

ΚΑΤΣΩΝΗ ΒΙΚΥ

ΔΙΕΘΝΗ  
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ  
ΚΑΙ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



338. 4420  
ΥΑΤ

Δ Ω Ρ Ε Α

Τ.Ε.Ι. ΑΘΗΝΑΣ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Αρ. εισ. 86401

Κατσώνη Βίκυ

**Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων  
και Τεχνολογία στον Τουρισμό**

ISBN: 978-960-93-3067-1

Copyright 2011  
Βασιλική Κων. Κατσώνη  
e-mail: [katsoniv@teiath.gr](mailto:katsoniv@teiath.gr)  
[katsoniv@gmail.com](mailto:katsoniv@gmail.com)

τηλ. : 210-6044405

Απαγορεύεται η αντιγραφή ή αναδημοσίευση ολόκληρου ή μέρους αυτού του βιβλίου, με οποιαδήποτε μέθοδο κι αν γίνει, χωρίς την έγγραφη συγκατάθεση του εκδότη.

Κάθε γνήσιο αντίγραφο υπογράφεται από τη συγγραφέα

Στην μνήμη των  
Νίκου Γιούργαλη και Κωνσταντίνου Κατσώνη,  
σύζυγο και πατέρα,  
που η αγάπη τους με έπλασε σε αυτό που είμαι

# Περιεχόμενα

---

---

Πρόλογος .....	17
----------------	----

## Κεφάλαιο 1

Εννοιολογικές τοποθετήσεις ως προς τον τουρισμό και τις τουριστικές δραστηριότητες	19
---	----

---

1.1. Η έννοια του τουρισμού.....	19
1.2. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.....	25
1.3. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία.....	32
Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία. και	
1.4. τα πολιτιστικά πρότυπα.....	39
1.5. Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Περιβάλλον.....	47
1.6. Υφιστάμενη κατάσταση του ελληνικού τουρισμού.....	54
1.6.1. Θέση της Ελλάδας στον Παγκόσμιο και Ευρωπαϊκό Τουρισμό. ....	54
1.6.2. Τουριστικές αγορές της Ελλάδας.....	56
Τα χαρακτηριστικά του αλλοδαπού τουρισμού	
1.6.3. που επισκέπτεται την Ελλάδα. ....	58
1.6.4. Η ξενοδοχειακή υποδομή της Ελλάδας.....	61
1.6.4.1. Γενικά χαρακτηριστικά.....	61
1.6.4.2. Γεωγραφική κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού.....	65
1.6.5. Κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού.....	69
Βιβλιογραφία.....	71

## **Κεφάλαιο 2**

### **Τεχνολογία και Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ ( Information and Communication Technologies, ICT ) στον τουρισμό**

**76**

2.1.	Γενικά για την τεχνολογία και την ανταγωνιστικότητα.....	76
2.2.	Η τεχνολογία και η ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα.....	79
2.3.	Ορισμός, στόχος και εφαρμογές των ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον τουρισμό.....	84
2.4.	Ο δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI) και υποδομών ΤΠΕ (ICT Infrastructure) και η θέση της Ελλάδας στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον.....	90
2.5.	Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) και ηλεκτρονικός τουρισμός.....	94
2.6.	Σχέση μεταξύ των ΤΠΕ και της παραγωγικότητας.....	97
2.7.	Η διείσδυση των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο της Ελλάδας.....	98
2.8.	Μέτρα της πολιτείας για την ενίσχυση της διείσδυσης των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο.....	111
2.9.	Οι ιστορικές εξελίξεις και η χρήση των Τ.Π.Ε. στη βιομηχανία των αερογραμμών.....	112
2.10.	Ο στρατηγικός και τακτικός ρόλος των Τ.Π.Ε. για τις αερογραμμές.....	117
	Βιβλιογραφία.....	120

## **Κεφάλαιο 3**

### **Τουριστικά κανάλια διανομής**

**140**

3.1.	Γενικά για την τεχνολογία και την ανταγωνιστικότητα.....	140
------	--	-----

3.2.	Η τεχνολογία και η ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα.....	144
3.3.	Ορισμός, στόχος και εφαρμογές των ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον τουρισμό.....	154
3.4.	Ο δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI) και υποδομών ΤΠΕ (ICT Infrastructure) και η θέση της Ελλάδας στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον.....	158
3.5.	Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) και ηλεκτρονικός τουρισμός.....	162
3.6.	Σχέση μεταξύ των ΤΠΕ και της παραγωγικότητας.....	170
3.7.	Η διείδυση των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο της Ελλάδας.....	175
3.8.	Μέτρα της πολιτείας για την ενίσχυση της διείδυσης των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο.....	181
3.9.	Οι ιστορικές εξελίξεις και η χρήση των Τ.Π.Ε. στη βιομηχανία των αερογραμμών.....	185
	Βιβλιογραφία.....	189

## **Κεφάλαιο 4**

### **Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων**

**(Global Distribution Systems,G.D.S.)**

**201**

---

4.1.	Γενικά.....	201
4.2.	Τι είναι τα G.D.S. και ποιά η στρατηγική τους.....	203
4.3.	Τι πληροφορηση μας παρέχουν τα GDS.....	206
4.4.	Ιστορική αναδρομή των GDS.....	208
4.5.	Εξέλιξη των C.R.S. σε G.D.S.....	221
4.6.	Η σημερινή κατάσταση των G.D.S.....	224
4.6.1.	Μια αναπτυσσόμενη μεγάλη δύναμη: η θέση των GDS στην Κίνα.....	226

4.7.	Επίδραση των GDS στην τουριστική προσφορά και στην τουριστική ζήτηση.....	228
4.8.	Εμπόδια και προκλήσεις στην εφαρμογή των GDS.....	231
4.8.1.	Λειτουργία σε πραγματικό χρόνο.....	232
4.8.2.	Γεωγραφική διεύρυνση δικτύου.....	233
4.8.3.	Εξασφάλιση συνεχούς λειτουργίας.....	234
4.8.4.	Τα αποθηκευτικά μέσα.....	236
4.9.	Μελλοντικές εξελίξεις και χαρακτηριστικά των GDS.....	237
4.9.1.	Ενοποίηση των επιχειρήσεων GDS και λειτουργία τους σε μεγάλη κλίμακα.....	237
4.9.2.	Οι αερογραμμές εγκαταλείπουν τη λειτουργία των GDS.....	238
4.9.3.	Πολλαπλασιασμός προϊόντος και υπηρεσίας.....	239
4.9.4.	Η δικτυακή διανομή- μια αναπτυξιακή διεύθυνση.....	240
4.10.	Πρόβλεψη των αναπτυξιακών τάσεων των GDS.....	241
	Βιβλιογραφία.....	245

## **Κεφάλαιο 5**

<b>Λειτουργίες, κριτήρια επιλογής και οικονομικές επιπτώσεις των GDSs</b>	<b>249</b>
---	------------

---

5.1.	Λειτουργίες ενός συστήματος κρατήσεων.....	249
5.1.1.	Προγράμματα πτήσεων και διαθεσιμότητα.....	250
5.1.2.	Πληροφορίες για τους πελάτες.....	263
5.1.3.	Ναύλοι και κανονισμοί.....	274
5.1.4.	Έκδοση εισιτηρίων.....	278
5.1.5.	Αυτοματοποιημένες αναφορές.....	282
5.1.6.	Ευκολίες λόγω δυνατότητας λειτουργίας μέσω Windows.....	283



5.1.7.	Άλλες ειδικές υπηρεσίες.....	283
5.2.	Τα κριτήρια επιλογής ενός G.D.S.....	284
5.3.	Τα μειονεκτήματα από τη λειτουργία των G.D.S. στο οικονομικό περιβάλλον.....	293
5.3.1.	Η δημιουργία εμποδίων για την είσοδο νέων επιχειρήσεων.....	293
5.3.2.	Περιορισμένη γεωγραφική διασπορά του δικτύου.....	296
5.3.3.	Η τάση για συνεργασία μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρείες και, κατά συνέπεια, με συγκεκριμένο G.D.S.....	297
5.3.4.	Η δυσκολία εφαρμογής του G.D.S. από μικρές επιχειρήσεις.....	298
5.4.	Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των G.D.S.....	299
5.4.1.	Η ευκολία διανομής τουριστικών προϊόντων και πληροφοριών στους πελάτες τουριστικών πρακτορείων.....	299
5.4.2.	Εξοικονόμηση χρημάτων.....	301
5.4.3.	Βελτίωση της αξιοπιστίας.....	302
5.4.4.	Εξοικονόμηση χρόνου και αύξηση της αποδοτικότητας.....	302
5.4.5.	Ευκολία χρήσης μέσω γραφικού περιβάλλοντος των Windows.....	302
5.4.6.	Παραγωγή ποικιλίας προϊόντων.....	304
5.5.	Μηχανολογικός εξοπλισμός ενός GDS.....	305
5.6.	Χρήση των διεθνών συστημάτων κρατήσεων στα τουριστικά γραφεία και τεχνολογικός εξοπλισμός του τουριστικού γραφείου.....	309
5.7.	Γεωγραφική διασπορά των G.D.S.....	320
	Βιβλιογραφία.....	323

## **Κεφάλαιο 6**

<b>Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων και Διαδίκτυο</b>	<b>336</b>
---	------------

---

6.1.	Τι είναι το διαδίκτυο και τι προσφέρει.....	336
6.2.	Ιστορία του Internet.....	342
6.3.	Τουρισμός και Διαδίκτυο.....	343
6.4.	Ο ρόλος των μεσαζόντων της τουριστικής βιομηχανίας στο διαδίκτυο.....	351
6.5.	Το προφίλ του τουρίστα που χρησιμοποιεί Internet.....	353
6.6.	Γενική διαδικασία ενεργειών για την πραγματοποίηση κράτησης μέσω internet.....	355
6.6.1.	Διαδικασίες αεροπορικής κράτησης μέσω του συστήματος Galileo.....	364
6.7.	Διαδίκτυο και τουριστική πληροφόρηση.....	336
6.8.	Internet, GDS και ταξιδιωτικοί πράκτορες.....	370
6.9.	Internet, αεροπορικές εταιρίες και G.D.S.....	377
6.9.1.	Ιστοσελίδες αεροπορικών εταιρειών και πωλήσεις μέσω Internet.....	384
6.9.2.	Πιθανές συγκρούσεις καναλιών διανομής.....	390
6.9.3.	Η κατάτμηση της αγοράς: η πιθανή λύση για αποφυγή συγκρούσεων.....	394
6.9.4.	Πωλήσεις ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων (e-tickets).....	397
6.10.	Διαδίκτυο, ξενοδοχεία και G.D.S.....	400
6.10.1.	Η εφαρμογή των Συστημάτων Κρατήσεων στα Ξενοδοχεία.....	401
6.10.2.	Η επίδραση της Τεχνολογίας στην Διοίκηση της Ξενοδοχειακής Ιδιοκτησίας.....	403
6.10.3.	Το Μοντέλο ASP και εταιρείες παροχής υπηρεσιών κρατήσεων.....	404
6.10.4.	Η θέση του Internet στον ελληνικό ξενοδοχειακό τομέα.....	407
6.11.	E-commerce αεροπορικών εταιρειών: η επανάσταση στα κανάλια διανομής.....	416

6.11.1. Οι μηχανές αναζήτησης (search engines).....	419
6.11.2. Ιστοσελίδες και ιστολόγια.....	420
6.11.3. Πύλες, “portals” .....	422
6.12. Συμπεράσματα για τη θέση του διαδικτύου στην Ελληνική οικονομία.....	423
Βιβλιογραφία.....	428

## **Κεφάλαιο 7**

### **Travelport: Συγχώνευση Galileo και Worldspan 437**

---

7.1. Galileo International.....	437
7.1.1. Galileo Hellas SA.....	448
7.2. Worldspan.....	454
7.3. Travelport.....	463

## **Κεφάλαιο 8**

### **Sabre 469**

---

## **Κεφάλαιο 9**

### **Amadeus 480**

---

9.1. Δημιουργία του Amadeus.....	480
9.2. Το Amadeus παγκοσμίως.....	486
9.3. Etravel.....	490
9.4. Amadeus Ελλάς.....	492

## **Κεφάλαιο 10**

### **Νομοθεσία που αφορά στα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων (ΗΣΚ) 494**

---

10.1.	Εισαγωγή.....	494
10.2.	Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 80/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιανουαρίου 2009, όσον αφορά κώδικα δεοντολογίας για τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2299/89 του Συμβουλίου.....	501

## Πίνακες

---

Πίνακας 1.1.:	Συμμετοχή του Τουρισμού στο ΑΕΠ και την Απασχόληση της Ελλάδας και των Ανταγωνιστριών Χωρών.....	35
Πίνακας 1.2.:	Μερίδιο Ελληνικού Τουρισμού στα μεγέθη του Ευρωπαϊκού και του Παγκόσμιου.....	55
Πίνακας 1.3.:	Διεθνής Τουρισμός Ελλάδας.....	56
Πίνακας 1.4.:	Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2009.....	62
Πίνακας 1.5.:	Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2009.....	66
Πίνακας 1.6.:	Κατανομή κλινών ανά περιοχή και κατηγορία (%).....	67
Πίνακας 2.1.:	Κατάταξη της Ελλάδας ως προς τις ανταγωνιστικές χώρες σύμφωνα με το δείκτη TTCI και τον υποδείκτη ICT Infrastructure 2009.....	91
Πίνακας 2.2.:	Επενδύσεις σε ΤΠΕ ως ποσοστό % του ΑΕΠ.....	93
Πίνακας 2.3.:	Κατάταξη μεσογειακών προορισμών ανάλογα με την παρουσία τους στο διαδίκτυο.....	102
Πίνακας 4.1.:	Η Διεθνής θέση των GDS το 2011.....	226
Πίνακας 6.1.:	Τουρισμός πριν την εισαγωγή του διαδικτύου.....	345

Πίνακας 6.2 :	Παραδείγματα των παραδοσιακών μεσαζόντων e-Tourism εν συγκρίσει με τους νέους e-Tourism μεσάζοντες.....	372
Πίνακας 6.3.:	Διαφημιστικό μέσο ανάλογα με τον τύπο της ξενοδοχειακής επιχείρησης.....	411
Πίνακας 6.4.:	Χρήση διαφημιστικών μέσων.....	413
Πίνακας 7.1.:	Το χρονικό των συγχωνεύσεων και εξαγορών στα συστήματα κρατήσεων Galileo & Worldspan.....	468

## Διαγράμματα

---

Διάγραμμα 1.1.:	Ποσοστιαία μεταβολή τουριστικού συναλλάγματος.....	36
Διάγραμμα 1.2.:	Ποσοστό κύριων τουριστικών αγορών της Ελλάδας στις συνολικές αφίξεις.....	57
Διάγραμμα 1.3.:	% μεταβολή των αφίξεων από τις κύριες τουριστικές αγορές της Ελλάδας.....	58
Διάγραμμα 1.4.:	Ποσοστιαία Κατανομή Καταλυμάτων ανά Κατηγορία.....	63
Διάγραμμα 1.5.:	Ποσοστιαία Κατανομή Καταλυμάτων ανά Είδος.....	64
Διάγραμμα 2.1.:	Χρήση Διαδικτύου σε τουριστικές επιχειρήσεις ανά μέγεθος και γεωγραφική θέση.....	100
Διάγραμμα 2.2.:	Κατάταξη των 5 κορυφαίων μεσογειακών προορισμών ανάλογα με τη δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων.....	104

Διάγραμμα 2.3.:	Κατάταξη μεσογειακών προορισμών ανάλογα με την παρουσία τους στο διαδίκτυο στη μηχανή αναζήτησης search.travel.....	106
Διάγραμμα 2.4.:	Προφίλ επιχειρήσεων.....	108
Διάγραμμα 3.1.:	Νέοι μεσολαβητές και μεσάζοντες του ηλεκτρονικού τουρισμού.....	151
Διάγραμμα 3.2.:	Επικοινωνία χωρίς μεσάζοντα.....	156
Διάγραμμα 3.3.:	Εισαγωγή μεσάζοντα και μείωση σημείων επικοινωνίας.....	157
Διάγραμμα 3.4.:	Οι ροές πληροφοριών στην τουριστική βιομηχανία.....	171
Διάγραμμα 4.1.:	Υπηρεσίες των Συστημάτων Ηλεκτρονικών Κρατήσεων.....	205
Διάγραμμα 4.2.:	Συμμαχίες στα C.R.S μέχρι το 2006.....	225
Διάγραμμα 4.3.:	Μέθοδοι διανομής.....	241
Διάγραμμα 5.1.:	Μηχανολογικός εξοπλισμός ενός CRS.....	306
Διάγραμμα 6.1.:	Ποσοστό ατόμων που χρησιμοποίησε το Διαδίκτυο για υπηρεσίες σχετικά με ταξίδια και διαμονή σε 20 ευρωπαϊκές χώρες.....	350
Διάγραμμα 6.2.:	Ποσοστό ξενοδοχειακών μονάδων ανάλογα με διαφημιστικό μέσο.....	410
Διάγραμμα 6.3.:	Ποσοστό ξενοδοχειακών μονάδων ανάλογα με διαφημιστικό μέσο.....	412
Διάγραμμα 7.1.:	Ετήσια αύξηση των εσόδων Galileo.....	445
Διάγραμμα 7.2.:	Καθαρό εισόδημα Galileo.....	445

# πρόλογος

---

Η τεχνολογία έχει έντονη παρουσία στο χώρο του τουρισμού και εισχωρεί σε όλες τις επιχειρήσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, επηρεάζοντας το μέγεθος, τη φύση και τον τύπο των τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και την οργάνωση και τη λειτουργία των επιχειρήσεων που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες. Τα Πληροφοριακά Συστήματα κάνουν την εμφάνισή τους και εφαρμόζονται σε όλα τα συστήματα διανομής και διαχείρισης του τουριστικού προϊόντος, δίνοντας έτσι ώθηση για μελλοντική ανάπτυξη και πιο έντονη δραστηριότητα.

