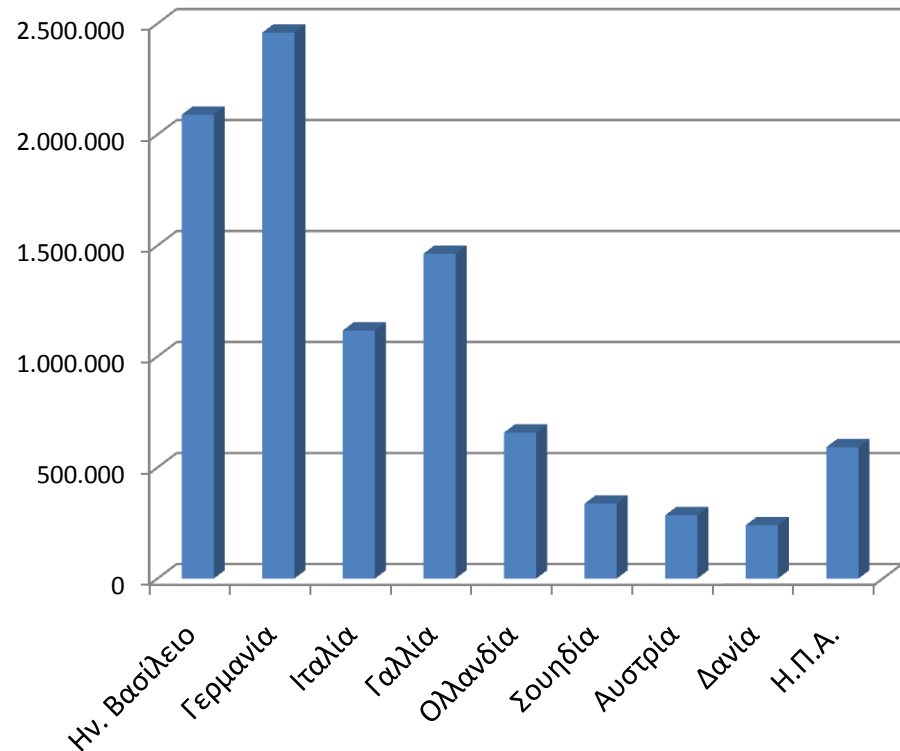
Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα (2)

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 2014
<i>Ην. Βασίλειο</i>	2.089.529
<i>Γερμανία</i>	2.459.228
<i>Ιταλία</i>	1.117.712
<i>Γαλλία</i>	1.463.157
<i>Ολλανδία</i>	657.339
<i>Σουηδία</i>	337.771
<i>Αυστρία</i>	285.132
<i>Δανία</i>	240.419
<i>Η.Π.Α.</i>	591.853

Πίνακας 2

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΝΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΗ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (ΕΤΟΣ 2014)



Γράφημα 2

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος



Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα (3)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPINGS				CAMPINGS		
	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ (ΕΤΟΣ 2013)			ΠΛΗΡΟ - ΤΗΤΑ %	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ (ΕΤΟΣ 2013)		
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	13.027.293	57.061.724	70.089.017	45.20%	716.172	686.269	1.402.441
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	844.519	851.113	1.695.632	27.50%	77.389	48.675	126.064
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.990.614	5.484.542	7.475.156	43.40%	357.634	167.868	525.502
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	271.500	45.404	316.904	18.70%	0	0	0
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1.036.294	773.954	1.810.248	26.60%	40.430	35.723	76.153
ΗΠΕΙΡΟΣ	620.646	228.163	848.809	26.40%	26.443	23.446	49.889
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	655.934	7.067.410	7.723.344	57.60%	13.409	80.930	94.339
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	825.422	631.959	1.457.381	29.10%	32.300	62.240	94.540
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	804.143	376.852	1.180.995	21.10%	40.884	16.965	57.849
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	1.362.969	850.751	2.213.720	25.30%	90.605	140.027	230.632
ΑΤΤΙΚΗ	2.217.362	4.233.258	6.450.620	37.40%	6.382	22.634	29.016
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	345.148	1.147.375	1.492.523	32.90%	0	0	0
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1.127.643	16.191.989	17.319.632	53.80%	25.277	64.992	90.269
ΚΡΗΤΗ	925.099	19.178.954	20.104.053	60.70%	5.419	22.769	28.188

