

**ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ :**

**ΒΡΕΤΤΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΤΣΑΜΠΚΟΥ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ (ΑΜ 3402)**

**ΣΑΒΒΑΚΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ (ΑΜ 4535)**

**ΘΕΜΑ:**

**«ON LINE ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΓΙΑ  
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ»**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ :**

**Π. ΠΕΔΙΑΔΗΤΗΣ M.Sc.**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ**

**2012**

## **On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία**

# On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή.....	6
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....</b>	<b>5</b>
<b>Δομή Κεφαλαίων.....</b>	<b>8</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> .....</b>	<b>10</b>
<i>Σύγχρονες Τάσεις Πληροφοριακών Συστημάτων.....</i>	<i>10</i>
1.1 Ο Ρόλος των Πληροφοριακών Συστημάτων για τις Επιχειρήσεις .....	11
1.2 Η Συμβολή των Πληροφοριακών Συστημάτων στις Επιχειρήσεις.....	13
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> .....</b>	<b>15</b>
<i>Σύγχρονες Τάσεις Τουρισμού.....</i>	<i>15</i>
2.1 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού .....	16
2.1.1 Θεραπευτικός Τουρισμός.....	17
2.1.2 Μορφωτικός Τουρισμός .....	17
2.1.3 Αγροτουριστικός.....	19
2.1.4 Θρησκευτικός Τουρισμός .....	19
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> .....</b>	<b>22</b>
<i>Αξιοποίηση των Νέων Τεχνολογιών από τις Τουριστικές Επιχειρήσεις .....</i>	<i>22</i>
3.1 Ενσωμάτωση του Διαδικτύου και διασύνδεση.....	23
3.2 Ο ρόλος του Διαδικτύου .....	25
3.3 Χρήση του Διαδικτύου στις Τουριστικές Επιχειρήσεις .....	26
3.3.1 Οι διεθνείς τάσεις των Τεχνολογιών Πληροφορικής στην τουριστική βιομηχανία.....	27
3.3.1.1 Τα Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (Destination Management).....	27
3.3.1.2 Η χρήση σύγχρονων μεθόδων Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ (e-marketing) .....	27
3.3.1.3 Η Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας (e-CRM) .....	28
3.3.1.4 Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0 .....	29
3.3.1.5 Η χρήση προηγμένων τεχνολογιών, πολυμέσων, ψηφιακών χαρτών και εικονικής πραγματικότητας για την ανάδειξη τουριστικών προορισμών .....	30
3.3.1.6 Η χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό (m-tourism) .....	31
3.3.1.7 Τα «έξυπνα» συστήματα μέτρησης – ανάλυσης δεδομένων στον τουρισμό .....	31
3.3.1.8 Η χρήση μεθόδων ΤΠΕ για την προσβασιμότητα τουριστικών ιστοτόπων από ομάδες ΑμΕΑ και ηλικιωμένων.....	32
3.3.2 Διείσδυση των ΤΠΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου.....	33
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> .....</b>	<b>35</b>
<i>Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων.....</i>	<i>35</i>
4.1 Ανάγκη Δημιουργίας Ηλεκτρονικών Κρατήσεων .....	35

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

4.2 Η διαχρονική εξέλιξη και ο ρόλος των συστημάτων κρατήσεων στην διεθνή τουριστική .....	37
4.3 Συστήματα Κρατήσεων .....	39
4.3.1 Computer Reservation System – C . R . S .....	39
4.3.2 Global Distribution System - GDS.....	42
4.3.2.1 Sabre .....	44
4.3.2.2 Worldspan .....	46
4.3.2.3 Amadeus .....	47
4.3.2.4 Galileo .....	51
4.3.3 Alternate Distribution System - ADS .....	52
4.3.4 Internet Distribution Systems - IDS .....	54
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup></i> .....	<i>56</i>
<i>Case Study Εταιρείας Yes!Hotels</i> .....	<i>56</i>
5.1 Όμιλος YES!HOTELS .....	56
5.1.1 Semiramis.....	57
5.1.2 Kefalaris Suites.....	59
5.1.3 Twentyone .....	61
5.1.4 Periscope.....	63
5.1.5 New Hotel .....	65
5.2.1 Accomodation .....	67
5.2.2 AthensHoliday .....	68
5.2.3 Booking.com.....	69
5.2.4 CentralR .....	70
5.2.5 Design Hotels.....	71
5.2.6 DoubleRoom.....	73
5.2.7 Escapio .....	74
5.2.8 Expedia.....	75
5.2.9 GHRS/ Unitravel.....	76
5.2.10 HolidayCity .....	77
5.2.11 HotelBeds .....	79
5.2.12 HotelClub.....	80
5.2.13 HotelDel .....	81
5.2.14 HRS.....	82
5.2.15 i-escape .....	83
5.2.16 JustinTimeHotels.....	84
5.2.17 Lastminute.....	86
5.2.18 Laterooms .....	87

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

5.2.19 Myvacations .....	88
5.2.20 Pamediakopes .....	90
5.2.21 Rates to go.....	91
5.2.22 Splendia.....	92
5.2.23 Supranational .....	93
5.2.24 Tablet Hotels .....	94
5.2.25 The Perfect Hotels.....	95
5.2.26 ToBook .....	97
5.2.27 TransHotel .....	98
5.2.28 Venere.....	99
5.2.29 Wotif .....	101
5.3 Διαδικασία Κράτησης από τον πελάτη.....	101
5.4 Διαδικασία Πληρωμής από τον Πελάτη.....	105
5.5 Ασφάλεια Προσωπικών Δεδομένων.....	105
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup></b> .....	<b>107</b>
<b>Συμπεράσματα - Προτάσεις.....</b>	<b>107</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>109</b>
<b>ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΝΑΦΟΡΕΣ .....</b>	<b>110</b>
<b>Ένθετο .....</b>	<b>112</b>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Σύγχρονα Πληροφοριακά Συστήματα .....	10
Εικόνα 2: Αιώνας των Πληροφοριών .....	11
Εικόνα 3: Χρήση των Πληροφοριακών Συστημάτων σε τομείς της Καθημερινής Ζωής .....	12
Εικόνα 4: Πληροφοριακά Συστήματα ERP .....	13
Εικόνα 5: Ο Τουριστικός Χάρτης της Ελλάδας .....	15
Εικόνα 6: Τουρισμός Υγείας.....	17
Εικόνα 7:Μορφωτικός Τουρισμός .....	18
Εικόνα 8: Αγροτουρισμός .....	19
Εικόνα 9: Θρησκευτικός Τουρισμός.....	20
Εικόνα 10: Χρήση του Διαδικτύου και των Εφαρμογών του στον Τουριστικό Κλάδο .....	24
Εικόνα 11: Η χρήση του Διαδικτύου στις Τουριστικές Επιχειρήσεις.....	26
Εικόνα 12: Το ηλεκτρονικό Σύστημα Διαχείρισης E-Tour.....	27
Εικόνα 13: Κύριες Λειτουργίες παροχής Σύγχρονων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών .....	28
Εικόνα 14: Σύστημα Ηλεκτρονικής Διαχείρισης Πελατών .....	29
Εικόνα 15: Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0 στις Τουριστικές Εφαρμογές .....	29
Εικόνα 16: Προηγμένες Πολυμεσικές Εφαρμογές στον Τουριστικό Κλάδο.....	30
Εικόνα 17: Η κινητή Πλατφόρμα m-tourism .....	31
Εικόνα 18: Έξυπνα Συστήματα Ανάλυσης Δεδομένων .....	31
Εικόνα 19: Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής για εξυπηρέτηση των ΑΜΕΑ .....	32
Εικόνα 20: Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων .....	37
Εικόνα 21: Διαδικασία αγοράς ταξιδιών τουρισμού.....	38
Εικόνα 22: Σύστημα Κρατήσεων CRS .....	39
Εικόνα 23: Οθόνη Ηλεκτρονικών Κρατήσεων CRS.....	41
Εικόνα 24: Οθόνη Κρατήσεων της Sabre .....	44
Εικόνα 25: Διαδικασία Κράτησης με το Σύστημα Sabre.....	45
Εικόνα 26: Οθόνη Κρατήσεων της Worldspan.....	46
Εικόνα 27: Κράτηση με την Worldspan.....	47
Εικόνα 28: Οθόνη Κρατήσεων της Amadeus .....	48
Εικόνα 29: Σύστημα Κρατήσεων της Amadeus.....	50
Εικόνα 30: Οθόνη Κρατήσεων της Galileo.....	51
Εικόνα 31: Διαδικασία Κράτησης από την Galileo .....	52
Εικόνα 32 : Στάδια Διαδικασίας Κράτησης των Συστημάτων IDS .....	54
Εικόνα 33 : Όμιλος Yes! Hotel .....	56
Εικόνα 34: Εσωτερική Διακόσμηση Ξενοδοχείου Semiramis.....	57
Εικόνα 38: Διακόσμηση εσωτερικών χώρων του ξενοδοχείου Twentyone.....	61
Εικόνα 42: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Accomodation .....	67
Εικόνα 43: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Athens Holidays .....	68
Εικόνα 47: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του DoubleRoom.Com .....	73
Εικόνα 48: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Escapio.Com .....	74
Εικόνα 51: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Holiday City .....	78
Εικόνα 52: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Beds.....	79
Εικόνα 53: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Club .....	80
Εικόνα 54: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel de Coronado .....	82
Εικόνα 55: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Reservation Service.....	83
Εικόνα 56: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του i-escape.com.....	84
Εικόνα 57: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Just in Time Hotels.....	85
Εικόνα 58: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Lastminute.com.....	86

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 60: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του myvacations.gr .....	89
Εικόνα 61: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του pamediakopes.gr.....	90
Εικόνα 62: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Rates to Go.....	91
Εικόνα 63: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Splendia.....	92
Εικόνα 64: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Supranational.....	94
Εικόνα 65: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Tablet Hotels.com .....	95
Εικόνα 66: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του theperfecthotels.com .....	96
Εικόνα 67: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του tobook.com.....	98
Εικόνα 68: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του TransHotel.com.....	99
Εικόνα 70: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω της Wotif.....	101
Εικόνα 71: Φόρμα Κρατήσεων του Ξενοδοχείου Seminaris .....	102
Εικόνα 72: Ακύρωση Κράτησης .....	104
Εικόνα 73: Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων.....	106

### Εισαγωγή

---

Ο Τουριστικός Τομέας εξελίσσεται ενσωματώνοντας σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα τα οποία για την εύρυθμη λειτουργία τους προϋποθέτουν την ύπαρξη των απαραίτητων τεχνολογικών υποδομών και ενός ανθρώπινου δυναμικού ικανό να τα χρησιμοποιήσει αποδοτικά και αποτελεσματικά στη δουλειά του με τελικό σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Αυτή η πτυχιακή εργασία που αφορά τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων, είναι αποτέλεσμα της ενασχόλησης μας με τον τομέα των online συστημάτων κρατήσεων στα ξενοδοχεία. Η ενασχόληση μας με αυτό τον τομέα προέκυψε από το γενικότερο ενδιαφέρον μας και την ενασχόληση μας με το συγκεκριμένο αντικείμενο, εστιάζοντας σε μία από τις πιο σημαντικές προδιαγραφές τους που είναι η ευχρηστία των συστημάτων τόσο από τους διαχειριστές όσο και από τους τελικούς χρήστες.

Από την συνολική μας δουλειά κατά την διάρκεια της πτυχιακή μας εργασίας, διαπιστώσαμε ότι υπάρχουν πολλά συστήματα online κρατήσεων των οποίων η λειτουργία είναι παρόμοια αλλά παρουσιάζουν διακριτές διαφορές στην πολιτική των κρατήσεων. Επίσης, διαπιστώσαμε ότι τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά ενός συστήματος ηλεκτρονικών κρατήσεων για τους ταξιδιώτες είναι η ευχρηστία του συστήματος και η ασφάλεια τόσο για την επιβεβαίωση της κράτησης όσο και για τις ηλεκτρονικές πληρωμές! Τέλος, μέσω της μελέτης ενός συγκεκριμένου παραδείγματος (case study) από την Ελληνική αγορά μελετήσαμε πώς αξιοποιούνται τα συστήματα online κρατήσεων από το ξενοδοχείο Yes!Hotel, με ποια διαδικτυακά sites συνεργάζεται και ποια είναι η διαδικασία αλλά και η πολιτική του συγκεκριμένου ξενοδοχείου στην διαχείριση των ηλεκτρονικών κρατήσεων.

Ο σκοπός της παρούσας Πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση και η μελέτη των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων σημειώνοντας τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά τους και τις διαφοροποιήσεις τους σε παράγοντες όπως θέματα πολιτικής, διαχείρισης των κρατήσεων και ασφάλειας. Τέλος, εξετάζουμε πώς υιοθετούνται τα συστήματα κρατήσεων στο ξενοδοχείο Yes!Hotel, πώς αξιοποιείται ο ανθρώπινος παράγοντας και πώς συμβάλλουν οι νέες τεχνολογίες στον εκσυγχρονισμό του τουριστικού τομέα.



### Δομή Κεφαλαίων

---

Ο εκσυγχρονισμός του τουριστικού κλάδου, ο οποίος μπορεί να επιτευχθεί σε μεγάλο βαθμό με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών, αποτελεί κινητήριο μοχλό ανάπτυξης κάθε χώρας και σημαντικό παράγοντα για τη δημιουργία σύγχρονων τουριστικών υποδομών.

Η πρόσφατη έλευση των υπηρεσιών του Διαδικτύου έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις τουριστικές επιχειρήσεις καθώς και πολλαπλά κίνητρα, για την υιοθέτηση αυτών των τεχνολογιών ως μέσα για τη βελτίωση της λειτουργίας τους και την παροχή υψηλότερου επιπέδου υπηρεσιών στους πελάτες τους.

Στο [Πρώτο Κεφάλαιο](#) γίνεται μια πρώτη αναφορά στα πληροφοριακά συστήματα και τον ρόλο που διαδραματίζουν στον επιχειρηματικό κόσμο αλλά και στη διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων. Το πρώτο κεφάλαιο κλείνει με την υπογράμμιση της ανάγκης για εκσυγχρονισμό του τουριστικού κλάδου και το πώς οι νέες τεχνολογίες και τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να συντελέσουν σε κάτι τέτοιο.

Στο [Δεύτερο Κεφάλαιο](#) εξετάζονται και αναλύονται οι σύγχρονες τάσεις του τουρισμού και οι αλλαγές που καταγράφονται στις συνήθειες και ανάγκες των τουριστών ενώ υπογραμμίζονται οι τέσσερις(4) σημαντικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν παρουσιάσει ιδιαίτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια.

Στο [Τρίτο Κεφάλαιο](#) γίνεται αναφορά στην αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών στις Ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, το βαθμό στον οποίο έχουν υιοθετηθεί και την αναδιάρθρωση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες τους. Το κεφάλαιο επικεντρώνεται στην καταγραφή των διεθνών τάσεων των Τεχνολογιών Πληροφορικής στην τουριστική βιομηχανία.

Το [Τέταρτο Κεφάλαιο](#) αναφέρεται στα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων, στην ανάγκη δημιουργίας αυτών των συστημάτων και τον ρόλο τους στην διεθνή τουριστική. Επίσης, γίνεται αναλυτική παρουσίαση των σημαντικότερων κατηγοριών συστημάτων κρατήσεων(CRS, GDS, ADS και IDS) με βάση την διαχρονική εξέλιξη των συστημάτων και παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά των κυριοτέρων από αυτά.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Στο [Πέμπτο Κεφάλαιο](#) γίνεται παρουσίαση ενός συγκεκριμένου case study για το ξενοδοχείο Yes!Hotel, αρχικά γίνεται παρουσίαση του ξενοδοχείου και έπειτα εξετάζονται τα συνεργαζόμενα με το ξενοδοχείο sites της επιχείρησης τα οποία παρέχουν στους πελάτες του την δυνατότητα για ηλεκτρονικές κρατήσεις. Τέλος, εξετάζεται η διαδικασία καταχώρησης κράτησης για το ξενοδοχείο ενώ παράλληλα εξετάζονται και τα θέματα της πολιτικής του ξενοδοχείου σε περιπτώσεις ακύρωσης κράτησης και θεμάτων ασφάλειας.

Τέλος, στο [Έκτο Κεφάλαιο](#) συνοψίζονται στα συμπεράσματα της πτυχιακής εργασίας τα οφέλη που αποκομίζουν οι τουριστικές επιχειρήσεις από την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών και συγκεκριμένα των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων καθώς επίσης και τα οφέλη για τους τουρίστες-καταναλωτές από την χρήση των συγκεκριμένων πληροφοριακών συστημάτων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>0</sup>

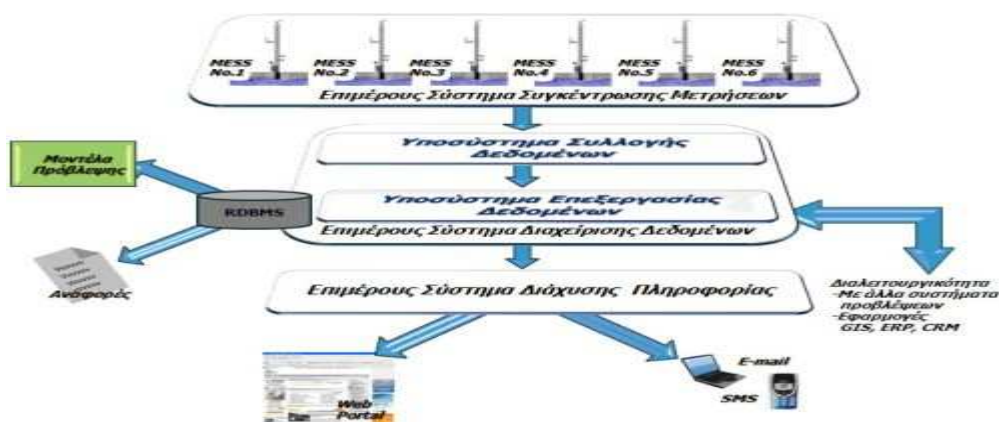
### Σύγχρονες Τάσεις Πληροφοριακών Συστημάτων

Η σύγχρονη πραγματικότητα διακρίνεται από ραγδαίες εξελίξεις σε όλα τα επιχειρηματικά μέτωπα, εμφανίζει έντονα παγκοσμιοποιημένο χαρακτήρα και αποτελεί για τους επαγγελματίες και τις επιχειρήσεις ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον προκλήσεων και ευκαιριών.

Την ίδια στιγμή η εντυπωσιακή εξέλιξη της τεχνολογίας και η ευρεία χρήση του Διαδικτύου άλλαξε τη φιλοσοφία των επιχειρήσεων όλων των τομέων σε πολύ μεγάλο βαθμό μέσα σε πολύ λίγο χρόνο. Η εισαγωγή πληροφοριακών συστημάτων στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον αποτελεί πλέον γεγονός, που οδηγεί ακόμα και στον μετασχηματισμό των επιχειρηματικών διαδικασιών. Είναι περισσότερο από βέβαιο, ότι τελικά οι νέες τεχνολογίες θα κυριαρχήσουν πλήρως στο χώρο των επιχειρήσεων, αφού μπορούν να προσφέρουν πολύ καλύτερη διαχείριση των ανθρωπίνων αλλά και των υλικών πόρων από τα παραδοσιακά εργαλεία.

Με τον όρο Πληροφοριακά Συστήματα, αναφερόμαστε σε ένα ευρύ φάσμα συστημάτων, τα οποία έχουν ως αντικείμενο την επεξεργασία και την επικοινωνία δεδομένων και πληροφοριών, βασικό στοιχείο των οποίων είναι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και φυσικά οι άνθρωποι.

Εικόνα 1: Σύγχρονα Πληροφοριακά Συστήματα



(πηγή : [http://maliakos.nafthiotidas.gr/uploads/assets/images/article\\_images/](http://maliakos.nafthiotidas.gr/uploads/assets/images/article_images/))

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Τα Πληροφοριακά Συστήματα διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο τόσο σε επιχειρησιακό επίπεδο όσο και σε επίπεδο διοίκησης επιχειρήσεων, αναδιοργάνωσης επιχειρησιακών λειτουργιών κ.α. Τα τελευταία χρόνια έχει εκτιμηθεί ότι μπορούν να συμβάλλουν καθοριστικά στον εκσυγχρονισμό του τουριστικού κλάδου σε μια προσπάθεια για δημιουργία ενός άρτια τεχνολογικά κλάδου που θα παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας στους πελάτες εκμεταλλευόμενος τις νέες τεχνολογίες και τις δυνατότητες τους.

### 1.1 Ο Ρόλος των Πληροφοριακών Συστημάτων για τις Επιχειρήσεις

---

Η σημασία των πληροφοριακών συστημάτων είναι πλέον αποδεδειγμένη. Ο αιώνας που ζούμε έχει χαρακτηριστεί ως ο αιώνας των πληροφοριών (information age). Είναι πλέον αποδεκτό από όλους ότι η πληροφορία αποτελεί ένα νέο συντελεστή παραγωγής, εξίσου σημαντικό με τους κλασικούς συντελεστές παραγωγής, όπως η εργασία, το κεφάλαιο και οι πρώτες ύλες. Άλλωστε μια επιχείρηση σταματάει να είναι βιώσιμη, άρα να υπάρχει, όταν σταματήσει να λαμβάνει και να επεξεργάζεται πληροφορίες.

**Εικόνα 2: Αιώνας των Πληροφοριών**



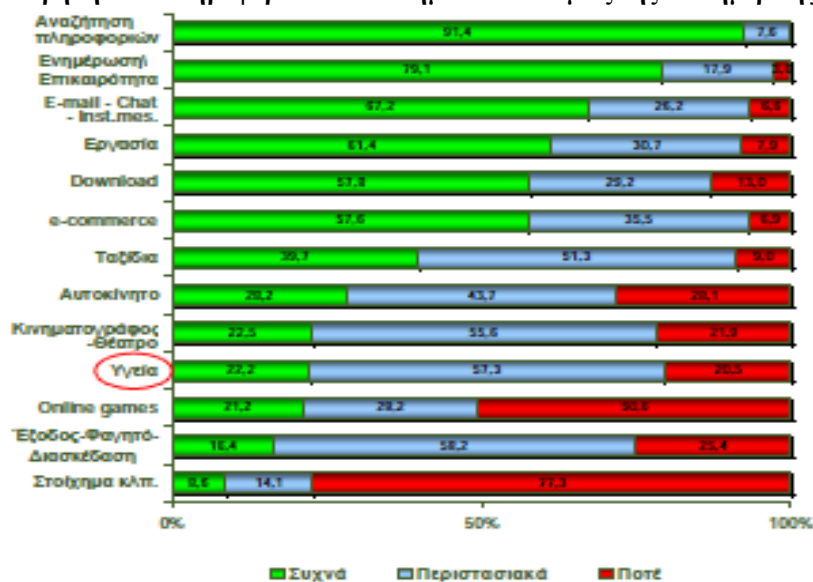
(πηγή : [http://www.apcc.com/resource/images/powerproblem\\_main/](http://www.apcc.com/resource/images/powerproblem_main/))

Σε μια οικονομία όπου η πληροφορία αποτελεί ένα συντελεστή εισροής σε κάθε παραγωγική διαδικασία είναι ευνόητο ότι πρωτεύοντα ρόλο, αντίστοιχης σημασίας με εκείνο των παραγωγικών συστημάτων, παίζουν τα Πληροφοριακά Συστήματα.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας της πληροφορικής που έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια, έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη Πληροφοριακών Συστημάτων για την υποστήριξη πάσης φύσεως επιχειρηματικών εφαρμογών, από τη διεκπεραίωση συναλλαγών, την καταγραφή, επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων, την παροχή πληροφοριών τόσο εντός όσο και εκτός της επιχείρησης, έως και του σημείου να μεταβάλουν σε αρκετές περιπτώσεις ακόμα και αυτό το περιεχόμενο της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Είναι άλλωστε γνωστά τα παραδείγματα των επιχειρήσεων που αναπτύσσουν ή επεκτείνουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα μέσω Διαδικτύου, γεγονός που έχει ως συνέπεια την καθιέρωση του όρου «ηλεκτρονικό επιχειρείν» (e -business).

Εικόνα 3: Χρήση των Πληροφοριακών Συστημάτων σε τομείς της Καθημερινής Ζωής



(πηγή : <http://ads.iatronet.gr/images/researches/e-metrics2008/>)

Η ανάπτυξη του internet, η παγκοσμιοποίηση του εμπορίου και η εμφάνιση της νέας οικονομίας των πληροφοριών έχουν αναμορφώσει το ρόλο των συστημάτων πληροφοριών στις επιχειρήσεις και τη διοίκησή τους. Οι σύγχρονες τεχνικές management υποστηρίζουν την ορθολογική λήψη αποφάσεων, την διαχείριση οργανωτικών διαδικασιών και συμβάλλουν καθοριστικά στην αποτελεσματική λειτουργία και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (ευρύτερα των οργανισμών), επηρεάζοντας με αυτό τον τρόπο την ζωή των ανθρώπων που κινούνται μέσα και έξω από αυτές.

### 1.2 Η Συμβολή των Πληροφοριακών Συστημάτων στις Επιχειρήσεις

---

Τα Πληροφοριακά Συστήματα αναπτύχθηκαν και εξελίχθηκαν ταχύτατα με σκοπό, όπως και φαίνεται και στην εικόνα 4, την υποστήριξη της διοίκησης, τον έλεγχο, τον συντονισμό, αλλά και τη λήψη αποφάσεων σε έναν οργανισμό ή μία επιχείρηση. Η κατανόηση των απαιτήσεων σε ένα παγκοσμιοποιημένο, πλέον, επιχειρηματικό περιβάλλον καθιστά αδήριτη την ανάγκη της εκμετάλλευσης του Διαδικτύου και της πληροφορικής με στόχο τον σχεδιασμό ανταγωνιστικών και αποτελεσματικών πληροφοριακών συστημάτων, που θα μπορούν να υποστηρίξουν τους στόχους ενός οργανισμού και θα του προσδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Το internet γίνεται θεμέλιο για νέα επιχειρησιακά μοντέλα, νέες επιχειρηματικές διεργασίες και νέους τρόπους διακίνησης της γνώσης. Οι παραδοσιακές εταιρείες διαπιστώνουν ότι είναι σε θέση να χρησιμοποιούν το internet για να συντονίζουν τους προμηθευτές τους, να οργανώνουν την παραγωγή τους και να κάνουν παραδόσεις στους πελάτες τους. Στο εσωτερικό τους, οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν το internet και την τεχνολογία δικτύων για να διενεργούν ηλεκτρονικά όλο και μεγαλύτερο μέρος της δουλειάς τους, συνδέοντας άμεσα, εργοστάσια, γραφεία αλλά και ομάδες πωλήσεων σε όλο τον κόσμο. Στον τουριστικό κλάδο μπορεί να επιτευχθεί καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και μείωση του χρόνου ανταπόκρισης στις απαιτήσεις τους παρακάμπτοντας ένα μεγάλο μέρος της γραφειοκρατίας.

**Εικόνα 4: Πληροφοριακά Συστήματα ERP**



(πηγή : [http://erp.manufacturer-supplier.com/erp\\_modules/](http://erp.manufacturer-supplier.com/erp_modules/))

## **On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία**

Κάθε οικονομική μονάδα παραγωγής προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών, είτε είναι μικρή είτε μεγάλη, είτε ανήκει στο δημόσιο ή τον ιδιωτικό τομέα, χρειάζεται να σχεδιάσει την κατάλληλη στρατηγική για τη μετάβασή της από τη βιομηχανική εποχή στην εποχή της πληροφορίας. Οι περισσότερο πετυχημένες επιχειρήσεις σήμερα είναι εκείνες που αποκτούν και χρησιμοποιούν την πληροφορία πιο αποτελεσματικά από τις υπόλοιπες στον αντίστοιχο κλάδο. Η άποψη αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι στη σημερινή εποχή οι οικονομικές δραστηριότητες «οικοδομούνται» κυρίως πάνω στην παραγωγή, διαχείριση και χρήση της πληροφορίας.

Τα συστήματα εργασίας γνώσης και πληροφοριών καθώς και τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης, μπορούν να βελτιώσουν τις διεργασίες του οργανισμού με διάφορους τρόπους. Μπορούν να διευκολύνουν την επικοινωνία, τη συνεργασία και το συντονισμό, να φέρουν περισσότερη αναλυτική ισχύ στην ανάπτυξη λύσεων ή να μειώσουν την ανθρώπινη παρέμβαση στις οργανωτικές διεργασίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### Σύγχρονες Τάσεις Τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται μεγάλες αναπροσαρμογές στις τάσεις ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας διεθνώς. Οι σύγχρονες αυτές τάσεις επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας μιας χώρας, ιδιαίτερα μάλιστα σε χώρες όπως η Ελλάδα όπου ο τουρισμός αποτελεί μια από τις κύριες δραστηριότητες ενός μεγάλου μέρους του εργατικού δυναμικού.

Το νησιωτικό σύμπλεγμα της Ελλάδας, όπως φαίνεται και στην παρακάτω εικόνα, διαθέτει ένα ευρύ τομέα πλεονεκτημάτων για την ανάπτυξη του τουρισμού: μοναδική γεωγραφική θέση, πλούσια ιστορία, εκατοντάδες μέρη πολιτιστικού και τουριστικού ενδιαφέροντος και μοναδικά φυσικά χαρακτηριστικά. Τα πλεονεκτήματα αυτά άλλωστε την έχουν κατατάξει ως έναν από τους διεθνώς αναγνωρισμένους τουριστικούς προορισμούς.

Εικόνα 5: Ο Τουριστικός Χάρτης της Ελλάδας



(πηγή : <http://www.investingreece.gov.gr/files/greek%20charts/>)

Η σημερινή τουριστική ζήτηση παρουσιάζει μια έντονη διαφοροποίηση και τμηματοποίηση, τελείως ξένη με τα πρότυπα του μαζικού τουρισμού που είχε επικρατήσει διεθνώς τις μεταπολεμικές δεκαετίες. Τα νέα τμήματα της αγοράς που αναπτύσσονται



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

αποτελούνται από τουρίστες που επιζητούν νέες μορφές τουρισμού (π.χ. συνεδριακός, επιχειρηματικός, θρησκευτικός, αθλητικός τουρισμός κλπ.) και απαιτούν περισσότερο ποιοτικές και εξατομικευμένες υπηρεσίες. Η ανάπτυξη λοιπόν αυτών των τάσεων έχει οδηγήσει διεθνώς στην ανάπτυξη νέων ειδικών μορφών τουρισμού που στοχεύουν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε αυτά τα νέα τμήματα των τουριστών.

Παράλληλα παρατηρείται διεθνώς μια τάση για μικρότερο χρόνο διακοπών παρόλη την αύξηση τόσο του διαθέσιμου εισοδήματος όσο και των διαθέσιμων δαπανών. Η νέα τάση είναι αύξηση των μικρότερων σύντομων διακοπών με μεγαλύτερη ποιότητα την οποία είναι πρόθυμοι οι τουρίστες να πληρώσουν προκειμένου να την αποκτήσουν.

Ο σημερινός τουρίστας παρουσιάζει εντελώς διαφορετικές απαιτήσεις από τον παραδοσιακό τουρίστα του μαζικού τουρισμού. Η αναγνώριση των διακοπών ως απαραίτητο μέρος της φυσιολογικής ζωής κάθε ατόμου παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος οδήγησε σε αύξηση των απαιτήσεων των σύγχρονων τουριστών. Το τουριστικό προϊόν λοιπόν πρέπει να παρουσιάζει μια ποιοτική αναβάθμιση προκειμένου να απαντάει στις νέες απαιτήσεις. Ιδιαίτερα μάλιστα θα πρέπει να καλύπτει τις περιβαλλοντικές ευαισθησίες ενός μεγάλου μέρους των τουριστών που προέρχονται από τα ανεπτυγμένα κράτη και για τους οποίους το περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο επιλογής τόπου διακοπών.

### 2.1 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

---

Το πρόβλημα της ποιότητας του περιβάλλοντος που μας περιβάλλει έχει καταστεί τα τελευταία χρόνια ένα από τα κεντρικά ζητήματα απασχόλησης των κρατικών πολιτικών, των μέσων μαζικής ενημέρωσης αλλά και των μεμονωμένων πολιτών που προσπαθούν με διάφορα μέσα (κύρια μέσα από ενώσεις πολιτών για το περιβάλλον) να συμβάλουν στην βελτίωση του περιβάλλοντος και των συνθηκών της ανθρώπινης διαβίωσης στον πλανήτη μας.

Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, λόγω της έντονης περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των πολιτών των ανεπτυγμένων κρατών έχει γίνει κατανοητό ότι η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της το περιβάλλον. Μάλιστα οι εξελίξεις ως προς το μέλλον του τουρισμού δείχνουν ότι οι νέες τάσεις τουριστικής ζήτησης θα παρουσιάζουν όλο και μεγαλύτερες απαιτήσεις ως προς την ποιότητα του περιβάλλοντος.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού από τις τουριστικές αρχές των κρατών αποτελεί μια προσπάθεια απάντησης στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο παραδοσιακός τουρισμός και ταυτόχρονα προσπάθεια αξιοποίησης χαρακτηριστικών τους τα οποία μέχρι πρόσφατα έμεναν αναξιοποίητα. Από την πλευρά της ζήτησης (των τουριστών, δηλαδή) παρατηρείται μια τάση αναζήτησης νέων τουριστικών διεξόδων, με χαρακτηριστικά τα οποία δεν υπήρχαν (τουλάχιστον, σε τόσο μεγάλο βαθμό) στα παραδοσιακά τουριστικά πακέτα. Από την πλευρά της προσφοράς έγινε κατανοητό ότι η τουριστική πολιτική θα πρέπει να αναπτυχθεί σε νέους τομείς και να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν που παρέχει με σκοπό να τόσο να ικανοποιήσει τις νέες ανάγκες, όσο και να αξιοποιήσει τις υπάρχουσες δυνατότητες. Οι περισσότερες διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού αναλύονται συνοπτικά αμέσως παρακάτω.

### 2.1.1 Θεραπευτικός Τουρισμός

---

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός αποτελεί μια διαρκώς αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού η οποία απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε άτομα της τρίτης ηλικίας τα οποία επιδιώκουν την αποκατάσταση της υγείας τους και τη θεραπεία διαφόρων παθήσεων. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της μορφής τουρισμού αποτελεί η ύπαρξη των κατάλληλων φυσικών πόρων που θα προσελκύσουν τους τουρίστες (ιαματικές πηγές κ.τ.λ.).

Εικόνα 6: Τουρισμός Υγείας



(πηγή : [http://www.hellas-24.com/ads\\_images](http://www.hellas-24.com/ads_images))

### 2.1.2 Μορφωτικός Τουρισμός

---

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό την εκπαίδευση και τη παρακολούθηση πολιτιστικών ή μορφωτικών εκδηλώσεων. Πολλά τουριστικά μέρη τα οποία έχουν αναπτύξει αυτή τη μορφή τουρισμού συνδυάζουν την πολιτιστική παράδοση και τα αξιοθέατα με παράλληλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες (εκμάθηση γλώσσας, σεμινάρια οικονομικού και επιχειρηματικού ενδιαφέροντος κτλ.).

Με τον τρόπο αυτό οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να συνδυάσουν την εκπαίδευση με ψυχαγωγικές και λοιπές μορφωτικές δραστηριότητες (επισκέψεις ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, θεατρικές παραστάσεις κ.τ.λ.). Όπως είναι λογικό οι ειδικές ανάγκες αυτής της μορφής τουρισμού είναι ιδιαίτερα αυξημένες και συνδυάζουν την κλασική τουριστική υποδομή (ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.τ.λ.) και ειδική πολιτιστική υποδομή (πολιτιστικές και μορφωτικές εκδηλώσεις, βιβλιοθήκες, εκπαιδευτικό προσωπικό, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λπ.).

Εικόνα 7:Μορφωτικός Τουρισμός



(πηγή : <http://www.ota.gr/velvento/images/center/>)

### 2.1.3 Αγροτουριστικός

---

Ο αγροτουριστικός, χαρακτηρίζει τις μορφές τουρισμού και αναψυχής που αναπτύσσονται σε αγροτικές περιοχές και εκμεταλλεύονται τα χαρακτηριστικά των αγροτικών δραστηριοτήτων και της αγροτικής ζωής. Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε οποιαδήποτε αγροτική περιοχή προϋποθέτει τη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής τουριστικής ανάπτυξης με τρόπο συμβατό με το φυσικό περιβάλλον, που θα επιτρέψουν την ανάπτυξη της συμμετοχής των τουριστών στις αγροτικές δραστηριότητες της περιοχής.

Συνήθως ο αγροτουριστικός αναπτύσσεται με δύο διαφορετικές μορφές. Στην πρώτη μορφή οι τουρίστες φιλοξενούνται σε αγροκτήματα, όπου συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα (φροντίδα ζώων, παρασκευή προϊόντων, λοιπές αγροτικές εργασίες). Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού (όπως απεικονίζεται και στην παρακάτω εικόνα) είναι ευρύτερα γνωστή ως διακοπές αγροικιών (farm - house holidays). Στην δεύτερη περίπτωση, αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς συνοικισμούς, οι οποίοι δεν είναι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα "κλίνη και πρόγευμα" (bed and breakfast).

**Εικόνα 8: Αγροτουρισμός**



(πηγή : <http://www.cals.ncsu.edu/agcomm/magazine>)

### 2.1.4 Θρησκευτικός Τουρισμός

---

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι τουρισμός μικρής χρονικής διάρκειας (συνήθως μια ως τρεις ημέρες, μέχρι και μια εβδομάδα) και αποτελεί μια μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε άτομα που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται είτε στην χώρα τους είτε σε κάποια άλλη χώρα για λόγους θρησκευτικής πίστης (συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές, εκπλήρωση τάματος κ.λπ.).

Ως τουριστικά πακέτα, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι και θα πρέπει να είναι προσιτός διότι δεν είναι τουρισμός πολυτελείας, δεν απαιτεί την ανάπτυξη ιδιαίτερης υποδομής και απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα, ενώ τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται αυτοί είναι σχετικά σημαντικά. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δυνατόν να αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, παρουσιάζει όμως ιδιαίτερες κορυφώσεις σε συγκεκριμένες ημερομηνίες που συνδέονται με γεγονότα ιδιαίτερης θρησκευτικής σημασίας.

**Εικόνα 9: Θρησκευτικός Τουρισμός**



(πηγή : <http://www.e-erevna.gr/photos>)

Ιδιαίτερα οι τάσεις για ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε περιοχές οι οποίες δεν είναι δυνατόν λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους να αναπτύξουν τις κλασικές μορφές του μαζικού τουρισμού στηρίζονται εξ ολοκλήρου στην ήπια εκμετάλλευση των φυσικών πόρων και του φυσικού κάλλους των περιοχών αυτών.

## **On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία**

Παράλληλα με τις νέες τάσεις τουρισμού, τον εναλλακτικό τουρισμό και την αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς κάθε τουριστικού προορισμού, οι νέες τεχνολογικές εξελίξεις, ιδιαίτερα στον τομέα των ηλεκτρονικών υπολογιστών, δίνουν μεγάλες δυνατότητες στις τουριστικές επιχειρήσεις τους τρόπους λειτουργίας τους και συντελούν στην μείωση του κόστους των παραγόμενων αγαθών, στην βελτίωση της παραγωγικότητας και της απόδοσης των επιχειρήσεων, στην μεταβολή των τρόπων οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων. Ως τελικό αποτέλεσμα των νέων αυτών τεχνολογικών εξελίξεων διαφοροποιείται ο παραδοσιακός ανταγωνισμός.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>0</sup>**

### ***Αξιοποίηση των Νέων Τεχνολογιών από τις Τουριστικές Επιχειρήσεις***

---

Η Ελλάδα διατηρεί μια πολύ καλή θέση στον παγκόσμιο τουρισμό λόγω των ισχυρών συγκριτικών της πλεονεκτημάτων και της ήδη εδραιωμένης θέσης της ως βασικού προορισμού στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο. Οι προοπτικές του ελληνικού τουρισμού επηρεάζονται όμως σημαντικά από τις γενικότερες εξελίξεις, τάσεις και αναδιαρθρώσεις της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, με βασικότερο ίσως τομέα ενδιαφέροντος τις σύγχρονες εφαρμογές του ηλεκτρονικού τουρισμού.

Η άνοδος στο βιοτικό επίπεδο, οι δημογραφικές αλλαγές και οι μεταβολές στις προτιμήσεις σε ότι αφορά τους ταξιδιωτικούς προορισμούς και τα μέσα μεταφοράς δημιουργούν νέες συνθήκες στην τουριστική αγορά. Τα κύρια χαρακτηριστικά είναι πλέον η μεγαλύτερη ευελιξία, η απαίτηση για ποιοτικότερα και λιγότερο μαζικά προϊόντα (όπως για παράδειγμα ο αγροτουριστικός και οι διακοπές περιπέτειας) καθώς και οι ανταγωνιστικές τιμές από μια όλο και μεγαλύτερη ποικιλία παρεχόμενων υπηρεσιών. Αν και τα πακέτα υπηρεσιών εξακολουθούν να αποτελούν τον κανόνα, ο τουρισμός "do-it-yourself" αυξάνεται όλο και περισσότερο. Η ικανότητα των πελατών να εντοπίζουν οι ίδιοι πληροφορίες και να αγοράζουν υπηρεσίες αναπτύσσεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια. Προκειμένου να ανταποκριθεί ο κλάδος στις νέες αυτές προκλήσεις, είναι απαραίτητη η ανάπτυξη της τηλεπικοινωνιακής και τεχνολογικής υποδομής.

Το e-Business Watch ερεύνησε το βαθμό ανάπτυξης της υποδομής του τομέα, σε ότι αφορά τις νέες τεχνολογίες. Τα αποτελέσματα κατέδειξαν καλή πρόσβαση στο Διαδίκτυο, αλλά χρήση www, Intranet και Extranet που δεν υπερβαίνει το μέσο όρο των υπολοίπων οικονομικών κλάδων της ΕΕ. Επίσης, η έρευνα έδειξε χαμηλότερη από το μέσο όρο χρήση δικτύων LAN, εξαιτίας διαφόρων παραγόντων, όπως για παράδειγμα ότι για τον τομέα του Τουρισμού η ανταλλαγή δεδομένων αποτελεί χαμηλότερη προτεραιότητα από την παρουσία στο Διαδίκτυο και τη χρήση του. Τον υψηλότερο βαθμό παρουσίας στο Internet έχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις της Αυστρίας, της Ιταλίας και της Βρετανίας, ενώ τη χαμηλότερη αυτές της Ελλάδας.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Σύμφωνα με τα ευρήματα πρόσφατης μελέτης του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας (Παρατηρητήριο για την ΚτΠ), οι διεθνείς τάσεις δείχνουν μια σαφή στροφή στη χρήση ΤΠΕ<sup>1</sup>, με ταυτόχρονη υιοθέτηση εξειδικευμένων εφαρμογών, τόσο από την πλευρά της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων όσο και από την πλευρά της κατανάλωσης. Στο πλαίσιο αυτό, από την ανάλυση των στοιχείων της μελέτης του Παρατηρητηρίου για την ΚτΠ διαπιστώνεται μεν σχετική υστέρηση της Ελλάδας ως προς την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών από τον τουριστικό κλάδο, διαφαίνεται ωστόσο αλλαγή νοοτροπίας και στάσης καθώς και ταχύτερη κινητοποίηση όχι μόνο των φορέων αλλά και των νέων επαγγελματιών, οι οποίοι κατατάσσουν τις τεχνολογίες και την προβολή τους στο διαδίκτυο στις επιχειρηματικές τους προτεραιότητες.

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 29η θέση στο γενικό δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας και την 39η στον υποδείκτη υποδομών ΤΠΕ το 2011. Σύμφωνα με την ανάλυση του δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel and Tourism Competitiveness Index - TTCI 2011) που μετριέται ετησίως από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στις πιο ανταγωνιστικές τουριστικές χώρες καταλαμβάνοντας την 29η θέση στις 139 παγκοσμίως και την 21η θέση στην Ευρώπη, παραμένοντας σε σταθερά επίπεδα σε σύγκριση με τα προηγούμενα έτη. Όσον αφορά στον υποδείκτη υποδομών ΤΠΕ του TTCI, η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλότερη (39η) θέση, διατηρώντας τις ίδιες περίπου επιδόσεις με τα δύο προηγούμενα έτη, ενώ όμοια εικόνα παρουσιάζουν και άμεσα ανταγωνιστικές χώρες που διαθέτουν αντίστοιχο τουριστικό προϊόν με την Ελλάδα, όπως οι υπόλοιπες Μεσογειακές χώρες.

### 3.1 Ενσωμάτωση του Διαδικτύου και διασύνδεση

---

Το Internet επηρέασε και άλλαξε σε βάθος την αλυσίδα αξίας (value chain) του τομέα. Έχει πλέον καταστεί το νέο μέσο για συναλλαγές που μέχρι πρόσφατα διεξάγονταν διαφορετικά (για παράδειγμα ανάμεσα στα ξενοδοχεία και τους πελάτες τους), έχει επιτρέψει την άμεση επαφή ανάμεσα σε πελάτες και προμηθευτές (π.χ. ταξιδιωτικά πρακτορεία), έχει επηρεάσει άμεσα το ρόλο που παίζουν παραδοσιακοί έως τώρα παράγοντες της αγοράς, και έχει ενισχύσει το ρόλο νέων μεσαζόντων, που δραστηριοποιούνται πλέον μέσω Διαδικτύου.

---

<sup>1</sup> ΤΠΕ είναι οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Επίσης, έχει εμφανιστεί η τάση ενσωμάτωσης και συγκέντρωσης "παικτών" στην αλυσίδα αξίας του τομέα (ταξιδιωτικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία), με στόχο να δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας, και να ελεγχθεί καλύτερα η όλη διαδικασία αλλά και οι τιμές. Τελικός στόχος αυτής της ενσωμάτωσης είναι να αυξηθούν τα περιθώρια κέρδους.

Εικόνα 10: Χρήση του Διαδικτύου και των Εφαρμογών του στον Τουριστικό Κλάδο

Πίνακας 1: Τουριστικός κλάδος - Χρήση του Διαδικτύου και των εφαρμογών του

Επιχειρήσεις που:	ΕΕ 7	Γερμανία	Ελλ.	Σουηδία	Γαλλία	Ιταλία	Αυστρία	Βρετανία
...έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο	91.7	87.7	84.9	89.3	90.3	96.9	97.4	94.8
...χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο	79.5	80.6	67.6	71.7	78.2	75.2	83.7	87.0
...χρησιμοποιούν Intranet	38.9	31.7	23.0	35.3	31.0	44.4	31.1	51.7
...χρησιμοποιούν Extranet	13.8	16.6	10.2	17.7	14.9	12.7	17.4	8.8
...χρησιμοποιούν LAN	49.6	39.6	57.7	63.8	39.2	66.1	38.1	47.6
...χρησιμοποιούν WAN	17.4	11.3	12.8	14.2	13.3	15.0	9.5	29.6
...χρησιμοποιούν ηλεκτρονική ανταλλαγή αρχείων	11.0	8.9	13.6	18.2	5.9	10.4	3.4	12.1
...διαθέτουν δικτυακό τόπο	76.0	76.5	57.3	67.4	66.6	80.2	86.8	84.7

*Ποσοστά επί του συνόλου των επιχειρήσεων, σταθμισμένα με δεδομένο τους φερεζομένους που απασχολούν*  
 Πηγή: E-Business Watch (2002)

(πηγή : η-Επιχειρείν ::Αφιέρωμα ::Κλαδικά Άρθρα, Τουρισμός και νέες τεχνολογίες)

Το Internet έχει καταστεί το νέο μέσο πραγματοποίησης συναλλαγών, καθώς περισσότερες από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων (34,3% - με ελαφρά υπεροχή των μεγαλύτερων εταιριών) διεξάγουν online πωλήσεις. Ο όγκος της επισκεψιμότητας σε ένα δικτυακό τόπο καθώς και οι σύγχρονες ανάγκες για εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου και παροχή πληροφοριών, πολλές φορές απαιτούν σημαντικούς πόρους. Η εφαρμογή back-end συστημάτων με αυτοματοποιημένες διαδικασίες μπορεί να μειώσει σημαντικά το κόστος. Ωστόσο μόνο ένα μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν online πωλήσεις (16.2%) διαθέτει παρόμοια συστήματα. Η διεκπεραίωση των διαφόρων δραστηριοτήτων γίνεται ακόμη μέσω e-mail (68.2%), φαξ (6.2%) και τηλεφώνου (4.2%).

Η εφαρμογή διαφόρων πληροφορικών συστημάτων και συστημάτων διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες (CRM) αυξάνει την ευελιξία και μειώνει τα κόστη. Ωστόσο, τα στοιχεία δείχνουν πως η χρήση τέτοιων συστημάτων από τις επιχειρήσεις του τομέα είναι ιδιαίτερα μειωμένη συγκριτικά με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Με την πρώτη ματιά το γεγονός

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

αυτό, ιδιαίτερα αν λάβει κανείς υπόψη του την πολύ συχνή επαφή των επιχειρήσεων του τομέα με πελάτες, φαίνεται απογοητευτικό. Ωστόσο, σε μια δεύτερη ανάλυση, το γεγονός ότι στον κλάδο του Τουρισμού δραστηριοποιείται πληθώρα εξαιρετικά μικρών επιχειρήσεων αλλάζει την εικόνα. Ιδιαίτερα σε ότι αφορά τη χρήση εφαρμογών πληροφορικής, ο τομέας βρίσκεται πάνω από το μέσο όρο καθώς αυτή η παράμετρος του n-επιχειρείν είναι ιδιαίτερα επωφελής για τις ΜΜΕ. Ωστόσο, τα στοιχεία δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν αξιοποιήσει πλήρως τις δυνατότητες που τους παρέχουν οι νέες τεχνολογίες για την προσέγγιση πελατών και τη διατήρηση μακρόχρονων σχέσεων μαζί τους, και καταφεύγουν ακόμη σε παραδοσιακές μεθόδους.

### 3.2 Ο ρόλος του Διαδικτύου

---

Σύμφωνα με παρατηρητές του τουριστικού κλάδου, το Internet διαφημίζει καλύτερα από κάθε άλλο μέσο τα πλεονεκτήματα ενός τουριστικού προορισμού (αξιοθέατα, υποδομή κ.λπ.), αυξάνοντας έτσι κατά πολύ τις δυνατότητές του να προσελκύσει επισκέπτες.

Καθώς το Διαδίκτυο αποτελεί στην ουσία φθηνό διαφημιστικό -και όχι μόνο- μέσο, ανοιχτό σε όλους, επιχειρήσεις και οργανισμοί μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μια δικτυακή πύλη (portal) χωρίς να επωμίζονται ολόκληρο το κόστος ανάπτυξης και συντήρησής του. Αυτό επίσης επιτρέπει στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να επωφεληθούν από την παρουσία τους στο Διαδίκτυο για να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και τελικά να τις πουλήσουν. Ήδη, σε όλη την Ευρώπη υπάρχουν παραδείγματα δημιουργίας δικτυακών τόπων που προωθούν τις τουριστικές επιχειρήσεις μιας συγκεκριμένης περιοχής. Αν και υπάρχουν εμπόδια στην ανάπτυξη τέτοιων πρωτοβουλιών -που οφείλονται κυρίως σε προβλήματα νοοτροπίας- η πολύ μικρή επένδυση που απαιτούν τα καθιστά ιδιαίτερα δημοφιλή. Οι πύλες αυτές, όπως η TISCover στην Αυστρία και η Gulliver στην Ιρλανδία, δείχνουν πως από παρόμοιες πρωτοβουλίες ωφελούνται εξαιρετικά οι ΜΜΕ, καθώς αποκτούν πλήρη πρόσβαση στην τουριστική ηλεκτρονική αγορά, ενώ ενισχύονται οι συνεργασίες ανάμεσα σε ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς.

Θα πρέπει πλέον οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις να κινηθούν ταχύτερα από εκείνες των άμεσα ανταγωνιστικών χωρών και να αντιληφθούν το εύρος των δυνατοτήτων και

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

προηγμένων εφαρμογών ΤΠΕ, ώστε να αποκτήσουν στρατηγικό πλεονέκτημα. Σημαντικά οφέλη προς αυτήν την κατεύθυνση αναμένονται από την εντατικοποίηση των προσπαθειών και των δράσεων για την ευρύτερη αξιοποίηση των ΤΠΕ από τον κλάδο.

### 3.3 Χρήση του Διαδικτύου στις Τουριστικές Επιχειρήσεις

Αναφορικά με την χρήση του διαδικτύου για τουριστικούς σκοπούς στην Ευρώπη, καταγράφηκε σημαντική αύξηση. Οι Ευρωπαίοι χρησιμοποιούν πλέον συστηματικά το διαδίκτυο τόσο για την πληροφόρηση, όσο και για την επιλογή τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων. Έτσι, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το 2008 ο μέσος όρος χρήσης του διαδικτύου από πολίτες για υπηρεσίες που σχετίζονται με διοργάνωση ταξιδιών στην Ευρώπη, αγγίζει το 32%, όταν το 2006 ήταν 25%. Ειδικότερα, φαίνεται ότι πλέον ένας στους δύο Ολλανδούς και Άγγλους, τρεις στους πέντε Νορβηγούς και Φιλανδούς και δύο στους δέκα Έλληνες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για υπηρεσίες που σχετίζονται με ταξίδια και διαμονή.

Εικόνα 11: Η χρήση του Διαδικτύου στις Τουριστικές Επιχειρήσεις



(πηγή : <http://www.observatory.gr/files/newsletter/Aug08-A2>)

Σύμφωνα μάλιστα με την ανάλυση των online καταναλωτικών συμπεριφορών των Δυτικοευρωπαίων με βάση τα στοιχεία της διεθνούς εταιρείας ερευνών / μελετών Forrester (2009), φαίνεται πως οι αγορές υπηρεσιών που σχετίζονται με ταξίδια αναψυχής έρχονται σε δεύτερη θέση, αμέσως μετά την αγορά βιβλίων, ενώ προβλέπεται ότι οι συνολικές online

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

πωλήσεις ταξιδιωτικών υπηρεσιών και προϊόντων στη Δυτική Ευρώπη θα αυξηθούν από 44.985 εκατομμύρια ευρώ το 2008, σε 79.726 το 2014.

### 3.3.1 Οι διεθνείς τάσεις των Τεχνολογιών Πληροφορικής στην τουριστική βιομηχανία

---

Η υιοθέτηση καινοτόμων μεθόδων προώθησης και υποστήριξης του τουριστικού προϊόντος κάθε χώρας, τόσο από τους εθνικούς και τοπικούς φορείς όσο και από τις επιχειρήσεις του κλάδου, μπορεί να εξασφαλίσει επίπεδα ποιότητας και διαφοροποίησης των υπηρεσιών που οδηγούν σε αύξηση του μεριδίου της χώρας στη διεθνή τουριστική ζήτηση. Στο πλαίσιο αυτό, οι νέες τάσεις που αναδείχθηκαν από την επισκόπηση του διεθνούς περιβάλλοντος είναι οι εξής:

#### 3.3.1.1 Τα Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (Destination Management)

---

Πρόκειται για τη δυνατότητα που παρέχουν πλέον διαδικτυακές τουριστικές πύλες, συνήθως εθνικών τουριστικών οργανισμών (Destination Management Organization - DMO), για πλήρη οργάνωση μίας επίσκεψης από το χρήστη, με ηλεκτρονικές κρατήσεις σε όλα τα στάδιά της από τη διαμονή και τα μεταφορικά μέσα έως τις επισκέψεις σε μουσεία κ.α.

Εικόνα 12: Το ηλεκτρονικό Σύστημα Διαχείρισης E-Tour



#### 3.3.1.2 Η χρήση σύγχρονων μεθόδων Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ (e-marketing)

---

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ στοχεύει στην προσέλκυση ικανού μεριδίου μεμονωμένων τουριστών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αναζήτηση ή διαχείριση προορισμού. Έτσι

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

πλέον, πολλές επιχειρήσεις του κλάδου αλλά και εθνικοί οργανισμοί τουρισμού επιλέγουν διαδικτυακές μεθόδους προβολής και προώθησης του τουριστικού τους προϊόντος μέσω e-mails, banners, e-games κ.α.

Εικόνα 13: Κύριες Λειτουργίες παροχής Σύγχρονων Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών



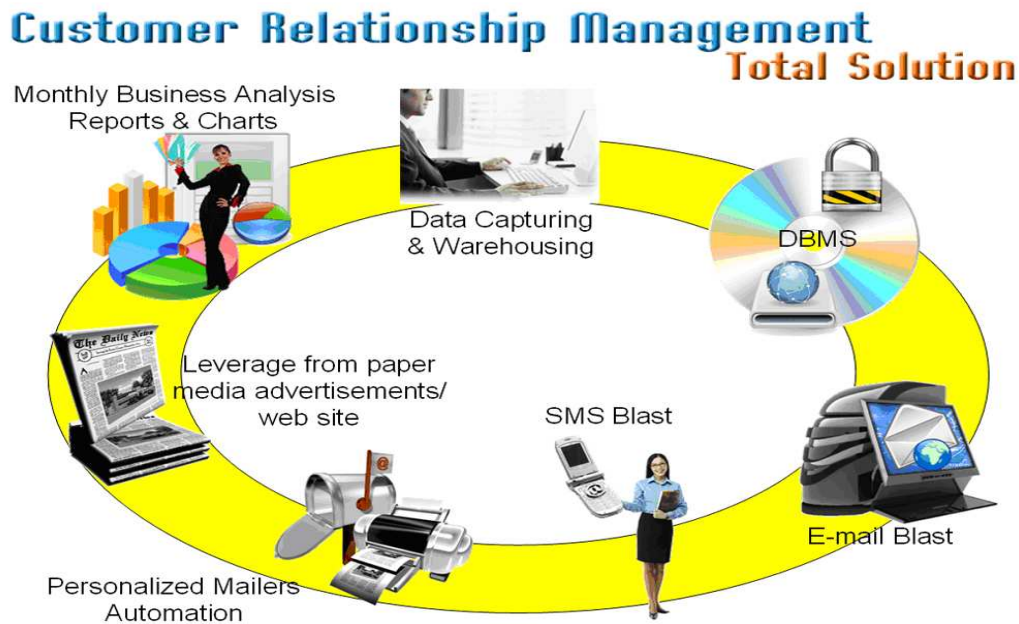
(πηγή : <http://www.go-online.gr/bit/graphics/chain>)

### 3.3.1.3 Η Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας (e-CRM)

Στην ηλεκτρονική διαχείριση σχέσεων πελατών εντάσσονται η εξατομικευμένη ηλεκτρονική επικοινωνία, εφαρμογές όπως οι ηλεκτρονικές προσφορές που προσαρμόζονται στις απαιτήσεις του επισκέπτη, οι προσωπικοί χώροι σε τουριστικές διαδικτυακές πύλες και οι φόρμες αξιολόγησης της διαμονής μετά την επίσκεψη.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 14: Σύστημα Ηλεκτρονικής Διαχείρισης Πελατών



(πηγή : [http://www.prioritysmart.com/images/diagram\\_ecrml](http://www.prioritysmart.com/images/diagram_ecrml))

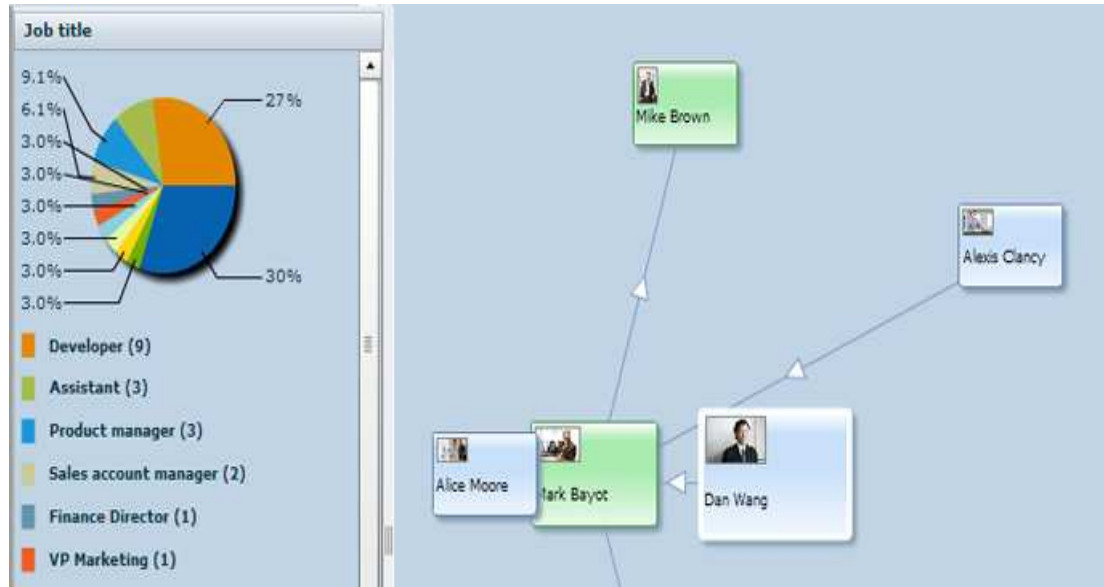
### 3.3.1.4 Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0

Πρόκειται για εργαλεία «μαζικής συνεργασίας», που επιτρέπουν στους χρήστες του διαδικτύου να συμμετέχουν ενεργά και να συνεργάζονται άμεσα με άλλους χρήστες για την παραγωγή, την άντληση και τη μετάδοση πληροφοριών και γνώσης μέσω του διαδικτύου. Ο παγκόσμιος κλάδος του τουρισμού δίνει πλέον μεγάλη έμφαση στις εφαρμογές αυτές λόγω της σημαντικής επίδρασης που ασκούν τα νέα συνεργατικά μοντέλα διαδικτυακής επικοινωνίας στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, καθώς οι χρήστες του διαδικτύου γίνονται οι ίδιοι παραγωγοί και διανομείς τουριστικού περιεχομένου και υπηρεσιών. Οι επιχειρηματικές επιπτώσεις, αλλά και οι ευκαιρίες που δημιουργούνται για τον τουριστικό κλάδο θεωρούνται πολύ σημαντικές.

Εικόνα 15: Social Networking και Τεχνολογίες WEB 2.0 στις Τουριστικές Εφαρμογές



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

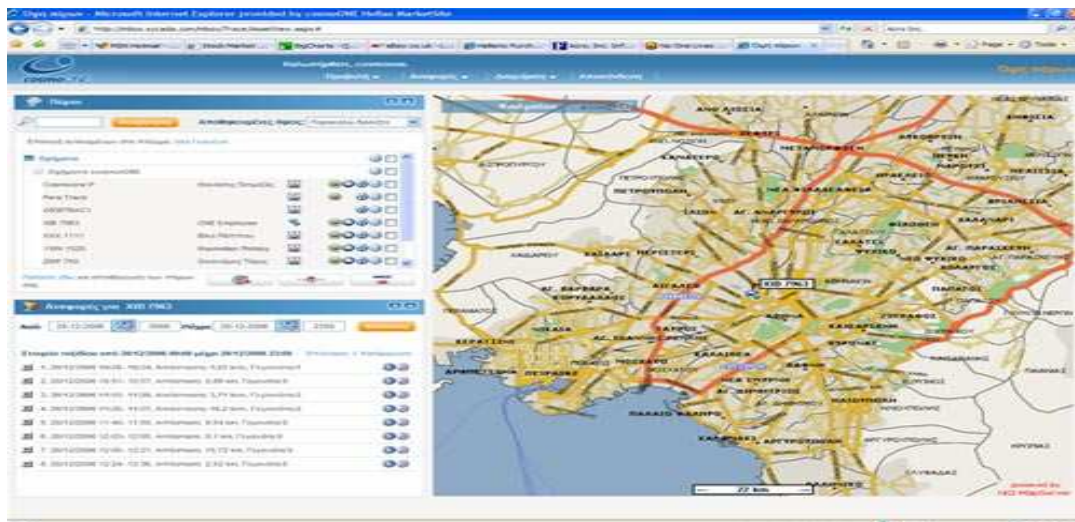


(πηγή : <http://www.sapweb20.com/blog/wp-content/uploads/2009/03/esnbanner>)

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

Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται και τα πολυμέσα, οι ψηφιακοί χάρτες και οι τεχνικές εικονικής πραγματικότητας που χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο σε τουριστικές γεωγραφικές διαδικτυακές πύλες (geoportals) για την καλύτερη ανάδειξη των προορισμών.

**Εικόνα 16:** Προηγμένες Πολυμεσικές Εφαρμογές στον Τουριστικό Κλάδο



(πηγή : [http://www.cosmo-one.gr/images/potential\\_02](http://www.cosmo-one.gr/images/potential_02))

### 3.3.1.6 Η χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό (m-tourism)

Η χρήση τεχνολογιών κινητής πλατφόρμας στον τουρισμό 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 και οικολογικού τουρισμού καθώς και στην περιήγηση σε πόλεις με τη μορφή φορητού ξεναγού.

Εικόνα 17: Η κινητή Πλατφόρμα m-tourism



(πηγή : [http://www.adobe.com/devnet/devices/articles/flashlite\\_max\\_app/fig02](http://www.adobe.com/devnet/devices/articles/flashlite_max_app/fig02))

### 3.3.1.7 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.

Εικόνα 18: Έξυπνα Συστήματα Ανάλυσης Δεδομένων



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Daily Visitors



(πηγή : <http://www.antidogma.gr/wp-content/uploads/2008/10/isiiiiifi-critics>)

### 3.3.1.8 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. 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 τις προσβάσιμες σε ΑμΕΑ και ηλικιωμένους, αποκτούν ένα σημαντικό μερίδιο στην τουριστική ζήτηση.

Εικόνα 19: Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής για εξυπηρέτηση των ΑΜΕΑ



(πηγή : <http://2.bp.blogspot.com/>)

### 3.3.2 Διείσδυση των ΤΠΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου

---

Το μέγεθος των επιχειρήσεων και η γεωγραφική τους θέση φαίνεται ότι επιδρούν στο βαθμό χρήσης Η/Υ και πρόσβασης στο διαδίκτυο. Από τα στοιχεία της έρευνας του Παρατηρητηρίου για την ΚτΠ προκύπτει ότι 9 στα 10 μεγάλα ξενοδοχεία, 4 στα 10 μικρά ξενοδοχεία (0-9 υπάλληλοι) και 2 στα 10 ενοικιαζόμενα δωμάτια χρησιμοποιούν Η/Υ. Σχετικά με την πρόσβαση στο διαδίκτυο, η απόσταση μεταξύ ξενοδοχείων (74%) και ενοικιαζόμενων δωματίων (37%) είναι ακόμα μεγάλη, ενώ παρατηρείται ότι η πρόσβαση είναι σημαντικά υψηλότερη σε μεγάλες τουριστικές μονάδες και σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη νησιωτική Ελλάδα.

Σε ό, τι αφορά στην προβολή στο διαδίκτυο, το 63% των ξενοδοχείων και το 30% των ενοικιαζόμενων δωματίων διαθέτει ιδιόκτητη ιστοσελίδα ενώ τα ποσοστά προβολής σε διαφημιστική ιστοσελίδα ανέρχονται σε 46% και 33% αντίστοιχα. Ειδικότερα, οι νέες τεχνολογίες θεωρούνται αρκετά ή πολύ χρήσιμες από το 93% των ξενοδοχείων και το 81% των ενοικιαζόμενων δωματίων.

Σε σχετική ερώτηση, οι επιχειρηματίες στο σύνολό τους αξιολογούν θετικά τόσο την ανάπτυξη ιδιωτικών ιστοσελίδων, όσο και την προβολή σε διαφημιστικά web sites, θεωρώντας ότι έχουν συμβάλει αρκετά έως πολύ στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Ωστόσο, στην πλειονότητά τους, κατόπιν σχετικής αξιολόγησης, φαίνεται ότι οι δικτυακοί τόποι λειτουργούν περισσότερο για διαφημιστικούς σκοπούς, παρατηρούνται ελλείψεις ως προς τις παρεχόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες (συναλλακτικές και διαδραστικές), ενώ διαπιστώνεται ότι οι επιχειρηματίες του κλάδου δεν έχουν αντιληφθεί πλήρως τις δυνατότητες και ευκαιρίες που προσφέρει το μέσο.

Σε επίπεδο ηλεκτρονικών πωλήσεων, υψηλότερα είναι τα ποσοστά σε ξενοδοχεία και μεγάλες τουριστικές μονάδες της κεντρικής και νησιωτικής Ελλάδας, ωστόσο η διείσδυσή τους παραμένει συνολικά χαμηλή. Παρόλα αυτά είναι σημαντικό να τονιστεί ότι το σύνολο σχεδόν των επαγγελματιών του κλάδου που διενεργούν ηλεκτρονικές πωλήσεις δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι από τις επιπτώσεις τους.

Αισιόδοξο είναι το γεγονός ότι ακόμα και οι επαγγελματίες του κλάδου που δεν αξιοποιούν τις ΤΠΕ έχουν πεισθεί για τη χρησιμότητά τους, καθώς πιστεύουν ότι η υιοθέτηση

## **On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία**

νέων τεχνολογιών θα μπορούσε να μειώσει το βαθμό εξάρτησης των επιχειρήσεων από τους τουριστικούς πράκτορες (tour operators).

Επιπρόσθετα, οι επαγγελματίες που χρησιμοποιούν ΤΠΕ θεωρούν ότι ωφελείται η επιχείρηση συνολικά και ότι οι νέες τεχνολογίες συμβάλλουν ουσιαστικά στην αύξηση της πελατείας, την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και την εξοικονόμηση χρόνου.

Από την ανάλυση των ευρημάτων των ερευνών, διαπιστώνεται πλέον τόσο η αλλαγή νοοτροπίας και στάσης ως προς την υιοθέτηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών από τον κλάδο όσο και η ταχύτερη κινητοποίηση των νέων επαγγελματιών, οι οποίοι κατατάσσουν τις τεχνολογίες και την προβολή τους στο διαδίκτυο στις επιχειρηματικές τους προτεραιότητες. Παρουσιάζονται λοιπόν νέες ευκαιρίες για αλλαγή επιχειρηματικού προφίλ των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Σημαντικό είναι να ανακαλύψει ο κλάδος το εύρος των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι ΤΠΕ, πέρα από τις βασικές εφαρμογές, ώστε η χρήση τους να επεκτείνεται και σε προηγμένες εφαρμογές και τεχνολογίες μεγάλης προστιθέμενης αξίας για την τουριστική βιομηχανία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### *Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων*

#### 4.1 Ανάγκη Δημιουργίας Ηλεκτρονικών Κρατήσεων

---

Ο τομέας του τουρισμού έχει υπάρξει πρωτοπόρος τόσο στην υιοθέτηση όσο και στην ανάπτυξη νέων εφαρμογών στο χώρο των νέων τεχνολογιών, της πληροφορικής και του π-επιχειρείν. Μέχρι σήμερα έχουν υπάρξει τρία "κύματα" καινοτομίας: Το Μηχανογραφημένο Σύστημα Κράτησης Θέσεων, στη δεκαετία του '70, το Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής στη δεκαετία του '80, και το Διαδίκτυο στη δεκαετία του '90. Το Internet έχει επιτρέψει την άμεση επαφή μεταξύ προμηθευτών και πελατών, έχει επηρεάσει άμεσα το ρόλο των παραδοσιακών μεσαζόντων και έχει ευνοήσει την είσοδο στην αγορά νέων μεσαζόντων, με βάση των δραστηριοτήτων τους το Διαδίκτυο. Επίσης, έχει ενταθεί η τάση για συγκέντρωση των διαφόρων παραγόντων της αλυσίδας αξίας του τομέα, που περιλαμβάνει ταξιδιωτικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρίες και ξενοδοχεία.

Αναμφισβήτητα, στις μέρες μας η ποιότητα των Τουριστικών Υπηρεσιών είναι πλέον άρρηκτα συνδεδεμένη και με την Τεχνολογία. Ο Δικτυακός Τόπος και το Ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων θεωρούνται πλέον απαραίτητα χαρακτηριστικά μίας τουριστικής επιχείρησης. Η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, συμβάλει στη βελτίωση της απόδοσης και της παραγωγικότητας, δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες σε όλες τις εμπλεκόμενες τουριστικές επιχειρήσεις για αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, συντελεί άμεσα στη δημιουργία και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικά που μπορούν να οδηγήσουν στην απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών, στο χώρο του τουρισμού.

Στην ελληνική τουριστική αγορά, τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων αλλά και γενικότερα η διάθεση, προώθηση και πώληση των τουριστικών προϊόντων μέσω Η/Υ αποτελούν πλέον έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που διαφαίνεται ότι θα επηρεάσουν καθοριστικά την πορεία του ελληνικού τουρισμού. Σήμερα στην Ευρώπη, 1 στους 2 Βρετανούς και 3 στους 5 Σουηδούς καταναλωτές ενημερώνονται και αγοράζουν τις διακοπές

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

τους μέσω internet ενώ στην Ελλάδα, το 13% των ηλεκτρονικών αγορών αφορούν κρατήσεις δωματίων με τους online αγοραστές να τετραπλασιάζονται τα τελευταία 2 χρόνια.

Στην σύγχρονη εποχή, όλες οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται άμεσα ή έμμεσα στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού, έχουν σαν κύρια επιδίωξη την καλύτερη δυνατή ποιότητα στην διακίνηση και επεξεργασία όλων των παρεχόμενων πληροφοριών. Θεωρείται πλέον αδύνατο να λειτουργεί ο τουριστικός κλάδος χωρίς την απαραίτητη πληροφορική υποστήριξη, τόσο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και εξωτερικά για την μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Το ξεκίνημα του 21ου αιώνα, σηματοδοτείται από ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών, οι οποίες επηρεάζουν άμεσα τον ευρύτερο χώρο του τουρισμού.

Η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, οφείλεται σε πολύ μεγάλο ποσοστό στις πολύπλοκες και τυποποιημένες διαδικασίες, καθώς επίσης και στην πολυσύνθετη δομή του κλάδου, ο οποίος περιλαμβάνει επιχειρήσεις, διαφόρων κατηγοριών και μεγέθους, με έντονο χαρακτηριστικό την υψηλή γεωγραφική διασπορά τους στο χώρο και την μεγάλη απόσταση από τον καταναλωτή.

Αναμφισβήτητα, η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, συμβάλει στη βελτίωση της απόδοσης και της παραγωγικότητας (Χυτήρης 2004:156). Επιπλέον, δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες σε όλες τις εμπλεκόμενες τουριστικές επιχειρήσεις για αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και παράλληλα συντελεί άμεσα στη δημιουργία και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικό που μπορεί να οδηγήσει στην απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών, στο χώρο του τουρισμού.

### 4.2 Η διαχρονική εξέλιξη και ο ρόλος των συστημάτων κρατήσεων στην διεθνή τουριστική

---

Η εξάπλωση των εφαρμογών της σύγχρονης πληροφορικής αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος. Η πολυπλοκότητα και η τυποποίηση των παραγωγικών διαδικασιών του ταξιδιού σε συνάρτηση με την πολυσύνθετη δομή του τουριστικού κλάδου, συντέλεσε σε μεγάλο βαθμό στην δημιουργία και ανάπτυξη των διαφόρων συστημάτων κρατήσεων.

Τα συστήματα κρατήσεων, χρησιμοποιούνται από το γενικότερο σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας. Η χρήση και η συνεχής εξέλιξη αυτών, αφενός βελτιώνει την ποσότητα και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών που παρέχονται προς τον πελάτη, αφετέρου προσφέρει μετρήσιμα πλεονεκτήματα προς τις τουριστικές επιχειρήσεις.

**Εικόνα 20: Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων**



(πηγή : <http://www.europarl.europa.eu/eplive/expert/photo/>)

Στην ελληνική αγορά, αν και τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων δεν αξιοποιούνται στο σύνολο των δυνατοτήτων τους από τους χρήστες, η ανάπτυξή τους ιδιαίτερα την δεκαετία του '90 ήταν ταχύτατη. Παρόλα αυτά, η διάρθρωση της ταξιδιωτικής αγοράς και ο κατακερματισμός των επιχειρήσεων με ανάλογες προσφερόμενες υπηρεσίες και υποδομή, αποτέλεσαν βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες στην υιοθέτηση εκ μέρους των ταξιδιωτικών επιχειρηματιών των συστημάτων αυτών και κυρίως στην πλήρη αξιοποίηση των

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

πλεονεκτημάτων που προσφέρουν. Μια πρόσφατη σχετικά έρευνα του Deutsches Wirtschafts Wissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (βλέπε Πίνακα 1), δείχνει με ευκρινή τρόπο ότι ο ρόλος των πρακτορείων ταξιδιών τείνει, υπό την επίδραση των νέων τεχνολογιών, να μειώνεται συνεχώς (Ζαχαράτος 2000:243).

**Εικόνα 21: Διαδικασία αγοράς ταξιδιών τουρισμού**

Έτος	Με πρακτορεία Ταξιδιών	Με εξωγενείς του τουριστικού τομέα φορείς	Με άμεση συμβατική διαδικασία μέσω του ταξιδιώτη-τουρίστα	Με άμεση ηλεκτρονική διαδικασία
1994	85%	5%	9%	1%
2000	70%	<10%	15%	10%
2005	50%	<15%	15%	20%

Πηγή: D.W.I.F. 1998:110

Η θεαματική αύξηση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στη χρήση του διαδικτύου (Internet) από πολλούς χρήστες, αντικατοπτρίζει μια τάση που δείχνει καθαρά ότι τα παραδοσιακά συστήματα κρατήσεων υποκαθίστανται σταδιακά από τα online. Το Internet αποτελεί πλέον ένα ιδανικό περιβάλλον για επαγγελματικές και επιχειρηματικές δραστηριότητες, ειδικά στο χώρο του τουρισμού (Middleton 2001:158). Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που διαθέτει (απευθείας σύνδεση – Online, ευρεία γεωγραφική κάλυψη, η απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, το χαμηλό κόστος χρησιμοποίησής του, η δυνατότητα σύνδεσης διαφόρων σελίδων μεταξύ τους), βρίσκουν άμεση εφαρμογή στα συστήματα κρατήσεων (Manes 2003:228). Έτσι, για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο έχει την δυνατότητα να προωθεί μέσω του διαδικτύου τα προϊόντα του εύκολα, γρήγορα και οικονομικά, κάνοντάς τα γνωστά σε παγκόσμια κλίμακα (Πρωτοπαπαδάκης 2003:208).

Αν επιχειρούσαμε λοιπόν να προβλέψουμε μελλοντικές εξελίξεις στο χώρο, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι η τάση που διαφαίνεται στον ορίζοντα, προβλέπει την σταδιακή ένταξη των τουριστών - καταναλωτών αλλά και των παραγωγών / ενδιάμεσων, σε ένα μεγάλο διαδίκτυο, όπου οι μεν και οι δεν, θα ανταγωνίζονται με θεμιτά μέσα, στο σύνολο των μεταβλητών / παραγόντων που συνθέτουν.

### 4.3 Συστήματα Κρατήσεων

---

Η πραγματοποίηση κρατήσεων με ηλεκτρονική διαχείριση δωματίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων πραγματοποιείται μέσω τεσσάρων εναλλακτικών δυνατοτήτων:

- Αρκετές από τις μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχειακών μονάδων, διαθέτουν δικό τους CRS, οπότε οι κρατήσεις γίνονται κεντρικά.
- Μία ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί να συμβληθεί με ένα από τα συστήματα GDS και μέσω αυτού να διαθέτει μέρος των δωματίων της.
- Υπάρχουν ανεξάρτητοι οργανισμοί που παρέχουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες κρατήσεων στις ξενοδοχειακές μονάδες-μέλη τους (π.χ. [www.booking.com](http://www.booking.com)).
- Υπάρχει η δυνατότητα κρατήσεων μέσω διαδικτύου όταν δημιουργείται αυτόνομος κόμβος στο διαδίκτυο

Στην αγορά υπάρχουν πολλές εφαρμογές λογισμικού, με τη χρήση των οποίων μπορεί να οργανωθεί εύκολα και σωστά όλη η εσωτερική αλυσίδα εργασιών ενός ξενοδοχείου. Στη συνέχεια θα εξετάσουμε τα γενικά χαρακτηριστικά ορισμένων από τις εφαρμογές αυτές.

#### 4.3.1 Computer Reservation System – C . R . S

---

Η εμφάνιση των συστημάτων κρατήσεων προσδιορίζεται χρονικά στις αρχές της δεκαετίας του 1950, περίοδος όπου παρατηρείται μεγάλη αύξηση στον αριθμό των διεθνών μετακινήσεων και αντίστοιχη αύξηση των συναλλαγματικών εισπράξεων (Ζαχαράτος 1999:14).

Εικόνα 22: Σύστημα Κρατήσεων CRS



(πηγή : <http://www.traveldailynews.gr/photos/etourp4>)



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Η ραγδαία ανάπτυξη του κλάδου των αερομεταφορών (οι αερομεταφορές γίνονται πλέον μαζικές) και η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (Tour Operators), είχε σαν αποτέλεσμα την αναγκαιότητα διαχείρισης εκ μέρους των αεροπορικών εταιριών, μεγάλου όγκου πληροφοριών (Bynater 1992:226). Επιπλέον, η εφαρμογή της χειρόγραφης μεθόδου κρατήσεων και της διαχείρισης των πτήσεων αντικαθίσταται με την χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Ο προγραμματισμός δρομολογίων, ο σχεδιασμός πτήσεων καθώς και η έκδοση εισιτηρίων καλύπτονται από τις νέες εφαρμογές της πληροφορικής τεχνολογίας, ενώ διαχρονικά καλύπτονται και άλλες δραστηριότητες των εταιριών π.χ. προγραμματισμός τακτικών ελέγχων των αεροσκαφών, διαχείριση αποσκευών, λειτουργίες λογιστηρίου κ.λπ.

Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την αξιοσημείωτη μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης των πελατών, την εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων για την αντιμετώπιση ενδεχόμενων προβλημάτων στις μετακινήσεις, ενώ με την χρήση των νέων τεχνολογιών μειώνεται ουσιαστικά η πιθανότητα σφάλματος στην διαδικασία της κράτησης (εύρεση πτήσης, κοστολόγηση, κράτηση, έκδοση εισιτηρίου).

Στις αρχές της δεκαετίας του 1960 μεγάλες αμερικανικές εταιρίες, σε συνεργασία με την IBM σχεδιάζουν και προωθούν στην αγορά τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems – CRS).

Τα CRS λειτουργούν κυρίως σαν ένα database management system για παροχή διαφόρων τύπων πληροφόρησης σχετικά με το συγκεκριμένο προϊόν (Scott 1997:813). Τα CRS συγκεντρώνουν και διανέμουν όλες τις πληροφορίες που έχουν να κάνουν με το τουριστικό προϊόν και επίσης επεξεργάζονται τις ταξιδιωτικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται. Ένα σύστημα ηλεκτρονικής κράτησης CRS είναι ουσιαστικά μία βάση δεδομένων που δίνει τη δυνατότητα σε έναν τουριστικό οργανισμό όχι μόνο να διαχειρίζεται τα δεδομένα του αλλά και να τα κάνει προσιτά στα κανάλια διανομής των συνεργατών.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 23: Οθόνη Ηλεκτρονικών Κρατήσεων CRS

ΠΟΣΟΤ.	ΚΩΔ.	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΤΜΗ	ΑΔΑ	ΚΑΤ.
3.000	108	ΚΟΥΒΕΡ	1,50	4,50	
1.000	34	CAPRESE ATOM.	2,50	2,50	
1.000	37	DI CESARE ATOM.	2,50	2,50	
1.000	35	PANCANELLA ATOM.	2,50	2,50	
1.000	1	CAPRACCIO SALMONE	3,50	3,50	
1.000	5	MISTO DI PROSCIUTI	5,00	5,00	
1.000	7	PATE LOMBARDO.			
1.000	31	LASAGNE FORNO			
1.000	25	PASTA SICILIANA			
1.000					

Περιγραφή	Ποσ.	Αξία
Πιστωτική Κάρτα : VISA		25,00
Πιστωτική Κάρτα : AMEX		25,00
Μεσημέρι		18,00

Σύνολο Αποδείξεως	Εμφληθέντα	Υπόλοιπο
68,00	68,00	0,00

(πηγή : <http://www.ecommerce.com.gr/photos/ecommerce/>)

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 τα CRS εξελίσσονται σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών (United, B.A., S.A.S., Lufthansa) και των τουριστικών πρακτόρων. Μεγάλη συμβολή στο γεγονός αυτό είχε η ραγδαία αύξηση του αριθμού των επιβατών των αεροπορικών εταιριών. Τα τουριστικά γραφεία έχουν πλέον την δυνατότητα να συνδεθούν με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρίες αφού πρώτα εγκαταστήσουν ανεξάρτητο τερματικό για την κάθε εταιρία ξεχωριστά. Η συγκεκριμένη ενέργεια ωφέλησε σημαντικά ορισμένες αεροπορικές εταιρίες και τουριστικά γραφεία αφού απέκτησαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων εταιριών, ενώ παράλληλα δημιούργησε και σημαντικά προβλήματα αθέμιτου ανταγωνισμού (W.T.O., 1977).

Για παράδειγμα, στην περίπτωση αναζήτησης των διαθέσιμων πτήσεων για συγκεκριμένο προορισμό σε δεδομένη ημερομηνία, εμφανίζονταν πρώτα οι διαθέσιμες πτήσεις των συνεργαζόμενων αεροπορικών εταιριών και κατόπιν των υπολοίπων, μειώνοντας έτσι σε πολύ μεγάλο βαθμό την πιθανότητα επιλογής των τελευταίων και κατά συνέπεια του μεγέθους των πωλήσεών τους. Το συγκεκριμένο γεγονός συντέλεσε στη δημιουργία και υιοθέτηση κανόνων λειτουργίας των συστημάτων κρατήσεων, έτσι ώστε να εξαλειφθούν οι παραπάνω διακρίσεις και να αποτραπεί ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Επιπλέον όλα τα συστήματα διανομής τουριστικών προϊόντων υποχρεώθηκαν να εμφανίζουν τις διαθέσιμες πτήσεις όλων των αεροπορικών εταιριών, βάσει αντικειμενικών κριτηρίων, ενώ η δυνατότητα άμεσης

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

επικοινωνίας και ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών και των ταξιδιωτικών πρακτόρων, είχε ως αποτέλεσμα την ταχύτερη και φθηνότερη παραγωγή και διάθεση του ταξιδιωτικού προϊόντος (Ζαχαράτος 2000:215).

Στα μέσα της δεκαετίας του 1980, εξελιγμένα αμερικανικά συστήματα κρατήσεων ταξιδιωτικής πρακτόρευσης CRS, επεκτείνονται στην ευρωπαϊκή αγορά δημιουργώντας έντονο προβληματισμό στις 21 ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες – μέλη του AEA (Association of European Airlines). Η ανάγκη δημιουργίας ενός ευρωπαϊκού συστήματος ταξιδιωτικής πρακτόρευσης γίνεται πλέον επιτακτική, έτσι ώστε το 1986 η εταιρία SH&E αναλαμβάνει την μελέτη για την δημιουργία του πρώτου ευρωπαϊκού συστήματος κρατήσεων. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι μπορούσε να δημιουργηθεί και στην Ευρώπη ένα Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής (Global Distribution System – GDS) ικανό να ανταγωνιστεί τα αντίστοιχα αμερικανικά, συνδέοντας όλα τα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά πρακτορεία με τα ταξιδιωτικά γραφεία των αεροπορικών εταιριών σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και με τους υπόλοιπους κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών (ξενοδοχεία, ναυτιλιακές εταιρίες, εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων).

### 4.3.2 Global Distribution System - GDS

---

Κατ' αυτόν τον τρόπο, το 1987 κάνουν την εμφάνισή τους τα δυο πρώτα ευρωπαϊκά συστήματα διανομής, το Amadeus και το Galileo που συνδέονται τόσο με τα εταιρικά πρακτορεία όσο και με τα ταξιδιωτικά γραφεία διευκολύνοντας έτσι την επικοινωνία με τις αεροπορικές εταιρίες, η οποία πραγματοποιείται πλέον μέσω δικτύου. Οι νέες βάσεις δεδομένων που προκύπτουν από τα δυο συστήματα, παρέχουν μεγάλο αριθμό πληροφοριών στους ταξιδιώτες, εκτελώντας ταυτόχρονα ένα τεχνικό και λειτουργικό ρόλο εφόσον επιτρέπουν στον υπάλληλο να προσδιορίζει τις επιθυμίες του πελάτη - καταναλωτή αλλά και όσα δεν τον ικανοποιούν (Bennett 1993:261).

Τα Global Distribution Systems (GDS) αποτελούν τον μεσάζοντα μεταξύ του ταξιδιωτικού πράκτορα και των επιχειρήσεων που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες (αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων κ.λ.π.). Αποτελούν το σημαντικότερο κανάλι διανομής των τουριστικών προϊόντων διεθνώς, αφού ελαχιστοποιούν το χρόνο εξυπηρέτησης και διασφαλίζουν την κράτηση σε ελάχιστο χρόνο

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

(Truitt, Teye, Farris 1991:22). Τα κέρδη που αποκομίζουν, από τα ποσοστά που εισπράττουν από τις πραγματοποιούμενες μέσω αυτών κρατήσεων, είναι μεγάλα και μέρος αυτών διατίθεται για την συνεχή αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Τα GDS αποτελούν συστήματα πληροφορικής που έχουν τη δυνατότητα να αποθηκεύουν πληροφορίες και να τις διανέμουν ανάμεσα στους ταξιδιωτικούς πράκτορες μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών. Με τη χρήση τους πραγματοποιείται αναζήτηση διαφόρων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, τα οποία ζητούνται από τον πελάτη (πχ ξενοδοχεία) για συγκεκριμένους προορισμούς σε συγκεκριμένες ημερομηνίες. Εκτός αυτών, πραγματοποιούνται εκτυπώσεις των αντίστοιχων εγγράφων.

Σε όλο τον κόσμο λειτουργούν τέσσερα μεγάλα κεντρικά συστήματα κρατήσεων που λειτουργούν ως ηλεκτρονικές αγορές για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Τα συστήματα αυτά κλείνουν αεροπορικά εισιτήρια, δωμάτια ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενο αυτοκίνητα. Τα συστήματα αυτά είναι τα εξής:

- Sabre
- Worldspan
- Amadeus
- Galileo

Τα συστήματα αυτά χρησιμοποιούνται καθημερινά από πάνω από 620.000 τουριστικούς πράκτορες παγκοσμίως για κράτηση όχι μόνο αεροπορικών εισιτηρίων αλλά και διαθέσιμων δωματίων. Η κράτηση δωματίων γίνεται από το GDS τερματικό τους με τον ίδιο τρόπο ακριβώς όπως γίνεται και η κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων.

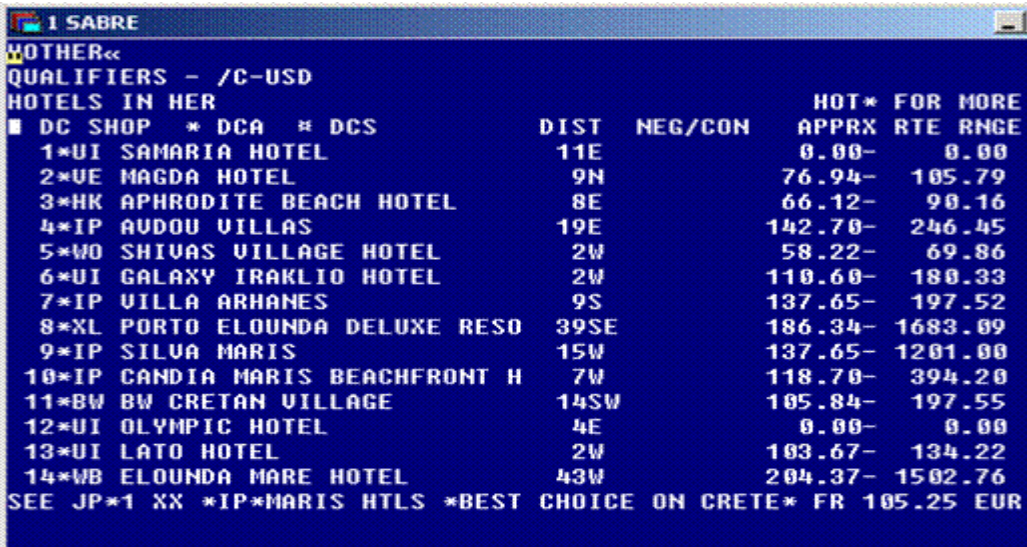
Ο ετήσιος όγκος των κρατήσεων ξενοδοχείων μέσω GDS ανέρχεται στις 108 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις (πηγή: Travelclick). Μέσα σε αυτές, 85.000 διανυκτερεύσεις αφορούν την Ελλάδα. Η συμμετοχή ενός ξενοδοχείου σε αυτά τα δίκτυα κρατήσεων είναι απαραίτητη για να λάβουν κρατήσεις από μεμονωμένους διεθνείς ταξιδιωτικούς πράκτορες.

### 4.3.2.1 Sabre

Το 1959 η αεροπορική εταιρία American Airlines και η IBM, ανακοίνωσαν τα σχέδιά τους προκειμένου να αναπτύξουν ένα ημιαυτόματο επαγγελματικό ερευνητικό περιβάλλον, γνωστό ως Sabre. Το επαναστατικό σύστημα αποτέλεσε την πρώτη realtime επιχειρησιακή εφαρμογή στην ηλεκτρονική τεχνολογία.

Το Sabre θεωρείται ένα από τα πιο ευέλικτα συστήματα της αγοράς και έχει πρόσβαση στους καταλόγους διάθεσης 370 αεροπορικών εταιριών και 59 εταιριών ενοικίασης αυτοκινήτων, συνεργάζεται με τις ναυτιλιακές εταιρίες ΔΑΝΕ και ΕΡΜΕΣ, ενώ φιλοξενεί στις βάσεις δεδομένων του 31.000 ξενοδοχεία, στα οποία μπορούν να γίνουν κρατήσεις (<http://www.travelocity.com>).

Εικόνα 24: Οθόνη Κρατήσεων της Sabre



```
1 SABRE
MOTHER<<
QUALIFIERS - /C-USD
HOTELS IN HER
DC SHOP * DCA * DCS          DIST  NEG/CON  HOT*  FOR MORE
1*UI SAMARIA HOTEL           11E          0.00-  0.00
2*UE MAGDA HOTEL              9N          76.94- 105.79
3*HK APHRODITE BEACH HOTEL    8E          66.12-  90.16
4*IP AVDOU VILLAS             19E         142.70- 246.45
5*MO SHIVAS VILLAGE HOTEL     2W          58.22-  69.86
6*UI GALAXY IRAKLIO HOTEL     2W          110.60- 180.33
7*IP VILLA ARHANES            9S          137.65- 197.52
8*XL PORTO ELOUNDA DELUXE RESO 39SE        186.34- 1683.09
9*IP SILVA MARIS              15W         137.65- 1201.00
10*IP CANDIA MARIS BEACHFRONT H 7W          118.70- 394.20
11*BW BW CRETAN VILLAGE       14SW        105.84- 197.55
12*UI OLYMPIC HOTEL           4E           0.00-  0.00
13*UI LATO HOTEL              2W          103.67- 134.22
14*WB ELOUNDA MARE HOTEL      43W         204.37- 1502.76
SEE JP*1 XX *IP*MARIS HTLS *BEST CHOICE ON CRETE* FR 105.25 EUR
```

(πηγή : <http://www.innovative.gr/images/>)

Όσον αφορά το διαδίκτυο, η παρουσία του Sabre υπό την ονομασία Travelocity, δίνει το δικαίωμα σε κάθε ενδιαφερόμενο να μπορεί να επιλέγει και να κάνει κράτηση στην καθορισμένη τιμή της αεροπορικής εταιρίας. Στο συγκεκριμένο σημείο μπορεί να αναφερθεί ότι η Sabre Hellas παρουσίασε μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και τεχνολογικών λύσεων για την τουριστική βιομηχανία στην ετήσια έκθεση τουρισμού Philoxenia 2003, που πραγματοποιήθηκε στην Θεσσαλονίκη

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Το πρόγραμμα Sabre Exclusives (Sabre Holdings Corporation) είναι ειδικά σχεδιασμένο ώστε να παρέχει στις ξενοδοχειακές μονάδες ευχρηστία και λειτουργικότητα σε όλη τη διάρκεια της διαδικασίας κρατήσεων. Μεταξύ άλλων προσφέρει: συνεργασία με περισσότερους από 161.000 ταξιδιωτικούς πράκτορες διεθνώς, ανάπτυξη RevPAR, αμφίδρομη διασύνδεση GDS (Global Distribution System) και εξοικονόμηση χρόνου στη διαδικασία τιμολόγησης. Προκειμένου να συμμετάσχετε στο πρόγραμμα αυτό, αρκεί να διαθέσετε έναν αριθμό δωματίων σας, και στη συνέχεια, όταν ένας ταξιδιωτικός πράκτορας συνδεδεμένος με το σύστημα αναζητήσει δωμάτια στο GDS, αυτό θα του δώσει έναν πλήρη κατάλογο με όλες τις διαθέσιμες επιλογές ώστε να διαλέξει και να πραγματοποιήσει την κράτηση, ενώ το Sabre Travel Network θα λάβει την προπληρωμή και θα σας αποστείλει την κράτηση του πελάτη.

Εικόνα 25: Διαδικασία Κράτησης με το Σύστημα Sabre

Register New User - Step 2

Please use the following profiles:

**Business** | Tourist Time | Tourist Cost

Active Profile

Preferences

Maximum wait time in terminal: Choose

Trip duration: Choose

Number of connections: Choose

Notification method: Choose

Sort Method: Choose

Excluded Service Providers:

Included	Excluded
Aegean Airlines (A3)	
GW	
LT	
Olympic Airlines (OA)	
Agoudimos Lines (AL)	
Anek Lines (AN)	

Preferred Modes:

Airplane: Business Airplane

Shp: Business Shp

(πηγή : <http://www.certh.gr/dat/911FCB2C/>)

Η αδιάκοπη διαχείριση των λειτουργιών παράδοσης, κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, είναι ένα από τα πιο δύσκολα προβλήματα logistics που θα μπορούσε κανείς να φανταστεί. Η Sabre Corporation, ηγέτης στην παροχή τεχνολογίας για την ταξιδιωτική βιομηχανία, κατάφερε να ημερέψει αυτό το τέρας των logistics και να το μετατρέψει σε μια αποδοτική επιχείρηση.

Η Sabre, μια εταιρία S&P 500 (NYSE: TSG), παρέχει καινοτομία στα προϊόντα λογισμικού και τις υπηρεσίες της, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Το Qik-Access™, σύνολο από επιχειρησιακές διαχειριστικές εφαρμογές της Sabre Corporation, επιτρέπει σε πάνω από 200 αεροπορικές

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

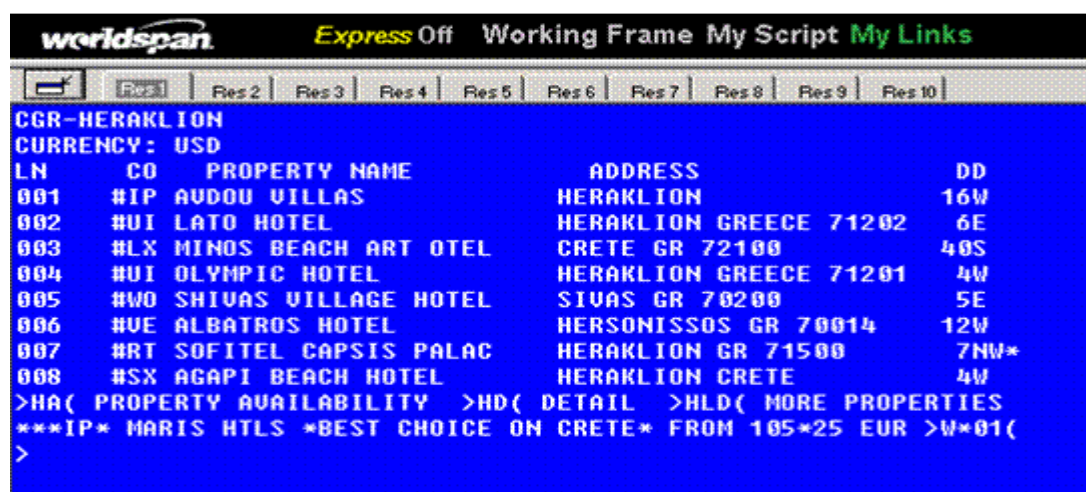
εταιρείες πελάτες, ταξιδιωτικούς οργανισμούς και εταιρείες μεταφορών, να δημιουργήσουν τις δικές τους ειδικά σχεδιασμένες βάση ίδιων εργονομικών προδιαγραφών, γέφυρες επικοινωνίας χρηστών με τα real-time συστήματα τρίτων προμηθευτών, τις βάσεις δεδομένων, τις περιφερειακές συσκευές και τα διάφορα άλλα πληροφοριακά συστήματα τα οποία χρησιμοποιούνται για κρατήσεις, την έκδοση εισιτηρίων, το check-in και τις διάφορες άλλες λειτουργίες που χαρακτηρίζουν την ταξιδιωτική βιομηχανία.

### 4.3.2.2 Worldspan

Το Worldspan δημιουργήθηκε το 1990 κατόπιν συμφωνίας των αεροπορικών εταιριών Delta Airlines, Northwest Airlines και TWA, ενώ το 1992 ξεκίνησε η συνεργασία του σε τεχνικά θέματα με την Start-Amadeus. Συνεργάζεται με περισσότερες από 360 αεροπορικές εταιρίες, 40 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, 16.000 τουριστικά γραφεία και περίπου 22.000 ξενοδοχεία (<http://www.worldspan.com>). Επιπλέον παρέχει την δυνατότητα για πληροφορίες κρατήσεων θέσεων σε διάφορους ευρωπαϊκούς σιδηροδρομικούς οργανισμούς και ακτοπλοϊκές εταιρίες, ενώ παρέχει πληροφορίες σε εταιρίες που ασχολούνται με EBusiness και κυβερνητικές οργανώσεις που ασχολούνται με θέματα τουρισμού κ.λπ.

(πηγή : <http://www.worldspan.com>).

