

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Πρόλογος</i>	10
Κεφάλαιο 1: Εννοιολογικές Τοποθετήσεις ως προς τον Τουρισμό και τις Τουριστικές Δραστηριότητες	11
1.1. Η έννοια του τουρισμού.....	11
1.2. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.....	14
1.3. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία.....	18
1.4. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία και τα πολιτιστικά πρότυπα.....	24
1.5. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον.....	29
1.6. Υφιστάμενη κατάσταση του ελληνικού τουρισμού.....	33
1.6.1. Θέση της Ελλάδας στον παγκόσμιο και ευρωπαϊκό τουρισμό.....	33
1.6.2. Τουριστικές αγορές της Ελλάδας.....	34
1.6.3. Τα χαρακτηριστικά του αλλοδαπού τουρισμού που επισκέπτεται την Ελλάδα.....	36
1.6.4. Η ξενοδοχειακή υποδομή της Ελλάδας.....	38
1.6.5. Κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού.....	43
<i>Βιβλιογραφία</i>	44
Κεφάλαιο 2: Τεχνολογία και Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον Τουρισμό	46
2.1. Γενικά για την τεχνολογία και την ανταγωνιστικότητα.....	46
2.2. Η τεχνολογία και η ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα.....	47
2.3. Ορισμός, στόχος και εφαρμογές των ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον τουρισμό.....	50
2.4. Ο δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI) και υποδομών ΤΠΕ (ICT Infrastructure) και η θέση της Ελλάδας στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον.....	55
2.5. Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) και ηλεκτρονικός τουρισμός.....	59
2.6. Σχέση μεταξύ των ΤΠΕ και της παραγωγικότητας.....	61
2.7. Η διείδυση των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο της Ελλάδας.....	65
2.8. Μέτρα της πολιτείας για την ενίσχυση της διείδυσης των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο.....	74
2.9. Οι ιστορικές εξελίξεις και η χρήση των Τ.Π.Ε. στη βιομηχανία των αερογραμμών.....	77
	5

2.10. Ο στρατηγικός και τακτικός ρόλος των Τ.Π.Ε. για τις αερογραμμές . . .	80
<i>Βιβλιογραφία</i>	81

Κεφάλαιο 3: Τουριστικά Κανάλια Διανομής **86**

3.1. Ορισμός, λειτουργίες και σκοπός των τουριστικών καναλιών διανομής . .	86
3.2. Οι μεσάζοντες στον τουρισμό	88
3.3. Η σημασία των καναλιών διανομής στην τουριστική βιομηχανία	95
3.4. Χρήση των καναλιών διανομής – ένα ή πολλά; <i>Η εξέλιξη και μεταμόρφωση της διαδικασίας διαμεσολάβησης</i>	100
3.5. Το μοντέλο καναλιών διανομής σήμερα.	117
3.6. Κατηγορίες των τουριστικών πληροφοριών.	123
3.7. Οι ροές πληροφοριών στην τουριστική βιομηχανία.	128
3.8. Διαμάχες μεταξύ τουριστικών καναλιών διανομής και τουριστικής προσφοράς	131
3.9. Ο ρόλος των τουριστικών πρακτόρων, των δημοσίων φορέων διοίκησης του τουριστικού προορισμού και των ιδίων των τουριστών, στην επιλογή του τουριστικού προορισμού	134
3.10. Η χρήση των τουριστικών καναλιών διανομής, ως εργαλείο ανάπτυξης στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού.	136
<i>Βιβλιογραφία</i>	138

Κεφάλαιο 4: Online πωλήσεις στον τουριστικό κλάδο **141**

4.1. Εισαγωγή	141
4.2. Τουριστικό προφίλ και ηλεκτρονικές πωλήσεις	144
4.3. Selling Rooms Online: η χρήση των social media και των online τουριστικών πρακτόρων	147
4.4. Η ηλεκτρονική διαχείριση σχέσεων πελατείας (e-CRM)	152
4.4.1. Η WebHotelier ως κυριότερο μέσο διαχείρισης των ηλεκτρονικών κρατήσεων.	154
4.5. Η σημασία των Alternate Distribution System – ADS.	156
4.6. Internet Distribution Systems – IDS	157
4.6.1. Μελέτες περίπτωσης	162
4.6.2. Expedia: το κορυφαίο IDS	164
<i>Βιβλιογραφία</i>	166

Κεφάλαιο 5: Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων (Global Distribution Systems, G.D.S.) **171**

5.1. Γενικά.	171
5.2. Τι είναι τα G.D.S. και ποιά η στρατηγική τους	172
5.3. Τι πληροφορόρηση μας παρέχουν τα GDS.	174

5.4.	Ιστορική αναδρομή των GDS	175
5.5.	Εξέλιξη των C.R.S. σε G.D.S.	182
5.6.	Η σημερινή κατάσταση των G.D.S.	185
5.6.1.	Μια αναπτυσσόμενη μεγάλη δύναμη: η θέση των GDS στην Κίνα	186
5.7.	Επίδραση των GDS στην τουριστική προσφορά και στην τουριστική ζήτηση	187
5.8.	Εμπόδια και προκλήσεις στην εφαρμογή των GDS.	189
5.8.1.	Λειτουργία σε πραγματικό χρόνο	189
5.8.2.	Γεωγραφική διεύρυνση δικτύου.	190
5.8.3.	Εξασφάλιση συνεχούς λειτουργίας	191
5.8.4.	Τα αποθηκευτικά μέσα	192
5.9.	Μελλοντικές εξελίξεις και χαρακτηριστικά των GDS	193
5.9.1.	Ενοποίηση των επιχειρήσεων GDS και λειτουργία τους σε μεγάλη κλίμακα	193
5.9.2.	Οι αερογραμμές εγκαταλείπουν τη λειτουργία των GDS.	193
5.9.3.	Πολλαπλασιασμός προϊόντος και υπηρεσίας.	194
5.9.4.	Η δικτυακή διανομή – μια αναπτυξιακή διεύθυνση	194
5.10.	Πρόβλεψη των αναπτυξιακών τάσεων των GDS	195
	Α. Σταδιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων GDS	196
	Β. Η τεχνική αρχιτεκτονική μετάβαση στην ανοιχτή πλατφόρμα.	196
	Γ. Το μοντέλο επιχειρήσεων GDS ενδεχομένως να αλλάξει	197
	<i>Βιβλιογραφία</i>	197

Κεφάλαιο 6: Λειτουργίες, Κριτήρια Επιλογής και Οικονομικές Επιπτώσεις των GDS

199

6.1.	Λειτουργίες ενός συστήματος κρατήσεων	199
6.1.1.	Προγράμματα πτήσεων και διαθεσιμότητα	199
6.1.2.	Πληροφορίες για τους πελάτες	208
6.1.3.	Ναύλοι και κανονισμοί	217
6.1.4.	Έκδοση εισιτηρίων	220
6.1.5.	Αυτοματοποιημένες αναφορές	222
6.1.6.	Ευκολίες λόγω δυνατότητας λειτουργίας μέσω Windows	222
6.1.7.	Άλλες ειδικές υπηρεσίες	223
6.2.	Τα κριτήρια επιλογής ενός G.D.S.	223
6.3.	Τα μειονεκτήματα από τη λειτουργία των G.D.S. στο οικονομικό περιβάλλον	228
6.3.1.	Η δημιουργία εμποδίων για την είσοδο νέων επιχειρήσεων	228
6.3.2.	Περιορισμένη γεωγραφική διασπορά του δικτύου	230
6.3.3.	Η τάση για συνεργασία μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες και, κατά συνέπεια, με συγκεκριμένο G.D.S.	231
6.3.4.	Η δυσκολία εφαρμογής του G.D.S. από μικρές επιχειρήσεις	231

6.4.	Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των G.D.S.	231
6.4.1.	Η ευκολία διανομής τουριστικών προϊόντων και πληροφοριών στους πελάτες τουριστικών πρακτορείων.	232
6.4.2.	Εξοικονόμηση χρημάτων	233
6.4.3.	Βελτίωση της αξιοπιστίας.	233
6.4.4.	Εξοικονόμηση χρόνου και αύξηση της αποδοτικότητας	233
6.4.5.	Ευκολία χρήσης μέσω γραφικού περιβάλλοντος των Windows.	234
6.4.6.	Παραγωγή ποικιλίας προϊόντων	235
6.5.	Μηχανολογικός εξοπλισμός ενός GDS	235
6.6.	Χρήση των διεθνών συστημάτων κρατήσεων στα τουριστικά γραφεία και τεχνολογικός εξοπλισμός του τουριστικού γραφείου.	238
6.6.1.	Από το χαρτί στην αυτοματοποίηση	238
6.6.2.	Τρόποι λειτουργίας των GDS στα τουριστικά γραφεία.	240
6.7.	Γεωγραφική διασπορά των G.D.S.	243
	<i>Βιβλιογραφία</i>	245

Κεφάλαιο 7: Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων και Διαδίκτυο 249

7.1.	Τουρισμός και Διαδίκτυο	249
7.2.	Ο ρόλος των μεσαζόντων της τουριστικής βιομηχανίας στο διαδίκτυο.	254
7.3.	Το προφίλ του τουρίστα που χρησιμοποιεί Internet.	255
7.4.	Γενική διαδικασία ενεργειών για τη πραγματοποίηση κράτησης μέσω internet.	257
7.4.1.	Διαδικασίες αεροπορικής κράτησης μέσω του συστήματος Galileo.	260
7.5.	Διαδίκτυο και τουριστική πληροφορία.	261
7.6.	Internet, GDS και ταξιδιωτικοί πράκτορες	264
7.7.	Internet, αεροπορικές εταιρίες και G.D.S.	268
7.7.1.	Ιστοσελίδες αεροπορικών εταιρειών και πωλήσεις μέσω Internet	271
7.7.2.	Πιθανές συγκρούσεις καναλιών διανομής	275
7.7.3.	Η κατάτμηση της αγοράς: η πιθανή λύση για αποφυγή συγκρούσεων.	277
7.7.4.	Πωλήσεις ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων (e-tickets).	279
7.8.	Διαδίκτυο, ξενοδοχεία και G.D.S..	280
7.8.1.	Η εφαρμογή των συστημάτων κρατήσεων στα Ξενοδοχεία.	281
7.8.2.	Η επίδραση της τεχνολογίας στην διοίκηση της ξενοδοχειακής ιδιοκτησίας	282
7.8.3.	Το μοντέλο ASP και εταιρείες παροχής υπηρεσιών κρατήσεων	283
7.8.4.	Η θέση του Internet στον ελληνικό ξενοδοχειακό τομέα	284

7.9.	E-commerce αεροπορικών εταιρειών: η επανάσταση στα κανάλια διανομής	290
7.9.1.	Οι μηχανές αναζήτησης (search engines)	291
7.9.2.	Ιστοσελίδες και ιστολόγια	292
7.9.3.	Πύλες, «portals»	293
7.10.	Συμπεράσματα για τη θέση του διαδικτύου στην Ελληνική οικονομία . .	294
	<i>Βιβλιογραφία</i>	296

Κεφάλαιο 8: Travelport: Συγχώνευση Galileo και Worldspan **299**

8.1.	Galileo International	299
8.1.1.	Galileo Hellas SA	305
8.2.	Worldspan	308
8.3.	Travelport	314

Κεφάλαιο 9: SABRE **318**

Κεφάλαιο 10: Amadeus **324**

10.1.	Δημιουργία του Amadeus	324
10.2.	Το Amadeus παγκοσμίως	327
10.3.	E-travel	330
10.4.	Amadeus Ελλάς	331

Κεφάλαιο 11: Νομοθεσία που αφορά στα Ηλεκτρονικά Συστήματα Κράτησης Θέσεων (ΗΣΚ) **332**

11.1.	Εισαγωγή	332
11.2.	Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 80/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιανουαρίου 2009, όσον αφορά κώδικα δεοντολογίας για τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2299/89 του Συμβουλίου	336