Πίνακας 3

Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0



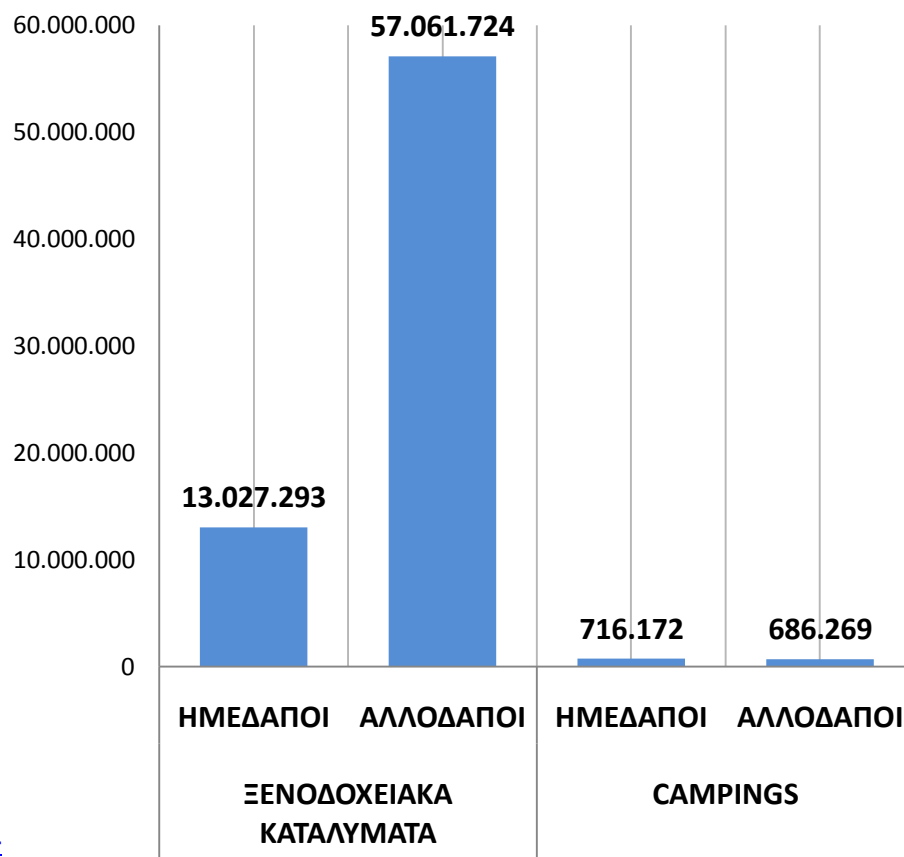
Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα (4)

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ CAMPINGS (ΕΤΟΣ 2013)

	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	13.743.465	57.747.993	71.491.458
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	921.908	899.788	1.821.696
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	2.348.248	5.652.410	8.000.658
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	271.500	45.404	316.904
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1.076.724	809.677	1.886.401
ΗΠΕΙΡΟΣ	647.089	251.609	898.698
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	669.343	7.148.340	7.817.683
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	857.722	694.199	1.551.921
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	845.027	393.817	1.238.844
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	1.453.574	990.778	2.444.352
ΑΤΤΙΚΗ	2.223.744	4.255.892	6.479.636
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	345.148	1.147.375	1.492.523
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1.152.920	16.256.981	17.409.901
ΚΡΗΤΗ	930.518	19.201.723	20.132.241

