



Πως τα εργαλεία του Web 2.0 μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό

Μέλη ομάδας:

**Αλμπανίδης Παναγιώτης, Γωνιωτάκη Κατερίνα,
Θεοδωρακάκης Κωνσταντίνος, Καλυμνίου Μπέλλα,
Νικολαΐδης Νίκος**

Επιβλέποντες καθηγήτριες:

Δρ.Κοκκίνου Ελένη, Παπαχρήστου Μαρία

Εισαγωγή

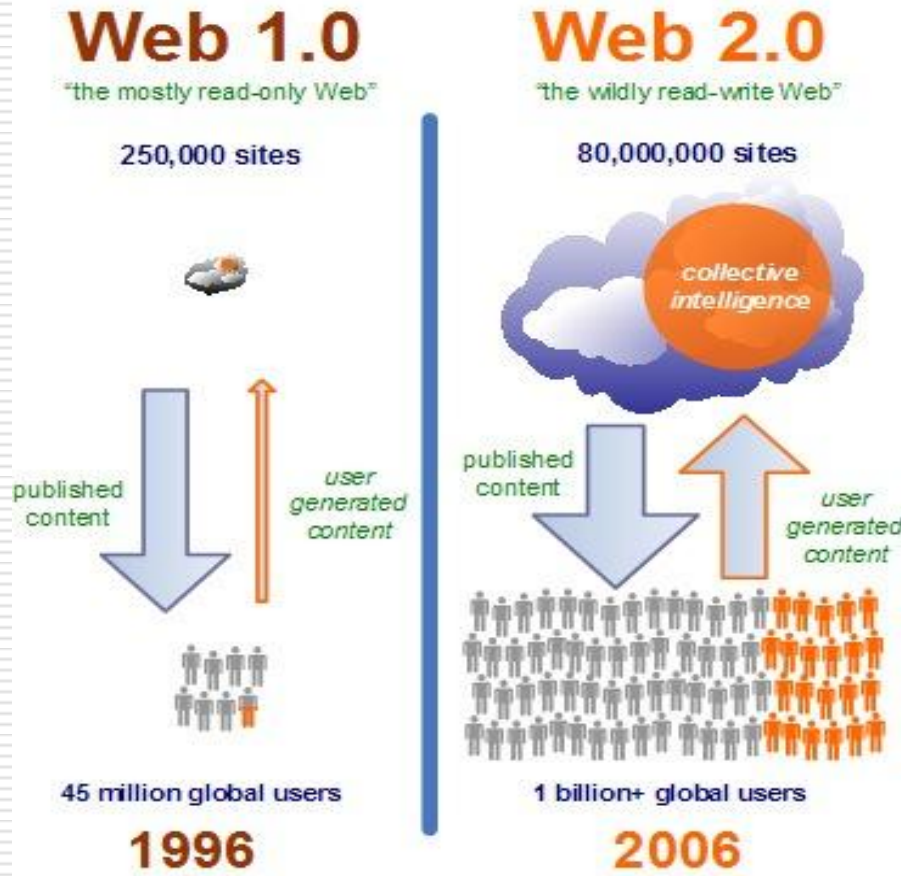
Σκοπός της εργασίας μας ήταν να ερευνήσουμε κατά πόσο τα εργαλεία του Web 2.0 μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό. Τα εργαλεία του Web 2.0 χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν τη νέα γενιά του παγκόσμιου ιστού η οποία βασίζεται στην όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα των χρηστών του διαδικτύου να μοιράζονται 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).

Εισαγωγή

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, καθώς μέσω αυτών προβάλλουν ορισμένα στοιχεία και προτερήματα που μπορούν να αυξήσουν πελατεία.



Εισαγωγή



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)

Τέλος, παρατηρήσαμε ότι με την χρήση των εργαλείων Web 2.0 ο τουρισμός όχι μόνο ωφελήθηκε, αλλά εξελίχθηκε σε αισθητά μεγάλο βαθμό.

Μεθοδολογία

1. Βιβλιογραφική έρευνα στο διαδίκτυο :
Το διαδίκτυο ήταν το κατάλληλο μέσο για την αναζήτηση των πληροφοριών, οι οποίες μας ήταν πολύ χρήσιμες για την ομαλή διεξαγωγή της εργασίας μας.
 2. Σύνταξη και διανομή ερωτηματολογίων :
Τα ερωτηματολόγια απευθύνονταν αποκλειστικά σε ενήλικες από το συγγενικό και φιλικό μας περιβάλλον καθώς και 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.
-

Μεθοδολογία

3. Δημιουργία blog :

Δημιουργήσαμε ένα blog με τίτλο "Recommended Websites for Traveling in Greece", στο οποίο μετά από πολύωρη αναζήτηση αναρτήσαμε τις πιο έγκυρες ιστοσελίδες ξενοδοχείων, ταξιδιωτικών πρακτορείων, μουσείων που χρειάζεται κάποιος για να κλείσει ένα ολοκληρωμένο πακέτο διακοπών στην Ελλάδα, μέσω διαδικτύου.

Ακολουθούν φωτογραφίες που απεικονίζουν το blog.

Recommended Websites for Travelling in Greece

REVIEWS AND COMPLAINTS

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

http://www.tripadvisor.com.gr/Tourism-g187833-Turin_Province_of_Turin_Fredmont-Vacations.html

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

<http://www.alternativetravel.gr/>

 [HolidayWatchdog](#)

POPULAR MUSEUMS

<http://www.museumhouse.org/museum/>

<http://www.endlessgreece.com/museum/>

 [HolidayWatchdog](#)

AEROPLANE TICKETS

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

<http://en.4eggsair.com/>

http://www.bigmplair.com/home.asp?ta_10=349

 [HolidayWatchdog](#)

CAR RENTAL

<http://www.hertz.gr/network>

<http://www.avis.gr/>

<http://www.budgetrentacar.gr/>

 [HolidayWatchdog](#)

  Πραγινά το στο Google

FERRY HEAD OFFICE

<http://www.greekferries.gr/>
<http://www.ferries.gr/booking/>

  Πραγινά το στο Google

PAY PAL (CREDIT CARD SERVICE)

<https://www.paypal.com/gr>

  Πραγινά το στο Google


BUS SERVICE

<http://www.zorplds.gr/>

  Πραγινά το στο Google

Αρχική σελίδα

Εγγραφή σε: Αναρτήσεις (Atom)

Travel πρότυπο. Powered by 

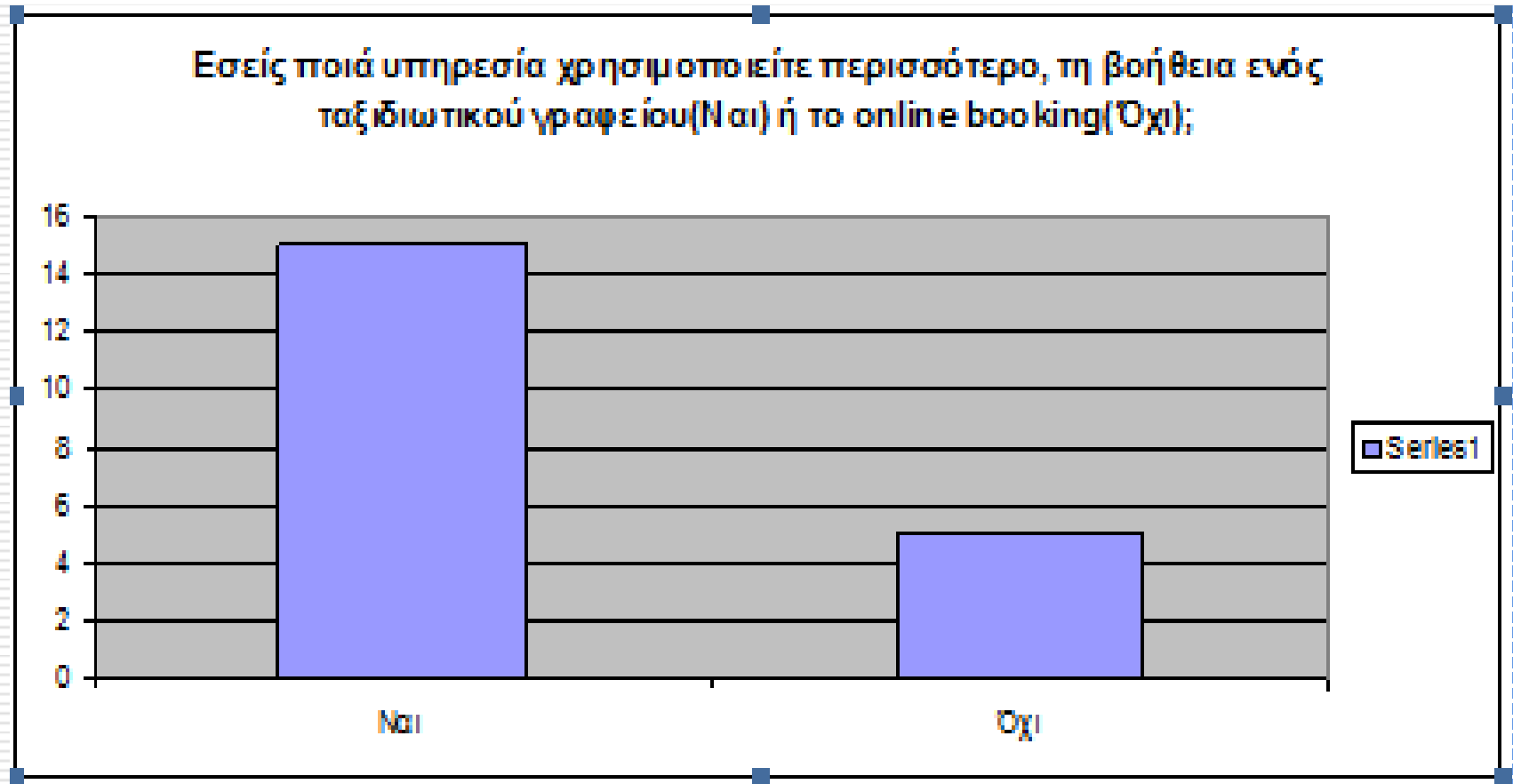
Αποτελέσματα Γυναικών

- Η πλειοψηφία των γυναικών (60%-40%) δήλωσαν ότι εμπιστευονται τα επίσημα sites των ξενοδοχείων, καθώς και το 85% θεωρεί πως η σωστή προβολή ενός ξενοδοχείου-μουσείου επηρεάζει θετικά την επιλογή του πελάτη.
 - Συναλλαγές μέσω του διαδικτύου :
 - η κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό (40%)
 - η χρήση πιστωτικής κάρτας (40%)
 - κατάθεση των χρημάτων μέσω PayPal (20%)
 - Η πλειονότητα των γυναικών δεν νιώθουν άνεση και ασφάλεια όταν δίνουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας (60%).
 - Τέλος, συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών (90%-10%) πιστεύει ότι η οργάνωση ενός ταξιδιού μέσω διαδικτύου είναι πιο οικονομική από ότι μέσω ενός ταξιδιωτικού γραφείου.
-

Αποτελέσματα Γυναικών

- 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 γυναικών εμπιστεύεται το online booking, ενώ το υπόλοιπο 50% προτιμά τη βοήθεια του ταξιδιωτικού γραφείου.
-

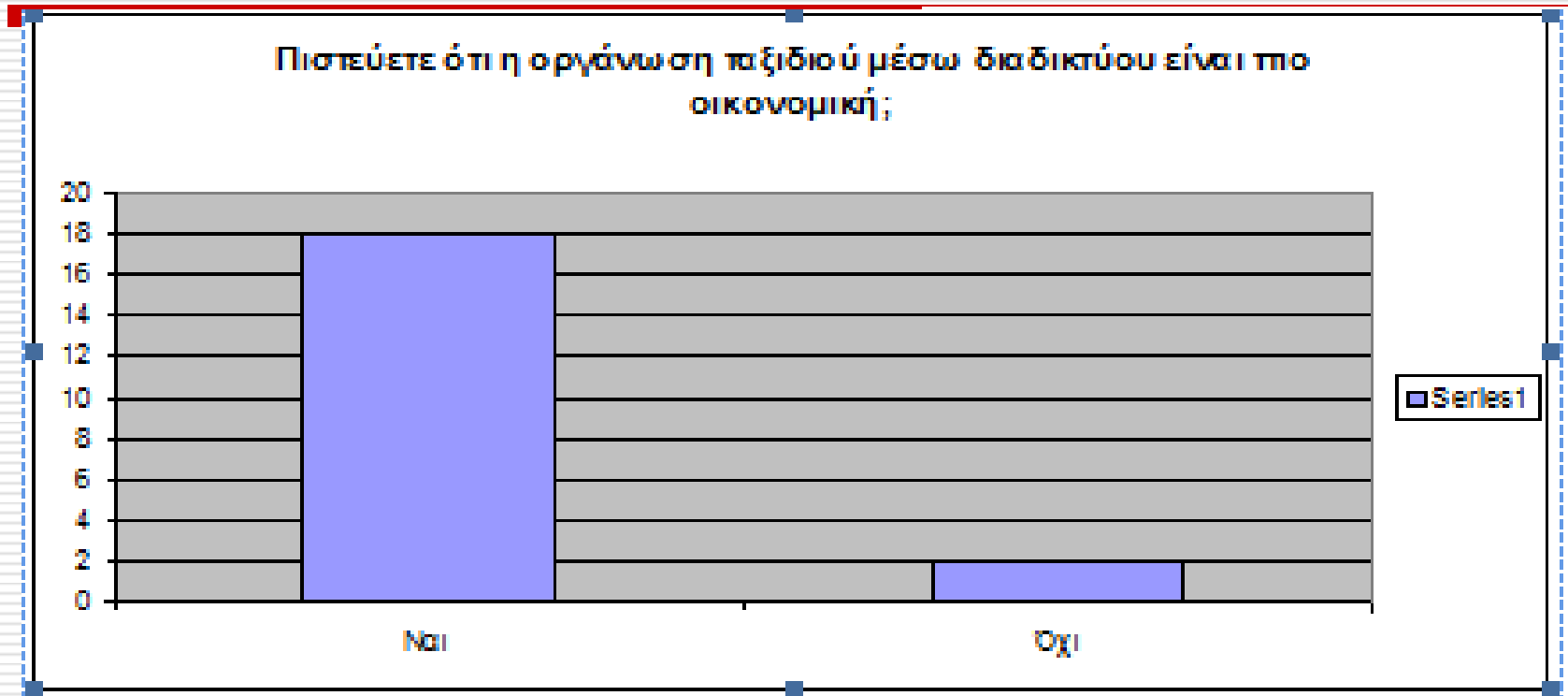
Αποτελέσματα Γυναικών



Αποτελέσματα Ανδρών

- ❑ Τα αποτελέσματα των ανδρών συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με αυτά των γυναικών.
 - ❑ Αρχικά, διαπιστώθηκε πως οι περισσότεροι (70%) θεωρούν ότι το online booking διευκολύνει το άτομο, αλλά και ότι εμπιστεύονται τις επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων σε μεγάλο ποσοστό (80%).
-

Αποτελέσματα Ανδρών

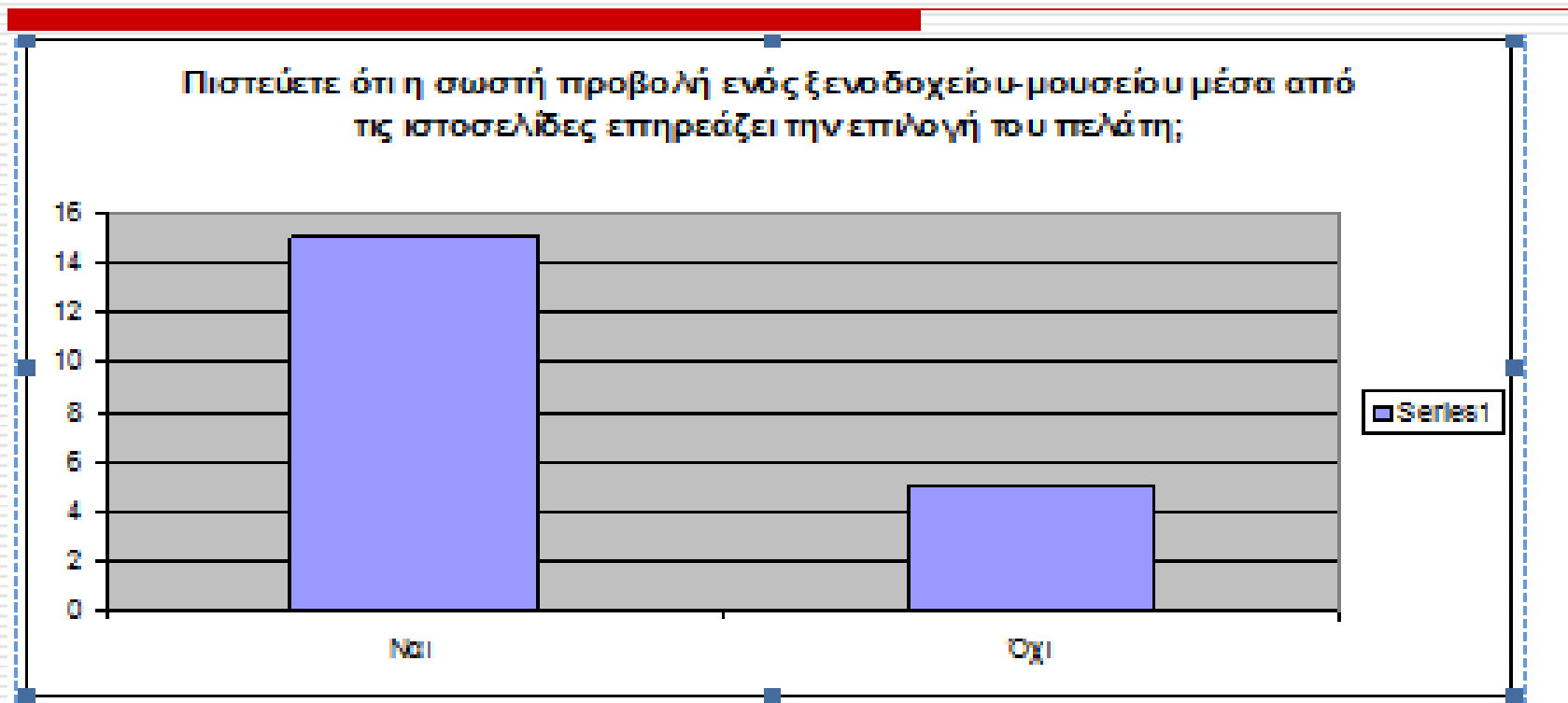


Σχήμα 2: Στην ερώτηση 5, το 80% υποστηρίζει πως η οργάνωση του ταξιδιού του μέσω του διαδικτύου είναι πιο οικονομική, σε αντίθεση με το 20% των γυναικών που πιστεύει πως κάτι τέτοιο δεν ισχύει.

Αποτελέσματα Ανδρών

- Οι περισσότεροι άνδρες επιλέγουν να ολοκληρώσουν την διαδικτυακή συναλλαγή τους με PayPal 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.
-

Αποτελέσματα Ανδρών



Σχήμα 3: Η ερώτηση αποδεικνύει, 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% των γυναικών δείχνει να διαφωνεί.

Συμπεράσματα

- ❑ Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν νιώθουν ασφάλεια όταν δίνουν τον αριθμό της πιστωτικής τους κάρτας στο διαδίκτυο.
 - ❑ Για αυτό και ελάχιστο ποσοστό ολοκληρώνει τη συναλλαγή του με πιστωτική κάρτα, και αντί αυτού προτιμά την κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό ή μέσω PayPal.
 - ❑ Όλοι συμφωνούν ότι η ενοικίαση δωματίου online όχι μόνο διευκολύνει την οργάνωση του ταξιδιού τους, αλλά την καθιστά και περισσότερο οικονομική.
-

Συμπεράσματα

- 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.
-

Βιβλιογραφία

- 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.

 - Nipa – Ιστοσελίδες για ξενοδοχεία
Η δημιουργία ιστοσελίδων ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων μπορεί να αποφέρει σε όλους τους ιδιοκτήτες αύξηση των πελατών σε σύντομο χρονικό διάστημα
<http://nipastudio.com>

 - Radisson Blu Alcron Hotel, Prague
<http://radissonblu-alcron-prague.h-rez.com/index.htm?lbl=ggl-en>
-

Βιβλιογραφία

- ❑ 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/>
-

Βιβλιογραφία

- 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/>
 - Claridge's | Luxury Hotel in Mayfair, London | 5-star London Hotel
<http://www.claridges.co.uk/>
-

Ευχαριστούμε πολύ για την προσοχή
σας.