Εικόνα 26: Οθόνη Κρατήσεων της Worldspan



(πηγή : <http://www.innovative.gr/images/WorldSpanHER>)

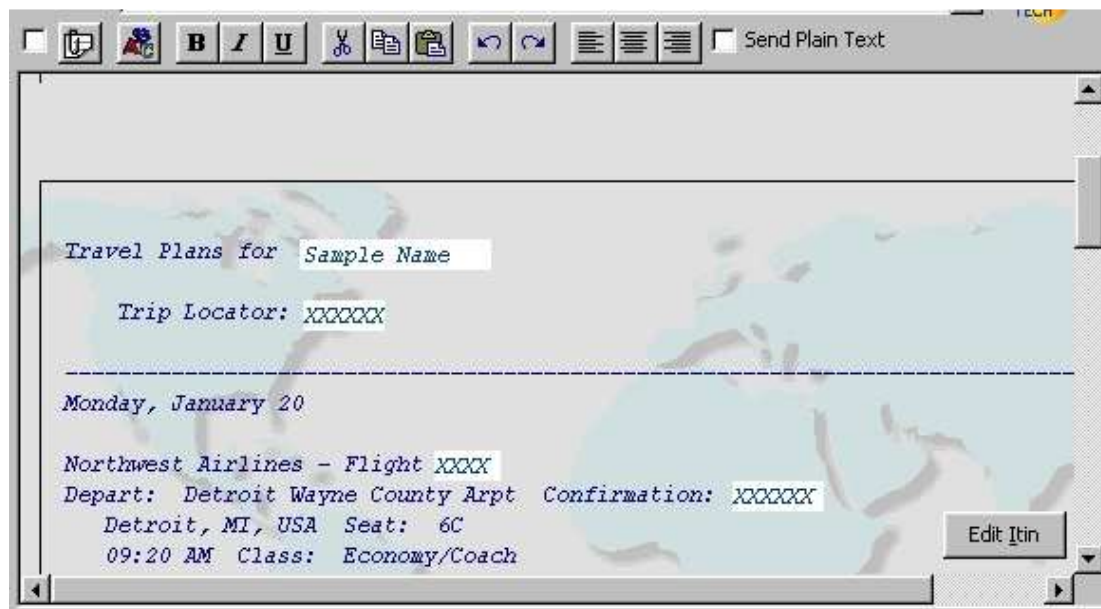
Το σύστημα λειτουργεί σε περιβάλλον Windows και χαρακτηρίζεται ως «φιλικό» προς τους χρήστες. Το 2003 πραγματοποιήθηκε μια αύξηση 65% στις συναλλαγές των αεροπορικών



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

εταιριών στις ΗΠΑ ενώ πρόσφατα παρουσιάστηκε ένα νέο πρόγραμμα, το SecuRate Air Plus, το οποίο διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό την διαχείριση των διαπραγματευόμενων ναύλων μέσω διαδικτύου σε παγκόσμιο επίπεδο.

Εικόνα 27: Κράτηση με την Worldspan



(πηγή : <http://www.magnatech.com/magnatech/help/imagic/Mytripmess/>)

### 4.3.2.3 Amadeus

---

Δημιουργήθηκε το 1987 από τις εταιρίες Lufthansa, Air France, Iberia και SAS. Το συγκεκριμένο διεθνές σύστημα κρατήσεων, εξυπηρετεί τις ανάγκες του μάρκετινγκ, της διανομής καθώς και των πωλήσεων των προϊόντων που προσφέρουν οι διάφοροι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας. Παρέχει πληροφορίες για περισσότερες από 400 αεροπορικές εταιρίες, 63.000 ξενοδοχεία, δεκάδες εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και σιδηροδρομικούς οργανισμούς, ενώ το χρησιμοποιούν περισσότερα από τα 2/3 όλων των ταξιδιωτικών πρακτορείων στην Ευρώπη. Ο συνολικός αριθμός των σημείων πώλησης υπολογίζεται στις 290.000, σε περισσότερες από 210 αγορές παγκοσμίως. Επίσης, συνεργάζεται με το Worldspan και με πολλές ακτοπλοϊκές εταιρίες



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 28: Οθόνη Κρατήσεων της Amadeus



(πηγή : [http://www.traveldailynews.gr/amadeus/index6\\_files/amadeus1graphical\\_interface/](http://www.traveldailynews.gr/amadeus/index6_files/amadeus1graphical_interface/))

Αναλυτικότερα οι τομείς που καλύπτει το Start-Amadeus είναι οι ακόλουθοι:

- Αεροπορικές κρατήσεις για τακτικές πτήσεις σε περισσότερες από 100 αεροπορικές εταιρίες με ταυτόχρονη άντληση πληροφοριών για 400 περίπου αεροπορικές εταιρίες, αριθμοί που καλύπτουν το 95% των προγραμματισμένων αεροπορικών θέσεων παγκοσμίως. Επιπλέον αναλαμβάνει την ανάπτυξη του λογισμικού των αεροπορικών εταιριών όσον αφορά τα Inventory, Yield Management και Departure Control.
- Δυνατότητα σιδηροδρομικών κρατήσεων στους ευρωπαϊκούς σιδηροδρόμους καθώς και στα διευρωπαϊκά σιδηροδρομικά δίκτυα, όπως το Eurostar και το Le Shuttle.
- Δυνατότητα ακτοπλοϊκών κρατήσεων σε περισσότερες από 30 εταιρίες ferry (Βαλτική, Μεσόγειο, Βόρεια Θάλασσα), με παροχή πληροφοριών για καμπίνες, με αυτόματο υπολογισμό της τιμής και καθορισμό της καλύτερης προσφοράς.

Πρόσφατα η Amadeus Hellas παρουσίασε μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και τεχνολογικών λύσεων για την τουριστική βιομηχανία. Όλα τα προαναφερθέντα συστήματα GDS, είναι σχεδιασμένα να παρέχουν ποιοτικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες. Οι επιλογή τους

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

και η χρησιμοποίησή τους από τα τουριστικά πρακτορεία, εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις παρακάτω μεταβλητές:

### A) Αξιοπιστία του πληροφοριακού υλικού.

Ένα τουριστικό πρακτορείο έχει την δυνατότητα να ενημερώνεται άμεσα για τις διάφορες μεταβολές που μπορεί να προκύψουν στις πτήσεις και τις κρατήσεις θέσεων. Επίσης, γνωρίζει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την διαθεσιμότητα των κλινών σε κάθε συνεργαζόμενο ξενοδοχείο.

### B) Έγκυρη πληροφόρηση σε θέματα τιμών και ικανοποίηση του τουρίστα – καταναλωτή.

Κάθε τουριστικό πρακτορείο προκειμένου να καταστεί ανταγωνιστικό, έχει άμεση πρόσβαση στο σύνολο των σταδίων / επιπέδων τιμολόγησης για κάθε επιμέρους υπηρεσία που στοιχειοθετεί ένα τουριστικό πακέτο. Ο βαθμός της ικανοποίησης του τουρίστα - καταναλωτή ποικίλλει ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες του, και οριοθετείται με την βοήθεια συγκεκριμένων τεχνικών μάρκετινγκ και την χρησιμοποίηση των προγραμμάτων επιβράβευσης και πιστότητας των πελατών (loyalty programs).

### Γ) Σύντομος Χρόνος Απάντησης.

Η ταχύτητα απάντησης του συστήματος ιδιαίτερα για τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία που έχουν μεγάλο κύκλο εργασιών είναι σημαντικός παράγοντας, αφού συνήθως η αναζήτηση, η πραγματοποίηση και η επιβεβαίωση των κρατήσεων, γίνεται σε αληθινούς χρόνους (real time –online).

### Δ) Συνεχής διεύρυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

### Ε) Σύστημα τιμολόγησης των προσφερόμενων υπηρεσιών.

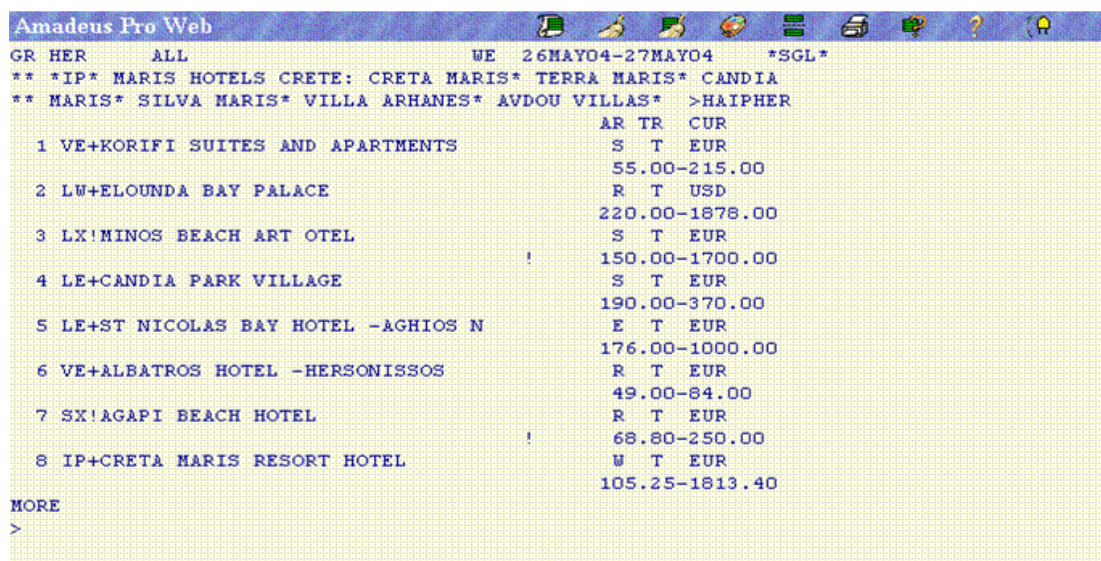
Στην προκειμένη περίπτωση παρέχεται η δυνατότητα της επιλογής πολλαπλών εναλλακτικών μεθόδων τιμολόγησης.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

ΣΤ) Ευκολία στη χρήση και στο επίπεδο της τεχνικής υποστήριξης.

Ο βαθμός ευκολίας στη χρήση του συστήματος επιτυγχάνεται κατά κύριο λόγο με τον κατάλληλο σχεδιασμό της σελίδας πραγματοποίησης κρατήσεων έτσι ώστε να είναι εύχρηστη κατά την αναζήτηση πληροφοριών. Όσον αφορά την τεχνική υποστήριξη, σε περίπτωση βλάβης ή δυσλειτουργίας του συστήματος, θα πρέπει να υπάρχει άμεση και ταχεία επέμβαση προκειμένου να λυθεί το υπάρχον πρόβλημα.

**Εικόνα 29: Σύστημα Κρατήσεων της Amadeus**



```
Amadeus Pro Web
GR HER ALL WE 26MAY04-27MAY04 *SGL*
** *IP* MARIS HOTELS CRETE: CRETA MARIS* TERRA MARIS* CANDIA
** MARIS* SILVA MARIS* VILLA ARHANES* AVDOU VILLAS* >HAIPHER
AR TR CUR
1 VE+KORIFI SUITES AND APARTMENTS S T EUR
55.00-215.00
2 LW+ELOUNDA BAY PALACE R T USD
220.00-1878.00
3 LX!MINOS BEACH ART OTEL S T EUR
! 150.00-1700.00
4 LE+CANDIA PARK VILLAGE S T EUR
190.00-370.00
5 LE+ST NICOLAS BAY HOTEL -AGHIOS N E T EUR
176.00-1000.00
6 VE+ALBATROS HOTEL -HERSONISSOS R T EUR
49.00-84.00
7 SX!AGAPI BEACH HOTEL R T EUR
! 68.80-250.00
8 IP+CRETA MARIS RESORT HOTEL W T EUR
105.25-1813.40
MORE
>
```

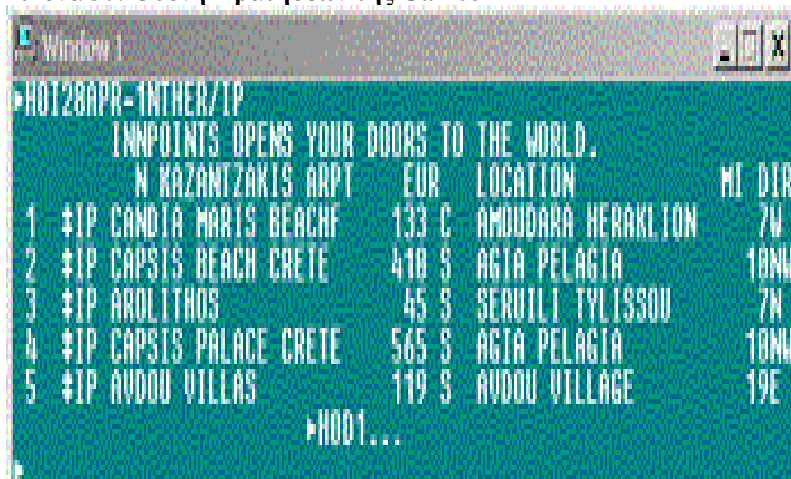
(πηγή : <http://www.innovative.gr/images/AmadeusHER/>)

Το Amadeus Hotels (Amadeus Hellas) είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διανομής, μάρκετινγκ και πωλήσεων, το οποίο επιτρέπει στους επιχειρηματίες των ξενοδοχειακών μονάδων να προσφέρουν online τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε όλους τους χρήστες του συστήματος διεθνώς. Ήδη περισσότερες από 320 αλυσίδες ξενοδοχείων το έχουν επιλέξει και προσφέρουν έτσι στους πελάτες τους άμεση και απρόσκοπτη πρόσβαση στις διαθέσιμες υπηρεσίες τους, σε πραγματικό χρόνο. Σημειώστε πως έχετε δυνατότητα παρέμβασης στην πληροφορία που παρέχει το σύστημα προς τους χρήστες-πελάτες, βελτιώνοντας, διορθώνοντας ή διαγράφοντας στοιχεία, ώστε σε κάθε περίπτωση ο τελικός χρήστης να λαμβάνει online όσο το δυνατόν καλύτερη εικόνα της προς πώληση υπηρεσίας και να επιλέγει εκείνη που του ταιριάζει καλύτερα. Επιπλέον, λαμβάνετε αναλυτικά στατιστικά στοιχεία για την κίνηση, ώστε να είστε σε θέση να προβείτε σε μικροδιορθώσεις και βελτιώσεις.

### 4.3.2.4 Galileo

Δημιουργήθηκε το 1977 στην Αγγλία μετά από συμφωνία των αεροπορικών εταιριών British Airways, Swissair, KLM και United Airlines, ενώ η Ολυμπιακή Αεροπορία συμμετέχει στην παρούσα κοινοπραξία με ποσοστό 4%. Πρόκειται για ένα προηγμένο σύστημα κρατήσεων στο οποίο είναι συνδεδεμένες περισσότερες από 511 αεροπορικές εταιρίες, 39 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτου, 46.046 ξενοδοχειακές μονάδες, 368 Tour Operators καθώς και όλες οι κύριες γραμμές κρουαζιέρων σε παγκόσμιο επίπεδο. Επίσης το συγκεκριμένο σύστημα κρατήσεων, παρέχει σε περισσότερους από 41.200 ταξιδιωτικούς πράκτορες τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες που αφορούν αεροπορικά αλλά και άλλα είδους εισιτήρια, τη δυνατότητα πραγματοποίησης πολλαπλών κρατήσεων καθώς και την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων σε 116 χώρες.

Εικόνα 30: Οθόνη Κρατήσεων της Galileo



(πηγή : <http://www.innovative.gr/images/GalileoHER/>)

Αποκλειστικός διανομέας - NDC (National Distribution Company) της Galileo International στην Ελλάδα είναι η Galileo Hellas (θυγατρική εταιρία της Ολυμπιακής Αεροπορίας), η οποία ιδρύθηκε το 1991 με αντικειμενικό σκοπό τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος υπηρεσιών πληροφόρησης στο τομέα του τουρισμού. Η δημιουργία του συγκεκριμένου συστήματος συμβάλει σε μέγιστο βαθμό, στην ανάπτυξη και μεγιστοποίηση της απόδοσης των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και στην αναβάθμιση της ποιότητας παροχής του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Η Galileo Hellas, για δυο συναπτά έτη (1998, 1999) τιμήθηκε από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες με το βραβείο του καλύτερου ηλεκτρονικού συστήματος στην Ελλάδα, ενώ το 2000 και το 2002 τιμήθηκε από την Galileo International ως το καλύτερο NDC (National Distribution Company) στην Ευρώπη.

Οι κυριότερες κατηγορίες υπηρεσιών της Galileo Hellas (<http://www.galileo.com>) είναι οι εξής:

- Διεθνές σύστημα κρατήσεων για ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρίες και εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων.
- Εθνικό Σύστημα Διανομής. Αφορά ένα σύστημα κρατήσεων εθνικής εμβέλειας, όπου παρέχει στον χρήστη την δυνατότητα για πραγματοποίηση κρατήσεων σε ξενοδοχεία, πλοία, αεροπλάνα και τρένα, ενώ παράλληλα έχει και πρόσβαση σε εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων. Επίσης προσφέρει την δυνατότητα προβολής υπηρεσιών και προϊόντων στην πλειοψηφία των τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων στην Ελλάδα.

Εικόνα 31: Διαδικασία Κράτησης από την Galileo



The screenshot shows a web interface for hotel bookings. At the top, there are flags for various countries and a search bar. Below that, there is a header for 'Traditional Villas Thessaloniki'. The main part of the interface is a search form with several input fields: 'Από/προς' (From/To) with a date selector, 'Από/προς' (From/To) with a date selector, 'Από/προς' (From/To) with a date selector, 'Από/προς' (From/To) with a date selector, 'Από/προς' (From/To) with a date selector, and 'Από/προς' (From/To) with a date selector. There are also dropdown menus for 'Από/προς' (From/To) and 'Από/προς' (From/To). At the bottom, there is a red button labeled 'Αναζήτηση' (Search) and a footer with the text '© 2008 Stefania Marketing Consulting AG. Alle Rechte vorbehalten.'

(πηγή : [www.stefania-consulting.de/.../e-sales/gds/](http://www.stefania-consulting.de/.../e-sales/gds/))

### 4.3.3 Alternate Distribution System - ADS

Ο όρος αυτός αναφέρεται σε οποιοδήποτε σύστημα κρατήσεων ταξιδιωτικών και τουριστικών υπηρεσιών που παρακάμπτει τα τουριστικά πρακτορεία και τους ταξιδιωτικούς

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

οργανισμούς. Τα συστήματα αυτά αναπτύσσονται και χρησιμοποιούνται από ανεξάρτητες εταιρείες οι οποίες διαμεσολαβούν μεταξύ του παρόχου της υπηρεσίας (πχ ξενοδοχείου) και του τελικού χρήστη αλλά και από τις ίδιες τις εταιρείες παροχής ταξιδιωτικών υπηρεσιών ώστε να μην επιβαρύνονται με το επιπλέον κόστος χρήσης ενός GDS.

Αυτό ακριβώς αποτελεί και το μεγαλύτερο πλεονέκτημα αυτών των συστημάτων και για αυτό το λόγο θεωρείται ότι τα δυο είδη εφαρμογών είναι μεταξύ τους ανταγωνιστικά. Βέβαια, καθώς υπάρχει σήμερα η τάση συγκέντρωσης και παροχής πολλαπλών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου, είναι συχνό το φαινόμενο της ταυτόχρονης χρήσης ADS και GDS από εταιρείες που διαχειρίζονται ηλεκτρονικές κρατήσεις και προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα (π.χ. Expedia).

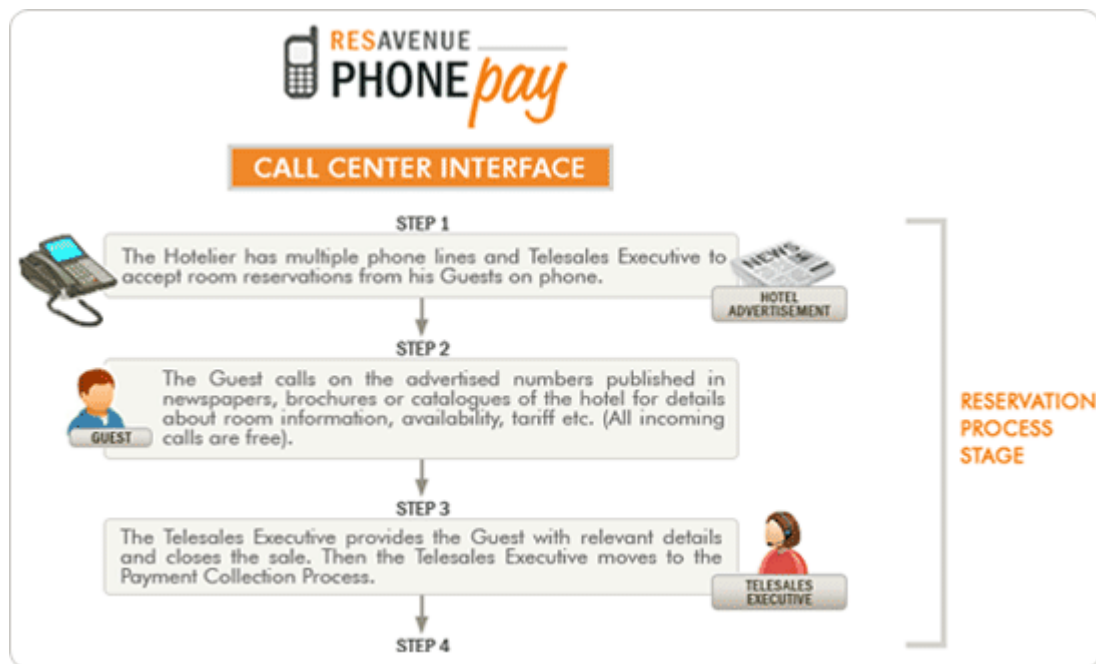
Στα ADS (Alternate Distribution Systems) ανήκουν περίπου 16.000 Internet Sites σε όλο τον κόσμο που διαχειρίζονται online κρατήσεις. Σε αντίθεση με τα GDS αυτά τα συστήματα δεν αφορούν ταξιδιωτικούς πράκτορες αλλά μεμονωμένους τουρίστες. Μερικά από τα μεγαλύτερα Internet Sites που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία είναι τα εξής:

- [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com)
- [www.expedia.com](http://www.expedia.com)
- [www.orbitz.com](http://www.orbitz.com)
- [www.hotels.com](http://www.hotels.com)
- [www.hoteldiscount.com](http://www.hoteldiscount.com)
- [www.all-hotels.com](http://www.all-hotels.com)
- [www.hotel-directory.com](http://www.hotel-directory.com)
- [www.travelnow.com](http://www.travelnow.com)
- [www.hotelsbycity.com](http://www.hotelsbycity.com)
- [www.123-accomodations.com](http://www.123-accomodations.com)
- [www.hrs.de](http://www.hrs.de)
- [www.hotels.nl](http://www.hotels.nl)
- [www.venere.it](http://www.venere.it)
- [www.hotelnets.co.uk](http://www.hotelnets.co.uk)

### 4.3.4 Internet Distribution Systems - IDS

Πρόκειται για συστήματα κρατήσεων μέσω διαδικτύου. Τα συστήματα αυτά χρησιμοποιούνται τόσο από τις ίδιες τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών τουρισμού, όσο και από ανεξάρτητες εταιρείες διαχείρισης κρατήσεων στο διαδίκτυο. Το κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι φέρνουν απ' ευθείας σε επαφή τις επιχειρήσεις με τους πιθανούς πελάτες. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες μπορεί να περιλαμβάνουν διαμονή, ενοικίαση μεταφορικού μέσου, συμμετοχή σε δραστηριότητες κτλ. Υπάρχουν συστήματα που έχουν αναπτυχθεί από μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες καθώς και εφαρμογές που απευθύνονται σε ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Η χρήση των IDS αυξάνεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια, ενώ η αυξητική τάση αναμένεται να συνεχιστεί με ακόμα γοργότερους ρυθμούς στο μέλλον.

Εικόνα 32 : Στάδια Διαδικασίας Κράτησης των Συστημάτων IDS



(πηγή : [http://www.resavenue.com/content\\_images/services/resavenue\\_ivrs\\_process\\_thumb/](http://www.resavenue.com/content_images/services/resavenue_ivrs_process_thumb/))

Ο βασικότερος λόγος που οδηγεί ολοένα περισσότερους επιχειρηματίες να μεταφέρουν τις δραστηριότητές τους στο Internet, σε συνδυασμό με τις ειδικές λύσεις λογισμικού που αναλύθηκαν παραπάνω, είναι ότι με τον τρόπο αυτό τους προσφέρεται η δυνατότητα να εμπορεύονται παγκοσμίως και όλο το εικοσιτετράωρο με πολύ χαμηλό κόστος. Ειδικά για τον τομέα των ξενοδοχείων, η δυνατότητα online κράτησης και η ηλεκτρονική διαχείριση της εσωτερικής λειτουργίας κάθε μονάδας είναι σημεία που αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τις



## **On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία**

σύγχρονες τεχνολογικές εφαρμογές προς όφελος του πελάτη και του επιχειρηματία. Μέλημά σας, λοιπόν, δεν θα πρέπει να είναι απλώς και μόνο η ωραία προβολή των δωματίων και των υπηρεσιών σας, αλλά και η αποτελεσματική "πώλησή" τους. Έτσι, η παροχή π.χ. προσφορών και εκπτώσεων σε περίπτωση έγκαιρης κράτησης είναι σίγουρα ένας πολύ καλός τρόπος να προσελκύσετε περισσότερους πελάτες, οι οποίοι έτσι θα μείνουν ιδιαίτερα ευχαριστημένοι, συνεπώς αυξάνετε τα έσοδά σας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### Case Study Εταιρείας Yes!Hotels

#### 5.1 Όμιλος YES!HOTELS

---

Με τρία ξενοδοχεία στην Κηφισιά ( Semiramis, Kefalari Suites, Twentyone), ένα στο Κολωνάκι (The Periscope) και ένα στο κέντρο της Αθήνας (New) , η αλυσίδα ξενοδοχείων YES!Hotels & Restaurants έχει δημιουργήσει χώρους έμπνευσης και αισθητικής που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις επιθυμίες του σύγχρονου πολίτη, προσφέροντας περιβάλλον χαλάρωσης, ευεξίας και απόλυτης άνεσης.

Εικόνα 33 : Όμιλος Yes! Hotel



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

Ιδιοκτήτης της YES! είναι ο κος. Δάκης Ιωάννου, από τους μεγαλύτερους συλλέκτες μοντέρνας τέχνης στον κόσμο, ιδιοκτήτης και του ιδρύματος ΔΕΣΤΕ. Οι άνθρωποι που εργάζονται στην YES!, χαρακτηρίζονται από το πάθος για δημιουργία και αυθεντικότητα ακριβώς όπως και οι ξενοδοχειακές μονάδες του κυρίου Ιωάννου.

Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι πιο σημαντικός από ποτέ στην φιλοξενία και τον τουρισμό. Η φιλοσοφία της YES! αφοσιώνεται στο να παντρεύει την φιλοξενία με την τέχνη και να δημιουργεί χώρους που να συνδυάζουν την υψηλή αισθητική και την χαλάρωση.

### 5.1.1 Semiramis

---

Το Semiramis, το πρώτο ξενοδοχείο που επιμελείται ο διάσημος σχεδιαστής Karim Rashid σύμφωνα με το όραμα του Δάκη Ιωάννου, αποτελεί το ξενοδοχείο που ανατρέπει τα δεδομένα αναφορικά με τους χώρους φιλοξενίας στην χώρα μας. Το ανακαινισμένο, ιστορικό ξενοδοχείο της Κηφισιάς αποτελεί το δημιουργικό αποτέλεσμα της γνώσης του Δάκη Ιωάννου για την μοντέρνα τέχνη και της υπογραφής του παγκοσμίου κύρους σχεδιαστή βιομηχανικών προϊόντων Karim Rashid.

**Εικόνα 34: Εσωτερική Διακόσμηση Ξενοδοχείου Semiramis**



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

Το Semiramis αποτελεί τον σύγχρονο χώρο ευεξίας, τέχνης και design, προσφέροντας με μοναδικό τρόπο την εναλλακτική εμπειρία διασκέδασης, χαλάρωσης και δραστηριότητας στα 52 δωμάτια, σουίτες και bungalows, καθώς και σε όλους τους χώρους του. Το ξενοδοχείο Semiramis βρίσκεται στο Κεφαλάρι, τοποθετημένο ιδανικά σε κεντρική και ταυτόχρονα ήσυχη περιοχή απέναντι από την πλατεία και με θέα στο καταπράσινο πάρκο, καθώς και με μία πλούσια επιλογή από εστιατόρια, café και εμπορικά καταστήματα στην περιοχή.

Οι επισκέπτες του ξενοδοχείου έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν μία μοναδική εμπειρία: με έμφαση σε κάθε λεπτομέρεια του χώρου – από το σχέδιο του γραφείου μέχρι το φωτισμό δίπλα στο κρεβάτι – και πλήρη γκάμα υψηλής ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών, το Semiramis συνδυάζει εντυπωσιακά την τέχνη με την λειτουργικότητα.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 35 : Εσωτερική Διακόσμηση Ξενοδοχείου Semiramis



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

### **Το Semiramis περιλαμβάνει 51 δωμάτια:**

- 42 δωμάτια με μπαλκόνι και θέα στην πισίνα ή στο πάρκο
- 5 bungalows δίπλα στην πισίνα
- 3 penthouse στούντιο
- 1 penthouse σουίτα

### **Υπηρεσίες του Ξενοδοχείου**

- Δωμάτια σχεδιασμένα και επιπλωμένα από τον Karim Rashid
- Semiramis Bar - Restaurant (indoor / outdoor dining)
- Πρωτότυπα σχεδιασμένη πισίνα με εξέδρα, ομπρέλες και ξαπλώστρες
- Παροχή wireless σύνδεσης υψηλής ταχύτητας στο Internet, σε όλο το ξενοδοχείο
- Έκθεση έργων τέχνης
- Γυμναστήριο με προσωπικούς γυμναστές
- Κέντρο αισθητικής και Χαμάμ - θεραπείας προσώπου και σώματος
- Υπόγειο Παρκινγκ
- 24ωρο room service
- 24ωρο concierge service
- Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο (με χρέωση)
- Δωρεάν βιβλιοθήκη CD / DVD
- Συνεδριακοί χώροι χωρητικότητας 180 ατόμων

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

- Υπηρεσία καθαριστηρίου
- Ξενόγλωσσο προσωπικό
- Γραμματειακές υπηρεσίες
- Baby sitting (κατόπιν ζήτησης)
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου
- Turn-down service σε όλα τα δωμάτια
- Early - bird δωρεάν πρωινό
- Unpacking service (κατόπιν ζήτησης)
- Δωμάτια <<μη καπνιστών>>
- Ανιχνευτές καπνού & sprinkler σε όλους τους χώρους

### 5.1.2 Kefalaris Suites

---

Το ξενοδοχείο Kefalaris Suites πρόκειται για μια πανσιόν του 19<sup>ου</sup> αιώνα με κλασσικά χαρακτηριστικά διατηρώντας τον αριστοκρατικό αέρα της εποχής. Το ξενοδοχείο είναι στην περιοχή του Κεφαλάρι, διαθέτοντας πολυτελής σουίτες, ενώ είναι πολύ κοντά στο κέντρο της Κηφισιάς και στο Μαρούσι. Το ξενοδοχείο αποτελείται από έντεκα(11) σουίτες και δύο(2) υπέροχα δωμάτια, το καθένα με την δική του ξεχωριστή διακόσμηση ανάλογα με την ονομασία του.

Το ξενοδοχείο ανταποκρίνεται στις επιταγές της σύγχρονης εποχής και του σύγχρονου τουρίστα και προσφέρει ότι καλύτερο σε υπηρεσίες και ανέσεις. Όλες οι σουίτες αποτελούνται από δύο(2) κύρια δωμάτια, μια κρεβατοκάμαρα με ένα κρεβάτι βασιλικού μεγέθους και ένα καθιστικό ενσωματωμένο με μια κουζίνα και ένα mini-bar. Επιπλέον, όλες οι σουίτες είναι εξοπλισμένες με υπολογιστές και ασύρματο internet για εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο καθώς και ένα γραφείο εργασίας.

Εικόνα 36: Ξενοδοχείο Kefalaris Suites



(πηγή : [http://www.bta.gr/diamoni\\_athens.files/](http://www.bta.gr/diamoni_athens.files/))

### Υπηρεσίες του Ξενοδοχείου

- Jacuzzi με φανταστική θέα
- 24ωρο concierge service
- 24ωρο room service
- Παροχή wireless σύνδεσης υψηλής ταχύτητας στο Internet, σε όλο το ξενοδοχείο
- Γραμματειακές υπηρεσίες
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου
- Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο (με χρέωση)
- Δωρεάν βιβλιοθήκη CD / DVD
- Υπηρεσία καθαριστηρίου
- Δωμάτια <<μη καπνιστών>>
- Baby sitting (κατόπιν ζήτησης)
- Ιατρική περίθαλψη
- Ανιχνευτές καπνού & sprinkler σε όλους τους χώρους
- Συνεδριακοί χώροι
- Δωρεάν Εφημερίδες

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 37: Εικόνα από την Εσωτερική Διακόσμηση του ξενοδοχείου Kefalaris Suites



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

### 5.1.3 Twentyone

---

Το ξενοδοχείο Twentyone, μέλος του ομίλου Yes! Hotels & Restaurants, αποτελεί το νέο city resort hotel στην Κηφισιά, προσανατολισμένο στις σύγχρονες απαιτήσεις διαμονής και τις μοντέρνες προδιαγραφές αισθητικής.

Εικόνα 35: Διακόσμηση εσωτερικών χώρων του ξενοδοχείου Twentyone



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

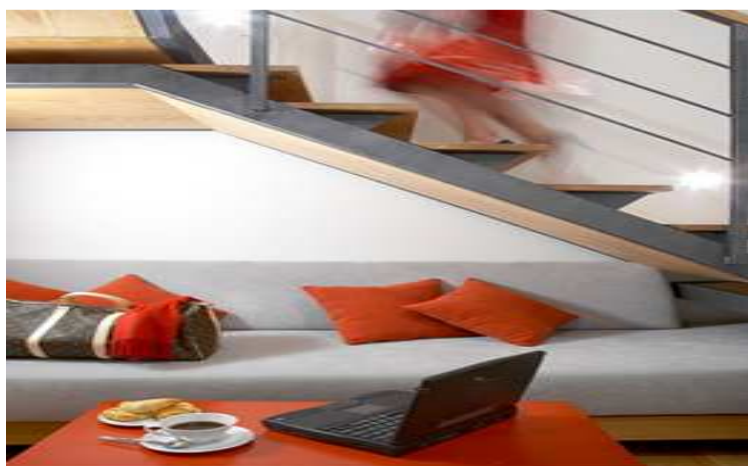
## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Το Twentyone συνιστά έναν λιτό χώρο όπου ο μίνιμαλ σχεδιασμός και ο συνδυασμός design και λειτουργικότητας διαμορφώνουν ένα γοητευτικό περιβάλλον. Η απλότητα ισορροπεί ιδανικά με την πολυτέλεια σε κάθε λεπτομέρεια των χώρων, αναδεικνύοντας το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και την φιλοσοφία προσωπικής εξυπηρέτησης του ξενοδοχείου.

Το όνομα του ξενοδοχείου προκύπτει από ένα παιχνίδι με τον συγκεκριμένο αριθμό: το Twentyone βρίσκεται στο νούμερο 21 της οδού Κολοκοτρώνη, διαθέτει 21 δωμάτια καθώς και έναν αυτόνομο χώρο bar-restaurant που φέρει επίσης το όνομα «21».

Το γκρι χρώμα κυριαρχεί στο εξωτερικό του κτιρίου, που χαρακτηρίζεται από τη γυάλινη κάθετη πρόσοψη του ασανσέρ, δίπλα στην κεντρική είσοδο του ξενοδοχείου. Στους εσωτερικούς χώρους, τα χρώματα που κυριαρχούν είναι μαύρο και λευκό με κόκκινες λεπτομέρειες σε όλα τα επίπεδα, με ξύλινα πατώματα στο εσωτερικό των δωματίων.

### Εικόνα 39: Η υψηλή αισθητική του ξενοδοχείου Twentyone



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

Το ξενοδοχείο περιλαμβάνει 16 πρακτικά διαμορφωμένα δωμάτια. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν:

- 24ωρη δωρεάν πρόσβαση στο διαδίκτυο
- δορυφορική τηλεόραση 21 ιντσών
- DVD και CD - υποστηριζόμενα από ενσωματωμένα ηχητικά συστήματα,
- πλήρως εξοπλισμένο mini bar
- ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο
- πιστολάκι μαλλιών

### Υπηρεσίες του Ξενοδοχείου

Στο Twentyone, η έμφαση έχει δοθεί στην διαμόρφωση ενός άνετου χώρου διαμονής και προσωπικής εξυπηρέτησης σύμφωνα με τις ανάγκες του επισκέπτη, με την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου που περιλαμβάνουν:

- ``21`` Bar - Restaurant
- Πλούσιο πρωινό μπουφέ από 07.00 μέχρι 11.00
- 24ωρο concierge service
- Room Service
- Ασύρματη σύνδεση υψηλής ταχύτητας στο Internet
- Γραμματειακή Υποστήριξη
- Οργάνωση μετακινήσεων – ταξιδιών
- Δωρεάν βιβλιοθήκη DVD
- Δωμάτια για άτομα με ειδικές ανάγκες
- Δωμάτια ``μη καπνιστών``
- Baby Siting(κατόπιν ζήτησης)
- Ανιχνευτές καπνού στους κοινόχρηστους χώρους
- Υπηρεσίες πλυντηρίου

#### **5.1.4 Periscope**

---

Το ξενοδοχείο Periscope, μέλος του ομίλου YES! HOTELS αποτελεί ένα νέο χώρο μοντέρνας σχεδίασης. Βρίσκεται στο Κολωνάκι, την πιο κοσμοπολίτικη περιοχή της Αθήνας, φέρνοντας τον τουρίστα στον κοινωνικό, πολιτιστικό και επιχειρηματικό παλμό της πόλης. Το ξενοδοχείο Periscope αποτελείται από είκοσι δύο(22) μοντέρνα δωμάτια – τέσσερα(4) από τα οποία είναι μικρές σουίτες καθώς και μία πολυτελή Penthouse σουίτα με αποκλειστικό Jacuzzi. Η ευρύχωρη Penthouse σουίτα προσφέρει επίσης πανοραμική θέα της Ακρόπολης και του Λυκαβηττού. Τα δωμάτια χαρακτηρίζονται από μοντέρνα και εργονομική σχεδίαση.



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 40 : Εικόνα από το εσωτερικό του ξενοδοχείου Periscope



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

### Υπηρεσίες του Ξενοδοχείου

- Lounge Bar
- 24ωρο concierge service
- 24ωρο room service
- Παροχή wireless σύνδεσης υψηλής ταχύτητας στο Internet, σε όλο το ξενοδοχείο
- Γραμματειακές υπηρεσίες
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου
- Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο (με χρέωση)
- Mini Γυμναστήριο
- Δωρεάν βιβλιοθήκη CD / DVD
- Υπηρεσία καθαριστηρίου
- Δωμάτια <<μη καπνιστών>>
- Baby sitting (κατόπιν ζήτησης)
- Ιατρική περίθαλψη
- Ανιχνευτές καπνού & sprinkler σε όλους τους χώρους

Εικόνα 41: Η Αισθητική των δωματίων του ξενοδοχείου Periscope



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

### 5.1.5 New Hotel

---

Το ξενοδοχείο New ξεκίνησε την λειτουργία του την 1η Ιουλίου 2011, βρίσκεται πολύ κοντά στην Πλατεία Συντάγματος, δίπλα στην Πλάκα, την ιστορική γειτονιά της Αθήνας και σε κοντινή απόσταση από την Ακρόπολη και το νέο μουσείο.

Το ξενοδοχείο ανήκει στην αλυσίδα των Design Hotels, αποτελείτε από εβδομήντα εννέα (79) μοντέρνα δωμάτια και σουίτες ενώ φιλοξενεί ξεχωριστά έργα τέχνης επηρεασμένα από την Βραζιλία. Οι Humberto και Fernando Campana, επηρεασμένοι από το Βραζιλιάνικο καρναβάλι, με δημιουργίες από έπιπλα έως παπούτσια, εμπνεύστηκαν και από την Ελληνική παράδοση. Με την βοήθεια των φοιτητών του Πανεπιστημίου της Θεσσαλίας, δημιούργησαν χειροποίητες καρέκλες και φωτιστικά ενώ διατήρησαν μερικά χαρακτηριστικά του κτιρίου, όπως η μαύρη μαρμάρινη σκάλα.

Στεγάζεται στο πρώην ξενοδοχείο Olympic Palace στην καρδιά της Αθήνας, που αρχικά χτίστηκε το 1958 από τον Ιάσονα Ρίζο. Η μοντέρνα εξωτερική αρχιτεκτονική του κτιρίου συνοδεύεται μοναδικά από ένα μείγμα τέχνης και γλυπτικής του εσωτερικού σχεδιασμού.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 42 : Εικόνα από το εσωτερικό του ξενοδοχείου New



(πηγή : <http://www.yeshotels.gr/>)

### Υπηρεσίες του Ξενοδοχείου

- Lounge Bar
- 24ωρο concierge service
- 24ωρο room service
- Παροχή wireless σύνδεσης υψηλής ταχύτητας στο Internet, σε όλο το ξενοδοχείο
- Γραμματειακές υπηρεσίες
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου
- Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο (με χρέωση)
- Γυμναστήριο
- Δωρεάν βιβλιοθήκη CD / DVD
- Υπηρεσία καθαριστηρίου
- Δωμάτια <<μη καπνιστών>>
- Baby sitting (κατόπιν ζήτησης)
- Ιατρική περίθαλψη
- Ανιχνευτές καπνού & sprinkler σε όλους τους χώρους

### 5.2.1 Accomodation

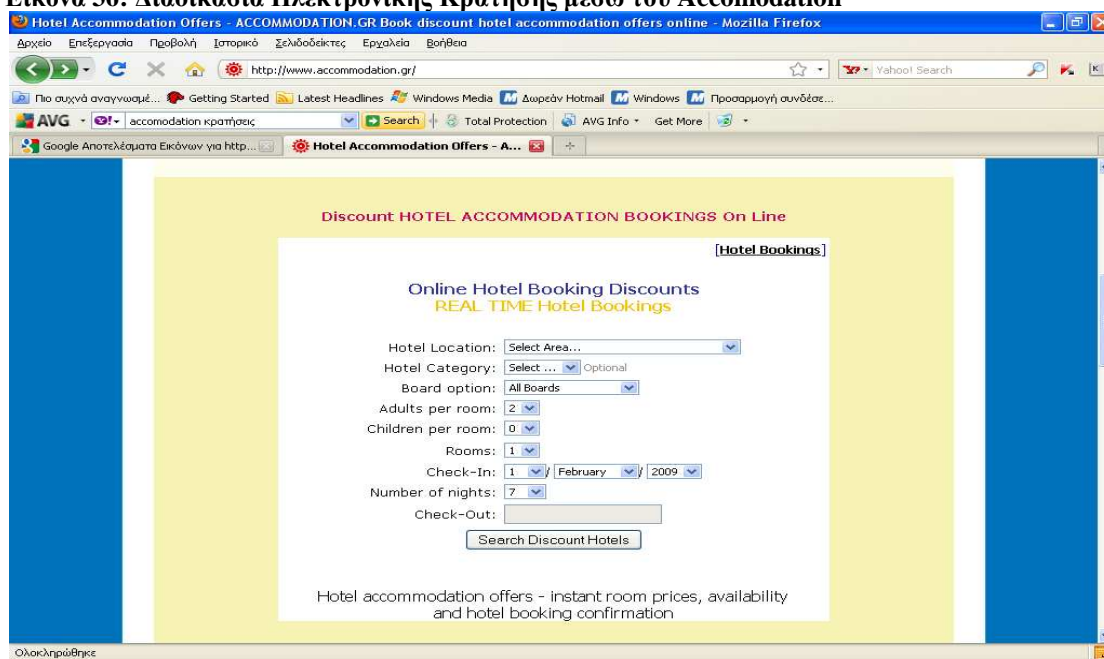
Οι κρατήσεις της εταιρείας είναι real time και είναι εγγυημένες από την ίδια την εταιρεία. Δεν συνοδεύονται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Η εταιρεία παίρνει από τον πελάτη προκαταβολή :

α) Έως 3 νύχτες, προκαταβολή 1 νύχτα

β) Από 4 νύχτες και πάνω χρεώνεται το 30% του συνολικού ποσού. Η εξόφληση γίνεται από την Accomodation στο τέλος κάθε μήνα, στο σύνολο των κρατήσεων, μείον το 12% της προμήθειας της εταιρείας.

Ο πελάτης μπορεί να ακυρώσει μόνο επικοινωνώντας με το ξενοδοχείο. Σε περίπτωση ακύρωσης, η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα να χρεώσει ένα μέρος της προκαταβολής στον πελάτη.

**Εικόνα 36: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Accomodation**



The screenshot shows a web browser window displaying the 'Hotel Accommodation Offers' website. The page title is 'Discount HOTEL ACCOMMODATION BOOKINGS On Line'. The main content area is titled 'Online Hotel Booking Discounts REAL TIME Hotel Bookings'. Below this, there is a form with the following fields and options:

- Hotel Location: Select Area... (dropdown menu)
- Hotel Category: Select ... Optional (dropdown menu)
- Board option: All Boards (dropdown menu)
- Adults per room: 2 (dropdown menu)
- Children per room: 0 (dropdown menu)
- Rooms: 1 (dropdown menu)
- Check-In: 1 / February / 2009 (dropdown menus)
- Number of nights: 7 (dropdown menu)
- Check-Out: (text input field)

A 'Search Discount Hotels' button is located below the form. At the bottom of the page, there is a footer that reads: 'Hotel accommodation offers - instant room prices, availability and hotel booking confirmation'.

(πηγή :<http://www.accomodation.gr>)

Για οποιαδήποτε επικοινωνία με την εταιρεία, χρησιμοποιείται το [info@ Accomodation.com](mailto:info@Accomodation.com)

*Στοιχεία Εταιρείας:*

*Via degli Abeti 16*

*00010 Fonte Nuova*

*Rome, Italy*

*Τηλ: +39069063242*

*Fax: +39069002472*

### 5.2.2 AthensHoliday

Η εταιρία Athens Holiday χρησιμοποιεί net τιμές και οι κρατήσεις της είναι on request. Για διαθεσιμότητα δωματίων τηλεφωνεί στην reception. Κατόπιν επιβεβαίωσης του ξενοδοχείου στέλνει το voucher της κράτησης. Στο τέλος κάθε μήνα στέλνεται τιμολόγιο και το ξενοδοχείο πληρώνεται για το σύνολο των κρατήσεων που έχουν κάνει. Για οποιοσδήποτε αλλαγές, no show ή διορθώσεις χρησιμοποιείται το [info@athens-holiday.com](mailto:info@athens-holiday.com).

Εικόνα 373: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Athens Holidays

The screenshot shows the Athens Holiday website interface. At the top, there's a navigation bar with categories: athens, halkidiki, thessaloniki, and greek islands. Below this, there are several menu items including '5 stars hotels', '4 stars hotels', '3 stars hotels', 'cheap hotels', 'athens hostels', 'apartments', 'cultural map', 'weather', 'public transportation', 'cultural events', 'romantic places', 'links', 'about us', 'contact us', and 'sightseeing tours'. A 'special offer' section highlights several hotels: HOTEL AMARILIA ATHENS VOULAGMENI (4 stars, 98 EUR/Double Room), HOTEL POSEIDON ATHENS (4 stars, 102 EUR/Double Room), EMMANTINA HOTEL ATHENS GLYFADA (4 stars), PAN HOTEL ATHENS (3 stars, 75 EUR/Double Room), HOTEL ASTOR ATHENS (4 stars, 89 EUR/Double Room), and ATHENS IMPERIAL HOTEL (5 stars). A search bar is also visible on the right side of the page.

(πηγή : <http://www.athens-holiday.com/>)

Στοιχεία εταιρείας:

Klithenous 19.

Omonoia Square

Athens 105 52

Tel: +30 210 322 5891

Fax: +30 210 325 0359

AΦΜ: 999118844

ΔΟΥ: Α Αθηνών

### 5.2.3 Booking.com

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Booking είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη όπως email ή τηλέφωνο.

Η κράτηση αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του email και η booking ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Booking και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Booking να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα πρέπει να γίνεται ο έλεγχος για τα reconciliations. Δίνεται μία λίστα με όλες τις κρατήσεις, όπου δύναται να διορθωθούν απευθείας τυχόν no show, early/late arrivals ή departures. Με την επιβεβαίωση εκδίδεται το τιμολόγιο. Τα reconciliations πρέπει να γίνονται έως την 5η μέρα κάθε μήνα, διαφορετικά το τιμολόγιο θα εκδοθεί χωρίς τον απαραίτητο έλεγχο του ξενοδοχείου. Η Booking δεν τιμολογεί τα cancellation fees.



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 44: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Booking.Com

The screenshot displays the Booking.com website interface. At the top, there are logos for 'BOOKING.COM online hotel reservations' and 'RYANAIR.COM'. Below the logos, there are navigation links for 'Home', 'Partners', 'About Booking.com', and 'My Booking'. The main content area is divided into several sections:

- Search Hotels:** A search bar with 'Destination' (City, Region, Country, Landmark, Hotel) and 'Check-in date' / 'Check-out date' (Day, Month) fields. A 'SEARCH' button is present.
- Destinations:** A list of popular destinations with hotel counts and starting prices. For example, London has 592 hotels, Dublin has 129, Barcelona has 415, and Milan has 260.
- Top destinations:** A grid of destination cards for Milan (260 Hotels), Alicante (33 Hotels), Rome (660 Hotels), Málaga (55 Hotels), Liverpool (53 Hotels), Paris (901 Hotels), Pisa (29 Hotels), Glasgow (74 Hotels), and Frankfurt/Main (179 Hotels).
- Why use Booking.com?:** A section highlighting benefits like 'Low rates', 'Maximum choice', 'Satisfied guests', 'Impartial advice', and 'We speak your language'.

At the bottom, there are links for 'About Booking.com', 'Partners', 'Customer service', 'FAQ', 'Terms & Conditions', and 'Privacy statement'. There are also icons for 'Print', 'Newsletter', and 'Mail-Items'.

(πηγή : [www.hotel-blogs.com/guillaume\\_thevenot/marketing/](http://www.hotel-blogs.com/guillaume_thevenot/marketing/))

Στοιχεία εταιρίας:

e-mail: [customer.service@booking.com](mailto:customer.service@booking.com)

tel: +31 20 713 3538

fax: + 31 20 712 5680

Weteringschans 28-4

1017 SG Amsterdam

The Netherlands

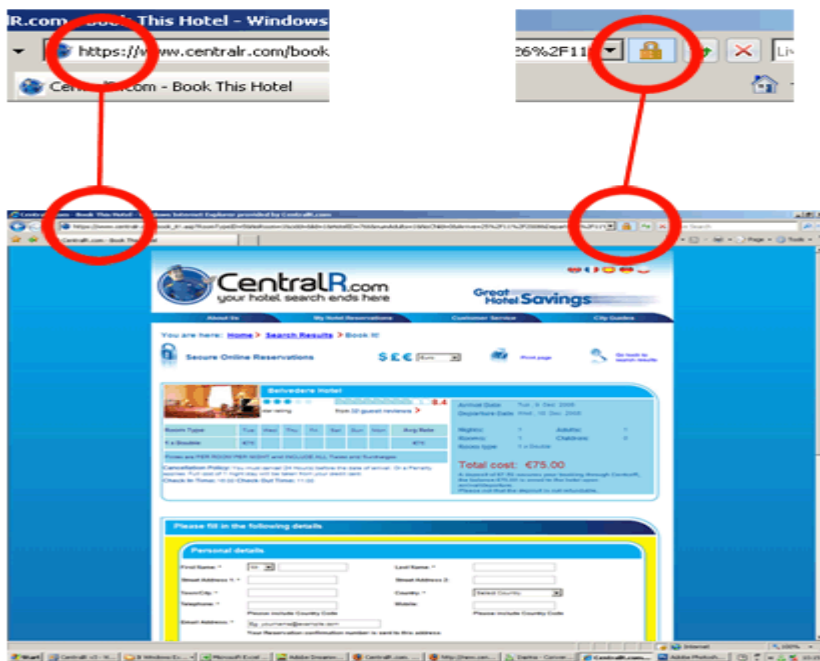
### 5.2.4 CentralR

Οι κρατήσεις της CentralR είναι real time. Λαμβάνοντας το voucher, πρέπει να γίνεται είσοδος στο σύστημα της CentralR ώστε να ληφθεί η επιβεβαίωση ότι το ξενοδοχείο έχει λάβει την κράτηση λαμβάνοντας παράλληλα τον αριθμό της πιστωτικής.

Ο πελάτης πληρώνει στην αναχώρηση το συνολικό κόστος της κράτησης μείον την προμήθεια της εταιρίας. Σε περίπτωση ακύρωσης σύμφωνα με την πολιτική του ξενοδοχείου, δύναται να χρεωθεί μία νύχτα ακυρωτικά. Για οποιαδήποτε επικοινωνία με την εταιρεία χρησιμοποιείται το [support@centair.com](mailto:support@centair.com).

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 45: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Centralr.Com



(πηγή : <http://www.centralr.com/img/securitybreakdown/>)

Στοιχεία εταιρίας:  
2nd Floor, Quantum House  
52 Temple Road  
Blackrock  
Co. Dublin, Ireland  
Tel: +353 (0)1 764 2500  
Fax +353 (0)1 633 5445

### 5.2.5 Design Hotels

Οι κρατήσεις της εταιρίας Design είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη όπως email ή τηλέφωνο. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας. Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

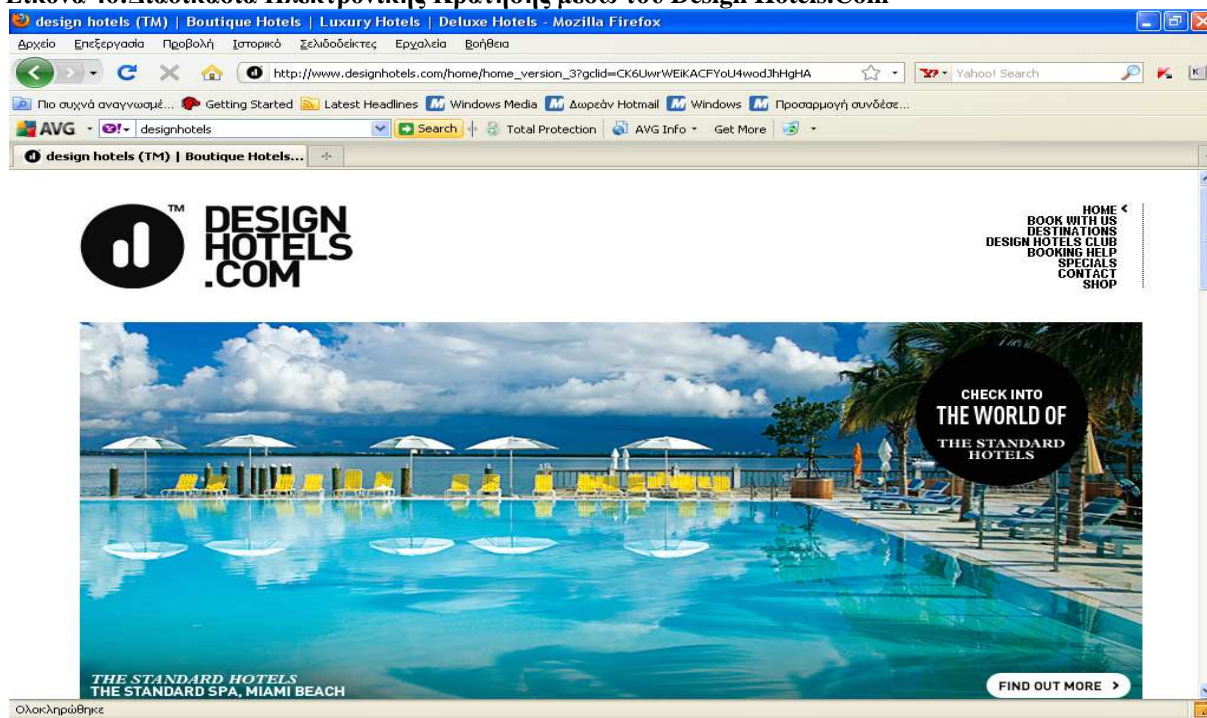


## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Design ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Design και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Design να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Στο τέλος του μήνα πρέπει το ξενοδοχείο να εξοφλεί τις προμήθειες του μέσω WPS στην Design και στα πρακτορεία.

Εικόνα 46: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Design Hotels.Com



(πηγή : <http://www.designhotels.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:  
Design Hotels AG  
Stralauer Allee 2c 10245 Berlin/Germany  
P +49 (0)30 420 940 39  
F +49 (0)30 420 940 40

### 5.2.6 DoubleRoom

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Dobleroom είναι real time. Δεν συνοδεύονται από πιστωτική κάρτα. Οι τιμές αναφέρονται πάνω στην κράτηση και είναι net. Ο πελάτης στην αναχώρηση πληρώνει μόνο τα extras του. Κάθε 15 μέρες, το ξενοδοχείο πρέπει να στέλνει τα συγκεντρωμένα vouchers των πελατών που έχουν έρθει μαζί με τα τιμολόγια στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας στην Ισπανία. Η πληρωμή γίνεται από την εταιρία μετά από ένα μήνα. Σε περίπτωση no show ή οποιασδήποτε αλλαγής ενημερώνεται η εταιρία με e-mail.

**Εικόνα 38: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του DoubleRoom.Com**



(πηγή : <http://whois.domaintools.com/dobleroom.com>)

*Στοιχεία εταιρίας:*

*Mail: mc.lorenzo@dobleroom.com*

*TRAVEL DYNAMIC SOLUTIONS S.A. (TRADYSO)*

*PO Club Deportivo 1*

*P. Empresarial LA FINCA. Bloque 13. Bajo Derecha 2*

*28223 Pozuelo (MADRID)*

*SPAIN*

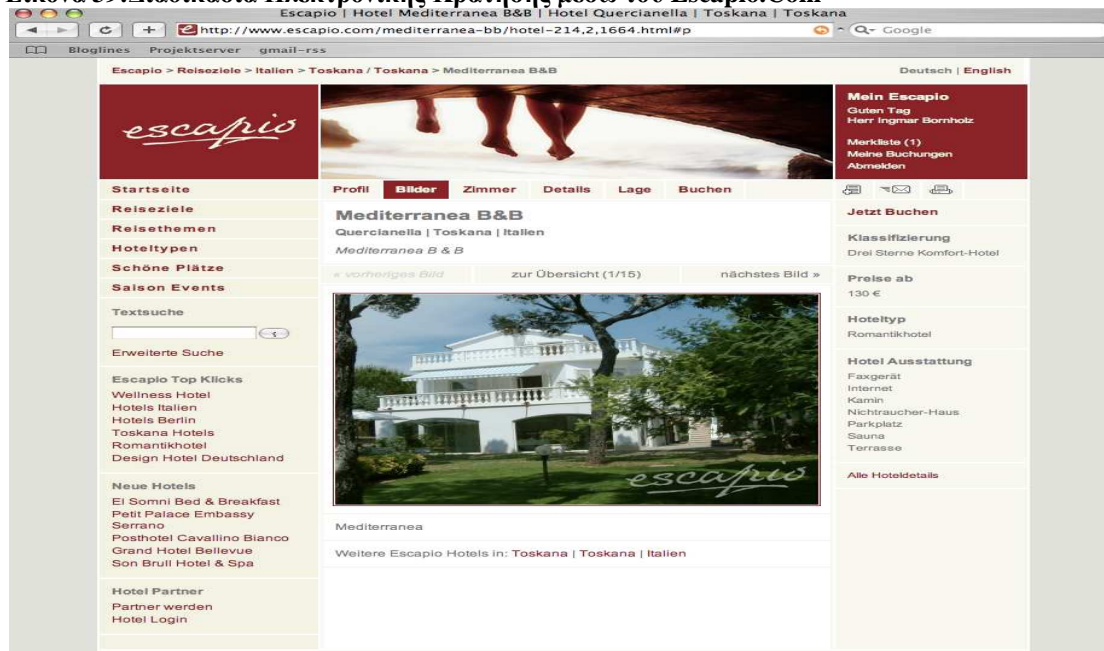
### 5.2.7 Escapio

Οι κρατήσεις της εταιρίας Escapio μπορεί να είναι real time όπως και request και έχουν FIT τιμές. Λαμβάνονται με email και περιέχουν links που οδηγούν στα στοιχεία της κράτησης, ώστε το τμήμα κρατήσεων να απαντήσει αναλόγως.

Ο πελάτης πληρώνει απευθείας στην αναχώρηση. Όλες οι συνεννοήσεις για αλλαγές ή ακυρώσεις γίνονται μεταξύ του ξενοδοχείου και του πελάτη και η Escapio δεν μεσολαβεί καθόλου.

Στο τέλος κάθε μήνα υπάρχει η δυνατότητα για το ξενοδοχείο να εισέλθει στο extranet και να ελέγξει το τιμολόγιο του μήνα. Σε περίπτωση διαφωνίας ενημερώνονται, διαφορετικά το τιμολόγιο εκδίδεται κανονικά και αποστέλλεται. Η Escapio τιμολογεί τα cancellation fees.

Εικόνα 39: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Escapio.Com



(πηγή : <http://bornholz.typepad.com/blog/escapio/>)

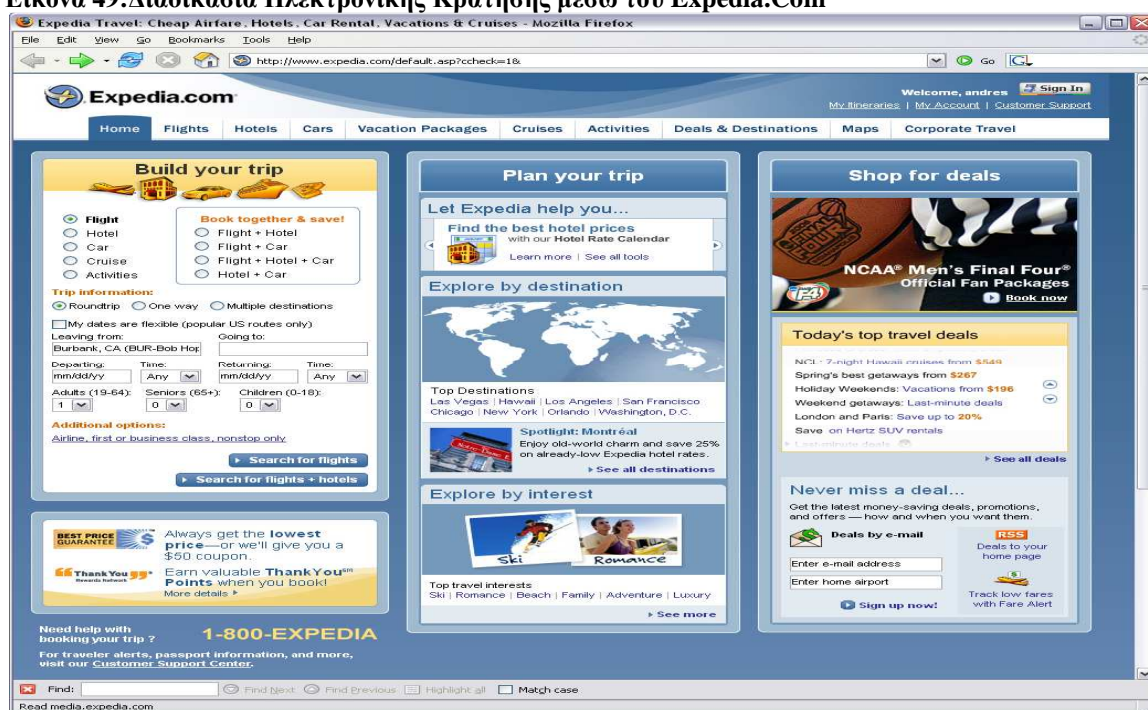
Στοιχεία εταιρίας:  
Reichenberger Str. 113a  
10999 Berlin  
Deutschland / Germany  
T +49 30 6165 169 0  
F +49 30 6165 169 9  
<mailto:service@escapio.com>

### 5.2.8 Expedia

Οι κρατήσεις της εταιρίας είναι real time και είναι εγγυημένες από την ίδια την Expedia. Η κράτηση θα αναφέρει την συνολική net τιμή της κράτησης. Αναφέρεται αναλυτικά το rate χωρίς φόρους και στην συνέχεια το ποσό των φόρων το οποίο πρέπει να προστίθεται. Η κράτηση δεν συνοδεύεται από τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη, τα οποία η Expedia δεν παρέχει ακόμα και αν θέλουμε να έρθουμε σε επικοινωνία με τον πελάτη. Εάν χρειαζόμαστε κάτι επικοινωνούμε με τον contact manager των ξενοδοχείων.

Η πληρωμή γίνεται από την Expedia μετά το τέλος κάθε μήνα, οπότε ο πελάτης πληρώνει στην αναχώρηση μόνο τα extra του. Στο τέλος κάθε μήνα αποστέλλονται οι αριθμοί των τιμολογίων για κάθε κράτηση της Expedia καθώς πλέον καταθέτονται ηλεκτρονικά μόνο οι αριθμοί και όχι τα ίδια τα τιμολόγια και έτσι προχωράμε στην λήψη των πληρωμών.

Εικόνα 49: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Expedia.Com



(πηγή : [http://content.attentionscan.com/uploaded\\_images/expedia-794723/](http://content.attentionscan.com/uploaded_images/expedia-794723/))

Στοιχεία εταιρίας:  
Pza. Callao 5, Plta.10-  
28013 Madrid  
Spain  
Tel +34 91 414 5221  
Fax +34 91 414 6771

### 5.2.9 GHR/ Unitravel

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Ghs/Unitravel είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Δεν συνοδεύεται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

- α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.
- β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Ghrs ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Ghrs και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Ghrs να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα γίνεται είσοδος στο σύστημα και ελέγχονται οι κρατήσεις για τις οποίες τιμολογείται το ξενοδοχείο. Αν υπάρχουν διαφωνίες στέλνεται e-mail στο [billing@unitravel.com](mailto:billing@unitravel.com).



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 50: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Unitravel



(πηγή : [http://images.sixrevisions.com/2009/08/20-35\\_uni\\_travel/](http://images.sixrevisions.com/2009/08/20-35_uni_travel/))

Στοιχεία εταιρίας:

UniTeavel GHRS

Via Brunacci 9/b. 30175-Venice-Italy

Tel. +39 041 8620445 – Fax +39 041 8620433

stefania.cannizzaro@unitravel.com

### 5.2.10 HolidayCity

Οι κρατήσεις της εταιρίας Holidaycity είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Παίρνεται προέγκριση για το ποσό της πρώτης νύχτας από την κάρτα. Στο email της εταιρίας απαντώνται τυχόν requests που μπορεί να απευθύνει ο πελάτης προς το ξενοδοχείο.

Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του email και η Holidaycity ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η

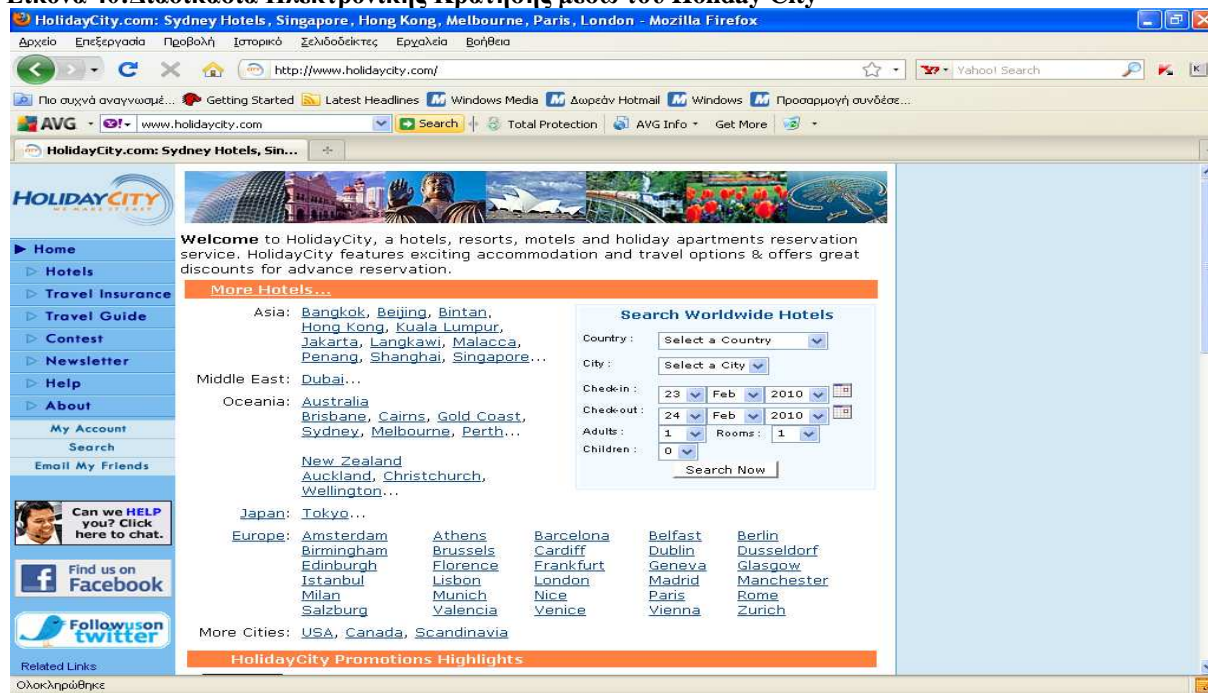
## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Holidaycity και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Holidaycity να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα γίνεται είσοδος στο σύστημα και ελέγχονται οι κρατήσεις για τις οποίες τιμολογείται το ξενοδοχείο. Αν υπάρχουν διαφωνίες στέλνεται e-mail. Τα τιμολόγια αποστέλλονται ταχυδρομικά η μέσω email αν ζητηθεί.

### Εικόνα 40: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Holiday City



(πηγή :<http://www.holidaycity.com>)

Στοιχεία εταιρίας:  
Cyberview Garden, Villa & Office Complex  
Kasawari Ground Floor, Persiaran Multimedia  
63000 Cyberjaya, Selangor  
MALAYSIA

### 5.2.11 HotelBeds

Οι κρατήσεις της εταιρίας Hotelbeds είναι real time και είναι εγγυημένες από την ίδια την εταιρία. Οι τιμές είναι net και δεν αναγράφονται πάνω στην κράτηση. Η κράτηση δεν συνοδεύεται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη.

Σε περίπτωση που ο πελάτης είναι no show ή πραγματοποιήσει οποιαδήποτε αλλαγή ενημερώνεται η εταιρία με email στο [reservationsmeridian@hotelbeds.com](mailto:reservationsmeridian@hotelbeds.com). Ο πελάτης στην αναχώρηση πληρώνει μόνο τα extras του. Εκδίδουμε τιμολόγιο στο τέλος κάθε μήνα.

Εικόνα 41: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Beds



(πηγή : [http://s3.amazonaws.com/quarkbase\\_test.com/hotelbeds.com-snapshot/](http://s3.amazonaws.com/quarkbase_test.com/hotelbeds.com-snapshot/))

Στοιχεία Εταιρίας:

ΓΕΝΙΚΕΣ ΤΟΥΡ/ΚΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ

ΠΛ.ΑΓ.ΑΝΝΑΣ – ΜΥΚΟΝΟΣ Τ.Κ.84 600

ΑΦΜ: 095300774 ΔΟΥ: ΜΥΚΟΝΟΥ

ΥΠΟΚ/ΜΑ ΑΘΗΝΩΝ: ΑΝΤΕΡΣΕΝ 43/ΑΘΗΝΑ

Τ.Κ. 115 25

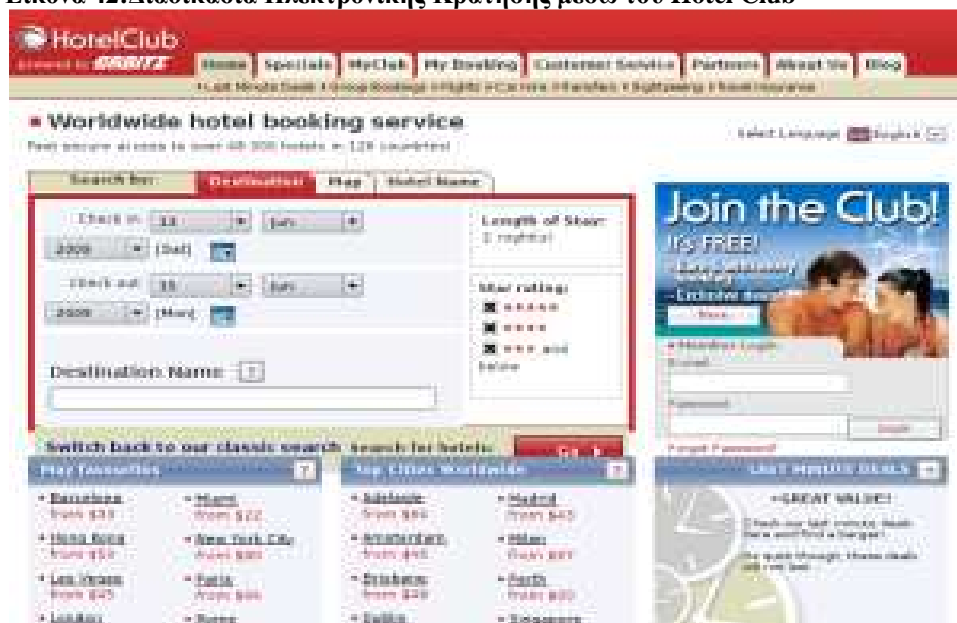
ΤΗΛ:211-6876000



### 5.2.12 HotelClub

Οι κρατήσεις της εταιρίας Hotelclub είναι real time. Η κράτηση θα αναφέρει την συνολική net τιμή. Κάποιες ημέρες πριν την άφιξη, αποστέλλεται η πιστωτική κάρτα της ίδιας της Hotelclub, η οποία και χρεώνεται για το συνολικό ποσό της κράτησης. Η κάρτα χρεώνεται στην αναχώρηση. Πρέπει να συμπληρώνεται η φόρμα της χρέωσης και να αποστέλλεται στην Hotelclub με φαξ μαζί με την απόδειξη της χρέωσης της πιστωτικής. Σε περίπτωση no show, χρεώνεται η πιστωτική κάρτα της Hotelclub, όπως και σε περίπτωση late cancellation.

Εικόνα 42: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Club



(πηγή : <http://static.vouchers.im/db/thumbs/www.hotelclub.com/>)

Στοιχεία Εταιρίας:  
Viale del Tintoretto 432  
000142 Rome  
Italy  
Tel: 00390651963729  
Fax: 00390551957799

### 5.2.13 HotelDel

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Hotel.del είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη όπως τηλέφωνο, email και διεύθυνση. Η κράτηση αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης.

Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο σύστημα.

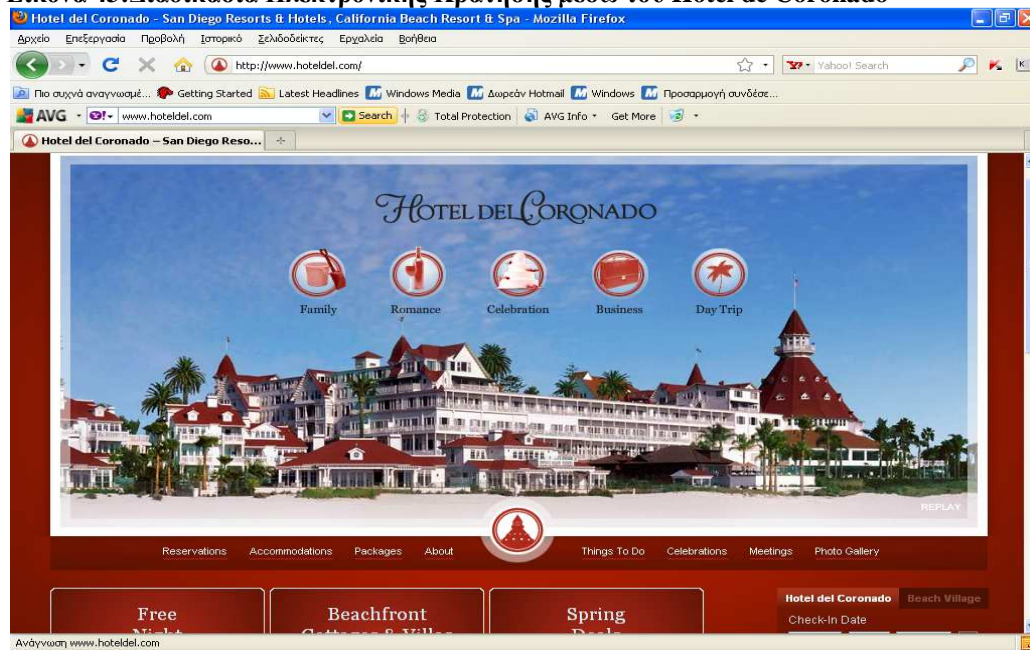
β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του email και η Hotel.del ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Hotel.del και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Hotel.del να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα αποστέλλεται email ή φαξ στο ξενοδοχείο με όλες τις κρατήσεις του μήνα. Πάνω σε αυτό γίνονται έλεγχοι και αλλαγές και δίνεται η απάντηση. Αν το ποσό του τιμολογίου είναι κάτω από 20 ευρώ δεν εκδίδεται τιμολόγιο.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 43: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel de Coronado



(πηγή : <http://www.hoteldel.com/>)

Στοιχεία Εταιρίας:

Alfred-Fischer-Weg 11,

D-59073 Hamm

Germany

Phone: +49-(0)2381-98082-566

fax: +49-49-(0)911 59699060

### 5.2.14 HRS

Οι κρατήσεις της εταιρίας Hrs είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Δεν περιλαμβάνει άλλα προσωπικά στοιχεία του. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Hrs ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Hrs και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Hrs να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Στο τέλος κάθε μήνα αποστέλλεται email ή φαξ στο ξενοδοχείο με όλες τις κρατήσεις του μήνα. Πάνω σε αυτό σημειώνονται τυχόν διαφορές και επιστρέφεται πίσω.

### Εικόνα 44: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Hotel Reservation Service



(πηγή : <http://www.hrs.de/web3/>)

Στοιχεία Εταιρίας:

Blaubach 32 50676 Koln

Germany

Geschäftsführer: Robert Ragge

AG Koln HRB 6099

### 5.2.15 i-escape

Οι κρατήσεις είναι on request. Λαμβάνεται email από την i-escape και διαβάζεται το request του πελάτη. Εάν υπάρχει διαθεσιμότητα, επιβεβαιώνεται στον πελάτη η τελική τιμή. Δύναται να σταλθεί στον πελάτη κάποιο μήνυμα αλλά δεν επιτρέπεται να του δίνονται τα απευθείας στοιχεία επικοινωνίας μας. Του δίνεται περίπου μία(1) εβδομάδα deadline για απάντηση. Εάν ο πελάτης ακυρώσει ενημερώνεται το ξενοδοχείο με email από την escape. Αν δεν ακυρώσει, θεωρείται το request άκυρο βάσει του deadline που έχει δοθεί. Εφόσον ο

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

πελάτης επιβεβαιώσει την κράτηση, λαμβάνεται email μαζί με τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας.

Βάσει συμφωνίας η εταιρία παίρνει από κάθε κράτηση την προμήθεια της (20%) και ο πελάτης πληρώνει το υπόλοιπο ποσό στο ξενοδοχείο κατά την αναχώρηση του. Σε περίπτωση ακύρωσης ή αλλαγής το ξενοδοχείο δύναται να χρεώσει ακυρωτικά την κάρτα του πελάτη. Σε περίπτωση αλλαγής της κράτησης δεν μεταβάλλεται το ποσό του commission που έχει ήδη λάβει η εταιρία.

Εικόνα 45: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του i-escape.com



(πηγή : <http://www.i-escape.com/home.php>)

Στοιχεία Εταιρείας  
25 Cowper Road  
Bristol  
United Kingdom  
t: +44 117 942 8476  
f: +44 870 130 5768  
email: info@i-escape.com

### 5.2.16 JustinTimeHotels

Οι κρατήσεις της εταιρίας JustinTimeHotels είναι real time και έχουν τις κανονικές FIT τιμές. Στις κρατήσεις που θα λαμβάνεται θα έχει ήδη κρατηθεί ως προκαταβολή η προμήθεια της εταιρίας (12% του συνολικού ποσού), και ο πελάτης θα πληρώνει το υπόλοιπο στην αναχώρηση (88%).



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Οι κρατήσεις δεν χρειάζονται επιβεβαίωση. Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση και με όποιο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Σε περίπτωση no show ή late cancellation ενημερώνεται η JustinTimeHotels με email. Μόλις επιβεβαιώσει το cancellation, τους αποστέλλεται τιμολόγιο και πληρώνουν σε 30 ημέρες από την παραλαβή του τιμολογίου.

Εικόνα 46: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Just in Time Hotels

The screenshot shows the JustinTimeHotels.com website in a Mozilla Firefox browser. The page features a navigation menu with links like 'HOME', 'HOW TO BOOK', 'FAQ', 'ABOUT US', 'CUSTOMER SERVICE', 'VISA SUPPORT', 'TRAVEL AGENTS', 'GROUP BOOKINGS', 'ADVERTISE HOTEL', 'LOG IN', and 'MY ACCOUNT'. A main banner image shows a smiling couple. Below the banner is a search form with the following fields: 'Check-in' (Feb 24, 2010), 'Check-out' (Feb 27, 2010), 'Country' (United Kingdom), 'City/Region' (London), and 'Location' (All Areas). The search form also includes a 'Find Hotel by Name' section and a 'Search' button. On the right side, there is a 'Today's Last Minute Hotel Deals' section listing hotels like Griffin House Hotel London, Thistle City Barbican Hotel London, Kensington Close Hotel London, Hyatt Regency Churchill Hotel London, and Plateros Hotel Cordoba. A 'COMODO EV SSL SITE AUTHENTIC & SECURE' badge is visible in the bottom right corner.

(πηγή : <http://www.justintimehotels.com/>)

Στοιχεία Εταιρίας:

JustinTimeHotels.com

7Acqua House

41 Melliss Avenue

London

TW9 4BY.

United Kingdom

Irene Barker

Director of Sales and Operations

Tel: +44 (0)20 8579 0789

Fax: +44 (0)20 7990 8182

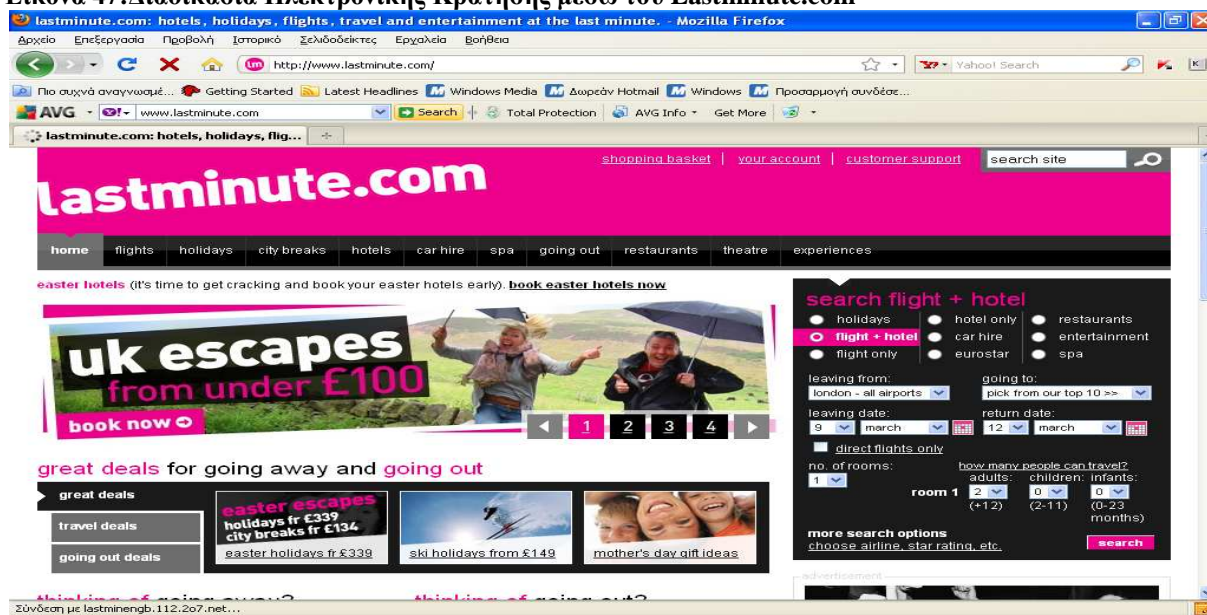
E-mail: Irene.Barker@dvltravel.co.uk

### 5.2.17 Lastminute

Οι κρατήσεις της εταιρίας Lastminute είναι real time. Με το που λαμβάνεται η κράτηση θα πρέπει να επιβεβαιώνεται μέσω του link που συνοδεύει την κράτηση. Η κράτηση συνοδεύεται από το τηλέφωνο του πελάτη.

Οι τιμές της εταιρίας είναι net (δεν περιλαμβάνουν την προμήθεια) και αναφέρονται πάνω στην κράτηση. Η Lastminute εισήγαγε ένα νέο τρόπο πληρωμής. Σε κάθε κράτηση δίνεται ο αριθμός μίας πιστωτικής κάρτας. Είναι κάρτα μίας χρήσης, παρόμοια με Master. Ισχύει για την κάθε κράτηση ξεχωριστά. Πρέπει να χρεώνεται ΜΟΝΟ στην αναχώρηση και ΜΟΝΟ για το συνολικό ποσό της κράτησης ΜΕΙΟΝ ΤΗΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ. Δηλαδή, εάν η τιμή πώλησης είναι 200 ευρώ - 25% προμήθεια = 150 ευρώ. Αυτό το ποσό πρέπει να χρεώνεται στην κάρτα και τίποτα άλλο. Τα extras πληρώνονται απευθείας από τον πελάτη. Η ίδια κάρτα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για χρέωση ακυρωτικών. Οποιαδήποτε χρέωση μπορεί να γίνεται μόνο σε διάστημα επτά(7) ημερών από την ημερομηνία αναχώρησης.

Εικόνα 47: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Lastminute.com



(πηγή : <http://www.lastminute.com/>)

Στοιχεία Εταιρίας:

Via tito sperti 8 – 20154 milano

tel: 0044 1483 909206

fax: +44 207 1532712

email: [suppliersupport@lastminute.com](mailto:suppliersupport@lastminute.com)

### 5.2.18 Laterooms

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Laterooms είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη όπως τηλέφωνο, email και διεύθυνση. Η κράτηση αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης.

Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

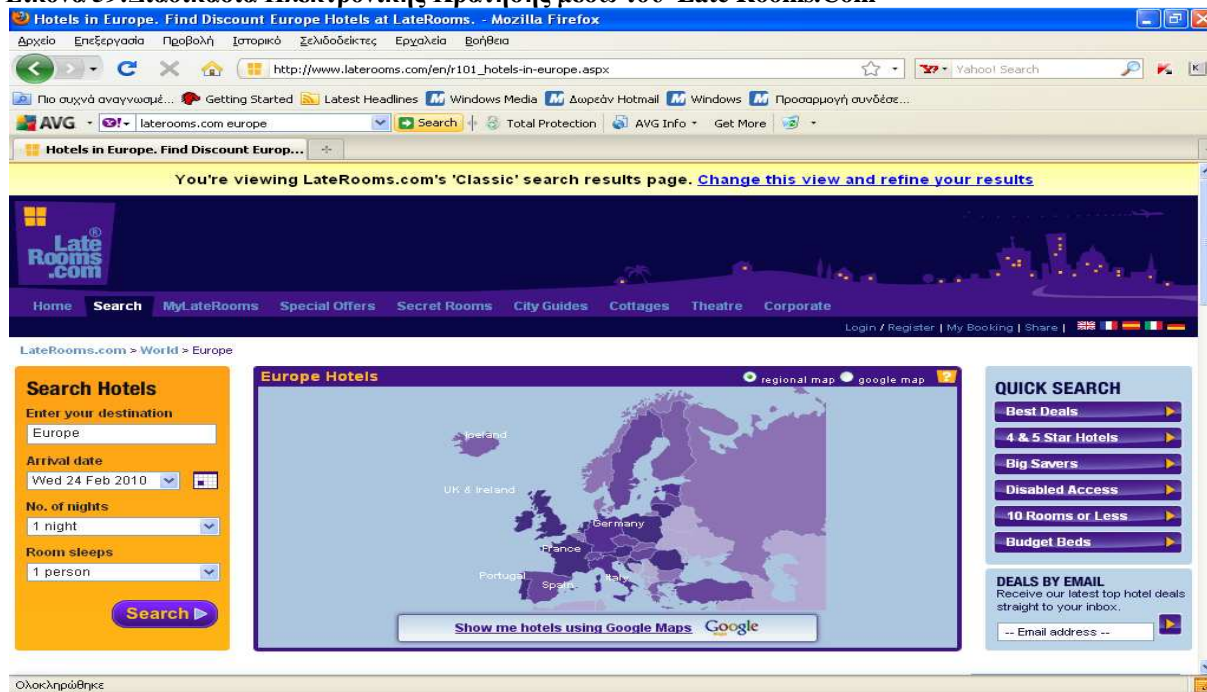
β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του email και η Laterooms ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Laterooms και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Laterooms να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 59: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Late Rooms.Com



(πηγή : [http://www.laterooms.com/en/r101\\_hotels-in-europe.aspx](http://www.laterooms.com/en/r101_hotels-in-europe.aspx))

Στοιχεία Εταιρίας:

Unit

Brewery Yard

Deva Centre, Trinity Way.

Manchester

M3 788

Telephone: +44 (0) 870 300 6986

Email: [admin@laterooms.com](mailto:admin@laterooms.com)

### 5.2.19 Myvacations

Οι κρατήσεις της εταιρίας Myvacations είναι on request time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης.

Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Σε περίπτωση που:

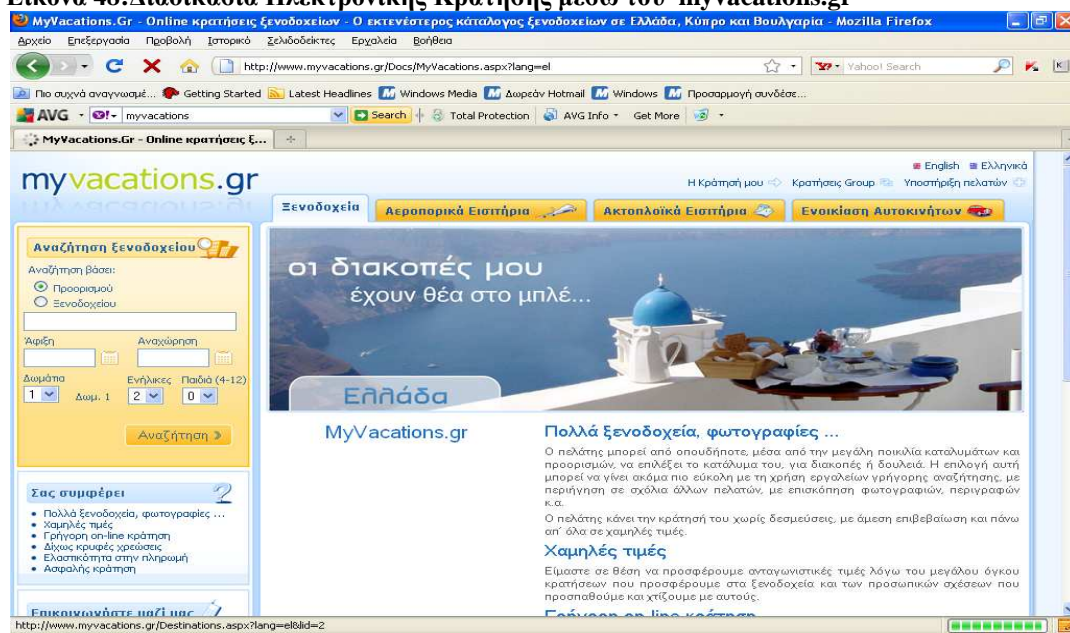
α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Myvacations ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Myvacations και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Myvacations να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα πρέπει να γίνεται είσοδος στο σύστημα για να ελέγχονται οι προμήθειες οι οποίες ζητούνται. Τυχόν διαφορές στις κρατήσεις ενημερώνονται με την online Δήλωση Κράτησης. Όλες οι διορθώσεις πρέπει να γίνονται έως το πρώτο δεκαήμερο κάθε μήνα, διαφορετικά το τιμολόγιο θα εκδοθεί χωρίς τον απαραίτητο έλεγχο του ξενοδοχείου. Η Myvacations τιμολογεί τα cancellation fees.

### Εικόνα 48: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του myvacations.gr



(πηγή : <http://www.myvacations.gr/>)

### 5.2.20 Pamediakopes

Οι κρατήσεις της εταιρίας Pamediakopes είναι real time και έχουν FIT τιμές. Δεν συνοδεύονται από προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Πάνω στην κράτηση αναφέρεται η τιμή δωματίου ανά ημέρα. Από το ημερήσιο κόστος του κάθε δωματίου αφαιρείται το 20% που είναι η προμήθεια του Pamediakopes και αυτό είναι το ποσό που χρεώνεται ανά ημέρα από το ξενοδοχείο. Επιβεβαιώνεται η κράτηση με απάντηση στο e-mail. Τυχόν request του πελάτη ή τυχόν αλλαγές προωθούνται κατευθείαν στην εταιρία στο [hotels@pamediakopes.gr](mailto:hotels@pamediakopes.gr).

Η κράτηση πληρώνεται από την Pamediakopes και ο πελάτης πληρώνει στην αναχώρηση μόνο τα extras του. Στο τέλος κάθε μήνα εκδίδεται τιμολόγιο για το σύνολο των κρατήσεων και αποστέλλεται στην εταιρεία.

**Εικόνα 49: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του [pamediakopes.gr](http://www.pamediakopes.gr)**



The screenshot shows the website's search interface for flights. The browser window title is 'Αεροπορικά Εισιτήρια, Ξενοδοχεία, Αυτοκίνητα, Ακτοπλοϊκά Εισιτήρια - Pamediakopes.gr - Mozilla Firefox'. The URL is <http://www.pamediakopes.gr/?gclid=CLH11oK3KACFU1A4wodInlakw>. The page features a navigation menu with categories: Αεροπορικά, Ξενοδοχεία, Ακτοπλοϊκά, Αυτοκίνητα, and Community. The main content area is titled 'Αναζήτηση Πτήσεων' (Flight Search) and includes a sidebar with filters for Αεροπορικά, Ξενοδοχεία, Ακτοπλοϊκά, and Αυτοκίνητα. The search form contains the following fields and options:

- Αναχώρηση (Origin): [ΑΤΗ] Eleftherios Venizelos, Athens, Greece
- Προς (Destination): [επιλογή αεροδρομίου]
- Αναχώρηση (Date): 02/03/2010, Αδιάφορη
- Επιστροφή (Date): 05/03/2010, Αδιάφορη
- Ενήλικες: 1
- Παιδιά (μέχρι 11 χρ.): 0
- Βρέφη (μέχρι 2 χρ.): 0
- Χωρίς στάσεις:
- Θέση: Οικονομική
- Αεροπορική: Όλες
- NEW  +/- 3 ημέρες

On the right side, there is a 'feedback' box with a hot air balloon icon and the text: 'Έχω τόσες πολλές ταξιδιωτικές εμπειρίες, πληροφορίες, ερωτήσεις, απορίες... Μοιραστείτε με όλους και ενημερωθείτε από τους ΕΙΔΙΚΟΥΣ! Δείτε το forum μας...'. Below this is a banner for 'Γιατί με το pamediakopes?'.

(πηγή : <http://www.pamediakopes.gr>)

Στοιχεία εταιρίας:

E-TRAVEL Παροχής Διαδικτυακών Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών Α.Ε.

Γραφείο Γενικού Τουρισμού

Ευελπίδων 61-63, Αθήνα TK 11362

ΑΦΜ: 998645900

ΦΑΕΕ ΑΘΗΝΩΝ

T: +302108229144

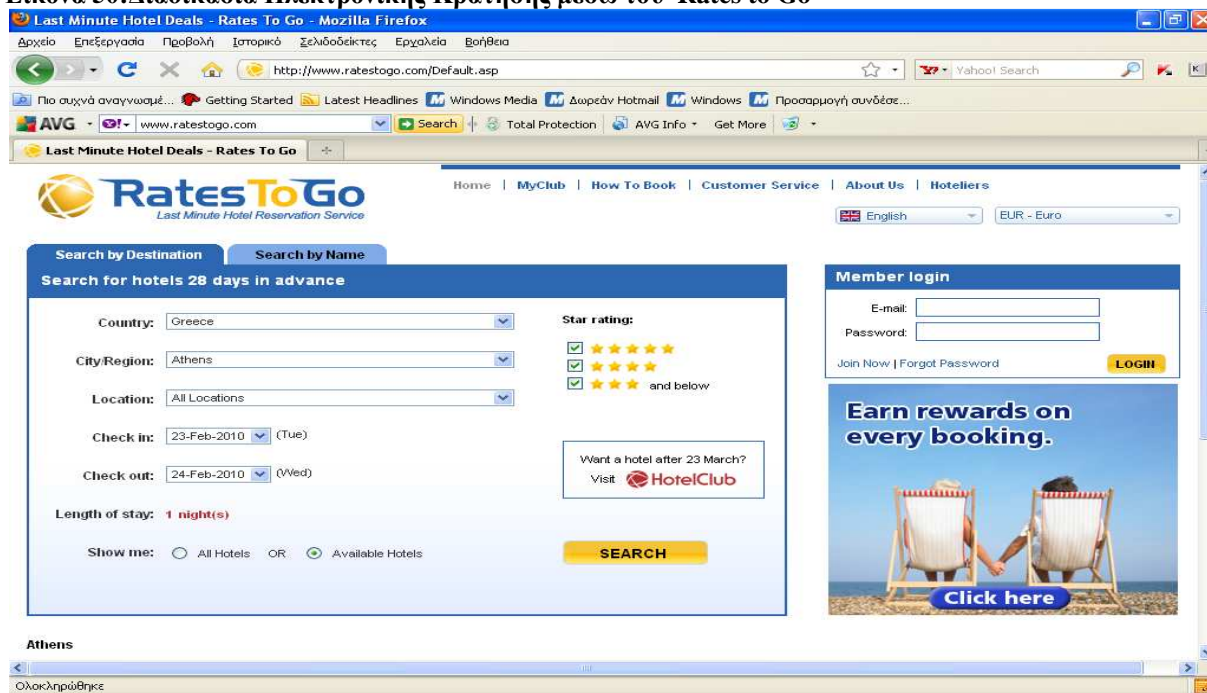
F: +302108217797

### 5.2.21 Rates to go

Οι κρατήσεις της εταιρίας Ratestogo είναι real time. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Από το συνολικό ποσό της κράτησης η Ratestogo έχει ήδη πάρει το 15% της προμήθειας της. Η κράτηση δεν συνοδεύεται από πιστωτική κάρτα ούτε και από προσωπικά στοιχεία του πελάτη.

Σε περίπτωση no show, ζητείται από την Ratestogo στο italy\_office@accomline.com να καλύψει τα cancellation fees όπως και σε περίπτωση late cancellation. Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση και με όποιο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα).

#### Εικόνα 50: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Rates to Go



(πηγή : <http://www.ratestogo.com>)

Στοιχεία εταιρείας:  
Viale del Tintaretto 432  
000142 Rome  
Italy  
Tel: 00390651963729  
Fax: 00390651957799

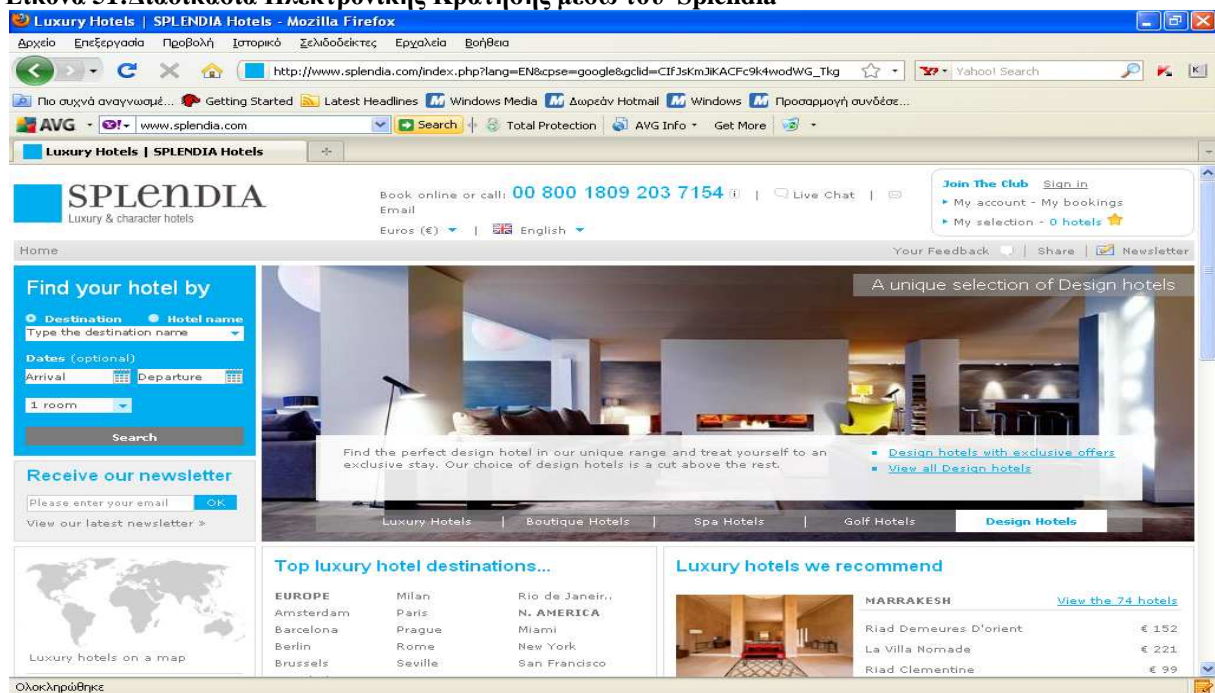


### 5.2.22 Splendia

Οι κρατήσεις της εταιρίας Splendia είναι real time και δεν συνοδεύονται από πιστωτική κάρτα. Με το που λαμβάνεται η κράτηση ζητείται να επιβεβαιωθεί η λήψη της, κλικάροντας πάνω σε ένα link το οποίο βρίσκεται πάνω στο email της κράτησης. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό της κράτησης, το πόσο το οποίο έχει δώσει ήδη ο πελάτης ως προκαταβολή στην Splendia (25% του συνολικού ποσού), και το ποσό το οποίο θα πρέπει να πληρώσει ο πελάτης στην αναχώρηση (75%).

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση και με όποιο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Σε περίπτωση που ο πελάτης είναι no show, ενημερώνεται με email στο booking@splending.com, ώστε βάσει του cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, να χρεωθεί ακυρωτικά.

Εικόνα 51: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Splendia



(πηγή : <http://www.splendia.com>)

Στοιχεία εταιρίας:  
Yannis ZARAS  
yannis@splendia.com  
Tel: +30 210 053 8535  
Fax: +30 211 221 5834  
SPAIN

### 5.2.23 *Supranational*

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Supranational είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Σε αυτό προστίθενται οι φόροι 11,18%. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

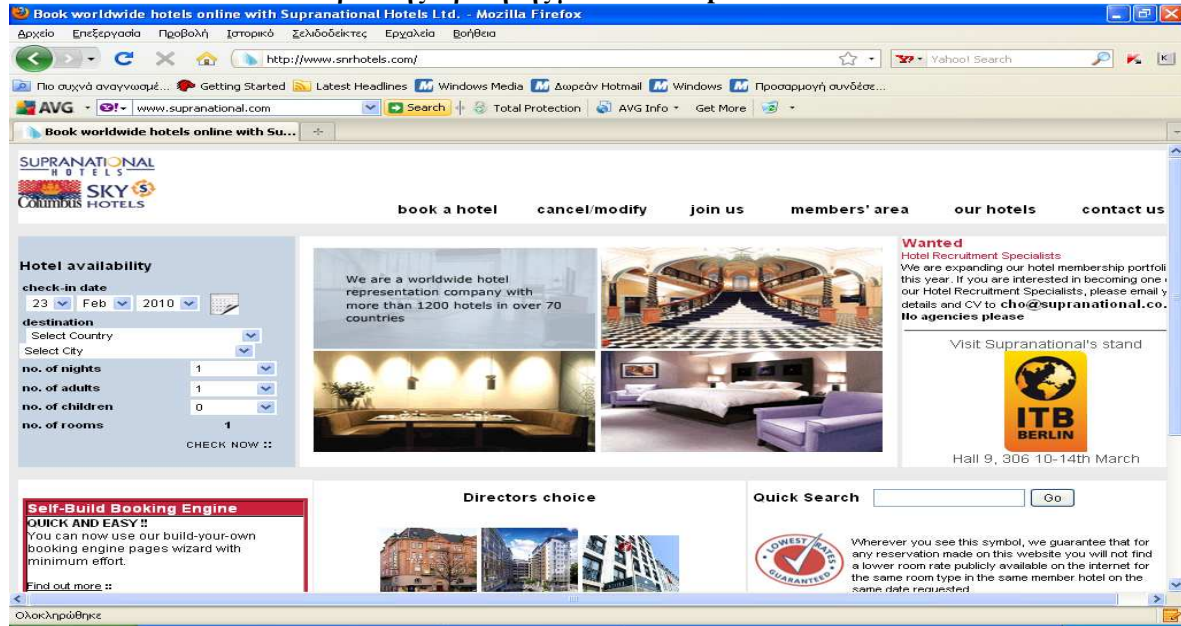
α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.

β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Supranational ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Supranational και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Supranational να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα γίνεται είσοδος στην Wps και τυπώνεται το τιμολόγιο. Για τα claims των πρακτορείων, ελέγχονται τα pending claims και γίνονται αποδεκτές ή όχι οι χρεώσεις.

Εικόνα 52: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Supranational



(πηγή : <http://www.snrhotels.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:

Maria Pasli

Customer Services

maria@rescom.gr

Tel: 0030 210 8100052-53

Fax: 0030 210 8100060

32-34 El. Venizelou Str.,

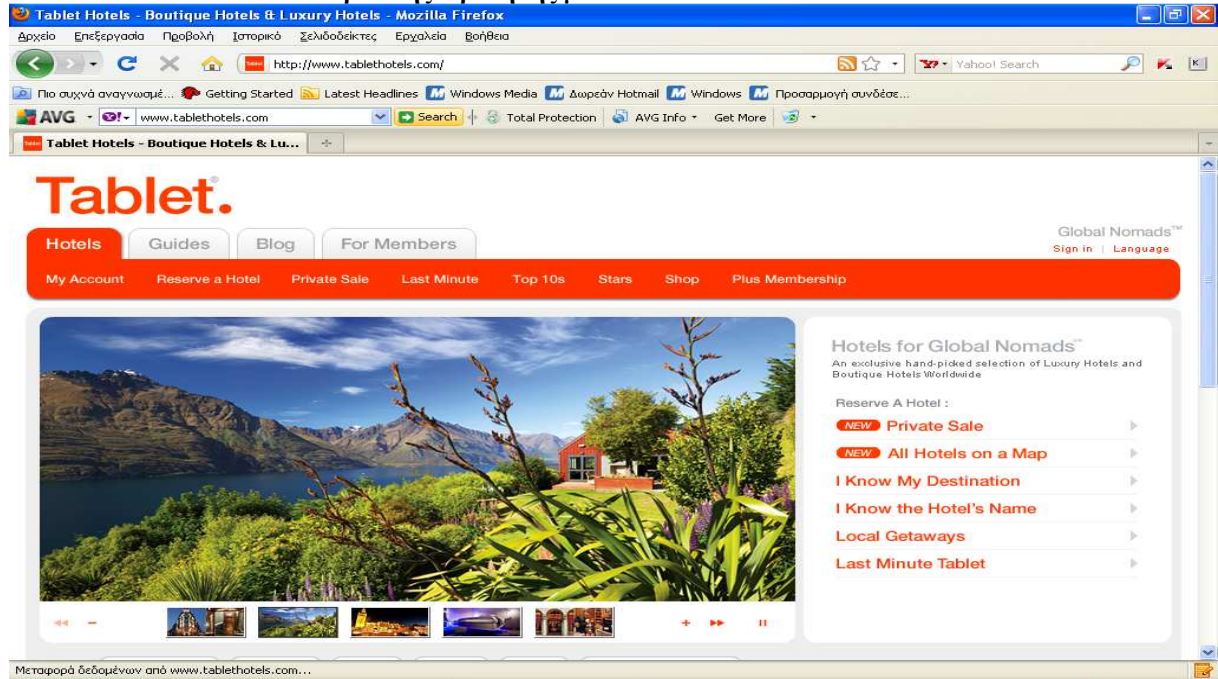
Mellisia

### 5.2.24 Tablet Hotels

Οι κρατήσεις της εταιρίας Tablet είναι real time και έχουν τις κανονικές FIT τιμές και συνοδεύονται από τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Στην κράτηση εμφανίζεται το συνολικό ποσό της κράτησης το οποίο και θα πληρώσει ο πελάτης στην αναχώρηση και με όποιο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Σε περίπτωση no show ή late cancellation χρεώνεται μία νύχτα ακυρωτικά. Για οποιαδήποτε πληροφορία η επικοινωνία γίνεται με το [customerservice@tablethotels.com](mailto:customerservice@tablethotels.com).

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 53: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του Tablet Hotels.com



(πηγή : <http://www.tablethotels.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:

Tablet

37 West 17th Street. 3d floor NY

NY 10011-5523

USA

Tel: 001 212 6277250

Fax: 001 212 6277328

### 5.2.25 The Perfect Hotels

Οι κρατήσεις της εταιρίας ThePerfectHotels είναι real time, έχουν τις κανονικές FIT τιμές και συνοδεύονται από τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη εφόσον ο ίδιος τα παρέχει. Στην κράτηση φαίνεται το συνολικό ποσό της κράτησης και το συνολικό ποσό της προμήθειας. Από τον πελάτη θα έχει ήδη κρατηθεί ως προκαταβολή η προμήθεια της εταιρίας (20% του συνολικού ποσού), και πληρώνει το υπόλοιπο στην αναχώρηση (80%). Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση και με όποιο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα).

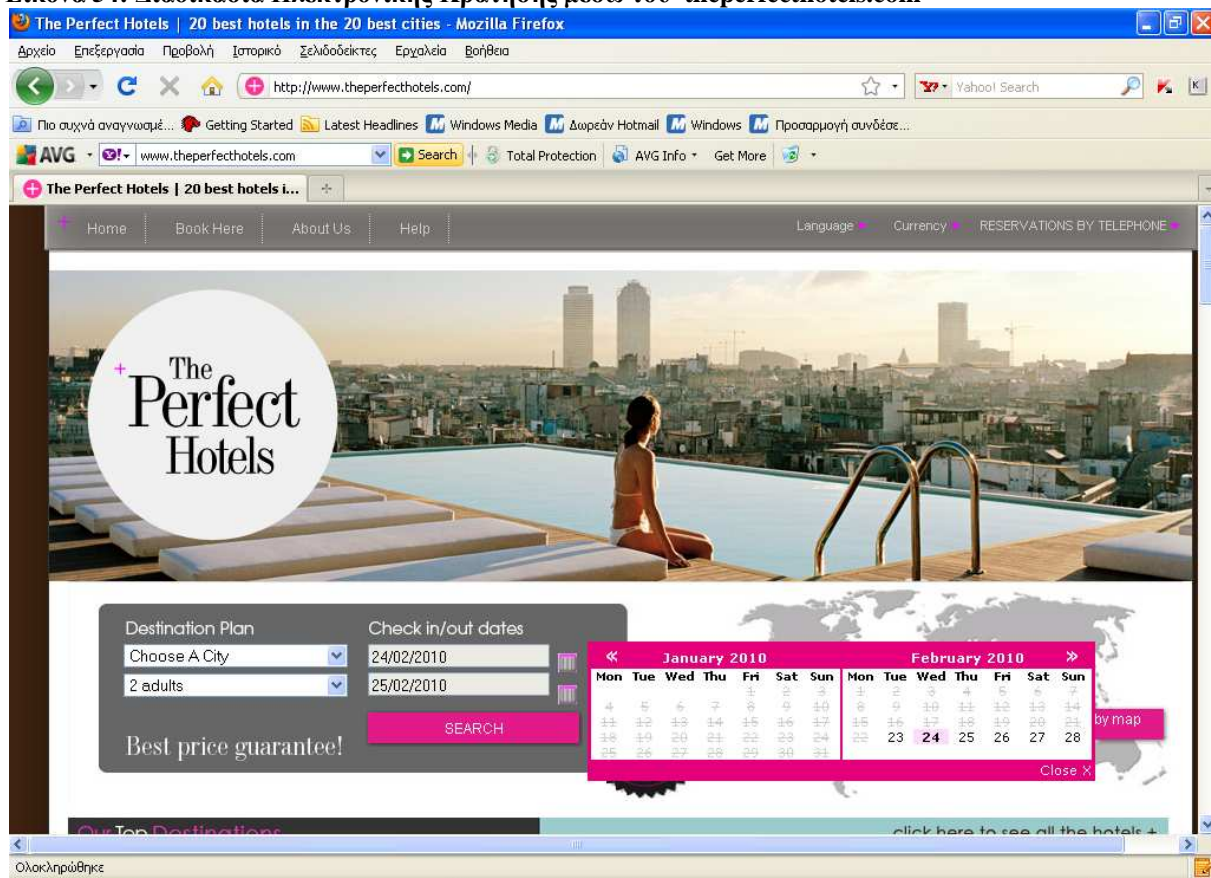
Σε περίπτωση no show ή late cancellation η PerfectHotels παρέχει την κάρτα του πελάτη ώστε να προχωρήσει το ξενοδοχείο στην χρέωση. Σε μία τέτοια περίπτωση η



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

επικοινωνία γίνεται με ένα εκ των email : [almudena@thepperfecthotels.com](mailto:almudena@thepperfecthotels.com) ή [help@thepperfecthotels.com](mailto:help@thepperfecthotels.com)

Εικόνα 54: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του [thepperfecthotels.com](http://www.thepperfecthotels.com)



(πηγή : <http://www.thepperfecthotels.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:

The Perfect Hotels

Ronda Universidad 33, 30 10 B

08007 Barcelona

Phone number: +34 93 306 9696, +34 93 184 2761, +34 93 184 2762.

Emails: [Claudia@thepperfecthotels.com](mailto:Claudia@thepperfecthotels.com),

[info@thepperfecthotels.com](mailto:info@thepperfecthotels.com),

[help@thepperfecthotels.com](mailto:help@thepperfecthotels.com),

[reservations@thepperfecthotels.com](mailto:reservations@thepperfecthotels.com),

[almudena@thepperfecthotels.com](mailto:almudena@thepperfecthotels.com)

Fax: +34 93 418 8447

### 5.2.26 ToBook

---

Οι κρατήσεις της εταιρίας Tobook είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Η κράτηση συνοδεύεται από κάποια προσωπικά στοιχεία του πελάτη και αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

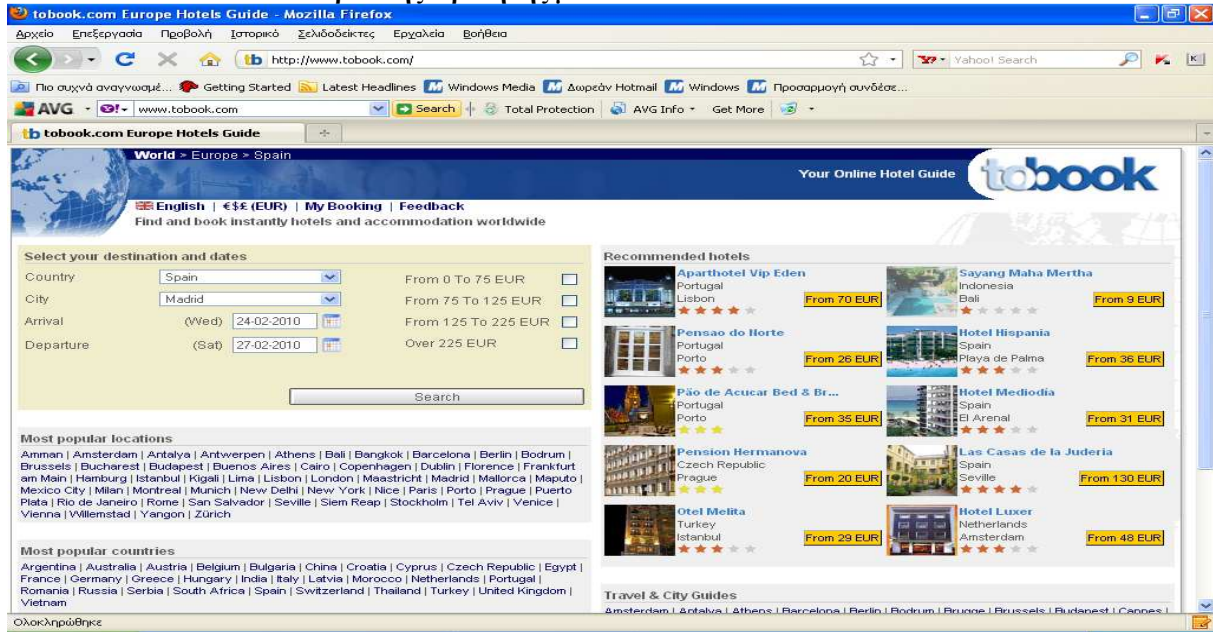
- α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.
- β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Tobook ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1) εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Tobook και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Tobook να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα γίνεται είσοδος στο σύστημα και ελέγχεται το τιμολόγιο που πρόκειται να εκδοθεί. Αν υπάρχουν διαφορές διορθώνονται μέσα από το σύστημα και ενημερώνεται η εταιρεία με email.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 55: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του tobook.com



(πηγή : <http://www.tobook.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:  
C/ de la Cruz, 3-2,  
29620 Torremalinos, Malaga  
tel: +34 952054769  
fax: +34 952051793  
email reservations: [info@tobook.com](mailto:info@tobook.com)

### 5.2.27 TransHotel

Οι κρατήσεις της εταιρίας Transhotel είναι real time. Δεν συνοδεύονται από πιστωτική κάρτα και από προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Οι τιμές αναφέρονται πάνω στην κράτηση και είναι net. Ο πελάτης στην αναχώρηση πληρώνει μόνο τα extra του. Η πληρωμή γίνεται μόνο από την εταιρία στο τέλος κάθε μήνα. Σε περίπτωση no show ή οποιασδήποτε αλλαγής ενημερώνεται η εταιρία με email.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Εικόνα 56: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω του TransHotel.com



(πηγή : <http://www.transhotel.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:  
C/sla clcl Hierro, 3  
28700 SAN SEBASTIAN DE LOS REYES  
Telf: +34 917242406  
Mov: +34 669499763  
Fax: +34 912682400

### 5.2.28 Venere

Οι κρατήσεις της εταιρίας Venere είναι real time και είναι εγγυημένες με την πιστωτική κάρτα του πελάτη. Περιλαμβάνει προσωπικά στοιχεία του πελάτη όπως τηλέφωνο και email. Η κράτηση θα αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο θα πληρώσει ο πελάτης. Με το που λαμβάνεται η φόρμα της κράτησης θα πρέπει να προεγκρίνεται η πιστωτική κάρτα για το ποσό της πρώτης νύχτας.

Σε περίπτωση που:

- α) Η κάρτα δίνει προέγκριση κανονικά, καταχωρείται η κράτηση στο epitome.
- β) Η κάρτα δεν δίνει προέγκριση, ενημερώνονται συγχρόνως ο πελάτης στο προσωπικό του e-mail και η Venere ώστε να αποσταλεί νέα κάρτα. Καλό είναι να δίνεται ένα deadline μέχρι το οποίο μπορεί ο πελάτης να απαντήσει. Συνήθως πρέπει να δίνεται τουλάχιστον μία(1)



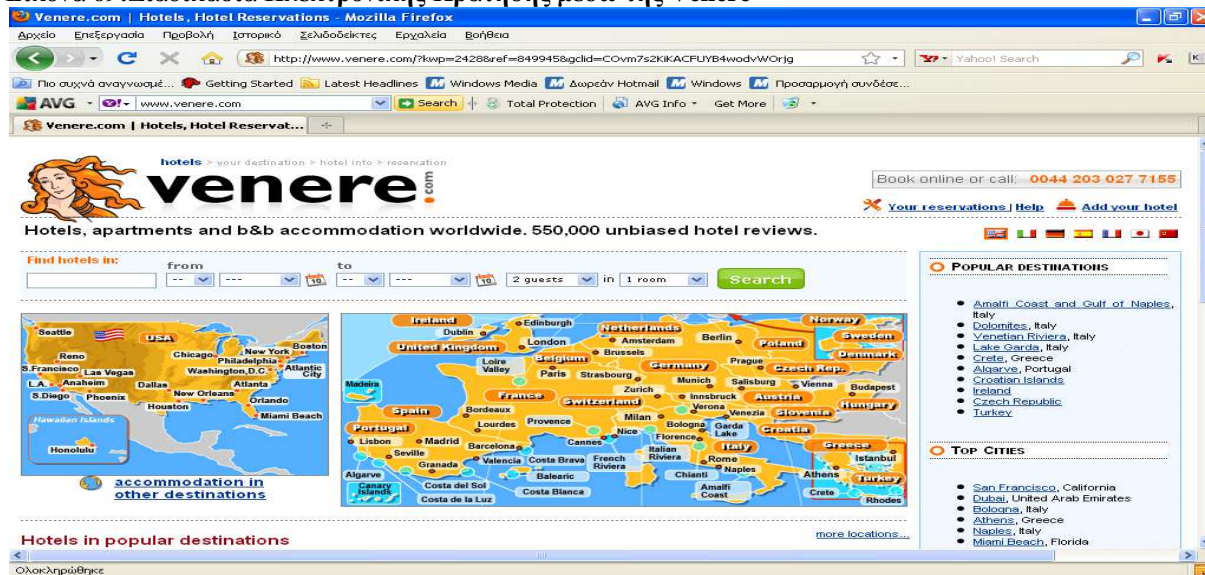
## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

εβδομάδα, γεγονός το οποίο εξαρτάται πάντα και από την ημερομηνία άφιξης. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο δεν λάβει καμία απάντηση, ενημερώνονται ξανά συγχρόνως και η Venere και ο πελάτης ότι θεωρούμε την κράτηση άκυρη. Τέλος, το ξενοδοχείο ζητάει από την Venere να στείλει και το cancellation της κράτησης.

Ο πελάτης πληρώνει πάντα στην αναχώρηση το σύνολο του ποσού της κράτησης και με οποίο τρόπο επιθυμεί (μετρητά ή πιστωτική κάρτα). Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την πιστωτική κάρτα του πελάτη.

Στο τέλος κάθε μήνα πρέπει να ελέγχεται το σύστημα για τα reconciliations. Στην Venere αυτή η διαδικασία πρέπει να γίνεται έως την 04 του επόμενου μήνα. Διαφορετικά, το τιμολόγιο εκδίδεται χωρίς τις τυχόν απαραίτητες διορθώσεις του ξενοδοχείου. Η Venere ζητάει αποδεικτικό για οποιαδήποτε διόρθωση. Σε περίπτωση που π.χ. ένας πελάτης φύγει μία ημέρα νωρίτερα από την κανονική του κράτηση, πρέπει να αποστέλνεται με φαξ η απόδειξη που κόπηκε στην αναχώρηση. Η Venere δεν τιμολογεί τα cancellation fees.

### Εικόνα 69: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κρατήσης μέσω της Venere



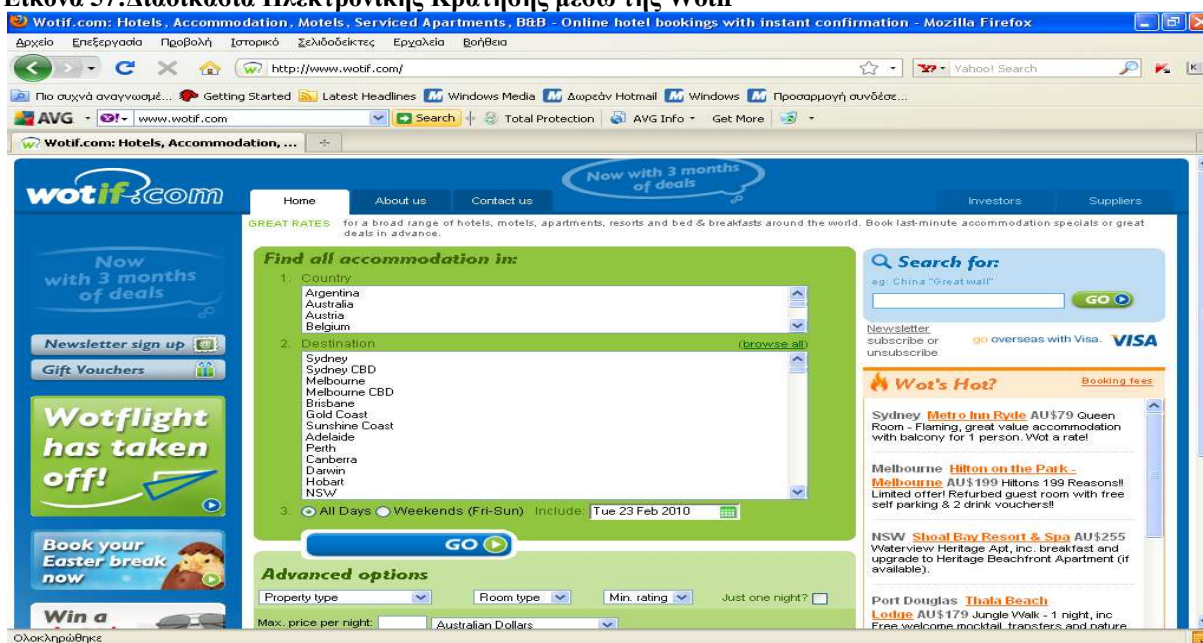
(πηγή : [www.venere.com](http://www.venere.com))

Στοιχεία εταιρίας:  
Via della Camilluccia 693  
00135 Rome  
Italy  
Tel: +39 06 361921  
Fax: +39 06 36192555  
e-mail: [deluca@venere.com](mailto:deluca@venere.com)

### 5.2.29 Wotif

Οι κρατήσεις της εταιρίας Wotif είναι real time. Δεν περιλαμβάνει προσωπικά στοιχεία του πελάτη. Η κράτηση αναφέρει το συνολικό ποσό το οποίο πληρώνει ο πελάτης. Ο πελάτης στην αναχώρηση πληρώνει μόνο τα extras του. Η εταιρία πληρώνει στο τέλος κάθε μήνα το ποσό για όλες τις κρατήσεις μείον το ποσό των προμηθειών της. Ανάλογα με το cancellation policy το οποίο έχει επιλεγεί, διατηρείται κάθε δικαίωμα να χρεώσει το ξενοδοχείο την εταιρία ακυρωτικά.

#### Εικόνα 57: Διαδικασία Ηλεκτρονικής Κράτησης μέσω της Wotif



(πηγή : <http://www.wotif.com/>)

Στοιχεία εταιρίας:

Ines d' Arces

T: +44 (0) 20 75390762

F: +44 (0) 20 75390770

E: ines.darces@wotif.com

4 Elder Street, London E1 6BT, UK

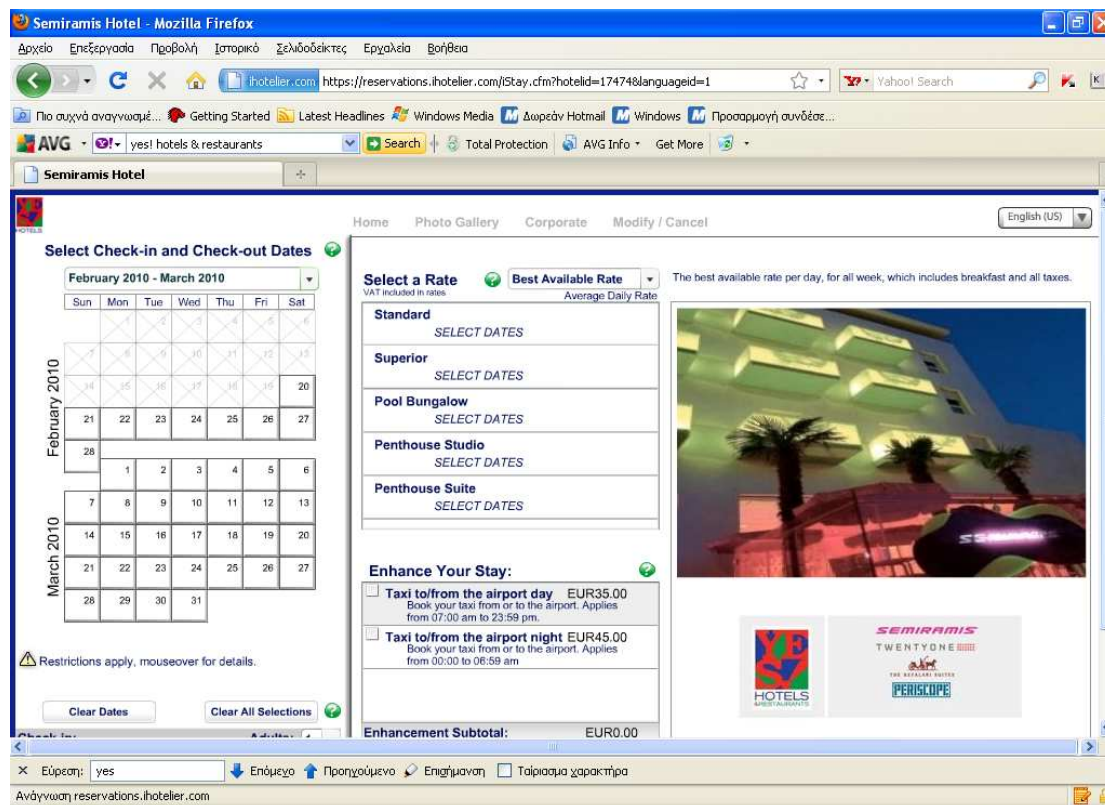
### 5.3 Διαδικασία Κράτησης από τον πελάτη

Οι κρατήσεις του ξενοδοχείου μπορούν να προέρχονται από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Το σύστημα 'ανοίγει' την πόρτα του ξενοδοχείου χωρίς γεωγραφικό περιορισμό σε

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

όλους τους χρήστες του πλανήτη. Απλά και μόνο με τη χρήση ενός υπολογιστή με σύνδεση στο internet, ο οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει υποψήφιος πελάτης του ξενοδοχείου.

Εικόνα 58: Φόρμα Κρατήσεων του Ξενοδοχείου Seminaris



(πηγή : [www.yeshotels.gr](http://www.yeshotels.gr))

Καταχωρώντας τα στοιχεία στη φόρμα αναζήτησης ο πελάτης βλέπει τα αποτελέσματα, επιλέγει αυτό που θέλει και πραγματοποιεί μία κράτηση. Το site εμφανίζει διάφορες ανέσεις που διαθέτει το εκάστοτε ξενοδοχείο καθώς και χάρτες του site(εδαφική, δορυφορική, κάτοψη) που διευκολύνει τον πελάτη να δει που ακριβώς βρίσκεται το ξενοδοχείο καθώς και άλλα ενδιαφέροντα από τουριστικής άποψης σημεία κοντά σε αυτό.

Η διαθεσιμότητα ολόκληρου του ξενοδοχείου είναι συνεχώς on-line, ώστε οι πελάτες να εξυπηρετούνται αποτελεσματικά και γρήγορα, χωρίς περαιτέρω συνεννοήσεις (τηλέφωνα, fax, e-mail) και χρονοβόρες διαδικασίες που μέχρι σήμερα οδηγούσαν σε ακυρώσεις κρατήσεων. Το σύστημα εμφανίζει αναλυτικά τις χρεώσεις για κάθε ημέρα και το σύνολο της κράτησης για την καλύτερη ενημέρωση των Πελατών. Παρόλα αυτά, το προσωπικό είναι πάντοτε διαθέσιμο να απαντήσει και σε πιο γενικές ερωτήσεις, να κάνει προτάσεις και να βοηθήσει σημαντικά στο σχεδιασμό του ταξιδιού.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Στο πάνω αριστερό μέρος της αρχικής σελίδας και οποιασδήποτε άλλης σελίδας από την επιλογή «Κρατήσεις», ο πελάτης μπορεί να δει την κράτηση του και αν επιθυμεί να την ακυρώσει. Ένα άλλο σημείο που ο πελάτης μπορεί να δει την κράτησή του και να την ακυρώσει είναι ένα ορθογώνιο πλαίσιο στην αρχική σελίδα του site. Η εταιρία μπορεί επίσης να ενημερώνει τον πελάτη για την κράτησή του μέσω email. Έτσι ο πελάτης δεν χρειάζεται να επισκεφτεί ξανά το site της εταιρίας.

Η διαδικασία της κράτησης είναι απλή. Ο πελάτης επιλέγει την ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης, τον αριθμό των ατόμων ανά δωμάτιο και τον αριθμό των δωματίων. Κάνει κλικ στο κουμπί που λέει "Αναζήτηση".

Το σύστημα θα εμφανίσει την διαθεσιμότητα των δωματίων τις ημερομηνίες που έχουν επιλεγεί προηγουμένως. Αφού εμφανιστούν οι διαθέσιμοι τύποι δωματίων και οι τιμές τους, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει το δωμάτιο και την τιμή που επιθυμεί διαβάζοντας τις σχετικές πληροφορίες. Στη συνέχεια κάνει κλικ στο κουμπί "Κράτηση". Έχοντας επιλέξει το δωμάτιο που επιθυμεί, μεταφέρεται στην φόρμα ασφαλούς κράτησης. Εδώ πρέπει να διαβάσει τις πληροφορίες σχετικά με την κράτηση του και να συμπληρώσει τα κενά πεδία. Επισήμανση δίνεται στην σωστή εισαγωγή του ονόματος και της ηλεκτρονικής διεύθυνσης (email). Στη συνέχεια κάνει κλικ στο κουμπί που λέει "Κράτηση".

Το σύστημα θα ενημερωθεί αυτόματα με την κράτηση και θα αποστείλει τον αριθμό της κράτησης, τον αριθμό επιβεβαίωσης του ξενοδοχείου και τα στοιχεία επικοινωνίας με το ξενοδοχείο άμεσα με email. Αν χρειάζεται επιπλέον επικοινωνία πριν την κράτηση το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών θα επικοινωνήσει με email μέσα σε δύο(2) με τέσσερις(4) ώρες.

Η αίτηση για κράτηση θα οδηγήσει σε μια νέα οθόνη όπου θα εμφανιστεί ο αριθμός κράτησης. Πρέπει να κρατηθεί αυτός ο αριθμός και να χρησιμοποιηθεί σε κάθε επικοινωνία με το ξενοδοχείο. Επιπλέον, όλες οι κρατήσεις επιβεβαιώνονται άμεσα (το αργότερο μέσα σε 30 λεπτά) με ένα email το οποίο θα αναφέρει τον αριθμό κράτησης. Επίσης, στο τέλος του email θα αναφέρεται ο πάροχος του ξενοδοχείου (provider) π.χ. hotelbeds, youtravel κλπ και ο αριθμός επιβεβαίωσης (provider code) τον οποίο ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει μαζί με το όνομα του για το check in στο ξενοδοχείο.

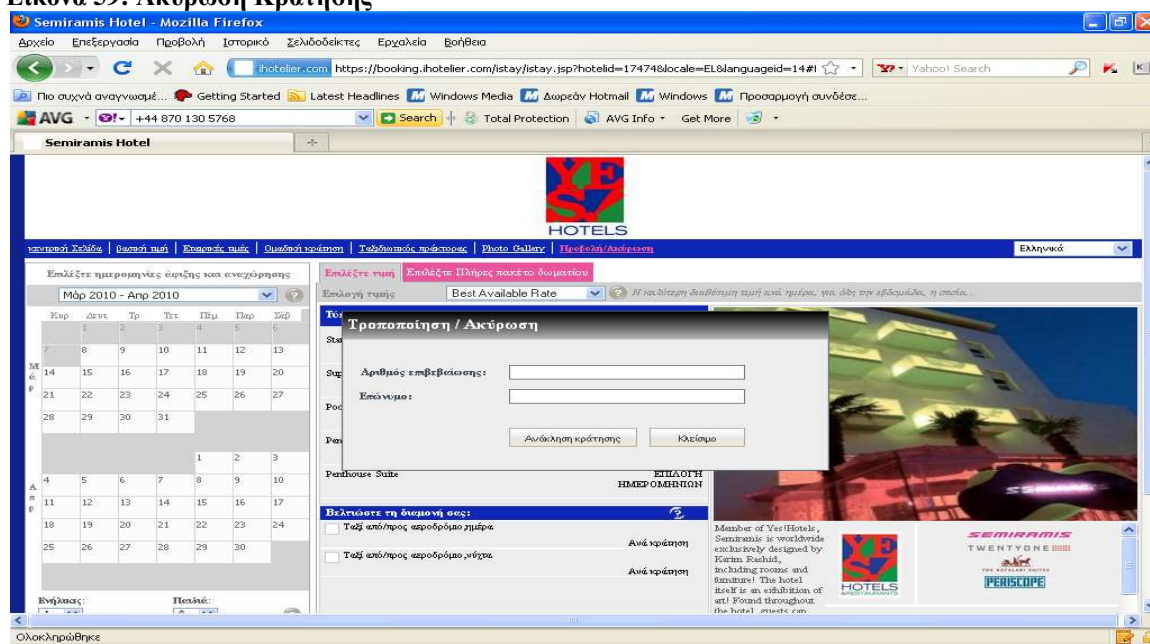


## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Σε περίπτωση ακύρωσης μιας κράτησης ξενοδοχείου ενδέχεται ο πελάτης να δικαιούται μερική ή ολική επιστροφή του ποσού της κράτησης του. Το τελικό ποσό που θα επιστραφεί θα βασίζεται στην ακυρωτική πολιτική του ξενοδοχείου και στην αντίστοιχη ποινή που αυτή συνεπάγεται. Το ποσό που επιστρέφεται είναι το συνολικό ποσό της κράτησης μείον την ποινή της ακυρωτικής πολιτικής. Να σημειωθεί ότι για οποιαδήποτε αλλαγή ή ακύρωση κράτησης υπάρχει χρέωση υπηρεσιών από τα συνεργαζόμενα sites. Η επιστροφή των χρημάτων με βάση τα παραπάνω πραγματοποιείται σε χρονικό διάστημα μεταξύ 15 και 30 ημερών.

Η πολιτική ακύρωσης του ξενοδοχείου εμφανίζεται στο τελευταίο βήμα της διαδικασίας κράτησης ξενοδοχείου πριν την εισαγωγή των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας καθώς και στο email επιβεβαίωσης της κράτησης.

Εικόνα 59: Ακύρωση Κράτησης



(πηγή : [www.yeshotels.gr](http://www.yeshotels.gr))

Η ποινή ακύρωσης είναι ίση με την αξία μίας διανυκτέρευσης, αν η ακύρωση γίνει μεταξύ 24-72 ωρών πριν την ημερομηνία άφιξης. Επίσης, η ακυρωτική πολιτική του ξενοδοχείου είναι αυστηρότερη σε περιόδους υψηλής τουριστικής κίνησης (high or peak season period).

### 5.4 Διαδικασία Πληρωμής από τον Πελάτη

---

Η διαδικασία πληρωμής γίνεται με πιστωτική κάρτα και είναι απόλυτα ασφαλής. Την ευθύνη για τις συναλλαγές αναλαμβάνει η συμβεβλημένη τράπεζα, η οποία εξακριβώνει online την εγκυρότητα των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας (αριθμός, λήξη, υπόλοιπο, ακύρωση κλπ.).

Στο ξενοδοχείο Yes Hotel η ασφάλεια θεωρείται μέγιστη προτεραιότητα. Προκειμένου να διαφυλαχθεί η ασφάλεια των συναλλαγών χρησιμοποιείται ένας διακομιστής υψηλής ασφάλειας (SSL 128 bit) ο οποίος κρυπτογραφεί τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας σε μη αναγνώσιμη μορφή. Τα στοιχεία της κάρτας γίνονται γνωστά μόνο στο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που διεκπεραιώνει τη συναλλαγή. Οι πληροφορίες της κάρτας δεν είναι αναγνώσιμες στο προσωπικό και δεν αποθηκεύονται στο σύστημα με οποιαδήποτε μορφή.

Τα ξενοδοχεία Yes!Hotels δέχονται Visa και Mastercard. Εάν ο πελάτης επιλέξει να πληρώσει με πιστωτική κάρτα, θα οδηγηθεί μέσω μιας ιστοσελίδας σε έναν ασφαλή δικτυακό τόπο, όπου θα πρέπει να δώσει τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας και να επιβεβαιώσει το ποσό που θα χρεωθεί στην κάρτα του.

Πληρωμή, εκτός της πιστωτικής κάρτας, μπορεί να γίνει μόνο με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό και έπειτα από τηλεφωνική επικοινωνία με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών. Το ξενοδοχείο βέβαια προτρέπει τους πελάτες του να χρησιμοποιούν την πιστωτική τους κάρτα στις συναλλαγές τους καθώς προσφέρει ταχύτητα, ευκολία και ασφάλεια. Επίσης, δεν γίνεται δεκτή κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό αν η ημερομηνία κατά την οποία ο πελάτης επιθυμεί να πραγματοποιήσει την κράτηση, είναι μετά την έναρξη της ακυρωτικής πολιτικής που ορίζει το ξενοδοχείο. Σε αυτή την περίπτωση η κράτηση μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο μέσω πιστωτικής κάρτας.

### 5.5 Ασφάλεια Προσωπικών Δεδομένων

---

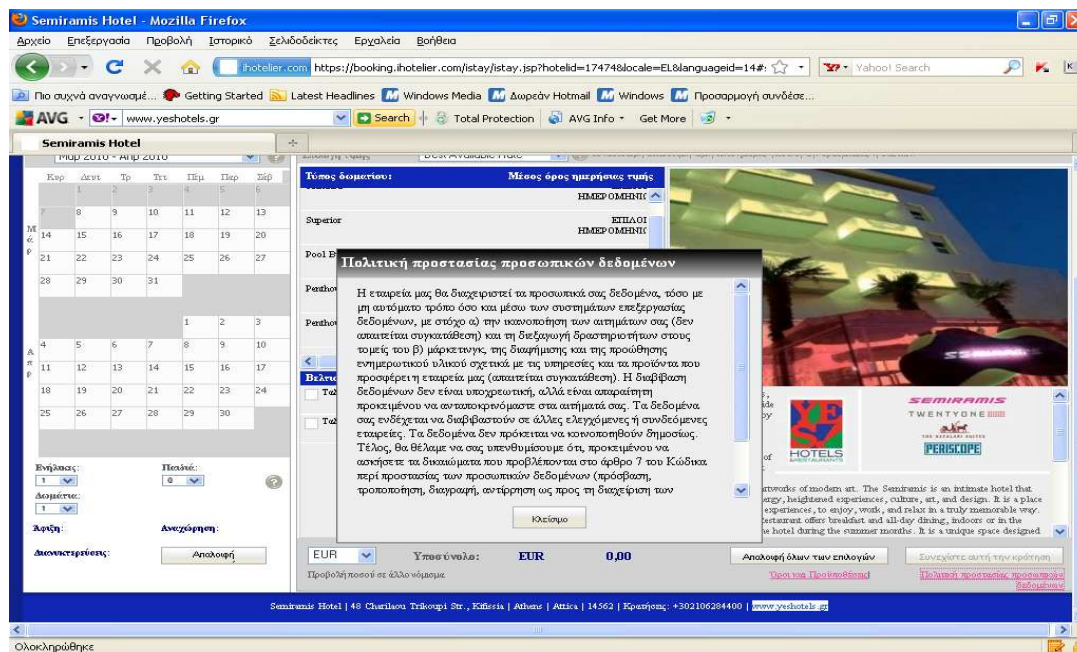
Ένα ακόμα σημαντικό θέμα που πρέπει να εξεταστεί αναφορικά με την λειτουργία των συστημάτων κρατήσεων είναι και αυτό της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των πελατών.

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

Ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για την ασφάλεια που του παρέχει η εταιρία σε 4 σημεία μέσα στο site :

- Από την επιλογή Κρατήσεις εμφανίζονται το Ιδιωτικό Απόρρητο και η Ασφάλεια στα δεξιά της φόρμας.
- Από το ορθογώνιο πλαίσιο με τις κρατήσεις, εμφανίζονται πάλι τα ίδια στοιχεία.
- Στις επιλογές Όροι & Συνθήκες και τέλος στο
- Ιδιωτικό Απόρρητο εμφανίζονται και πάλι τα ίδια στοιχεία ασφάλειας.

Εικόνα 60: Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων



(πηγή : [www.yeshotels.gr](http://www.yeshotels.gr))

Η συλλογή και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού επιχειρείν υπόκειται στις ρυθμίσεις, τις προϋποθέσεις και απαγορεύσεις των νόμων 2472/97 για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και 2774/99 για την προστασία προσωπικών δεδομένων στον τηλεπικοινωνιακό τομέα και τις επιμέρους ερμηνευτικές Οδηγίες που έχει εκδώσει η Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>

### Συμπεράσματα - Προτάσεις

---

Οι νέες τεχνολογίες και ο κλάδος του τουρισμού εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης. Η πολυμορφικότητα των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και ο μεγάλος αριθμός εμπλεκομένων και μεσαζόντων στην διακίνηση αυτών, είχε σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη των online συστημάτων κρατήσεων.

Αντικειμενικός τους σκοπός είναι η αποτελεσματική πρόσβαση του καταναλωτή στο τουριστικό προϊόν. Γι αυτό το λόγο καταβάλλεται μεγάλη προσπάθεια ώστε ο μελλοντικός τουρίστας να είναι σε θέση, με μια απλή και ευέλικτη διαδικασία (με την βοήθεια ενός φιλικού συστήματος το οποίο παρέχει πλήρη πληροφόρηση σε οποιοδήποτε χώρο, ακόμα και μέσα στο σπίτι του), να μπορεί εύκολα, γρήγορα και οικονομικά να καθορίσει μόνος του το περιεχόμενο των διακοπών του έως και την τελευταία λεπτομέρεια.

Η χρήση των συστημάτων κρατήσεων φαίνεται ότι διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τη «ζωή» του τουρίστα, αφού μέσα από αυτά ο χρήστης έχει άμεση ενημέρωση σε ότι αφορά:

1. Πληροφορίες για πτήσεις, κρατήσεις θέσεων, τιμές ναύλων κ.λπ.
2. Πραγματοποίηση κρατήσεων σε ξενοδοχεία, τουριστικά πακέτα, ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.λ.π.
3. Διαχείριση χρηματικών ποσών σε συνάλλαγμα και αγορές εισιτηρίων για διάφορες εκδηλώσεις.
4. Ανάκτηση πληροφοριών που αφορούν τις διαδικασίες εισόδου και παραμονής σε μια χώρα.
5. Δυνατότητα πληροφόρησης των μετεωρολογικών συνθηκών, κ.λπ.

Βασικό στοιχείο στην επιλογή ενός συστήματος Online κράτησης από τον χρήστη, αποτελεί η αξιοπιστία του πληροφοριακού υλικού, δηλαδή η πραγματική εικόνα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών καθώς και η έγκυρη πληροφόρηση σε ότι αφορά τις προσφερόμενες τιμές. Για παράδειγμα, στην περίπτωση που ο τουρίστας επιθυμεί να αγοράσει συμπληρωματικές υπηρεσίες του ξενοδοχείου ή άλλες υπηρεσίες (τοπικές εκδρομές, πολιτιστικές εκδηλώσεις), θα πρέπει το διαφημιζόμενο προϊόν να ανταποκρίνεται ουσιαστικά

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

στις αναμενόμενες προσδοκίες του τουρίστα (σύμφωνα με την παρουσία του σε αυτόν), καθώς και οι τιμές που διατίθενται στο σύστημα να παρέχουν υψηλό βαθμό αξιοπιστίας.

Επίσης, η συνεχής διεύρυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων σε συνάρτηση με τους διάφορους τρόπους τιμολόγησης των υπηρεσιών που προσφέρονται στους χρήστες των συστημάτων κρατήσεων, προσφέρει την δυνατότητα εναλλακτικών επιλογών με ιδιαίτερα οικονομικό όφελος αλλά και μεγάλη εξοικονόμηση χρόνου.

Όσον αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις, τα συστήματα κρατήσεων διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πορεία και την εξέλιξή τους, καθώς και στην ανάπτυξη των προϊόντων τους. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά αυτών είναι ότι:

- α) αποτελούν το κύριο μέσο προώθησης και διακίνησης των τουριστικών προϊόντων, διαμορφώνοντας σε πολλές περιπτώσεις την σχέση προσφοράς-ζήτησης,
- β) διευρύνουν την αγορά στην οποία στοχεύει η επιχείρηση συνδυάζοντας ίδια ή συμπληρωματικά προϊόντα διαφόρων εταιριών,
- γ) στηρίζουν την μεγάλη προσπάθεια για την ευρύτερη ανάπτυξη του τουρισμού, μέσω της καταλληλότερης αξιοποίησης της λειτουργικότητας τους με γνώμονα τον ορθολογικό σχεδιασμό.

Συνοψίζοντας, θα πρέπει να επισημανθεί ότι εκτός από τις παραπάνω ωφέλειες που αποκομίζει τόσο ο τουρίστας – καταναλωτής όσο και οι τουριστικές επιχειρήσεις, από την χρήση των online συστημάτων κρατήσεων, θα πρέπει τα συγκεκριμένα συστήματα κρατήσεων να αναπτυχθούν περαιτέρω για την διεκπεραίωση μεγαλύτερου αριθμού συναλλαγών και για την απόκτηση ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των υπολοίπων συστημάτων πληροφόρησης που προσφέρονται στο διαδίκτυο.

***ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ***

---

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΝΑΦΟΡΕΣ**

---

- [1] Δημήτριος Μπούχαλης (2003), «e-Tourism, Information technology for strategic tourism management», Εκδόσεις: FT Prentice Hall, σελ. 15-16, 38-42, 132-134, 153-155, 220, 232
- [2] Βασιλική Κατσώνη, «Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό: Από τα CRS στα GDS» σελ 69-81,89-94, 105-109, 166-168, 188-196
- [3] Σακελλαρίδης Οδ., (1999): «Πληροφορική στον Τουρισμό», Πάτρα: Ε.Α.Π, σελ. 64.
- [4] Βαρβαρέσος Στ., (1999): Κοινοτική Πρωτοβουλία «ADAPT», «Νέες μορφές οργάνωσης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορικής», Αθήνα: Π.Ο.Ξ., σελ. 24.
- [5] Βλαχοπούλου Μάρω (2003), « e-Marketing, Διαδικτυακό Μάρκετινγκ», Εκδόσεις: Rosili σελ. 268-280, 352, 369, 379-381, 387-395, 397-399
- [6] Ηγουμενάκης Νίκος Γ., «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Εκδόσεις: Interbooks , σελ. 94-95
- [7] Πέτρος Τομάρας,, «Εισαγωγή στο Marketing και την έρευνα αγοράς», Εκδόσεις: Πέτρος Τομάρας, σελ. 235-236
- [8] Σωτηριάδης Μάριος, Αιβαλής Κωνσταντίνος, Βαρβαρέσος Στέλιος (2004), «E- Marketing and E-Commerce in the Tourism Industry: A Framework to Develop and Implement Business Initiatives», Journal: Toutism Today
- [9] «Τουρισμός» του Κωνσταντίνου Μοράρου, διαθέσιμο στο [www.moraros.gr/](http://www.moraros.gr/)
- [10] Κοκκόρος Μιχάλης, άρθρο με Θέμα δημοσίευσης: «Η Επανάσταση Συστημάτων Πληροφοριών», στο PR4net.gr Forum
- [11] Μελέτη του Παρατηρητηρίου με τίτλο "Βέλτιστες Πρακτικές Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στο Δημόσιο & Ιδιωτικό Τομέα", από το [www.observatory.gr](http://www.observatory.gr)
- [12] Μελέτη του Παρατηρητηρίου της Κοινωνίας της Πληροφορίας, « Η χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών»
- [13] Μελέτη Επισκόπησης της Πληροφορικής στην Ελλάδα, κεφάλαιο 5, «Η Πληροφορική στο δημόσιο τομέα (2006)», από το [www.competitive-greece.gr](http://www.competitive-greece.gr)
- [14] @Δικτυωθείτε, «Το μέλλον της τουριστικής βιομηχανίας», διαθέσιμο στο [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=1560](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1560)
- [15] «Η τεχνολογία στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις: Δικτυακή παρουσία και λύσεις λογισμικού» διαθέσιμο στο [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=823](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=823)
- [16] «Τουρισμός και Internet» διαθέσιμο στο [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=274](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=274)
- [17] «Ηλεκτρονικό εμπόριο» διαθέσιμο στο

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=550](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=550)

[18] «Τουρισμός και νέες τεχνολογίες» διαθέσιμο στο

[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=757](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=757)

[19] «Το Διαδίκτυο στην υπηρεσία του τουρισμού» διαθέσιμο στο

<http://www.e-kyklades.gr/articles/article.jsp?context=103&categoryid=1788&articleid=13267>

(ΚΕΡΔΟΣ 04/08/09)

[20] «Διείσδυση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον Τομέα του Τουρισμού: Τάσεις και εξελίξεις & Υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα» από το Παρατηρητήριο της Κοινωνίας της Πληροφορίας, [www.observatory.gr](http://www.observatory.gr).

[21] «Η υιοθέτηση του η-επιχειρείν στον τουριστικό κλάδο: Υποδομή και δεξιότητες» από το

[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=759](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=759)

[22] Διεθνή συστήματα κρατήσεων, διαθέσιμο στο [http://www.innovative.gr/pr\\_gds.html](http://www.innovative.gr/pr_gds.html)

[23] Ασφάλεια Συναλλαγών, διαθέσιμο στο <http://www.primal-res.gr/FAQ-Online-Hotel-Bookings-Software>

[24] Δικτυακός Τόπος Ξενοδοχείου Yew Hotels, διαθέσιμο στο <http://www.yeshotels.gr/>

[25] Site Online Κρατήσεων «Pamediakopes», διαθέσιμο στο [www.Pamediakopes.com](http://www.Pamediakopes.com)

### ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΝΑΦΟΡΕΣ

---

[1] Gee C., Makens J., Choy D., (1997): «The Travel Industry», σελ. 261.

[2] Truitt L., Teye V., Farris M., (1991): «Tourism Management, The role of computer reservations systems», σελ. 22.

[3] Bennett M. Marion, (1993): «Tourism Management, Information Technology and Travel Agency», σελ. 261,264.

[4] Bynater M., (1992): «The European Tour Operator Industry», London: E.I.U, σελ. 226.

[5] Company Overview-Competition, (2004): [www.starwoodhotels.com](http://www.starwoodhotels.com).

[6] Customer Solutions, (2004): [www.amadeus.com](http://www.amadeus.com).

[7] Hotel marketing and internet representation, (2004): [www.resortbook.com](http://www.resortbook.com).

[8] Manes Thomas Anne, (2003): «Web Services-A Manager's Guide», σελ. 228.

[9] Our Brands, (2004): [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com).

[10] Products & Services, (2004): [www.worldspan.com](http://www.worldspan.com).

[11] Products & Services, (2004): [www.galileo.com](http://www.galileo.com).

[12] Sabre Hellas in Philoxenia 2003, (2003): [www.traveldailynews.com](http://www.traveldailynews.com).

[13] Site On line Κρατήσεων «Accommodation», διαθέσιμο στο [www.Accommodation.gr](http://www.Accommodation.gr)

[14] Site Online Κρατήσεων «AthensHoliday», διαθέσιμο στο [www.AthensHoliday.com](http://www.AthensHoliday.com)

[15] Site Online Κρατήσεων «Booking», διαθέσιμο στο [www.Booking.com](http://www.Booking.com)



## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

- [16] Site Online Κρατήσεων «CentralR», διαθέσιμο στο [www.CentralR.com](http://www.CentralR.com)
- [17] Site Online Κρατήσεων «Design Hotels», διαθέσιμο στο [www.DesignHotels.com](http://www.DesignHotels.com)
- [18] Site Online Κρατήσεων «DobleRoom», διαθέσιμο στο [www.DobleRoom.com](http://www.DobleRoom.com)
- [19] Site Online Κρατήσεων «Escapio», διαθέσιμο στο [www.Escapio.com](http://www.Escapio.com)
- [20] Site Online Κρατήσεων «Expedia», διαθέσιμο στο [www.Expedia.com](http://www.Expedia.com)
- [21] Site Online Κρατήσεων «Unitravel», διαθέσιμο στο <http://www.chrs.com/Unitravel.com>
- [22] Site Online Κρατήσεων «HolidayCity», διαθέσιμο στο [www.HolidayCity.com](http://www.HolidayCity.com)
- [23] Site Online Κρατήσεων «HotelBeds», διαθέσιμο στο [www.HotelBeds.com](http://www.HotelBeds.com)
- [24] Site Online Κρατήσεων «HotelClub», διαθέσιμο στο [www.HotelClub.com](http://www.HotelClub.com)
- [25] Site Online Κρατήσεων «HotelDel», διαθέσιμο στο [www.HotelDel.com](http://www.HotelDel.com)
- [26] Site Online Κρατήσεων «HRS», διαθέσιμο στο [www.HRS.com](http://www.HRS.com)
- [27] Site Online Κρατήσεων «i-escape», διαθέσιμο στο [www.i-escape.com](http://www.i-escape.com)
- [28] Site Online Κρατήσεων «Just in Time Hotels», διαθέσιμο στο [www.JustinTimeHotels.com](http://www.JustinTimeHotels.com)
- [29] Site Online Κρατήσεων «Lastminute», διαθέσιμο στο [www.Lastminute.com](http://www.Lastminute.com)
- [30] Site Online Κρατήσεων «Laterooms», διαθέσιμο στο [www.Laterooms.com](http://www.Laterooms.com)
- [31] Site Online Κρατήσεων «Myvacation», διαθέσιμο στο [www.Myvacations.com](http://www.Myvacations.com)
- [32] Site Online Κρατήσεων «Rates to go», διαθέσιμο στο [www.Ratestogo.com](http://www.Ratestogo.com)
- [33] Site Online Κρατήσεων «Splendia», διαθέσιμο στο [www.Splendia.com](http://www.Splendia.com)
- [34] Site Online Κρατήσεων «Supranational», διαθέσιμο στο [www.Supranational.com](http://www.Supranational.com)
- [35] Site Online Κρατήσεων «Tablet Hotels», διαθέσιμο στο [www.TabletHotels.com](http://www.TabletHotels.com)
- [36] Site Online Κρατήσεων «The perfect hotels», διαθέσιμο στο [www.theperfecthotels.com](http://www.theperfecthotels.com)
- [37] Site Online Κρατήσεων «ToBook», διαθέσιμο στο [www.ToBook.com](http://www.ToBook.com)
- [38] Site Online Κρατήσεων «TransHotel», διαθέσιμο στο [www.TransHotel.com](http://www.TransHotel.com)
- [39] Site Online Κρατήσεων «Vener», διαθέσιμο στο [www.Venere.com](http://www.Venere.com)
- [40] Site Online Κρατήσεων «Wotif», διαθέσιμο στο [www.Wotif.com](http://www.Wotif.com)

### Ένθετο

(Συνέντευξη από την κυρία Δήμητρα Πισπίλη, e-sales manager του ξενοδοχείου Yes! Hotel)

#### 1. Ποιά είναι η διαδικασία για να καταχωρηθεί ένα ξενοδοχείο σε ένα booking site?

*Από την στιγμή που ένα ξενοδοχείο αποφασίσει να καταχωρηθεί σε ένα site, εάν δεν έχει γίνει προσέγγιση από το site στο ξενοδοχείο, τότε απλά εξερευνεί τρόπους πιθανής επικοινωνίας. Ο πιο συνήθης τρόπος είναι από το πεδίο Contact us που έχει κάθε site.*

#### 2. Πότε έγινε η πρώτη καταχώρηση του Semiramis και των άλλων ξενοδοχείων σε site? Είχε επιτυχία? Οι υπόλοιπες καταχωρήσεις γίνανε σταδιακά ή μαζικά?

*Η πρώτη καταχώρηση για το Semiramis πρέπει να έγινε γύρω στο 2005, όπως και για τα υπόλοιπα 3 ξενοδοχεία. Τα ξενοδοχεία ήταν καταχωρημένα έως τον Απρίλη του 2008 σε 3-4 sites (με εξαίρεση το Periscope που είχε περισσότερες καταχωρήσεις). Επιτυχία δεν είχε, γιατί μία καταχώρηση σε ένα site δεν εξασφαλίζει κρατήσεις. Για να φέρνουν τα sites κρατήσεις πρέπει να ασκούμε μία συγκεκριμένη και με αυστηρούς όρους πολιτική. Οι καταχωρήσεις που έγιναν τον Απρίλιο του 2008 έγιναν μαζικά σε sites τα οποία γνώριζα προσωπικά ότι είναι τα καλύτερα και αποδοτικότερα της αγοράς. Καταχωρήσεις γίνονται συνέχεια. Κάποιες ακυρώνονται και γίνονται έπειτα νέες.*

#### 3. Σε πόσα site είναι καταχωρημένα τα ξενοδοχεία της YES ?

*Τα ξενοδοχεία της YES είναι καταχωρημένα σε 30 sites.*

#### 4. Ποια είναι τα «καλύτερα» site που συνεργάζονται τα ξενοδοχεία της YES ?

*Τα αποδοτικότερα της αγοράς αλλά και για μας είναι η Booking και η Expedia. Πολύ μεγάλη δύναμη στην αγορά κατέχουν και η HRS, Hotel.de, Venere. Σημειώστε ότι συγκεκριμένα sites μπορεί να έχουν μεγαλύτερη δύναμη σε συγκεκριμένες αγορές, όπως π.χ. η Holidaycity με έδρα στην Μαλαισία, έχει μεγαλύτερη επιρροή στην αγορά της Αυστραλοασίας από ότι π.χ. η Booking.*

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

- 5. Ποιος αποφασίζει σε ποια site θα ενταχθούν τα ξενοδοχεία? Ο ίδιος αποφασίζει και για τις προσφορές/ τιμές ή τις προτείνουν τα ίδια τα site?**

*Κατά βάση την επιλογή την κάνω εγώ. Σε περίπτωση που κάποιο site ζητάει κάποιους ειδικούς όρους, π.χ. allotment ή μεγάλη προμήθεια π.χ. 35% το συζητάω με την υπεύθυνη πωλήσεων. Σημειώστε η παραπάνω διαδικασία είναι πολύ σχετική καθώς εξαρτάται από το οργανόγραμμα του κάθε ξενοδοχείου. Σε μικρά ξενοδοχεία όλες αυτές τις αποφάσεις μπορεί να τις λαμβάνει ένας άνθρωπος, π.χ. ο διευθυντής του ξενοδοχείου ή σε κάποιο μεγάλο ξενοδοχείο ο υπεύθυνος e-sales να έχει απόλυτη δικαιοδοσία να λαμβάνει όλες τις αποφάσεις.*

- 6. Από το σύνολο των δωματίων, τι ποσοστό είναι διαθέσιμο στα site?**

*Ο αριθμός των διαθέσιμων δωματίων σε κάθε site, αλλιώς στα sites και ως inventory, μπορεί να ξεπερνάει καθημερινά και τον ίδιο τον αριθμό των δωματίων που το ξενοδοχείο έχει διαθέσιμο! Αυτό γίνεται ώστε το ξενοδοχείο να έχει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα. Η βασική λογική είναι ότι δίνουμε λιγότερα δωμάτια από αυτά που έχουμε μικρότερο αριθμό και περισσότερα από αυτά που έχουμε μεγαλύτερο αριθμό. Δηλαδή για το Semiramis π.χ., δίνουμε στην Booking 1 standard και 2 superior κάθε μέρα. Έτσι προστατεύουμε το availability και μεγιστοποιούμε και το κέρδος. Σημειώστε ότι στα πιο παραγωγικά μας sites δίνουμε περισσότερα δωμάτια από ότι στα υπόλοιπα, επειδή και πωλούνται αλλά και μας ανεβάζουν στο ranking (κατάταξη σε κάθε site).*

- 7. Κατά πόσο έχουν αυξηθεί οι on line κρατήσεις από τότε που ξεκίνησαν μέχρι σήμερα? Σήμερα τι ποσοστό από τις συνολικές κρατήσεις τους αντιστοιχεί?**

*Γενικά οι on line κρατήσεις τα τελευταία χρόνια έχουν μόνο αυξητικό ρυθμό, χοντρικά της τάξης του 10 με 20% από έτος σε έτος. Δεν μπορώ να σας δώσω συγκεκριμένους αριθμούς και ξενοδοχεία, οπότε σημειώστε ότι γενικά το κέντρο έχει μεγαλύτερα ποσοστά από τα προάστια και ότι ένας καλό ποσοστό είναι γύρω στο 20% του συνόλου.*

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

### 8. Η πολιτική ακύρωσης των 24 ωρών σε τι βοηθάει?

Όπως αντιλαμβάνεστε είναι πολύ αποτρεπτικό για έναν πελάτη να έχει να ανησυχεί για ένα μεγάλο cancellation policy σε περίπτωση που πάει κάτι στραβά με το ταξίδι του. Παράλληλα ακριβώς επειδή κατά κύριο λόγο έχουμε business πελατεία, η οποία έχει και ποιο ευμετάβλητα ταξίδια και συγκεκριμένα budget.

### 9. Κρατιέται αρχείο? Για ποιούς λόγους?

Κρατάμε αρχείο για τα πάντα. Από κρατήσεις, τιμές, προσφορές. Πρώτον φυσικό για να είμαστε εξασφαλισμένοι σε περίπτωση οποιασδήποτε αμφισβήτησης από site ή από πελάτη. Δεύτερον γιατί μπορούμε να επιστρέφουμε και να ελέγχουμε την απόδοση σε διάφορες κινήσεις που έχουμε κάνει (προσφορές, χαμηλότερες τιμές) ώστε να τα επαναλάβουμε στο μέλλον

### 10. Αν γίνει μια κράτηση μέσω ενός site, η τιμή για τον πελάτη είναι πιο χαμηλή? Για ποιο λόγο?

Πιο χαμηλή από τι; Η λογική των τιμών είναι ότι ο travel agent παίρνει την χαμηλότερη τιμή (net), η εταιρεία την αμέσως επόμενη (μέση τιμή ως frequent πελάτης) και ο individual την ακριβότερη (σε σχέση με τις άλλες). Στο internet δημοσιεύονται οι τιμές των Individual (FIT). Σημειώστε ότι ο χρυσός κανόνας ενός ξενοδοχείου όταν πουλάει σε sites μέσω internet είναι να δίνει σε όλους τις ίδιες τιμές, ώστε να μην δημιουργεί λανθάνων ανταγωνισμό. Αυτός ο κανόνας λέγεται rate parity. Όλα τα παραπάνω είναι οι βασικές αρχές αλλά όπως καταλαβαίνετε μέσα στον κυκλώνα της αγοράς οι τιμές και ποιοι τις δικαιούνται μπορεί να πάρουν περίπλοκες διαστάσεις.

### 11. Έχει σημασία το πόσο νωρίτερα θα γίνει η κράτηση?

Έχει σημασία μόνο στην περίπτωση που ένα ξενοδοχείο προσφέρει Early Booking Rate. Πολλά ξενοδοχεία λοιπόν έχουν τέτοιες προσφορές στην προσπάθειά τους να γεμίσουν με χαμηλή τιμή ένα συγκεκριμένο αριθμό των δωματίων τους και έπειτα να μπορούν να πουλήσουν σε υψηλότερες τιμές τα υπολειπόμενα δωμάτια. Αυτή είναι μία τακτική που εφαρμόζεται συνήθως σε low seasons. Οι πελάτες πλέον είναι πιο ενήμεροι για την ύπαρξη

## On line Συστήματα Κρατήσεων για Ξενοδοχεία

τέτοιων προσφορών και τις αναζητούν. *Leaders* σε αυτόν τον τομέα είναι οι αεροπορικές, οι οποίες είναι και οι πρώτες διδάξασε.

### 12. Ποιό είναι το κόστος για να εμφανίζεται πρώτο ένα ξενοδοχείο στις μηχανές αναζήτησης όταν ο πελάτης αναζητήσει ξενοδοχείο στην Αθήνα?

*Η κατάταξη σε ένα site στην συντριπτική πλειοψηφία τους δεν έχει ΚΑΜΙΑ σχέση με το τι πληρώνει το ξενοδοχείο στο site. Τα περισσότερα sites δεν ζητούν fee, παίρνουν μόνο commission από κάθε κράτηση και παίρνουν πάλι στις περισσότερες περιπτώσεις τα ίδια από όλους. Η κατάταξη λοιπόν ενός ξενοδοχείου εξαρτάται κατά βάσει από τα reviews των πελατών που παίρνει και από τις τιμές (όσο φθηνότερες τόσο καλύτερα). Άλλος παράγοντας που παίζει ρόλο είναι η απόσταση από το κέντρο της πόλης. Σημειώστε ότι τα ξενοδοχεία που δεν σέβονται το rate parity ή καθυστερούν τις πληρωμές τους οδηγούνται στις τελευταίες σελίδες.*

### 13. Πώς διαμορφώνονται οι τιμές και από ποιόν? Τι προμήθεια έχουν τα site –είναι ετήσια ή μηνιαία?

*Σε μας οι τιμές εκδίδονται από την διοίκηση (Γενική Διεύθυνση και Υπεύθυνη Πωλήσεων) και διαμορφώνονται βάσει πολλών διαφορετικών παραγόντων. Τις τάσεις της αγοράς, τον ανταγωνισμό, το budget κ.λ.π. Με την ίδια λογική μεταβάλλονται και κατά την διάρκεια του χρόνου με επιπλέον μεγάλο παράγοντα το occupancy.*

### 14. Είναι σωστό το σκεπτικό πως τα site είναι ηλεκτρονικής μορφής τουριστικά γραφεία?

*Μεγάλη συζήτηση και πολύ σχετική!! Το σίγουρο είναι ότι έτσι όπως εξελίσσονται τα πράγματα στα επόμενα χρόνια πολλά γραφεία θα χάσουν δουλειά (πολλά έχουν χάσει ήδη) γιατί το κοινό προτιμά την ευκολία και βέβαια την ποικιλία των πληροφοριών που βρίσκει στο Internet.*

### 15. Ποια είναι τα καθήκοντα ενός e-sales manager?

- Επιλογή των καλύτερων sites για καταχώρηση
- Διαπραγμάτευση των καλύτερων όρων για το ξενοδοχείο
- Καταχώρηση στα sites
- Συνεχής έλεγχος τιμών και διαθεσιμότητας
- Ανοιγοκλεισίματα
- Στενή παρακολούθηση των reviews των πελατών για την διαφύλαξη της ποιότητας
- Προσαρμογή των τιμών ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες
- Έλεγχος του ανταγωνισμού
- Στατιστικά αποτελεσμάτων
- Συνεχής αναζήτηση καλών sites
- Διαχείριση marketing και social media (facebook, flickr, delicious, twitter)