



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΣΧΟΛΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

***ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ***

**«ΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ  
ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ  
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΣΤΗ ΠΑΤΡΑ»**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:**

**ΑΝΤΩΝΙΟΥ ΣΟΦΙΑ**

**ΕΙΣΗΓΗΣΗ:**

**Κος. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΔΚΙΒΙΑΔΗΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2010**



## Ευχαριστίες

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές και τις καθηγήτριες που όλα αυτά τα χρόνια μας δίδαξαν, όχι μόνο θεωρία, αλλά την ουσία της γνώσης από τη «ρίζα» της. Επίσης, το ότι ήταν απαιτητικοί όχι μόνο επιπτώσεις δεν είχαμε σαν φοιτητές και σαν άνθρωποι, αλλά προσπαθήσαμε να πετύχουμε σε κάθε πρόκληση.

Θα ήθελα όμως, πάνω από όλους, να ευχαριστήσω τους γονείς μου, που μου έμαθαν πρώτοι τι σημαίνει η λέξη παιδεία και μόρφωση, ουσιαστικά. Γιατί η μόρφωση δεν είναι μόνο η εκπαίδευση στα βιβλία, αλλά ξεκινάει από τον θεσμό της «οικογένειας» αρχικά και αναπτύσσεται σιγά – σιγά. Προσωπικά θα ήθελα να τους ευχαριστήσω για την ευκαιρία που μου έδωσαν, για την υπομονή και τη στήριξή τους όλα αυτά τα χρόνια.

Ακόμα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Αλκιβιάδη Παναγόπουλο για την κατάλληλη επίβλεψή του αλλά και για την σωστή καθοδήγηση και για τις αξιοσημάντες συμβουλές, όσον αφορά την πτυχιακή εργασία.

Σας ευχαριστώ όλους πραγματικά  
και αληθινά.

«Αφιερώνω τη πτυχιακή εργασία στους γονείς μου».

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

1.1 Ορισμός του τουρισμού.....	3
1.2 Ιστορική Αναδρομή.....	3
1.3 Ιστορική αναδρομή-Τουριστικά πρακτορεία στην Ελλάδα.....	5
1.4 Ιστορική αναδρομή-Ναυτιλιακά πρακτορεία.....	6
1.4.1 Διεθνείς συνδέσεις από το λιμάνι της Πάτρας.....	6
1.5 Τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία .....	7
1.5.1 Είδη τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων .....	7
1.6 Τουριστικά& ναυτιλιακά πρακτορεία χωρίς και με Πληροφ συστήματα.....	8

### Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>

2.1 Πληροφοριακά Συστήματα.....	11
2.1.1 Ανάλυση πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.....	12
2.1.2 Τα στοιχεία του Πληροφοριακού συστήματος μέσα στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.....	15
2.2 Front office-Back office.....	17
2.3 Η τεχνολογική υποστήριξη ενός τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου.....	18
2.4 Τεχνολογίες πληροφορικής επικοινωνιών, πληροφοριακά συστήματα στη Τουριστική αγορά.....	20
2.5 Προμηθευτές Π.Σ. τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων.....	21

### Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>

3.1 Εισαγωγή στα Π.Σ και Τ.Π.Ε.....	22
3.2 Υπηρεσίες GDS/CRS στα τουριστικά πρακτορεία.....	24
3.2.1 Υπηρεσίες GDS/CRS στα ναυτιλιακά πρακτορεία.....	25
3.3 Βασικές λειτουργίες και υπηρεσίες λογιστικών πληροφοριακών συστημάτων.....	26
3.3.1 Λογισμικές εφαρμογές Π.Σ για διοικητικές και λογιστικές εργασίες των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων.....	27

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>:

4.1 Εταιρική παρουσίαση της Galileo Hellas .....	30
4.2 Προϊόντα της Galileo Hellas S.A. ....	31
1. Galileo Desktop .....	32
2. Click Point .....	33
3. View Point .....	34
4. Focal Point .....	35
5. Focal Point Shopping .....	36
6. Focal Point Relay .....	38
7. Galileo 360° Fares .....	39
8. Focal Point Net (web solutions) .....	40
9. Client Files Plus .....	41
10. Airline Products .....	42
11. Galileo Availability .....	42
12. Enhanced Booking File Servicing .....	42
13. Galileo Sell .....	43
14. Galileo Advanced Seat Reservations .....	43
15. Car Master .....	43
16. Leisure Shopper .....	44
17. Room Master .....	44
18. Room Master inside Availability .....	44
19. Queue Categories .....	45
20. Selective Access .....	45
21. View Trip .....	46
22. Galileo Electronic Ticketing .....	47
23. Galileo Enhanced Itinerary-DYO .....	47
24. Satellite Ticket Printing .....	47
4.3 Υπηρεσίες της εταιρείας .....	48
1. Δίκτυο .....	48
2. Υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών .....	48
3. Εκπαίδευση .....	48

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>:

5.1 Εταιρική παρουσίαση της Amadeus Hellas.....	51
5.2 Τα προϊόντα της Amadeus .....	54
Επίλογος .....	61

## Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>

6.1 Εταιρική παρουσίαση της Sabre.....	62
6.2 Προϊόντα-εργαλεία του Sabre.....	63
1. Sabre Web Services.....	63
2. My Sabre API.....	65
3. My Sabre Scribe.....	65
4. Sabre Quick Developer.....	66
5. Back office Business Intelligence.....	66
6. Booking Tools (εργαλεία κράτησης).....	66
7. Εργαλεία εσόδων.....	67
8. Πελάτες-εργαλεία.....	67
9. Sabre Click Alpha Version.....	67
10. Virtually There από την Sabre Hellas.....	67
Επίλογος.....	67

## Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup>:

7.1 Εταιρική παρουσίαση της Worldspan.....	69
7.2 Προϊόντα και εργαλεία της Worldspan by Travelport.....	71
1. SecuRate Air Plus.....	72
2. Worldspan Trip Manager.....	72
3. Internet.....	73

## Κεφάλαιο 8<sup>ο</sup>

8.1 Γενικά χαρακτηριστικά.....	75
8.1.1 Αναλυτικά χαρακτηριστικά .....	75
8.2 Διαδικασία κράτησης στο Afos System.....	77
8.3 Εξειδικευμένες δυνατότητες του Afos.....	79
8.4 Κωδικοί-Εντολές Afos.....	80

8.5.1 Πλεονεκτήματα.....	83
8.5.2 Μειονεκτήματα.....	84
 Κεφάλαιο 9 <sup>ο</sup>	
9.1 Παρουσίαση συστήματος Analysis Ferry Link.....	85
9.2 Χαρακτηριστικά.....	85
9.3 Διαδικασία κράτησης.....	87
9.4 Διαδικασία εύρεσης κράτησης.....	89
9.5 Διαδικασία διόρθωσης κράτησης/αλλαγής ή ακύρωσης εισιτηρίου.....	90
9.6 Προσφερόμενες δυνατότητες διαχείρισης στο Front Office.....	90
9.7 Προσφερόμενες δυνατότητες διαχείρισης στο Back Office.....	91
9.8 Πλεονεκτήματα.....	92
9.9 Μειονεκτήματα.....	93
 Κεφάλαιο 10 <sup>ο</sup> :	
10.1 Εταιρική παρουσίαση της Forth CRS.....	94
10.2 Προϊόντα και υπηρεσίες της Forth CRS.....	97
1. Sea Connect & Open seas Forth CRS.....	98
2. Sea on Line.....	99
3. Flight on Line.....	100
4. Room View.....	100
5. Ticket Shop.....	102
6. Σύστημα Ταμείου (Box Office Module).....	102
7. Συστήματα απομακρυσμένων σημείων πωλήσεων (Agent module ).....	103
10.3 Οδηγίες κράτησης Forth CRS και χρήσιμα πλήκτρα.....	104
 Κεφάλαιο 11 <sup>ο</sup>	
11.1 Εταιρική παρουσίαση.....	106
11.1.1 Εργασίες της Panasoft.....	106
11.1.2 Βασικός κορμός Travel Force.....	107

11.2 Λειτουργίες Travel Force 2000 .....	107
11.2.1 Συμβόλαια και τιμοκατάλογοι ξενοδοχείων και υπηρεσιών .....	109
11.3 Ticketing .....	111
11.4 Stock-Αεροπορικών εισιτηρίων .....	112
11.5 Άλλες υπηρεσίες .....	113
11.6 ITRS/ Back office .....	114
11.6.1 Συνοπτική-τεχνική περιγραφή .....	115
Κεφάλαιο 12 <sup>ο</sup>	
Μεθοδολογία .....	118
Αποτελέσματα-Συμπεράσματα .....	121
Α' Μέρος Έρευνας: Ερωτηματολόγιο .....	121
Β' Μέρος : Συμπληρωματική έρευνα .....	130
Επίλογος-Συμπεράσματα .....	133
Παράρτημα Α .....	137
Α. Ερωτηματολόγιο .....	137
Λίστα με τα εν λόγω πρακτορεία .....	144
Β. Συμπληρωματική έρευνα .....	147
Λίστα με τις εταιρείες πληροφοριακών συστημάτων .....	147
Βιβλιογραφία .....	148

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια η τουριστική βιομηχανία παράγει μεγαλύτερη ποσότητα πληροφοριών απ' ό,τι παλαιότερα. Καινούργιες τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα, καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών μέσα από τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, καλύτερη επικοινωνία (δικτύων) με τα επιτεύγματα της πληροφορικής, του διαδικτύου και των πληροφοριακών συστημάτων.

Όλα τα παραπάνω, οφείλονται στη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών, της καλύτερης και πιο αυτοματοποιημένης οργάνωσης, επεξεργασίας, παραγωγής, διάθεσης, προώθησης και προβολής των πιθανών τουριστικών προορισμών αλλά και της ποιότητας υπηρεσιών μέσα από τα πληροφοριακά συστήματα των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων.

Για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία οι διαδικασίες έχουν απλοποιηθεί και τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες παρέχονται πιο εύκολα, πιο γρήγορα στον καταναλωτή. Όμως, η χρήση του διαδικτύου στη σύγχρονη αυτή εποχή έχει δυσκολέψει το έργο των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων και οι καταναλωτές γίνονται πιο απαιτητικοί.

Η μεγαλύτερη ποικιλία πληροφοριών που παρέχονται από τους παραγωγούς του τουριστικού προϊόντος ενισχύει τον ανταγωνισμό στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία της Πάτρας. Έτσι αναγκάζονται οι παραγωγοί να συνθέτουν τα λεγόμενα ταξιδιωτικά πακέτα (πχ: θεματικές κρουαζιέρες, οργανωμένες ή μεμονωμένες εκδρομές, εκπτώσεις σε αεροπορικά εισιτήρια κ.α.)

Στη συγκεκριμένη μελέτη, αναλύεται ο τρόπος λειτουργίας των πληροφοριακών συστημάτων που διανέμουν πληροφορίες για τον καταναλωτή αλλά και για τον χρήστη, μέσω της καθημερινής λειτουργίας του τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου.

Τέλος, η παρούσα μελέτη θα δώσει μια γενική εικόνα του τουρισμού και θα δώσει έμφαση στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, τα πληροφοριακά συστήματα, το διαδίκτυο, τις Τ.Π.Ε κ.λ.π.





Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να μας εισάγει στο περιβάλλον των πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία της Πάτρας. Αξιόλογη είναι η αναφορά στον ορισμό του τουρισμού, στην ιστορική εξέλιξη του αλλά και των πληροφοριακών συστημάτων στον τουρισμό

Ερευνητικός στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι να κατανοήσουμε τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία. Να μας προσφέρει όσο το δυνατόν πληρέστερη εικόνα των λειτουργιών, των χαρακτηριστικών, των ιδιοτήτων και διεργασιών των πληροφοριακών συστημάτων μέσα στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία στη Πάτρα.

Στα πλαίσια αυτά, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η μελέτη των Τ.Π.Ε, των δικτύων σε σχέση με τον τουρισμό διότι παρουσίασε ιδιαίτερη εξέλιξη τα τελευταία χρόνια και βοήθησε και διευκόλυνε πολύ το έργο των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων.

Έτσι, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο ορισμός του τουρισμού, η ιστορική αναδρομή του, ο ορισμός των πληροφοριακών συστημάτων. Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύονται τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, τα είδη αυτών, πότε πρωτοεμφανίστηκαν, το front office, το back office σε συνδυασμό με τα πληροφοριακά συστήματα. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται: η ιστορία των πληροφοριακών συστημάτων, οι υπηρεσίες, η χρησιμότητά τους μέσα στα εν λόγω πρακτορεία κ.ο.κ.

Στο 4<sup>ο</sup>, 5<sup>ο</sup>, 6<sup>ο</sup>, 7<sup>ο</sup>, 8<sup>ο</sup>, 9<sup>ο</sup>, 10<sup>ο</sup>, 11<sup>ο</sup> κεφάλαιο αναλύονται αντίστοιχα το Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan, Afos, Analysis Ferry Link, Forth CRS και Panasoft (Travel Force).

Στο 12<sup>ο</sup> κεφάλαιο ακολουθεί η μεθοδολογία της έρευνας με το ερωτηματολόγιο, την τηλεφωνική έρευνα και τη συμπληρωματική έρευνα. Μετά ακολουθούν τα συμπεράσματα/προτάσεις και τέλος η βιβλιογραφία.

Στο παράρτημα υπάρχει το ερωτηματολόγιο που δόθηκε στα εν λόγω πρακτορεία και η λίστα με τα πρακτορεία που συμμετείχαν.

### 1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την Αγγλική λέξη «touring» και τη Γαλλική λέξη «tour». Από τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα πολλοί ειδικοί τουρισμού και οργανισμοί επεδίωξαν να ορίσουν την έννοια του τουρισμού:

- Ø «Τουρισμός είναι η δραστηριότητα κατά την οποία άτομα ή ομάδες ανθρώπων μετακινούνται προσωρινά από τον τόπο κατοικίας τους σε άλλον τόπο για αναψυχή και χρησιμοποιούν αγαθά, μέσα και υπηρεσίες που προσφέρονται από την Τουριστική Βιομηχανία». (Βαρβαρέσος, 2000:26,29)
- Ø «Ο τουρισμός με τη σύγχρονη μορφή του θα μπορούσε σε γενικές γραμμές να οριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο εκτός αυτού με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων».

Ο τουρισμός, πιθανότατα, είναι η ανάγκη του ανθρώπου για την ηρεμία του πνεύματος και του σώματος ξεφεύγοντας από την καθημερινότητα της σημερινής και σύγχρονης ζωής.

### 1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ο τουρισμός χωρίς αμφιβολία είναι ένα σημαντικό φαινόμενο το οποίο έχει γνωρίσει χρόνια πριν, μεγάλη ανάπτυξη, και ακόμα συνεχίζει μέχρι σήμερα.

Ο C.Gartner (1996, 2001) αναφέρει «ότι η ιστορία μας λέει ότι οι άνθρωποι έβρισκαν πάντα λόγους για να ταξιδέψουν».

Κατά τον Βαρβαρέσο (2000) ο τουρισμός δεν είχε από τη «γέννηση» του τη μορφή που έχει σήμερα. Οι μεταβολές που έχει δεχθεί στο πέρασμα των αιώνων μέχρι και σήμερα-επακόλουθο της εξέλιξης της τεχνολογίας αλλά και της ίδιας της ανθρωπότητας- δεν είναι αμελητέες.

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη άτομα που προέρχονταν από τα ανώτερα στρώματα και διέθεταν ελεύθερο χρόνο, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων ειδών ταξιδιωτικές μετακινήσεις. Στις διεθνείς τους μετακινήσεις σύχναζαν σε θεατρικές παραστάσεις, εκδηλώσεις, εορτές, αθλητικούς αγώνες κ.λ.π.

Ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) περιγράφει στις περιηγήσεις του τα γεωγραφικά και τα πολιτιστικά των τόπων που επισκέπτεται. Αυτήν την περίοδο εμφανίζονται τα πρώτα πανδοχεία που παρείχαν δωρεάν τις υπηρεσίες τους στους ταξιδιώτες. Την εμφάνισή τους, την ίδια εποχή, κάνουν και τα πρώτα πανδοχεία με κερδοσκοπική μορφή.

Ξένοι επισκέπτονταν και την αρχαία Ελλάδα. Μάλιστα ο φιλόσοφος Πλάτων είχε κάνει αναφορά στα των ξένων που έρχονταν στην αρχαία Ελλάδα και τους είχε κατατάξει, ανάλογα με τους λόγους και τις αφορμές του ταξιδιού στις εξής κατηγορίες:

1. Στους εμπόρους,
2. Στους επίσημους ξένους
3. Στους περιηγητές, που ταξιδεύουν για καλλιτεχνικούς λόγους
4. Σ' αυτούς που ταξιδεύουν για επιστημονικούς και εκπαιδευτικούς.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, επικρατούν δύο μορφές τουρισμού:

- 1) Ο πανεπιστημιακός τουρισμός, που αφορούσε πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης όπως: το Παρίσι, το Κέμπριτζ, την Οξφόρδη κ.α., όπου και είχε παρουσιάσει ιδιαίτερη ανάπτυξη, και
- 2) Ο τουρισμός των μεγάλων εορτών και θρησκευτικών γεγονότων.

Στα τέλη του Μεσαίωνα, μεγάλη φήμη λόγω της ποιότητας των υπηρεσιών, είχε η Γερμανική και η Ελβετική ξενοδοχεία και η Γαλλία λόγω της γαστρονομικής εξειδίκευσης.

Κατά τη διάρκεια της «Αναγέννησης» τα ταξίδια αποκτούν κίνητρα. Ο κόσμος παρακινείται να ταξιδέψει για την προσωρινή του ευχαρίστηση αλλά και από «περιέργεια». Στη Γαλλία δημιουργούνται δύο ειδών περιηγήσεις:

- 1) Η μικρή περιήγηση petit our, που περιλάμβανε το Παρίσι και τη νοτιοδυτική Γαλλία και
- 2) Η μακρά περιήγηση grand tour που εκτός από το Παρίσι περιλάμβανε τη Βουργουνδία, τη νοτιοδυτική Γαλλία.

Οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί του Beadecker εκδίδονται το 1839 και «ένα ταξίδι στο Ρήνο». Την ίδια περίοδο στην Αγγλία εκδίδεται το Murray «εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία».

Μεταξύ του 1840 και 1860, η κινητικότητα των τουριστών άρχισε να αυξάνεται λόγω της ανακάλυψης του πρώτου μαζικού μέσου μεταφοράς, του σιδηρόδρομου.

Το πρώτο ταξίδι με οδηγούς οργανώνεται από τον πρώτο μεγάλο ταξιδιωτικό πράκτορα Thomas Cook το 1841 στην Βρετανία. Το 1845, δημιουργείται το πρώτο ταξιδιωτικό γραφείο «**Thomas Cook and Son**». Αργότερα, ιδρύθηκαν υποκαταστήματα σε 68 χώρες.

Το 1915, ιδρύεται για την Αμερική το πρώτο ταξιδιωτικό γραφείο από την American Express.

Στα τέλη του Μεσαίωνα έχουμε την ανάπτυξη των «Ξενοδοχείων Πολυτελείας».

Ο 19<sup>ος</sup> αιώνας αποτελεί σταθμό στη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουρισμού. (Βαρβαρέσος Στέλιος, 2000). Παρόλα αυτά, τον 20<sup>ο</sup> αιώνα αρχίζει να μεταβάλλεται αισθητά ο τουρισμός.

Ο C.Gartner (1996, 2001) αναφέρει: οι Δύο Παγκόσμιοι Πόλεμοι και ο Ψυχρός Πόλεμος επιτάχυναν τις τεχνολογικές εξελίξεις στις μεταφορές και την επικοινωνία επιτρέποντας στην ανάπτυξη του τουρισμού σε ένα σύντομο χρονικό διάστημα.

### **1.3 Ιστορική αναδρομή-Τουριστικά πρακτορεία στην Ελλάδα**

Στην Ελλάδα τα πρώτα τουριστικά πρακτορεία εμφανίστηκαν στις αρχές της δεκαετίας του '50, με τις πρώτες οργανωμένες κρουαζιέρες των αδερφών Ποταμιανών και του Καβουνίδη. Το κύριο αντικείμενο ενασχόλησής τους αρχικά ήταν ο μεταναστευτικός τουρισμός προς Αμερική και Ευρώπη (Chat Tours, Καραγιαννίδης Travel, Αρβανίτης Travel κ.α.). Στην συνέχεια λειτουργούν ως αντιπρόσωποι ξένων αεροπορικών εταιριών. Γενικά, ο αριθμός των πρώτων τουριστικών πρακτορείων δεν υπέρβαιναν τα 20.

Το 1955 αρχίζει η συνεργασία με την Ανατολική Ευρώπη και τη δεκαετία του '70 με τις Αραβικές χώρες.

Τα τουριστικά πρακτορεία και οι διοργανωτές τους αποτελούν τον συνδετικό κρίκο ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους τουρίστες-καταναλωτές. Αποτελούν τον μηχανισμό προβολής των τόπων προορισμού και τον μηχανισμό υπηρεσιών για την μετακίνηση προς τους τόπους αυτούς και όχι μόνο.

#### **1.4 Ιστορική αναδρομή-Ναυτιλιακά πρακτορεία**

Η σύνδεση του λιμανιού της Πάτρας με την Ευρώπη, καθώς και με τις Η.Π.Α και την Αυστραλία είναι γνωστή από το τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα.

Από το 1895 λειτουργεί δεκαπενταήμερη επιβατική γραμμή Πάτρα-Μασσαλία από τη Γαλλική εταιρία «ΜΑΣΣΑΡΕΖΙ». Επιπλέον, στη γραμμή προστίθενται και Ελληνικά επιβατικά πλοία από το 1897 προς Τεργέστη.

Νωρίτερα και λίγο μετά την απελευθέρωση, αναπτύχθηκε το επάγγελμα των ναυτικών πρακτόρων, τόσο των ακτοπλοϊκών επιβατηγών, όσο των φορτηγών πλοίων. Πρώτοι ήταν οι Άγγλοι, οι οποίοι παρέμειναν και τον επόμενο.

Ο πιο παλιός πράκτορας ατμοπλοϊών και ιστιοφόρων είναι ο Άγγλος Φ. Βούδλεϋ, ο οποίος εκτέλεσε χρέη και αντιπροσώπου της Ολλανδίας.

Έρχεται στη Πάτρα αμέσως μετά την απελευθέρωση για να παραμείνει και να εργαστεί σε αυτήν εξήντα χρόνια. Συμβάλλει στην ανάπτυξη της εμπορικής θαλάσσιας συγκοινωνίας και δικαίως ονομάζεται «Πρύτανης των πρακτόρων».

Γνωστοί Έλληνες ναυτικοί πράκτορες υπήρξαν ο Α.Καζαλέ(Πατρινόπουλος), Ι. Χαϊδόπουλος, Δ. Αγγελόπουλος, Γ.Τοπάλης και άλλοι.

##### **1.4.1 Διεθνείς συνδέσεις από το λιμάνι της Πάτρας**

Ο κύριος όγκος των Ευρωπαίων, που έρχονται στη χώρα με αυτοκίνητο, χρησιμοποιεί τα οχηματαγωγά, πολλά των οποίων έχουν ναυπηγηθεί πολύ πρόσφατα και τα οποία εκτελούν δρομολόγια μεταξύ Ελληνικών λιμένων και Ιταλικών.

Η γραμμή Πάτρα-Ηγουμενίτσα-Κέρκυρα-Πρίντεζι ή Αγκόνα ή Μπάρι κ.λ.π, εκτελείται πολλά χρόνια ενώνοντας έτσι την Ελλάδα με την Κεντρική Ευρώπη και τις Σκανδιναβικές χώρες.

Λειτουργεί ως «γέφυρα» από την οποία περνούν κάθε χρόνο αρκετά εκατομμύρια τουρίστες. (Μαρασλής Α. Αλέκος, 1983)

Για την παραγωγή και διάθεση εισιτηρίων (δηλ. τουριστικών προϊόντων) πολλών εκατομμυρίων τουριστών, τα ναυτιλιακά πρακτορεία είναι αρμόδια αλλά και για πάσης φύσεως τουριστικής υπηρεσίας που αφορά τον θαλάσσιο προορισμό και όχι μόνο.

## **1.5 Τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία**

«Τουριστικές επιχειρήσεις, ονομάζονται οι επιχειρήσεις που κυρίως εξυπηρετούν τουρίστες. Οι τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν οικονομικές μονάδες οι οποίες παράγουν κι εκμεταλλεύονται τουριστικά προϊόντα» (Βασίλης Ρούπας, c1998:125).

Εμείς όμως θα μιλήσουμε για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία και όχι γενικά για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία περιλαμβάνονται στον Τριτογενή τομέα παραγωγής. Έχουν άμεση σχέση με τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών, τα πληροφοριακά συστήματα και το διαδίκτυο στις μέρες μας.

Το κάθε τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο αδυνατεί να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές της όταν χρησιμοποιεί παλαιά τεχνολογία, ξεπερασμένης τεχνικής παραγωγής τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες όπως για παράδειγμα κράτηση-έκδοση εισιτηρίων. Οι λειτουργίες των πρακτορείων αυτών είναι σημαντικές για την παραγωγή, διάθεση, προώθηση και προβολή τους.

### **1.5.1 Είδη τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων**

Τα τουριστικά πρακτορεία διακρίνονται σε αρκετές κατηγορίες:

- Ø **Πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού:** Βρίσκονται σε περιοχές που δεν έχουν τουριστικά ρεύματα από το εξωτερικό. Οι δραστηριότητές τους είναι περιορισμένες αποκλειστικά στο εσωτερικό της χώρας.
- Ø **Πρακτορεία γενικού τουρισμού:** Το πεδίο δραστηριότητάς τους είναι διευρυμένο αφού υποδέχονται μεγάλο αριθμό ξένων και Ελλήνων τουριστών. Δραστηριοποιούνται και στον εισερχόμενο και στον εξερχόμενο τουρισμό.

Ø **Πρακτορεία εξερχόμενου τουρισμού:** Δραστηριοποίηση διακίνηση τουριστών από τον τόπο διαμονής τους από το εξωτερικό.

Ø **Ναυτιλιακά πρακτορεία:** Έχει ως αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών αναφερόμενων στις θαλάσσιες μεταφορές.

Συνοπτικά οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που διαθέτει ένα τουριστικό πρακτορείο είναι:

- Ø Εισερχόμενο τουρισμό-αντιπροσώπευση ενός Tour Operator
- Ø Εξερχόμενου τουρισμού-διοργάνωση και εκτέλεση διακοπών προς το εξωτερικό για Έλληνες πελάτες-καταναλωτές.
- Ø Air ticketing
- Ø Sea ticketing (ναυτιλιακά πρακτορεία)
- Ø Package tours κ.α.<sup>1</sup>.

### **1.6 Τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία χωρίς και με πληροφοριακά συστήματα**

Κατά τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής της εργασίας, η απασχόληση μου για λόγους πρακτικής άσκησης, σε ένα ναυτιλιακό πρακτορείο μεγάλης εμβέλειας, βοήθησε σημαντικά στη παρατήρηση της εξέλιξης του έργου των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων.

Η εγκατάσταση των πληροφοριακών συστημάτων καθόρισε την εξέλιξη αυτών και αποτελεί πλέον τον κυριότερο λόγο αύξησης των εσόδων των πρακτορείων αυτών αλλά και την καλύτερη ροή παραγωγής, διάθεσης, προώθηση των τουριστικών προϊόντων-υπηρεσιών και προβολής τους.

Ένα τουριστικό και ναυτιλιακό πρακτορείο χωρίς πληροφοριακά συστήματα δυσκόλευε το «έργο» τους, απαιτούσε περισσότερο χρόνο για τις διαδικασίες, χωρίς ιδιαίτερα κέρδη για την επιχείρηση. Οι διαδικασίες κράτησης γίνονταν με χειρόγραφες σημειώσεις και διαρκή τηλεφωνική επικοινωνία για τις κρατήσεις σε ξενοδοχεία, για ακτοπλοϊκά και αεροπορικά εισιτήρια κ.α.

---

<sup>1</sup> Σωτηριάδης, Μ (2001), σελ: 38-40.

Τα ακτοπλοϊκά και αεροπορικά εισιτήρια-τα οποία ήταν χάρτινα και όχι ηλεκτρονικά όπως σήμερα- έπρεπε να παραληφθούν από αεροπορικές ή ακτοπλοϊκές εταιρίες που διαθέτουν πληροφοριακά συστήματα όπως ακριβώς ήταν.

Οι εργασίες των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων γενικότερα είναι πολύ λεπτές και δεν έχουν περιθώρια για λάθη διότι σε περίπτωση που γινόταν κάποιο λάθος ή μια απλή ακύρωση, χρειάζονταν οι διαδικασίες να γίνουν διπλά ή και περισσότερες φορές. Αυτά είχαν ως κατάληξη την σημαντική σπατάλη χρόνου από τη μεριά των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων αλλά και τη δυσαρέσκεια του κάθε πελάτη διότι χρειαζόταν να επισκεφθεί το πρακτορείο περισσότερες φορές από ότι έπρεπε φυσιολογικά. Ακόμα, για μια κράτηση δωματίου χρειαζόταν ο τουριστικός πράκτορας να επισκεφθεί το ξενοδοχείο και να αξιολογήσει στην ουσία την ποιότητα των υπηρεσιών του για να μπορέσει να το διαθέσει με σιγουριά στους πελάτες.

Επίσης, οι λογιστικές εγγραφές γίνονταν χειρόγραφα με απλές αποδείξεις και ήταν χρονοβόρο για τη δημιουργία αρχείων ώστε να δημιουργηθεί ο απαραίτητος έλεγχος και σωστή δομημένη αρχειοθέτηση.

Αυτά είχαν ως αποτέλεσμα:

- ⊗ Ελάχιστο κέρδος για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία
- ⊗ Υπερβολική διάθεση χρόνου εργαζομένων σε διαδικασίες που ήταν απλές
- ⊗ Καθόλου αξιοπιστία στην διαδικασία κρατήσεις με αποτέλεσμα την ανασφάλεια τόσο των πελατών όσο των πρακτόρων.

Σιγά-σιγά, η εξέλιξη στην πληροφορική έδωσε νέα πνοή και προοπτική στο περιβάλλον των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων. Αποτέλεσε επανάσταση στον τομέα του τουρισμού ο εξοπλισμός των πληροφοριακών συστημάτων και απέδωσε νέα βάση δεδομένων και εντελώς διαφορετικό τρόπο λειτουργίας και διάθεσης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών στην αποθήκευση και επεξεργασία των πληροφοριών έχει καθιερώσει σε όλη την ταξιδιωτική βιομηχανία. Κυρίως πρόκειται για τη μεταφορά από τη χειρόγραφη μέθοδο στην ηλεκτρονική μέθοδο, η οποία επιτρέπει να διαχειρίζεται κανείς πληροφορίες σε λιγότερο χρόνο απ' ότι αυτό ήταν δυνατό με χειρόγραφο ή μηχανικό τρόπο επεξεργασίας. Ο Η/Υ έχει την δυνατότητα να πραγματοποιεί λειτουργίες για τις οποίες είναι προγραμματισμένος και να χρησιμοποιεί πληροφορίες που εισάγονται σε αυτόν.

Η ένταξη των πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία παρέχει πλεονεκτήματα όπως:



- Ø Δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στην διαθέσιμη πληροφορία, ανεξαρτήτως τόπου και χρόνου
- Ø Τα στελέχη των πρακτορείων είναι πάντα αξιόπιστα ενημερωμένα με την διάχυση της πληροφορίας σε όλη την επιχείρηση.
- Ø Τα στελέχη έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε εταιρικές πληροφορίες, από όπου κι αν βρίσκονται και μπορεί οποιαδήποτε στιγμή να γίνει έλεγχος των κινήσεων με σκοπό την καλύτερη απόδοση στα καθήκοντα των εργαζομένων.
- Ø Για τα πρακτορεία, το κόστος για την εγκατάσταση διαφόρων συστημάτων και περιφερειακών συσκευών μειώνεται με την από κοινού εκμετάλλευση υπολογιστικών συσκευών και προγραμμάτων υψηλού κόστους.

Τα πληροφοριακά συστήματα και τα δίκτυα, εκτός από την κοινή χρήση αρχείων και περιφερειακών συσκευών, υποστηρίζουν την επικοινωνία των εργαζομένων μεταξύ τους αλλά και με τον προϊστάμενο. Έτσι διευκολύνουν τη δημιουργία αντίγραφων για δεδομένα εξαιρετικής σημασίας για τα πρακτορεία αυτά.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα των λειτουργιών των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων, λόγω της ανάπτυξης πληροφοριακών συστημάτων είναι η κατάργηση των «χάρτινων» αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων και η καθιέρωση των ηλεκτρονικών. Επίσης, με τα ηλεκτρονικά εισιτήρια που εκδίδονται από τα πρακτορεία γίνεται και η διαδικασία του «check-in» έτσι ώστε ο επιβάτης να πηγαίνει κατευθείαν στο αεροπλάνο και το «check-in» για τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια από τα ναυτιλιακά πρακτορεία (της αντίστοιχης ακτοπλοϊκής όπως Blue star Ferries, Super Fast Ferries, Anek κ.α.) αλλά και οι κάρτες επιβίβασης αντίστοιχα.

Στο επόμενο κεφάλαιο ακολουθεί η ανάλυση πληροφοριακών συστημάτων, οι λειτουργίες, οι υπηρεσίες αυτών στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, το front office, back office (ο ορισμός τους, τι σημαίνει για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία), καταγραφή πληροφοριακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται στα πρακτορεία αυτά, το Front office, back office σε συνδυασμό με τα πληροφοριακά συστήματα, αναφορά στα συστήματα κρατήσεων, σε λογιστικά πληροφοριακά συστήματα κ.λ.π.

### 2.1 Πληροφοριακά συστήματα

Οι πρώτες εφαρμογές των υπολογιστών στις επιχειρήσεις (μισθοδοσία, τιμολόγηση), απαιτούσαν επαναλαμβανόμενους υπολογισμούς σε μεγάλο αριθμό δεδομένων και εμφανίστηκαν τη δεκαετία του '50. Παράλληλα με την εξέλιξη του υλικού που είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία φθηνότερων, καλύτερων και φιλικότερων υπολογιστών, οι επιχειρήσεις διαπίστωσαν τις ωφέλειες που προκύπτουν από τη χρήση της τεχνολογίας και την δυναμική που μπορεί να προσδώσει.

Στη δεκαετία του '60 άρχισαν να αναπτύσσουν συστήματα που είχαν την δυνατότητα να διαχειριστούν δεδομένα σχετικά με τη λήψη αποφάσεων(Π.Σ διοίκησης). Τα συστήματα αυτά χαρακτηρίζεται κυρίως από τη δυνατότητα να παρέχουν περιοδικές αναφορές. Στην αρχή, τα συστήματα αυτά είχαν κυρίως ιστορικό χαρακτήρα (έδιναν κυρίως στο τι έχει συμβεί), ενώ αργότερα χρησιμοποιήθηκαν για την πρόβλεψη τάσεων και αποφάσεων της καθημερινής εργασίας.

Στις αρχές της δεκαετίας του '70 τα υπολογιστικά συστήματα χρησιμοποιούσαν το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο (για παράδειγμα: συστήματα κρατήσεων θέσεων σε πτήσεις κ.α.). Η χρήση αυτή των επικοινωνιών επεκτάθηκε αργότερα και συντέλεσε μαζί με τη διάδοση των συστημάτων επεξεργασίας κειμένου στην εμφάνιση των συστημάτων αυτοματοποίησης γραφείου (front office, back office). Την ίδια εποχή εμφανίστηκε η έννοια στήριξης αποφάσεων. Ωστόσο, το κόστος ανάπτυξης αυτών των Π.Σ εξακολουθούσε να είναι υψηλό.

Η κατάσταση άλλαξε με την εμφάνιση των μικροϋπολογιστών, στις αρχές της δεκαετίας του '80. Το φθινό κόστος καθώς και η ευκολία χρήσης και προγραμματισμού τους, επέτρεψαν σε πολλούς χρήστες να δημιουργήσουν δικά τους συστήματα.

Στα μέσα της δεκαετίας του '80 δημιουργήθηκε ένας νέος τομέας , η τεχνητή νοημοσύνη. Νέα έξυπνα συστήματα αναπτύχθηκαν, με περισσότερο δημοφιλή τα

εμπειρικά συστήματα. Τα συμβουλευτικά αυτά συστήματα είναι τελείως διαφορετικά από τα συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών (που δίνουν έμφαση στα δεδομένα) και από τα συστήματα διοίκησης και υποστήριξης αποφάσεων(με έμφαση επεξεργασίας δεδομένων). Στα τέλη της δεκαετίας '80 δημιουργήθηκαν συστήματα υποστήριξης ομάδων για την υποστήριξη εργαζομένων.

### **2.1.1 Ανάλυση των Πληροφοριακών Συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία**

Οι λειτουργίες του κάθε τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου είναι σημαντικές για την διαδικασία παραγωγής, διάθεσης, προώθησης και προβολής τους.

Το πληροφοριακό σύστημα είναι ένα οργανωμένο σύνολο το οποίο αποτελείται από:

1. Άνθρωποι : το σύνολο των ανθρώπων που εργάζονται με Π.Σ σε διάφορους ρόλους (π.χ: χρήστες, διαχειριστές κ.α.)
2. Διαδικασίες : το σύνολο των οδηγιών για την χρήση και συνδυασμό όλων των στοιχείων υποδομής ενός Π.Σ
3. Databases: Βάσεις δεδομένων
4. Software: Λογισμικό
5. Hardware: Ο υλικός εξοπλισμός
6. Network: Δίκτυο

(Τα παραπάνω θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα για να κατανοήσουμε καλύτερα τη χρησιμότητα των πληροφοριακών συστημάτων.) Τα παραπάνω στοιχεία είναι απαραίτητα για την πορεία των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων στη τουριστική βιομηχανία αλλά και αγορά.

Τα πληροφοριακά συστήματα βοηθούν στον έλεγχο, συντονισμό, στην ανάλυση πιθανών προβλημάτων και στην ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Κάθε πληροφοριακό σύστημα:

- Ø Προσδιορίζει, αποδοτικά και αποτελεσματικά τις ανθρώπινες ανάγκες αυτών που χρησιμοποιούν τα συγκεκριμένα συστήματα
- Ø Επεξεργάζεται όλες τις πληροφορίες με αποτέλεσμα την ικανοποίηση αυτών.

Αυτό γίνεται πραγματικότητα με:

1. Την πιο αποτελεσματική ανάκτηση, αποθήκευση, παρουσίαση και διάδοση πληροφοριών

2. Την παροχή των απαραίτητων μέσων και του κατάλληλου περιβάλλοντος μάθησης στους εμπλεκόμενους χρήστες ώστε να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας λήψης απόφασης
3. Και την υποστήριξη των διαδικασιών λειτουργιών ελέγχου και στρατηγικού σχεδιασμού.

Ένα πληροφοριακό σύστημα δημιουργείται, αναπτύσσεται, εξελίσσεται, αποσύρεται ή ανανεώνεται. Η ύπαρξη του αρχίζει από τη στιγμή που το τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο, θα αποφασίσει τη δημιουργία του.

Μετά έχουμε μία περίοδο όπου προσδιορίζονται οι βασικές απαιτήσεις των λειτουργιών και σχετίζονται οι λειτουργίες που ικανοποιούν τις ανάγκες αυτές. Έπειτα, αρχίζει μια μεγάλη χρονική περίοδος στην οποία πραγματοποιείται η ανάπτυξη του (Π.Σ) και η διαρκής εξέλιξή του ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες αυτές των συγκεκριμένων τουριστικών επιχειρήσεων.<sup>2</sup>

Τα πληροφοριακά συστήματα, αποθηκεύουν, μεταδίδουν και επεξεργάζονται δεδομένα για παροχή χρήσιμων, ολοκληρωμένων και έγκαιρων πληροφοριών όπου είναι αυτό απαραίτητο.

Τα εν λόγω συστήματα χρησιμοποιούνται από τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία:

- Ø Για την ταχύτητα και ακριβή επεξεργασία δεδομένων
- Ø Λόγω της μεγάλης αποθηκευτικής ικανότητας
- Ø Για την ταχύτατη επικοινωνία μεταξύ τοποθεσιών (δικτύων)
- Ø Άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες που πρέπει να αντλήσει το πρακτορείο για την δραστηριότητά του
- Ø Για την υποστήριξη των αποφάσεων που θα ληφθούν από το πρακτορείο
- Ø Για την αυτοματοποίηση και βελτίωση των διαδικασιών και των πόρων εργασιών
- Ø Για τη καλύτερη αξιοποίηση των πολύτιμων δεδομένων της επιχείρησης.
- Ø Για την αύξηση της αποτελεσματικότητας των πρακτορείων
- Ø Για την καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών-τουριστών.

Υπάρχουν αρκετοί παράγοντες και εμπλεκόμενοι φορείς με τα Π.Σ όπως οι χρήστες, οι προμηθευτές, οι υπεύθυνοι λειτουργίας και ανάπτυξης, το απαραίτητο για

---

<sup>2</sup> <http://el.wikiversity.org> 20/08/2009

την ύπαρξη και υποστήριξη των συστημάτων αυτών, όπως επίσης και διάφοροι εξωτερικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τα συστήματα αυτά.

Με την εγκατάσταση των πληροφοριακών συστημάτων, δημιουργήθηκαν αυτόματα πολλά σχετικά επαγγέλματα όπως για παράδειγμα: διευθυντής πληροφορικής, μηχανογράφησης, προϊστάμενος τμήματος μηχανογράφησης, λογαριασμών και εφαρμογών, εξυπηρετητών δικτύου, τεχνικής υποστήριξης.

Η τουριστική αγορά διαθέτει διάφορα και ποικίλα είδη πληροφοριακών συστημάτων και κάποια από αυτά είναι σημαντικά για τη λειτουργία και το «έργο» των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων. Θα αναφερθούν αρκετά παρακάτω και κάποια από αυτά θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο με τη επωνυμία εταιρίας που προμηθεύει σε τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.

- Ø CRS (computer reservation system) Σύστημα κρατήσεων
- Ø GDS (global distribution system) Παγκόσμιο σύστημα διανομής
- Ø ERP(enterprise resource planning) Ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού
- Ø HDS (hotel distribution system) Παγκόσμιο σύστημα διανομής για ξενοδοχεία
- Ø GIS (geographic information system) Σύστημα διαχείρισης χωρικών δεδομένων και συσχετιζόμενων ιδιοτήτων
- Ø TPS (transaction processing systems) Σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών
- Ø ESS (executive support system) Σύστημα υποστήριξης διοίκησης
- Ø MIS (management information system) Διοικητικό σύστημα πληροφόρησης
- Ø KMS (knowledge management system) Σύστημα διαχείρισης γνώσης κ.α.

Βασικό στοιχείο και πλεονέκτημα των συγκεκριμένων συστημάτων, αποτελεί το γεγονός ότι περιλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό από τις επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας, μέσα από τις οποίες ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την οποιαδήποτε κράτηση, ανάλογα με την επιλογή του. (Gee, Makens, Choy 1997:261)

Το ποιο ή ποια από τα παραπάνω πληροφοριακά συστήματα θα επιλέξει το τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Υπάρχουν θετικά και αρνητικά για το κάθε ένα από αυτά, ανάλογα βέβαια με το είδος τουριστικού ή ναυτιλιακού πρακτορείου. Τα πληροφοριακά συστήματα, είναι συστήματα τα οποία υποστηρίζουν τις ανθρώπινες ανάγκες, επιθυμίες και προτιμήσεις αλλά και δραστηριότητες. Ακόμα, εστιάζουν σε απαιτήσεις που

αναφέρονται στις σχέσεις του ανθρώπου αλλά και του συστήματος, ή υποσυστήματος με συσκευές- μηχανές κ.λ.π.

### **2.1.2 Τα στοιχεία του πληροφοριακού συστήματος μέσα στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία:**

Η ένταξη του πληροφοριακού συστήματος στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία έχει πολλαπλές επιδράσεις σε αυτά, στους ανθρώπους που εργάζονται και στη κοινωνία. Η μελέτη των Π.Σ απαιτεί μια κατανοητή και λεπτομερή προσέγγιση. Τα σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα που βασίζονται στην πληροφορική και πιο συγκεκριμένα στον ηλεκτρονικό υπολογιστή, συλλέγουν, αποθηκεύουν, αναλύουν και διαχέουν δεδομένα και πληροφορίες. Με τον τρόπο αυτό υποστηρίζουν τις λειτουργίες των πρακτορείων, είτε αυτές συμπεριλαμβάνονται στο front office είτε στο back office είτε είναι πληροφορίες που χρειάζονται στη διοίκηση και σε αποφάσεις ελέγχου και διοίκησης των πρακτορείων αυτών.

Το πληροφοριακό σύστημα όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα αποτελείται από ανθρώπους, databases (βάσεις δεδομένων), software (λογισμικό), hardware (υλικός εξοπλισμός), network(δίκτυο) και διαδικασίες.

**Άνθρωποι:** Όλα τα πληροφοριακά συστήματα περιλαμβάνουν ανθρώπους και για το λόγο αυτό το Π.Σ είναι κοινωνικό σύστημα, θα μπορούσε να πει κανείς. Οι άνθρωποι που συμμετέχουν σε ένα Π.Σ είτε είναι τελικοί χρήστες είτε είναι ειδικοί της πληροφορικής.

- Ø Οι τελικοί χρήστες είναι αυτοί που χρησιμοποιούν άμεσα ή έμμεσα ένα Π.Σ (δηλ. την πληροφορία που αυτό παράγει). Οι τελικοί χρήστες μπορεί να είναι μηχανικοί, εργαζόμενοι σε τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, λογιστές, διοικητικοί κ.α.
- Ø Οι ειδικοί πληροφορικής αναπτύσσουν και χειρίζονται τα Π.Σ. Στους ειδικούς πληροφορικής εντάσσονται οι αναλυτές συστημάτων, οι προγραμματιστές, οι χειριστές ηλεκτρονικών υπολογιστών κ.λ.π.

**Λογισμικό (Software):** Ο όρος είναι πολύ γενικός και περιλαμβάνει το λογισμικό συστήματος το οποίο ελέγχει και υποστηρίζει τις λειτουργίες του ηλεκτρονικού υπολογιστή και το λογισμικό εφαρμογών το οποίο παρέχει στον τελικό χρήστη την δυνατότητα επεξεργασίας ενός συγκεκριμένου προβλήματος (προγράμματα ανάλυσης πωλήσεων, προγράμματα μισθοδοσίας επεξεργασίας κειμένου π.χ:Word, Excel κ.α.).

Σε περίπτωση που το πρακτορείο επιθυμεί να επιλέξει ένα λογισμικό αυτοματοποιημένου περιβάλλοντος εργασίας, θα πρέπει να διερευνήσει το θέμα ιδιαίτερα προσεκτικά και διεξοδικά, διότι αυτή η ενέργεια αποτελεί σοβαρή επένδυση. Απαιτείται να έχουμε καθορίσει επακριβώς τις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες πληροφόρησης και να γνωρίζουμε τις απαιτήσεις που έχουμε από το σύστημα (παρακολούθηση, διαχείριση, εκτυπώσεις, στατιστικά στοιχεία κ.λ.π)<sup>3</sup>

**Υλικός εξοπλισμός (Hardware):** Αναφέρεται στα επιμέρους τμήματα από τα οποία αποτελείται ο ηλεκτρονικός υπολογιστής. Όταν λέμε υλικό εννοούμε τη κεντρική μονάδα επεξεργασίας Η/Υ η οποία αποτελείται από τον Επεξεργαστή, Κεντρική μονάδα, τις μονάδες εισόδου που μπορεί να είναι τερματικές οθόνες, ταμειακές μηχανές, μονάδες οπτικής και μαγνητικής αναγνώρισης, αισθητήρες, κάμερες κ.α. Επίσης, το hardware αποτελείται από τις μονάδες εξόδου που μπορεί να είναι Εκτυπωτές, οθόνες, ηχεία, κ.α. Και τέλος, τις μονάδες αποθήκευσης δεδομένων οι οποίες μπορεί να είναι μαγνητικές ταινίες, δισκέτες, σκληροί δίσκοι, οπτικοί δίσκοι κ.α.

**Βάσεις δεδομένων-Databases:** Τα δεδομένα αποτελούν σημαντικό πόρο για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία. Για το λόγο αυτό η διαχείριση των δεδομένων πρέπει να γίνεται με τρόπο που να επωφελούνται όλοι οι τελικοί χρήστες. Τα δεδομένα μπορεί να είναι σε διάφορες μορφές(κείμενου, εικόνα, ήχος) και οργανώνονται σε:

- Ø Βάσεις δεδομένων που αποθηκεύουν και διαχειρίζονται οργανωμένα δεδομένα
- Ø Βάσεις προτύπων που αποθηκεύουν μαθηματικά και λογικά πρότυπα τα οποία περιέχουν σχέσεις, υπολογισμούς και αναλυτικές τεχνικές
- Ø Βάσεις γνώσεων που αποθηκεύουν γεγονότα και κανόνες για διάφορα προβλήματα.

Θα έλεγε κανείς ότι είναι από τα κύρια στοιχεία για τη δημιουργία ενός πληροφοριακού συστήματος και η βάση για τη δημιουργία πληροφοριών. Οι βάσεις δεδομένων θα πρέπει να είναι έγκαιρα, ακριβές, πλήρες, περιεκτικά, κατάλληλα, προσιτά και επαληθεύσιμα. Δηλαδή τα δεδομένα να μην περιέχουν ασάφειες, να ανταποκρίνονται στην αντικειμενική πραγματικότητα και στις ανάγκες του χρήστη, να είναι προσβάσιμο στο χρήστη κ.α.

---

<sup>3</sup> Μάριος Σωτηριάδης,2006:281

**Δίκτυο-Network:** Ονομάζουμε ένα σύνολο υπολογιστών και περιφερειακών συσκευών που συνδέονται μεταξύ τους με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών καθώς και τον κατακερματισμό του εξοπλισμού, των προγραμμάτων και των δεδομένων.

- Ø Υποστηρίζουν την επικοινωνία μεταξύ μιας ομάδας
- Ø Επιτρέπουν την κοινή αρχείων
- Ø Επιτρέπουν την κοινή χρήση των περιφερειακών συσκευών
- Ø Διευκολύνουν την δημιουργία αντιγραφών <sup>4</sup>

**Διαδικασίες:** Αναφερόμαστε στο σύνολο των διαδικασιών που ακολουθούνται με κανόνες και οδηγίες για την ολοκληρωμένη και ορθή διαχείριση της υποδομής των πληροφοριακών συστημάτων.

Για παράδειγμα: τις λογισμικές εφαρμογές ενός Π.Σ, το Front office, το back office γενικά όλες τις διαδικασίες που ακολουθεί ένα τουριστικό και ναυτιλιακό πρακτορείο για την διεκπεραίωση του «έργου» του.

## **2.2 Front office/Back office**

Για την καλύτερη εικόνα πληροφοριακών συστημάτων θα μιλήσουμε για το front office και το back office των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων, διότι και αυτά είναι στο σύνολό τους παράγοντες που διευκολύνουν το «έργο» των εν λόγω ταξιδιωτικών πρακτορείων συμπεριλαμβανομένου και των ναυτιλιακών.

Κατά την Παπαγεωργίου, το Πληροφοριακό σύστημα τουριστικού/ναυτιλιακού πρακτορείου περιλαμβάνουν δύο στενά συνεργαζόμενα υποσυστήματα. Οι όροι αυτοί χρησιμοποιούνται γενικότερα με σκοπό να περιγράψουν τα τμήματα μιας επιχείρησης που αφορούν την άμεση σχέση με τους πελάτες της ή με την διοίκηση της επιχείρησης αυτής.

Το Front office αναφέρεται στο τμήμα της επιχείρησης που είναι «ορατό» (σαν παρομοίωση θα μπορούσαμε να πούμε: σαν το πρόσωπο ενός καταστήματος) από τους πελάτες και στην άμεση επαφή με αυτούς, όπως το marketing ή η υποστήριξη και οι υπηρεσίες που παρέχονται μετά την πώληση του προϊόντος.

---

<sup>4</sup> Α. Παναγόπουλος, 2003:02



Το Back office αναφέρεται στο τμήμα του Πληροφοριακού συστήματος όπου έχει να κάνει με τη παραγωγή, τις πωλήσεις, την λογιστική ή το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης.

**Front office:** Το υποσύστημα αυτό ενός τουριστικού πρακτορείου χρησιμοποιείται από τους υπαλλήλους-πωλητές του πρακτορείου. Αποτελείται από έναν αριθμό προσωπικών υπολογιστών συνήθως συνδεδεμένων με ένα τοπικό δίκτυο (LAN), το οποίο συνδέεται με ένα τουλάχιστον σύστημα παγκόσμιας διανομής «GDS». Μέσω αυτών γίνεται αναζήτηση διαφόρων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, που ζητούνται από τους πελάτες για συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς, γίνονται κρατήσεις και εκτυπώσεις των αντίστοιχων εισιτηρίων. Αυτή η υπηρεσία απλοποιεί και διευκολύνει ερωτήματα, ενώ κάνει τη διαδικασία πιο έγκυρη και επιτρέπει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες να εκφράζουν τις προτιμήσεις τους.

**Back office:** Το υποσύστημα αυτό επεξεργάζεται όλες τις παραπάνω κρατήσεις, τα οικονομικά τους στοιχεία, τις εισπράξεις από πελάτες, τις πληρωμές προς τους προμηθευτές και την τήρηση λογιστικών βιβλίων. Επίσης, παράγει συγκεντρωτικά στοιχεία με στόχους την υποστήριξη της διοίκησης του πρακτορείου και την υποστήριξη του marketing. Υπάρχουν πολλές υπηρεσίες back office που βοηθούν ένα GDS (global distribution system), να κερδίσει την εμπιστοσύνη του ταξιδιωτικού πράκτορα ή των τουριστικών πρακτορείων. Οι διάφορες υπηρεσίες που προσφέρονται ή πωλούνται στα πρακτορεία περιέχουν αρχεία διατήρησης πελατών, εκκαθάριση πιστωτικών καρτών και άμεση σύνδεση λογαριασμών ενός GDS στο λογιστικό σύστημα του πρακτορείου.

### **2.3 Η Τεχνολογική υποστήριξη ενός τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου**

Ο τεχνολογικός εξοπλισμός ενός τουριστικού/ ναυτιλιακού πρακτορείου περιλαμβάνει τον απαραίτητο γενικό εξοπλισμό, καθώς και ειδικό εξοπλισμό που αφορά την εγκατάσταση ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων, την εκτύπωση ταξιδιωτικών εγγράφων και τη μηχανοργάνωση με χρήση κάποιου εξειδικευμένου λογιστικού πακέτου. Όλα αυτά σύμφωνα με τις θέσεις εργασίας που υπάρχουν στο πρακτορείο (εργατικό δυναμικό), το μέγεθος της επιχείρησης καθώς και τους πελάτες που απευθύνεται το τουριστικό/ ναυτιλιακό πρακτορείο.

Ο γενικός εξοπλισμός ενός πρακτορείου δεν διαφέρει από τον εξοπλισμό οποιασδήποτε άλλης σύγχρονης επιχείρησης. Απαιτείται να υπάρχει τηλεφωνικό κέντρο, φαξ, φωτοτυπικό μηχάνημα, αριθμομηχανές, καταστροφέας εγγράφων, δίκτυο, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, εκτυπωτές εισιτηρίων κ.λ.π. Απαιτείται ακόμη, πρόσβαση στο διαδίκτυο (δίκτυο ευρείας περιοχής WAN, όπου θα είναι συνδεδεμένοι πολλοί Η/Υ και δίκτυα LAN από περιοχές της ίδιας περιοχής, διαφορετικών χωρών ή ηπείρου), ηλεκτρονική διεύθυνση και ανάλογα με τον κύκλο εργασιών ή των μεθόδων marketing, ιστοσελίδα(site) του τουριστικού/ ναυτιλιακού πρακτορείου.

Η μηχανοργάνωση-αυτοματοποίηση του πρακτορείου δεν έχει ιδιαίτερα υψηλό κόστος. Περιλαμβάνει την αγορά βασικού εξοπλισμού, λογισμικού (software), υλικού εξοπλισμού (hardware- εννοώντας τα κυκλώματα που απαρτίζουν τους Η/Υ όπως δίοδοι, αντιστάσεις, πυκνωτές και λογισμικό (software-εννοώντας γενικά τα προγράμματα που καθοδηγούν τον Η/Υ για την εκτέλεση συγκεκριμένων εργασιών), την εγκατάσταση των συστημάτων κρατήσεων, την εκπαίδευση των χρηστών για την εκμάθηση των συστημάτων και την προσαρμογή του στις αυτοματοποιημένες διαδικασίες. Περιλαμβάνει επίσης, Η/Υ τελευταίας τεχνολογίας και ύπαρξη δικτύου. Απαιτείται λογισμικό που να καλύπτει την διαχείριση ακτοπλοϊκών ή αεροπορικών εισιτηρίων, πακέτων, τον έλεγχο στη λογιστική, στη τιμολόγηση καθώς και σε διάφορες στατιστικές εφαρμογές.

Ο ειδικός εξοπλισμός ενός τουριστικού/ ναυτιλιακού πρακτορείου περιλαμβάνει την επιλογή των καταλληλότερων συστημάτων κρατήσεων, σύμφωνα με τις υπηρεσίες που θέλει να προσφέρει το κάθε τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο. Ακόμα τα εν λόγω πρακτορεία χρειάζονται ειδικό εξοπλισμό για την έκδοση και εκτύπωση έγκυρων εισιτηρίων και ταξιδιωτικών εγγράφων.

Συνήθως την εγκατάσταση και συντήρηση αυτών των πληροφοριακών συστημάτων και ειδικού εξοπλισμού την αναλαμβάνουν οι ίδιες εταιρίες που προμηθεύουν τα πληροφοριακά συστήματα. Η τεχνολογική εξέλιξη απαιτεί τη συνεχή αναβάθμιση των λογισμικών αλλά και τη διαρκή εκπαίδευση του προσωπικού του τουριστικού/ ναυτιλιακού πρακτορείου.

## **2.4 Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, Πληροφοριακά συστήματα στη τουριστική αγορά**

Οι Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών είναι στις μέρες απαραίτητο στοιχείο για τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.

Στην Ελληνική τουριστική αγορά οι Τ.Π.Ε, τα πληροφοριακά συστήματα αλλά και γενικότερα η διάθεση, προώθηση των τουριστικών προϊόντων μέσω Ηλεκτρονικού υπολογιστή αποτελούν ένα από τους σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν καθοριστικά, πλέον, την εξέλιξη του Ελληνικού τουρισμού και των τουριστικών-ναυτιλιακών πρακτορείων. Αυτό, διότι η ύπαρξη των υπολογιστών και όχι μόνο αλλάζει την ροή των δραστηριοτήτων τόσο των προμηθευτών(δηλ. των εταιριών που προμηθεύουν Η/Υ, πληροφοριακά συστήματα κ.α.) όσο και των τουριστικών-ναυτιλιακών πρακτορείων.

Οι Τ.Π.Ε, τα Π.Σ συμβάλουν σημαντικά στην βελτίωση της λειτουργίας των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων. Ο τουρισμός, με τα χαρακτηριστικά που έχει, είναι άμεσα συνδεδεμένος με τη χρήση των Τ.Π.Ε/Π.Σ και η ανταγωνιστικότητα και η επιβίωση των εν λόγω πρακτορείων, εξαρτάται από την αξιοποίησή τους. Συγκεκριμένα, λόγω της γεωγραφικής απόστασης των πελατών από τον τουριστικό προορισμό και τα τουριστικά, ναυτιλιακά πρακτορεία επιβάλλεται η χρήση των Τ.Π.Ε για την ευκολότερη διεκπεραίωση συναλλαγών. Μέσω των Τ.Π.Ε αλλάζει ριζικά η τουριστική αγορά και βιομηχανία. Για παράδειγμα: Τα Π.Σ, e-marketing, e-commerce, e-tourism, Application service και άλλες εφαρμογές αλλάζουν το περιβάλλον στα τουριστικά, ναυτιλιακά πρακτορεία σε πολλαπλά οφέλη όπως:

- Ø Μείωση του κόστους
- Ø Καλύτερευση εξυπηρέτησης πελατών
- Ø Υψηλή ποιότητα υπηρεσιών
- Ø Μεγιστοποίηση της προβολής κάθε τουριστικού/ναυτιλιακού πρακτορείου
- Ø Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου
- Ø Την διευκόλυνση στις κρατήσεις θέσεων(δωματίων/αεροπορικής θέσης/ακτοπλοϊκού εισιτηρίου κ.α.)
- Ø Διαχείρισης τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου
- Ø Διευκόλυνση του Front office και back office του τουριστικού/ναυτιλιακού πρακτορείου.

Τα εν λόγω πρακτορεία έχουν τροποποιηθεί από τότε που δημιουργήθηκαν μέχρι σήμερα, χάριν των Τ.Π.Ε, πληροφοριακών συστημάτων και του διαδικτύου. Έτσι, στη τουριστική αγορά υπάρχουν πολλά είδη Π.Σ που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στα συγκεκριμένα πρακτορεία και αυτό κάνει ακόμα πιο δύσκολο το έργο της, λόγω του επαγγελματικού ανταγωνισμού που υπάρχει ανάμεσα σε παρόμοιων κατηγοριών τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων. Οι Τ.Π.Ε, τα ανεπτυγμένα λογισμικά, οι Η/Υ, τα Π.Σ, το διαδίκτυο έχουν τροποποιήσει την ποιότητα της υπηρεσίας πληροφόρησης και διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τα τουριστικά/ναυτιλιακά πρακτορεία.

## **2.5 Προμηθευτές πληροφοριακών συστημάτων των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων**

Τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία πριν την εγκατάσταση κατάλληλων Πληροφοριακών συστημάτων, ερευνούν στη Τουριστική αγορά και βρίσκονται ανάμεσα σε πληθώρα επιλογών από τις οποίες είναι συμφέρουσες όχι μόνο από οικονομικής άποψης, αλλά και για τις υπηρεσίες που προσφέρουν στον επαγγελματικό τους χώρο αλλά για το καταναλωτικό κοινό (πελάτες).

Τόσο στην Παγκόσμια τόσο και στην Ευρωπαϊκή τουριστική αγορά όσο και στην Ελληνική, κυρίαρχη θέση συστημάτων κρατήσεων (Π.Σ) έχουν η Galileo, Saber, Amadeus, World span. Κάποια άλλα είναι της Forth CRS (Open seas κ.α.), το Analysis Ferry Link και το AFOS ( του ομίλου Blue Star Ferries-Super fast Ferries), της PANASOFT το Travel Force 2000 (λογιστικό και όχι μόνο Π.Σ) και άλλα.

Τα παραπάνω θα αναλυθούν περαιτέρω και θα μιλήσουμε για αυτά, για την κάθε μια εταιρία και τα προϊόντα της ξεχωριστά, για την ίδρυσή τους. Τις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά των προγραμμάτων τους και πώς χρησιμεύουν και με ποιο τρόπο στο Front office και Back office των πρακτορείων αυτών. Όλα τα παραπάνω στο επόμενο κεφάλαιο.

### 3.1 Εισαγωγή στα Πληροφοριακά συστήματα και Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών

Η εμφάνιση των Π.Σ προσδιορίζονται χρονολογικά στις αρχές της δεκαετίας του '50, η περίοδος όπου παρατηρείται μεγάλη αύξηση των διεθνών μετακινήσεων (Ζαχαράτος 2003: 14).

Η ραγδαία ανάπτυξη του κλάδου των αερομεταφορών και η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών, είχε σαν αποτέλεσμα την αναγκαιότητα διαχείρισης εκ μέρους των αεροπορικών εταιριών, μεγάλου όγκου πληροφοριών (Bynater 1992:26).

Επιπλέον, η εφαρμογή της χειρόγραφης μεθόδου κρατήσεων και της διαχείρισης των πτήσεων αντικαθίσταται με τη χρήση των Τ.Π.Ε. Ο προγραμματισμός δρομολογίων, ο σχεδιασμός των πτήσεων, καθώς και η έκδοση εισιτηρίων καλύπτονται από τις νέες εφαρμογές πληροφοριακής τεχνολογίας, ενώ διαχρονικά καλύπτονται και άλλες δραστηριότητες των εταιριών όπως για παράδειγμα:

- Ø Διαχείριση αποσκευών
- Ø Προγραμματισμός τακτικών ελέγχων των αεροσκαφών
- Ø Λειτουργίες Λογιστηρίου κ.α.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα:

- Ø Την αξιοσημείωτη μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης πελατών
- Ø Την εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων των ενδεχομένων προβλημάτων στις μετακινήσεις

Ενώ με τη χρήση των Τ.Π.Ε μειώνεται ουσιαστικά η πιθανότητα σφάλματος στη διαδικασία κράτησης από τον χρήστη. (Εύρεση κράτησης/ Κοστολόγηση/ Κράτηση-Έκδοση Εισιτηρίου).

Στις αρχές της δεκαετίας του '60 μεγάλες αμερικάνικες εταιρίες, σε συνεργασία με την IBM, σχεδιάζουν και προωθούν στην τουριστική αγορά τα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων τα λεγόμενα Computer Reservation Systems (CRS).

Τα CRS λειτουργούν κυρίως σαν ένα database management για την παροχή πληροφόρησης σχετικά με το συγκεκριμένο προϊόν ( Scott 1997:813).

Στις αρχές της δεκαετίας του '70 τα CRS εξελίσσονται σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών (United, British Airways, S.A.S, Lufthansa) και των ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Αυτό είχε ως κατάληξη την σημαντική αύξηση του αριθμού των επιβατών των αεροπορικών εταιριών.

Τα τουριστικά πρακτορεία έχουν την δυνατότητα, πλέον, να συνδεθούν με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρίες, αφού πρώτα εγκαταστήσουν ανεξάρτητο τερματικό για την κάθε εταιρία ξεχωριστά. Η συγκεκριμένη ενέργεια ωφέλησε σημαντικά ορισμένες αεροπορικές εταιρίες και τουριστικά πρακτορεία αφού απέκτησαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων εταιριών, ενώ παράλληλα δημιούργησε και σημαντικά προβλήματα αθέμιτου ανταγωνισμού (World Tourism Organization, 1997).

Στα μέσα της δεκαετίας του '80 εξελιγμένα συστήματα κρατήσεων ταξιδιωτικής πρακτόρευσης CRS, επεκτείνονται στην Ευρωπαϊκή αγορά, δημιουργώντας έντονο προβληματισμό στις 21 Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες-μέλη του A.E.A (Association of European Airlines). Η ανάγκη δημιουργίας ενός Ευρωπαϊκού συστήματος ταξιδιωτικής πρακτόρευσης γίνεται πλέον επιτακτική, έτσι ώστε το 1986 η SH&E, αναλαμβάνει τη μελέτη για τη δημιουργία του πρώτου ευρωπαϊκού συστήματος κρατήσεων. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι μπορούσε να δημιουργηθεί και για την Ευρώπη ένα Παγκόσμιο σύστημα διανομής, το Global Distribution System (GDS), συνδέοντας όλα τα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά πρακτορεία των αεροπορικών εταιριών σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και με τους υπόλοιπους κλάδους παροχής υπηρεσιών (Ναυτιλιακά πρακτορεία, ξενοδοχεία κ.α.).

Παρακάτω θα μιλήσουμε για τις υπηρεσίες των πληροφοριακών συστημάτων όπως πιο συγκεκριμένα, τα συστήματα κρατήσεων (GDS/CRS), για λογιστικά Π.Σ, τις λογισμικές τους εφαρμογές αλλά και τη χρήση τους στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.

Αξιοσημείωτο είναι ότι τα παραπάνω προσφέρουν πολλές υπηρεσίες και έχουν ποικίλες δυνατότητες οι οποίες φαίνονται να είναι σημαντικές τόσο για τους χρήστες

αυτών (ταξιδιωτικοί πράκτορες-υπάλληλοι, λογιστές πρακτορείων, προϊστάμενοι πρακτορείων κ.λ.π), όσο και για τους πελάτες-τουρίστες, οι οποίοι είναι απαιτητικοί λόγω των πολλών επιλογών που έχουν στη διάθεσή τους από την τουριστική αγορά.

Έτσι, οι χρήστες των συγκεκριμένων πληροφοριακών συστημάτων έρχονται σε πρόκληση καθημερινά και χρειάζονται κατάλληλα συστήματα κρατήσεων (για το front office), λογιστικά, λογισμικά (συστημάτων κρατήσεων-back office) κ.ο.κ, για να διεκπεραιώσουν τον καθημερινό κύκλο εργασιών τους.

### **3.2 Υπηρεσίες GDS/CRS στα τουριστικά πρακτορεία**

Τα περισσότερα πρακτορεία στη Πάτρα , σήμερα, χρησιμοποιούν συστήματα διανομής του τουριστικού προϊόντος. Απαιτείται πλέον η χρήση συστημάτων κρατήσεων για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους. Εν λόγω συστήματα είναι συνδεδεμένα παγκοσμίως με αεροπορικές εταιρίες.

Η καθημερινή χρήση των συστημάτων αυτών είναι από τις πιο σπουδαίες δραστηριότητες των συγκεκριμένων πρακτορείων. Για να στεφθεί με επιτυχία όμως η σωστή επικοινωνία με τις αεροπορικές εταιρίες, απαραίτητο είναι το πρακτορείο να εγκαταστήσει τις βάσεις δεδομένων (database), λογισμικό (software), υλικό εξοπλισμό(hardware), δίκτυο (network) και διαδίκτυο(internet).

Μπορούμε να αναφέρουμε ότι πολλά πρακτορεία χρησιμοποιούν το διαδίκτυο στα πλαίσια του e-marketing και έχουν δημιουργήσει δική τους ιστοσελίδα (websites) όπου μπορούν οι πελάτες να φτιάξουν κατά τις δικές τους προτιμήσεις, πακέτο διακοπών.

Κατά τον Morrison (1996:375), ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι πάρα πολλά ταξιδιωτικά πρακτορεία χρησιμοποιούν, στα πλαίσια συνεργασίας τους ποικίλες τουριστικές επιχειρήσεις, ένα ή περισσότερα από ένα συστήματα κρατήσεων, προκειμένου να αυξήσουν την ποικιλία και την ποσότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες και να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη από τις ειδικές προσφορές (μειώσεις χρεώσεων).

Κάποιες από τις ποικίλες υπηρεσίες και δυνατότητες των GDS/CRS είναι:

- Ø Πραγματοποίηση κρατήσεων σε διάφορα καταλύματα (όπως σε: ξενοδοχεία, σε ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.λ.π), τουριστικά πακέτα, σε εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων κ.α.

- Ø Προβολή δρομολογίων και εκπτώσεις, με τη δυνατότητα εξαγωγής στοιχείων από το GDS σε ένα πρόγραμμα επεξεργασίας κειμένου (Ζαχαράτος, 2003:310)
- Ø Παροχή πληροφοριών που αφορούν διαδικασίες εισόδου και παραμονής σε μία χώρα (πχ: διαβατήρια, βίζες, τελωνειακοί δασμοί κ.λ.π)
- Ø Άμεση σύνδεση λογαριασμών από το GDS στο λογιστικό σύστημα του πρακτορείου (Ζαχαράτος, 2003:310). Δηλαδή, αυτό θα έλεγε κανείς, ότι είναι διαδικασίας μεταφοράς δεδομένων από το Front office στο Back office του πρακτορείου είτε για αρχειοθέτηση δεδομένων είτε για έλεγχο οικονομικών στοιχείων κ.λ.π.
- Ø Τα περισσότερα συστήματα κρατήσεων παρέχουν μέσω των Windows (λογισμικό), οδηγίες χρήσεως των εν λόγω συστημάτων (δηλ. εγχειρίδιο). Για παράδειγμα, ακολουθούνται διαδοχικά τα βήματα μίας κράτησης.
- Ø Άμεση εξυπηρέτηση πελατών από τους χρήστες χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες (όπως ήταν σε παρελθόντα χρόνο όπου όλα γίνονταν χειρόγραφα και με πολλά λάθη)
- Ø Μείωση πιθανότητας λάθους από τους χρήστες
- Ø Ταχύτατη και ακριβής επεξεργασία δεδομένων.

Τα παραπάνω ήταν κάποιες από τις διάφορες υπηρεσίες των συστημάτων κρατήσεων. Αναλυτικότερα θα μιλήσουμε όταν θα παρουσιαστούν ένα προς ένα τα GDS/CRS σε άλλη ενότητα.

### **3.2.1 Υπηρεσίες των GDS/CRS στα ναυτιλιακά πρακτορεία**

Η χρήση των συστημάτων κρατήσεων διευκολύνουν το «έργο» των ναυτιλιακών πρακτορείων όσον αφορά, πιθανολογώντας, τον κυριότερο σκοπό τους το κέρδος, τη ποιοτική και παραγωγική εξυπηρέτηση πελατών τους. Πολλές είναι οι υπηρεσίες των συστημάτων αυτών και κάποιες από αυτές είναι οι εξής:

- Ø Η διαδικασία κράτησης-έκδοσης εισιτηρίων
- Ø Η διαχείριση των πλάνων των συστημάτων κρατήσεων από τους χρήστες
- Ø Οι πωλήσεις εισιτηρίων μέσω web (on line κρατήσεις εισιτηρίων από τους πελάτες των ναυτιλιακών)
- Ø Προβολή πληροφοριών εισιτηρίων αλλά και συγκεντρωτικών στοιχείων επιβατών, οχημάτων που ταξιδεύουν με το πλοίο
- Ø Άμεση εξυπηρέτηση πελατών υπέρ των προτιμήσεών τους



- Ø Δυνατότητα αλλαγής αναγραφόμενης ημερομηνίας εισιτηρίων
- Ø Επιλογές εκπτώσεων σε πελάτες (π.χ: πολύτεκνοι, φοιτητές κ.α.)

Θα μπορούσαμε να γνωστοποιήσουμε ότι είτε είναι τουριστικό (γενικού, εισερχόμενου, εξερχόμενου τουρισμού) είτε είναι ναυτιλιακό πρακτορείο, χρησιμοποιούν εξίσου απαραίτητα τα συστήματα κρατήσεων. Χωρίς αυτά, δεν μπορούν εύκολα να διεκπεραιώσουν τις καθημερινές διαδικασίες εργασίας και προσφοράς υπηρεσιών προς στους πελάτες τους.

### **3.3 Βασικές λειτουργίες και υπηρεσίες λογιστικών πληροφοριακών συστημάτων**

Το λογισμικό Π.Σ, είναι λογισμικό το οποίο λειτουργεί στον Η/Υ πλέον και εξυπηρετεί λειτουργίες Back office των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων. Η λογιστική δεν εφαρμόζεται, πλέον, χειρόγραφα από τους λογιστές των εν λόγω πρακτορείων αλλά με λογισμικά πληροφοριακά συστήματα. Παρακάτω θα αναφερθούν οι βασικές υπηρεσίες και λειτουργίες αυτών των συστημάτων οι οποίες χωρίζονται σε κάποιες βασικές κατηγορίες:

1. Πληροφορίες σχετικές με την χρηματοοικονομική απόδοση του τουριστικού/ναυτιλιακού πρακτορείου (κόστος πωλήσεων, ποσό καθαρού κέρδους κ.λ.π).
2. Πληροφορίες σχετικά με την καθοδήγηση της διοίκησης σε επείγοντα ή πολύ σημαντικά τα οποία χρήζουν άμεσης δράσης.
3. Πληροφορίες σχετικές με τη στήριξη λήψης αποφάσεων (π.χ: πληροφορίες ως προς την ωφελιμότητα της εισαγωγής ενός τουριστικού προϊόντος.

Οι συγκεκριμένες λειτουργίες και υπηρεσίες είναι:

- Ø Συλλογή δεδομένων: μέθοδος σύλλληψης, καταγραφής και αρχειοθέτησης δεδομένων (π.χ: ότι έχει να κάνει με στοιχεία πελατών, προμηθευτών κ.λ.π). Επίσης, αναφέρεται στον αρχικό έλεγχο δεδομένων τα οποία εισάγονται στο σύστημα έτσι ώστε να διασφαλιστεί η ακρίβεια και πληρότητα αυτών.
- Ø Επεξεργασία δεδομένων: κατάταξη ταξινόμηση και ομαδοποίηση δεδομένων. Ασχολείται και με την διενέργεια υπολογισμών και συγκρίσεων με δεδομένα τα οποία μπορεί να φυλάσσονται σε άλλα αρχεία

- Ø Διοίκηση δεδομένων: αφορά την αρχειοθέτηση δεδομένων και την ενημέρωση αυτών με αποτελέσματα γεγονότων τα οποία επηρεάζουν τις τιμές τους. Συμπεριλαμβάνει επίσης, την ανάκληση δεδομένων τα οποία απαιτούνται από διάφορους χρήστες ή λογισμικά.
- Ø Έλεγχος και ασφάλεια δεδομένων: αυτή η λειτουργία ασχολείται με τη διασφάλιση περιουσιακών στοιχείων του τουριστικού/ ναυτιλιακού πρακτορείου. Τα δεδομένα των εν λόγω πρακτορείων, αποτελούν σημαντικό μέρος των πόρων τους και θα πρέπει να διαφυλαχτούν από κάθε κίνδυνο ή απειλή. Αυτή η λειτουργία ελέγχου, έχει σαν στόχο τη διαβεβαίωση ότι τα συλλεγμένα δεδομένα είναι ακριβή, πλήρη και ότι η επεξεργασία αυτών γίνεται χωρίς λάθη (π.χ: υπάρχουν κάποια λογισμικά τα οποία ελέγχουν την είσοδο των στοιχείων στο σύστημα έτσι ώστε να εκπληρώσουν διάφορους βασικούς κανόνες ορθότητας). Ακόμα, τέτοια λογισμικά ελέγχου μπορούν να εφαρμόζονται στο στάδιο επεξεργασίας των δεδομένων, όπου τα τελικά υπόλοιπα της ημέρας συγκρίνονται με τα αρχικά, εφόσον έχουν αυξηθεί ή μειωθεί με το σύνολο συναλλαγών της ημέρας.
- Ø Προετοιμασία πληροφοριών και μετάδοση αυτών σε εκείνους τους τελικούς χρήστες οι οποίοι είναι εξουσιοδοτημένοι να τις περιλαμβάνουν.

### **3.3.1 Λογισμικές εφαρμογές Πληροφοριακών συστημάτων για διοικητικές και λογιστικές εργασίες των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων**

- Ø Αυτοματοποίηση λειτουργιών παροχής τουριστικών υπηρεσιών
- Ø Παρακολούθηση προμηθειών (π.χ: καταστάσεις για κρατήσεις και οφειλές τρίτων για μια δεδομένη χρονική στιγμή)
- Ø Έκδοση επιταγών για πληρωμές
- Ø Παρακολούθηση πιστωτικών λογαριασμών
- Ø Παρακολούθηση χρεωστικών λογαριασμών
- Ø Σύνταξη γενικού Καθολικού
- Ø Ανάλυση εκπτώσεων που έχουν γίνει σε μια χρονική περίοδο (ανά τέλος της ημέρας/εβδομάδας κ.λ.π)
- Ø Ανάλυση πωλήσεων
- Ø Δημιουργία βάσης δεδομένων για όλους αυτούς που συνεργάζονται με τα πρακτορεία

- Ø Σύνταξη αλληλογραφίας με τους πελάτες: το σύστημα μπορεί να συνδεθεί με τις εφαρμογές επεξεργασίας κειμένου (Word), έτσι ώστε να ενισχύσει το άμεσο marketing, με επιστολές προώθησης προς τους υφιστάμενους αλλά και πελάτες (Σωτηριάδης Μ. 2006:276).

Κατά τον Μ.Σωτηριάδη,

- Ø οι λογισμικές εφαρμογές μειώνουν τις επαναλαμβανόμενες εργασίες του τουριστικού πρακτορείου.
- Ø Βοηθούν ώστε να εκτελούνται οι διαδικασίες σε πολύ μικρό χρόνο με αποτέλεσμα να αφιερώνεται περισσότερος χρόνος στην εξυπηρέτηση πελατών
- Ø Παρέχουν εκτυπώσεις όλων των σχετικών εντύπων vouchers, transfer orders, lists, τιμολόγια κ.λ.π
- Ø Παρέχουν ένα πολύ καλό εργαλείο αυτοματοποιημένων κατά το μέγιστο εργασιών, όπως οικονομικές προσφορές (quotations), δημιουργία αρχείων, έλεγχο κέντρων κόστους, λογιστική και οικονομική διαχείριση, σύνδεση με άλλα συστήματα κ.λ.π.
- Ø Εξασφάλιση έγκυρης, πλήρης και αξιόπιστης πληροφόρησης.<sup>5</sup>

Βλέπουμε ότι τα πληροφοριακά συστήματα έχουν πολλές δυνατότητες ώστε να υποστηρίξουν ένα τουριστικό και ναυτιλιακό πρακτορείο. Υποστηρίζουν λειτουργίες:

- Ø Συστημάτων κρατήσεων GDS/CRS είτε είναι για τουριστικό είτε για ναυτιλιακό πρακτορείο
- Ø Εφαρμογές μέσω διαδικτύου (on line κρατήσεις, web-site κ.α.)
- Ø Λογιστικές εφαρμογές στο Front office των εν λόγω πρακτορείων
- Ø Λογιστικές εφαρμογές στο Back office των τουριστικών/ναυτιλιακών πρακτορείων
- Ø Διάφορες δυνατότητες όσον αφορά την εξυπηρέτηση πελατών-τουριστών κ.λ.π.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα αρχίσουμε την περιήγηση στις εταιρίες προμηθευτών πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία. Θα αναλυθούν οι επικρατέστερες εταιρίες παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα, που χρησιμοποιούνται στα τουριστικά πρακτορεία οι οποίες είναι: η Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan.

---

<sup>5</sup> Μάριος Σωτηριάδης, Ταξιδιωτικά πρακτορεία Ingoing Outgoing.

Άλλες εταιρίες οι οποίες χρησιμοποιούνται που πιθανότατα και σε ναυτιλιακά πρακτορεία είναι η Forth CRS(open seas, room view κ.ο.κ) και PANASOFT (Travel Force 2000). Τέλος, θα περιηγηθούμε στα πληροφοριακά συστήματα του ομίλου της Blue Star ferries/ Super Fast Ferries, το AFOS και το ANALYSIS FERRY LINK (που είναι καθαρά για ναυτιλιακά πρακτορεία).

### 4.1 Εταιρική παρουσίαση της Galileo Hellas: (Πηγή: [www.galileo.com](http://www.galileo.com))

Η Galileo Hellas SA είναι η μεγαλύτερη Ελληνική εταιρεία που εξειδικεύεται στην ηλεκτρονική διανομή των συστημάτων κρατήσεων στο χώρο του τουρισμού και των μεταφορών.

Ιδρύθηκε το Φεβρουάριο του 1991, είναι το NDC (National Distribution Company) της Galileo International ([www.Galileo.com](http://www.Galileo.com)), και θυγατρική εταιρεία της Ολυμπιακής Αεροπορίας ([www.Olympic airways.gr](http://www.Olympic airways.gr))

Το Galileo είναι εμπορικό σήμα του Travelport ([www.travelport.com](http://www.travelport.com)). Η Travelport είναι μία από τις ταξιδιωτικές εταιρείες, όπου δημιουργεί εξαιρετικές εμπειρίες ανάλογα με τις απαιτήσεις της παγκόσμιας αγοράς. Με παρουσία σε μεγαλύτερη επιλογή ταξιδιωτικού περιεχομένου για τους ταξιδιώτες και τους προμηθευτές ταξιδιών.

Η Travelport προσφέρει ένα ευρύ φάσμα επιχειρησιακών και καταναλωτικών υπηρεσιών, τεχνολογίες διανομής, πακέτα, ταξίδια. Διαθέτει πάνω από 20 εμπορικά σήματα, εκτός από Galileo περιλαμβάνουν ονόματα όπως Orbitz, ένα on-line γραφείο ταξιδιών και το GTA, ένα χονδρέμπορο ταξιδιών με παγκόσμιο περιεχόμενο. Το 1996 απέκτησε τοπική παρουσία στην Θεσσαλονίκη και Κύπρο, ιδρύοντας δύο υποκαταστήματα, ενώ κατά τα έτη 2000-2005 επέκτεινε τις δραστηριότητές της στην αγορά των Βαλκανίων και Ισραήλ αναλαμβάνοντας το marketing, τις πωλήσεις και την υποστήριξη του συστήματος Galileo στις τοπικές αγορές.

Η Galileo Hellas SA αναπτύσσει, επίσης, εξειδικευμένα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων Εθνικής Εμβέλειας με σκοπό την κάλυψη των αναγκών της εγχώριας τουριστικής αγοράς. Έτσι, παρέχει τη δυνατότητα διανομής σε ακτοπλοϊκές εταιρείες, σε tour operators, σε ξενοδοχεία κ.λ.π.

Επίσης, κατέχει ηγετική θέση μεταξύ των συστημάτων κρατήσεων θέσεων (GDS) στη περιοχή της και μέχρι σήμερα έχει συνδέσει περισσότερα από 1.100 ταξιδιωτικά γραφεία με περισσότερα από 2.000 τερματικά. Έχει τιμηθεί με δύο

βραβεία ως το καλύτερο ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων στην Ελλάδα για τα έτη 1998/1999, όπως επίσης και με το βραβείο καλύτερου NDC της Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής το 2000/2002.

Στόχος της Galileo Hellas SA είναι να προσφέρει συνεχώς τη μεγαλύτερη δυνατή κάλυψη στη τουριστική βιομηχανία μέσα από ένα ολοκληρωμένο περιβάλλον υπηρεσιών πληροφόρησης, τεχνολογικών λύσεων και πρωτοποριακών εργαλείων. Έτσι, να συμβάλει πάντα στην ανάπτυξη και μεγιστοποίηση της απόδοσης τουριστικών επιχειρήσεων και την αναβάθμιση της ποιότητας παροχής του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα. (Πηγή από την ιστοσελίδα: [www.galileo.com](http://www.galileo.com))

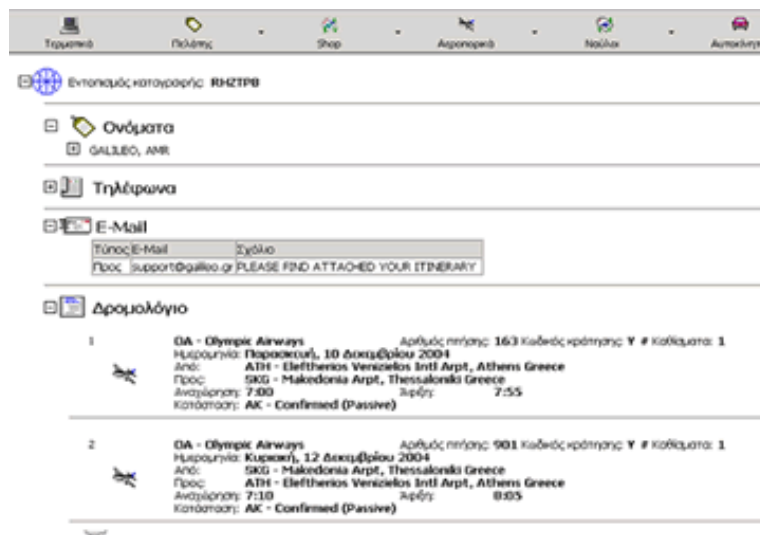
## 4.2 Προϊόντα της Galileo Hellas SA

**1. Galileo Desktop:** Είναι η τελευταία έκδοση του Focalpoint και του Viewpoint. Εμπεριέχει όλα τα προτερήματα του Focalpoint και Viewpoint σε μια μοναδική εφαρμογή (singular user interface) με επιπλέον δυνατότητες όπως:

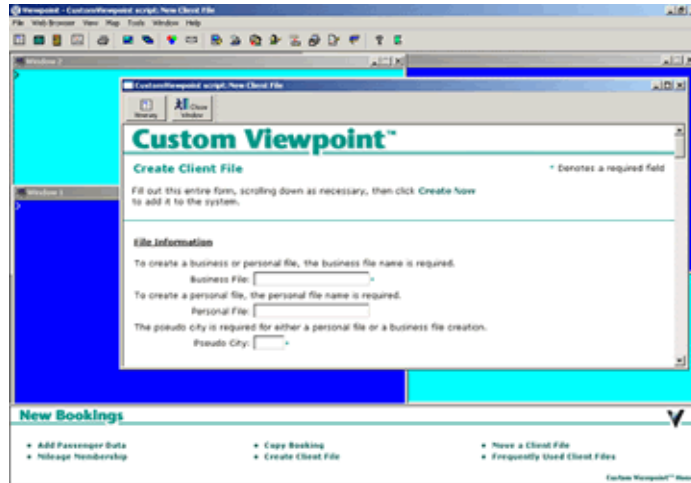
- Ø Δραστική μείωση του απαραίτητου χρόνου δημιουργίας κράτησης. Με τη δυνατότητα συνδυασμού χρήσεων του Focalpoint και Viewpoint διαπιστώνεται ότι ο χρόνος δημιουργίας κράτησης μειώνεται σημαντικά.
- Ø Διαθεσιμότητα σε 7 γλώσσες. Το Galileo διατίθεται σε 7 γλώσσες μεταξύ των οποίων και ελληνικά και σας επιτρέπει με ένα κλικ την ώρα έναρξης του προγράμματος να επιλέξετε την επιθυμητή γλώσσα λειτουργία του προγράμματος.
- Ø Προσαρμογή της επιφάνειας εργασίας ανάλογα με τις γνώσεις και τις ανάγκες του κάθε χρήστη. Προσαρμόζει, ο χρήστης, την επιφάνεια εργασίας ανάλογα με τις απαιτήσεις του (επιλογή χρωμάτων, επιλογή μεγέθους παραθύρων (Focalpoint), δημιουργία μέχρι και 30 προγραμματισμένων κλειδιών, επιλογή σειράς και εμφάνισης στοιχείων κράτησης (Viewpoint), επιλογή γραμματοσειράς, επιλογή δημιουργίας συντομεύσεων της επιλογής του).
- Ø On-line αναβάθμιση επόμενων εκδόσεων της εφαρμογής. Σε περίπτωση αναβάθμισης του προγράμματος, η αναβάθμιση γίνεται online χωρίς την απαραίτητη επίσκεψη του τεχνικού αλλά κυρίως χωρίς να τροποποιηθούν ή

να χαθούν τυχόν τροποποιήσεις που έχει κάνει ο χρήστης (rkeys, customized toolbar, preferences).

- Ø Δυνατότητα καταχώρησης email του πελάτη για αυτόματη αποστολή email.
- Ø Custom Viewpoint: Πρόσβαση στα έτοιμα script του Galileo (Vendor Remarks, Divide, Claim, Client Files, Document Production etc)
- Ø Viewpoint Customization: Δυνατότητα τροποποίησης της διαδικασίας κράτησης, μεταφοράς στοιχείων από το Galileo σε άλλη εφαρμογή, δημιουργία pop-up μηνυμάτων και υπενθυμίσεων στο χρήστη σε επιλεγμένες περιπτώσεις (π.χ: κάθε φορά που επιλέγει ο χρήστης δρομολόγιο για συγκεκριμένη πόλη ή χώρα).
- Ø Το Galileo Desktop επιτρέπει στο χρήστη να αλλάξει ολοκληρωτικά όχι μόνο την εμφάνιση της επιφάνειας εργασίας αλλά και να τροποποιήσετε σε πολύ μεγάλο βαθμό τη διαδικασία που θα πρέπει να ακολουθεί ο κάθε χρήστης κατά τη δημιουργία κρατήσεων.



1. Εικόνα από Galileo Desktop από την ιστοσελίδα [www.galileo.com](http://www.galileo.com)



## 2. Εικόνα από το Galileo Desktop από την ιστοσελίδα [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

**2. Click Point:** Παράδειγμα διαθεσιμότητας θέσεων για κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία με τη χρήση εντολών. Πριν την εντολή αρκεί ο χρήστης να βάλει : ή ; ) και να κρατήσει θέσεις με ένα κλικ.

Παράδειγμα εντολής: **A15MARATHLON\*OA.D+18MAR\*OA.D**

Επεξήγηση εντολής: Διαθεσιμότητα για τις 15 Μαρτίου από Αθήνα για Λονδίνο με την Ολυμπιακή Αεροπορία, μόνο απευθείας πτήσεις και επιστροφή μόνο με απευθείας πτήσεις.

A15MARATHLON																
THU	15MAR07	ATHENS	/LONDON								*0A					
1	ATH	LGW	0700 0855	OA	271	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X7	Q7	T7	U7	734C*
2	ATH	LHR	1330 1530	OA	269	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X7	Q7	T8	U7	348C*
3	ATH	LHR	1915 2115	OA	265	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X7	Q7	T8	U7	734C*
4	ATH	LHR	0900 1100	BA	631	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	767C*
5	ATH	LGW	1250 1440	U25086	Y											319 *
6	ATH	LHR	1455 1655	BA	641	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	325C*
7	ATH	LHR	1925 2125	BA	633	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	767C*
« More Flights »																
« 14MAR »																
16MAR »																
1 pax																
A18MARLONATH																
SUN	18MAR07	LONDON	/ATHENS								*0A					
1	LHR	ATH	1220 1755	OA	260	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X2	Q7	T8	U7	734C*
2	LHR	ATH	1635 2210	OA	270	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X7	Q7	T8	U7	348C*
3	LHR	ATH	2215#0350	OA	266	C4 B7	Y7	M7	L7	N7	K7	X7	Q7	T8	U7	348C*
4	LGW	ATH	0640 1220	U25085	Y											319 *
5	LHR	ATH	0755 1335	BA	640	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	325C*
6	LHR	ATH	1225 1805	BA	632	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	767C*
7	LGW	ATH	1545 2125	U25087	Y											319 *
8	LHR	ATH	1955#0130	BA	634	J9 UC	C9	D9	IC	Y9	B9	H9	K9	M9	RC	767C*
« More Flights »																

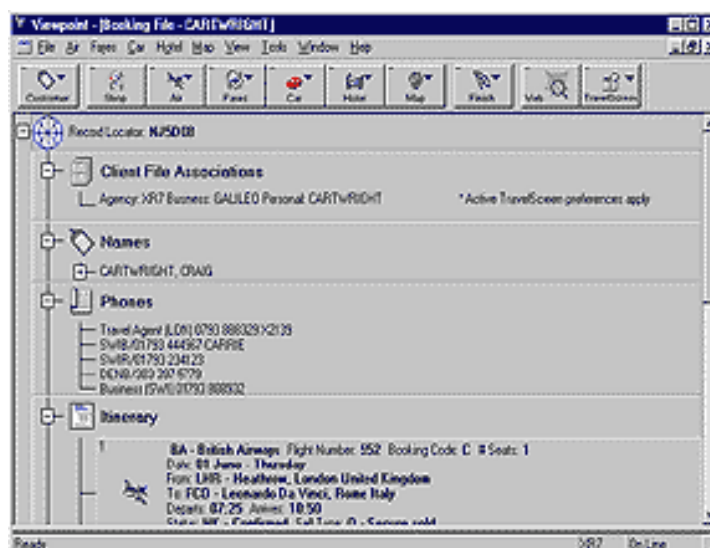
## 3. Click Point από την [www.galileo.com](http://www.galileo.com)



Επεξήγηση για την πιο πάνω εικόνα:

- Ø Οι διαθεσιμότητες εμφανίζονται η μία κάτω από την άλλη. Για να κρατήσει μια θέση ( ο χρήστης) κάνει κλικ επάνω στο επιθυμητό class of service. Οι κίτρινες θέσεις είναι διαθέσιμες οι πορτοκαλί λίστα και οι άσπρες κλειστές.
- Ø Αν θέλει για πάνω από ένα άτομο πριν το κλικ αλλάζει τον αριθμό των επιβατών από το drop down menu που βρίσκεται κάτω από την κάθε διαθεσιμότητα.
- Ø Αν θέλει να εμφανίσει (ο χρήστης ) την ίδια διαθεσιμότητα αλλά για μια ημέρα πριν ή μετά χωρίς να χάσει την προηγούμενη κάνει κλικ στην ημερομηνία πριν ή μετά την πράσινη γραμμή εντολών.

**3.View Point:** Είναι το εργαλείο κρατήσεων με το οποίο ο χρήστης μπορεί να εκμεταλλεύεται εύκολα όλες τις δυνατότητες του συστήματος Galileo χωρίς να γνωρίζει εξειδικευμένες εντολές και με ελάχιστη χρήση του πληκτρολογίου. Είναι η σύγχρονη εξέλιξη του τρόπου πρόσβασης στο σύστημα Galileo. Στόχος του είναι να παρέχει στο χρήστη ένα εργαλείο απλοποίησης και επιτάχυνσης της διαδικασίας κράτησης μέσα από ένα τρόπο εμφάνισης των πληροφοριών και των επιλογών στην οθόνη.



#### 4. View Point: [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

Με τη χρήση του View Point:

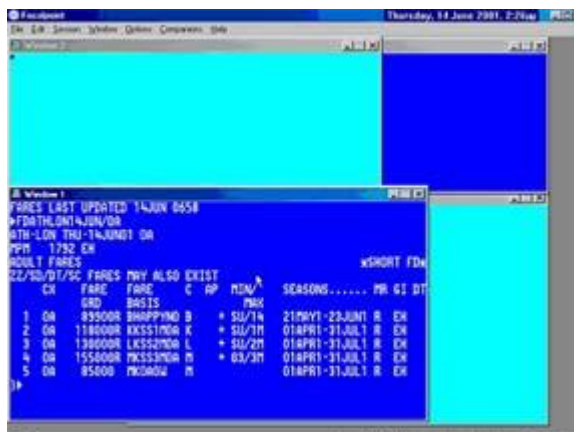
- Ø Ο χρήστης έχει πλήρη πρόσβαση στο σύστημα Galileo® και τα εργαλεία του.
- Ø Παρέχεται η δυνατότητα ευρέσεως της χαμηλότερης τιμής ανάλογα με το budget του καταναλωτή, μέσω του Low Fare Shopping Tool.

- Ø Υπάρχει πρόσβαση στους ηλεκτρονικούς χάρτες του Galileo®, τους οποίους υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης και ο χρήστης μπορεί να δώσει στους πελάτες του. Οι χάρτες των πόλεων διεθνώς, περιέχουν αξιοθέατα όπως επίσης και τα περισσότερα ξενοδοχεία στον κόσμο.
- Ø Ελαχιστοποιείται ο χρόνος εκπαίδευσης των χρηστών. Περιέχει επίσης το Touring Viewpoint , μέσω του οποίου ο χρήστης καθοδηγείται για τη χρήση του προγράμματος. Αυτό βοηθάει το εποχιακό προσωπικό να είναι παραγωγικό από τις πρώτες μέρες χρήσης του συστήματος.
- Ø Παρέχεται η δυνατότητα να κάνει pre - seating στους πελάτες του με την εμφάνιση του χάρτη του αεροσκάφους.
- Ø Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εναλλάσσει τις οθόνες Viewpoint™ και Focalpoint® ανά πάσα στιγμή.

4. **Focal Point:** Είναι ίσως το πιο ευέλικτο λογισμικό στην αγορά για ηλεκτρονικές κρατήσεις, βασισμένο στα Windows, το οποίο επιτρέπει την αποτελεσματική εργασία.

#### **Μεγιστοποίηση παραγωγής και λειτουργικότητας του χρήστη:**

Το Focal point χρησιμοποιεί τεχνολογία που βασίζεται στα Microsoft Windows προσφέροντας ακόμα μεγαλύτερη λειτουργικότητα και εξοικονόμηση χρόνου, όπου αυτό το γεγονός βοηθάει τους χρήστες του προγράμματος.



#### **5. Focal Point από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)**

Το Focal Point παρέχει μέχρι και εννέα (9) ξεχωριστές περιοχές εργασίας ή παράθυρα στην οθόνη. Δίνει τη δυνατότητα χρήσης Month View, δυνατότητα προγραμματισμού μέχρι και 50 κλειδιών, τα οποία μπορούν να περιέχουν εντολές Galileo, εφαρμογές Windows κ.α. Διαφορετικές λειτουργίες μπορούν να εφαρμοστούν σε κάθε παράθυρο και έτσι εξοικονομείται χρόνος και υπάρχει

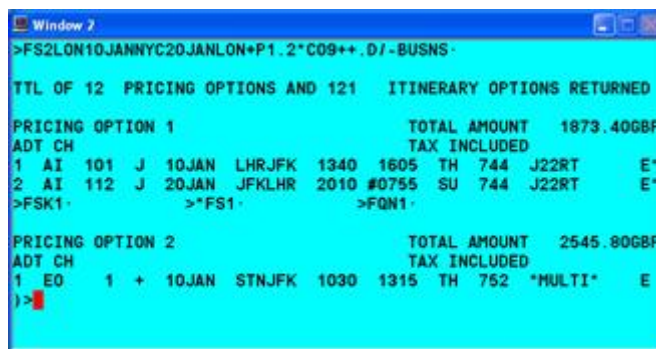
περισσότερη παραγωγικότητας από μεριάς των υπαλλήλων- χρηστών που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο πρόγραμμα

Το κάθε τερματικό μπορεί να φέρει την προσωπική υπογραφή του κάθε χρήστη, ο οποίος μπορεί να προγραμματίσει τις λειτουργίες που θέλει ανάλογα με τις ανάγκες του και με το αντικείμενο εργασίας που ασχολείται. Το Focal Point είναι, πιθανότατα, το πλέον αποτελεσματικό και αποδοτικό εργαλείο που συμβάλει στην ποιοτική και ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση πελατών.

## 5. Focal Point Shopping:

Επιτρέπει την εύρεση για την καλύτερη δυνατή τιμή για ένα δρομολόγιο, τον έλεγχο διαθεσιμότητας (availability), αλλά και τον έλεγχο κανόνων του κάθε προτεινόμενου ναύλου, με την χρήση μιας και μόνο εντολής.

Σαν χρήστης, μπορεί να ψάξει από τα πιο απλά μέχρι τα πιο πολύπλοκα δρομολόγια γρήγορα και αξιόπιστα, προτείνοντας στον πελάτη την καλύτερη προτεινόμενη τιμή, συμπεριλαμβανομένων όλων των φόρων και των επιπλέον χρεώσεων.



```
Window 2
>FS2LON10JANNYC20JANLON+P1.2*C09++.D/-BUSNS-
TTL OF 12 PRICING OPTIONS AND 121 ITINERARY OPTIONS RETURNED
PRICING OPTION 1                                TOTAL AMOUNT 1873.40GBP
ADT CH                                           TAX INCLUDED
1 AI 101 J 10JAN LHRJFK 1340 1605 TH 744 J22RT E*
2 AI 112 J 20JAN JFKLHR 2010 #0755 SU 744 J22RT E*
>FSK1< >FS1< >FQ1<
PRICING OPTION 2                                TOTAL AMOUNT 2545.80GBP
ADT CH                                           TAX INCLUDED
1 EO 1 + 10JAN STNJFK 1030 1315 TH 752 *MULTI* E
)>
```

## 6. Focal Point από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

Το Focal Point είναι η ιδανική λύση διότι όχι μόνο επιτρέπει στον χρήστη να αυτοματοποιήσει μια διαδικασία η οποία στο παρελθόν απαιτούσε τη χρήση αρκετών εντολών, αλλά επιτρέπει να έχει μια ολοκληρωμένη εικόνα των επιλογών που έχει για το δρομολόγιο που επιθυμεί ο πελάτης.

## 6. Focal Point Relay:

Συμβάλει στην παραγωγικότητα μέσα από την αυτοματοποίηση πολύπλοκων και χρονοβόρων δραστηριοτήτων, βοηθάει τα προϊόντα του Galileo να είναι ταχύτερα και ευκολότερα στη χρήση και επιτρέπει να εστιάζει ο χρήστης περισσότερο στην εξυπηρέτηση πελατών.

Είναι ένα παραγωγικό εργαλείο το οποίο εκμεταλλεύεται τα πλεονεκτήματα του Focal Point για να δώσει ταχύτητα και αποτελεσματικότητα σε επαναλαμβανόμενες και χρονοβόρες εργασίες.

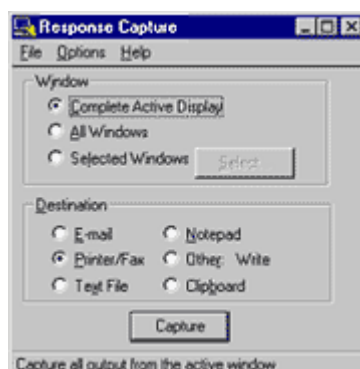


### 7. Focal Point Relay από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

Το Focal Point Relay παρέχει 8 εφαρμογές σε μορφή Toolbar (εικονιδίων στην οθόνη), καθώς επίσης και τη δυνατότητα στον χρήστη να προγραμματίζει επιπρόσθετες εφαρμογές προκειμένου να αυτοματοποιήσει την πλειονότητα των λειτουργιών του τουριστικού πρακτορείου.

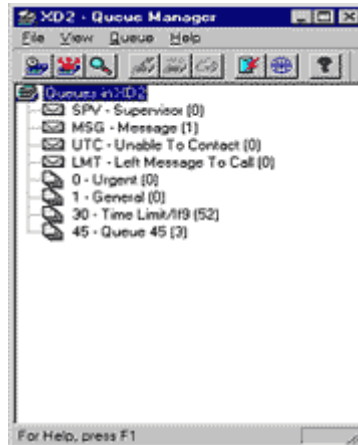
#### **Αναλυτικά το Focal Point Relay περιλαμβάνει τις εφαρμογές:**

**Response Capture:** Δυνατότητα αποστολής πληροφοριών από τα παράθυρα Galileo (όσες πληροφορίες και εάν αυτά περιέχουν) σε e-mail, notepad, ή άλλη εφαρμογή που επιλέγει ο χρήστης.



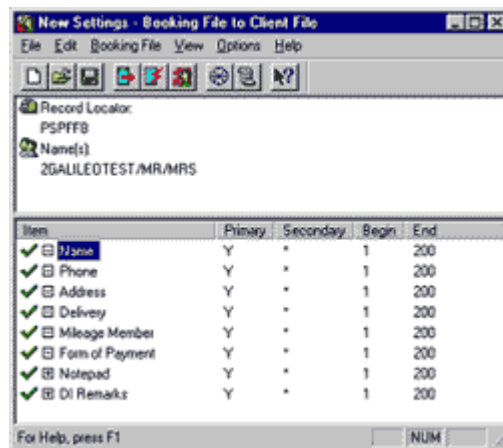
### 8. Response Capture από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

**Queue Manager:** Εξοικονομεί χρόνο και συμβάλει στην αποτελεσματικότητα σε ότι αφορά τη διανομή των κρατήσεων. Έτσι, ο κάθε χρήστης μπορεί να λαμβάνει μόνο τα queue messages που τον αφορούν χωρίς να είναι αναγκασμένος να διαβάσει όλα τα μηνύματα που έρχονται καθημερινά στο γραφείο (πρακτορείο).



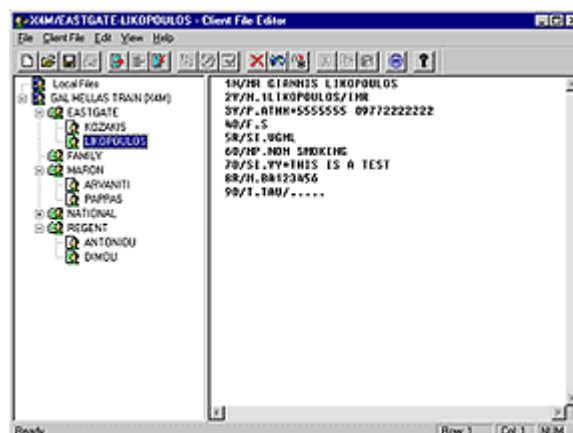
### 9 Queue Manager από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

**Booking File to Client File:** Δυνατότητα άμεσης δημιουργίας ενός Client file μέσα από μία κράτηση.



### 10. Booking File to Client File από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

**Client File Editor:** Εξοικονομεί χρόνο στη δημιουργία και τροποποίηση ενός Client File.



### 11. Client File Editor Από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

**Ticket Exchange:** Δυνατότητα για γρήγορη και σωστή διαδικασία των exchange εισιτηρίων.

**Print Recovery:** Γρήγορη και αποτελεσματική αντιμετώπιση των διαδικασιών που αφορούν την εκτύπωση εισιτηρίων και δρομολογίων (itinerary) για τον πελάτη.

**E – status:** Παράγει αναφορές με τα αχρησιμοποίητα ηλεκτρονικά εισιτήρια.

Το Relay βελτιώνει τον ποιοτικό έλεγχο, μειώνει την ανάγκη για εκπαίδευση συμβάλλοντας στην αύξηση της παραγωγικότητας του τουριστικού πρακτορείου.

**Custom Check:** Δυνατότητα εμφάνισης, αντιγραφής, τροποποίησης και διαγραφής κανόνων Custom Check.

Είναι ένα δυναμικό εργαλείο μέσω του οποίου μπορεί ο κάθε χρήστης να καθορίζει ή να ελέγχει τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται κατά την κράτηση. Οι κανόνες του Custom Check ενεργοποιούνται κατά τη διάρκεια δημιουργίας κράτησης και καθοδηγούν τον χρήστη στη τήρησή τους (για παράδειγμα: Προειδοποίηση στο χρήστη ότι για τον επιβάτη 2 της κράτησης δεν υπάρχει καταχώρηση, κάρτας μιλίων του επιβάτη). Επιπλέον, οι κανόνες αυτοί μπορεί να είναι προαιρετικοί ή υποχρεωτικοί ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του πρακτορείου.

Με το Custom Check παρέχεται η διαδικασία γρήγορης και εύκολης προσαρμογής νέων υπαλλήλων – χρηστών στους κανόνες και τις διαδικασίες του πρακτορείου διασφαλίζεται η ικανότητα ελέγχου και διατήρησης όλων των απαραίτητων πληροφοριών που χρειάζονται σε μια κράτηση.

## **7. Galileo 360° Fares:**

Εξασφάλιση ευελιξίας και αποτελεσματικής εξυπηρέτησης

Το Galileo 360° Fares είναι ένα πλήρες και σωστό σύστημα τιμολόγησης, μπορεί να αυξηθεί η παραγωγικότητα του τουριστικού πρακτορείου αποφεύγοντας χειρόγραφες και χρονοβόρες διαδικασίες, ενώ παράλληλα να εξυπηρετεί άμεσα και αποτελεσματικά τους πελάτες.

Το Galileo 360° Fares είναι το πρωτοποριακό σύστημα τιμολόγησης παγκοσμίως το οποίο προσφέρει εύκολη και ακριβή πρόσβαση σε οποιαδήποτε δημοσιευμένη τιμή σε περισσότερη από 44.000 ταξιδιωτικά γραφεία και έχει επιλεγθεί από περισσότερες από 100 αεροπορικές εταιρείες σαν in – house σύστημά τους.

Σε κάθε αυτόματη τιμολόγηση ο ναύλος επιβεβαιώνει όλους τους εφαρμοσμένους φόρους, κόμιστρα, το επιτρεπόμενο βάρος αποσκευών και άλλα έξοδα για κάθε σκέλος διαδρομής ταξιδιού.

Το Galileo 360° Fares

- Ø περιλαμβάνουν μία πλήρη βάση δεδομένων με εκατομμύρια ναύλους που ενημερώνονται αυτόματα έτσι ώστε να διασφαλίζεται η απόλυτη και έγκυρη ενημέρωση. Όλοι οι όροι ναύλων, διαδρομές, υποσημειώσεις και αρχές κατασκευής ναύλων ελέγχονται κατά τη διάρκεια της τιμολόγησης.
- Ø Τιμολογούν πολύπλοκα δρομολόγια στη στιγμή έχοντας ελέγξει όλους τους κανόνες των ναύλων.
- Ø Επιτρέπει την τιμολόγηση της κάθε διαδρομής μιας κράτησης χωριστά, συμπεριλαμβανομένων και των φόρων που αντιστοιχούν στη συγκεκριμένη διαδρομή.
- Ø Συμπεριλαμβάνουν το Best Buy, το οποίο βρίσκει αυτόματα την καλύτερη δημοσιευμένη τιμή για το κάθε κρατημένο δρομολόγιο, έχοντας κάνει ταυτόχρονα έλεγχο στη διαθεσιμότητα.
- Ø Συμπεριλαμβάνουν το Agency Private Fares
- Ø Συμπεριλαμβάνουν το Fare Quote Planner, το οποίο έχει τη δυνατότητα εύρεσης μέχρι και 10 καλύτερες προτεινόμενες τιμές για ένα δρομολόγιο για το οποίο δεν έχει ακόμα γίνει η κράτηση, συν των φόρων. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα να βλέπει ο χρήστης την κάθε προτεινόμενη τιμή καθώς και τις αντίστοιχες νότες.

Με το Galileo 360° Fares, ο χρήστης, μπορεί να δίνει προσφορές τιμών με σιγουριά, γνωρίζοντας ότι έχει πρόσβαση στις πλέον ενημερωμένες πληροφορίες και ότι οι τιμές που δίνει είναι σε πλήρη συμφωνία με εκείνες που προσφέρουν οι αεροπορικές εταιρείες.

**8. Focal Point Net (web solutions):** Προσφέρει τη μείωση λειτουργικών εξόδων του τουριστικού πρακτορείου. Το Focal Point Net δίνει πρόσβαση στο βασικό σύστημα Galileo μέσα από το Internet ανεξάρτητα από τον Internet Provider που πιθανώς θα συνεργάζεται το κάθε πρακτορείο.

Σήμερα, ανεξάρτητα από το μέγεθος και τον κύκλο εργασιών του κάθε τουριστικού πρακτορείου, μπορεί να είναι έτοιμο να αντιμετωπίσει τις ραγδαία αυξανόμενες προκλήσεις της τουριστικής αγοράς.

Το λογισμικό πρόγραμμα της Galileo, Focal Point Net, ανοίγει νέους ορίζοντες (είτε στο πρακτορείο είτε οπουδήποτε αλλού).

Το Focal Point Net είναι:

- Ø Εύκολο στη χρήση
- Ø Εύκολο στην πρόσβαση
- Ø Χαμηλού κόστους εναλλακτική λύση
- Ø Υποστηρίζεται από το σύστημα της Galileo σε τοπικό δίκτυο παγκοσμίως
- Ø Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε εκθέσεις και συνέδρια αφού μπορεί να εγκατασταθεί και σε Laptop.

Το Focal Point Net είναι η λύση για τη μείωση των λειτουργικών εξόδων του τουριστικού πρακτορείου ενώ παράλληλα μεγιστοποιεί την ανάγνωσή του. Λόγω του ότι είναι βασισμένο στο Focal Point, δεν απαιτεί ειδική εκπαίδευση των υπαλλήλων – χρηστών που ήδη χειρίζονται το σύστημα, ενώ η ευκολία πρόσβασης που έχει, τους επιτρέπει να εργάζονται ακόμα και από το σπίτι τους.

Το Focal Point Net εγκαθίσταται γρήγορα, εφόσον υπάρχει σύνδεση στο Internet στο πρακτορείο. Οι δυνατότητες είναι ίδιες με αυτές του συστήματος Focal Point του Galileo:

- Ø Κρατήσεις σε αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχείο, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, εκτύπωση και πληροφορίες δρομολογίων και εισιτήρια.
- Ø Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης στα εργαλεία παραγωγικότητας View Point & Maps, Relay, Client Files Plus, Custom Check, ενώ γίνεται και αυτόματη ενημέρωση του Back Office.

#### **9. Client Files Plus:**

- Ø Αποθήκευση σημαντικής πληροφορίας για τους πελάτες, παρέχοντας τους υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης.

Το Client Files Plus δίνει τη δυνατότητα αποθήκευσης σημαντικών πληροφοριών για τους πελάτες (αρ. πιστωτικής κάρτας, διαβατηρίου, κάρτα μιλίων, θέση που επιθυμεί ο πελάτης στο αεροπλάνο, τηλέφωνο επικοινωνίας, προτίμησης σε αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία κ.α.) για τις οποίες υπάρχει δυνατότητα κατηγοριοποίησης σε τρία επίπεδα:

1. Agency Files
2. Business Files
3. Personal Files και οι οποίες μεταφέρονται αυτόματα στην κράτηση.



Παράλληλα, με τα Membership Client Files, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν Client Files , τα οποία θα περιλαμβάνουν τιμές για δρομολόγια, ξενοδοχεία, αυτοκίνητα στα οποία θα μπορούν να έχουν πρόσβαση στα συνεργαζόμενα πρακτορεία.

Επιπλέον, με το προϊόν Travel screen το οποίο δουλεύει σε συνδυασμό με τα Client Files Plus, μπορεί (ο χρήστης) να ζητήσει διαθεσιμότητα για τον πελάτη με όποια αεροπορική εταιρεία επιθυμεί. Το Client Files Plus είναι η ιδανική λύση για υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης στους πελάτες, γνωρίζοντας ανά πάσα στιγμή τις επιθυμίες τους.

**10. Airline Products:** Διασφάλιση υψηλού και αξιόπιστου επιπέδου υπηρεσιών. Χάρη στην πλήρη σειρά αεροπορικών προϊόντων του Galileo, οι αεροπορικές κρατήσεις ποτέ δεν γινόταν με τόσο εύκολο και αξιόπιστο τρόπο.

Στις μέρες μας, οι επιβάτες είναι πιο απαιτητικοί από ποτέ, ζητώντας ειδικά γεύματα, συγκεκριμένη θέση στο αεροπλάνο ή εγγυημένη επιλογή καθίσματος σε συγκεκριμένους τύπους αεροπλάνων. Η πλούσια ποικιλία των εξειδικευμένων αεροπορικών προϊόντων που προσφέρει το Galileo μπορεί να χειριστεί οποιαδήποτε απάντηση με μεγάλη ευκολία παρέχοντας το προβάδισμα στην ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών.

**11. Galileo Availability:** Εγγυάται την πιο ενημερωμένη διαθεσιμότητα θέσεων από 500 αεροπορικές εταιρείες, δίνοντας στους πελάτες, μεγαλύτερη επιλογή εναλλακτικών πτήσεων και δρομολογίων.

Η βάση δεδομένων του Galileo περιλαμβάνει κάθε δημοσιευμένη πτήση στον κόσμο. Το σύστημα ψάχνει αυτόματα για τις πτήσεις που ταιριάζουν στα κριτήρια επιλογής των πελατών, περιλαμβάνοντας ενδιάμεσους σταθμούς και αεροπορικές εταιρείες. Ζήτηση διαθεσιμότητας μέσω του Carrier Specific Display, το οποίο επιτρέπει να δει ο χρήστης τη διαθεσιμότητα της εταιρείας μέσα από το δικό της σύστημα ή διαθεσιμότητα Last Seat Availability, βλέποντας πόσες ελεύθερες θέσεις προς πώληση έχουν απομείνει για μια συγκεκριμένη πτήση.

**12. Enhanced Booking File Servicing(EBFS):** Εξαλείφει τη πολύπλοκη και μακροχρόνια διαδικασία που χρειάζεται για την αποστολή αιτημάτων των πελατών για παράδειγμα:

- Ø Όταν θέλει ο πελάτης να πάρει το εισιτήριο του από το αεροδρόμιο (Ticket On Departure, TOD) μπορούν να ολοκληρωθούν με ελάχιστη προσπάθεια. Με μια απλή εντολή, όλα τα εξυπηρέτησης αποστέλλονται

αυτόματα στην αεροπορική εταιρεία με τη μέθοδο που η ίδια εταιρεία προτιμά.

**13. Galileo Sell:** Οποιαδήποτε απαίτηση κι αν έχει ο πελάτης υπάρχει η προσφορά μέγιστης δυνατότητας επιλογής αεροπορικών εταιρειών και εγγυημένων κρατήσεων θέσεων.

Οι σχέσεις Galileo με τις εκατοντάδες αεροπορικές εταιρείες δίνουν στα εν λόγω πρακτορεία ανταγωνιστική υπεροχή και εγγυώνται τις πιο ακριβείς πληροφορίες ανά πάσα στιγμή.

**14. Galileo Advanced Seat Reservations:** Προσφέρει στους πελάτες τον τύπο καθίσματος που αυτοί προτιμούν για τις περισσότερες αεροπορικές εταιρείες.

Μια ποικιλία προϊόντων που σχετίζονται με την προκράτηση θέσεων επιτρέποντας στους χρήστες την επιλογή και την κράτηση συγκεκριμένης θέσης γρήγορα, εύκολα και σίγουρα.

Με ηλεκτρονική σύνδεση (links) στα περισσότερα συστήματα κρατήσεων αεροπορικών εταιρειών, το Galileo, παρέχει τη δυνατότητα στον χρήστη – υπάλληλο να προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

**15. Car Master:** Απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και στην ενοικίαση αυτοκινήτου.

Είναι ένα πλήρες σύστημα ενοικίασης αυτοκινήτων που διευκολύνει τη παροχή αυτής της υπηρεσίας άμεσα στους πελάτες, για κρατήσεις αυτοκινήτων που ανταποκρίνονται απόλυτα στις απαιτήσεις τους. Χρησιμοποιώντας το Car Master, δεν χρειάζεται η αποστήθιση πολύπλοκων εντολών: αρκούν μερικά κλικ και όλες οι έγκυρες τιμές που ανταποκρίνονται στις επιθυμίες του πελάτη, όλα τα rules των εταιρειών και η διαθεσιμότητα εμφανίζονται στην οθόνη.

Με On-line πρόσβαση σε όλες τις μεγάλες εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων παγκοσμίως (19.500) γραφεία, το Car Master επιτρέπει στο χρήστη να προσφέρει ένα απεριόριστο αριθμό από τύπους αυτοκινήτων. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ο χρήστης (υπάλληλος) λαμβάνει επιβεβαίωση από την εταιρεία ενοικίασης αυτοκινήτων. Η ευελιξία του Car Master επιτρέπει εύκολες τροποποιήσεις στις κρατήσεις (εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, τύπος αυτοκινήτου, κατηγορίες τιμών, ημερομηνίες, περιοχές).

Το δυναμικό και εύκολο στην εκμάθηση πρόγραμμα Car Master, επιτρέπει τον χειρισμό του, γρήγορα και αποδοτικά ακόμα και τις πιο πολύπλοκες απαιτήσεις των

πελατών, ενώ ταυτόχρονα, τους παρέχονται η καλύτερη εξυπηρέτηση και αυξημένη παραγωγικότητα του τουριστικού πρακτορείου.

**16. Leisure Shopper:** Είναι ένα προϊόν για κρατήσεις σε κρουαζιέρες καθώς και σε προγράμματα εκδρομών με διεθνείς ταξιδιωτικούς οργανισμούς. Θεωρείται πρωτοποριακό διεθνώς ως το πιο εξελιγμένο σύστημα στη κατηγορία του.

Το Leisure Shopper παρέχει στο πρακτορείο πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για την ολοκλήρωση μιας κράτησης, όπως:

- Ø Διαθεσιμότητα τελευταίας θέσης
- Ø Πλήρη περιγραφή των προσφερόμενων tours και κρουαζιέρων
- Ø Δυνατότητα τροποποίησης ή και ακύρωσης κράτησης
- Ø Δυνατότητα διαφημιστικού υλικού από ένα προμηθευτή
- Ø Τιμές.

Το Leisure Shopper διαθέτει σήμερα περισσότερους από 30 tour operators και 9 Cruise Lines (Carnival Cruises, Celebrity Cruises, Holland American Line, Norwegian Cruise Line, Princess Cruises, Radisson Seven Seas Cruises, Royal Caribbean Cruises, Wind Star Cruises).

**17. Room Master:** Το πιο ολοκληρωμένο και ακριβές πρόγραμμα ξενοδοχειακών κρατήσεων, που παρέχει άμεση πρόσβαση στο σύστημα του ίδιου του ξενοδοχείου, επιτρέποντας στο τουριστικό πρακτορείο να ανταποκριθεί στις ανάγκες των πελατών του, γρήγορα και αποδοτικά.

Το Room Master απλοποιεί τη διαδικασία παρέχοντας πρόσβαση σε περισσότερα από 56.000 ξενοδοχεία διεθνώς. Κάνοντας κράτηση μέσω του Room Master, όλοι οι όροι, η πολιτική κάθε ξενοδοχείου καθώς και αιτήσεις για πώληση δωματίων ελέγχονται αυτόματα για το αν αντεπεξέρχονται στις απαιτήσεις του πελάτη και μετά την πώληση εμφανίζεται μια περίληψη με τους όρους, ακόμα και όταν δεν είναι εκείνες που έχει ζητήσει ο χρήστης.

**18. Room Master inside Availability:** Είναι πρωτοποριακό στο χώρο των συστημάτων κρατήσεων προσθέτοντας το πλεονέκτημα της άμεσης πρόσβασης στο in-house σύστημα κρατήσεων του κάθε ξενοδοχείου τόσο για τις πωλήσεις όσο και για την έγκυρη και έγκαιρη διαθεσιμότητα δωματίων.

Το Room Master προσφέρει το επαναστατικό Alternative Availability το οποίο προτείνει εναλλακτικά ξενοδοχεία κοντά στην περιοχή της επιλογής του χρήστη, σε περίπτωση που η αρχική επιλογή ξενοδοχείου δεν έχει διαθεσιμότητα.



## 12 Room Master inside Availability από [www.galileo.com](http://www.galileo.com)

Μέσω των 1.600 και πλέον ηλεκτρονικών χαρτών του Galileo μπορεί ο χρήστης να προσφέρει ποιοτικότερη εξυπηρέτηση στον πελάτη. Το εύκολο στη χρήση γραφικό σύστημα χαρτών επιτρέπει την πρόσβαση σε λεπτομερείς χάρτες πόλεων (ξενοδοχεία, αξιοθέατα) και αεροδρομίου ανά τον κόσμο. Ο συνδυασμός των χαρτών με τις δυνατότητες που έχει το Room Master βοηθάει πολύ τους ταξιδιωτικούς πράκτορες στο να κατανοήσουν εύκολα και γρήγορα τη διαδικασία κρατήσεων.

**19. Queue Categories:** Με το προσωπικό προϊόν Queue Categories υπάρχει η δυνατότητα ενεργοποίησης μέχρι και 100 κατηγορίες queue, οι οποίες περιλαμβάνουν μέχρι και 40.000 queues. Με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η παραγωγικότητα του πρακτορείου, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα καλύτερο έλεγχο στα queues.

**20. Selective Access:** Το Selective Access επιτρέπει στο πρακτορείο να μοιράζει καθορισμένα στοιχεία με τους συνεργάτες του που διαθέτουν Galileo ή Apollo. Το μόνο που χρειάζεται είναι ο προσδιορισμός του βαθμού πρόσβασης που θέλει να έχουν οι συνεργάτες του. Με το συγκεκριμένο πρόγραμμα μπορεί να επιτρέψει (το πρακτορείο) ή να απαγορεύει τις παρακάτω δραστηριότητες, έχοντας τη δυνατότητα διαφοροποίησης της επιλογής για κάθε συνεργαζόμενο πρακτορείο.

- Ø Απεικόνιση, τροποποίηση, δημιουργία αρχείων (PNRs)
- Ø Αυτόματη αποστολή στην queue του αρχείου κράτησης μετά το τέλος της συναλλαγής
- Ø Απεικόνιση, τροποποίηση, δημιουργία αρχείων πελατών (Client Files)
- Ø Queuing
- Ø Δημιουργία & Ακύρωση Custom Check rules.

Χρησιμοποιώντας τις παραπάνω δραστηριότητες, θα βελτιωθούν το επίπεδο και η ταχύτητα στη συνεργασία του πρακτορείου με άλλα ταξιδιωτικά πρακτορεία ή υποκατάστημα του πρακτορείου, γρήγορα και εύκολα χωρίς πιθανότητες δημιουργίας λαθών.

**21. View Trip. COM:** Πρόκειται για την απογείωση των υπηρεσιών των τουριστικών πρακτορείων με non-stop service προς τους πελάτες τους.

Για τη μείωση των ερωτήσεων και αποριών πελατών σε ότι αφορά το ταξίδι τους και ταυτόχρονα και την αύξηση ποιότητας εξυπηρέτησής τους, χωρίς κανένα επιπλέον κόστος, η νέα βελτιωμένη έκδοση του Galileo View Trip, ενός on-line εργαλείου δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες να δουν την κράτησή τους, να την στείλουν με e-mail και να εκτυπώσουν την απόδειξη του ηλεκτρονικού τους εισιτηρίου. Η νέα σχεδίαση της ιστοσελίδας προσφέρει στον πελάτη μια φιλική αλλά και εύκολα αναγνώσιμη σελίδα.

**Δυνατότητες View Trip.com:**

- Ø Απαραίτητες πληροφορίες για την εξυπηρέτηση πελάτη πριν την αναχώρηση όπως μετατροπές νομίσματος, χάρτες, πληροφορίες διαβατηρίων/visa, καιρός, ημερολόγιο γεγονότων και ταξιδιωτικός οδηγός.
- Ø Δυνατότητα εμφάνισης σελίδας σε 21 γλώσσες ανάμεσα στις οποίες είναι και τα ελληνικά.
- Ø Δρομολόγιο και ηλεκτρονική απόδειξη με τέτοιο τρόπο σχεδιασμένα ώστε να εμφανίζεται σε μία οθόνη μαζί με μία περιληπτική εικόνα όλων των πτήσεων έτσι ώστε να είναι εύκολα και γρήγορα στην εκτύπωση.
- Ø Οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση 24 ώρες την ημέρα, 365 μέρες το χρόνο στα στοιχεία της κράτησης τους από οποιαδήποτε συμβατή συσκευή με πρόσβαση στο Internet χωρίς να είναι απαραίτητο να επικοινωνήσει με το πρακτορείο.
- Ø Εύκολο στη χρήση, δίνει τη δυνατότητα της εκτύπωσης και της αποστολής e-mail του δρομολογίου ή της απόδειξης του ηλεκτρονικού εισιτηρίου.
- Ø Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα επιλογής εμφάνισης της οθόνης συμπεριλαμβανομένων και της γλώσσας, του καιρού, το μέγεθος των γραμμάτων και της ώρας.

**22. Galileo Electronic Ticketing:** Το ηλεκτρονικό εισιτήριο του μέλλοντος.

Ολοένα και περισσότερες αεροπορικές εταιρείες αρχίζουν να εφαρμόζουν αυτή τη τεχνολογία. Μέχρι στιγμής 40 εταιρείες με τις οποίες συνεργάζεται η Galileo International προσφέρουν αυτή τη δυνατότητα σε 34 χώρες.

Τα ηλεκτρονικά εισιτήρια είναι πιθανότατα γρήγορα, εύκολα, ασφαλή και ιδανική λύση για κρατήσεις «τελευταίας στιγμής», ελαχιστοποιώντας την ανάγκη των επιβατών να περιμένουν σε ουρές για να πάρουν το εισιτήριό τους από το αεροδρόμιο.

Αυτή τη στιγμή υπάρχει η δυνατότητα e-ticketing, με 22 αεροπορικές εταιρείες στην Ελληνική αγορά, περισσότερο από κάθε άλλο CRS και με αεροπορικές εταιρείες στη Κύπρο.

**23. Galileo Enhanced Itinerary- DYO:** Μεγιστοποίηση ποιότητας πληροφόρησης των τουριστικών πρακτορείων.

Το Galileo Enhanced Itinerary αποτελείται από δύο δυναμικά εργαλεία τα οποία μπορούν να περιλαμβάνουν όλες τις πληροφορίες που αφορούν την κράτηση του πελάτη (αεροπορική κράτηση με ημερομηνίες, ώρες αναχώρησης/άφιξης, ξενοδοχείο, ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο, κόστος κ.α.).

- Ø Με το Enhanced Itinerary δίνεται η δυνατότητα στα εν λόγω πρακτορεία να διαμορφώσουν το itinerary (δρομολόγιο) έτσι ώστε να περιέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες δομημένες με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι πλήρως κατανοητές στον πελάτη.
- Ø Με το DYO (Design your Own) οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να σχεδιάσουν τον τρόπο εκτύπωσης των πληροφοριών της κράτησης όπως αυτοί επιθυμούν ώστε να είναι προσαρμοσμένες στο Profile του πρακτορείου.
- Ø Το δρομολόγιο (itinerary) εκτυπώνεται και δίδεται στον πελάτη, βοηθώντας τον έτσι να κατανοήσει καλύτερα τις λεπτομέρειες του ταξιδιού του.

**24. Satellite Ticket Printing:** Εξοικονόμηση χρόνου και χρημάτων με απευθείας έκδοση εισιτηρίων.

- Ø Σχεδιάστηκε για να επιτρέπει στα πρακτορεία να εκδίδουν εισιτήρια απευθείας στο χώρο τους.
- Ø Μπορούν να παρέχουν υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης στις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται, προσφέροντας αυτή τη δυνατότητα, η οποία εξοικονομεί χρόνο και χρήμα.

Το μόνο που χρειάζεται είναι (το πρακτορείο) να πάρει σχετική έγκριση και να τοποθετηθεί τερματικό και printer (εκτυπωτής) στη συνεργαζόμενη εταιρεία. Το Satellite Ticket Delivery, λειτουργεί όπως το Satellite Ticket Printing, παρέχοντας δυνατότητα συνεργασίας με non iata γραφεία, εκδίδοντας τα εισιτήρια τους απευθείας στα γραφεία τους. ([www.galileo.com](http://www.galileo.com))

#### 4.3. Υπηρεσίες της εταιρείας

- 1. Δίκτυο:** Η Galileo S.A. διαθέτει ένα από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά τηλεπικοινωνιακά δίκτυα μεταγωγής δεδομένων στην Ελλάδα. Το δίκτυο, τεχνολογίας I.P, χρησιμοποιείται τόσο για τη διανομή των προϊόντων της Galileo Hellas όσο και για την κάλυψη των εξειδικευμένων τηλεπικοινωνιακών αναγκών της τουριστικής αγοράς.
- 2. Υπηρεσία Εξυπηρέτησης Πελατών:** Η Galileo Hellas SA δίνει μεγάλη σημασία στην αποτελεσματική εξυπηρέτηση των συνδρομητών της έτσι ώστε να διασφαλίζει την απρόσκοπτη και αποτελεσματική λειτουργία του συστήματος. Ακόμα, προσφέρει άμεση τηλεφωνική υποστήριξη, στα συνεργαζόμενα τουριστικά ή ναυτιλιακά πρακτορεία, στη χρήση του συστήματος 6 μέρες την εβδομάδα.
- 3. Εκπαίδευση:** Η Galileo Hellas, μεριμνώντας για τη σωστή και πλήρη χρήση των δυνατοτήτων του ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων Galileo, προσφέρει εύκολη και ταχεία εκμάθησή σε «ζωντανό περιβάλλον» (on line system) σε:
  - Ø Ταξιδιωτικούς πράκτορες ή στελέχη τουριστικών πρακτορείων
  - Ø Μαθητές τουριστικών σχολών και κολλεγίων (Ειδικότητα Τουριστικού Πρακτορείου ή Αεροπορικών Σπουδών)
  - Ø Εκπαιδευτές τουριστικών σχολών και κολλεγίων (πρόγραμμα Galileo First Class)
  - Ø Ιδιώτες που έχουν εμπειρία στον αεροπορικό/ τουριστικό χώρο ή έχουν σπουδάσει το συγκεκριμένο αντικείμενο και επιθυμούν να μάθουν το χειρισμό του συστήματος Galileo.

Η εκπαίδευση πραγματοποιείται σε άρτια εξοπλισμένες αίθουσες στην Αθήνα/Θεσσαλονίκη/Κύπρο και καλύπτει ένα ευρύ φάσμα μαθημάτων που αφορά την εκμάθηση:

- Ø Βασικής χρήσης προϊόντων σε χειριστές που ήδη γνωρίζουν κι έχουν αποκτήσει εμπειρία στη βασική χρήση του συστήματος (κρατήσεις σε ξενοδοχεία/ Rent a car/ Δημιουργία αρχείων πελατών PNRs κ.λ.π.)
- Ø Εξειδικευμένης εκπαίδευσης, προσαρμοσμένο στο κάθε είδος τουριστικού πρακτορείου
- Ø Κρατήσεων στα προϊόντα της Galileo Hellas, που αφορούν την Ελληνική τουριστική αγορά (Rail Net, Ferry Net)

Κύριος σκοπός των σεμιναρίων που παρέχονται, είναι η συνεχής υποστήριξη και βελτίωση χρήσης των προϊόντων του Galileo που ήδη υπάρχουν στη τουριστική αγορά.

Αξίζει να σημειωθεί πως από το 1995 μέχρι και σήμερα έχουν εκπαιδευτεί περισσότερα από 8.200 άτομα, τόσο από τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία/πρακτορεία όσο και από T.E.I και I.E.K.

Τέλος, παραπάνω αναλύθηκε, παρουσιάστηκε η εταιρεία Galileo αλλά και τα προϊόντα της. Εκτός από τα προϊόντα της Galileo αναφέρθηκαν παραδείγματα διαδικασίας κράτησης όπως και πολλά, αν όχι όλα, από τα εργαλεία που έχει σαν πληροφοριακό σύστημα το Galileo. Γενικά το συγκεκριμένο λογισμικό, πληροφοριακό σύστημα και εργαλείο βοηθάει σε πολλούς τομείς ένα πρακτορείο τουρισμού. Αξιοσημείωτα είναι:

- Ø Δίνει πολλές δυνατότητες στον χρήστη-υπάλληλο των εν λόγω πρακτορείων
- Ø Βοηθάει στην οργάνωσή του πρακτορείου
- Ø Back office
- Ø Front office
- Ø Ακόμα βοηθάει στην εκπαίδευση (η εταιρεία) των χρηστών αλλά και στελεχών του πρακτορείου
- Ø Τεχνολογία. Δηλ. ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες, ηλεκτρονικές κρατήσεις, κρατήσεις σε πραγματικό χρόνο.

Αυτοί είναι κάποιοι από τους τομείς που μεριμνάει το Galileo σαν πληροφοριακό σύστημα αλλά και σαν εταιρεία η Galileo Hellas, να βοηθάει τα πρακτορεία τουρισμού. Θα μπορούσε να πει κανείς ότι η Galileo Hellas έχει πληθώρα από προϊόντα και εργαλεία αλλά και υπηρεσίες που είναι κατάλληλες για κάθε



πρακτορείο είτε είναι γενικού είτε εξωτερικού, είτε εσωτερικού τουρισμού ακόμα και ένα ναυτιλιακό πρακτορείο το οποίο δεν ασχολείται μόνο με την ακτοπλοΐα αλλά μπορεί να είναι και τουριστικό πρακτορείο ταυτόχρονα.



### 5.1 Εταιρική παρουσίαση της Amadeus Hellas

Η Amadeus ιδρύθηκε το 1987 από έναν όμιλο αεροπορικών εταιρειών, με σκοπό να συνδέσει και να απλοποιήσει τα αεροπορικά ταξίδια και τις κρατήσεις (booking). Η ιδέα ήταν απλή αλλά και ιδιαίτερα λειτουργική για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Βασίστηκε στη δημιουργία μιας μεγάλης και άμεσα προσπελάσιμης βάσης δεδομένων, η οποία θα περιλάμβανε όλα τα αεροπορικά δρομολόγια σε όλο τον κόσμο. Παράλληλα, δημιουργήθηκαν και οι προϋποθέσεις για την υποστήριξη του αυτοματισμού των εισιτηρίων, καθώς και η βάση δεδομένων εμπλουτίστηκε με τις τιμές και το πλάνο θέσεων ώστε να μπορεί να αποφασίζει το σύστημα αν μπορεί να γίνει η κράτηση.

