



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

ΝΑΛΚΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΑ

T2019022

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ/ΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ:
ΜΥΛΩΝΑΣ ΝΑΟΥΜ

Αριθμός λέξεων: 12.461

ΚΕΡΚΥΡΑ 2023

Περίληψη

Η παρούσα εργασία μελετά τη φιλοσοφία του ψηφιακού μετασχηματισμού εντός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Εστιάζοντας σε θέματα ψηφιακών τεχνολογιών, παρατίθενται οι τρόποι με τους οποίους οι ξενοδόχοι ενσωματώνουν τα νέα τεχνολογικά μέσα προκειμένου να πετύχουν την αύξηση των εσόδων, τη μείωση του κόστους λειτουργίας, την επέκταση του πελατολογίου τους, και την γενικότερη προσαρμογή στο νέο σύγχρονο περιβάλλον. Επιπλέον, ξεκαθαρίζονται τα χαρακτηριστικά των όρων «ψηφιακές τεχνολογίες» και «ψηφιακός μετασχηματισμός», ενώ παρουσιάζονται και τα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία.

Λέξεις κλειδιά: ψηφιακός μετασχηματισμός, ψηφιακές τεχνολογίες, ψηφιοποίηση, ξενοδοχειακές μονάδες.

Περιεχόμενα

Περίληψη	2
Περιεχόμενα	3
Εισαγωγή.....	4
ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ	6
Κεφάλαιο 1.1: Ψηφιακές Τεχνολογίες.....	6
Κεφάλαιο 1.2: Ψηφιακός Μετασχηματισμός.....	8
Κεφάλαιο 1.3: Πλεονεκτήματα Ψηφιοποίησης.....	11
Κεφάλαιο 1.4: Έξυπνος Τουρισμός.....	12
ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	14
Κεφάλαιο 2.1: Πρακτικές Ψηφιοποίησης Ξενοδοχείων	14
Κεφάλαιο 2.2: Ψηφιακά Εργαλεία που Χρησιμοποιούν τα Ξενοδοχεία	18
Κεφάλαιο 2.3: Πλεονεκτήματα	21
Κεφάλαιο 2.4: Προκλήσεις.....	22
ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	23
Κεφάλαιο 3.1: Εργαλείο: Ανάλυση Περιπτώσεων.....	23
Κεφάλαιο 3.2: Επιλογή Περιπτώσεων προς Ανάλυση	24
ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ	25
Κεφάλαιο 4.1: Hotel Mousai.....	25
Κεφάλαιο 4.2: Hotel Wynn.....	27
Κεφάλαιο 4.3: Ξενοδοχείο Marinus.....	29
Κεφάλαιο 4.4: Yotel Hotel.....	30
Κεφάλαιο 4.5: Electra Hotels & Resorts.....	31
Κεφάλαιο 4.6: Divani Collection Hotels.....	32
Συζήτηση.....	33
Συμπεράσματα	35
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	36

Εισαγωγή

Ο εκδημοκρατισμός της διάδοσης της πληροφορίας στην ψηφιακή εποχή του σήμερα επιτρέπει την απaráμιλλη πρόσβαση σε έναν τεράστιο όγκο δεδομένων και γνώσεων. Η καθιέρωση νέων ψηφιακών τεχνολογιών έφερε την επανάσταση της πληροφορίας, διαμορφώνοντας μία νέα εικόνα στην αλληλεπίδραση, την επικοινωνία και τη πρόσβαση των ανθρώπων στη γνώση. Ο όρος και η φιλοσοφία του ψηφιακού μετασχηματισμού που εμφανίστηκε στη πορεία συνεχίζει να αποτελεί έως και σήμερα μεγάλη πρόκληση για πολλές και διαφορετικές επιχειρήσεις. Άλλωστε, καθημερινά τονίζεται η άμεση και επιτακτική ανάγκη για προσαρμογή των επιχειρήσεων στα σύγχρονα ψηφιακά δεδομένα.

Σε εποχές εξέλιξης ο άνθρωπος γνώρισε τέσσερις βιομηχανικές επαναστάσεις οι οποίες και αποτέλεσαν κομβικά σημεία στην ανθρώπινη ιστορία, σηματοδοτώντας σημαντικές αλλαγές σε οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό επίπεδο. Η μηχανοποίηση και η ατμοηλεκτρική ενέργεια συστήθηκε στην ανθρώπινη κοινωνία ως η πρώτη βιομηχανική επανάσταση, παρουσιάζοντας μία βιομηχανική οικονομία διαφορετική από την μέχρι τότε αγροτική και προωθώντας την αστικοποίηση και τη μαζική παραγωγή μέσω της χρήσης ενέργειας νερού και ατμού. Η καινοτομία που έφερε η δεύτερη βιομηχανική επανάσταση ήταν η χρήση του ηλεκτρισμού, θέτοντας γερά θεμέλια για τις σύγχρονες υποδομές και για τα δίκτυα μεταφορών που ακολούθησαν στη συνέχεια. Η τρίτη βιομηχανική επανάσταση, γνωστή και ως «Ψηφιακή Επανάσταση», αποτέλεσε την αφετηρία της νέας εποχής των υπολογιστών, της ψηφιοποίησης και των τηλεφώνων, αναδιαμορφώνοντας μία νέα εικόνα στο πεδίο της πληροφόρησης, της επικοινωνίας, του εμπορίου, ακόμα και της καθημερινής ζωής για τους ανθρώπους. Η τέταρτη και πιο πρόσφατη επανάσταση ονομάστηκε «Βιομηχανία 4.0» και αποτελεί μία συγχώνευση τεχνολογιών, αλλά και ένα συνονθύλευμα ανταλλαγής δεδομένων στις τεχνολογίες παραγωγής.

Η αναφορά στη τέταρτη βιομηχανική επανάσταση από ακαδημαϊκούς, επιχειρηματίες, πολιτικούς και άλλους συναφείς επαγγελματίες αυξάνεται όλο και περισσότερο. Η ανθρωπότητα βρίσκεται στο κατώφλι μιας νέας βιομηχανικής επανάστασης, που χαρακτηρίζεται από την ευφυή εκμάθηση και αυτό-εκπαίδευση των ίδιων των μηχανών (machine learning), την επιστήμη των δεδομένων (data science) και την τεχνητή νοημοσύνη (artificial intelligence) που συνδυαστικά δημιουργούν προκλήσεις και ευκαιρίες (Παπαδόπουλος, 2019).

Η «Βιομηχανία 4.0» αποτελείται από νέες τεχνολογίες, οι οποίες λειτουργούν τόσο αυτόνομα, όσο και συνδυαστικά μεταξύ τους, αλληλοεπιδρώντας με τέτοιο τρόπο που δημιουργούν νέες «επιστήμες» στο χώρο της τεχνολογίας. Τα αυτόματα ρομπότ, η ενσωμάτωση συστημάτων, η οποία πραγματοποιείται με την διαδικτυακή ενσωμάτωση και διασύνδεση μηχανών και λογισμικού, οι τρισδιάστατες εκτυπώσεις, οι ψηφιακές προσομοιώσεις, το Διαδίκτυο των Πραγμάτων, γνωστό και ως «Internet of Things»¹,

¹ Το Internet of Things, γνωστό και ως «IoT» περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές που έχουν ενσωματωμένο αισθητήρα ή υπολογιστή και με τη χρήση internet μπορούν να μεταδώσουν στους χρήστες πληροφορίες ή να δεχτούν εντολές. Σήμερα συναντάμε παντού τέτοιου

το cyber security, κ.ά. είναι μόνο μερικές επαναστατικές λειτουργίες που έφερε η «Βιομηχανία 4.0» στη καθημερινότητα των ανθρώπων του σήμερα, καθιερώνοντας νέους εισερχόμενους όρους σε ένα τεχνολογικό σύγχρονο νέο περιβάλλον.

Το γενικότερο κλίμα γύρω από την «σύγχρονη» αυτή επανάσταση του 21^{ου} αιώνα φέρει τεχνολογικές εξελίξεις σε πολλούς τομείς, συμπεριλαμβανομένου και εκείνου των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Στο κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας παρουσιάζεται μία πληθώρα επιλογών ψηφιακών τεχνολογιών με σκοπό την βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, τον εξορθολογισμό των λειτουργιών και τη βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων². Οι νέες τεχνολογίες που προκύπτουν και εμφανίζονται καθημερινά, καθώς και το γενικότερο κλίμα του ψηφιακού μετασχηματισμού, επαναπροσδιορίζουν όχι μόνο τις ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και τη γενικότερη τουριστική βιομηχανία. Τα αποτελέσματα δεν αφορούν μόνο τις λειτουργικές και στρατηγικές πολιτικές της εκάστοτε επιχείρησης, αλλά αφορούν και θέματα υποδομής, ενισχύοντας τη βιωσιμότητα των ξενοδοχείων.

Ψηφιακές τεχνολογίες όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα, το Διαδίκτυο των Πραγμάτων, οι εφαρμογές για smartphones, κ.ά. είναι μόνο μερικά από τα σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων προκειμένου να αυξήσουν το τζίρο τους, να μειώσουν τα έξοδα τους, να προσελκύσουν πελάτες, αλλά ταυτόχρονα να αποκτήσουν φήμη, να εξελιχθούν το κλάδο τους και να καινοτομήσουν.

είδους συσκευές, ο ρόλος των οποίων είναι να «κατανοούν» τις ανάγκες των χρηστών και να τους εξυπηρετούν γρήγορα και έξυπνα.

² Οι καινοτομίες οι οποίες σχετίζονται με τον τομέα της φιλοξενίας είναι κατά κύριο λόγο το διαδίκτυο των πραγμάτων, η τεχνητή νοημοσύνη, η ανάλυση δεδομένων και η αυτοματοποίηση. Οι περισσότερες από αυτές τις καινοτομίες προαναφέρθηκαν ως τίτλοι στη προηγούμενη παράγραφο.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ

Κεφάλαιο 1.1: Ψηφιακές Τεχνολογίες

Ο όρος «τεχνολογία» ή «technology» προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις «τέχνη» και «λόγος» (Liddell Scott, 1980)³ και αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ανθρώπινης καθημερινότητας και κοινωνίας. Ερμηνεύοντας ιστορικά τον όρο θα λέγαμε πως η «τεχνολογία» ξεκίνησε να υπάρχει με την εμφάνιση του πρώτου διαμορφωμένου εργαλείου στις πρωτόγονες κοινωνίες και φτάνει έως και τις κατασκευές της σύγχρονης τελευταίας τεχνολογίας. Σαν ορισμός αγγίζει την έννοια της κατασκευής, της τροποποίησης και της χρήσης γνώσεων και άλλων μέσων προκειμένου να επιτευχθεί η επίλυση ενός προβλήματος ή η βελτίωση μίας ήδη υπάρχουσας λύσης, όπως επίσης και η ολοκλήρωση στόχων ή και η εκτέλεση μίας συγκεκριμένης λειτουργίας.

Η τεχνολογία κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος στην ανθρώπινη κοινωνία, κάτι το οποίο στηρίζεται στην αδιάκοπη εξέλιξή της. Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο τα τεχνολογικά δημιουργήματα, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα σήμερα να αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Δεν είναι παράλογο να πούμε άλλωστε πως ο σύγχρονος υλικός πολιτισμός των συστημάτων, του διαδικτύου και της τεχνητής νοημοσύνης στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στην εξέλιξη της τεχνολογίας, την οποία παρήγαγε επιτυχώς ο άνθρωπος.

Η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί παράγωγο της τεχνολογικής εξέλιξης και η χρήση της εξυπηρετείται μέσω σύγχρονων συσκευών αναμετάδοσης δεδομένων. Σε αντίθεση με τη «παραδοσιακή» αναλογική τεχνολογία, η ψηφιακή αναμεταδίδει διάφορους τύπους δεδομένων με ψηφιακά σήματα, δηλαδή δυαδικά ψηφία⁴. Ως πρωταγωνιστής της εξέλιξης του σήμερα, η ψηφιακή τεχνολογία περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και συστημάτων περιλαμβάνοντας απλές ηλεκτρονικές συσκευές, απαραίτητες για την καθημερινότητα, όπως ένα smartphone και υπολογιστές, αλλά και πολύπλοκα συστήματα, όπως η τεχνητή νοημοσύνη.

Από τα βασικότερα παραδείγματα ψηφιακής τεχνολογίας αποτελούν οι υπολογιστές, οι οποίοι και χρησιμοποιούνται για την επεξεργασία, την αποθήκευση και την εμφάνιση ψηφιακών πληροφοριών. Στην ίδια κατηγορία υπολογιστών συμπεριλαμβάνονται τόσο οι επιτραπέζιοι, όσο και οι φορητοί υπολογιστές και τα tablets. Αυτές οι συσκευές αποτελούν σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητας, καθώς δεν είναι λίγοι εκείνοι οι οποίοι χρησιμοποιούν τους υπολογιστές για εργασία. Συνδεδεμένες με τους υπολογιστές είναι και οι ιστοσελίδες, αποτελώντας άλλο ένα παράδειγμα ψηφιακής τεχνολογίας και μία από τις δημοφιλέστερες μεθόδους

³ Πηγή: <https://el.wikipedia.org>

⁴ Τα δυαδικά ψηφία αποτελούν, στην επιστήμη των υπολογιστών, μεταβλητές ή αλλιώς υπολογίσιμες ποσότητες με δύο πιθανές τιμές. Οι τιμές αυτές ερμηνεύονται ως δυαδικά ψηφία και αναπαρίστανται με τους αριθμούς 0 και 1.

πρόσβασης στο διαδίκτυο, μιας που οι ιστότοποι παρέχουν πληθώρα πληροφοριών. Τα κινητά τηλέφωνα είναι άλλη μία επαναστατική ψηφιακή τεχνολογία που συναντάται καθημερινά.

Τα λογισμικά συστήματα, όπως προγράμματα και εφαρμογές, σχεδιάστηκαν με σκοπό την εκτέλεση συγκεκριμένων εργασιών σε υπολογιστές, σε επεξεργαστές κειμένου, σε προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο, σε λογισμικά επεξεργασίας φωτογραφιών, κ.ά. αποτελώντας άλλο ένα παράδειγμα ψηφιακής τεχνολογίας του σήμερα. Το διαδίκτυο στηρίζεται κι εκείνο με τη σειρά του στην όλη φιλοσοφία της ψηφιακής επικοινωνίας και της ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ των συσκευών, του διαδικτύου, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επιπρόσθετα αξίζει να αναφερθεί και το υπολογιστικό νέφος (cloud computing), το οποίο αφορά υπηρεσίες και πλατφόρμες που επιτρέπουν στους χρήστες να αποθηκεύουν, να διαχειρίζονται και να έχουν πρόσβαση σε εφαρμογές και αποτελεί ουσιαστικά τη διάθεση των υπολογιστικών πόρων μέσω διαδικτύου από κεντρικά συστήματα απομακρυσμένα από τον χρήστη, εξυπηρετώντας αυτοματοποιημένες διαδικασίες και παρέχοντας ευκολίες και ευελιξία σύνδεσης.

Η ψηφιακή τεχνολογία συνδέεται επιπλέον και με την ψυχαγωγία, πλάθοντας μια μορφή ψηφιακής ψυχαγωγίας δεδομένων των συνθηκών που έφερε η τεχνολογική εξέλιξη του 21^{ου} αιώνα και η «Βιομηχανία 4.0». Τα video streaming, τα videogames, τα e-books, κ.ά. κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος στη σύγχρονη κοινωνία, ιδιαίτερα από τις νέες γενιές ανθρώπων, εξελίσσοντας τις παραδοσιακές μορφές με έναν σύγχρονο και μοντέρνο τρόπο.

Το blockchain (Ματθαίου, 2021) αποτελεί κι εκείνο με τη σειρά του ένα σπουδαίο παράδειγμα ψηφιακής τεχνολογίας το οποίο είναι υπεύθυνο για την ανάπτυξη ενός συστήματος διατήρησης αρχείων, ταυτισμένο με τη τεχνολογία ενός κατακευματισμένου λογιστικού βιβλίου, επιτρέποντας ασφαλείς και διαφανείς συναλλαγές. Ως μία βάση δεδομένων, το blockchain είναι δύσκολο, έως και αδύνατο, να τροποποιηθεί, να χακαριστεί ή να κλαπεί. Επίσης, συχνή είναι η σύνδεση αυτής της «αλυσίδας» με κρυπτονομίσματα, όπως το Bitcoin⁵.

Από τα δημοφιλέστερα παραδείγματα θεωρούνται επίσης και το Διαδίκτυο των Πραγμάτων, το οποίο αναφέρθηκε προηγουμένως, αλλά και η τεχνητή νοημοσύνη. Η τεχνητή νοημοσύνη «AI» αποτελεί ένα σύνολο τεχνολογιών που επιτρέπουν σε υπολογιστές και μηχανές να εκτελούν εργασίες οι οποίες απαιτούν ανθρώπινη

⁵ Τα Bitcoin είναι τα ευρέως γνωστότερα κρυπτονομίσματα, βασισμένα στην τεχνολογία blockchain. Επρόκειτο για ψηφιακά κέρματα, παρόμοια με τα φυσικά, τα οποία αποτελούνται από έναν εικονικό μηχανισμό συναλλαγών. Τα άυλα ψηφιακά νομίσματα δεν απαιτούν κεντρική τράπεζα για να εκδοθούν και οι συναλλαγές τους πραγματοποιούνται με τη μορφή ψηφιακών μεταφορών ανάμεσα σε χρήστες τους. Από το 2009 και μετέπειτα η εμφάνιση των κρυπτονομισμάτων αυξάνεται στο σύγχρονο ανθρωπιστικό περιβάλλον, με πολλές χώρες να αποδέχονται αυτή τη νέα ψηφιακή τεχνολογία στο χώρο των συναλλαγών και του κέρδους. Η Τράπεζα της Ελλάδος δεν υποστηρίζει τα κρυπτονομίσματα ως επίσημο νόμισμα συναλλαγής. Δεν αποτελούν γενικά αποδεκτό μέσο πληρωμής, θεωρώντας τα ασταθή και πως δεν υποστηρίζουν καμία κεντρική δημόσια αρχή.

νοημοσύνη, όπως η ανάλυση εικόνων, η λήψη αποφάσεων, η αναγνώριση ομιλίας, η έρευνα, κ.ά. (Sap.com).

