

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ :**

**Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών &  
Τουριστική Ανταγωνιστικότητα**

**Φοιτητής :**  
**Ζαμπουλάκης Ιωάννης (Α.Μ. 4222 )**

**Εισηγητής : Φραγκούλης Αντώνιος**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2014**



# Περιεχόμενα

<u>Περιεχόμενα</u> .....	<u>2</u>
<u>Εισαγωγή</u> .....	<u>4</u>
<u>Κεφάλαιο 1: Έννοια του ΤΠΕ και σύνδεσή του με τον τουρισμό</u> .....	<u>6</u>
<u>1.1 Εισαγωγή</u> .....	<u>6</u>
<u>1.2. Ορισμός και έννοια των ΤΠΕ</u> .....	<u>6</u>
<u>1.3. Χαρακτηριστικά τουριστικής βιομηχανίας και η σύνδεσή τους με τις ΤΠΕ</u> .....	<u>7</u>
<u>1.4. Παραδείγματα εφαρμογών ΤΠΕ στον τουρισμό</u> .....	<u>9</u>
<u>1.4.1 Τα Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών</u> .....	<u>12</u>
<u>1.4.2 Η χρήση σύγχρονων μεθόδων Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ</u> .....	<u>13</u>
<u>1.4.3 Η Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας</u> .....	<u>14</u>
<u>1.4.4 Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0</u> .....	<u>14</u>
<u>1.4.5 Η χρήση προηγμένων τεχνολογιών πολυμέσων, ψηφιακών χαρτών και εικονικής πραγματικότητας για την ανάδειξη τουριστικών προορισμών</u> .....	<u>16</u>
<u>1.4.6 χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό (m-tourism)</u> .....	<u>16</u>
<u>1.4.7 Τα «έξυπνα» συστήματα μέτρησης – ανάλυσης δεδομένων στον τουρισμό</u> .....	<u>17</u>
<u>1.4.8 Η χρήση μεθόδων ΤΠΕ για την προσβασιμότητα τουριστικών ιστοτόπων από ομάδες ΑμΕΑ και ηλικιωμένων</u> .....	<u>18</u>
<u>Κεφάλαιο 2: Το Διεθνές Περιβάλλον και η θέση της Ελλάδος</u> .....	<u>19</u>
<u>2.1 Εισαγωγή</u> .....	<u>19</u>
<u>2.2 Ο κατάλογος ΤΤCI</u> .....	<u>19</u>
<u>2.3 Η θέση της Ελλάδος σύμφωνα με την έκθεση του ΤΤCI</u> .....	<u>22</u>
<u>2.4 Η έκθεση G.I.T.R (Global Information Technology Report) και ο κατάλογος N.R.I (Networked Readiness Index)</u> .....	<u>25</u>
<u>Κεφάλαιο 3: Νομοθετικό πλαίσιο για τις ΤΠΕ στην Ελλάδα</u> .....	<u>30</u>
<u>3.1 Εισαγωγή</u> .....	<u>30</u>
<u>3.2 Ο νόμος Ν.3979 / 2011</u> .....	<u>31</u>
<u>3.2.1 Ανοιχτή δημόσια διοίκηση</u> .....	<u>32</u>
<u>3.2.2 Κοινή χρήση και αξιοποίηση υποδομών, ΤΠΕ και δεδομένων</u> .....	<u>34</u>
<u>3.3 Λόγοι για την καθυστέρηση ψήφισης του ρυθμιστικού νόμου</u> .....	<u>36</u>
<u>Κεφάλαιο 4: Ελληνικό Εσωτερικό Περιβάλλον</u> .....	<u>39</u>
<u>4.1 Εισαγωγή</u> .....	<u>39</u>
<u>4.2 Δημόσιος Τομέας</u> .....	<u>39</u>

4.2.1 Δήμος Τρικκαίων .....	41
4.2.2 Δήμος Ηρακλείου .....	42
4.3 Ο ιδιωτικός τομέας.....	43
Κεφάλαιο 5: Η περίπτωση της Ισλανδίας .....	47
5.1 Εισαγωγή.....	47
5.2 Ιστορικά στοιχεία για την Ισλανδία.....	47
5.3 Σύγκριση Ισλανδίας - Ελλάδας .....	49
Συμπεράσματα και προτάσεις .....	52
Βιβλιογραφία .....	56
Α. Ελληνική.....	56
Β. Ξενόγλωσση .....	56
Γ. Ιστοσελίδες .....	57

## Εισαγωγή

Ο τουρισμός με τη σημερινή μορφή την οποία έχει, αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο το οποίο έχει προσελκύσει ένα αυξημένο ενδιαφέρον τόσο από τις ανεπτυγμένες χώρες, όσο και από τις αναπτυσσόμενες, οι οποίες βλέπουν στον κλάδο του τουρισμού έναν από τους τρόπους εκείνους, οι οποίοι είναι δυνατόν να βοηθήσουν τις οικονομίες τους, να αυξήσουν το βιοτικό τους επίπεδο και κατ'επέκταση να αυξήσουν την ευημερία τους. Παρόλα αυτά, είναι ουτοπικό να πιστεύουμε, ότι ο τουρισμός είναι η μόνη λύση για τα προβλήματα των χωρών/περιοχών, καθώς όπως είπαμε και πριν αποτελεί μια κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα, η οποία όμως έχει ιδιαίτερα σημαντικές οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις. (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004)

Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός στην Ελλάδα ξεκίνησε να γνωρίζει άνθιση στη σύγχρονη εποχή μετά την δεκαετία του 1960 και συνεχίζει να αναπτύσσεται μέχρι τις μέρες μας. Ειδικότερα, ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα συμμετέχει στο ΑΕΠ με ποσοστό 16,8% και με 18,7 % στην συνολική απασχόληση (στοιχεία 2012). Δυστυχώς, παρά την κεφαλαιώδη σημασία που αποδεδειγμένα έχει ο κλάδος για την χώρα μας και καθώς βιώνουμε τις συνέπειες μιας αποβιομηχανοποιημένης οικονομίας σε ύφεση, ακόμα και η ύπαρξη αρμόδιου Υπουργείου Τουρισμού για πολλά χρόνια υπήρξε έωλη, με αποτέλεσμα οι ανάλογες δράσεις να είναι κατά κύριο λόγο αποσπασματικές ως προς την υλοποίηση τους ελλείπει οράματος, συνοχής και ολοκληρωμένης πολιτικής.

Κύριος σκοπός της παρούσας εργασίας είναι ο προσδιορισμός της θέσης της Ελλάδος στο τεχνολογικό γίγνεσθαι αλλά και ως προς την τουριστική ανταγωνιστικότητα στο Ευρωπαϊκό αλλά και παγκόσμιο περιβάλλον, καθώς και η ανάδειξη της σημασίας και των δυνατοτήτων που προσφέρονται μέσω των εφαρμογών Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (στο εξής ΤΠΕ) τόσο στον τουριστικό κλάδο, όσο και στην χώρα.

Επιπλέον, στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια καταγραφής της κατάστασης στο εσωτερικό της χώρας με τον ουσιώδη διαχωρισμό μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ενώ επιχειρείται σύγκριση της Ελλάδας με ανταγωνιστικές και μη χώρες στην χρήση ΤΠΕ. Τέλος, εξάγονται συμπεράσματα και διατυπώνονται προτάσεις δράσεων για το μέλλον.

## **Κεφάλαιο 1: Έννοια των ΤΠΕ και η σύνδεσή τους με τον τουρισμό**

### **1.1 Εισαγωγή**

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια προσπάθεια αρχικά να οριστούν οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας, ενώ στη συνέχεια θα γίνει μια αναφορά στην σχέση των τεχνολογιών αυτών με τον τουρισμό, επιδιώκοντας με αυτόν τον τρόπο να καταδείξουμε το ρόλο τον οποίο διαδραματίζουν οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας στην τουριστική βιομηχανία, καθώς και τη σημασία τους.

### **1.2. Ορισμός και έννοια των ΤΠΕ**

Οι τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας (στο εξής ΤΠΕ) αναφέρονται σε κάθε μορφής ψηφιακό μέσο, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί, αυτόνομα ή ως στοιχείο ενός τεχνολογικού συστήματος, για την αναζήτηση, την πρόσβαση, την επεξεργασία, την παραγωγή, διαμόρφωση και παρουσίαση καθώς και την καταχώρηση, τη συλλογή, ανάλυση, αναπαράσταση και βεβαίως τη διακίνηση (μετάδοση, ανταλλαγή) της πληροφορίας. Στην πράξη αναφερόμαστε κατά βάση στις υπολογιστικές και δικτυακές τεχνολογίες, οι οποίες την τελευταία δεκαετία αποσαφήνισαν τον όρο Νέες Τεχνολογίες (NT) που προηγήθηκε, ο οποίος με τη σειρά του εμφανίστηκε ως η πιο νεωτεριστική, επαναστατική εκδοχή της Εκπαιδευτικής τεχνολογίας.

Ωστόσο οι ΤΠΕ (και βεβαίως και οι NT) δεν αναφέρονται ειδικά στο εκπαιδευτικό περιβάλλον, ούτε αυτό υπήρξε το πρώτο πεδίο που αναπτύχθηκαν. Πιο συγκεκριμένα, ξεκινώντας από τα πανεπιστημιακά εργαστήρια, στα οποία εφαρμόστηκαν και αναπτύχθηκαν ραγδαία στο οικονομικό κυρίως πεδίο, όπου, για λόγους που έχουν να κάνουν με τη φάση ανάπτυξης της διεθνοποιημένης καπιταλιστικής οικονομίας και οι οποίοι ξεφεύγουν από τα όρια αυτών των

σημειώσεων, η πληροφορία ως μέγεθος αντίθετο με την αμφιβολία και ως μέγεθος που αντιστρατεύεται την αβεβαιότητα, απέκτησε μια αξία καθ'αυτή. Αλλά μια πληροφορία που, σε καιρούς παγκοσμιοποίησης, δεν διακινείται, δεν επικοινωνείται όταν και σε όσους πρέπει, όταν δηλαδή δεν αξιοποιείται, αποβαίνει άχρηστη. (Brown, 2000)

Συνεπώς, η ανάπτυξη της δικτυακής τεχνολογίας και των δικτύων, τα οποία αποτελούν και την υλική βάση για τη διακίνηση της πληροφορίας, πραγματικά σηματοδότησε τη μετάβαση από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα. Οι υπολογιστές μετέτρεψαν το μεγαλύτερο μέρος της βιομηχανικής κοινωνίας σε κοινωνία της πληροφορίας (ACM, 2001).

### **1.3. Χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας και η σύνδεσή τους με τις ΤΠΕ**

Στην ενότητα αυτή κάνουμε μια σύντομη αναφορά στα κυριότερα χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας, τα οποία αποδεικνύουν την αναγκαιότητα και την σημαντικότητα των σύγχρονων τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας:

- ✓ Υπάρχει σημαντική γεωγραφική απόσταση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης στην τουριστική αγορά. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, οι δυνητικοί αγοραστές να βρίσκονται σε οποιοδήποτε γεωγραφικό μήκος και πλάτος, πράγμα το οποίο επιβάλλει τις συναλλαγές να πραγματοποιούνται σε διαφορετικές αντίστοιχες ώρες. Συνεπώς, ο συγχρονισμός και η επικοινωνία της προσφοράς με την διεθνοποιημένη τουριστική ζήτηση είναι δύσκολοι, δαπανηροί αλλά και αναγκαίοι παράμετροι επιβίωσης και ανταγωνισμού.
- ✓ Το Τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα άρρηκτο μίγμα ποικίλων άυλων υπηρεσιών και υλικών προϊόντων, όπως είναι η φιλοξενία, η διατροφή, η διασκέδαση, οι μεταφορές, και η αγορά καταναλωτικών αγαθών.

Κατά συνέπεια, οι τουρίστες δεν μπορούν εύκολα να δουν και να αξιολογήσουν το τι θα βιώσουν στον προορισμό πριν το αγοράσουν και μεταβούν στον προορισμό ή επιχείρηση.



- ✓ Η παροχή πολυμεσικών πληροφοριών και εικονικής πραγματικότητας μπορεί αντίστοιχα να διευκολύνει την διαδικασία επιλογής και απόφασης του τουρίστα, αλλά και να προβάλλει καλύτερα το προϊόν - υπηρεσία ενός προορισμού ή μιας τουριστικής επιχείρησης.
- ✓ Η αποδοτική κάθετη και οριζόντια συνεργασία, ο συντονισμός και η επικοινωνία μεταξύ όλων των τουριστικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για την προσφορά ενός ολοκληρωμένου ποιοτικού τουριστικού προϊόντος σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού (για παράδειγμα πριν την άφιξη του πελάτη – πληροφόρηση στην χώρα προέλευσης, μεταφορά και άφιξη του πελάτη, παραμονή και μετακίνηση στον προορισμό και επιστροφή του).
- ✓ Η διάρκεια ζωής του τουριστικού προϊόντος είναι περιορισμένη και το προϊόν-υπηρεσία δεν αποθηκεύεται. Ένα κενό δωμάτιο ή αεροπορική θέση αποτελεί μια ευκαιρία πώλησης, η οποία απαξιώνεται ταχύτατα στην περίπτωση εκείνη κατά την οποία η πώληση δεν πραγματοποιηθεί έγκαιρα. (Αρχή της αμεταθετότητας)

Σε μια τέτοια περίπτωση, μια μη αξιοποιημένη διαθεσιμότητα χάνεται για πάντα και δεν μπορεί να πωληθεί στο μέλλον. Αντίστοιχα, τα συστήματα κρατήσεων, τα κανάλια διανομής και τα συστήματα yield management αξιοποιούνται από όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις για την ταυτόχρονη βελτιστοποίηση της πληρότητας τους (αξιοποίηση δυναμικότητας – inventory) και τη διάθεση τιμής (price management).

- ✓ Η πληροφορία αποτελεί την ζωτική πηγή του τουρισμού και η άμεση παροχή έγκαιρης, χρήσιμης, ποιοτικής και κατάλληλης πληροφορίας την κατάλληλη στιγμή, στον κατάλληλο αγοραστή και με τον καταλληλότερο τρόπο, αποτελεί ένα στοιχείο που μπορεί να διαφοροποιήσει και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών.

Πρακτικά, αξίζει να αναφερθεί, ότι η ομαλή και αποδοτική λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί μια έγκυρη ενημέρωση αναφορικά με την ύπαρξη και τη διαθεσιμότητα των τουριστικών προϊόντων, καθώς επίσης και με το συγχρονισμό της προσφοράς και της ζήτησης.

Κατά συνέπεια, απαιτείται ένας αποδοτικός μηχανισμός ανταλλαγής πληροφοριών και οικονομικών μέσων στην τουριστική οικονομία, πράγμα το οποίο έχει σαν αποτέλεσμα το ηλεκτρονικό εμπόριο να αποτελεί βασική αναγκαιότητα. Από την άλλη πλευρά, η ευρεία υιοθέτηση και διάχυση του Internet σε παγκόσμιο επίπεδο (και πρόσφατα του WAP στην κινητή τηλεφωνία) έδωσε μια ακόμα μεγαλύτερη ώθηση στην εφαρμογή και εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου στον τουριστικό κλάδο.

Ταυτόχρονα, η αποδοτική διαχείριση των λειτουργιών των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών απαιτεί την συλλογή, επεξεργασία, ανάλυση, διάχυση και αξιοποίηση πλήθους πληροφοριών για την λήψη σωστών και έγκαιρων αποφάσεων και έτσι η ύπαρξη ενός πληροφορικού συστήματος διαχείρισης πληροφοριών και γνώσης καθίσταται αναγκαία. (πηγή:<http://www.ebusinessforum.gr/>)

#### **1.4. Παραδείγματα εφαρμογών ΤΠΕ στον τουρισμό**

Ο τουρισμός λόγω των χαρακτηριστικών του είναι άμεσα συνδεδεμένος με τη χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ). Συγκεκριμένα λόγω της γεωγραφικής απόστασης των πελατών με τον τουριστικό προορισμό απαιτείται η χρήση ΤΠΕ για την εύκολη διεκπεραίωση των συναλλαγών.

