



ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΑΤΡΑ 2014-2015

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ**

Σπουδάστριες: Λάμπρου Κατερίνα, Α.Μ. 9212

Σταυρακάκη Κατερίνα, Α.Μ. 9191

Εποπτεύον Καθηγητής: Στάμος Κωνσταντίνος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ (Πίνακες- Εικόνες- Σχήματα)	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	8
1.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	8
1.2 Μορφές Τουρισμού.....	9
1.3 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα.....	10
1.3.1 Οικοτουρισμός.....	11
1.3.2 Τουρισμός Περιπέτειας.....	11
1.3.3 Γεωτουρισμός.....	12
1.3.4 Αρχαιολογικός Τουρισμός.....	12
1.3.5 Συνεδριακός Τουρισμός.....	13
1.3.6 Ιαματικός Τουρισμός.....	13
1.3.7 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	13
1.3.8 Θρησκευτικός Τουρισμός.....	14
1.3.9 Αθλητικός Τουρισμός.....	15
1.3.10 Θεματικά Πάρκα.....	15
1.4 Επιπτώσεις από τον Τουρισμό.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ	17
2.1 Εισαγωγή.....	17
2.2 Τουριστικά Γραφεία Γενικού και Εσωτερικού Τουρισμού.....	18
2.2.1 Γενικού Τουρισμού.....	18
2.2.2 Εσωτερικού Τουρισμού.....	20
2.3 Τουριστικά Γραφεία IATA και non-IATA.....	20
2.4 Τουριστικά Γραφεία Εισερχόμενου και Εξερχόμενου Τουρισμού.....	21
2.4.1 Εισερχόμενου Τουρισμού.....	21
2.4.2 Εξερχόμενου Τουρισμού.....	21
2.5 Γραφεία Επαγγελματικού και Εναλλακτικού Τουρισμού.....	22
2.5.1 Επαγγελματικού Τουρισμού.....	22
2.5.2 Εναλλακτικού Τουρισμού.....	22
2.6 Άλλες μορφές Τουριστικών Πρακτορείων.....	23
2.6.1 Γραφεία Αντιπροσώπευσης.....	23
2.6.2 Γραφεία Διακαιόχρησης.....	24

2.6.3 Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία.....	24
2.7 Μελέτη Περίπτωσης-airtickets.gr.....	25
2.8 Τεχνολογικός Εξοπλισμός.....	28
2.8.1 Γενικός Εξοπλισμός.....	28
2.8.2 Ειδικός Εξοπλισμός-CRS.....	28
2.8.3 Μηχανοργάνωση.....	29
2.9 Στελέχωση και Οργάνωση του Τουριστικού Γραφείου.....	30
2.10 Διαδικτυακή Πύλη-callgreece.gr.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.....	33
3.1 Εισαγωγή.....	33
3.2 Πληροφοριακά Συστήματα Επιχειρήσεων και οι Δραστηριότητες τους..	33
3.3 Τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων.....	35
3.3.1 Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών(Transaction Processing Systems-TPS).....	35
3.3.2 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης(Managements Information Systems-MIS).....	38
3.3.3 Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision Support Systems - DSS).....	38
3.3.4 Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive Support Systems - ESS).....	40
3.3.5 Συστήματα Αυτοματοποίησης Γραφείου(Office Automation Systems-OAS).....	41
3.4 Έργα Πληροφοριακών Συστημάτων.....	42
3.5 Ιστορική Εξέλιξη των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	45
3.6 Λογισμικό για την Ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων.....	46
ΚΕΦΑΛΙΟ 4: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ.....	50
4.1 Η Διαχρονική Εξέλιξη και ο Ρόλος των Συστημάτων Κρατήσεων.....	50
4.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής.....	52
4.2.1 Sabre.....	52

4.2.2 Worldspan.....	53
4.2.3 Galileo International.....	53
4.2.4 Start Amadeus.....	54
4.2.5 Worldfare.....	55
4.3 Οι λειτουργίες των GDS.....	56
4.4 Η χρήση των GDS στα Τουριστικά Πρακτορεία.....	59
4.5 Η χρήση των GDS στα Ξενοδοχεία.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	62
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	63

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ

Πίνακες

Πίνακας 1.1 Κυριότερες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Πίνακας 2.1 Γραφεία Εναλλακτικού Τουρισμού

Πίνακας 2.2 Κυριότερα Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία

Πίνακας 2.3 Κυριότερα GDS, αυτοματοποιημένα συστήματα αμφίδρομης επικοινωνίας

Πίνακας 3.1 Ενδεικτικές γλώσσες προγραμματισμού

Σχήματα

Σχήμα 1.1 Μεριδα αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα

Σχήμα 2.1 Οργανωτική Δομή Τουριστικού Γραφείου

Σχήμα 2.2 Οργανόγραμμα τουριστικού γραφείου μεγάλου μεγέθους

Σχήμα 3.1 Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων-DSS

Εικόνες

Φώτο 1.1 Sailing, copyright © Camcope

Φώτο 1.2 Μουσείο Ακρόπολης, copyright © theacropolismuseum.gr

Φώτο 1.3 Άγιος Ανδρέας-Πάτρα, copyright © www.panoramio.com

Φώτο 2.1 Τουριστικό Γραφείο, copyright © www.porostours.gr

Φώτο 2.2 Συνέδριο, copyright © e-dragoumanos.eu

Φώτο 2.3 Γραμμή Τουριστικών Πληροφοριών, copyright © callgreece.gr

Φώτο 3.1 Report Generator, copyright © www.genopro.com

Φώτο 4.1 Παγκόσμια Συστήματα Διανομής-GDS, copyright © hotelogix.com

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει ανατρέχοντας στη σχετική βιβλιογραφία, το ρόλο, την εξέλιξη και τη λειτουργία των *Πληροφοριακών Συστημάτων* στο χώρο του Τουρισμού. Ειδικότερα στις επιχειρήσεις που λειτουργούν νόμιμα ως τουριστικά πρακτορεία.

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα με παγκόσμια διάσταση. Στο *πρώτο κεφάλαιο* της παρούσας εργασίας γίνεται μια επισκόπηση των κυριότερων μεγεθών της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα και εξετάζονται οι κυρίαρχες μορφές τουρισμού. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που αναμένεται να παρουσιάσουν αύξηση μεγεθών και δυναμικότερη εξέλιξη.

Στην καρδιά αυτής της οικονομικής δραστηριότητας βρίσκεται το τουριστικό πρακτορείο ή αλλιώς τουριστικό γραφείο. Το τουριστικό πρακτορείο είναι μια νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση που λειτουργεί ως μεσολαβητής μεταξύ των παροχέων-προμηθευτών των τουριστικών προϊόντων και των πελατών-ταξιδιωτών. Στο *δεύτερο κεφάλαιο*, λοιπόν, θα αναλύσουμε τον τρόπο λειτουργίας τους μέσα από το θεσμικό πλαίσιο που ρυθμίζει κανονιστικά και ελεγκτικά τις δραστηριότητές τους. Παράλληλα, θα αναφερθούμε στην κατηγοριοποίηση τους ανάλογα με το αντικείμενο και το χαρακτήρα των συναλλαγών τους. Δε θα παραλείψουμε, τέλος, τον τομέα της στελέχωσής τους αλλά και της απαραίτητης μηχανοργάνωσης.

Τα σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα που βασίζονται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή συλλέγουν, αποθηκεύουν, αναλύουν και διαχέουν δεδομένα και πληροφορίες. Με τον τρόπο αυτόν υποστηρίζουν τις λειτουργίες μιας επιχείρησης και παρέχουν τις πληροφορίες που χρειάζονται στη διοίκησή της για αποτελεσματικότερες αποφάσεις. Στο *τρίτο κεφάλαιο* αναλύονται οι διάφοροι τύποι *Πληροφοριακών Συστημάτων* καθώς και η ιστορική εξέλιξή τους. Θα επικεντρωθούμε κυρίως στο βασικό λογισμικό για την ανάπτυξη *Πληροφορικών Συστημάτων* με αναφορές σε συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών και υποστήριξης αποφάσεων.

Οι νέες τεχνολογίες και ο κλάδος του τουρισμού εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης. Ο μεγάλος αριθμός εμπλεκόμενων και μεσαζόντων στη διακίνηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και η πολυμορφικότητα αυτών, απαιτούσε ανάπτυξη των *Πληροφοριακών Συστημάτων* ειδικά για τον κλάδο αυτό. Είναι λοιπόν εξαιρετικά σημαντικό να δούμε τη διαχρονική εξέλιξη και το ρόλο των συστημάτων κρατήσεων και τα βασικά χαρακτηριστικά των κυριότερων από αυτά.

Η συνεχής και αματώδης πρόοδος της τεχνολογίας και της χρήσης του διαδικτύου, φέρνουν στο προσκήνιο νέες ευκαιρίες για την προώθηση του τουρισμού στη χώρα μας, τονίζουν την αναγκαιότητα για χρήση αποδοτικότερων και τεχνολογικά

προηγμένων(e-business) μεθόδων εξυπηρέτησης τουριστών, καθώς και διαχείρισης των τουριστικών πρακτορείων μέσω του διαδικτύου.

Στην παρούσα εργασία, τέλος, επιχειρούμε να παρουσιάσουμε ορισμένες ιδέες και λύσεις που θα βοηθήσουν να ανέβει το επίπεδο λειτουργικότητας μιας επιχείρησης και θα την κάνουν να ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό. Επίσης, παρουσιάζονται παραδείγματα αποτελεσματικής εφαρμογής των παραπάνω λύσεων και δίνεται το στίγμα προς το οποίο πρέπει να κινηθεί ένα τουριστικό ελληνικό πρακτορείο σε ότι αφορά την αξιοποίηση των τεχνολογιών της πληροφορικής.

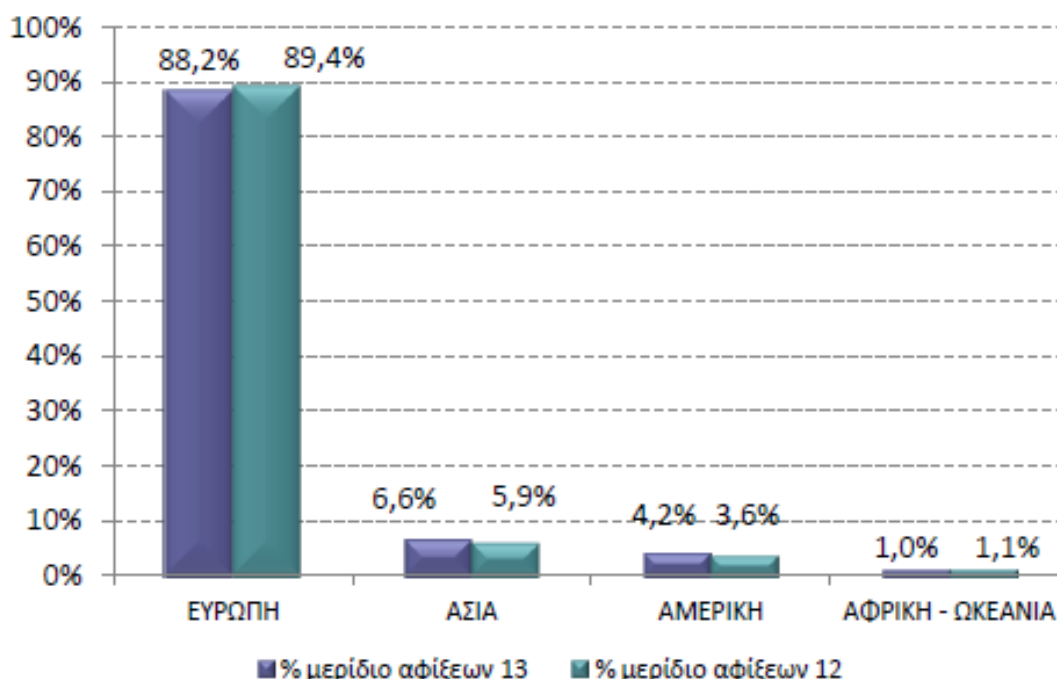
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα με παγκόσμια διάσταση. Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η.

Μεταβολή μεριδίων αφίξεων 2013/2012



Σχήμα 1.1 Μερίδα αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα (sete.gr)

Ο ελληνικός τουρισμός, όπως αποδεικνύουν τα στοιχεία αυτά, αποτελεί έναν από τους ελάχιστους ανταγωνιστικούς τομείς της εθνικής οικονομίας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Ελλάδα διεκδικεί θέση προβολής με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα:

- Υψηλή και θετική αναγνωρισιμότητα
- Φυσική ομορφιά και ήπιο μεσογειακό κλίμα
- Ιστορικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες με παγκόσμια γοητεία

1.2 Μορφές τουρισμού

- Μαζικός τουρισμός: Είναι η μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται από την οργάνωση και ομαδικότητα μετακίνησης των τουριστών σε κοσμοπολίτικες κυρίως περιοχές, για σκοπούς αναψυχής και διασκέδασης.
- Ατομικός τουρισμός: Ο ατομικός τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζεται από την εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών και την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση, αντιτίθεται στο μαζικό τουρισμό. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός.
- Εσωτερικός τουρισμός: Ο εσωτερικός τουρισμός γίνεται μέσα στα φυσικά όρια μιας χώρας, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της και πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό της.
- Εξωτερικός τουρισμός: Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός έχει ως στόχο την ικανοποίηση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών ατόμων που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς.
- Συνεχής τουρισμός: Ο συνεχής τουρισμός διαρκεί όλο το χρόνο και δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές του από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο τουρισμός εκθέσεων, ο μορφωτικός τουρισμός, ο τουρισμός πόλης, ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός κινήτρων.
- Εποχιακός τουρισμός: Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι οι δραστηριότητές του επηρεάζονται από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν όλο το χρόνο, γι' αυτό και έρχεται σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, αναστέλλοντάς τες προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι πιο αντιπροσωπευτικές μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο τουρισμός χειμερινών σπορ, ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και ο τουρισμός παραχείμασης.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβάλλουν στην καλύτερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού, στην προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων και στην αξιοποίηση των μη τουριστικά αναπτυγμένων περιοχών. Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνονται στον παρακάτω Πίνακα 1.1:

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
1.ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	15.ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ	16.ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
3.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ	17.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ
4.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	18.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ
5.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ	19.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ
6.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ	20.ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	21.ΛΑΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
8.ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	22.ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
9.ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	23.ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
10.ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	24.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΗΡΩΝ
11.ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	25.ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
12.ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	26.ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
13.ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	27.ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
14.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ	28.ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πίνακας 1.1 Κυριότερες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (Βιβλίο:Εισαγωγή στον Τουρισμό , Ηγουμενάκης)

1.3 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα χάρη στη γεωγραφική της θέση και τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες που διαθέτει, προσφέρει πολλές επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία αυτή, γι' αυτό και θεωρείται ιδανικός προορισμός εναλλακτικού τουρισμού. Ο τουρισμός περιορίζεται χρονικά στους καλοκαιρινούς μήνες με αποτέλεσμα να χαρακτηρίζεται εποχικός και μαζικός και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους tour operators.

Μια δυναμική απάντηση στα παραπάνω προβλήματα είναι η αξιοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού. Σε τέτοιες ήπιες μορφές τουρισμού παρατηρείται διεθνώς αυξανόμενη ζήτηση, αφού με αυτόν τον τρόπο αξιοποιούνται οι φυσικοί και

πολιτιστικοί πόροι της περιοχής. Ως αντίδραση στον μαζικό τουρισμό και στον τρόπο ζωής στις πόλεις, ο σημερινός τουρίστας επιζητεί διακοπές μικρής κλίμακας και ήπιας μορφής. Υπάρχουν στην Ελλάδα αρκετά παραδείγματα προορισμών που ανταποκρίνονται στην έννοια του βιώσιμου ή ήπιου τουρισμού όπως είναι η περίπτωση του πελάγους της Αιτωλίας, η λίμνη Τριχωνίδα. Παρακάτω παρουσιάζονται οι συνηθέστερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που συναντώνται στην Ελλάδα.

1.3.1 Οικοτουρισμός

Οικοτουρισμός είναι ο τουρισμός που αξιοποιεί και κατευθύνεται σε περιοχές που δεν έχουν επηρεαστεί ή καταστραφεί από τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Η Ελλάδα, με το απaráμιλλο σε πλούτο φυσικό περιβάλλον της και τις παραδοσιακές δομές πρωταγωνιστεί σε διεθνές επίπεδο στον τομέα της αειφόρας ανάπτυξης. Ορεινά τοπία εναλλάσσονται με πεδινές «αγκαλιές» δημιουργώντας ένα φυσικό σκηνικό απίστευτης ομορφιάς, ιδανικό για εναλλακτικές περιπλανήσεις (Λύτρας, 1999). Η άγρια φύση, η πανίδα και η χλωρίδα του ελληνικού χώρου προστατεύονται από διεθνείς και εθνικούς οργανισμούς. Στην ελληνική επικράτεια διαβιούν, περίπου, 50.000 είδη ζώων, ένας πλούτος άγριας ζωής μοναδικός στον ευρωπαϊκό χώρο που οφείλεται στο έντονο ανάγλυφο, το οποίο δημιουργεί διαφορετικά οικοσυστήματα. Τα πολυάριθμα σπήλαια, τα οποία υπερβαίνουν τα 10.000, αποτελούν ξεχωριστούς βιότοπους, το καθένα με διαφορετική βιοποικιλότητα. Φαράγγια και χαράδρες, αιωνόβια δάση, παραλίμνιες περιοχές, εύφορα δέλτα ποταμών, απάτητα βουνά δημιουργούν αμέτρητα λίκνα ζωής. Γύρω στα 700 είδη ζώων και πάνω από 900 είδη φυτών της Ελλάδας προστατεύονται λόγω της σπανιότητάς τους και του κρίσιμου ρόλου που διαδραματίζουν στο φυσικό περιβάλλον.

1.3.2 Τουρισμός περιπέτειας

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Αναρρίχηση, κατάδυση, σκι, canoe kayak, rafting, sailing-windsurfing αποτελούν μερικές από τις πιο δημοφιλείς μορφές τουρισμού περιπέτειας στην Ελλάδα.



Φωτο 1.1 Sailing, copyright © Camcope

Σύμφωνα με τον Γκούβη (2001), ως τουρισμό περιπέτειας ορίζουμε «τη δραστηριότητα αναψυχής που λαμβάνει χώρα σε ένα ασυνήθιστο, εξωτικό,

απομονωμένο ή δυσπρόσιτο προορισμό και χαρακτηρίζεται από ένα βαθμό ρίσκου και συγκίνησης για αυτόν που τον πραγματοποιεί, αλλά και ανάγκη για βαθύτερη γνώση του κόσμου και του ίδιου του ανθρώπου».

1.3.3 Γεωτουρισμός

Μια μορφή πολιτιστικού-περιβαλλοντικού τουρισμού είναι ο γεωτουρισμός ο οποίος αναπτύσσεται σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία αξιοποιούνται για την προσέλκυση επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα. Ένα βασικό παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι το απολιθωμένο δάσος της Λέσβου και οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σ' αυτό, αλλά και διοργανώσεις εκδηλώσεων. Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία όπως είναι η αύξηση εισοδημάτων, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος κλπ. Το φαράγγι της Σαμαριάς στην Κρήτη, το σπήλαιο του Δυρού στην Πελοπόννησο, οι καταρράκτες της Έδεσσας και το ηφαίστειο της Νισύρου αποτελούν κάποια επιπλέον παραδείγματα.

1.3.4 Αρχαιολογικός Τουρισμός

Ο αρχαιολογικός τουρισμός έχει ως κύριο αντικείμενο την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, μουσεία κλπ.. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο συνδυασμός του αρχαιολογικού πλούτου και του αρχαιοελληνικού πολιτισμού αποτελεί διαχρονικά έναν από τους κυριότερους πόλους προσέλκυσης τουριστών στη χώρα και ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων τουριστικών προορισμών.



Φωτο 1.2 Μουσείο Ακρόπολης, copyright © theacropolismuseum.gr

προορισμών.

Ο Παρθενώνας είναι το μεγαλύτερο και επισημότερο οικοδόμημα της Ακρόπολης των Αθηνών και συγκεντρώνει το θαυμασμό όλου του πολιτισμένου κόσμου αιώνες τώρα. Παραμένει σταθερά ένα από

τα σημαντικότερα τουριστικά αξιοθέατα στον κόσμο και ένα κεφάλαιο ανεκτίμητο για την Ελληνική Πολιτιστική Κληρονομιά. Εγκαινιάστηκε μέσα στο 2009 το νέο

Μουσείο της Ακρόπολης το οποίο και θα προσφέρει όλες τις υπηρεσίες που απαιτούνται από ένα παγκόσμιο μουσείο του 21^{ου} αιώνα(altertourism.gr).

