



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:
ΓΡΗΓΟΡΗ ΔΙΟΝΥΣΙΑ
Α.Μ.: 6709

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:
Καθηγητής Γιαννακόπουλος Διονύσης

ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Εξέλιξη Τεχνολογίας –
Ανάπτυξη Πληροφορικής



Τέλος βιομηχανικής εποχής



Πληροφορική Επανάσταση



Κοινωνία της Πληροφορίας
– Νέα Οικονομία

- Νέες Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).
- Διαδίκτυο

- Άμεση ανταλλαγή δεδομένων, ανεξαρτήτως απόστασης, με χαμηλό κόστος.
- Νέες μορφές εργασίας.
- Κατάργηση μεσαζόντων.

- Δημιουργία, διανομή και διαχείριση πληροφορίας.
- Οικονομία της Γνώσης.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

ΟΡΙΣΜΟΙ:

- Επιχειρηματική δραστηριότητα με ηλεκτρονικά μέσα.
- Ηλεκτρονικό Εμπόριο + Επιχειρηματική Ευφυΐα + Διαχείριση Πελατών + Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας + Διαχείριση Επιχειρησιακών Πόρων + Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων.
- Ολοκλήρωση επιχειρησιακών διαδικασιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων (CRM: Customer Relationship Management, ERP: Enterprise Resource Planning, SCM: Supply Chain Management), με σκοπό την αυτοματοποίησή τους.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ:

- Ηλεκτρονικά Καταστήματα (Electronic Shops)
- Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες
- Ηλεκτρονικό εμπορικό κέντρο (E-Marketplace)
- Ηλεκτρονική Τραπεζική (E-Banking)
- Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση (E-Government)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

ΟΦΕΛΗ:

Χειροπιαστά:

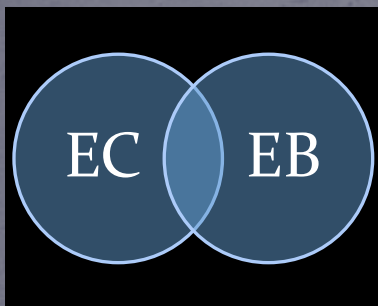
- Αύξηση πωλήσεων (νέοι πελάτες – νέες αγορές)
- Μείωση κόστους μάρκετινγκ
- Μείωση κόστους εφοδιαστικής αλυσίδας
- Μείωση διοικητικού κόστους

Άυλα:

- Ενίσχυση της επωνυμίας
- Ταχύτερες, πιο αποτελεσματικές επικοινωνίες μάρκετινγκ
- Βελτίωση εξυπηρέτησης πελατών
- Ενημέρωση για μελλοντικές εξελίξεις
- Ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών
- Εντοπισμός νέων συνεργατών, καλύτερη υποστήριξη υπαρχόντων συνεργατών
- Καλύτερη διαχείριση πληροφοριών μάρκετινγκ και πελατών
- Αναπληροφόρηση από πελάτες για προϊόντα

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

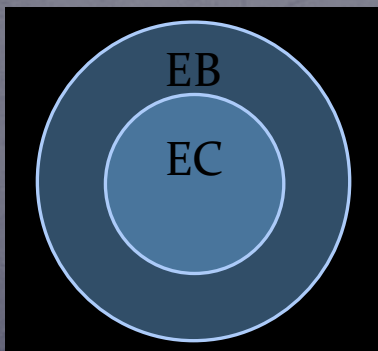
Σχέσεις μεταξύ Ηλεκτρονικού Εμπορίου (EC) & Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (EB):



Το ηλεκτρονικό εμπόριο επικαλύπτει σε κάποιο βαθμό το ηλεκτρονικό επιχειρείν.



Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι σε γενικές γραμμές ισοδύναμο με το ηλεκτρονικό επιχειρείν.



Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί υποσύνολο του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Μεταξύ
καταναλωτών
C2C

Επιχείρηση προς
Καταναλωτή
B2C

Κυβέρνηση προς
Καταναλωτή
G2C

Καταναλωτής
προς Επιχείρηση
C2B

Μεταξύ
επιχειρήσεων
B2B

Κυβέρνηση προς
Επιχείρηση
G2B

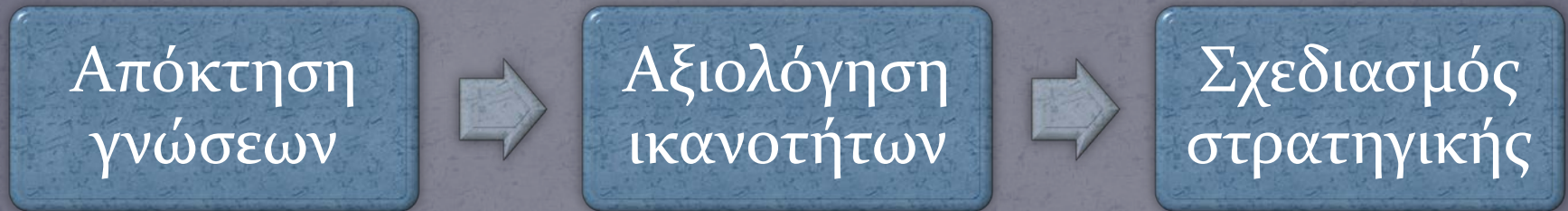
Καταναλωτής
προς Κυβέρνηση
C2G

Επιχείρηση προς
Κυβέρνηση
B2G

Κυβέρνηση προς
Κυβέρνηση
G2G

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

Διαμόρφωση Στρατηγικής:



Κατανόηση του πελάτη

Η αξία του πελάτη και οι τάσεις των σχέσεων

Τεχνολογικές τάσεις

Τάσεις στην αλυσίδα προμηθειών

Ανταγωνισμός

Κύριες ικανότητες

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

	Εσωτερικοί Παράγοντες	
Εξωτερικοί Παράγοντες	Δυνάμεις (S)	Αδυναμίες (W)
Ευκαιρίες (O)	SO στρατηγικές Δημιουργία στρατηγικών που χρησιμοποιούν δυνάμεις για να αξιοποιήσουν ευκαιρίες	WO στρατηγικές Δημιουργία στρατηγικών που να αξιοποιήσουν ευκαιρίες ξεπερνώντας αδυναμίες
Απειλές (T)	ST στρατηγικές Δημιουργία στρατηγικών που χρησιμοποιούν δυνάμεις για να αποφύγουν απειλές	WT στρατηγικές Δημιουργία στρατηγικών που μειώνουν τις αδυναμίες και αποφεύγουν τις απειλές

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

Τακτική Εκτέλεση Ηλεκτρονικού Επιχειρείν:



ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

ΟΡΙΣΜΟΣ:

- Τουριστική βιομηχανία ορίζεται ως «το σύνθετο των οργανισμών εκείνων, δημοσίων και ιδιωτικών, που συμμετέχουν στην ανάπτυξη, την παραγωγή και την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών εκείνων που εξυπηρετούν τις ανάγκες των ταξιδιωτών».

Κατηγορίες Επιχειρήσεων:

1. Άμεσοι Προμηθευτές.
2. Υπηρεσίες υποστήριξης & διαμεσολάβησης.
3. Αναπτυξιακοί Οργανισμοί.

Κυριότεροι Κλάδοι:

- Υπηρεσίες φιλοξενίας
- Εστίαση
- Ενδιάμεσοι φορείς
- Μεταφορές
- Διάθεση τροφίμων
- Ενοικιάσεις οχημάτων

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Ο τουρισμός είναι μία βιομηχανία που βασίζεται στην πληροφορία.



Επηρεάζεται και μετασχηματίζεται από τις νέες Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών.



Χαρακτηριστικά Τουριστικής Βιομηχανίας

Απόσταση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης	Μίγμα ποικίλων άυλων υπηρεσιών και υλικών προϊόντων	Κάθετη και οριζόντια συνεργασία, συντονισμός και επικοινωνία	Περιορισμένη διάρκεια ζωής προϊόντος- υπηρεσίας & μη αποθηκευόμενο	Πληροφορία: Άμεση, έγκαιρη, χρήσιμη, ποιοτική, κατάλληλη.
---------------------------------------	---	--	--	---

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις:

Συμμετοχή στο ΑΕΠ:	16,40%	Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη:	646 €
Συμμετοχή στην Απασχόληση:	18,30%	Μερίδιο Ευρωπαϊκής Αγοράς:	2,90%
Απασχολούμενοι:	688.800	Μερίδιο Παγκόσμιας Αγοράς:	1,50%
Διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις:	10,0 δισ. €	Συγκέντρωση Προσφοράς Ξενοδοχείων:	66% των κλινών σε Κρήτη, Δωδεκάνησα, Μακεδονία και Στερεά Ελλάδα.
Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις:	15, 5 εκατ.	Ξενοδοχειακό Δυναμικό:	9.670 ξενοδοχεία 771.271 κλίνες

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως.