Πίνακας 4

Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0

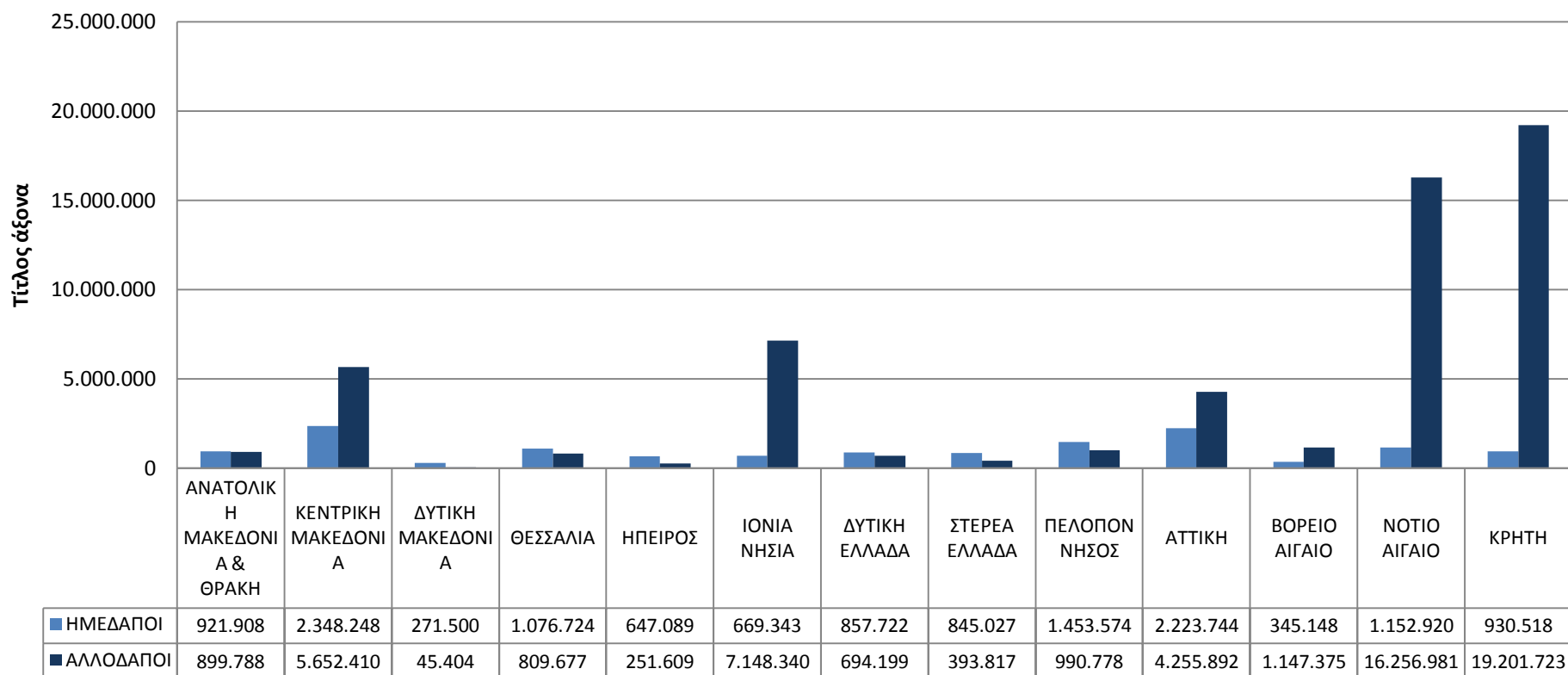


Γράφημα 3

Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0

Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα (5)

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ CAMPINGS (ΕΤΟΣ 2013)



