

Ηλεκτρονικός Τουρισμός

Χάρης Κονδυλάκης

19/3/2012

Σύνοψη Διάλεξης

- Ο ρόλος των Τεχνολογιών Πληροφορίας Και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)
- e-Τουρισμός
 - Ορισμοί
 - Αποτελέσματα
- Χαρακτηριστικά του τουρισμού
- Ιστορία Τεχνολογιών Πληροφορίας Και Επικοινωνιών στον Τουρισμό
- Οφέλη από τον e-Τουρισμό
- Προβλήματα στον e-Τουρισμό

Ο ρόλος των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών

- Οι ΤΠΕ είναι πλέον ζωτικής σημασίας για τη στρατηγική διαχείριση των οργανισμών, καθώς επιτρέπουν:
 - Επέκταση σε νέες αγορές
 - Ενδυνάμωση των εργαζομένων
 - Η μείωση του κόστους
 - Ενίσχυση της διανομής

Business now conducted at speed of thought

Gates (1999)

- ΤΠΕ ιδανική για πλούσιους καταναλωτές χωρίς χρόνο

Αύξηση της ταχύτητας αποδοχής της τεχνολογίας

- 35 χρόνια έκανε το ράδιο να φτάσει τους 50 εκατ. χρήστες
- 13 χρόνια έκανε η τηλεόραση να φτάσει τους 50 εκατ. χρήστες
- 5 χρόνια έκανε το διαδίκτυο να φτάσει τους 50 εκατ. χρήστες
- 1 χρόνο έκαναν τα ipod να φτάσουν τους 50 εκατ. χρήστες
- 6 μήνες έκανε το facebook να φτάσει τους 100 εκατ. χρήστες

Ορισμοί

- Ο ηλεκτρονικός τουρισμός (e-Tourism) ορίζεται ως η χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών στην τουριστική βιομηχανία
- Ο ηλεκτρονικός τουρισμός είναι η ψηφιοποίηση όλων των διαδικασιών και των αλυσίδων αξίας στους κλάδους του τουρισμού, των ταξιδιών, φιλοξενίας και εστίασης, που επιτρέπουν στους οργανισμούς να μεγιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητα και την αποτελεσματικότητά τους.

(Buhalis 2003)

Ο ηλεκτρονικός τουρισμός περιλαμβάνει

- E-commerce: Ηλεκτρονικό εμπόριο
- E-marketing: Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ
- E-finance and E-accounting: Ηλεκτρονική διαχείριση οικονομικών και λογιστικών
- E-HRM: Ηλεκτρονική Διαχείριση ανθρώπινων πόρων
- E-Procurement: Ηλεκτρονική παροχή υπηρεσιών
- E-Strategy: Ηλεκτρονική στρατηγική
- E-Planning: Ηλεκτρονικό Προγραμματισμό
- E-Management: Ηλεκτρονική Διοίκηση

Αποτελέσματα του Ηλ. Τουρισμού

(Buhalis 2003)

- Φέρνει επανάσταση σε όλες τις επιχειρηματικές διαδικασίες, στο σύνολο της αλυσίδας αξιών, καθώς και τις στρατηγικές σχέσεις των τουριστικών οργανισμών με όλους τους δυνατούς ενδιαφερόμενους
- Εκμεταλλεύεται
 - εσωτερικά δίκτυα πληροφορίας για την αναδιοργάνωση των εσωτερικών διαδικασιών του κάθε οργανισμού,
 - εξωτερικά δίκτυα πληροφοριών για την ανάπτυξη συναλλαγών με έμπιστους συνεργάτες
 - το διαδίκτυο για την αλληλεπίδραση με τους ενδιαφερόμενους

Αποτελέσματα του Ηλ. Τουρισμού

- Ο ηλ. Τουρισμός καθορίζει όλο και περισσότερο την ανταγωνιστικότητα του οργανισμού και ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας σε μακροπρόθεσμη βάση.

Χαρακτηριστικά Ηλ. Τουρισμού

- Άυλος
 - Το προϊόν δεν μπορεί να εξετασθεί ή να επιθεωρηθεί φυσικά πριν την αγορά.
- Διαχωρισμός μεταξύ της αγοράς και της κατανάλωσης
- Ο κατάλογος με τις υπηρεσίες αλλάζει συνεχώς
- Υψηλού ρίσκου
 - Ψυχολογικού και οικονομικού
 - Μπορεί να συμπεριλαμβάνει όλη την οικογένεια
- Δραστηριότητα που προσφέρει πολλές και ποικίλες πληροφορίες και απαιτεί υψηλή διανοητική ενασχόληση.