Μέσω των ΤΠΕ ο πελάτης τουρίστας μπορεί να διευκολυνθεί στη διαδικασία επιλογής προορισμού, στη σύγκριση τιμών, στη διευθέτηση των οικονομικών του συναλλαγών (κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων, δωματίων). Η χρήση του διαδικτύου και οι επερχόμενες δράσεις μέσω ΤΠΕ έρχονται να αλλάξουν ριζικά τον τουριστικό τομέα.

Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε επιγραμματικά σε κάποια παραδείγματα εφαρμογών των ΤΠΕ στον τουρισμό. Τέτοια παραδείγματα είναι τα ακόλουθα:

- ✓ m-tourism (mobile tourism)
- ✓ e-CRM (Customer Relationship Management)
- ✓ e-Banking
- ✓ e-Ticketing
- ✓ e-Learning
- ✓ mobile commerce
- ✓ e-Commerce (χρήση e-shop και κρυπτογραφημένων εντολών για τη διεκπεραίωση ασφαλών συναλλαγών μέσω internet)
- ✓ Geographical Information Systems (GIS)
- ✓ Geographical Positioning Systems (GPS)
- ✓ Radio Frequency Identification (RFID)
- ✓ e-Marketing (περιλαμβάνει Search Engine Optimization /SEO – με 3 βαθμίδες ασφάλειας white/gray/black hat ,viral marketing, blog/vlog, RSS, podcast, e-mails ,banners, e-cards ..)
- ✓ Application Service Providers (ASP)
- ✓ Voice over Internet Protocol (VoIP)
- ✓ Self-service kiosks
- ✓ Knowledge management systems
- ✓ Enterprise resource Planning (ERP -πλέον ERP II )
- ✓ e-Recruitment
- ✓ Video on Demand (VOD) κ.α

Οι ιδιότητες του τουριστικού προϊόντος αναπόφευκτα δεσμεύουν και ταυτόχρονα ωθούν τις τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς να αναζητούν κάθε εργαλείο, μέσο, πρακτική, ευκαιρία ή τεχνική ώστε να είναι σε θέση να διαθέσουν και να διαχειριστούν αποδοτικά το δυναμικό τους σε υποδομές, ανθρώπινους και τεχνολογικούς πόρους.

Παρ'όλα αυτά, επιβάλλεται η χρήση δικτύων για την πανταχού εξατομικευμένη υποστήριξη και αδιάλειπτη χρήση των επικοινωνιών και των συναλλαγών μεταξύ

ενός τουριστικού οργανισμού και των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών για την παροχή αξίας πάνω και πέρα από εκείνες της παραδοσιακής τουριστικής αγοράς

Επίσης, οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών, όπως οι παραπάνω προσφέρουν πολλαπλά οφέλη και έλεγχο μετρήσιμων αποτελεσμάτων στα πεδία εμπέδωσης, προώθησης και δημιουργίας brand name, θετικής καταναλωτικής συμπεριφοράς, διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου, διευκόλυνσης των κρατήσεων, εξοικονόμησης χρόνου, εξεύρεσης και πρόσληψης κατάλληλου προσωπικού, διαχείρισης της επιχείρησης, μεγιστοποίησης της προβολής, συμπίεσης του κόστους, ταχύτητας / ποιότητας επικοινωνιών κ.α.

Επιπλέον, ένα αναπόσπαστο κομμάτι και μια αναγκαία συνθήκη για την απρόσκοπτη διεξαγωγή των συναλλαγών μεταξύ ενός τουριστικού οργανισμού και των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών είναι η χρήση δικτύων, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η συνεχής χρήση των ΤΠΕ και να προσφέρεται μια εξατομικευμένη υποστήριξη. Βασικός παράγοντας για την εύρυθμη λειτουργία των παραπάνω είναι ο ολοκληρωμένος στρατηγικός σχεδιασμός, ο οποίος θα πρέπει να καθορίζεται και να αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τους επιδιωκόμενους κάθε φορά στόχους.



### *Μοντέλο ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ERP*

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε πιο συγκεκριμένα, στις κυριότερες εφαρμογές, που έχουν κάνει έντονη την εμφάνισή τους τα τελευταία χρόνια και σχετίζονται με τις ΤΠΕ στην τουριστική βιομηχανία.

#### **1.4.1 Τα Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών**

Η ολοκληρωμένη ηλεκτρονική διαχείριση προορισμού μέσω του διαδικτύου αφορά στη δυνατότητα που παρέχουν ορισμένες διαδικτυακές τουριστικές πύλες, συνήθως εθνικών τουριστικών οργανισμών (Destination Management Organization - DMO), για πλήρη οργάνωση μίας επίσκεψης από το χρήστη, με online κρατήσεις σε όλα τα στάδιά της.

Αυτές οι τουριστικές πύλες προσφέρουν δυναμικά τουριστικά πακέτα, κάτι το οποίο απαιτεί πλέον ο σύγχρονος ταξιδιώτης, ο οποίος μπορεί να σχεδιάσει με λεπτομέρεια μόνος του το ταξίδι του (διαμονή, μεταφορικά μέσα, επισκέψεις σε μουσεία,

εισιτήρια σε θέατρα κ.α.), με απόλυτα εξατομικευμένο τρόπο, ώστε να ταιριάζει το ταξίδι ακριβώς στις απαιτήσεις του. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

#### **1.4.2 Η χρήση σύγχρονων μεθόδων Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ**

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ εναρμονίζεται με την εξατομικευμένη εξυπηρέτηση και στοχεύει στην προσέλκυση ενός ικανού μεριδίου μεμονωμένων τουριστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αναζήτηση ή για διαχείριση του τελικού προορισμού. Από την πλευρά των επιχειρήσεων αποτελεί στρατηγική επιλογή και βασικό εργαλείο για την οργάνωση των προωθητικών δράσεων των τουριστικών επιχειρήσεων.

Στις μεθόδους e-marketing ανήκουν ακόμα και μερικές πολύ απλές μέθοδοι, οι οποίες αυξάνουν τη φιλικότητα μίας τουριστικής ιστοσελίδας, όπως είναι για παράδειγμα η αυτόματη αναγνώριση της χώρας προέλευσης του επισκέπτη και η εμφάνιση μηνύματος καλωσορίσματος στη γλώσσα του. Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσονται και οι τεχνικές βελτιστοποίησης της θέσης τουριστικών ιστοτόπων στις μηχανές αναζήτησης (search engine optimization) και οι καταχωρίσεις σε μηχανές αναζήτησης (sponsored links).

Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως η καλή θέση ενός τουριστικού ιστοτόπου σε μηχανές όπως η Google, το Yahoo, κ.α. είναι σήμερα η βασική αρχή για την επιτυχημένη προβολή και προώθηση ενός τουριστικού προορισμού, η δε αύξηση της επισκεψιμότητας κατά λίγες ποσοστιαίες μονάδες επιφέρει μεγάλο οικονομικό όφελος.

Τέλος, στην αιχμή του e-marketing εντοπίζονται διάφορες προωθητικές ενέργειες που χρησιμοποιούν πρωτότυπες και θελκτικές μεθόδους προώθησης με καλοσχεδιασμένα e-mails, banners, egames και e-cards που φτάνουν στο δυνητικό πελάτη – χρήστη του διαδικτύου για την εύρεση τουριστικού προορισμού. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

### 1.4.3 Η Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας

Η ηλεκτρονική διαχείριση σχέσεων πελατείας (e-CRM) αποτελεί στην ουσία μια μεταφορά του συστήματος Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας (Customer Relationship Management – CRM) στο διαδίκτυο. Στην ηλεκτρονική διαχείριση σχέσεων πελατών εντάσσονται η εξατομικευμένη ηλεκτρονική επικοινωνία, εφαρμογές όπως είναι οι ηλεκτρονικές προσφορές, οι οποίες προσαρμόζονται στις απαιτήσεις του επισκέπτη, οι προσωπικοί χώροι σε τουριστικές διαδικτυακές πύλες και οι φόρμες αξιολόγησης της διαμονής μετά την επίσκεψη.

Οι εφαρμογές αυτές συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των επιχειρήσεων και των φορέων προώθησης τουριστικών υπηρεσιών προσδίδοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Εφαρμογή της ηλεκτρονικής διαχείρισης σχέσεων πελατείας είναι και η προσφορά δυναμικών πακέτων (dynamic packaging). Η στροφή στην εξατομικευμένη εξυπηρέτηση με μεθόδους e-CRM δεν προϋποθέτει αυστηρά την ύπαρξη υποδομών ολοκληρωμένης διαχείρισης προορισμού, αν και είναι πολύ πιο αποτελεσματική όταν υπάρχουν τέτοιες τύπου υποδομές.

Πολλές χώρες βασίζονται σε ολοκληρωμένα συστήματα CRM για την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που από τη φύση τους απαιτούν ιδιαίτερη προβολή και στόχευση. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

### 1.4.4 Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0

Οι μέθοδοι ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στον τουρισμό, υποστηρίζονται όχι μόνο από τις προαναφερθείσες εφαρμογές e-CRM αλλά και τα νέα μέσα και τρόπους επικοινωνίας όπως οι τεχνολογίες και εφαρμογές Web 2.0.

Πρόκειται για εργαλεία μαζικής συνεργασίας, που επιτρέπουν στους χρήστες του διαδικτύου να συμμετέχουν ενεργά ταυτόχρονα, και να συνεργάζονται άμεσα με άλλους χρήστες για την παραγωγή, άντληση και τη μετάδοση πληροφοριών και γνώσης μέσω του διαδικτύου.

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- ✓ Τα on-line περιοδικά και προσωπικά ημερολόγια Blogs
- ✓ Οι διαδικτυακοί τόποι κοινωνικής και συνεργατικής διαδικτύωσης (Social – Collaborative Networking)
- ✓ Οι διαδικτυακοί τόποι Podcasting και Online Videos
- ✓ Η τεχνολογία Tagging για τη σήμανση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών
- ✓ Η τεχνολογία Mash – ups για το συνδυασμό διαφορετικών πηγών περιεχομένου ή και λογισμικού
- ✓ Οι τεχνολογίες Wikis που επιτρέπουν στους χρήστες να συντάξουν περιεχόμενο από κοινού.
- ✓ Η τεχνολογία RSS (Really Simple Syndication) για την άμεση αποστολή πληροφοριών σε μια ιστοσελίδα
- ✓ Ο τεχνολογικός συνδυασμός AJAX (Asynchronous JavaScript And XML) για τη δημιουργία καλύτερων, ταχύτερων και πιο φιλικών διαδικτυακών εφαρμογών.

Είναι επόμενο, πως ο παγκόσμιος κλάδος του τουρισμού θα δίνει τα επόμενα χρόνια ολοένα και μεγαλύτερη έμφαση στο Web 2.0, λόγω της ιδιαίτερα σημαντικής επίδρασης, την οποία ασκούν τα νέα συνεργατικά μοντέλα διαδικτυακής επικοινωνίας στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, καθώς οι σημερινοί χρήστες του διαδικτύου και οι ταξιδιώτες επιζητούν τη δημιουργία και διανομή του δικού τους πλέον περιεχομένου, μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών που αυτοί επιθυμούν.

Οι τεχνολογίες του Web 2.0 επιτρέπουν στους χρήστες του διαδικτύου να γίνουν οι ίδιοι παραγωγοί, σχεδιαστές, πάροχοι και διανομείς τουριστικών υπηρεσιών καθώς επίσης και να καταστούν οι ενδιάμεσοι επιχειρηματικοί παίκτες των νέων προτύπων ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι επιχειρηματικές επιπτώσεις, αλλά και οι ευκαιρίες που δημιουργούνται για τον τουριστικό κλάδο θεωρούνται πολύ σημαντικές. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)



#### **1.4.5 Η χρήση προηγμένων τεχνολογιών πολυμέσων, ψηφιακών χαρτών και εικονικής πραγματικότητας για την ανάδειξη τουριστικών προορισμών**

Στο παραπάνω πλαίσιο εντάσσονται επίσης και τα πολυμέσα (multimedia), οι ψηφιακοί χάρτες (digital maps) και οι τεχνικές εικονικής πραγματικότητας (virtual reality techniques), που χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο σε τουριστικές γεωγραφικές διαδικτυακές πύλες (geoportals) για την ανάδειξη προορισμών σε συνδυασμό με άλλες εφαρμογές, όπως τεχνολογίες κινητής πλατφόρμας και ηλεκτρονικής διαχείρισης προορισμού.

Η χρήση πολυμέσων στον τουρισμό έχει στόχο την παροχή πληρέστερης ενημέρωσης με ποικιλία τρόπων και συναντάται σε κάθε επίπεδο, από τους εθνικούς τουριστικούς φορείς μέχρι τουριστικές επιχειρήσεις.

Η τρισδιάστατη απεικόνιση, τα βίντεο, η χρήση ήχου και τα ηλεκτρονικά βιβλία επιστρατεύονται για προβάλλουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τουριστικούς προορισμούς.

Οι δυναμικοί ψηφιακοί χάρτες χρησιμοποιούνται ιδιαίτερα ως μέρος ή συνδυαστικά με άλλες τεχνολογικές τάσεις που αναφέρθηκαν, όπως η ολοκληρωμένη ηλεκτρονική διαχείριση προορισμού και οι εφαρμογές m-tourism.

Οι τεχνικές εικονικής πραγματικότητας έχουν ενδιαφέρουσες εφαρμογές στον πολιτισμικό τουρισμό (π.χ. εικονικές περιηγήσεις σε μουσεία και σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος) αλλά και τον τουρισμό γνωριμίας με τη φύση. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

#### **1.4.6 χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό (m-tourism)**

Η χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό (m-tourism) συνιστά μια από τις σημαντικότερες τεχνολογικές εξελίξεις στον τουρισμό και βασικό παράδειγμα εξατομικευμένης υπηρεσίας.

Οι εφαρμογές m-tourism χρησιμοποιούνται κυρίως στην προώθηση και διαχείριση μορφών εναλλακτικού τουρισμού και συγκεκριμένα του οικολογικού τουρισμού (περιηγήσεις σε φυσικά πάρκα, ποδηλατικές διαδρομές, ορειβασία) καθώς και στην περιήγηση σε πόλεις με τη μορφή φορητού ξεναγού.

Στις εφαρμογές κινητής πλατφόρμας είναι έντονη η παρουσία πολυμέσων και γεωγραφικά προσαρμοσμένων υπηρεσιών. Εφαρμογές όπως οι φορητοί ξεναγοί με δυνατότητες αποθήκευσης δεδομένων, προγραμματισμού, γεωγραφικού εντοπισμού καθώς και βέλτιστου συνδυασμού και χρονοπρογραμματισμού επισκέψεων παρέχουν τη δυνατότητα οργάνωσης και βελτιστοποίησης των περιηγήσεων σε πόλεις ή μουσεία και αξιοθέατα.

Ο συνδυασμός προβολής περιεχομένου με πολυμέσα, εντοπισμό θέσης GPS και υπηρεσίες θέσης (location-based services) προσφέρει νέες δυνατότητες στη διάρκεια της επίσκεψης. Οι εφαρμογές m-tourism χρησιμοποιούνται για την επιμήκυνση της παραμονής του επισκέπτη σε μία περιοχή ή χώρα. Τα οφέλη είναι πολύ σημαντικά, ιδίως για προορισμούς που συνδυάζουν πολλά σημεία ενδιαφέροντος σε κοντινές αποστάσεις. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

#### **1.4.7 Τα «έξυπνα» συστήματα μέτρησης – ανάλυσης δεδομένων στον τουρισμό**

Οι τεχνικές εξόρυξης δεδομένων (data mining) και επιχειρηματικής ευφυΐας (business intelligence) αποτελούν βασικά εργαλεία για τις επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να αναπτύξουν συστήματα αναζήτησης χρήσιμων σχέσεων στα δεδομένα που συλλέγουν για λόγους διαχείρισης σχέσεων πελατείας και που στοχεύουν στο εστιασμένο μάρκετινγκ.

Τα συστήματα αυτά επιτρέπουν τη συστηματοποίηση και αξιοποίηση των στοιχείων που προκύπτουν από έρευνες αγοράς, μελέτες και από την ανάλυση των αποτελεσμάτων από διαφημιστικές εκστρατείες. Τα στοιχεία που αναζητούνται με τις εφαρμογές μεθόδων data mining και business intelligence αφορούν πρωτίστως τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος ανάλογα με το προφίλ των καταναλωτών (τμηματοποίηση πελατείας) και προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων και φορέων, με άλλα λόγια τους καταναλωτές – τουρίστες.

Μπορεί όμως ακόμα να αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον των εμπλεκομένων που αναζητούν βελτιστοποίηση της αξιοποίησης των πόρων τους, συμπίεση του κόστους και βελτίωση της απόδοσής τους.

Στην πρώτη περίπτωση η επιχείρηση συλλέγει και αξιοποιεί δεδομένα, μοντελοποιεί τη συμπεριφορά των καταναλωτών και καταλήγει σε τμήματα αγορών που έχει όφελος να στοχεύσει (target groups).

Στην περίπτωση του εσωτερικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων, στόχος είναι η βελτίωση της απόδοσης και τα δεδομένα απορρέουν από την καθημερινή λειτουργία και εισροή πληροφόρησης στον οργανισμό. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

#### **1.4.8 Η χρήση μεθόδων ΤΠΕ για την προσβασιμότητα τουριστικών ιστοτόπων από ομάδες ΑμΕΑ και ηλικιωμένων**

Μια από τις σύγχρονες τάσεις στην τεχνολογική εξέλιξη είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών και απαιτήσεων των Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (ΑμΕΑ) και των ηλικιωμένων, που μέχρι πρόσφατα αποτελούσαν μειονότητες στη χρήση του διαδικτύου.

Πλέον, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις και φορείς λαμβάνουν υπ' όψιν τους κατά το σχεδιασμό των ιστοσελίδων και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών τους την προώθηση των προϊόντων τους σε ΑμΕΑ και ηλικιωμένους.

Ειδικότερα για τον τουριστικό κλάδο, οι επιχειρήσεις αλλά και οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού προσαρμόζοντας τις ιστοσελίδες τους, αλλά και τις εφαρμογές ΤΠΕ, όπως οι παραπάνω και καθιστώντας τες προσβάσιμες σε ΑμΕΑ και ηλικιωμένους, αποκτούν ένα σημαντικό μερίδιο στην τουριστική ζήτηση. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2009)

## Κεφάλαιο 2: Το Διεθνές Περιβάλλον και η θέση της Ελλάδος

### 2.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει αναφορά στον δείκτη **TTCI**, ο οποίος αποτελεί μια έκθεση αξιολόγησης της τουριστικής ανταγωνιστικότητας χωρών, αναφερόμενη στους βασικούς πυλώνες της, ενώ στη συνέχεια θα γίνει μια αναφορά με το που βρίσκεται η Ελλάδα με βάση τα τελευταία στοιχεία, ενώ γίνεται ειδική μνεία για την διείσδυση των ΤΠΕ στην Ελλάδα.

### 2.2 Ο κατάλογος TTCI

Η σημασία του τουριστικού τομέα οδήγησε και στη δημιουργία ενός ξεχωριστού Δείκτη και μιας σημαντικής Έκθεσης που εκπονείται κάθε χρόνο από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) και έχει ήδη λάβει μεγάλη δημοσιότητα.

Από το 2007 και έπειτα το Φόρουμ εκδίδει και υπολογίζει τον Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI), ενώ προοδευτικά από 124 το 2007, ο αριθμός των αξιολογούμενων χωρών το 2013 έφτασε τις 140.

Η ανάλυση του Δείκτη εξυπηρετεί ουσιαστικά δύο σκοπούς: Κατ'αρχάς παρέχει στους ενδιαφερόμενους χρήσιμες συγκριτικές πληροφορίες για πολλές οικονομίες και ένα σημαντικό εργαλείο αξιολόγησης στις επιχειρήσεις και τους επενδυτές.

Δεύτερον, η ανάλυση παρέχει μια ευκαιρία για τον κλάδο να προβάλει στους εθνικούς σχεδιαστές πολιτικής τα εμπόδια στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου και να δώσει λαβή για την έναρξη διαλόγου μεταξύ του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

Ο Δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας - TTCI είναι βασισμένος σε τρεις κατηγορίες μεταβλητών. Αυτές οι κατηγορίες συνοψίζονται ως εξής:

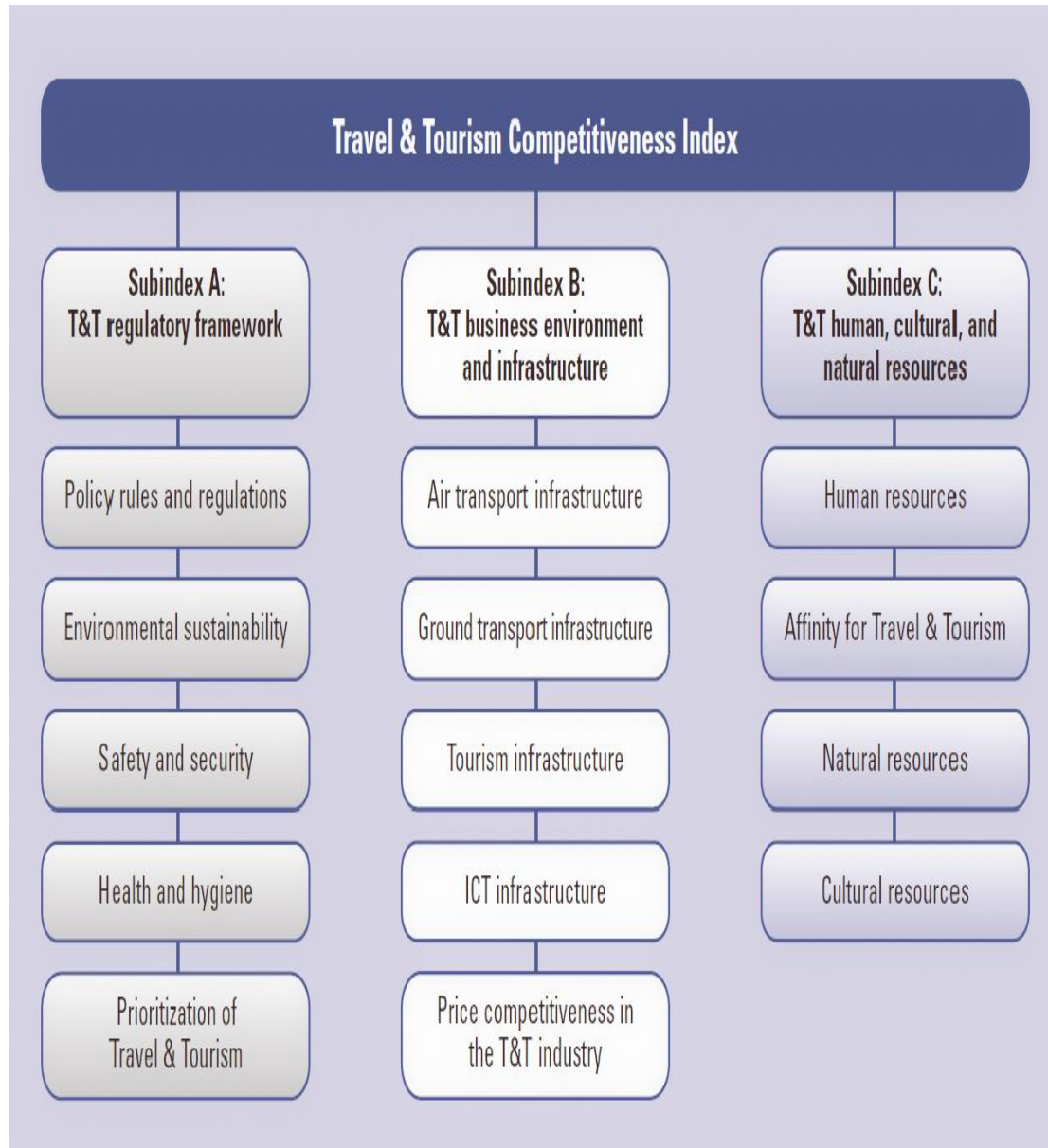
- (1) Ρυθμιστικό πλαίσιο
- (2) Επιχειρηματικό περιβάλλον και υποδομές
- (3) Ανθρώπινοι, πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει εκείνα τα στοιχεία που σχετίζονται κυρίως με την κυβερνητική πολιτική, η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα στοιχεία του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των υποδομών κάθε οικονομίας, ενώ η τρίτη κατηγορία τους ανθρώπινους, πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους κάθε χώρας.

Οι τρεις κατηγορίες στηρίζονται σε 14 Πυλώνες Δεικτών, οι οποίοι είναι οι εξής:  
Νόμοι και κανονισμοί

- 1) Περιβαλλοντική αειφορία
- 2) Ασφάλεια
- 3) Υγεία και υγιεινή
- 4) Βαθμός προτεραιότητας στον κλάδο
- 5) Υποδομές αεροπορικών μεταφορών
- 6) Υποδομές επίγειων μεταφορών
- 7) Υποδομές τουρισμού
- 8) Υποδομές Τεχνολογιών και Πληροφορικής
- 9) Ανταγωνιστικότητα τιμών στον κλάδο
- 10) Ανθρώπινο δυναμικό
- 11) Στάση της κοινωνίας απέναντι στον τουρισμό
- 12) Φυσικοί πόροι
- 13) Πολιτιστικοί πόροι

Αναλυτικά η δομή του δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας φαίνεται στο παρακάτω Γράφημα:



(Παρατηρητήριο Ρεθύμνης, 2009)

Επίσης, αξίζει να αναφερθεί η αυτοτελής ύπαρξη του πυλώνα 9 για την βαθμολόγηση των χωρών ως προς τις επιδόσεις τους σε υποδομές ΤΠΕ, προς ανάδειξη της σημασίας τους για την τουριστική ανταγωνιστικότητα.

## 2.3 Η θέση της Ελλάδος σύμφωνα με την έκθεση TTCI

Πιο συγκεκριμένα, με βάση την έκθεση TTCI του έτους 2010 μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής αναφορικά με την κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα κατατάσσεται 21η στην Ευρώπη και 29η συνολικά, κατά πέντε θέσεις χαμηλότερα από την τελευταία εκτίμηση. Η χώρα ωφελείται από τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους (κατετάγη 25η), την άριστη υγεία και υγιεινή (κατετάγη 20η συνολικά) και από μία κορυφαία τουριστική υποδομή (5η).

Περαιτέρω, υπάρχει μια ισχυρή εθνική συνάφεια προς τον τουρισμό σε σύγκριση με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένης και μιας γενικά ανοικτής και θετικής στάσης απέναντι στους τουρίστες (26η).

Η πτώση, στην κατάταξη μπορεί να αποδοθεί σε παράγοντες όπως ένα πιο αδύναμο περιβάλλον πολιτικής, αυξημένες ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια και την προστασία, καθώς και μία χαμηλότερη ιεράρχηση του Τουρισμού μέσα στην χώρα (μάλλον δεν προκαλεί έκπληξη δεδομένων των πρόσφατων πιο γενικών οικονομικών περιπετειών της χώρας).

Επιπλέον, η έκθεση TTCI για το έτος 2013 είναι αφιερωμένη στην ευεργετική επίδραση των ΤΠΕ (ICT στα Αγγλικά) στην οικονομία, στην απασχόληση και στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου παγκοσμίως. Τα επόμενα χρόνια αναμένεται η δημιουργία 64ων εκατομμυρίων θέσεων εργασίας σε όλο τον κόσμο εξαιτίας της χρήσης των ΤΠΕ και της εξάπλωσης των κινητών υπηρεσιών.

Δεδομένων των παραπάνω, θα εξετάσουμε την θέση της χώρας μας αναλύοντας τα στοιχεία.

Πιο συγκεκριμένα, η θέση της Ελλάδας στον γενικό δείκτη TTCI διαχρονικά :

Έτος	Θέση	Μεταβολή
2007	24η	-
2008	22η	↑
2009	24η	↓
2011	29η	↓
2013	32η	↓

Ακολουθούν οι επιδόσεις της Ελλάδας στους πυλώνες 1, 5, 8, 9 και ενός επιμέρους δείκτη του πυλώνα 2, ανάλογα με τη θέση που κατέλαβε η χώρα.

Με μπλε χρώμα σημειώνονται θέσεις υψηλής και με κόκκινο θέσεις χαμηλής βαθμολογίας. Αριστερά βρίσκονται τα στοιχεία της έκθεσης για το έτος 2011 και δεξιά τα στοιχεία για το έτος 2013.

### **1ος πυλώνας: Κανόνες πολιτικής και ρυθμιστικές διατάξεις**

1.01 Προφάνεια ξένης ιδιοκτησίας .....	79 → 90
1.02 Δικαιώματα ιδιοκτησίας .....	53 → 71
1.03 Επίδραση των κανόνων FDI (άμεσων ξένων επενδύσεων) στις επιχειρήσεις .....	<b>122 → 133</b>
1.04 Προϋποθέσεις έκδοσης visa*.....	42 → 58
1.05 Εξωστρέφεια διμερών συμφωνιών Air Service*.....	52 → 65
1.06 Διαφάνεια της κυβέρνησης στην δημιουργία πολιτικής....	<b>89 → 118</b>
1.07 Απαιτούμενος χρόνος έναρξης επιχείρησης* .....	73 → 53
1.08 Κόστος έναρξης επιχείρησης* .....	<b>97 → 100</b>
1.09 Δεσμεύσεις GATS*.....	62 → 65

### **2ος πυλώνας: Περιβαλλοντική αειφορία**

2.03 Αειφορία ανάπτυξης της βιομηχανίας Ταξιδιών και Τουρισμού ...	<b>90 → 106</b>
--	-----------------

### **5ος πυλώνας: Ιεράρχηση Ταξιδιών & Τουρισμού (T&T)**

5.01 Κυβερνητική ιεράρχηση της βιομηχανίας T&T .....	<b>28 → 54*</b>
5.02 Κυβερνητικές δαπάνες T&T* .....	<b>14 → 17</b>
5.03 Αποτελεσματικότητα marketing και branding.....	65 → <b>99</b>
5.04 Περιεκτικότητα ετήσιων δεδομένων T&T*.....	58 → 59

*\*(παραμονή στην 28η θέση στον 5ο πυλώνα, 54η στον δείκτη 5.01)*

### **8ος πυλώνας: Υποδομή Τουρισμού**

8.01 Δωμάτια ξενοδοχείων*.....	<b>4 → 3</b>
8.02 Παρουσία μείζονων εταιρειών ενοικιάσεων αυτοκινήτων*....	<b>1 → 1</b>



8.03 ATM δεχόμενα κάρτες Visa\*.....20 → 23

### 9ος πυλώνας: Υποδομή ΤΠΕ

9.01 / 9.02 Έκταση επιχειρηματικής χρήσης Internet .....100 → 90 (b 2 b) / 86

(b 2 c)\*

9.03 Χρήστες Internet .....50 → 51

9.04 Τηλεφωνικές γραμμές .....16 → 14

9.05 Συνδρομητές Broadband Internet ανά 100 κατοίκους.....36 → 33

9.06 Συνδρομητές Κινητής Τηλεφωνίας ανά 100 κατοίκους... – → 69

9.07 Συνδρομητές mobile Internet ανά 100 κατοίκους..... – → 28

(2013 World Economic Forum -TTCI Report 2011/2013)

\*(b2b = business to business , b2c = business to customer)

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτουν τα εξής:

- ✓ Η διείσδυση και χρήση του Internet στην χώρα βρίσκεται σε βασικό επίπεδο με 33 συνδέσεις broadband ανά 100 κατοίκους.
- ✓ Η επιχειρηματική χρήση του internet βρίσκεται σε πάρα πολύ χαμηλό επίπεδο σε αντιδιαστολή με τη συνολική. Παρατηρείται μικρή βελτίωση (περίπου 10%) μεταξύ των εκθέσεων.
- ✓ Ο Τουρισμός δεν ιεραρχείται πλέον υψηλά από την κυβέρνηση παρά την κρίση που πλήττει την χώρα, αλλά οι δαπάνες αυτής προς τον κλάδο παραμένουν υψηλές.
- ✓ Υπάρχει πολύ μεγάλο πρόβλημα αδιαφάνειας στον τρόπο δημιουργίας πολιτικής και ακόμα μεγαλύτερο πρόβλημα στην νομοθεσία σχετικά με τις άμεσες επενδύσεις.
- ✓ Η τουριστική υποδομή της χώρας βρίσκεται σε κορυφαίο επίπεδο. Συγκεκριμένα ο δείκτης εκφράζει την αναλογία ξενοδοχειακών κλινών ανά κάτοικο.
- ✓ Παρά τις υψηλές κυβερνητικές δαπάνες, η αποτελεσματικότητα marketing είναι πολύ προβληματική σε σχέση με το επίπεδο της τουριστικής υποδομής.
- ✓ Η τουριστική αιφορία βρίσκεται σε χαμηλό επίπεδο λόγω της μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Από την υψηλή θέση της χώρας στην τουριστική υποδομή (νοούμενη ως ύπαρξη τουριστικών μονάδων) και την αντίστοιχη αναποτελεσματικότητα marketing οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι τόσο από πλευράς ιδιωτικού τομέα όσο και από πλευράς Δημοσίου, η όποια προσπάθεια προώθησης στερείται συντονισμού, μέσω των αλλά και κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού ώστε μέσω της διαφήμισης να επιτευχθεί ανάλογο αποτέλεσμα.

Συνδυάζοντας αυτό το γεγονός με την ασθμαίνουσα χρήση ΤΠΕ προς αυτή την κατεύθυνση από τις ελληνικές επιχειρήσεις, αλλά και την χωλότητα του κράτους να εφαρμόσει τις αρχές της Κοινωνίας της Πληροφορίας εγκλωβισμένο σε δαιδαλώδεις δομές και διαδικασίες παρά την αρωγή της Ε.Ε (όπως θα δούμε παρακάτω), γίνονται καλύτερα αντιληπτοί οι βασικοί λόγοι για τους οποίους φαίνεται η χώρα να δυσκολεύεται να εκμεταλλευτεί τις αναπτυξιακές ευκαιρίες που αφειδώς προσφέρει η χρήση των ΤΠΕ. (2013 World Economic Forum -TTCI Report 2011/2013)

Τέλος αξίζει να αναφερθεί, ότι στον πυλώνα 2 TTCI 2013 ο οποίος σχετίζεται με το φυσικό περιβάλλον η Ελλάδα δεν καταλαμβάνει καμία θέση υψηλότερη της 73ης . Μοναδική εξαίρεση και παράδοξο αποτελεί ο δείκτης 2.07 “Επικύρωση περιβαλλοντικών συμφωνιών” όπου η χώρα καταλαμβάνει την 1η θέση.

Το γεγονός αυτό προκαλεί εντύπωση για έναν ακόμη λόγο: παρά τις κυβερνητικές εξαγγελίες χρόνων για την “ανάπτυξη πράσινης επιχειρηματικότητας” και την προστασία της Φύσης, η Ελλάδα δυστυχώς κάθε χρόνο πληρώνει πρόστιμα εκατομμυρίων ευρώ για παραβίαση συνθηκών τις οποίες η ίδια έχει υπογράψει χωρίς, να παρατηρείται καμία αλλαγή στην αντίστοιχη εσωτερική νομοθεσία αλλά ούτε δυστυχώς και συμμόρφωση. (2013 World Economic Forum - TTCI Report 2011/2013).

## **2.4 Η έκθεση G.I.T.R (Global Information Technology Report) και ο κατάλογος N.R.I (Networked Readiness Index)**

Η έκθεση **G.I.T.R (Global Information Technology Report)** η οποία συντάσσεται πάλι από το Παγκόσμιο Οικονομικό Forum (World Economic Forum- W.E.F.) και

στης οποίας στον πυρήνα βρίσκεται ο κατάλογος **N.R.I** (Networked Readiness Index - κατάλογος Δικτυακής Ετοιμότητας) εκδίδεται από το 2001 κάθε χρόνο και κατατάσσει τις οικονομίες 144ων χωρών με βάση «την ικανότητά τους να εκμεταλλεύονται τις προσφερόμενες ευκαιρίες από την ψηφιακή εποχή. Αυτή η ικανότητα καθορίζεται από την ποιότητα των νομοθετικών, επιχειρηματικών και καινοτομικών περιβαλλόντων, τον βαθμό ετοιμότητας/προετοιμασίας, την πραγματική χρήση των ICTs / ΤΠΕ, καθώς και τις κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις των ICTs / ΤΠΕ».

Ας δούμε ποιά είναι η θέση της Ελλάδας υπό το παραπάνω πρίσμα στους επιμέρους δείκτες:

✓ <u>Περιβάλλον</u>	(87)
-Πολιτικό και νομοθετικό.....	<b>103</b>
-Επιχειρήσεων και καινοτομίας.....	68
✓ <u>Ετοιμότητα</u> (47)	
-Υποδομή και ψηφιακό περιεχόμενο.....	46
-Προσιτότητα.....	73
-Προσόντα / ικανότητες.....	41
✓ <u>Χρήση</u>	(68)
-Ατομο.....	43
-Επιχείρηση.....	<b>107</b>
-Κυβέρνηση.....	<b>118</b>
✓ <u>Επίδραση</u>	(82)
-Οικονομική.....	80
-Κοινωνική.....	83

(πηγή:<http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#net>)

Τα δεδομένα δείχνουν ότι παρά την σχετική ετοιμότητα της χώρας ως προς τις ΤΠΕ αλλά και το αντίστοιχο επίπεδο χρήσης και ικανοτήτων σε ατομικό επίπεδο, μια διαφαινόμενη δυστοκία νομοθετικής, πολιτικής και επιχειρηματικής φύσεως καθυστερεί την ένταξη των ΤΠΕ στην λειτουργία του κράτους και των επιχειρήσεων,

εμποδίζοντας την χώρα και την οικονομία της να εκμεταλλευτεί την δυναμική της στην καινοτομία και τις τεχνολογίες.

Δεν προκαλεί καμία έκπληξη κατά συνέπεια, η επακόλουθη αναποτελεσματικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων, του κράτους αλλά και η πολύ μειωμένη ανταγωνιστικότητα ιδιωτικού και Δημόσιου τομέα σε σχέση με Ευρωπαϊκά και άλλα κράτη.

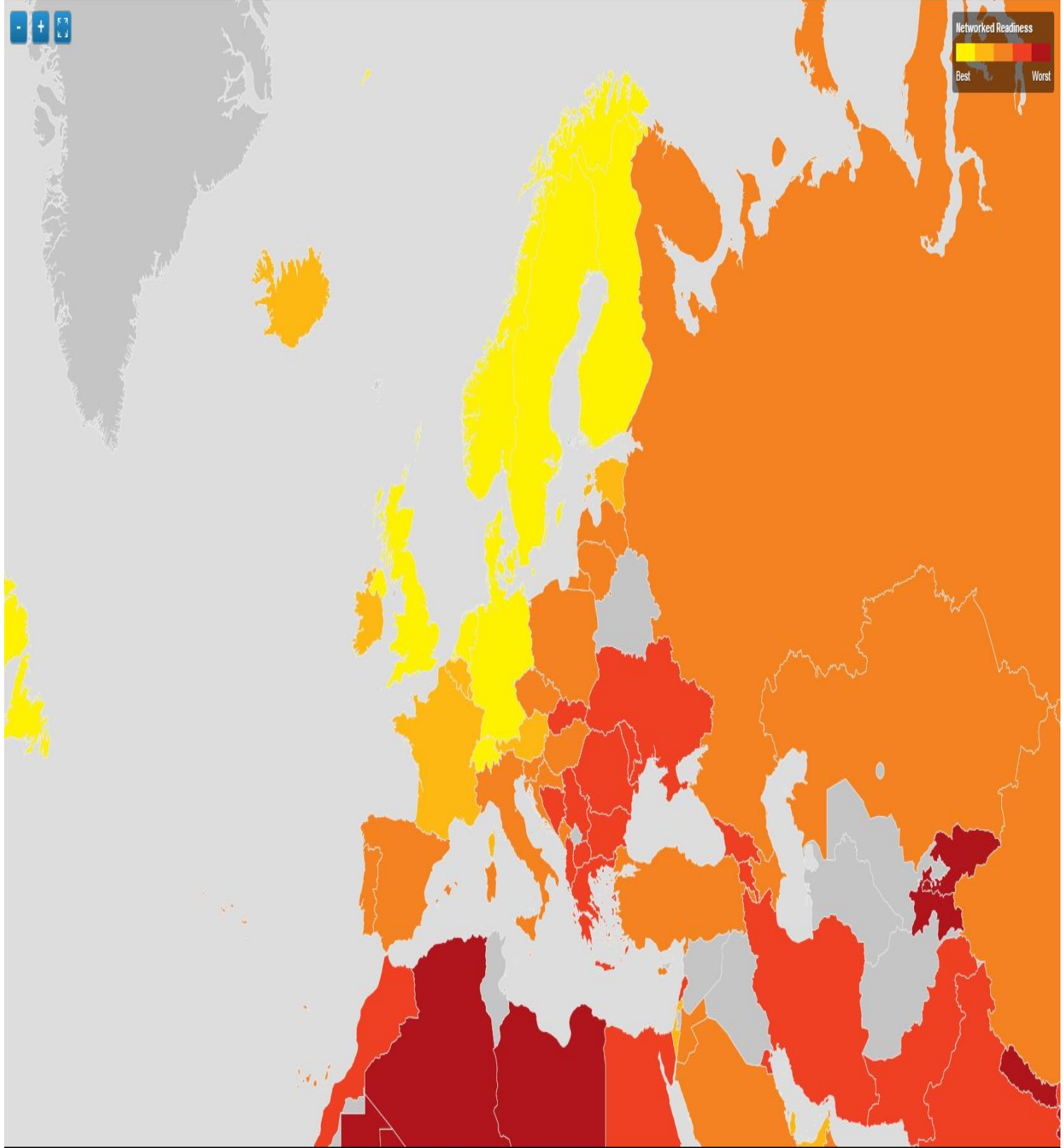
(πηγή:<http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#net>)

Η Ελλάδα στον κατάλογο **N.R.I** καταλαμβάνει την 64η θέση πίσω από όλες τις άμεσα ανταγωνιστικές χώρες όπως Τουρκία (45η), Ισπανία (38η), Γαλλία (26η), Μάλτα (28η), Ιταλία (50η), Κύπρος (35η), Πορτογαλία (33η), Ισραήλ (15ο) καθώς και από την Ισλανδία (17η) για την περίπτωση της οποίας θα γίνει λόγος στο τελευταίο κεφάλαιο.

Σε αυτό το σημείο θα παρατηρήσουμε ότι η οικονομική κρίση που δοκιμάζει αρκετές από τις παραπάνω χώρες είναι ασύνδετη με τις επιδόσεις των χωρών αυτών ως προς την δικτυακή τους ετοιμότητα.

Η Ελλάδα παρότι κατατάσσεται ως οικονομία στις ανεπτυγμένες χώρες, από τεχνολογικής απόψεως φαίνεται να ανήκει σε 2 γκρουπ χωρών της νότιας και ανατολικής Ευρώπης τα οποία περιλαμβάνουν χώρες των οποίων οι επιδόσεις αποκλίνουν πολύ από τις κορυφαίες αντίστοιχες των Σκανδιναβικών χωρών. Παρατηρείται δηλαδή ένας τεχνολογικός και γεωγραφικός διαχωρισμός μεταξύ βόρειας και νότιας Ευρώπης αλλά και δυτικής με την ανατολική όπως βλέπουμε και στον χάρτη που ακολουθεί :

(πηγή:<http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#net>)



Embed

Share Tweet Like 159k

Produced by the World Economic Forum

## Κεφάλαιο 3: Νομοθετικό πλαίσιο για τις ΤΠΕ στην Ελλάδα

### 3.1 Εισαγωγή

Αν ανατρέξουμε στο παρελθόν, θα διαπιστώσουμε, ότι οι ΤΠΕ και η χρήση τους δεν είναι κάτι νέο. Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών ουσιαστικά χρησιμοποιούνται εδώ και 30 χρόνια για την διασύνδεση υπηρεσιών και δομών του κράτους αλλά και των επιχειρήσεων παγκοσμίως. Μέσω των υπηρεσιών των Ηνωμένων Εθνών πληροφορούμαστε ότι συμφωνίες, πρότυπα νόμων, πράξεις νομοθετικού περιεχομένου και νόμοι άρχισαν να ψηφίζονται σχετικά με το θέμα μετά το έτος 1990.

Από το έτος 2000 όπου έλαβε χώρα η παγκόσμια σύσκεψη για την Κοινωνία της Πληροφορίας, σταδιακά, ένα πλήθος χωρών ψήφισε νόμους για το ηλεκτρονικό εμπόριο, την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων και την προσβασιμότητα Α.Μ.Ε.Α πολιτών στις υπηρεσίες και έγγραφα του κράτους .

Ποιοι λόγοι όμως οδήγησαν στην σύνταξη νόμων οι οποίοι να καθορίζουν την χρήση των ΤΠΕ ;

Συντάγματα , Διεθνείς Συμβάσεις - συμφωνίες καταρχάς, προστατεύουν τα θεμελιώδη Δικαιώματα και ελευθερίες του Ανθρώπου, απόρροια των οποίων είναι και κάποιες ειδικότερες μέριμνες για ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες . Κατά συνέπεια οι νόμοι ως ειδικότεροι ακολουθούν αναγκαστικά τις αρχές αυτές, εξειδικεύοντας την προστασία και την μέριμνα του νομοθέτη για όλους τους πολίτες ως προς το περιεχόμενό τους.

Πρωτοπόροι, αρωγοί και υπεύθυνοι για την διαμόρφωση των νομοθετικών προτύπων (παρά τη διαφορά φιλοσοφίας μεταξύ τους) υπήρξαν η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι Η.Π.Α. Ακολούθησε ένα πρώτο κύμα αμφισβήτησης κατά της δικαιοδοσίας Η.Π.Α και Ευρωπαϊκής Ένωσης το οποίο προκλήθηκε από την καθυστέρηση των οργάνων σε Η.Π.Α και Ε.Ε στην δημιουργία και επεξεργασία των νομικών προτύπων. Αυτό οδήγησε τις κυβερνήσεις των χωρών στο να εμπιστευτούν ιδιωτικές εταιρείες για τους ίδιους λόγους.

Ένα δεύτερο κύμα αμφισβήτησης περί δικαιοδοσίας και αξιοπιστίας αυτών των ιδιωτικών εταιρειών όμως φαίνεται να επαναφέρει σταδιακά τις αρμοδιότητες αυτές υπό κρατικό έλεγχο.

### 3.2 Ο νόμος Ν.3979 / 2011

Στην Ελλάδα ο σχετικός νόμος που προσδιορίζει τις ΤΠΕ και το καθεστώς που τις διέπει, **είναι** ο Ν.3979 / 2011 “περί ηλεκτρονικής διακυβέρνησης”, τεύχος πρώτο, αριθμός φύλλου 138 της 16ης Ιουνίου **2011** της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως.

Με το νόμο αυτό θεσπίζεται νέο θεσμικό πλαίσιο για την εφαρμογή και την προώθηση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σε όλο το εύρος του δημόσιου τομέα, συμπεριλαμβανομένων των Ο.Τ.Α αλλά και των Νομικών Προσώπων Ιδιωτικού Δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ) τα οποία ελέγχονται από το Κράτος.

Πιο συγκεκριμένα, ο νόμος αυτός ορίζει τα εξής:

«Ο νόμος για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση προδιαγράφει τις προϋποθέσεις για την υλοποίηση ενός πλαισίου για την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών με εμπλεκόμενους τους φορείς της Δημόσιας Διοίκησης, τους Πολίτες και τις Επιχειρήσεις».

Δηλαδή προδιαγράφει την αλληλεπίδραση με ηλεκτρονικά μέσα της Κυβέρνησης (government , g), των επιχειρήσεων (business, b) και των πολιτών (citizens, c). Συνοπτικά οι σχέσεις αυτές περιγράφονται και ως g2g, g2b, g2c.

Οι βασικοί στόχοι της εφαρμογής του Νόμου είναι:

- ✓ Η εξυπηρέτηση του πολίτη και της επιχείρησης μέσα από τη χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών και με την καθιέρωση της ηλεκτρονικής συναλλαγής σε κάθε δημόσιο φορέα.
- ✓ Η πλήρης αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών προκειμένου να περιοριστεί δραστικά η γραφειοκρατία.



- ✓ Η απλούστευση των διαδικασιών που θα επιφέρει δραστική μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων που υφίστανται πολίτες και επιχειρήσεις κατά τις συναλλαγές τους με φορείς του δημόσιου τομέα.
- ✓ Η μείωση εμφάνισης φαινομένων διαφθοράς και η εδραίωση σχέσης εμπιστοσύνης ανάμεσα σε πολίτες, επιχειρήσεις και φορείς του δημόσιου τομέα.
- ✓ Η Δημιουργία προϋποθέσεων ανάπτυξης.
- ✓ Η Βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων με ταυτόχρονη αύξηση της αποδοτικότητάς τους και η επίτευξη του τρίπτυχου ευελιξία, ταχύτητα, ποιότητα με ασφάλεια στην εσωτερική επικοινωνία και λειτουργία των φορέων.

Ο νόμος εισάγει κι οργανώνει το πλαίσιο για την έκδοση διοικητικών πράξεων, σύνταξη και τήρηση εγγράφων κάθε είδους καθώς και τη διακίνηση, διαβίβαση, κοινοποίηση και ανακοίνωση αυτών μεταξύ φορέων του δημόσιου τομέα ή μεταξύ αυτών και των φυσικών προσώπων και Ν.Π.Ι.Δ. με χρήση ΤΠΕ (άρθρο 12).

Στις παρακάτω υποενότητες αναφέρονται τα δύο σημαντικότερα άρθρα, τα οποία σχετίζονται με τον παραπάνω νόμο.

### 3.2.1 Ανοιχτή δημόσια διοίκηση

Η δράση της ηλεκτρονικής – ανοικτής δημόσιας διοίκησης βασίζεται στις αρχές της αξιολόγησης, της συνεργατικότητας και της λογοδοσίας. Στόχος της δράσης είναι η ποιοτική αναβάθμιση των δημόσιων υπηρεσιών μέσα από την αξιοποίηση των παρατηρήσεων των χρηστών, πολιτών και επιχειρήσεων, για την εμπειρία εξυπηρέτησης που αποκομίζουν από την καθημερινή τους επαφή με αυτές.

Η δράση υποστηρίζεται θεσμικά από το άρθρο 11 του ν.3979/2011 για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση.

Οι πολίτες μπορούν να συμμετέχουν με τους εξής τρόπους. Μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας [openpad.gov.gr](http://openpad.gov.gr) , μέσω των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ) και του 1500. Η επικοινωνία από τους πολίτες αφορά στην υποβολή θετικής ή αρνητικής εμπειρίας εξυπηρέτησης καθώς και ιδέας ή πρότασης για βελτίωση μιας παρεχόμενης υπηρεσίας. Τα πεδία που συμπληρώνονται είναι τα παρακάτω:

- ✓ E-mail
- ✓ Ιδιότητα (Δημόσιος Υπάλληλος, Ιδιώτης, Επιχείρηση).
- ✓ Όνομα-Επώνυμο - Δήμος (κατοικίας) στην περίπτωση επιθυμίας του ενδιαφερομένου για επώνυμη επικοινωνία, με δυνατότητα συμπλήρωσης, προαιρετικά, των πεδίων: Φύλο, Ηλικία, Εκπαίδευση. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα επιλογής ανώνυμης επικοινωνίας.
- ✓ Λόγος επικοινωνίας (θετική ή αρνητική εμπειρία εξυπηρέτησης, ιδέα για βελτίωση).
- ✓ Κατηγοριοποίηση του μηνύματος ανάλογα με την επιλογή στο πεδίο “Λόγος επικοινωνίας”.
- ✓ Ημερομηνία που αφορά το μήνυμα.
- ✓ Περιγραφή (περιεχόμενο μηνύματος).
- ✓ Υπουργείο και Υπηρεσία ή Φορέας του Υπουργείου που αφορά το μήνυμα. Έδρα της Υπηρεσίας.
- ✓ Επιθυμητός τρόπος ανταπόκρισης από την Υπηρεσία (e-mail, κινητό, έντυπη αλληλογραφία).

Η υποστήριξη της δράσης θα γίνει σε κάθε φορέα από τις αρμόδιες οικείες οργανικές μονάδες σχέσεων κράτους πολίτη. Οι σχετικές μονάδες ανά Υπουργείο έχουν τις εξής αρμοδιότητες :

- 1) Πρόσβαση στο κεντρικό σύστημα καταγραφής των μηνυμάτων και συγκεκριμένα στη σελίδα με τα μηνύματα που τις αφορούν.
- 2) Κατηγοριοποίηση και κωδικοποίηση της συνολικής πληροφορίας ώστε αυτή να καταστεί αξιοποιήσιμη.
- 3) Έλεγχος της καταλληλότητας των μηνυμάτων προκειμένου να επιτραπεί η ανάρτησή τους στο δικτυακό τόπο της Δράσης (moderation).
- 4) Αξιοποίηση των μηνυμάτων των πολιτών και/ή αποστολή απαντήσεων, σε συνεργασία με τις καθ' ύλην αρμόδιες Υπηρεσίες ή Διευθύνσεις του οικείου Φορέα.

5) Συντονισμός των εποπτευόμενων φορέων (ενεργοποίηση κωδικών / δευτέρου επιπέδου Υποστήριξη).

6) Σύνταξη τριμηνιαίας Έκθεσης Αναφοράς μετά από συνεργασία με τις αρμόδιες Υπηρεσίες τις οποίες αφορούν οι προτάσεις των πολιτών. Η Έκθεση Αναφοράς αναφέρεται στα μηνύματα των πολιτών του προηγούμενου κάθε φορά τριμήνου και περιλαμβάνει τις ενέργειες για τη λήψη διορθωτικών μέτρων που πρόκειται να αναλάβουν οι Φορείς ή τα σχετικά μέτρα που έχουν ήδη υιοθετηθεί.

Η σύνταξη της Έκθεσης Αναφοράς είναι αρμοδιότητα των Φορέων ή των υπηρεσιών που παρέχουν τις υπηρεσίες στις οποίες αναφέρεται ο πολίτης (owners των παρεχόμενων υπηρεσιών). (Νόμος 3979 / 2011)

### **3.2.2 Κοινή χρήση και αξιοποίηση υποδομών, ΤΠΕ και δεδομένων**

Η διάθεση και η δυνατότητα περαιτέρω χρήσης της δημόσιας πληροφορίας - μέσω καθορισμένων όρων και διαδικασιών – συμβάλει πολυδιάστατα, στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, και στην καλύτερη λειτουργία της δημόσιας διοίκησης, ιδίως μέσα από την:

- 1) Επίτευξη διαφάνειας και λογοδοσίας της δημόσιας διοίκησης έναντι των πολιτών
- 2) Βελτίωση του επιπέδου συμμετοχής των πολιτών στη δημόσια ζωή
- 3) Δημιουργία προϋποθέσεων για οικονομική ανάπτυξη
- 4) Ανάπτυξη υπηρεσιών ΤΠΕ προστιθέμενης αξίας

Τα ανοιχτά δημόσια δεδομένα χαρακτηρίζονται από την αντιπρόεδρο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, υπεύθυνη για το Ψηφιακό Θεματολόγιο, Neelie Kroes, ως το «πετρέλαιο της Ψηφιακής Εποχής».

Με βάση πρόσφατες σχετικές μελέτες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την περαιτέρω χρήση της δημόσιας πληροφορίας, προκύπτει πως η ελεύθερη διάθεση της δημόσιας πληροφορίας από τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ μπορεί να οδηγήσει σε άμεσα και έμμεσα οφέλη 140 δισεκατομμυρίων ευρώ σε ετήσια βάση, σε διπλασιασμό της

παραγωγικότητας της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και σε ενίσχυση της καινοτομίας και της έρευνας.

Οι άδειες με τις οποίες διατίθεται η δημόσια πληροφορία και τα προϊόντα λογισμικού του δημόσιου τομέα διέπονται από τις ακόλουθες αρχές:

α) απλή διατύπωση: οι όροι διάθεσης και περαιτέρω χρήσης διατυπώνονται με τρόπο απλό και κατανοητό ακόμη και για τον μη ειδικό. Όπου αυτό είναι δυνατό και πρόσφορο, γίνεται χρήση γραφικών αναπαραστάσεων των βασικών όρων των αδειών διάθεσης πληροφορίας

β) μη αποκλειστικότητα: η πρόσβαση και περαιτέρω χρήση της δημόσιας πληροφορίας από ένα σύνολο χρηστών γίνεται χωρίς διακρίσεις και με δίκαιους και μη αποκλειστικούς όρους.

γ) αναλογικότητα και αποφυγή διακρίσεων: αντίστοιχοι όροι χρησιμοποιούνται για την αδειοδότηση αντίστοιχων χρήσεων προς αντίστοιχες ομάδες χρηστών,

δ) αναφορά: ζητείται και γίνεται αναφορά στην πηγή της πληροφορίας

ε) διαφάνεια: Γίνεται χρήση δημόσιων τυποποιημένων αδειών και όπου αυτό δεν είναι εφικτό, οι όροι των αδειών είναι προτυποποιημένοι για το σύνολο του δημόσιου τομέα. Ο παροχέας της πληροφορίας ενημερώνει τους χρήστες της πληροφορίας για ενδεχόμενες αλλαγές στους όρους χρήσης.

στ) περαιτέρω διάθεση χωρίς περιορισμούς: η δημόσια πληροφορία παρέχεται με άδειες που επιτρέπουν την περαιτέρω διάθεση και χρήση χωρίς περιορισμούς πέραν της αναφοράς στην πηγή.

Κατά εξαίρεση μπορούν να προβλεφθούν περιορισμοί αν αυτό προβλέπεται από διάταξη νόμου, υπάρχουν δικαιώματα τρίτων επί της πληροφορίας ή υπάρχει ρητή και συγκεκριμένη αιτιολογία και οι περιορισμοί εξυπηρετούν τη δημόσια αποστολή της δημόσιας αρχής.

ζ) προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα: η δημόσια πληροφορία μπορεί να διατίθεται προς περαιτέρω χρήση με την επιφύλαξη των διατάξεων για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

Η πρόσβαση στα δημόσια έγγραφα είναι δυνατή είτε με μελέτη του εγγράφου είτε με χορήγηση αντιγράφου του με τη χρήση ΤΠΕ.

Η σχετική δαπάνη αναπαραγωγής βαρύνει τον αιτούντα σύμφωνα με τις οικείες διατάξεις. Με την επιφύλαξη των προβλέψεων του άρθρου 5 του Ν. 2690/1999, οι αιτήσεις για την χορήγηση αντιγράφων από δημόσια έγγραφα υφίστανται ταχεία επεξεργασία. Με την κατάθεση της αίτησης από τον αιτούντα με τη χρήση ΤΠΕ, αποστέλλεται σε αυτόν αποδεικτικό παραλαβής.

Η μελέτη των δημοσίων εγγράφων μπορεί να γίνει είτε με πρόσβαση που παρέχεται από τους διαδικτυακούς τόπους των δημόσιων φορέων εξασφαλίζοντας την ασφαλή επικοινωνία μεταξύ ενδιαφερομένων και διαδικτυακών τόπων σύμφωνα με τα οριζόμενα στο παράρτημα Ι του Πλαισίου Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, είτε με χορήγηση αντιγράφου που αποθηκεύεται στην ηλεκτρονική θυρίδα του ενδιαφερόμενου.

Η αποστολή αντιγράφου πέραν της χρήσης της θυρίδας μπορεί να γίνει μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εφόσον εξασφαλίζεται η λήψη από εξουσιοδοτημένο παραλήπτη και λαμβάνεται αποδεικτικό παραλαβής. (Νόμος 3979 / 2011)

### **3.3 Λόγοι για την καθυστέρηση ψήφισης του ρυθμιστικού νόμου**

Είναι γεγονός, ότι παρατηρείται μια αδικαιολόγητη καθυστέρηση (11 χρόνια από την Διάσκεψη για την Κοινωνία της Πληροφορίας) ως προς τον χρόνο ψήφισης του ρυθμιστικού νόμου στην χώρα μας σε σχέση με την πλειοψηφία των ενδιαφερόμενων χωρών, μερικές εκ των οποίων (σε αντίθεση με την Ελλάδα) βρίσκονται ακόμη και σήμερα σε χαμηλό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης ή ανήκουν στις αναπτυσσόμενες αγορές.

Παρά την υψηλή σημασία του τουριστικού κλάδου και την φαινομενικά υψηλή ιεράρχηση του κλάδου για τη χώρα μας, το νομικό πλαίσιο το οποίο θέτει τους κανόνες νομιμότητας και ασφάλειας για τις ΤΠΕ, εξασφαλίζοντας σε βάθος χρόνου την πολυπόθητη αειφορία λειτουργώντας ως δομικό συστατικό αυτής αλλά και ως εργαλείο ανάπτυξης, δεν φαίνεται να έχει ανάλογης μεταχείρισης, καθιστώντας μας σχεδόν ουραγούς σε αυτό το ζήτημα.

Τα παραπάνω ενδεχομένως συνδέονται και με διαχρονικά προβλήματα της χώρας όπως η αδιαφάνεια στον τρόπο δημιουργίας πολιτικής και νόμων, η πολυνομία και η αστάθεια του νομικού καθεστώτος, η περιορισμένη επιχειρηματική χρήση του Internet αλλά και η περιορισμένη παραγωγή ικανού αριθμού στελεχών ICT τα οποία θα μπορούσαν να στελεχώσουν τόσο τους ελληνικούς δημόσιους οργανισμούς όσο και τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Ακόμη ίσως υποδηλώνει και μία νοοτροπία υδροκεφαλισμού κατά την οποία ως «ανάπτυξη» θεωρείται απλώς μία ποσοτική και όχι μια ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών κατά τα πρότυπα και τις αδυναμίες του μαζικού τουρισμού.

Αντίθετα μία αύξηση στον αριθμό των εκπαιδευμένων στελεχών ICT / ΤΠΕ στον Δημόσιο και Ιδιωτικό τομέα και η δημιουργία “κρίσιμης μάζας”, ιδιαίτερα εάν εστιάσουμε στον χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων, μπορεί εκτός από άμεσα οικονομικά αποτελέσματα να επιφέρει και την απαραίτητη αλλαγή στην ελληνική επιχειρηματική κουλτούρα.

Για όσο κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει το τεχνολογικό και οικονομικό χάσμα μεταξύ της Ελλάδος και των πιο προηγμένων τεχνολογικά χωρών (Ευρωπαϊκών ή μη) θα μεγαθύνεται.

Επιπλέον, στα στοιχεία ολιγορίας του κράτους, μπορούμε να συμπεριλάβουμε και το αίτημα του ΣΕΤΕ το 2011, για την ύπαρξη αυτόνομου υπουργείου Τουρισμού, το οποίο μόλις το 2012 επανασυστάθηκε.

Πιο συγκεκριμένα, το νέο αναπτυξιακό μοντέλο, σύμφωνα με τη μελέτη του ΣΕΤΕ, «απαιτεί έναν ελάχιστο αριθμό από θεσμικούς και άλλους μετασχηματισμούς:

αυτόνομο υπουργείο Τουρισμού, ίδρυση Γραμματείας Τουρισμού σε όλα τα συναρμόδια υπουργεία, μόνιμος ΓΓ Τουρισμού, ή τουλάχιστον με πενταετή θητεία, συντονισμός των συναρμόδιων υπουργείων από το γραφείο του πρωθυπουργού και διακομματική συναίνεση για τον τρόπο διοίκησης και διαχείρισης του τουρισμού», στοιχείο το οποίο μόλις το 2012 τέθηκε σε εφαρμογή από την Κυβέρνηση. (πηγή:<http://news.in.gr/economy/article/?aid=1231074307>)

## Κεφάλαιο 4: Ελληνικό Εσωτερικό Περιβάλλον

### 4.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια αναφορά στο τι ισχύει στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα στην Ελλάδα, αναφορικά με τη χρήση των ΤΠΕ, κάνοντας αναφορά σε συγκεκριμένους δήμους που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές αυτές υπηρεσίες, ενώ επίσης θα γίνει αναφορά και στο τι ισχύει στον ιδιωτικό τομέα, όσον αφορά τις ΤΠΕ.

### 4.2 Δημόσιος Τομέας

Η Ελλάδα διοικητικά, με το ισχύον σύστημα, χωρίζεται σε 13 διοικητικές περιφέρειες, 7 αποκεντρωμένες διοικήσεις και 325 δήμους.

Από τους 325 δήμους μόνο 2 διακρίνονται (και μάλιστα σε ευρωπαϊκό επίπεδο) για τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες προς τους πολίτες, για την επένδυσή τους στην διασύνδεση και την χρήση ΤΠΕ. Οι δήμοι αυτοί είναι ο Δήμος Τρικκαίων (Τρίκαλα) στην Θεσσαλία και ο δήμος Ηρακλείου στην Κρήτη.

Δυστυχώς παρά αυτές τις 2 λαμπρές εξαιρέσεις και σε αυτή την περίπτωση η κεντρική διοίκηση με τα αρμόδια Υπουργεία προφανώς δεν αξιολόγησε το ενδεχόμενο της *sine qua non* εξ' ολοκλήρου διασύνδεσης των Δήμων και Αποκεντρωμένων Διοικήσεων μεταξύ τους στη βάση ενός ρεαλιστικού και επεξεργασμένου σχεδίου ΤΠΕ, αφήνοντας την ευθύνη της υλοποίησης στην διακριτική ευχέρεια των τοπικών αρχών και των προϋπολογισμών τους, με αποτέλεσμα την αδράνεια.

Πριν αναφερθούμε εκτενέστερα στις δύο αυτές περιπτώσεις όμως θα επιχειρήσουμε να ερευνήσουμε δειγματοληπτικά την διάρθρωση, τις δομές και τις αρμοδιότητες των αρμόδιων φορέων για τις ΤΠΕ στην Ελλάδα, με σκοπό να κατανοήσουμε καλύτερα την δυστοκία για την οποία έγινε λόγος σε προηγούμενο κεφάλαιο.



Η Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ) Α.Ε ([www.ktpae.gr/](http://www.ktpae.gr/)) συσταθείσα το **2012** ως βασικός κρατικός φορέας για την υλοποίηση έργων πληροφορικής και επικοινωνιών, ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και διοικητικής μεταρρύθμισης, έχει απορροφήσει πλέον το “Παρατηρητήριο για την Ψηφιακή Ελλάδα” ([www.observatory.gr](http://www.observatory.gr)) αλλά και την “Ψηφιακές Ενισχύσεις Α.Ε” ([www.digitalaid.gr/](http://www.digitalaid.gr/)) η οποία αρχικώς συστάθηκε με την σειρά της υπό την εποπτεία του Υπουργείου Περιφερειακής Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας με σκοπό την υποστήριξη στην υλοποίηση Δράσεων Κρατικών Ενισχύσεων στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ψηφιακή Σύγκλιση” (Ψ.Σ) του ΕΣΠΑ 2007-2013. Το επιχειρησιακό πρόγραμμα Ψηφιακή Σύγκλιση ([www.digitalplan.gov.gr/portal/](http://www.digitalplan.gov.gr/portal/)) περιλαμβάνει από μόνο του μία Ειδική Επιτροπή Διαχείρισης. Η περιγραφή του ρόλου της ΚτΠ Α.Ε υπεύθυνης πλέον για τις δράσεις σχετικά με τις ΤΠΕ στην Ελλάδα, γίνεται από το Υπουργείο Διοικητικής Μεταρρύθμισης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

Παράλληλα υφίσταται από το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων ο ιστότοπος [www.anaptyxi.gov.gr/](http://www.anaptyxi.gov.gr/) που παρέχει αναλυτική πληροφόρηση για την πορεία υλοποίησης των έργων του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) μέρος του οποίου είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ψηφιακή Σύγκλιση». Αρμόδιοι για την υλοποίηση είναι και το υπουργείο Εσωτερικών ([www.ypes.gr](http://www.ypes.gr)) μέσω των Αποκεντρωμένων Διοικήσεων, το υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων και φυσικά οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α).

Θετική επίδραση στον ελληνικό ερευνητικό και εκπαιδευτικό χώρο έχει και η ύπαρξη της ΕΔΕΤ Α.Ε με αντικείμενο τη διαχείριση του Εθνικού Δικτύου Έρευνας & Τεχνολογίας κατά το πρότυπο των αντίστοιχων Ερευνητικών και Εκπαιδευτικών Δικτύων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η ΕΔΕΤ Α.Ε συμμετέχει στο Πανευρωπαϊκό Ερευνητικό και Εκπαιδευτικού Δίκτυο Υψηλών Ταχυτήτων GÉANT (<http://www.geant.net/Pages/default.aspx>), το οποίο απέσπασε το βραβείο αριστείας για την κατηγορία των ηλεκτρονικών υποδομών, συμβάλλοντας αποφασιστικά στην ανάπτυξη της έρευνας και στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος στην Ευρώπη. Παρά το σημαντικό έργο της ΕΔΕΤ ΑΕ για τον χώρο της έρευνας όμως, ακόμα δεν έχουν αξιοποιηθεί πλήρως και σε έκταση τα

πλεονεκτήματα από την ενσωμάτωση της τεχνογνωσίας που προκύπτει και της άριστης υποδομής του δικτύου από την Δημόσια Διοίκηση και τις επιχειρήσεις.

Επίσης, το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας της Ελλάδας (Ι.Τ.Ε) ιδρύθηκε το 1983 και είναι από τα μεγαλύτερα ερευνητικά κέντρα της Ελλάδας. Λειτουργεί υπό την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης και αποτελείται από επτά ερευνητικά ινστιτούτα που βρίσκονται στο Ηράκλειο, το Ρέθυμνο, την Πάτρα και τα Ιωάννινα. Τα κεντρικά γραφεία του Ιδρύματος βρίσκονται στο Ηράκλειο της Κρήτης.

Οι ερευνητικές και τεχνολογικές δραστηριότητες του Ιδρύματος καλύπτουν την Πληροφορική, Μοριακή Βιολογία, Λέιζερ, Τηλεπικοινωνίες, Ιατρική Μηχανική, Μικροηλεκτρονική, Ρομποτική, Βιοτεχνολογία, Υλικά, Χημική και Βιολογική Μηχανική, Εφαρμοσμένα και Υπολογιστικά Μαθηματικά, Βιοϊατρική Τεχνολογία, Βιοπληροφορική, καθώς και Ιστορικές και Πολιτισμικές Σπουδές. Το Ι.Τ.Ε έχει αναγνωριστεί ως ένα από τα κορυφαία ερευνητικά κέντρα της Ευρώπης, στοιχείο που δείχνει την ιδιαίτερη συμβολή που έχει στην ανάπτυξη των ΤΠΕ στην Ελλάδα. (<http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=39&la=2>)

#### 4.2.1 Δήμος Τρικκαίων

Ο δήμος Τρικκαίων ([www.e-trikala.gr/](http://www.e-trikala.gr/)) μπορεί να θεωρηθεί πρωτοπόρος σε θέματα ηλεκτρονικής προβολής και παρουσίας στο διαδίκτυο όντας ο πρώτος δήμος ο οποίος απέκτησε ψηφιακή μορφή στην Ελλάδα. Επωφελούμενος από δυναμική Τοπική Αυτοδιοίκηση συμμετέχει σε πλειάδα Ευρωπαϊκών και παγκόσμιων δικτύων διασυνδεδεμένων πόλεων (ECHAAlliance, The Millennium Project, PEP-NET, Major Cities of Europe IT Users Group, Digital Cities, ICF-Intelligent Community Forum, CitiesNet και I-nec), ενώ συνεχίζει την επένδυση σε υλικοτεχνική υποδομή παρέχοντας και επεκτείνοντας τις υπηρεσίες σύνδεσης δωρεάν ασύρματου δικτύου wifi, όπου κάθε πολίτης μπορεί να απολαύσει ασφαλή περιήγηση στο ίντερνετ. αλλά και ταυτόχρονα συνδέοντας τις δημοτικές υπηρεσίες κατά αυτόν τον τρόπο.

Επιπλέον, υπάρχουν εξειδικευμένες συσκευές, είτε για το ζάχαρο, είτε για την καρδιά, που στέλνουν μέσω bluetooth τα αποτελέσματα στο κινητό και στη συνέχεια

στο κοντινό νοσοκομείο ή στο γιατρό σας, έτσι ώστε κάθε ασθενής χωρίς να σηκωθεί από το κρεβάτι και χωρίς να ταλαιπωρηθεί να μπορεί να ενημερώσει το γιατρό του για την κατάσταση της υγείας του, στοιχείο πολύ σημαντικό ειδικά για άτομα τα οποία έχουν αντικειμενικές δυσκολίες στο να σηκωθούν από το κρεβάτι.

Επίσης, το e-trikala σχεδιάζει να ενσωματώσει κάποιο πρόγραμμα τηλε-εκπαίδευσης, που θα διδάσκει τους φοιτητές από το σπίτι με υλικό από το πανεπιστήμιο, ενώ αναμένεται να πραγματοποιούνται και τηλε-διασκέψεις μεταξύ καθηγητών και φοιτητών.

(πηγή:[http://www.flowmagazine.gr/article/view/eksupnes\\_psifiakes\\_poleis\\_ta\\_trikala\\_kai\\_to\\_irakleio\\_kritis](http://www.flowmagazine.gr/article/view/eksupnes_psifiakes_poleis_ta_trikala_kai_to_irakleio_kritis))

#### 4.2.2 Δήμος Ηρακλείου

Ο δήμος Ηρακλείου ([www.heraklion.gr/](http://www.heraklion.gr/)) σε παρόμοια τροχιά, ωφελούμενος και αυτός από δυναμική Τοπική Αυτοδιοίκηση, από την ευεργετική παρουσία του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας (Ι.Τ.Ε) και τυπικά μέχρι πρότινος και του Ευρωπαϊκού Οργανισμού E.N.I.S.A (European Network and Information Security Agency- [www.enisa.europa.eu/](http://www.enisa.europa.eu/)) υπεύθυνου για την εύρυθμη λειτουργία της Κοινωνίας της Πληροφορίας στην Ευρώπη, προσφέρει wifi ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο, πληθώρα internet wifi hotspots ενώ ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ψηφιοποίηση και διασύνδεση των δημοτικών υπηρεσιών με τελικό αποδέκτη τους δημότες.

Επιπλέον, ο δήμος Ηρακλείου συμπεριελήφθη για δύο διαδοχικές χρονιές (2012, 2013) στον κατάλογο με τις 21 πιο έξυπνες ψηφιακά πόλεις του κόσμου αποσπώντας μια ακόμη διεθνή διάκριση με βάση την αξιολόγηση του Οργανισμού Intelligent Community Forum (ICF) που εδρεύει στη Νέα Υόρκη.

Στον κατάλογο συμπεριλαμβάνονται μόλις πέντε πόλεις από την Ευρώπη, ενώ από αυτές, μόνο το Ηράκλειο και η Oulu της Φινλανδίας διακρίθηκαν για δύο συνεχόμενες χρονιές.

Ο κύριος λόγος που το Ηράκλειο πέτυχε να διακριθεί σε παγκόσμιο επίπεδο κατά τη διάρκεια μιας τέτοιας δύσκολης εποχής για τη χώρα μας, σύμφωνα με τον δήμο Ηρακλείου είναι: Το πλήθος των ποιοτικών ψηφιακών υπηρεσιών προς τους πολίτες, οι υποδομές ευρυζωνικότητας και η ύπαρξη ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων.

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/17697/article/epikairothta/ellada/to-hrakleio-stis-21-pio-e3ypnes--yhfiaka--poleis-toy-kosmoy>)

Επίσης, οι νέες τεχνολογίες, η καινοτομία και οι ψηφιακές δράσεις της πόλης ήταν αυτές που του έδωσαν μία θέση στη λίστα. Τώρα στόχος του δήμου Ηρακλείου είναι να ισχυροποιηθεί στον τομέα της πληροφορικής και των επικοινωνιών, επιταχύνοντας τη συνεχή αλλαγή της σε μια πρωτοπόρα έξυπνη πόλη με ισχυρό brand name.

(πηγή: <http://www.iefimerida.gr/news/101456/%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-21-%CF%80%CE%B9%CE%BF-%C2%AB%CE%AD%CE%BE%CF%85%CF%80%CE%BD%CE%B5%CF%82%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF-%CE%B7%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BF>)

### 4.3 Ο ιδιωτικός τομέας

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία ακολουθώντας την ανάπτυξη της τεχνολογίας μετασχηματίζεται καθώς συντελείται η μετάβαση από τις ηλεκτρονικές στις κινητές υπηρεσίες. Οι κινητές υπηρεσίες ως επέκταση της εφαρμογής του ηλεκτρονικού εμπορίου, εξατομικεύουν ακόμα περισσότερο την τουριστική εμπειρία προσδίδοντας μία δυναμική διάσταση.

Ο ταξιδιώτης/τουρίστας/πελάτης πλέον μέσω κινητού τηλεφώνου/smartphone, PDA ή υπολογιστή tablet έχει την δυνατότητα σε πραγματικό χρόνο και εν κινήσει να πραγματοποιήσει όλες τις απαραίτητες συναλλαγές που περιλαμβάνει ένα τουριστικό πακέτο καθώς και να λάβει έναν μεγάλο όγκο πληροφοριών σχετικά με τον προορισμό που θα επισκεφθεί αλλά και τις υπηρεσίες τις οποίες πρόκειται να χρησιμοποιήσει (η παραπάνω συνθήκη αναφέρεται και ως «τέλειος καπιταλισμός» - perfect capitalism).

Ο ελληνικός κλάδος ΤΠΕ προφέρει μοναδικές ευκαιρίες για επένδυση στον ιδιωτικό τομέα σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας με παγκόσμια εμβέλεια. Διεθνείς εταιρείες, των οποίων οι επιχειρηματικές λειτουργίες απαιτούν παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών, θα ανακαλύψουν ελκυστικό ανθρώπινο δυναμικό στην Ελλάδα. Η ίδρυση εργαστηρίων ανάπτυξης λογισμικού ή κέντρων δημιουργίας ολοκληρωμένων μικροκυκλωμάτων (microchip & MEMS), είναι μόνο μερικά παραδείγματα ευκαιριών υψηλής απόδοσης που υπάρχουν στην Ελλάδα. Για εταιρείες που βασίζονται στα πλεονεκτήματα που παρέχει η τεχνογνωσία για να επιτύχουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, η ίδρυση ενός εργαστηρίου έρευνας και ανάπτυξης (E&A, Research & Development- R&D) μπορεί να είναι μια υψηλής απόδοσης επένδυση.

Ιδρύοντας περιφερειακά κεντρικά γραφεία (Regional Headquarters) για την ΝΑ Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή ή και την Βόρεια Αφρική, παρέχεται πρόσβαση, σε ανθρώπινο δυναμικό με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και ισχυρά κίνητρα καθώς και εταιρική δεοντολογία διεθνών προδιαγραφών.

Για παράδειγμα, η HTC, κυρίαρχη κατασκευάστρια εταιρεία smartphones, της Δημοκρατίας της Κίνας (Ταϊβάν) ίδρυσε περιφερειακά κεντρικά γραφεία στην Ελλάδα, ελέγχοντας μια περιοχή που περιλαμβάνει 33 χώρες. Σύμφωνα με τον Regional Director της HTC για τη ΝΑ Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Βόρεια Αφρική (SEEMENA): *«Η Ελλάδα αποτελεί επιχειρηματικό κόμβο για ολόκληρη την περιοχή SEEMENA, καθώς αποτελεί το κέντρο της περιοχής αυτής, ακόμη και γεωγραφικά. Πέρα, όμως, από τη διεθνή δραστηριότητα του νεοσύστατου τμήματος της HTC, εκτιμούμε ότι η Ελλάδα παρουσιάζει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης στην αγορά των smartphones και σε αυτή την τάση έχουμε σκοπό να επενδύσουμε το επόμενο διάστημα»*

Επίσης, η Nokia, ένας από τους κορυφαίους παρόχους εξοπλισμού ΤΠΕ παγκοσμίως, δημιούργησε ένα κέντρο E&A στην Αθήνα. Το κέντρο αυτό είναι ένα από τα τέσσερα που διαθέτει η Nokia στην Ευρώπη, το οποίο απασχολεί 400 εξειδικευμένους μηχανικούς τηλεπικοινωνιών και λογισμικού και παρέχει υπηρεσίες έρευνας και ανάπτυξη λογισμικού για τρεις σειρές προϊόντων υψηλής τεχνολογίας.

Αντίστοιχα, οι προοπτικές E&A και καινοτομίας της Ελλάδας υπογραμμίζονται από την ίδρυση από τη Microsoft, την κορυφαία εταιρεία ανάπτυξης λογισμικού παγκοσμίως, του Κέντρου Καινοτομίας της Microsoft στην Αθήνα το 2008. Τα Κέντρα Καινοτομίας της Microsoft προάγουν τις συμπράξεις μεταξύ των πανεπιστημίων, της βιομηχανίας και της Microsoft.

Οι συμπράξεις στη βιομηχανία αφορούν σε υποστήριξη εταιριών ανάπτυξης λογισμικού, σε προγράμματα πιστοποίησης της ποιότητας λογισμικού και σε υποστήριξη για επιλεγμένα ερευνητικά έργα που διεξάγουν φοιτητές. Στόχος του Κέντρου είναι να συνδέσει ηλεκτρονικά τα πανεπιστήμια της χώρας και άλλα ιδρύματα ανώτερης εκπαίδευσης, προκειμένου φοιτητές και ερευνητές να έχουν πρόσβαση σε τράπεζες δεδομένων και ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, έτσι ώστε να αναπτυχθεί περαιτέρω η έρευνα και η καινοτομία στην Ελλάδα.

Παρόμοια, η γερμανική εταιρεία τηλεπικοινωνιών Deutsche Telekom απέκτησε το 25% των μετοχών του Οργανισμού Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ) και ανέλαβε τη διοίκηση του ΟΤΕ μέσω συμφώνου με την Ελληνική Κυβέρνηση. Με τη συναλλαγή αυτή, η Deutsche Telekom απέκτησε πρόσβαση σε επιπλέον 56 εκατομμύρια καταναλωτές, μέσω της παρουσίας του ΟΤΕ στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Ο στόχος της Deutsche Telekom είναι να διατηρήσει στενή συνεργασία με την Ελληνική Κυβέρνηση με σκοπό να εδραιώσει τη δύναμη του ΟΤΕ στη περιοχή.

Όλα τα παραπάνω μαρτυρούν τα πλεονεκτήματα επένδυσης στην αγορά ΤΠΕ στον ιδιωτικό τομέα στην Ελλάδα, τα οποία είναι επιγραμματικά τα ακόλουθα:

- ✓ Ειδικευμένο προσωπικό (λόγω των υψηλών ποσοστών πτυχιακών και μεταπτυχιακών σπουδών)
- ✓ Σημαντική αύξηση στη χρήση νέων τεχνολογιών (για παράδειγμα η Ελλάδα έχει ένα από τα υψηλότερα ποσοστά διείσδυσης στην κινητή τηλεφωνία)
- ✓ Περιβάλλον πρόσφορο για επιχειρήσεις (καθώς η καινοτομία αποτελεί σημαντική προτεραιότητα και ο ιδιωτικός τομέας αφιερώνει όλο και περισσότερους πόρους για την προώθηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών)
- ✓ Υποστήριξη E&A (ιδιαίτερα σημαντική η συμβολή του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας της Ελλάδος)

- ✓ Ελκυστικές ευκαιρίες χρηματοδότησης (όπως είναι Προγράμματα χρηματοδότησης, που εντάσσονται στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) και τα οποία ενισχύουν την υλοποίηση έργων E&A στην κατεύθυνση ανάπτυξης της Τεχνολογίας με σκοπό τη δημιουργία εταιρειών τεχνοβλαστών).

(πηγή: <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=39&la=2>)

Σε ποιο στάδιο βρίσκονται όμως οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις ως προς την παρουσία τους στο διαδίκτυο, την χρήση ΤΠΕ και κατ' επέκταση της ανταγωνιστικότητάς τους ;

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις (ως υποσύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων) αντιμετωπίζουν τις ΤΠΕ και την Πληροφορική περισσότερο ως τελικό προϊόν (π.χ κινητό τηλέφωνο, υπολογιστής) ή ολοκληρωμένο σύστημα (AMADEUS, Galileo, SABRE, SoftOne κτλπ) και λιγότερο ως διεργασία (εξυπηρέτηση πελατών, διεκπεραίωση εργασίας, αυτοματοποίηση κ.α). Έτσι οδηγούνται από τον διαρκώς αυξανόμενο εσωτερικό και διεθνή ανταγωνισμό σε μία σχεδόν μονόπλευρη αντιμετώπιση της ανταγωνιστικότητας στην οποία τον κεντρικό ρόλο έχει η απλώς η συμπίεση του κόστους, αφήνοντας ελάχιστα οικονομικά περιθώρια για επένδυση στις ΤΠΕ και σε διαθέσιμα και ικανά στελέχη ICT.

Ως αποτέλεσμα τείνουν να αγοράζουν και να προσδοκούν τέτοιου είδους λύσεις μόνο όταν κρίνεται απολύτως αναγκαίο, ενώ την ίδια στιγμή αποτυγχάνουν να εντοπίσουν την σύνδεση μεταξύ της ύπαρξης μίας ομάδας εξειδικευμένου προσωπικού ICT (ΤΠΕ) και της επίτευξης των επιχειρηματικών τους στόχων όπως η δημιουργία οικονομίας κλίμακας.

Μία πλειάδα ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων έχει παρουσία στο διαδίκτυο είτε με τη μορφή ιστοσελίδας είτε συμπεριλαμβάνεται σε κάποιο από τα διεθνή τουριστικά portals (όπως π.χ tripadvisor.com) και τις δικτυακές πλατφόρμες-αγορές (π.χ expedia.com). Το γεγονός όμως αυτό δεν είναι απόρροια της ύπαρξης κάποιας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής πολιτικής και σχεδιασμού εκ μέρους των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά μάλλον των απαιτήσεων της σύγχρονης αγοραστικής ζήτησης.

## Κεφάλαιο 5: Η περίπτωση της Ισλανδίας

### 5.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια αναφορά στο καθεστώς που ισχύει στην Ισλανδία, σε μια προσπάθεια να γίνει η σύγκριση με τα όσα ισχύουν στη δική μας περίπτωση. Πιο συγκεκριμένα, η Ισλανδία επιλέχθηκε προς σύγκριση με την χώρα μας ως το ιδανικό παράδειγμα αντίθεσης, λόγω των ιδιαίτερων διαφορών που παρουσιάζονται σε σχέση τόσο με την Ελλάδα όσο και με τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες, αναφορικά με το τουριστικό προϊόν, αλλά και τις επιδόσεις σε επίπεδα οικονομίας, τεχνολογίας και χρήσης ΤΠΕ, τουριστικής ανάπτυξης, εκπαιδευτικό σύστημα, πληθυσμό, τουριστικές υποδομές, πολιτική κλπ .

Όμως, εκτός από τις διαφορές αυτές, η Ισλανδία μοιράζεται και κάποιες κοινές προκλήσεις και κοινά χαρακτηριστικά με την Ελλάδα, παράγοντες οι οποίοι συνήθως, σε μία κλασική σύγκριση μεγεθών με τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες, αγνοούνται για τις ανάγκες της ομαδοποίησης.

Σκοπός αυτής της σύγκρισης λοιπόν, είναι να αναδείξει αφενός τις ορθές πρακτικές της Ισλανδίας, οι οποίες οδηγούν σε εντυπωσιακά αποτελέσματα και αφετέρου την δυναμική και προοπτική της Ελλάδος στα μάτια του αναγνώστη αλλά και τις ελλείψεις, τις ανάγκες και διορθωτικές κινήσεις οι οποίες είναι αναγκαίες για την επίτευξη των επιδιωκόμενων στόχων στην κατεύθυνση ενός εκσυγχρονισμού της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος.

### 5.2 Ιστορικά στοιχεία για την Ισλανδία

Η Ισλανδία είναι μία Σκανδιναβική, Ευρωπαϊκή, νησιωτική χώρα. Βρίσκεται στην σύζευξη του βόρειου Ατλαντικού ωκεανού με τον Αρκτικό, επάνω στην μεσο-ατλαντική ωκεάνια ράχη. Ο πληθυσμός της είναι περίπου 320.000 ( , η έκτασή της 103.000 τετραγωνικά χιλιόμετρα και είναι η πιο αραιοκατοικημένη περιοχή της Ευρώπης. Πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη είναι το Reykjavik και νόμισμά της η Ισλανδική κορώνα (ISK).



Η Ισλανδία είναι μια ενεργή γεωλογικά και ηφαιστειακά χώρα, με το εσωτερικό της να αποτελείται κυρίως από ένα οροπέδιο το οποίο χαρακτηρίζεται από πεδία άμμου και λάβας, βουνά και παγετώνες, ενώ πολλοί ποταμοί ρέουν από αυτούς προς την θάλασσα. Το κλίμα της Ισλανδίας είναι ψυχρό λόγω του γεωγραφικού πλάτους μόλις έξω από τον Αρκτικό κύκλο και το 10% της έκτασης του νησιού είναι καλυμμένο από παγετώνες. Το Ρεύμα του Κόλπου (Gulf Stream) με τις θερμές υδάτινες μάζες που μεταφέρει, περνάει από τις ακτές της χώρας κάνοντας το κλίμα λίγο πιο ήπιο, με την μέση θερμοκρασία στην πρωτεύουσα Reykjavik να είναι 11°C τον Ιούλιο και -1 °C τον Φεβρουάριο.

Ιστορικές πηγές αναφέρουν ότι κάποτε το νησί καλυπτόταν από πυκνά δάση μέχρι την ακτογραμμή. Η υλοτομία όμως προοδευτικά στέρησε από την Ισλανδία το μεγαλύτερο μέρος από τα δάση αυτά, σε σημείο η χώρα σήμερα να αντιμετωπίζει σήμερα μεγάλα προβλήματα διάβρωσης του εδάφους.

Παρά το μικρό μέγεθος του πληθυσμού της, το ψυχρό κλίμα και παρά τις δοκιμασίες όπως: επικυριαρχία από ξένες δυνάμεις, ηφαιστειακές εκρήξεις, λιμούς και επιδημίες (οι οποίες αποδεκάτισαν τον πληθυσμό της πολλές φορές στο παρελθόν) και την πρόσφατη οικονομική κρίση, η Ισλανδία παρουσιάζει αξιόλογες επιδόσεις στην οικονομία της :

- ✓ Είναι η 13η πιο ανεπτυγμένη χώρα στον κόσμο και η 4η πιο παραγωγική κατά κεφαλή σύμφωνα με τον Δείκτη Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού των Ηνωμένων Εθνών (στοιχεία 2013)
- ✓ Το σκανδιναβικού τύπου σύστημα Πρόνοιας παρέχει στους πολίτες καθολική φροντίδα υγείας και υποχρεωτική τριτοβάθμια εκπαίδευση (θεμέλιος λίθος για την υποστήριξη των τομέων της πληροφορικής και των ΤΠΕ).
- ✓ Είναι μέλος από το 1994 της Ευρωπαϊκής οικονομικής ζώνης. (Δεν είναι όμως μέλος της Ε.Ε)
- ✓ Είναι 17η παγκοσμίως στον κατάλογο **N.R.I** .
- ✓ 16η παγκοσμίως, 9η στην Ευρώπη στην έκθεση TICI για το 2013 και 11η παγκοσμίως στην έκθεση του 2011. Στην ίδια έκθεση έρχεται επίσης 3η παγκοσμίως στους δείκτες Ανθρώπινων Πόρων, 3η στον δείκτη Νομοθεσίας T&T και 8η στον δείκτη Υποδομών ΤΠΕ.

- ✓ Σταθερή δημογραφική αύξηση 1% τα τελευταία 100 χρόνια με εκτιμώμενη σε 3% έως 5% για την τελευταία πενταετία και υψηλό βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της.

### 5.3 Σύγκριση Ισλανδίας - Ελλάδας

Καθώς η οικονομία της Ισλανδίας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην αλιεία, ερχόμενη σε σύγκρουση με τον αλιευτικό στόλο της Αγγλίας, η Ισλανδία εκμεταλλεύτηκε την πλεονεκτική γεωστρατηγική της θέση στον Ατλαντικό, άσκησε πιέσεις στις Η.Π.Α και το Ηνωμένο Βασίλειο και κατάφερε να επεκτείνει την περιοχή δικαιοδοσίας και αλιευτικών δικαιωμάτων της στα 200 ναυτικά μίλια.

Για να αμβλυνθεί όμως στη συνέχεια η εξάρτηση της Ισλανδίας από την αλιεία, αποφασίστηκε να αναπτυχθούν κι άλλες μορφές οικονομικής δραστηριότητας όπως ο Τουρισμός, η Τραπεζική, η χαλυβουργία, οι επιχειρήσεις πληροφορικής και τεχνολογίας και τέλος οι επιχειρήσεις (γεωθερμικής) ενέργειας.

Πράγματι μέσα σε λίγα χρόνια η Ισλανδία βασιζόμενη στην ήδη παρεχόμενη πανεπιστημιακού τύπου εκπαίδευση και υψηλή κατάρτιση των κατοίκων της στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κατάφερε να μεταστρέψει εντυπωσιακά την αγροτική της οικονομία επιτυγχάνοντας αυτούς τους στόχους.

Με την χρήση ΤΠΕ και ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδιασμού από μέρους των ισλανδικών αρχών, ο δυνητικός επισκέπτης μέσω ενός μόνο κρατικού ιστοτόπου έχει την ευκαιρία να λάβει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την διαμονή του στην Ισλανδία, να επιλέξει ένα πακέτο διακοπών της αρεσκείας του μεταξύ ιαματικού τουρισμού, τουρισμού περιπέτειας, αγροτουρισμού, θαλάσσιου/καταδυτικού τουρισμού κ.α ή ακόμα και να οργανώσει ένα ταξίδι του μέλιτος. (πηγή: <http://www.visiticeland.com/> & <http://www.iceland.is/>)

Στην παραπάνω διαδικασία ο τουρίστας ανά πάσα στιγμή έχει την επιλογή να δημιουργήσει το δικό του πακέτο διακοπών/αναψυχής ανάλογα με τις οικονομικές του δυνατότητες και ενδιαφέροντα.

Επίσης λειτουργεί ειδική τηλεφωνική γραμμή επικοινωνίας και έκτακτης ανάγκης την οποία ο τουρίστας μπορεί ανά πάσα στιγμή να καλέσει για να αναφέρει προβλήματα, να ζητήσει πληροφορίες ή ακόμα και να διευθετήσει ζητήματα σχετικά με την παραμονή του.