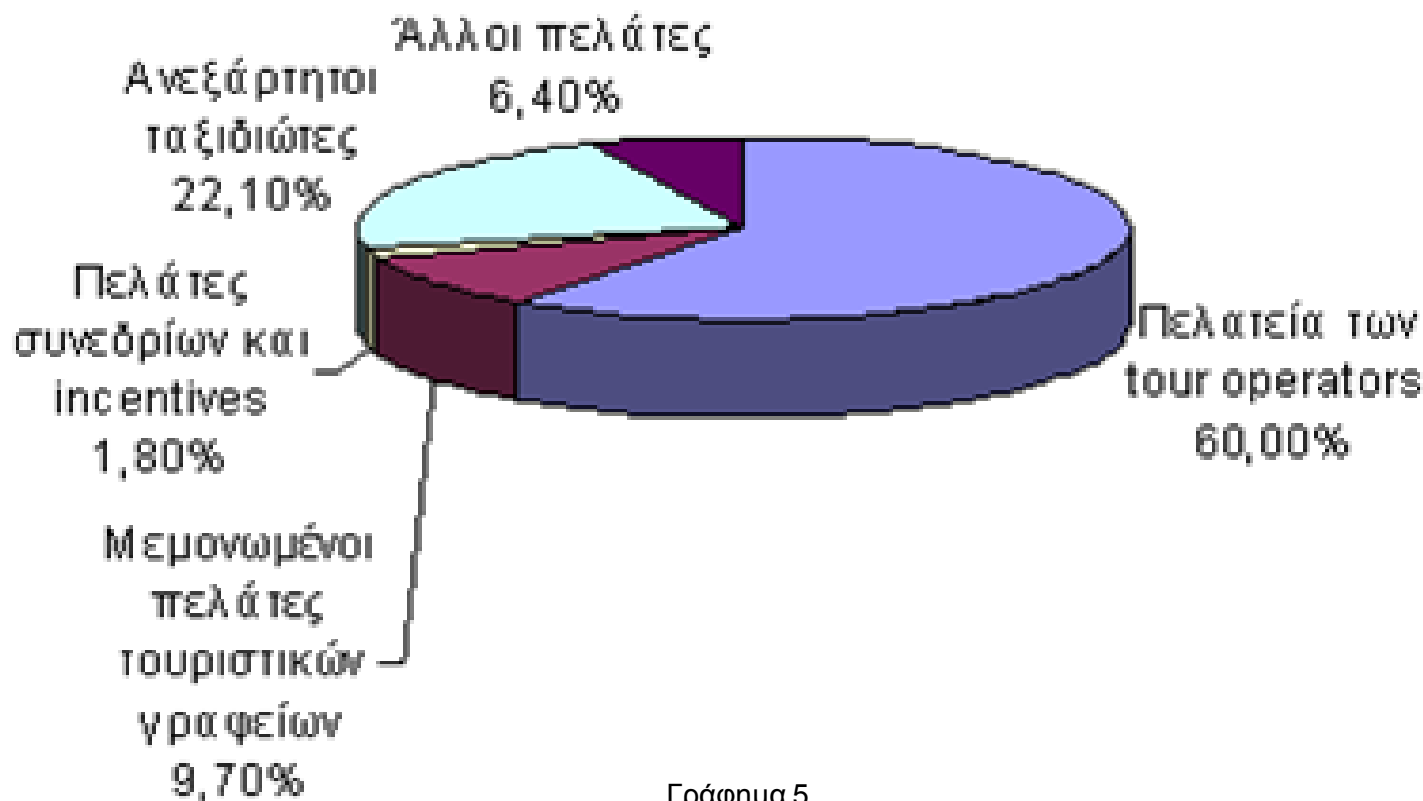
Γράφημα 4

Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0



Τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα (6)

Εξάρτηση των παραθεριστικών ξενοδοχείων από την πελατεία των tour operators



Γράφημα 5



Ο Ξενοδοχειακός κλάδος της Ελλάδας (1)

Η Ελλάδα διαθέτει:

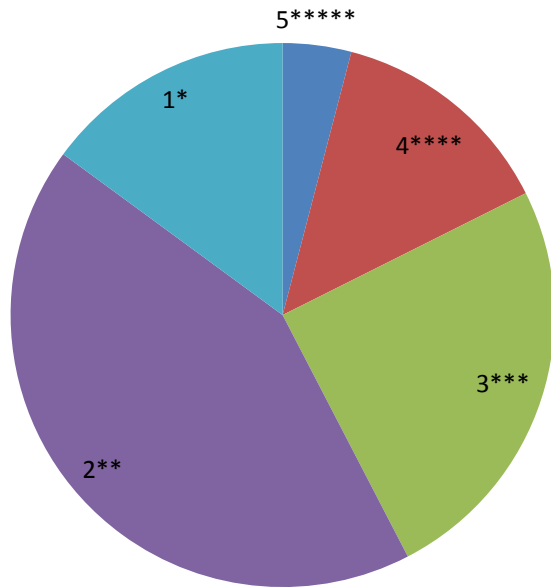
- Πάνω από 9.000 ξενοδοχεία
- Πάνω από 700.000 κλίνες
- Μέσο μέγεθος: 41,6 δωμάτια – 80,3 κλίνες
- 650 ξενοδοχεία με 100 δωμάτια και πάνω
- Μέσο μέγεθος στα υπόλοιπα ξενοδοχεία: 27,5 δωμάτια – 52 κλίνες
- Κυριαρχούν τα μικρά οικογενειακά ξενοδοχεία.