1.3.5 Συνεδριακός Τουρισμός

Η Ελλάδα αποτελεί έναν χώρο πολιτισμού, τέχνης και επιστημών. Η μακραίωνη συμβολή της στο παγκόσμιο γίνεσθαι, σε συνδυασμό με το μοναδικό φυσικό κάλλος και τις άρτιες υποδομές, την καθιστούν ιδανικό τόπο διεξαγωγής συνεδρίων. Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική επικράτεια υποδέχεται όλο και συχνότερα ανθρώπους των γραμμάτων, των επιστημών και των τεχνών, οι οποίοι συμμετέχουν σε συμπόσια, συνέδρια και εκθέσεις.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι άκρως αλληλεπιδραστικός: απαιτεί, βέβαια, ένα υψηλού επιπέδου υπόβαθρο από τη χώρα υποδοχής, ταυτόχρονα όμως συμβάλλει ενεργά στην αναβάθμιση της συνολικής ποιότητας μιας περιοχής. Είναι λογικό, ένας χώρος ο οποίος προτιμάται για τη διεξαγωγή συνεδρίων, να μετέχει προνομιακά στο πολιτιστικό «προϊόν», μιας και δίνει τη δυνατότητα σε κοινό, κατοίκους και επισκέπτες, να έρθουν σε επαφή με τα ανθρώπινα επιτεύγματα και τις καινοτομίες(visitgreece.gr).

1.3.6 Ιαματικός Τουρισμός

Πρόκειται για μορφή τουρισμού που μπορεί να αναπτύσσεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και σχετίζεται με το πολυτιμότερο αγαθό, την υγεία(healthpages.gr). Απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας και συνταξιούχους, οι οποίοι επισκέπτονται ιαματικές πηγές για θεραπεία αλλά και για πρόληψη, κατόπιν προτροπής του γιατρού, σαν συμπληρωματική αγωγή πέραν της φαρμακευτικής.

1.3.7 Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός σχετίζεται με δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στη θάλασσα. Εμπεριέχει εναλλακτικές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, αν και συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία. Σαν τέτοιο εννοούμε τον ολιγοήμερο ή μίας μέρας τουρισμό των θαλαμηγών και των κρουαζιερόπλοιων, τα θαλάσσια σπορ όπως κατάδυση, υποβρύχια φωτογράφιση, εξερεύνηση ναυαγίων κ.α. (travelmii.gr). Η Ελλάδα έχει ένα αναμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα στο θαλάσσιο τουρισμό λόγω του ήπιου κλίματος, των ακτών της, του πλήθους των νησιών της, των προστατευμένων θαλάσσιων περιοχών της και το εναλλασσόμενο τοπίο της. Οι βασικότερες υπηρεσίες και υποδομές ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού στις παραθαλάσσιες ή κοντινές περιοχές είναι η διαθεσιμότητα καταλυμάτων,

εστιατορίων, καφετεριών, ενοικιαζομένων θαλάσσιων σπορ κλπ. Επίσης, στην Ελλάδα, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η ευκολία και η ποιότητα της πρόσβασης σε λιμάνια, αεροδρόμια και άλλα, λόγω της μαζικότητας του θαλάσσιου τουρισμού.

1.3.8 Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, γεγονός που τον καθιστά μια ενδιαφέρουσα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με ιδιαίτερη συμβολή στην ανάπτυξη των μειονεκτικών και λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της χώρας.

Ο πλούτος των θρησκευτικών της μνημείων κάνει την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για προσκυνητές και ερευνητές. Μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής και τέχνης αιώνων, αμέτρητες εκκλησίες και μοναστήρια μαρτυρούν την πλούσια θρησκευτική κληρονομιά της χώρας.



Φώτο 1.3 Άγιος Ανδρέας-Πάτρα, copyright © www.panoramio.com

Περιληπτικά αναφέρουμε τα Μετέωρα, την μοναστική κοινότητα του Αγίου Όρους, το νησί της Πάτμου με το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το σπήλαιο όπου πιστεύεται ότι ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος έγραψε την Αποκάλυψη.

Υπάρχουν μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες μπορούν να συνδυασθούν με τον θρησκευτικό τουρισμό, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο επιστημονικός τουρισμός, ο ορεινός και χειμερινός τουρισμός και ο περιηγητικός τουρισμός(romfea.gr).

1.3.9 Αθλητικός Τουρισμός

Σήμερα, ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς, των οποίων ο συνδυασμός που προκύπτει από τις δραστηριότητες τους και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία του αθλητικού τουρισμού.

Η ανάθεση της διοργάνωσης και τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα θεωρήθηκε από πολλούς η μεγάλη ευκαιρία για να «αναγεννηθεί» ο τουρισμός της χώρας, ο οποίος είχε πληγεί ανεπανόρθωτα εδώ και αρκετά χρόνια. Εκτιμήθηκε ότι η διοργάνωση της κορυφαίας αυτής αθλητικής εκδήλωσης, θα είχε ως συνέπεια χιλιάδες άτομα απ' όλα τα μέρη του κόσμου να επισκεφτούν την Αθήνα για να παρακολουθήσουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, πολλά από τα οποία θα συνδύαζαν την επίσκεψή τους αυτή με την πραγματοποίηση των καλοκαιρινών τους διακοπών στην Αθήνα ή εκτός αυτής σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς στη νησιωτική και ηπειρωτική Ελλάδα.

1.3.10 Θεματικά Πάρκα

Τα τελευταία χρόνια, η βιομηχανία της διασκέδασης στην Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί από μια νέα υπό ανάπτυξη δραστηριότητα, τα σύγχρονα θεματικά πάρκα ψυχαγωγίας.

Στην Ελλάδα αυτή τη στιγμή υπάρχουν τα εξής θεματικά πάρκα ψυχαγωγίας: Το ALLOU FUN PARK στην Αθήνα, το MAGIC PARK στην Θεσσαλονίκη, πάρκα νεροπόλεις όπως η AQUALAND και η HYDROPOLIS στην Κέρκυρα, η WATERLAND στην Θεσσαλονίκη και το WATER PARK στη Ρόδο. Ένα μοναδικό στην Ελλάδα θεματικό πάρκο είναι το VAGONETTO, Μεταλλευτικό Πάρκο Φωκίδας, που αποτελεί ένα χώρο γνωριμίας με την ιστορία της εξόρυξης του βωξίτη.

1.4 Επιπτώσεις από τον Τουρισμό

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον μπορούν να χωριστούν σε θετικές και αρνητικές. Λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού, οι θετικές επιπτώσεις του είναι πάρα πολλές και επηρεάζουν τον άνθρωπο, την κοινωνία αλλά και την οικονομία γενικότερα. Αναπτύσσεται σε διάφορες περιοχές, επιφέροντας οικονομική ανάπτυξη γι' αυτό και η επιθυμία των κατοίκων άλλων περιοχών για προώθηση του τουρισμού και στις δικές τους περιοχές είναι μεγάλη. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικότερα οι *θετικές επιπτώσεις*:

- Παροχή δυνατότητας απασχόλησης,
- Οικονομική ανάπτυξη και η διάχυσή της στο χώρο,
- Προώθηση της παραγωγής τοπικών προϊόντων,

- Αύξηση των δημοσιονομικών εσόδων,
- Αύξηση του εθνικού ακαθάριστου προϊόντος,
- Ενθάρρυνση των ηθών και εθίμων,
- Δημιουργία εγκαταστάσεων τουριστικών και αναψυχής που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και από τον τοπικό πληθυσμό,
- Διατήρηση της φροντίδας για το περιβάλλον,
- Βελτίωση της εικόνας της περιοχής υποδοχής, κτλ.

Παρόλα αυτά, υπάρχουν και οι *αρνητικές επιπτώσεις*, οι οποίες εμφανίζονται λόγω της υπερβολικής ανάπτυξης του τουρισμού σε μια περιοχή. Μόνο με την πάροδο του χρόνου εμφανίζονται τα προβλήματα, γι' αυτό και είναι δύσκολο να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα ώστε να εφαρμοστούν και να επιφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τον Καλδή Π., οι αρνητικές επιπτώσεις είναι οι εξής:

- Δημιουργία αυξημένης ζήτησης πόρων,
- Δημιουργία εποχικών δυσκολιών,
- Πρόκληση πληθωρισμού,
- Καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος και η διατάραξη των οικοσυστημάτων,
- Εμπορευματοποίηση των πολιτιστικών εθίμων, της θρησκείας και των τεχνών,
- Δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων,
- Αύξηση της εγκληματικότητας και της πορνείας,
- Διάδοση επιδημιών,
- Δημιουργία εντάσεων και συγκρούσεων στην περιοχή υποδοχής, κτλ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 :ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

2.1 Εισαγωγή

Το τουριστικό γραφείο είναι μια *νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση* που λειτουργεί ως μεσολαβητής μεταξύ των παροχέων -προμηθευτών των τουριστικών προϊόντων και των πελατών- ταξιδιωτών. Για τη δραστηριότητα αυτή η επιχείρηση αποκομίζει οφέλη υπό μορφή προμήθειας. Οι υπεύθυνοι που αναλαμβάνουν εκ μέρους του τουριστικού γραφείου τη διεκπεραίωση αυτής της διαδικασίας ονομάζονται ταξιδιωτικοί πράκτορες (Βιτουλαδίτη, 2000).

Τα τουριστικά γραφεία συνθέτουν ένα εξαιρετικά ανομοιογενές σύνολο επαγγελματικών δραστηριοτήτων, παρά το γεγονός ότι το αντικείμενο τους φαινομενικά είναι κοινό. Όπως αναφέρει στο βιβλίο της η Παπαγεωργίου, τόσο θεωρητικά ,όσο και στην πράξη, τα τουριστικά γραφεία μπορούν να διακριθούν με πολλούς τρόπους:

- Σύμφωνα με το νόμο
 - i. Τουριστικά γραφεία Γενικού τουρισμού
 - ii. Τουριστικά γραφεία Εσωτερικού τουρισμού

- Σύμφωνα με τη δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων
 - i. Τουριστικά γραφεία IATA
 - ii. Τουριστικά γραφεία non-IATA

- Σύμφωνα με τη χώρα προέλευσης και προορισμού των διακινουμένων ταξιδιωτών
 - i. Τουριστικά γραφεία Εισερχόμενου τουρισμού (incoming)
 - ii. Τουριστικά γραφεία Εξερχόμενου τουρισμού (outgoing)
 - iii. Τουριστικά γραφεία Εσωτερικού (εγχώριου) τουρισμού (domestic).

- Σύμφωνα με την εξειδίκευση των γραφείων
 - i. Τουριστικά γραφεία Επαγγελματικού τουρισμού (business)
 - ii. Τουριστικά γραφεία Εναλλακτικού τουρισμού (alternative)

- Σύμφωνα με την ειδική μορφή των γραφείων
 - i. Γενικοί πράκτορες πωλήσεων (General Sales Agent,GSA)- Τουριστικά γραφεία αντιπροσώπευσης
 - ii. Τουριστικά γραφεία δικαιόχρησης (franchising)
 - iii. Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet)

2.2 Τουριστικά γραφεία Γενικού και Εσωτερικού Τουρισμού



Φωτο 2.1 Τουριστικό Γραφείο, copyright © www.porostours.gr

2.2.1 Γενικού Τουρισμού

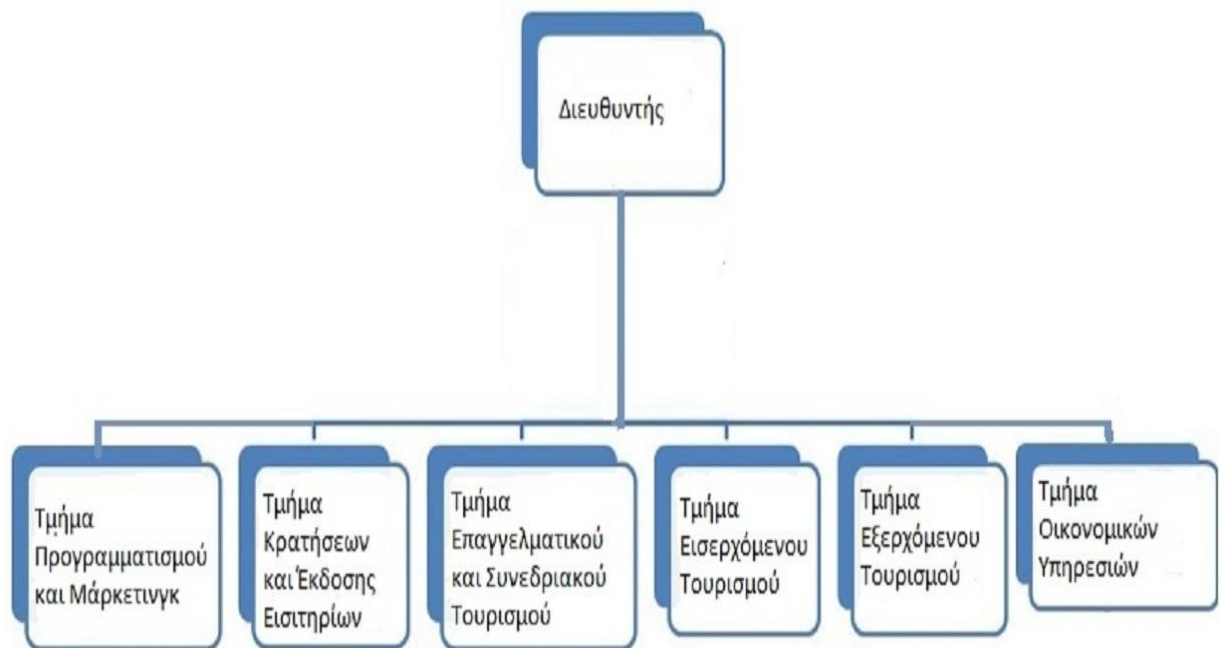
Ο ταξιδιωτικός πράκτορας είναι από τις πιο αντικειμενικές πηγές ταξιδιωτικής πληροφόρησης που μπορεί να προσφέρει στον πελάτη- ταξιδιώτη ένα ευρύ φάσμα ειδικών και προσωπικών υπηρεσιών, σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά του και τις οικονομικές του δυνατότητες(Χυτήρης Λ., 1995).

Σε ένα γραφείο Γενικού τουρισμού ένας ταξιδιωτικός πράκτορας έχει τις εξής αρμοδιότητες:

- Παρέχει ένα ευρύ φάσμα αντικειμενικών συμβουλών, είτε αυτές αφορούν στην εξυπηρέτηση του πελάτη που έχει να κάνει ένα συγκεκριμένο ταξίδι(μέσα μετακίνησης, χρόνος, ασφάλεια κλπ.), είτε αφορούν στην ενημέρωση-πληροφόρηση κάποιου, ο οποίος ψάχνει ή ζητάει ιδέες και προτάσεις για την επιθυμία του να ταξιδέψει(πχ κόστος διαμονής, κόστος μετακίνησης, αξιοθέατα).
- Δίνει τις πιο αξιόπιστες συμβουλές- πληροφορίες για ειδικές τιμές εισιτηρίων, για τις χορηγούμενες εκπτώσεις και τις ειδικές προσφορές.
- Εκδίδει εισιτήρια για κάθε μεταφορικό μέσο(πχ αεροπλάνα, λεωφορεία).
- Μεσολαβεί για την εξασφάλιση της διαμονής των πελατών σε καταλύματα(όπως ξενοδοχεία, motel, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια ή βίλες) ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.
- Μεσολαβεί για την ενοικίαση αυτοκινήτων για να εξασφαλίσει σε πελάτες του το αυτοκίνητο τις αρεσκείας τους, για ορισμένο χρονικό διάστημα στον τόπο προορισμού τους για τις εκεί μετακινήσεις τους.

- Διοργανώνει συνέδρια, σεμινάρια για λογαριασμό εταιρειών, συλλόγων, σωματείων, Υπουργείων και άλλων οργανώσεων και οργανισμών.
- Διοργανώνει ομαδικά ταξίδια, περιηγήσεις ή εκδρομές πολυήμερες ή μονοήμερες, με ιδιόκτητα ή ενοικιαζόμενα μέσα μεταφοράς.
- Διαμεσολαβεί για την έκδοση και ανανέωση διαβατηρίων και visas.
- Παρέχει βοήθεια και πληροφορίες σχετικά με την έκδοση συναλλάγματος, την έκδοση πιστοποιητικών υγείας και τις ευκαιρίες αγορών στους τόπους προορισμού.
- Παρέχει:
 - i. σειρά άλλων πληροφοριών όπως εκδηλώσεις, δρομολόγια αφίξεων και αναχωρήσεων, τιμές εισιτηρίων.
 - ii. ταξιδιωτική ασφάλεια σε συνεργασία με αξιόπιστη ασφαλιστική εταιρεία.
 - iii. έντυπα, ταξιδιωτικό υλικό και χάρτες που αφορούν την χώρα που επιθυμεί να επισκεφτεί ο πελάτης.
 - iv. υπηρεσίες για παραλαβή και αποστολή αποσκευών, διάθεση πληροφοριών και εισιτηρίων για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις(πχ συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις).

Για την εκπλήρωση της αποστολής του, το τουριστικό γραφείο Γενικού τουρισμού έχει συγκεκριμένη δομή λειτουργίας. Το κάθε τουριστικό γραφείο προσαρμόζει τη δομή του στις λειτουργικές του ανάγκες. Μια τυπική οργανωτική δομή μεγάλου τουριστικού γραφείου παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα 2.1



Σχήμα 2.1 Οργανωτική Δομή Τουριστικού Γραφείου(Βιβλίο:Τουριστικά γραφεία (ίδρυση,οργάνωση,λειτουργία), Χυτήρης Λ.)

Σε ένα τουριστικό γραφείο επίσης, ανάλογα κυρίως με το μέγεθος του, ενδεχομένως να υπάρχει υπηρεσία Υποδοχής, τμήμα Υλοποίησης Δραστηριοτήτων, τμήμα Πωλήσεων, Ταμείο και άλλα τμήματα κατά τις ανάγκες του ,καθώς και μόνο ένας λογιστής αντί για οργανωμένο οικονομικό τμήμα.

2.2.2 Εσωτερικού Τουρισμού

Οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα γραφεία Εσωτερικού τουρισμού περιορίζονται μόνο στην ελληνική επικράτεια και στους Έλληνες τουρίστες. Οι αρμοδιότητες των γραφείων αυτών είναι κατά το νόμο περιορισμένες και δεν μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες των Ελλήνων τουριστών για ταξίδια εκτός της χώρας. Ως εκ τούτου τα γραφεία Εσωτερικού τουρισμού είναι συνήθως μικρά σε μέγεθος, με ελάχιστους υπαλλήλους και απλή οργανωτική δομή.

2.3 Τουριστικά Γραφεία IATA και non-IATA

Αεροπορικά εισιτήρια για πτήσεις εσωτερικού έχουν την δυνατότητα να εκδώσουν όλα τα γραφεία εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις(οικονομικές, εξοπλισμό κλπ.). Αεροπορικά εισιτήρια για ταξίδια εκτός Ελλάδας, όμως, εκδίδουν μόνο τα γραφεία γενικού τουρισμού που είναι μέλη της Διεθνούς Ενώσεων Αερομεταφορών(IATA). Τα γραφεία αυτά ονομάζονται IATA Travel Agencies, πληρούν συγκεκριμένες προϋποθέσεις και κριτήρια, τους δίδεται συγκεκριμένος κωδικός αριθμός ο οποίος εκτυπώνεται σε όλα τα έντυπα του γραφείου και, τέλος, τους χορηγείται το ειδικό σήμα εγκεκριμένου πράκτορα IATA, βάσει συγκεκριμένης διαδικασίας. Το γραφείο που έχει συμπεριληφθεί στα μέλη της IATA μπορεί όχι μόνο να εκδίδει αεροπορικά εισιτήρια των εταιρειών- μελών της IATA αλλά και να προσφέρει μια ολοκληρωμένη σειρά αεροπορικών υπηρεσιών σε ολόκληρο τον κόσμο. Η IATA κατατάσσει τα τουριστικά γραφεία- μέλη της σε:

- Κεντρικό κατάστημα (Head-office).
- Υποκατάστημα (Branch-office).
- Παράρτημα (Inplant).
- Satellite Ticket Delivery Office (STDO).
- Satellite Ticket Printer Location (STP).
- Special Event Location (SEL).

Τα non-IATA Travel Agencies θα πρέπει να ζητήσουν τα αεροπορικά εισιτήρια τους να τα εκδώσει άλλο γραφείο, που να είναι μέλος της IATA. Για την υπηρεσία αυτή, το γραφείο IATA θα παρακρατήσει μέρος της προμήθειας που δίνουν οι αεροπορικές εταιρείες στα τουριστικά γραφεία. Η προμήθεια αυτή συμφωνείται ανά περίπτωση και έχει επικρατήσει το 1% να παρακρατείται από το γραφείο IATA και το υπόλοιπο αποδίδεται στο γραφείο που κάνει την πώληση του εισιτηρίου(Παπαγεωργίου, 2007).

