

Πώς τα εργαλεία του Web 2.0 επηρεάζουν τον τουρισμό

Αλμπανίδης Παναγιώτης¹, Γωνιωτάκη Κατερίνα¹, Θεοδωρακάκης Κωνσταντίνος¹,
Καλομνίου Μπέλλα¹, Νικολαΐδης Νίκος¹

Γενικό Λύκειο Αριστοτελείου Κολλεγίου Θεσσαλονίκης
lykeio@aristotelio.edu.gr

Δρ.Κοκκίνου Ελένη¹, Παπαχρήστου Μαρία²

¹Φυσικός – Πληροφορικός, Αριστοτέλειο Κολλέγιο
ekokkinou@gmail.com

²Φιλολόγος, Αριστοτέλειο Κολλέγιο
mary.papa.christou@hotmail.com

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κύριος σκοπός των ιστοσελίδων των επιχειρήσεων που υπάρχουν αναρτημένες στο διαδίκτυο είναι να προβάλλουν, με κάθε τρόπο, πληροφορίες και στοιχεία που εξυπηρετούν στην διαφήμιση της επιχείρησής τους. Σκοπός της εργασίας μας ήταν να εξετάσουμε με ποιόν τρόπο οι ιστοσελίδες αυτές μπορούν να έχουν επίδραση στον τουρισμό. Η έρευνά μας ξεκίνησε με τη βιβλιογραφία, που αναζητήσαμε και συγκεντρώσαμε από το διαδίκτυο. Έπειτα, δραστηριοποιηθήκαμε δημιουργώντας ερωτηματολόγια ώστε να διαπιστώσουμε την προτίμηση ενηλίκων μεταξύ ηλεκτρονικών ιστοσελίδων και online booking και ταξιδιωτικών γραφείων και πρακτορείων. Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων έδειξαν ότι οι ενήλικες εμπιστεύονται τις πληροφορίες των ιστοσελίδων, αλλά ακόμα και αν κανονίζουν τις διακοπές τους μέσω του διαδικτύου, δεν νιώθουν ασφάλεια όταν δίνουν προσωπικά στοιχεία, όπως τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας. Τέλος, δημιουργήσαμε ένα blog με τίτλο «Recommended Websites for Traveling in Greece» το οποίο περιέχει όλες τις χρήσιμες και έγκυρες ιστοσελίδες που χρειάζεται κάποιος για να κανονίσει μία επίσκεψη στην Ελλάδα.

ΛΕΞΕΙΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ: κατασκευή ιστοσελίδων, τουρισμός, εργαλεία Web 2.0

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της εργασίας μας ήταν να ερευνήσουμε κατά πόσο τα εργαλεία του Web 2.0 μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό. Τα εργαλεία του Web 2.0 χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν τη νέα γενιά του παγκόσμιου ιστού η οποία βασίζεται στην όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα των χρηστών του διαδικτύου να μοιράζονται πληροφορίες και να συνεργάζονται online. Αυτή η νέα γενιά είναι μια δυναμική διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών, όπως είναι και η κατασκευή ιστοσελίδων. (Βικιπαίδεια, 2012). Τα τουριστικά γραφεία, τα μουσεία, τα ξενοδοχεία και γενικότερα οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να ωφεληθούν από τα εργαλεία του Web 2.0 και να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους. Μέσω της εργασίας μας κληθήκαμε να αναζητήσουμε αν οι άνθρωποι όντως χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες αυτές κι αν η χρήση του online booking έχει αντικαταστήσει τις επισκέψεις στα ταξιδιωτικά γραφεία. Παρατηρείται ότι το 30,7% των συνολικών κρατήσεων των ξενοδοχειακών αλυσίδων γίνεται μέσω του διαδικτύου, γεγονός που αποδεικνύει την όλο και αυξανόμενη επιρροή των εργαλείων Web 2.0 στον τουρισμό. Αυτές οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου αποτελούν μια καθαρή απώλεια για τα τουριστικά γραφεία, στο βαθμό βεβαίως που δε δραστηριοποιούνται και τα ίδια στο διαδίκτυο. (Κούτουλας, 2005) Παράλληλα, μέσω της εργασίας μας, διαπιστώσαμε ότι οι επίσημες ιστοσελίδες αυτών όντως

έχουν ανταπόκριση στους πελάτες, καθώς οι ίδιοι δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τις πληροφορίες που βρίσκονται αναρτημένες στο διαδίκτυο. Συνοψίζοντας, αυτό που παρατηρήσαμε ήταν ότι με την χρήση των εργαλείων Web 2.0 ο τουρισμός όχι μόνο ωφελήθηκε, αλλά εξελίχθηκε σε αισθητά μεγάλο βαθμό.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η διαδικασία της μεθοδολογίας μας ξεκίνησε με την βιβλιογραφική μας έρευνα. Το διαδίκτυο ήταν το κατάλληλο μέσο για την αναζήτηση των πληροφοριών, οι οποίες μας ήταν πολύ χρήσιμες για την ομαλή διεξαγωγή της εργασίας μας. Έπειτα, ακολούθησε η σύνταξη και διανομή ερωτηματολογίων τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά σε ενήλικες από το συγγενικό μας περιβάλλον και σε καθηγητές του σχολείου μας. Οι ερωτήσεις που περιλάμβαναν είχαν να κάνουν με την προτίμηση τους μεταξύ online booking και ταξιδιωτικού γραφείου, με την εμπιστοσύνη που δείχνουν στις επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων, μουσείων και ταξιδιωτικών επιχειρήσεων, καθώς και με τον τρόπο που ολοκληρώνουν μια οικονομική συναλλαγή για την οργάνωση ενός ταξιδιού. Με την ολοκλήρωση της καταμέτρησης και της καταγραφής των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων, ασχοληθήκαμε με την δημιουργία ενός blog, με τίτλο «Recommended Websites for Traveling in Greece». Αφού αναζητήσαμε τις πιο έγκυρες ιστοσελίδες ξενοδοχείων, ταξιδιωτικών πρακτορείων και μουσείων και τελειοποιήσαμε τη διαμόρφωση του, είχαμε πλέον ολοκληρώσει και το τελευταίο κομμάτι της μεθοδολογίας μας.

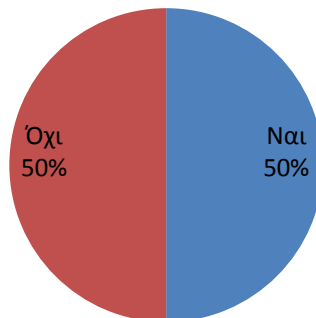
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μετά από διεξοδικές αναζητήσεις και από την καταμέτρηση των ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε μεγάλο εύρος πλήθους οδηγηθήκαμε σε κάποια αποτελέσματα, σημαντικά για την πορεία της εργασίας μας. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις γυναίκες διαπιστώθηκε ότι το 80% πιστεύει πως η ενοικίαση δωματίου μέσω διαδικτύου (online booking) διευκολύνει τους ανθρώπους. Επίσης οι περισσότερες από αυτές (60%-40%) δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τα επίσημα site των ξενοδοχείων, καθώς και το 85% θεωρεί πως η σωστή προβολή ενός ξενοδοχείου-μουσείου επηρεάζει θετικά την επιλογή του πελάτη. Για τις συναλλαγές μέσω του διαδικτύου αποδείχτηκε ότι προτιμάται η κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό και η χρήση πιστωτικής κάρτας (40%-40%) ως τρόπο πληρωμής, ενώ λιγότερο χρησιμοποιείται η κατάθεση των χρημάτων μέσω Pay Pal(20%). Η πλειονότητα των γυναικών δεν νιώθουν άνεση και ασφάλεια όταν δίνουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας (60%), καθώς οι υποκλοπές είναι ένα πολύ συχνό φαινόμενο. Τέλος, συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών (90%-10%) πιστεύει ότι η οργάνωση ενός ταξιδιού μέσω διαδικτύου είναι πιο οικονομική από ότι μέσω ενός ταξιδιωτικού γραφείου.

Τα αποτελέσματα για τους άντρες συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με αυτά των γυναικών. Αρχικά, διαπιστώθηκε πως οι περισσότεροι (70%) θεωρούν πως το online booking διευκολύνει το άτομο, αλλά και ότι εμπιστεύονται τις επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων σε μεγάλο ποσοστό (80%). Επίσης, η πλειονότητα των ανδρών (85%) πιστεύουν ότι η σωστή προβολή ενός ξενοδοχείου-μουσείου επηρεάζει την επιλογή του πελάτη και υποστηρίζουν ότι δεν νιώθουν άνεση και ασφάλεια όταν δίνουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας. Επιπρόσθετα, οι περισσότεροι άνδρες επιλέγουν να ολοκληρώσουν την διαδικτυακή συναλλαγή τους με Pay Pal και με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό (45%-35%), ενώ λιγότεροι προτιμούν τη πιστωτική κάρτα (20%). Τέλος, οι πλειοψηφία τους τονίζουν πως η οργάνωση ενός ταξιδιού μέσω internet είναι πιο οικονομική από τη βοήθεια ενός ταξιδιωτικού γραφείου. Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι υπάρχει απόλυτη ισορροπία για την προτίμηση των ενηλίκων για το ταξιδιωτικό γραφείο και το online booking (50%-50%), δηλαδή χρησιμοποιούνται και τα δύο αρκετά.