Σύμφωνα με τον Χάρη Ματθαίου, «υπάρχουν πολλά ακόμα παραδείγματα ψηφιακής τεχνολογίας με αμέτρητες εφαρμογές, όπως αυτοκίνητα, τρισδιάστατες εκτυπώσεις, μηχανήματα ΑΤΜ, ρομποτική, drones και κατευθυνόμενοι πύραυλοι, τράπεζες και χρηματοοικονομικά, gadgets, social media, ψηφιακή μουσική, κλπ. Στην πραγματικότητα, στην εποχή που ζούμε, σχεδόν τα πάντα σχετίζονται έτσι κι αλλιώς με την ψηφιακή τεχνολογία, είτε με τον ένα είτε με τον άλλο τρόπο»⁶.

Μέσα σε ένα σύγχρονο περιβάλλον η τεχνολογία έχει εισχωρήσει ολοφάνερα στη καθημερινή ζωή ως κομμάτι της, αλλάζοντας τη μορφή ακόμα και σε απλά πράγματα, όπως το να ερευνήσει κανείς ένα θέμα, να εκτελέσει μία ενέργεια και οτιδήποτε άλλο. Οι νέες τεχνολογίες εξελίσσονται χρόνια με τα χρόνια και φέρνουν τον άνθρωπο σε μία προσπάθεια προσαρμογής στο καινούργιο. Η ανησυχία που προκύπτει από την αέναη τεχνολογική εξέλιξη εστιάζει στο αν θα καταφέρει η ανθρωπότητα να ανταπεξέλθει στους νέους ρυθμούς εξέλιξης ή στη περίπτωση που αποτύχει αν θα οδηγηθεί στο περιθώριο της εξέλιξης αυτής.

Αξίζει να επισημανθεί πως κατά τη περίοδο της πανδημίας του Covid-19 οι ψηφιακές τεχνολογίες έπαιξαν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην λειτουργία των επιχειρήσεων και των εφοδιαστικών αλυσίδων, προσφέροντας ουσιαστικά πλεονεκτήματα όπως αυξημένη παραγωγικότητα, ποιότητα και εξατομίκευση σε προϊόντα και υπηρεσίες, υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων μέσω δεδομένων και μοντέλων, βελτιωμένη ικανότητα επικοινωνίας και συνεργασίας και ικανότητα ταχύτερης ανταπόκρισης από απόσταση στις απαιτήσεις τις αγορές. Ως συνέχεια αυτής της πραγματικότητας και στο πλαίσιο της τέταρτης βιομηχανικής επανάστασης, οι ψηφιακές τεχνολογίες μπορούν να προσφέρουν πλέον τόσο σημαντική επιχειρηματική αξία, όσο και τη δυνατότητα μετασχηματισμού των επιχειρήσεων και των διάφορων οικονομικών κλάδων.

Κεφάλαιο 1.2: Ψηφιακός Μετασχηματισμός

«Digital transformation» ή «ψηφιακός μετασχηματισμός» ονομάζεται η χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών με σκοπό τον μετασχηματισμό επιχειρήσεων και υπηρεσιών (Πηγή: <https://ict.uoc.gr/index.php/>). Ο σύγχρονος ψηφιακός αυτός μετασχηματισμός πραγματοποιείται κατά βάση μέσω ηλεκτρονικών ιστοσελίδων, του Διαδικτύου των Πραγμάτων, του υπολογιστικού νέφους και της τεχνητής νοημοσύνης. Εν ολίγοις, των ψηφιακών τεχνολογιών που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Βασικοί στόχοι της διαδικασίας του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι η εφαρμογή και η αξιοποίηση των τεχνολογιών κυρίως στον τομέα της οικονομίας και της

⁶ Ματθαίου, Χ. (2021). Η επίδραση της Ψηφιακής Τεχνολογίας. Βασικά παραδείγματά της που έχουν αλλάξει τη ζωή ανθρώπων σήμερα. Nowmag.gr: <https://nowmag.gr/>

καθημερινής ζωής, δεδομένου ότι οι τεχνολογίες αποτελούν πλέον βασικό κομμάτι της καθημερινότητας καταναλωτών και επιχειρήσεων. Μέσω του ψηφιακού μετασχηματισμού παρέχεται η δυνατότητα δημιουργίας νέων και πρωτοποριακών επιχειρηματικών μοντέλων και πρακτικών, κάτι το οποίο απαιτεί ο 21^{ος} αιώνας καθώς η οικονομία έχει εισέλθει σε μία ψηφιακή εποχή. Πυλώνας αυτού του μετασχηματισμού αποτελεί η εφαρμογή της καινοτομίας και της πρωτοτυπίας, αξιοποιώντας τις υφιστάμενες τεχνολογικές δυνατότητες και τις ευκαιρίες του σήμερα.

Η ιστορία διδάσκει πως ο πρώτος ψηφιακός μετασχηματισμός έγινε με την εισαγωγή της τεχνολογίας και της πληροφορικής στη ζωή των ανθρώπων τη δεκαετία του 1980. (Αλαμάνου, 2018). Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής χρησιμοποιήθηκε αρχικά ως μέσο εργασίας για εκείνους την εποχή που η πρόσβαση στη πληροφορία έγινε ευκολότερη και γρηγορότερη.

Ο δεύτερος μετασχηματισμός σημειώθηκε με τη χρήση του «Διαδικτύου των Πραγμάτων» και έλαβε την ονομασία «cyber physical system». (Αλαμάνου, 2018). Ο όρος ταυτίζεται με το αποτέλεσμα του τρόπου παραγωγής των αγαθών και υπηρεσιών, τα επιχειρηματικά μοντέλα και την αναδιοργάνωση της εργασίας και της πληροφορίας. Η διείσδυση των ψηφιακών τεχνολογιών στις επιχειρήσεις, με σκοπό την βέλτιστη λειτουργία τους, πραγματοποιείται με άξονες τη μείωση του κόστους λειτουργίας, τη προσθήκη αξίας στις παρεχόμενες υπηρεσίες ή στα προϊόντα, τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, την ανάπτυξη και βελτίωση του επιχειρησιακού μοντέλου μιας επιχείρησης που εστιάζει στη προσέγγιση των πελατών, στην ανάπτυξη και υποστήριξη των εργαζομένων της, κλπ.

Αποτέλεσμα των διαδικασιών του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι οι μεταβολές στις διαδικασίες παραγωγής και στα δίκτυα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών παράλληλα με την διεθνοποίησή τους, αλλά και μεταβολές στον τρόπο οργάνωσης και στην εταιρική κουλτούρα των επιχειρήσεων. Επιπλέον, τροποποιούνται οι απαιτήσεις σε γνώσεις και δεξιότητες, ενώ αλλάζει το τοπίο και στις εργασιακές σχέσεις.

Για την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψιν ζητήματα ηθικής, νομικής, οικονομικής και οικολογικής φύσης, όπως επίσης και ζητήματα ασφάλειας και εμπιστευτικότητας. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος τόσο με τις ψηφιακές τεχνολογίες και τα νέα μέσα όσο και με τον ίδιο τον άνθρωπο, κι αυτό τονίζεται ακόμη περισσότερο από τα θέματα που οφείλουν να διαχειριστούν οι επιχειρήσεις. Τέτοιου είδους ζητήματα είναι η σχέση του ίδιου του ανθρώπου με τους υπολογιστές, ο καταλογισμός ευθυνών και κινδύνων ανάμεσα στους πομπούς και τους δέκτες των επιχειρήσεων, η ορθή διαχείριση των πηγών ενέργειας και των πρώτων υλών, καθώς και η εχεμύθεια των προσωπικών δεδομένων και η διασφάλιση της εμπιστευτικότητας μέσα σε ένα γενικό κλίμα κινδύνου στον κυβερνοχώρο.

Η σύγχρονη ψηφιακή εποχή του 21^{ου} αιώνα απαιτεί τη μετάβαση από τους παραδοσιακούς τρόπους καθημερινής λειτουργίας στις νέες τεχνολογίες. Δεν είναι λίγοι εκείνοι οι οποίοι έχουν γνώση των δυνατοτήτων των ψηφιακών τεχνολογιών που μπορεί να προσφέρει η «Βιομηχανία 4.0». Ο ψηφιακός μετασχηματισμός, μέσω της διαδικασίας ψηφιοποίησης και της υιοθέτησης νέων τεχνολογιών, δημιουργεί στέρεο έδαφος για την ανάπτυξη της εκάστοτε επιχείρησης, την απλοποίηση του τρόπου

λειτουργίας της, αλλά και την αύξηση της αποτελεσματικότητας. Επίσης, το γενικό κλίμα φέρει τον ψηφιακό μετασχηματισμό ως εργαλείο βελτίωσης της παραγωγικότητας και αύξησης του κέρδους μέσω της μείωσης των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης.

Όσον αφορά τον δέκτη, η συμπεριφορά του καταναλωτή- πελάτη της επιχείρησης αλλάζει τις καταναλωτικές συνήθειες του, κάτι που πραγματοποιείται μέσω των ψηφιακών τεχνολογιών. Κινητές συσκευές, μηχανική εκμάθηση, τεχνητή νοημοσύνη, εφαρμογές, κλπ. είναι μερικά μόνο από τα μέσα που προσφέρουν οι ψηφιακές τεχνολογίες με σκοπό να εξυπηρετηθεί ο ίδιος ο χρήστης. Συμπερασματικά θα λέγαμε πως ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο θα εξυπηρετηθούν ταυτόχρονα τα συμφέροντα της επιχείρησης και τα «θέλω» των καταναλωτών.

Βασικοί άξονες του ψηφιακού μετασχηματισμού για τις επιχειρήσεις, σύμφωνα με την εταιρία digital marketing *Cactus*, είναι ο πελάτης και η αγοραστική του εμπειρία (customer experience), το μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης (business model), οι διαδικασίες λειτουργίας (operational process) και η ενδυνάμωση του προσωπικού (employees empowerment)⁷.

Το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, συνειδητοποιώντας την άμεση ανάγκη για προτεραιότητα του ψηφιακού μετασχηματισμού στην Ελλάδα, προχώρησε σε συνεργασία του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, με ερευνητικούς και τεχνολογικούς φορείς της χώρας, με την ακαδημαϊκή και επιστημονική κοινότητα, αλλά και την ίδια τη κοινωνία και τους πολίτες. Πέρα του ψηφιακού μετασχηματισμού της Ελλάδας, στοχεύει στον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης, στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πολίτη και των επιχειρήσεων, αλλά και στη δημιουργία νέων, επιπρόσθετων πηγών οικονομικής ανάπτυξης. Σε ένα τέτοιο κλίμα ψηφιακού εκσυγχρονισμού και με το όραμα μιας «Ψηφιακής Ελλάδας», το Υπουργείο έχει εκπονήσει και υλοποιεί μία εθνική στρατηγική με επτά βασικούς στόχους:

1. Ασφαλής, γρήγορη και αξιόπιστη πρόσβαση στο διαδίκτυο.
2. Δημιουργία ενός ψηφιακού κράτους που προσφέρει καλύτερες ψηφιακές υπηρεσίες στους πολίτες.
3. Ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων για όλους τους πολίτες
4. Διευκόλυνση μετατροπής κάθε ελληνικής επιχείρησης σε ψηφιακή επιχείρηση.
5. Στήριξη και ενίσχυση της ψηφιακής καινοτομίας
6. Παραγωγική αξιοποίηση των δεδομένων του Δημοσίου
7. Ένταξη των σύγχρονων τεχνολογιών σε όλους τους τομείς της οικονομίας.

Κλείνοντας, είναι ανάγκη να τονιστεί πως στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο ψηφιακός μετασχηματισμός πραγματοποιείται με διαφορετικούς ρυθμούς ανά τομέα δραστηριότητας⁸. Παρόλα αυτά, η τακτική αυτή δεν επηρεάζει τη ταχεία εξάπλωση τόσο του ψηφιακού μετασχηματισμού, καθώς οι ψηφιακές τεχνολογίες που αποτελούν

⁷ Βλ. <https://www.cactusweb.gr/>

⁸ Τομείς δραστηριότητας είναι η παιδεία, η υγεία, η εργασία, το περιβάλλον, η δημόσια διοίκηση, ο πολιτισμός, ναυτιλία, η αγροτική ανάπτυξη, ο τουρισμός, κ.ά.

μέρος του συμβάλλουν άμεσα στον ψηφιακό «εκσυγχρονισμό» των επιχειρήσεων σε μία εποχή που απαιτεί την ένταξη των τεχνολογικών μέσων.

Κεφάλαιο 1.3: Πλεονεκτήματα Ψηφιοποίησης

Ο όρος «ψηφιοποίηση» κυριαρχεί τον 21^ο αιώνα και αφορά τη διαδικασία μετατροπής ενός φυσικού αντικειμένου σε ηλεκτρονική μορφή. Όλο και συχνότερα πλέον έγγραφα, φωτογραφίες, κείμενα, κλπ., προχωρούν στη διαδικασία μετάβασης από αναλογική σε ψηφιακή μορφή, κάτι που απαιτεί η τεχνολογική εξέλιξη του σήμερα (Βικιπαίδεια). Επιπλέον η ψηφιοποίηση έχει επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο σκέψης του ανθρώπου για την πληροφορία.

Παρόλο που οι όροι «ψηφιοποίηση» και «ψηφιακός μετασχηματισμός» είναι πρακτικά συνδεδεμένοι, χρησιμοποιούνται διαφορετικά. Κοινός παρονομαστής και των δύο είναι η υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών και λύσεων, τόσο για τον ιδιωτικό όσο και τον δημόσιο τομέα. Στόχοι της ψηφιοποίησης είναι η αυτοματοποίηση διαδικασιών και η δημιουργία ενός νέου πλαισίου λειτουργίας με γνώμονα τη τεχνολογία. Από την άλλη, ο ψηφιακός μετασχηματισμός στοχεύει σε μία «ψηφιακή επανάσταση» ώστε να επιτευχθούν ριζικές κοινωνικές αλλαγές και η εξασφάλιση ενός ψηφιακού μέλλοντος.

Όπως και η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών έτσι και η διαδικασία της ψηφιοποίησης επιφέρει σημαντικά οφέλη για την εκάστοτε επιχείρηση, όπως η αύξηση της παραγωγικότητας, η καλύτερη εξυπηρέτηση του δέκτη- πελάτη και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας σε επιχειρήσεις ίδιου κλάδου. Η ψηφιοποίηση μιας επιχείρησης αποτελεί καταλύτη για την τεχνολογική της αναβάθμιση, λειτουργώντας ως στρατηγικός μοχλός για την αύξηση του κέρδους και τη μείωση των εξόδων. Ο τελευταίος στόχος πιο συχνά επιτυγχάνεται μέσω της αξιοποίησης ψηφιακών τεχνολογιών και εργαλείων, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η ανάλυση δεδομένων και η αυτοματοποίηση διαδικασιών.

Η διαδικασία της ψηφιοποίησης επιφέρει πολλά πλεονεκτήματα σε μία επιχείρηση. Μεταξύ άλλων, επιτυγχάνεται η βελτιωμένη ταχύτητα όχι μόνο μεταξύ της επικοινωνίας πομπού και δεκτών, όπως προαναφέρθηκε, αλλά και στην εκτέλεση εργασιών με χαμηλότερο κόστος και λιγότερο πολλές φορές ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον, η διαδικασία της ψηφιοποίησης από μόνη της αποτελεί σπουδαία καινοτομία για τη ψηφιακή εποχή της «Βιομηχανίας 4.0», επιτρέποντας στις ψηφιακές τεχνολογίες να ανοίγουν νέους δρόμους στην ανάπτυξη νέων πρωτοποριακών προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρηματικών μοντέλων. Επίσης, μέσω της ψηφιοποίησης καταργούνται τα γεωγραφικά εμπόδια, επιτρέποντας σε επιχειρήσεις να προσεγγίσουν πελάτες, προμηθευτές και εμπούς σε όλο τον κόσμο, συμβάλλοντας στη καλή ανταγωνιστικότητα και συνεργασία.

Κλείνοντας συμπεραίνεται ότι η ψηφιοποίηση αποτελεί σημαντικό τμήμα στη διαδικασία του ψηφιακού μετασχηματισμού, συνδεδεμένη στενά με τα ψηφιακά

εργαλεία και τις ψηφιακές τεχνολογίες. Σε μία εποχή υπερκαταναλωτισμού, ηλεκτρονικών συναλλαγών και πωλήσεων η ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων φαντάζει πρωταρχικό βήμα για την ενσωμάτωση και την βελτιστοποίηση των λειτουργιών της στον 21^ο αιώνα.

Κεφάλαιο 1.4: Έξυπνος Τουρισμός

Η τεχνολογικά εξελιγμένη εποχή του 21^ο αιώνα χαρακτηρίζεται ως «εποχή της πληροφορίας», αφού οι ποικίλες πηγές αυτής διευρύνονται και μπορούν να αναζητηθούν παντού. Θα μπορούσαμε να πούμε πως η εξέλιξη της πληροφορίας στη σύγχρονη εποχή κορυφώθηκε με τη δημιουργία των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), οι οποίες και επέτρεψαν την άμεση πρόσβαση σε έναν τεράστιο όγκο δεδομένων μέσω διαδικτύου. Χάρη σε αυτές η κοινωνία έχει αλλάξει τοπίο, καθιστώντας τη πληροφορία και τη γνώση πιο εύκολα προσβάσιμες, προωθώντας παράλληλα την παγκόσμια συνδεσιμότητα και συνεργασία.

Ο όρος «Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών» αναφέρεται σε όλο το φάσμα της τεχνολογίας και του εξοπλισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς επίσης και στο διαδίκτυο, τη τηλεφωνία, τα λογισμικά συστήματα, τις ψηφιακές εφαρμογές και τις ολοκληρωμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες (Πηγή: <https://elearning.ekdd.gr/>). Η σημασία και η εξέλιξη των τεχνολογιών αυτών είναι τόσο μεγάλη, περιλαμβάνοντας μάλιστα όλες τις τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών, φτάνοντας σήμερα να αποτελεί σημαντικό επιστημονικό πεδίο.

