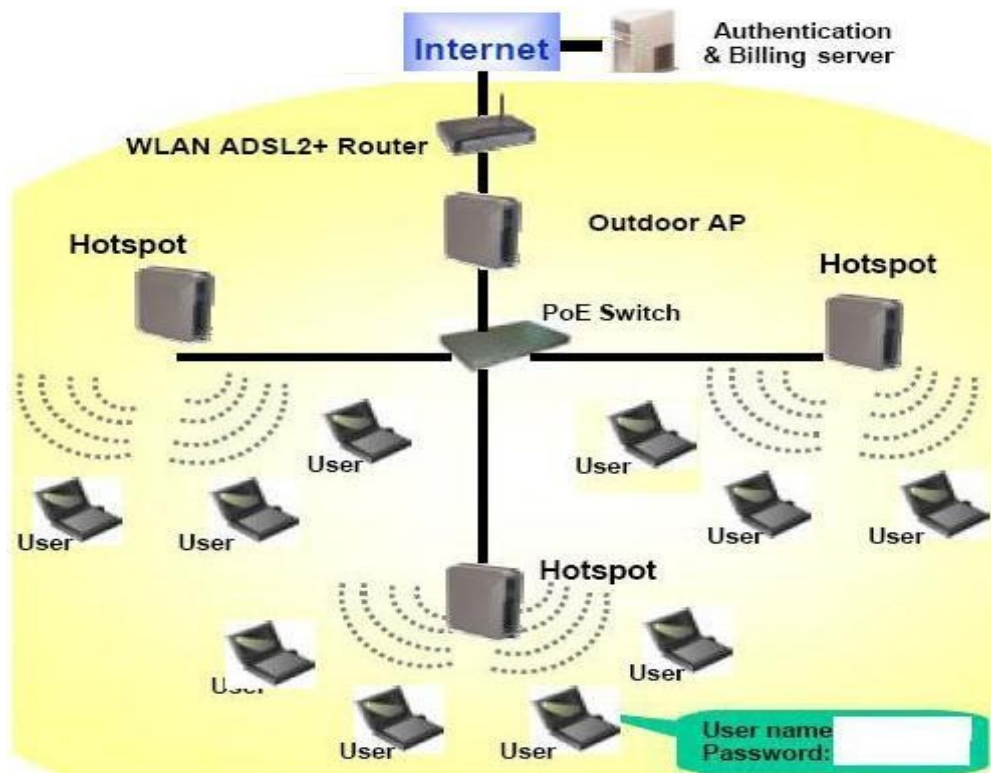


«ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ»

“HOTEL NETWORKING FEASIBILITY STUDY”



ΜΗΤΡΕΝΤΣΗ ΕΛΕΝΗ
Α.Μ.24/08
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2009

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
1.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	6
1.2 ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	7
1.3 ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΠΙΟ	9
1.4 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΟΝ-LINE ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	10
1.5 ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	12
1.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΟΝ-LINE ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	13
1.6.1 Το διαδίκτυο ως μέσο προώθησης τουριστικών προϊόντων	14
2.1 ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	15
2.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ	17
2.3 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	19
2.4 ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΕ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ	20
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	24
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	25

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	5
1.1 TOURIST MARKET AND INTERNET IN GREECE	6
1.2 DEVELOPMENTS BY THE INTERNET DYNAMIC	7
1.3 RE-ENLISTMENTS IN THE GLOBAL TOURIST SCENERY	9
1.4 MOTIVES FOR ON-LINE TRANSACTIONS	10
1.5 CHANGES IN THE TOURIST TRANSACTIONS MODEL	12
1.6 ADVANTAGES OF ON-LINE TOURISM	13
1.6.1 Internet as means of tourist products promotion	14
2.1 HOTEL WIRELESS NETWORKING	15
2.2 EQUIPMENT AND APPLIANCES	17
2.3 BENEFITS FROM WIRELESS NETWORKING	19
2.4 COMPANIES WITH WIRELESS SOLUTIONS	20
CONCLUSIONS	24
BIBLIOGRAPHY	25

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών ο τουρισμός στην Ελλάδα μετεξελίχθηκε, από μια περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσείλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα επισκέπτες, σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία που συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας και παρουσιάζει μεγάλη συμμετοχή στο ΑΕΠ, την απασχόληση, την ευημερία, την προβολή μας προς τα έξω και τη διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης υπέρ αυτής. Οι απαιτήσεις και οι προκλήσεις της νέας εποχής είναι μεγάλες και θα βαίνουν συνεχώς αυξανόμενες. Ο τουρισμός αξιώνει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου με όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος. Ταυτόχρονα, λόγω της ένταξης νέων χωρών στην Ε.Ε., περιοχές που αποτελούν εξίσου καλούς ή και καλύτερους τουριστικούς προορισμούς, εντείνουν ακόμα περισσότερο τον ανταγωνισμό για τη διεκδίκηση μιας καλής τουριστικής θέσης στον Ευρωπαϊκό αλλά και τον Παγκόσμιο χάρτη.¹

Στα πλαίσια αυτά, στόχος κάθε επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον τουριστικό κλάδο είναι η εναρμόνιση των παροχών της με τις απαιτήσεις των πελατών.

Στην παρούσα μελέτη θα εξετάσουμε τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει η ίδια η επιχείρηση από την δικτύωσή της και την παρουσία της στο Διαδίκτυο και παράλληλα θα παρουσιάσουμε πως μία ξενοδοχειακή μονάδα, ανεξαρτήτως μεγέθους, είναι σε θέση να παρέχει υπηρεσίες Διαδικτύου στους πελάτες της.