Ο Ξενοδοχειακός κλάδος της Ελλάδας (2)

Κατανομή ξενοδοχείων στις επιμέρους κατηγορίες (ΞΕΕ):

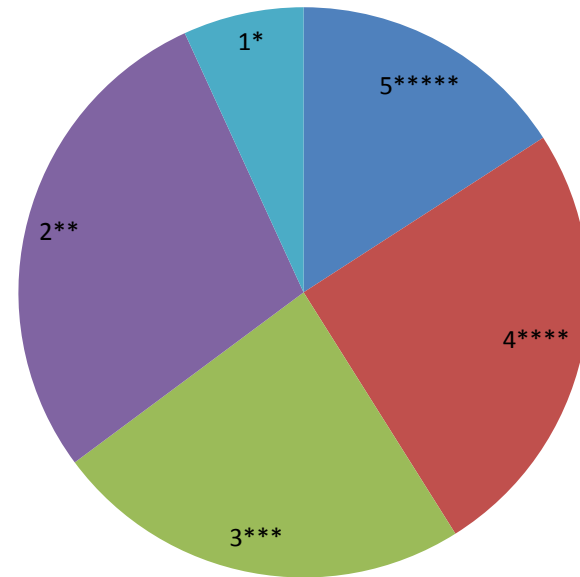
Μονάδες



Γράφημα 6

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Κλίνες



Γράφημα 7

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος



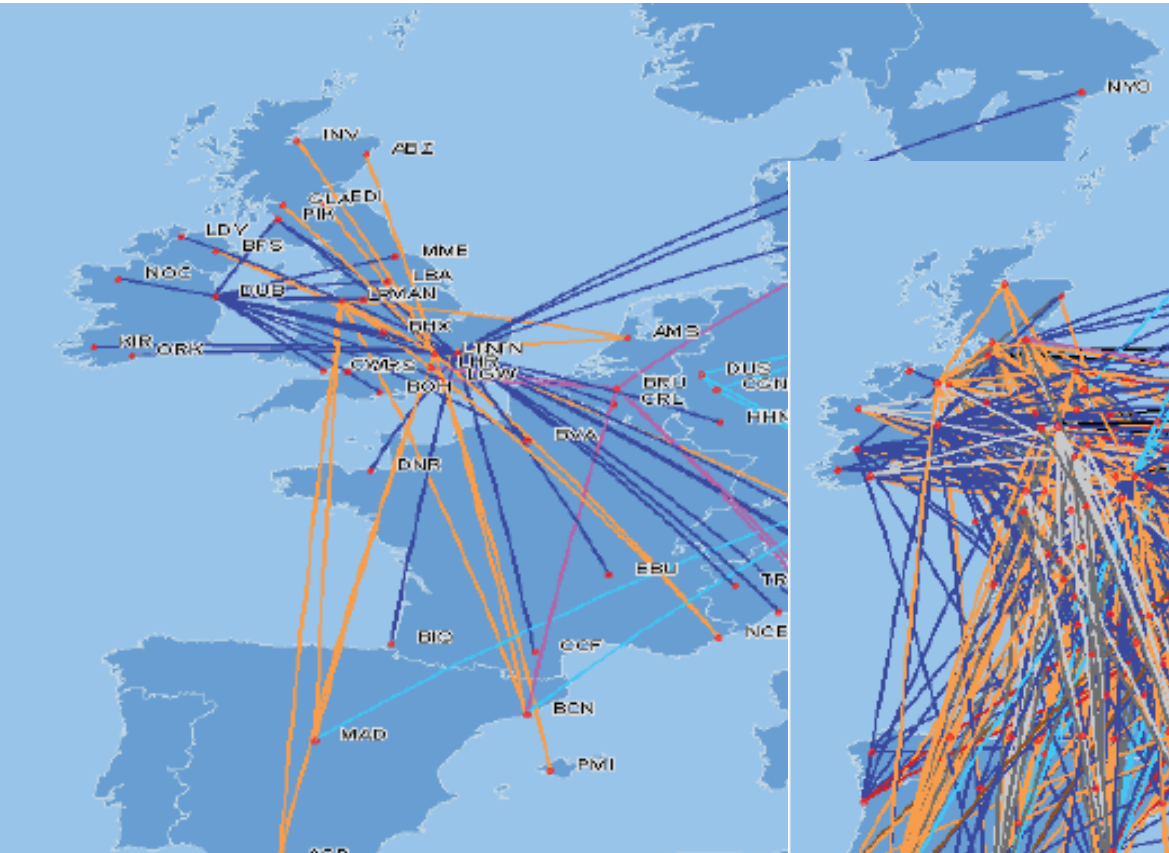
Ο Ξενοδοχειακός κλάδος της Ελλάδας (3)

- Υψηλή εποχικότητα:
 - ετήσιο εισόδημα σε λίγους μήνες
 - υποαπασχολούμενο προσωπικό
 - υποαπασχολούμενο κεφάλαιο
- Εξάρτηση από τους tour operators:
 - πίεση για μείωση τιμών
 - φθίνουσες αφίξεις τουριστών
- Ωστόσο αναπτύσσεται μια **νέα τουριστική αγορά**:
 - Προώθηση τουριστικών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο
 - Αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους

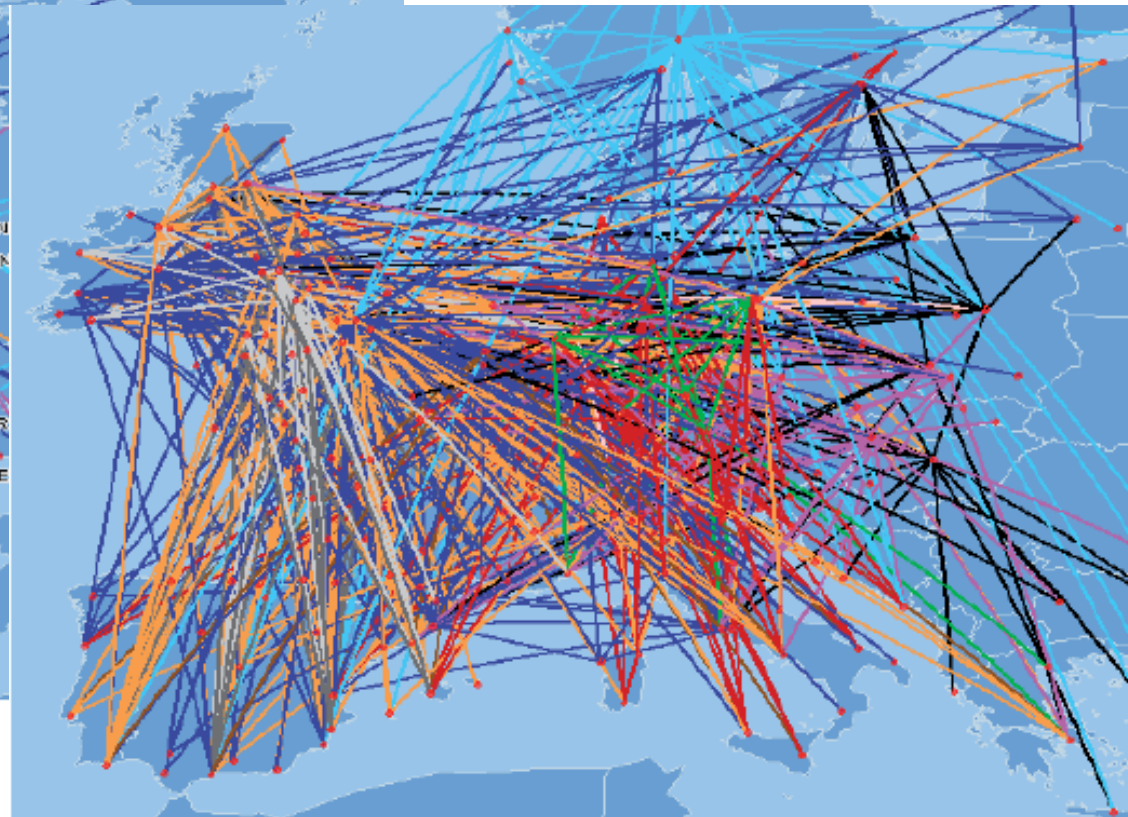


Ο Ξενοδοχειακός κλάδος της Ελλάδας (4)

Δίκτυο αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη το 2000...



... και το 2006



Εικόνα 1
Πηγή: CAA 2006



Ο Ξενοδοχειακός κλάδος της Ελλάδας (5)

- Μειώνονται οι ευκαιρίες στον οργανωμένο τουρισμό
- Πολλές οι ευκαιρίες στους ανεξάρτητους τουρίστες
- ➔ Για να αναπτύξουμε τη νέα τουριστική αγορά χρειαζόμαστε:
 - Καλά ξενοδοχεία σε όλες τις κατηγορίες
 - Ένα αξιόπιστο σύστημα κατάταξης των ξενοδοχείων
- Οι οργανωμένοι τουρίστες έχουν τη σιγουριά των tour operators (έχουν δικό τους σύστημα κατάταξης ξενοδοχείων).



Η σημερινή κατάσταση ως προς την κατάταξη των ξενοδοχείων

- Πολλά αστέρια χωρίς αντίκρισμα κατόπιν της αυτοκατάταξης
- Ξενοδοχεία «πέντε» αστέρων που προσφέρουν υπηρεσίες τεσσάρων και τριών αστέρων
- Δεν πιστοποιείται με αξιόπιστο τρόπο το επίπεδο των υπηρεσιών και η ποιότητα των εγκαταστάσεων που θα συναντήσει ο ξενοδοχειακός πελάτης
- Εν τέλει, για τους ξένους τουρίστες παίζουν ελάχιστο ρόλο τα «αστέρια»
 - Οι οργανωμένοι τουρίστες ακολουθούν την «αστεροποίηση» των tour operators
 - Οι ανεξάρτητοι τουρίστες ανατρέχουν σε ξενοδοχειακούς οδηγούς και fora κύρους (π.χ. Trip Advisor, Star Service, Guide Michelin κοκ.)



Κατάταξη ξενοδοχείων στο εξωτερικό

- Κατάταξη ξενοδοχείων εδώ και πολλές δεκαετίες (με αστέρια κοκ.)
- Οφείλεται στην ανάγκη των ταξιδιωτών για αντικειμενική και αξιόπιστη πληροφόρηση σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, εγκαταστάσεις και ανέσεις
- Η πιστοποίηση ενός ξενοδοχείου με έναν αριθμό αστεριών αποτελεί για τον τουρίστα μια διαβεβαίωση ότι το ξενοδοχείο θα του παράσχει υπηρεσίες σύμφωνες με τις προδιαγραφές της αντίστοιχης κατηγορίας



Κατάταξη ξενοδοχείων στο εξωτερικό (2)

- Τα τελευταία χρόνια εκσυγχρονίστηκαν σε πολλές χώρες τα επίσημα συστήματα κατάταξης ξενοδοχείων
- Έμφαση στις υπηρεσίες και τις ανέσεις!!!
- Κατάταξη από:
 - Κρατικούς φορείς (Υπουργεία, ΕΟΤ κοκ.) – π.χ. Γαλλία, Αγγλία
 - Ξενοδοχειακούς Φορείς (Ομοσπονδίες, Επιμελητήρια) – π.χ. Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία
 - Εταιρίες κατόπιν ανάθεσης – π.χ. Ιρλανδία, Ουαλία
- Επίσης ανεπίσημες κατατάξεις με μεγάλο κύρος από:
 - εκδοτικούς οίκους
 - λέσχες αυτοκινητιστών
 - tour operators κοκ.



Κατάταξη ξενοδοχείων στο εξωτερικό (3)

- Η κατηγορία των πέντε αστέρων είναι σε πολλές χώρες – και στην Ελλάδα – η πιο ανομοιογενής
- Εισαγωγή έκτου αστεριού από ξενοδοχειακούς οδηγούς και tour operators
- Ειδικές διακρίσεις (Grand Luxe, Superior)
- ΗΠΑ: πολύ αυστηρά κριτήρια για πέμπτο αστέρι (AAA, Mobil)



Προσδοκίες ξενοδοχειακών πελατών

Δουλεύουν σκληρά 11 μήνες το χρόνο.

Τους τρώει το άγχος και η καθημερινότητα.

Δεν έχουν αρκετό χρόνο για τους οικείους τους.

Κάνουν οικονομίες.

Περιμένουν πώς και πώς να έρθουν στην Ελλάδα για μία ή δύο εβδομάδες διακοπών.

Έχουν επενδύσει στις διακοπές τους:

- Ελπίδες και προσδοκίες
- Χρήματα που κόπιασαν να βγάλουν

Πολύτιμο χρόνο



Περιδιαβαίνοντας ένα ξενοδοχείο

Άφιξη στο ξενοδοχείο:

- Οδική πρόσβαση
- Χώρος στάθμευσης
- Πρόσοψη κτιρίου, εξωτερικοί χώροι, κήποι
- Είσοδος
- Υποδοχή \Rightarrow *καρδιά του ξενοδοχείου*
 - Κάνουμε check-in και παίρνουμε το κλειδί μας
 - Ζητάμε πληροφορίες
 - Μας ενημερώνει για τυχόν επισκέπτες μας
 - Τακτοποιούμε το λογαριασμό μας
 - ΚΟΚ.