Χαρακτηριστικά Ηλ. Τουρισμού

- Κυριαρχούν οι μικρές επιχειρήσεις
- Στηρίζεται στην ιστορία μεγάλων αλυσίδων ανεφοδιασμού με κάποια προμήθεια
 - Προμηθευτές
 - Διεκπεραιωτές
 - Χοντρέμποροι
 - Έμποροι λιανικής
 - Καταναλωτές

Προβλήματα με την παραδοσιακή προσέγγιση

- Οι μικρές επιχειρήσεις εξαρτώνται από όρους που καθορίζονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού
- Συχνά οι μικρές επιχειρήσεις είναι πολύ μικρές για να συμμετάσχουν σε ευκαιρίες
- Η τιμολόγηση και πολλοί όροι κλειδώνονται συχνά σε διαστήματα που μπορούν να φτάσουν τα 2 έτη
- Πολύ περιορισμένη δυνατότητα να έχουν πρόσβαση στην αγορά άμεσα

E-Tourism

“Η παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών απαιτεί μια άποψη του κόσμου που να στηρίζεται στους πελάτες και μια στροφή από την μαζική παραγωγή στην μαζική εξατομίκευση της παρεχόμενης υπηρεσίας. Επιπλέον απαιτεί στροφή από την επικέντρωση στις πωλήσεις στην επικέντρωση στο χτίσιμο σχέσεων εμπιστοσύνης.”

Victor Garland

(Επικεφαλή IT στην Aer Lingus, 2001)

Κατευθυντήριες δυνάμεις για το ηλεκτρονικό επιχειρείν στον τουρισμό

- Οικονομική αναγκαιότητα
- Η ταχεία εξέλιξη της τεχνολογίας
 - Μειωμένο κόστος
 - Ευκολία πρόσβασης
- Η αύξηση των προσδοκιών των καταναλωτών
 - Χωρίς πολύ χρόνο
 - Υπερνίκησε τους φόβους σχετικά με την ασφάλεια

Ιστορία Τεχνολογιών Πληροφορίας Και Επικοινωνιών στον Τουρισμό

- Κεντρικά συστήματα κράτησης θέσεων
 - Χρησιμοποιήθηκαν για πρώτη φορά από τις αεροπορικές εταιρίες την δεκαετία του 1960
 - Στη συνέχεια ήρθαν οι ηλεκτρονικές κρατήσεις σε ξενοδοχεία και κυριάρχησαν στην βιομηχανία του τουρισμού.
- Τα συστήματα κράτησης θέσεων των αεροπορικών εταιριών έγιναν παγκόσμια συστήματα διανομής
 - Περιλαμβάνεται ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και προϊόντων για το σύνολο της βιομηχανίας
 - Παραδείγματα είναι το Amadeus, Sabre & Galileo
 - Οι ιδιοκτήτες τους χρεώνουν συνήθως προμήθειες και έξοδα συμμετοχής
 - Υψηλό κόστος για τις μικρές επιχειρήσεις