Σήμερα αποτελεί μια αυτοτελή επιχείρηση που ανήκει στις αεροπορικές εταιρείες Air France, Continental Airlines, Iberia, Lufthansa. Τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας βρίσκονται στη Μαδρίτη και το γιγαντιαίο στο Erding, σε μία πόλη κοντά στο Μόναχο της Γερμανίας.

Η Amadeus αποτελεί ένα οργανισμό που απευθύνεται κυρίως στα ταξιδιωτικά γραφεία και τις εταιρείες που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες, όπως είναι τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και τα ξενοδοχεία. Ανήκει στη κατηγορία εφαρμογών που ονομάζονται GDS (Global Distribution System), καθώς προσφέρει άμεση (on line) διαμονή, marketing και εργαλεία για πωλήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο. Μπορεί κανείς να το χρησιμοποιήσει για να πληροφορηθεί σχετικά με τα δρομολόγια των πτήσεων, τη διαθεσιμότητα των εισιτηρίων, τα δωμάτια και τις ενοικιάσεις αυτοκινήτων και σκαφών αναψυχής. Από τις 750 αεροπορικές εταιρείες το Amadeus μπορεί να κάνει κρατήσεις σε 500, να επιλέξει πληροφορίες για πάνω από 50.000 ξενοδοχεία και αρκετά γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων.

Ο χρήστης μπορεί να εξυπηρετηθεί από 130.000 τερματικά που βρίσκονται σε ολόκληρο τον κόσμο, αλλά και μέσα από το Internet. Οι κρατήσεις μέσα από το

Internet ξεκίνησαν το 1997. Δύο χρόνια αργότερα ήταν η σειρά του ευρώ, με τα τουριστικά πρακτορεία να μπορούν να εκδίδουν το λογαριασμό και να κάνουν κρατήσεις στο νέο αυτό νόμισμα.

Η μηχανογράφηση της Amadeus στηρίζεται σε μία σειρά από μεγάλα υπολογιστικά συστήματα (mainframes) και γρήγορες γραμμές που εξασφαλίζουν την άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες της κεντρικής βάσης δεδομένων. Υπάρχουν εννέα συστήματα IBM και ένα Amdahl, τα οποία διαθέτουν πάνω από 100 κεντρικούς επεξεργαστές. Τα μεγέθη μιλούν από μόνα τους, καθώς και το κεντρικό υπολογιστικό σύστημα μπορεί να επεξεργάζεται 60 εκατομμύρια αιτήσεις την ημέρα και 2.500 μηνύματα το δευτερόλεπτο. Η βάση δεδομένων απλώνεται σε 16TB (terabyte), που εξασφαλίζουν συστοιχίες σκληρών δίσκων, δημιουργώντας έτσι μία από τις μεγαλύτερες εμπορικές βάσεις δεδομένων στην Ευρώπη. Το υπολογιστικό κέντρο στη Γερμανία μαζί με το υπόλοιπο δίκτυο είναι ένα από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά επιχειρησιακά κέντρα στην Ευρώπη.

Φυσικά υπάρχει και η παρουσία στο Internet, από όπου μπορεί κανείς, ως ιδιώτης, να βρει το δικό του αεροπορικό δρομολόγιο, επιλέγοντας πόλη, το αεροδρόμιο, ακόμα και την εταιρεία με την οποία θέλει να ταξιδέψει. Μπορεί επίσης, να χρησιμοποιήσει κανείς για να κλείσει τα αεροπορικά εισιτήρια, το δωμάτιό του στο ξενοδοχείο και νοικιάσει το αυτοκίνητο που θα τον περιμένει στο αεροδρόμιο, χωρίς να χρειαστεί να «κινηθεί» από την καρέκλα του. Οι κρατήσεις προϋποθέτουν να υπάρχει κάποιο πρακτορείο στη συγκεκριμένη χώρα.

Ένα, ακόμα, ενδιαφέρον στοιχείο που μπορεί κανείς να βρει μέσα από το Internet είναι τα ξενοδοχεία. Μπορεί ο κάθε ιδιώτης για παράδειγμα να ψάξει για ξενοδοχείο στον τόπο προορισμού του που βρίσκονται κοντά στο αεροδρόμιο και η τιμή τους να μην υπερβαίνει τα 100 δολάρια.

Το Amadeus, πάντα μέσα από το Internet και την οθόνη του υπολογιστή του χρήστη, θα βρει και θα εμφανίσει τα στοιχεία των ξενοδοχείων. Μεταξύ των άλλων μπορεί να βρεθούν η διεύθυνση και τα τηλέφωνα του συγκεκριμένου ξενοδοχείου, οι τιμές και η διαθεσιμότητα των δωματίων. Παρόμοιος είναι και ο τρόπος αναζήτησης των αυτοκινήτων για ενοικίαση με το σύστημα όμως να παρουσιάζει λιγότερες πληροφορίες.

Ο τόπος του Amadeus στο Internet, διαθέτει επιπλέον τουριστικές πληροφορίες για πολλά μέρη στον κόσμο. Επιλέγοντας το «Explore the World», ο χρήστης μπορεί να οδηγηθεί οπτικά, με τη βοήθεια ενός χάρτη, στο μέρος που θέλει. Στην Ελλάδα για

παράδειγμα, υπάρχουν πληροφορίες για τον πληθυσμό, τους χώρους διακοπών, το κλίμα και μια σειρά από φωτογραφίες από διάφορα μέρη της Ελλάδας.

Η Amadeus είναι συνεργάτης της τεχνολογίας για προμηθευτές, πωλητές και αγοραστές στον τομέα του ταξιδιού. Η εταιρεία παρέχει λύσεις διαμονής και λύσεις για πωλήσεις, βοηθώντας τους πελάτες της να εναρμονίσουν, να αναπτυχθούν και να επιτύχουν στην ταχύτητα εξελισσόμενη αγορά του ταξιδιού. Πελάτες της αποτελούν οι προμηθευτές ταξιδιού (αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, εταιρείες ενοικίασεως αυτοκινήτου, εταιρείες σιδηροδρόμων, ακτοπλοϊκές εταιρείες, εταιρείες κρουαζιερόπλοιων, ασφαλιστικές εταιρείες και tour operator, πωλητές ταξιδιών και αγοραστές ταξιδιών (εταιρείες και ιδιώτες). Οι λύσεις που διαθέτει ταξινομούνται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Διανομή και Περιεχόμενο
2. Πωλήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο
3. Διοίκηση Επιχειρήσεων
4. Υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης και συμβουλευτικού χαρακτήρα.

Η εταιρεία ανήκει στην κοινοπραξία WAM, του οποίου μέτοχοι είναι οι BC Partners, Cinven, Air France, Iberia, Lufthansa. Παγκοσμίως απασχολεί 7.160 άτομα από 95 εθνικότητες.

### **5.1.1 Εταιρική παρουσίαση**

Μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η Amadeus έγινε παγκοσμίως ηγέτης στην παροχή κορυφαίων λύσεων στην ταξιδιωτική βιομηχανία για τη διαχείριση της διανομής και την πώληση ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Συστηματικά αναβαθμίζει τα προϊόντα της και τις υπηρεσίες της βασισμένη στις πληροφορίες των διαφορετικών πελατών της, οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στο σχεδιασμό και την έρευνά της ώστε να διασφαλίσει ότι οι λύσεις που προσφέρει να καλύπτει τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών του.

Σχεδόν 75.000 ταξιδιωτικές επιχειρήσεις και περισσότερα από 11.000 αεροπορικά γραφεία χρησιμοποιούν το σύστημα Amadeus για να λειτουργήσουν. Πολλοί δε από τους κορυφαίους παρόχους ταξιδιωτικών υπηρεσιών χρησιμοποιούν την τεχνολογία της Amadeus για να βελτιοποιήσουν τη διαμονή και την εσωτερική λειτουργία τους.

Η Amadeus καθιέρωσε την παγκόσμια παρουσία της χάρη στις υπηρεσίες που παρέχει:

- Ø 75 τοπικοί οργανισμοί της Amadeus
- Ø Παρουσία σε πάνω από 215 αγορές παγκοσμίως
- Ø 5 περιφερειακά κέντρα
- Ø 3 κέντρα έρευνας και ανάπτυξης
- Ø Πάνω από 6.500 υπαλλήλους
- Ø Πάνω από 100 εθνικότητες μόνο στα κεντρικά της γραφεία.

## 5.2 Τα προϊόντα της Amadeus

	Thu 25Dec07	Fri 26Dec07	Sat 27Dec07
Outbound	Direct, TCT Fee (13.44) 181.27 €	Direct, TCT Fee (13.88) 182.71 €	Direct, TCT Fee (13.44) 181.27 €
Inbound	Direct, TCT Fee (13.44) 181.27 €	Direct, TCT Fee (13.88) 182.71 €	Direct, TCT Fee (13.44) 181.27 €

### 13. Οθόνη κρατήσεων στο Amadeus από: [www.amadeus.com](http://www.amadeus.com)

#### 5.2.1 Amadeus Professional plus package

Είναι βασισμένο στην Amadeus Selling Platform, το Amadeus Professional plus Platform σας παρέχει την πιο εξελιγμένη τεχνολογία για να κάνει κράτηση σε πτήση, σε ξενοδοχεία και αυτοκίνητα. Η πλατφόρμα συνδυάζει τόσο ιδιαίτερα εύκολο στη χρήση με γραφικό περιβάλλον όσο και το cryptic interface για έμπειρους χρήστες.

Ολοκληρωμένο με Amadeus Ticketing και Value Pricer ένα από τα κορυφαία εργαλεία αναζήτησης χαμηλών ναύλων στον κόσμο, δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να βρουν τη φθηνότερη πτήση ανάμεσα σε δύο ζεύγη πόλεων μέσα από όλους τους πιθανούς αερομεταφορείς και δρομολόγια και προσφέρει πολλές εναλλακτικές λύσεις.

Το πρόγραμμα αυτό επιτρέπει στο χρήστη να κάνει κρατήσεις με απλό και ευέλικτο τρόπο για εξοικονόμηση χρόνου για εστίαση στην εξυπηρέτηση πελατών και τη διαχείριση του πρακτορείου πιο κερδοφόρα και αποτελεσματικότητα.

Μπορεί να υποστηρίξει το πρακτορείο στην:

- Ø Ανάπτυξη πωλήσεων
- Ø Παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης με στόχο την δημιουργία πιστών πελατών
- Ø Εξοικονόμηση χρόνου και μείωση κόστους Amadeus Selling Platform

Η Amadeus διαθέτει ευρύτερη γκάμα εργαλείων όπως έδειξε μια παγκόσμια έρευνα. (σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της ήταν 63% γρηγορότερο για ξενοδοχειακές κρατήσεις και 53% γρηγορότερο για κρατήσεις ασφαλιστικών πακέτων).

### **5.2.2 Amadeus Air**

Ως πάροχος τεχνολογίας αιχμής και λύσεων διανομής παγκοσμίως, προσφέρει ασυναγώνιστη εξειδίκευση στην ταξιδιωτική και τουριστικά αγορά.

#### Πλεονεκτήματα:

- Ø Απεριόριστα δρομολόγια από 790 αεροπορικές εταιρείες παγκοσμίως εκ των οποίων 508 είναι άμεσα διαθέσιμα προς πώληση.
- Ø Πάνω από 48 εταιρείες χαμηλού κόστους (LCC), που εκπροσωπούν σχεδόν το 40% της τουριστικής αγοράς.
- Ø 312 αεροπορικές εταιρείες συμμετέχουν στο σύστημα της Amadeus στο υψηλότερο επίπεδο πρόσβασης, που επιτρέπει στα τουριστικά πρακτορεία την πραγματικό χρόνο.
- Ø 209 αεροπορικές εταιρείες ενημερώνουν τις πληροφορίες δρομολόγιο και διαθεσιμότητα σε πραγματικό χρόνο παρέχοντας έγκυρη πληροφόρηση.

Το Amadeus Interactive Seat Map δίνει σε πραγματικό χρόνο ενημέρωση για κατανομή των θέσεων στις πτήσεις. Ακόμα, δίνει τη δυνατότητα ζήτησης συγκεκριμένων θέσεων σε πραγματικό χρόνο και άμεσης απάντησης από το σύστημα κρατήσεων.

### **5.2.3 Sales & E-commerce**

Για πολλούς ταξιδιώτες σήμερα, η τιμή είναι η κύρια παράμετρος επιλογής κατά την αγορά. Η Amadeus αναγνωρίζοντας τη δυναμική της αγοράς, έχει αναπτύξει μια σειρά από λειτουργίες που επιτρέπουν στους τουριστικούς πράκτορες να έχουν απευθείας πρόσβαση σε δημοσιευμένες τιμές, net ναύλους αλλά και διαπραγματευμένους με κάθε αεροπορική εταιρεία. Με περισσότερες από 135 αεροπορικές εταιρείες να χρησιμοποιούν Amadeus ως το δικό τους σύστημα

κρατήσεων που σημαίνει ότι χρησιμοποιούν τους ίδιους μηχανισμούς τιμολόγησης με τα τουριστικά πρακτορεία.

Χαρακτηριστικά:

- Ø Τιμολόγηση μέσα από το PNRs (Passenger Name Records)
- Ø Αναζήτηση για τους χαμηλότερους διαθέσιμους ναύλους στο PNR, σε διαφορετικά booking classes με αυτόματη ακύρωση και επανακράτηση (FXA & FXU – FXB)
- Ø Αναζήτηση φθηνότερου ναύλου, σε διαφορετικά Booking class ακόμη και αν δεν είναι διαθέσιμα οδηγώντας τον χρήστη στις ανάλογες επόμενες εντολές (FXL).
- Ø Μοναδική δυνατότητα προβολής χαμηλότερων ναύλων για διαφορετικό τύπο επιβάτη ακόμη και σε διαφορετικά booking classes για τον καθένα.

#### **5.2.4 Amadeus Selling Platform: sell more, faster & server better**

##### **Μεγιστοποίηση πωλήσεων εύκολα και γρήγορα**

Κάθε κράτηση αεροπορικού εισιτηρίου αποτελεί μια ακόμα ευκαιρία πώλησης πρόσθετων υπηρεσιών, μέσα από την ενιαία οθόνη του Amadeus. Με το Amadeus Selling Platform ο χρήστης μπορεί εύκολα και γρήγορα να κάνει κρατήσεις σε αεροπορικές εταιρείες, σε ξενοδοχεία, σε εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και πολλά άλλα.

Πλεονεκτήματα:

- Ø Ταχύτατη, ενιαία οθόνη πρόσβασης σε τουριστικό/ ταξιδιωτικό περιεχόμενο. Ιδανική λύση για αύξηση των κερδοφόρων μη αεροπορικών πωλήσεων.
- Ø Ενσωματωμένα αποδοτικά εργαλεία για ταχύτερες πωλήσεις
- Ø Εύχρηστο περιβάλλον εργασίας για προσωποποιημένες υπηρεσίες και αυξημένη αφοσίωση πελατών
- Ø Γρήγορη και εύκολη εγκατάσταση και αναβάθμιση.

Χαρακτηριστικά:

- Ø Συνδυασμός γραφικού περιβάλλοντος εργασίας και ευχέρεια επιλογής από κάθε χρήστη.
- Ø Μοναδικά εργαλεία για αποδοτικότερη εργασία είναι τα εξής: Το Quick PNR- που επιταχύνει την διαδικασία της κράτησης, το Speed mode-που είναι για έμπειρους χρήστες και το Smart keys-που μειώνει την πληκτρολόγηση, επιταχύνει τις επαναλαμβανόμενες εργασίες.

- Ø Πλήρως γραφικό εργαλείο για customer profiles- εύκολη καταγραφή όλων των πελατών του κάθε τουριστικού πρακτορείου, το ιστορικό τους και των προτιμήσεών τους.
- Ø Hotel Multimedia- ευκολότερη πρόσβαση σε ακόμη πιο εμπλουτισμένο περιεχόμενο για τα ξενοδοχεία.
- Ø Amadeus Smart TAB- ενσωμάτωση περιεχόμενου από τρίτες πηγές εφαρμογές, σε όλο το εύρος των διαδικασιών από το Front Office έως το Back Office.

### **5.2.5 Central Ticketing & Fulfillment**

Το Amadeus Central Ticketing επιλύει θέματα εισιτηρίων και αυξάνει την επιχειρησιακή απόδοση των τουριστικών πρακτορείων αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες Ticketing (κράτησης εισιτηρίων). Τα εργαλεία του Amadeus διευκολύνουν ακόμη και τους αρχάριους χρήστες να διαχειριστούν εισιτήρια σε ένα ασφαλές, φιλικό και διαδραστικό σύστημα.

Πλεονεκτήματα:

- Ø Αξίопιστο γρήγορο και εύκολο σύστημα στην εκμάθηση και χρήση,
- Ø Βελτιώνει και διευρύνει την εξυπηρέτηση των πελατών των τουριστικών πρακτορείων,
- Ø Ταχύτερη και αποδοτικότερη έκδοση εισιτηρίων και reconciliation.

### **5.2.6 Amadeus Remote ticketing**

Επιτρέπει στους τουριστικούς πράκτορες να παραδώσουν εύκολα και γρήγορα ταξιδιωτικά έγγραφα από ένα απομακρυσμένο τερματικό.

Το Automated Refunds είναι ένα έξυπνο εργαλείο εξοικονόμησης χρόνου για την απόδοση χάρτινων και ηλεκτρονικών εισιτηρίων.

Τα Sales Report and queries επιτρέπουν την παραμετροποίηση των αναφορών σύμφωνα με τις ανάγκες του κάθε του πρακτορείου.

Amadeus Automated Refund: Αποδοτικότητα μέσω αυτοματισμού.

Η Amadeus Hellas είναι η πρώτη εταιρεία που προσέφερε τη δυνατότητα πλήρους απόδοσης με αυτοματοποιημένο τρόπο ( paper και ηλεκτρονικά εισιτήρια) στα τουριστικά πρακτορεία στην Ελλάδα.

Πλεονεκτήματα:



- Ø Εξοικονόμηση χρόνου, ως αποτέλεσμα της αυτοματοποιημένης διαδικασίας,
- Ø Αυτόματη ενημέρωση στην αντίστοιχη αεροπορική εταιρεία και στο back office του τουριστικού πρακτορείου.

### **5.2.7 Amadeus Automated MCO**

Είναι ένα ευέλικτο εργαλείο που επιτρέπει στον τουριστικό πράκτορα να εκδώσει αυτόματα ένα MCO για κάθε τύπο ταξιδιωτικής υπηρεσίας που δεν μπορεί να χρεωθεί απευθείας σε ένα αεροπορικό εισιτήριο (PTA).

### **5.2.8 Amadeus Electronic Ticketing**

Στις 31/05/2008, η αεροπορική βιομηχανία πέτυχε ένα μεγάλο ορόσημο. 100% ηλεκτρονική έκδοση εισιτηρίου παγκοσμίως. Η Amadeus αγωνίστηκε από την αρχή για την επίτευξη αυτού του στόχου σχεδιάζοντας και υιοθετώντας τις λύσεις εκείνες που υποστηρίζουν την πραγματοποίηση του στόχου αυτού.

Η Amadeus είναι ο ηγέτης της αγοράς αναφορικά με τον αριθμό των αεροπορικών εταιρειών, των αγορών και των interactive που έχουν ενεργοποιηθεί το e-ticketing.

#### Χαρακτηριστικά:

- Ø Αλλαγές μπορούν να πραγματοποιηθούν τηλεφωνικώς,
- Ø Αποφυγή χαμένων εισιτηρίων,
- Ø Πρόσβαση/ ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο των ηλεκτρονικών πληροφοριών χάρη στην απευθείας σύνδεση με την βάση πληροφοριών των αεροπορικών εταιρειών.

#### Πλεονεκτήματα:

- Ø Απλούστερες διαδικασίες
- Ø Αύξηση παραγωγικότητας
- Ø Ευελιξία και ασφάλεια
- Ø Πρόσβαση στην μεγαλύτερη e-ticketing κοινότητα αεροπορικών εταιρειών.
- Ø Ταχύτερος και ευκολότερος τρόπος ταξιδιού
- Ø Ευκολότερη διαχείριση των ταξιδιών της τελευταίας στιγμής
- Ø Εξοικονόμηση χρόνου.

### 5.2.9 Advertising & Communication

Υιοθέτηση εξελιγμένων τεχνολογικών λύσεων της Amadeus για την καλύτερη επικοινωνία των τουριστικών πρακτορείων με τους πελάτες του, άμεσα/γρήγορα με ελάχιστο ή καθόλου κόστος.

**Amadeus E-mail:** Είναι εργαλείο όπου εξυπηρετεί και αυτοματοποιεί την επικοινωνία των εν λόγω πρακτορείων με τους πελάτες τους, μέσω αυτού μπορεί να δώσει έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση εξασφαλίζοντας σωστή και επαγγελματική προσέγγιση της διαδικασίας.

#### Χαρακτηριστικά:

- Ø Δεν απαιτείται επιπλέον εξοπλισμός ή εφαρμογή
- Ø Κανένα επιπλέον επικοινωνιακό κόστος
- Ø Μια σειρά επιλογών είναι διαθέσιμες (δρομολόγιο, ελεύθερο κείμενο, απόδειξη e-ticket)
- Ø Δημιουργία ψευδωνύμων για ευκολότερη αποστολή
- Ø Αποστολή ομαδικού e-mail με μία εντολή.

#### **Amadeus Sms:** Τεχνολογία για επικοινωνία χωρίς όρια:

Είναι μια πολύγλωσση εφαρμογή προσβάσιμη από το Amadeus Selling Platform, για την ευκολότερη αποστολή πληροφοριών δρομολογίου από το PNR στο κινητό τηλέφωνο του ταξιδιώτη.

**Πλεονεκτήματα:** Είναι υπηρεσία προστιθέμενης αξίας προς τους πελάτες των τουριστικών πρακτορείων. Είναι απλό, γρήγορο και αξιόπιστο εργαλείο με αποδοτική βελτιωμένη επικοινωνία.

#### Χαρακτηριστικά:

- Ø Πλήρως ενσωματωμένο στο Amadeus Selling Platform
- Ø Αποστολή απλών ή σύνθετων δρομολογίων με αναλυτικές πληροφορίες πτήσης
- Ø Αυτόματη ανάκτηση αριθμού τηλεφώνων του πελάτη
- Ø Επιλογή ελεύθερου κειμένου για μεγαλύτερη ευελιξία κ.α.

### 5.2.10 Professional Selling Solutions

(Επαγγελματικές λύσεις πωλήσεων)

Ολοκληρωμένες λύσεις για την ενίσχυση παραγωγικότητα και να αυξήσει (το πρακτορείο) την αξία κάθε πώλησης.

Η Amadeus παρέχει λύσεις στα τουριστικά πρακτορεία για να εστιάσουν στις όσο το δυνατόν περισσότερες πωλήσεις. Βασισμένο σε προηγμένη τεχνολογία, το Amadeus Professional Selling Solution δίνει δυνατότητα με ενσωματωμένα εργαλεία και ενιαίες διαδικασίες.

Με άμεση πρόσβαση στο περιεχόμενο από το σημείο πώλησης και επικοινωνία με εφαρμογές, όπως το Back Office, εξασφαλίζει εύκολες και αποτελεσματικές πωλήσεις.

### **5.2.11. Amadeus Customer Profiles**

Άψογες υπηρεσίες για τη διαφοροποίηση των τουριστικών πρακτορείων. Είναι ένα εργαλείο για την εξυπηρέτηση εταιρικών πελατών.

#### Πλεονεκτήματα:

- Ø Αύξηση παραγωγικότητας υπαλλήλων-χρηστών, εξαλείφοντας το χρόνο αναζήτησης πληροφοριών όπως ο αριθμός κάρτας μιλίων, προτιμήσει γεύματος, θέσης κ.λ.π.
- Ø Αυτοματοποίηση διαδικασίας εξυπηρέτησης καθώς δεν θα είναι απαραίτητο η εισαγωγή ίδιων πληροφοριών για τους πιστούς πελάτες
- Ø Αποδοτικότητα- Σωστές πληροφορίες και προτιμήσεις για τον πελάτη, ενώ παράλληλα κάθε υπάλληλος- χρήστης του προγράμματος να μπορεί να εξυπηρετήσει με ταχύτητα και αξιοπιστία.
- Ø Ευελιξία: Ταχύτερη προσαρμογή νέων χρηστών-υπαλλήλων στις ανάγκες και διαδικασίες του πρακτορείου.

#### Χαρακτηριστικά:

- Ø Εύκολη και γρήγορη δημιουργία customer profile με τη χρήση ίδιων εντολών PNR
- Ø Μεταφορά στοιχείων (μεμονωμένων ή συνολικά) από Profile σε PNR κατά τη δημιουργία του.
- Ø Πρόσβαση από όλους τους χρήστες του συστήματος εντός του τουριστικού πρακτορείου.

### **5.3 Επίλογος**

Τα παραπάνω, είναι πολλά από τα εργαλεία, ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά που έχει το Amadeus ως πληροφοριακό σύστημα. Θα μπορούσε να πει κανείς ότι είναι ένα πρόγραμμα το οποίο προσφέρει μεγάλη ποικιλία δυνατοτήτων για κάθε τουριστικό πρακτορείο που ασχολείται πιστά για την εξυπηρέτηση πελατών του, για την πιο εύκολη χρήση των υπαλλήλων-χρηστών.

Η Amadeus Hellas είναι από τις επικρατέστερες εταιρείες με πληροφοριακά συστήματα και έχει πληθώρα ιδιοτήτων και δυνατοτήτων τόσο για τα τουριστικά πρακτορεία όσο και για τους πελάτες/τουρίστες.

### 6.1 Εταιρική παρουσίαση της Sabre



Η Sabre είναι εταιρεία GDSs για πάνω από 40 χρόνια και καινοτομεί επιχειρηματικά στο χώρο του τουρισμού παρέχοντας ηλεκτρονικές υπηρεσίες από το 1960 και εξειδικευμένα συστήματα yield management αεροπορικών εταιρειών από τη δεκαετία του '80.

Έχει παρουσία σε 59 χώρες και συνδέει τουλάχιστον 60.000 τουριστικά πρακτορεία παγκοσμίως, συνεργάζεται με πάνω από 400 αεροπορικές εταιρείες, 60.000 ξενοδοχεία, 33 σιδηροδρομικούς σταθμούς, 55 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτου, με 9 ακτοπλοϊκές εταιρείες κρουαζιεροπλοίων και με 250 τουλάχιστον tour operators.

Η Sabre Hellas είναι η θυγατρική εταιρεία της Sabre INC και συνεργάζεται εμπορικά με την Forth CRS (θυγατρική εταιρεία της Forth Net) στην προσπάθειά της να καλύψει το σύνολο των ζωτικών αναγκών της τουριστικής αγοράς.

Η τεχνολογία της Sabre έχει ταξιδέψει στο χρόνο, σε όλο τον κόσμο, έχει αγγίξει όλα τα σημεία του ταξιδιωτικού/τουριστικού κλάδου παραγωγής. Από το 1996 το Sabre έγινε μια ξεχωριστή οντότητα της AMR (μητρική εταιρεία της American Airlines), που εκπροσωπείται σε 45 χώρες, είναι πάροχος τεχνολογίας για τον τουριστικό κλάδο και παρέχει καινοτόμα προϊόντα που δίνουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους του τουρισμού να ενισχύσουν την παγκόσμια παρουσία τους.

Εδρεύει στην Southlake του Texas και συνδέει περισσότερα από 60.000 τουριστικά/ταξιδιωτικά πρακτορεία σε όλα τα σημεία του κόσμου. Εκτός ότι η εταιρεία είναι GDSs, παρέχει ακόμα ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών που ενισχύουν τα τουριστικά πρακτορεία/γραφεία και την ικανότητά τους να εξυπηρετούν όσο το δυνατόν καλύτερα τον πελάτη/τουρίστα.

Το 2001 η εταιρεία δημιούργησε μια ιστοσελίδα για τους ηλεκτρονικούς καταναλωτές του τουριστικού προϊόντος, το [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com),

που προσελκύει 32 εκατομμύρια επισκέπτες σε μηνιαία βάση και ένα σημαντικό στοιχείο που το διαφοροποιεί από τα άλλα websites ίδιου περιεχομένου, είναι το γεγονός ότι επιτρέπει στα εγγεγραμμένα μέλη να εισάγουν στη πραγματικότητα, τα προσωπικά τους σχόλια/εμπειρίες. Μέχρι σήμερα καλύπτει 30.000 ξενοδοχεία και αποτελεί, πιθανότατα, τη μεγαλύτερη κοινότητα στο χώρο του ταξιδιού με 9 εκατομμύρια μέλη και 20 εκατομμύρια σχόλια και γνώμες. Το [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com) βρίσκεται μέσα στα τρία πιο γνωστά στις Η.Π.Α.



Το Sabre κατέχει ισχυρά ανταγωνιστική θέση στην αγορά και συνεχίζει να κάνει σημαντική πρόοδο στην προώθηση τόσο της ηλεκτρονικής διανομής ταξιδιωτικών πληροφοριών όσο και των λύσεων πληροφορικής στα εν λόγω πρακτορεία. Το Sabre είναι το σύστημα κρατήσεων όπου ενώνει τους αγοραστές (πελάτες/τουρίστες) με τους πωλητές (τουριστικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, ακτοπλοϊκές εταιρείες, σιδηροδρομικούς σταθμούς κ.λ.π.) με προηγμένες τεχνολογικές λύσεις και υπηρεσίες. Το 1961 η Sabre ήταν η μεγαλύτερη, ιδιωτική εταιρεία με πραγματικό σύστημα κρατήσεων επεξεργασίας δεδομένων, με το σύστημα της κυβέρνησης των Η.Π.Α.

Παρακάτω θα αναφερθούν αρκετά από τα εργαλεία του Sabre, ως πληροφοριακό σύστημα και λογισμικό όπου βοηθάει το έργο των πρακτορείων τουρισμού αλλά και τους χρήστες του προγράμματος αυτού.(πηγή: [www.sabre.com](http://www.sabre.com))

## 6.2 Προϊόντα-εργαλεία του Sabre

### 1) Sabre Web Services: Ηλεκτρονικές υπηρεσίες:



## 14. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες από την Sabre Hellas

Το Sabre web services περιέχει ευκολότερη, ταχύτερη και πιο ευέλικτη πρόσβαση στη λειτουργικότητα των προϊόντων και του συστήματος Sabre. Μέσω του Internet μπορεί ο κάθε χρήστης να ενσωματώσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Sabre, όλες τις λειτουργίες που απαιτούνται για την πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με τις εφαρμογές της Sabre Web Services και τις βάσεις δεδομένων.

Το Sabre είναι, ίσως, ιδανικό για τα τουριστικά πρακτορεία για να προσφέρουν ενημέρωση και μάσκα αίτησης κράτησης για την ιστοσελίδα τους(τουριστικά πρακτορεία).

#### Χαρακτηριστικά:

- 1) Μειώνει το κόστος ανάπτυξης
- 2) Απλοποιεί τη διαδικασία ανάπτυξης
- 3) Παρέχει ενιαίο σημείο πρόσβασης στο σύστημα Web
- 4) Αυξάνει την ταχύτητα ανάπτυξης XXL, SOAP πρότυπα της βιομηχανίας ταξιδιού.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις απαιτούν πιο εύκολο και χαμηλότερο κόστος με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε το κάθε τουριστικό πρακτορείο να έχει το δικό του online σύστημα αίτησης κράτησης. Με το Sabre Web Services το κάθε πρακτορείο (τουρισμού) μπορεί να διευκολυνθεί για τη δημιουργία ολοκληρωμένου ταξιδιού ή κράτηση στην ιστοσελίδα που να ανταποκρίνεται τόσο στους πελάτες όσο και στα εν λόγω πρακτορεία.

- 1) Σύνδεση με το διαδίκτυο
- 2) Τυποποιημένα εργαλεία ανάπτυξης
- 3) Το Sabre Web Services υποστηρίζεται από τεχνολογίες που αναπτύχθηκαν από την Opel Travel που χρησιμοποιούν διαδικτυακές υπηρεσίες με πρότυπα τεχνολογίας που υποστηρίζονται από την Sun, IBM, Microsoft. Τα πρότυπα αυτά επιτρέπουν διαφορετικά συστήματα να «μιλούν» μεταξύ τους χρησιμοποιώντας ένα ενιαίο περιβάλλον εργασίας.

Οι χρήστες του προγράμματος δεν χρειάζεται να κατανοήσουν πλήρως την πολύμορφη ή την πολυπλοκότητα του συστήματος Sabre.

Το κάθε πρακτορείο λαμβάνει όλες τις απαραίτητες λειτουργίες για την πώληση ταξιδιών ή τουριστικών υπηρεσιών από: αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, ξενοδοχειακών μονάδων και τέλος να δημιουργούνται από τους χρήστες αρχείων πελατών/επιβατών PNR(passenger name record).

Επίσης επιτρέπει τα ακόλουθα:

1. Ανεξάρτητη πλατφόρμα
2. Αύξηση ταχύτητας ανάπτυξης
3. Απαλλαγή από περιορισμούς των υπάρχοντων συστημάτων και τεχνολογίας
4. Επιτρέπει στο χρήστη την ενσωμάτωση υπηρεσίας Web enabled
5. Εκσυγχρονίζει συναλλαγές με το Sabre Web
6. Ευελιξία/έλεγχος κάθε υπηρεσίας που εκτελείται, με ποια σειρά και πόσο συχνά
7. Υψηλή επίδοση
8. Βελτίωση σχέσεων κόστους – αποτελεσματικότητας

Το Sabre Web Services(ηλεκτρονικές υπηρεσίες), είναι διαθέσιμο σε Ασία-Ειρηνικό, Λατινική Αμερική, Βόρεια Αμερική, την Ευρώπη, Μέση Ανατολή και διατίθεται μόνο στα Αγγλικά.

## 2) **My Sabre API:**

Παρέχει στα ταξιδιωτικά πρακτορεία και προγραμματιστές ταξιδίων και τουριστικών προϊόντων τις εφαρμογές του Sabre με εξομοιωτή του My Sabre.

### Βασικές υπηρεσίες:

- Ø Μια τυποποιημένη διεπαφή (Api/application), ότι οι προγραμματιστές μπορούν να χρησιμοποιήσουν και δημιουργήσουν εφαρμογές που αλληλεπιδρούν με το Sabre Emulator.
- Ø Τεχνική βοήθεια από την Sabre/εξάλειψη ανάγκης εξωτερικού συνεργάτη για τεχνική υποστήριξη.
- Ø Βελτίωση παραγωγικότητας πράκτορα με την ενσωμάτωση υφιστάμενων και των νέων εφαρμογών της My Sabre API.

Η My Sabre Api υποστηρίζει μια ποικιλία λειτουργιών, mark-up interface, διάφορα επιχειρηματικά Logic, Debug σύνδεση και άλλα.

## 3) **My Sabre Scribe:**

Επιτρέπει στα εν λόγω πρακτορεία την αυτοματοποίηση και την προσαρμογή του Sabre συστήματος. Βελτιώνει τη παραγωγικότητα χωρίς είσοδο λαθών, μειώνει χρόνο εκπαίδευσης και παρέχει ευελιξία με τη δυνατότητα αυτοπροσαρμογής λειτουργιών.

Ακόμα είναι εύκολο στη χρήση με μία σειρά απλοποιημένων υπαγορεύσεων και επιλογών menu του Sabre. Επίσης απλοποιεί τη διαδικασία κρατήσεων και απλοποιεί πολλά καθήκοντα διοίκησης. Είναι εφαρμογή με συνέπεια και χωρίς λάθη και



εξασφαλίζει την αύξηση παραγωγικότητας του τουριστικού πρακτορείου (και των χρηστών).

Περιλαμβάνει λειτουργίες όπως: Λογιστική Lines, Συνάλλαγμα, Ημερήσια μηνύματα, Electronic travel συμβουλευτική system (ETAS), Profile records (EPR), ξενοδοχεία, ωράριο παρατηρήσεων πελατών, μηνύματα SSR, ειδική διατροφή, αριθμό εισιτηρίων, σύμβουλος ταξιδίων, καιρός κ.λ.π. Τέλος, είναι διαθέσιμο στην Αγγλική γλώσσα.

#### **4) Sabre Quick Developer:**

Μείωση χρόνου κατάρτισης, εκμάθησης και δεν χρειάζεται ο χρήστης να μάθει 100% το Sabre GDS.

Εξοικονόμηση χρόνου, λιγότερη πληκτρολόγηση εντολών κατά τη διάρκεια και χρήση αυτού του συστήματος. Προώθηση και αύξηση ροής εργασίας, εξαλείφει δαπανηρά λάθη πριν την αποστολή συναλλαγών με το σύστημα, ενισχύει την αποτελεσματικότητα πωλήσεων και μείωση χρόνου δραστηριοτήτων εργασίας γενικά.

#### **5) Back office Business Intelligence:**

1. Διαχείριση profile τουριστικών πρακτορείου
2. Λογιστικό χειρισμό
3. Δυνατότητα ανάλυσης αγορών (Στατιστικά Συγκεντρωτικά Στοιχεία)
4. Συγχρονισμός του Front Office με το Back office

Developer Tools: (Εργαλεία): Ιστοσελίδα πρακτορείου με ενσωματωμένο το σύστημα on line της Sabre για εξοικονόμηση χρόνου τόσο των πελατών όσο των υπαλλήλων/πρακτόρων. Αυτοματοποίηση σειράς καθηκόντων με λίγες εντολές στο σύστημα.

Απλοποίηση της διαχείρισης εφαρμογών με το εργαλείο επεξεργασίας παραμέτρων, προσδιορισμός σφαλμάτων κατά τη διαδικασία κράτησης, αλλαγής, ακύρωσης θέσεων με ένα εργαλείο εντοπισμού λαθών. Έτσι κάνει τη διόρθωση ευκολότερη αλλά και την εξυπηρέτηση πελατών.

#### **6) Bookings Tools (εργαλεία κράτησης):**

Η Sabre είναι γνωστή για τα εργαλεία που παρέχει, όπου είναι κρίσιμα για την επιτυχία του κάθε πρακτορείου.

Παρέχει GDS online πύλη για την εύρεση καλύτερης δυνατής τιμής και πλήρη πρόσβαση σε 86.000 ξενοδοχεία. Τα εργαλεία αυτά είναι ο πυρήνας του κάθε τουριστικού προϊόντος που έχει σύστημα κρατήσεων.

### **7) Εργαλεία εσόδων :**

Περισσότερες κρατήσεις από πιστούς πελάτες, καλύτερες ευκαιρίες με πρόσβαση διαπραγμάτευση ποσοστού εσόδων κάθε τουριστικού πρακτορείου. Ακόμα, στοχευμένες καμπάνιες marketing με το όνομα και το λογότυπο κάθε τουριστικού πρακτορείου.

Υπάρχει η δυνατότητα , επίσης, μείωσης κόστους, χαμηλότερες τιμές, αποτελεσματικότητα, αυτοματοποίηση διαδικασίας και ποιότητας ελέγχου.

### **8) Πελάτες-Εργαλεία:**

Οι πελάτες των εν λόγω πρακτορείων κάνοντας τα ταξίδια τους μέσω της ιστοσελίδας (των πρακτορείων) είτε από το κάθε πρακτορείο προσωπικά, οι υπάλληλοι των πρακτορείων γνωρίζουν τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις τους πριν ακόμα τις ζητήσουν οι πελάτες. Έτσι, κερδίζεται η πίστη των πελατών και αυτό είναι κέρδος για τα πρακτορεία.

### **9) Sabre Click Alpha Version:**

Υπάρχει ευχρηστία και ευκολία στην κράτηση θέσεων και υπηρεσιών του συστήματος Sabre καθώς και το λειτουργικό Demo της πρώιμης μορφής του προϊόντος.

### **10) Virtually There από την Sabre Hellas:**

Μια νέα υπηρεσία που εμπλουτίζει τον κύκλο των ηλεκτρονικών κρατήσεων εισήγαγε πρόσφατα η Sabre Hellas. Πρόκειται για το Virtually There, το πρώτο online τουριστικό προϊόν που ικανοποιεί τις ανάγκες που μπορεί να προκύψουν μετά την κράτηση, τόσο σε επίπεδο τουριστικών πρακτόρων και προμηθευτών, όσο και σε επίπεδο ταξιδιωτών.

Το Virtually There δίνει τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να έχουν πρόσβαση και ταυτόχρονα να ρυθμίσουν όλες τις λεπτομέρειες του ταξιδιού τους σε πραγματικό χρόνο. Η συγκεκριμένη δυνατότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από κάποιον ταξιδιώτη, που έχει πραγματοποιήσει την κράτησή του μέσω ενός πρακτορείου που διαθέτει το σύστημα Sabre Connected, ή διαμέσου ενός online πρακτορείου που χρησιμοποιεί σύστημα GDS.

Τα πρακτορεία μπορούν να ζητήσουν από τη Sabre να στείλει αυτόματα στους πελάτες τους ένα e-mail το οποίο θα περιέχει τον προσωπικό κωδικό κράτησης και μια παραπομπή (link) στο δικτυακό τόπο του Virtually There ([www.virtuallythere.com](http://www.virtuallythere.com)). Με τη χρήση του παραπάνω κωδικού οι ταξιδιώτες μπορούν να λάβουν μια πληθώρα πληροφοριών και να πραγματοποιήσουν διάφορες

επιθυμητές ρυθμίσεις αναφορικά με τον προορισμό τους. Σε πρώτη φάση μπορούν να λάβουν μια ηλεκτρονική απόδειξη του εισιτηρίου τους (e-ticket receipt), ενώ παράλληλα να λάβουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την πτήση τους μέσω internet, κινητού τηλεφώνου ή υπολογιστή χειρός. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε 13 γλώσσες και φυσικά και στα ελληνικά.

Άλλες πληροφορίες που μπορεί να πάρει ο επισκέπτης για τον προορισμό του είναι: πρόβλεψη καιρού για τις επόμενες πέντε ημέρες, χάρτες της περιοχής, προτεινόμενα εστιατόρια, χρήσιμες οδηγίες περιήγησης, σημεία ενδιαφέροντος, κ.λπ.

Επιπλέον μπορεί να χρησιμοποιήσει online έναν μετατροπέα συναλλάγματος, με δυνατότητα εκτύπωσης ενός συνολικού πίνακα ισοτιμιών των νομισμάτων που τον ενδιαφέρουν. Προκειμένου ο ταξιδιώτης να αποφύγει δυσάρεστες εκπλήξεις όπως η αλλαγή της πύλης αναχώρησης μια αιφνιδιαστική ακύρωση της πτήσης το Virtually There έχει εγκαινιάσει μια υπηρεσία ειδοποίησης πτήσης.

Η συγκεκριμένη υπηρεσία ενημερώνει τους ταξιδιώτες σχετικά με τις αλλαγές της πύλης και του τερματικού αναχώρησής, τυχόν καθυστέρηση της αναχώρησης ή και ακύρωση της πτήσης τους, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, SMS ή φωνητικού μηνύματος που στέλνεται στον υπολογιστή, στο βομβητή ή στο κινητό τηλέφωνο του ενδιαφερόμενου. Σε περίπτωση μάλιστα που είναι χρήστης των προγραμμάτων Microsoft Outlook, Lotus Notes, Act 2000 ή Palm Desktop, δίνεται η δυνατότητα να κατεβάσει τα προγράμματα ταξιδιού του κατευθείαν στο organizer του γραφείου του.

Τα παραπάνω είναι πολλά από τα προϊόντα και εργαλεία της Sabre τα οποία παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία και πολλές επιλογές για κάθε τουριστικό πρακτορείο. Από τα πολλά προϊόντα της Sabre είναι το Sabre Hotel, Sabre Car, Sabre Rail, My fares.(πηγή: [www.sabre.com](http://www.sabre.com))

Παρακάτω, θα αναλυθεί και η εταιρική παρουσίαση της Worldspan.

### 7.1 Εταιρική παρουσίαση της Worldspan



Η Worldspan δημιουργήθηκε το 1990 κατόπιν συμφωνίας των αεροπορικών εταιρειών Delta Airlines, Northwest Airlines, και Trans World Airlines. Συνεργάζεται με περισσότερες από 360 αεροπορικές εταιρείες, 40 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, 16.000 τουριστικά γραφεία και περίπου 22.000 ξενοδοχεία.

Επιπλέον, παρέχει τη δυνατότητα για πληροφορίες κρατήσεων θέσεων σε διάφορους ευρωπαϊκούς σιδηροδρομικούς οργανισμούς και ακτοπλοϊκές εταιρείες, ενώ παρέχει πληροφορίες σε εταιρείες που ασχολούνται με e-business και κυβερνητικές οργανώσεις που ασχολούνται με θέματα τουρισμού κ.λ.π.

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω αρχικά η Worldspan άνηκε στις προαναφερθείσες αεροπορικές εταιρείες. Σήμερα, βρίσκεται στην κατοχή των θυγατρικών της Delta Airlines(40%), Northwest Airlines(34%) και η American Airlines(26%). Από το 1995 η Worldspan δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες της να συμμετέχουν σε ένα ευρύ φάσμα των δυνατοτήτων του η-επιχειρείν. Το 2001 η Orbitz LCC ξεκίνησε στο Internet χρησιμοποιώντας το Worldspan ως Internet booking Engine και το 2002 έγινε η έναρξη της Worldspan για να γίνει το πρώτο GDS που εισήγαγε μια νέα επαναστατική τεχνολογία πολλαπλών server προσφέροντας μια άνευ προηγούμενου επιλογή των τιμών σε όλες τις επιλογές των πελατών της Worldspan. Εισχώρησε στο χώρο του Internet αναπτύσσοντας ηλεκτρονικά <sup>6</sup> κανάλια διανομής τουριστικών πληροφοριών και e-commerce υπηρεσίες σε τουριστικά πρακτορεία και μεγάλες εταιρείες τουρισμού.

Σήμερα, έχει παρουσία σε 160 χώρες και συνεργάζεται με 25.000 τουριστικά πρακτορεία σε σχεδόν 90 χώρες, με 425 αεροπορικές εταιρείες, 96.000 ξενοδοχεία,

<sup>6</sup> Πηγή: [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) & [www.worldspan.com](http://www.worldspan.com)

25 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων μέσω των 30.000 γραφείων του, με 50 tour operators και 50 ταξιδιωτικές εταιρείες.

Ακόμα, στον έλεγχο της Travelport Limited, θυγατρικής του ομίλου επιχειρήσεων Travelport, πέρασε πλέον η Worldspan, με την ολοκλήρωση διαδικασίας εξαγοράς της, έναντι 1,4 δις δολαρίων. Η συμφωνία αυτή ανάγει την Travelport ενισχύοντας περαιτέρω το σκληρό ανταγωνισμό.

«Με ένα εκτεταμένο δίκτυο συνεργατών σε όλο τον κόσμο και αναγνωρισμένες τεχνολογίες υπηρεσίες η ομάδα της Worldspan by Travelport δουλεύει για να ικανοποιήσει στο μεγαλύτερο βαθμό τις ανάγκες των πελατών της μία βιομηχανία που αλλάζει συνεχώς», δήλωσε σχετικά ο κ.Jeff Clarke, πρόεδρος της Travelport και chairman της Orbitz Worldwide.

Σήμερα, περισσότεροι από 750 προμηθευτές ταξιδιωτικών προϊόντων, 63.000 ταξιδιωτικά γραφεία και εκατομμύρια τελικοί καταναλωτές επωφελούνται παγκοσμίως από τη διανομή υπηρεσιών της Worldspan by Travelport.

«Οι πιέσεις του αυξανόμενου κόστους στα ταξιδιωτικά πρακτορεία, σε συνδυασμό με την ενίσχυση των εναλλακτικών καναλιών διανομής εξακολουθούν να επηρεάζουν τον τρόπο αγοράς ταξιδιωτικών υπηρεσιών», δήλωσε ο κ.Jeff Clarke. «Η συγχώνευση αυτή», συμπλήρωσε, «θα δημιουργήσει έναν αποτελεσματικό παροχέα διανομής ταξιδιωτικών υπηρεσιών, των πρακτορείων και των τελικών καταναλωτών».

Καθώς η ανάπτυξη του ταξιδιωτικού κλάδου συνεχίζεται με σημαντικό ρυθμό, οι προμηθευτές ταξιδιωτικών υπηρεσιών και τα πρακτορεία χρειάζονται τεχνολογία και δίκτυα ικανά να διαχειριστούν την αυξανόμενη ζήτηση. Ο ανταγωνισμός στον κλάδο της διανομής ταξιδιωτικών υπηρεσιών που γίνονται μέσω των εναλλακτικών καναλιών διανομής.

Σύμφωνα με την εταιρεία έρευνας Forrester Research, πάνω από τις μισές κρατήσεις στις Η.Π.Α γίνονται μέσω εναλλακτικών δικτύων διανομής εκτός των Παγκοσμίων Συστημάτων Κρατήσεων (GDSs). Σε παγκόσμιο επίπεδο η αύξηση των άμεσων πωλήσεων από ιστοσελίδες προμηθευτών συνεχίζεται, καθώς και οι αεροπορικές εταιρείες ενθαρρύνουν τις απευθείας κρατήσεις με προγράμματα επιβράβευσης (frequent flyer), αποκλειστικές τιμές ναύλων και ενδεχομένως, την αφαίρεση περιεχομένου από τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής Κρατήσεων (GDSs) ταξιδιωτικών υπηρεσιών και στηρίζει για την αποτελεσματική και συμφέρουσα παροχή υπηρεσιών μέσω των GDSs.

«Ο συνδυασμός της Travelport με την Worldspan ανταποκρίνεται άμεσα στις τάσεις της αγοράς και θέτει νέα δεδομένα στην τεχνολογία, την υψηλή ποιότητα και την κορυφαία εξυπηρέτηση πελατών», δήλωσε ο κ.Rakesh Gangwal, Chairman, President & Chief Executive Officer της Worldspan.

Σήμερα, περισσότερες από 750 προμηθευτές ταξιδιωτικών υπηρεσιών, 63.000 τουριστικά πρακτορεία και εκατομμύρια τελικοί καταναλωτές σε όλο τον κόσμο επωφελούνται από τις υπηρεσίες διανομής ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Η Worldspan ενδυναμώνει περαιτέρω την παγκόσμια παρουσία και ποικιλομορφία της Travelport και ενισχύει την τεχνολογική της πλατφόρμα, ιδιαίτερα στον τομέα της ηλεκτρονικής διανομής<sup>7</sup>

Τα συμβατικά και τα ηλεκτρονικά πρακτορεία, τα πρακτορεία για επαγγελματικά ταξίδια και οι αεροπορικές εταιρείες είναι σε θέση να χρησιμοποιούν τη λύση της Worldspan για την πιο αποτελεσματική επεξεργασία των διαπραγματευόμενων ναύλων.

Παρακάτω θα παρουσιαστούν κάποια από τα προϊόντα αλλά και εργαλεία της Worldspan.

## 7.2 Προϊόντα και εργαλεία της Worldspan by Travelport

### 1. SecuRate Air Plus:

Αποτελεί λύση για τη διαχείριση διαπραγματευόμενων ναύλων μέσω του διαδικτύου σε παγκόσμιο επίπεδο και είναι διαθέσιμο προς τους πελάτες της(τουριστικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρείες κ.λ.π).

Το πρόγραμμα **SecuRate Air Plus** προσφέρει απεριόριστη δυνατότητα αποθήκευσης δεδομένων ναύλου και πιο αποτελεσματική τιμολόγηση χωρίς τη χρήση ειδικών κωδικών πρόσβασης, ενώ είναι σχεδιασμένο για να ικανοποιεί τις ολοένα και πιο περίπλοκες απαιτήσεις σχετικά με τη διαχείριση των διαπραγματευόμενων ναύλων.

Αποθηκεύει και επεξεργάζεται όλες τις πληροφορίες που σχετίζονται με τους ναύλους, που έχουν συμφωνηθεί και ανακοινωθεί σε μία μόνο ασφαλή βάση δεδομένων η οποία έχει ως αποτέλεσμα τη γρήγορη και αποτελεσματική επεξεργασία

---

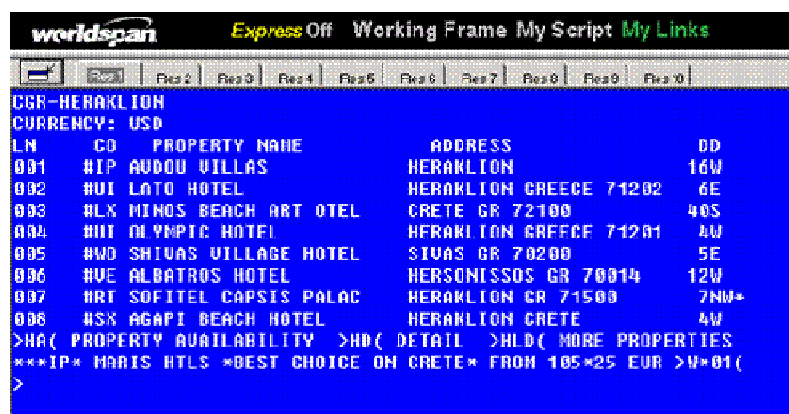
<sup>7</sup> Πηγή: [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

με μία μόνο καταχώρηση τιμολόγησης.

Ακόμα, διαθέτει δυνατότητα διευρυμένων αυτοματοποιημένων κανονισμών και ιστορικό δεδομένων ναύλων και κανονισμών για αποτελεσματική επεξεργασία.

Επιπλέον, το πρόγραμμα αυτό, παρέχει φιλικό προς τον χρήστη, περιβάλλον διασύνδεσης μέσω του Διαδικτύου και διευκολύνει την καταχώρηση και τη διαχείριση ναύλων.

## 2. Worldspan Trip Manager:



### *15. Εικόνα από οθόνη κρατήσεων της*

### *Worldspan από [www.travelport.com](http://www.travelport.com)*

Η Worldspan μέσω της συνεργασίας της με την Fare Chase παρέχει στα τουριστικά πρακτορεία που συνεργάζονται μαζί της, το πρόγραμμα Worldspan Trip Manager.

Μέσα από αυτό το πρόγραμμα, υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης και πλήρης λειτουργικότητας για κρατήσεις αεροπορικών ναύλων με χαμηλό κόστος μέσω των διαδικτυακών τοποθεσιών των αεροπορικών εταιρειών.

Με την τεχνολογία Fare Chase Automation, η Worldspan καθιστά τη διαδικασία προβολής και κρατήσεων για ναύλους χαμηλού κόστους εξίσου εύκολη με εκείνη των ναύλων που έχουν ανακοινωθεί και διαπραγματευθεί. Διατίθενται από το πρόγραμμα Worldspan's Go, μέσω της πλατφόρμας επιτραπέζιων ηλεκτρονικών υπολογιστών, Internet ή μέσω του προγράμματος Trip Manager, που αφορά προσωπικές κρατήσεις εταιρειών.

Η τεχνολογία Fare Chase προσφέρει στους χρήστες της Worldspan σε όλο τον κόσμο τη δυνατότητα πρόσβασης και κράτησης, ταξιδιωτικούς καταλόγους ναύλων χαμηλού κόστους μέσα από διαδικτυακές τοποθεσίες αεροπορικών εταιρειών.

Οι χρήστες του προγράμματος, αλλά και οι τουριστικοί πράκτορες του Trip Manager μπορούν να κάνουν κρατήσεις με εμπιστοσύνη, χωρίς χρονοβόρες

διαδικασίες, ψάχνοντας μέσα στο Διαδίκτυο. Η δυνατότητα πρόσβασης και κρατήσεων χαμηλού κόστους απευθείας από το σύστημα της Worldspan σημαίνει περισσότερες επιλογές για τους χρήστες και μεγαλύτερες δυνατότητες προώθησης είτε των αεροπορικών μεταφορέων είτε των τουριστικών πρακτορείων.

Η Worldspan δεν κατέχει σημαντική θέση μόνο στο εξωτερικό αλλά και την Ελληνική τουριστική αγορά, αφού κατατάσσεται στις μεγαλύτερες επικρατέστερες εταιρείες GDSs στην Ελλάδα. Παρέχει επίσης, πλήρης υπηρεσίες, συμβουλευτική υποστήριξη έως τις πωλήσεις, μεθόδους εφαρμογής, τεχνική υποστήριξη και κατάρτιση στα τουριστικά πρακτορεία. Η αεροπορική εταιρεία Continental Airlines διάλεξε αυτή την εταιρεία για να της προμηθεύσει τεχνογνωσία και τεχνολογία για τα εισιτήρια και την τιμολόγηση μέσω των εφαρμογών της Fare Quote, Itinerary Pricing, Low Fare Finder και Private Fares.

Χρησιμοποιείται ακόμα, από την Delta Airlines, Northwest Airlines, την TWA, περισσότερους από 20.800 τουριστικούς πράκτορες παγκοσμίως που συνεργάζονται με την Worldspan. Επιπλέον, στο σύστημα βρίσκονται και τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι σε ηλεκτρονική μορφή όπως [www.expedia.com](http://www.expedia.com), [www.priceline.com](http://www.priceline.com).

### 3. Internet: [www.airticket.gr](http://www.airticket.gr):



Το Air ticket κάνει την κράτηση του αεροπορικού εισιτηρίου μια σύντομη, απλή και σύγχρονη διαδικασία αφενός χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του πελάτη στον κλασικό χώρο σε τουριστικό πρακτορείο και αφετέρου χωρίς τυχόν διαφορές στις τιμές του αεροπορικού εισιτηρίου. Μέσω του Air ticket όπου υποστηρίζεται από την Worldspan GDS, δίδεται η δυνατότητα έρευνας και κράτησης για αεροπορικό εισιτήριο σε όλα τα δυνατά και πιθανά αεροπορικά δρομολόγια (18.000 περίπου συνδυασμοί από πτήσεις).

Στα προηγούμενα κεφάλαια παρουσιάστηκαν οι επικρατέστερες εταιρείες πληροφορικής, πληροφοριακών συστημάτων, συστημάτων κρατήσεων, με συμβουλευτικές ιδιότητες τόσο για τα τουριστικά πρακτορεία όσο και για τους ίδιους τους πελάτες και καταναλωτές. Παρατηρήσαμε ένα προς ένα αναλυτικά, με εταιρική παρουσίαση αλλά και την ανάδειξη των χαρακτηριστικών της κάθε εταιρείας. Ακόμα, αναλύθηκαν αν όχι όλα αρκετά από τα προϊόντα και εργαλεία της Galileo, Sabre,



Amadeus και Worldspan, όπου βοηθούν το έργο, την λειτουργικότητα, την παραγωγικότητα και την οργάνωση του κάθε τουριστικού πρακτορείου.

Στα επόμενα δύο κεφάλαια θα αναλυθούν πληροφοριακά συστήματα/συστήματα κρατήσεων, όπου χρησιμοποιούνται σε ναυτιλιακά πρακτορεία μεγάλης επικράτειας στην ελληνική αγορά.

#### 8.1 Γενικά χαρακτηριστικά:

Το AFOS αποτελεί βασικό πρόγραμμα έκδοσης εισιτηρίων εξωτερικού τουριστικού προορισμού από Πάτρα – Ιταλία με τα ναυτιλιακά πρακτορεία της Blue Star Ferries του ομίλου της Attica Alliance Premium.

Είναι ένα πρόγραμμα αρκετά δύσκολο για τους νέους χρήστες αλλά παρέχει πολλές δυνατότητες στους τελικούς χρήστες και κατ' επέκταση και στους πελάτες.

Τα ναυτιλιακά πρακτορεία Blue Star Ferries/ Superfast ferries εκδίδει εισιτήρια με προορισμό Πάτρα – Ιταλία χρησιμοποιώντας το σύστημα κρατήσεων, AFOS, που αναλύουμε.

##### 8.1.1 Αναλυτικά χαρακτηριστικά:

Για να μπει ο χρήστης στο πρόγραμμα, χρειάζεται να πληκτρολογήσει το προσωπικό του κωδικό (password) και το δικό του user name, το οποίο μπορεί να αλλάζει όποτε αυτός επιθυμεί, αφού το πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα αυτή. Αφού μπει στο συγκεκριμένο πρόγραμμα ο χρήστης, βγαίνει στην οθόνη μια μάσκα με τρεις επιλογές. Οι επιλογές αυτές είναι:

- Ø on line bookings
- Ø Reports Menu
- Ø Integrities Menu

Η πρώτη επιλογή on – line bookings, χρησιμοποιείται για να ανοίξει ο χρήστης το δρομολόγιο της ημέρας και να κάνει κρατήσεις ή αλλαγές σε κρατήσεις. Η δεύτερη και η τρίτη επιλογή αφορούν συγκεντρωτικά στοιχεία που είναι απαραίτητα κατά το κλείσιμο της ημέρας (μετά την αναχώρηση του πλοίου) και για το αρχείο του πρακτορείου γενικά. Αυτά τα στοιχεία είναι σημαντικά για το πρακτορείο και για

τους πράκτορες για <sup>8</sup>να μπορούν να συγκρίνουν για παράδειγμα τη τουριστική κίνηση ανά μέρα ή ανά μήνα ή ακόμα να συγκρίνουν τις πωλήσεις που έχουν κάνει σε εισιτήρια επιβατών, οχημάτων κ.λ.π.

Αφού λοιπόν επιλέγει ο χρήστης ένα από τις επιλογές, το σύστημα κρατήσεων μεταφέρει τον χρήστη σε μία άλλη μάσκα με 7 επιλογές οι οποίες είναι:

- Ø Check in Suite
- Ø Booking Suite
- Ø VAT client Maintenance
- Ø VEH Registration maintenance
- Ø VTR Batch maintenance
- Ø Booking unlock utility
- Ø Change Password

#### **8.1.2 Ανάλυση των παραπάνω επιλογών:**

Check in Suite: Η επιλογή αυτή ανοίγει το Check-in της ημέρας αλλά ταυτόχρονα μπορούν να γίνουν και κρατήσεις θέσεων

Booking Suite: Η επιλογή αυτή βοηθάει το χρήστη να δει μία κράτηση ολοκληρωμένη. Δηλ. μπορεί να δει από ποιο γραφείο έχει γίνει η κράτηση, πότε έχει γίνει, τι ακριβώς περιλαμβάνει η κράτηση, γιατί έχει έκπτωση η συγκεκριμένη κράτηση, γιατί είναι μηδενική η κράτηση αυτή, γιατί υπάρχει διαφορά του εισιτηρίου με αυτή της κράτησης που βλέπει ο χρήστης στην οθόνη. Είναι η βασική λειτουργία και χρησιμοποιείται καθημερινά από τους χρήστες, όπου κατά το τέλος της ημέρας ο χρήστης βγάζει free και RSO% κρατήσεις της επόμενης μέρας, τις εκπτώσεις και τις παραδίδει στον πράκτορα.

Η σημαντικότερη επιλογή είναι η παραπάνω γιατί αυτή επιτρέπει στους χρήστες του προγράμματος να κάνουν κρατήσεις και check-in στις κρατήσεις της ημέρας (**check-in**: είναι η διαδικασία που ακολουθείται 2 ώρες πριν την αναχώρηση του πλοίου από τους υπαλλήλους του πρακτορείου, δίνοντας στους πελάτες τις κάρτες επιβίβασής τους). Έτσι, ο χρήστης επιλέγει τη πρώτη επιλογή και το πρόγραμμα μεταφέρεται σε μία άλλη μάσκα όπου αναγράφονται τα εξής στοιχεία:

1. Κωδικός υπαλλήλου
2. Ημερομηνία και Ωρα

---

<sup>8</sup> Εγχειρίδιο του Afos System (από την πρακτική μου εξάσκηση το 01/10/08-31/03/10)

3. Δρομολόγιο ημέρας
4. Αριθμός επιβεβαιωμένων κρατήσεων
5. Ώρα αναχώρησης του δρομολογίου
6. Πόσα άτομα έχουν τσεκάρει τα εισιτήριά τους
7. Πόσα αυτοκίνητα, μηχανές, λεωφορεία, camper, cargo ταξιδεύουν και πόσα άτομα ταξιδεύουν χωρίς μεταφορικό μέσο. Από τα άτομα που ταξιδεύουν το σύστημα αναγράφει πόσοι από τους επιβάτες είναι δηλωμένοι ως ενήλικες, παιδιά, βρέφη, πόσοι οδηγοί φορτηγών και συνοδοί καθώς επίσης και πόσο επιβάτες ταξιδεύουν free.

Τέλος, στο αριστερό μέρος της μάσκας της οθόνης υπάρχει η ένδειξη «Ref» (Reference) όπου εκεί αναγράφεται ο κωδικός κράτησης που επιθυμεί ο χρήστης να βρει. Ο κωδικός αυτός είναι οκταψήφιος και βέβαια κάθε φορά είναι διαφορετικός.

## **8.2 Διαδικασία Κράτησης στο AFOS**

Η διαδικασία κράτησης θέσεων με το πρόγραμμα που εξετάζουμε απαιτεί εγρήγορση κινήσεων, με προσοχή και πολύ καλή γνώση των ειδικών προσφορών και πακέτων που προσφέρει το ναυτιλιακό πρακτορείο. (Blue Star Ferries & Superfast Ferries)

Για να κάνει ο χρήστης κράτηση ακολουθεί μία συγκεκριμένη διαδικασία:

1. Πληκτρολογεί F10
2. Δηλώνει το itinerary (το δρομολόγιο) που επιθυμεί ο πελάτης να εκτελέσει
3. Δηλώνει την ημερομηνία αναχώρησης
4. Δηλώνει τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν
5. Εάν έχει ο πελάτης έχει μεταφορικό μέσο υποχρεούται ο χρήστης να το δηλώσει και αυτό.
6. Εάν ο πελάτης επιθυμεί εισιτήριο μετ'επιστροφής τότε ο χρήστης του συστήματος δηλώνει την ημερομηνία επιστροφής που επιθυμεί ο πελάτης, την ώρα, τα άτομα και το μεταφορικό μέσο (εάν υπάρχει).
7. Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν γνωρίζει την ημερομηνία επιστροφής τότε υπάρχει η εναλλακτική του εισιτηρίου with Open Date, το οποίο δηλώνεται στο δεύτερο δρομολόγιο. Αφού τελειώσει η συμπλήρωση στοιχείων και

δρομολογίου το σύστημα «ρωτάει» το χρήστη εάν επιθυμεί να επιβεβαιώσει την κράτηση. Μετά επιλέγει YES OR NO.

8. Μετά την επιβεβαίωση, στο δρομολόγιο πρέπει να δηλωθεί και η θέση που επιθυμεί ο επιβάτης/τες να έχει. Έτσι, στη μάσκα (εκεί παρουσιάζονται σε πραγματικό χρόνο η διαθεσιμότητα θέσεων) που φαίνονται οι κατηγορίες θέσεων δηλώνεται αντίστοιχα η επιθυμητή θέση του πελάτη και στα δύο δρομολόγια. Εάν πρόκειται για διαδρομή δεν είναι μετ'επιστροφής τότε δηλώνεται ως «One Way».
9. Το πρόγραμμα AFOS δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη τη στιγμή που δηλώνει καμπίνες ή θέσεις, να επιλέξει ίδιος ποια καμπίνα θα προσφέρει στον πελάτη ή ποια θέση αεροπορικού τύπου θα δώσει. Υπάρχουν πελάτες που ταξιδεύουν συχνά και έχουν προτίμηση κάποια συγκεκριμένη καμπίνα. Το σύστημα δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να μπορέσει να δει εάν η συγκεκριμένη καμπίνα ή θέση που επιθυμεί ο επιβάτης είναι διαθέσιμη και έτσι και ο χρήστης-υπάλληλος διευκολύνεται, αλλά και ο επιβάτης-πελάτης.
10. Ακόμα, δίνεται η δυνατότητα στον επιβάτη, εάν δεν θέλει ολόκληρη την καμπίνα, να διαλέξει συγκεκριμένο κρεβάτι (αντρικό/γυναικείο) σε τετράκλινη καμπίνα.
11. Κάποιοι επιβάτες όταν ταξιδεύουν, πολλές φορές, παίρνουν μαζί τους και τα κατοικίδια τους. Το συγκεκριμένο σύστημα κρατήσεων δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να δηλώσει το κατοικίδιο, κατά τη στιγμή της κράτησης σε κάποιο PET IN KENNEL ή σε κάποια καμπίνα όπου είναι κατάλληλα διαμορφωμένο για κατοικίδια.
12. Κατά την ολοκλήρωση της κράτησης, το σύστημα κρατήσεων εμφανίζει αυτόματα τη συνολική τιμή, όπου ο επιβάτης καλείται να πληρώσει. Σημαντικό είναι ότι το σύστημα αναλύει το σύνολο της τιμής. Δηλαδή, εμφανίζει ξεχωριστά το κόστος της θέσης του επιβάτη, του μεταφορικού μέσου (εάν υπάρχει), ακόμα και το κόστος μεταφοράς του κατοικίδιου (εάν υπάρχει). Ακόμα, εάν πρόκειται για ταξίδι μετ'επιστροφής, τότε αντίστοιχα εμφανίζεται η κοστολόγηση και στις δύο διαδρομές.
13. Μετά την κοστολόγηση της κράτησης, ο πελάτης έχει την επιλογή, εάν τελικά θα επιβεβαιώσει την κράτηση ή θα την ακυρώσει. Το σύστημα δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες, οι κρατήσεις να γίνονται με Option Date( με

χρονικό περιθώριο εξόφλησης εισιτηρίου). Οι κρατήσεις Option όμως γίνονται σε ορισμένες περιπτώσεις:

1<sup>η</sup>. Όταν μία κράτηση γίνεται 15 ημέρες πριν την ημερομηνία αναχώρησης που επιθυμεί ο πελάτης. Απαιτείται, όμως, να επιβεβαιώσει την κράτηση μέχρι την Option Date.

2<sup>η</sup> εάν δεν επιβεβαιωθεί η κράτηση μέχρι την Option Date από τον πελάτη, τότε η κράτηση ακυρώνεται αυτόματα από το σύστημα AFOS.

14. Και τέλος, το σύστημα εμφανίζει αυτόματα τον αριθμό κράτησης, τον οποίο ο χρήστης δίνει στον πελάτη αλλά και την ημερομηνία Option εάν η κράτηση είναι με Option Date.

Θα μπορούσε να αναφερθεί ότι η διαδικασία κράτησης στο συγκεκριμένο σύστημα είναι αρκετά πολύπλοκη, όχι δύσκολη, αλλά με μεγάλο ενδιαφέρον. Ωστόσο, για να το μάθεις κανείς χρειάζεται χρόνο αλλά και έναν έμπειρο σε χρόνια χρήστη.

### **8.3 Εξειδικευμένες δυνατότητες του AFOS**

Στη συνέχεια, θα ακολουθήσει η ανάλυση κάποιων εξειδικευμένων δυνατοτήτων του Afos System οι οποίες είναι αξιοπρόσεκτες.

#### **1. Split ticket:**

Η διαδικασία του Split ticket, είναι αρκετά ιδιαίτερη. Θα αναφερθεί μία μελέτη περίπτωσης για να κατανοήσουμε πιο εύκολα τη σημασία της διαδικασίας Split ticket:

#### **Μελέτη περίπτωσης:**

4 άτομα, αποφασίζουν να ταξιδέψουν για Ιταλία. Εκδίδουν το εισιτήριό τους και το εξοφλούν πριν τη καθορισμένη ημερομηνία αναχώρησης. Όμως, την ημέρα αναχώρησης ο ένας επιβάτης από τους τέσσερις, του εισιτηρίου, αλλάζει γνώμη και δεν επιθυμεί να ταξιδέψει τη καθορισμένη ημερομηνία αλλά μετά από 10 ημέρες.

Ο χρήστης (υπάλληλος), είναι υποχρεωμένος να κάνει το εισιτήριο Split. Η αρχική κράτηση πρέπει να διορθωθεί και να συμπεριλάβει μόνο τον αριθμό των που ταξιδεύουν τη καθορισμένη ημερομηνία. Οι τιμές παραμένουν οι ίδιες, όπως αναγράφεται στο εισιτήριο. Μια καινούργια κράτηση, πρέπει να δημιουργηθεί, με τον κωδικό του αρχικού port agent (λιμενικού πράκτορα), η οποία θα συμπεριλαμβάνει

τον επιβάτη που επιθυμεί να ταξιδέψει μετά από 10 ημέρες. Οι τιμές της καινούργιας κράτησης, θα είναι μηδενικές, εκτός εάν υπάρχει διαφορά στη τιμή λόγω υψηλής ή χαμηλής περιόδου ή εάν επιθυμεί διαφορετικό τύπο θέσης από την αρχική. Δηλαδή,

A) Εάν από ATS, επιθυμεί καμπίνα

B) Εάν από Deck, επιθυμεί ATS και

Γ) Εάν από ATS, επιθυμεί Deck.

Το αρχικό εισιτήριο δίνεται στους επιβάτες που ταξιδεύουν με την αναγραφόμενη ημερομηνία, ενώ το δεύτερο εισιτήριο το παραλαμβάνει ο επιβάτης την ημερομηνία αναχώρησής του.

## 2. Endorsed ticket:

Γίνεται καινούργια κράτηση κάτω από τον κωδικό της συγκεκριμένης εταιρείας όπως: της Anek 16506, της Minoan 16547 και άλλα.

Στη συνέχεια διορθώνει ο χρήστης τις τιμές, σύμφωνα με τις τιμές της εταιρείας τα εισιτήρια, τα οποία παραλαμβάνει και επισυνάπτει πίσω από το κουπόνι του πλοίου, το εισιτήριο της άλλης εταιρείας ( το οποίο θα πρέπει να σφραγισθεί, με τη σφραγίδα του ναυτιλιακού πρακτορείου) και να αναγράφεται η ένδειξη ENDORSED. Επίσης, ο χρήστης κρατάει αντίγραφο του εισιτηρίου, της άλλης ναυτιλιακής εταιρείας καθώς και του πρακτορείου που εργάζεται ο χρήστης (υπάλληλος).

Μετά την αναχώρηση πλοίου, αποστέλλει ο υπάλληλος-χρήστης αναλυτική κράτηση στην οποία φαίνονται:

- Ø Ο κωδικός κράτησης στο AFOS
- Ø Το Lead name
- Ø Αριθμός εισιτηρίου της άλλης εταιρείας
- Ø Αριθμός εισιτηρίου της καινούργιας εταιρείας
- Ø Αριθμός ατόμων που ταξιδεύουν και τα στοιχεία του μεταφορικού μέσου.

## **8.4 Κωδικοί-Εντολές AFOS του 2009 από το εγχειρίδιο του AFOS**

### Εκπτώσεις:

#### 1. SAV: -5%

1. Ταξίδι μετ' επιστροφής
2. Κράτηση 45 ημέρες νωρίτερα
3. Όχι Open επιστροφή (χωρίς συγκεκριμένη ημερομηνία επιστροφής)

4. Αλλαγή μόνο με πληρωμή διαφοράς
5. Χώρος παραμονής: από 7 έως 60 ημέρες

## 2. DAO/DAR: -20%

1. Είναι για 3-4 άτομα, όλοι σε ένα εισιτήριο (μια κράτηση) με καμπίνα, με ή χωρίς αυτοκίνητο

## 3. FMO/FMR: -10%

2. Πάνω από 4 άτομα σε κατάστρωμα (DECK) ή αεροπορικό εισιτήριο κάθισμα (ATS), με IX, όλοι σε μία κράτηση, ένα εισιτήριο.

## 4. WSO/WSR: -50% (ήταν για καθορισμένο χρονικό διάστημα)

3. Έως 31/03, μόνο για Αγκόνα (Ιταλία)
4. Όχι Open επιστροφή
5. Αλλαγές ναι, ακυρώσεις μη επιτρεπτές

## 5. EARLY BOOKING: -10%

- Ø ERO > One way
- Ø ERR > Round trip
- Ø ERS > Round trip & Super Saver
- Ø IMO > One way & FMO (πάνω από 4 άτομα σε Deck ή ATS σε ένα εισιτήριο)
- Ø 1MR > Round & FMR
- Ø 1AO > One way & DAO (3,4 άτομα, όλοι σ' ένα εισιτήριο με καμπίνα, με ή χωρίς IX )
- Ø 1AR > Round trip & DAR

\* BARI > 01/01/2009 – 31/12/2009

ANCONA > 01/04/2009 – 31/12/2009

Αυτές οι κρατήσεις ίσχυαν μέχρι 31/03/2009 για το Early Booking και WSO/WSR

ADR – ADO -25% (camper offer CMR / CFO – CFR: -25%).

6. Κωδικοί δρομολογίων με βάση τον προορισμό:

Για ANCONA ο κωδικός στο σύστημα είναι 23552

Για BARI ο κωδικός στο σύστημα είναι 29274

7. Κωδικοί EURAIL – INTERAIL και Products:

EURAIL: RWA – 23477

INTERAIL: RIA – 23591



8. Κωδικοί free και Έκπτωσης 50 -70%:

FREE: Αποτελεί product για εισιτήριο δωρεάν

R50%: Αποτελεί product για εισιτήριο με έκπτωση 50%

R70%: Αποτελεί product για εισιτήριο με έκπτωση 70%

9. Κάποιοι κωδικοί εντολές Εθνικοτήτων του AFOS:

Στο σύστημα κρατήσεων – εκδόσεων εισιτηρίων Afos υπάρχουν πάνω από 230 εθνικότητες. Φυσικό είναι ότι ο κάθε χρήστης δεν μπορεί να μάθει όλους αυτούς κωδικούς άπταιστα. Υπάρχει λοιπόν μάσκα στο σύστημα που μπορεί ο κάθε χρήστης να βλέπει αναλυτικά τις εθνικότητες. Παρακάτω θα δούμε κάποιες από τις εθνικότητες που διαθέτει το σύστημα:

GR>GREEK

IT> ITALIAN

UK> UNITED KINGDOM

CY> CYPRIOT

Εκτός από τις παραπάνω υπάρχουν και πολλές ακόμα αλλά δεν θα αναφερθούμε σε όλες, γιατί είναι όπως προαναφέρθηκε είναι πάνω από 230 εθνικότητες, θα αναφερθούν όμως και κάποιες εθνικότητες που είναι απαραίτητο ο χρήστης να καταχωρήσει τον αριθμό διαβατηρίου στο σύστημα για έλεγχο επιβατών που είναι εκτός Ε.Ε. Κάποιες από αυτές είναι:

TR> Turkish

UA> UKRANIA

VE> VENEZUELA

PK> PAKISTAN

PE> PERU

US> UNITED STATES OF AMERICA

CA> CANADIAN

10. Κατηγορίες – εντολές αυτοκινήτων:

CJ> Car and jeep

FP> Foot passenger

ML or BI> Motorcycle

MS> Mini – bus (5 μέτρα μέχρι 2, 5 ύψος)

MD> Mini – bus (5 μέτρα μέχρι 1, 90 ύψος)

K1> Car and baggage trailer

CM> Camper

CR> Caravan high

**Σημείωση:** Δεν είναι όλες οι εντολές καταχωρημένες γιατί είναι επίσης ποικίλες όπως και οι εθνικότητες που έχουν προαναφερθεί.

## 8.5 Πλεονεκτήματα

- Ø Το πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να γνωρίζει ποιο πλοίο ταξιδεύει την ημερομηνία που επιθυμεί ο επιβάτης-πελάτης, αρκεί μόνο η πληκτρολόγηση του δρομολογίου και η ημερομηνία αναχώρησης. Αυτό είναι αρκετά χρήσιμο για τον χρήστη διότι μπορεί να υπενθυμίζεται ανά πάσα στιγμή ποιο πλοίο ταξιδεύει.
- Ø Εάν ο χρήστης δεν πληκτρολογήσει σωστά το δρομολόγιο, το σύστημα αυτόματα δεν τον αφήνει να προχωρήσει σε άλλη μάσκα αλλά ούτε και στην κράτηση. Σαφέστατα αυτό προστατεύει τον χρήστη από τυχόν λάθη στα δρομολόγια των κρατήσεων.
- Ø Ένα βασικό πλεονέκτημα του συστήματος είναι πως όταν ο χρήστης μεταφερθεί στη μάσκα με τις καμπίνες και με τις υπόλοιπες θέσεις(ATS: αεροπορικό κάθισμα, DECK: κατάστρωμα) που διαθέτει το πλοίο, το πρόγραμμα εμφανίζει τη διαθεσιμότητα θέσεων ανά κατηγορία. Ακόμα, μπορεί να βλέπει ποιες καμπίνες (σε αριθμό και τύπο θέσης) είναι ελεύθερες, να δηλώνει κρεβάτια σε πελάτες ανάλογα με την προτίμησή τους. Τέλος, υπάρχει η δυνατότητα για κάποιους επιβάτες που ταξιδεύουν μαζικά και έχουν ιδίου τύπου θέση να έχουν όλα ATS(αεροπορικό κάθισμα, το ένα δίπλα στο άλλο, ανάλογα πάντα με τη διαθεσιμότητα)
- Ø Κατά την ολοκλήρωση της κράτησης, εμφανίζεται η τιμή του ατόμου που ταξιδεύει ξεχωριστά από αυτή του μεταφορικού μέσου εάν υπάρχει. Αναλυτική κοστολόγηση εισιτηρίου (pax, car)
- Ø Ο κάθε χρήστης έχει δικό του user name αλλά και password, με αποτέλεσμα ο κάθε χρήστης να προστατεύεται. Ακόμα, υπάρχει η δυνατότητα στο χρήστη να αλλάξει όσες φορές θέλει το password του, εάν υποψιαστεί ότι κάποιος γνωρίζει το password του.
- Ø Το πρόγραμμα διαθέτει αυτόματα Option Date και έτσι ο χρήστης δεν έχει την ανησυχία μήπως ξεχάσει να δηλώσει Option Date.

- Ø Ακόμα, το Afos διαθέτει ειδικό πλαίσιο, όπου καταχωρούνται τα στοιχεία του πελάτη που κάνει τηλεφωνική κράτηση. Τέτοια στοιχεία είναι το ονοματεπώνυμο του πελάτη/ τηλέφωνο πελάτη στο σπίτι, στο κινητό, στο γραφείο/ διεύθυνση οικείας.

## **8.6 Μειονεκτήματα**

- Ø Είναι αρκετά πολύπλοκο στην εκμάθηση του διότι διαθέτει πολλές εντολές και ποικίλες μάσκες διαφορετικές, με συνέπεια για ένα νέο χρήστη να είναι δύσκολο και χρονοβόρο να μάθει να το χειρίζεται.
- Ø Επίσης, το πρόγραμμα εμφανίζει την ημερομηνία Option Date αυτόματα, κάτι που σημαίνει πως η κράτηση πρέπει να επιβεβαιωθεί από τον πελάτη και από το optional να γίνει Confirmed από το χρήστη/υπάλληλο. Πολλές κρατήσεις αν και τηλεφωνικώς επιβεβαιώθηκαν από τους πελάτες, τελικά δεν παρέλαβαν τα εισιτήριά τους, με συνέπεια ο χρήστης να χρεώνεται τη κράτηση αυτή. Θα έπρεπε λοιπόν, το σύστημα AFOS να δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να ορίζει αυτός την ημερομηνία Option, έτσι ώστε να μην είναι υποχρεωμένοι οι χρήστες να θυμούνται όλες τις κρατήσεις που έχουν κάνει και φυσικά να μην χρεώνονται.
- Ø Τέλος, θεωρείται ένα από τα πιο ακριβά πληροφοριακά συστήματα που χρησιμοποιούν τα ναυτιλιακά πρακτορεία.

### 9.1 Παρουσίαση του συστήματος Analysis Ferry Link

Το Analysis Ferry Link αποτελεί ένα από τα βασικά προγράμματα έκδοσης εισιτηρίων σε ένα ναυτιλιακό πρακτορείο(Blue Star Ferries, Superfast Ferries), αλλά και σε ορισμένα τουριστικά πρακτορεία. Είναι ένα πρόγραμμα εύκολο στη χρήση του και παρέχει πληθώρα διευκολύνσεων και δυνατοτήτων στους χρήστες.

Το συγκεκριμένο σύστημα χρησιμοποιείται κυρίως για την έκδοση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων εσωτερικού. Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν αυτό το πρόγραμμα είναι η Blue Star Ferries και η Superfast (Attica Premium) αλλά και η εταιρεία Strinzis Ferries. Τα εν λόγω ναυτιλιακά πρακτορεία χρησιμοποιούν αυτό το σύστημα κρατήσεων για να εκδίδει ακτοπλοϊκά εισιτήρια για προορισμούς από Πειραιά ή από Ραφήνα, για Δωδεκάνησα, Κυκλάδες, Κρήτη και για Κεφαλονιά/Ιθάκη.

### 9.2 Χαρακτηριστικά

Για να μπορέσει να εισχωρήσει στο πρόγραμμα ο χρήστης χρειάζεται να πληκτρολογήσει ένα κωδικό πρόσβασης. Για παράδειγμα: FCENTER 19. Όταν τον πληκτρολογήσει τον μεταφέρει στην αρχική μάσκα του προγράμματος όπου βλέπει το Menu του Analysis.

Στο Menu, ο χρήστης, μπορεί να διακρίνει τα εξής:

**Ø Κρατήσεις:** Το Menu αυτό αποτελείται από:

- Κράτηση
- Εύρεση – Τροποποίηση Κρατήσεων
- Κρατήσεις οχημάτων Πλάνου
- Προβολή ναύλων
- Προβολή Κρατήσεων με Option Date

- Αλλαγή κωδικού Allotment
- Έξοδος

**Ø Check in:** Αποτελείται από:

- Επιβίβαση επιβατών/Οχημάτων
- Επιβίβαση βάση κράτησης
- Εισαγωγή αρχείων Check in
- Πλάνο επιβίβασης Οχημάτων
- Κατάσταση ατόμων με ειδικές ανάγκες
- Κατάσταση μη Εμφανισθέντων
- Στατιστικά Πλοίου
- Κατάσταση λιμεναρχείου
- Εξαγωγή βάση για πλοίο

**Ø Ταμείο:** Αποτελείται από:

- Εκδοθέντα εισιτήρια
- Ακυρωμένα εισιτήρια
- Αναλυτικές πωλήσεις
- Συγκεντρωτικές πωλήσεις
- Αλλαγή/Ακύρωση Εισιτηρίου

**Ø Αρχεία Κρατήσεων:** Αποτελείται από:

- Πλάνα κρατήσεων
- Κρατήσεων

**Ø Γενικά αρχεία:**

- Πλοία
- Πληρώματα πλοίων

**Ø Βοηθητικά:**

- Παράμετροι χρήστη
- Εκτυπωτές εισιτηρίων

**Ø Window:** Αποτελείται από:

- Βοήθεια
- Πληροφορίες προγράμματος
- Διαδοχική παράθεση παραθύρων
- Κάθετη παράθεση παραθύρων
- Οριζόντια Παράθεση παραθύρων

### 9.3 Διαδικασία κράτησης

Για να κάνει κράτηση στο πρόγραμμα αυτό, αρχικά δηλώνει την ημερομηνία αναχώρησης, το λιμάνι αναχώρησης. Στη συνέχεια επιλέγει το δρομολόγιο που επιθυμεί ο πελάτης και αυτόματα εμφανίζεται στη μάσκα, το όνομα πλοίου που διεξάγει το δρομολόγιο αυτό, την ημερομηνία και ώρα άφιξης στον προορισμό. Επόμενη κίνηση είναι να δηλωθεί και η ημερομηνία επιστροφής του επιβάτη εάν αυτό επιθυμεί κατά τον ίδιο τρόπο. Αφού ο χρήστης τελειώσει με την επιλογή δρομολογίων, πρέπει να δηλώσει τι είδος καμπίνας που ο πελάτης θα έχει στο ταξίδι του. Η επιλογή του διαμορφώνεται με βάση τα άτομα που ταξιδεύουν, με το κόστος καμπίνας και βέβαια με τη διάρκεια του ταξιδιού.

Εάν το ταξίδι είναι μικρής διάρκειας, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει οικονομικής θέσης ή αεροπορικού τύπου θέση, που δεν κοστίζουν πολύ.

Εάν το ταξίδι είναι μεγάλης διάρκειας, τότε ο επιβάτης μπορεί να επιλέξει καμπίνα, είτε εσωτερική ( δηλ. χωρίς παράθυρο και πιο φθηνή), είτε εξωτερική (δηλ. με παράθυρο και πιο ακριβή).

Οι εσωτερικές καμπίνες διακρίνονται σε:

1. Μονόκλινες
2. Δίκλινες

Και οι εξωτερικές καμπίνες διακρίνονται σε:

1. Μονόκλινες
2. Δίκλινες
3. Τρίκλινες
4. Τετράκλινες

Αυτό σημαίνει ότι εάν ταξιδεύει ένας επιβάτης, μπορεί να αγοράσει είτε ένα κρεβάτι σε δίκλινη εσωτερική καμπίνα, είτε ένα κρεβάτι σε εξωτερική τετράκλινη καμπίνα, έτσι ώστε ο επιβάτης να μην πληρώσει ακριβά.

Το πρόγραμμα αυτό δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να επιλέξει την ηλικία του επιβάτη, δηλαδή ένα ενήλικα, παιδί ή βρέφος, έτσι ώστε να βγει αυτόματα η τιμή και βέβαια το φύλο του επιβάτη.

Ακόμα, μπορεί να δει τον αριθμό της καμπίνας και το είδος του κρεβατιού. Δηλ. εάν είναι το κρεβάτι κάτω ή πάνω.

Αφού λοιπόν συμπληρώσει όλα τα παραπάνω, πρέπει στη συνέχεια ο χρήστης του προγράμματος να καταχωρήσει το ονοματεπώνυμο των επιβατών, να δηλώσει

ξανά το φύλο του επιβάτη και να συμπληρώσει το είδος της έκπτωσης που τυχόν φέρει ο πελάτης.

Ορισμένα από τα είδη έκπτωσης είναι τα ακόλουθα:

1. Φοιτητικό: Χρειάζεται η παρουσία φοιτητικής ταυτότητα
2. Πολύτεκνο: Χρειάζεται η καταχώρηση αριθμού κάρτας πολυτέκνων
3. Συνταξιούχοι ΝΑΤ: Χρειάζεται ο αριθμός κάρτας
4. Αξιωματικοί – Υπαξιωματικοί Οπλίτες
5. Ανάπηροι πολέμου
6. Η. Office Free (ειδικές εκπτώσεις)
7. Η.Ο (head office discount) συνεργάτες
8. Λιμενικό σώμα ( δικαιούνται 100% έκπτωση)
9. Κατάσταση Επιβίβασης Αεροπορίας
10. Κατάσταση Επιβίβασης Ναυτικού

Οι περισσότεροι επιβάτες που ταξιδεύουν, συνήθως επιθυμούν στις διακοπές τους να πάρουν μαζί το αυτοκίνητό τους, τη μηχανή τους κ.λ.π. Έτσι, κάτω από τη μάσκα των ονομάτων, υπάρχει η μάσκα που δηλώνουν τον τύπο του οχήματος που επιθυμεί ο επιβάτης να πάρει στις διακοπές του.

#### **Τύποι Οχημάτων:**

- Ø ΙΧ έως 4, 25 m
- Ø ΙΧ πάνω από 4, 25 m
- Ø Μηχανή 50-125cc
- Ø Μηχανή πάνω από 125cc
- Ø Βάρκες
- Ø Μπαγκαζιέρες
- Ø Camper
- Ø Τροχόσπιτα
- Ø Φορτηγά κ.λ.π.

Αυτοί είναι οι τύποι οχημάτων που διαθέτει το πρόγραμμα. Όταν λοιπόν σε μία κράτηση δηλωθεί η κατηγορία οχήματος, τότε πρέπει να δηλωθεί ο αριθμός κυκλοφορίας του οχήματος που φέρει μαζί του ο επιβάτης και αν είναι βάρκα, μπαγκαζιέρα, τροχόσπιτο ή ρυμολκούμενο απαιτείται να καταχωρηθεί και το μήκος του.

### **Κράτηση με επιστροφή:**

Εάν ο πελάτης – επιβάτης επιθυμεί να κάνει κράτηση με ημερομηνία επιστροφής, τότε όλα τα στοιχεία πρέπει να δηλωθούν και στις δύο διαδρομές. Αυτό επιτυγχάνεται όταν καταχωρηθούν τα στοιχεία στη στήλη «Δρομολόγιο» με τον αριθμό 1 για τη μία μάσκα και τον αριθμό 2 για την επόμενη μάσκα. Επίσης, σε μία κράτηση μπορεί να προσθέσει (ο χρήστης), στοιχεία ή να διαγράψει στοιχεία χωρίς η ακύρωση της κράτησης. Και τέλος, μπορεί να διορθώσει τυχόν λάθη που έχουν γίνει στη κράτηση.

### **Τελευταίο στάδιο κράτησης:**

Στο τελευταίο στάδιο στη διαδικασία κράτησης, ο χρήστης πρέπει να δηλώσει ημερομηνία Option Date και την ώρα Option. (είναι η ημερομηνία και ώρα όπου ο πελάτης υποχρεούται να παραλάβει το εισιτήριό του. Ακόμα, πρέπει να συμπληρωθεί απαραίτητα στη μάσκα κράτησης, τηλέφωνο επικοινωνίας πελάτη, σταθερό ή ακόμα κινητό (π.χ: σε περίπτωση αλλαγής ή ακύρωσης δρομολογίου να ενημερωθεί έγκαιρα) έτσι ώστε οτιδήποτε συμβεί με το δρομολόγιο του πελάτη να ενημερωθεί ο πελάτης.

Επίσης, σε κάθε κράτηση εμφανίζεται το συνολικό κόστος των επιβατών και το συνολικό κόστος οχημάτων.

Αφού ολοκληρωθεί η κράτηση πληκτρολογεί ο χρήστης του προγράμματος, F12 για να εμφανιστεί το σύστημα τον αριθμό κωδικού κράτησης πελάτη με τον οποίο ο πελάτης θα προσκομίσει για να παραλάβει το εισιτήριό του την προκαθορισμένη ημερομηνία.

## **9.4 Διαδικασία εύρεσης κράτησης**

Οι πελάτες όταν πηγαίνουν να παραλάβουν το εισιτήριό τους, πολλές φορές ξεχνάνε το κωδικό κράτησης. Στο σύστημα Analysis Ferry Link υπάρχει ειδικό Menu εύρεσης κρατήσεων και έτσι υπάρχει δυνατότητα εύρεσης της κράτησης τους συμπληρώνοντας τα τρία αρχικά γράμματα του επωνύμου του επιβάτη καθώς επίσης και την ημερομηνία που ταξιδεύει ο πελάτης. Έτσι ο χρήστης βρίσκει την κράτηση και εκδίδει το εισιτήριο.



## 9.5 Διαδικασία διόρθωσης κράτησης/αλλαγής/ακύρωσης εισιτηρίου

Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα αλλαγής εισιτηρίου που έχει ήδη εκδοθεί, αρκεί να μην περάσει η αναγραφόμενη ημερομηνία και να υπάρχει εισιτήριο μπροστά στο χρήστη. Ο χρήστης πηγαίνει στο Menu ταμείο συμπληρώνει τη καινούργια μάσκα που εμφανίζεται, συμπληρώνει τον αριθμό εισιτηρίου και πληκτρολογεί την επιλογή «ΕΥΡΕΣΗ».

Όταν το σύστημα εμφανίσει τη κράτηση, τότε διορθώνονται τα στοιχεία από τον χρήστη που επιθυμεί ο επιβάτης. Αν πρόκειται για αλλαγή ταξιδιού, πληκτρολογεί «ΑΛΛΑΓΗ».

Αν πρόκειται για αλλαγή εισιτηρίου σε ανοικτή επιστροφή τότε εκδίδεται εισιτήριο/κάρτα Open Date.

Τέλος, αν πρόκειται για ακύρωση εισιτηρίου πληκτρολογώντας ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΑΚΥΡΩΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ τότε ακυρώνεται η κράτηση και επιστρέφονται σαφέστατα τα χρήματα που έχει καταβάλει ο επιβάτης.

## 9.6 Προσφερόμενες δυνατότητες διαχείρισης του Analysis Ferry Link στο Front Office

- Ø Γίνονται κρατήσεις με προθεσμία και αυτό δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να μην αγοράσει αμέσως το εισιτήριό του, αλλά μετά από κάποιο χρονικό διάστημα, το οποίο καθορίζει ο χρήστης του προγράμματος.
- Ø Παρόλο που οι χρήστες δίνουν κωδικό κράτησης στους πελάτες, πολλοί είναι αυτοί που δεν φέρνουν μαζί τους στο πρακτορείο ή τον έχουν χάσει, νομίζοντας ότι δεν υπάρχει η κράτησή τους πλέον. Το Analysis Ferry Link όμως, έχει τη δυνατότητα εύρεσης της κράτησης, μόνο με την πληκτρολόγηση των τριών αρχικών γραμμάτων του επωνύμου του επιβάτη. Εάν πάλι για κάποιο λόγο δεν βρεθεί τότε γίνεται εύρεσης κράτησης με τον αριθμό κυκλοφορίας του οχήματος του πελάτη. Εάν πάλι δεν βρεθεί η κράτηση, τότε ξανακάνουμε κράτηση από την αρχή με τη γνωστή διαδικασία.
- Ø Οι πελάτες, πολλές φορές δεν εμπιστεύονται τις τηλεφωνικές κρατήσεις και ζητούν από τον υπάλληλο που τους εξυπηρετεί να τους προσκομίσει κάποια απόδειξη ότι η κράτησή τους ότι ισχύει. Το Analysis δίνει τη δυνατότητα

εκτύπωσης κράτησης χωρίς την απαραίτητη έκδοσή της και συνεπώς χωρίς την άμεση χρέωσή της.

- Ø Μια άλλη δυνατότητα είναι ότι το κόστος των επιβατών εμφανίζεται ξεχωριστά από αυτή των οχημάτων των επιβατών. Γνωρίζοντας τις τιμές έχει την επιλογή μετά να μην φέρει μαζί του το μεταφορικό του μέσο.
- Ø Τέλος, το σύστημα Analysis δίνει τη δυνατότητα αλλαγής εισιτηρίου που έχει εκδοθεί, για άλλη ημερομηνία γρήγορα και χωρίς κόπο, αρκεί μόνο ο επιβάτης να προσκομίσει το παλιό εισιτήριο για επισυνάψει ο χρήστης το καινούργιο μπροστά. Το καινούργιο θα αναγράφει επάνω την καινούργια καθορισμένη ημερομηνία αναχώρησης που επιθυμεί ο επιβάτης και τον τύπο θέσης του. Σημειωτέο είναι ότι ο πελάτης δεν θα πληρώσει καμία διαφορά στη τιμή, εκτός και αν αποφασίσει διαφορετικό τύπο θέσης.

## **9.7 Προσφερόμενες δυνατότητες διαχείρισης του Analysis Ferry Link στο Back Office**

- Ø Είναι ένα πρόγραμμα αρκετά εύκολο και απλό για τους χρήστες. Είναι ένα βασικό πρόγραμμα διότι μπορεί να γίνει καλή εκμάθησή του από τον χρήστη. Ακόμα, η κράτηση και έκδοση εισιτηρίων απαιτεί εγρήγορση και σωστή χρήση του συστήματος, κάτι το οποίο το παρέχει στους χρήστες, αφού η βάση του συστήματος είναι η γνώση τεσσάρων πλήκτρων: TAB, F12, F9, F1.
- Ø Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να βρουν κρατήσεις που έχουν γίνει, να τις τροποποιήσουν ή ακόμα και να τις ακυρώσουν μετά.
- Ø Πλεονέκτημα για τον χρήστη είναι ότι υπάρχει ειδική μάσκα, όπου ο χρήστης του προγράμματος μπορεί να συμπληρώσει τηλέφωνα επικοινωνίας του πελάτη. Έτσι, ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί έγκαιρα ή ακόμα αν θέλετε άμεσα. (π.χ.: σε περίπτωση ακύρωσης δρομολογίου). Επίσης, σε περίπτωση που η προθεσμία κράτησης ενός πελάτη πλησιάζει στην Option Date μπορεί να ενημερωθεί έγκαιρα έτσι ώστε η κράτησή του να μην ακυρωθεί.
- Ø Οι κατηγορίες καμπινών, οχημάτων και δικύκλων είναι τόσο αναλυτικές και ακριβείς που δεν αφήνουν περιθώρια λάθους στο χρήστη.
- Ø Βασικό πλεονέκτημα είναι πως οι κρατήσεις εάν περάσουν την ημερομηνία option που έχει καθορίσει ο χρήστης στην κάθε κράτηση, ακυρώνονται

αυτόματα και έτσι ο χρήστης δεν χρεώνεται καμία κράτηση αλλά ούτε το πρακτορείο.

- Ø Μια ακόμα δυνατότητα Back Office είναι πως μπορεί ο χρήστης να δει συγκεντρωτικά τις πωλήσεις που έχει κάνει κάθε τέλος της ημέρας και να κρατήσει στατιστικά στοιχεία στο αρχείο του πρακτορείου, που είναι σημαντικά.

**Σημείωση:** Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι η χρήση του Analysis Ferry Link είναι διπλή στα πρακτορεία που αναφέραμε ότι τα χρησιμοποιούν, γιατί υπάρχουν δύο τέτοια προγράμματα τα οποία χρησιμοποιούνται για διαφορετικούς προορισμούς. Το ένα είναι από την Blue Star Ferries/Superfast Ferries για προορισμούς από Πειραιά για Κυκλάδες, Δωδεκάνησα, Κρήτη. Και το άλλο χρησιμοποιείται εκτός από τα πιο πάνω ναυτιλιακά πρακτορεία, από την Strinzis Ferries για προορισμούς από Πάτρα για Ιόνια νησιά (Κεφαλονιά και Ιθάκη). Δηλαδή είναι δύο προγράμματα που έχουν τις ίδιες δυνατότητες, ιδιότητες και χαρακτηριστικά απλά η χρήση τους είναι για διαφορετικούς προορισμούς στο εσωτερικό της Ελλάδας.

## 9.8 Πλεονεκτήματα Analysis Ferry Link

- Ø Κατά την ώρα διαδικασία κράτησης το πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα καταχώρησης προσωπικών στοιχείων του πελάτη (τηλέφωνα επικοινωνίας).
- Ø Το σύστημα επιτρέπει στον χρήστη να κάνει κρατήσεις με Option Date and Time. Αυτό διευκολύνει τους πελάτες στο να μην αγοράζουν απευθείας το εισιτήριό τους, αλλά επιτρέπεται έως και 7 ημέρες πριν την καθορισμένη ημερομηνία αναχώρησής τους.
- Ø Ακόμα, επιτρέπει την εκτύπωση κρατήσεων με Option Date της επόμενης μέρας με σκοπό να μην χάνονται οι κρατήσεις. Σε κάθε μία κράτηση υπάρχει το τηλέφωνο επικοινωνίας του πελάτη έτσι σε περίπτωση επικοινωνίας μαζί του να επιβεβαιώσει ή να ακυρώσει τη κράτησή του. Σε περίπτωση ακύρωσης τότε ο χρήστης κρατάει τη θέση του και την προσφέρει (πουλάει) σε κάποιο άλλο πελάτη.
- Ø Επίσης, όταν ο χρήστης κάνει κράτηση μετ'επιστροφής δεν χρειάζεται να ξαναπληκτρολογήσει τα ίδια στοιχεία παρά μόνο στη στήλη «Δρομολόγιο» να

βάλει τον αριθμό 2 και πληκτρολογώντας συνεχώς TAB, εμφανίζονται αυτόματα τα στοιχεία τα ίδια μ' αυτά που έχει δηλώσει στη 1<sup>η</sup> πρώτη διαδρομή. Έτσι, εξοικονομείται χρόνος, που είναι πολύτιμος για τον χρήστη αλλά και για τον πελάτη.

### **9.10 Μειονεκτήματα του Analysis Ferry Link**

1. Στο τέλος της κράτησης η ημερομηνία Option Date, δεν δίνεται αυτόματα όπως στο Forth CRS, αλλά ο χρήστης πρέπει να το καθορίσει με συνέπεια στις περιόδους αιχμής του τουρισμού οι χρήστες να ξεχνούν να ορίζουν την Option Date, με αποτέλεσμα χρέωσης του ναυτιλιακού πρακτορείου ή ακόμα να χάνονται οι κρατήσεις των πελατών.
2. Τέλος, κάποιες φορές μπορεί το σύστημα λόγω των πολλών χρηστών του προγράμματος που το χρησιμοποιούν ταυτόχρονα να πάθει «Black out» δηλ. να «κολλήσει» και έτσι να χρειαστεί ακόμα και η παλιά μέθοδος χειρόγραφης κράτησης. Έτσι, οι υπάλληλοι χρονοτριβούν, πόσο μάλλον να γίνει αυτό σε ώρα αιχμής τουριστικής κίνησης.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Πηγή: Εγχειρίδιο του Analysis Ferry Link από την πρακτική μου εξάσκηση το 2008-2009

### 10.1 Εταιρική παρουσίαση της Forth CRS



Η Forth CRS είναι Ανώνυμη εταιρεία έρευνας, ανάπτυξης και εμπορίας προϊόντων λογισμικού/ηλεκτρονικής διαχείρισης, διανομής και παροχής σχετικών υπηρεσιών τουριστικής ύλης που έχει σκοπό σύμφωνα με το καταστατικό της:

- Ø Την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών τουριστικής ύλης με την έρευνα, ανάπτυξη, χρήση και εμπορία σύγχρονων, υψηλής, συγκλίνουσας τεχνολογίας ηλεκτρονικών προϊόντων και υπηρεσιών διανομής/διαχείρισης τουριστικής ύλης. Ακόμα, ενδεικτικές κρατήσεις θέσεων, εκδόσεως και διαθέσεως εισιτηρίων και κάθε άλλης τουριστικής ύλης, που παράγεται από φορείς, ακτοπλοϊκές, αεροπορικές και κάθε άλλης φύσεως μεταφορικές, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καθώς επίσης και από φορείς που οργανώνουν εκδηλώσεις.
- Ø Την εξασφάλιση της πρόσβασης στις υπηρεσίες που θα παρέχει σε κάθε ενδιαφερόμενο χρήστη.

Είναι η εταιρεία ticketing στην Ελλάδα με σημαντικά έργα και επιτυχημένες ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στους χώρους τουρισμού, μεταφορών και ψυχαγωγίας. Ιδρύθηκε το 2000 και ξεκίνησε παραγωγική δραστηριότητα επιτυγχάνοντας το ενιαίο ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων για την ακτοπλοΐα. Από τότε, διατήρησε μία πορεία ανάπτυξης και συνεχών εξελίξεων στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού, των μεταφορών και των θεαμάτων. Για την κατανόηση των στόχων της είναι απαραίτητο να αποσαφηνιστεί η ΒΑΣΙΚΗ ΑΡΧΗ που διέπει την δημιουργία και εξέλιξη της Forth CRS.

Η Forth CRS έχει μοναδικό αντικείμενο:

- Ø Την παροχή υπηρεσιών ticketing κάθε τύπου (κράτηση, έντυπο ή ηλεκτρονικό ομαδικό εισιτήριο, voucher) για κάθε είδους δραστηριότητα, δίνοντας έμφαση σε αυτές που συνθέτουν ένα μέρος ή το σύνολο μιας τουριστικής πρότασης (πλοία, αεροπλάνα, charter, λεωφορεία, rent-a-car, ξενοδοχεία, δωμάτια, συναυλίες, θέατρα, αθλητικά γεγονότα κ.α.),
- Ø Την εισαγωγή και προώθηση νέων, καινοτομικών τρόπων κράτησης και πώλησης των τουριστικών και ψυχαγωγικών υπηρεσιών, με γνώμονα την διευκόλυνση της πρόσβασης στον κοινό στην πληροφορία και τα εισιτήρια και την ενίσχυση των δυνατοτήτων που διατίθενται σήμερα στα τουριστικά γραφεία/πρακτορεία. Κρίσιμο στοιχείο αποτελεί η επίτευξη των παρακάτω χαρακτηριστικών:
  1. Μηχανογραφημένη διαχείριση κρατήσεων και έκδοση εισιτηρίων on line
  2. Σύνδεσμος διαφορετικών υπηρεσιών
  3. Δυναμικό πακετάρισμα υπηρεσιών από τα σημεία πώλησης αλλά και από το κοινό, στα πρότυπα του μοντέλου e-tourism
  4. Απλό εισιτήριο (e-ticket)
  5. Αξιοπιστία, ταχύτητα, αμεσότητα.
- Ø Την αξιοποίηση του ψηφιακού περιεχομένου (δρομολόγια, μέσα, ξενοδοχεία, τιμές κ.α.) με κάθε πρόσφορο μέσο που μπορεί να παρέχει άμεση πληροφόρηση στο κοινό (web, φωνητικές πύλες, SMS,...).

Η εταιρεία επενδύει, αναπτύσσεται, σχεδιάζει και υλοποιεί νέα προϊόντα προσαρμόζει τις υπηρεσίες της με σκοπό την καθιέρωση της εταιρείας και των υπηρεσιών της στο χώρο των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, με αντικείμενο τον τουρισμό, τις μεταφορές και την ψυχαγωγία. Η εταιρεία Forth CRS κατέχει τεχνογνωσία και εξειδίκευση στην τουριστική αγορά και σε συστήματα αλλά και σε πρωτόκολλα επικοινωνίας, reservations & ticketing.

Η επικέντρωσή της στο πολύ καλό, έγκυρο και πλούσιο Ελληνικό περιεχόμενο στο χώρο, των μεταφορών και ψυχαγωγίας, δίνει στην Forth CRS την προοπτική επέκτασης στο εξωτερικό, στα σημεία πώλησης των Ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών.

Παράλληλα, η τεχνογνωσία της εταιρείας στα συστήματα κρατήσεων και διαχείρισης εισιτηρίων, της επιτρέπουν την ανάπτυξή της στη διεθνή αγορά συστημάτων κρατήσεων και εισιτηρίων.

Εκτός των επιχειρηματικών στόχων της, η δραστηριότητα της εταιρείας συμβάλει τα μέγιστα:

- Ø Στην προώθηση του Ελληνικού τουρισμού, μεταφορικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου πανελλαδικά και παγκοσμίως,
- Ø Στην προώθηση της Ελλάδας στον μεμονωμένο τουρίστα,
- Ø Στην αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών γραφείων/πρακτορείων,
- Ø Στη μείωση του κόστους διαχείρισης και συντήρησης δικτύου πωλήσεων που θέλουν να έχουν οι παροχείς τουριστικών υπηρεσιών και γεγονότων ψυχαγωγίας.

Η Forth CRS, απέκτησε πιστοποίηση κατά ISO 9001 από την TUV HELLAS, μέλος του ομίλου RW TUV, με μοναδικό στόχο την απρόσκοπτη και ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση των συνεργατών της, εφαρμόζοντας πιστοποιημένες διαδικασίες, από τον μεγαλύτερο διεθνή οργανισμό.

Επίσης, από το 2003 είναι μέλος του Συνδέσμου των εν Ελλάδι Τουριστικών Πρακτόρων (HATTA). Η συνεργασία με την Forth CRS δεν επιδιώκει απλά μια σταθερή σχέση πελάτη/προμηθευτή με αντικείμενο το λογισμικό διαχείρισης θέσεων και εισιτηρίων, αλλά την επιχειρηματική σχέση συνεργασίας με κοινό στόχο την αύξηση των πωλήσεων εισιτηρίων.

### **ΣΥΝΤΟΜΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ**

Ίδρυση: Η εταιρεία ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 1999 από την Forth Net A.E και τις Μινωικές Γραμμές ANE και την 18/02/2000 στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών.

Εξέλιξη: Το 2001 δημιούργησε, σχεδίασε και έθεσε σε λειτουργία το ολοκληρωμένο ενιαίο σύστημα διανομής ηλεκτρονικών κρατήσεων στην ακτοπλοΐα με το όνομα Sea Connect. Σήμερα το Sea Connect συνδέει τα συστήματα κρατήσεων όλων των ελληνικών ακτοπλοϊκών εταιρειών, μέσω του ενιαίου interface Open Seas με δίκτυο άνω των 1300 πρακτορείων στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Το σύστημα διανέμει ηλεκτρονικά πάνω από 13.000.000 εισιτήρια ετησίως, ικανοποιώντας στις μέρες αιχμής ζήτησης της τάξης των 160.000 εισιτηρίων ημερησίως για όλες τις ακτοπλοϊκές εταιρείες της Ελλάδας.

Παράλληλα, εταιρεία ανέπτυξε και διαθέτει σήμερα σύστημα διαχείρισης κρατήσεων για ακτοπλοϊκές εταιρείες, έχοντας δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών του Ελληνικού Αρχιπελάγους. Το σύστημα αυτό είναι σήμερα σύστημα κρατήσεων των περισσότερων Ελληνικών ακτοπλοϊκών εταιρειών στην Ελλάδα, ενώ και οι εταιρείες εξωτερικού έχουν ξεκινήσει να το χρησιμοποιήσουν.

Το 2004, ολοκλήρωσε την ανάπτυξη και δοκίμασε το σύστημα διαχείρισης και on line διανομής ξενοδοχειακών κρατήσεων. Το Room View, βρίσκεται υπό διαρκή διαχείριση και διανομή εισιτηρίων θεαμάτων και ψυχαγωγίας με την επωνυμία Ticket Shop.

Οι λύσεις που υλοποιεί η Forth CRS διευρύνονται σε συστήματα και λύσεις για το χώρο των μεταφορών, τουρισμού, των θεαμάτων και του πολιτισμού.

A) Συστήματα κρατήσεων και εκδόσεων εισιτηρίων για λεωφορεία, τραίνα, αεροπλάνα.

B) Συστήματα διαχείρισης θεατών

Γ) Συστήματα ελέγχου εισόδου (check-in)

Δ) Φωνητικές πύλες πληροφόρησης

E) On line Booking-Εφαρμογές internet

ΣΤ) Information Kiosk

Z) Αυτόματες μηχανές έκδοσης

H) Συστήματα διαχείρισης προορισμών.

## **10.2 Προϊόντα και υπηρεσίες της Forth CRS**

Η Forth CRS στοχεύει στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών σε ναυτιλιακά πρακτορεία και αεροπορικές εταιρείες, σε τουριστικά πρακτορεία, παραγωγούς θεαμάτων και γενικά επιχειρήσεις που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα είναι ένας από τους πιο σημαντικούς και δυναμικούς τομείς της οικονομίας.

Η χρήση ενός ενιαίου πληροφοριακού συστήματος προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών μεταφοράς προσφέρει τα ακόλουθα οφέλη:

- Ø Επέκταση δικτύου πωλήσεων, μέσω on line σύνδεσης με όσα πρακτορεία/σημεία πώλησης επιθυμεί η κάθε εταιρεία.



- Ø Αύξηση πωλήσεων, δημιουργία νέων πελατών, επέκταση σε νέες αγορές
- Ø Δυνατότητα συνδυασμένων μεταφορών, δημιουργία πακέτων
- Ø Χρήση συστήματος δια μέσου Internet
- Ø Μείωση κόστους των τηλεπικοινωνιών της κάθε εταιρείας αλλά και των τουριστικών πρακτορείων
- Ø Αποδοτικότερη εκμετάλλευση του ανθρώπινου δυναμικού. Αύξηση της παραγωγικότητας στα τμήματα πωλήσεων των ναυτιλιακών εταιρειών ή άλλων εταιρειών
- Ø Αναβάθμιση της ποιότητας υπηρεσιών προς τον τελικό ταξιδιώτη-επισκέπτη.

Ακολουθεί η ανάλυση των σημαντικότερων προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η Forth CRS.

### **1.Διανομή ηλεκτρονικών κρατήσεων και εισιτηρίων Sea Connect και Open Seas Forth CRS:**

Οι B2C υπηρεσίες στην ακτοπλοΐα. Το ηλεκτρονικό σύστημα διανομής των ακτοπλοϊκών κρατήσεων και εισιτηρίων. Η διασύνδεση 45 ακτοπλοϊκών εταιρειών σε ένα ενιαίο σύστημα κρατήσεων, όπως το CRS με το Sea Connect και την εφαρμογή κράτησης/έκδοσης Open Seas της Forth CRS, αποτελεί το κορυφαίο παράδειγμα ηλεκτρονικής B2B παρέμβασης στον Ελληνικό τουρισμό. Περισσότερα από 1300 γραφεία σε Ελλάδα και εξωτερικό απέκτησαν, με το λογισμικό Open Seas τη δυνατότητα πρόσβασης σε όλες τις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται με ενιαίο και <sup>10</sup> εύχρηστο μέσο. Η υποδομή της Forth CRS εξασφαλίζει την έκδοση άνω των 13.000.000 ετησίως, ενώ παράλληλα εξυπηρετείται πολλαπλάσιος αριθμός ερωτήσεων διαθεσιμότητας, δρομολογίων και κρατήσεων. Στηρίζεται σε προηγμένο σύστημα διαχείρισης με ισχυρή και αξιόπιστη πλατφόρμα υλικού και λογισμικού.



Η Forth CRS διαθέτει τηλεφωνικό κέντρο help-desk support για τις ανάγκες των τουριστικών γραφείων. Με την εφαρμογή Open Seas πρακτορεία απολαμβάνουν απρόσκοπτη λειτουργία, ταχύτατη απόκριση και εξυπηρέτηση πελάτη (άμεση έκδοση εισιτηρίων σε θερμικό εκτυπωτή). Επιπλέον, πλειάδα τουριστικών γραφείων

<sup>10</sup> Πηγή όλου του κεφαλαίου: [www.forthers.gr](http://www.forthers.gr) / Θάνος Κυρτάρας Commercial Director της Forth CRS

αξιοποιούν το λογισμικό Open Seas On Site, που δίνει τη δυνατότητα στα γραφεία να πουλήσουν ακτοπλοϊκά εισιτήρια μέσα από τα sites τους.

Τέλος, όλο το περιεχόμενο δρομολογίων και πληροφοριών που χρειάζεται ο επιβάτης και τουρίστας για να σχεδιάσει τις διακοπές και η μετακίνηση του στα μεγάλα ή μικρά νησιά της Ελλάδας και Αδριατική, βρίσκεται on line διαθέσιμο στο [www.openseas.gr](http://www.openseas.gr)

## **2. Σύστημα διαχείρισης κρατήσεων ακτοπλοϊκής εταιρείας Sea On line:**

Η Forth CRS έχει υλοποιήσει την πλατφόρμα λογισμικού Sea On line, η οποία αποτελείται από ένα σύνολο εξειδικευμένων εφαρμογών για την ακτοπλοΐα. Οι εφαρμογές αυτές εξασφαλίζουν ένα πλήρες παραμετροποιημένο περιβάλλον λειτουργίας για την διαχείριση κρατήσεων και εισιτηρίων. Απευθύνεται σε κάθε ακτοπλοϊκή εταιρεία με ποικίλες ανάγκες και ιδιαιτερότητες, ανάλογες με αυτές που διαμορφώνονται στο Ελληνικό Αρχιπέλαγος.



Ιδιαίτερα στοιχεία: Υψηλός βαθμός παραμετροποίησης, αξιοπιστία και ευελιξία του συστήματος σε θέματα με τον καθορισμό διαφορετικών εμπορικών πολιτικών και τη διασύνδεση του με εξωτερικά συστήματα όπως τα συστήματα ERP.

- Ø Διαχείριση δρομολογίων (μίας κατεύθυνσης, με επιστροφή, κυκλικά, τυχαίας σειράς κ.α.)
- Ø Διαχείριση δομών πλοίων όλων των τύπων (συμβατικά, ταχύπλοα, με ή χωρίς χώρο οχημάτων κ.α.), καθορισμός allotment,
- Ø Προβολή πληροφοριών και στατιστικών
- Ø Διαχείριση Group για επιβάτες και συνοδευόντα οχήματα σε κανονική κράτηση ή και σε μορφή προ-κράτησης
- Ø Fare Quotation
- Ø Διαχείριση τιμοκαταλόγων και κανόνων τιμολογιακής πολιτικής
- Ø Διαχείριση φορτηγών, garage και φορτωτικών
- Ø Διαχείριση κάρτας μέλους-ιστορικά στοιχεία
- Ø Περιβάλλον κράτησης και έκδοσης εισιτηρίων για κεντρικούς και λιμενικούς πράκτορες
- Ø Σύστημα check-in και check-out

- Ø Σύστημα ελέγχου εισιτηρίων με βάση τα δεδομένα, τα ταξιδεύσαντα ή και το συνδυασμό αυτών.

Το λογισμικό αυτό είναι βασισμένο σε τεχνολογίες αιχμής ανάπτυξης λογισμικού που λειτουργεί σε Unix Like, Linux & AS/400 πλατφόρμες.

Η πλατφόρμα λογισμικού Sea On Line, δίνει τη δυνατότητα σε 48 ακτοπλοϊκές εταιρείες να διαχειρίζονται την εμπορική τους πολιτική, τις κρατήσεις και τα εισιτήριά τους. Οι περισσότερες έχουν προτιμήσει την παροχή υπηρεσιών ASP του Sea On line καθώς τους παρέχει ιδιαίτερη ευελιξία και οικονομίες κλίμακας.

### **3. Σύστημα διαχείρισης κρατήσεων αεροπορικής εταιρείας Flight On Line:**

Το Flight On Line είναι το σύστημα κρατήσεων που ήδη λειτουργεί σε εταιρείες προγραμματισμένων πτήσεων (low cost operator scheduled flights) αλλά και σε εταιρείες πτήσεων charter.



- Ø Διαχείριση δρομολογίων, αεροσκαφών, πλάνων, allotment κάθε τύπου
- Ø Λίστα αναμονής
- Ø Δυνατότητα επιβεβαίωσης για κάθε κράτηση
- Ø Πολύτιμες πληροφορίες και στατιστικά
- Ø Διαχείριση αποθήκης (stock) εισιτηρίων
- Ø Τιμοκατάλογοι
- Ø Συνεργασία με ολοκληρωμένο σύστημα εισπράξεων με εγγύηση χρημάτων (τύπου BSP)
- Ø Διαχείριση περιεχομένου μέσω συνεργατών
- Ø Κράτηση, έκδοση σε τουριστικό πρακτορείο και Web
- Ø Σύστημα ελεγκτηρίου εισιτηρίων.

### **4. Σύστημα διαχείρισης και διανομής ξενοδοχειακού allotment-Room View**

Η Forth CRS διαθέτει λογισμικό για την διαχείριση και διανομή κρατήσεων για δωμάτια και ξενοδοχεία που δίδονται ως allotment σε τουριστικά πρακτορεία, είτε σε μεταφορικές εταιρείες καθώς και τον συνδυασμό τέτοιων



κρατήσεων με δρομολόγια ακτοπλοϊκών ή άλλων εταιρειών μεταφοράς. Το σύνολο των λειτουργιών του εξασφαλίζει ευελιξία διάθεσης δωματίων στο δίκτυο πώλησης.

- Ø Εισαγωγή παραμέτρων ξενοδοχείου
- Ø Πλήρης παραμετροποίηση ξενοδοχείου
- Ø Καταχώρηση στοιχείων τουριστικού πρακτορείου
- Ø Ορισμός περιόδων (season low, middle, high, peak ανά ξενοδοχείο)
- Ø Τιμοκατάλογοι (τιμή πόρτας, τιμή πώλησης, επιπλέον τιμές, παιδικά)
- Ø Ορισμός release period ανά ξενοδοχείο και περίοδο
- Ø Καταχώρηση κατανεμημένων δωματίων
- Ø Αυτόματη απελευθέρωση μη κρατηθέντων δωματίων σύμφωνα με release periods
- Ø Κατάσταση πωληθέντων δωματίων και αναμενόμενων αφίξεων
- Ø Servers για εξυπηρέτηση μηνυμάτων
- Ø Αποστολή μέσω fax ή email διαθέσιμων και κρατηθέντων δωματίων
- Ø Στατιστικές αναφορές.

#### Χαρακτηριστικά:

- Ø Κρατήσεις και εκδόσεις voucher. Κρατήσεις on-request. Ανάκληση κράτησης. Εκτύπωση στους θερμικούς εκτυπωτές και το έντυπο που ήδη χρησιμοποιείται για τις ακτοπλοϊκές κρατήσεις, εκδόσεις.
- Ø Επιλογή/Εύρεση με κριτήρια όπως Πόλη/Περιοχή/Κατηγορία/Τύπος ξενοδοχείου/Τύπος δωματίου/Ορια τιμής/Ημερομηνίες που απαιτείται η διαθεσιμότητα κ.α.
- Ø Ρυθμίσεις για ιδιαίτερες επιλογές όπως εναλλακτική διαθεσιμότητα, διαχείριση ταμείου, Option Dates, πιστωτικά υπόλοιπα κ.α.
- Ø Δυνατότητα επικοινωνίας με τον παραγωγό ύλης (π.χ: Wholesaler)
- Ø Δυνατότητα επίδειξης των δωματίων με φωτογραφίες. Πληροφόρηση για χιλιομετρικές αποστάσεις από σημαντικά σημεία της περιοχής (αεροδρόμιο, λιμάνι, κέντρο, πόλης κτλ.)
- Ø Αναλυτική τιμή ανά ημέρα/περίοδο
- Ø Άμεσος και αυτόματος υπολογισμός της τιμής αγοράς και της τιμής πώλησης ανά ημέρα, ανά δωμάτιο, ανά supplement και στο γενικό σύνολο.
- Ø Άμεση απόκριση. Γρήγορη και εύκολη εγκατάσταση.

Οι προμηθευτές ξενοδοχειακής ύλης (wholesaler vendors, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις) έχουν δυνατότητες, όπως:

- Ø Άπειρους τιμοκαταλόγους, ανά ξενοδοχείο, περίοδο, τύπο δωματίου
- Ø Υποστήριξη ολοκληρωμένων κρατήσεων, κρατήσεων on-request, πωλήσεων

- Ø Κατάσταση πωληθέντων δωματίων και αναμενόμενων αφίξεων
- Ø Πλήρη εικόνα κίνησης δωματίου/ξενοδοχείου/πόλης
- Ø Άμεσος έλεγχος του διατιθέμενου allotment

Οι προορισμοί του εξωτερικού και η δημιουργία πακέτων προσφορών αλλά και συνδυασμένων μεταφορών με τη διανομή είναι τα σημεία εξέλιξης του Room View. Η ταχύτητα, η αμεσότητα, η συνένωση, πολλών vendors στο ίδιο γραφικό περιβάλλον, η μείωση του κόστους και η ποιοτική εξυπηρέτηση είναι τα στοιχεία που επιδιώκει να προσφέρει το Room View.

### **5. Σύστημα on-line πώλησης θέσεων σε θεάματα-Ticket Shop:**

Αποτελείται από 4 βασικές θεματικές ενότητες λειτουργίες:

- Ø Μηχανοργάνωση θεάματος
- Ø Πώληση και έκδοση εισιτηρίων
- Ø Έλεγχος προσέλκυσης (Access Control)
- Ø Αναφορές και Back office

### **Σύστημα διαχείρισης, πώλησης και διανομής εισιτηρίων θεαμάτων Ticket Shop:**

Αποτελείται από 3 βασικές ενότητες:

1. Σύστημα κεντρικής διαχείρισης: Συνολική διαχείριση πωλήσεων.

Συμπεριλαμβάνει:

- Ø Προγραμματισμό παραγωγού (όνομα, νομική μορφή κ.α.)
- Ø Διαχείριση αποθήκης εισιτηρίων
- Ø Διαχείριση ιστορικών στοιχείων και πελατολογίου

### **Αναφορές:**

- Ø Στατιστικών στοιχείων πωλήσεων οπουδήποτε στο υπολογιστή του κάθε χρήστη με τηλεφωνική σύνδεση.
- Ø Αναφορά λογιστηρίου αναλυτικά
- Ø Δημιουργία αρχείου πελατών κ.α.

### **6. Σύστημα Ταμείου (Box Office module) :**

- Ø Άμεση πληροφόρηση για την διαθεσιμότητα εισιτηρίων ανά τιμή για οποιαδήποτε θέαμα και παράσταση
- Ø Έκδοση των εισιτηρίων σε ενιαίο μηχανογραφημένο έντυπο εισιτηρίων για όλα τα θεάματα παραγωγού
- Ø Πώλησης ενός ή περισσότερων θεαμάτων ταυτόχρονα

- Ø Κανέναν χρονικός περιορισμός στην έναρξη της προ-πώλησης
- Ø Γρήγορο και εύχρηστο περιβάλλον

Σε περιπτώσεις επαναλαμβανόμενων παραστάσεων (θέατρο) το σύστημα Ticket Shop εγκαθίσταται στο ταμείο του χώρου του θεάματος και χειρίζεται από τους ταμίες.

### **7. Σύστημα απομακρυσμένων σημείων πώλησης (Agent module)**

Απομακρυσμένες πωλήσεις θεωρούνται όλες οι πωλήσεις από σημεία εκτός ταμείου. Η τεχνολογία του συστήματος Ticket Shop είναι συμβατό με την υποστήριξη όλων των παρακάτω εφαρμογών πώλησης:

- Ø Μέσω τηλεφωνικού κέντρου
- Ø Μέσω εμπορικών δικτύων τρίτων
- Ø Μέσω Internet
- Ø Μέσω κινητής τηλεφωνίας.

Τέλος, η φιλοξενία της εφαρμογής των συστημάτων κρατήσεων γίνεται στα μηχανήματα της Forth CRS, με ευθύνη για 24<sup>h</sup> συντήρηση του λογισμικού, πληροφοριακών συστημάτων και μηχανημάτων.

### **10.3 Οδηγίες κράτησης Forth CRS και χρήσιμα πλήκτρα**

The screenshot shows the 'Open Seas' software interface. At the top, it displays 'ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ : FORTHCRS (1000) - ΧΡΗΣΤΗΣ : JOHNNAS'. Below this, there are fields for 'Ημερία Π.Ημ.', 'Από', 'Προς', 'Ωρα', and 'Εταιρία'. A navigation bar includes 'ΑΙΤΗΣΗ', 'ΚΡΑΤΗΣΗ/ΕΚΔΟΣΗ', 'ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ', 'ΜΗΝΥΜΑΤΑ', and 'ΟΔΗΓΙΕΣ'. The main section is titled 'ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΟ : [1/1] 06-07-2005 ΠΙΡΑΕΥΣ -> ΠΑΡΟΣ : 07:25 BLUE STAR / BLUE STAR NAXOS'. It contains a table with columns: Θέση, #Καμ., Κρ., Φύλ, Τ.Επ., Επώνυμο, Όν, Εκπτώση, Ε.Υπ, αυτ./Διαβατ, ΕΒν, Ημ. γέν., Κάρτα, ΔΕ, # Εισιτηρίου. The table lists four rows of passenger data. At the bottom, there is a 'Γενικές παρατηρήσεις' section with fields for PNR, flight details, and ticket information.

Θέση	#Καμ.	Κρ.	Φύλ	Τ.Επ.	Επώνυμο	Όν	Εκπτώση	Ε.Υπ	αυτ./Διαβατ	ΕΒν	Ημ. γέν.	Κάρτα	ΔΕ	# Εισιτηρίου
A43	7002	A	M	AD	PARADIMOS ...	M	DEF					...	W	00000000986
A43	7002	B	F	AD	PARADIMOU ...	M	DEF					...	W	00000000987
A43	7002	C	M	CH	PARADIMOS ...	M	DEF					...	W	00000000988
ΟΙΚ	7		F	CH	PARADIMOU ...	M	DEF					...	W	00000000989

Γενικές παρατηρήσεις  
 PNR: 6396019 / ΣΥΝ. ΑΣΙΑΣ 149.80  
 ΑΡ. ΚΡΑΤΗΣΗΣ : 30823168 / ΟΡΓΑΝΟ : 06/07/2005  
 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ : 0000001000 / ΧΡΗΣΤΗΣ : JOHNNAS

16. Μάσκα οθόνης κράτησης έκδοσης εισιτηρίων με Forth CRS. Πηγή:

[www.forthcrs.gr](http://www.forthcrs.gr)

### Διαδικασία κράτησης-έκδοσης εισιτηρίου:

- 1) Βάζουμε την ημερομηνία του δρομολογίου, τον προορισμό και διαλέγουμε την εταιρεία.
- 2) Διαλέγουμε το τύπο θέσης και οχήματος
- 3) Πατάμε F8 (σε περίπτωση επιστροφής) και δηλώνουμε το δρομολόγιο της επιστροφής

Σε περίπτωση Open επιστροφής, πριν την καταχώρηση στοιχείων της κράτησης με συγκεκριμένη ημερομηνία αναχώρησης, τσεκάρουμε το check box με την ένδειξη «Αν. Επιστροφή». Δεν είναι δυνατόν να γίνει κράτηση Ale ret our δύο διαφορετικών εταιρειών σε μια κράτηση

- 4) Αν θέλουμε τον ίδιο τύπο θέσεων και οχημάτων πατάμε κατευθείαν F1
- 5) Αν θέλουμε διαφορετικές θέσεις γράφουμε στο πεδίο θέσεων τα ζητούμενα και μετά F1
- 6) Στο δεύτερο σκέλος γράφουμε τα στοιχεία των επιβατών/πελατών
- 7) Όταν γίνεται η κράτηση και δηλώνουμε τον τύπο του επιβάτη και είναι CHI/INF/SE/ST. Δεν παραβλέπουμε να περάσουμε και την αντίστοιχη έκπτωση κάθε εταιρεία έχει και τις αντίστοιχες εκπτώσεις της.
- 8) Υπάρχει η δυνατότητα να δούμε με ένα πλήκτρο την αναλυτική χρέωση της κράτησης πριν την έκδοση
- 9) Στο πεδίο «Γενικές παρατηρήσεις» συμπληρώνουμε το τηλέφωνο επικοινωνίας του πελάτη
- 10) Με F1 εκδίδεται το εισιτήριο και με το F6 γίνεται η κράτηση με ημερομηνία Option.

### Χρήσιμα πλήκτρα:

#### Πρώτο σκέλος:

- F1= Κράτηση (Συμπλήρωση ονομάτων...)
- F3= Διαθεσιμότητα (Πίνακας θέσεων με τιμές)
- F4= Διαγραφή δρομολογίου
- F5= Διαθεσιμότητα (Εδώ βλέπουμε και το Garage)
- F8= Δήλωση δρομολογίου επιστροφής
- F9= Ανάκληση κράτησης (για να βρούμε με μια κράτηση είτε με κωδικό κράτησης είτε με όνομα και εταιρεία)
- F12= Ακύρωση σε όλα (καθαρισμός κράτησης)

Δεύτερο σκέλος:

F1= Έκδοση

F3= Τιμολόγηση

F6= Δημιουργία κράτησης με option

F10= Απελευθέρωση θέσεων/Timetable

SHIFT F11= Διαγραφή επιβατών/Οχημάτων

F12= Καθαρισμός οθόνης.





### 11.1 Εταιρική Παρουσίαση

Είναι Ελληνική εταιρεία πληροφορικής, με διεθνή παρουσία, εξειδικευμένη στη δημιουργία λογισμικού για την υποστήριξη ταξιδιωτικών γραφείων κ.λ.π. Δημιουργήθηκε τον Φεβρουάριο του 1997 με τη συμμετοχή προγραμματιστών και άλλων συνεργατών με έντονη παρουσία στο χώρο μηχανοργάνωσης, λογισμικού και τουριστικού κλάδου από το 1983.



#### 11.1.1 Εργασίες της Panasoft:

∅ Ανάπτυξη, βελτίωση και συνεχής εξέλιξη λογισμικού (Software) που καλύπτει όλες τις δραστηριότητες τουριστικών γραφείων κ.λ.π. Παρακάτω θα αναλυθεί το βασικό πληροφοριακό σύστημα της Panasoft που προμηθεύει σε τουριστικά πρακτορεία ακόμα και ναυτιλιακά. Ας αρχίσουμε λοιπόν:



Το Travel Force είναι ανεπτυγμένο στο περιβάλλον των Windows. Το πακέτο αυτό έχει αρχίσει να εγκαθίσταται και εκτός Ελλάδος με πρώτη τη Κύπρο. Το Travel Force είναι εγκατεστημένο σε 850 ταξιδιωτικά πρακτορεία στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

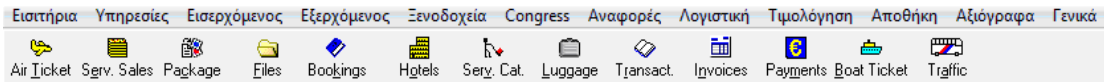
Μερικά από αυτά είναι:

- ∅ Marine Tours
- ∅ Argo
- ∅ Hellenic Tours και άλλα.

Από πλευράς όγκου αεροπορικού εισιτηρίου, με στοιχεία του 2005, το Travel Force διαχειρίζεται το 85% του συνολικού αριθμού των εκδιδόμενων εισιτηρίων στην Ελλάδα.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Πηγή όλου του κεφαλαίου: [www.panasoft.gr](http://www.panasoft.gr)

### 11.1.2 Βασικός κορμός Travel Force:



Διαχειρίζεται πωλήσεις Individual (FIT) και Groups και οργανωμένες εκδρομές. Οι πωλήσεις Individual μπορεί να κατασκευάζεται ένα πακέτο επί τόπου ανάλογα με τις συγκεκριμένες απαιτήσεις ή να υπάρχουν προκατασκευασμένα πακέτα που μπορούν να τροποποιηθούν καταλλήλως.

Σε ότι αφορά οργανωμένες εκδρομές, μπορεί να κατασκευάσει (Travel Force) μία εκδρομή όσο πολύπλοκη και αν είναι να την κοστολογήσει για διαφορετικό αριθμό π.χ: 30, 35, 40 κ.ο.κ, καθώς και για διαφορετικές επιλογές π.χ: Double, Single, με optional κ.λ.π. Αφού προσδιορίσει τη τιμή πώλησης κατ' άτομο βάσει κέρδους που επιθυμεί το τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο, αρχίζει να δέχεται συμμετοχές (bookings). Από εκεί και μετά γίνεται η οικονομική παρακολούθηση των πελατών, έκδοση τιμολογίων και vouchers, έκδοση καταστάσεων (Rooming lists κ.λ.π.). Ανά πάσα στιγμή ο χρήστης έχει στη διάθεσή σου τη συνολική εικόνα μίας εκδρομής ή πακέτου ( διακοπών ), καθώς και πλήρη στατιστικά στοιχεία με πολλά κριτήρια.

Όλα τα παραπάνω ενημερώνουν on-line και τη λογιστική καταλήγοντας ακόμα και στην αυτόματη εξαγωγή του Φ.Π.Α ειδικών καθεστώτων.

### 11.2 Αναλυτικότερα οι λειτουργίες Travel Force 2000

- Ø Κωδικοποίηση υπηρεσιών και σύνδεση με λογιστική για απευθείας ενημέρωση
- Ø Διαχείριση μεμονωμένων πωλήσεων-υπηρεσιών
- Ø Διαχείριση Files ( Groups )
- Ø Τιμολόγηση υπηρεσιών με απόδειξη ή τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών και αυτόματη ενημέρωση υπόλοιπων και λογαριασμών.
- Ø Έκδοση Voucher
- Ø Δημιουργία transfer-Rooming και Arrival Departure lists
- Ø Διαχείριση τοπικών εκδρομών
- Ø Δημιουργία pick-up list
- Ø Αυτόματη εξαγωγή Φ.Π.Α των υπηρεσιών του άρθρου 35
- Ø Sales Reports υπηρεσιών

- Ø Profit Reports ανά είδος υπηρεσίας, ανά Group & Συνολικό
- Ø Παρακολούθηση προκαταβολών και διαδοχικών πληρωμών μίας κράτησης
- Ø Παρακολούθηση των προμηθειών πελατών και τρίτων αν υπάρχουν
- Ø Παρακολούθηση των μη εκδοθέντων παρουσιαστικών και των εκκρεμών παραστατικών, προμηθευτών
- Ø Στατιστική παρακολούθηση ανά υπηρεσία ή file ή πελάτη ή προμηθευτή κ.λ.π.
- Ø Νομίσματα και ισοτιμίες νομισμάτων για αυτόματη ή manual μετάφραση των τιμών και προσφορών.

**Τα επιμέρους προγράμματα που αποτελούν το πακέτο είναι:**

- Ø Πελάτες/ Προμηθευτές
- Ø Συμβόλαια και τιμοκατάλογοι
- Ø Συμμετοχές ( Bookings )
- Ø Allotments ξενοδοχείων
- Ø Αυτόματη κοστολόγηση πακέτου ( διακοπών )
- Ø Αυτόματη αποστολή Fax
- Ø Λογιστική
- Ø Reports (στατιστικά δελτία, αναφορές κ.λ.π.)

**Αναλυτικότερα τα διάφορα προγράμματα περιλαμβάνουν τα εξής:**

1. Πελάτες:

- Ø Διαχείριση
- Ø Καταστάσεις
- Ø Statements
- Ø Υπόλοιπα – Ενηλικίωση Υπολοίπου
- Ø Αναλυτικές καρτέλες
- Ø Mailing list

2. Προμηθευτές:

- Ø Διαχείριση
- Ø Sales Reports
- Ø Υπόλοιπα – Ενηλικίωση Υπολοίπων
- Ø Αναλυτικές καρτέλες κ.ο.κ.

### 11.2.1 Συμβόλαια και τιμοκατάλογοι ξενοδοχείων και υπηρεσιών

Μέσα από το πρόγραμμα καταχωρεί τις συμφωνίες (το τουριστικό πρακτορείο) που έχει κάνει με διάφορους προμηθευτές όπως για παράδειγμα:

- Ø Με ξενοδοχεία
- Ø Μεταφορικές ( transfers )
- Ø Ξεναγούς κ.ο.κ.

Με βάση τις τιμές που δημιουργεί (το πρακτορείο είτε είναι ναυτιλιακό είτε είναι τουριστικό), με τους τιμοκαταλόγους πώλησης που δημιουργεί η Panasoft, μπορεί να καλύπτει διαφορετικές περιπτώσεις. Τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιούνται για την αυτόματη κοστολόγηση ώστε να κάνει γρήγορα τη προσφορά του το πρακτορείο ή την κοστολόγησή του.

Λειτουργίες αυτής της ενότητας είναι ( Συνοπτικά ):

- Ø Καταχώρηση των στοιχείων των ξενοδοχείων που συνεργάζονται τα εν λόγω πρακτορεία
- Ø Καταχώρηση των στοιχείων όλων των άλλων υπηρεσιών
- Ø Καταχώρηση των τιμών
- Ø Δημιουργία τιμοκαταλόγων ( ως πρακτορείο )
- Ø Αναζήτηση ξενοδοχείων και υπηρεσιών με βάση διάφορα κριτήρια

#### Κοστολόγηση:

Το πρόγραμμα κοστολόγησης δίνει τη δυνατότητα επιλογής και καταγραφής διαφόρων υπηρεσιών ενός Group, ώστε να γίνει αυτόματος υπολογισμός του κόστους κατ' άτομο καθώς και του συνολικού κόστους, με βάση τις τιμές που υπάρχουν είδη στο πρόγραμμα (γιατί καθορίζονται από την Panasoft στο Travel Force ) τιμοκαταλόγων.

Το κόστος αυτό μπορεί να είναι διαφορετικό Rate basis για παράδειγμα: Single, Triple, Double κ.λ.π καθώς και επίσης και κλιμακούμενο ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων (Bookings) για παράδειγμα: 25, 30, 35, 40 κ.λ.π.

Τα παραπάνω προκύπτουν με αυτόματο τρόπο. Η τιμή πώλησης προκύπτει ορίζοντας (το πρακτορείο) το επιθυμητό ποσοστό κέρδους αποφορολογούμενο ή τοποθετώντας flat ποσό. Σε όσες υπηρεσίες δεν υπάρχουν εκ των προτέρων τοποθετήσει τιμές μπορεί να τις περάσει και μετά από επιλογή του πρακτορείου εκείνη τη στιγμή.

Τέλος, μπορεί επίσης να τροποποιήσει κατά βούληση κάποιες τιμές εάν το επιθυμεί.

### **Allotment Ξενοδοχείων:**

Μέσω αυτού του προγράμματος γίνεται παρακολούθηση του allotment (δηλ. συμφωνίας) που μπορεί να έχει το πρακτορείο με το ξενοδοχείο ή ξενοδοχεία. Η ενημέρωση γίνεται αυτομάτως από τη διαχείριση των υπηρεσιών και groups μπορεί ανά πάσα στιγμή να έχει τη διαθεσιμότητα δωματίων σε διάφορα ξενοδοχεία.

Το allotment μπορεί να κρατείται είτε με αριθμό δωματίων γενικώς είτε ανά συγκεκριμένο τύπο δωματίου όπως έχει αναφερθεί πιο πάνω.

### **Αποστολή Fax:**

Με την καταχώρηση ενός request για κάποια υπηρεσία το πρόγραμμα αυτό μπορεί να στείλει fax με reservation request κατευθείαν στον Προμηθευτή απλά με το πάτημα ενός πλήκτρου. Το reservation request ή το voucher σχεδιάζεται κατά την επιθυμία των εν λόγω πρακτορείων. Αν υπάρχουν πολλά requests σε μία ημέρα μπορούν να αποσταλούν μαζικά με μια αποστολή, πάλι με το πάτημα ενός πλήκτρου.

### **Reports:**

Αφού έχουν γίνει οι κρατήσεις και χωρίς άλλη παρέμβαση, βγαίνει μια πληθώρα αναφορών που καλύπτουν οποιαδήποτε απαίτηση πελάτη – καταναλωτή. Με το report generation που διατίθεται ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει δικά του reports (αναφορές).

### **Λογιστική:**

Είναι η πλήρης Γενική Λογιστική Γ' κατηγορίας. Το πλεονέκτημα της είναι ότι ενημερώνεται αυτόματα από τη διαχείριση των υπηρεσιών και τακτοποιεί το ειδικό καθεστώς Φ.Π.Α σύμφωνα με το άρθρο 35 του ΚΒΣ και των διευκρινήσεων εγκυκλίων.

Μερικά από αυτά τα χαρακτηριστικά της Λογιστικής είναι:

- Ø Μήκος λογαριασμού μέχρι 15 καθαρά ψηφία έως και 8 βαθμίδες
- Ø Πρόβλεψη ξένου συναλλάγματος
- Ø Επαναλαμβανόμενα άρθρα
- Ø Πρότυπα άρθρα
- Ø Έκδοση ισοζυγίων και άλλων πληροφοριών για οποιοδήποτε χρονικό διάστημα και για οποιοδήποτε λογαριασμό ή ομάδα λογαριασμών
- Ø Δημιουργία όλων των καταστάσεων ΚΕΠΥΟ που απαιτούνται για τουριστικά πρακτορεία.

### 11.3 Ticketing

Είναι πολύ φιλικό και εύκολο στη χρήση πρόγραμμα. Το μόνο που έχει να κάνει ο χρήστης είναι να καταχωρήσει σε μία φόρμα τα στοιχεία του πελάτη και αμέσως γίνεται η κράτηση χωρίς άλλη διαδικασία.

Η έκδοση απόδειξης ή τιμολογίων, η ενημέρωση υπόλοιπου πελατών και προμηθευτών, η ενημέρωση stock των εισιτηρίων, των sales reports statements πελατών, profile reports, BSP reports και ενημέρωση άλλων στατιστικών, ενημέρωση της επίσημης λογιστικής και ακόμα και της συγκεντρωτικής κατάστασης τιμολογίων για το τέλος του χρόνου. Υπάρχει προαιρετικά η δυνατότητα αυτόματης διασταύρωσης των στοιχείων BSP, η δυνατότητα εξαγωγής Segments των συστημάτων κράτησης (προαιρετικά), η δυνατότητα παρακολούθησης των στόχων των αεροπορικών εταιρειών κ.λ.π.

Το πρόγραμμα διαθέτει επίσης σύνδεση με το σύστημα κρατήσεων Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, Gabriel, Aegean, e-ticket κ.λ.π. Με αυτόν τον τρόπο τα στοιχεία που απαιτούνται περνάνε αυτόματα από το σύστημα κρατήσεων στη φόρμα πώλησης των εισιτηρίων, απαλλάσσοντας τους χρήστες από το 95% της δουλειάς τους. Ταυτόχρονα, ελαχιστοποιούνται οι πιθανότητες λάθους αφού μεταφέρονται έτοιμα, ελεγμένα στοιχεία.

Για τα γραφεία IATA υπάρχει η δυνατότητα αυτόματου ελέγχου της εκκαθάρισης του BSP. Επίσης, για όσα γραφεία έχουν υποκαταστήματα, προβλέπεται η σύνδεσή τους με το κεντρικό, η αυτόματα μεταφορά και καταχώρηση των στοιχείων τους ώστε να υπάρχει ανά πάσα στιγμή η συνολική και ειδική εικόνα της επιχείρησης.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ακόμα τη διαχείριση και τη παρακολούθηση των Land Arrangements. Προβλέπεται η διαχείριση των πακέτων εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκτός Ε.Ε και μεικτών, καθώς και η εφαρμογή του κλαδικού λογιστικού σχεδίου που έχει ως αποτέλεσμα την αυτόματη εξαγωγή του Φ.Π.Α, ειδικού καθεστώτος καθώς και τα έσοδα, κόστος, μεικτές και καθαρές αμοιβές.

Τα επιμέρους προγράμματα που αποτελούν το πακέτο είναι:

- Ø Πελάτες
- Ø Προμηθευτές
- Ø Αεροπορικό εισιτήριο
- Ø Stock αεροπορικών εισιτηρίων

Ø Υπηρεσίες

Ø Γενική λογιστική

Πελάτες: Διαχείριση/ Καταστάσεις/ Statements/ Υπόλοιπα – Ενηλικίωση υπολοίπου/ Αναλυτικές καρτέλες/ Διευθυνσιογράφος/ Mailing list.

Προμηθευτές: Διαχείριση/ Sales Reports/ Υπόλοιπα – Ενηλικίωση υπολοίπου/ Αναλυτικές καρτέλες/ Διευθυνσιογράφος

Αεροπορικό εισιτήριο: Διαχείριση αεροπορικού εισιτηρίου/ Refund εισιτήρια/ Void εισιτήρια/ Sales Reports – Αποδόσεις/ BSP reports/ Profit reports – Στατιστικά ανά πώληση, προμηθευτή, πωλητή και συνδυασμοί αυτών. Αποδείξεις πώλησης, πιστωτικά, τιμολόγια προμήθειας. Και τέλος, αυτόματη ενημέρωση υπολοίπων, λογαριασμών Γ' Λογιστικής.

#### **11.4 Stock Αεροπορικών εισιτηρίων**

Ø Διαχείριση Stock

Ø Εκχώρηση Stock σε πωλητές, υποκαταστήματα, πράκτορες

Ø Παρακολούθηση χρησιμοποιηθέντων/ μη χρησιμοποιηθέντων εισιτηρίων.

#### **11.5 Άλλες Υπηρεσίες**

Ø Κωδικοποίηση και διαχείριση των πωλήσεων, όλων των άλλων υπηρεσιών πλην εισιτηρίων ( ξενοδοχεία, Car Rental, Sight seeding, Transfers, έκδοση βίζας – διαβατηρίου κ.λ.π.)

Ø Διαχείριση των υπηρεσιών και πακέτων εντός Ε.Ε με Φ.Π.Α, εκτός Ε.Ε (άνευ Φ.Π.Α και μεικτών).

Ø Αυτόματη ενημέρωση λογαριασμών και υπολοίπων

Ø Τιμολόγηση υπηρεσιών με απόδειξη ή τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών καθώς και απόδειξης πώλησης για πακέτα.

Ø Διασύνδεση υπηρεσιών με κάρτα αεροπορικής εισιτηρίου

Ø Αυτόματη εξαγωγή Φ.Π.Α υπηρεσιών του άρθρου 35

Ø Sales Reports υπηρεσιών

Ø Profit reports συνολικό και ανά είδος υπηρεσίας και ανά group

Ø Αυτόματη ενημέρωση λογιστικής καθώς και κλείσιμο των files (φακέλων)

**Congress:**

Το συνεδριακό τμήμα του Back office είναι προορισμένο για να καλύπτει τις δύο βασικές λειτουργίες που έχει να φέρει σε πέρας ένα γραφείο οργάνωσης συνεδρίων, τη Γραμματειακή υποστήριξη και τη τουριστική διαχείριση διατηρώντας ταυτόχρονα τον απόλυτο οικονομικό και λογιστικό έλεγχο.

1. Γραμματειακή υποστήριξη και επιστημονικό:

Το Γραμματειακό τμήμα περιλαμβάνει αρχεία και λειτουργίες απαραίτητες για την γραμματειακή υποστήριξη ενός συνεδρίου. Καλύπτει επίσης και το επιστημονικό μέρος στη περίπτωση αναλαμβάνει η Panasoft την υλοποίηση του. Περιλαμβάνει επίσης topic Manager- Διαχείριση θεματολογίων. Λειτουργία για την καταχώρηση των γενικότερων θεμάτων για τις επιστημονικές περιλήψεις. Ακόμα περιλαμβάνει, Abstract manager – Διαχείριση επιστημονικών περιλήψεων κ.λ.π.

2. Διαχείριση συνεδρίου – τουριστικό μέρος:

Περιλαμβάνει τις λειτουργίες που είναι απαραίτητες για τη δημιουργία ενός συνεδρίου, τη διαχείριση των εγγράφων (Registrations), των τουριστικών υπηρεσιών των συμμετεχόντων στο συνέδριο, την οικονομική καθώς και λογιστική παρακολούθηση όλων των εμπλεκόμενων. Το πρόγραμμα αυτό είναι κατασκευασμένο έχοντας προτεραιότητα την ευκολία χρήσης, την ταχύτητα και την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας λάθους στη καταχώρηση των στοιχείων από τους χρήστες. Για την επίτευξη των παραπάνω έχουν δημιουργηθεί οι παρακάτω λειτουργίες:

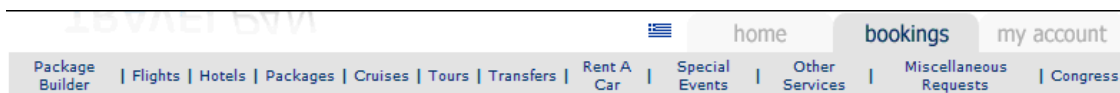
- Ø Διαχείριση συνεδρίου
- Ø Αρχείο συμμετεχόντων
- Ø Διαχείριση τιμοκαταλόγου συνεδρίου
- Ø Διαχείριση (allotment) και επιβατών συνεδρίου
- Ø Διαχείριση ξενοδοχείων συνεδρίου
- Ø Αυτόματη ενημέρωση γενικής και αναλυτικής λογιστικής
- Ø Εγκατάσταση προγράμματος και λειτουργία On-line
- Ø Διαχείριση εγγράφων συνεδρίου
- Ø Λίστες και αναφορές
- Ø Service list
- Ø Rooming list
- Ø Air tickets/ Receipt form



- Ø Air tickets list ( per day-flight)
- Ø Flights
- Ø Arrival & Departures
- Ø Clients Turn over Report/ Payments

## 11.6 iTRS / BACK OFFICE:

Η Panasoft πρόσφατα ανέπτυξε μια εξελιγμένη μηχανή on line κρατήσεων η οποία λειτουργεί σε πλήρη αρμονία με την εμπορική εφαρμογή Back office που τρέχει στο τοπικό δίκτυο του πράκτορα. Υπάρχει ανά πάσα στιγμή σε πραγματικό χρόνο σύνδεση μεταξύ του Front Office και του ηλεκτρονικού καταλόγου, εξασφαλίζοντας ότι όλα τα επιλεγμένα προϊόντα με τις αντίστοιχες φωτογραφίες τους και οι τιμοκατάλογοι που δημιουργούνται στην εφαρμογή Back Office παρουσιάζονται αυτόματα στην εταιρική ιστοσελίδα του πράκτορα. Από εκεί μπορεί να γίνει λεπτομερής αναζήτηση αλλά και απευθείας κράτηση από τους επισκέπτες της εταιρικής σελίδας. Με αυτόν τον τρόπο εξαλείφεται η ανάγκη διπλής καταχώρισης στοιχείων και συντήρησης δύο διαφορετικών βάσεων δεδομένων, το οποίο μέχρι σήμερα ήταν και το μεγαλύτερο εμπόδιο πωλήσεων μέσω διαδικτύου.



## 17. Παράδειγμα εργαλείων από Panasoft

Μέσω της εφαρμογής αυτής επιτυγχάνεται η κωδικοποίηση των φωτογραφιών και των περιγραφών των τουριστικών υπηρεσιών που διαθέτει ένα τουριστικό γραφείο και η σύνδεσή τους με τους αντίστοιχους τιμοκατάλογους σε μία βάση δεδομένων, από την οποία μπορεί να τροφοδοτηθεί τόσο το έντυπο υλικό του Τουριστικού Γραφείου, όσο και ο ηλεκτρονικός κατάλογος που θα είναι προσπελάσιμος μέσω του διαδικτύου.

- Ø Η εφαρμογή είναι προσπελάσιμη από όλους τους εξουσιοδοτημένους χρήστες της εφαρμογής Back Office
- Ø Σύνδεση Φωτογραφιών και κειμένων με συγκεκριμένα προϊόντα.
- Ø Αυτόματη διαγραφή στοιχείων όταν το συνδεδεμένο προϊόν διαγραφεί.

- Ø Εύκολη ανεύρεση υλικού, βάσει κλειδιών αναζήτησης, όπως πόλη, χώρα, περιοχή και προϊόν.
- Ø Αυτόματη ενημέρωση των συνδεδεμένων με το προϊόν τιμοκαταλόγων στον ηλεκτρονικό κατάλογο.
- Ø Πολυγλωσσική υποστήριξη
- Ø Τα συνδεδεμένα αρχεία φωτογραφιών μπορούν να βρίσκονται σε οποιοδήποτε χώρο του τοπικού δικτύου.

### **11.6.1 Συνοπτική τεχνική Περιγραφή**

Η λειτουργία του συστήματος προϋποθέτει την εγκατάσταση ενός δικτύου VPN (Virtual Private Network) μεταξύ των υποκαταστημάτων του ταξιδιωτικού γραφείου. Στο κέντρο αυτού του δικτύου θα βρίσκεται ένας εξυπηρετητής για την εφαρμογή και τα δεδομένα (Application and Data Server) της Εμπορικής και Λογιστικής εφαρμογής Back office. Στον ίδιο Server θα τρέχει επίσης η εξειδικευμένη εφαρμογή TFIS (Travel Force Internet Interface Server) που αναλαμβάνει την αμφίδρομη επικοινωνία των δεδομένων ανάμεσα στο Travel Force και την εφαρμογή, η οποία θα φιλοξενείται σε ειδικό εξυπηρετητή (WEB SERVER).

Η λύση αυτή εξασφαλίζει την μέγιστη ασφάλεια των δεδομένων αφού προσπελάσιμα από το διαδίκτυο θα είναι μόνο τα δεδομένα που θα χειρίζεται η εφαρμογή TFIS και όχι το σύνολο της βάσης δεδομένων της εφαρμογής BackOffice. Παράλληλα με τον τρόπο αυτόν εξασφαλίζεται και η ταχύτητα της εφαρμογής αφού θα βρίσκεται σε Server που θα είναι τοποθετημένος κατευθείαν πάνω στο Internet Back Bone της OTENET με ταχύτητα 100MBIT.

#### **Αναλυτική περιγραφή χαρακτηριστικών:**

- Ø Η βάση δεδομένων (πελατολόγιο, προϊόντα, τιμοκατάλογοι) του , απαραίτητη για να πραγματοποιούνται οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου, δημιουργείται και ενημερώνεται αυτόματα από την βάση δεδομένων της εφαρμογής Travel Force , επιτυγχάνοντας έτσι απόλυτη συμβατότητα μεταξύ της Front End διαδικτυακής εφαρμογής και της εφαρμογής του Back Office που την τροφοδοτεί και την υποστηρίζει.
- Ø Με την λύση BackOffice & Front Office επιτυγχάνεται η τήρηση ενιαίου αρχείου διαθεσιμότητας (availability). Τα συμβόλαια allotment και commitment εισάγονται μία φορά στο Back Office. Το Front Office ζητά κάθε φορά διαθεσιμότητα μέσα από τη βάση δεδομένων του Back Office με

αποτέλεσμα το αρχείο διαθεσιμότητας να είναι ανά πάσα στιγμή σε πραγματικό χρόνο ενήμερο.

- Ø Οι πληροφορίες για τους όρους πληρωμής και τα πιστωτικά όρια του κάθε πελάτη, οι οποίες εισάγονται και χρησιμοποιούνται στο Back Office, είναι προσπελάσιμες και από το και έτσι βρίσκουν εφαρμογή στις κρατήσεις που κάνει ο πελάτης μέσω διαδικτύου. Έτσι γνωρίζει ανά πάσα στιγμή το Front Office αν θα πρέπει να προχωρήσει στην επιβεβαίωση της κράτησης και να επιτρέψει στον πελάτη την έκδοση της εντολής (voucher).
  - Ø Οι επιβεβαιωμένες κρατήσεις που γίνονται στο διαδίκτυο αυτόματα μεταφέρονται στο Back Office όπου μπορεί να γίνει περαιτέρω επεξεργασία.
  - Ø Οι πληρωμές εταιρικών πελατών που γίνονται στο Back Office (όσες σχετίζονται με κρατήσεις) αυτόματα ανεβαίνουν στο διαδίκτυο. Μπαίνοντας λοιπόν ο πελάτης στον δικτυακό χώρο του πράκτορα μπορεί να δει ποιες κρατήσεις έχει εξοφλήσει πλήρως ή μερικώς, ποιες είναι ακόμα απλήρωτες κοκ. Ταυτόχρονα ενημερώνεται σε πραγματικό χρόνο το πιστωτικό υπόλοιπο του πελάτη.
  - Ø Εφόσον το ταξιδιωτικό γραφείο-κάτοχος του συστήματος το επιτρέπει, μπορούν οι πελάτες να εκδίδουν vouchers για όλες τις επιβεβαιωμένες κρατήσεις τους απευθείας μέσα από τον δικτυακό χώρο του πράκτορα. Στο δε voucher μπορεί να εμφανίζεται κατ' επιλογήν είτε το λογότυπο ταξιδιωτικού γραφείου, είτε αυτό του πελάτη. Πληροφορίες για τα voucher που εκδόθηκαν αυτόματα μεταφέρονται στο Back Office του πράκτορα.
  - Ø Το Front Office εμφανίζει πλήρες ιστορικό για τις κρατήσεις του κάθε πελάτη. Έτσι, ο πελάτης μπορεί να βλέπει και να διαχειρίζεται τις κινήσεις που έχει κάνει στον δικτυακό χώρο του ταξιδιωτικού γραφείου, να κάνει απευθείας επιβεβαιωμένες κρατήσεις, εάν υπάρχει διαθεσιμότητα και πληροί τις πιστοληπτικές προϋποθέσεις, να κάνει requests για υπηρεσίες και να επιβεβαιώνει τις κρατήσεις που έχει σε option, να ζητά την ακύρωση επιβεβαιωμένων κρατήσεων, να τροποποιεί κρατήσεις και να τις πληρώνει με την χρήση της εταιρικής πιστωτικής του κάρτας.
- <http://www.powerhaul.eu/portals/0/news/itrs.pdf>

## Επίλογος ενότητας

Συμπερασματικά, θα μπορούσε να πει κανείς ότι το συγκεκριμένο πληροφοριακό σύστημα είναι πολύ σύνθετο αλλά και αρκετά χρήσιμο για μια σύγχρονη τουριστική επιχείρηση και πιο συγκεκριμένα για τα τουριστικά πρακτορεία. Είδαμε ότι δεν αναφέρεται ιδιαίτερα σε ναυτιλιακά πρακτορεία αλλά κυρίως σε τουριστικά πρακτορεία. Όμως αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί από ναυτιλιακό πρακτορείο διότι στο διαδικτυακό χώρο αναφέρονται κάποια ναυτιλιακά πρακτορεία που συνεργάζονται με την Panasoft.

Σαν πρόγραμμα έχει πολλές δυνατότητες, ιδιότητες αλλά και χρησιμότητα τόσο για τους χρήστες όσο για τους πελάτες που χρησιμοποιούν το διαδικτυακό χώρο κάθε τουριστικού ή ναυτιλιακού πρακτορείου για μία κράτηση ή για την ενημέρωση των κινήσεων λογαριασμού του.

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ:

Για τους σκοπούς της έρευνας σχεδιάστηκε ένα ερωτηματολόγιο (Οκτώβριος του 2009) ώστε να προσπαθήσω να συλλέξω κάποιες σημαντικές και απαραίτητες πληροφορίες. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε προσωπικά, χωρίς ιδιαίτερη βοήθεια, παρά μόνο μία «ματιά» στο διαδίκτυο ([www.goggle.com](http://www.goggle.com)), διαβάζοντας διάφορους τρόπους σχεδίασης ερωτηματολογίων. Από εκεί δεν υπάρχει παρόμοια ερώτηση ή ίδια με τις ερωτήσεις που υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο, παρά μόνο ότι αφορά τις ερωτήσεις για παράδειγμα: «Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησής σας» κ.λ.π. Οι περισσότερες ερωτήσεις είναι multiple choice, έτσι ώστε να απαντήσουν πιο εύκολα.

Το ερωτηματολόγιο δόθηκε προσωπικά σε 30 τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία στη Πάτρα, με τυχαία σειρά. Οι ερωτήσεις ήταν κατανοητές από τους ερωτώμενους, δεν εντοπίστηκαν γραμματικά ή συντακτικά λάθη, ούτε προβλήματα ώστε να διορθωθούν εκ μέρους μου.

Στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, που δόθηκαν τα ερωτηματολόγια, ζητήθηκε να απαντήσουν μέσα σε χρονικό διάστημα 2 με 3 εβδομάδες.

Οι ερωτήσεις της έρευνας χωρίστηκαν σε Α', Β', Γ' μέρη. Το Α' μέρος αποτελείται από 6 ερωτήσεις που αναφέρονται:

- Ø Στη νομική μορφή και στον τύπο της επιχείρησης
- Ø Στην κατηγορία/τύπο πρακτορείου τουρισμού
- Ø Στην περιοχή όπου βρίσκεται, έτος ίδρυσής τους.
- Ø Στους στόχους
- Ø Σε ποιο καταναλωτικό κοινό απευθύνεται
- Ø Και τέλος, αρχείο πελατών.

Το Β' μέρος αποτελείται από 8 ερωτήσεις που αναφέρονται:

- Ø Στις τεχνολογίες πληροφορικής επικοινωνίας

- Ø Στα πληροφοριακά συστήματα, τη χρησιμότητά της και στις εταιρείες Π.Σ
- Ø Στα μειονεκτήματα Π.Σ και αν υπάρχουν
- Ø Στις ενέργειες προώθησης και προβολής των πρακτορείων
- Ø Στην οργάνωση και
- Ø Στις αλλαγές που φέρει η εξέλιξη της τεχνολογίας στα πρακτορεία αλλά και στον λειτουργικό εξοπλισμό της.

Τέλος, το Γ' μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από 7 ερωτήσεις οι οποίες αφορούν:

- Ø Τα μέτρα μείωσης επιπτώσεων στην αγορά εργασίας
- Ø Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει το κάθε πρακτορείο
- Ø Την συμβουλευτική υποστήριξη
- Ø Τη δυνατότητα αναβάθμισης στο κάθε πρακτορείο
- Ø Τον Κύκλο εργασιών
- Ø Μερίδιο αγοράς κ.λ.π.

Όπως προαναφέρθηκε, τα ερωτηματολόγια δόθηκαν αρχικά σε 30 τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία, διότι θεωρήθηκε εκ μέρους μου ότι θα ήταν πιο σωστό, παρά να σταλεί με ταχυδρομικό τρόπο.

Εννοείται ότι όλα τα πρακτορεία ενημερώθηκαν ότι τα στοιχεία που θα λάβω, δεν θα καταχραστούν και θα χρησιμοποιηθούν συνετά και προσिता. Απάντησαν, ωστόσο, λιγότερα ερωτηματολόγια από όσα δόθηκαν (11/30). Αυτό το γεγονός, διότι κάποια πρακτορεία είχαν πολλές δραστηριότητες το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα όπως για παράδειγμα:

- Ø Σε ναυτιλιακό πρακτορείο, είχαν άφιξη καινούργιου πλοίου, οπότε δεν είχαν το χρόνο να απαντήσουν
- Ø Κάποια τουριστικά πρακτορεία δεν μπορούσαν να διαθέσουν κάποιες πληροφορίες όπως τα οικονομικά στοιχεία ή των κύκλο εργασιών τους διότι θεωρούσαν ότι είναι απόρρητα. Και έτσι δεν διέθεταν χρόνο να απαντήσουν σε καμία ερώτηση παρόλο που παρατήρησαν ότι οι υπόλοιπες ερωτήσεις ήταν βατές και κατανοητές.

Παρόλα αυτά, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα πρακτορεία που συνεργάστηκαν και τα υπόλοιπα που δεν συνεργάστηκαν γιατί το εξέλαβα ως πρόκληση (όχι σαν εμπόδιο) στην έρευνα που πραγματοποίησα.

Γενικά, τα άτομα που απάντησαν αυτά τα ερωτηματολόγια ήταν είτε υπάλληλοι/εργαζόμενοι ή προϊστάμενοι ή ακόμα και υπεύθυνοι για υποθέσεις που

αφορούν ερωτηματολόγια, δημοσκοπήσεις κ.λ.π. Οι περισσότεροι, αν όχι όλοι, ήταν ανώτατης εκπαίδευσης με πτυχίο ή και με μεταπτυχιακό τίτλο. Πολλοί, επίσης, ήταν απόφοιτοι κάποιας ανώτατης σχολής (Α.Ε.Ι, Τ.Ε.Ι). Όλα τα στοιχεία του ερωτηματολογίου, οι απαντήσεις βρίσκονται πιο κάτω στα «αποτελέσματα και συμπεράσματα».

Ακόμα, θα ήθελα να προσθέσω ότι έγινε και μια δεύτερη συμπληρωματική έρευνα όσον αφορά τις εταιρείες πληροφοριακών συστημάτων. Αυτή η έρευνα έγινε για την προσπάθεια της απεικόνισης κατάστασης στη Πάτρα τα τελευταία 2 με 3 χρόνια, όσον αφορά το βαθμό χρησιμότητας των πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.

Αρχικά, ξεκίνησε μια πρώτη επαφή με τις εταιρείες Galileo, Sabre, Amadeus, Forth CRS, Worldspan, Panasoft, τηλεφωνικά. Πρωτίστως, έγιναν κάποιες ερωτήσεις τηλεφωνικά (στις συγκεκριμένες εταιρείες) που αφορούσαν τα τερματικά τους, τις κρατήσεις που έχουν γίνει στη Πάτρα τα 2007/2008/2009, τα τηλεφωνικά τους κέντρα και με πόσα τουριστικά ή ναυτιλιακά πρακτορεία συνεργάζονται στη Πάτρα. Μετά οι περισσότερες εταιρείες Π.Σ, με κατεύθυναν σε ηλεκτρονικές διευθύνσεις (e-mail), έτσι ώστε να τους καταθέσω το αίτημά μου γραπτώς. Έτσι και έγινε. Έστειλα τα αιτήματά μου γραπτώς και τους διαβεβαίωσα ότι σε καμία περίπτωση δεν θα καταχραστεί οποιαδήποτε πληροφορία που θα μου παραχωρούσαν.

Τέλος, υπήρξε ικανοποιητική ανταπόδοση στα αιτήματά μου και αυτά τα στοιχεία θα αναλυθούν παρακάτω στα «Αποτελέσματα και Συμπεράσματα». Επίσης, οι επακριβείς ερωτήσεις, διευθύνσεις, τηλέφωνα επικοινωνίας είναι στο παράρτημα Ι.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



### Α' Μέρος Έρευνας:

#### Ερωτηματολόγιο:

Σ' αυτό το σημείο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου και θα υπάρχουν σχόλια και παρατηρήσεις.

#### Στο Α' μέρος του ερωτηματολογίου:

1<sup>η</sup> Ερώτηση<sup>12</sup> 7/11 πρακτορεία είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις, τα 4/11 είναι μέρος μεγάλου οργανισμού. Στο δεύτερο υποερώτημα της 1<sup>ης</sup> ερώτησης μόνο ένα από τα 11 πρακτορεία είναι Ο.Ε, (Ομώνυμη Εταιρεία), τα 2/11 είναι Ε.Π.Ε και τα άλλα 2/11 είναι πρακτορεία Α.Ε (Ανώνυμη Εταιρεία).

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι αρκετές οι ατομικές επιχειρήσεις στην αγορά της Πάτρας. Αξιοσημείωτο είναι ότι πολλά πρακτορεία είναι σε μεγάλο ποσοστό, σε μέρος μεγάλου οργανισμού.

#### Στη 2<sup>η</sup> ερώτηση:

Γενικά η Πάτρα έχει διάφορες κατηγορίες τουριστικών πρακτορείων. Παρατηρείται (από το δείγμα τουλάχιστον), ότι η μόνη κατηγορία που δεν εντοπίστηκε είναι του εξερχόμενου.

Συγκεκριμένα, τα 6/11 δήλωσαν γενικού τουρισμού πρακτορεία. Αυτή η κατηγορία πρακτορείων, ασχολείται και με τον εισερχόμενο αλλά και με το εξερχόμενο τουρισμό. Πιστεύεται ότι τα περισσότερα (εκτός από το δείγμα ερωτηματολογίου) πρέπει να είναι γενικού τουρισμού διότι μπορούν να ασχολούνται με πληθώρα τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι, προσελκύονται περισσότεροι πελάτες/καταναλωτές.

---

<sup>12</sup> Οι ερωτήσεις βρίσκονται στο Παράρτημα Ι.



Στη συνέχεια βλέπουμε ότι τα 2/11 πρακτορεία δηλώνουν συνδυασμό ναυτιλιακού πρακτορείου με γραφείο γενικού τουρισμού, τα οποία είναι μέρος μεγάλου οργανισμού και σαφέστατα θα ασχολείται με περισσότερες υπηρεσίες στον κλάδο του τουρισμού.

Επιπλέον, 1/11 πρακτορεία δήλωσε ότι είναι εισερχόμενου τουρισμού, το οποίο ασχολείται με εκδρομές στο εσωτερικό της χώρας (με πούλμαν), ένα άλλο δήλωσε ακόμα, ότι είναι καθαρά ναυτιλιακό πρακτορείο και ασχολείται με ακτοπλοϊκά εισιτήρια, κρουαζιέρες κ.α. Τέλος, το τελευταίο δήλωσε ότι είναι μέρος μεγάλης αλυσίδας τουριστικών γραφείων/πρακτορείων, το οποίο ασχολείται με τουριστικά «πακέτα» διακοπών, αεροπορικές μεταφορές κ.ο.κ.

Θα μπορούσε να πει κανείς ότι στην αγορά της Πάτρας υπάρχουν πολλών ειδών πρακτορεία, όπου ασχολούνται με παρόμοιες, αν όχι ίδιες, τουριστικές υπηρεσίες/προϊόντα και έτσι υπάρχει μεγαλύτερος ανταγωνισμός.

3<sup>η</sup> ερώτηση:

Σε αυτή την ερώτηση υπάρχει μεγάλο ποσοστό (10/11) το οποίο αναφέρεται σε πολλά παρόμοια πρακτορεία στην ίδια περιοχή και πολύ μικρό ποσοστό όπου δεν υπάρχει άλλο παρόμοιο κοντά (1/11).

Αυτό μας παραπέμπει να σκεφτούμε ότι υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός λόγω της εμφάνισης πολλών παρόμοιων πρακτορείων στην ίδια περιοχή. Αυτό είναι πλέον φαινόμενο, το οποίο παρατηρείται συχνά στις μέρες μας, διότι κάθε πρακτορείο τουρισμού που ιδρύεται είτε θα «ανοίξει» κοντά σε ένα άλλο παρόμοιο, για να μπορέσει να προσελκύσει πελάτες από το άλλο, είτε θα πράξει ακριβώς το αντίθετο για να είναι μοναδικό στη περιοχή του, απομακρυσμένο από άλλα πρακτορεία για τον στόχο μονοπωλίου.

4<sup>η</sup> Ερώτηση:

Αυτή η ερώτηση έγινε για λόγους στατιστικούς. Έπρεπε να κατανοήσουμε το πότε άρχισε η αγορά της Πάτρα να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται.

Υπάρχουν πρακτορεία τα οποία ξεκίνησαν να ελίσσονται στο χώρο του τουρισμού από το 1950, άλλα από το 1980 και άλλα την δεκαετία του 2000. Δύο (2/11) πρακτορεία γενικού τουρισμού άρχισαν τη πορεία τους από το 1950 και 1965. Βλέπουμε ότι η αγορά της Πάτρας ξεκίνησε από τη δεκαετία του '50 και αυτό στηρίζεται από το ερωτηματολόγιο.

3/11 πρακτορεία ιδρύθηκαν το 1980 και 1985, όπου από αυτά, το ένα είναι συνδυασμός ναυτιλιακού και γενικού τουρισμού πρακτορείο και το άλλο παράρτημα από μεγάλη αλυσίδα τουριστικών πρακτορείων στην Ελλάδα. Το τρίτο ιδρύθηκε το 1985 και είναι γενικού τουρισμού.

Σ' αυτό το σημείο θα μπορούσε να πει κανείς ότι οι απαιτήσεις των πελατών μεγάλωναν καθότι δεν αρκούσε μόνο η επιλογή του γενικού τουρισμού αλλά χρειαζόταν (η αγορά της Πάτρας) και ναυτιλιακά πρακτορεία, τα οποία να εξυπηρετούν και άλλου είδους πελάτες οι οποίοι ήθελαν να ταξιδεύουν με πλοίο.

Συμπεραίνουμε ότι η σωστή εκμετάλλευση του λιμανιού της Πάτρας όπου βοηθούσε και βοηθάει μέχρι σήμερα, όχι μόνο Έλληνες τουρίστες, αλλά και περαστικούς επισκέπτες από την Ευρώπη.

Από τη δεκαετία του '90 (1/11) άρχισαν να αυξάνονται τα πρακτορεία γενικού τουρισμού και φτάνουμε στη δεκαετία του 2000(4/11), όπου έχουμε πληθώρα ειδών πρακτορείων. Κάποια είναι καθαρά ναυτιλιακά, άλλα γενικού τουρισμού και άλλα από αλυσίδα τουριστικών γραφείων.

Παρατηρείται ότι λίγα είναι τα πρακτορεία (1/11)εισερχόμενου τουρισμού και ότι οι τουρίστες εξυπηρετούνται περισσότερο από τα πρακτορεία γενικού τουρισμού.

Η Πάτρα αποκαλείται η «Πύλη της Ελλάδας στη Δύση», καθώς είναι κομβικό σημείο για το εμπόριο και την επικοινωνία με την Ιταλία και την Ευρωπαϊκή Δύση.<sup>13</sup>

Η 5<sup>η</sup> Ερώτηση του Α' μέρους του ερωτηματολογίου έγινε για τους εξής λόγους:

- Ø Για να κατανοήσουμε σε πόσο βαθμό υπάρχει η κερδοσκοπία
- Ø Τους στόχους των πρακτορείων γενικά
- Ø Αν υπάρχουν βαθύτεροι στόχοι πέρα από το κέρδος στη τουριστική αγορά

Αρχικά παρατηρείται έντονος ο στόχος για την αύξηση πωλήσεων από, σχεδόν, όλα τα πρακτορεία (10/11). Όμως βλέπουμε ότι τα πρακτορεία δεν έδωσαν μόνο μία απάντηση αλλά προσθέσανε ότι ήθελαν να αυξήσουν τις (7/11)παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες τους και αυτό γιατί ο νόμος της «ζήτησης και προσφοράς» διαδραματίζει μεγάλο ρόλο στη τουριστική αγορά.

Ακόμη απάντησαν ότι στόχος είναι όχι μόνο οι αυξήσεις των πωλήσεων δηλ. περισσότερο κέρδος, αλλά ότι τους ενδιαφέρει η εξέλιξη και ανάπτυξης του πρακτορείου τους (5/11).

---

<sup>13</sup> Πηγή: [www.pamediakopes.gr](http://www.pamediakopes.gr)

Τέλος, κάποια πρακτορεία αναφέρθηκαν στη γρήγορη αλλά ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών τους. Εδώ φαίνεται ότι δεν ενδιαφέρονται μόνο για την αύξηση κερδών και την πώληση τουριστικών υπηρεσιών τους αλλά μέσα από ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών τους. Έτσι, δεν κερδίζουν μόνο από οικονομικής άποψης αλλά κερδίζουν και πιστούς πελάτες/καταναλωτές.

6<sup>η</sup> Ερώτηση: Τα περισσότερα πρακτορεία απαντήσανε ότι οι καταναλωτές τους είναι Έλληνες(9/11). Μόνο 2/11 πρακτορεία απαντήσανε ότι έχουν πέρα από Έλληνες τουρίστες και Ευρωπαίους, όπου το ένα είναι πρακτορείο είναι εισερχόμενου τουρισμού που ασχολείται με εκδρομές (group) στο εσωτερικό της χώρας και το άλλο είναι συνδυασμός ναυτιλιακού με γενικού τουρισμού όπου προσελκύει αναγκαστικά Ευρωπαίους πελάτες διότι έρχονται και μέσω Ιταλίας.

Στο δεύτερο υποερώτημα της 6<sup>ης</sup> ερώτησης κανένα από τα πρακτορεία δεν έχει μόνο περαστικούς πελάτες/τουρίστες. Τα περισσότερα απαντούν ότι έχουν συνδυασμό πελατών (και συχνούς πελάτες και περαστικούς) (9/11)

Τέλος, μόνο 2/11 πρακτορεία έχουν μόνο συχνούς καταναλωτές. Παρατηρείται όμως, ότι το ένα πρακτορείο έχει ιστορία πάνω από 50 έτη στην αγορά της Πάτρας και έχει αποκτήσει αποκλειστικούς δικούς του πελάτες. Το δεύτερο που έχει δώσει την ίδια απάντηση είναι παράρτημα μεγάλης αλυσίδας τουριστικών πρακτορείων στην Ελλάδα και έχει ιστορία στον τουρισμό από το 1980.

Στο τρίτο υποερώτημα της 6<sup>ης</sup> ερώτησης βλέπουμε ότι το 100% από το δείγμα του ερωτηματολογίου (11/11) απάντησε ότι έχει αρχείο πελατών.

Αυτή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μία σωστή στρατηγική για την οργάνωση του κάθε τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου, γιατί με αυτή τη κίνηση, δεν χρειάζεται να ρωτάει τους συχνούς/πιστούς πελάτες για τις προτιμήσεις τους. Το μόνο που χρειάζεται είναι να ανατρέξουν στο αρχείο πελατών τους και να φτιάξουν οποιαδήποτε κράτηση (σε κατάλυμα, αερομεταφορά, ακτοπλοϊκά κ.ο.κ).

Επιπλέον, έχουν όλα τα προσωπικά στοιχεία των πελατών έτσι ώστε:

- Ø Σε περίπτωση αλλαγής/ακύρωσης του προκαθορισμένου ταξιδιού τους να ενημερωθούν έγκαιρα
- Ø Να μπορέσει το κάθε πρακτορείο να ενημερώσει (email, fax, τηλέφωνο, διαφημιστικό περιοδικό κ.α.) τους πελάτες που είναι καταχωρημένοι στο αρχείο του, για καινούργια τουριστικά «πακέτα» διακοπών, τουριστικές υπηρεσίες κ.λ.π. (λόγοι marketing).
- Ø Ακόμα και για λόγους οφειλής (των πελατών) κ.ο.κ.

Στο Β' μέρος του ερωτηματολογίου:

Στη 1<sup>η</sup> ερώτηση, όλα τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορείο δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν (11/11) τις Τεχνολογίες πληροφορικής επικοινωνιών. Χρησιμοποιούν το Internet για web commercial sites, δηλ. ιστοσελίδες για διαφημιστικούς λόγους, το e-mail το οποίο είναι χρήσιμο για πολλαπλούς λόγους εκτός από τη διαφήμιση, ακόμα και το φαξ.

Στο δεύτερο υποερώτημα της 1<sup>ης</sup> ερώτησης ήταν ποικίλες οι απαντήσεις. Τα 7/11 πρακτορεία δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, το e-mail, λογισμικό μηχανοργάνωσης και μισθοδοσίας για την οργάνωση τους.

Τα υπόλοιπα πρακτορεία (5/11) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν λογισμικό προμηθειών σε συνδυασμό με το internet, την ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία και διάφορα λογισμικά προγράμματα.

Παρατηρείται η πληθώρα επιλογών για την οργάνωση των εν λόγω πρακτορείων και δεν θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί μία μέθοδος μόνο, χρήσης Τ.Π.Ε για την οργάνωσή τους. Ο συνδυασμός των περισσότερων επιλογών (στο ερωτηματολόγιο) παρατηρείται ότι φέρει περισσότερα θετικά αποτελέσματα για την ολοκληρωμένη οργάνωση.

Στη 2<sup>η</sup> ερώτηση, όλα τα εν λόγω πρακτορεία δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν πληροφοριακά συστήματα (11/11).

Στο 2<sup>ο</sup> υποερώτημα της 2<sup>ης</sup> ερώτησης φαίνεται τα πληροφοριακά συστήματα στην αγορά της Πάτρας άρχισαν να τα μεταχειρίζονται κυρίως μετά το 1990. Μόνο ένα πρακτορείο (1/11) αναφέρει ότι χρησιμοποιεί Π.Σ μετά το 1970 και αυτό γιατί είναι στο χώρο του τουρισμού από το 1950.

Κυρίως μετά το 1995 μέχρι το 2007 εμφανίζεται (10/11) ότι ξεκίνησαν να εκμεταλλεύονται τις δυνατότητες των πληροφοριακών συστημάτων.

Αν ανατρέξουμε πίσω στα ιστορικά στοιχεία των Π.Σ γενικά, μπορούμε να πούμε ότι η εμφάνιση των Π.Σ σημειώθηκε τη δεκαετία του '50 (παγκοσμίως).

Αν σκεφτούμε ότι τα περισσότερα πρακτορεία έχουν έτος ίδρυσης μετά το 1980 (εκτός από ένα που μετράει πάνω από 50 έτη ίδρυσης), τα πληροφοριακά συστήματα, με βάση το δείγμα, χρησιμοποιούνται μετά το 1990 στη τουριστική αγορά της Πάτρας.

Το τρίτο υποερώτημα της 2<sup>ης</sup> ερώτησης, έγινε για να μπορέσουμε να συγκρίνουμε το παρελθόν όπου υπήρχαν χρονοβόρες και χειρόγραφες διαδικασίες εκτέλεσης εργασίας, μέσα στο τουριστικό και ναυτιλιακό πρακτορείο, με την παροντική κατάσταση που επικρατεί στη Πάτρα.

Αυτή η ερώτηση ήταν ανάπτυξης. Έπρεπε το κάθε πρακτορείο να δώσει τη γνώμη του για το βαθμό χρησιμότητας των πληροφοριακών συστημάτων και αν έχουν βοηθήσει στην εξέλιξη του πρακτορείου.

Τα πρακτορεία έδωσαν τις εξής απαντήσεις:

Τα πληροφοριακά συστήματα βοηθούν:

- Ø Στην αύξηση παραγωγικότητας του ανθρωπίνου δυναμικού
- Ø Στην άμεση, καλύτερη, ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών
- Ø Στην καλύτερη προβολή του πρακτορείου
- Ø Στην αύξηση των πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων
- Ø Στην αξιοπιστία/ταχύτητα
- Ø Στην ολοκληρωμένη ενημέρωση τόσο των πελατών όσο των χρηστών
- Ø Στις πωλήσεις, στην οργάνωση, στο Back office και Front office
- Ø Στην αύξηση εσόδων
- Ø Στη μηχανοργάνωση
- Ø Στην επικοινωνία
- Ø Στην καλύτερη διαδικασία κράτησης/έκδοσης εισιτηρίων με λιγότερες πιθανότητες λάθους
- Ø Στην οργάνωση αρχείων
- Ø Να γίνεται συντομότερη η εκτέλεση διαδικασιών (παρελθόν: χρονοβόρες χειρόγραφες εκτέλεσης εργασίας)

Παρατηρείται ότι η συνεχής εξέλιξη και ανάπτυξη του κάθε τουριστικού και ναυτιλιακού πρακτορείου βαδίζει ταυτόχρονα πλέον με την αναπτυσσόμενη τεχνολογία.

Στη 3<sup>η</sup> ερώτηση, σημειώνεται ότι όλα τα πρακτορεία (τουλάχιστον από το δείγμα του ερωτηματολογίου) συνεργάζονται με την Forth CRS (11/11). Μετά ακολουθεί η Worldspan (4/11), η Amadeus (2/11), Sabre (2/11), Afos System (2/11), Analysis Ferry Link (2/11), Galileo (2/11), Panasoft (1/11) και MTS Hotel Reservation System που είναι για ξενοδοχειακές κρατήσεις (1/11 πρακτορεία).

Ακόμα, θα μπορούσε να αναφερθεί ότι η επικρατέστερη εταιρεία πληροφοριακών συστημάτων στη Πάτρα είναι η Forth CRS αυτή τη στιγμή και μετά ακολουθούν οι επικρατέστερες εταιρείες Galileo, Worldspan, Sabre, Amadeus στην Ελλάδα.

Τέλος, φαίνεται (από τα αποτελέσματα των απαντήσεων που δόθηκαν) ότι κανένα πρακτορείο δεν χρησιμοποιεί μόνο ένα Π.Σ, αλλά συνδυασμό αυτών.

Στη 4<sup>η</sup> ερώτηση έπρεπε τα εν λόγω πρακτορεία να δώσουν κάποια από τα χαρακτηριστικά των Π.Σ που μεταχειρίζονται.

- Κράτηση/έκδοση εισιτηρίων
- Άμεση και αξιόπιστη εξυπηρέτηση πελατών
- Αξιόπιστο σύστημα κρατήσεων
- Κράτηση/έκδοση ακτοπλοϊκών/αεροπορικών εισιτηρίων
- Βοήθεια στο Back office Front office
- Έκδοση εισιτηρίων σε θερμικό εκτυπωτή
- Πολλές επιλογές καταλυμάτων
- Τα διακρίνει η ταχύτητα, ποικιλία επιλογών για κάθε πελάτη και χρήστη
- Εκτύπωση αναφορών στατιστικών δελτίων/συγκεντρωτικών στατιστικών στοιχείων επιβατικής κίνησης.
- Υπήρξαν και 2/11 πρακτορεία που δεν απάντησαν καθόλου.

Στη 5<sup>η</sup> ερώτηση: Τα περισσότερα πρακτορεία (9/11) απάντησαν ότι δεν υπάρχουν μειονεκτήματα στη χρήση Π.Σ. Το (1/11), δήλωσε ότι μειονέκτημα μπορεί να προκύψει από εξωγενείς παράγοντες

Και τέλος, το τελευταίο (1/11) πρακτορείο, δήλωσε ότι σε περίπτωση βλάβης (διακοπή ρεύματος, δίκτυο τηλεφώνου) ο πελάτης δεν μπορεί να εξυπηρετηθεί άμεσα και χρειάζεται να χρησιμοποιηθεί η παλιά μέθοδος χειρόγραφης έκδοσης εισιτηρίων.

Στην 6<sup>η</sup> ερώτηση τα πρακτορεία δήλωσαν ότι δεν μεταχειρίζονται μόνο μία μέθοδο προώθησης και προβολής τους.

Τα 8/11 χρησιμοποιούν διαδίκτυο, τα 3/11 τηλέφωνο, 3/11 φαξ, 2/11 e-booking, e-traveling, 2/11 πρακτορεία χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, 2/11 διαφημιστικά περιοδικά και κάποια άλλα δήλωσαν ότι μέσω Sponsoring σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, μέσω τοπικής εφημερίδας, μέσω ραδιοφωνικού σταθμού

της Πάτρας και καταχώρησης σε επαγγελματικό κατάλογο προωθούν και προβάλλουν το πρακτορείο τους.

Σημειώνεται ότι, το e-booking, e-traveling είναι ένας έξυπνος τρόπος προώθησης και προβολής διότι τα τελευταία χρόνια το «ηλεκτρονικό πρακτορείο»(web commercial sites) χρησιμοποιείται περισσότερο από τους επισκέπτες/τουρίστες για να φτιάξουν το δικό τους πακέτο διακοπών (αεροπορικό, ακτοπλοϊκό εισιτήριο, κατάλυμα κ.ο.κ).

Στην 7<sup>η</sup> ερώτηση τα 3/11 των εν λόγω πρακτορείων δεν δήλωσαν τίποτα όσον αφορά την οργάνωση διάθεσης των τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων στην αγορά. Όσο για τα υπόλοιπα έδωσαν τις εξής απαντήσεις:

- Ø Ιστοσελίδα (web site)
- Ø Διάθεση προσφορών «πακέτων διακοπών», με ικανοποιητικές τιμές για τους πελάτες και χαμηλό κόστος για τους παραγωγούς.
- Ø Διαφήμιση με πολύ καλή εξυπηρέτηση πελατών, διατηρώντας καλές σχέσεις με συνεργάτες
- Ø Συνεργασία με άλλα τουριστικά πρακτορεία στην αγορά της Πάτρας
- Ø Καλή οργάνωση, internet
- Ø Διαφήμιση μέσω τοπικής εφημερίδας
- Ø Από αρχείο πελατών, αποστολή e-mail.

Στη τελευταία ερώτηση του Β' μέρους του ερωτηματολογίου (8<sup>η</sup>), τα πρακτορεία απάντησαν ότι τα τελευταία 2 χρόνια έχουν γίνει αλλαγές όσον αφορά την τεχνολογία και τον λειτουργικό εξοπλισμό τους ως ακολούθως:

- Ø Αναβαθμίσεις Η/Υ (11/11 πρακτορεία)
- Ø Αναβαθμίσεις πληροφοριακών συστημάτων (11/11)
- Ø Απόσυρση και αλλαγή Π.Σ (2/11)
- Ø Επιλογή καλύτερου λειτουργικού εξοπλισμού (συσκευές τηλεφώνων, φαξ, εκτυπωτών κ.α. (6/11).

Στο Γ' μέρος και τελευταίο του ερωτηματολογίου:

Στη 1<sup>η</sup> ερώτηση, τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία δήλωσαν:

- Ø 5/11 κατάρτιση στις νέες τεχνολογίες
- Ø 2/11 εμφάνιση σε υπηρεσίες και προϊόντα Internet
- Ø 1/11 αλλαγή στο profile της τουριστικής επιχείρησης

- Ø 3/11 αύξηση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων
- Ø 2/11 επιχειρηματικές συνεργασίες μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων σε αντικείμενα κοινού ενδιαφέροντος
- Ø 2/11 κατάρτιση σε υπηρεσίες e-commerce
- Ø 3/11 βελτίωση της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών.

Από τα αποτελέσματα καταλαβαίνουμε τα περισσότερα εν λόγω πρακτορεία έδωσαν περισσότερες από μία απαντήσεις και αυτό διότι πιστεύουν ότι τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για την εξάλειψη των επιπτώσεων στην αγορά εργασίας είναι κυμαινόμενα όσον αφορά τον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης.

Στη 2<sup>η</sup> ερώτηση, 3/11 πρακτορεία δήλωσαν ότι περισσότερα προβλήματα υπάρχουν σε σχέση με τους προμηθευτές άλλα 3/11 με απλήρωτα τιμολόγια (συνήθως τρίτων) και 3/11 αναφέρουν ότι δεν υπάρχουν προβλήματα. Τα τελευταία 2/11 πρακτορεία επισημαίνουν ότι εμφανίζονται περισσότερα προβλήματα με πελάτες και νέες τεχνολογίες.

Στη 3<sup>η</sup> ερώτηση, τα 6/11 πρακτορεία δήλωσαν ότι δέχονται ιδιωτική συμβουλευτική υποστήριξη και τα 5/11 ότι δεν δέχονται καθόλου.

Η 4<sup>η</sup> ερώτηση όπου ήταν ανάπτυξης τα 3/11 πρακτορεία υπογράμμισαν ότι δεν υπάρχει δυνατότητα αναβάθμισης και εξέλιξης στο χώρο εργασίας τους.

Όμως το μεγαλύτερο ποσοστό (8/11) απάντησε ως εξής:

- Ø Νέες τεχνολογίες
- Ø Διαφήμιση πρακτορείου
- Ø Αναβάθμιση προγραμμάτων
- Ø Ενημέρωση για καινούργια προγράμματα (λογιστικά, συστήματα κρατήσεων κ.α.)
- Ø Περισσότερο χρόνο για την εκπαίδευση προσωπικού.

Η 5<sup>η</sup>, 6<sup>η</sup>, 7<sup>η</sup>, 8<sup>η</sup>, ερώτηση αφορούσαν κυρίως οικονομικά στοιχεία των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων και δεν ήταν δυνατόν, από τα περισσότερα, να τα διαθέσουν διότι θεωρούσαν ότι ήταν σαφώς απόρρητα.



## **B' ΜΕΡΟΣ :**

### **2. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

Σε αυτό το στάδιο θεωρήθηκε εκ μέρους μου και από τον επιβλέποντα καθηγητή (κ. Αλκιβιάδη Παναγόπουλο) μου, η ανάγκη συμπληρωματικής έρευνας στις εταιρείες πληροφοριακών συστημάτων για την ύπαρξη κάποιων στοιχείων που δεν υπήρχαν από το Α' Μέρος έρευνας. Αρχικά, η έρευνα ξεκίνησε, ημερολογιακά στις 12-13/01/2010.

#### **1<sup>ο</sup> Στάδιο: Τηλεφωνική έρευνα:**

Υπήρξε τηλεφωνική επικοινωνία με τις εταιρείες:

- Ø Galileo Hellas S.A
- Ø Amadeus Hellas
- Ø Worldspan
- Ø Sabre
- Ø Forth CRS
- Ø Panasoft S.A.

#### **2<sup>ο</sup> Στάδιο έρευνας: Ηλεκτρονική επικοινωνίας.**

Μετά από την τηλεφωνική επικοινωνία μαζί τους, οι περισσότερες εταιρείες, για δική τους ασφάλεια, με παρέπεμψαν σε ηλεκτρονικές διευθύνσεις (e-mail), όπου μου επισήμαιναν να στείλω το αίτημά μου (ερωτήσεις), τηλέφωνο επικοινωνίας, ονοματεπώνυμο και κάποια απόδειξη ότι φοιτώ στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών (αριθμό μητρώου). Στις 18/01/2010 έστειλα το αίτημά μου (ανάτρεξε στο Παράρτημα I) και σαφώς διαβεβαίωσα, γραπτώς, ότι σε καμία περίπτωση δεν θα καταχραστώ τις σημαντικές πληροφορίες που θα λάβω.

#### **Αποτελέσματα ανά εταιρεία:** (και από το 1<sup>ο</sup> στάδιο και από το 2<sup>ο</sup>)

Galileo Hellas: Με παρέπεμψαν σε ηλεκτρονική διεύθυνση (Παράρτημα I) και δεν έλαβα απάντηση.

Amadeus Hellas: Δήλωσε (τηλεφωνικά) υπάλληλος της εταιρείας ότι η Amadeus συνεργάζεται με 12 τουριστικά πρακτορεία στη Πάτρα. Επίσης, ανέφερε ότι έχει εγκαταστήσει 29 τερματικά της Amadeus Hellas σ' αυτά τα τουριστικά πρακτορεία.

Worldspan: Επισήμαιναν ότι δεν μπορούσαν να διαθέσουν τέτοιου είδους πληροφορίες διότι θεωρούνται απόρρητες.

Sabre: Απάντησαν ότι δεν κάνουν εγκατάσταση, πλέον, τερματικών σε πόλεις και ότι δεν υπάρχουν κατανεμημένα ανά πόλη/περιοχή παρά μόνο ανά χώρα.

Ακόμα, δήλωσαν ότι ο όγκος εργασίας τους (π.χ: κρατήσεις εισιτηρίων) ανά χρόνο υπάρχει κατανεμημένο ανά χώρα και όχι ανά πόλη.

Forth CRS: Αυτή η εταιρεία ήταν η μόνη που απάντησε<sup>14</sup> και στα 4 αιτήματα που τους έγιναν.

Στη 1<sup>η</sup> ερώτηση: Έστειλαν εταιρικό προφίλ

Στη 2<sup>η</sup> ερώτηση: Δεν υπάρχουν τηλεφωνικά κέντρα που εξυπηρετούν τα πρακτορεία στη Πάτρα αποκλειστικά, αλλά ένα ενιαίο Call Center στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας Forth CRS με το οποίο δέχεται αστικές κλήσεις από όλη την Ελλάδα. Ακόμα πρόσθεσε ότι καθήκον είναι να βοηθήσει τα πρακτορεία που αντιμετωπίζουν:

A) Πρόβλημα στο χειρισμό των εφαρμογών της Forth CRS

B) Κάποιο τεχνικό πρόβλημα με τη λειτουργία των θερμικών της εκτυπωτών και

Γ) Κάποιο πρόβλημα σε εμπορικά θέματα ακτοπλοϊκών εταιρειών.

Στη 3<sup>η</sup> ερώτηση: Τα εισιτήρια που κόπηκαν από τα γραφεία της Πάτρας είναι:

Ø Το 2007: 156.000 εισιτήρια

Ø Το 2008: 169.000 εισιτήρια και

Ø Το 2009: 158.000 εισιτήρια.

Στη 4<sup>η</sup> ερώτηση: Τα πρακτορεία στη Πάτρα που χρησιμοποιούν τα προγράμματα της Forth CRS είναι 58.

Τέλος, δήλωσε ότι υπάρχει η τηλεφωνική γραμμή 14940, τηλεφωνικό κέντρο Ο.Λ.Π.Α για την ενημέρωση των επιβατών σχετικά με τα δρομολόγια. Πρόσθεσε, ότι είναι σχετικά νέα υπηρεσία και παρέχεται μέσω συνεργασίας με την εταιρεία «TRANSET» και Forth CRS.

Από τα στοιχεία της συμπληρωματικής έρευνας προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

---

<sup>14</sup> Απάντησε ο κ. Θάνος Κυτάρας, Commercial Director της Forth CRS.

- Ø Η Forth CRS συνεργάζεται με πολλά τουριστικά πρακτορεία στη Πάτρα (αν όχι με όλα). Από αυτό το στοιχείο θα μπορούσαμε να πούμε ότι στη Πάτρα η Forth CRS επικρατεί από όλες τις εταιρείες τη παρούσα στιγμή.
- Ø Η Forth CRS τελευταία 3 χρόνια έχει κάνει σε μεγάλο βαθμό πωλήσεις εισιτηρίων ειδικά το 2008.
- Ø Η Amadeus Hellas έχει ικανοποιητικό αριθμό εγκατεστημένων τερματικών στη Πάτρα και συνεργάζεται με αρκετά τουριστικά πρακτορεία.
- Ø Η Sabre δεν στέλνει πλέον τερματικά ανά περιοχή αλλά ανά χώρα.
- Ø Οι περισσότερες εταιρίες ενδιαφέρονται για την εξυπηρέτηση πελατών τους, για τη διαφήμιση και τη προβολή τους.

## **Γ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ:**

### **Γενικά Συμπεράσματα:**

**Φτάνοντας** στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να αναφέρω ότι τα συμπεράσματα είναι ποικίλα και σημαντικά.

Γενικά, οι έρευνες που έγιναν, έδειξαν ότι η τεχνολογική επανάσταση στη Πάτρα έχει δημιουργήσει πολλές επιλογές τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων, αλλά και πληθώρα επιλογών πληροφοριακών συστημάτων για τα εν λόγω πρακτορεία.

Ακόμα, οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών έχουν ενταχθεί κυριολεκτικά στην καθημερινότητα των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων της Πάτρας και προσπαθούν να διευκολύνουν περισσότερο το «έργο» και τη καθημερινότητά τους. Γι' αυτό αναγκαστικά (και όχι από επιλογή) συμβαδίζουν με αυτές.

Τα πληροφοριακά συστήματα αυτοματοποίησαν πολλές διαδικασίες οι οποίες στο παρελθόν ήταν χρονοβόρες. Έτσι, τώρα τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία προσπαθούν να αυξήσουν τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα τους, για απώτερο σκοπό την αύξηση του πελατολογίου τους.

Επιπλέον, αξιοσημείωτο είναι στις μέρες μας, η χρήση της πληροφορικής, των Τ.Π.Ε, των πληροφοριακών συστημάτων στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία της Πάτρας είναι ιδιαίτερα υψηλή (όπως προκύπτει από τη πρώτη έρευνα που έγινε εκ μέρους μου), με στόχο την υποστήριξη πολύπλοκων εργασιών τους, τη βελτίωση της ταχύτητας, αξιοπιστίας και ποιότητας στην εξυπηρέτηση πελατών τους και γενικότερα για την επίτευξη παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τις δύσκολες μέρες που διανύουμε (λόγω οικονομικής κρίσης), ένα τουριστικό ή ναυτιλιακό πρακτορείο

∅ στοχεύει στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών εργασίας

∅ στην εισαγωγή μηχανισμών (Π.Σ/Τ.Π.Ε),

και η λειτουργία τους είναι μία συμφέρουσα επένδυση. Αν εξαιρεθεί η αξία απόκτησης των λογισμικών, των πληροφοριακών συστημάτων και η σύντομη απαξίωσή τους που συνυπάρχει από την ανάγκη συνεχούς αναβάθμισης ή και αποκατάστασής τους, μειώνεται το κόστος των τουριστικών και ναυτιλιακών

πρακτορείων και ταυτόχρονα ο χρόνος εργασιών του ανθρωπίνου δυναμικού κάθε πρακτορείου. Επίσης, αυξάνει τη δυνατότητα γρήγορης εξυπηρέτησης του καταναλωτή και τη μείωση πιθανών ανθρωπίνων λαθών.

Θα ήθελα να προσθέσω ότι η έντονη εμφάνιση, τα τελευταία χρόνια, του e-booking, e-traveling, e-commerce, web commercial sites, είναι χρήσιμα εργαλεία τόσο για τις εταιρείες που προμηθεύουν τα πληροφοριακά συστήματα όσο και για τα ίδια τα τουριστικά/ναυτιλιακά πρακτορεία, διότι όταν χρησιμοποιούνται σωστά, γίνονται ο καλύτερός τους φίλος.

Επιπροσθέτως, πολλά τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία χρησιμοποιούν περισσότερα από ένα πληροφοριακά συστήματα (συστήματα κρατήσεων). Αυτό συμβαίνει γιατί το κάθε σύστημα υποστηρίζει με διαφορετικό τρόπο τις εταιρείες που τα προμηθεύουν. Και τότε, η χρήση των περισσότερων του ενός δίνουν τη δυνατότητα στα εν λόγω πρακτορεία να πραγματοποιήσουν τις κρατήσεις/εκδόσεις εισιτηρίων όπως και όπου τους εξυπηρετεί καλύτερα

Εν κατακλείδι, για την πραγματοποίηση των πιο πάνω δυνατοτήτων, χρειάζεται η τεχνογνωσία εκ μέρους των τουριστικών/ναυτιλιακών πρακτορείων σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η τουριστική αγορά της Πάτρας διαθέτει πολλές επιλογές τόσο για τα εν λόγω πρακτορεία όσο και για τους επισκέπτες και τουρίστες της Πάτρας.

Διαπιστώνεται από όλη τη πτυχιακή εργασία πως τα πληροφοριακά συστήματα αποτελούν, πλέον, κομμάτι της τουριστικής αγοράς, των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων στη Πάτρα και ότι τα ίδια τα πρακτορεία αποτελούν το πιο σημαντικό μέρος της τουριστικής βιομηχανίας της Πάτρας. Γι' αυτό το λόγο, καλό θα ήταν, η σωστή εκμετάλλευση του τουρισμού στη Πάτρα να είναι πιο έντονη, με όλα τα μέσα της τεχνολογίας καθώς είναι απαραίτητη.

#### **Αναλυτικά Συμπεράσματα:**

Σ' αυτό το σημείο θα μιλήσουμε αναλυτικότερα και πιο συγκεκριμένα για το βαθμό χρήσης των πληροφοριακών συστημάτων αλλά και για τις τεχνολογίες πληροφορικής επικοινωνιών μέσα στα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία της Πάτρας, όπως διαπιστώθηκε στατιστικά από τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο.

Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε από το Β' μέρος του ερωτηματολογίου στη 1<sup>η</sup> ερώτηση (τουλάχιστον από το δείγμα) ότι όλα τα τουριστικά και ναυτιλιακά

πρακτορεία (11/11) κάνουν χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής επικοινωνιών. Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο-Internet και το e-mail 7/11 πρακτορεία ως μέσον διαφήμισης, οργάνωσης, προώθησης και προβολής της επιχειρηματικής τους εικόνας αλλά και των τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων τους. Θα ήθελα να προσθέσω ότι από το υποερώτημα αυτής της ερώτησης παρατηρείται ότι μόνο 2/11 πρακτορεία χρησιμοποιούν ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία(LAN, WAN κ.λ.π.)

Στη 2<sup>η</sup> ερώτηση του Β' μέρους του ερωτηματολογίου, επισημαίνεται ότι τα 11/11 εν λόγω πρακτορεία κάνουν χρήση πληροφοριακών συστημάτων. Παρατηρείται, όμως, ότι δεν μεταχειρίζονται μόνο ένα πληροφοριακό σύστημα, αλλά συνδυασμό δύο (στο ελάχιστο) πληροφοριακών συστημάτων. Αυτό δεν διαπιστώθηκε μόνο από το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε αλλά και μέσω της πρακτικής μου εξάσκησης σε μεγάλης αλυσίδας ναυτιλιακών πρακτορείων. Για παράδειγμα: Χρησιμοποιούσαν Afos System, Analysis Ferry Link, Forth CRS και Galileo.

Στη 3<sup>η</sup> Ερώτηση του Β' μέρους του ερωτηματολογίου, τεκμηριώνεται η πιο πάνω αναφορά. Τα 11/11 πρακτορεία χρησιμοποιούν αυτή τη στιγμή τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της Forth CRS.

Τα 2/11, Amadeus, τα 5/11 πρακτορεία χρησιμοποιούν προγράμματα (συστήματα κρατήσεων/εργαλεία) της Worldspan, τα 2/11, κάνουν χρήση το Sabre. Ακόμα δύο ναυτιλιακά πρακτορεία έχουν δικά τους πληροφοριακά συστήματα (ανήκουν στον όμιλό τους) και χρησιμοποιούν το Afos System και το Analysis Ferry Link και τέλος αναφέρθηκε από ένα πρακτορείο ότι χρησιμοποιεί (1/11) Travel Force της Panasoft.

Συμπεράσματα:

1. Οι επιλογές στην αγορά της Πάτρας είναι ποικίλες
2. Κανένα πρακτορείο δεν χρησιμοποιεί μόνο ένα σύστημα κρατήσεων /πληροφοριακό σύστημα
3. Η επικρατέστερη εταιρεία πληροφοριακών συστημάτων και υπηρεσιών θα μπορούσε να θεωρηθεί η Forth CRS αυτή τη παρούσα στιγμή στην αγορά της Πάτρας.
4. Το Διαδίκτυο και το e-mail μεταχειρίζονται στο 100% από τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία.
5. Ο κάθε χρήστης /υπάλληλος σε τουριστικό και ναυτιλιακό πρακτορείο είναι υποχρεωμένος να γνωρίζει πάνω από δύο πληροφοριακά συστήματα.

Είτε αυτά είναι συστήματα κρατήσεων/εκδόσεων, είτε είναι λογιστικά είτε διοικητικά.

Συνεχίζοντας στην 6<sup>η</sup> Ερώτηση του Β' μέρους του ερωτηματολογίου θα ανακαλύψουμε ότι η Πάτρα εκτός από το διαδίκτυο, το τηλέφωνο και το φαξ δεν χρησιμοποιούν κάποιο άλλο μέσον στο έπακρον. Το e-booking, e-traveling και το e-commerce θα έπρεπε να αξιοποιούνται περισσότερο στις μέρες διότι οι περισσότεροι άνθρωποι το μεταχειρίζονται, πλέον, στο έπακρον και είναι κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν να φτιάξουν το δικό τους πακέτο διακοπών ή να ενημερωθούν μέσω της web commercial ιστοσελίδας των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων όπου είναι πελάτες.

Ως τελικό συμπέρασμα, θα ήθελα να καταθέσω κάποιες προτάσεις/ εισηγήσεις με την έρευνα που έγινε εκ μέρους μου.

Με τα επιμέρους στοιχεία που προκύπτουν από τις έρευνες, ο κάθε απόφοιτος είναι υποχρεωμένος να γνωρίζει περισσότερα από ένα πληροφοριακά συστήματα για μπορέσει να ενταχθεί σωστά στην αγορά εργασίας. Όχι μόνο συστήματα κρατήσεων/εκδόσεων, αλλά και διοικητικά/λογιστικά πληροφοριακά συστήματα.

Καλό θα ήταν, τα τουριστικά και ναυτιλιακά πρακτορεία να εκμεταλλεύονται περισσότερο τις υπηρεσίες που έχει το διαδίκτυο. Θα μπορούσαν, αντί να χρησιμοποιούν παλιούς διαφημιστικούς τρόπους, όπως την τοπική εφημερίδα ή τη διαφήμιση τους σε ραδιοφωνικούς σταθμούς, να «φτιάξουν» δική τους ιστοσελίδα και δικό τους ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Έτσι, και διαφημίζονται καθημερινά από τις χιλιάδες επισκέψεις τουριστών στον διαδικτυακό τους χώρο και μπορούν να χρησιμοποιούν το e-mail για να ενημερώσουν συχνούς πελάτες για καινούργιες τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα.

Τέλος, θα ήθελα να προσθέσω ότι τα πληροφοριακά συστήματα, οι τεχνολογίες πληροφορικής επικοινωνιών, τα δίκτυα, το διαδίκτυο(internet, e-booking/e-traveling/e-mail/web commercial sites), είναι απαραίτητα εργαλεία για την οργάνωση, διαχείριση, τη προβολή και προώθηση των τουριστικών και ναυτιλιακών πρακτορείων στη Πάτρα.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

#### Α' ΜΕΡΟΣ:

Όνομα επιχείρησης: .....  
Διεύθυνση επιχείρησης: ..... E-mail: .....

Όνοματεπώνυμο Υπεύθυνου συμπλήρωσης ερωτηματολογίου: .....  
.....

#### **1η Ερώτηση:**

**Η επιχείρησή σας είναι μέρος μεγαλύτερου οργανισμού ή είναι μία ανεξάρτητη επιχείρηση;**

(Τύπος επιχείρησης)

- A) Μέρος μεγάλου οργανισμού; 9  
B) Ανεξάρτητη επιχείρηση; 9  
Γ) Άλλο; **Αναφέρατε**  
παρακαλώ:.....

- A) Ατομική 9  
B) Ο.Ε 9  
Γ) Ε.Π.Ε 9  
Δ) Α.Ε 9  
Ε) Συνεταιρισμός 9  
Ζ) Άλλο; **Αναφέρατε:**

#### **2<sup>η</sup> Ερώτηση:**

**Ποια από τις παρακάτω επιχειρήσεις είναι;**

- A) Ναυτιλιακό πρακτορείο; 9  
B) Γραφείο γενικού τουρισμού; 9  
Γ) Γραφείο εισερχόμενου τουρισμού; 9  
Δ) Γραφείο εξερχόμενου τουρισμού; 9  
Ε) Αλυσίδα τουριστικών γραφείων 9  
Ζ) Ξενοδοχειακή μονάδα; 9





## Β' ΜΕΡΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

<b>1η Ερώτηση:</b>	
<b>1.α) Κάνετε χρήση τεχνολογιών πληροφορίας επικοινωνιών;</b>	
A) Internet (web commercial sites)	9
B) E-mail	9
Γ) φαξ	9
Δ) Ή κάποιο λογισμικό; Αν ναι, αναφέρατε παρακαλώ:.....	
<b>1.β) Κάνετε χρήση τεχνολογιών πληροφορικής επικοινωνιών για την οργάνωση της επίσης;</b>	
A) Internet;	9
B) E-mail;	9
Γ) Μηχανοργάνωση; (λογισμικό)	9
Δ) Μισθοδοσία; (λογισμικό)	9
E) Λογισμικό προμηθειών;	9
Z) Ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία; (LAN, WAN κ.λ.π)	9
H) <b>Αναφέρατε</b> ονομαστικά κάποια από τα λογισμικά προγράμματα που χρησιμοποιείτε:	

<b>2η Ερώτηση:</b>	
<b>2.α) Κάνετε χρήση πληροφοριακών συστημάτων;</b>	
A) Ναι	9
B) Όχι	9
<b>2.β) Αν ναι, από ποιο έτος;</b>	9 9 9 9
<b>2.γ) Με ποιο τρόπο σας έχει βοηθήσει στην εξέλιξη και ανάπτυξη της επιχείρησης;</b>	

**3η Ερώτηση:**

Ποιοι είναι οι "προμηθευτές-εταιρείες" πληροφοριακών συστημάτων που χρησιμοποιείτε;

- |  |   |
|--|---|
| A) Worldspan   | 9 |
| B) Sabre   | 9 |
| Γ) Amadeus   | 9 |
| Δ) Gallileo  | 9 |
| E) Afos  | 9 |
| Z) Open seas ( Forth CRS)                            | 9 |
| H) Analysis Ferry Link                               | 9 |
| Θ) Άλλη εταιρεία; <b>Παρακαλώ</b><br>αναφέρατε:..... |   |
| .....  |   |

**\* Αν υπάρχουν περισσότερες από μία απαντήσεις παρακαλώ σημειώστε στα κουτιά!**

**4<sup>η</sup> Ερώτηση:**

Δώστε χαρακτηριστικά και ιδιότητες ενός από τα πληροφοριακά συστήματα που χρησιμοποιείτε (π.χ: open Seas Forth CRS)

**5<sup>η</sup> Ερώτηση:**

**Υπάρχουν μειονεκτήματα της χρήσης πληροφοριακών συστημάτων;**

- |   |   |
|---|---|
| A) Στις εργασιακές σχέσεις;                       | 9 |
| B) Στην Επιχείρηση γενικά;                        | 9 |
| Γ) Στους εξωγενείς παράγοντες (προμηθευτές κ.λ.π) | 9 |
| Δ) Στην εξυπηρέτηση πελατών;                      | 9 |
| E) Άλλο; <u>Αναφέρατε παρακαλώ:</u>               |   |

**6η Ερώτηση:**

Ποιες ενέργειες ακολουθείτε για την προώθηση και προβολή της επί/σης σας ή εκεί που εργάζεστε;

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| A) Διαδίκτυο                | 9 |
| B) Τηλέφωνο                 | 9 |
| Γ) Φαξ                      | 9 |
| Δ) E-booking, e-travelling  | 9 |
| Ε) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο; | 9 |
| Ζ) Διαφημιστικά περιοδικά   | 9 |
| Η) Άλλο; <u>Αναφέρατε</u>   |   |
| <u>παρακαλώ:</u>            |   |

**7η Ερώτηση:**

Με ποιόν τρόπο έχετε οργανώσει την διάθεση των υπηρεσιών-προϊόντων σας στην αγορά; Διευκρινίστε δίνοντας περισσότερα στοιχεία: (π.χ: διανομέας, πράκτορας, tour operator κ.λ.π)

**8<sup>η</sup> Ερώτηση:**

Έχουν γίνει αλλαγές τα τελευταία δύο χρόνια όσον αφορά τεχνολογία και λειτουργικό εξοπλισμό της επί/σης;  
(π.χ: αναβαθμίσεις Η/Υ, λογισμικό(όσον αφορά την τουριστική υπηρεσία), Τ.Π.Ε, Δικτύωση της Επί/σης)

Περιγράψτε με λίγα λόγια παρακαλώ:

-

## Γ' ΜΕΡΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

### **1η Ερώτηση:**

**Ποια μέτρα θεωρείτε ότι πρέπει να ληφθούν ώστε να μειωθούν οι επιπτώσεις στην αγορά εργασίας;**

- |  |   |
|--|---|
| A) Κατάρτιση στις νέες τεχνολογίες   | 9 |
| B) Εμφάνιση σε υπηρεσίες και προϊόντα internet   | 9 |
| Γ) Αλλαγή στο profile της τουριστικής επιχείρησης  | 9 |
| Δ) Αύξηση του αριθμού των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων                                  | 9 |
| Ε) Επιχειρηματικές συνεργασίες μεταξύ τουριστικών επί/σεων σε αντικείμενα κοινού ενδιαφέροντος | 9 |
| Ζ) Κατάρτιση στις υπηρεσίες e-commerce   | 9 |
| Η) Βελτίωση της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών  | 9 |

### **2η Ερώτηση:**

**Σε ποια από τα ζητήματα που αναφέρονται στη συνέχεια και αφορούν την εργασία υπάρχουν περισσότερα προβλήματα;**

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| A) Συμβόλαια με Tour Operator | 9 |
| B) Σχέσεις με προμηθευτές     | 9 |
| Γ) Σχέσεις με πελάτες         | 9 |
| Δ) Νέες Τεχνολογίες           | 9 |
| Ε) Μετακινήσεις               | 9 |
| Ζ) Απλήρωτα τιμολόγια         | 9 |
| Η) Άλλο; <u>Αναφέρατε</u>     |   |

**παρακαλώ:**.....

### **3η Ερώτηση:**

**3.α) Δέχεστε συμβουλευτική υποστήριξη για την λειτουργία σας επιχείρησης σας;**

- |             |   |
|-------------|---|
| A) Ιδιωτικά | 9 |
| B) Δημόσια  | 9 |

**3.β) Σε ποιο τομέα σας επιχείρησης σας; Αναφέρατε παρακαλώ:**

**4η Ερώτηση:**

4.α) Πιστεύετε ότι υπάρχει δυνατότητα αναβάθμισης και εξέλιξης στο χώρο εργασίας σας;

A) Ναι

B) Όχι

4.β) Εάν πιστεύετε ότι υπάρχει δυνατότητα αναβάθμισης, ποιες είναι οι προϋποθέσεις γι' αυτό;

**5η Ερώτηση:**

5.α) Κύκλος Εργασιών  
του έτους 2007:

€

5.β) Κύκλος Εργασιών  
του έτους 2008:

€

**6η Ερώτηση:**

6.α) Θα μπορούσατε να αναφέρετε ενδεικτικό κόστος (λειτουργικών εξόδων) του έτους 2007 παρακαλώ;

€

6.β) Θα μπορούσατε να αναφέρετε ενδεικτικό κόστος (λειτουργικών εξόδων) του έτους 2008 παρακαλώ;

€

**7η Ερώτηση:**

7.α) Μερίδιο Αγοράς; (του έτους 2007)

€

7.β) Μερίδιο Αγοράς; (του έτους 2008)

€

**8η Ερώτηση:**

Ύψος ετήσιου Τζίρου (2007):

€

Ύψος ετήσιου Τζίρου (2008):

€

### Λίστα με τα τουριστικά πρακτορεία:

Όνομα Πρακτορείου: Τηλέφωνο Διεύθυνση E-mail:  
KERAMIDAS TRAVEL 2610273330 Όθωνος Αμαλίας 45, Πάτρα  
[keramidas@mail.otenet.gr](mailto:keramidas@mail.otenet.gr)

MARINE TOURS 2610621166 Πλατεία Γεωργίου 3, Πάτρα  
[Info.pat@marinetours.gr](mailto:Info.pat@marinetours.gr)

OLGA TRAVEL 2610222089 Ζαΐμη 18, Πάτρα  
[olgatravel@otenet.gr](mailto:olgatravel@otenet.gr)

TRAVEL HOUSE 2610275118 Πλατεία Γεωργίου, Πάτρα

FAROS TRAVEL 2610240027 Όθωνος Αμαλίας 72β  
[info@farosshipping.gr](mailto:info@farosshipping.gr)

NEW CONCEPT 2610316070 Αγίου Ανδρέου 180  
[travel@newconcept.gr](mailto:travel@newconcept.gr)

REGINA TRAVEL 2610311205 Κορίνθου 334

AGELAKOPOULOS 2610270261 Όθωνος Αμαλίας 34

BLUE STAR FERRIES 2610634000 Όθωνος Αμαλίας 12  
[gtelonis@otenet.gr](mailto:gtelonis@otenet.gr)

SUPERFAST FERRIES 2610622250 Όθωνος Αμαλίας 14

HAPPY TRAVEL 2610226053 Όθωνος Αμαλίας 25

NEW PORT TRAVEL 2610436407 Ηρώων Πολυτεχνείου 41  
[spgal@otenet.gr](mailto:spgal@otenet.gr)

NOSTOS TRAVEL	2610420639	Ηρώων Πολυτεχνείου 44-46
KARLOS TOUR	2610312001	Κανάρη 1, Πάτρα <a href="mailto:pktours@otenet.gr">pktours@otenet.gr</a>
MARGELIS TRAVEL	2610222350	Αγίου Ανδρέου 3 <a href="mailto:margtr@otenet.gr">margtr@otenet.gr</a>
MORFEAS TRAVEL	2610225221	Όθωνος Αμαλίας 52 <a href="mailto:mor@pat.forthnet.gr">mor@pat.forthnet.gr</a>
OLYMPIA TRAVEL	2610240506	Πλατεία ΒΑΣ. Γεωργίου 6
NAUTILUS AGENCY	2610622676	Όθωνος Αμαλίας 72β
AKTINA TRAVEL	2610222555	Καψάλη 1 <a href="mailto:patra@aktinatravel.gr">patra@aktinatravel.gr</a>
AQUARIUS AGENCY	2610421500	Αθηνών 4
CACOURIS TRAVEL	2610424159	Όθωνος Αμαλίας 62
FRAGOLIAS TOURS	2610272432	Γούναρη 197
GEORGANDAS TRAV	2610221947	Γούναρη 145
GRECA TRAVEL	2610622182	Όθωνος Αμαλίας 82 <a href="mailto:travelorders@greca.gr">travelorders@greca.gr</a>
EUROCAMBIO TRAV	2610621703	Όθωνος Αμαλίας 61
SOLAR TRAVEL	2610225009	Αγίου Ανδρέου 22



PELOPONNES TRAV	2610622661	Καψάλη 9
<a href="mailto:info@peloponnestravel.gr">info@peloponnestravel.gr</a>		
RANIA TOURS	2610425814	Αγίας Σοφίας 53&Δοϊράνης
ROSE TRAVEL	2610426262	Ηρώων Πολυτεχνείου 44-46
<a href="mailto:rosebook@otenet.gr">rosebook@otenet.gr</a>		
ZENITH TRAVEL	2610277562	Φιλοποίμενος 4
DIFFERENCE TRAVEL	2610220522	Γερμανού 110

### **B' Συμπληρωματική Έρευνα:**

Οι ερωτήσεις που έγιναν στις εταιρείες πληροφοριακών συστημάτων:

1<sup>η</sup> Ερώτηση: Εταιρική Παρουσίαση

2<sup>η</sup> Ερώτηση: Πόσα τηλεφωνικά κέντρα (αν υπάρχουν) στη πόλη της Πάτρας δικά σας;(σε τουριστικά πρακτορεία)

3<sup>η</sup> Ερώτηση: Πόσες κρατήσεις έχουν γίνει με τα προγράμματα σας τα έτη 2007/2008/2009;

4<sup>η</sup> Ερώτηση: Υπάρχουν τουριστικά/ναυτιλιακά πρακτορεία στη Πάτρα που χρησιμοποιούν το δικό σας τερματικό; Αν ναι, πόσα είναι (σε αριθμό) αυτή τη παρούσα στιγμή;

### **Λίστα ονομάτων, τηλεφώνων, διευθύνσεις e-mail των εταιρειών που έστειλα τις παραπάνω ερωτήσεις:**

- 1.Forth CRS: Τηλέφωνο επικοινωνίας: 211-9558800  
E-mail: [vspit@forthnet.gr](mailto:vspit@forthnet.gr)  
: [tkyr@forthnet.gr](mailto:tkyr@forthnet.gr)
2. Amadeus Hellas Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210-9303000  
E-mail: [mvasiloglou@gr.amadeus.com](mailto:mvasiloglou@gr.amadeus.com)
3. Galileo Hellas S.A Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210-8931700  
E-mail: [marketing@galileo.gr](mailto:marketing@galileo.gr)
4. Sabre: Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210-6990730  
E-mail: [info.Greece@sabre.gr](mailto:info.Greece@sabre.gr)
5. Worldspan: Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210-323921-3
6. Panasoft S.A Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210-8660903  
E-mail: [gina@panasoft.gr](mailto:gina@panasoft.gr)

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>:

#### A. Ελληνική βιβλιογραφία:

Βαρβαρέσος Στέλιος(2000), «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές», Αθήνα Προπομπός, σελίδες: 16-19, 26-29.

Βασίλης Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων»(c1998)Αθήνα, Εκδόσεις Α.Σταμούλης, σελίδα: 125.

Μαρασλής Α. Αλέκος(1983)«Ιστορία της Πάτρας. Η εξέλιξη μιας πρωτοποριακής πόλης», Πάτρα.

Μάριος Σωτηριάδης(c2006) «Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα σελ. 38-42.

#### B. Ξένη Βιβλιογραφία:

William C. Gartner (c1996), «Tourism Development, Principles, Process and Policies», Επιμέλεια: Δρ. Γεώργιος Μ. Κορρές και Στυλιανός Δρακόπουλος, «Ανάπτυξη, αρχές, διαδικασίες και πολιτικές», (2001), Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα, σελίδα: 80.

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>:

#### A. Ελληνική Βιβλιογραφία:

Αθηνά Ν. Παπαγεωργίου(2007), «Οργάνωση και Λειτουργία τουριστικών γραφείων-προγραμματισμός ταξιδιού-σύνθεση τουριστικών πακέτων», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ.57.

Αλκιβιάδης Παναγόπουλος(2003), «Διαδίκτυο και Τουριστικές Επιχειρήσεις», Διδακτικές Σημειώσεις, σελ. 2.

Μάριος Σωτηριάδης(c2006), «Τουριστικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, σελ. 281.

B. Ξένη Βιβλιογραφία:

Gee C., Makens J, Choy D., (1997): «The travel Industry», σελ.261.

Γ. Διαδίκτυο:

<http://el.wikiversity.org> (20/08/2009)

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>:**

A. Ελληνική Βιβλιογραφία:

Γεράσιμος Σωτηριάδης(b2003), «Παραγωγή και Διάθεση Τουριστικού Ταξιδιού», Εκδόσεις Προπομπός, σελ.14,310.

Μάριος Σωτηριάδης(c2006), «Τουριστικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός, σελ.276.

B. Ξένη βιβλιογραφία:

Bynater M. Marion (1992), «The European Tour Operator Industry», London: E.I.U, σελ.261, 264.

Morrison A., (1996), «Hospitality and Travel marketing», σελ. 375.

Scott Loban, (1997), «A Framework for Computer Assisted Travel Counseling», σελ.813.

World Tourism Organization, (1997), «Les canaux de distribution», Madrid.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>:**

A. Ελληνική Βιβλιογραφία:

Αλκιβιάδης Παναγόπουλος(2001), Συστήματα Κρατήσεων με H/Y Galileo First Class, Διδακτικές σημειώσεις, σελ. 6-8.

B. Διαδίκτυο:

[www.galileo.com](http://www.galileo.com) (20/09/2009)

[www.galileo.gr](http://www.galileo.gr) (20/09/2009)

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.amadeus.com](http://www.amadeus.com) (22/09/2009)

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.sabre.com](http://www.sabre.com) (18/01/2010)

[www.travelocity.com](http://www.travelocity.com) (18/01/2010)

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.airticket.gr](http://www.airticket.gr) (19/01/2010)

[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) (19/01/2010)

[www.travelport.com](http://www.travelport.com) (19/01/2010)

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup>:**

A. Εγχειρίδιο του Afos System:

Οδηγίες χρήσης του συστήματος από την πρακτική μου εξάσκηση.  
(01/10/2008-31/03/2009).

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup>:**

A. Εγχειρίδιο του Analysis Ferry Link:

Οδηγίες χρήσης του συστήματος από την πρακτική μου εξάσκηση.  
(01/10/2008-31/03/2010).

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.forthers.gr](http://www.forthers.gr)

[www.openseas.gr](http://www.openseas.gr)

Εταιρική παρουσίαση από τον κ. Θάνο Κυρτάρα Commercial Director της  
Forth CRS (μέσω e-mail).

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.panasoft.gr](http://www.panasoft.gr)

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12<sup>ο</sup>:**

A. Διαδίκτυο:

[www.google.com](http://www.google.com)