Στην Ελλάδα αντίστοιχη δομή όπως η παραπάνω προερχόμενη από τον Δημόσιο τομέα, ουσιαστικά δεν υπάρχει ακόμα. Ο ρόλος αυτός υποκαθίσταται από διεθνείς Tour Operators και portals, ταξιδιωτικούς πράκτορες και τον εγχώριο ιδιωτικό τομέα εν γένει του οποίου τα μειονεκτήματα περιγράψαμε ήδη.

Τόσο η Ελλάδα όσο και η Ισλανδία συγκρινόμενες με χώρες όπως η Γαλλία, η Γερμανία, η Τουρκία ακόμα και η Ιταλία, υστερούν σε μεγέθη πληθυσμού και βιομηχανικής παραγωγής. Θα ήταν άδικο επίσης να επιχειρήσουμε να συγκρίνουμε τα τουριστικά μεγέθη της Γαλλίας και της Ισπανίας, την τουριστική εκπαίδευση και το ανέγγιχτο φυσικό περιβάλλον της Ελβετίας (1η παγκοσμίως) ή τις τεχνολογικές επιδόσεις της Φιλανδίας (1η παγκοσμίως στον κατάλογο N.R.I) με τα αντίστοιχα μεγέθη της Ελλάδας. Η Ισλανδία επίσης υστερεί έναντι της Ελλάδος στους φυσικούς πόρους και πολιτισμικούς – ανθρώπινους πόρους.

Πώς καταφέρνει λοιπόν η Ισλανδία, η οποία στερείται των φυσικών πόρων, του πολυδιαφημισμένου μεσογειακού κλίματος και πολιτισμικών πόρων της Ελλάδος και έχοντας τα χαρακτηριστικά τα οποία περιγράφονται παραπάνω, να διατηρείται σε τόσο υψηλές θέσεις στο παγκόσμιο οικονομικό, τεχνολογικό και τουριστικό στερέωμα ;

Η Ισλανδία όπως προκύπτει από τις εκθέσεις, με αιχμή του δόρατος την εκπαίδευση, την επένδυση στις ΤΠΕ και την υποστήριξη του εσωτερικού επιχειρηματικού της περιβάλλοντος, καταφέρνει να αξιοποιεί και να προβάλλει κατά το μέγιστο τα όποια φυσικά ή ανθρωπογενή της πλεονεκτήματα προσβλέποντας παράλληλα και σε ξένες επενδύσεις.

Το κορυφαίου επιπέδου νομοθετικό πλαίσιο της Ισλανδίας για τον τομέα του Τουρισμού και Ταξιδίων, εγγυάται ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον κλάδο συμμορφώνονται πλήρως με τον εθνικό σχεδιασμό, συμβάλλοντας

έτσι στην θετική εικόνα της χώρας προς τα έξω αλλά και εξασφαλίζοντας συνοχή και υψηλή ποιότητα παραγόμενου αποτελέσματος. Η ορθή χρήση των ΤΠΕ θέτει τις βάσεις, πολλαπλασιάζει και ενισχύει την τουριστική εμπειρία προωθώντας την περαιτέρω ανάπτυξη του ισλανδικού τουρισμού.

Τέλος μέσω πάλι της αρωγής της νομοθεσίας και της γεωγραφικής της θέσης η Ισλανδία έχει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα να “εισάγει” το απαραίτητο προσωπικό που θα εργαστεί στις τουριστικές επιχειρήσεις σε εποχιακή βάση, και το οποίο (λόγω του μικρού πληθυσμού της) δεν μπορεί να έχει ακόμα η ίδια ως χώρα.

<b>ΔΕΙΚΤΕΣ TTCI</b>	<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>ΙΣΛΑΝΔΙΑ</b>
Policy rules and regulations	98	48
Environmental sustainability	72	19
Safety and Policy	69	4
Health and hygiene	13	7
Prioritization of T&T	28	5
Air transport infrastructure	20	17
Ground transport infrastructure	58	38
Tourism infrastructure	3	9
ICT infrastructure	33	8
Price competitiveness in T& T	127	121
Human Resources	50	3
Affinity for T&T	55	11
Natural Resources	40	63
Cultural resources	25	57

## Συμπεράσματα και προτάσεις

Η ανάπτυξη και η τουριστική ανταγωνιστικότητα πλέον συνδέεται με τις νέες τεχνολογίες και την συστηματική χρήση των ΤΠΕ, διότι οι νέες τεχνολογίες αποδεδειγμένα μπορούν να δημιουργούν απασχόληση και να βελτιώνουν τις επιχειρηματικές επιδόσεις. Ταυτόχρονα αποτελούν πλέον μέσο αλλά και τμήμα της λειτουργίας των σύγχρονων αγορών.

Όμως για να επιτευχθεί η ενσωμάτωσή, η επέκταση της χρήσης των ΤΠΕ και η εμπέδωση της αξίας τους, προϋπόθεση αποτελεί η ύπαρξη ισχυρού και σταθερού νομοθετικού και εκπαιδευτικού συστήματος, άρτιου και ευέλικτου στρατηγικού σχεδιασμού, συνεργασίας μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα και υγιούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ο τουρισμός, κλάδος άμεσα συνδεδεμένος με την διακίνηση της πληροφορίας και πεδίο υψηλού ανταγωνισμού τόσο μεταξύ χωρών όσο και επιχειρήσεων, μετασχηματίζεται υπό την επίδραση της τεχνολογίας με τέτοιο τρόπο ώστε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα να ταυτίζεται με την ένταση της διαρκής χρήσης δικτύων και ΤΠΕ σε όλα τα επίπεδα.

Αυτό συμβαίνει διότι ο πελάτης-τουρίστας πλέον μέσω της ίδιας τεχνολογίας είναι σε θέση να εξατομικεύσει τις υπηρεσίες που προτίθεται να αγοράσει, να ενημερωθεί πληρέστερα και να αξιολογήσει ο ίδιος τις επιλογές, τους προορισμούς και τις υπηρεσίες που του προσφέρονται δημιουργώντας θετικό ή αρνητικό “word of mouth” σε διεθνές επίπεδο με τις ανάλογες προεκτάσεις για την φήμη και οικονομική βιωσιμότητά τους.

Η θετική δημόσια εικόνα δηλαδή πλέον ενέχει ρόλο διαφήμισης, ικανή να επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά των μελλοντικών υποψήφιων πελατών της τουριστικής επιχείρησης και των επισκεπτών μιας χώρας.

Στην Ελλάδα η χρήση και διάδοση των ΤΠΕ είναι ανομοιόμορφα κατανεμημένη: Ο βραβευμένος ελληνικός ερευνητικός τομέας μέσω δικτύου υψηλών ταχυτήτων

συνδέει όλα τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας, καινοτομώντας και παρέχοντας υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας και υποστήριξης των τηλεπικοινωνιών. Αποσυνδεδεμένος όμως από την αγορά και παρά την συσσωρευμένη τεχνογνωσία αλλά και την άμεση σχέση του με το ευρωπαϊκό γίγνεσθαι, αποτυγχάνει να δημιουργήσει τεχνολογικά προϊόντα αξιοποιήσιμα από τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Οι ελληνικές (τουριστικές) επιχειρήσεις από μια άλλη σκοπιά, μικρομεσαίες κατά συντριπτική πλειοψηφία, αντιστέκονται σχεδόν τεchnοφοβικά στην καθολική χρήση των ΤΠΕ για την επιτέλεση των λειτουργιών τους, στερούνται επικοινωνιακού και στρατηγικού σχεδιασμού και αντιμετωπίζοντας τις ΤΠΕ ως προϊόντα παρά ως διαδικασίες, αποτυγχάνουν να τις αξιοποιήσουν και να τις ενσωματώσουν ως οικονομικά ασύμφορες στην προσπάθειά τους να συμπίεσουν το κόστος.

Έτσι αποτυγχάνουν να αποκομίσουν και οποιοδήποτε άμεσο και αξιόλογο όφελος από τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις παρούσες ευκαιρίες, ενώ την ίδια στιγμή οι ανταγωνιστές τους σε ολόκληρο τον κόσμο κινούνται με ταχείς ρυθμούς στην ακριβώς αντίθετη κατεύθυνση. Ταυτόχρονα, εφόσον δεν δημιουργείται ζήτηση για καταρτισμένα στελέχη ICT (ΤΠΕ), δεν δημιουργούνται θέσεις εργασίας, ο εκσυγχρονισμός και ψηφιοποίηση των ελληνικών επιχειρήσεων σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα παραμένει στάσιμος και το τεχνολογικό χάσμα με τις ανταγωνιστικές χώρες διευρύνεται, με σοβαρότατο αντίκτυπο στην πραγματική οικονομία της χώρας, την ανταγωνιστικότητά της συνολικά και την τουριστική της ανάπτυξη.

Στον Δημόσιο τομέα η κατάσταση είναι ακόμα πιο σύνθετη καθώς γίνεται μια αγωνιώδης προσπάθεια να ξεπεραστούν η δαιδαλώδης γραφειοκρατική πολυπλοκότητα της Δημόσιας Διοίκησης και της λειτουργίας του Κράτους, αλλά και δεκαετίες παγιωμένων αντιλήψεων, ώστε υπό τις πιέσεις και την αρωγή της Ε.Ε να ανακτηθεί το χαμένο έδαφος από την αδράνεια χρόνων σχετικά με τις δράσεις για την Κοινωνία της Πληροφορίας (στο πρότυπο των μέχρι τώρα λαμπρών εξαιρέσεων των δήμων Τρικκαίων και Ηρακλείου).

Την ίδια στιγμή το θέμα της ύπαρξης ή όχι αρμόδιου υπουργείου Τουρισμού το οποίο θα μπορούσε να επιληφθεί των ενεργειών ανάπτυξης του ελληνικού Τουρισμού και

της διάχυσης των ΤΠΕ στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις βρίσκεται ακόμα στον αέρα. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα επίσης έπληξε ακόμα πιο δραματικά την πραγματική ιεράρχηση του Τουρισμού από την ελληνική Κυβέρνηση.

Βέλτιστη επιλογή και πρόταση θα ήταν οι νέες τεχνολογίες (NT) αλλά και οι ΤΠΕ να αποτελέσουν μέρος της υποχρεωτικής ή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης για την παραγωγή καταρτισμένων στελεχών και πολιτών, οι οποίοι να οδηγήσουν (ως φορείς της απαιτούμενης τεχνογνωσίας), μέσω της εργασίας τους στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και των απαιτήσεών τους από τον δεύτερο, στον σταδιακό και πλήρη εκσυγχρονισμό της οικονομίας και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

Τέλος, προτείνονται οι εξής ενέργειες για την ταχύτερη ανάκαμψη της ανταγωνιστικότητας :

- ✓ Εκ βάθρων αναθεώρηση του νομικού καθεστώτος των άμεσων επενδύσεων και της περιβαλλοντικής και τουριστικής νομοθεσίας στα πρότυπα των ανεπτυγμένων χωρών της Ευρώπης, με σεβασμό στο περιβάλλον και τους πολίτες, λαμβάνοντας φυσικά πάντοτε υπ'όψιν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ιδιομορφίες και μικρο-περιβάλλοντα της κάθε περιοχής.
- ✓ Συστηματικοί και αυστηρότατοι έλεγχοι στις επιχειρήσεις ώστε να συμμορφωθούν και να εναρμονιστούν όλες προς το νομοθετικό πλαίσιο αλλά και να βελτιωθεί η βιωσιμότητα του ελληνικού Τουρισμού και του φυσικού περιβάλλοντος. Επίσης προτείνεται η λήψη στοχευμένων οικονομικών κινήτρων (φορολογικών ενδεχομένως) για την επιτάχυνση της διαδικασίας.
- ✓ Άρση των επιχορηγήσεων για την δημιουργία νέων τουριστικών μονάδων και ανακατεύθυνση των πόρων προς την εκπαίδευση των επιχειρηματιών και στελεχών ICT (ειδικότερα στις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες μας ενδιαφέρουν), εξάπλωση του ερευνητικού δικτύου υψηλών ταχυτήτων σε όλη την Ελλάδα και σύνδεση των Αποκεντρωμένων Διοικήσεων, Δήμων και δημοτικών ενοτήτων σε αυτό για την δημιουργία ενιαίας δομής για την εξυπηρέτηση των σκοπών τόσο της έρευνας (R&D) όσο και της εξυπηρέτησης πολιτών και επιχειρήσεων πανελλαδικά.

Με αυτόν τον τρόπο θα επιτευχθεί γρήγορα ένας μεγαλύτερος βαθμός εξειδίκευσης και ομοιογένειας μεταξύ των στελεχών που απαρτίζουν τον κορμό των τουριστικών επιχειρήσεων ώστε να είναι σε θέση να επιτελέσουν το έργο του εκσυγχρονισμού τους, αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα και την κερδοφορία τους. Με λίγα λόγια, θα αρχίσει να λειτουργεί πλέον ευεργετικά η αναντίρρητη συμβιωτική σχέση μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα διαμέσου του εκπαιδευτικού συστήματος, των ερευνητικών ιδρυμάτων και των υλικοτεχνικών υποδομών της χώρας προς όφελος τόσο του τουριστικού τομέα όσο και της γενικότερης οικονομίας της χώρας με την οποία αυτός ο κλάδος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος.

- ✓ Κατάργηση της αποτυχημένης υπάρχουσας διαδικασίας σύνδεσης των Δήμων στο δίκτυο μέσω Δημοτικών προϋπολογισμών και ακολούθως προκήρυξη διαγωνισμού ανάθεσης έργου ψηφιοποίησης των Δήμων ή ανάθεση του έργου στον ερευνητικό τομέα και τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της χώρας.



## Βιβλιογραφία

### A. Ελληνική

- 1) Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, (2011), «Νόμος 3979/2011 : Για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση και λοιπές διατάξεις», 16 Ιουνίου 2011.
- 2) Εφημερίδα Καθημερινή, (2012), «Το Ηράκλειο στις 21 πιο «έξυπνες» -ψηφιακά- πόλεις του κόσμου», 25/10/2012, Διαθέσιμο στο:  
<http://www.kathimerini.gr/17697/article/epikairothta/ellada/to-hrakleio-stis-21-pio-e3ypnes--yhfiaka--poleis-toy-kosmoy>
- 3) Ηγουμενάκης, Ν. και Κραβαρίτης, Κ. (2004). «Τουρισμός Βασικές έννοιες», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- 4) Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, (2009), «Διείσδυση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον Τομέα του Τουρισμού: Τάσεις και εξελίξεις & Υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα», Αθήνα.
- 5) Παρατηρητήριο Ρεθύμνης, (2009), «Τουριστικός τομέας: Η απάντηση στην οικονομική κρίση, Προκλήσεις και Προοπτικές», Διαθέσιμο στο :  
<http://www.eber.gr/download.php?id=372736,174,2>.
- 6) eBusinessforum.gr, (2009), «Ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές στον τουρισμό: Ισχύουσα κατάσταση και προοπτικές», Ομάδα εργασίας αποτελούμενη από τους Τσάρτα, Π., Ευαγγέλου, Χ., Σιγάλα, Μ. και Καλοτίνα, Χ, τελικό παραδοτέο.

### B. Ξενόγλωσση

- 1) Brown, D. (2000), “Principles of Language Learning and Teaching by H. Douglas Brown”, 4<sup>th</sup> edition, Longman Publishing Group
- 2) ACM (2001), “ACM Computing Curricula”, Final Draft.
- 3) 2013 World Economic Forum, “TTCI Report 2011/2013”, Διαθέσιμο στο:  
<http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#net>



[2%BB-%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF-%CE%B7%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BF](#)

17. In.gr, Διαθέσιμο στο: <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1231074307>

18. Invest in Greece.gr, Διαθέσιμο στο:

<http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=39&la=2>

19. visiticeland.com, Διαθέσιμο στο: <http://www.visiticeland.com>

20. Wikipedia, Διαθέσιμο στο :

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%AF%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%B7\\_%CF%84%CE%B7%CF%82\\_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%AF%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%B7_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82)