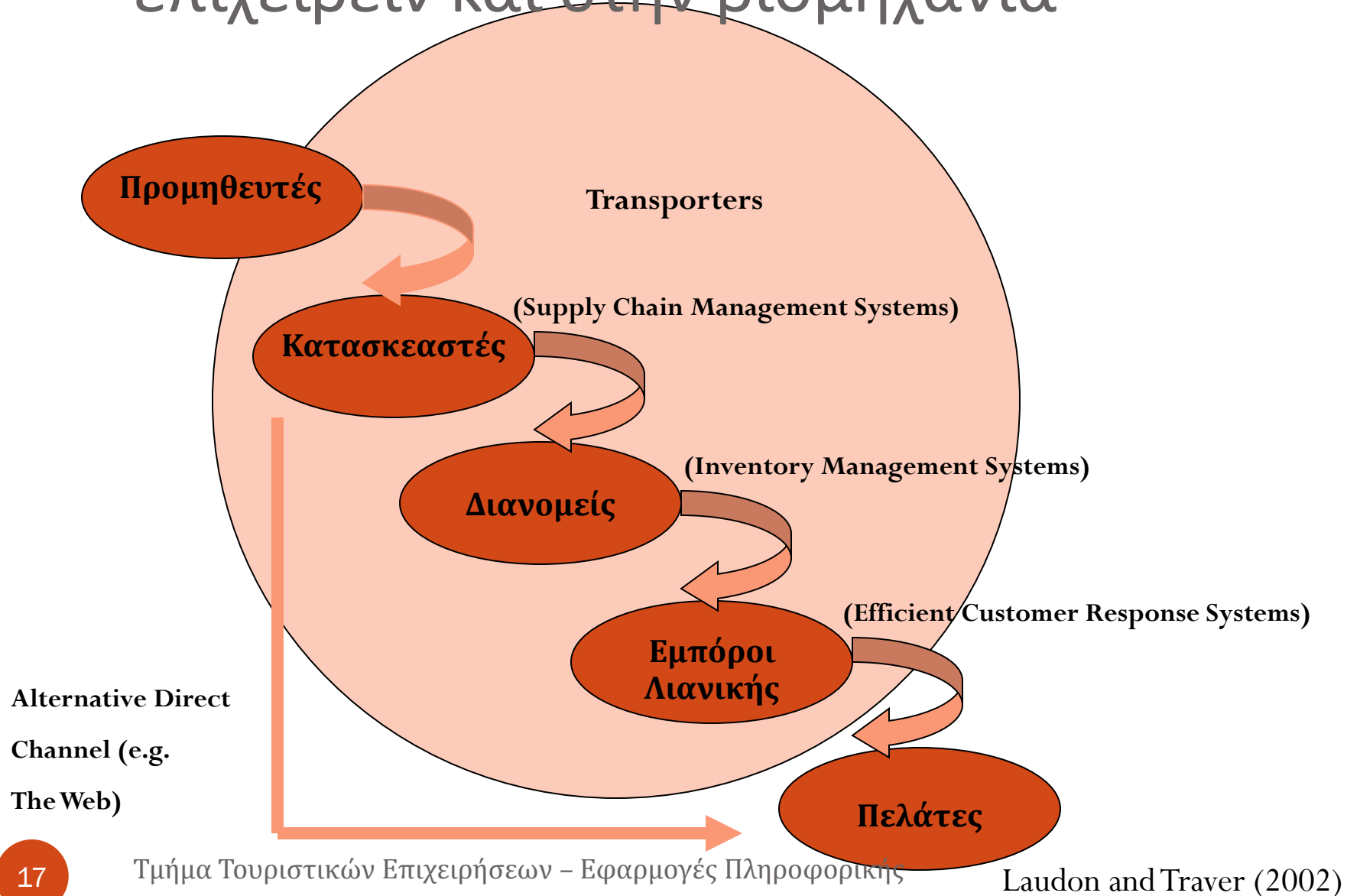
Ιστορία Τεχνολογιών Πληροφορίας Και Επικοινωνιών στον Τουρισμό

- Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1990, πάνω από το ήμισυ των ηλεκτρονικών συναλλαγών του κόσμου ήταν στον τομέα του τουρισμού
 - Σε μεγάλο βαθμό αεροπορικές εταιρείες
- Στη συνέχεια προέκυψαν συστήματα διαχείρισης προορισμού
 - Πληροφορίες για τοπικά αξιοθέατα και διαθέσιμα προϊόντα
 - Χρήσιμο για να βοηθήσει να ξεπεραστούν τα προβλήματα με την εξισορρόπηση της τουριστικής ζήτησης