2.4 Τουριστικά Γραφεία Εισερχόμενου και Εξερχόμενου Τουρισμού

2.4.1 Εισερχόμενου Τουρισμού

Τα γραφεία του Εισερχόμενου τουρισμού(incoming) αναλαμβάνουν την διακίνηση και εξυπηρέτηση πελατών από τη χώρα που αυτοί διαμένουν μόνιμα στη χώρα όπου τα γραφεία αυτά εδρεύουν.

Οι υπηρεσίες που παρέχει το γραφείο **incoming** είναι:

- Κρατήσεις ξενοδοχείων.
- Παραλαβή των τουριστών από το αεροδρόμιο ή το λιμάνι
- Περιηγήσεις(sightseeing tours, by night).
- Επεξηγήσεις και διερμηνείες.
- Κρατήσεις εισιτηρίων για θέατρα, εστιατόρια, συναυλίες
- Επιβεβαιώσεις πτήσεων.
- Μεταφορά από το αεροδρόμιο στο ξενοδοχείο και αντίστροφα.
- Τακτοποίηση κατά την άφιξη και παροχή ποτού καλωσορίσματος.
- Σύντομες διακοπές ειδικού ενδιαφέροντος(όπως one-day cruises, full days, half days).
- Γραμματειακές διευκολύνσεις και μικρές ταχυδρομικές εξυπηρετήσεις(courier).

2.4.2 Εξερχόμενου Τουρισμού

Τα γραφεία Εξερχόμενου τουρισμού(Outgoing) ειδικεύονται στην διακίνηση ημεδαπών τουριστών προς το εξωτερικό. Τα γραφεία εδρεύουν στη χώρα μόνιμου κατοικίας των ταξιδιωτών.

Οι υπηρεσίες που παρέχει το γραφείο **outgoing** είναι:

- Πώληση οργανωμένων ταξιδιών τρίτων ή οργάνωση από το ίδιο το γραφείο ταξιδιών σε διάφορες χώρες του εξωτερικού.
- Εξυπηρέτηση ταξιδιωτών που θέλουν να ταξιδέψουν σε μια άλλη χώρα.
- Οδικές εκδρομές.
- Εκδρομές ειδικών ενδιαφερόντων(πχ σαφάρι, σκι κλπ).

2.5 Γραφεία Επαγγελματικού και Εναλλακτικού Τουρισμού

2.5.1 Επαγγελματικού Τουρισμού

Τα επαγγελματικά ταξίδια αποτελούν ειδικές και πολύ απαιτητικές μορφές τουρισμού και διακρίνονται σε 3 κατηγορίες:

- Τα συνέδρια(conferences and congresses)
- Τα ταξίδια κινήτρων(incentive travel)
- Τον τουρισμό εκθέσεων(fairs and exhibitions)

Τα τουριστικά γραφεία, για να ανταποκριθούν, αναπτύσσουν ειδικά τμήματα επαγγελματικού τουρισμού, που αποτελούνται από εξειδικευμένο, κατάλληλα εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό.



Φωτο 2.2 Συνέδριο, copyright © e-dragoumanos.eu

2.5.2 Εναλλακτικού Τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί σημαντικά ορισμένες νέες μορφές τουρισμού που διαφοροποιούνται από το κλασικό πρότυπο του μαζικού- περιηγητικού τουρισμού και είναι γνωστές ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι απαιτήσεις των τουριστών που προτιμούν τις μορφές αυτές τουρισμού είναι εξειδικευμένες. Επίσης οι ανάγκες εξοπλισμού και συντήρησης καθώς και έρευνας και ανάπτυξης των δραστηριοτήτων, είναι μεγάλες. Απαιτείται ως εκ τούτου ειδική γνώση του αντικειμένου και απόλυτη εξειδίκευση εκ μέρους των τουριστικών γραφείων(Παπαγεωργίου, 2007).

Η αδυναμία των παραδοσιακών τουριστικών γραφείων να αναπτύξουν τόσο εξειδικευμένα τμήματα οδήγησε στη δημιουργία αυτοτελών γραφείων εναλλακτικού τουρισμού, όπως τα παρακάτω (Πίνακας 2.1), που ήδη δραστηριοποιούνται με επιτυχία στον ελληνικό χώρο.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
 <p>Αναζωογόνηση, ηρεμία και ζεστή φιλοξενία.</p>	<p>http://www.yogaoncrete.gr/el/</p>
 <p>Αναπτύσσει δραστηριότητες στις Σέρρες με επίκεντρο τη φύση και την ευαισθητοποίηση της οικολογικής συνείδησης συνδυάζοντάς τες με την αναψυχή.</p>	<p>http://www.oikoperiigitis.gr/#</p>
 <p>Γραφείο για το χειρισμό, το σχεδιασμό, την οργάνωση και την υλοποίηση κάθε εκδήλωσης σχετικά με τα νησιά της Ρόδου, της Κω και της Κρήτης.</p>	<p>http://www.rtt.gr/en.php</p>

Πίνακας 2.1 Γραφεία Εναλλακτικού Τουρισμού

2.6 Άλλες μορφές Τουριστικών Πρακτορείων

2.6.1 Γραφεία Αντιπροσώπησης

Τα τουριστικά γραφεία Αντιπροσώπησης GSA's εκπροσωπούν κυρίως αεροπορικές εταιρείες, μπορούν όμως να αντιπροσωπεύουν και άλλους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων. Ο GSA, έκτος από προμήθεια για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, συχνά λαμβάνει ένα αρχικό προσυμφωνημένο ποσό για έξοδα έναρξης. Για παράδειγμα πολλές ξένες αεροπορικές εταιρείες(μεταξύ των ποίων η America Airlines, η Air India, η Air Malta και άλλες) αντιπροσωπεύονται στη χώρα μας από αξιόλογα τουριστικά γραφεία και οργανισμούς ως GSA's (Discover the World Marketing Lt, Goldair SA).

2.6.2 Γραφεία Δικαιόχρησης

Franchising (σύμβαση δικαιόχρησης) είναι συμφωνία μεταξύ δύο εταιρειών, σύμφωνα με την οποία η κύρια εταιρεία (δικαιοπάροχος εταιρεία) επιτρέπει στην άλλη(δικαιοδόχος εταιρεία) το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το όνομά της, το λογότυπό της, τα προϊόντα και τις μεθόδους εργασίας της, με οικονομικό αντάλλαγμα. Στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων, ο δικαιοπάροχος είναι συνήθως ένα τουριστικό γραφείο ή οργανισμός με καταξιωμένο όνομα και κύρος στην αγορά, ενώ ο δικαιοδόχος ένα μικρό ή καινούργιο τουριστικό γραφείο.

2.6.3 Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία

Υπάρχουν δύο είδη διαδικτυακών τουριστικών γραφείων: αυτά που ανήκουν σε ήδη υπάρχοντα τουριστικά γραφεία και άλλα που λειτουργούν μόνο μέσω internet. Στα πλεονεκτήματά τους συγκαταλέγεται το ότι ο χρήστης μπορεί να κάνει κράτηση 24 ώρες τη μέρα από το σπίτι του και οι χαμηλές τιμές, ενώ στα μειονεκτήματα το ότι ο πελάτης δεν έχει απευθείας επαφή με υπαλλήλους και υπάρχει κίνδυνος απάτης.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία για το internet και τους Έλληνες (newsit.gr), περισσότεροι από 9 στους 10 ηλικίας 16-24 ετών χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και μόλις 1 στους 10 ηλικίας 65-74 ετών.

Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες(εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτων κλπ) και η διαμονή σε καταλύματα(ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια κλπ) βρίσκονται ανάμεσα στις δημοφιλέστερες αναζητήσεις για προϊόντα ή υπηρεσίες που αγοράστηκαν μέσω διαδικτύου το 2013 με ποσοστά 27,8% και 20,3%, αντίστοιχα.

Λόγω αυτής της ζήτησης το διαδίκτυο έχει γεμίσει από site που παρέχουν στον ενδιαφερόμενους ταξιδιωτικές πληροφορίες, από τρόπους μετάβασης από ένα μέρος

σε ένα άλλο, μέχρι τα αξιοθέατα, τα δρομολόγια των μέσων μαζικής μεταφοράς και οτιδήποτε άλλο μπορεί να ζητήσει κανείς.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ	ΗΛ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
	http://www.trivago.gr/
	http://www.airfasttickets.gr/
	http://www.pamediakopes.gr/
	http://www.airtickets.gr/

Πίνακας 2.2 Κυριότερα Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία

2.7 Μελέτη περίπτωσης-airtickets.gr

Η **airtickets.gr**, πρωτοπόρος στο χώρο του ηλεκτρονικού επιχειρείν, ξεκίνησε τις δραστηριότητες της το 2000 και υπήρξε η πρώτη ταξιδιωτική επιχείρηση στην Ελλάδα που ουσιαστικά επένδυσε στο online travel.

Έχοντας ολοκληρώσει 14 χρόνια επιτυχημένης πορείας, σήμερα είναι ταυτόσημη της αναζήτησης αεροπορικού εισιτηρίου και πλέον βρίσκεται στην κορυφή της ελληνικής τουριστικής αγοράς ως η No1 ταξιδιωτική επιχείρηση σε πωλήσεις αεροπορικών εισιτηρίων (σύμφωνα με στοιχεία της IATA).

Συνδυάζοντας τεχνολογική υπεροχή, μεγάλη προϊοντική βάση, ιδιαίτερα πελατοκεντρική προσέγγιση και εκτεταμένη εμπειρία και εξειδίκευση, αποτελεί το μεγαλύτερο εξειδικευμένο ελληνικό site κράτησης αεροπορικών εισιτηρίων και άλλων ταξιδιωτικών υπηρεσιών, με περισσότερες από 70.000 επισκέψεις ημερησίως.

Ο Ιστότοπος της **airtickets.gr** είναι γρήγορος, περιεκτικός και ταυτόχρονα λειτουργικός, καθώς παρέχει, σε ένα ιδιαίτερα εύχρηστο περιβάλλον, πληροφορίες για τις online πτήσεις, δυνατότητα κράτησης αεροπορικών θέσεων με όλες τις αεροπορικές εταιρείες. Επιπλέον, εμπεριέχει πλούσιο περιεχόμενο, έτσι ώστε να παρέχει στον επισκέπτη έναν ικανοποιητικό όγκο πληροφοριών, καθώς επίσης και τη δυνατότητα να συγκρίνει μεταξύ διαφορετικών τιμών, αεροπορικών εταιρειών, προορισμών, αεροδρομίων, ημερομηνιών, ξενοδοχείων και πακέτων.

Η **airtickets.gr** λειτουργεί σαν διαμεσολαβητής υπηρεσιών (αεροπορικό εισιτήριο, ακτοπλοϊκό εισιτήριο, ενοικίαση ξενοδοχείου, αυτοκινήτου, οργανωμένο ταξίδι κ. α), οι οποίες προσφέρονται από τους αναγραφόμενους στην ιστοσελίδα παρόχους, της κάθε τουριστικής υπηρεσίας.

Σε περίπτωση κράτησης - αγοράς τουριστικής υπηρεσίας μέσω της ιστοσελίδας της, ο χρήστης θα λάβει επιβεβαίωση για την κράτηση - αγορά, μέσω e - mail και υποχρεούται να ελέγξει την ορθότητα των στοιχείων επιβεβαίωσης και να ενημερώσει το συντομότερο δυνατό και μέσα στην ίδια ημερολογιακή ημέρα, την **airtickets.gr** για τυχόν αποκλίσεις ή λάθη, σχετικά με την αρχική κράτηση που καταχωρήθηκε. Τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια, είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού, αποστέλλονται στον πελάτη μέσω courier με χρέωση. Ο πελάτης μπορεί να παραλάβει τα εισιτήριά του και από τα γραφεία της επιχείρησης. Σε περίπτωση κρατήσεων που αφορούν ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα και κράτηση ξενοδοχείων, ο πελάτης λαμβάνει το voucher¹ και τον κωδικό της κράτησής του αντίστοιχα, στην ηλεκτρονική του διεύθυνση. Σε περίπτωση οργανωμένων ταξιδιών ο πελάτης λαμβάνει όλα τα σχετικά ενημερωτικά έγγραφα μέσω της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης.

Την υψηλότερη πιστοποίηση παγκοσμίως στον τομέα των ηλεκτρονικών συναλλαγών έλαβε η **airtickets.gr**. Μέσω της επίσημης πιστοποίησής της με το διεθνές πρότυπο PCI-DSS, η εταιρία εφαρμόζει την προβλεπόμενη από το πρότυπο πολιτική «μέγιστης ασφάλειας» για τη διατήρηση ενός ασφαλούς δικτύου, η οποία αξιολογείται με συνεχείς ελέγχους. Οι προδιαγραφές ασφαλείας του PCI-DSS αφορούν τις διαδικασίες πληρωμής, τα συστήματα πληροφορικής και λογισμικού, οτιδήποτε άλλο αξιοποιείται στην επεξεργασία και την αποθήκευση ή μετάδοση δεδομένων. Το PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) είναι ένα κανονιστικό πλαίσιο με το οποίο πρέπει να συμμορφώνονται οργανισμοί οι οποίοι διαχειρίζονται, επεξεργάζονται ή μεταδίδουν δεδομένα χρεωστικών ή/και πιστωτικών καρτών, είτε άμεσα είτε έμμεσα, ως πάροχοι υπηρεσιών. Το πρότυπο έχει αναπτυχθεί από το PCI SSC (PCI Security Standards Council) το οποίο ιδρύθηκε από πέντε

¹ Είναι κουπόνια που χρησιμοποιούνται στον τομέα του τουρισμού κυρίως ως απόδειξη του δικαιώματος του ονόματος του πελάτη να λάβει μια υπηρεσία σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο. Οι πάροχοι υπηρεσιών τα συλλέγουν για να τα επιστρέψουν στον ταξιδιωτικό που τους έχει στείλει τον εν λόγω πελάτη και να αποδείξουν ότι έχουν δώσει την υπηρεσία.

παγκόσμιους οργανισμούς καρτών με σκοπό την ενίσχυση της ασφάλειας των δεδομένων των κατόχων καρτών μέσω της ευρείας προώθησης και υιοθέτησης του.

Ορίζει συγκεκριμένες προδιαγραφές ασφαλείας με τις οποίες πρέπει να συμμορφώνονται οι εμπορικές επιχειρήσεις που δέχονται, επεξεργάζονται, αποθηκεύουν ή μεταδίδουν δεδομένα καρτών πληρωμής.

Η επιτυχία της ηλεκτρονικής επιχείρησης οφείλεται κυρίως στην απλότητα και την σαφήνεια των διαδικασιών και στην επιλογή της χρήσης απλής τεχνολογίας σε αντίθεση με τη χρήση πολύπλοκων εξελιγμένων μηχανισμών που θα είχαν σαν αποτέλεσμα να αποτρέψουν τους ενδεχόμενους πελάτες. Η υλοποίηση της ηλεκτρονικής εφαρμογής δεν στηρίχτηκε στην πρωτοποριακή ή εξωτική τεχνολογία αφού οι απαιτούμενες τεχνολογικές εφαρμογές είχαν ήδη αναπτυχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό. Οι ιδρυτές της επιχείρησης δεν θεώρησαν η τεχνολογία *per se* δεν αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα επιτυχίας της ηλεκτρονικής επιχείρησης και ότι αντίθετα μπορούσε να αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα για την υφιστάμενη επιτυχή λειτουργία της.

Άλλος παράγοντας επιτυχίας είναι το όνομα της ηλεκτρονικής επιχείρησης το οποίο είναι εύληπτο και εύκολο να το θυμούνται οι δυνητικοί πελάτες καθώς και η επικοινωνία με την παραδοσιακή επιχείρηση που βρίσκεται πίσω από την ηλεκτρονική, η οποία είναι απλή και ξεκάθαρη. Επίσης, η επιτυχία της ηλεκτρονικής επιχείρησης στηρίχθηκε στο στοιχείο του αιφνιδιασμού. Η παραδοσιακή επιχείρηση, όπως προαναφέρθηκε είναι πολύ μικρή και με την ηλεκτρονική αυτή επέκταση κατάφερε να εδραιωθεί στην αγορά και το νέο ηλεκτρονικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Η ηλεκτρονική εφαρμογή αποτελεί καινοτομία για την υπάρχουσα αγορά στο χώρο της κράτησης αεροπορικών εισιτηρίων και αυτό αποτέλεσε έναν ακόμα κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχία της επιχείρησης. Υπήρξε πολύ μεγάλη προσωπική ενασχόληση με όλες τις επιμέρους λεπτομέρειες της υλοποίησης και η ανάπτυξη της εφαρμογής πραγματοποιήθηκε σταδιακά. Η απλότητα του προϊόντος συνεισφέρει στην περαιτέρω ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και προϊόντων ενώ ταυτόχρονα ενισχύει τη διαφήμιση.

Η airtickets.gr θα συνεχίσει να επενδύει σε τεχνολογίες αιχμής, υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό, διατηρώντας πάντοτε ως βασικό στόχο την απρόσκοπτη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών. Δραστηριοποιείται σε πέντε ακόμη μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένου του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ιταλίας, της Πολωνίας, της Τουρκίας και της Ρωσίας.

Οι στόχοι της για το 2013 είναι η εδραίωσή της στις νέες αγορές καθώς και η καλύτερη, δυνατή εξυπηρέτηση του ταξιδιωτικού κοινού μέσω καινοτόμων υπηρεσιών.

2.8 Τεχνολογικός Εξοπλισμός

Ο τεχνολογικός εξοπλισμός ενός τουριστικού γραφείου περιλαμβάνει τον απαραίτητο γενικό εξοπλισμό γραφείου, την εγκατάσταση ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων και την μηχανοργάνωσή του με χρήση κάποιου εξειδικευμένου λογιστικού πακέτου.

2.8.1 Γενικός Εξοπλισμός

Ο εξοπλισμός ενός τουριστικού γραφείου απαιτεί την ύπαρξη δικτύου υπολογιστών τηλεφωνικού κέντρου, φαξ, φωτοτυπικού μηχανήματος και αριθμομηχανών. Επίσης, απαραίτητη είναι η πρόσβαση στο διαδίκτυο, η ηλεκτρονική διεύθυνση και, αναλόγως του κύκλου εργασιών, η ιστοσελίδα. Το κόστος μηχανοργάνωσης-αυτοματοποίησης του τουριστικού γραφείου δεν είναι ιδιαίτερα υψηλό.

Η τεχνολογική πρόοδος καθιστά απαραίτητη τη συνεχή αναβάθμιση του λογισμικού και τη διαρκή εκπαίδευση του προσωπικού.

2.8.2 Ειδικός Εξοπλισμός- CRS

Η διάδοση των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων(Computerized Reservation Systems, CRS) έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τη δραστηριότητα του τουριστικού γραφείου, τα τελευταία χρόνια. Αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο ηλεκτρονικής επικοινωνίας και ενημέρωσης μεταξύ ταξιδιωτικών γραφείων και αεροπορικών εταιρειών, tour operators και διάφορων άλλων προμηθευτών του τουριστικού γραφείου. Τα **CRS** είναι αυτοματοποιημένα συστήματα αμφίδρομης επικοινωνίας, όπου παράλληλα με το μειωμένο λειτουργικό κόστος τους συμβάλλουν στην εύκολη και γρήγορη ταξιδιωτική σχεδίαση, προσαρμοσμένη στις ατομικές ταξιδιωτικές ανάγκες του πελάτη. Παρόλα αυτά, τα CRS εξυπηρετούσαν μόνο συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες-ιδιοκτήτες του κάθε συστήματος, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί πρόβλημα στα ταξιδιωτικά γραφεία, που έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες και κρατήσεις από σχεδόν όλες τις αεροπορικές εταιρείες. Έτσι στα μέσα της δεκαετίας του 1980, με σκοπό την βελτιστοποίηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και την προσφορά ολοκληρωμένων και ποιοτικών υπηρεσιών στον πελάτη, εφαρμόστηκε το σύστημα κρατήσεων παγκόσμιας εμβέλειας(Global Distribution Systems, GDS).

Η χρηματοδότηση των συστημάτων αυτών γίνεται με καταβολή από την αεροπορική εταιρεία ενώ δίνεται η δυνατότητα δωρεάν συμμετοχής των τουριστικών γραφείων, με την προϋπόθεση να πραγματοποιούν έναν ελάχιστο προσυμφωνημένο αριθμό παραγωγικών κρατήσεων.