Περιδιαβαίνοντας ένα ξενοδοχείο (2)

Δωμάτιο/Διαμέρισμα/Σουίτα:

- Το κύριο προϊόν του ξενοδοχείου
- Το προσωρινό νοικοκυριό μας
- Ύπνος, ιδιωτικός χώρος, αποθήκη για τα πράγματά μας, ψυχαγωγία, ενημέρωση, εργασία κοκ.
- Μπάνιο:
 - Χώρος ατομικής υγιεινής και καλλωπισμού
 - Συχνά με σημαντικά προβλήματα (μέγεθος, υγιεινή, ανακαίνιση, μυρωδιές)
- Ενδεχομένως:
 - Παρασκευή φαγητού
 - Υποδοχή καλεσμένων
 - Άθληση, αναψυχή



Περιδιαβαίνοντας ένα ξενοδοχείο (3)

Εστιατόριο:

- Επιτελεί τη δεύτερη σημαντικότερη λειτουργία νοικοκυριού
- Μενού σύμφωνα με τις προτιμήσεις και τις διατροφικές ανάγκες των πελατών
- Μενού που αντανακλά την ιστορία, τις παραδόσεις και τις συνήθειες του τόπου
- Πρωινό

Άλλοι κοινόχρηστοι χώροι:

- Μπαρ

Καθιστικό



Περιδιαβαίνοντας ένα ξενοδοχείο (4)

Εγκαταστάσεις αναψυχής:

- Πισίνα (εξωτερική, εσωτερική, θερμαινόμενη, θαλασσινό νερό κοκ.)
- Γυμναστήριο
- Παιδική χαρά
- Γήπεδα
- Παραλία (οργανωμένη, με θαλάσσια σπορ κοκ.)
- Spa

Παρεχόμενες Υπηρεσίες:

- Καθαρισμός δωματίων (πρωί/βράδυ κοκ.)
- Room Service (ωράριο, εύρος μενού, ταχύτητα κοκ.)

Πλύσιμο και σιδέρωμα ρούχων



Περιδιαβαίνοντας ένα ξενοδοχείο (5)

Αίθουσες συνεδρίων και δεξιώσεων:

- Αίθουσες
- Συμπληρωματικοί χώροι
- Υπηρεσίες

Υπηρεσίες για επαγγελματικό ταξίδι:

- Business Center
- Γραμματειακή υποστήριξη
- Σύνδεση με το διαδίκτυο:
 - Internet Corner
 - στο δωμάτιο (dataport, Ethernet, wireless, interactive TV)
 - σε κοινόχρηστους χώρους (wireless)



- d.koutoulas@gmail.com

Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημειώματα



Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση **1.0**.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Δημήτρης Κούτουλας 2015. «Διοίκηση Ξενοδοχείων. Περί Ξενοδοχείων». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/courses/BMA533/>.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (1/2)

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Διαφάνεια 4: Πηγή: Middleton, Victor T.C. (1988), *Marketing in Travel and Tourism* (Oxford: Heinemann Professional Publishing).

Διαφάνεια 5: Πηγή: Bernecker, Paul (1962), *Grundzüge der Fremdenverkehrslehre und Fremdenverkehrspolitik - Band 1: Grundlagenlehre des Fremdenverkehrs* (Wien: Österreichischer Gewerbeverlag).



Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (1/2)

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Εικόνα 1: Πηγή: CAA 2006

Γράφημα 1,2 : Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος,

http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A2001/PressReleases/A2001_STO04_DT_QQ_04_2014_01_F_GR.pdf

Γράφημα 3,4 : Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0

Γράφημα 5: Πηγή : Koutoulas, D. (2006). The Market Influence of Tour Operators on the Hospitality Industry: The Case of Greek Resort Hotels. In: Papatheodorou, A. (ed.). *Corporate Rivalry and Market Power: Competition Issues in the Tourism Industry*. London: I.B. Tauris Publishers. 94-123 [ISBN: 978-1-84511-156-4]

Γράφημα 6, 7 : Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος ,

<http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2015-HOTELS-TOTAL.pdf>



Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (2/2)

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Πίνακες

Πίνακας 1,2: Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

Πίνακας 3,4: Πηγή: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A2001&r_param=STO12&y_param=2013_00&mytabs=0