ΧΩΡΑ	Θέση στις Αφίξεις	Θέση στις Εισπράξεις	Θέση στην Ανταγωνιστικότητα
Ισπανία	4	2	4
Τουρκία	6	12	46
Ελλάδα	17	23	32
Αίγυπτος	22	32	85
Κροατία	26	33	35
Κύπρος	>50	>50	29

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Χαρακτηριστικά και προβλήματα:

- ❖ Προσφορά μονοδιάστατου προϊόντος: “Ήλιος & Θάλασσα”.
- ❖ Μειωμένη τουριστική δαπάνη ανά τουρίστα.
- ❖ Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση ζήτησης.
- ❖ Αυξημένη εποχικότητα ζήτησης.
- ❖ Επικέντρωση σε μορφές οργανωμένων πακέτων ταξιδιών – all inclusive – μαζικός τουρισμός.
- ❖ Προέλευση τουριστών κυρίως από την Ευρώπη.
- ❖ Εξάρτηση από τουριστικούς πράκτορες.
- ❖ Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών.
- ❖ Χάσμα μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ❖ Έλλειψη ειδικά καταρτισμένου εργατικού δυναμικού.
- ❖ Καθυστέρηση στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ηλεκτρονικός τουρισμός ορίζεται ως η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών στην τουριστική βιομηχανία.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τους πελάτες:

- ❖ Εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες.
- ❖ Παροχή περισσότερων και καλύτερων επιλογών.
- ❖ Μείωση χρόνου ανταπόκρισης στα αιτήματα.
- ❖ Δυνατότητα λήψης εξειδικευμένων υπηρεσιών – δημιουργία προσωπικού πακέτου.
- ❖ Μείωση χάσματος μεταξύ προσδοκώμενη και παρεχόμενης υπηρεσίας.
- ❖ Δυνατότητα αλληλεπίδρασης με άλλους πελάτες – ανταλλαγή απόψεων, σύγκριση εμπειριών.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Για τις τουριστικές επιχειρήσεις:

- ❖ Επέκταση σε εθνικές και διεθνείς αγορές.
- ❖ Κατάργηση μεσαζόντων.
- ❖ Ενίσχυση και υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μείωση χάσματος με τις μεγάλες επιχειρήσεις.
- ❖ Συνεχής βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ❖ Καλύτερη κατανόηση των αναγκών των πελατών.
- ❖ Απλοποίηση και αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών - χαμηλότερο κόστος και μείωση της γραφειοκρατίας.
- ❖ Μείωση του χρόνου ανάμεσα στη διάθεση του κεφαλαίου και στη λήψη των προϊόντων και των υπηρεσιών.
- ❖ Θεμελιώνεται μία καλύτερη και πιο σταθερή σχέση με τους πελάτες
- ❖ Βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Για τους τουριστικούς προορισμούς:

- ❖ Μείωση εξάρτησης από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες.
- ❖ Ανακαλύπτονται νέοι τουριστικοί προορισμοί – περιφερειακή ανάπτυξη.
- ❖ Προώθηση σε παγκόσμιο επίπεδο του πολιτισμού – κίνητρο προσέλκυσης τουριστών.
- ❖ Μείωση κόστους προβολής και προώθησης.
- ❖ Καλύτερη παροχή υπηρεσιών και εξυπηρέτηση τουριστών.
- ❖ Επαφή με νέους πελάτες.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τους πελάτες:

- Έλλειψη ασφάλειας και αξιοπιστίας.
- Έλλειψη εμπιστοσύνης σε online συναλλαγές.
- Έλλειψη ανθρώπινης επαφής και αίσθησης.
- Φόβος για την τεχνολογία.
- Η πρόσβαση στο διαδίκτυο παραμένει για κάποιους ακόμα ανέφικτη.

Για τις τουριστικές επιχειρήσεις:

- Υψηλό κόστος πάγιας επένδυσης.
- Υψηλό κόστος λειτουργίας και συντήρησης.
- Έλλειψη τεχνογνωσίας.
- Μη επαρκές εύρος ζώνης τηλεπικοινωνιών.
- Προβλήματα λειτουργικότητας.
- Έλλειψη εμπιστοσύνης και αντίσταση σε αλλαγές.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές στον τουρισμό:

Ηλεκτρονικό εισιτήριο
(E-ticketing)

Ασύρματες
ηλεκτρονικές ετικέτες
(RFID-Radio
Frequency
Identification)

Γεωγραφικά
Πληροφοριακά
Συστήματα (GPS)

Μηχανογραφημένα
Συστήματα Κρατήσεων
(Computer
Reservation Systems-
CRS)

Διεθνή Συστήματα
Διανομών (Global
Distribution Systems -
GDS)

Ηλεκτρονικά
Συστήματα Διαχείρισης
και Προώθησης
Προορισμών

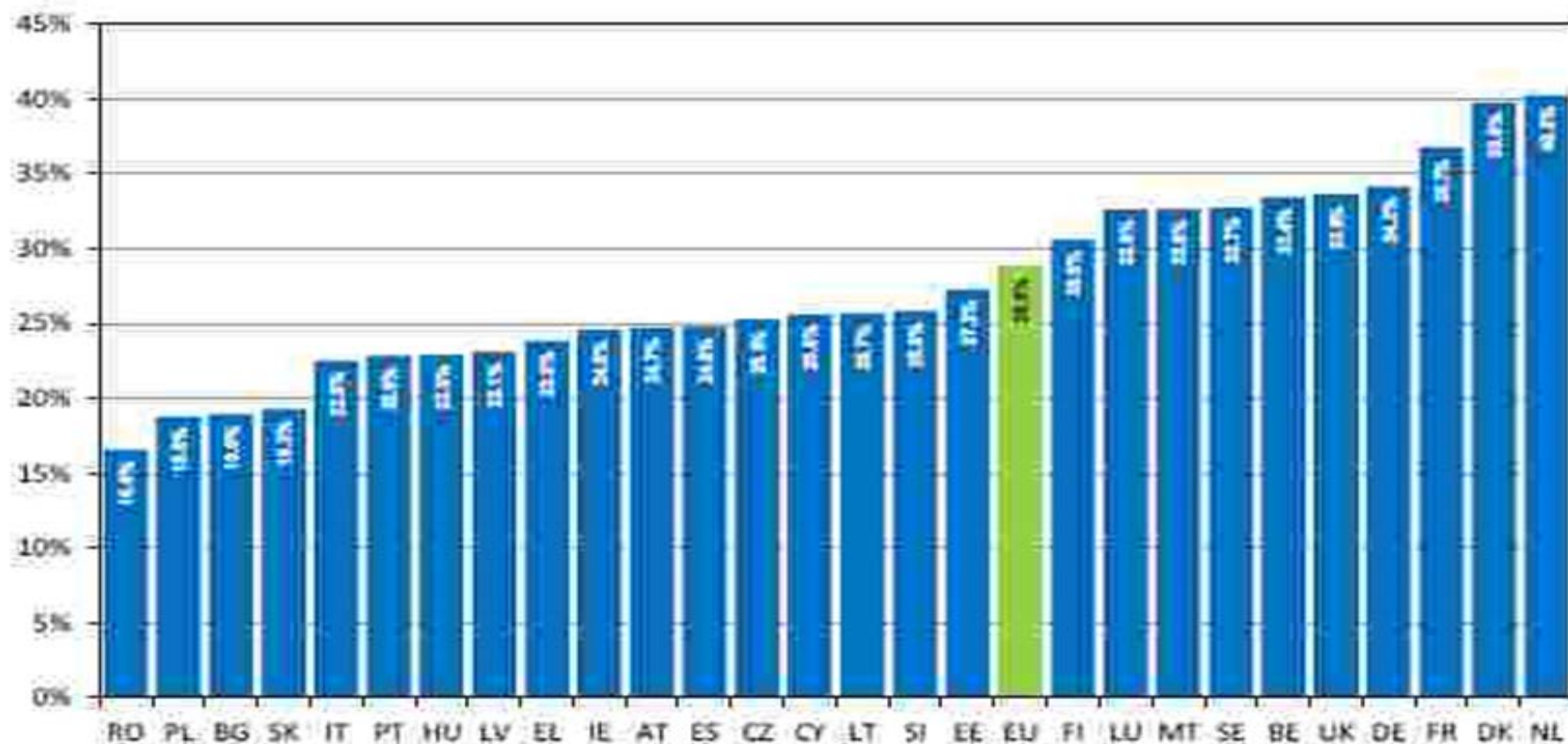
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

- ❖ Χρήση διαδικτύου κυρίως για ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και πωλήσεις – αρχικό στάδιο αξιοποίησης.
- ❖ Υιοθέτηση ηλεκτρονικών εφαρμογών κυρίως από μεγάλες επιχειρήσεις.
- ❖ Οι περισσότερες επιχειρήσεις λειτουργούν με την νοοτροπία της απόκτησης τεχνολογίας μέσω επιδοτήσεων.
- ❖ Πάρα πολλές επιχειρήσεις δεν γνωρίζουν καθόλου για την ύπαρξη χρηματοδοτικών προγραμμάτων ή/και αδυνατούν να τα αξιοποιήσουν.
- ❖ Σε πολλές περιοχές υπάρχει ακόμα έλλειψη τεχνολογικής υποδομής.
- ❖ Τεράστιο ψηφιακό χάσμα μεταξύ μικρών και μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ❖ Έλλειψη Συστημάτων Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμών, όχι μόνο σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο αλλά από την ανεπαρκή ανάπτυξη και λειτουργία αυτών.

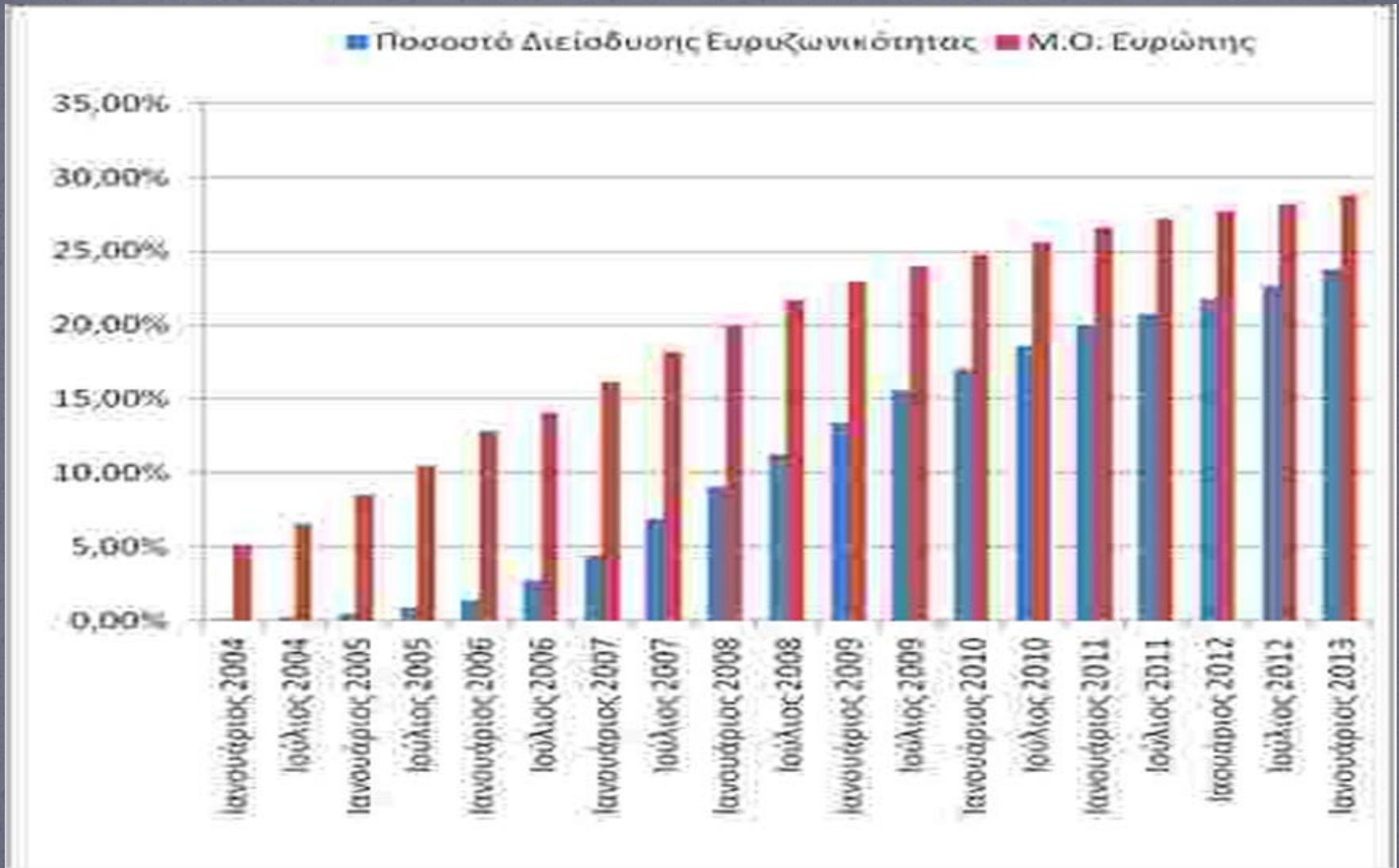
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η Ελλάδα παρουσιάζει ποσοστό ευρυζωνικής διείσδυσης της τάξης του 23,8%, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξης του 1,1% σε σχέση με τον Ιούλιο του 2012 και 2% σε σχέση με τον Ιανουάριο του 2012.

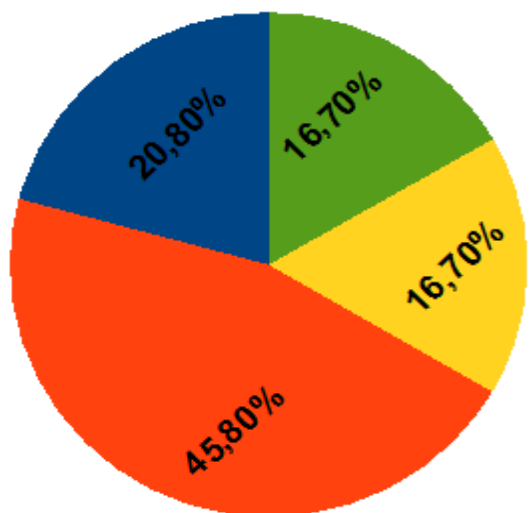
Fixed broadband penetration, January 2013



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

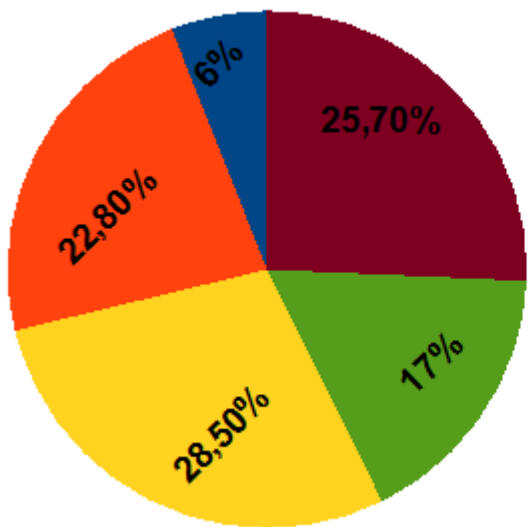


ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



- Δημόσιος φορέας
- Ιδιωτική εταιρεία
- Ένωση Τουριστικών Επιχειρήσεων
- Σύμπραξη Ιδιωτικού και Δημόσιου φορέα

Φορείς υλοποίησης των
ΗΣΔΜΤΠ στην
Ελλάδα



- Απόλυτα Ικανοποιημένοι
- Ικανοποιημένοι
- Ουδέτεροι
- Δυσανεστημένοι
- Απολύτως Δυσανεστημένοι

Ικανοποίηση από την
απόδοση των
ΗΣΔΜΤΠ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Προτάσεις:

- Ενημέρωση και κατάρτισή για τις ηλεκτρονικές εφαρμογές.
- Αλλαγή νοοτροπίας και διοικητικής προσέγγισης.
- Ενημέρωση σχετικά με προγράμματα για την ψηφιοποίηση.
- Πολιτειακή υποστήριξη προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Ανάπτυξη ευρύτερης τεχνολογικής υποδομής και κυρίως ευρυζωνικών υποδομών σε όλη την ελληνική επικράτεια.
- Δημιουργία κοινών τεχνολογικών πλατφόρμων συνεργασίας.
- Σωστό σχεδιασμό και λειτουργία ΣΔΠΠ από την πολιτεία.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ!

Join us in GREECE

This advertisement was made possible through crowdfunding



www.upgreetourism.gr