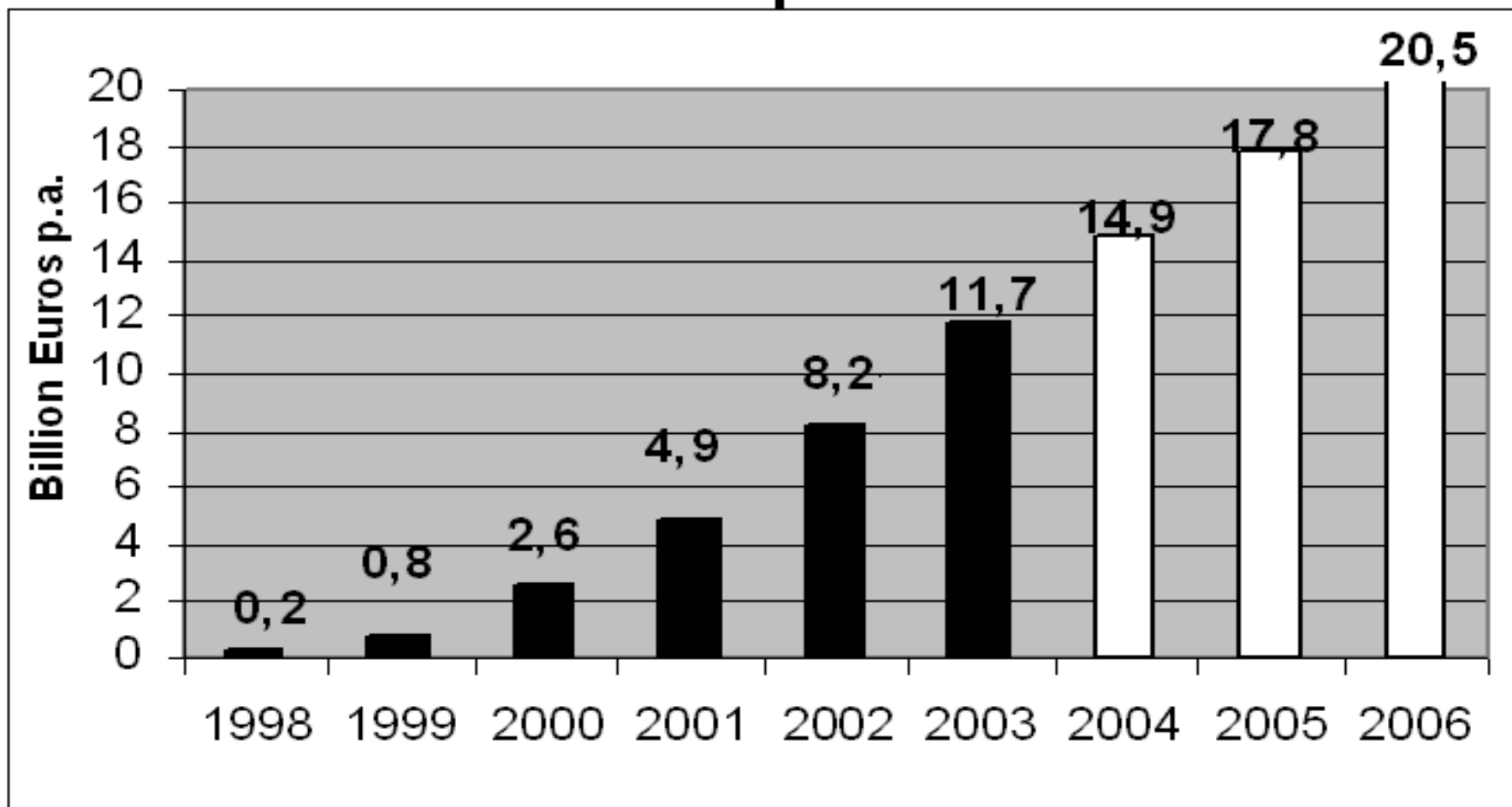
Ιστορία Τεχνολογιών Πληροφορίας Και Επικοινωνιών στον Τουρισμό

- Για πολλά χρόνια, η βιομηχανία βασιζόταν σε:
 - Παραδοσιακές αλυσίδες προμηθειών
 - Φυλλάδια
 - Δωρεάν διάθεση προς πώληση
 - Επιβεβαιώσεις telex
- Telex → fax → email
- Πρόσβαση σε κεφάλαια διεθνώς - αντικατάσταση ταξιδιωτικών επιταγών
 - Άλλαξε την συμπεριφορά των ταξιδιωτών
- Ώθηση από τους καταναλωτές

Αλυσίδες αξιών στο ηλεκτρονικό επιχειρείν και στην βιομηχανία

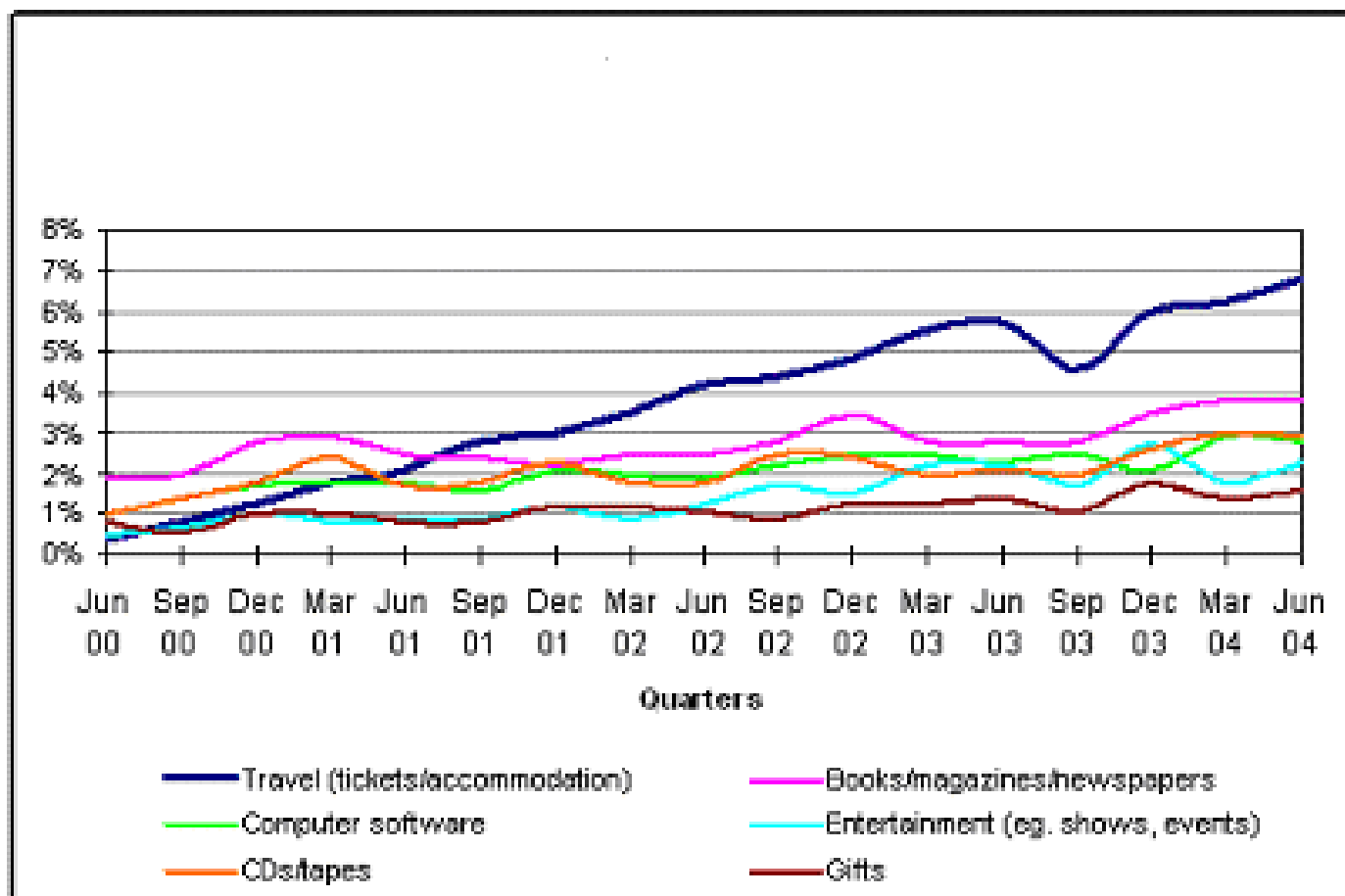


Τάσεις στον ηλεκτρονικό τουρισμό Δυτική Ευρώπη 1998-2006



© Carl H. Marcussen and Centre for Regional and Tourism Research, www.crt.dk

Διαδικτυακές αγορές (2000-2004 Αυστραλία)



Source: Roy Morgan Single Source April 2000 – June 2004

Base: Total Population Aged 14+

Οφέλη των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών για τον τουρισμό

- Επιτρέπει στις μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν σε διεθνές επίπεδο
- Προωθεί προϊόντα που δύσκολα μπορούν να προωθηθούν
 - Eg: wotif.com and lastminute.com
- Οι καταναλωτές μπορούν να συσκευάσουν τώρα το δικό τους προϊόν, αλλά απαιτεί επιπλέον προσπάθεια μια και οι παραδοσιακές μέθοδοι εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται.
- Επίσης, μπορεί κάποιος να κατηγορήσει την τεχνολογία αν υπάρχουν προβλήματα.

Οφέλη των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών για τον τουρισμό

- Άλλαξε η δομή της βιομηχανίας
 - Πολλοί μεσάζοντες έχουν εκλείψει ως μέρος της κάθετης ολοκλήρωσης
- Το Internet είναι ιδανικό για την προώθηση εμπορικών σημάτων, για την διεύρυνση και την επέκταση επιχειρήσεων τουρισμού
 - Η ύπαρξη πολλών επιλογών (που πολλές φορές δεν είναι σωστά οργανωμένες) είναι τώρα το πρόβλημα
- Οι τιμές μπορούν να οριστούν σε πραγματικό χρόνο για να βοηθήσουν την διαχείριση της ζήτησης

Οφέλη των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών για τον τουρισμό

- Εξελιγμένη διαχείριση για την μεγιστοποίηση των κέρδων
 - Αρχικά μόνο αεροπορικές εταιρείες
 - Στη συνέχεια, ξενοδοχεία
 - Πλέον και μικρότεροι “operators”
- Υποστηρίζονται οι στρατηγικές συμμαχίες για τις αεροπορικές εταιρείες

Οφέλη των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών για τον τουρισμό

- Εξελιγμένα συστήματα επιτρέπουν στους οργανισμούς να προβλέπουν και να στοχεύουν τις ανάγκες των καταναλωτών
 - Διαφοροποίηση προϊόντος σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών
 - Διαχείριση των σχέσεων και μάρκετινγκ
 - Προγράμματα Ανταμοιβής (loyalty)

Προγράμματα τακτικών επιβατών

- Έννοια Club με οφέλη για την “πιστότητα»
- Η ανάπτυξη συνδέεται με την ικανότητα μιας τουριστικής επιχείρησης να συλλάβει τις ιδιαιτερότητες των πελατών
- Υψηλότερες αποδόσεις, καθώς οι πωλήσεις επαναλαμβάνονται με την πάροδο του χρόνου
- Υψηλότερο κόστος για την προσέλκυση νέων πελατών από τη διατήρησή των υπαρχόντων
- Πεδίο για προώθηση και άλλων υπηρεσιών
- Διαφημιστικό κόστος για την απόκτηση νέων επιχειρήσεων μειώνεται

Θέματα

- Online τιμολόγηση σε σύγκριση με παραδοσιακές μεθόδους
 - Οι δυνατοί πάροχοι υπηρεσιών χρησιμοποιούν ενδιάμεσους για να πουλήσουν προσφορές προστατεύοντας το εμπορικό τους σήμα.
- Ομαδική πώληση προϊόντων
 - Παλιά στηριζόταν στους μεσάζοντες αλλά τώρα στους καταναλωτές

Θέματα

- Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δυσκολεύονται να επιβιώσουν
 - Commission/Αμοιβή υπηρεσίας
- Τουριστικές πληροφορίες και ξενάγηση
 - Τεχνολογίες έξυπνων συσκευών
- Έξυπνες ιστοσελίδες και μηχανές αναζήτησης
 - Προτιμήσεις καταναλωτών

Θέματα

- Πως επικοινωνούν τα διάφορα συστήματα μεταξύ τους?
- Έργο της ΕΕ στον τομέα του τουρισμού)
 - Επιτρέπει τη συμφιλίωση των διαφορετικών προτύπων και παρέχει την ελάχιστη οντολογία για να περιγράψει επίσημα το πεδίο αναφοράς.
 - Επιτρέπει στους παρόχους και στους χρήστες να επικοινωνούν, διατηρώντας παράλληλα την ιδιοκτησία των δεδομένων.
- Η ανάπτυξη των blogs (περιεχόμενο που δημιουργείται από καταναλωτές)
- Θα αντικαταστήσουν τα εικονικά ταξίδια τα πραγματικά?