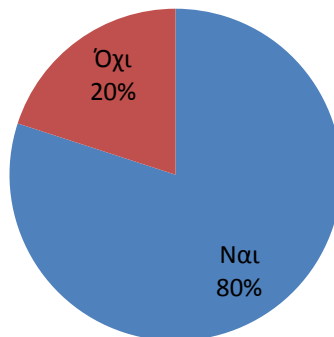
Ακολουθούν γραφήματα από μερικές ερωτήσεις των ερωτηματολογίων μας.

2. Εσείς ποια υπηρεσία χρησιμοποιείτε περισσότερο, τη βοήθεια ενός ταξιδιωτικού γραφείου(Ναι) ή το online booking(Όχι) ;

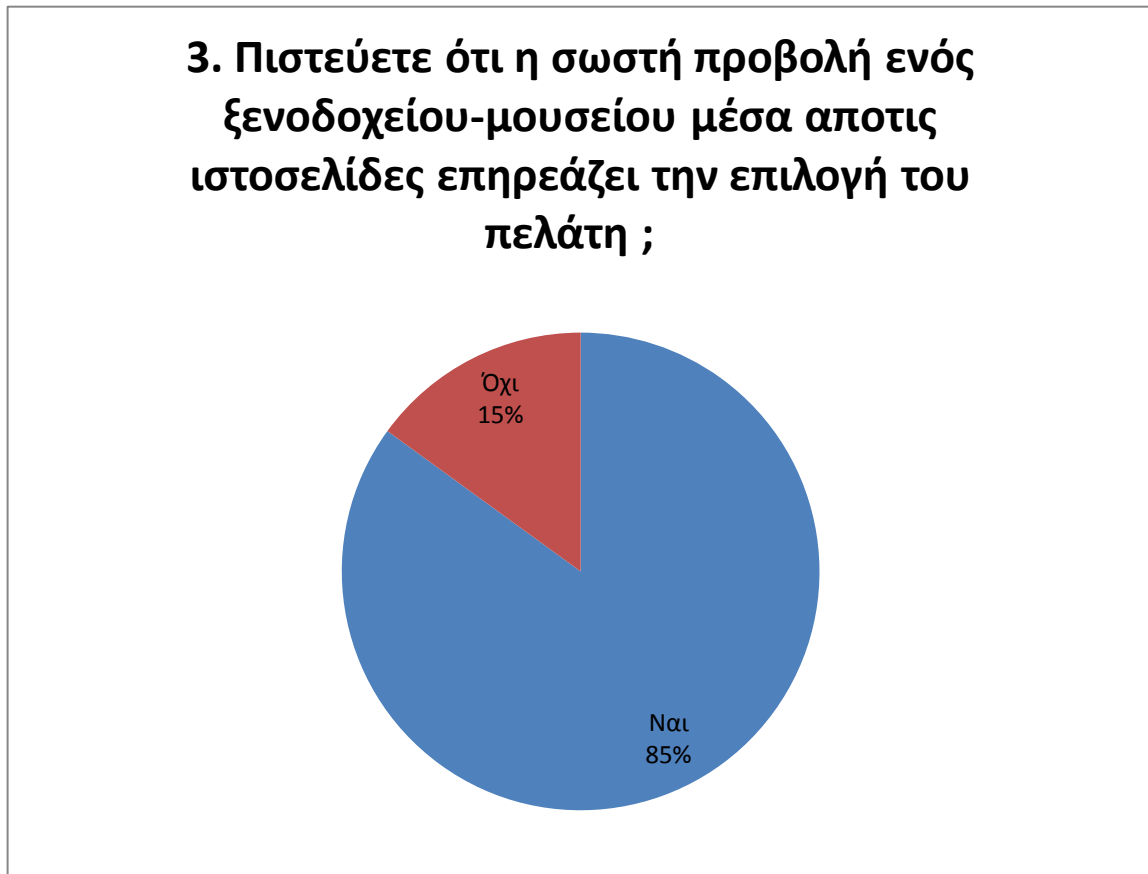


Σχήμα 1: Ενδιαφέρουσες ήταν οι απαντήσεις στην ερώτηση 2, ποιά υπηρεσία χρησιμοποιείτε περισσότερο, τη βοήθεια ενός ταξιδιωτικού γραφείου ή το online booking; Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι 50% των ερωτηθέντων εμπιστεύεται το online booking, ενώ το υπόλοιπο 50% προτιμά τη βοήθεια του ταξιδιωτικού γραφείου.

5. Πιστεύετε ότι είναι πιο οικονομικό να οργανώνεται το ταξίδι σας μέσω του διαδικτύου;



Σχήμα 2: Στην ερώτηση 5, το 80% υποστηρίζει πως η οργάνωση του ταξιδιού του μέσω του διαδικτύου είναι πιο οικονομική, σε αντίθεση με το 20% που πιστεύει πως κάτι τέτοιο δεν ισχύει.



Σχήμα 3: Η ερώτηση αποδυναμώνει, με το 85% να επιλέγει την απάντηση «ναι», πως η σωστή προβολή ενός ξενοδοχείου-μουσείου μέσα από τις επίσημες ιστοσελίδες τους μπορεί να επηρεάσει την επιλογή του πελάτη, ενώ μόνο το 15% δείχνει να διαφωνεί.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με τη βοήθεια των αποτελεσμάτων οδηγηθήκαμε σε συγκεκριμένα συμπεράσματα. Αρχικά, παρατηρήσαμε ότι οι περισσότεροι άνθρωποι δεν νιώθουν ασφάλεια όταν δίνουν τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας μέσω διαδικτύου. Για αυτό και ελάχιστο ποσοστό ολοκληρώνει τη συναλλαγή του με πιστωτική κάρτα, και αντί αυτού προτιμά την κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό ή μέσω PayPal. Ωστόσο, όλοι συμφωνούν ότι η ενοικίαση δωματίου online όχι μόνο διευκολύνει την οργάνωση του ταξιδιού τους, αλλά την καθιστά και περισσότερο οικονομική. Επιπρόσθετα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων εμπιστεύεται τις πληροφορίες που είναι αναρτημένες στις επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων ή των μουσείων και συμφωνεί στο ότι η σωστή προβολή αυτών μέσω των ιστοσελίδων τους επηρεάζει σε μέγιστο βαθμό την επιλογή του πελάτη. Παρ' όλα αυτά η χρήση του online booking σε σύγκριση με αυτή του ταξιδιωτικού γραφείου παραμένει ισόμερη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Δρ. Δημήτρης Κούτουλας, 2005

Οι Προοπτικές των Τουριστικών Γραφείων στην Εποχή του Internet

<http://www.traveldailynews.gr/columns/article/750>

Βικιπαίδεια, 2012

Vickery, Graham; et al. (2007). *Participative web and user-created content: web 2.0, wikis and social networking*.

Gehtland, Justin; et al. (2006-04-10). *Pragmatic Ajax: A Web 2.0 Primer* (1η έκδοση). Pragmatic Bookshelf. σελ. 304.

Nira – Ιστοσελίδες για ξενοδοχεία

Η δημιουργία ιστοσελίδων ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων μπορεί να αποφέρει σε όλο τους ιδιοκτήτες αύξηση των πελατών σε σύντομο χρονικό διάστημα.

<http://nipastudio.com/%CE%BA%CE%B1%CF%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CE%AE-%CE%89%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1%CF%82/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

Radisson Blu Alcron Hotel, Prague

<http://radissonblu-alcron-prague.h-rez.com/index.htm?lbl=ggl-en>

WHAT TO DO IN FLORENCE || Florence Sightseeing – Things to do in Florence

<http://salviatino.com/blog/>

Hilton Paris La Defense hotel

http://www1.hilton.com/en_US/hi/hotel/PARLDHI-Hilton-Paris-La-Defense/index.do

Hilton Athens Hotel

<http://www.hiltonathens.gr/en/>

Le Palais Hotel Prague – 5 stars, Czech Republic

<http://www.palaishotel.cz/en/home/>

5 Star Luxury Hotel, Boutique Hotels Kensington – The Milestone London

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

Claridge's | Luxury Hotel in Mayfair, London | 5-star London Hotel

<http://www.claridges.co.uk/>

Hotel Sofitel Munich Bayerpost – Luxushotel MUENCHEN – Offizielle Website

<http://www.sofitel.com/de/hotel-5413-sofitel-munich-bayerpost/index.shtml>

Majestic Hotel & Spa Barcelona 5*GL – Official Website

<http://www.hotelmajestic.es/>

Grand Hotel Amrath Amsterdam | 5 Star Luxury Hotel Amsterdam

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

Hotel Wilson : Paris comme si vous y etiez

<http://www.hotelwilson.com/en/>