Η τεχνολογική εξέλιξη που έφεραν οι ΤΠΕ εμφάνισε νέους όρους στο προσκήνιο, όπως ο όρος «έξυπνες πόλεις». «Έξυπνη» χαρακτηρίζεται μία πόλη η οποία, ενσωματώνοντας ψηφιακές τεχνολογίες, προσφέρει στους πολίτες και επισκέπτες της υπηρεσίες που διευκολύνουν την καθημερινότητά τους με εύκολο και αποτελεσματικό, βιώσιμο τρόπο. Τέτοιες υπηρεσίες είναι ευρύ φάσματος και αφορούν τη μετακίνηση, τη διαχείριση ενέργειας και απορριμμάτων, την ύδρευση, κ.ά. (Βλάσση, Δεϊμερντζόγλου, 2023). Εστιάζοντας στα δεδομένα της Ευρώπης και λαμβάνοντας υπόψιν ότι η πλειοψηφία των πολιτών έχει στη κατοχή της από ένα «έξυπνο» τηλέφωνο, πολλές πόλεις σε Ευρωπαϊκές χώρες έχουν ενσωματώσει τεχνολογίες όπως η τοποθέτηση QR κώδικα για την ενημέρωση των δρομολογίων σε στάσεις μέσων μαζικής μεταφοράς, παρουσιάζοντας σε πραγματικό χρόνο τη πορεία των λεωφορείων και την ακριβή ώρα άφιξής τους, έτσι ώστε να διευκολύνονται οι μετακινήσεις. Πλάι με τις «έξυπνες πόλεις» πορεύεται και ο «έξυπνος τουρισμός».

Η έννοια του έξυπνου τουρισμού (ή smart tourism) αξιοποιεί τις δυνατότητες των εργαλείων πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) για την απρόσκοπτη ενσωμάτωση ψηφιακών πληροφοριών και υπηρεσιών, με σκοπό την καλύτερη δυνατή τουριστική εμπειρία (VisaIndex, 2023). Αντίστοιχα με τις «έξυπνες πόλεις», ο «έξυπνος τουρισμός» αφορά προορισμούς που παρέχουν, μέσω ψηφιακών εργαλείων, προϊόντα και υπηρεσίες στους τουριστικούς επισκέπτες, βελτιώνοντας τη ταξιδιωτική τους

εμπειρία (Βλάσση, Δεϊμερντζόγλου, 2023). Εύλογα συμπεραίνει κανείς πως όσες περισσότερες τεχνολογίες ενσωματώνει μία πόλη, τόσες νέες δυνατότητες θα παρέχει στους τουρίστες της.

Οι τεχνολογίες του έξυπνου τουρισμού στοχεύουν σε εξατομικευμένες, βολικές, αποτελεσματικές και ασφαλείς επιλογές ταξιδιού, ενώ παράλληλα υποστηρίζει και τις χώρες υποδοχής, προωθώντας την οικονομική ανάπτυξη και προστατεύοντας και αναδεικνύοντας την πολιτιστική κληρονομία, ενώ μειώνονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής βιομηχανίας (VisaIndex, 2023). Επιπλέον για τις χώρες υποδοχής, επενδύοντας και αναπτύσσοντας τεχνολογίες που βασίζονται στις ΤΠΕ για τον τουρισμό, μπορούν να ενισχύσουν τη δέσμευση των επισκεπτών, προσελκύοντας την ίδια στιγμή περισσότερο κόσμο, συνεπώς και περισσότερα έσοδα.

Ο έξυπνος τουρισμός έχει σημείο εκκίνησης την Ευρώπη, παρουσιάζοντας ήδη σπουδαία αποτελέσματα τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όσο και αλλού (VisaIndex, 2023). Από τα πιο γνωστά παραδείγματα ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογιών στα πλαίσια του έξυπνου τουρισμού είναι η πρόσβαση σε δωρεάν WiFi σε όλες τις χώρες, αυτοματοποιημένες ειδοποιήσεις σχετικά με τα κυκλοφοριακά πρότυπα ή τα δημόσια συμβάντα, ηλεκτρονικές κάρτες για πολιτιστικούς χώρους (με δυνατότητα ηλεκτρονικής έκδοσης), ηλεκτρονικές επιλογές μεταφοράς, κ.ά.

Με αυτό τον τρόπο οι ΤΠΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον τουρισμό, τα ταξίδια και τη βιομηχανία φιλοξενίας, ενώ η ενσωμάτωσή τους στη τουριστική βιομηχανία είναι απαραίτητη για την επιτυχία της τουριστικής επιχείρησης (Bethapudi, 2013). Παράλληλα, διευκολύνουν τον επισκέπτη να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες των τουριστικών προϊόντων και προορισμών, από οπουδήποτε και οποτεδήποτε. Για τις τουριστικές επιχειρήσεις, η σημασία των τεχνολογιών αυτών έγκειται στην προσέγγιση των επισκεπτών και την πραγματοποίηση των πελατειακών στόχων, ενώ στρατηγικός στόχος αποτελεί η ενσωμάτωση των ΤΠΕ στον τουρισμό που θα επιτρέψει τη μεγαλύτερη προσβασιμότητα, ορατότητα των πληροφοριών, τη διαθεσιμότητα ποικιλίας υπηρεσιών και την ικανοποίηση των πελατών.

Μία τέτοια μετάβαση στις ψηφιακές τεχνολογίες και αναδιοργάνωση του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο δημιούργησε σταδιακά μία νέα αλλαγή στο τοπίο, μεταβάλλοντας τη δομή του τουριστικού κλάδου και αναπτύσσοντας ένα ευρύ φάσμα ευκαιριών και απειλών. Όλο και σαφέστερα σήμερα, οι ΤΠΕ διαδραματίζουν καθημερινά ένα κρίσιμο ρόλο για την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών οργανισμών και προορισμών, αποτελώντας έτσι έναν βασικό καθοριστικό παράγοντα (Bethapudi, 2013).

Οι Gretzel και Scarpino- Johns έχουν περιγράψει τον έξυπνο τουρισμό ως ένα σύνολο έξι επιπέδων: φυσικό, τεχνολογικό, δεδομένων, διακυβέρνησης, επιχειρήσεων και εμπειρίας. Τα επίπεδα αυτά συνεργάζονται για να υλοποιήσουν αυτό που συνήθως αναφέρεται ως πυλώνες ή άξονες του του έξυπνου τουρισμού στη βιβλιογραφία (Καλαντζή, 2020). Οι άξονες του έξυπνου τουρισμού αφορούν την αποτελεσματική χρήση της προηγμένης τεχνολογίας, τη κινητικότητα/ προσβασιμότητα, την βιωσιμότητα και την ανάπτυξη γνώσης ή καινοτομίας.

Βέβαια, παρόλο που ο έξυπνος τουρισμός δίνει έμφαση στις πτυχές της τεχνολογίας και της καινοτομίας, δεν αρκούν αυτά μόνο τα δύο για την υλοποίηση των στόχων του. Σημαντικοί παράμετροι που πρέπει να ληφθούν υπόψιν είναι η «μαλακή εξυπνάδα» (Boes, κ.ά.), δηλαδή επενδύσεις σε ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο και ο συντονισμός και η μεταφορά γνώσεων μεταξύ των διαφορετικών τουριστικών φορέων (Del Chiappa και Baggio) (Καλαντζή, 2020).

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Κεφάλαιο 2.1: Πρακτικές Ψηφιοποίησης Ξενοδοχείων

Μέσα σε ένα επιτακτικό κλίμα ψηφιακού μετασχηματισμού η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσει ένα ψηφιακό μοντέλο επιχειρηματικότητας με σκοπό να ανταπεξέλθει στις νέες συνθήκες του 21^{ου} αιώνα. Τα γεγονότα του παρελθόντος μαρτυρούν το πρώτο στάδιο στην πορεία της επιχειρηματικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων: την κατάργηση της χειρόγραφης διαδικασίας λήψης και διαχείρισης των κρατήσεων και των πελατών, με την εισαγωγή των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η τουριστική βιομηχανία διανύει ήδη το δεύτερο στάδιο, εκείνο της πλήρους ψηφιοποίησης και διαχείρισης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των ξενοδοχειακών μονάδων.

Στη φάση που διανύει ο ψηφιακός μετασχηματισμός των τουριστικών μονάδων υπάρχει ένας σκεπτικισμός και μία ασάφεια γύρω από την έννοια της «ψηφιακής επιχειρηματικότητας» των ξενοδοχείων (Ευθυμίου, 2021). Επιπλέον, υπάρχει και η λανθασμένη αντίληψη από ορισμένους επιχειρηματίες του κλάδου ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός συνδέεται μόνο με την αντικατάσταση των υπολογιστών και του hardware εξοπλισμού που χρησιμοποιεί η εκάστοτε επιχείρηση με νέο σύγχρονο εξοπλισμό, με την εγκατάσταση νέων λογισμικών προϊόντων, κ.ά.

Παρόλα αυτά, ο ψηφιακός μετασχηματισμός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δεν περιορίζεται μόνο στην εξασφάλιση εξοπλισμού και λογισμικού, εργαλείων αναμφισβήτητα σημαντικών για την επίτευξη του ψηφιακού σχεδίου, αλλά υιοθετεί και μία σειρά νέων διαδικασιών και λειτουργιών ώστε η εκάστοτε επιχείρηση να μπορέσει να λειτουργήσει στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.

Το ψηφιακό μάρκετινγκ (digital marketing) κυριαρχεί σαν όρος σχεδόν σε όλους τους κλάδους τα τελευταία χρόνια, αποτελώντας μία από τις σημαντικότερες και ισχυρότερες πρακτικές εισχώρησης σε ένα ψηφιακό περιβάλλον. Με τρόπο ανάλογο και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ως πρακτική το ψηφιακό μάρκετινγκ

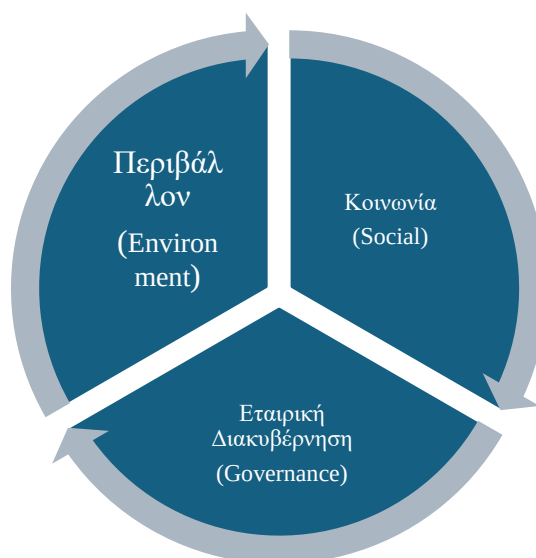
για να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους, ιδιαίτερα μέσω των κοινωνικών δικτύων και των ψηφιακών ιστοσελίδων.

Άλλη μία πρακτική ψηφιοποίησης μπορεί να χαρακτηριστεί η ενσωμάτωση του λογισμικού CRM σε ένα τουριστικό κατάλυμα, προκειμένου να διευκολυνθεί η συλλογή και ανάλυση δεδομένων και προτιμήσεων των πελατών. Το CRM (Customer Relationship Management) αποτελεί έναν τρόπο παροχής προσωποποιημένων υπηρεσιών, διαχειριζόμενο των προσωπικών στοιχείων, των πωλήσεων και της ροής των διεργασιών που αφορούν τους πελάτες. Σε κάθε περίπτωση στόχος είναι τόσο η εξερεύνηση νέων πελατών όσο και η διατήρηση των υφιστάμενων (Softone.gr).

Δύο σημαντικά βασικές λύσεις που βρίσκουν τα ξενοδοχεία του 21^{ου} αιώνα για μία βιώσιμη ανάπτυξη και την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού τους είναι τα κριτήρια ESG και το AI.

Προκειμένου τα ξενοδοχεία να διασφαλίσουν τη παρουσία τους στον ξενοδοχειακό τομέα μακροπρόθεσμα είναι ανάγκη να αναπτύξουν μία αειφόρα στρατηγική. Μία τέτοια στρατηγική περιλαμβάνει κατευθυντήριες γραμμές ESG (ATEX, 2019). Ο όρος «ESG» αναφέρεται σε θέματα περιβάλλοντος, κοινωνίας και εταιρικής διακυβέρνησης τα οποία επηρεάζουν την ικανότητα μιας εταιρείας να παράγει αξία μακροπρόθεσμα. Οι δείκτες αυτοί χαρακτηρίζονται «μη χρηματοοικονομικοί» και συνδέονται με την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, ωστόσο ο τρόπος διαχείρισής τους φέρει οικονομικές συνέπειες.

Στο γράφημα που ακολουθεί διαγράφεται η αλληλένδετη σχέση μεταξύ των γραμμών ESG (ATHEX, 2019). Με αυτόν τον τρόπο ξεκαθαρίζεται επακριβώς ο τρόπος με τον οποίο «κινείται» μία ξενοδοχειακή επιχείρηση προκειμένου να εξασφαλίσει τον ψηφιακό μετασχηματισμό της, δίνοντας ιδιαίτερη βάση στις τρεις κατηγορίες που αναφέρθηκαν προηγουμένως αλλά και που παρατίθενται στο σχήμα:



Πίνακας 1 Οι κατευθυντήριες γραμμές ESG για τις επιχειρήσεις. Οι ξενοδοχειακές μονάδες ακολουθούν το ίδιο μονοπάτι.

Όσον αφορά το περιβάλλον, οι ξενοδοχειακές μονάδες οφείλουν να περιγράψουν τον τρόπο με τον οποίο η εταιρία προστατεύει ή επιβαρύνει τη φύση, αλλά και να εξετάσει τις δυνατότητες εξοικονόμησης τόσο σε ηλεκτρική ενέργεια, όσο και σε φυσικό αέριο και πετρέλαιο. Μία τέτοια ελεγχόμενη κίνηση μειώνει τη κατανάλωση και το οικολογικό αποτύπωμα ενός ξενοδοχείου. Επιπλέον, είναι πιθανό οι νέες ξενοδοχειακές μονάδες να εγκαθιστούν συστήματα αυτοματισμού δωματίων. Μία τέτοια κίνηση επιφέρει σίγουρα θετικά αποτελέσματα στο περιβάλλον. Ο έξυπνος ρυθμιζόμενος φωτισμός, η θέρμανση, ο κλιματισμός, κ.ά. είναι μερικές βασικές λειτουργίες που συναντιούνται όλο και συχνότερα στα σημερινά ξενοδοχεία, ρυθμίζοντας έτσι και τις ανάγκες των πελατών και την εξοικονόμηση χρήματος για τους επιχειρηματίες, αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, λειτουργώντας προς όφελος του περιβάλλοντος πολλές ξενοδοχειακές μονάδες έχουν εγκαταστήσει εφαρμογές πρακτικών εξοικονόμησης νερού και ανακύκλωσης αποβλήτων, συνεισφέροντας έτσι σε ένα πράσινο βιώσιμο αλλά και ψηφιακό περιβάλλον (ATHEX, 2019).

Σε θέματα κοινωνίας οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να ρυθμίζουν θέματα που σχετίζονται άμεσα με τη κοινωνία, τα ανθρώπινα δικαιώματα και την ευημερία των κοινοτήτων στις οποίες δραστηριοποιείται η εκάστοτε ξενοδοχειακή επιχείρηση. Σύμφωνα με τον Οδηγό Δημοσιοποίησης Πληροφοριών ESG του 2022 από το ATHEX Χρηματιστήριο Αθηνών, ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δίνεται σε εργασιακά πρότυπα, στην υγεία και την ασφάλεια των πελατών και των εργαζομένων, στη διαφορετικότητα του χώρου εργασίας, αλλά και στις εργασιακές σχέσεις. Αξίζει να σημειωθεί πως σε κοινωνικό πλαίσιο, πραγματοποιούνται συνεργασίες μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων, ενώ προσφέρονται και ευκαιρίες εργασίας σε επαρχίες.

Τέλος, η εταιρική διακυβέρνηση αφορά θέματα λήψης αποφάσεων και πρακτικές διαχείρισης και δομής εταιρικής διακυβέρνησης. Σημαντικά θέματα που πρέπει να ελεγχθούν είναι η πιθανότητα δωροδοκίας και η διαφθοράς, οι αμοιβές των στελεχών, η δομή, το μέγεθος και η ποικιλομορφία του διοικητικού συμβουλίου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ενώ επίσης σημαντικά είναι και τα θέματα διαχείρισης κινδύνων και ενδοεταιρικών σημείων ελέγχου. Το τελευταίο επιτυγχάνεται μέσω της χρήσης λογισμικών ανάλυσης κινδύνων. Επιπλέον, μία λύση ασφάλειας πληροφοριών και διαχείρισης κινδύνων είναι το SIEM, το οποίο μπορεί να βοηθά τις ξενοδοχειακές μονάδες να εντοπίζουν, να αναλύουν και να αποκρίνονται σε απειλές ασφάλειας πριν προκληθεί πρόβλημα στη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως με κριτήριο τις κατευθυντήριες γραμμές ESG πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έρχονται στη θέση να ελέγξουν όχι μόνο το ανθρώπινο δυναμικό τους, αλλά να προσαρμοστούν σε ένα ψηφιακό νέο περιβάλλον το οποίο αλλάζει συνεχώς. Την ίδια στιγμή που οι ξενοδοχειακές μονάδες οφείλουν να συμμορφώνονται με τα πρότυπα ESG, η τεχνητή νοημοσύνη ΑΙ μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εργαλείο για ένα ξενοδοχείο, βελτιώνοντας τις επιχειρησιακές του διαδικασίες και «υποβοηθώντας» τη συμμόρφωση στα πρότυπα ESG.

Η τεχνητή νοημοσύνη βοηθά τα ξενοδοχεία να βελτιώσουν σε σημαντικό βαθμό την αποδοτικότητα των λειτουργιών τους, παρέχοντας έτσι τις βέλτιστες υπηρεσίες στους πελάτες τους και συμβάλλοντας στην συνολική απόδοση και διαμόρφωση της εικόνας

των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Σαν τεχνητός θεός, το ΑΙ μπορεί να «προβλέψει» τις εποχικές τάσεις ζήτησης δωματίων και την ανάλυση του ανταγωνισμού σύμφωνα με τα δεδομένα της αγοράς. Μία τέτοια τακτική βοηθά στη βελτίωση του μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδιασμού των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αλλά και τη καλύτερη διαχείριση των πόρων. Επιπλέον, η τεχνητή νοημοσύνη λειτουργεί προς όφελος των ξενοδοχείων, διαμορφώνοντας νέες λειτουργίες στο ψηφιακό σήμερα. Μία τέτοια λειτουργία αποτελεί και η αυτοματοποίηση διαχείρισης υπηρεσιών, όπως η χρήση ψηφιακών κλειδαριών που επιτρέπουν την είσοδο στα δωμάτια του ξενοδοχείου.

Άλλη μία πρακτική ψηφιοποίησης ξενοδοχειακών μονάδων μπορεί να χαρακτηριστεί η ανάλυση μεγάλων δεδομένων (big data analytics). Τα data analytics βοηθούν στη λήψη αποφάσεων και τη βελτιστοποίηση των υπηρεσιών και προέρχονται συχνά από την ίδια την επιχείρηση. Σχετίζονται με τα οικονομικά στοιχεία ή τα στοιχεία της παραγωγικής διαδικασίας, ενώ συχνό φαινόμενο είναι να αναλύονται και τα δεδομένα των πελατών. Παράλληλα είναι δυνατόν να αναλύονται και τα δεδομένα των εν δυνάμει πελατών· εκείνων που προέρχονται από τα κοινωνικά δίκτυα. Το είδος και η προέλευση των δεδομένων αυτών ποικίλει, για αυτό και προ απαιτείται μία επεξεργασία και ένας διαχωρισμός των χρήσιμων και μη χρήσιμων δεδομένων που εξυπηρετούν τη στρατηγική πολιτική του εκάστοτε ξενοδοχείου. Σε δεύτερο χρόνο, εφαρμόζονται στα χρήσιμα για το ξενοδοχείο δεδομένα ειδικοί αλγόριθμοι με σκοπό την λήψη αποφάσεων που εξυπηρετούν τους εργαζομένους.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη εμφάνιση της εικονικής πραγματικότητας (VR) και της επαυξημένης πραγματικότητας (AR), δύο ψηφιακών τεχνολογιών που προσφέρουν καινοτόμες λύσεις για τα ξενοδοχεία, βελτιώνοντας την εμπειρία πελατών και τη λειτουργική αποδοτικότητα, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες μάρκετινγκ (Money and Tourism, 2023). Οι πρώτες ψηφιακές τεχνολογίες έχουν το ρόλο μίας «ζωντανής» προβολής ενός φυσικού περιβάλλοντος, του οποίου όμως η πραγματικότητα είναι επαυξημένη με τη προβολή πληροφοριών ή, στη προκειμένη περίπτωση, ξενοδοχείων, μέσα σε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή⁹. Οι τεχνολογίες αυτές λύνουν τα χέρια στους επιχειρηματίες των ξενοδοχειακών μονάδων καθώς προσφέρουν μία εικονική περιήγηση στα δωμάτια, τις ανέσεις και τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου στους εν δυνάμει πελάτες, επιτρέποντας την «γνωριμία» με την επιχείρηση πριν γίνει η κράτηση. Άλλος ένας τρόπος χρήσης των VR τεχνολογιών εντός του ξενοδοχείου είναι με τη μορφή ψυχαγωγίας. Πολλά ξενοδοχεία στη ψηφιακή εποχή παρέχουν ειδικά ακουστικά στα δωμάτια, προσφέροντας τη δυνατότητα στους πελάτες να απολαμβάνουν εικονικές εμπειρίες, να παίζουν παιχνίδια ή να βλέπουν «ζωντανά» ταινίες.

Από την άλλη πλευρά, πολλές εφαρμογές AR που εξυπηρετούν τις ξενοδοχειακές μονάδες, προσφέροντας «ζωντανές» πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρει το εκάστοτε ξενοδοχείο (Money and Tourism, 2023). Από τις κυριότερες περιπτώσεις χρήσης AR για σε ξενοδοχεία αποτελεί ο ψηφιακός θυρωρός στις receptions, ο οποίος και ενεργοποιείται με τη χρήση κωδικού QR ή κινητού τηλεφώνου. Ένας τέτοιος σύγχρονου τύπου θυρωρός προσφέρει πληροφορίες για το ξενοδοχείο, τα δωμάτια και τις υπηρεσίες του, αλλά και προτείνει επίσης επιλογές φαγητού ή κοντινά

⁹ Είναι γνωστό ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες στον τουριστικό τομέα εξελίσσονται ραγδαία. Σημαντικό παράδειγμα αυτής που αξίζει να σημειωθεί είναι η «ζωντανή αναπαράσταση» SFM (structure from motion), που βοηθά τους φορείς στη γρήγορη και πιστή αναπαράσταση μνημείων.

αξιοθέατα. Επιπλέον, όσον αφορά την ίδια την διαμονή, η εφαρμογή AR μετατρέπει τα δωμάτια σε μία εξατομικευμένη ψηφιακή εμπειρία, στην οποία το κινητό τηλέφωνο των πελατών μετατρέπεται σε «τηλεχειριστήριο», ελέγχοντας με αυτόν τον τρόπο τη θέρμανση, αναζητώντας έξτρα χώρους στο ξενοδοχείο, κ.ά.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως οι ψηφιακές τεχνολογίες VR και AR αποτελούν τον πλέον εξελισσόμενο τρόπο μάρκετινγκ για τις ξενοδοχειακές μονάδες. Η εφαρμογή τους δεν λύνει μόνο τα χέρια των πελατών, δεν προσφέρει απλά μία νέα ψηφιακή εμπειρία, αλλά ενώνει την επιχείρηση και τη διαφορετικότητα, κάνοντάς την να ξεχωρίσει από τις άλλες, ενώ παράλληλα «συνεργάζεται» με τις ψηφιακές τεχνολογίες.

Οι πρακτικές ψηφιοποίησης των ξενοδοχειακών μονάδων ποικίλουν και πολλαπλασιάζονται με τα χρόνια, περιλαμβάνοντας μία σειρά από πρακτικές που ενισχύουν τη λειτουργική αποδοτικότητα, τις διαδικασίες διαχείρισης, αλλά και τη βελτίωση της εμπειρίας για τους επισκέπτες. Τα νέα συστήματα κρατήσεων, οι ξενοδοχειακές εφαρμογές, οι ψηφιακές διαδικασίες check και in check out, οι ψηφιακές εφαρμογές εντός δωματίου, κ.ά. αποτελούν παράγοντες εξέλιξης μίας ξενοδοχειακής επιχείρησης, αυξάνοντας την επισκεψιμότητά της και βελτιώνοντας τις συνθήκες και τις εμπειρίες διαμονής των πελατών.

Κεφάλαιο 2.2: Ψηφιακά Εργαλεία που Χρησιμοποιούν τα Ξενοδοχεία

Προκειμένου οι ξενοδοχειακές μονάδες να καταφέρουν να βελτιώσουν την αποδοτικότητα των λειτουργιών τους, να προσφέρουν τη καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση στους πελάτες τους και να ενδυναμώσουν την ενεργό συμμετοχή τους στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά υιοθετούν ψηφιακά εργαλεία. Τα εργαλεία αυτά αποτελούν σημαντικό κομμάτι στην επίτευξη των πρακτικών που παρατέθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, για αυτό και είναι ανάγκη να αναφερθούν μερικά από τα βασικότερα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούν οι ξενοδοχειακές μονάδες. Από τα γνωστότερα εργαλεία ψηφιοποίησης των ξενοδοχείων αποτελούν μεταξύ άλλων, οι ψηφιακές οθόνες, τα applications, τα ρομπότ συνομιλίας (chatbots), το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Iot), οι εικονικοί βοηθοί, τα συστήματα διαχείρισης ξενοδοχείων (PMS) κ.ά.

Τα Property Management Systems (PMS) αποτελούν λογισμικό που ενώ αρχικά εξυπηρετούσε τους ξενοδόχους στην αποτελεσματικότερη διαδικασία υποδοχής πελατών, αργότερα εξελίχθηκε σε λογισμικό που ξέφυγε από τα όρια των απλών κρατήσεων, της ανάθεσης δωματίων και της διαχείρισης του τιμοκαταλόγου. Πλέον αποτελεί ένα ξενοδοχειακό λογισμικό που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες. Το Opera PMS αλλά και το Cloudbeds αποτελούν δύο βασικά εργαλεία των PMS, τα οποία διαχειρίζονται τις κρατήσεις, τις πληρωμές, τη κατανομή των δωματίων και άλλα βασικά χαρακτηριστικά.

Το Opera Cloud PMS προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις διαχείρισης για τις ξενοδοχειακές μονάδες ή αλυσίδες (Πηγή: <https://www.cloudbeds.com/>). Το Opera αυτοματοποιεί τις λειτουργίες και ενσωματώνει την τεχνητή νοημοσύνη με σκοπό την προηγμένη διαχείριση πόρων, βοηθώντας τα ξενοδοχεία να λαμβάνουν αποτελεσματικές αποφάσεις και να προβλέψουν τις ανάγκες της επιχείρησης με ακρίβεια. Αποτελεί ένα από τα κυρίαρχα προγράμματα διαχείρισης ξενοδοχείων και αποτελεί «παιδί» της εταιρίας ORACLE. Απευθύνεται κυρίως σε μεγάλα ξενοδοχεία και αλυσίδες καθώς κατέχει πολύπλοκες λειτουργίες συγκριτικά με το Cloudbeds. Το OPERA προσφέρει λειτουργίες τόσο σε servers όσο και στο cloud ανάλογα τις ανάγκες των ξενοδόχων, οι βασικότερες από τις οποίες αποτελούν οι κρατήσεις, η καθαριότητα, η διαχείριση εκδηλώσεων στο ξενοδοχείο. Ταυτόχρονα διαχειρίζεται την εμπειρία των πελατών μέσω προγραμμάτων, κρατά ιστορικό προφίλ για τον κάθε πελάτη και ενσωματώνεται εύκολα με άλλα συστήματα συναλλαγών (όπως το POS). Όπως συνεπάγεται το κόστος συνδρομής, με βάση τις υπηρεσίες που προσφέρει, είναι υψηλό.

Το Cloudbeds PMS αφορά κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ξενώνες, πανδοχεία κλπ. Στηρίζεται αποκλειστικά στο cloud (υπολογιστικό νέφος)¹⁰ κι έτσι απαιτείται απλά η πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ ταυτόχρονα περιλαμβάνει έναν ισχυρό διαχειριστή καναλιών που συγχρονίζει τη διαθεσιμότητα δωματίων και τις τιμές. Μεταξύ άλλων, το Cloudbeds είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση των πελατών, των δωματίων και άλλων λειτουργικών εργασιών, υποστηρίζει τη δυναμική στρατηγική τιμολόγησης βάσει της ζήτησης, κλπ.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μικρού μεγέθους το Cloudbeds αποτελεί μία πιο εύχρηστη και βιώσιμη λύση, αφού προσφέρει βασικές λειτουργίες σε προσιτή τιμή. Αντίθετα, η λύση για τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες τείνει προς το Opera PMS καθώς τέτοιου είδους επιχειρήσεις απαιτούν εκτεταμένη λειτουργικότητα. Σε κάθε περίπτωση η επιλογή ανήκει στον εργοδότη και οποιοδήποτε σύστημα επιλέγεται έπειτα από τις ανάγκες και τον προϋπολογισμό του εκάστοτε ξενοδοχείου.

Πολλές φορές για τη διαχείριση πελατειακών σχέσεων (CRM) τα ξενοδοχεία οδηγούνται στην υιοθέτηση συστημάτων όπως το Salesforce, το Zoho Corporation, το Peoplesoft, το Navision, και το SAP¹¹. Για παράδειγμα, το Salesforce αποτελεί αμερικανική εταιρία λογισμικού που στηρίζεται στο cloud και παρέχει εφαρμογές CRM οι οποίες σχετίζονται με τις πωλήσεις, την εξυπηρέτηση πελατών, την αυτοματοποίηση μάρκετινγκ, το ηλεκτρονικό εμπόριο, κ.ά. Η ινδική πολυεθνική εταιρία τεχνολογίας Zoho Corporation αποτελεί ένα software λογισμικό, αλλά και επιχειρηματικό εργαλείο βασιζόμενο στο διαδίκτυο. Και τα δύο καταγράφουν και αναλύουν τις προτιμήσεις των πελατών και προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες.

Έχοντας μιλήσει για τον σημαντικό ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης ως μία από τις βασικότερες πρακτικές ενσωμάτωσης των ψηφιακών τεχνολογιών σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση, είναι ώρα να αναφερθεί ένα από τα εργαλεία ΑΙ που χρησιμοποιούν τα

¹⁰ Το υπολογιστικό νέφος είναι η διάθεση υπολογιστικών πόρων μέσω του διαδικτύου. Οι πληροφορίες βρίσκονται αποθηκευμένες σε servers στο διαδίκτυο.

¹¹ Ενδεικτικά θα αναλυθούν τα δύο πρώτα συστήματα ως απλά παραδείγματα επεξήγησης συστημάτων CRM.

ξενοδοχεία για την ψηφιοποίησή τους. Το Zingle αποτελεί μία πλατφόρμα τεχνητής νοημοσύνης για ανταλλαγή μηνυμάτων που επιτρέπει την άμεση επικοινωνία μεταξύ πελατών και ξενοδόχων- υπαλλήλων. Η λειτουργία του προσφέρει τη δυνατότητα γρήγορης ανταπόκρισης σε αιτήματα μέσω καναλιών επικοινωνίας αυτοματοποιώντας τη ροή εργασιών. Επιπλέον είναι εύκολο στη χρήση και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών.

Το Enterprise Resource Planning (ERP) αποτελεί ένα λογισμικό που βοηθά στη διαχείριση των εσωτερικών λειτουργιών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Το Elorus είναι ένα από τα εργαλεία ψηφιοποίησης των ξενοδοχείων, το οποίο εξυπηρετεί τους ξενοδόχους σε πολλά επίπεδα. Προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας τιμολογίων και αποδείξεων σε ηλεκτρονική μορφή, αρχειοθετώντας τα στη πορεία, ενώ «δημιουργεί» για τον πελάτη προσφορές, οι οποίες οριστικοποιούνται από τον ξενοδόχο εύκολα. Επιπλέον, παρέχει τη δυνατότητα αυτόματης έκδοσης και αποστολής των παραστατικών, κατηγοριοποιεί τα δεδομένα της ζήτησης, καταγράφει τα έξοδα, κ.ά.

Τα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τις κρατήσεις στα ξενοδοχεία διαχωρίζονται κατά κύριο λόγο σε ιστοσελίδες και σε συστήματα «καναλιών». Οι κρατήσεις μπορούν να γίνονται απευθείας μέσω της ιστοσελίδας της εκάστοτε ξενοδοχειακής μονάδας, όμως υπάρχει η δυνατότητα να πραγματοποιούνται και κρατήσεις μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Τα Online Travel Agencies (OTA) αποτελούν από τα πλέον σημαντικότερα ψηφιακά εργαλεία για τα ξενοδοχεία, κάτι που αποδεικνύει και ο όμιλος Expedia με την έκθεσή του το 2023, στην οποία καταγράφηκε πως το 51% των ηλεκτρονικών κρατήσεων στα ξενοδοχεία κ στα καταλύματα λαμβάνουν περισσότερη προβολή σε σχέση με τα «μεμονωμένα» καταλύματα. Από τα γνωστότερα OTA είναι και η Booking, η οποία κρατώντας προμήθεια από το ξενοδοχείο διαχειρίζεται τις κρατήσεις των δωματίων ως «μεσάζον» στην επικοινωνία πελάτη-ξενοδόχου.

Σε μία γενική στρατηγική ασφάλειας τα ξενοδοχεία υιοθετούν συστήματα ανίχνευσης και διαχείρισης συμβάντων, όπως τα SIEM. Αυτά προσφέρουν μία ενοποιημένη εικόνα των γεγονότων ασφάλειας συλλέγοντας και αναλύοντας δεδομένα καταγραφής, αποτελώντας μία εύχρηστη λύση για την ασφάλεια των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στον κυβερνοχώρο. Τέτοια ψηφιακά εργαλεία είναι τα Exabeam, Splunk, LogRhythm, IBM QRadar SIEM, Microsoft Azure Sentinel, Securonix, κ.ά. Το Splunk Enterprise Security, για παράδειγμα, αποτελεί μία πλατφόρμα που προσφέρει προηγμένες αναλύσεις, παρακολούθηση θέσεων ασφαλείας με πίνακες ελέγχου σε πραγματικό χρόνο, ανταποκρίνεται άμεσα στα περιστατικά και ενσωματώνει πληροφορίες για τις απειλές. Επιπλέον, λόγω του μεγάλου όγκου δεδομένων που μπορεί να διαχειριστεί μπορεί να ανταποκριθεί σε ξενοδοχεία όλων των μεγεθών.

Από τα σημαντικότερα εργαλεία ψηφιοποίησης των ξενοδοχείων σήμερα αποτελούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα social media διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο για τη πορεία των επιχειρήσεων φιλοξενίας αφού ενισχύουν την άμεση σχέση με τους πελάτες, προσφέρουν ενημέρωση για τις παροχές, τα δωμάτια και τυχόν προσφορές που τρέχουν. Πλατφόρμες όπως το Instagram, το Facebook, το TikTok και το Twitter/ X χρησιμοποιούνται καθημερινά για την προώθηση

ξενοδοχείων και υπηρεσιών, προσεγγίζοντας το ευρύτερο κοινό και προσφέροντας «ζωντανές» εικονικές περιηγήσεις.

Αξίζει να αναφερθεί η έρευνα που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Προβλέψεων το 2023, η οποία κατέληξε στο πόρισμα πως πάνω από τους μισούς Έλληνες ξενοδόχους είναι πρόθυμοι να καινοτομήσουν και να υιοθετήσουν τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες. Η ίδια έρευνα αναφέρει πως το 66,9% των συμμετεχόντων δήλωσαν πως η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών αποτελεί προτεραιότητα για την επιχείρησή τους, ενώ ένα ποσοστό 57,4% ανέφερε πως το ξενοδοχείο τους χρησιμοποιεί ήδη πληροφοριακά συστήματα και ψηφιακές υποδομές.

Η ζήτηση των ψηφιακών εργαλείων στην Ελλάδα αποδεικνύει πως εστιάζει κατά κύριο λόγο στη διαχείριση των δωματίων και των τιμών τους, στα συστήματα κρατήσεων και στα κανάλια διανομής. Οι μηχανές κρατήσεων (booking engine) όπως η Booking, το Trivago, το Airbnb, κ.ά. επιλέγονται από το 65% των ιδιοκτητών ξενοδοχείων, ενώ ένα ποσοστό 55% επιλέγουν συστήματα PMS. Τη λίστα με τα τρία πιο διαδεδομένα πληροφοριακά συστήματα ξενοδοχειακών μονάδων συμπληρώνουν τα εργαλεία channel manager να επιλέγονται από ένα ποσοστό 49%.

Κεφάλαιο 2.3: Πλεονεκτήματα

Η ανάγκη για ψηφιακό μετασχηματισμό αλλά και η επιτακτική ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών οδήγησε τις ξενοδοχειακές μονάδες να αυξάνουν ολοένα και περισσότερο τα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούν, προκειμένου να ανταποκριθούν στη ψηφιακή εποχή του σήμερα. Τα γεγονότα αποδεικνύουν πως η ψηφιοποίηση των ξενοδοχείων επιφέρει πολυάριθμα πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις της φιλοξενίας, βελτιώνοντας τόσο τις εμπειρίες των επισκεπτών όσο και τις εργασίες των ξενοδοχοϋπαλλήλων.

Η υιοθέτηση των εργαλείων των ψηφιακών τεχνολογιών οδηγεί στην εξέλιξη των διοικητικών διαδικασιών στα ξενοδοχεία, στην μείωση του χειροκίνητου φόρτου εργασίας και στην ταυτόχρονη βελτίωση των διαδικασιών των κρατήσεων και της εξυπηρέτησης των πελατών. Με τη χρήση των εργαλείων αυτών είναι δυνατές οι εξατομικευμένες αλληλεπιδράσεις μεταξύ ξενοδόχων-επισκεπτών, κάτι το οποίο «χτίζει» τη σχέση μεταξύ τους, ενισχύοντας την ικανοποίηση των πελατών. Άλλωστε οι περισσότερες στρατηγικές πολιτικές των ξενοδοχείων αφορούν την προσέλκυση επισκεπτών και την βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Στα πλαίσια του ψηφιακού μετασχηματισμού τους, οι ξενοδοχειακές μονάδες παράγουν όλο και συχνότερα καινοτόμες ιδέες οι οποίες οδηγούν σε ανταγωνιστικό πλεόνασμα. Στον τομέα του τουρισμού, οι καινοτομίες ορίζονται ως κάτι που διαφέρει

από το συνηθισμένο ή κάτι που αντιπροσωπεύει τη διαδικασία της διακοπής της παλαιάς, με την αντικατάσταση της νέας καινοτόμας ιδέας. (Πιστικού, 2023). Με αυτό το τρόπο το ξενοδοχείο αυξάνει την ανταγωνιστικότητα, επιφέρει σημαντικά κέρδη, βοηθά στην ενίσχυση της διαδικτυακής εικόνας της επιχείρησης, μειώνεται το κόστος λειτουργίας, αναπτύσσει και βελτιώνει τη πελατο-κεντρική προσέγγιση του ξενοδοχείου, κ.ά.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως τα ψηφιακά εργαλεία που υιοθετούν οι ξενοδοχειακές μονάδες στο πλαίσιο της ψηφιοποίησής τους προσφέρουν πολυάριθμα πλεονεκτήματα, βελτιώνοντας την αποδοτικότητα της επιχείρησης και αυξάνοντας την επισκεψιμότητα. Πλέον, οι διαδικασίες κρατήσεων δωματίων, οι παροχές υπηρεσιών εντός ξενοδοχείου και ο εκσυγχρονισμός των πρακτικών μάρκετινγκ έχουν πάρει ψηφιακές διαστάσεις μιας που όλο και περισσότερες επιχειρήσεις φιλοξενίας προσελκύουν ψηφιακά εργαλεία και τεχνολογίες. Τέλος, οι ψηφιακές τεχνολογίες θα λέγαμε πως ενισχύουν την αποδοτικότητα ενός ξενοδοχείου και βελτιώνουν τις εμπειρίες των επισκεπτών.

Κεφάλαιο 2.4: Προκλήσεις

Όσα θετικά αποτελέσματα και αν επιφέρουν οι νέες τεχνολογίες και ο ψηφιακός μετασχηματισμός στα ξενοδοχεία τα αποτελέσματα δεν σταματούν να οδηγούν και σε προκλήσεις. Η ψηφιακή εποχή της Βιομηχανίας 4.0 κατέστησε επιτακτική την ανάγκη για αναζήτηση νέων καινοτομιών που θα φέρουν την επανάσταση στο τουριστικό κλάδο. Η ψηφιοποίηση των ξενοδοχείων ήδη προχωρά με γοργούς ρυθμούς και οι περισσότεροι ξενοδόχοι (αν όχι όλοι) αναζητούν λύσεις που θα τους φέρουν πιο κοντά στη ψηφιακή ενσωμάτωση, συνεπώς και στα επικερδή επακόλουθά της.

Στη σύγχρονη εποχή δεν αρκεί μόνο η προσφορά καλών εγκαταστάσεων και καλής εξυπηρέτησης ώστε να καλυφθούν οι απαιτήσεις των επισκεπτών. Η ψηφιοποίηση των ξενοδοχείων φαντάζει η καλύτερη λύση για τους ξενοδόχους πλέον, καθώς μέσω αυτής μπορούν να εκσυγχρονίσουν σε σπουδαίο βαθμό την επιχείρησή τους. Φυσικά κάτι τέτοιο δεν είναι εύκολη υπόθεση για όλους. Παραδείγματος χάριν, η διαφήμιση μέσω των social media απαιτεί χρόνο και επιμονή, καθώς ο ξενοδόχος ή κάποιος άλλος εργαζόμενος πρέπει να προσφέρει αρκετό χρόνο στην ενημέρωση των πλατφορμών, να ανεβάζει έγκαιρα και συστηματικά υλικό στα κοινωνικά δίκτυα και να διαχειρίζεται σωστά τις σελίδες του, δίνοντας το παρόν σε κάθε ενδεχόμενη ερώτηση ή απορία του εν δυνάμει πελάτη. Στη περίπτωση που τα ξενοδοχεία δεν ενσωματώσουν νέες τεχνολογίες και πρακτικές θεωρούνται «αποκομμένα» από την σύγχρονη πραγματικότητα. Η μη ανταπόκρισή τους στα νέα συστήματα οδηγεί και τη σταδιακή απομάκρυνσή τους από τον ανταγωνισμό και τον τουριστικό κλάδο.

Από τις βασικότερες προκλήσεις που έχουν να αντιμετωπίσουν οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι η απαιτούμενη υιοθέτηση μιας νέας μεθοδολογίας και διαδικασίας

προκειμένου να προσεγγιστεί η νέα τεράστια «δεξαμενή» πελατών του ψηφιακού σήμερα. Άλλη μία βασική πρόκληση εστιάζει στην αναβάθμιση του τουριστικού «προϊόντος» που προσφέρει η ξενοδοχειακή μονάδα με σκοπό να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των επισκεπτών της (Ευθυμίου, 2021).

Οι λύσεις πηγάζουν μέσα από τη νέα πραγματικότητα. Οι καλύτερες τιμές, η σταδιακή απομάκρυνση των ταξιδιωτών από τα τουριστικά πρακτορεία, η αμεσότερη επικοινωνία πελάτη- ξενοδόχου και η ζήτηση της «τελευταίας στιγμής» οδηγεί στην ανάγκη των ξενοδοχειακών μονάδων να ενσωματωθεί στο νέο κλίμα και να σημειώσει τη παρουσία της στον ψηφιακό κόσμο. Το πρώτο και βασικότερο βήμα είναι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς μία τέτοια κίνηση αποτελεί την γνωριμία του ξενοδοχείου με τον πελάτη.

Φυσικά, τα ξενοδοχεία έχουν πολλά μέτωπα προκλήσεων να αντιμετωπίσουν, πέραν του ψηφιακού μετασχηματισμού και της ψηφιακής τους ενσωμάτωσης στον επιχειρηματικό τομέα. Η δυσκολία εύρεσης ανθρώπινου δυναμικού, η αύξηση των απαιτούμενων τεχνολογιών και υποδομών, το πλήγμα της πανδημίας του Covid-19, ακόμα και τα προβλήματα της γραφειοκρατίας είναι μόνο μερικές από τις προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κεφάλαιο 3.1: Εργαλείο: Ανάλυση Περιπτώσεων

Με γνώμονα την ενσωμάτωση των ψηφιακών εργαλείων στο κλάδο της φιλοξενίας, η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια που αναλύουν εκτενώς το θέμα αυτό. Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί τη βάση της εργασίας, μιας που περιγράφονται απαραίτητοι για την κατανόηση της εργασίας όροι. Έτσι, επεξηγείται τι ονομάζονται «ψηφιακές τεχνολογίες» και «ψηφιακός μετασχηματισμός», ενώ παρατίθενται και τα πλεονεκτήματα της διαδικασίας ψηφιοποίησης. Βασικό εργαλείο για την παράθεση των παραπάνω ορισμών αποτέλεσε η ενημερωτική ιστοσελίδα Ti-einai.gr, η οποία με απλό τρόπο επεξηγεί διάφορες έννοιες. Επιπλέον, για το κεφάλαιο του «έξυπνου τουρισμού» αναλύονται οι ΤΠΕ και ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζουν αυτόν τον τουρισμό. Η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για το συγκεκριμένο κεφάλαιο είναι

Το δεύτερο κεφάλαιο αποτελεί τον κορμό της εργασίας, παρουσιάζοντας την έννοια του ψηφιακού μετασχηματισμού των ξενοδοχείων. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αναφορά των πρακτικών ψηφιοποίησης, καθώς και των ψηφιακών εργαλείων που χρησιμοποιούν οι ξενοδόχοι σε ένα γενικό πλαίσιο επιχειρησιακής ανάπτυξης. Επιπλέον, παρατίθενται τόσο τα πλεονεκτήματα που φέρει η ενσωμάτωση των ψηφιακών τεχνολογιών σε ένα ξενοδοχείο, όσο και οι προκλήσεις που φέρει η επίτευξη

μιας τόσο απαιτητικής και σημαντικής για το μέλλον της επιχείρησης διαδικασίας. Η κύρια βιβλιογραφία του κεφαλαίου αυτού προήλθε από το κείμενο των Δούρου Π. και Καλδή Π., «Ψηφιακός μετασχηματισμός και πολιτιστικές υπηρεσίες- υποδομές», αλλά και από το κείμενο των Ρεπρές Κ. και Καφέτζα Ε., «Ο τουρισμός στη ψηφιακή οικονομία».

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύονται έξι καινοτόμα ξενοδοχεία από όλο το κόσμο. Παρουσιάζονται οι υπηρεσίες, οι πρακτικές και τα ψηφιακά εργαλεία που αυτά χρησιμοποιούν, υπογραμμίζοντας τους λόγους που αυτά ξεχωρίζουν από άλλα «απλούστερα». Οι λόγοι που επιλέχθηκαν τα συγκεκριμένα έξι ξενοδοχεία αναλύονται παρακάτω. Βασικός οδηγός εκπόνησης του κεφαλαίου ήταν οι ίδιες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων, στις οποίες και αναφέρονται οι βασικές υπηρεσίες και υποδομές που παρατίθενται και στο κεφάλαιο. Επιπλέον, έμπνευση για αναζήτηση παρόμοιων ξενοδοχείων αποτέλεσε το άρθρο του Web Booking pro «6 examples of hotel automation around the World».

Το πέμπτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο σε μία «συζήτηση» με τον αναγνώστη της εργασίας. Η «συζήτηση» εστιάζει στα πλεονεκτήματα του ψηφιακού μετασχηματισμού των ξενοδοχείων και στους παράγοντες της επιτυχίας του.

Η εργασία ολοκληρώνεται με τη τελική αξιολόγηση και τα συμπεράσματα που προκύπτουν έπειτα από όσα έχουν αναλυθεί στη παρούσα μελέτη.

Κεφάλαιο 3.2: Επιλογή Περιπτώσεων προς Ανάλυση

Τα ξενοδοχεία Mousai, Wynn, Marinus, Yotel, Electra, και Divani αναλύονται παρακάτω εκτενώς ως πρότυπα ξενοδοχείων που ενσωματώνουν ψηφιακές τεχνολογίες. Τοποθετούνται γεωγραφικά σε όλο το κόσμο, ακολουθώντας μία πολιτική ανάπτυξης που επιφέρει καρπούς. Μέσα στο γενικότερο κλίμα του ψηφιακού μετασχηματισμού τα ξενοδοχεία αυτά καταφέρνουν (άλλα περισσότερο και άλλα λιγότερο) να χρησιμοποιήσουν τα σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία με σκοπό να αυξήσουν τα έσοδα, να μειώσουν τα έξοδα και τους περιβαλλοντικούς ρύπους, να εμπλουτίσουν το ανθρώπινο δυναμικό τους, να χτίσουν φήμη, να ενισχύσουν τον καλό θεμιτό ανταγωνισμό, και να αποτελέσουν παραδείγματα καινοτομίας για τον τομέα της φιλοξενίας.

Από τους κυριότερους λόγους που επιλέχθηκαν τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία είναι οι καινοτόμες ιδέες που ανέπτυξαν και υλοποίησαν. Το ξενοδοχείο Mousai του Μεξικού φημίζεται για τις έξυπνες λειτουργίες των δωματίων του, το Wynn στο Λας Βέγκας για τους εικονικούς βοηθούς του, ενώ το κροατικό Marinus και ο όμιλος Yotel για την αυτόματη ενημέρωση και προσαρμογή των τιμών και τις αυτοματοποιημένες υπηρεσίες δωματίων αντίστοιχα. Στην Ελλάδα, το Electra Hotel and Resorts αποτελεί σημαντικό παράδειγμα ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογιών, στις οποίες ξεχωρίζουν

οι διαδικτυακές κρατήσεις και η εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα. Τα ξενοδοχεία Διβάνη που αναπτύσσονται επίσης στην Ελλάδα, ενσωματώνουν κι εκείνα ψηφιακά εργαλεία με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

Κεφάλαιο 4.1: Hotel Mousai

Το ξενοδοχείο Mousai βρίσκεται στο παραλιακό θέρετρο Πουέρτο Βαγιάρτα στη πολιτεία Jalisco του Μεξικού και αποτελεί ένα από τα ομορφότερα ψηφιακά ξενοδοχεία παγκοσμίως. Η πορεία του στο χώρο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ξεκίνησε το 2014 και έκτοτε αναπτύσσεται συνεχώς, προσφέροντας ιδιαίτερες εμπειρίες στους πελάτες του. Διαθέτει 144 σουίτες, με πανέμορφη θέα στον Ειρηνικό Ωκεανό και στη τροπική ζούγκλα που περιβάλλει το ξενοδοχείο (Πηγή: <https://puertovallarta.hotelmousai.com/>).

Ανάμεσα στις ειδικές υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο είναι και η 24ωρες υπηρεσίες δωματίου, ρεσεψιόν και ιατρικής παροχής, οι επαγγελματικές υπηρεσίες γάμου, η ξενάγηση στη πόλη του Πουέρτο Βαγιάρτα, η παροχή ενός ιδιαίτερου κλειστού γυμναστηρίου με θέα τον Ειρηνικό Ωκεανό και ενός υπαίθριου για παιχνίδια τένις, μπάσκετ, θαλάσσια γιόγκα, κλπ. Επίσης, διαθέτει παραλία και μοναδικές πισίνες, εστιατόρια και snack bar, παρέχονται ιδιωτικοί χώροι για εκδηλώσεις, spa, κ.ά.

Το μεξικάνικο ξενοδοχείο ξεχωρίζει για πολλούς λόγους. Εγγυημένα προσφέρει ξεχωριστές εμπειρίες και διακοπές, δίχως επιπλέον χρεώσεις, με τις καλύτερες τιμές για τις υπηρεσίες που προσφέρει. Επίσης, διαθέτει μία ευέλικτη πολιτική κρατήσεων, με τους ειδικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες του ξενοδοχείου να παραμένουν στη διάθεση των πελατών, καθοδηγώντας τους ανάλογα τις ανάγκες τους. Επιπλέον, παρέχει ειδικές προσφορές για κινητές συσκευές, καθημερινές δραστηριότητες όπως γιόγκα στη παραλία, γευσιγνωσία κρασιού, τεκίλα και χορό σε εμβληματική ταράτσα δίχως επιπλέον χρεώσεις, ενώ προσφέρει και μία σειρά από αποκλειστικά προνόμια με το πρόγραμμα επιβράβευσης μελών TAFER rewards, κ.ά. Αξίζει να σημειωθεί πως το ξενοδοχείο Mousai από το πρώτο κιόλας λεπτό προσφέρει ένα ιδιαίτερο καλωσόρισμα στους επισκέπτες του με σκοπό να νιώσουν «ξεχωριστοί».

Αναμφισβήτητα το ξενοδοχείο αποτελεί ένα από τα ομορφότερα και προνομιούχα στο κόσμο. Οι υπηρεσίες και οι παροχές του ξεπερνούν ακόμα και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη, αφού η κάθε μέρα αποτελεί και μια νέα εμπειρία. Η πολιτική του ξενοδοχείου και η στρατηγική που ακολουθεί μπορούν να χαρακτηριστούν επιτυχείς μιας που η επισκεψιμότητα είναι έντονη. Οι μοναδικές παροχές και οι ξεχωριστές

εμπειρίες που προσφέρει οδηγούν στην προσέλκυση του κοινού και των ταξιδιωτών, κάτι που σίγουρα αποτελεί πρωταρχικό στόχο. Το δίχως άλλο, η στρατηγική ανάπτυξης της επιχείρησης και το ψηφιακό μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί επιφέρει ήδη σίγουρα αποτελέσματα.

Το πολυτελές θέρετρο του Πουέρτο Βαγιάρτα είναι ένα σπουδαίο παράδειγμα εκσυγχρονισμού όχι μόνο για τις «απλές» υπηρεσίες που προσφέρει, αλλά και για την ενσωμάτωση ψηφιακών τεχνολογιών. Σκοπός της ψηφιοποίησης ήταν ο εξορθολογισμός των λειτουργιών και η βελτίωση της ευχάριστης εμπειρίας των επισκεπτών. Όσοι ταξιδιώτες αναζητούν μία εκσυγχρονισμένα σύγχρονη και πολυτελή διαμονή στο Μεξικό, το ξενοδοχείο Mousai σίγουρα είναι μία καλή λύση, καθώς αποτελεί υπόδειγμα ξενοδοχειακής καινοτομίας και στηρίζεται στη φιλοσοφία μίας σύγχρονης φιλοξενίας.