Δυνατότητες GDS:

- Παροχή συνεχών και έγκυρων πληροφοριών με έμφαση στη διαθεσιμότητα, τα χρονοδιαγράμματα, τους ναύλους και τους κανονισμούς που τους διέπουν
- Υπολογισμός ναύλων
- Εξασφάλιση ειδικής εξυπηρέτησης για τον επιβάτη(SSR)
- Έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων και άλλων σχετικών εγγράφων
- Πλήρης διαχείριση των κρατήσεων
- Κρατήσεις σε ξενοδοχεία, κρουαζιερόπλοια, τραίνα κλπ
- Σύνθεση τουριστικών πακέτων απεριόριστων δυνατοτήτων
- Παροχή μετεωρολογικών και συναλλαγματικών πληροφοριών
- Οικονομικός και διαχειριστικός έλεγχος
- Παροχή γενικών ταξιδιωτικών πληροφοριών για την επιλεγμένη περιοχή όπως διαβατήρια, βίζες
- Έρευνα αγοράς και διευκόλυνση του στρατηγικού σχεδιασμού της επιχείρησης
- Καλύτερος συντονισμός μεταξύ του κεντρικού γραφείου και των υποκαταστημάτων του τουριστικού γραφείου.

Τα κυριότερα **GDS** που λειτουργούν σήμερα μετά από διαδοχικές συγχωνεύσεις παρουσιάζονται στον παρακάτω Πίνακα 2.3.

SABRE	AMERICAN AIRLINES, CYPRUS AIRWAYS, AEGEAN AIRLINES ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ
WORLDSPAN	DELTA, NORTHWEST ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ
AMADEUS	AIR FRANCE, IBERIA, LUFTHANSA, SAS ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ
GALILEO	ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΛΛΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

Πίνακας 2.3 Κυριότερα GDS, αυτοματοποιημένα συστήματα αμφίδρομης επικοινωνίας

2.8.3 Μηχανοργάνωση

Για την μηχανοργάνωση των τουριστικών γραφείων απαιτείται ύπαρξη δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών προηγμένης τεχνολογίας καθώς και σύγχρονο λογισμικό. Τα πακέτα software που κυκλοφορούν στην αγορά καλύπτουν όλο τον κύκλο

εργασιών μικρών και μεγάλων τουριστικών γραφείων, ενώ διατίθενται και ειδικά πακέτα προσαρμοσμένα στις ανάγκες της κάθε επιχείρησης.

Σύμφωνα με τη συγγραφέα Αθηνά Ν. Παπαγεωργίου, παρατηρούμε ότι αναλόγως με το είδος του πακέτου που έχει εγκατασταθεί στο εκάστοτε τουριστικό γραφείο, καλύπτονται οι ακόλουθοι τομείς αναγκών του:

- Διαχείριση εισιτηρίων
- Διαχείριση Πακέτων
- Διαχείριση Ξενοδοχείων
- Διαχείριση Συνεδρίων
- Έλεγχος κόστους των υπηρεσιών
- Λογιστική
- Τιμολόγηση
- Στατιστικές
- Γενικά

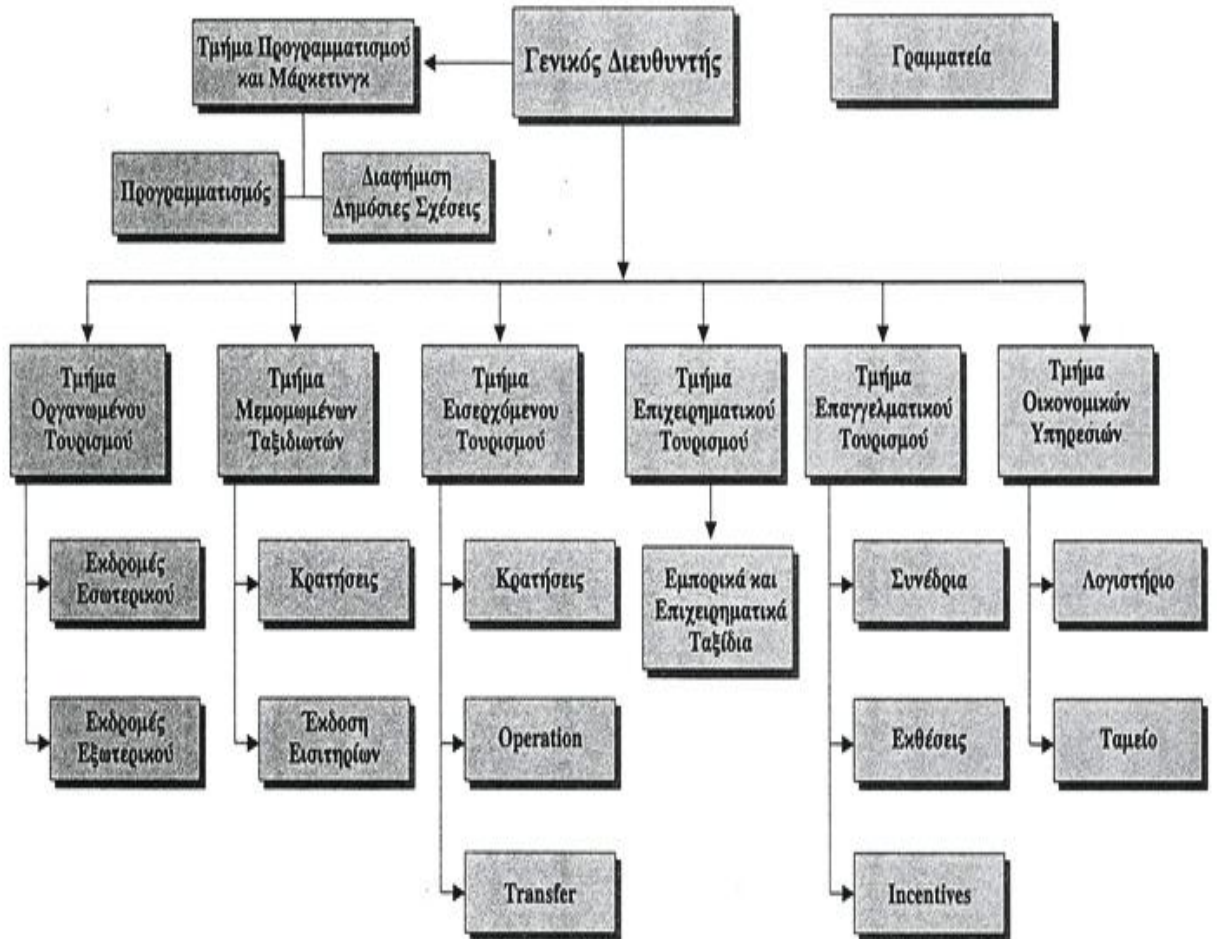
Επιπλέον, τα πιο γνωστά πακέτα software είναι τα ακόλουθα:

- **B&A**. Είναι εξειδικευμένο πακέτο που καλύπτει τη διαχείριση του συνολικού κύκλου εργασιών των τουριστικών γραφείων.
- **Group Travel**. Αποτελεί ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης των τουριστικών γραφείων.
- **ITP** (Integrated Tourism Package). Αφορά τη διαχείριση γραφείων εισερχόμενου τουρισμού.
- **Travel Force**. Καλύπτει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτικών γραφείων, των αντιπροσώπων πωλήσεων και τον αεροπορικών εταιρειών.
- **Tours**. Το σύστημα καλύπτει τις ανάγκες των ταξιδιωτικών γραφείων εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού.

2.9 Στελέχωση και Οργάνωση του Τουριστικού Γραφείου

Η οργανωτική δομή ενός τουριστικού γραφείου εξαρτάται κυρίως από το μέγεθός του και σχετίζεται άμεσα με τη δραστηριότητά του. Υπάρχουν τουριστικά γραφεία *μικρού μεγέθους* με προσωπικό δύο ή τριών υπαλλήλων (συμπεριλαμβανομένου και του διευθυντή-ιδιοκτήτη), τα οποία εξυπηρετούν ανάγκες μεμονωμένων πελατών και μικρών γκρουπ με συγκεκριμένο προορισμό. Επίσης, υπάρχουν και γραφεία *μεσαίου μεγέθους*, με πέντε έως δεκαπέντε υπαλλήλους, αλλά και *μεγάλα γραφεία* με πολλά υποκαταστήματα και μεγάλο αριθμό προσωπικού που κατανέμεται σε επιμέρους τμήματα και εξυπηρετεί εξειδικευμένες ανάγκες και λειτουργίες ανά τμήμα. Όπως είναι προφανές, οι αρμοδιότητες των διαφόρων τμημάτων, αλλά και τον επιμέρους στελεχών, διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος του γραφείου.

Στο Σχήμα 2.2 που ακολουθεί, παρουσιάζεται το οργανόγραμμα ενός τουριστικού γραφείου μεγάλου μεγέθους.



Σχήμα 2.2 Οργανόγραμμα τουριστικού γραφείου μεγάλου μεγέθους(Βιβλίο:Οργάνωση και Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων, Παπαγεωργίου Α.)

2.10 Διαδικτυακή Πύλη – callgreece.gr

Το CallGreece.gr δημιουργήθηκε για να προβάλει τα αξιοθέατα και τον πολιτισμό της Ελλάδας σε όλο τον κόσμο. Πρόκειται για την πρώτη διαδικτυακή πύλη που συγκεντρώνει όλες τις πληροφορίες που ενδιαφέρουν κάθε επισκέπτη της χώρας μας ενημερώνοντάς τον, προωθώντας παράλληλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Κάθε επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετηθεί 24 ώρες το 24ωρο στη μητρική του γλώσσα, είτε καλώντας από το εξωτερικό με έναν διεθνή αριθμό είτε φτάνοντας στην Ελλάδα στον αριθμό 14841 και να ενημερωθεί άμεσα για οποιαδήποτε πληροφορία αναζητά όπως είναι η μετακίνηση, η διαμονή, η εστίαση, διάφορες δραστηριότητες και προσφορές.

Στόχος του CallGreece.gr είναι να προάγει και να προβάλει ακόμα και τον πιο απομακρυσμένο ή μη δημοφιλή προορισμό παρουσιάζοντας έναν πλήρη επαγγελματικό κατάλογο συνδυασμένο με τον πιο ενημερωμένο μέχρι σήμερα τουριστικό οδηγό της Ελλάδας.



Φωτο 2.3 Γραμμή Τουριστικών Πληροφοριών, copyright © callgreece.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

3.1 Εισαγωγή

Πληροφοριακά συστήματα (*Information Systems* ή *IS*) ονομάζεται ένα σύνολο διαδικασιών, ανθρώπινου δυναμικού και αυτοματοποιημένων υπολογιστικών συστημάτων, που προορίζονται για τη συλλογή, εγγραφή, ανάκτηση, επεξεργασία, αποθήκευση και ανάλυση πληροφοριών. Τα συστήματα αυτά μπορούν να περιλαμβάνουν λογισμικό, υλικό και τηλεπικοινωνιακό σκέλος (ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ).

Βασικός παράγοντας για μια σωστή συνεργασία μεταξύ ανθρώπινου δυναμικού, διαδικασιών, δεδομένων και τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών είναι τα Πληροφοριακά Συστήματα. Προέκυψαν ως σύνδεσμος μεταξύ του επιχειρηματικού κόσμου και των πρακτικών εφαρμογών της επιστήμης υπολογιστών.

Κάθε ειδικό πληροφοριακό σύστημα στοχεύει στην υποστήριξη των επιχειρήσεων, τη λήψη αποφάσεων και τη διαχείριση. Γενικότερα, ο όρος χρησιμοποιείται για να αναφερθεί στην τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ), που ένας οργανισμός χρησιμοποιεί αλλά και στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν με αυτή την τεχνολογία για την υποστήριξη των επιχειρηματικών διαδικασιών. Κατά συνέπεια, τα πληροφοριακά συστήματα σχετίζονται από τη μία πλευρά με τα συστήματα διαχείρισης βάσης δεδομένων και από την άλλη με τα συστήματα δραστηριότητας. Ένα πληροφοριακό σύστημα είναι μια μορφή επικοινωνίας του συστήματος στο οποίο τα δεδομένα αντιπροσωπεύουν και υποβάλλονται σε επεξεργασία ως μια μορφή κοινωνικής μνήμης. Ένα πληροφοριακό σύστημα μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως ημιεπίσημη γλώσσα που υποστηρίζει τις ανθρώπινες λήψεις αποφάσεων και δράσης (ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ).

3.2 Πληροφοριακά Συστήματα Επιχειρήσεων και οι Δραστηριότητές τους

Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις συλλέγουν δεδομένα, τα αναλύουν για να δημιουργούν πληροφορίες, διαχέουν στους κατάλληλους ανθρώπους τις πιο χρήσιμες από αυτές και λαμβάνουν αποφάσεις με βάση την ερμηνεία της πληροφορίας αυτής.

Επιπλέον, ένα πληροφοριακό σύστημα μπορεί να είναι *τυπικό* ή *άτυπο*. Τα τυπικά συστήματα έχουν μια συγκεκριμένη λειτουργία βασισμένη σε διαδικασίες με

προαποφασισμένες εισόδους και εξόδους. Από την άλλη μεριά, τα άτυπα δεν ακολουθούν προσχεδιασμένες διαδικασίες συλλογής, αποθήκευσης και διάδοσης των πληροφοριών.

Τα πληροφοριακά συστήματα έχουν τα συστήματα εκτελεστικού, διοικητικού, στρατηγικού επιπέδου ως βασικές κατηγορίες και παρουσιάζουν τις εξής δραστηριότητες:

ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η συλλογή δεδομένων γίνεται από διάφορες πηγές:

- Δεδομένα που προέρχονται από εσωτερικές πηγές και σχετίζονται με τις παραγγελίες που είναι έτοιμες προς αποστολή
- Δεδομένα που προέρχονται από εξωτερικές πηγές και σχετίζονται με τις παραγγελίες των πελατών
- Δεδομένα που προέρχονται από το περιβάλλον και συλλέγονται από εταιρείες δημοσκοπήσεων

ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Με την αποθήκευση τα δεδομένα φυλάσσονται με έναν οργανωμένο τρόπο για μελλοντική χρήση.

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η επεξεργασία των δεδομένων περιλαμβάνει συγκρίσεις, κατηγοριοποιήσεις, ταξινομήσεις και υπολογισμούς. Για παράδειγμα, τα δεδομένα που αφορούν την αγορά ενός πελάτη:

- Προσθέτονται στο σύνολο των αγορών του πελάτη
- Συγκρίνονται με το ποσό που καθιστά τον πελάτη δικαιούχο της έκπτωσης
- Ταξινομούνται σύμφωνα με τους κωδικούς των προϊόντων που αγόρασε ο πελάτης
- Ταξινομούνται σε κατηγορίες προϊόντων

ΔΙΑΔΟΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Βασικός στόχος ενός πληροφοριακού συστήματος είναι η διάδοση πληροφοριών. Η διάδοση της πληροφορίας μπορεί να γίνει σε διάφορες μορφές (μηνύματα, λίστες, φόρμες, γραφήματα, αναφορές).

3.3 Τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων

Οι κυριότεροι τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων είναι:

- Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών (Transaction Processing Systems - TPS)
- Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (Management Information Systems - MIS)
- Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision-Support Systems - DSS)
- Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive-Support Systems - ESS)
- Συστήματα Αυτοματοποίησης Γραφείου (Office Automation Systems – OAS)

3.3.1 Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών (Transaction Processing Systems - TPS)

Ένας τύπος πληροφοριακού συστήματος είναι τα *συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών*, τα οποία συναλλαγών συλλέγουν, τροποποιούν, αποθηκεύουν και ανακτούν τις συναλλαγές ενός οργανισμού.

- Βασικά επιχειρηματικά συστήματα που εξυπηρετούν στο εκτελεστικό επίπεδο του οργανισμού
- Είσοδος: Καθημερινές συναλλαγές και γεγονότα
- Επεξεργασία: Ταξινόμηση, ενημέρωση, συγχώνευση
- Έξοδος: Αναλυτικές αναφορές, περιλήψεις, λίστες
- Χρήστες: Υπαλληλικό προσωπικό, επιβλέποντες

Μέσω μιας συναλλαγής δημιουργούνται και τροποποιούνται δεδομένα, τα οποία αποθηκεύονται τελικά σε ένα πληροφοριακό σύστημα. Επαρκές θεωρείται ένα σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών το οποίο πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις των κριτηρίων ACID².

Σε περίπτωση αποτυχίας της ολοκλήρωσης μιας συναλλαγής, η μερικώς εκτελεσμένη συναλλαγή θα ακυρώνεται από το σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών. Για τις συναλλαγές στο διαδίκτυο, αλλά και για την επεξεργασία δέσμης συναλλαγών είναι ιδιαίτερα σημαντική η "ακεραιότητα". Για παράδειγμα, εάν πολλά πρακτορεία ταξιδίων χρησιμοποιούν το σύστημα κρατήσεων αεροπορικών θέσεων, μετά την

² το **ACID** (*ατομικότητα, συνέπεια, απομόνωση, μονιμότητα*) είναι ένα σύνολο ιδιοτήτων το οποίο εγγυάται ότι η συναλλαγές στην βάση δεδομένων (ΒΔ) λειτουργούν αξιόπιστα.

αναζήτηση μιας θέσης, τα δεδομένα της κράτησης θα πρέπει να κλειδώνονται μέχρι η κράτηση αυτή να γίνει, διαφορετικά ενδέχεται κάποιος άλλος χρήστης, ενώ στην πραγματικότητα έχει δεσμευτεί, να θεωρήσει ότι η θέση είναι διαθέσιμη. Επομένως, υπάρχει η πιθανότητα διπλών κρατήσεων χωρίς την κατάλληλη παρακολούθηση της συναλλαγής.

Τα συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών χαρακτηρίζονται από:

- *Άμεση ανταπόκριση:* Κρίσιμες παράμετροι είναι η αξιόπιστη απόδοση του συστήματος από άποψη ποιότητας και χρόνου. Σε μια επιχείρηση η αχρηστία συστημάτων επεξεργασίας συναλλαγών για λίγες ώρες μπορεί να επιφέρει σημαντικές απώλειες σε αυτήν.
- *Αξιοπιστία:* Πολλοί οργανισμοί εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τα συστήματα της επεξεργασίας συναλλαγών, καθώς μία βλάβη θα διακόψει λειτουργίες ή μπορεί ακόμη και να σταματήσει την επιχείρηση. Για να είναι ένα σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών αποτελεσματικό πρέπει να έχει πάρα πολύ χαμηλό ποσοστό αποτυχίας. Θα πρέπει να υπάρχει η δυνατότητα για μια γρήγορη και ακριβής επιστροφή σε καθεστώς λειτουργίας (recovery), ενώ είναι απαραίτητος ο καλός σχεδιασμός των διαδικασιών ανάκτησης της προηγούμενης κατάστασης και της δημιουργίας αντιγράφων ασφαλείας (back up).
- *Σταθερότητα:* Ανεξάρτητα από το χρήστη του συστήματος, τον πελάτη ή τη χρονική στιγμή, ένα σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών θέλει κάθε συναλλαγή να γίνεται αντικείμενο επεξεργασίας με τον ίδιο τρόπο. Για παράδειγμα, μια εμπορική αεροπορική εταιρεία πρέπει να δέχεται συνεχώς κρατήσεις αεροπορικών θέσεων από μία σειρά από ταξιδιωτικούς πράκτορες. Θα ήταν πρόβλημα το να δέχεται διαφορετικά δεδομένα συναλλαγής από διαφορετικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες (BIKIPAIΔΕΙΑ)
- *Ελεγχόμενη επεξεργασία:* Σε ένα σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών, η επεξεργασία των δεδομένων πρέπει να υποστηρίζει τις λειτουργίες ενός οργανισμού. Αν ένας οργανισμός, για παράδειγμα, κατανέμει ευθύνες και ρόλους σε συγκεκριμένους εργαζόμενους, τότε το σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών πρέπει να διατηρεί και να επιβάλλει αυτήν την απαίτηση.

Παραδείγματα: α) Παρακολούθηση αποθεμάτων (inventory). Ένα σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων έχει ως βασικό σκοπό να καθορίζει σε ποια χρονική περίοδο θα γίνει η παραγγελία, πόσο μεγάλη θα πρέπει να είναι και πότε θα πρέπει να παραγγελθούν τα αγαθά. Ο χρόνος και η ποσότητα διανομής καθορίζονται από το σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων, ενώ ταυτόχρονα εξοικονομούνται πόροι για την επιχείρηση ελαχιστοποιώντας το κόστος. Μια εταιρεία μπορεί να χρειάζεται διάφορα συστήματα για την παρακολούθηση των αποθεμάτων. Υπάρχουν τα συστήματα

αποθεμάτων συνεχούς και περιοδικής επιθεώρησης, όπου ο έλεγχος μπορεί να είναι συνεχής ή να γίνεται σε ίσα χρονικά διαστήματα, αντίστοιχα.

β) Επεξεργασία Παραγγελιών (Ordering System). Όταν οι πελάτες-καταναλωτές πραγματοποιούν παραγγελίες, αυτές αποθηκεύονται στο σύστημα επεξεργασίας παραγγελιών. Με την καταχώρηση της παραγγελίας του πελάτη, γίνεται επεξεργασία του τρόπου πληρωμής (πιστωτική κάρτα, αντικαταβολή) και στη συνέχεια γίνεται η εκτύπωση της παραγγελίας και αποστέλλεται στην αποθήκη για να ετοιμαστούν τα προϊόντα ενώ σε περίπτωση που δεν υπάρχουν, παραγγέλλονται από τους προμηθευτές και αποστέλλονται αργότερα. Επίσης, αν ένα προϊόν είναι ελαττωματικό, η υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας προσφέρει στους πελάτες τη δυνατότητα επιστροφής του ή ακόμη και επιστροφή χρημάτων.

γ) Γενικό Λογιστικό Βιβλίο (Καθολικό) (General Ledger). Στα ERP(enterprise resource planning systems), το γενικό καθολικό λειτουργεί ως κεντρική αποθήκη για τα λογιστικά στοιχεία που μεταφέρονται από όλα τα λογιστικά υποσυστήματα ή ενότητες ,όπως διαχείριση μετρητών, πληρωτέοι λογαριασμοί, εισπρακτέοι λογαριασμοί, , πάγια περιουσιακά στοιχεία. Το γενικό καθολικό είναι η βάση κάθε λογιστικού συστήματος, το οποίο κατέχει χρηματοοικονομικά και μη-οικονομικά στοιχεία για έναν οργανισμό. Η συλλογή όλων των λογαριασμών είναι γνωστή ως *καθολικός λογαριασμός*. Το γενικό καθολικό πρέπει να περιλαμβάνει το υπόλοιπο ή το συνολικό ποσό για κάθε λογαριασμό, την ημερομηνία και την περιγραφή. Οι κατηγορίες στις οποίες χωρίζεται περιλαμβάνουν τα κέρδη και τις ζημίες, τα γενικά στοιχεία του ενεργητικού και του παθητικού, τα έσοδα-έξοδα, τα ίδια κεφάλαια.

δ) Μισθοδοσία. Το άθροισμα όλων των οικονομικών στοιχείων (μισθοί, κρατήσεις, επιδόματα), δηλαδή η μισθοδοσία των εργαζομένων, καταγράφεται στο σύστημα μιας εταιρείας.

ε) Χρηματικές εισροές (Accounts Receivable). Είναι μια σειρά από λογιστικές πράξεις που ασχολούνται με την τιμολόγηση του πελάτη, για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που ο πελάτης έχει παραγγείλει. Καταγράφονται, δηλαδή, στο σύστημα οι πωλήσεις που έχει κάνει η επιχείρηση, το ποσό που έλαβε για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της αλλά και η καθυστέρηση εξόφλησης από τους πελάτες.

στ) Χρηματικές εκροές (Accounts Payable). Το σύστημα αυτό παρακολουθεί τα χρηματικά ποσά που χρωστάει η επιχείρηση σε άλλες επιχειρήσεις ή συνεργάτες, δηλαδή οι υποχρεώσεις που έχει για την αγορά των υλικών αγαθών που καταγράφονται-καταχωρούνται στον κατάλογο αντικειμένων. Οι υποχρεώσεις αυτές συχνά χαρακτηρίζονται ως Εμπορικές Υποχρεώσεις ή Υποχρεώσεις Εξόδων.

ζ) Ανθρώπινοι Πόροι (Human Resources). Στο σύστημα αυτό αποθηκεύονται δεδομένα για το προσωπικό για λόγους νομικούς και διοίκησης (για παρακολούθηση επιμορφωτικών σεμιναρίων), όπως για παράδειγμα το τμήμα στο οποίο ανήκει τώρα ο εργαζόμενος, τα προηγούμενα τμήματα στα οποία εργάστηκε, τη θέση του, το μισθό του, τα πτυχία του κτλ.

3.3.2 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (Management Information Systems-MIS):

- Παρέχει αναφορές ή άμεση πρόσβαση σε τρέχοντα στοιχεία της εταιρείας και εξυπηρετεί το διοικητικό επίπεδο.
- Είσοδος: Μεγάλου όγκου δεδομένα, περιληπτικά δεδομένα συναλλαγών, απλά μοντέλα
- Επεξεργασία: Αναφορές ρουτίνες, απλά μοντέλα, ανάλυση χαμηλού επιπέδου
- Έξοδος: Περιλήψεις και αναφορές εξαιρέσεων
- Χρήστες : Μεσαία στελέχη

Οι πληροφορίες που χρειάζονται για να διαχειρίζονται οι οργανισμοί αποδοτικά και αποτελεσματικά παρέχονται από ένα πληροφοριακό σύστημα διοίκησης, το οποίο περιλαμβάνει τρεις βασικές πηγές: ανθρώπους, τεχνολογία και πληροφορία. Τα πληροφοριακά συστήματα διοίκησης είναι διακριτά από τα άλλα πληροφοριακά συστήματα τα οποία χρησιμοποιούνται για την ανάλυση λειτουργικών λειτουργιών στον οργανισμό.

3.3.3 Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision-Support Systems, DSS):

Τα Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων–DSS εξυπηρετούν το διοικητικό οργανωτικό επίπεδο της επιχείρησης. Τα μεσαία διοικητικά στελέχη υποστηρίζονται για τη λήψη αποφάσεων σε μοναδικά θέματα από τα συστήματα υποστήριξης αποφάσεων και αυτός είναι ο στόχος της ύπαρξης και λειτουργίας τους. Αποτελούν ένα συνδυασμό των δυνατοτήτων του ανθρώπου και του Η/Υ στα πλαίσια του οποίου, ο λαμβάνων κάποια απόφαση χρησιμοποιεί μορφοποιημένες ή αμορφοποίητες μεθόδους για να διερευνήσει κάποιο πρόβλημα χαμηλού βαθμού δόμησης και ενισχύοντας τη συλλογιστική του καταλήγει στη λήψη απόφασης. Αναφέρονται σε ημι-δομημένες, μοναδικές ή ταχέως μεταβαλλόμενες αποφάσεις (π.χ. η εκτίμηση του κόστους ενός έργου ανατρέχοντας στις αναλυτικές τιμές κόστους των συνιστωσών του και με πρόβλεψη της εξέλιξής τους στο άμεσο

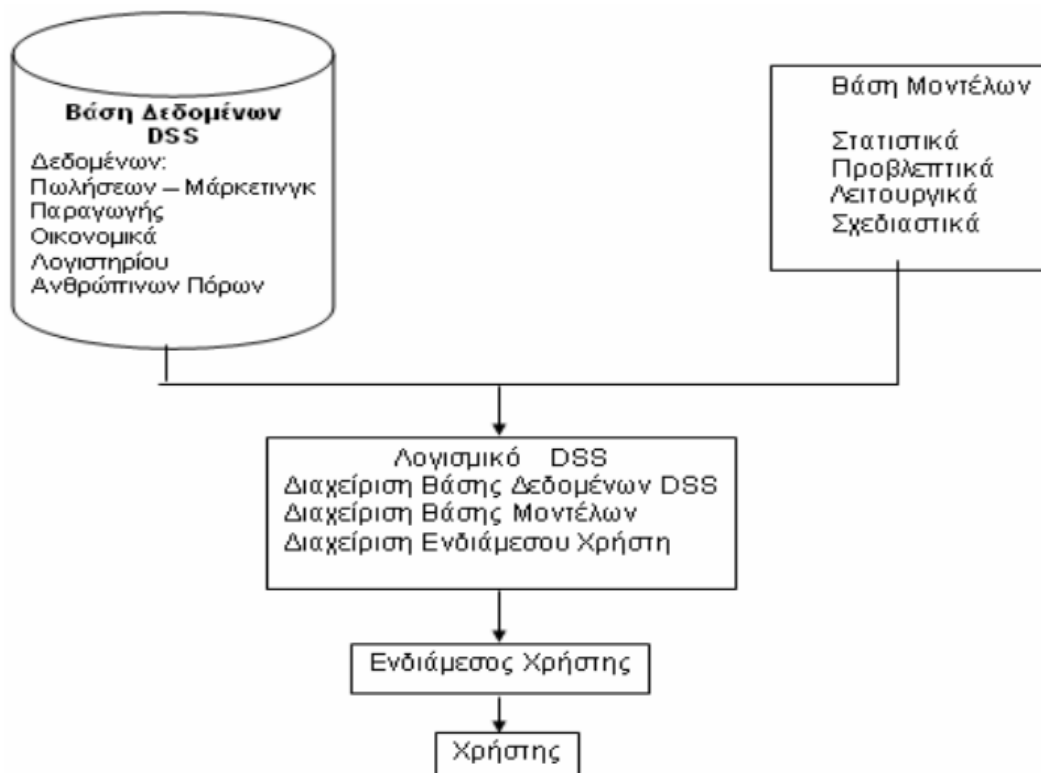
μέλλον). Κατά συνέπεια τα DSS είναι άρρηκτα δεμένα με τη διαδικασία λήψης απόφασης.

Μια εφαρμογή υποστήριξης αποφάσεων συγκεντρώνει και παρουσιάζει τα εξής:

- προβλεπόμενα ποσά εσόδων βασισμένα σε προβλέψεις πωλήσεων του νέου προϊόντος,
- συγκριτικά στοιχεία πωλήσεων μεταξύ μιας εβδομάδας και της επόμενης,
- περιεχόμενα όλων των πρόσφατων πληροφοριών.

Πλεονεκτήματα DSS:

1. Αυξάνουν τον έλεγχο του οργανισμού.
2. Προάγουν την εκπαίδευση και την εκμάθηση.
3. Διευκολύνουν την διαπροσωπική επικοινωνία.
4. Επισπεύδουν την επίλυση προβλημάτων(αυξάνουν την ταχύτητα με την οποία λύνονται τα προβλήματα σε ένα οργανισμό).
5. Βελτιώνουν την προσωπική αποδοτικότητα.
6. Βοηθά αυτόματα τη λειτουργία της Διοίκησης.
7. Δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.
8. Δημιουργούν νέα στοιχεία για την υποστήριξη μίας απόφασης.



Σχήμα 3.1 Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων- DSS(icsd.aegean.gr)

3.3.4 Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive Support Systems, ESS):

Τα συστήματα υποστήριξης διοίκησης περνούν σε πλατφόρμες hardware³ του υπολογιστή και ενσωματώνουν πληροφορίες που είναι αποθηκευμένες σε μεγάλα συστήματα, τα συστήματα προσωπικών υπολογιστών, και μέσης κατηγορίας υπολογιστών. Οι εργαζόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν τους προσωπικούς υπολογιστές τους για να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα της εταιρίας και να αποφασίσουν ποια δεδομένα έχουν σημασία για την θετική έκβαση της απόφασής τους, δεδομένου ότι ορισμένες εταιρείες παροχής υπηρεσιών πελάτη υιοθετούν τα πιο τελευταία εταιρικά συστήματα πληροφορικής. Η ρύθμιση αυτή καθιστά όλους τους χρήστες ικανούς να παρέχουν σχετικές πληροφορίες στα ανώτερα και κατώτερα επίπεδα των εταιρειών και να προσαρμόζουν την πρόσβασή τους στα δεδομένα της κατάλληλης εταιρείας. (BIKIPAIΔΕΙΑ)

³ Το σύνολο των φυσικών εξαρτημάτων ενός υπολογιστή, όπως π.χ. ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά στοιχεία, μικροσίπ κλπ. Προτού επιλεγθεί το hardware θα πρέπει να τεθούν αρχικά υπόψη τα χαρακτηριστικά και οι ανάγκες των διοικητικών στελεχών.

3.3.5 Συστήματα Αυτοματοποίησης Γραφείου (Office Automation Systems – OAS):

Ο αυτοματισμός γραφείου αναφέρεται στην ποικιλία μηχανημάτων και λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή, αποθήκευση, διαχείριση και αναμετάδοση πληροφοριών γραφείου και την ψηφιακή δημιουργία που απαιτείται για την εκπλήρωση βασικών καθηκόντων. Βασικές δραστηριότητες ενός συστήματος αυτοματισμού γραφείου είναι η αποθήκη πρωτογενών πληροφοριών, η διαχείριση των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών πληροφοριών και η ηλεκτρονική μεταφορά (ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ).

Συστήματα Επικοινωνιών

Κάθε επιχείρηση έχει δομήσει ένα επικοινωνιακό δίκτυο το οποίο αποτελεί και τον κεντρικό άξονα για την επιτυχή διεκπεραίωση των παρακάτω δραστηριοτήτων, προκειμένου να διευκολυνθεί στην απόκτηση, διακίνηση και διάχυση της πληροφορίας στους υπεύθυνους παραλήπτες, καθώς και στον έλεγχο της ενδεχόμενης ανταπόκρισης που απαιτείται από αυτούς.

Οι πιο βασικοί τρόποι επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο είναι μέσω τηλεφώνου, fax, e-mail. Η ηλεκτρονική επικοινωνία ολοένα και περισσότερο χρησιμοποιείται στις εταιρίες, εφόσον υπάρχουν αρκετά πλεονεκτήματα σε αυτόν τον τύπο επικοινωνίας, με σημαντικότερο το γεγονός πως μπορούν να σταλούν άμεσα μηνύματα στην άλλη άκρη του κόσμου. Ακόμα, είναι ο προτιμότερος τρόπος επικοινωνίας στις περιπτώσεις που οι επικοινωνούντες χρησιμοποιούν διαφορετική γλώσσα και σε περιπτώσεις που υπάρχει διαφορά ώρας. Οι διαπροσωπικές σχέσεις για να είναι καλές και οι συγκρούσεις και τα προβλήματα να περιορίζονται και να αντιμετωπίζονται άμεσα με το λιγότερο κόστος στον εργασιακό χώρο, πρέπει η επικοινωνία να υπάρχει και να συμβάλει με τα θετικά της στοιχεία.

Συστήματα Ηλεκτρονικών Συναντήσεων

Πέρα από την απλή τηλεφωνική συνομιλία, οι τεχνολογικές εξελίξεις, τα γρήγορα δίκτυα και η σύγκληση πληροφορικής και επικοινωνιών μας δίνουν νέες δυνατότητες επικοινωνίας.

Οι σημερινές ανάγκες των οργανισμών απαιτούν τη δυνατότητα τηλεφωνικών συνδιασκέψεων ανάμεσα σε δύο ή περισσότερα πρόσωπα, ανεξάρτητα αν αυτοί βρίσκονται στο γραφείο, το σπίτι ή το δρόμο, αποστολή emails, instant messaging, video conference, αποστολή αρχείων, δυνατότητα για διοργάνωση σεμιναρίων με συμμετέχοντες σε διαφορετικές εταιρείες ή το σπίτι και όλα αυτά με άμεσο και κυρίως εύκολο τρόπο ακόμη και για χρήστες χωρίς ιδιαίτερες γνώσεις υπολογιστών.

Ένα παράδειγμα οπτικο-ακουστικού μέσου είναι η επικοινωνία μέσω Skype. Τα συστήματα ηλεκτρονικών συναντήσεων περιλαμβάνουν τις τηλεδιασκέψεις και τις ακουστικές συσκευές.

Η τηλεδιάσκεψη (teleconference)

Επιτρέπει την αμφίδρομη επικοινωνία, ταυτόχρονα οπτική και ακουστική, μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων ή ομάδων σε πραγματικό χρόνο με τη χρήση τηλεπικοινωνιακών μέσων. Ουσιαστικά, εκμηδενίζει τους γεωγραφικούς περιορισμούς και τις αποστάσεις αφού μπορεί να υποκαταστήσει, σχεδόν τέλεια, την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία. Η τηλεδιάσκεψη συνδυάζει όλα τα πλεονεκτήματα που έχει και η πρόσωπο με πρόσωπο ομιλία, όπως την ανταλλαγή απόψεων και την αμφίπλευρη επικοινωνία, την άμεση αναπληροφόρηση, τη δυνατότητα τροποποίησης και προσαρμογής του μηνύματος στις ανάγκες του δέκτη, καθώς και τη δυνατότητα της συγκινησιακής του φόρτισης.

Ακουστικές συσκευές

Θα πρέπει να έχει κανείς υπ' όψιν του πως η τηλεφωνική επικοινωνία είναι λιγότερο προσωπική από την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, καθώς δεν υπάρχει οπτική επαφή και δεν υπάρχει η δυνατότητα να ληφθούν πληροφορίες από τις εκφράσεις και τις κινήσεις του συνομιλητή.

3.4 Έργα Πληροφοριακών Συστημάτων

Για να διευκολυνθεί η μελέτη των πληροφοριακών συστημάτων έχουν προταθεί διάφοροι τρόποι κατηγοριοποίησής τους. Κάνοντας τη δική μας αναζήτηση στο διαδίκτυο και αντλώντας πληροφορίες από τους συγγραφείς Κεχρή Δ. και Δρανίδη Δ. παρατηρούμε ότι οι κυριότεροι είναι ανάλογα με:

- Το υποσύστημα το οποίο υποστηρίζουν
- Την επιχειρηματική δραστηριότητα που υποστηρίζουν
- Το είδος της υποστήριξης που παρέχουν
- Ανάλογα με την αρχιτεκτονική τους

ΤΥΠΟΙ Π.Σ. ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΥΠΟΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΥ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ:

Οι οργανισμοί αποτελούνται από μικρότερες οντότητες(υποσυστήματα) όπως για παράδειγμα από διευθύνσεις, τμήματα ή ομάδες. Οι περισσότεροι οργανισμοί έχουν τμήμα προσωπικού, τμήμα παραγωγής, λογιστικό τμήμα, όπου κάθε ένα από τα τμήματα αυτά αναφέρει σε μια προϊστάμενη αρχή. Επίσης, η πλειονότητα των

οργανισμών σήμερα είναι δομημένη σύμφωνα με τον τρόπο αυτό. Ένας τρόπος οργάνωσης των πληροφοριακών συστημάτων είναι να δομηθούν σύμφωνα με την ιεραρχική δομή του οργανισμού, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν πληροφοριακά συστήματα για διευθύνσεις, τμήματα, ομάδες ή ακόμη και για συγκεκριμένους εργαζόμενους. Τα συστήματα μπορεί να είναι είτε αυτόματα ή συνδεδεμένα μεταξύ τους. Πληροφοριακά συστήματα σύμφωνα με την ιεραρχική δομή είναι:

- *Πληροφοριακά συστήματα για τα τμήματα της επιχείρησης.* Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν αρκετές εφαρμογές(προγράμματα) σε μια λειτουργική περιοχή, οι οποίες μπορεί να έχουν κάποια κοινά σημεία, μπορεί και όχι. Το σύνολο των εφαρμογών που χρησιμοποιείται από το τμήμα προσωπικού, αναφέρεται ως πληροφορικό σύστημα προσωπικού(παρόλο που αποτελείται από επιμέρους προγράμματα), όπως για παράδειγμα μπορεί να χρησιμοποιεί ένα πρόγραμμα για την παρακολούθηση των αιτήσεων πρόσληψης και άλλο πρόγραμμα για την παρακολούθηση των απουσιών του προσωπικού.
- *Πληροφοριακά συστήματα για όλη την επιχείρηση.* Τα πληροφοριακά συστήματα για τα τμήματα της επιχείρησης συνήθως έχουν σχέση με κάποια δραστηριότητα και μπορούμε να μιλήσουμε για ένα σύνολο εφαρμογών που υποστηρίζει αρκετές ή όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης.
- *Διεπιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα.* Πρόκειται για σύνθετα πληροφοριακά συστήματα που περιλαμβάνουν αρκετούς οργανισμούς, όπως για παράδειγμα το παγκόσμιο σύστημα κράτησης θέσεων σε πτήσεις το οποίο αποτελείται από τα συστήματα που ανήκουν σε διαφορετικές αεροπορικές εταιρείες.

ΤΥΠΟΙ Π.Σ. ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ:

Τα κυριότερα πληροφοριακά συστήματα είναι το πληροφοριακό σύστημα προώθησης πωλήσεων, το πληροφοριακό σύστημα προσωπικού, το λογιστικό, το οικονομικό και το πληροφοριακό σύστημα παραγωγής. Υπάρχουν σημαντικές ενέργειες ρουτίνας στη λειτουργία του οργανισμού που τις συναντάμε σε κάθε μια από τις παραπάνω δραστηριότητες.