Σκοπός του συγκεκριμένου βιβλίου είναι η παροχή πρόσφατης και κατάλληλα τεκμηριωμένης γνώσης πάνω σε θέματα εφαρμογής της τεχνολογίας στον τουρισμό, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην λειτουργία των διεθνών συστημάτων κρατήσεων (GDS). Το βιβλίο συγκαταλέγεται ανάμεσα στα λιγοστά βιβλία που έχουν εκδοθεί στον ελληνικό χώρο κι έχει στόχο να αποτελέσει εκπαιδευτικό βοήθημα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και στους επαγγελματίες του τουρισμού.

Ειδικότερα, το βιβλίο περιλαμβάνει:

- Εννοιολογικές τοποθετήσεις ως προς τον τουρισμό και τις τουριστικές δραστηριότητες.

- Επίδραση της τεχνολογίας και των Τεχνολογιών Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον τουρισμό.
- Σκοπός, λειτουργίες και χρήση των τουριστικών καναλιών διανομής ως εργαλείο ανάπτυξης τουριστικής στρατηγικής.
- Στρατηγική, λειτουργίες και οικονομικές επιπτώσεις των Διεθνών Συστημάτων Κρατήσεων (Global Distribution Systems, G.D.S.).
- Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων και Διαδίκτυο.
- Χαρακτηριστικά, εξελίξεις και τάσεις των Galileo, Worldspan, Sabre και Amadeus.
- Νομοθεσία που αφορά στα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων.

Η διαχρονική χρησιμότητα και το επιστημονικό όφελος του βιβλίου, εξαρτώνται από την κρίση και τον βαθμό αξιοποίησής του από τους ίδιους τους αναγνώστες, τα σχόλια των οποίων αναμένονται με ενδιαφέρον από την συγγραφέα.



## Διεθνή Συστήματα Κρατήσεων και Τεχνολογία στον Τουρισμό

Σκοπός του συγκεκριμένου βιβλίου είναι η παροχή πρόσφατης και κατάλληλα τεκμηριωμένης γνώσης πάνω σε θέματα εφαρμογής της τεχνολογίας στον τουρισμό, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην λειτουργία των διεθνών συστημάτων κρατήσεων (GDS). Ειδικότερα, το βιβλίο περιλαμβάνει:

- Ενωσιολογικές τοποθετήσεις ως προς τον τουρισμό και τις τουριστικές δραστηριότητες.
- Επίδραση της τεχνολογίας και των Τεχνολογιών Πληροφοριών και Επικοινωνιών, ΤΠΕ (Information and Communication Technologies, ICT) στον τουρισμό.
- Σκοπός, λειτουργίες και χρήση των τουριστικών καναλιών διανομής ως εργαλείο ανάπτυξης τουριστικής στρατηγικής.
- Στρατηγική, λειτουργίες και οικονομικές επιπτώσεις των Διεθνών Συστημάτων Κρατήσεων (Global Distribution Systems, G.D.S.)
- Συστήματα Ηλεκτρονικών Κρατήσεων και Διαδίκτυο.
- Χαρακτηριστικά, εξελίξεις και τάσεις των Galileo, Worldspan, Sabre και Amadeus.
- Νομοθεσία που αφορά στα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων.

Η Δρ. Κασιώπη Βίκυ είναι μέλος του εκπαιδευτικού προσωπικού του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων στο ΤΕΙ Αθηνών. Είναι αριστούχος απόφοιτος της Σχολής Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, καθώς και του Οικονομικού τμήματος της Νομικής Σχολής του Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Έκανε μεταπτυχιακές σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων (MBA) στην Μεγάλη Βρετανία και το διδακτορικό της είναι πάνω σε θέματα Marketing management και νέων τεχνολογιών στον τουρισμό. Υπήρξε για 16 έτη ανώτερο διοικητικό στέλεχος σε μεγάλα τουριστικά γραφεία. Είναι συγγραφέας των βιβλίων «Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό-από τα CRSs στα GDSs», εκδ. Interbooks (2006), «Βιομηχανία Αεροπορικών Μεταφορών και Τουρισμός», εκδ. Interbooks (2010), Διοίκηση Ολικής Ποιότητας-Εφαρμογή στον Τουρισμό», εκδ. Σταμούλης, 2010. Το ερευνητικό και επιστημονικό της έργο αποτελείται από έναν αριθμό δημοσιεύσεων και ανακοινώσεων σε διεθνή συνέδρια, καθώς και με συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα.