



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ
ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ
Σταδίου 24
105 64 Αθήνα
Τηλ. 213-2169968, 213-2169967
Φαξ. 210-3312033
Email: itep@grhotels.gr
URL: <http://www.itep.gr>



ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ
HELLENIC CHAMBER OF HOTELS

Αθήνα, 2 Νοεμβρίου 2010

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

« Ο Τουρισμός στην Ψηφιακή Οικονομία »

Το νέο περιβάλλον της ψηφιακής οικονομίας επιδρά άμεσα στη διαμόρφωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος. Η τουριστική βιομηχανία επηρεάζεται σημαντικά από τις επαναστατικές αλλαγές που φέρνει η χρήση του διαδικτύου. Επίσης, προσφέρονται μοναδικές ευκαιρίες για την υιοθέτηση νέων μεθόδων παραγωγής, την καλλιέργεια νέας επιχειρηματικής κουλτούρας και τη διεύρυνση της πελατειακής βάσης. Αυτό συμπεραίνει, μεταξύ άλλων, πρόσφατη μελέτη που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) σε συνεργασία με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ). Η εν λόγω μελέτη ασχολείται με τον τρόπο όπου οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών και τη λειτουργία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, και ειδικότερα των μικρομεσαίων. Η μελέτη εκπονήθηκε από τον κ. Κυριάκο Ρερρέ, επιστημονικό διευθυντή του ΙΤΕΠ και την κ. Ελεάνα Καφέζα, Λέκτορα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΤΕΠ, η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών από τα ξενοδοχεία δημιουργεί, μεταξύ άλλων, ευκαιρίες για βελτίωση του παρεχόμενου επιπέδου υπηρεσιών στον πελάτη. Σε επίπεδο επιχείρησης παρέχει την ευχέρεια για μείωση των εξόδων μάρκετινγκ, άμεση ανταπόκριση και προσαρμογή των προμηθειών ανάλογα με την ζήτηση και τη μεγαλύτερη δυνατή προβολή με το μικρότερο δυνατό κόστος.

Η διαδικασία εφαρμογής των ΤΠΕ στα μικρά ξενοδοχεία συναντά εμπόδια που έχουν να κάνουν κυρίως με τη δυσκολία στην αλλαγή νοοτροπίας και την προσαρμογή του μάντζιμντ στις απαιτήσεις του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Στη μελέτη επίσης αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους εξαπλώθηκε με τόση ταχύτητα και σε τέτοια έκταση η χρήση του διαδικτύου στο χώρο του τουρισμού. Περιγράφονται οι επιδράσεις της νέας τεχνολογίας στους σκοπούς για τους οποίους ταξιδεύει ο σύγχρονος καταναλωτής, στον τρόπο που ανακατανέμει τον ελεύθερο χρόνο του και τον τρόπο που επιλέγει τους τουριστικούς προορισμούς που επιθυμεί να επισκεφτεί. Διαπιστώνεται επίσης ενίσχυση της τάσης για συντομότερα ταξίδια σε πολυσύχναστους προορισμούς. Ο χρόνος παραμονής σχετίζεται λιγότερο με τις εργασιακές υποχρεώσεις και αυξάνονται οι προοπτικές διαχείρισης του προβλήματος της εποχικότητας.

Στη νέα ψηφιακή εποχή μεταβάλλονται ουσιαστικά και οι καταναλωτικές προτιμήσεις των τουριστών. Ο τόπος και ο τρόπος εργασίας ταυτίζονται όλο και περισσότερο με τον τόπο και τον τρόπο ψυχαγωγίας. Ο σύγχρονος καταναλωτής εκφράζει τις προτιμήσεις του μέσα από το διαδίκτυο, γεγονός που μειώνει την ασυμβατότητα μεταξύ καθημερινότητας, εργασίας και ψυχαγωγίας.

Οι βασικές αιτίες παρακίνησης για ένα καινούριο ταξίδι διαφοροποιούνται σε σχέση με το παρελθόν. Ο νέος τύπος τουρίστα ενδιαφέρεται να ζήσει καινούριες εμπειρίες και να συμμετάσχει σε δημιουργικές ασχολίες. Τέλος, η ζήτηση για ειδικές μορφές τουρισμού αποδεικνύεται πως επηρεάζεται σημαντικότερα σε σχέση με το μαζικό τουρισμό κλασικού τύπου.