Αποδεδειγμένα οι σουίτες του μεξικάνικου ξενοδοχείου ξεπερνούν κατά μεγάλο βαθμό τα γνωστά σε όλους πολυτελή δωμάτια, καθώς δημιουργήθηκαν πρωτίστως με σκοπό να ελαχιστοποιούν την ταλαιπωρία και να μεγιστοποιούν την ηρεμία και την διασκέδαση. Κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται μέσω μίας «έξυπνης» τεχνολογίας. Η τεχνολογία αυτή περιλαμβάνει ένα σύστημα περιβάλλοντος που λειτουργεί με iPad ως τηλεχειριστήριο, παρέχοντας στους επισκέπτες τον απόλυτο έλεγχο της τηλεόρασης, των φωτιστικών και των υπηρεσιών του δωματίου. Επιπλέον, πέρα από τη χρήση του iPad, υπάρχουν σε κάθε δωμάτιο και έξυπνοι πίνακες ελέγχου, οι οποίοι και επιτρέπουν την ρύθμιση της ατμόσφαιρας στο χώρο, της έντασης της μουσικής, της θερμοκρασίας, καθώς και της μετακίνησης των κουρτινών. Ένας τέτοιος ψηφιακός μετασχηματισμός ανεβάζει το επίπεδο αυτοματισμού σε ένα ξενοδοχείο, φέρνοντας ως αποτέλεσμα όχι μόνο μία πολυτελή εμπειρία για τον επισκέπτη, αλλά και βελτιστοποίηση της χρήσης ενέργειας, ενώ παράλληλα συμβάλλει στη προσπάθεια του ξενοδοχείου για βιωσιμότητα.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες του ξενοδοχείου δεν περιορίζονται μόνο στη διαμόρφωση των δωματίων και του χώρου. Ακόμη και το μπάνιο διαθέτει καθρέφτες με φωτισμό αφής, ενώ το τζακούζι είναι εξοπλισμένο με «έξυπνες» ρυθμίσεις θερμοκρασίας και ψηφιακούς πίδακες υδρομασάζ με ειδική προσαρμογή ανάλογα τις προτιμήσεις των πελατών.

Άλλη μία πρωτοτυπία του ξενοδοχείου που αξίζει να αναφερθεί αποτελεί η ειδική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, η οποία δημιουργήθηκε αποκλειστικά για τη παροχή εξατομικευμένων υπηρεσιών στους επισκέπτες του Mousai. Η εφαρμογή αυτή επιτρέπει στους πελάτες να διαχειρίζονται και να ρυθμίζουν τις υπηρεσίες και τη διαμονή τους μέσω των smartphones που διαθέτουν, παρέχοντας δυνατότητες όπως ανέπαφο check-in και check-out, παραγγελίες room service και κρατήσεις για το σπα και το κέντρο αισθητικής του ξενοδοχείου. Ως αποτέλεσμα ο πελάτης νιώθει την ελευθερία διαχείρισης της διαμονής του, δίχως να χρειάζεται να έρθει άμεσα σε επαφή με τους εργαζομένους ή να χρειαστεί να σπαταλήσει χρόνο σε αναμονές.

Στην ερώτηση λοιπόν αν το ξενοδοχείο Mousai του Μεξικού καταφέρνει να εκσυγχρονίσει τις υπηρεσίες του ενσωματώνοντας τις ψηφιακές τεχνολογίες στις παροχές του, η απάντηση θα ήταν αναμφισβήτητα θετική. Οι συντριπτικά θετικές κριτικές των πελατών στο διαδίκτυο επιβεβαιώνουν αυτή την άποψη, μιας που η

προσπάθεια βελτίωσης της εμπειρίας των επισκεπτών είναι επιτυχής και οι ψηφιοποιημένες παροχές του εκτιμώνται ιδιαίτερα.

Κεφάλαιο 4.2: Hotel Wynn

Το ξενοδοχείο Wynn αποτελεί ένα εμβληματικό πολυτελές ξενοδοχείο- καζίνο στο Λας Βέγκας, το οποίο στεγάζεται στο πολυώροφο κτίριο στο Las Vegas Strip στο Paradise στη Νεβάδα. Οι πολυτελείς σουίτες του, εκτός από υψηλής ποιότητας έπιπλα, επίπεδες οθόνες, αίθουσες μασάζ, νεροχύτες και μπανιέρες από γρανίτη, υδρομασάζ και ξεχωριστό πρωινό στο δωμάτιο, διαθέτουν και χειριστήρια δωματίου με οθόνες αφής, τελευταίας τεχνολογίας ηλεκτρικές συσκευές και υψηλής ποιότητας λευκά είδη. Επιπλέον, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις λεπτομέρειες και τον σχεδιασμό, κάτι για το οποίο ξεχωρίζει. Η θέα του θέρετρου συγκαταλέγεται κι εκείνη στα θετικά χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου Wynn, μιας που οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να απολαύσουν από τα τεράστια παράθυρα, που ξεκινούν από το δάπεδο και φτάνουν έως και την οροφή, τη θέα στο Las Vegas Strip, στις πισίνες, στους κήπους και στο Golf Club του ξενοδοχείου (Πηγή: <https://www.wynnlasvegas.com/>).

Μία κράτηση στο ξενοδοχείο του Λας Βέγκας συνοδεύεται από παροχές WiFi και πρόσβαση έως και δύο ατόμων στο πολυτελές γυμναστήριο, στις πισίνες αλλά και στις βεράντες του θέρετρου. Ο ειδικός θυρωρός του ξενοδοχείου προσφέρει μοναδική πρόσβαση στα εστιατόρια που στεγάζονται στο κτίριο, κρατήσεις για spa και ραντεβού για τα γήπεδα του γκολφ. Επίσης, παρέχεται ένα ψηφιακό περίπτερο με περιοδικά και εφημερίδες, υπηρεσίες ψυχαγωγίας και ελέγχου Alexa στο δωμάτιο¹².

Το Wynn προσφέρει ποικίλες επιλογές ψυχαγωγίας και διαβεβαιώνει τον επισκέπτη πως η εμπειρία θα είναι μοναδική, ανακαλύπτοντας κάθε φορά και κάτι διαφορετικό. Οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν ένα παιχνίδι στο «μαγικό» γήπεδο γκολφ με τα καταπράσινα ρυάκια, να αναζωογονηθούν με τη θεραπεία που περιέχει συστατικά IV στο Clean Market IV Drip Lounge του ξενοδοχείου, να παρακολουθήσουν θεματικές παραστάσεις με ειδικά εφέ και να χαλαρώσουν στα ιαματικά λουτρά. Οι παροχές συνεχίζουν με κομμωτήρια για άντρες και γυναίκες, επιλογή διασκέδασης στα night club του χώρου, ενώ η πρόσβαση στις πολυτελείς πισίνες αποτελεί εγγύηση χαλάρωσης.

Το ξενοδοχείο Wynn παρέχει επίσης ένα πρόγραμμα επιβράβευσης για τους πελάτες του, ως μία καλή τακτική στρατηγικής ανάπτυξης της επιχείρησης. Το Wynn Rewards προσφέρει τις καλύτερες ανταμοιβές στο Λας Βέγκας, με εξοικονόμηση έως και 30% σε καταλύματα ξενοδοχείων και παροχή Tier Credits για επιτραπέζια παιχνίδια και επιλεγμένους κουλοχέρηδες στο καζίνο του ξενοδοχείου. Επίσης, το πρόγραμμα επιβράβευσης περιλαμβάνει πρόσβαση κατά προτεραιότητα σε χώρους και

¹² Η υπηρεσία της Alexa θα αναφερθεί παρακάτω εκτενέστερα.

εκδηλώσεις, δείπνο και βραβευμένα εστιατόρια όπως το Mizumi και το Lakeside, αλλά και αποκλειστικές προσφορές για τα μέλη στην επόμενη επίσκεψή τους.

Στα πλαίσια ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογιών το Wynn παρέχει την επιλογή download της εφαρμογής του ξενοδοχείου, αναβαθμίζοντας τη διαμονή του πελάτη. Με αυτό τον τρόπο γίνεται ευκολότερη η κράτηση για τα δωμάτια και τα πακέτα υπηρεσιών, οργανώνονται ορθότερα οι αφίξεις και γνωστοποιούνται πλήρως οι παροχές του ξενοδοχείου. Ο χρήστης της εφαρμογής μπορεί να ελέγξει το πρόγραμμα και να περιηγηθεί στο ημερολόγιο εκδηλώσεων, να αναζητήσει καταστήματα στο χάρτη, να δει και να κάνει κράτηση σε δωμάτια, παραστάσεις και νυχτερινή διασκέδαση, ενώ παράλληλα μπορεί να δει τα στοιχεία και τα οφέλη της κάρτας του προγράμματος επιβράβευσης, να ενημερωθεί για προσφορές των ξενοδοχείων του ομίλου και να ανακαλύψει τα τυχερά παιχνίδια του καζίνο που είναι διαθέσιμα. Επιπλέον, μέσω της εφαρμογής πραγματοποιούνται οι κρατήσεις πακέτων υπηρεσιών και φαγητού, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα προβολής επερχόμενων κρατήσεων στη λίστα αναμονής δωματίων, παραστάσεων και γευμάτων. Τέλος, ο χρήστης λαμβάνει ειδοποιήσεις ώστε να ενημερώνεται εγκαίρως για τυχόν αλλαγές στη διαθεσιμότητα ή στο πρόγραμμα.

Το ξενοδοχείο Wynn έχει πάει ένα βήμα παραπέρα τις ψηφιακές τεχνολογίες στην επιχείρηση, υιοθετώντας τη «βοήθεια» εικονικών βοηθών. Οι virtual assistants είναι μία σύγχρονη ψηφιακή τεχνολογία που σιγά σιγά αλλάζει τα δεδομένα στο κλάδο της φιλοξενίας, φέρνοντας την επανάσταση στην εξυπηρέτηση των πελατών. Οι εικονικοί βοηθοί αποτελούν συσκευές τεχνητής νοημοσύνης, προσφέροντας έτσι μία άμεση υποστήριξη στους επισκέπτες.

Το ξενοδοχείο Wynn, στα πλαίσια του ψηφιακού του μετασχηματισμού, ενσωμάτωσε στις υπηρεσίες του τους εικονικούς βοηθούς το 2016 και έκτοτε αποτελεί παράδειγμα ψηφιακής τεχνολογίας μιας σύγχρονης ξενοδοχειακής μονάδας. Εξοπλίζοντας τις σουίτες του με την Alexa, τη φωνητική βοηθό της Amazon, μεταμόρφωσε πλήρως τα δωμάτια του ξενοδοχείου, ξεχωρίζοντάς τα από τα «απλά». Οι πελάτες μπορούν να δίνουν εντολές στους βοηθούς με τη φωνή τους, λαμβάνοντας μέχρι και πληροφορίες για τον καιρό κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο ξενοδοχείο.

Σύμφωνα με το άρθρο του Web Booking Pro, ο ιδρυτής του ξενοδοχείου, Steve Wynn, σχολιάζει μόνο θετικά τις επιπτώσεις της τεχνολογίας. Συγκεκριμένα ανέφερε πως η τεχνολογία μετατρέπει την εμπειρία του επισκέπτη σε πιο βολική, αφού αρκεί να «μιλήσει» απλά στο δωμάτιο. Δίνοντας το παρόν στην Alexa, ο πελάτης μπορεί να δώσει φωνητικές εντολές όπως «Alexa, άνοιξε τις κουρτίνες» ή «Alexa, χαμήλωσε τη θερμοκρασία» ή «Alexa, άνοιξε τις ειδήσεις»¹³.

Οι κριτικές των πελατών για το ξενοδοχείο Wynn ξεχωρίζουν την υπηρεσία των εικονικών βοηθών ως το κύριο χαρακτηριστικό του ξενοδοχείου. Η καινοτόμα αυτή ιδέα απέδωσε καρπούς, ξεπερνώντας ακόμη και τις πολυτελείς υπηρεσίες και παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο. Τα ενσωματωμένα chatbots με τεχνητή νοημοσύνη στους εικονικούς βοηθούς του ξενοδοχείου δίνουν τη δυνατότητα μιας άμεσης

¹³ Πηγή: <https://www.webbookingpro.com/hotel-automation-examples/>

«αλληλεπίδρασης» κερδίζοντας με αυτό τον τρόπο την υποστήριξη των πελατών, αυξάνοντας παράλληλα τις κρατήσεις. Έρευνα έχει αποδείξει άλλωστε πως η πλειονότητα των πελατών παρατηρεί και εκτιμά όταν οι επιχειρήσεις προσπαθούν για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους και χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού αποτελούν οι εικονικοί βοηθοί.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως το ξενοδοχείο Wynn χρησιμοποιεί τις ψηφιακές τεχνολογίες επιτυχώς, ξεχωρίζοντας όχι μόνο για τις πλούσιες παροχές του αλλά και για τον έξυπνο τρόπο που αντιμετωπίζει τις απαιτήσεις των πελατών. Συγκρίνοντας τις παροχές υπηρεσιών μεταξύ ανθρώπινου δυναμικού και υπολογιστών, οι ψηφιακοί εικονικοί βοηθοί σίγουρα κερδίζουν έδαφος, αφού η μηχανή αποτελεί μία έγκαιρη, γρήγορη και πανταχού παρόν υπηρεσία. Η εξατομικευμένη υποστήριξη που προσφέρουν όχι μόνο βοηθά την καλύτερη λειτουργία του ξενοδοχείου, ξεκουράζει τους εργαζομένους, συμφέρει μακροπρόθεσμα οικονομικά, αλλά καλύπτει και τον πιο απαιτητικό πελάτη.

Κεφάλαιο 4.3: Ξενοδοχείο Marinus

Το ξενοδοχείο Marinus Beach αποτελεί έναν ήσυχο προορισμό στη Κροατία για χαλάρωση και ψυχαγωγία. Το ξενοδοχείο εκτείνεται στο ιστορικό χωριό Μαρίνα και διαθέτει 28 πολυτελή δωμάτια, μεγάλη πισίνα, γυμναστήριο και spa. Από τις βασικές του υποδομές είναι ο κλιματισμός, το ασανσέρ, το WiFi, το εστιατόριο, η εσωτερική πισίνα, το πάρκινγκ, κ.ά. Το ξενοδοχείο προσφέρεται για επίσημες εκδηλώσεις όπως συνέδρια και γάμους, παρέχοντας την κατάλληλη ατμόσφαιρα. Η αίθουσα συνεδριάσεων του Marinus είναι πλήρως εξοπλισμένη με τεχνολογικά μέσα και μπορεί να φιλοξενήσει έως και 100 άτομα (Πηγή: <https://www.hotelmarius.com/>).

Από τις λειτουργίες των ψηφιακών τεχνολογιών που διαθέτει ξεχωρίζει εκείνη της αυτόματης ενημέρωσης τιμών. Έχοντας γνώση των τιμών και αποδεχόμενοι το γεγονός πως η τιμολόγηση διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τους πελάτες, οι υπεύθυνοι του ξενοδοχείου Marinus προχώρησαν σε αυτοματοποίηση της τεχνολογίας για το θέμα αυτό.

Η στρατηγική ανάπτυξης του ξενοδοχείου εστιάζει στη διατήρηση των βέλτιστων τιμών σε όλη τη διάρκεια του έτους, καθιστώντας απαραίτητη την αυτοματοποιημένη τεχνολογία τιμολόγησης. Η δυναμική αυτή τιμολόγηση χρησιμοποιεί συγκεκριμένα λογισμικά για την αυτόματη προσαρμογή των τιμών των δωματίων, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα, τη διάρκεια παραμονής του επισκέπτη, κ.ά. Βασικό κριτήριο της προσαρμογής της τιμής αποτελεί σίγουρα η χρονική περίοδος των κρατήσεων, μιας που, παραδείγματος χάριν, σε περιόδους χαμηλής τουριστικής ή ταξιδιωτικής κίνησης, το σύστημα μπορεί να μειώσει τις τιμές, προσελκύοντας έτσι περισσότερους πελάτες. Από την άλλη, σε μέρες ή περιόδους αιχμής, οι τιμές προσαρμόζονται ώστε να ανταποκρίνονται στη ζήτηση, μεγιστοποιώντας τη κερδοφορία.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός του Marinus στηρίχθηκε στο γεγονός πως μία τέτοια προσαρμογή τιμής δεν θα ήταν πλήρως εφικτό και συνετό να πραγματοποιείται χειροκίνητα. Η αυτοματοποίηση προσφέρει την ευκολία μετατροπής των τιμών γρήγορα και σε πραγματικό χρόνο, ανάλογα τις συνθήκες της αγοράς, αυξάνοντας τα κέρδη και μειώνοντας τα ποσοστά εξόδων. Στην αντίθετη πλευρά, η χειροκίνητη εναλλαγή τιμών θα απαιτούσε συνεχή παρακολούθηση της ζήτησης, χειροκίνητη ενημέρωση τιμών για κάθε δωμάτιο του ξενοδοχείου, ενώ δε θα έλειπαν και τα ανθρώπινα λάθη, με αποτέλεσμα ενδεχόμενες λάθος τιμές. Ένα τέτοιο λογισμικό, όπως αυτό που ανέπτυξε το ξενοδοχείο στη Κροατία, επιτρέπει τον καθορισμό των τιμών και την αυτοματοποίηση όλης της διαδικασίας.

Κεφάλαιο 4.4: Yotel Hotel

Άλλο ένα ξενοδοχείο που ξεχωρίζει για τις ψηφιακές τεχνολογίες που ενσωματώνει είναι και το ξενοδοχείο Yotel στη Σιγκαπούρη. Εκτός από τις προηγμένες τεχνολογίες, ξεχωρίζει για την λεπτομέρεια και τα πολυτελή δωμάτια, την εξωτερική μεγάλη πισίνα, με το 24ωρο γυμναστήριο, το εστιατόριο και το μπαρ. Μεγιστοποιώντας την εμπειρία για τον επισκέπτη, παρέχει κάθε μέρα της εβδομάδας ειδικές προσφορές για διασκέδαση, κάνοντάς το να ξεχωρίσει από άλλα της ίδιας κατηγορίας.

Ο όμιλος Yotel μετρά ήδη πολλά ξενοδοχεία σε Ευρώπη και ΗΠΑ, αποκτώντας φήμη για την πρωτοποριακή χρήση της τεχνολογίας σε μία ξενοδοχειακή μονάδα. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των ξενοδοχείων με την επωνυμία Yotel περιλαμβάνει έξυπνα ρομπότ και αυτοματοποιημένη υπηρεσία check in και check out, αποκλειστικός έλεγχος του δωματίου μέσω εφαρμογής, έξυπνα ρυθμιζόμενα κρεβάτια, κ.ά. (Πηγή: <https://www.yotel.com/en/faq/YOTEL-Singapore/General?location=YOTEL-Singapore#4146>).

Τα έξυπνα ρομπότ- βοηθοί μοιάζουν σαν να έρχονται από ένα άλλο μέλλον, μιας που αποτελούν την αντανάκλαση ενός ψηφιακού αιώνα. Τα μωβ droit ονομάζονται YO2D2 και είναι κατασκευασμένα ώστε να υποδέχονται τους πελάτες, να παραδίδουν παραγγελίες, πετσέτες, αναψυκτικά, κ.ά. στα δωμάτια και να περιφέρονται σε οποιοδήποτε μέρος του ξενοδοχείου (ακόμη κι αν αυτό πρόκειται για το μπαρ) ελεύθερα και με ασφάλεια ανάμεσα σε ανθρώπους. Επιπλέον, είναι σε θέση να καλούν το ασανσέρ του ξενοδοχείου και να αλληλοεπιδρούν επιτυχώς με τους πελάτες μέσω οθόνης αφής. Ο όμιλος έχει εγκαταστήσει τα ρομπότ βοηθούς για να εξυπηρετούν τόσο τους εργαζομένους, υποβοηθώντας τους στις εργασίες, όσο και τους πελάτες. Για παράδειγμα, στο ξενοδοχείο της Νέας Υόρκης τα ρομπότ χρησιμοποιούνται για την αποθήκευση των αποσκευών, ενώ στη Σιγκαπούρη έχουν πάρει το όνομα Yoshi και Yolanda και σκοπός τους είναι η εξυπηρέτηση και η υπηρεσία των δωματίων.

Άλλη μία σημαντική ψηφιακή υπηρεσία που χρησιμοποιεί ο όμιλος Yotel είναι, όπως προαναφέρθηκε, και τα αυτοματοποιημένα συστήματα check in/ check out. Για παράδειγμα, στη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου της Σιγκαπούρης οι επισκέπτες μπορούν

να χρησιμοποιούν ένα «περίπτερο» check in, ώστε να εγγράφονται στο κατάλυμα, να παραλαμβάνουν ή να επιστρέφουν τα κλειδιά τους, να ζητούν υπηρεσίες πρωινού ή και late check out. Με αυτόν τον τρόπο ο πελάτης κερδίζει χρόνο, δίχως να χρειάζεται να περιμένει σε ουρά ή να εξυπηρετηθεί έπειτα από ώρα στη περίπτωση που ο εργαζόμενος αδυνατεί να τον βοηθήσει εκείνη τη στιγμή. Αυτού του είδους η ανέπαφη αλληλεπίδραση κέρδισε περισσότερο έδαφος στη πανδημία του COVID-19, μιας που οι «απρόσωπες» υπηρεσίες έμοιαζαν ασφαλέστερες. Έκτοτε η ψηφιακή αυτή υπηρεσία έχει αποτελέσει σπουδαίο παράδειγμα καινοτομίας και τεχνολογίας μετρώντας ήδη πολλές θετικές κριτικές.

Κεφάλαιο 4.5: Electra Hotels & Resorts.

Ενώ η ποικιλία εργαλείων ψηφιοποίησης ξενοδοχείων αυξάνεται και εξελίσσεται μέρα με τη μέρα σε πολλές χώρες του εξωτερικού, στην Ελλάδα πολλά ξενοδοχεία ενσωματώνουν ψηφιακές τεχνολογίες (αρκετά πιο απλοϊκές) προκειμένου να βελτιωθεί η εμπειρία των πελατών και να επιτύχει ο εξορθολογισμός των λειτουργιών της επιχείρησης (Πηγή: <https://www.electrahotels.gr/>).

Ο όμιλος Electra Hotels & Resorts διαθέτει ξενοδοχειακές μονάδες σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κεφαλονιά και αλλού, προσφέροντας μία ευχάριστη και άνετη διαμονή, αλλά εφαρμόζοντας παράλληλα και ψηφιακές τεχνολογίες. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των ξενοδοχείων εστιάζει κατά κύριο λόγο στις κρατήσεις και την άμεση εξυπηρέτηση της υποδοχής των ταξιδιωτών. Τα ξενοδοχεία εφάρμοσαν προηγμένα ψηφιακά συστήματα με αποτέλεσμα οι online κρατήσεις και διαμονές να γίνονται ευκολότερες και αποτελεσματικότερες.

Τα ξενοδοχεία Electra δημιούργησαν μία εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, με την οποία ο χρήστης μπορεί να κάνει γρήγορα και άμεσα check in στο δωμάτιο που δέσμευσε ηλεκτρονικά, να ορίσει αν χρειάζεται μεταφορά του από και προς το ξενοδοχείο, να πραγματοποιήσει κρατήσεις εστιατορίων, να περιηγηθεί στη λίστα υπηρεσιών του spa του ξενοδοχείου και να ενημερωθεί για το μενού του εστιατορίου και του μπαρ. Παράλληλα, μέσω της εφαρμογής παρέχονται οδηγίες ασφαλούς μετακίνησης στο ξενοδοχείο, προτάσεις περιήγησης και δραστηριοτήτων στην περιοχή, εικονικοί χάρτες, ειδικές προσφορές μόνο για τους χρήστες της εφαρμογής, καθώς επίσης και η δυνατότητα μίας «ζωντανής» online συζήτησης. Προκειμένου τα ξενοδοχεία του ομίλου να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους, προσφέρουν προσαρμοσμένες υπηρεσίες και προσφορές με βάση τις προτιμήσεις του εκάστοτε πελάτη. Στη περίπτωση που κάποιος επισκεφθεί ξανά τα ξενοδοχεία, τα Electra διατρέχουν στο ιστορικό πελάτη και αναλύουν τα δεδομένα του με ασφαλή και νόμιμο τρόπο.

Οι ψηφιακές υπηρεσίες δεν σταματούν εκεί. Η διαμονή γίνεται ευκολότερη καθώς έχουν ενσωματωθεί έξυπνες ψηφιακές τεχνολογίες στα δωμάτια των ξενοδοχείων, με σκοπό την άνετη παραμονή του πελάτη. Μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα,

οι χρήστες μπορούν να ξεκλειδώσουν και να κλειδώσουν ψηφιακά το δωμάτιο, να ελέγξουν και να ρυθμίσουν τη θερμοκρασία του δωματίου και να προσαρμόσουν τον φωτισμό απλώς και μόνο με τη χρήση του κινητού τους.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως τα ξενοδοχεία Electra αξιοποιούν με τον καλύτερο δυνατό και εύχρηστο τρόπο τις ψηφιακές τεχνολογίες, έχοντας σίγουρα αποτελέσματα ψηφιακού μετασχηματισμού και στρατηγικής ανάπτυξης της επιχείρησης.

Κεφάλαιο 4.6: Divani Collection Hotels.

Τα πολυτελή καταλύματα Divani Collection Hotels αποτελούν συγκροτήματα του ομότιτλου ομίλου σε πολλές ελληνικές περιοχές όπως Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα και αλλού. Οι ξενοδοχειακές μονάδες Διβάνη αποτελούν τα τελευταία χρόνια μία όμορφη επιλογή για άνεση, πολυτέλεια και καλή εξυπηρέτηση, προσφέροντας μία ευχάριστη διαμονή. Στα ξενοδοχεία πραγματοποιούνται εκδηλώσεις, ένα fitness bootcamp, προσφέρονται προσφορές, επιβραβεύσεις και ψηφιακές κάρτες με μείωση τιμών για τα δωμάτια για συνεχή πελάτες, κ.ά.

Στο πλαίσιο ψηφιακής ανάπτυξης των ξενοδοχείων του, ο όμιλος Διβάνη προχώρησε στη ψηφιοποίηση των υπηρεσιών του, προσφέροντας την επιλογή online κρατήσεων για τους πελάτες, ενώ δημιούργησαν και μία εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα με σκοπό την βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών. Με την εφαρμογή των ξενοδοχείων Διβάνη ο πελάτης μπορεί να διαμορφώσει την εμπειρία της διαμονής τους εξατομικευμένα και με γνώμονα τον ίδιο. Με τη χρήση της διευκολύνονται οι διαδικασίες check in και check out, παρέχονται ψηφιακά οι υπηρεσίες δωματίου, ενώ παρέχονται και συστάσεις για φαγητό και δραστηριότητες σύμφωνα με τα γούστα και τις επιθυμίες του χρήστη.

Τα ξενοδοχεία Διβάνη συνεχίζουν να εξελίσσονται συνεχώς, έχοντας ήδη σημειώσει μία σημαντική τεχνολογική πρόοδο για τα δεδομένα της Ελλάδας. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός του ομίλου, έχοντας ήδη αποτυπώσει το στίγμα του, ακολουθεί σταθερά βήματα προς τη ψηφιοποίηση των ξενοδοχείων του, με το μέλλον της επιχείρησης να φαντάζει προοδευτικό.

Συζήτηση

Οι ξενοδοχειακές μονάδες ανέκαθεν ακολουθούσαν ένα μοντέλο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητάς τους, αξιοποιώντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα μέσα που διέθεταν προκειμένου να αυξήσουν τον τζίρο τους. Η καθιέρωση πρακτικών για την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις απέδειξε πως πράγματι η αντίληψη ορισμένων για το τί ονομάζεται και με τί συνδέεται ο μετασχηματισμός αυτός, ήταν λανθασμένη. Δεν αρκεί μόνο ένας σύγχρονος εξοπλισμός, υπολογιστές και λογισμικά προϊόντα, αλλά πολλά ακόμα. Οι παραθέσεις των προηγούμενων κεφαλαίων αποδεικνύουν πως δεν αρκεί μόνο ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής για να χαρακτηριστεί ένα ξενοδοχείο «ψηφιοποιημένο».

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός του ξενοδοχειακού κλάδου κερδίζει όλο και μεγαλύτερο έδαφος στη πολιτική ανάπτυξης των καταλυμάτων φιλοξενίας, μιας που η ψηφιακή εποχή απαιτεί και ανάλογες συμπεριφορές. Η ενσωμάτωση καινοτόμων ιδεών και η συνεχής αναζήτηση και ενημέρωση για τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν υποχρεωτικά βήματα προκειμένου να επιτευχθεί ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Επιπλέον, απαιτείται αναδιοργάνωση των διαδικασιών, των δομών και των υπηρεσιών των ξενοδοχείων, κάτι που πραγματοποιείται ορθότερα με την εκμετάλλευση τεχνολογικών μέσων, βελτιώνοντας παράλληλα και την αποδοτικότητα.

Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία του ψηφιακού μετασχηματισμού ενός ξενοδοχείου διαδραματίζει και η ίδια η πληροφορία. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η μετάδοση της πληροφορίας καθιστά κρίσιμη την επικοινωνία στον ξενοδοχειακό τομέα, μιας που στη προκειμένη περίπτωση ο ταξιδιώτης και εν δυνάμει πελάτης δεν μπορεί να «δοκιμάσει» το προϊόν εκ των προτέρων. Κατά αυτόν τον τρόπο, οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω του διαδικτύου για το κατάλυμα και τις υπηρεσίες που προσφέρει πρέπει να είναι έγκυρες και ακριβείς. Δε πρέπει να ξεχνάμε πως κύριος στόχος είναι σε πρώτη φάση η προσέλκυση του πελάτη και στη συνέχεια η πλήρης κάλυψη των αναγκών του. Συμπερασματικά θα λέγαμε πως η ύπαρξη μιας ιστοσελίδας για τη παρουσίαση των ξενοδοχείων αποτελεί το πρώτο βήμα «γνωριμίας» για τον πελάτη, μιας που αποτελεί την πιο κοντινή λύση στην επαφή με το «προϊόν». Κατ' επέκταση, είναι απαραίτητος και ο καλός σχεδιασμός του site, το οποίο θα πρέπει να είναι περιγραφικό, να παραθέτει πλήρως τις υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο, να είναι εύκολο στη χρήση και να παρέχει ουσιαστικές πληροφορίες που θα βοηθήσουν τον χρήστη.

Τα ξενοδοχεία Yotel, Mousai και Wynn, για τα οποία και έγινε προηγουμένως περιγραφή, αποτελούν πιστά παραδείγματα μίας δομημένης ιστοσελίδας, η οποία παρέχει έγκυρες πληροφορίες στον χρήστη παραθέτοντας επακριβώς τις υπηρεσίες που προσφέρονται. Η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου Yotel θα μπορούσε ίσως να ξεχωρίσει συγκριτικά με των άλλων δύο ξενοδοχείων, μιας που η πλοήγηση στο site είναι εύκολη και οι πληροφορίες πλήρεις και έγκυρες, δίχως να χρειαστεί ιδιαίτερη αναζήτηση των υπηρεσιών του από τον χρήστη. Το ξενοδοχείο Marinus, από την άλλη, έχει κι εκείνο μία έγκυρη και εύχρηστη ιστοσελίδα, δίχως όμως να αναφέρεται η ψηφιακή πρακτική που χρησιμοποιεί για την προσαρμογή της τιμής. Κάτι τέτοιο είναι απόλυτα φυσιολογικό και λογικό. Παρόλα αυτά, αν κάποιος θελήσει να ερευνήσει τη πτώση ή αύξηση των τιμών στα δωμάτια αρκεί μόνο να διαμορφώσει τις ημερομηνίες

αναζήτησης. Συνεχίζοντας τον σχολιασμό των ιστοσελίδων για τα ξενοδοχεία που επιλέχθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, θα λέγαμε πως παρόλο που οι ξενοδοχειακές μονάδες Διβάνη στην Ελλάδα διαθέτουν όμορφη και εύχρηστη ιστοσελίδα δεν αναφέρεται κάπου συγκεκριμένα η χρήση του ψηφιακού εργαλείου της εφαρμογής που χρησιμοποιούν. Ο πελάτης αν δεν ενημερωθεί από τους εργαζομένους στο check in, ενδέχεται να μην χρησιμοποιήσει την εφαρμογή της επιχείρησης. Από την άλλη, το Electra Hotels παρόλο που βρίσκεται στην ίδια κατηγορία, είναι ευκολότερο να ανακαλύψει κανείς την εφαρμογή των ξενοδοχείων που μπορεί να εγκαταστήσει ο πελάτης, μιας που προωθείται και στο τέλος της αρχικής σελίδας.

Για να χαρακτηριστεί ένας ψηφιακός μετασχηματισμός επιτυχής, το ξενοδοχείο οφείλει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις με σκοπό να ανεβαίνουν τα έσοδά του και να μειώνονται αντιστρόφως τα έξοδα, να δέχεται κριτικές, να έχει ενσωματώσει πλήρως και επιτυχώς τα ψηφιακά εργαλεία, να ενημερώνεται συνεχώς για τις τεχνολογικές εξελίξεις, κ.ά. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός σίγουρα δεν αποτελεί μία εύκολη και οικονομική λύση για τα ξενοδοχεία, ωστόσο μπορεί να αποτελέσει σοβαρή επένδυση και να αποδώσει καρπούς. Είναι ευρέως γνωστό πως οι ταξιδιώτες και οι επισκέπτες, αναζητώντας μία ευχάριστη και αξέχαστη εμπειρία, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον για υπηρεσίες που τους ευχαριστούν. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε που το ξενοδοχείο Yotel έχει πάρει τόση δημοσιότητα για τα ρομπότ- βοηθούς του, χαράζοντας μία έντονη πορεία καινοτομίας στον ξενοδοχειακό τομέα.

Μελέτες έχουν δείξει πως η τάση ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογιών στα δωμάτια των ξενοδοχείων αποτελεί αλάνθαστη στρατηγική ανάπτυξης της επιχείρησης. Παρόλο που η δωρεάν σύνδεση στο διαδίκτυο παραμένει στη κορυφή των απαραίτητων παροχών για τους πελάτες, εκτιμώνται ιδιαίτερα καινοτόμες ιδέες όπως ο έλεγχος συσκευών με φωνητικές εντολές ή μέσω application και η αυτοματοποιημένη ρύθμιση της θερμοκρασίας και της φωτεινότητας του δωματίου. Επιπλέον, οι ξενοδόχοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο των Πραγμάτων ως ψηφιακό εργαλείο προκειμένου να παρέχουν στους πελάτες τους ταχύτερες και πιο εξατομικευμένες υπηρεσίες. Οι θερμοστάτες, αποκωδικοποιητές, οι αυτοματοποιημένες κλειδαριές, κ.ά. είναι μόνο μερικά από τα ψηφιακά εργαλεία που μπορούν να ενσωματωθούν σε ένα ξενοδοχείο, ενισχύοντας την αποδοτικότητα της επιχείρησης και προσφέροντας περισσότερη αξία στις υπηρεσίες του.

Κλείνοντας θα λέγαμε πως για τη σημερινή ψηφιακή εποχή η ενσωμάτωση έξυπνων εργαλείων τεχνολογίας δεν αποτελεί πολυτέλεια, αλλά απαραίτητο στοιχείο. Τα περισσότερα ξενοδοχεία του σήμερα καινοτομούν, παρουσιάζοντας ιδέες που μπορούν όχι μόνο να διευκολύνουν τη διαμονή του χρήστη, να υποβοηθήσουν τους εργαζομένους και να προσφέρουν τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες, αλλά και να αποκτήσουν φήμη, να αυξήσουν το πελατολόγιό τους και να χαρακτηριστούν από μοναδικότητα.

