



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΘΕΜΑ:

**Ηλεκτρονικός Τουρισμός (e-Tourism) και Online
Συστήματα Κρατήσεων (e-Booking). Μελέτη
περίπτωσης**

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

ΤΟΤΟΥ ΑΙΜΙΛΙΑ – ΔΕΚΑΒΑΛΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΧΑΛΚΙΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2018

Ευχαριστίες

Αρχικά θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες και τους φίλους μας για την στήριξη τους κατά την διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής. Στην συνέχεια θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον καθηγητή μας κύριο Κ. Χαλκιάπουλο για την πολύτιμη βοήθειά του.

Πρόλογος

Η πτυχιακή μας εργασία με θέμα « Ηλεκτρονικός Τουρισμός (e-Tourism) και Online Συστήματα Κρατήσεων (e-Booking)» έχει ως σκοπό να απεικονίσει γενικά την συμπεριφορά των Ευρωπαίων τουριστών αλλά και ειδικά για τους Έλληνες τουρίστες όσον αφορά τις online κρατήσεις και πόσο εξοικειωμένοι είναι με τις νέες τεχνολογίες γύρω από τον τουρισμό. Δίνονται βασικές γνώσεις αλλά και αναλυτικότερα λειτουργίες σχετικά με τα συστήματα κρατήσεων και συγκεκριμένα για τα CRS, GDS, PMS και ύστερα στα πιο σύγχρονα I.D.S. Τέλος, δίνονται τα αποτελέσματα από την έρευνά μας σχετικά με τις ηλεκτρονικές κρατήσεις με δείγμα 70 ατόμων.

Περίληψη

Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι να απεικονίσει την οπτική γωνία των τουριστών και συγκεκριμένα των Ελλήνων όσον αφορά τη συμπεριφορά τους γύρω από τις online κρατήσεις και την εξοικείωση τους με τη νέα τεχνολογία στον κλάδο της φιλοξενίας κατά την περίοδο της οικονομικής ύφεσης.

Η παρούσα έρευνα επικεντρώνεται στις διαδικτυακές πλατφόρμες των ενδιαμέσων εταιρειών και οργανισμών που αποτελούν τον τομέα του ηλεκτρονικού τουρισμού.

Πρόκειται για οργανισμούς που διευκολύνουν την επικοινωνία και τις συναλλαγές μεταξύ των πρωτογενών παρόχων υπηρεσιών ταξιδιού και διαμονής (π.χ. αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων) και δυνητικούς καταναλωτές αυτών των υπηρεσιών. Μελετώντας μερικές από τις πιο γνωστές κορυφαίες δικτυακές πύλες, που καλύπτουν μια σειρά διαφορετικών ομάδων διαμεσολαβητών, εξετάσαμε πώς οι πλατφόρμες των ταξιδιωτικών πρακτόρων επιδιώκουν να διαφοροποιηθούν, πώς οι δημόσιοι φορείς πληροφόρησης του τουρισμού αξιοποιούν το διαδίκτυο και ποιος είναι ο ρόλος των παρόχων συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων .

Τα blogs, οι διαδικτυακές αναθεωρήσεις και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους πελάτες να ανταλλάσσουν πληροφορίες, γνώμες και γνώσεις σχετικά με όλα τα είδη αγαθών και υπηρεσιών στον τομέα του ηλεκτρονικού τουρισμού.

Όλα τα παραπάνω οδηγούν σε αποδείξεις ότι το ψηφιακό είναι το κυρίαρχο μέσο για κρατήσεις με μεγάλο περιθώριο και είναι κρίσιμο μέρος να εξεταστεί η συμπεριφορά κράτησης, ιδίως στους Έλληνες τουρίστες κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης.

Διεξήχθη μια εξέταση των πιο συχνών μεθόδων που χρησιμοποιούν οι Έλληνες τουρίστες όσον αφορά την πολιτική κρατήσεων μεταξύ τεσσάρων μεγάλων ομάδων:

- α) ταξιδιωτικοί πράκτορες
- β) ειδικευμένους φορείς παροχής υπηρεσιών
- γ) τους παρόχους συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων (CRS)
- δ) δημόσιους οργανισμούς τουρισμού

Η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε ήταν ότι αρχικά υποβλήθηκαν τα ερωτηματολόγια και στη συνέχεια αναλύθηκαν τα αποτελέσματα.

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	2
Πρόλογος.....	3
Περίληψη.....	4
Πίνακας Εικόνων.....	7
Κεφάλαιο 1: Τουρισμός.....	8
Ορισμός Τουρισμού.....	8
Κεφάλαιο 2: Συστήματα Κρατήσεων.....	9
Online Συστήματα Κρατήσεων.....	9
2.1 Ιστορική αναδρομή.....	9
2.2 CRS.....	10
2.3 Από τα CRS στα GDS.....	10
2.4 Global Distribution Systems.....	11
2.5 Hotel Distribution Systems (HDS).....	11
Κεφάλαιο 3: Property Management Systems (PMS).....	13
3.1 Property Management Systems (PMS).....	13
3.2 PMS στην Ελληνική αγορά.....	14
Protel.....	14
Opera.....	15
<i>Epitome.net</i>	17
Hotel Galaxy.....	18
Main Courante.....	19
Ερμής.....	19
Hotel Master.....	20
Filoxenia.....	22
Hotel Manager.....	24
Abacus.....	24
Αλέξανδρος.....	25
Hotel Works.....	25
Κεφάλαιο 4: Internet Distribution Systems (I.D.S.).....	26

Internet Distribution Systems (I.D.S.)	26
Travelocity	26
Booking.....	27
Expedia	31
Trivago.....	32
Airbnb	32
Opentable	33
Κεφάλαιο 5: Στατιστικές μελέτες	35
Statistics	35
Κεφάλαιο 6: Έρευνα.....	38
Έρευνα.....	38
Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου	38
Συμπέρασμα- Σχολιασμοί.....	49
Πηγές.....	50

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1	14
Εικόνα 2	15
Εικόνα 3	16
Εικόνα 4	18
Εικόνα 5	20
Εικόνα 6	21
Εικόνα 7	22
Εικόνα 8	24
Εικόνα 9	25
Εικόνα 10	28
Εικόνα 11	28
Εικόνα 12	29
Εικόνα 13	29
Εικόνα 14	30
Εικόνα 15	30
Εικόνα 16	31
Εικόνα 17	32
Εικόνα 18	32
Εικόνα 19	34
Εικόνα 20	35
Εικόνα 21	36
Εικόνα 22	37
Εικόνα 23	38
Εικόνα 24	39
Εικόνα 25	39
Εικόνα 26	40
Εικόνα 27	40
Εικόνα 28	41
Εικόνα 29	41
Εικόνα 30	42
Εικόνα 31	42
Εικόνα 32	43
Εικόνα 33	43
Εικόνα 34	44
Εικόνα 35	44
Εικόνα 36	45
Εικόνα 37	45
Εικόνα 38	46
Εικόνα 39	46
Εικόνα 40	47
Εικόνα 41	47
Εικόνα 42	48
Εικόνα 43	48

Κεφάλαιο 1: Τουρισμός

Ορισμός Τουρισμού

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από μια σειρά μικρών μετατροπών. Ξεκινάει από την αρχαία ελληνική λέξη τόρνος όπου στη συνέχεια μετατράπηκε σε tornare στα λατινικά, tour στα γαλλικά και tourism στα αγγλικά. Η έννοια του τουρισμού είναι δύσκολο να διατυπωθεί λόγω των πολλών και διαφορετικών μορφών. Αρχικά έγινε μια πρώτη προσέγγιση από τους καθηγητές Hunziker και Krapf το 1941 υποστηρίζοντας πώς ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν τον προορισμό ανθρώπων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι.

Ύστερα το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών όρισε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό ανέπτυξε κι'άλλο αυτόν τον ορισμό λέγοντας ότι ο όρος επισκέπτης περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται.

Κεφάλαιο 2: Συστήματα Κρατήσεων

Online Συστήματα Κρατήσεων

2.1 Ιστορική αναδρομή

Μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο αρχίζει η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας και του κλάδου των αερομεταφορών. Οι αεροπορικές εταιρίες αρχικά διαχειρίζονταν τα πλάνα των πτήσεων, τις κρατήσεις και εκδόσεις εισιτηρίων χειρόγραφα. Τα τουριστικά γραφεία διεκπεραιώνουν τις κρατήσεις τηλεφωνικά με τις αεροπορικές εταιρίες και εκδίδουν τα εισιτήρια χειρόγραφα. Τέλος, οι διαδικασίες κρατήσεων, ακυρώσεων ή αλλαγών από τα τουριστικά γραφεία και τις αεροπορικές εταιρίες απαιτούν αναφορά σε συγκεκριμένα έντυπα.

Το 1953 η αεροπορική εταιρία American Airlines προχωράει σε συνεργασία με την IBM για τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη των πρώτων μηχανογραφημένων Συστημάτων Κρατήσεων – Computer Reservation Systems (CRS). Στόχος αυτής της κίνησης ήταν η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού συστήματος το οποίο θα βελτίωνε τη διαχείριση των πτήσεων και θα επιτάχυνε τη διαδικασία της ορθής πληροφόρησης και κράτησης. Δηλαδή ένα CRS θα διαχειριζόταν:

- Τις αεροπορικές κρατήσεις
- Τα δρομολόγια
- Τη διαθεσιμότητα των θέσεων
- Τους φακέλους με τα στοιχεία των πελατών (Passenger Name Records)

Το αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας ήταν η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού συστήματος το οποίο ονομάστηκε SABRE (Semi – Automated Business Research Environment). Παράλληλα η United Airlines ανέπτυξε το δικό της εσωτερικό ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων, το Apollo, το οποίο γρήγορα αποτέλεσε θεμελιώδη λίθο της αεροπορικής βιομηχανίας.

Η εξέλιξη των CRS οδήγησε στην θέσπιση κανόνων λειτουργίας για τα συστήματα κρατήσεων. Οι πρώτοι κανόνες μπήκαν σε εφαρμογή το 1984 στις ΗΠΑ, έχοντας στόχο την εξάλειψη του αθέμιτου ανταγωνισμού.

2.2 CRS

Η βασική λειτουργία των CRS είναι η ενοποίηση, διανομή και επεξεργασία ταξιδιωτικών πληροφοριών και η επεξεργασία ταξιδιωτικών συναλλαγών. Σήμερα όλες οι εργασίες, που παλαιότερα γίνονταν χειροκίνητα, πραγματοποιούνται και ολοκληρώνονται μέσω των CRS και οι πληροφορίες διανέμονται άμεσα στους πελάτες. Πιο συγκεκριμένα, το CRS συνιστά μία βάση δεδομένων η οποία:

- διευκολύνει έναν τουριστικό οργανισμό στη διαχείριση των δεδομένων του
- κάνει τα δεδομένα του προσιτά προς τα κανάλια διανομής των συνεργατών του.

Συμπερασματικά τα CRS παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες του να πραγματοποιούν κρατήσεις σε πραγματικό χρόνο (real time) δίνοντάς τους πρόσβαση σε όλες τις ενημερωμένες πληροφορίες όσον αφορά τους προμηθευτές.

Οι εταιρίες που δρουν ως προμηθευτές των CRS είναι μεσάζοντες μεταξύ αγοραστή και πωλητή. Για κάθε κράτηση που γίνεται ο προμηθευτής ανταμοίβεται με το προκαθορισμένο αντίτιμο. Ενδεικτικά αυτό για μια αεροπορική κράτηση είναι 3\$.

Υπολογίζεται ότι περίπου το 75% των κρατήσεων γίνονται μέσω CRS, ενώ το 25% μέσω Internet είτε ο επιβάτης καλεί απευθείας την αεροπορική εταιρία.

2.3 Από τα CRS στα GDS

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα CRS εμφανίστηκαν τη δεκαετία του 1960 όταν πρωτοεμφανίστηκε 'έξαρση' του τουριστικού φαινομένου. Έως το 1970 η χρήση τους αφορούσε αποκλειστικά την εσωτερική πληροφόρηση των ιδιοκτητριών αεροπορικών εταιριών.

Στη συνέχεια προέκυψε η ανάγκη πρόσβασης στα συστήματα και από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, γι' αυτό το λόγο ήταν αναγκαστική η ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου συστήματος κράτησης και έκδοσης εισιτηρίων, το οποίο θα ενοποιούσε όλες τις αεροπορικές εταιρίες και τις διαθέσιμες πληροφορίες.

Η αρχή έγινε από τα συστήματα Apollo και Sabre, τα πρώτα ολοκληρωμένα συστήματα στη διάθεση των ταξιδιωτικών γραφείων και της αγοράς. Έτσι έκαναν την εμφάνισή τους τα συστήματα παγκόσμιας διανομής, τα Global Distribution Systems(GDS). Στο εξής οι αεροπορικές εταιρίες είχαν τη δυνατότητα να ορίζουν το ύψος των ναύλων και τα δρομολόγια τους.

2.4 Global Distribution Systems

Amadeus

Δημιουργήθηκε το 1987 από τις εταιρίες Airfrance, Iberia, Lufthansa και SAS και αποτελεί ένα κορυφαίο τεχνολογικό σύστημα που μπορεί να εξυπηρετεί τις ανάγκες των βιομηχανιών ταξιδιού και τουρισμού. Το 1991 λειτούργησε επίσης το Amadeus Central System και σε αυτό ενοποιήθηκαν τα τέσσερα εθνικά συστήματα κρατήσεων της Γαλλίας, Ισπανίας, Σουηδίας και Γερμανίας (Esterel, Savia, Smart, Start).

Το Amadeus κατάφερε να έχει τη μεγαλύτερη βάση δεδομένων στην Ευρώπη. Παρέχει πληροφορίες για περισσότερες από 450 αεροπορικές εταιρίες, 60.000 ξενοδοχεία, δεκάδες εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και σιδηροδρομικούς οργανισμούς, ενώ το χρησιμοποιούν περισσότερα από τα 2/3 όλων των ταξιδιωτικών πρακτορείων στην Ευρώπη. Υπάρχουν 290.000 σημεία πώλησης σε περισσότερες από 210 αγορές παγκοσμίως. Τέλος συνεργάζεται με το Worldspan και άλλες ακτοπλοϊκές εταιρίες.

Galileo

Δημιουργήθηκε το 1977 στην Αγγλία μετά από συμφωνία των αεροπορικών εταιριών British Airways, Swissair, KLM και United Airlines ενώ η Ολυμπιακή συμμετείχε με ποσοστό 4%. Σε αυτό το σύστημα είναι συνδεδεμένες περισσότερες από 511 αεροπορικές εταιρίες, 39 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, 46.000 ξενοδοχειακές μονάδες, 368 tour operators καθώς και όλες οι κύριες γραμμές κρουαζιερών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το Galileo παρέχει σε περισσότερους από 41.200 ταξιδιωτικούς πράκτορες τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες που αφορούν αεροπορικά αλλά και άλλου είδους εισιτήρια, τη δυνατότητα πραγματοποίησης πολλαπλών κρατήσεων καθώς και την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων σε 116 χώρες.

Sabre

Το 1959 η American Airlines και η IBM, ανακοίνωσαν τα σχέδιά τους προκειμένου να αναπτύξουν ένα ημιαυτόματο επαγγελματικό ερευνητικό περιβάλλον, το Sabre. Το επαναστατικό σύστημα αποτέλεσε την πρώτη real time επιχειρησιακή εφαρμογή στην ηλεκτρονική τεχνολογία. Το Sabre θεωρείται ένα από τα πιο ευέλικτα συστήματα της αγοράς και έχει πρόσβαση τους καταλόγους 370 αεροπορικών εταιριών και 59 εταιριών ενοικίασης αυτοκινήτων.

Σήμερα η Sabre αντιπροσωπεύεται σε πάνω από 45 χώρες. Είναι ένας από τους κυριότερους προμηθευτές τεχνολογίας για την τουριστική βιομηχανία.

2.5 Hotel Distribution Systems (HDS)

Τα συστήματα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών αποτελούν βασικό κομμάτι της τουριστικής αλυσίδας ανάμεσα στους προμηθευτές και στους καταναλωτές. Ένα ξενοδοχείο πρέπει να καλύπτει τις εξής προϋποθέσεις για να γίνει μέλος τους συστήματος:

- Να διαθέτει εσωτερικό οργανωμένο πληροφοριακό σύστημα κρατήσεων
- Να πληρώσει ένα αρχικό ποσό για τη συνδρομή ώστε να έχει το δικαίωμα σύνδεσης
- Να καταθέτει είτε ανά μήνα είτε ανά κράτηση ένα συγκεκριμένο ποσό.

Utell



Ένα από τα μεγαλύτερα HDS, με μέλη του 6500 ξενοδοχεία από όλο τον κόσμο. Συνεργάζεται με Sabre, Start Amadeus και Galileo.

Supernational



Μέλη του είναι 565 ξενοδοχεία, εκ των οποίων τα 410 βρίσκονται στην Ευρώπη.

Leading Hotels of The World



277 ξενοδοχεία είναι μέλη του. Συνεργάζεται μόνο με ξενοδοχεία 5 αστέρων σε μεγάλες πόλεις.

Prima Hotels



Εγγεγραμμένα 230 ξενοδοχεία. Αδελφή εταιρία του LeadingHotels OfTheWorld. Αντιπροσωπεύει μικρότερα και μεσαία ξενοδοχεία. Διαθέτει υπηρεσίες κρατήσεων, PR, προώθησης πωλήσεων και Marketing.

Hotkey International

Μέλη της 500 ξενοδοχεία. Κριτήρια: ανεξάρτητα και ποιοτικά ξενοδοχεία, αλυσίδες και κοινοπραξίες ξενοδοχείων.

Συνεργάζεται επίσης με τα μεγαλύτερα συστήματα αεροπορικών κρατήσεων.

Κεφάλαιο 3: Property Management Systems (PMS)

3.1 Property Management Systems (PMS)

Τα πρώτα PMS στον κλάδο της φιλοξενίας εμφανίστηκαν στην αγορά τη δεκαετία του 1980. PMS είναι ένα ολοκληρωμένο λογισμικό που χρησιμοποιείται για την επίτευξη στόχων όπως ο συντονισμός των λειτουργιών του front office, της οργάνωσης, των πωλήσεων κλπ.

Το σύστημα αυτοματοποιεί τις ξενοδοχειακές λειτουργίες όπως τις κρατήσεις, στοιχεία πελατών, πληρωμές, τηλέφωνα, πωλήσεις και Μάρκετινγκ, εκδηλώσεις, κοστολόγηση τροφίμων και ποτών, διαχείριση υλικών, HR, μισθοδοσία και άλλες παροχές.

Στόχοι των PMS:

- Εύρεση πληροφοριών για τα ξενοδοχεία
- Πληροφορίες σχετικά με τις τιμές
- Κρατήσεις και διαχείριση τους σε πραγματικό χρόνο

Τα σύγχρονα PMS σκοπεύουν:

- στην αναβάθμιση της άμεσης επικοινωνίας με τους πελάτες
- στην εφαρμογή σύγχρονων τεχνικών
- ομοιομορφία στη χρήση του συστήματος ακόμα και σε διαφορετικές περιπτώσεις
- προσπάθεια μη εμφάνισης μέσων που δεν είναι σχετικά με τους πελάτες

3.2 PMS στην Ελληνική αγορά

Protel

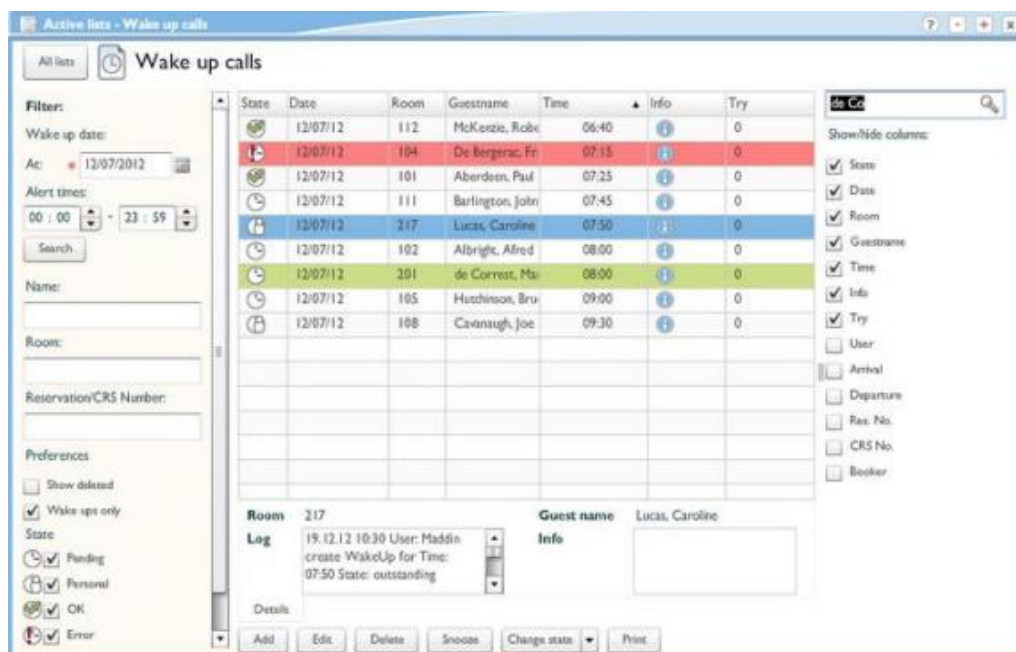
Το σύστημα Protel υποστηρίζει τις εξής λειτουργίες:

- check-in
- check-out
- προτιμήσεις πελατών
- απαιτήσεις πελατών
- διαθεσιμότητα
- πληροφορίες

Όλα τα ξενοδοχεία του συστήματος μπορούν να έχουν πρόσβαση στην ίδια βάση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο.

Πιο συγκεκριμένα το λογισμικό:

- Προσφέρει κεντρική Βάση Δεδομένων και Σύστημα Κρατήσεων
- Κεντρικό σύστημα Marketing



Εικόνα: Wake-Up Calls

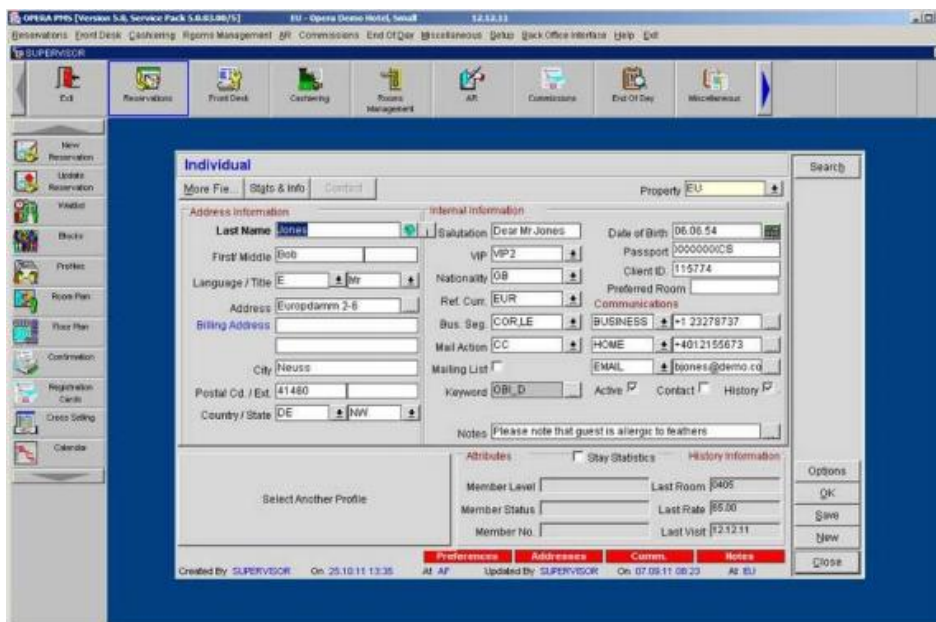
Πηγή: www.protel.net

Opera

Προγραμματισμένο να καλύπτει όλες τις βασικές ανάγκες ενός ξενοδοχείου. Προσφέρει όλα τα κατάλληλα μέσα για τη βελτίωση των κερδών και της αποδοτικότητας.

Οι βασικές λειτουργίες του:

- Διαχείριση κρατήσεων
- Check-in, Check-out
- Διαμοιρασμός δωματίων
- Εξυπηρέτηση πελατών σύμφωνα με τις ανάγκες τους
- Διαχείριση λογαριασμών



Εικόνα: Reservations/Individual

Πηγή: www.micros-fidelio.eu

Εικόνα 2

Fidelio

Πληροφοριακό σύστημα της Fidelio Software, δημιουργήθηκε για μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και σκοπεύει στην κάλυψη των αναγκών του τμήματος της υποδοχής και γενικά στην υποστήριξη λειτουργιών του ξενοδοχείου.

Οι κύριες λειτουργίες του είναι:

- Κρατήσεις σε πραγματικό χρόνο και συγκέντρωση δεδομένων
- Εμφάνιση διαθεσιμότητας και τιμών
- Group με πολλά άτομα σε πραγματικό χρόνο



Εικόνα: Περιβάλλον εργασίας Fidelio

Πηγή: www.micros-fidelio.eu

Epitome.net

Το λογισμικό αυτό διανέμεται από τη Sysco. Πρωτοεμφανίστηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και έχει χαρακτηριστεί ως ένα από τα κορυφαία Πληροφοριακά Συστήματα ξενοδοχείων παγκοσμίως.

Κάποιες λειτουργίες του είναι:

- Ο χειρισμός των τιμών, πακέτων και πρακτορείων
- Καταμερισμός των δωματίων και ενημέρωση διαθεσιμότητας
- Διαχείριση κερδών
- Πλάνο διαθεσιμότητας
- Χάρτης ξενοδοχείου
- Κρατήσεις
- Δυνατότητα κατάθεσης προκαταβολών
- Check-in; Check-out και χρήση τιμολογίων
- Προβολή προηγούμενων κρατήσεων πελατών
- Αναφορές κατάστασης
- Online σύνδεση με το Microsoft Office
- Online κρατήσεις
- Δυνατότητα χρήσης POS
- Backoffice
- Κλήσεις



Εικόνα: Περιβάλλον εργασίας Eritome.Net
 Πηγή: www.sysco.gr

Εικόνα 4

Hotel Galaxy

Οι κυριότερες λειτουργίες του:

- Frontoffice
- Ηλεκτρονικές κρατήσεις
- Σημεία πώλησης

Γενικότερα, οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν το δικό τους προφίλ το οποίο ορίζει παράθυρα και έχει τη δυνατότητα εκτύπωσης.

Filos

Προορίζεται για τη διαχείριση των Front Office και Back Office.

Οι δυνατότητες του είναι:

- ολικώς αυτοματοποιημένο κλείσιμο ημέρας
- πλήρης έλεγχος όλων των διαδικασιών του ξενοδοχείου
- σύστημα στατιστικών εκτυπώσεων
- διαχείριση ξενοδοχείων αλλά και αλυσίδων ξενοδοχείων

Main Courante

Οι κύριες λειτουργίες του σχετίζονται με:

- συχνούς πελάτες
- ιστορικό πελατών
- συνεργάτιδες εταιρίες
- υπηρεσίες καθαριότητας ξενοδοχείου
- κλείσιμο ημέρας
- τηλεφωνικό κέντρο
- εκτυπώσεις

Το λογισμικό Main Courante περιλαμβάνει επίσης BackOffice λειτουργίες. Κάποιες από αυτές είναι:

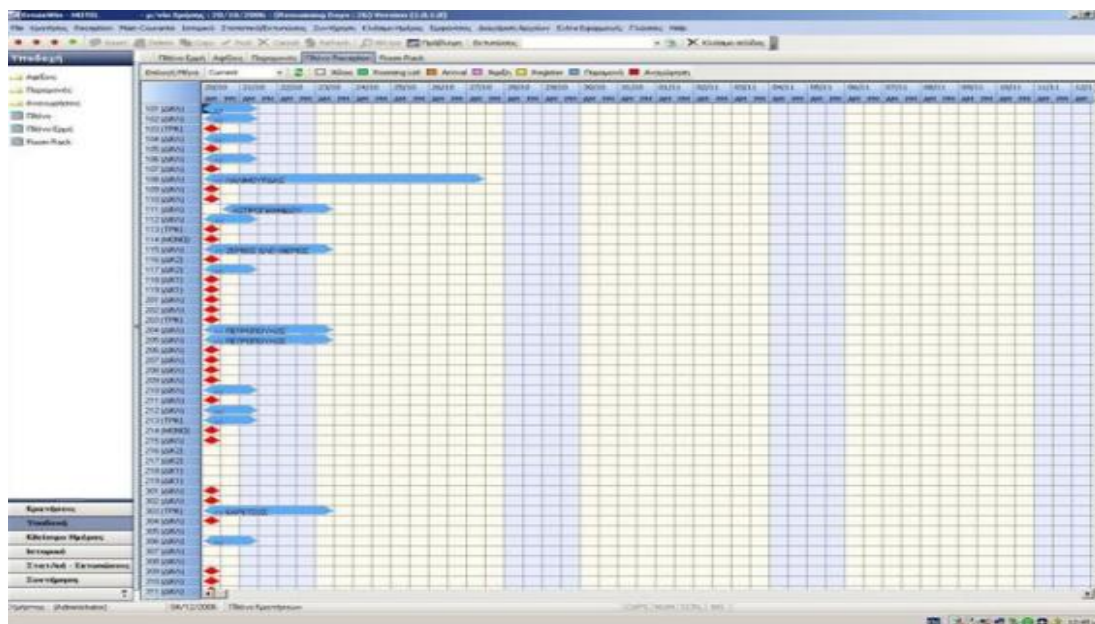
- διαχείριση αποθήκης
- προμηθευτές
- αγορές
- παραγγελίες
- λογιστικές καταχωρήσεις
- πάγια

Ερμής

Το λογισμικό της HospitalityIntergratedTechnologies και της Protel απευθύνεται σε μικρομεσαία και μεγάλα ξενοδοχεία.

Οι λειτουργίες του περιλαμβάνουν:

- Κρατήσεις
- Υπηρεσίες υποδοχής
- Management Information System
- Διατήρηση ιστορικού



Εικόνα 5

Hotel Master

Λογισμικό της Unidata. Αποτελείται από 3 βασικές ενότητες:

- Πρόγραμμα Front Office:

Κρατήσεις

Αφίξεις

Αναχωρήσεις

MainCourante

Πράκτορες

Χρεώσεις

- Πρόγραμμα Back Office:

Γενική Λογιστική

Πάγια

Αποθήκη

Μισθοδοσία

Προμηθευτές

Αξιόγραφα

Ρευστότητα

- Περιφερειακά προγράμματα

Ταμείο

POS

Γραφικές παραστάσεις

Σύνδεση τηλεφωνικού κέντρου για αυτόματη ενημέρωση λογαριασμού πελατών

Το Main Courante είναι υπεύθυνο για:

- Έναρξη λογαριασμού του κάθε πελάτη
- Ενημέρωση χρεώσεων των καταναλώσεων του κάθε πελάτη
- Αυτόματη ενημέρωση λογαριασμών
- Έκδοση επίσημων τιμολογίων

The screenshot displays a 'Single Reservation' window with the following details:

- Reservation's Number:** 31825
- Room - Request Room:** 402
- Country:** AT
- Arrival Date - Flight - Time:** 21.10.13
- Departure Date - Flight - Time:** 26.10.13
- Agent Code:** PR1
- Group Number - Voucher:** (empty)
- Board:** BB
- Room Charge - Persons:** DBL
- Extra Bed 1 - Persons:** 0
- Extra Bed 2 - Persons:** 0
- Extra Bed 3 - Persons:** 0
- Total Rate - Discount - All Incl.:** 60
- Room - Breakfast - Lunch - Dinner:** 0
- Day Rate - Deposit:** 60
- Reservation Type - Offer:** 1
- Remarks:** QUIET ROOM - NON SMOKING FLOOR
- Customer Name:** Hammerschmit/Gerdentsch
- Status:** RE
- Half for double:** (checkbox)
- Booking Date:** (empty)
- Free Nights:** 0
- Complimentary:** (checkbox)
- Room Description:** 2 DOUBLE ROOM
- Grand Total:** 300
- CLUB MEMBERS:** (checkbox)

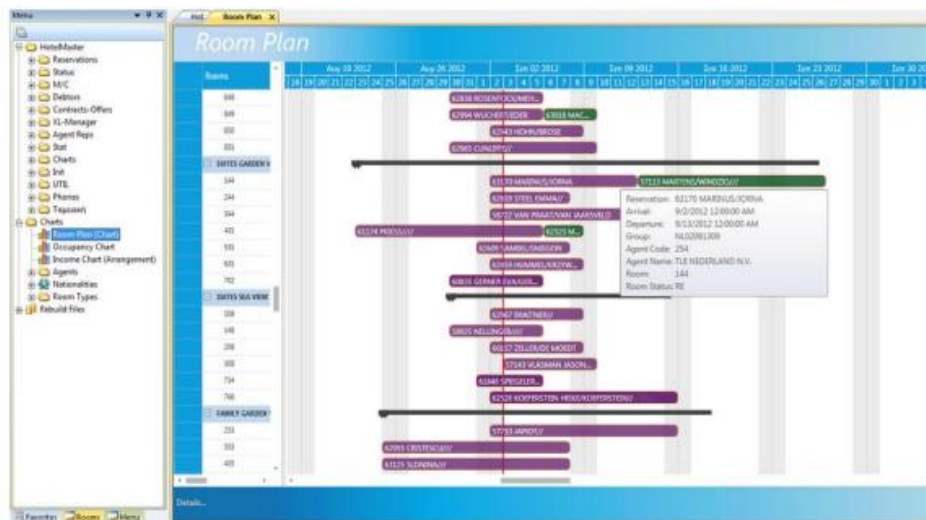
Customer Name	Sex	Passport	Birthday	Place Of Birth	Address	StrNo	Nat
1. HAMMERSCHMIT HERTHA	F	P2597961	07.10.50				AT
2. GERDENTSCHE HEINRICH	M	P4119499	05.04.47				AT
3.							
4.							
5.							

Additional information at the bottom of the window:

- Add Date / Time (Program's):** 21.10.13 16:21 User: REC
- Update Date / Time (System's):** 23.10.13 18:29 User: REC
- Release Date:** (empty)
- Tv Status:** (empty)

Buttons at the bottom: SF1 Copy, SF2 Repeater, SF3 Free Rooms, SF4 Room Alt, SF6 Rooms, SF7 Transfers, SF8 Emails, SF3 Billing

Εικόνα 6



Εικόνα: Διαγραμματικό Πλάνο Δωματίων

Πηγή: www.unidata.gr

Εικόνα 7

Filoxenia

Από την Polysystems και καλύπτει όλες τις βασικές ανάγκες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Διατίθεται σε 3 εκδόσεις:

Filoxenia Silver

Front Office

Check in

Check out

Διαχείριση κρατήσεων

Βιβλία υποδοχής

Διαθεσιμότητα δωματίων

Βάση δεδομένων με στοιχεία πελατών

Διαχείριση δωματίων

Main Courante

Filoxenia Gold

Front Office

Food and Beverage Management

POS

Γενική λογιστική

Αναλυτική λογιστική
Συνάλλαγμα
Εστιατόριο
Ερωτηματολόγιο
Συντήρηση εγκαταστάσεων

Filoxenia Platinum

Front Office
Food and Beverage Management
POS
Μισθοδοσία
Γενική και αναλυτική λογιστική
Συνάλλαγμα
Εστιατόριο
Ερωτηματολόγιο
Συντήρηση εγκαταστάσεων
Διαχείριση συνεδρίων και εκδηλώσεων
Internet Booking

Κρατήσεις Ver 3.20 / Agla Hotel Monday June 6, 2005

Αφιξη: [] Αναχώση: [] Διανυκτείες: 0 Status: [] Πληρωμές: 0,00

Παράρτημα: [] Παραρτήματα στο λογ/σμό: []

Όνομα Πελάτη	Δωμ	Τύπος	Θέα	Συ	Ε	Π	Δ	Κ	Τύπος Σ/Παίσι	Ομάδα	Ομάνη
	0				0	0	0	0			0

Εθνικ/τα: []
2η Εθν/τα: []
Υψηλ: []
Λέξη: []
Πώληση Από: []

	Ενήλικες				Παιδιά				Χρέωση	Τμή Καίνιας	% Επιτυχία
	1ος	2ος	3ος	4ος	1ο	2ο	3ο	4ο			
Δ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0
Π	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Γ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	Σύνολο	
Δ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Πτήσεις Διαμεταί: [] Πτήσεις Β Πόρτας: [] Εξτάδ Πληρωμές: [] Κ.Πόρτα: 0
VIP: []

Status	Όνομα	Δωμ	Τύ	Θέα	Συ	Ε	Π	Δ	Κ	Τύπος/εβ	Ομάδα	Ομάνη	Αρ./Λογ/σμού	Παράρτ

Δωμ: 0 Ε: 0 Π: 0 Δ: 0 Κ: 0

Εικόνα 8

Hotel Manager

Λογισμικό της Data Hospitality Systems. Καλύπτει λειτουργίες front office μικρομεσαίων ξενοδοχείων όπως επίσης:

- Κρατήσεων
- Υποδοχής
- Λογιστική
- MainCourante

Abacus

Καλύπτει όλες τις ανάγκες μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Διαθέτει 3 υποσυστήματα:

- AbacusFrontOffice
- AbacusBackOffice
- Abacus POS

Τα οποία εξυπηρετούν τις εξής λειτουργίες:

- Υποδοχή και κρατήσεις
- Σημεία πώλησης
- Λογιστήριο
- Αποθήκες
- Μισθοδοσία
- Τηλεφωνικό κέντρο

Τα 3 αυτά υποσυστήματα λειτουργούν στο ίδιο περιβάλλον ώστε οι πληροφορίες να συνδέονται μεταξύ τους.

Αλέξανδρος

Της εταιρίας Sunsoft, καλύπτει τις ανάγκες των σύγχρονων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ολοκληρωμένα και ευέλικτα.

Με τη βοήθεια του Αλέξανδρος Front Office διαχειρίζεται τις λειτουργίες Front Office, μέσω του Αλέξανδρος Αμβροσία διαχειρίζεται τις λειτουργίες του POS ενώ μέσω του Αλέξανδρος Λογιστική επεκτείνεται στη χρηματοοικονομική διαχείριση.

FORECAST						
15/03/2004						
Forecast						
	Δωμάτια	Άτομα	Σύνολο	Άτομα	Extra Bed	Baby Cots
Προηγούμενης	38	52	52	52	0	0
Αναχωρήσεις	12	17	17	17	0	0
Αφίξεις	25	35	35	35	0	0
Πρόβλεψη	51	70	70	70	0	0
Πληρότητα %	39,2	27,9	27,9			
Πραγματοποιηθέντα / Αναμενόμενα						
Αναχωρήσεις	0	13				
Αφίξεις	3	22				
Τρέχ.Δύναμη	42					
Day Use	0	0				
Κατάσταση Δωματίων						
Ανακ.+Άφιξη	4					
Ανέτοια	16					
Εκτός οσο	1	Σοβαρή	Κλειστά	Προσω/κού	Απλή	
Κενά	79	1	0	0	0	
Γεύματα						
Πρωινό	52	Κανονικό	Πακέτο	Κρύο		
Γεύματα	0	52	0	0		
Δείπνα	1	0	0	0		
1	1	0	0	0		
Ανάλυση Όρων Συμφωνίας						
	Δωμάτια	Άτομα				
RR	4	10				
BB	26	35				
HB	1	1				
FB	0	0				
AI	0	0				
Σύνολο	31	46				

Εικόνα: Forecast
Πηγή: www.sunsoft.gr

Εικόνα 9

Hotel Works

Λογισμικό της BlueByte το οποίο καλύπτει όλες τις ανάγκες Front Office, Back Office όλων των μεγεθών ξενοδοχειακών μονάδων.

Οι κύριες λειτουργίες του:

- Κρατήσεις
- Τιμοκατάλογοι
- Οικονομική παρακολούθηση
- Διαχείριση δωματίων

Κάποιες επιπλέον εφαρμογές που προσφέρει:

- POS
- Food and Beverage
- Σύνδεση τηλεφωνικών κέντρων με το ξενοδοχείο
- Αναφορές

Κεφάλαιο 4: Internet Distribution Systems (I.D.S.)

Internet Distribution Systems (I.D.S.)

Τα IDS είναι διαδικτυακές πύλες οι οποίες παρέχουν την δυνατότητα στους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων, καταλυμάτων και μέσω των μεταφοράς μέσω των GDS.

Travelocity

Το Travelocity είναι η κορυφαία επιλογή για online ταξιδιωτικούς ιστότοπους, διότι μπορείτε να συνδυάσετε πτήσεις, ξενοδοχεία και πακέτα διακοπών - όλα από έναν ενιαίο ιστότοπο. Εάν κάνετε κράτηση για ένα εκτεταμένο ταξίδι με πολλαπλές πτήσεις, διαμονές ξενοδοχείων και εκδρομές, το Travelocity σας ταξιδεύει σε κάθε κράτηση, έτσι ώστε να μην χρειαστεί να εντοπίζετε αριθμούς επιβεβαίωσης από μια ντουζίνα διαφορετικών τοποθεσιών. Το Travelocity παρουσιάζει αποτελέσματα πτήσεων με βάση την τιμή, εμφανίζοντας την καλύτερη προσφορά στην κορυφή. Μπορείτε επίσης να ταξινομήσετε τις αναζητήσεις σας ανά αεροπορική εταιρεία, ώρα αναχώρησης, διάρκεια πτήσης και άλλα κριτήρια. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα να δείτε κριτικές του TripAdvisor για ξενοδοχεία καθώς ψάχνετε για κρατήσεις ξενοδοχείων. Μπορείτε να δείτε λεπτομέρειες σχετικά με τον αριθμό των κρεβατιών σε ένα δωμάτιο, το κάπνισμα και την πολιτική ακύρωσης. Όπως οι περισσότεροι ταξιδιωτικοί ιστότοποι έτσι και η Travelocity διαθέτει μια εφαρμογή για κινητά που λειτουργεί σε όλες τις πλατφόρμες και επιτρέπει να δείτε επιπλέον προσφορές ξενοδοχείων και να εγγραφείτε για να λαμβάνετε ειδοποιήσεις σχετικά με συγκεκριμένες ταξιδιωτικές προσφορές.

Πλεονεκτήματα:

- 1.Μπορείτε να προγραμματίσετε πτήσεις, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κρουαζιέρες και εκδρομές
- 2.Μπορείτε να κάνετε κράτηση ταξιδιωτικών πακέτων από ένα μόνο ιστότοπο
- 3.Η Travelocity παραθέτει κριτικές από το TripAdvisor για κρατήσεις ξενοδοχείων

Μειονεκτήματα:

- 1.Οι τιμές ταξιδιών τείνουν να είναι συνολικά υψηλότερες από ό, τι σε άλλες ιστοσελίδες.
- 2.Η αναζήτηση πτήσης εξετάζει μόνο ένα μέσο όρο οκτώ αεροπορικών εταιρειών.
- 3.Δεν μπορείτε να δείτε αν νωρίτερα ή αργότερα οι ημερομηνίες προσφέρουν καλύτερες τιμές

Booking

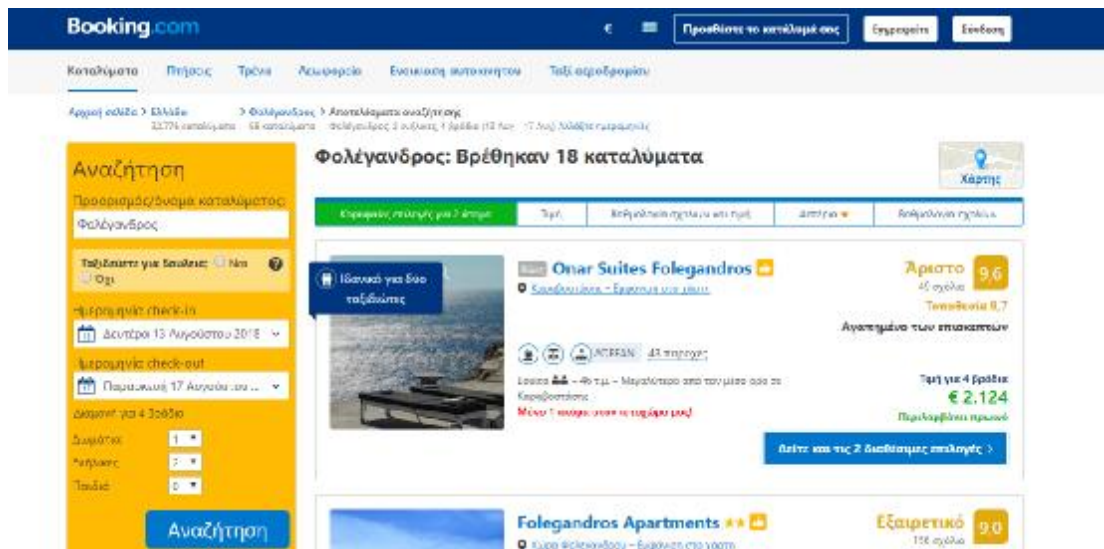
Η Booking ιδρύθηκε στο Amsterdam το 1996 και είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες online κρατήσεων. Σκοπός της είναι να διευκολύνει τους επισκέπτες να διαλέξουν μέσα από μία μεγάλη γκάμα καταλυμάτων, εισιτήρια πτήσεων, λεωφορείων και τρένων αλλά και ενοικιάσεις αυτοκινήτων ή ακόμη μπορείς να κλείσεις ταξί για την διαδρομή από και προς το αεροδρόμιο .

Τί προσφέρει

Τιμές χαμηλού κόστους και με τη δέσμευση ότι επιστρέφει τη διαφορά. Επίσης δεν επιβαρύνεται ο πελάτης κάτι παραπάνω από το κόστος της κράτησής του. Άμεση ανταπόκριση, ασφάλεια στις πληρωμές και 24ωρη εξυπηρέτηση καθημερινά. Επιπλέον μπορεί να εξυπηρετήσει σε 40 γλώσσες. Οι κρατήσεις γίνονται σε πραγματικό χρόνο.

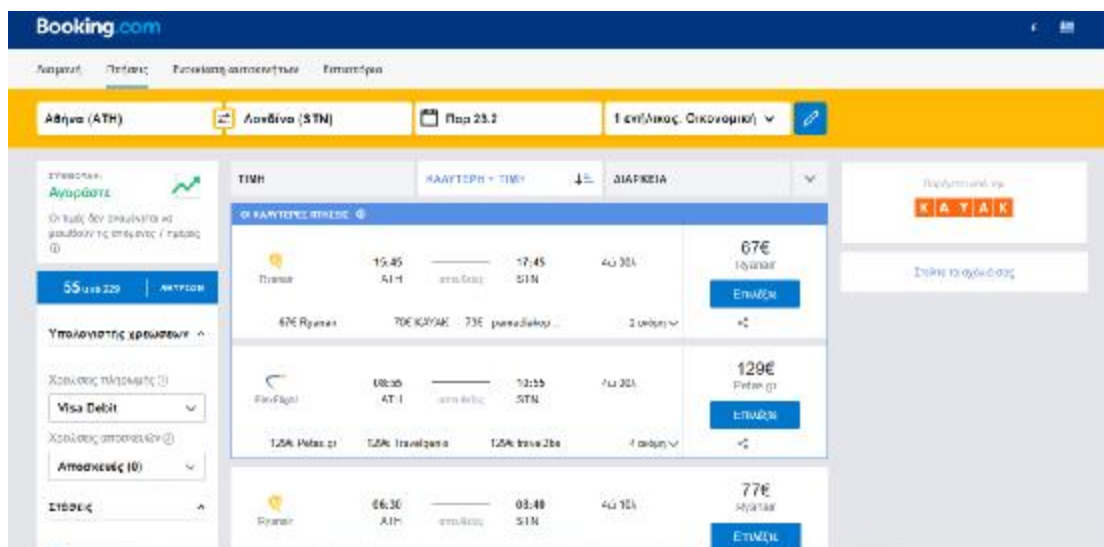
Διαδικασία κράτησης καταλύματος

Αρχικό στάδιο της κράτησης είναι η συμπλήρωση των πεδίων της αναζήτησης. Όπως φαίνεται στην εικόνα παρακάτω επιλέγουμε τον προορισμό, τις ημερομηνίες check in και check out, πόσα άτομα θα είμαστε καθώς και αν ταξιδεύουμε για επαγγελματικούς λόγους ή όχι. Επίσης έχουμε τη δυνατότητα να δηλώσουμε πόσοι από τους ταξιδιώτες θα είναι ενήλικες ή παιδιά. Αφού γίνει η αναζήτηση μπορούμε να προσθέσουμε κάποια φίλτρα ώστε να περιορίσουμε τις επιλογές σύμφωνα με τα δικά μας κριτήρια. Κάποια από αυτά είναι η κατηγορία και τύπος καταλύματος, ο προϋπολογισμός, οι βαθμολογίες των επισκεπτών, οι υπηρεσίες και παροχές που προσφέρει το ξενοδοχείο γενικά ή συγκεκριμένα το δωμάτιο, τα γεύματα και η πολιτική ακύρωσης.



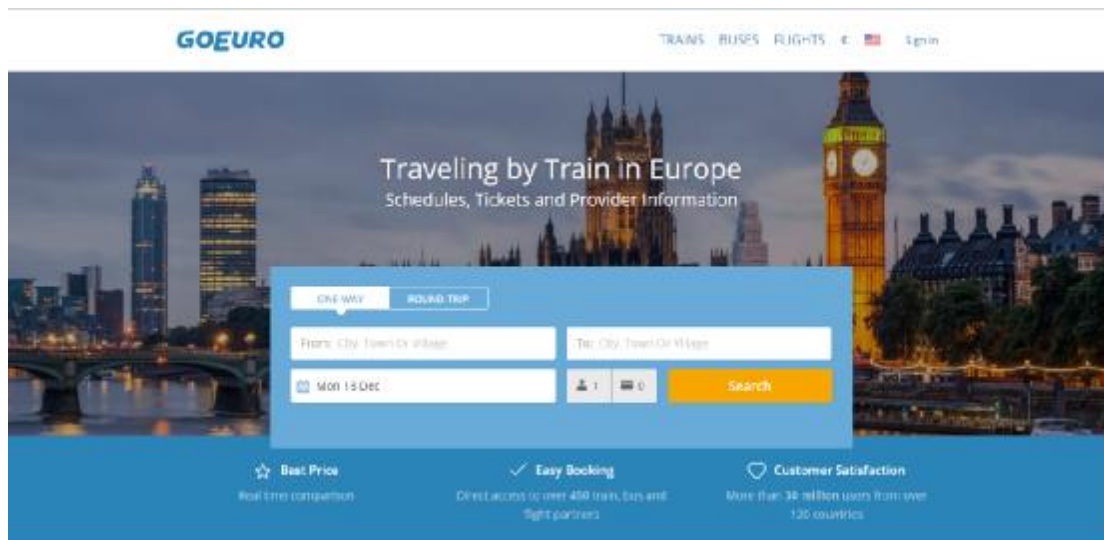
Εικόνα 10

Με την ίδια διαδικασία γίνονται και οι υπόλοιπες κρατήσεις. Συγκεκριμένα όσον αφορά τις κρατήσεις πτήσεων η Booking.com συνεργάζεται με την Kayak. Αυτό σημαίνει ότι αν επιλέξουμε «Πτήσεις» μας παραπέμπει στη ιστοσελίδα της Kayak και από εκεί γίνεται η κράτηση.

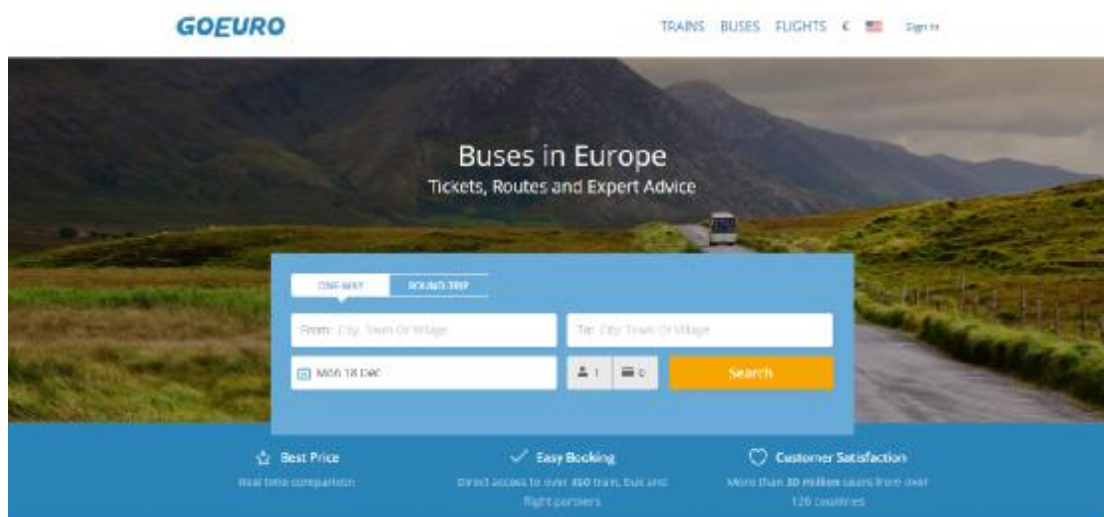


Εικόνα 11

Για την κράτηση και έκδοση εισιτηρίων τρένων και λεωφορείων η booking.com συνεργάζεται με την GoEuro (www.goeuro.com)

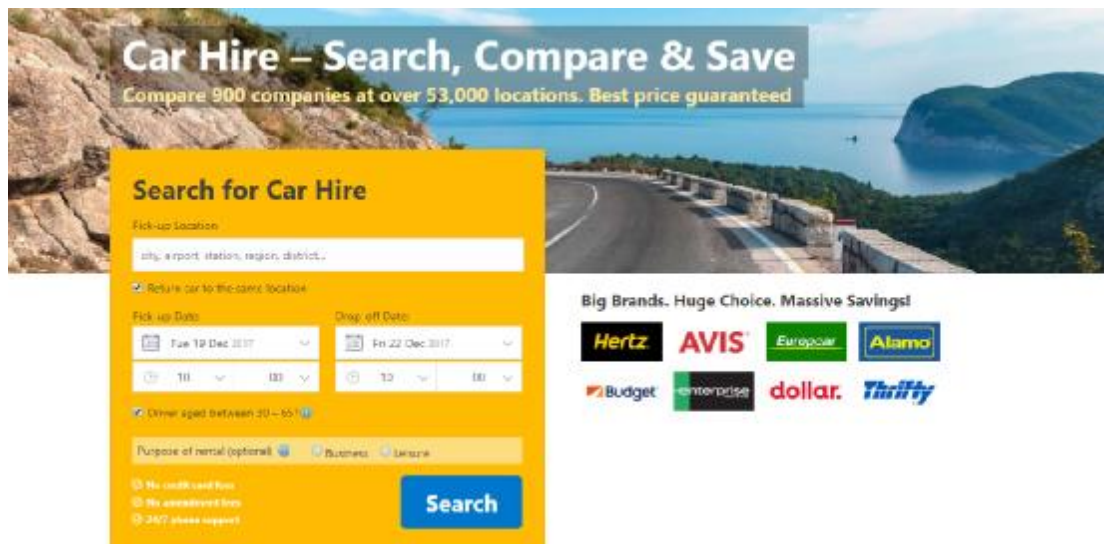


Εικόνα 12



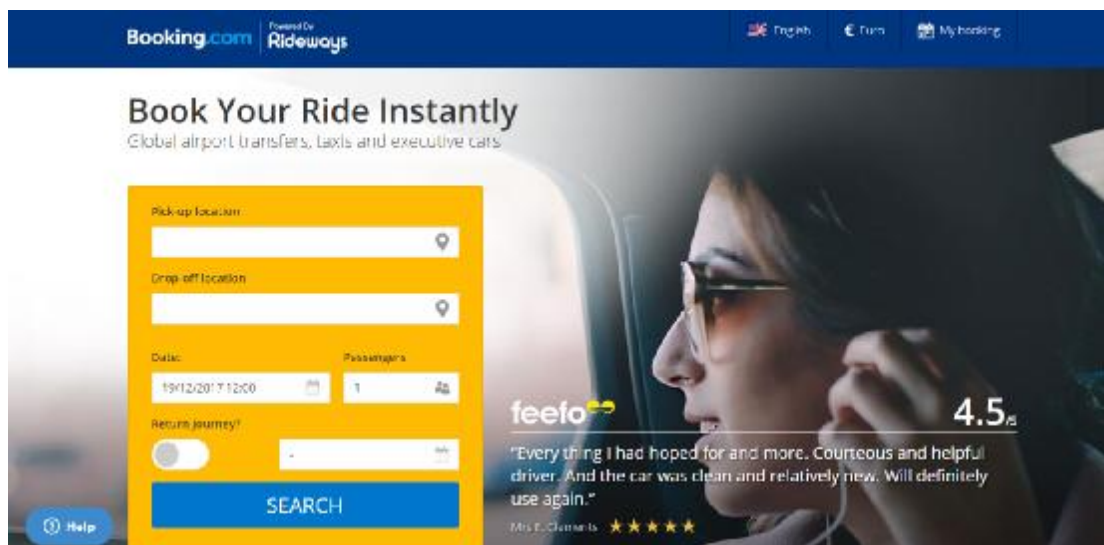
Εικόνα 13

Για ενοικίαση αυτοκινήτων η booking.com συνεργάζεται με την rentalcars (www.rentalcars.com)



Εικόνα 14

Ενώ για την κράτηση ταξί από και προς αεροδρόμιο συνεργάζεται με την Rideways (www.rideways.com)



Εικόνα 15

Expedia

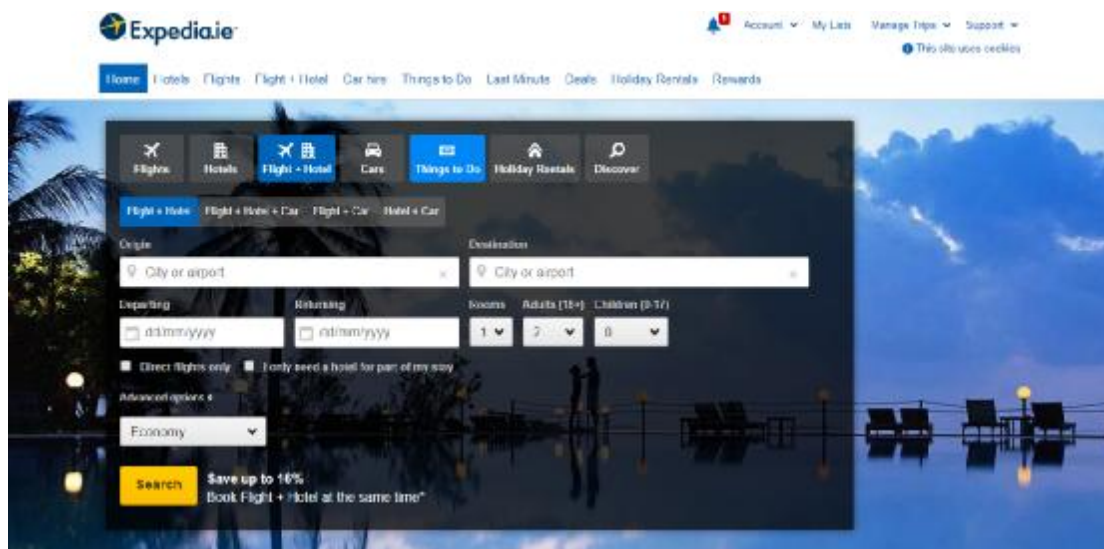
Η ιστοσελίδα του Expedia είναι εύκολη στη χρήση και μπορείτε να κάνετε κράτηση για πτήσεις, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ακόμη και κρουαζιέρων. Τα χαρακτηριστικά αναζήτησης αυτής της εταιρείας σας επιτρέπουν να ταξινομήτε ανάλογα με τις τιμές, την ώρα άφιξης και αναχώρησης και τις ειδικές παροχές. Κάθε λίστα περιλαμβάνει επίσης λεπτομέρειες σχετικά με τις μεταφορές και τις ώρες παραμονής. Αυτή η εταιρεία σας δίνει 24 ώρες για να ακυρώσετε ή να αλλάξετε την κράτησή σας δωρεάν χωρίς καμία ποινή. Ωστόσο, εάν πρέπει να ακυρώσετε ή να τροποποιήσετε την κράτησή σας μετά από αυτή τη σύντομη χρονική περίοδο, ίσως χρειαστεί να καταβάλετε μια χρέωση ή να λάβετε πίστωση πτήσης αντί για πλήρη επιστροφή χρημάτων. Ο ιστότοπος της Expedia διαθέτει μια λειτουργία αναζήτησης που ονομάζεται My Scratchpad που σας επιτρέπει να αποθηκεύσετε σημειώσεις σχετικά με τις αναζητήσεις και τα αποτελέσματα των ταξιδιών σας. Μπορείτε να αποθηκεύσετε τους αγαπημένους σας προορισμούς σε αυτό το εργαλείο και στη συνέχεια να παρακολουθείτε καθώς οι τιμές ταξιδιού αυξάνονται και μειώνονται, ώστε να μπορείτε να αγοράσετε όταν βλέπετε την καλύτερη προσφορά.

Πλεονεκτήματα:

1. Αυτή η εφαρμογή είναι μία από τις εφαρμογές με την υψηλότερη βαθμολογία
2. Μπορείτε να ακυρώσετε τα ταξιδιωτικά σας σχέδια μέσα σε 24 ώρες από την πραγματοποίησή τους

Μειονεκτήματα:

1. Δεν μπορείτε να ορίσετε υπενθυμίσεις ταξιδιού για τις κρατήσεις σας
2. Αυτή η εταιρεία έχει λιγότερες επιλογές υποστήριξης από άλλες.



Εικόνα 16

Trivago

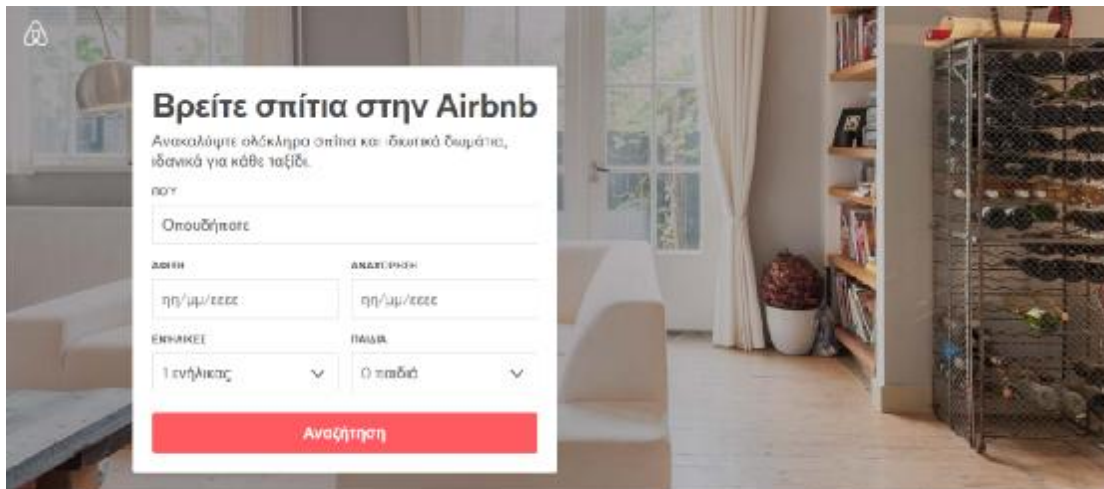
Ένα ακόμη site το οποίο εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες αναζητούν και συγκρίνουν ξενοδοχεία όπως επίσης δίνουν στους ξενοδόχους την ευκαιρία να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους παρέχοντας πρόσβαση σε ένα ευρύ κοινό ταξιδιωτών. Περιέχει 1.8 εκατομμύρια ξενοδοχεία σε 190 χώρες όπου για κάθε ξενοδοχείο περιλαμβάνονται πληροφορίες, φωτογραφίες, αξιολογήσεις, κριτικές, τιμές και άλλα χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου ώστε να μπορέσει ο ταξιδιώτης να κάνει την καλύτερη επιλογή για αυτόν.



Εικόνα 17

Airbnb

Η Airbnb ιδρύθηκε το 2008 από τους Joe Gebbia (Συνιδρυτής & CPO), Brian Chesky (Συνιδρυτής, CEO, Επικεφαλής Κοινότητας) και Nathan Blecharczyk (Συνιδρυτής, CSO, Πρόεδρος της Airbnb China). Έχει βάση το Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνιας, προσφέρει καταλύματα σε περισσότερες από 191 χώρες, 65.000 πόλεις και έχει περισσότερες από 3.000.000 καταχωρήσεις σε όλο τον κόσμο. Προσφέρει ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, κάστρα και βίλες.



Τι λένε οι επισκέπτες για τα σπίτια στην τοποθεσία Greece

Εικόνα 18

Opentable

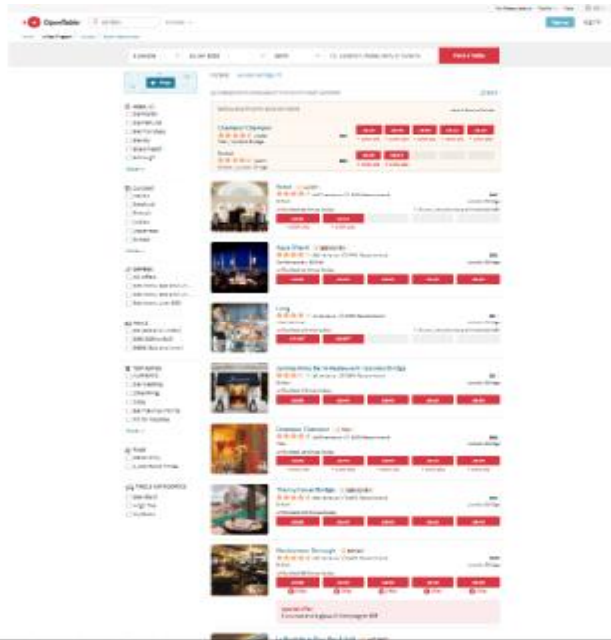
Η Opentable είναι ένα online σύστημα κρατήσεων εστιατορίων η οποία ιδρύθηκε το 1998 απ' τον Chuck Temperton με βάση το Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνιας.

- Κάθε μήνα, οι επισκέπτες του OpenTable γράφουν περισσότερες από 850.000 κριτικές εστιατορίων.
- Το OpenTable βρίσκει εστιατόρια για περισσότερα από 21 εκατομμύρια επισκέπτες κάθε μήνα.
- Το δίκτυό τους συνδέει εστιατόρια με περισσότερα από 40.000 εστιατόρια παγκοσμίως.
- Οι επισκέπτες έχουν δαπανήσει περισσότερα από 16 δισεκατομμύρια δολάρια στα εστιατόρια.
- Στη Βόρεια Αμερική, το 50% των κρατήσεων πραγματοποιούνται σε μία από τις εφαρμογές για κινητά.

Όπως στα προηγούμενα, έτσι και σε αυτό, κατα τον ίδιο τρόπο γίνεται η κράτηση. Η μόνη διαφορά είναι ότι δεν υπάρχει χρέωση κατά την κράτηση παρα μόνο αν ακυρωθεί ή δεν εμφανιστεί ποτέ ο πελάτης.

Αρχικά επιλέγουμε άτομα, ημερομηνία, ώρα και μέρος (Χώρα/Πόλη, Όνομα εστιατορίου ή είδος κουζίνας). Αφού γίνει η πρώτη και γενική αναζήτηση επιλέγουμε κάποια κριτήρια ώστε να περιορίσουμε τις επιλογές και να βρούμε πιο εύκολα αυτό που ψάχνουμε. Κάποια από αυτά τα κριτήρια είναι:

- Ø Η αναζήτηση σε συγκεκριμένες περιοχές (πχ. City of London, East London κτλπ)
- Ø Επιλογή είδος κουζίνας (πχ. Αμερικάνικη, Ιταλική, Ελληνική)
- Ø Specials-Εκπτώσεις (πχ. 50% έκπτωση, σετ μενού από 20 £ και κάτω)
- Ø Επιλογή τιμών
- Ø Δυνατότητα επιλογής περίπτωσης (πχ. Επαγγελματικό δείπνο, Ειδανικό για ζευγάρια, να έχει live μουσική κτλπ)
- Ø Κατηγορία τραπεζιών (πχ. Στον εξωτερικό χώρο του εστιατορίου, στο μπαρ κτλπ)



Εικόνα 19

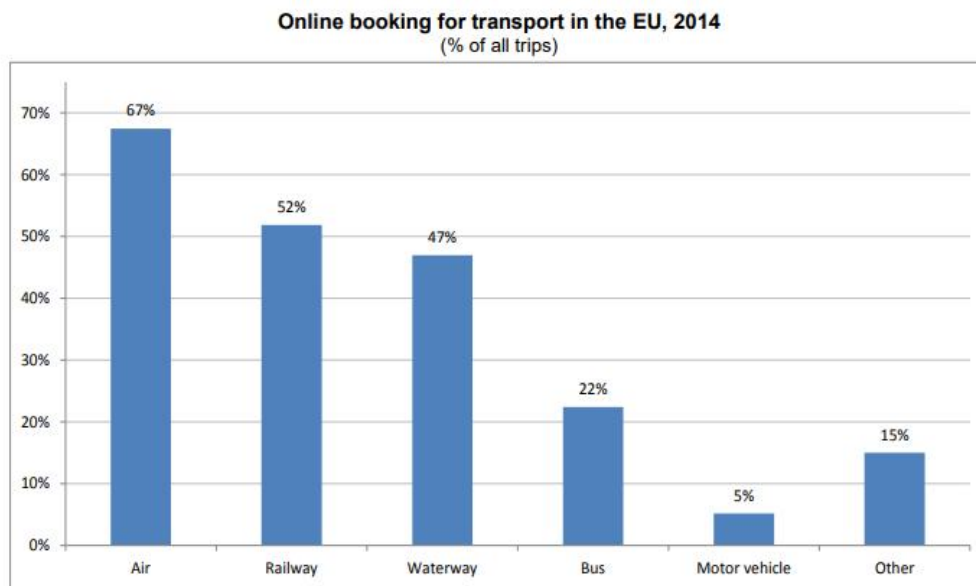
Κεφάλαιο 5: Στατιστικές μελέτες

Statistics

Σύμφωνα με το Eurostat(Στατιστική Υπηρεσία της ΕΕ), όπου έγινε έρευνα το 2016 με θέμα «Κλείνετε τις διακοπές σας online;», το 49% των χρηστών του ίντερνετ είπε ότι έκλεισε την διαμονή ή τα εισιτήρια για τις διακοπές μέσω διαδικτύου. Το ποσοστό αυτό ήταν υψηλότερο μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου στο Λουξεμβούργο (73%), στη Δανία (67%) και στη Φινλανδία (63%). Η κράτηση των καταλυμάτων διακοπών ή το ταξίδι μέσω του διαδικτύου ήταν πιο συχνή μεταξύ των ηλικιωμένων χρηστών του Διαδικτύου ηλικίας 65 έως 74 ετών στην ΕΕ (49%) από ό, τι μεταξύ των νεότερων χρηστών ηλικίας 16 έως 24 ετών (40%).

Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ) αποτέλεσε σημαντική κινητήρια δύναμη των αλλαγών τόσο τον τρόπο που ταξινομούμε τα ταξίδια μας όσο και τη ροή εργασιών των επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού.

Το 2014, περισσότερα από τα δύο τρίτα των αεροπορικών ταξιδιών και περισσότερα από τα μισά καταλύματα και ταξίδια τρένων κρατήθηκαν στο διαδίκτυο. Οι επιχειρήσεις που εργάζονται στον τομέα των καταλυμάτων φαίνεται να είναι πιο προηγμένες στη χρήση των ΤΠΕ από ό, τι πολλών άλλων τομέων. Ενώ η διαδικτυακή παραγγελία προσφέρεται από το 17% του συνόλου των επιχειρήσεων το 2015, το μερίδιο αυτό ανήλθε σε 74% στον τομέα των καταλυμάτων.



Εικόνα 20

Περισσότεροι από τα δύο τρίτα (67%) των αεροπορικών ταξιδιών που πραγματοποιήσαν οι τουρίστες της ΕΕ το 2014 πραγματοποιήθηκαν online. Η Φινλανδία (90%) και η Ολλανδία (81%) - τα αεροπορικά ταξίδια ταξινομήθηκαν ηλεκτρονικά σε περισσότερο από το 80% των περιπτώσεων. Στο άλλο άκρο της κλίμακας, λιγότερα από τα μισά αεροπορικά εισιτήρια αγοράστηκαν μέσω του διαδικτύου στη Ρουμανία (23%), Σλοβακία (27%), Τσεχική Δημοκρατία (38%), Βέλγιο (45%) και Ελλάδα (47%).

Τα ενοικιαζόμενα τουριστικά καταλύματα κρατήθηκαν ηλεκτρονικά για το μεγαλύτερο μέρος (55%) των ταξιδιών των κατοίκων της ΕΕ το 2014. Εκεί υπήρξαν μεγάλες διαφορές μεταξύ των κρατών μελών, ενώ τα καταλύματα κρατήθηκαν ηλεκτρονικά για περισσότερα από 2 άτομα κάθε 3 ταξίδια από τους κατοίκους της Ολλανδίας (69%), Γαλλίας (68%) και το Λουξεμβούργο (67%), ενώ οι online κρατήσεις αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10% στη Ρουμανία (7%) και στη Βουλγαρία (9%).

Online booking in tourist accommodation and transport, 2014
(in % of trips made by residents)

	Air transport	Accommodation
EU*	67.4	54.8
Belgium	44.9	47.4
Bulgaria	:	8.9
Czech Republic	38.1	39.8
Denmark	57.4	52.0
Germany	68.9	60.0
Estonia	66.5	58.6
Ireland	75.1	55.8
Greece	46.6	30.1
Spain	(34.2)	(19.2)
France	77.1	68.0
Croatia	59.9	31.9
Italy	61.9	45.0
Cyprus	67.1	43.9
Latvia	67.6	(52.8)
Lithuania	68.9	32.2
Luxembourg	74.2	67.4
Hungary	:	(64.7)
Malta	59.6	48.0
Netherlands	81.3	68.7
Austria	67.0	51.6
Poland	(64.3)	:
Portugal	64.8	20.2
Romania	23.0	7.1
Slovenia	62.5	35.1
Slovakia	26.6	29.0
Finland	90.2	64.5
Sweden	(84.9)	(59.5)
United Kingdom	:	:

* EU aggregate excludes the United Kingdom.

: Data not available or not presented because the share of "unknown" answers exceeds 50%.

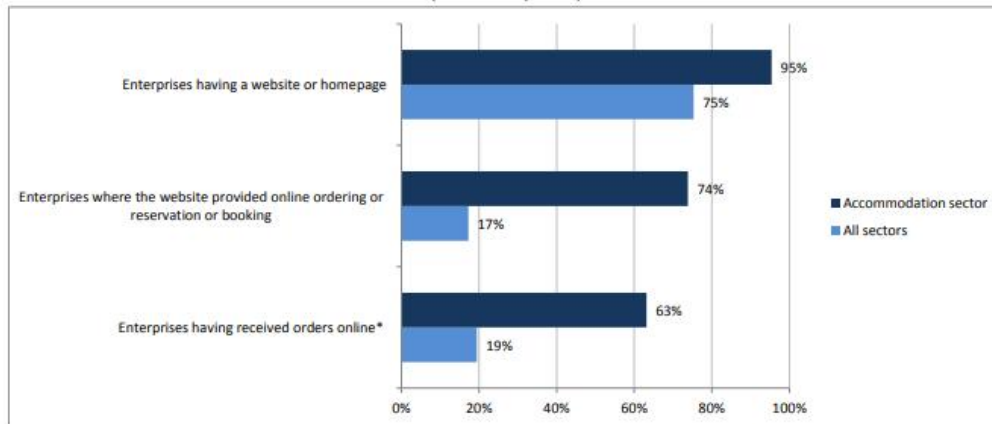
Data shown in brackets are not commented and should be interpreted with caution due to a high share of "unknown" answers.

Εικόνα 21

Οι ιστότοποι αποτελούν το σημείο εκκίνησης για το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Το 2015, το 95% όλων των επιχειρήσεων της ΕΕ στον τομέα της στέγασης είχε ιστοσελίδα, σε σύγκριση με το 75% των επιχειρήσεων με 10 ή περισσότερα άτομα σε ολόκληρη την οικονομία.

Με το 74% των επιχειρήσεων που παρέχουν online παραγγελία, reservation ή κράτηση μέσω της ιστοσελίδας τους, ο τομέας των καταλυμάτων ήταν αισθητά μπροστά από ολόκληρη την οικονομία (17%) στην ΕΕ. Κατά συνέπεια, οι μετοχές των επιχειρήσεων που έλαβαν ηλεκτρονικές παραγγελίες παρουσιάζουν παρόμοιο χάσμα: 19% για όλες τις επιχειρήσεις και 63% για εκείνες που εργάζονται στον τομέα της στέγασης.

Internet use by enterprises in the EU: all enterprises and accommodation sector, 2015
(% of enterprises)



* Data refer to 2014.

Εικόνα 22

- Τα έσοδα του τμήματος Online Travel Booking ανέρχονται σε 215.647 εκατ. Ευρώ το 2018.
- Τα έσοδα αναμένεται να παρουσιάσουν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR 2018-2022) 8,0%, με όγκο αγοράς 292,980 εκατ. Ευρώ μέχρι το 2022.
- Το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς είναι τα ξενοδοχεία με όγκο αγοράς 118,476 εκατομμυρίων ευρώ το 2018.
- Σε παγκόσμια σύγκριση, τα περισσότερα έσοδα προέρχονται από τις Ηνωμένες Πολιτείες (72,504 εκατομμύρια ευρώ το 2018).

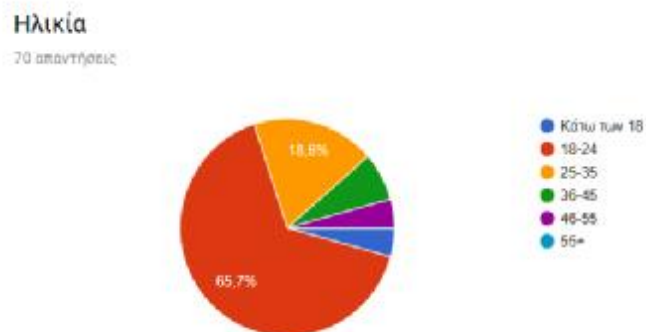
Κεφάλαιο 6: Έρευνα

Έρευνα

Στο πλαίσιο εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο οπού και συγκεντρώσαμε 70 απαντήσεις. Σκοπός της έρευνας είναι να δούμε κατά πόσο οι Έλληνες επιλέγουν να κάνουν ηλεκτρονικές κρατήσεις, πόσο συχνά και εάν εμπιστεύονται το διαδίκτυο.

Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου

Ερώτηση 1:



Εικόνα 23

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε το μεγαλύτερο ποσοστό που απάντησε το ερωτηματολόγιο με θέμα «Ηλεκτρονικές Κρατήσεις» ήταν ηλικίες μεταξύ 18-24 με ποσοστό 65,7%.

Κάτω των 18 4,3%

Μεταξύ 18-24 65,2%

Μεταξύ 25-35 18,6%

Μεταξύ 36-45 7,1%

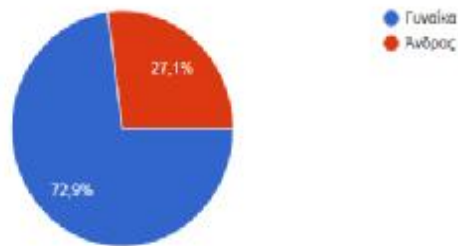
Μεταξύ 46-55 4,3%

Από 55 και πάνω 4,3%

Ερώτηση 2:

Φύλο

70 απαντήσεις



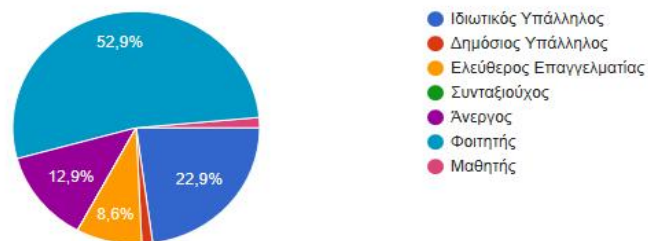
Εικόνα 24

Στο δείγμα μας το μεγαλύτερο ποσοστό είναι γυναίκες με 72,9% (δηλαδή 51) ενώ οι άνδρες με ποσοστό 27,1% (δηλαδή 19).

Ερώτηση 3:

Επαγγελματική Κατάσταση

70 απαντήσεις



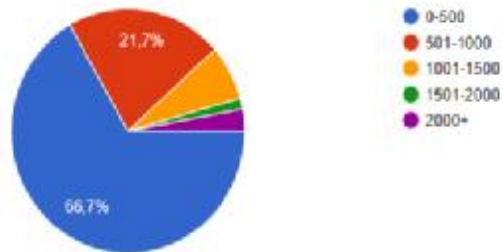
Εικόνα 25

Ιδιωτικός Υπάλληλος 22,9%
Δημόσιος Υπάλληλος 1,4%
Ελεύθερος Επαγγελματίας 8,6%
Συνταξιούχος 0%
Άνεργος 12,9%
Φοιτητής 52,9%
Μαθητής 1,4%

Ερώτηση 4:

Μηνιαίο Εισόδημα

69 απαντήσεις



Εικόνα 26

Εδώ έχουμε μόνο 69 απαντήσεις με το μεγαλύτερο ποσοστό 66,7% να έχει μηνιαίο εισόδημα 0-500.

Μεταξύ 0-500 66,7%

Μεταξύ 501-1000 21,7%

Μεταξύ 1001-1500 7,2%

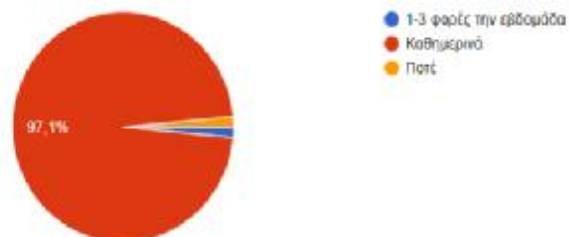
μεταξύ 1501-2000 1,4%

Από 2000 και πάνω 2,9%

Ερώτηση 5:

Πόσο συχνά συνδέεστε στο Διαδίκτυο;

70 απαντήσεις



Εικόνα 27

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 97,1% συνδέετε στο διαδίκτυο Καθημερινά.

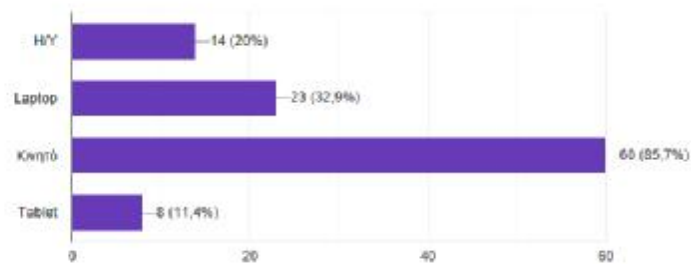
1-3 φορές την εβδομάδα 1,4%

Ποτέ 1,4%

Ερώτηση 6:

Με ποιο μέσο συνδέεστε κυρίως στο διαδίκτυο;

70 απαντήσεις



Εικόνα 28

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος όπου είναι χρήστες διαδικτύου χρησιμοποιούν το κινητό.

Η/Υ 20%

Laptop 32,9%

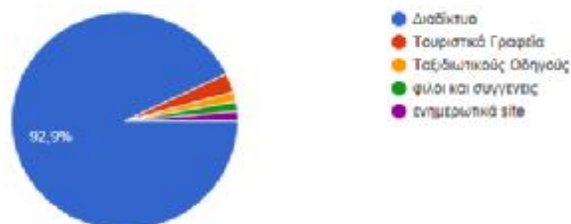
Κινητό 85,7%

Tablet 11.4%

Ερώτηση 7:

Ποιόν από τους παρακάτω τρόπους προτιμάτε για την ενημέρωση σχετικά με τα ταξίδια σας;

70 απαντήσεις



Εικόνα 29

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 92,9% προτιμάει να ενημερωθεί σχετικά με τα ταξίδια του από το διαδίκτυο.

Διαδίκτυο 92,9%

Τουριστικά γραφεία 2,9%

Ταξιδιωτικούς Οδηγούς 1,4%

Άλλο:

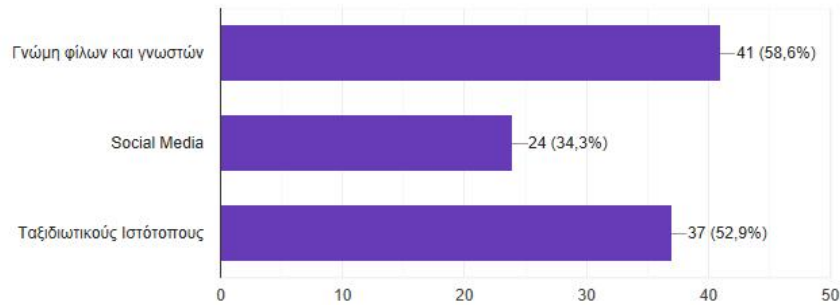
Φίλοι και συγγενείς 1,4%

Ενημερωτικά site 1,4% όπου θα μπορούσαμε να πούμε ότι ανήκει στο Διαδίκτυο άρα το ποσοστό του Διαδικτύου γίνεται 94,3%.

Ερώτηση 8:

Συμβουλευέστε κάποιο από τα παρακάτω ώστε να διευκολυνθείτε στην επιλογή ταξιδιού;

70 απαντήσεις



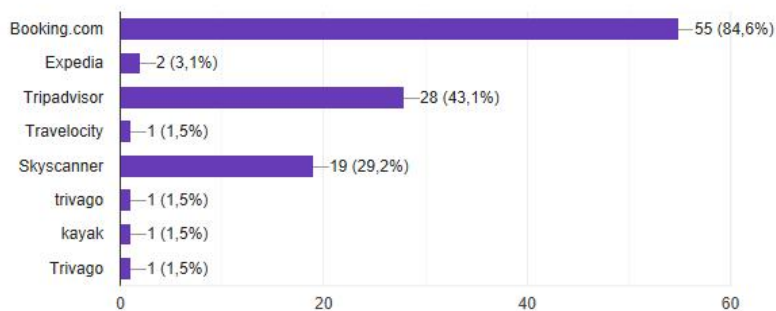
Εικόνα 30

Το 58,6% του δείγματος συμβουλευέτε την γνώμη φίλων και γνωστών για την διευκόλυνση επιλογής ταξιδιού και ύστερα με μικρή διαφορά το 52,9% συμβουλευέτε ταξιδιωτικούς Ιστότοπους ενώ το 34,3% συμβουλευέτε τα κοινωνικά δίκτυα.

Ερώτηση 9:

Ποιούς από τους παρακάτω ταξιδιωτικούς ιστότοπους επισκέπτεστε κυρίως;

65 απαντήσεις



Εικόνα 31

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 65 από τα 70 άτομα.

Booking.com 84,6%

Expedia 3,1%

Tripadvisor 43,1%

Travelocity 1,5%

Skyscanner 29,2%

Άλλο:

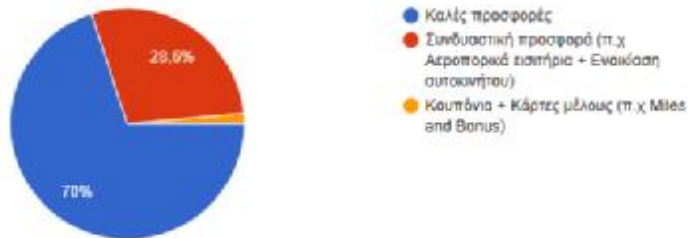
Trivago 3%

Kayak 1,5%

Ερώτηση 10:

Τί απο τα παρακάτω θα σας προσελκούσε ώστε να κάνετε online κράτηση;

70 απαντήσεις



Εικόνα 32

Καλές προσφορές 70%

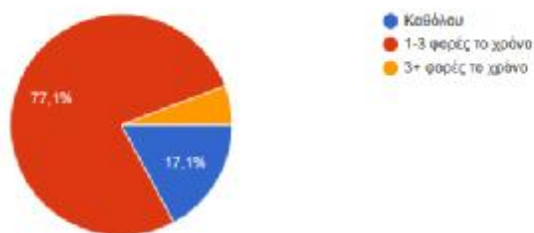
Συνδυαστική προσφορά 28,6%

Κουπόνια και κάρτες μέλους 1,4%

Ερώτηση 11:

Πόσο συχνά πραγματοποιείτε μία αγορά τουριστικής υπηρεσίας;

70 απαντήσεις



Εικόνα 33

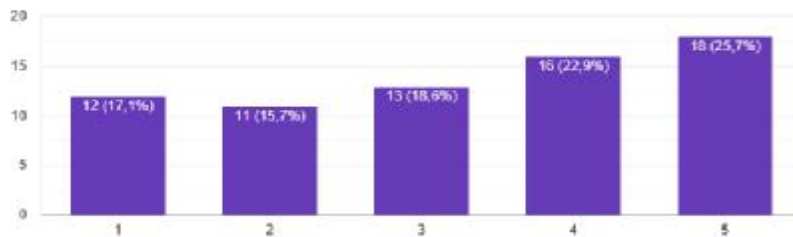
Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 77,1% πραγματοποιεί αγορά τουριστικής υπηρεσίας 1 με 3 φορές τον χρόνο, ενώ το 17,1% δεν πραγματοποιεί καμία αγορά τουριστικής υπηρεσίας. Ωστόσο το υπόλοιπο 5,7% πραγματοποιεί αγορά τουριστικής υπηρεσίας πάνω από 3 φορές τον χρόνο.

Ερώτηση 12:

Στην ερώτηση «Ποια από τις παρακάτω τουριστικές υπηρεσίες αγοράζετε μέσω διαδικτύου και σε τι βαθμό;» απάντησαν ότι:

Αεροπορικά/Ακτοπλοϊκά εισιτήρια

70 απαντήσεις



Εικόνα 34

Αεροπορικά/Ακτοπλοϊκά εισιτήρια

Καθόλου 17,1%

Λίγο 15,7%

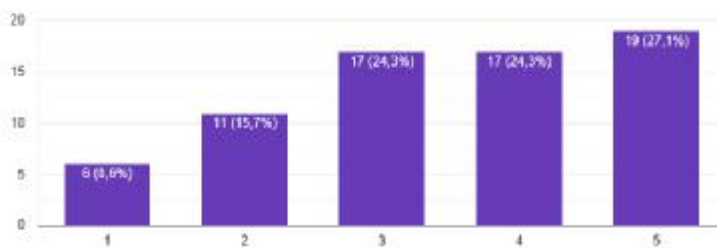
Αρκετά 18,6%

Πολύ 22,9%

Πάρα πολύ 25,7%

Δωμάτια/Καταλύματα

70 απαντήσεις



Εικόνα 35

Δωμάτια/Καταλύματα

Καθόλου 8,6%

Λίγο 15,7%

Αρκετά 24,3%

Πολύ 24,3%

Πάρα πολύ 27,1%

Ενοικίαση Αυτοκινήτων

70 απαντήσεις



Εικόνα 36

Ενοικίαση Αυτοκινήτων

Καθόλου 64,3%

Λίγο 21,4%

Αρκετά 2,9%

Πολύ 5,7%

Πάρα πολύ 5,7%

Εισιτήρια διάφορων δραστηριοτήτων (π.χ. για συναυλίες, μουσεία)

70 απαντήσεις



Εικόνα 37

Εισιτήρια διάφορων δραστηριοτήτων

Καθόλου 34,3%

Λίγο 22,9%

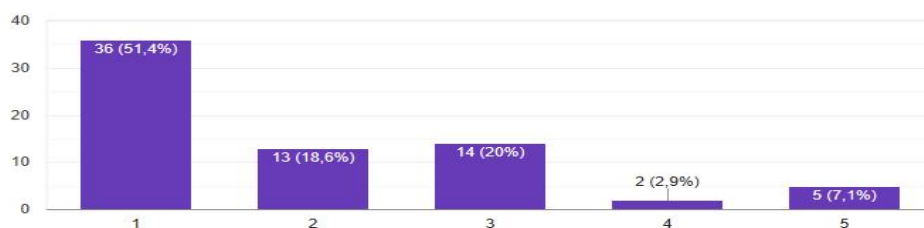
Αρκετά 20%

Πολύ 14,3%

Πάρα πολύ 8,6%

Οργανωμένα πακέτα διακοπών (από τουριστικό γραφείο)

70 απαντήσεις



Εικόνα 38

Οργανωμένα πακέτα διακοπών

Καθόλου 51,4%

Λίγο 18,6%

Αρκετά 20%

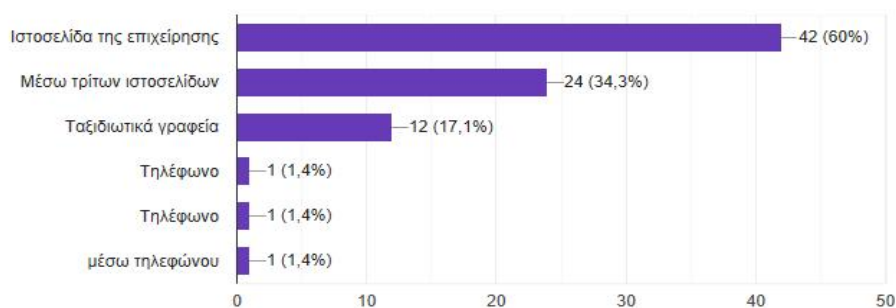
Πολύ 2,9%

Πάρα πολύ 7,1%

Ερώτηση 13:

Απο πού πραγματοποιείτε την κράτηση μιας τουριστικής υπηρεσίας;

70 απαντήσεις



Εικόνα 39

Στην ερώτηση «Από πού πραγματοποιείτε την κράτηση μιας τουριστικής υπηρεσίας;»

απάντησαν ότι γίνεται μέσω:

της Ιστοσελίδας της επιχείρησης 60%

Τρίτων ιστοσελίδων 34,3%

Ταξιδιωτικά γραφεία 17,1%

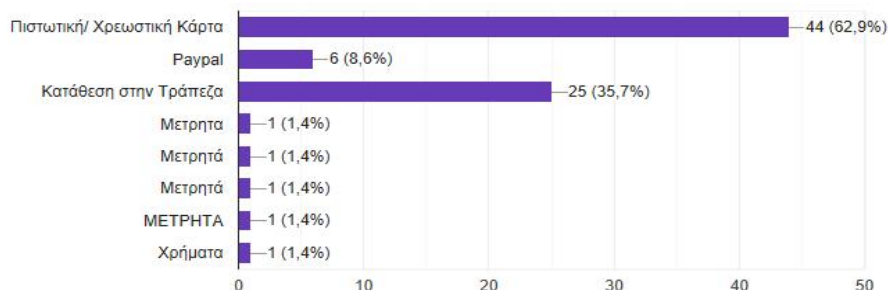
Άλλο:

μέσω τηλεφώνου 4,2%

Ερώτηση 14:

Με ποιόν τρόπο προτιμάτε να πληρώνετε;

70 απαντήσεις



Εικόνα 40

Όσον αφορά την πληρωμή προτιμάται:

Πιστωτική/Χρεωστική κάρτα 62,9%

Paypal 8,6%

Κατάθεση στην Τράπεζα 35,7%

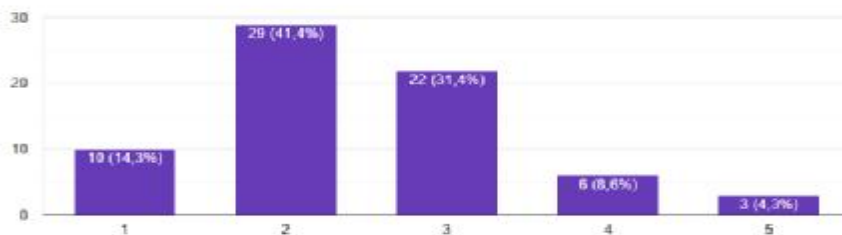
Άλλο:

Μετρητά 7%

Ερώτηση 15:

Σε τί βαθμό θεωρείται ότι η ηλεκτρονική κράτηση είναι επικίνδυνη/ μη ασφαλής; 1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Αρκετά, 4=Πολύ, 5= Πάρα Πολύ

70 απαντήσεις



Εικόνα 41

Καθόλου 14,3%

Λίγο 41,4%

Αρκετά 31,4%

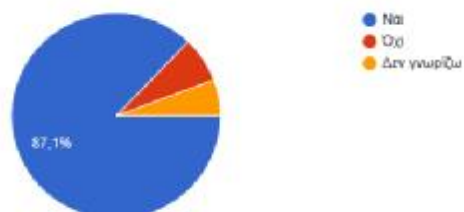
Πολύ 8,6%

Πάρα πολύ 4,3%

Ερώτηση 16:

Θεωρείτε ο,τι είναι εύκολη η πραγματοποίηση ηλεκτρονικής κράτησης;

70 απαντήσεις



Εικόνα 42

Ναι 87,1%

Όχι 7,1%

Δεν γνωρίζω 5,7%

Ερώτηση 17:

Πιστεύετε ότι ο ηλεκτρονικός τουρισμός μπορεί να αναδείξει τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς και να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες;

70 απαντήσεις



Εικόνα 43

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 95,7% πιστεύει ότι ο ηλεκτρονικός τουρισμός μπορεί να αναδείξει τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς και να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες ενώ μόνο το 4,3% πιστεύει ότι δεν μπορεί.

Συμπέρασμα- Σχολιασμοί

Το 97,1% του δείγματος μας συνδέεται στο διαδίκτυο καθημερινά και κυρίως μέσω κινητού με ποσοστό 85,7%. Αυτό σημαίνει ότι έχουν την δυνατότητα να αναζητούν συχνά στο διαδίκτυο οποιαδήποτε τουριστική υπηρεσία και αυτό φαίνεται από την απάντησή τους όσον αφορά την διευκόλυνση επιλογής ταξιδιού, καθώς το 87,2% επιλέγει να συμβουλευτεί το διαδίκτυο είτε από ταξιδιωτικούς ιστότοπους (52,9%) είτε από κοινωνικά δίκτυα (34,3%), ενώ το 58,6% συμβουλευτεί φίλους και γνωστούς που πιθανότατα να έχουν αγοράσει ίδια ή παρόμοια τουριστική υπηρεσία. Οι περισσότεροι (84,6%) επιλέγουν να ενημερωθούν από το Booking.com καθώς περιέχει πολλές τουριστικές υπηρεσίες και είναι εύκολο στην χρήση ενώ το 43,1% επισκέπτεται το TripAdvisor καθώς έχει την δυνατότητα να δει κριτικές, βαθμολογίες, σχόλια και εμπειρίες από άλλους ταξιδιώτες ή ανθρώπους που έχουν αγοράσει παλιότερα κάποια τουριστική υπηρεσία. Αναζητώντας μια τουριστική υπηρεσία αυτό που θα τους έκανε να κάνουν τελικά την κράτηση είναι εάν βρουν καλές προσφορές όπου συμφώνησε το 70% του δείγματος, ενώ το 28,6% εάν έβρισκε κάποια συνδυαστική προσφορά όπως π.χ. Αεροπορικά εισιτήρια + ενοικίαση αυτοκινήτου + δωμάτιο. Κυρίως οι κρατήσεις γίνονται μέσω την ιστοσελίδας της επιχείρησης (60%) ή μέσω τρίτων ιστοσελίδων (34,3%). Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος, συγκεκριμένα το 77,1%, πραγματοποιεί μία αγορά τουριστικής υπηρεσίας 1 με 3 φορές τον χρόνο, όμως το 17,1% δεν πραγματοποιεί καμία αγορά τουριστικής υπηρεσίας. Σύμφωνα με την έρευνά μας προτιμάται «πάρα πολύ» η αγορά μέσω διαδικτύου για αεροπορικά/ιστιοπλοϊκά εισιτήρια, δωμάτια/καταλύματα με ποσοστό 25,7% και 27,1% αντίστοιχα. Ωστόσο δεν προτιμάται «Καθόλου» η ενοικίαση αυτοκινήτων, εισιτήρια διάφορων δραστηριοτήτων και οργανωμένα πακέτα διακοπών με ποσοστό 64,3%, 34,3% και 51,4% αντίστοιχα. Η πληρωμή αυτών των αγορών τουριστικών υπηρεσιών προτιμάται να γίνεται με πιστωτική/χρεωστική κάρτα με ποσοστό 62,9% και έπειτα με κατάθεση στην τράπεζα (35,7%). Αυτό σημαίνει ότι θεωρούν ασφαλή την πραγματοποίηση ηλεκτρονικής κράτησης παρ'όλο που δίνουν προσωπικά τους δεδομένα όπως ονοματεπώνυμο, αριθμό λογαριασμού τραπεζής κλπ και αυτό φαίνεται από την ερώτηση «Σε τί βαθμό θεωρείται ο,τι η ηλεκτρονική κράτηση είναι επικίνδυνη/ μη ασφαλής;» όπου το 41,4% απάντησε «Λίγο» ενώ το 87,1% θεώρησε ότι είναι εύκολη η πραγματοποίηση ηλεκτρονικής κράτησης. Με την αναζήτηση στο διαδίκτυο για ένα ταξίδι που ίσως κάνουμε, μπορούμε να βρούμε πολλές πληροφορίες για τον προορισμό που μας ενδιαφέρει και να μας βοηθήσει στην επιλογή. Έτσι και ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος, συγκεκριμένα 95,7% θεωρεί ότι ο ηλεκτρονικός τουρισμός μπορεί να αναδείξει τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς και να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες.

Πηγές

Βιβλιογραφία

- Abbott, P. & Lewry, S. (2002) Υποδοχή Διαδικασίες, Διαχείριση, Δεξιότητες. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
- Bacal, R. (1999) Performance Management. New York: McGra-Hill.
- Bardi James, Διοίκηση Υποδοχής Ξενοδοχείου, 2000
- BonnyE. Stuart, MarilynSarow, LaurenceStuart (2008) Αποτελεσματική επικοινωνία στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Αθήνα: Κριτική
- Cooper, C., Shepherd, R. & Westlake, J. (1994) Tourism and Hospitality Education. Guildford: University of Surrey.
- Forsyth, P. (1999) Maximizing Hospitality Sales. Great Britain: Biddles Ltd. Montana. P, Charnov B (1993) Μάνατζμεντ. Αθήνα: κλειδάριθμος
- Rutherford D.G.(1999) Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες. Αθήνα: Έλλην
- Schulz, R. & Johnson, R. (1976) Management of Hospitals. N.Y: McGraw – Blikiston.
- Storey, J. & Sisson, K. (1993) Managing Human Resources and Industrial Relations. Buckingham: Oxford University Press.
- Tanke, M. L. (1990) Human Resources Management for the Hospitality Industry. N.Y: Albany.
- Ανδριώτης, Κ. (2002) Διεύθυνση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Ηράκλειο: Τ.Ε.Ι. Κρήτης.
- Γιαννουλίδου, Π. (2001) Τήρηση Λογαριασμών Πελατών Μ/Σ. Ηράκλειο: Τ.Ε.Ι. Κρήτης.
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.
- Θεοχάρης Ν (2007) Front Office Management Αθήνα: Προπομπός.
- Κανελλόπουλος, Χ. (1983) Αξιολόγηση Προσωπικού. Αθήνα: ΕΥΡΩΤΥΠ Α.Ε.
- ΚΑΠΙΚΗ - ΠΙΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ Τ. (2004) Υπηρεσία υποδοχής, Αθήνα: Interbooks
- Κουτούζης, Μ. (1999) Γενικές Αρχές Μάνατζμεντ, ΕΑΠ, Πάτρα
- Λαλούμης Δ. (2002) Hotel Management. Αθήνα: εκδόσεις Σταμούλη
- Λαλούμης Δημήτρης & Σεργόπουλος Κώστας (2014) Rooms Division Management
- Λαλούμης, Δ. & Ρούπας, Β. (1996) Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων. Αθήνα: Interbooks.
- Λύτρας, Π. (2008) δημόσιες σχέσεις και επικοινωνία στον τουρισμό. Αθήνα: interbooks
- Ντόντη Α. (2001), «Λειτουργία Υποδοχής». Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε

Ρούπας, Β. & Λαλούμης, Δ. (1998) Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.

Σαλεσιώτης Π. Μιχάλης, Ανθρώπινες Εργασιακές Σχέσεις στις Τουριστικές Επιχειρήσεις, Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα 1999

Τάνια Καπίκη-Πιβεροπούλου (1998) Υπηρεσία Υποδοχής. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Χρήστου, Ε (1999) Έρευνα τουριστικής αγοράς, Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks,

Χυτήρης, Λ. (1996) Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Διαδίκτυο:

Τουρισμός και διαπολιτισμικότητα στο http://www.cmj.bxb.ro/Article/CMJ_7_1.pdf

<http://traveldailynews.gr/columns/article/1895>

http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2011/ArvanitidouAnastasia,TheodorouMarkella/attached-document-1323764841-106010-19199/Arvanitidou_Theodorou2011.pdf

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2012/PapadopoulouStella/attacheddocument-1340696204-172205-24354/Papadopoulou2012.pdf>

Τα παράπονα ωφελούν σοβαρά την εταιρεία! , στο <https://www.insurancedaily.gr/taparapona-ofeloun-sovara-tin-etere/>

<http://www.boutiquehotelawards.com/>

“Do you book your holidays online?” <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20170801-1>

<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7302076/4-17052016-BP-EN.pdf/3d44a897-2264-44ea-9edb-2f8361069da2>

“Best Online Travel Sites of 2018” <https://www.toptenreviews.com/services/home/best-online-travel-sites/>

«Τουρισμός»

<https://el.wiktionary.org/wiki/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>

“Σχετικά με την Booking.com” <https://www.booking.com/content/about.el.html>

<http://company.trivago.com/about/>

Fast Facts <https://press.airbnb.com/fast-facts/>

<https://www.opentable.com/about/>