¹ Χανιώτικη Blog-ο-κρατία Τουρισμός Προτάσεις ανάπτυξης

ABSTRACT

Over the past decades, tourism in Greece has evolved from a limited range activity, which attracted few and with specific interests visitors, to a large national industry with major contribution in the economic growth of our country and presents great involvement in the GNP, employment, prosperity, our projection abroad and in the formation of public opinion on our favor. The new era demands and challenges are great and become continually increasing. Tourism demands high quality services with as less cost as possible. Meanwhile, due to the integration of new countries in the E.U., areas that comprise equally good or even better tourist attractions intensify the competition for the assertion of a good tourist spot on the European and the Global map as well.

In this scene, the aim of every business that takes action in the field of tourism is the compatibility between the services offered and the customer demands.

In this study we present the benefits the business itself can derive from networking and also examine how a hotel unit, independent of its size, is in the position to provide Internet services to customers.

1.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ²

Η συνεχής και αλματώδης πρόοδος της τεχνολογίας και της χρήσης του διαδικτύου δημιουργεί νέες ευκαιρίες για την προώθηση του τουρισμού στη χώρα μας, τονίζοντας την αναγκαιότητα για χρήση αποδοτικότερων και «εξυπνότερων» μεθόδων προσέλκυσης τουριστών, καθώς και για τη διατήρηση της επιθυμίας τους για πραγματοποίηση διακοπών στην Ελλάδα. Τόσο σήμερα, όσο και στο παρελθόν, γεωπολιτικές κρίσεις στην ευρύτερη περιοχή αποτελούν απειλή για τον τουρισμό στη χώρα μας. Οι μακροπρόθεσμες συνέπειες από συνεχόμενες αποτυχημένες τουριστικές περιόδους, σε συνδυασμό με τον ανταγωνισμό από άλλες χώρες, ενέχουν σοβαρούς κινδύνους: παρακμή των τουριστικών εγκαταστάσεων στη χώρα και περαιτέρω ερήμωση των νησιών. Πολλά μπορούν να γίνουν για την αντιμετώπιση αυτών των κινδύνων και οι τεχνολογίες της πληροφορικής μπορούν να προσφέρουν σημαντικές υπηρεσίες.

² http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

1.2 ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ³

Η παγκόσμια εξάπλωση του διαδικτύου και η χρήση του ως ενός από τα ισχυρότερα μέσα ενημέρωσης και διακίνησης πληροφοριών καθιστούν αναγκαία την αξιοποίησή του από όλους τους οικονομικούς κλάδους, επομένως και από τον τομέα του τουρισμού.

Σύμφωνα με την αναφορά Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ανάπτυξης του 2001 (<http://www.unctad.org/en/docs/ecdr01ove.en.pdf>), που δημοσιεύτηκε από το Συμβούλιο περί Εμπορίου και Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD), αναπτυσσόμενες χώρες, μπορούν να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους σε παγκόσμιο επίπεδο μέσω του **Ηλεκτρονικού Εμπορίου**. Καθώς η τουριστική βιομηχανία αποτελεί συχνά ένα προσοδοφόρο μέσο για τις αναπτυσσόμενες χώρες, η στρατηγική χρήση του διαδικτύου θα βοηθούσε αυτές τις χώρες στην τόνωση της τουριστικής τους αγοράς.

Η συγκεκριμένη αναφορά τόνισε τη θεαματική αύξηση της χρήσης του διαδικτύου στις αναπτυγμένες χώρες, κυρίως στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α., για την αγορά προϊόντων σχετικών με τον τουρισμό: «Από το σύνολο 64 δισεκατομμυρίων δολαρίων πωλήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου το 1999, τα ταξίδια, τα μεταφορικά, και οι κρατήσεις ξενοδοχείων μαζί αποτέλεσαν το 38.5% όλων των on-line πωλήσεων" (σελ. 44).

Σύμφωνα με την ίδια αναφορά, οι επιχειρήσεις που αποτελούν την αγορά ηλεκτρονικού τουρισμού (e-tourism) περιλαμβάνουν on-line πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικές πηγές, ξενοδοχεία/ θέρετρα,

³ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

προορισμούς, κρατήσεις δωματίων, μεταφορικά μέσα, διακοπές, ενοικιάσεις οχημάτων, κρουαζιέρες και ταξιδιωτικές περιπέτειες. Το διαδίκτυο επηρέασε και άλλαξε σε βάθος την αλυσίδα αξίας (value chain) του τουριστικού τομέα, καθώς έχει πλέον καταστεί το νέο μέσο για συναλλαγές που, μέχρι πρόσφατα, διεξάγονταν διαφορετικά (για παράδειγμα ανάμεσα στα ξενοδοχεία και τους πελάτες τους. Επίσης, έχει επιτρέψει την άμεση επαφή ανάμεσα σε πελάτες και προμηθευτές (π.χ. ταξιδιωτικά πρακτορεία), έχει επηρεάσει άμεσα το ρόλο που έπαιζαν παραδοσιακοί, έως τώρα, παράγοντες της αγοράς και έχει ενισχύσει το ρόλο νέων μεσαζόντων, που δραστηριοποιούνται πλέον μέσω διαδικτύου. Επιπλέον, εμφανίζεται ισχυρή πλέον η τάση ενσωμάτωσης και συγκέντρωσης «παικτών» στην αλυσίδα αξίας του τομέα (ταξιδιωτικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία), με στόχο να δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας και να ελεγχθεί καλύτερα η όλη διαδικασία, αλλά και οι τιμές. Τελικός στόχος αυτής της ενσωμάτωσης είναι να αυξηθούν τα περιθώρια κέρδους.

Πίνακας 1: Τουριστικός κλάδος - Χρήση του Διαδικτύου και των εφαρμογών του

Επιχειρήσεις που:	ΕΕ 7	Γερμανία	Ελλ.	Σουηδία	Γαλλία	Ιταλία	Αυστρία	Βρετανία
...έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο	91.7	87.7	84.9	89.3	90.3	96.9	97.4	94.8
...χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο	79.5	80.6	67.6	71.7	78.2	75.2	83.7	87.0
...χρησιμοποιούν Intranet	38.9	31.7	23.0	35.3	31.0	44.4	31.1	51.7
...χρησιμοποιούν Extranet	13.8	16.6	10.2	17.7	14.9	12.7	17.4	8.8
...χρησιμοποιούν LAN	49.6	39.6	57.7	63.8	39.2	66.1	38.1	47.6
...χρησιμοποιούν WAN	17.4	11.3	12.8	14.2	13.3	15.0	9.5	29.6
...χρησιμοποιούν ηλεκτρονική ανταλλαγή αρχείων	11.0	8.9	13.6	18.2	5.9	10.4	3.4	12.1
...διαθέτουν δικτυακό τόπο	76.0	76.5	57.3	67.4	66.6	80.2	86.8	84.7

Ποσοστά επί του συνόλου των επιχειρήσεων, σταθμισμένα με δεδομένο τους εργαζομένους που απασχολούν
 Πηγή: E-Business Watch (2002)

1.3 ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΠΙΟ⁴

Το UNCTAD ανέφερε πως οι αλλαγές που βιώνουμε στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας δίνουν την ευκαιρία σε αναπτυσσόμενες χώρες να βελτιώσουν τη θέση τους στη διεθνή αγορά, «αρκεί να πράξουν τα απαραίτητα για να προσεγγίσουν τους πελάτες τους και τους εταιρικούς συνεργάτες τους στο διαδίκτυο και να δημιουργήσουν ένα κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης». Η αναφορά, καταλήγοντας, επεσήμανε ότι οι ψηφιακές τηλεπικοινωνίες, σε συνδυασμό με την τεχνολογία της πληροφορίας, δεν αποτελούν πιθανή επιλογή, αλλά αναγκαιότητα. Στο συμπέρασμα αυτό είναι, βέβαια, εύκολο να καταλήξει κανείς, παρατηρώντας την εξέλιξη του ανταγωνισμού στον ελληνικό τουρισμό, που ωθείται από την τεχνολογική πρόοδο. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επιδιώκουν την προώθηση των υπηρεσιών τους μέσω διαδικτύου, με εμφανή τα θετικά αποτελέσματα στις περισσότερες των περιπτώσεων.

Για να μπορέσει, λοιπόν, μια ελληνική επιχείρηση να αντεπεξέλθει στον ανταγωνισμό, οφείλει να κινηθεί αποφασιστικότερα και επιθετικότερα προς την κατεύθυνση της πλήρους αξιοποίησης των δυνατοτήτων που παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία για επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Η ύπαρξη, όμως, διαδικτυακής παρουσίας είναι απλώς η πύλη προς τον τουρισμό της «επόμενης μέρας». Πλέον, το βασικό ζητούμενο είναι να υπάρχει και η κατάλληλη ποιότητα στις προσφερόμενες δυνατότητες, δηλαδή, ταξιδιωτικοί προορισμοί και υπηρεσίες που θα είναι ανταγωνιστικές σε παγκόσμιο επίπεδο.

⁴ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

Οι συστάσεις του UNCTAD για το πώς μπορεί να γίνει καλύτερη εκμετάλλευση του e-tourism περιελάμβαναν και τα παρακάτω:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, με την παραγωγή καλύτερων προϊόντων, προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις των πελατών, πιο αποδοτικών, με λιγότερο κόπο για να αποκτηθούν και σε καλύτερες τιμές. Επιπρόσθετα, οι πληροφορίες σχετικά με τους διάφορους προορισμούς θα πρέπει να βελτιώνονται συνεχώς.
- Υιοθέτηση νέας τεχνολογίας που θα συμβαδίζει με το επίπεδο των καταναλωτών.
- Δημιουργία διαδικτύου επιχειρήσεων, δηλαδή, ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην τουριστική αλυσίδα μέσω του διαδικτύου.
- Παροχή της δυνατότητας **on-line πληρωμών** στους πελάτες.
- Γενικότερη κυβερνητική πολιτική που να δημιουργεί και να υποστηρίζει ένα υγιές περιβάλλον ανάπτυξης για πρακτικές ηλεκτρονικού εμπορίου

1.4 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ON-LINE ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ⁵

Έρευνα που διεξήχθη σε 1351 ταξιδιώτες αναψυχής και 1200 εργαζόμενους ταξιδιώτες τον Απρίλιο του 2002 έδειξε πως το 66% των ερωτηθέντων πιστεύει πως οι δικτυακοί τόποι ηλεκτρονικού τουρισμού παρέχουν καλύτερες υπηρεσίες από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Σύμφωνα με την έρευνα, το 39% των ταξιδιωτών αναψυχής (είτε χρησιμοποιούν το διαδίκτυο είτε όχι) πιστεύουν πως το διαδίκτυο είναι

⁵ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

ευκολότερο και ταχύτερο στη χρήση απ' ό,τι η επαφή με κάποιον ταξιδιωτικό πράκτορα. Από το γεγονός αυτό διαφαίνεται ο βαθμός της ανάπτυξης των ιστοσελίδων ηλεκτρονικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια, της βελτίωσης του τρόπου αλληλεπίδρασής τους με τον πελάτη, αλλά και του εμπλουτισμού του περιεχομένου τους.

Επιπλέον, συγκρίνοντας το σύνολο του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, παρατηρήθηκε πως μόνο το ένα τρίτο (33%) προτιμά τη συνεργασία με πράκτορες από τη χρήση κάποιου σχετικού ιστοτόπου. Επίσης, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, πάνω από το ένα τρίτο του πληθυσμού των συμμετεχόντων και πάνω από το 50% αυτών που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο το χρησιμοποιούν για να διεκπεραιώσουν on-line κρατήσεις. Επομένως, ο τομέας του ηλεκτρονικού τουρισμού δεν μπορεί πλέον να παραβλέπεται από καμία επιχείρηση, καθώς αντιπροσωπεύει πραγματικά το μέλλον της πορείας του τουρισμού.

Τέλος, σχετικά με το λόγο που ωθεί τους ταξιδιώτες να αναζητήσουν πληροφορίες στο διαδίκτυο και να κάνουν on-line κρατήσεις προέκυψε το εξής: 90% των ταξιδιωτών θεωρούν πως η σημαντικότερη λειτουργία ενός σχετικού ηλεκτρονικού κόμβου είναι η παροχή πρόσβασης σε χαμηλότερες τιμές. Αυτό σημαίνει, κατά κύριο λόγο, ότι, ανεξαρτήτως προϊόντος, το διαδίκτυο θεωρείται το καλύτερο μέσο για την εύρεση των φτηνότερων τιμών και, δευτερευόντως, ότι ευνοούνται εκπτωτικές προσφορές στον τομέα του ηλεκτρονικού τουρισμού. Ο ηλεκτρονικός τουρισμός είναι, συνεπώς, μια έννοια που ενσωματώνει το ηλεκτρονικό εμπόριο και on-line τεχνολογίες με την τουριστική βιομηχανία.

1.5.ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ⁶

Όπως σε όλες τις αγορές, δύο είναι οι άμεσα ενδιαφερόμενες κατηγορίες ατόμων, αυτοί που διαχειρίζονται τις τουριστικές εγκαταστάσεις και οι καταναλωτές-ταξιδιώτες. Λόγω της φύσης του τουρισμού, ότι δηλαδή απευθύνεται στο ευρύ κοινό και έχει παγκόσμιες προεκτάσεις, υπήρχε ένα είδος επικοινωνιακού χάσματος μεταξύ των δύο πλευρών, που αναζητούσαν τρόπους, οι μεν για να προωθήσουν καλύτερα τις προτάσεις τους και οι δε για να βρουν τις πιο συμφέρουσες και ιδανικές γι' αυτούς προσφορές. Καθώς η τεχνολογία προχωρά και εξελίσσεται, εμφανίζονται νέοι τρόποι για πιο άμεση επικοινωνία μεταξύ των δύο πλευρών, καθιστώντας την παρουσία των ενδιάμεσων μερών λιγότερο αναγκαία. Το μέσο που συνέβαλε περισσότερο στην αμεσότητα της επικοινωνίας μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και καταναλωτών είναι το διαδίκτυο. Οι χρήστες του μπορούν να επισκέπτονται τις ιστοσελίδες των τουριστικών επιχειρήσεων, να αξιολογούν προσφορές και να πραγματοποιούν κρατήσεις και κατοχυρώσεις θέσεων, δωματίων, οχημάτων κλπ.



⁶ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

1.6.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ON-LINE ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ⁷

Ο on-line τουρισμός έχει αρκετά πλεονεκτήματα, σε σύγκριση με το παραδοσιακό τουριστικό σύστημα. Είναι μια δραστηριότητα πραγματικού χρόνου, όπου η πληροφορία ανανεώνεται και παρέχεται με ηλεκτρονικό τρόπο, χωρίς να εξαρτάται από το πότε και το πού γίνεται αυτό. Επιπλέον, on-line συναλλαγές πραγματοποιούνται χωρίς την ανάγκη για ξεχωριστό φυσικό χώρο συνάντησης και το κόστος είναι σαφώς χαμηλότερο από τις παραδοσιακές μεθόδους.

Ο ηλεκτρονικός τουρισμός έχει ιδιαίτερη σημασία για μια χώρα που επιθυμεί να προωθήσει τις τουριστικές περιοχές της ανά τον κόσμο. «Ο αριθμός των τουριστών που χρησιμοποιούν δικτυακά τουριστικά πληροφοριακά συστήματα, για να οργανώσουν τα ταξίδια τους, αυξήθηκαν από 3,1 εκατομμύρια το 1996 σε 33,8 εκατομμύρια το 1998, μια αύξηση 1.000% σε δύο χρόνια» (*Travel Industry Association of America [TIA] 1999b*). Επιπλέον, «αναμένεται, στα επόμενα 10 χρόνια, το 30% της συνολικής τουριστικής βιομηχανίας να γίνεται διαμέσου του διαδικτύου" (*Schuster 1998*), (*Birgit Proll, 2000*). Όμως το πώς το διαδίκτυο θα αξιοποιηθεί καλύτερα σε αυτόν τον τομέα εξαρτάται από τη βιομηχανία τουρισμού, αυτούς που θέτουν τους κανόνες, και από τους παροχείς εγκαταστάσεων, μαζί με τους διάφορους καταναλωτές, καθώς απαιτείται να μπορούν να συμβαδίζουν με τις τεχνολογικές και οικονομικές εξελίξεις που αφορούν το διαδίκτυο.

⁷ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf

1.6.1 Το διαδίκτυο ως μέσο προώθησης τουριστικών προϊόντων

Το διαδίκτυο αποτελεί ένα κανάλι γρήγορης, εύκολης και άμεσης επικοινωνίας, παρέχοντας πληροφορίες ολόκληρο το 24ωρο. Συνεπώς, εξαλείφεται η ανάγκη για μεσάζοντες, όπως ταξιδιωτικά πρακτορεία, πλανόδιοι διαφημιστές κλπ., και δημιουργείται μια στενότερη επαφή εταιρείας και πελάτη, που αυξάνει το βαθμό εξυπηρέτησης και ικανοποίησής του. Επίσης, το διαδίκτυο παρέχει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να γνωστοποιήσει τις υπηρεσίες της σε μεγαλύτερο εύρος πελατών, που προέρχονται και από χώρες του εξωτερικού, καθώς αποτελεί μια φτηνή, σε σχέση με τις υπηρεσίες που προσφέρει, λύση, χωρίς ιδιαίτερες απαιτήσεις σε χρόνο και κόπο, για να εγκατασταθεί και να λειτουργήσει. Επιπλέον, ένας τουριστικός δικτυακός τόπος προσφέρει τη δυνατότητα για δυναμική και συνεχή ενημέρωση των καταναλωτών, π.χ. οι επισκέπτες μπορούν να ενημερώνονται για τις πιο πρόσφατες προσφορές και τις ισχύουσες τιμές. Είναι πλέον ευρύτερα αποδεκτό ότι επιχειρήσεις που δεν έχουν ή αποτυγχάνουν να δημιουργήσουν έναν αποτελεσματικό δικτυακό τόπο κινδυνεύουν να προβάλουν την εικόνα μιας παρωχημένης επιχειρηματικής δραστηριότητας, με φυσικό επακόλουθο τη δυσαρέσκεια των πελατών και, τελικά, τη μείωση των κερδών της επιχείρησης. Τα παραπάνω καθιστούν φανερό την αναγκαιότητα της χρήσης του διαδικτύου για την εξέλιξη των τουριστικών και ειδικότερα των ξενοδοχειακών μονάδων.

2.1 ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ⁸

Τα ασύρματα τοπικά δίκτυα χρησιμοποιούνται για τη σύνδεση χρηστών μέσα σε ένα κτίριο ή σε ομάδα γειτονικών κτιρίων, χωρίς τη χρήση καλωδίων. Η χρήση τους περιορίζεται σε τοπικό επίπεδο και αυτό τα διαχωρίζει από ασύρματες λύσεις ευρείας κάλυψης που επεκτείνονται σε μεγάλες αποστάσεις χρησιμοποιώντας κυψελοειδή ή δορυφορική τεχνολογία.

Τα ασύρματα τοπικά δίκτυα λειτουργούν με κανόνες ανάλογους με αυτούς που ισχύουν για τα ασύρματα τηλέφωνα που χρησιμοποιούμε στο σπίτι. Η μετάδοση δεδομένων γίνεται ελεύθερα, όπως ακριβώς και η μετάδοση φωνής από την τερματική συσκευή ενός ασύρματου τηλεφώνου στο σταθμό βάσης.

Ένα ασύρματο τοπικό δίκτυο (Wireless Local Area Network-WLAN) είναι ένα επικοινωνιακό σύστημα που χρησιμοποιείται ως επέκταση ή εναλλακτική λύση ενός κοινού ενσύρματου δικτύου (Ethernet) και επιτρέπει στον κινητό χρήστη την ασύρματη μετάδοση και λήψη δεδομένων.

Στο θέμα της διασύνδεσης, τα καλώδια, από μόνα τους, δημιουργούν πολλούς περιορισμούς, με αποτέλεσμα, αν θέλουμε να ικανοποιήσουμε το «παντού» και το «πάντα», να πρέπει να στραφούμε σε ασύρματες λύσεις. Μια δοκιμασμένη τεχνολογία ασύρματης δικτύωσης, βασισμένη στο πρωτόκολλο IEEE802.11b ή WiFi, όπως είναι ευρύτερα γνωστό παρέχει ασύρματη επικοινωνία εντός και εκτός της επιχείρησης, σε ιδιωτικούς ή δημόσιους χώρους, ακόμα και δημιουργία μιας ασύρματης «ομπρέλας» με την αμοιβαία συνεισφορά κάθε χρήστη.

⁸ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Asyrmati_epixeirisi.pdf

«Τα αρχικά Wi-Fi αναφέρονται στη δυνατότητα ασύρματης πρόσβασης στο Internet. Με τη βοήθεια του Wi-Fi, μπορεί κανείς να συνδέσει οποιονδήποτε ηλεκτρονικό υπολογιστή ή φορητό ψηφιακό βοηθό ή άλλο είδος ηλεκτρονικής συσκευής με άλλον υπολογιστή, χωρίς να χρειάζονται καλώδια. Δεν πρέπει να συγχέει κανείς την τεχνολογία Bluetooth, που προσφέρει παρόμοιες υπηρεσίες αλλά σε κοντινότερη εμβέλεια και είναι σχεδιασμένη, ώστε να επιτρέπει τη σύνδεση περιφερειακών, όπως εκτυπωτές ή ηχεία, στον υπολογιστή. Η απλότητα που προσφέρει το Wi-Fi είναι σίγουρα αξιόπαινη.»⁹

Η ανάπτυξη ασύρματων δικτυακών υποδομών δημιουργεί ένα περιβάλλον συνεχούς εργασιακής απασχόλησης ή διασκέδασης των πελατών του ξενοδοχείου.

Τα laptops των πελατών είναι διασυνδεδεμένα με το διαδίκτυο, σε όποιο σημείο του ξενοδοχείου κι αν βρίσκονται οι τελευταίοι, και οι επαγγελματίες μπορούν να διεκπεραιώνουν σοβαρές εργασιακές διαδικασίες, όχι αποκλεισμένοι στα δωμάτιά τους (που μέχρι σήμερα είχαν την υποδοχή για το καλώδιο του υπολογιστή τους), αλλά και μέσω άλλων συσκευών ασύρματης δικτύωσης, όπως τα PDAs.

Η ανάπτυξη της υποδομής μπορεί να γίνει σε συντομότερο χρονικό διάστημα, χωρίς να ανοιχτεί ούτε μια τρύπα σε τοίχο, χωρίς το υψηλότερο κόστος εγκατάστασης καλωδίων σε όλο το ξενοδοχείο. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για ξενοδοχειακές μονάδες εν λειτουργία, καθώς δεν χρειάζεται να κλείσουν, για να γίνουν οι εγκαταστάσεις, ούτε να περιμένουν μέχρι την επόμενη γενική ανακαίνιση.

Κάθε χώρος του ξενοδοχείου, κοινόχρηστος ή δωμάτιο φιλοξενίας, μπορεί να αποτελέσει χώρο επιχειρηματικής συνάντησης, καταργώντας την ανάγκη κράτησης των περιορισμένων ειδικών χώρων επαγγελματικών συναντήσεων.

⁹ Πηγή: Ναυτεμπορική

2.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της ασύρματης δικτύωσης μέσω του IEEE802.11b, το οποίο αποτελεί επέκταση του αρχικού προτύπου IEEE 802.11 για υποστήριξη υψηλών ρυθμών μετάδοσης, είναι το μικρό κόστος του εξοπλισμού, καθώς και η ευκολία με την οποία μπορεί κανείς να υλοποιήσει και να χρησιμοποιήσει μια σχετική εγκατάσταση.

Η διαχείριση της ασύρματης πρόσβασης γίνεται από τα σημεία πρόσβασης (access points). Πρόκειται για απλές συσκευές μικρού κόστους, οι οποίες συνδέονται με το ενσύρματο δίκτυο της εταιρείας, του ISP ή ακόμα και με το οικιακό δίκτυο, που συνδέεται στο Internet μέσω μιας dial-up γραμμής.

Ο ρόλος των access points είναι να υλοποιούν την ασύρματη σύνδεση με τα τερματικά, δηλαδή την ασύρματη αποστολή και λήψη των δεδομένων. Σε επίπεδο τερματικού εξοπλισμού, ο χρήστης πρέπει να έχει κάποια συσκευή που να διαθέτει κατάλληλη κάρτα για επικοινωνία με το access point. Η κάρτα αυτή μπορεί να είναι είτε εξωτερική, δηλαδή να τοποθετείται σε κάποια θύρα επέκτασης, είτε εσωτερική, δηλαδή ενσωματωμένη στη συσκευή.

Σύμφωνα με την παραπάνω λογική, ασύρματο τερματικό μπορεί να είναι οποιοσδήποτε υπολογιστής, φορητός ή σταθερός, καθώς υπάρχουν κάρτες για ασύρματη δικτύωση και για τους δύο τύπους υπολογιστών. Η πραγματική, όμως, επανάσταση έρχεται από μικρότερες συσκευές, οι οποίες έχουν ενσωματωμένα κυκλώματα για ασύρματη δικτύωση.

Έτσι, οι κατασκευαστές υπολογιστών χειρός, όπως, για παράδειγμα, η Palm, έχουν κατασκευάσει palmtops με ενσωματωμένη τη

δυνατότητα για ασύρματη δικτύωση μέσω του IEEE802.11b. Επίσης, μία σειρά άλλων αντίστοιχων συσκευών μπορεί να υποστηρίξει την ασύρματη δικτύωση με τη χρήση καρτών επέκτασης, όμοιων με αυτές που χρησιμοποιούνται στους φορητούς υπολογιστές.

Σταδιακά, και καθώς το WiFi θα διαδίδεται όλο και περισσότερο θα αρχίσουμε να βλέπουμε συσκευές που θα προορίζονται αποκλειστικά για χρήση κάτω από αυτό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το νέο ασύρματο τηλέφωνο της Cisco, το οποίο υποστηρίζει VoIP (Voice over IP, δηλαδή τηλεφωνία βασισμένη στο πρωτόκολλο του Internet) πάνω από δίκτυα WiFi. Πρόκειται για μια συσκευή τηλεφώνου στις διαστάσεις μιας συσκευής κινητής τηλεφωνίας, μέσω της οποίας μπορεί κάποιος να επικοινωνήσει κανονικά, αν βρίσκεται σε χώρο που καλύπτεται από ασύρματο δίκτυο. Δεδομένου ότι η χρήση τηλεφωνίας πάνω από δίκτυα IP κερδίζει διαρκώς έδαφος στις επιχειρήσεις, τέτοιες λύσεις παρέχουν στα κινούμενα στελέχη ακόμη μεγαλύτερη ευελιξία.

Παρακάτω παρατίθεται ένας ενδεικτικός πίνακας με το κόστος για την ασύρματη δικτύωση ενός τριόροφου ξενοδοχείου το οποίο παρέχει και δύο επιτραπέζιους υπολογιστές για την εξυπηρέτηση των πελατών του οι οποίοι συνδέονται στο δίκτυο μέσω Wireless USB 2.0 Adapter.

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Επιτραπέζιοι υπολογιστές	2*1000=2000€
Κεντρικός υπολογιστής reception	3000€
Σύνδεση Internet	30€ διμηνιαίως/180€ ετησίως
Wireless router 270Mbps	115€
Wireless USB 2.0	2*20=40€
Access point	200€
Λογισμικό WindowsXP	3*300=900€
ΣΥΝΟΛΟ	6435€

2.3 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΑΚΗ

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ¹⁰

¹⁰ http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Asyrmati_epixeirisi.pdf

Τα οφέλη μιας ξενοδοχειακής μονάδας από μια ασύρματη δικτυακή εγκατάσταση είναι προφανή:

- Οι πελάτες είναι ευχαριστημένοι από την ευελιξία της δικτυακής υποδομής και παραμένουν πιστοί στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο.
- Η μονάδα διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό.
- Οι πελάτες χρησιμοποιούν περισσότερο τη δικτυακή υποδομή, με αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων του ξενοδοχείου ανά πελάτη.
- Δημιουργείται νέα πηγή εσόδων από την ενοικίαση φορητών συσκευών πρόσβασης σε πελάτες που δεν έχουν φέρει τα δικά τους προσωπικά συστήματα ή δεν διαθέτουν τέτοιο εξοπλισμό.
- Αξιοποιούνται καλύτερα οι χώροι δημόσιας χρήσης του ξενοδοχείου και κατανέμεται καλύτερα η χρήση τους.

Είναι χαρακτηριστικό ότι οι μεγαλύτερες αλυσίδες ξενοδοχείων στον κόσμο, η μία μετά την άλλη, υιοθετούν τεχνολογίες ασύρματης δικτύωσης για τα ξενοδοχεία τους, εγκαταλείποντας τελείως τις ενσύρματες συνδέσεις ή περιορίζοντάς τις μόνο σε συγκεκριμένους χώρους. Καθώς το laptop και, γενικότερα, οι φορητές συσκευές αποτελούν πλέον «standard εξοπλισμό» για κάθε στέλεχος-πελάτη των ξενοδοχείων, και το κόστος της επένδυσης σε ασύρματη δικτύωση είναι μηδαμινό, δεν υπάρχει λόγος οι αλυσίδες ξενοδοχείων να μην διευκολύνουν εαυτούς και πελάτες, στρεφόμενοι σε ασύρματες λύσεις.

Στις ΗΠΑ καταγράφονται 36 εκατομμύρια ταξιδιώτες για επιχειρηματικούς σκοπούς κάθε χρόνο, από τους οποίους τα 27 εκατομμύρια έχουν φορητό υπολογιστή (δηλαδή 3 στους 4).

Οι Internet συνδέσεις που παρέχονται για περιστασιακή χρήση είναι εύρους έως 128Kbps, άρα πολύ αργές, σε σχέση με αυτές που έχουν

συνηθίζει οι χρήστες στο γραφείο τους, και πολύ πιο περίπλοκες. Ένα σεβαστό ποσοστό επιβατών χάνει την πτήση του, περιμένοντας να ολοκληρώσει κάποια διαδικασία μέσω των αργών αυτών συνδέσεων.

Σήμερα όλες οι φορητές συσκευές παράγονται με το λογότυπο –και, φυσικά, τις δυνατότητες- της WiFi τεχνολογίας. Οι συμμετέχοντες σε εκθέσεις και συνέδρια θεωρούν τις παροχές που συνοδεύουν το χώρο διοργάνωσης πολύ σημαντικό παράγοντα για τη δήλωση συμμετοχής τους σε αυτά.

Οι καλύτεροι πελάτες των ξενοδοχείων είναι τα επιχειρηματικά στελέχη, τα οποία, όμως, επιλέγουν ως τόπο διαμονής τους ένα ξενοδοχείο, με κριτήριο τις «εκτός δωματίου» παροχές που αυτό προσφέρει.

2.4 ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΕ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ

Παρακάτω παρατίθενται ενδεικτικά εταιρείες οι οποίες παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις για την δικτύωση ενός ξενοδοχείου και γενικότερα μιας οποιασδήποτε επιχείρησης που θέλει να επωφεληθεί από την αξιοποίηση της ασύρματης δικτύωσης.

Cisco Systems (www.cisco.com/hellas)

Η Cisco Systems προωθεί στην αγορά τη σειρά Aironet, μία επιχειρηματική λύση ασύρματων τοπικών δικτύων (LAN), συμβατή με το πρωτόκολλο 802.11b (WiFi). Η σειρά Aironet παρέχει ασφάλεια, μείωση του κόστους κυριότητας (TCO), απόδοση και αξιοπιστία, που απαιτούνται για εμπορικές, εκπαιδευτικές, κυβερνητικές και επιχειρηματικές εφαρμογές. Περιλαμβάνει access points (σημεία πρόσβασης), bridges, ασύρματες κάρτες δικτύου κλπ.

CPI (www.cpi.gr)

Η εταιρεία CPI διαθέτει στην ελληνική αγορά μια σειρά προϊόντων ασύρματης δικτύωσης, αντιπροσωπεύοντας γνωστούς διεθνείς οίκους. Συγκεκριμένα, η εταιρεία διαθέτει access points (σημεία πρόσβασης), bridges, ασύρματες κάρτες δικτύου, κεραίες εξωτερικού και εσωτερικού χώρου των εταιρειών SMC και Trendware και διάφορα αξεσουάρ (καλώδια, βάσεις στήριξης για κεραίες κλπ.)

Digital Sima (www.digitalsima.gr)

Ευρεία γκάμα προϊόντων ασύρματης δικτύωσης διαθέτει και η εταιρεία Digital Sima. Συγκεκριμένα, αντιπροσωπεύει access points, gateways, PC cards για φορητούς υπολογιστές, USB adapters, Ethernet adapters, κεραίες κλπ. των εταιρειών Zoom Air, ZyXEL, SMC και Nokia.

Hewlett-Packard (www.hp.com)

Προϊόντα και υπηρεσίες που καλύπτουν ευρεία γκάμα αναγκών της σύγχρονης επιχείρησης στην ασύρματη δικτύωση προσφέρει και η εταιρεία HP. Αναλυτικά, η εταιρεία παρέχει: ασύρματα σημεία πρόσβασης, modules πολλαπλών θυρών για τους φορητούς υπολογιστές της Compaq, ασύρματα USB modules για επιτραπέζιους και φορητούς υπολογιστές, ασύρματους print servers κλπ.

Piasm

Η ειδική εφαρμογή PiaSM (Public Internet Access Service Manager)παρέχει γρήγορη πρόσβαση στο internet στους πελάτες μιας επιχείρησης και γενικότερα στους επισκέπτες ενός χώρου, με δυνατότητα **Access control - authentication** για ασύρματα και ενσύρματα δίκτυα.

Μπορεί να εξυπηρετήσει τόσο πρόσβαση μέσα από τοπικά δίκτυα, όσο και από Wireless access points.

Επιπλέον στον τομέα του λογισμικού παρέχονται προγράμματα ειδικά σχεδιασμένα για να ικανοποιούν τις ανάγκες ενδοδικτύωσης των διαφόρων τομέων μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Παρατίθενται παρακάτω παραδείγματα.

Hit hospitality integrated technologies(www.hit.com.gr)

Η μοναδική λύση μηχανογράφησης & διαχείρισης Ξενοδοχειακής αλυσίδας. Διατηρείται αυτόνομη βάση δεδομένων για κάθε ένα συνδεδεμένο ξενοδοχείο ενώ παράλληλα ενημερώνει αυτόματα τα κεντρικά για διαθεσιμότητα, κρατήσεις κλπ.

Sunsoft(www.sunsoft.gr)

Το πληροφοριακό σύστημα “ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ” καλύπτει ευέλικτα και ολοκληρωμένα τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες των σύγχρονων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους, οργάνωσης, και φάσματος υπηρεσιών που προσφέρουν (διαμονή, επισιτισμό κ.α.). Είναι multilingual, έχει απεριόριστες δυνατότητες ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI) και επεκτασιμότητας.

BlueByte Software(www.bluebyte.gr)

Το Hotel Works της Bluebyte Software είναι ένα προηγμένο πρόγραμμα διαχείρισης ξενοδοχείων. Προσφέρει στις σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες ολοκληρωμένη κάλυψη των μηχανογραφικών τους απαιτήσεων, διαθέτει πλήθος εργαλείων που καλύπτουν όλες τις ανάγκες του Front Office και Back Office και όλες τις απαραίτητες λειτουργίες που καθιστούν την παρακολούθηση των οικονομικών δεδομένων εύκολη υπόθεση. Επιπλέον εισάγει καινοτομίες που παρατηρούνται μόνο σε πολύ ακριβά προγράμματα και απευθύνονται σε μεγάλες Ξενοδοχειακές αλυσίδες. Αυτές οι καινοτομίες είναι πλέον διαθέσιμες και στις μικρές Ξενοδοχειακές μονάδες, με χαμηλό κόστος.

Singular(www.singularlogic.eu)

Το SingularLogic Hospitality System Hotel είναι η πιο σύγχρονη και προηγμένη λύση για την ολοκληρωμένη αυτοματοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων.

- Παρέχει πλήρη και αυτοματοποιημένη κάλυψη όλων των λειτουργιών των Ξενοδοχειακών Μονάδων
- Εξαιρετικά παραμετρικό, προσαρμόζεται απόλυτα στις ανάγκες των Ξενοδοχειακών Μονάδων
- Παρέχει άμεση συγκεντρωτική & αναλυτική πληροφόρηση, μέσα από πλήθος εκτυπώσεων, αναφορών με πλήρη στατιστικά και ιστορικά στοιχεία.
- Προσφέρει δυνατότητα αποτελεσματικών προβλέψεων (booking position, budget, κά)
- Είναι εύκολο στην εγκατάσταση, στην εκμάθηση και στη χρήση
- Ανεπτυγμένο σε περιβάλλον Windows, χρησιμοποιεί ως βάση δεδομένων την Microsoft SQL Server (MS-SQL)
- Συνδέεται με τα "έξυπνα" IP τηλεφωνικά κέντρα της Avaya.
- Υποστηρίζεται από το μεγαλύτερο πανελλαδικό δίκτυο συνεργατών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η χρήση δικτύων υπολογιστών από ολόένα και περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν όλο το φάσμα της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και η ραγδαία ανάπτυξη του Internet και των

διαφόρων on-line υπηρεσιών αποδεικνύουν τη μεγάλη σημασία που έχει στη σημερινή παγκόσμια οικονομία η δικτύωση της καθε επιχείρησης.

Αναλύσαμε το νέο τοπίο στην τουριστική αγορά και καταδείξαμε τη σπουδαιότητα καθώς και τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει η επιχείρηση τόσο από την ηλεκτρονική παρουσία της στο Διαδίκτυο όσο και από την ασύρματη δικτύωσή της.

Δεδομένων των πλεονεκτημάτων και του μικρού κόστους για την υλοποίηση των προαναφερθέντων γίνεται σαφές ότι μια οποιαδήποτε ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί μέσω των νέων τεχνολογιών να υπερτερήσει του ανταγωνισμού και παράλληλα, με την σωστή αξιοποίησή τους να συμβάλλει στη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτηματός της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Μπαφούνης Χ., Κατσαΐτης Α., «Ξενοδοχειακή Τεχνική-Οργάνωση και λειτουργία τμήματος υποδοχής» 2^{ος} Τόμος, ΟΤΕΚ, Αθήνα 2005

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Tourismos_Internet.pdf
- http://www.go-online.gr/files/guides/HO_Asymmati_epixeirisi.pdf
- [e-pliroforiki_com.mht](#)
- [Mobile Computing Make a Hotel Room Wireless - PC World.mht](#)
- [Mobius_gr - Υπηρεσίες Ασύρματης Δικτύωσης \(Wireless Networking\).mht](#)
- [ScienceDirect - International Journal of Hospitality Management Small tourism business networks and destination development.mht](#)
- [BROADBAND Hospitality Suite Communications Technology.mht](#)

CASE STUDIES

- <http://www.cisco.com/web/about/successstories/results.html?vertical=Hospitality&cSize=Anysize>
- <http://www.hotelscool.cornell.edu>
- [Η Cisco αναπτύσσει Ασύρματο Δίκτυο για τον Ξενοδοχειακό Όμιλο Esperia Techblog, ελληνικό blog για τις νέες τεχνολογίες.mht](#)
- [Cisco_IT_Case_Study_Wireless_Hotspots](#)
- [BestWestern_CS_v2](#)