



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
Διατμηματικό Μεταπτυχιακό
Πρόγραμμα στον Σχεδιασμό, Διοίκηση
και Πολιτική του Τουρισμού

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΛΕΤ
ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΕΡΕΥΝΑΣ &
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



ebusinessforum

www.ebusinessforum.gr

 <p>ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠ. ΕΣΩΤ., ΔΗΜ. ΔΙΟΙΚ. & ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΣΗΣ</p> <p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ»</p>	 <p>ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ</p> <p>ΕΡΓΟ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΚΑΤΑ 75% ΑΠΟ ΤΟ</p> <p>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</p>
--	---

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

«Επίδραση, αξιοποίηση και διαχείριση του Συμμετοχικού Διαδικτύου (Web 2.0) για την ανάπτυξη και το σχεδιασμό επιχειρησιακών λειτουργιών και στρατηγικών: εφαρμογές στον τουριστικό κλάδο και στα Μ.Μ.Ε.»

Με ιδιαίτερη επιτυχία και με τη συμμετοχή πολλών εκπροσώπων επιχειρηματιών και οργανισμών του τουριστικού κλάδου και της τοπικής κοινωνίας, αλλά και ακαδημαϊκών του τουρισμού και φιλοξενίας, ολοκληρώθηκε η **πρώτη διαβούλευση** της ομάδας του e-business forum **«Επίδραση, αξιοποίηση και διαχείριση του Συμμετοχικού Διαδικτύου (Web 2.0) για την ανάπτυξη και το σχεδιασμό επιχειρησιακών λειτουργιών και στρατηγικών: εφαρμογές στον τουριστικό κλάδο και στα Μ.Μ.Ε.»**, την Πέμπτη 29 Μαΐου, στο Ηράκλειο της Κρήτης.

Η **πρώτη διαβούλευση** της ομάδας εργασίας με αντικείμενο το Συμμετοχικό Διαδίκτυο (Web 2.0) συν-διοργανώθηκε με την ενεργό υποστήριξη του **Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι Κρήτης**, ενώ πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του εθνικού συνεδρίου **«Marketing & Management στις τουριστικές επιχειρήσεις: σύγχρονες και καινοτόμες προσεγγίσεις»** που διοργάνωσε το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Κρήτης στις 29 και 30 Μαΐου.

Συντονιστές της ομάδας αυτής του E-Business Forum είναι ο **Δρ. Ευάγγελος Χρήστου** (από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου) και η **Δρ. Τίνα Βαρουχάκη** (Ινστιτούτο Επιμόρφωσης του Ε.Κ.Δ.Δ.Α.), ενώ Rapporteurs της ομάδας εργασίας είναι η **Δρ. Μαριάννα Σιγάλα** και η **Κωνσταντίνα Τσιακάλη** (Υποψήφια Διδάκτωρ στο Μεταπτυχιακό Διατμηματικό Πρόγραμμα Σπουδών στον Σχεδιασμό, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού του Πανεπιστημίου Αιγαίου).

Στην πρώτη αυτή συνάντηση, η ομάδα εργασίας επικεντρώθηκε αρχικά στην παρουσίαση των κυριότερων εργαλείων και τεχνολογιών του Συμμετοχικού Διαδικτύου, τις κυριότερες επιχειρησιακές εφαρμογές των τελευταίων καθώς και τους τρόπους επίδρασής τους τόσο στην τουριστική προσφορά όσο και στην τουριστική ζήτηση. Ιδιαίτερη έμφαση και συζήτηση αναπτύχθηκε γύρω από την ανάπτυξη ζητημάτων σχετικά με τις ευκαιρίες και απειλές που δημιουργεί το Συμμετοχικό Διαδίκτυο για τις τουριστικές επιχειρήσεις όπως και με τις σύγχρονες επιχειρησιακές πρακτικές και στρατηγικές που θα πρέπει να αναπτύξει και να υιοθετήσει μια τουριστική επιχείρηση για να αξιοποιήσει τις δυνατότητες του Συμμετοχικού Διαδικτύου. Παραδείγματα μελετών περίπτωσης από την αξιοποίηση του συμμετοχικού Διαδικτύου στον τουρισμό αναφέρθηκαν, ενώ δόθηκαν πληροφορίες σχετικά με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο αυτό και μπορούν να προσφέρουν τεχνογνωσία και υπηρεσίες συμμετοχικού διαδικτύου σε όποια επιχείρηση ενδιαφέρεται για τέτοιες εφαρμογές.

Ο κύριος άξονας των ομιλιών και των ερεθισμάτων που τέθηκαν στη διαβούλευση για την έναρξη και προώθηση του διαλόγου έγιναν από:

- ο Την **Κωνσταντίνα Τσιακάλη**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, με τίτλο «*Εργαλεία και Τεχνολογίες του Συμμετοχικού Διαδικτύου*»
- ο Την **Δρ. Μαριάννα Σιγάλα**, Πανεπιστημίου Αιγαίου, με τίτλο «*Συμμετοχικό Διαδίκτυο: Επιχειρησιακές Πρακτικές και Οφέλη*».

Στο συνέδριο συμμετείχε ένας μεγάλος αριθμός εκπροσώπων της τουριστικής βιομηχανίας και πολλοί ακαδημαϊκοί από το χώρο του τουρισμού. Ορισμένοι από τους παρεβρισκόμενους αναφέρονται παρακάτω:

Από την τουριστική βιομηχανία:

Ν. Λαμπρινός, Πρόεδρος Ε.Ξ.Η.

Χ. Φωσκολάκης, Γενικός Διευθυντής SBOOKS HOTELS

Γ. Πελεκανάκης, Πρόεδρος Παγκρήτιου Συλλόγου Διευθυντών Ξενοδοχείων

Α. Γιαουρτάς, Γραμματέας Π.Σ.Δ.Ξ., Διευθυντής Cretan Village

Β. Φραγκουλάκης, Διευθυντής του KNOSSOS ROYAL MARE

Β. Κριτσωτάκης, Διευθυντής του CASTELLO HOTEL

Γ. Λογιάδης, Διευθυντής του KNOSOS BEACH

Φ. Πανταζόγλου, Operations Manager, Ενυδρείο Cretaquarium

Δ. Παπαδομανωλάκης, EUROBANK - Περιφ. Κρήτης

Σ. Πανδή, Alpha Hospitality Consultants, Ηράκλειο

Μ. Λιαπάκης, Maris Hotels Group

Μ. Παπαδάκης, Διευθυντής Ενυδρείου Cretaquarium

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΙ

Ε. WICKENS, BUCKS NEW UNIVERSITY

Θ. ΜΑΥΡΟΔΟΝΤΗΣ, ΤΕ.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Δ. ΣΤΑΥΡΑΚΗΣ, ΤΕΙ ΛΑΜΙΑΣ

Κ. ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ, ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Μ. ΝΙΚΟΛΑΡΑΚΗΣ, ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Δ. ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΗ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Σ. ΖΑΓΚΟΤΣΗ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Σ. ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ, ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ

Σ. ΠΑΠΑΣΤΕΦΑΝΑΚΗ, ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

Β. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΡΗΤΗΣ

Στην διάρκεια της ανοικτής συζήτησης που ακολούθησε τις εισαγωγικές εισηγήσεις, οι εργασίες της διαβούλευσης εμπλουτίστηκαν και διανθίστηκαν, επίσης, και από τις πολύ εύστοχες παρατηρήσεις και παρεμβάσεις των συμμετεχόντων. Αναδείχθηκε η ανάγκη διεξαγωγής λεπτομερούς καταγραφής και έρευνας του βαθμού εφαρμογής, χρήσης και αξιοποίησης των τεχνολογιών και εργαλείων του Συμμετοχικού Διαδικτύου από την ελληνική τουριστική βιομηχανία και κυρίως από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη έμφαση και ενδιαφέρον εκφράστηκε για τις επιχειρησιακές και οργανωσιακές αλλαγές (και όχι μόνο τις τεχνολογικές) που θα πρέπει να πετύχει μια τουριστική επιχείρηση έτσι ώστε να αξιοποιήσει αποτελεσματικά το συμμετοχικό διαδίκτυο. Επίσης, συζητήθηκε ο βαθμός απόδοσης της επένδυσης στις νέες τεχνολογίες του Διαδικτύου, καθώς και διερευνήθηκαν διάφοροι δείκτες μέτρησης και ελέγχου της απόδοσης των εφαρμογών του συμμετοχικού Διαδικτύου που θα πρέπει να χρησιμοποιούνται. Επιπρόσθετα, ανέκυψε ο προβληματισμός σχετικά με τον βαθμό δυσκολίας εφαρμογής των τεχνολογιών αυτών από τις επιχειρήσεις (εργατοώρες που απαιτούνται, γνώσεις, λοιπά κόστη, κ.λπ.). Σχολιάστηκαν τα σλόγκαν που έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς από τα Μ.Μ.Ε., συμπεριλαμβανομένου και του Διαδικτύου για την προώθηση του ελληνικού τουρισμού, ενώ συμπεράστηκε ότι η συνεχής εναλλαγή τους τα τελευταία χρόνια δεν βοηθά στην ενίσχυση του προφίλ της χώρας μας και την καταγραφή μιας συγκεκριμένης και διακριτής εικόνας και 'brand name' του ελληνικού τουριστικού προορισμού στην συνείδηση των τουριστών. Επιβεβαιώθηκε η ανάγκη κατάστρωσης και εφαρμογής σχεδίων μάρκετινγκ όχι μόνο σε εθνικό ή περιφερειακό, αλλά και σε τοπικό επίπεδο και σε επίπεδο επιχείρησης, πριν ακόμα σχεδιαστεί και υλοποιηθεί οποιαδήποτε εκστρατεία μάρκετινγκ μέσω των νέων τεχνολογιών. Τέλος, αναδείχθηκε ο προβληματισμός σχετικά με τον βαθμό συνέπειας των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών στην χώρα μας, αναφορικά με το επίπεδο των υπηρεσιών και των προϊόντων που προβάλλεται μέσω των διαφόρων ιστοσελίδων και των άλλων Μ.Μ.Ε. και εκείνου που πραγματικά παρέχεται στον τουρίστα κατά την διάρκεια του ταξιδιού του. Η δημιουργία ενός τέτοιου κενού και ασυνέπειας είναι πολύ σημαντική μια και δημιουργεί δυσαρέσκεια στους επισκέπτες, η οποία στη συνέχεια μεταφράζεται σε αρνητική διαφήμιση στόμα-με-στόμα σε ιστοσελίδες του συμμετοχικού Διαδικτύου. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, τονίστηκε η ανάγκη επίτευξης συνέπειας μεταξύ των σχεδίων μάρκετινγκ που σχεδιάζονται και εκείνων που υλοποιούνται στην πράξη.

Οι εργασίες της πρώτης διαβούλευσης της ομάδας του e-business forum «*Επίδραση, αξιοποίηση και διαχείριση του Συμμετοχικού Διαδικτύου (Web 2.0) για την ανάπτυξη και το σχεδιασμό επιχειρησιακών λειτουργιών και στρατηγικών: εφαρμογές στον τουριστικό κλάδο και στα Μ.Μ.Ε*» ήταν μια ευχάριστη και χρήσιμη εμπειρία για όλους τους συμμετέχοντες. Κοινή ευχή και σκοπός όλων είναι τα συμπεράσματα της διαβούλευσης να προβληματίσουν και να εφαρμοστούν όσο γίνεται περισσότερο από τους αρμόδιους φορείς και τους τουριστικούς επαγγελματίες σε τοπικό, αλλά και εθνικό επίπεδο και να αποτελέσουν το έναυσμα για την περαιτέρω ανάπτυξη της συζήτησης σχετικά με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών του Web 2.0 από την ελληνική τουριστική βιομηχανία.

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: