

#### A.6.2 Ο ρόλος των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, οι δυνατότητες συνεργασιών και καινοτόμων ενεργειών

Οι μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν την πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, το 1998 οι μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, δηλαδή, με μέγεθος μέχρι 100 δωμάτια) αποτελούσαν περί το 90% του συνόλου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, διέθεταν περί το 70% των δωματίων και απασχολούσαν περί το 50% των εργαζομένων στον κλάδο (βλ. Παπανίκος Γ. (2000), Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Ι. Τ. Ε. Π.).

Όπως προκύπτει από την προαναφερθείσα μελέτη, το 1998 το 54,3% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (54,5% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων) συνεργάστηκαν σε περιπτώσεις αυξημένης ζήτησης και έλλειψης δωματίων (overbooking). Η μορφή αυτή της συνεργασίας δεν αφορά συστηματική προσπάθεια εξυπηρέτησης πελατών αλλά τη διοχέτευση τουριστών από ένα ξενοδοχείο με πληρότητα 100% σε ένα άλλο ξενοδοχείο. Επίσης, μόλις το 16,2% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (16,3% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων) συνεργάστηκαν σε κοινή διαφήμιση / ενέργεια / μάρκετινγκ, που αφορά στη διαφήμιση μέσω φυλλαδίων και, σε ορισμένες περιπτώσεις, στο διαδίκτυο με πρωτοβουλία της τοπικής ένωσης ξενοδόχων ή των δημοτικών ή των νομαρχιακών αρχών. Σε κάθε περίπτωση, οι συνεργασίες των ξενοδόχων είναι περιορισμένες αν και ενισχύονται από εθνικά ή κοινοτικά προγράμματα. Κύριος λόγος γι' αυτό είναι η δυσπιστία μεταξύ των ξενοδόχων, που βλέπουν ο ένας τον άλλο ως ανταγωνιστή.

Στον τουρισμό δραστηριοποιούνται επίσης μεταφορικές εταιρείες (αεροπορικές, ναυτιλιακές, κλπ.), επιχειρήσεις ταξιδιωτικών γραφείων, ενοικίασης αυτοκινήτων, εστιατορίων κλπ. Τα τελευταία χρόνια στον κλάδο δραστηριοποιήθηκαν και τράπεζες (μέσω των πιστωτικών καρτών τους), που προσφέρουν «πακέτα» σύντομων διακοπών τα οποία περιλαμβάνουν ξενοδοχείο, μεταφορά και ενίοτε ενοικίαση αυτοκινήτου. Επίσης, παρόμοια «πακέτα» σύντομων διακοπών διαμόρφωσαν και αεροπορικές εταιρείες. Στα «πακέτα» αυτά όμως συμμετείχαν μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων.

Οι συνεργασίες μπορούν να δημιουργήσουν τουριστικά προϊόντα με υψηλό βαθμό καινοτομικότητας. Συγκεκριμένα έχουν πραγματοποιηθεί συνεργασίες μεταξύ μικρότερων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου για το σχεδιασμό «πακέτων» πολυκεντρικών διακοπών, όπου οι τουρίστες επισκέπτονται περισσότερους του ενός προορισμούς. Μάλιστα στις πολυκεντρικές αυτές διακοπές έχουν περιληφθεί και τουριστικοί προορισμοί της Τουρκίας.

#### **A.6.3 Οι δυνατότητες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες, η πληροφορική και το διαδίκτυο**

Η χρήση της μηχανογράφησης είναι περιορισμένη στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Το 1998 μόνο το 28,2% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων διέθεταν μηχανοργάνωση (23,7% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων). Αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι οι ξενοδόχοι δεν είναι ακόμα εξοικειωμένοι με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή (Παπανίκος Γ. (2000), Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Ι. Τ. Ε. Π.). Όσον αφορά τη μηχανογράφηση των επιμέρους τμημάτων των ξενοδοχείων, με βάση την ίδια μελέτη :

- μηχανογράφηση στην υποδοχή διέθεταν το 22,6% των ξενοδοχείων (18,3% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων)
- μηχανογράφηση στο λογιστήριο διέθεταν το 16,3% των ξενοδοχείων (11,8% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων)
- αυτόματη σύνδεση υποδοχής και λογιστηρίου διέθεταν το 9,3% των ξενοδοχείων (6,1% των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων)

Καθώς είναι περιορισμένη η μηχανογράφηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, περιορισμένη είναι και η κράτηση δωματίων με ηλεκτρονικά μέσα. Στον Πίνακα A.6-1 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα μέσα ηλεκτρονικής κράτησης δωματίων μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για το 1998 :

**ΠΙΝΑΚΑΣ Α.6-1: Ηλεκτρονική κράτηση δωματίων μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (1998)**

Κατηγορία Ξενοδοχείου	Κράτηση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Κράτηση μέσω διαδικτύου
Α'	30%	37%
Β'	26%	25%
Γ'	18%	19%
Δ'	5%	5%
Ε'	5%	5%
Σύνολο	17%	18%

Πηγή: Παπανίκος Γ. (2000), Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Ι. Τ. Ε. Π.

Όπως φαίνεται στον ανωτέρω Πίνακα, μικρό μόνο ποσοστό των κρατήσεων δωματίων γίνεται ηλεκτρονικά. Η διαμεσολαβούμενη (intermediated) διανομή του τουριστικού προϊόντος έχει εκτιμηθεί ότι επιβαρύνει το κόστος της διανυκτέρευσης κατά 15 δολάρια ΗΠΑ περίπου. Η χρήση του διαδικτύου αναμένεται ότι θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στη διανομή του τουριστικού προϊόντος, καθώς θα επιτρέψει στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να έρχονται απευθείας σε επαφή με τους τουρίστες μειώνοντας έτσι σημαντικά το κόστος της διαμεσολάβησης. Επίσης, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θα μπορούν να πωλούν την τελευταία στιγμή αδιάθετα δωμάτια, ενώ οι καταναλωτές θα μπορούν να έχουν άμεση πληροφόρηση για τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Πάντως το διαδίκτυο ήδη χρησιμοποιείται από τους ίδιους τους διαμεσολαβητές της διανομής του τουριστικού προϊόντος για να μειώσουν το κόστος τους. Η επέκταση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπολογιστών τόσο από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όσο και από νοικοκυριά αναμένεται ότι θα αυξήσει το ποσοστό των απ' ευθείας κρατήσεων περιορίζοντας τη διαμεσολάβηση.

Τέλος, η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου μπορεί να δημιουργήσει καινοτομικά τουριστικά προϊόντα. Συγκεκριμένα, καθώς η διευρυνόμενη χρήση της πληροφορικής ενισχύει την ανάπτυξη

της τηλεεργασίας, οι τουρίστες θα μπορούν να κάνουν διακοπές εργαζόμενοι, για μακρύτερο χρονικό διάστημα, που μάλιστα μπορεί να είναι εκτός των καλοκαιρινών μηνών. Προϋπόθεση για αυτό είναι η παροχή υψηλής ποιότητας τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σε κάθε δωμάτιο. Κάτι τέτοιο μπορεί να είναι δαπανηρό για μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα για τα μικρά και απομονωμένα νησιά, και θα πρέπει να εξεταστεί η παροχή των υπηρεσιών αυτών με την αξιοποίηση της τηλεπικοινωνιακής υποδομής, που είναι εγκατεστημένη για τη λειτουργία τηλεϊατρικής και τηλεεκπαίδευσης.