Συμπεράσματα

Η ψηφιακές τεχνολογίες και η εξάπλωση της χρήσης του διαδικτύου σε πολλούς τομείς της ανθρώπινης καθημερινότητας οδήγησε σε μία επαναστατική τεχνολογική αλλαγή, ακόμη και στον τομέα της φιλοξενίας. Οι ξενοδοχειακές μονάδες αποτελούν ένα αναπόσπαστο και ίσως το σημαντικότερο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας, αδυνατώντας να αποφύγουν την επιρροή που τους άσκησε και ασκεί ακόμα ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Μέσα σε ένα επιτακτικό κλίμα ψηφιακών αλλαγών η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσει ένα ψηφιακό μοντέλο επιχειρηματικότητας με σκοπό να ανταπεξέλθει στις νέες συνθήκες του 21^{ου} αιώνα.

Η ψηφιακή επανάσταση έφερε νέες πρακτικές ψηφιοποίησης για τα ξενοδοχεία, τα οποία οφείλουν να ενημερώνεται για τις τρέχουσες και τελευταίες εξελίξεις, να προσαρμόζονται στη νέα πραγματικότητα, να ανταπεξέρχονται στις προκλήσεις, να ενσωματώνουν ψηφιακά εργαλεία και να τα χρησιμοποιούν με σκοπό την ομαλή ανάπτυξη της επιχείρησης. Άλλωστε, ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί βασικό στοιχείο μιας στρατηγικής ανάπτυξης πολλών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Πολλά ξενοδοχεία στον κόσμο, όπως το Mousai, το Yotel, το Wynn, το Electra, το Marinus και το Divani, αποτελούν παραδείγματα ανάπτυξης καινοτόμων ιδεών και ενσωμάτωσης ψηφιακών πρακτικών και εργαλείων στο πλαίσιο υλοποίησης του ψηφιακού τους μετασχηματισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία:

- Αλεβιζόπουλος, Γ., Βασιλόπουλος, Χ. (2019). Ψηφιακός μετασχηματισμός επιχειρήσεων. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας. Διαθέσιμο online στο: <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/handle/123456789/7660> [Ημερομηνία πρόσβασης: 19 Απριλίου 2024]
- Βαμιεδάκη Β. (2021). Ποια είναι η booking.com που όλοι κλείνουμε τα ξενοδοχεία μας; News 24|7 the Magazine. Διαθέσιμο online στο: <https://www.news247.gr/magazine/poia-einai-i-booking-com-pou-oloi-kleinoume-ta-xenodoxeia-mas/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 10 Μαΐου 2024]
- Βικιπαίδεια (χ.χ.) Τέταρτη βιομηχανική επανάσταση. Διαθέσιμο online στο: <https://el.wikipedia.org/wiki> [Ημερομηνία πρόσβασης: 10 Απριλίου 2024]
- Βικιπαίδεια (χ.χ.). Υπολογιστικό νέφος. Διαθέσιμο online στο: <https://el.wikipedia.org/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 18 Απριλίου 2024]
- Βικιπαίδεια (χ.χ.). Κρυπτονόμισμα. Διαθέσιμο online στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Απριλίου 2024]
- Γιώργος Αλεξάκης (2023). Τουρισμός: «Ψηφιακό» το κλειδί για τη βιωσιμότητα επιχειρήσεων και προορισμών. Reporter Inside Information Magazine. Διαθέσιμο online στο: <https://www.reporter.gr/Eidhseis/Epicheirhseis/toyrismos/573908-Toyrismos-%C2%ABPshfiako%C2%BB-to-kleidi-gia-th-biwsimothta-epicheirhsewn-kai-proorismwn>
- Δουκίδης, Γ. Ι. (2021). Οι ψηφιακές τεχνολογίες ως απάντηση για την επόμενη ημέρα. ΟΤ. Διαθέσιμο online στο: <https://www.ot.gr/2021/07/25/academia/oikonomiko-panepistimio-athinon/oi-psifiakes-texnologies-os-apantisi-gia-tin-epomeni-imera/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 7 Απριλίου 2024]
- Δούρος, Π., & Καλδής, Π. (2023). Ψηφιακός μετασχηματισμός και πολιτιστικές υπηρεσίες-υποδομές. Κάλλιπος. Διαθέσιμο online στο: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/11875> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Απριλίου 2024]
- Ελληνική Δημοκρατία (2020). Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025. Ελληνική Δημοκρατία: Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Διαθέσιμο online στο: <http://www.opengov.gr/digitalandbrief/wp-content/uploads/downloads/2020/12/digitalstrategy.pdf> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Απριλίου 2024].

- Ευθυμίου, Θ. (2021). Ψηφιακός Μετασχηματισμός. Μία αναγκαιότητα για την επιβίωση του ξενοδοχειακού τομέα. LinkedIn. Διαθέσιμο online στο: <https://www.linkedin.com> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Απριλίου 2024]
- Ινστιτούτο Επιμόρφωσης (2013). Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης. Διαθέσιμο online στο: <https://elearning.ekdd.gr/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 20 Ιουνίου 2024]
- Ιωάννου, Χ. (2021). Βασικές προκλήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου. Money and Tourism. Διαθέσιμο online στο: <https://money-tourism.gr/vasikes-prokliseis-xenodocheiakoy-kladoy/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Μαΐου 2024]
- Καλαντζή, Ε. (2020). Δημιουργικός, βιώσιμος και έξυπνος τουρισμός: Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για τον αστικό πολιτιστικό τουρισμό. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο online στο: <http://ikee.lib.auth.gr/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 21 Ιουνίου 2024]
- Κούτρα, Α. (2019). Ψηφιοποίηση στις επιχειρήσεις και τα οφέλη της ψηφιακής επικοινωνίας σε ένα καινοτόμο εργασιακό περιβάλλον (Doctoral dissertation, University of Piraeus (Greece)). Διαθέσιμο στο: <https://dione.lib.unipi.gr/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 2 Απριλίου 2024]
- Ματθαίου, Χ. (2021). Η επίδραση της Ψηφιακής Τεχνολογίας. Βασικά παραδείγματά της που έχουν αλλάξει τη ζωή ανθρώπων σήμερα. Nowmag.gr. Διαθέσιμο online στο: <https://nowmag.gr/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 1 Απριλίου 2024].
- Μουτζούρη, Β. Γ. (2012). Πληροφοριακά συστήματα στον τουρισμό. Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Διαθέσιμο online στο: <https://dione.lib.unipi.gr/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Μαΐου 2024].
- Ξαναθάκης, Β. (2020). Οι ψηφιακές τεχνολογίες στον τομέα της ξενοδοχειακής φιλοξενίας. Hotel Tech News. Διαθέσιμο online στο: <https://hoteltechnews.gr/oi-psifiakes-technologies-ston-tomea-tis-kxenodocheiakis-filoksenias/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Μαΐου 2024]
- Παπαδόπουλος, Θ. (2019) 4^η Βιομηχανική Επανάσταση; Liberal. Διαθέσιμο online στο: <https://www.liberal.gr/apopsi/4i-biomihaniki-epanastasi> [Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Απριλίου 2024]
- Παπάζογλου, Ν. (2024). Ψηφιακή στροφή κάνει ο κλάδος του τουρισμού. Insider. Διαθέσιμο online στο: <https://www.insider.gr/epiheiriseis/315201/psifiaki-strofi-kanei-o-klados-toy-toyrismoy> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Απριλίου 2024]
- Παπάζογλου, Ν. (2021). Στον ψηφιακό μετασχηματισμό στρέφονται και τα ξενοδοχεία της χώρας για την επόμενη ημέρα. Insider. Διαθέσιμο online στο: <https://www.insider.gr/toyrismos/154918/ston-psifiako-metashimatismo-strefontai-kai-ta-xenodoheia-tis-horas-gia-tin> [Ημερομηνία πρόσβασης: 8 Απριλίου 2024]
- Πιστικού, Γ. (2023). Καινοτομία: η νέα επενδυτική ευκαιρία στον κλάδο της φιλοξενίας. Travel Daily News. Διαθέσιμο online στο:

<https://www.traveldailynews.gr/column/arthro/kainotomia-i-nea-ependytiki-eykairia-ston-klado-tis-filoxenias/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 4 Απριλίου 2024]

Πολυχρονάκη, Σ. (2022). Η τέταρτη βιομηχανική επανάσταση: Τι είναι και πώς θα μας επηρεάσει. PsychologyNow. Διαθέσιμο online στο: <https://www.psychologynow.gr/arthra-psychologias/koinonia/perivallon/11738-i-tetarti-viomixaniki-epanastasi-ti-einai-kai-pos-tha-mas-epireasei.html> [Ημερομηνία πρόσβασης: 12 Απριλίου 2024].

Περρές, Κ., & Καφέτζα, Ε. (2009). Ο τουρισμός στη ψηφιακή οικονομία. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. Διαθέσιμο online στο: <https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2020/10/itep-digital-tourism-2010-book.pdf> [Ημερομηνία πρόσβασης: 16 Απριλίου 2024].

Ταλιαδούρος Νίκος (2019). *Η ψηφιακή Εποχή*. Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών. Διαθέσιμο online στο: https://www.academia.edu/44239971/%CE%97_%CE%A8%CE%B7%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CE%95%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%AE [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Απριλίου 2024].

Φυτίλη, Μ. (2023). Η εξέλιξη της τεχνολογίας και της ανθρώπινης ζωής. Offline Post. Διαθέσιμο online στο: <https://www.offlinepost.gr/2023/01/03/h-exelixh-ths-technologias-kai-ths-anthropinis-zois/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 11 Απριλίου 2024]

Χρηματιστήριο Αθηνών (2019). Οδηγός δημοσιοποίησης πληροφοριών ESG. ATHEX. Διαθέσιμο online στο: <https://www.athexgroup.gr/documents/10180/5665122/GR-ESG+REPORTING+GUIDE/e4f7fa48-d16a-4156-b9da-fbc27282a227> [Ημερομηνία πρόσβασης: 19 Απριλίου 2024]

Cactus (χ.χ). Ψηφιακός Μετασχηματισμός. Cactus Digital Growth. Διαθέσιμο online στο: <https://www.cactusweb.gr/psifiakos-metashchimatismos/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 19 Απριλίου 2024]

ConnectLine (χ.χ). Τι είναι ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός; Διαθέσιμο online στο: <https://www.connect-line.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CF%88%CE%B7%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 1 Απριλίου 2024].

Elorus. Πλήρες πρόγραμμα ERP για μικρές επιχειρήσεις. Διαθέσιμο online στο: <https://www.elorus.com/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Μαΐου 2024]

- ESG Stories (2022). Μόνο τα ξενοδοχεία με αιεφόρες πρακτικές θα μπορούν να χρηματοδοτούνται στο μέλλον. Διαθέσιμο online στο: <https://www.esgstories.gr/toyrismos/mono-ta-xenodocheia-me-aeifores-praktikes-tha-mporoy-n-na-hrimatodotoyntai-sto-mellon> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Απριλίου 2024]
- Eurotel Hospitality (2024). OPERA PMS της Oracle: Η επόμενη γενιά διαχείρισης των ξενοδοχείων. Eurohotel.gr. Διαθέσιμο online στο: <https://eurotel.gr/post/opera-pms-oracle-> [Ημερομηνία πρόσβασης: 5 Μαΐου 2024]
- e-Wood (2020). Industry 4.0 και οι θεμελιώδεις τεχνολογίες που το συνθέτουν σήμερα. E-Wood.gr. Διαθέσιμο online στο: <https://ewood.gr/> [Ημερομηνία ανάκτησης: 21 Απριλίου 2024]
- JOIST (2022). Ψηφιακή εργασία: Τι είναι και ποιες τεχνολογίες την υποστηρίζουν; JOIST. Διαθέσιμο online στο: <https://joistpark.eu/psifiaki-ergasia-texnologies-psifiakos-metasxhmatismos/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 17 Απριλίου 2024]
- Microsoft (χ.χ). Τι είναι το SIEM; Microsoft.com. Διαθέσιμο online στο: <https://www.microsoft.com/el-gr/security/business/security-101/what-is-siem> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Μάϊου 2024]
- Money Review (2023). Στο Ταμείο Ανάκαμψης ο ψηφιακός μετασχηματισμός του ΕΟΤ. Διαθέσιμο online στο: <https://www.moneyreview.gr/business-and-finance/130507/sto-tameio-anakampsis-o-psifiakos-metaschimatismos-toy-eot/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 1 Απριλίου 2024].
- Money Review (2023). Τα οφέλη από τον ψηφιακό μετασχηματισμό στο επιχειρείν. Διαθέσιμο online στο: <https://www.moneyreview.gr/business-and-finance/117905/ta-ofeli-apo-ton-psifiako-metaschimatismo-sto-epicheirein/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 1 Απριλίου 2024].
- Money and Tourism (2022). Ανοικτές οι ‘κάνουλες’ χρηματοδότησης αποκλειστικά και μόνο σε βιώσιμα ξενοδοχεία. Money-Tourism.gr. Διαθέσιμο online στο: <https://money-tourism.gr/anoiktes-oi-quot-kanoyles-quot-chrimatodotisis-apokleistika-mono-se-viosima-xenodocheia/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 28 Απριλίου 2024]
- Money and Tourism (2023). Η επαυξημένη πραγματικότητα το σήμερα και το αύριο των ξενοδοχείων. Ποιος ο ρόλος της AR στη βελτιωμένη ξενοδοχειακή εμπειρία. Money and Tourism. Διαθέσιμο online στο: <https://money-tourism.gr/h-epayximeni-pragmatikotita-to-simera-to-ayrio-ton-xenodocheion-poi-os-o-rolos-tis-ar-sti-veltiomeni-xenodocheiaki-empeiria/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 1 Μάϊου 2024]
- Stanislav, I. (2023). Εφαρμογές της ψηφιακής τεχνολογίας στις τουριστικές επιχειρήσεις. INSETE. Διαθέσιμο online στο: https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/02/23_02-Tourism_Technology.pdf [Ημερομηνία πρόσβασης: 28 Απριλίου 2024]

Ti-Einai.gr. Τι είναι τεχνολογία; Διαθέσιμο στο: <https://ti-einai.gr/technology/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 29 Μαρτίου 2024].

Ti-Einai.gr. Τι είναι ψηφιακή τεχνολογία; Διαθέσιμο στο: <https://ti-einai.gr/psifiaki-technologia/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 29 Μαρτίου 2024].

Tourism Today (2018). Πως η ψηφιακή τεχνολογία συμβάλει στον τομέα της φιλοξενίας. Διαθέσιμο online στο: <https://www.tourismtoday.gr> [Ημερομηνία πρόσβασης: 3 Απριλίου 2024]

Travel Daily News (2023). Από τα «έξυπνα» τηλέφωνα... στις «έξυπνες» πόλεις και τον «έξυπνο» τουρισμό. TravelDailyNews.gr. Διαθέσιμο online στο: <https://www.traveldailynews.gr/technologia/apo-ta-exypna-tilefona-stis-exypnes-poleis-kai-ton-exypno-toyrismo/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 21 Ιουνίου 2024]

Ξένη Βιβλιογραφία:

Alvaro (2024). AI Tools for Hotels: improving Experiences. Chatlyn. Διαθέσιμο online στο: <https://chatlyn.com/en/blog/ai-tools-for-hotels/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Μαΐου 2024]

Bethapudi, A. (2013). The role of ICT in tourism industry. *Journal of applied economics and business*, 1(4), 67-79. Διαθέσιμο online στο: <https://www.aebjournal.org/articles> [Ημερομηνία πρόσβασης: 20 Ιουνίου 2024].

Cloudbeds. What are online travel agencies? The ultimate geode to OTAs. Cloudbeds. Διαθέσιμο online στο: <https://www.cloudbeds.com/online-travel-agencies/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 10 Μαΐου 2024]

Exambeam (χ.χ). Best SIEM solutions: Top 10 SIEM systems and how to choose. Διαθέσιμο online στο: <https://www.exabeam.com/explainers/siem-tools/siem-solutions/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 12 Μαΐου 2024].

Hockman, D. (2018). Robot butlers are taking over hotels (good news: no tipping required). Forbes. Διαθέσιμο online στο: <https://www.forbes.com/sites/davidhochman/2018/02/23/robot-butlers-are-taking-over-hotels-good-news-no-tipping-required/?sh=7964928d7636> [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Μαΐου 2024]

Karagiannis, M. (2024). 10 essential AI tools transforming the modern hotel experience. LinkedIn. Διαθέσιμο online στο: <https://www.linkedin.com/pulse/10-essential-ai-tools-transforming-modern-hotel-manos-karagiannis-kg4f> [Ημερομηνία πρόσβασης: 10 Μαΐου 2024]

- Kiefer M. (2024). First-hand Cloudbeds review this the best Hospitality Management Software? Διαθέσιμο online στο: <https://hostelnerds.com/cloudbeds-review/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 10 Μαΐου 2024]
- Medallia Zingle (2020). Optimize your processes. Medallia Inc. Διαθέσιμο online στο: https://www.medallia.com/wp-content/uploads/pdf/zingle/201905_Hospitality_OPTIMIZE.pdf [Ημερομηνία πρόσβασης: 9 Μαΐου 2024]
- Pateli, A., Mylonas, N., & Spyrou, A. (2020). Organizational adoption of social media in the hospitality industry: An integrated approach based on DIT and TOE frameworks. *Sustainability*, 12(17), 7132. Διαθέσιμο online στο: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/17/7132> [Ημερομηνία πρόσβασης: 8 Απριλίου 2024]
- VisaIndex (2023). What is Smart Tourism? VisaIndex.com. Διαθέσιμο online στο: <https://visaindex.com/blog/what-is-smart-tourism/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 20 Ιουνίου 2024]
- Web Booking Pro (2024). 6 Examples of hotel automation around the world. Web Booking Pro. Διαθέσιμο online στο: <https://www.webbookingpro.com/hotel-automation-examples/> [Ημερομηνία πρόσβασης: 19 Μαΐου 2024]
- Wikipedia (χ.χ). Salesforce. Wikipedia the free encyclopedia. Διαθέσιμο online στο: <https://en.wikipedia.org/wiki/Salesforce> [Ημερομηνία πρόσβασης: 7 Μαΐου 2024]
- Wikipedia (χ.χ). Customer relationship management. Wikipedia the free encyclopedia. Διαθέσιμο online στο: https://en.wikipedia.org/wiki/Customer_relationship_management [Ημερομηνία πρόσβασης: 7 Μαΐου 2024]