ΤΥΠΟΙ Π.Σ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ:

Σύμφωνα με αυτόν τον τρόπο κατηγοριοποίησης, εξετάζεται το είδος της υποστήριξης που παρέχεται από το πληροφοριακό σύστημα και όχι η επιχειρηματική δραστηριότητα που υποστηρίζεται. Τα συστήματα σύμφωνα με αυτόν τον τρόπο κατηγοριοποίησης χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- Π.Σ. που υποστηρίζουν τις λειτουργίες της επιχείρησης:
 - α) συστήματα αυτοματοποίησης γραφείου (office automation system)
 - β) συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών (transaction processing system)
- Π.Σ που υποστηρίζουν την διοίκηση:
 - α) έμπειρα συστήματα (expert systems)
 - β) συστήματα λήψης αποφάσεων (decision support systems)
 - γ) αναφορών (information reporting systems)

ΤΥΠΟΙ Π.Σ. ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΟΥΣ:

Οι κύριες κατηγορίες είναι πληροφοριακά συστήματα που βασίζονται σε:

- *Κύριους υπολογιστές (mainframe).* Υπάρχουν τερματικά χωρίς υπολογιστική δυνατότητα, τα οποία είναι συνδεδεμένα με έναν υπολογιστή μέσω του οποίου γίνεται η επεξεργασία. Η αρχιτεκτονική αυτή ήταν η επικρατούσα μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980.
- *Προσωπικούς υπολογιστές.* Συνήθως, οι μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τους προσωπικούς υπολογιστές, οι οποίοι μπορεί να είναι συνδεδεμένοι μεταξύ τους.
- *Κατανεμημένα συστήματα.* Όταν δύο ή περισσότεροι υπολογιστές οποιουδήποτε τύπου βρίσκονται σε γεωγραφική απόσταση, η επεξεργασία κατανέμεται ανάμεσά τους.

3.5 Ιστορική Εξέλιξη των Πληροφοριακών Συστημάτων

Στη δεκαετία του 1950, ο ρόλος των περισσότερων πληροφοριακών συστημάτων ήταν απλός, και κυρίως χρησιμοποιούνταν για την ηλεκτρονική επεξεργασία δεδομένων(ΗΕΔ) για σκοπούς, όπως η επεξεργασία συναλλαγών, η τήρηση αρχείων και η λογιστική. Η ΗΕΔ ορίζεται ως η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στο χειρισμό, στην καταγραφή, στη σύνοψη δεδομένων και στην ταξινόμηση. Επίσης ονομάζεται σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών, αυτόματης επεξεργασίας δεδομένων ή επεξεργασίας πληροφοριών.

Στη δεκαετία του 1960, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές απέκτησαν έναν ακόμη ρόλο την επεξεργασία των δεδομένων σε χρήσιμες ενημερωτικές εκθέσεις και έτσι γεννήθηκε η έννοια των συστημάτων διαχείρισης πληροφοριών. Αυτός ο νέος ρόλος επικεντρώθηκε στην ανάπτυξη επιχειρηματικών εφαρμογών που παρείχαν στους τελικούς διευθυντικούς χρήστες προκαθορισμένες εκθέσεις διαχείρισης που θα έδιναν στους διαχειριστές τις πληροφορίες που απαιτούνταν για τη λήψη αποφάσεων.

Μέχρι το 1970, για την κάλυψη των αναγκών στη λήψη αποφάσεων της διοίκησης, οι προκαθορισμένες εκθέσεις διαχείρισης δεν ήταν επαρκείς, έτσι για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών, γεννήθηκε η έννοια των συστημάτων υποστήριξης αποφάσεων. Ο νέος ρόλος των πληροφοριακών συστημάτων ήταν να παρέχει στους διευθυντικούς τελικούς χρήστες ad hoc⁴ και διαδραστική υποστήριξη στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Στη δεκαετία του 1980, βαθιά επίδραση στις επιχειρήσεις επέφερε η εισαγωγή των μικροϋπολογιστών στο χώρο εργασίας. Η γρήγορη εξέλιξη του μικροϋπολογιστή επεξεργασίας ισχύος, η εφαρμογή των πακέτων λογισμικού (π.χ. Microsoft Office) και τα δίκτυα τηλεπικοινωνίας γέννησαν το φαινόμενο των τελικών χρηστών πληροφορικής, με αποτέλεσμα να μπορούν πλέον να έχουν τους δικούς τους υπολογιστικούς πόρους για να υποστηρίξουν τις απαιτήσεις της εργασίας τους, αντί να περιμένουν για την έμμεση στήριξη ενός τμήματος κεντρικών υπηρεσιών με εταιρικές πληροφορίες. Έγινε εμφανές ότι τα περισσότερα κορυφαία στελέχη δεν χρησιμοποιούσαν ούτε τα αναλυτικά μοντέλα ικανοτήτων του DSS(Decision Support Systems), ούτε τις εκθέσεις MIS(Management Information Systems), έτσι αναπτύχθηκε η έννοια των εκτελεστικών πληροφοριακών συστημάτων.

⁴ Ο όρος Ad hoc (Αντ χοκ) είναι ένας διεθνής σήμερα προσδιορισμός προερχόμενος από τη Λατινική γλώσσα, ο οποίος υποδηλώνει τον σκοπό (τελικό αίτιο). Συχνά χρησιμοποιείται αμετάφραστος σε επιστημονικά κείμενα, στην Πολιτική, τη Διπλωματία, ή το δημοσιογραφικό λόγο, για να περιγράψει ένα συλλογισμό ή μια πράξη που γίνεται για ειδικό σκοπό και συνήθως κατ' εξαίρεση των συνηθισμένων κανόνων.

Επιπλέον, σημαντικές ανακαλύψεις συνέβησαν στην ανάπτυξη και στην εφαρμογή των τεχνικών της τεχνητής νοημοσύνης για τα επιχειρησιακά πληροφοριακά συστήματα. Με μειωμένη την ανάγκη για ανθρώπινη παρέμβαση, οι εργατές της γνώσης ήταν ελεύθεροι να χειριστούν πιο σύνθετα καθήκοντα. Ένας νέος ρόλος διαμορφώθηκε για τα πληροφοριακά συστήματα μέσω των έμπειρων συστημάτων και άλλων συστημάτων διαχείρισης γνώσης, τα οποία μπορούν να χρησιμεύσουν ως σύμβουλοι για χρήστες, παρέχοντας συμβουλές ειδικών σε περιορισμένες θεματικές περιοχές.

Η επαναστατική εμφάνιση των συστημάτων ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού(Enterprise Resource Planning-ERP) έγινε από τα μέσα μέχρι το τέλος του 1990. Αυτή η οργάνωση στρατηγικών πληροφοριακών συστημάτων ενσωματώνει όλες τις πτυχές μιας επιχείρησης συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού, της διαχείρισης των πόρων, της κατασκευής, της οικονομικής διαχείρισης των ανθρωπίνων πόρων, τις πωλήσεις, τις πελατειακές σχέσεις, τον έλεγχο της απογραφής, την παρακολούθηση των παραγγελιών και της εμπορίας- σχεδόν σε κάθε επιχειρηματική λειτουργία. Το κύριο πλεονέκτημα αυτών των ERP έγκειται στην κοινή τους διεπαφή για όλες τις οργανωτικές λειτουργίες που έχουν να κάνουν με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, την «σφικτή» ολοκλήρωση και την ανταλλαγή δεδομένων που απαιτείται για μια ευέλικτη στρατηγική στη λήψη αποφάσεων.

3.6 Λογισμικό για την ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων

Τα Πληροφοριακά Συστήματα είναι συνήθως κατά παραγγελία λογισμικό, αποτελούν την πληροφοριακή δομή των επιχειρήσεων και συχνά ενσωματώνουν διάφορα είδη λογισμικού. Η ανάπτυξη του λογισμικού ενός πληροφοριακού συστήματος γίνεται με τη βοήθεια εργαλείων, που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα μεθοδολογικών προσεγγίσεων το οποίο είναι διαθέσιμο στον προγραμματιστή, υποστηρίζοντας έτσι την ανάπτυξη και τον έλεγχο του κώδικα.

ΓΛΩΣΣΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

Οι γλώσσες προγραμματισμού είναι τεχνητές γλώσσες με αυστηρά καθορισμένο συντακτικό που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη λογισμικού. Συνήθως ανήκουν σε παραπάνω από μία κατηγορίες και οι πιο συνηθισμένοι τρόποι κατηγοριοποίησης είναι με βάση:

- τον τρόπο οργάνωσης του προγράμματος

- το στόχο που έχει η γλώσσα
- τον τρόπο που περιγράφουν το ζητούμενο αποτέλεσμα.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται ενδεικτικά κάποιες γλώσσες προγραμματισμού:

ΓΛΩΣΣΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ	
BASIC	FORTRAN
C	JAVA
C++	JAVASCRIPT
COBOL	SQL
PASCAL	MATLAB

Πίνακας 3.1 Ενδεικτικές γλώσσες προγραμματισμού

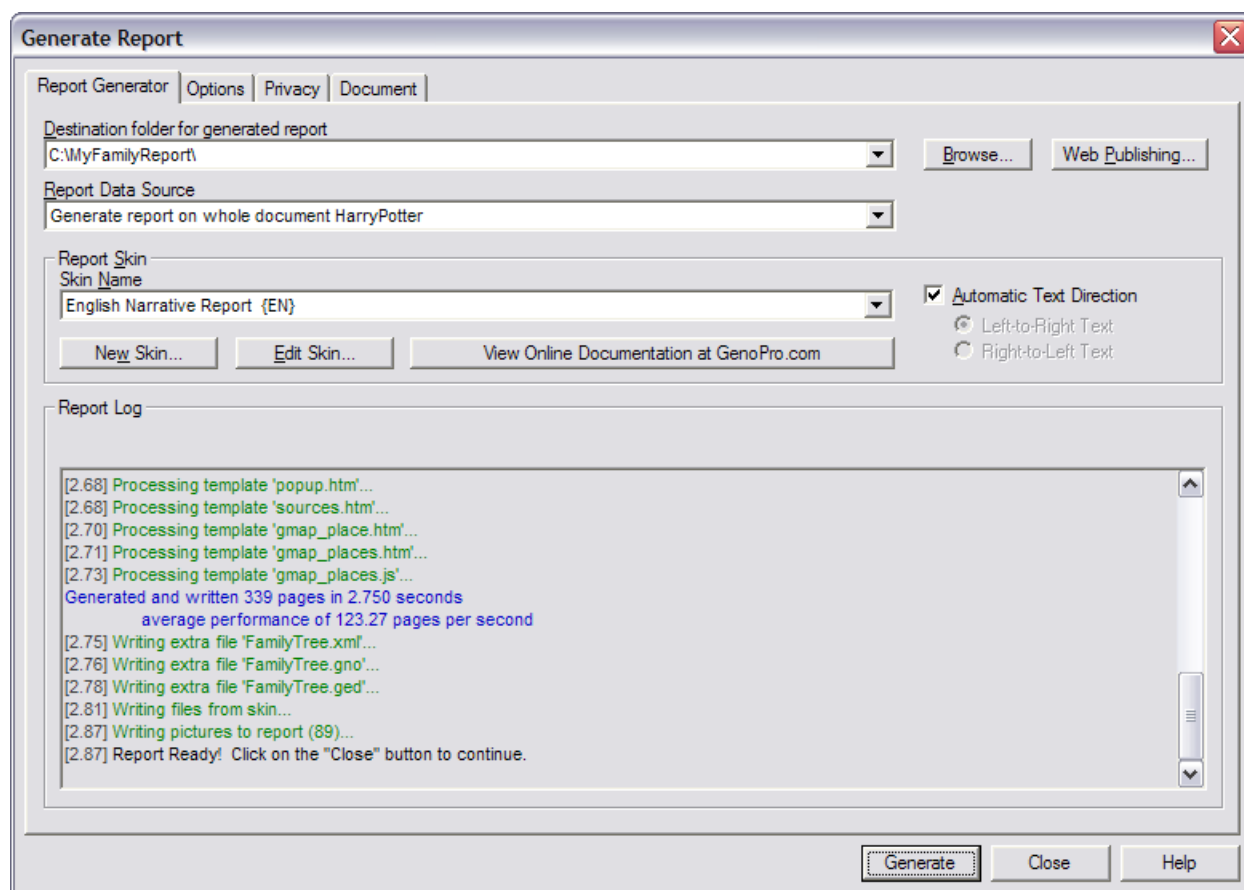
ΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ

Η ανάπτυξη του λογισμικού με τη βοήθεια των γλωσσών προγραμματισμού έχει μεγάλο κόστος και απαιτεί την απασχόληση εξειδικευμένων προγραμματιστών για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Για να διευκολυνθεί η διαδικασία ανάπτυξης λογισμικού δημιουργήθηκαν εργαλεία με στόχο την αυτοματοποίηση της ανάπτυξης ορισμένων τμημάτων του κώδικα. Τα εργαλεία αυτά αποσκοπούν στην αύξηση της παραγωγικότητας των προγραμματιστών αλλά και στην μετακίνηση ορισμένων σημείων της κωδικοποίησης από τους προγραμματιστές προς τους αναλυτές, τους σχεδιαστές και προς τους τελικούς χρήστες των πληροφορικών συστημάτων. Τα περισσότερα από τα εργαλεία αυτά είναι γνωστά ως *γεννήτριες* γιατί δέχονται την περιγραφή ενός τμήματος του πληροφοριακού συστήματος και αναπτύσσουν τον κώδικα του προγράμματος που αντιστοιχεί στο τμήμα αυτό αυτόματα. Οι περισσότερες διαδομένες γεννήτριες εξειδικεύονται στην αυτοματοποίηση του κώδικα που σχετίζεται με την επικοινωνία ανθρώπου-υπολογιστή. Έτσι έχουν αναπτυχθεί οι γεννήτριες οθονών και γεννήτριες αναφορών που έχουν ως στόχο την αυτοματοποίηση των αναφορών που παράγει ένα πληροφοριακό σύστημα και τις οθόνες(φόρμες) που χρησιμοποιούνται από το πληροφοριακό σύστημα. Ορισμένες φορές οι επιμέρους γεννήτριες υπάρχουν στη μορφή ενός ολοκληρωμένου πακέτου που είναι γνωστό ως *γεννήτρια εφαρμογών* (Κεχρής Δ., Δρανίδης Δ.).

Γεννήτριες Αναφορών

Η ανάπτυξη κώδικα για την προετοιμασία αναφορών, παρόλο που ακολουθεί συγκεκριμένους κανόνες, εμπεριέχει αρκετές λεπτομέρειες(υπολογισμός μερικών

αθροισμάτων, αλλαγή σελίδων, σελιδοποίηση, ολικά αθροίσματα) που επιμηκύνουν τον χρόνο ανάπτυξης. Χρησιμοποιώντας μια *γεννήτρια αναφορών*(report generator) ένας προγραμματιστής μπορεί να ορίσει την μορφή της αναφοράς προσδιορίζοντας τα περιεχόμενα της αναφοράς. Οι γεννήτριες αναφορών έχουν πρόσβαση σε αρχεία ή σε βάσεις δεδομένων από τις οποίες εξάγουν δεδομένα τα οποία μορφοποιούν σε αναφορές. Ο κώδικας για την υλοποίηση των αντίστοιχων υπορουτινών δημιουργείται αυτόματα από τη γεννήτρια.



Φώτο 3.1 Report Generator, copyright © www.genopro.com

Γεννήτριες Οθονών

Η ανάπτυξη του κώδικα για την υλοποίηση της επικοινωνίας ανάμεσα στο χρήστη και τον υπολογιστή είναι μια διαδικασία που έχει αρκετά κοινά χαρακτηριστικά με την ανάπτυξη των αναφορών. Οι *γεννήτριες οθονών*(screen generators) είναι προγράμματα τα οποία επιτρέπουν την εύκολη και γρήγορη ανάπτυξη του Interface ενός πληροφοριακού συστήματος, προσδιορίζοντας τα περιεχόμενα της κάθε οθόνης, χωρίς την ανάγκη προγραμματισμού.

Γεννήτριες Προγραμμάτων

Μια άλλη κατηγορία γεννητριών είναι οι *γεννήτριες προγραμμάτων* οι οποίες δέχονται ως είσοδο την περιγραφή ενός συστήματος με μορφή που είναι εύκολο να δοθεί από τον χρήστη και παράγουν αυτόματα τον κώδικα που αντιστοιχεί στο σύστημα. Μια οικογένεια τέτοιων γεννητριών προγραμμάτων χρησιμοποιείται για την προσομοίωση διακριτών συστημάτων. Οι γεννήτριες αυτές προγραμμάτων αναγνωρίζουν συστήματα τα οποία είναι δυνατό να περιγραφούν διαγραμματικά (με τα διαγράμματα κύκλου ενεργειών) και παράγουν αυτόματα τον κώδικα που αντιστοιχεί στο διάγραμμα που δόθηκε από τον χρήστη.

Γλώσσες Αναζήτησεων

Οι γλώσσες αναζήτησεων επιτρέπουν την εύκολη επικοινωνία του χρήστη με τον υπολογιστή κυρίως για την αναζήτηση δεδομένων που φυλάσσονται σε βάσεις δεδομένων. Βάση δεδομένων είναι μια συλλογή από σχετιζόμενα δεδομένα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

4.1 Η Διαχρονική Εξέλιξη και ο Ρόλος των Συστημάτων Κρατήσεων

Το γενικότερο σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας χρησιμοποιεί τα Συστήματα Κρατήσεων. Η χρήση και η συνεχής εξέλιξη αυτών βελτιώνει την ποσότητα και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών που παρέχονται προς τον πελάτη. Επιπλέον, προσφέρει μετρήσιμα πλεονεκτήματα προς τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Θεωρείται, πλέον, αδύνατο να λειτουργεί ο τουριστικός κλάδος χωρίς την απαραίτητη πληροφορική υποστήριξη, τόσο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και εξωτερικά για την μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή τουριστικού προϊόντος. Η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, συμβάλλει στην βελτίωση της απόδοσης και της παραγωγικότητας(Χυτήρης 2004). Επίσης, δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες σε όλες τις εμπλεκόμενες τουριστικές επιχειρήσεις για αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα, συντελεί άμεσα στη δημιουργία και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικό το οποίο να οδηγήσει στην απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών, στο χώρο του τουρισμού.

Η εμφάνιση των συστημάτων κρατήσεων προσδιορίζεται χρονικά στις αρχές της δεκαετίας του 1950, περίοδος όπου παρατηρείται μεγάλη αύξηση στον αριθμό των διεθνών μετακινήσεων και αντίστοιχη αύξηση των συναλλαγματικών εισπράξεων (Ζαχαράτος 1999).

Η ραγδαία ανάπτυξη του κλάδου των αερομεταφορών και η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών(tour operators), είχε σαν αποτέλεσμα την αναγκαιότητα διαχείρισης εκ μέρους των αεροπορικών εταιρειών, μεγάλου όγκου πληροφοριών(Bynater 1992). Η εφαρμογή της χειρόγραφης μεθόδου κρατήσεων και της διαχείρισης των πτήσεων αντικαθίσταται με την χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, με αποτέλεσμα την εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων για την αντιμετώπιση ενδεχόμενων προβλημάτων στις μετακινήσεις, την αξιοσημείωτη μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης των πελατών, ενώ με την χρήση των νέων τεχνολογιών μειώνεται ουσιαστικά η πιθανότητα σφάλματος στη διαδικασία της κράτησης(κοστολόγηση, κράτηση, έκδοση εισιτηρίων).

Στις αρχές της δεκαετίας του 1960, σχεδιάζονται και προωθούνται στην αγορά τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems-CRS) από μεγάλες αμερικανικές εταιρείες σε συνεργασία με την IBM.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, τα CRS εξελίσσονται σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών (Lufthansa, United) και των τουριστικών πρακτόρων. Τα τουριστικά γραφεία, αφού πρώτα εγκαταστήσουν ανεξάρτητο τερματικό για την κάθε εταιρεία ξεχωριστά, τους δίνεται η δυνατότητα να συνδεθούν με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1980, επεκτείνονται στην ευρωπαϊκή αγορά εξελιγμένα αμερικανικά συστήματα κρατήσεων ταξιδιωτικής πρακτόρευσης CRS και το 1986 η εταιρεία SH&E αναλαμβάνει τη μελέτη για τη δημιουργία του πρώτου ευρωπαϊκού συστήματος κρατήσεων. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι μπορούσε να δημιουργηθεί και στην Ευρώπη ένα Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής (Global Distribution Systems-GDS) ικανό να ανταγωνιστεί τα αντίστοιχα αμερικανικά, συνδέοντας όλα τα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά πρακτορεία με τα ταξιδιωτικά γραφεία των αεροπορικών εταιρειών σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και με τους υπόλοιπους κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών.

Το **Amadeus** και το **Galileo**, τα δύο πρώτα ευρωπαϊκά συστήματα διανομής, κάνουν την εμφάνισή τους το 1987 και συνδέονται τόσο με τα εταιρικά πρακτορεία όσο και με τα ταξιδιωτικά γραφεία διευκολύνοντας έτσι την επικοινωνία με τις αεροπορικές εταιρείες, η οποία πραγματοποιείται πλέον μέσω δικτύου. Οι νέες βάσεις δεδομένων που προκύπτουν από τα δύο συστήματα, παρέχουν μεγάλο αριθμό πληροφοριών στους ταξιδιώτες, εκτελώντας ταυτόχρονα ένα τεχνικό και λειτουργικό ρόλο εφόσον επιτρέπουν στον υπάλληλο να προσδιορίζει τις επιθυμίες του πελάτη-καταναλωτή αλλά και όσα δεν τον ικανοποιούν (Bennett 1993).

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που θα επηρεάσουν τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων. Σημαντική θέση στην ευρωπαϊκή αλλά και στην ελληνική αγορά κατέχουν το **Galileo**, το **Sabre**, το **Amadeus** και το **Worldspan**. Το Galileo International χαρακτηρίζεται ως το δημοφιλέστερο σύστημα σε παγκόσμια κλίμακα, το Amadeus αφορά κυρίως την ευρωπαϊκή τουριστική αγορά, το Sabre την Αμερική, ενώ το Worldspan είναι ένα ουδέτερο παγκόσμιο σύστημα κρατήσεων. Βασικό στοιχείο και πλεονέκτημα των παραπάνω συστημάτων αποτελεί το γεγονός ότι περιλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό από τις επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας (ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρείες κλπ), μέσα από τις οποίες ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την οποιαδήποτε κράτηση ανάλογα με την επιλογή του.

Στην ελληνική αγορά, η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συστημάτων κράτησης θέσεων ήταν ταχύτερη ιδιαίτερα την δεκαετία του 1990 και παρ' όλα αυτά δεν αξιοποιούνται στο σύνολο των δυνατοτήτων τους από τους χρήστες τους. Η διάρθρωση της

ταξιδιωτικής αγοράς και ο καταμερισμός των επιχειρήσεων με ανάλογες προσφερόμενες υπηρεσίες και υποδομή, αποτέλεσαν ανασταλτικούς παράγοντες στην υιοθέτηση εκ μέρους των ταξιδιωτικών επιχειρηματιών των συστημάτων αυτών και κυρίως στην πλήρη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρουν. Μια έρευνα του Γερμανικού Ινστιτούτου Οικονομικών Ερευνών για τον Τουρισμό(DWIF) δείχνει ότι ο ρόλος των ταξιδιωτικών πρακτορείων τείνει, υπό την επίδραση των νέων τεχνολογιών, να μειώνεται συνεχώς(Ζαχαράτος 2000).

Το διαδίκτυο έχει φέρει επανάσταση στην τουριστική βιομηχανία, τόσο ως πηγή πληροφοριών όσο και ως δίαυλος πωλήσεων. Επίσης, η θεαματική αύξηση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στη χρήση του διαδικτύου(Internet) από πολλούς χρήστες, αντικατοπτρίζει μια τάση που δείχνει καθαρά ότι τα συστήματα κρατήσεων υποκαθίστανται σταδιακά. Το Internet αποτελεί πλέον ένα ιδανικό περιβάλλον για επαγγελματίες και επιχειρηματικές δραστηριότητες, ειδικά στο χώρο του τουρισμού. Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα θα ωφεληθεί από μια μακροπρόθεσμη αύξηση της ζήτησης μέχρι και 20% εάν ληφθούν μέτρα για την αύξηση των διαδικτυακών δραστηριοτήτων ώστε να φτάσουν σε επίπεδο αντίστοιχο με τις διαδικτυακές δραστηριότητες κορυφαίων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης(sete.gr 2013).

4.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά των Παγκόσμιων Συστημάτων Διανομής

Τα Global Distribution Systems(GDS) αποτελούν τον μεσάζοντα μεταξύ του ταξιδιωτικού πράκτορα και των επιχειρήσεων που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες(εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κλπ). Αποτελούν το σημαντικότερο κανάλι διανομής των τουριστικών προϊόντων διεθνώς, αφού ελαχιστοποιούν τον χρόνο εξυπηρέτησης και διασφαλίζουν την κράτηση σε ελάχιστο χρόνο(Truitt, Teye, Farris 1991).

Τα κέρδη που αποκομίζουν, από τα ποσοστά που εισπράττουν από τις πραγματοποιούμενες μέσω αυτών κρατήσεων, είναι μεγάλα και μέρος αυτών διατίθεται για την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, σύμφωνα με τους συγγραφείς Truitt, Teye, Farris, τα κυριότερα συστήματα GDS είναι τα ακόλουθα:

4.2.1 Sabre

Κατά τη δεκαετία του 1960, το Sabre εμφανίστηκε ως το εσωτερικό σύστημα αυτοματοποίησης της American Airlines. Με τον καιρό το Sabre έχει αναπτυχθεί σε ένα τεράστιο σύστημα διανομής (GDS) εγκατεστημένο σε 75 χώρες, εξυπηρετώντας τις ανάγκες των πελατών σε πάνω από 50000 ταξιδιωτικά πρακτορεία. Μέσω του

Sabre παρέχεται πρόσβαση σε εκατοντάδες αεροπορικές εταιρείες, σε εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και σε πάνω από 77000 ξενοδοχεία.

Παρουσιάζει αεροπορικά δρομολόγια, τιμολόγηση, διαθεσιμότητα, εκτελεί κρατήσεις και εκδόσεις εισιτηρίων, πολιτικές και κανόνες της κάθε αεροπορικής εταιρείας, ενώ παράλληλα παρέχει ταξιδιωτικές πληροφορίες σε θέματα όπως ο καιρός, τα αξιοθέατα, το συνάλλαγμα και απαιτήσεις για visa.

Οι κωδικοί-εντολές για το σύστημα Sabre δίνουν πληροφορίες παρόλο που είναι διαφορετικοί από το σύστημα Amadeus και τα άλλα συστήματα. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες συνήθως είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιούν το σύστημα που τους παρέχει το συγκεκριμένο τουριστικό πρακτορείο, ακόμη και αν θεωρούν πιο εύχρηστο το ένα από το άλλο σύστημα ή αν δεν είναι εφικτό να χρησιμοποιούνται και τα τέσσερα συστήματα από το πρακτορείο.

4.2.2 Worldspan

Το Worldspan δημιουργήθηκε μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών Delta Airlines, Northwest Airlines και TWA, ενώ αργότερα συνεργάστηκε με την Start-Amadeus. Σήμερα, το Worldspan διαχειρίζεται ποσοστό άνω του 50% των διαδικτυακών κρατήσεων παγκοσμίως.

Είναι ένα σύστημα «φιλικό» προς τους χρήστες και παρέχει παγκόσμια ηλεκτρονική διανομή ταξιδιωτικών πληροφοριών, προϊόντων καθώς και δυνατότητα ανάπτυξης τεχνικών ηλεκτρονικού εμπορίου για τα γραφεία ταξιδιών και τους φορείς παροχών τουριστικών υπηρεσιών.

4.2.3 Galileo International

Πρόκειται για ένα προηγμένο σύστημα κρατήσεων στο οποίο είναι συνδεδεμένες περισσότερες από 46046 ξενοδοχειακές μονάδες, 39 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτου, 511 αεροπορικές εταιρείες, 368 tour operators, καθώς και όλες οι κύριες γραμμές κρουαζιέρων, παγκόσμια. Επίσης, το συγκεκριμένο σύστημα κρατήσεων δίνει τη δυνατότητα στους ταξιδιωτικούς πράκτορες να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για αεροπορικά εισιτήρια και τη δυνατότητα πραγματοποίησης πολλαπλών κρατήσεων.

Το 1991 ιδρύθηκε η Galileo Hellas με αντικειμενικό σκοπό τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος υπηρεσιών πληροφόρησης στον τομέα του τουρισμού, η οποία είναι αποκλειστικός διανομέας-NDC (National Distribution Company) της Galileo International στην Ελλάδα. Με τη δημιουργία του συγκεκριμένου συστήματος επέρχεται σε μεγάλο βαθμό η ανάπτυξη και μεγιστοποίηση της απόδοσης

των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και η αναβάθμιση της ποιότητας παροχής του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα.

Οι κυριότερες κατηγορίες υπηρεσιών της Galileo Hellas είναι το Εθνικό Σύστημα Διανομής και το Διεθνές Σύστημα Κρατήσεων για ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες και εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων.

4.2.4 Start Amadeus

Το συγκεκριμένο διεθνές σύστημα κρατήσεων δημιουργήθηκε το 1987 από τις εταιρείες Lufthansa, Air France, Iberial και SAS και εξυπηρετεί τις ανάγκες του marketing, της διαμονής καθώς και των πωλήσεων των προϊόντων που προσφέρουν οι διάφοροι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας.

Συνεργάζεται με το Worldspan και με πολλές ακτοπλοϊκές εταιρείες. Επίσης, παρέχει πληροφορίες για αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και σιδηροδρομικούς οργανισμούς, ενώ χρησιμοποιείται από την πλειοψηφία των ταξιδιωτικών πρακτορείων της Ευρώπης..

Πρόσφατα, η Amadeus Hellas παρουσίασε μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και τεχνολογικών λύσεων για την τουριστική βιομηχανία. Όλα τα προαναφερθέντα συστήματα GDS, είναι σχεδιασμένα να παρέχουν ποιοτικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες, καθώς η επιλογή και η χρησιμοποίησή τους από τουριστικά πρακτορεία εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις παρακάτω μεταβλητές:

1. Αξιοπιστία του πληροφοριακού υλικού. Ένα τουριστικό πρακτορείο έχει τη δυνατότητα να ενημερώνεται άμεσα για τις διάφορες μεταβολές που μπορεί να προκύψουν στις πτήσεις και στις κρατήσεις θέσεων, να γνωρίζει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και τη διαθεσιμότητα των κλινών σε κάθε συνεργαζόμενο ξενοδοχείο.
2. Έγκυρη πληροφόρηση σε θέματα τιμών και ικανοποίηση του τουρίστα-καταναλωτή. Κάθε τουριστικό πρακτορείο για να γίνει ανταγωνιστικό, έχει άμεση πρόσβαση στο σύνολο των σταδίων/επιπέδων τιμολόγησης για κάθε επιμέρους υπηρεσία που στοιχειοθετεί ένα τουριστικό πακέτο. Ο βαθμός της ικανοποίησης του τουρίστα-καταναλωτή ποικίλει ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες του, και οριοθετείται με τη βοήθεια συγκεκριμένων τεχνικών marketing και τη χρησιμοποίηση των προγραμμάτων επιβράβευσης και πιστότητας των πελατών(loyalty programs).
3. Σύντομος χρόνος απάντησης. Η ταχύτητα απάντησης του συστήματος είναι σημαντικός παράγοντας, ιδιαίτερα για τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία που έχουν μεγάλο κύκλο εργασιών, αφού συνήθως η επιβεβαίωση των κρατήσεων, η αναζήτηση και η πραγματοποίηση γίνεται σε αληθινούς χρόνους(Real time-online).
4. Συνεχής διεύρυνση των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

5. Σύστημα τιμολόγησης των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στην προκειμένη περίπτωση παρέχεται η δυνατότητα της επιλογής πολλαπλών εναλλακτικών μεθόδων τιμολόγησης.
6. Ευκολία στη χρήση και στο επίπεδο της τεχνικής υποστήριξης. Ο κατάλληλος σχεδιασμός της σελίδας πραγματοποίησης κρατήσεων, έτσι ώστε να είναι εύχρηστη για την αναζήτηση πληροφοριών, έχει ως αποτέλεσμα την ευκολία χρήσης του συστήματος. Όσον αφορά τη τεχνική υποστήριξη, θα πρέπει να υπάρχει άμεση και ταχεία επέμβαση σε περίπτωση βλάβης ή δυσλειτουργίας του συστήματος, προκειμένου να λυθεί το πρόβλημα.

4.2.5 Worldfare

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πρόγραμμα Worldfare το οποίο είναι ένα αυτοματοποιημένο πρόγραμμα τιμολόγησης διεθνών και εγχώριων ταξιδιών, οποιουδήποτε συστήματος διάθεσης πληροφοριών διεθνώς. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα παρέχει συνεχή ενημέρωση από διεθνείς πηγές ναύλων για περισσότερους από 60 εκατομμύρια ναύλους, ενώ παράλληλα στα στοιχεία που προμηθεύει το πρόγραμμα περιλαμβάνονται τιμές από όλους τους πιθανούς πωλητές (Σακελλαρίδης 1999). Το Worldfare προσφέρει επίσης:

- Δυνατότητα τιμολόγησης ναύλου που περιέχει μέχρι 24 τμήματα και παράλληλα επίδειξη μέχρι 26 κατηγοριών ναύλου.
- Παροχή πληροφοριών για τιμές τουλάχιστον 100 εκατομμυρίων συνδυασμένων ναύλων και παράλληλη εξυπηρέτηση 50 και πλέον αεροπορικών εταιρειών που το χρησιμοποιούν.
- Άμεση πρόσβαση στις τραπεζικές τιμές πώλησης συναλλάγματος, σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Δυνατότητα επανελέγχου των ναύλων.
- Τον ανιχνευτή «ευκαιριών» (last minute offers), για έξυπνες λύσεις και επιλογές προς τον χρήστη.



Φωτο 4.1 Παγκόσμια Συστήματα Διανομής GDS copyright © hotelogix.com

4.3 Οι λειτουργίες των GDS

A) Παροχή πληροφοριών

Ο πρωταρχικός ρόλος ενός πληροφοριακού συστήματος είναι να προσφέρει πληροφορία προς πώληση όσο πιο ουδέτερη γίνεται ώστε να διευκολύνει τον πωλητή, δείχνοντας τα αεροπορικά προγράμματα και τη διαθεσιμότητα των θέσεων στα αεροσκάφη. Επίσης, για να παρέχει στους πελάτες την καλύτερη δυνατή υπηρεσία και να τους προστατεύει από τον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιρειών, η έκθεση πληροφοριών πρέπει να εμφανίζεται ουδέτερη. Αυτό σημαίνει ότι οι πληροφορίες δεν δρουν υπέρ της μητρικής αεροπορικής εταιρείας της οποίας ανήκει το σύστημα διανομής και εναντίον των άλλων εταιριών που πληρώνουν στο ίδιο σύστημα για τις υπηρεσίες.

Η παρουσίαση των πληροφοριών γίνεται στην βάση τριών προσδιορισμένων διαδικασιών:

I) Στην οθόνη προβάλλεται η κατάσταση κάθε πτήσης ανά κατηγορίες, δηλαδή οι λίστες αναμονής, οι ελεύθερες θέσεις και η πληρότητα.

II) Άμεση πρόσβαση στη διαθεσιμότητα. Η πτήση εμφανίζεται με τον ίδιο τρόπο όπως και στην κατάσταση της πτήσης αλλά ένας ειδικός κωδικός δείχνει ότι υπάρχει άμεση πρόσβαση, δηλαδή ένα πρακτορείο ταξιδίων μπορεί να ζητήσει την τελευταία θέση απευθείας από το σύστημα ακόμα και σε φαινομενικά πλήρεις θέσεις.

III) Ολική πρόσβαση για την τελευταία διαθέσιμη θέση στην κύρια οθόνη. Οι πωλητές έχουν πρόσβαση στη διαθεσιμότητα των θέσεων σε λίστες για κάθε προορισμό και τους παρέχονται ακριβείς πληροφορίες για τον αριθμό των θέσεων στην κάθε κατηγορία όπως προβλέπει η σύμβαση.

Σήμερα, η άμεση πρόσβαση είναι η πιο εύχρηστη διαδικασία ενώ η ολική πρόσβαση χρησιμοποιείται από πολύ μεγάλους παραγωγούς. Παρόλα αυτά χρησιμοποιείται και από μικρούς παραγωγούς, αφού η εμφάνιση της κατάστασης της πτήσης δεν απαιτεί εξειδικευμένο σύστημα κρατήσεων. Χρονικά η πληροφορία μπορεί να εμφανιστεί με διαφορετικό κόμιστρο για την συγκεκριμένη πτήση και για το συγκεκριμένο προορισμό.

Όλες αυτές οι υπηρεσίες, αν και δεν είναι τόσο εξειδικευμένες όσο των αεροπορικών εταιρειών, έχουν επεκταθεί σε ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ακτοπλοϊκά εισιτήρια.

B) Κρατήσεις

Η πληροφορία είναι κατά βάση άχρηστη χωρίς την δυνατότητα πραγματοποίησης κρατήσεων για τις διαφορετικές υπηρεσίες και προϊόντα που παρέχονται μέσω συστήματος.

Το σημαντικό χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τα GDS από το απλό σύστημα κρατήσεων είναι η ύπαρξη αρχείων με τα ονόματα των επιβατών (PNR= Passenger Name Records), χάρη στα οποία αλλαγές σε μία ή περισσότερες υπηρεσίες που αγοράστηκαν από τον πελάτη εμφανίζονται αμέσως. Επιπλέον, το PNR περιλαμβάνει πληροφορίες από τις οποίες αναγνωρίζεται το πρακτορείο ταξιδίων που εξέδωσε το εισιτήριο ή έκανε την κράτηση.

Με βάση την εμφάνιση της διαθεσιμότητας είναι δυνατόν να πραγματοποιούνται κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων αλλά και κρατήσεις ενοικιάσεων αυτοκινήτων, δωματίων, τρένων, τουριστικών πακέτων κ.α.

Γ) Έκδοση εισιτηρίων

Η βασική λειτουργία μιας υπηρεσίας διανομής είναι να κάνει δυνατή την συναλλαγή χωρίς να πρέπει να πάει ο πελάτης στο πρακτορείο ταξιδίου και αυτό είναι που καθιστά επαναστατική μεταβολή στην διαδικασία παραγωγής και διάθεσης των ταξιδιών και των τουριστικών μετακινήσεων.

Ένα σύστημα κρατήσεων, για είναι πράγματι παγκόσμιο, πρέπει να έχει τη δυνατότητα να υπολογίζει τις τιμές στο τοπικό νόμισμα και να εκδίδει εισιτήρια στο νόμισμα της χώρας που γίνεται η συναλλαγή και παράλληλα να έχει τη δυνατότητα να βρίσκει τη χαμηλότερη τιμή για κάθε προορισμό. Η ικανότητα του ταξιδιωτικού πράκτορα παραμένει ακόμα ένα πολύ καλό εργαλείο για την εύρεση του κομίστρου ή τον προσδιορισμό της οικονομικά συμφερότερης διαδρομής.

Ένα έξυπνο σύστημα εκτύπωσης είναι απαραίτητο διότι εκδίδει εισιτήρια για τις διαφορετικές υπηρεσίες που έχει το σύστημα. Αυτή εξάλλου είναι και η μεγάλη σημασία του PNR. Τα τρέχοντα συστήματα έχουν εγκαταστήσει εκτύπωση δρομολογίων, παρουσιάζοντας στους πελάτες ένα πλήρες ενημερωτικό πακέτο για το πως να βρουν το ξενοδοχείο, που θα βρουν ταξί, τύπο αεροσκάφους κ.α.

Δ) Συμπληρωματικές υπηρεσίες

Οι πράκτορες έχουν τη δυνατότητα να λύνουν προβλήματα που έχουν σχέση με το σύστημα χωρίς να χρειάζεται να καλέσουν την γραμμή υποστήριξης, μέσω του συστήματος on-line για εκπαίδευση.

Η διαχείριση και η παράδοση των περισσότερων υπηρεσιών που έχουν πουληθεί από τον τουριστικό πράκτορα καθιστούν εφικτή την αναγκαία σύνδεση ανάμεσα στην έκδοση του εισιτηρίου και στο λογιστικό και διοικητικό σύστημα του πρακτορείου, γνωστό ως υπηρεσία back-office που μπορεί να το προμηθεύεται το πρακτορείο από το GDS. Μπορεί, επίσης, να εγκατασταθεί μια σύνθεση ανάμεσα στο GDS και το σύστημα του πρακτορείου σε μόνιμη βάση.

Η υπηρεσία front-office είναι ο τρίτος τύπος υπηρεσίας που προσφέρεται στον ταξιδιωτικό πράκτορα με λειτουργίες της κλασικής υποστήριξης πωλήσεων. Λειτουργεί σε σύγχρονο φιλικό περιβάλλον προς τον χρήστη (Windows ή Microsoft)

και σε άμεση σύνδεση με τις οθόνες του GDS στους H/Y χωρίς την ανάγκη επιπρόσθετων τερματικών.

Συχνά το GDS έχει τη δυνατότητα να επιτρέπει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες την δημιουργία φακέλων πελατών από τις πληροφορίες του συστήματος, να εγκαθιστά σύνδεση με εταιρίες ή να τις αναγκάζει να παραγγέλνουν συγκεκριμένα προϊόντα για τους πελάτες από το GDS.

Τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής αποτελούνται από πολλά διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά. Παρακάτω αναφέρεται ένας αριθμός χαρακτηριστικών επί των οποίων στηρίζεται η διαφοροποίηση μεταξύ των συστημάτων:

1. Οι τεχνικές λειτουργίες

Σήμερα αυτές είναι λιγότερο άμεσα συνδεδεμένες με τις βασικές λειτουργίες (κρατήσεις, άμεση επιβεβαίωση, εισιτήριο), απ' ό τι η ικανότητα να περιλαμβάνει το σύστημα νέα προϊόντα, να εισέρχεται στα συστήματα των παραγωγών και τουριστικών πρακτόρων και να αναπτύσσει συμπληρωματικό software, απλοποιώντας τα καθήκοντα αυτών που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες σε μια προσπάθεια ενίσχυσης της σύνδεσης του συστήματος. Το GDS πρώτο στην προσφορά συγκεκριμένων προϊόντων επιδιώκει να είναι και το πρώτο που προσελκύει πελάτες (δίκτυα πρακτορείων, τουριστικούς φορείς κ.α.).

2. Προμηθευτές προϊόντων

Στόχος είναι το σύστημα να έχει τη δυνατότητα να εκπροσωπεί όσο περισσότερα αρχεία είναι δυνατόν επειδή κάθε νέος προμηθευτής είναι και μια συμπληρωματική πηγή εισπράξεων που προκαλεί μια ασήμαντη αύξηση στα λειτουργικά έξοδα. Η αξία ενός GDS μετριέται με το εύρος των προϊόντων. Όσο μεγαλύτερο είναι το εύρος των προϊόντων τόσο περισσότερο αυτό το GDS θα ζητηθεί από τα τουριστικά πρακτορεία. Η προσθήκη νέων προϊόντων είναι μεγάλη πρόκληση και αποτελεί ανάγκη για το GDS εφόσον ενισχύει τον ρόλο του στην τουριστική βιομηχανία.

3. Πρακτορεία ταξιδιών

Ο αριθμός των πρακτορείων που είναι συνδρομητές στο GDS καθορίζει τον όγκο των κρατήσεων. Η αύξηση του σκληρού ανταγωνισμού παγκοσμίως έχει αλλάξει τους κανόνες του παιχνιδιού για τα πρακτορεία ταξιδιών. Τα πρακτορεία δεν αποτελούν πηγή εισοδημάτων για το GDS, αλλά ο αριθμός των συνδρομητών συνθέτει τα εμπορικά προτερήματα έναντι των ανταγωνιστών. Ο στόχος είναι να εγγραφεί ο μεγαλύτερος αριθμός από κάθε μέσο και έτσι να αυξηθούν οι συναλλαγές που θα γίνονται από τα πρακτορεία και που θα προέρχονται από τη χρήση όλου του συστήματος. Το μέγεθος του GDS σε αριθμό τερματικών και αριθμό προμηθευτών στο σύστημα είναι ο κύριος διαπραγματευτικός παράγοντας. Το εύρος της αντιπροσωπευτικότητας

καθορίζει τη σημασία των προτερημάτων του συστήματος. Ο όγκος των συναλλαγών είναι ένα μέτρο κερδοφορίας.

4.4 Η χρήση των GDS στα Τουριστικά Πρακτορεία

Ο ρόλος των τουριστικών πρακτορείων εντάσσεται στα πλαίσια μίας πολιτικής εμπορίας του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, η οποία αποσκοπεί στην πληροφόρηση, την παροχή συμβουλών, τη διευκόλυνση και την εξυπηρέτηση του τουρίστα-καταναλωτή πριν και κατά τη διάρκεια της ταξιδιωτικής του μετακίνησης(Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης 2004).

Λαμβάνοντας υπ' όψιν την παραπάνω διαπίστωση, η πιο σημαντική δραστηριότητα των Πληροφοριακών Συστημάτων Κρατήσεων είναι η καθημερινή τους χρήση από τα τουριστικά πρακτορεία. Σε παγκόσμιο επίπεδο, τα Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων(GDS) θεωρούνται τα πολυτιμότερα εργαλεία γενικότερης πληροφόρησης, αναζήτησης, σύγκρισης και πραγματοποίησης κρατήσεων για ταξιδιωτικά και τουριστικά προϊόντα όλων των ειδών. Τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε από την Ένωση Ξενοδόχων και λοιπών καταλυμάτων των ΗΠΑ, μας επιβεβαιώνουν ότι το 98% των τουριστικών πρακτορείων στις ΗΠΑ, είναι πλήρως αυτοματοποιημένα και χρησιμοποιούν κεντρικό σύστημα κρατήσεων (www.sita.com).

Τα βασικά κριτήρια επιλογής ενός συστήματος από ένα τουριστικό πρακτορείο είναι η κάλυψη μεγάλου αριθμού διαθέσιμων αεροπορικών εταιρειών, το κόστος και οι διαδικασίες τιμολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς και η ποσότητα, η ποιότητα, η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των παρεχόμενων πληροφοριών.

Πολλά τουριστικά πρακτορεία, σε συνεργασία με διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούν περισσότερα από ένα συστήματα κρατήσεων, με σκοπό την αύξηση της ποιότητας και της ποσότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Οι υπηρεσίες ενός συστήματος GDS διακρίνονται σε:

- Πληροφορίες που αφορούν τις πτήσεις, όπως πρόσβαση σε πληροφορίες διαθεσιμότητας θέσεων, πτήσεων, τιμών ναύλων κλπ, καθώς και δυνατότητα κράτησης θέσεων(χάρτες θέσεων με διάταξη καθισμάτων), σε μεγάλο αριθμό πτήσεων διαφόρων εταιρειών(Βιτουλαδίτη 2000).
- Πληροφορίες επιβατών για τις πτήσεις τους, τους προορισμούς τους αλλά και για τις απαιτήσεις που μπορεί να έχουν.
- Σύνδεση με πολλά τοπικά γραφεία εθνικών τουριστικών οργανισμών.

- Εκτυπώσεις εισιτηρίων διαφόρων τύπων, καρτών πρόσβασης σε συγκεκριμένους χώρους και αναλυτικών διαδρομών στο πλαίσιο ενός τουριστικού πακέτου.
- Πληροφόρηση για την είσοδο και την παραμονή του τουρίστα σε μία χώρα.
- Δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης των τουριστών για τις καιρικές συνθήκες.
- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε διάφορα καταλύματα, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, τουριστικά πακέτα κλπ.
- Διαχείριση συναλλάγματος και δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων για διάφορες εκδηλώσεις.

Διαδικασία κράτησης σε ένα GDS

Αρχικά, ο χρήστης δίνει την εντολή για μία κράτηση μιας θέσης για συγκεκριμένη πτήση και στη συνέχεια πραγματοποιούνται κατά σειρά τα εξής:

1. Λεπτομερής αναζήτηση σε βάση δεδομένων για πιθανή διαθεσιμότητα θέσεων.
2. Εμφάνιση των πληροφοριών και παρουσίαση διαφόρων καταλόγων με διαφορετικές πτήσεις στην οθόνη του υπολογιστή.
3. Επιλογή της καταλληλότερης και πιο συμφέρουσας πτήσης.
4. Πραγματοποίηση της κράτησης.
5. Ολοκλήρωση της κράτησης κατόπιν επιβεβαίωσης από την αεροπορική εταιρεία.
6. Έκδοση του εισιτηρίου. Στην παρούσα διαδικασία, η αξία του εισιτηρίου πιστώνεται στο λογαριασμό του πρακτορείου.
7. Ολοκλήρωση της διαδικασίας πώλησης του εισιτηρίου.

4.5 Η χρήση των GDS στα Ξενοδοχεία

Οι εφαρμογές της πληροφορικής στα πλαίσια της ανάπτυξης και της διαχείρισης ενός μηχανογραφημένου κεντρικού συστήματος κρατήσεων, επεκτείνονται στην παροχή σαφούς πληροφόρησης σε σχέση με τα διαθέσιμα δωμάτια μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Η χρήση των GDS έχει σαν στόχο την αποτελεσματική διάθεση των διαθέσιμων κλινών, με απευθείας πώλησή τους σε νέες αγορές, καθώς και την αύξηση της ετήσιας πληρότητάς τους και των εσόδων τους (Barbaréσος 1999).

Οι μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων που βρίσκονται στην Ελλάδα (Hilton, Intercontinental, Holiday Inn κλπ), έχουν αναπτύξει σημαντική κινητικότητα όσον αφορά τα συστήματα κρατήσεων και διαθέτουν τα δωμάτια των ξενοδοχείων τους με κύριο πλεονέκτημα την επωνυμία τους (brand name).

Παρ' όλα αυτά, πάρα πολλά ξενοδοχεία πέρα της διάθεσης των δωματίων, είναι δυνατό να προσφέρουν και άλλα προϊόντα όπως είναι οι αίθουσες εκδηλώσεων, τα επισιτιστικά τμήματα, οι αίθουσες συνεδρίων, οι εγκαταστάσεις άθλησης και αναψυχής κλπ όπου κυρίως στόχος είναι η καθημερινή πώληση αυτών, για το χρονικό διάστημα που διαρκεί η λειτουργία τους(www.starwoodhotels.com).

Οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν την δυνατότητα να συνδεθούν στο κεντρικό σύστημα κρατήσεων και να το χρησιμοποιούν ως εξής:

- Ενημερώνουν το σύστημα για τα διαθέσιμα δωμάτια, τους τύπους των δωματίων, τις τιμές και τους όρους συνεργασίας
- Αναζητούν διαθέσιμα δωμάτια σε ολόκληρη τη χώρα
- Άντληση πολλαπλών πληροφοριών(τουριστικές, οικονομικές, φορολογικές, νομοθετικές κλπ) καθώς και μικρές αγγελίες που σχετίζονται με την αγορά εργασίας.
- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε διάφορα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου π.χ. εστιατόρια, αίθουσες συνεδριάσεων κλπ.
- Δυνατότητα κράτησης σε άλλη μονάδα της περιοχής τους(περίπτωση overbooking) ή ιδιοκτησίας τους(όμιλος ξενοδοχείων).
- Δυνατότητα εφαρμογής του Yield Management⁵.

Επίσης, το σύστημα κρατήσεων δίνει τη δυνατότητα στη ξενοδοχειακή επιχείρηση να αυξήσει και να διευρύνει το πελατολόγιό της, αφού θα μπορεί να διαθέτει δωμάτια απευθείας σε νέες αγορές που δεν είχαν μέχρι σήμερα εύκολη πρόσβαση π.χ. εμπορικές εταιρείες, γραφεία ταξιδίων κλπ, ενώ παρέχει επίσης μεγάλη διαφημιστική προβολή με σχετικά χαμηλό κόστος. Επιπλέον, μπορεί να αποδειχτεί σημαντικό εργαλείο όσον αφορά τον υπολογισμό της ζήτησης, παρακολουθώντας το βαθμό χρησιμοποίησης συγκεκριμένων καταλόγων καθώς και να αποτελέσει σημαντικό βοήθημα προς το τμήμα marketing και πωλήσεων του ξενοδοχείου, παρακολουθώντας οικονομικά στοιχεία, στοιχεία αρχικής προέλευσης κράτησης, δυνητικής αγοράς και ιδιαίτερων προτιμήσεων(www.resortbookings.com).

Στα πλαίσια της ανάλυσης της ζήτησης της αγοράς, η αξιοποίηση των μετρίσιμων αποτελεσμάτων της παραγωγικότητας συγκεκριμένων καταλόγων, μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στον καλύτερο σχεδιασμό της τιμολογιακής πολιτικής και συνεπώς στη διαμόρφωση της προσφοράς(Kotler 1994).

Είναι φανερό ότι, τα συστήματα κρατήσεων έχουν ένα ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην αποτελεσματική λειτουργία ενός ξενοδοχείου, προσφέροντας έγκυρες πληροφορίες και υπηρεσίες στον τουρίστα -καταναλωτή.

⁵ Yield management (YM) είναι μία διαδικασία που χρησιμοποιείται κυρίως από οργανισμούς παροχής υπηρεσιών με στόχο τη μεγιστοποίηση των εσόδων τους, κάτω από συνθήκες που χαρακτηρίζονται από υψηλή αστάθεια της ζήτησης υπηρεσιών και προϊόντων με υψηλούς δείκτες σταθερότητας (Lee-Ross, Johns, 1997).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η οικονομία της Ελλάδας, όπως είναι γνωστό, βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην τουριστική βιομηχανία. Κάθε τουρίστας έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που του προσφέρει η χώρα μας.

Τα τελευταία χρόνια λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού και της εμφάνισης νέων τεχνολογιών αναπτύχθηκαν τα **Πληροφοριακά Συστήματα**, όπου μέσω αυτών προωθήθηκαν τα διάφορα προϊόντα και οι υπηρεσίες των τουριστικών πρακτορείων. Στόχος τους είναι να παρέχουν πληροφορίες στον τουρίστα εύκολα, γρήγορα και οικονομικά για το μέρος που θα επισκεφθεί και τις δραστηριότητες που μπορεί να πραγματοποιήσει σε αυτό. Ακόμη, υπάρχει ενημέρωση για τη διαμονή, τις πτήσεις, τις προσφορές κλπ.

Η γεωγραφική απόσταση μεταξύ του τουριστικού προορισμού και της τουριστικής επιχείρησης διευκολύνεται με τη χρήση των σύγχρονων τεχνολογιών επικοινωνίας, όπως είναι το διαδίκτυο και η τηλεφωνική επικοινωνία. Ο τουρίστας-πελάτης πραγματοποιεί άμεσα τις κρατήσεις σε πτήσεις και ξενοδοχεία, τις ενοικιάσεις αυτοκινήτων και ενημερώνεται για τυχόν αλλαγές και ακυρώσεις. Παράλληλα, οφέλη υπάρχουν και για τις τουριστικές επιχειρήσεις αφού τα πληροφοριακά συστήματα μειώνουν σημαντικά το χρόνο ολοκλήρωσης των διαδικασιών, συμβάλλουν στην καλύτερη οργάνωσή τους και αποφέρουν μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα.

Τέλος, παρατηρούμε ότι ο ανταγωνισμός έχει μειωθεί λόγω έλλειψης τεχνολογικού εξοπλισμού στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες δεν μπορούν να συμβαδίσουν με τις μεγάλες. Παρόλα αυτά, τα Πληροφοριακά Συστήματα αναπτύχθηκαν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και για την διευκόλυνση στο συντονισμό της επιχείρησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κεφάλαιο 1

Από βιβλίο:

Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Περικλής Ν. Λύτρας, 1999, Εισαγωγή στον Τουρισμό, Αθήνα: Interbooks

Μοίρα Πολυξένη, 2009, Θρησκευτικός Τουρισμός, Αθήνα: Interbooks

Ακριβος Χ., Σαλεσιώτης Π. Μιχάλης, 2007, Τουρισμός, Αθήνα: Interbooks

Από διαδίκτυο:

Μερίδια Αφίξεων Τουριστών στην Ελλάδα: www.sete.gr

Η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα: www.sete.gr

Έννοια του τουρισμού: schoolpress.sch.gr/tourismosveria

Μαζικός τουρισμός και εναλλακτικές μορφές:
www.hellenistyka.umk.pl/data_uploaded/file/Materialy/nowogrecki/Turystyka%20masowa.pdf

Θαλάσσιος τουρισμός: www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLE-1807.pdf

Αρχαιολογικός τουρισμός: www.altertourism.gr

Συνεδριακός τουρισμός: www.visitgreece.gr

Ιαματικός τουρισμός: nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/TasiosIlias/attached-document-1375857691-384994-1713/TasiosIlias2013.pdf

Τουρισμός περιπέτειας: www.tzoumerka.org

Θρησκευτικός τουρισμός: www.romfea.gr

Αθλητικός τουρισμός: pacific.jour.auth.gr/olympics2/Data/manuscripts/Tb1.pdf

Επιπτώσεις από τον τουρισμό:
estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/296/1/Ptychiaki62.pdf

Κεφάλαιο 2

Από βιβλίο:

Βιτουλαδίτη Ουρανία, 2000, Management των Tour Operators και των τουριστικών γραφείων, Τόμος Γ', Έκδοση: Πάτρα 2000

Παπαγεωργίου Ν. Αθηνά, 2007, Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων (Προγραμματισμός ταξιδιού), Σύνθεση τουριστικών πακέτων

Χυτήρης Λεωνίδα Σ., 1995, Τουριστικά γραφεία (ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία), Αθήνα: Interbooks

Πρωτοπαπαδάκης Ι., 2003, Τουριστικό marketing, Αθήνα: Σταμούλης

Λαλούμης Δ. & Ρούπας Β., 1996, Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Interbooks

Χυτήρης Λ., 1995, Τουριστικά Γραφεία, Εκδόσεις Interbooks

Χυτήρης Λ., 2004, Ποιότητα Υπηρεσιών στα Τουριστικά Γραφεία (IATA), Αθήνα: Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος 156, σελ. 156.

Από διαδίκτυο:

Οργάνωση και λειτουργία τουριστικού γραφείου: 2iek-peiraiia.att.sch.gr/Organosi_Tour_Grafeiou.pdf

Air-tickets: www.airtickets.gr

www.tovima.gr

www.repowergreece.com

Call-greece: www.callgreece.gr

Κεφάλαιο 3

Από βιβλίο:

Λούτος Γεράσιμος, 2005, Η θεωρία της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας-εφαρμογές στην ελληνική πραγματικότητα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ – τρίτη έκδοση

Κατσώνη Βασιλική, 2006, Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό Από τα GRSs στα GDSs, Εκδόσεις: Interbooks

Κεχρής Δ, Δρανίδης Δ., 2008, Πληροφοριακά Συστήματα, Σημειώσεις Για Το Μάθημα: Πληροφοριακά Συστήματα Ι, Τμήμα Πληροφορικής Στεφ, Τει Θεσ/νίκης

Malaga Ross, 2004, Εισαγωγή στην Τεχνολογία Πληροφοριακών Συστημάτων
Εκδόσεις: Μ. Γκιούρδας

Από διαδίκτυο:

Πληροφοριακά συστήματα: en.wikipedia.org

ACID: el.wikipedia.org

Υλικό υπολογιστών: el.wikipedia.org

Ιστορική εξέλιξη: www.hkiaat.org/images/uploads/articles/AAT_Paper8_Oct09.pdf

Voucher: en.wikipedia.org

Διαχείριση αποθεμάτων: el.wikipedia.org

Γενικό λογιστικό βιβλίο: www.investopedia.com

Μισθοδοσία: en.wikipedia.org

Συστήματα διαχείρισης πληροφοριών: en.wikipedia.org

Χρηματικές εισροές: www.euretirio.com

Χρηματικές εκροές: www.euretirio.com

Συστήματα αυτοματοποίησης γραφείου: el.wikipedia.org

Μορφές επικοινωνίας:

nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2011/ArvanitidouAnastasia.TheodorouMarkella/attached-document-1323764841-106010-19199/Arvanitidou_Theodorou2011.pdf

www.logifer.gr

Έργα πληροφοριακών συστημάτων:

digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/5053/1/Lalos.pdf

Πληροφοριακά συστήματα:

www.csd.uoc.gr/~hy351/2007/downloads/Lectures/IS_02_Intoduction.pdf

Γλώσσες προγραμματισμού: el.wikipedia.org

Γεννήτριες λογισμικού: www.softwaregenerators.com

Κεφάλαιο 4

Από βιβλίο:

Σακελλαρίδης Οδ., (1999): «Πληροφορική στον Τουρισμό», Πάτρα: Ε.Α.Π

Bynater M., (1992): The European Tour Operator Industry, London: E.I.U

Truitt L., Teye V., Farris M., (1991) Tourism Management, The role of computer reservations systems

Bennett M. Marion, (1993): Tourism Management, Information Technology and Travel Agency

Middleton V., (2001): «Marketing in Travel and Tourism»

D.W.I.F., (1998): Deutsches Wirtschafts wissenschaftliches Institut fur

Frendenverkelir, Jahrsbericht fur 1997

Από διαδίκτυο:

Διαχρονική εξέλιξη των συστημάτων διανομής:
traveldailynews.gr/pdf/Epth3/NikosTheoharis.pdf

Παγκόσμια συστήματα διανομής: eureka.lib.teithe.gr

Λειτουργίες GDS:

nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2011/MitsiouNikoleta/attached-document-1323170101-191494-12181/Mitsiou2011.pdf