



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ  
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ  
ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ  
ΕΛΛΑΔΟΣ**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ : **ΤΣΕΡΚΕΖΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : **ΔΡ. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ**

**ΠΑΤΡΑ , 2013**



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στη σημερινή κοινωνία το διαδίκτυο αποτελεί, αν όχι το σημαντικότερο, ένα από τα σημαντικότερα μέσα επικοινωνίας. Λόγω της εύκολης προσβασιμότητας αλλά και της συνεχούς εξέλιξης της τεχνολογίας μπορούμε να πούμε ότι διανύουμε μια εποχή αγοράς on-line προϊόντων και υπηρεσιών. Ο κλάδος του τουρισμού δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση και να μην εκσυγχρονιστεί με τις απαιτήσεις της παγκόσμιας αγοράς. Πιο συγκεκριμένα ο τουριστικός τομέας αποτελεί τον τομέα με τις περισσότερες on-line πωλήσεις παγκοσμίως (O'Connor,2001).

Η παρούσα πτυχιακή εργασία θα ασχοληθεί με θέματα που έχουν να κάνουν με την ποιότητα των ιστοσελίδων των τουριστικών μονάδων στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Όμως πρώτα βασικό είναι ορίσουμε γεωγραφικά την περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος αλλά και να είμαστε σε θέση να κατανοήσουμε πως δημιουργείται μια ιστοσελίδα και ποιός είναι ο σκοπός της δημιουργίας της. Μέσω αυτών των πληροφοριών θα είμαστε σε θέση να συγκρίνουμε αλλά και να κρίνουμε τις ιστοσελίδες βάσει της ποιότητας των πληροφοριών που μας παρέχουν. Η ποιότητα αυτή σχετίζεται με την ικανοποίηση των πελατών και το επίπεδο εκπλήρωσης της προσδοκίας αυτών όταν επισκέπτονται μια ιστοσελίδα. Η συμμετοχή του χρήστη (είτε είναι ένας ταξιδιώτης, είτε στέλεχος του τουρισμού είτε κάποιος προγραμματιστής) καθώς και η στάση του απέναντι σε ιστοσελίδες αποτελούν έναν γενικά αποδεκτό τρόπο μέτρησης της ποιότητάς τους αλλά λόγω του επαγγελματικού χαρακτήρα των ιστοσελίδων αυτών πρέπει να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες όπως οι πληροφορίες που υπάρχουν στην ιστοσελίδα αλλά και οι υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν.

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	iii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	iv
ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	v
ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.....	v
ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.1.....	vi
ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.2.....	vii
ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.3.....	viii
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ.....	ix
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	x
1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	1
1.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ (WEBSITE) ΚΑΙ ΤΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ (WEBPAGE);.....	1
1.2. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ.....	2
1.3. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ONLINE ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	5
2. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ.....	8
2.1. ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ.....	8
2.2 ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ.....	11
2.3 ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ.....	13
3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	16
3.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	16
3.1.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	16
3.1.2 ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	18
3.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ.....	24
3.2.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ.....	46
3.2.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ.....	62
3.2.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 3 ΑΣΤΕΡΩΝ.....	81
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	101
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	104
ΠΙΝΑΚΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ Η ΕΡΕΥΝΑ.....	104
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	110

# ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

## ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.

Γράφημα 3.2.1: Σύνδεση με δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Γράφημα 3.2.2: Απλότητα

Γράφημα 3.2.3: Ευκολία πλοήγησης

Γράφημα 3.2.4: Πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο και τις δραστηριότητες που προσφέρει

Γράφημα 3.2.5: Πληροφορίες σχετικά με την περιοχή

Γράφημα 3.2.6: Καιρικές συνθήκες

Γράφημα 3.2.7: Ενημέρωση για μεταφορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα

Γράφημα 3.2.8: Χάρτης

Γράφημα 3.2.9: Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη

Γράφημα 3.2.10: Δυνατότητα On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.11: Ευκολία On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.12: Δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου

Γράφημα 3.2.13: Παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου

Γράφημα 3.2.14: Εξοπλισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Γράφημα 3.2.15: Ξένες γλώσσες

Γράφημα 3.2.16: Υπηρεσία μεταφοράς από/προς λιμάνια και αεροδρόμια

Γράφημα 3.2.17: Δυνατότητα φιλοξενίας κατοικίδιων

Γράφημα 3.2.18: Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με το ξενοδοχείο

Γράφημα 3.2.19: Πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας

Γράφημα 3.2.20: Ποιότητα γλώσσας/ Ποιότητα κειμένου

Γράφημα 3.2.21: Έξτρα υπηρεσίες

Γράφημα 3.2.22: Κατασκευή/ Δομή ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.23: Συνάφεια μεταξύ ονόματος/ γραφικών

Γράφημα 3.2.24: Χρόνος απόκρισης της ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.25: Αποδοτικότητα On-line κρατήσεων

Γράφημα 3.2.26: Εμφάνιση (Οπτικά μέσα, Εικόνες)

Γράφημα 3.2.27: Πολυμέσα

## **ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.1**

Γράφημα 3.2.1.1: Σύνδεση με δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Γράφημα 3.2.1.2: Απλότητα

Γράφημα 3.2.1.3: Ευκολία πλοήγησης

Γράφημα 3.2.1.4: Πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο και τις δραστηριότητες που προσφέρει

Γράφημα 3.2.1.5: Πληροφορίες σχετικά με την περιοχή

Γράφημα 3.2.1.6: Καιρικές συνθήκες

Γράφημα 3.2.1.7: Ενημέρωση για μεταφορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα

Γράφημα 3.2.1.8: Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη

Γράφημα 3.2.1.9: Ευκολία On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.1.10: Παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου

Γράφημα 3.2.1.11: Εξοπλισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Γράφημα 3.2.1.12: Ξένες γλώσσες

Γράφημα 3.2.1.13: Υπηρεσία μεταφοράς από/προς λιμάνια και αεροδρόμια

Γράφημα 3.2.1.14: Δυνατότητα φιλοξενίας κατοικίδιων

Γράφημα 3.2.1.15: Πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας

Γράφημα 3.2.1.16: Ποιότητα γλώσσας/ Ποιότητα κειμένου

Γράφημα 3.2.1.17: Κατασκευή/ Δομή ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.1.18: Χρόνος απόκρισης της ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.1.19: Αποδοτικότητα On-line κρατήσεων

Γράφημα 3.2.1.20: Εμφάνιση (Οπτικά μέσα, Εικόνες)

Γράφημα 3.2.1.21: Πολυμέσα

## **ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.2**

Γράφημα 3.2.2.1: Σύνδεση με δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Γράφημα 3.2.2.2: Απλότητα

Γράφημα 3.2.2.3: Ευκολία πλοήγησης

Γράφημα 3.2.2.4: Πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο και τις δραστηριότητες που προσφέρει

Γράφημα 3.2.2.5: Πληροφορίες σχετικά με την περιοχή

Γράφημα 3.2.2.6: Καιρικές συνθήκες

Γράφημα 3.2.2.7: Ενημέρωση για μεταφορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα

Γράφημα 3.2.2.8: Χάρτης

Γράφημα 3.2.2.9: Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη

Γράφημα 3.2.2.10: Δυνατότητα On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.2.11: Ευκολία On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.2.12: Δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου

Γράφημα 3.2.2.13: Παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου

Γράφημα 3.2.2.14: Εξοπλισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Γράφημα 3.2.2.15: Ξένες γλώσσες

Γράφημα 3.2.2.16: Υπηρεσία μεταφοράς από/προς λιμάνια και αεροδρόμια

Γράφημα 3.2.2.17: Δυνατότητα φιλοξενίας κατοικίδιων

Γράφημα 3.2.2.18: Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με το ξενοδοχείο

Γράφημα 3.2.2.19: Πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας

Γράφημα 3.2.2.20: Ποιότητα γλώσσας/ Ποιότητα κειμένου

Γράφημα 3.2.2.21: Έξτρα υπηρεσίες

Γράφημα 3.2.2.22: Κατασκευή/ Δομή ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.2.23: Συνάφεια μεταξύ ονόματος/ γραφικών

Γράφημα 3.2.2.24: Χρόνος απόκρισης της ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.2.25: Αποδοτικότητα On-line κρατήσεων

Γράφημα 3.2.2.26: Εμφάνιση (Οπτικά μέσα, Εικόνες)

Γράφημα 3.2.2.27: Πολυμέσα

### **ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3.2.3**

Γράφημα 3.2.3.1: Σύνδεση με δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Γράφημα 3.2.3.2: Απλότητα

Γράφημα 3.2.3.3: Ευκολία πλοήγησης

Γράφημα 3.2.3.4: Πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο και τις δραστηριότητες που προσφέρει

Γράφημα 3.2.3.5: Πληροφορίες σχετικά με την περιοχή

Γράφημα 3.2.3.6: Καιρικές συνθήκες

Γράφημα 3.2.3.7: Ενημέρωση για μεταφορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα

Γράφημα 3.2.3.8: Χάρτης

Γράφημα 3.2.3.9: Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη

Γράφημα 3.2.3.10: Δυνατότητα On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.3.11: Ευκολία On-line κράτησης

Γράφημα 3.2.3.12: Δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου

Γράφημα 3.2.3.13: Παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου

Γράφημα 3.2.3.14: Εξοπλισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Γράφημα 3.2.3.15: Ξένες γλώσσες



Γράφημα 3.2.3.16: Υπηρεσία μεταφοράς από/προς λιμάνια και αεροδρόμια

Γράφημα 3.2.3.17: Δυνατότητα φιλοξενίας κατοικίδιων

Γράφημα 3.2.3.18: Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με το ξενοδοχείο

Γράφημα 3.2.3.19: Πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας

Γράφημα 3.2.3.20: Ποιότητα γλώσσας/ Ποιότητα κειμένου

Γράφημα 3.2.3.21: Έξτρα υπηρεσίες

Γράφημα 3.2.3.22: Κατασκευή/ Δομή ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.3.23: Συνάφεια μεταξύ ονόματος/ γραφικών

Γράφημα 3.2.3.24: Χρόνος απόκρισης της ιστοσελίδας

Γράφημα 3.2.3.25: Αποδοτικότητα On-line κρατήσεων

Γράφημα 3.2.3.26: Εμφάνιση (Οπτικά μέσα, Εικόνες)

Γράφημα 3.2.3.27: Πολυμέσα

## **ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ**

Εικόνα 2.1: Γεωγραφική κάτοψη της Αιτωλοακαρνανίας

Εικόνα 2.2: Εκκλησία του Αγίου Ανδρέα στην Πάτρα

Εικόνα 2.3: Ερμής του Πραξιτέλους

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Βασικός σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής ήταν να γίνει διεξοδική έρευνα στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων της περιφέρειας δυτικής Ελλάδος και έπειτα να αξιολογηθούν βάση συγκεκριμένων κριτηρίων.

Αρχικά στο κεφάλαιο Εφαρμογές του Διαδικτύου στο Τουρισμό δίνεται η εξήγηση του τι ακριβώς ορίζουμε ως ιστοσελίδα, πώς αυτή δημιουργείται αλλά και μια πιο λεπτομερή περιγραφή του τι είναι σύστημα online κρατήσεων, πώς αυτό λειτουργεί αλλά και ποιά είναι τα υπέρ και ποιά τα κατά του.

Έπειτα, στο κεφάλαιο Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος πρώτα ορίζεται γεωγραφικά η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος σύμφωνα με το σχέδιο Καλλικράτης και ύστερα δίνονται κάποιες πιο γενικές πληροφορίες για τους νομούς από τους οποίους αποτελείται.

Ύστερα, στο κεφάλαιο Έρευνα και Αποτελέσματα αρχικά βλέπουμε το ερωτηματολόγιο το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την περαίωση της συγκεκριμένης πτυχιακής, την επεξήγηση αυτού του ερωτηματολογίου καθώς και ένα πίνακα με τα ξενοδοχεία των οποίων οι ιστοσελίδες ελέχθησαν, την κατηγορία τους και την διεύθυνση της ιστοσελίδας τους. Έπειτα, αναλύονται τα αποτελέσματα τα οποία προέκυψαν από την έρευνα και ταξινομούνται σύμφωνα με την κατηγορία των ξενοδοχείων ξεκινώντας από τα ξενοδοχεία 5 αστερών και καταλήγοντας στα ξενοδοχεία 3 αστερών.

Τέλος, βλέπουμε τα συμπεράσματα τα οποία προέκυψαν μέσα από την έρευνα.

# 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

## 1.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ (WEBSITE) ΚΑΙ ΤΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ (WEBPAGE);

Ιστότοπος (website) είναι ένα σύνολο ιστοσελίδων (webpages) που φιλοξενούνται στο ίδιο domain (περιοχή) του παγκόσμιου ιστού (www – World Wide Web) όπου κάθε ιστοσελίδα αποτελείται από μια συλλογή πληροφοριών σε διάφορες μορφές, όπως εικόνα, ήχος, video, κείμενο και συνδέσεις υπερκειμένου (links) προς άλλες ιστοσελίδες του ίδιου ή άλλου ιστότοπου(<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%82>). Οι ιστοσελίδες είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο (Internet) μέσω του πρωτοκόλλου http (HyperText Transfer Protocol). Το βασικό χαρακτηριστικό του http είναι ότι επιτρέπει στα διάφορα συστήματα μετάδοσης δεδομένων, να υπάρχουν ανεξάρτητα από το είδος των δεδομένων που περιέχουν είτε εικόνα, είτε ήχο, είτε κείμενο(<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1>). Με λίγα λόγια το πρωτόκολλο αυτό δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες του ίντερνετ να δημιουργήσουν οποιουδήποτε είδους περιεχόμενο στις ιστοσελίδες τους. Το σύνολο των ιστοτόπων αποτελεί το world wide web (www).

Κάθε ιστοσελίδα είναι συνήθως της μορφής `http://www.τίτλος.κατάληξη/διαδρομή_αρχείου` που υποδηλώνει ότι χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο http και βασίζεται στην υπηρεσία www. Το πρόθεμα www δεν είναι αναγκαίο, αλλά χρησιμοποιείται συνήθως σαν το όνομα του διακομιστή (web server) ο οποίος παρέχει την υπηρεσία www. Η υπηρεσία www αποτελεί ένα αναγνωριστικό για τον τύπο του Internet Server που χρησιμοποιήτε και στηρίζεται στη θύρα (port) 80. Γι' αυτό μια ιστοσελίδα μπορεί να έχει και τη μορφή `www.google.gr:80`. Ο τίτλος μαζί με την κατάληξη είναι το όνομα του Server που φιλοξενεί τον ιστότοπο και τέλος η διαδρομή αρχείου είναι

## 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

η πλήρης διαδρομή που εντοπίζει το αρχείο ανάμεσα στους καταλόγους και στους υποκαταλόγους του Server.

## 1.2. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

Το βασικό εργαλείο κατασκευής ιστοσελίδων είναι η HTML που είναι η κύρια γλώσσα κατασκευής ιστοσελίδων. Τα στοιχεία της HTML αποτελούνται από *ετικέτες* (tags), οι οποίες περικλείονται μέσα σε σύμβολα «μεγαλύτερο από» και «μικρότερο από» (για παράδειγμα <html>), μέσα στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Οι ετικέτες HTML συνήθως λειτουργούν ανά ζεύγη (για παράδειγμα <h1> και </h1>), με την πρώτη να ονομάζεται *ετικέτα έναρξης* και τη δεύτερη *ετικέτα λήξης* (ή σε άλλες περιπτώσεις *ετικέτα ανοίγματος* και *ετικέτα κλεισίματος* αντίστοιχα). Ανάμεσα στις ετικέτες, οι σχεδιαστές ιστοσελίδων μπορούν να τοποθετήσουν κείμενο, πίνακες, εικόνες κλπ (<http://el.wikipedia.org/wiki/HTML>).

Ο σκοπός ενός web browser (φυλλομετρητή) όπως είναι ο Internet Explorer, ο Opera, ο Mozilla Firefox κλπ, είναι να διαβάζει τα έγγραφα HTML και να τα συνθέτει σε σελίδες που μπορεί κανείς να διαβάσει ή να ακούσει. Ο browser δεν εμφανίζει τις ετικέτες (tags) HTML, αλλά τις χρησιμοποιεί για να ερμηνεύσει το περιεχόμενο της σελίδας ([http://el.wikipedia.org/wiki/Web\\_browser](http://el.wikipedia.org/wiki/Web_browser)).

Τα στοιχεία της HTML χρησιμοποιούνται για να κτίσουν όλους του ιστότοπους. Η HTML επιτρέπει την ενσωμάτωση εικόνων και άλλων αντικειμένων μέσα στη σελίδα, και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εμφανίσει διαδραστικές φόρμες. Παρέχει τις μεθόδους δημιουργίας δομημένων εγγράφων (δηλαδή εγγράφων που αποτελούνται από το περιεχόμενο που μεταφέρουν και από τον κώδικα μορφοποίησης του περιεχομένου) καθορίζοντας δομικά σημαντικά στοιχεία για το κείμενο, όπως κεφαλίδες, παραγράφους, λίστες, συνδέσμους, παραθέσεις και άλλα. Μπορούν επίσης

## 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

να ενσωματώνονται σενάρια εντολών σε γλώσσες όπως η JavaScript, τα οποία επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ιστοσελίδων HTML.

Οι Web browsers μπορούν επίσης να αναφέρονται σε στυλ μορφοποίησης CSS (Cascade Style Sheets) για να ορίζουν την εμφάνιση και τη διάταξη του κειμένου και του υπόλοιπου υλικού. Ο οργανισμός W3C, ο οποίος δημιουργεί και συντηρεί τα πρότυπα για την HTML και τα CSS, ενθαρρύνει τη χρήση των CSS αντί διαφόρων στοιχείων της HTML για σκοπούς παρουσίασης του περιεχομένου.

Κατά καιρούς εμφανίζονται διαφορετικές εκδόσεις της HTML, με την κάθε έκδοση να ενσωματώνει όλο και περισσότερα αλλά και πιο εντυπωσιακά χαρακτηριστικά, με τελευταία την έκδοση HTML5, που σε συνδυασμό με τα CSS3 και το jQuery επιτυγχάνει εντυπωσιακά χαρακτηριστικά, όπως γραφικά πολύ υψηλών προδιαγραφών, με μεγάλες αναλύσεις, ταχεία κινούμενη εικόνα, ενώ παράλληλα υπόσχεται αύξηση της ασφάλειας, της λειτουργικότητας και της ευκολίας της χρήσης των ιστοσελίδων (<http://www.w3.org/html/wg/drafts/html/master/>).

Στο πέρασμα των ετών και με δεδομένη την όλο και μεγαλύτερη ανάγκη για ανάπτυξη ιστοσελίδων με μεγάλες δυνατότητες και ευκολίες, έχουν αναπτυχθεί διάφορες γλώσσες προγραμματισμού και Frameworks (έτοιμα πακέτα βιβλιοθηκών) που εκμεταλλεύονται τις νέες τεχνολογίες για ευκολότερη ανάπτυξη ιστοσελίδων με όσο το δυνατό περισσότερες δυνατότητες. Εκτός αυτού οι διάφορες ιστοσελίδες άρχισαν να συνεργάζονται εκτός των άλλων και με βάσεις δεδομένων όπως η MySQL και ο MSSQL, για αποθήκευση, επεξεργασία και ανάκτηση δεδομένων. Τα τελευταία χρόνια έκανε την εμφάνισή του το Joomla που είναι ένα ελεύθερο και ανοικτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου. Χρησιμοποιείται για τη δημοσίευση περιεχομένου στον παγκόσμιο ιστό (World Wide Web). Είναι γραμμένο σε PHP και αποθηκεύει τα δεδομένα του στη βάση MySQL. Με ερωτήματα προς τη βάση λαμβάνει δεδομένα τα οποία μορφοποιεί και αποστέλλει στον εκάστοτε φυλλομετρητή (web browser) του χρήστη. Το Joomla! έχει και άλλες δυνατότητες εμφάνισης όπως η προσωρινή αποθήκευση σελίδας, RSS feeds, εκτυπώσιμες εκδόσεις

## 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

των σελίδων, ειδήσεις, blogs, δημοσκοπήσεις, έρευνες, καθώς και πολύγλωσση υποστήριξη των εκδόσεών του.

Το βασικό χαρακτηριστικό του είναι ότι οι σελίδες που εμφανίζει είναι δυναμικές, δηλαδή δημιουργούνται την στιγμή που ζητούνται. Ένα σύστημα διακομιστή (server) όπως είναι ο Apache λαμβάνει τις αιτήσεις των χρηστών και τις εξυπηρετεί(<http://el.wikipedia.org/wiki/Joomla>).

Εκτός των δυναμικών ιστοσελίδων που δημιουργεί το Joomla εξίσου διάσημες για την λειτουργικότητά τους και τις δυνατότητες τους είναι οι δυναμικές ιστοσελίδες που δημιουργεί το .NET Framework της Microsoft με χαρακτηριστικότερα δείγματα τις ιστοσελίδες ASP (Active Server Pages), και MVC (Model View Controller), που συνεργάζονται κυρίως με βάσεις δεδομένων MSSQL. Ειδικά το MVC με την βοήθεια του Entity Framework υπόσχεται γρήγορη ανάπτυξη ασφαλών δυναμικών ιστοσελίδων με μεγάλες δυνατότητες συνεργασίας με σχεσιακές βάσεις δεδομένων όπως ο MSSQL. Το MVC έχει ήδη φτάσει στην έκδοση 5.0. ([http://www.pearsonhighered.com/assets/hip/us/hip\\_us\\_pearsonhighered/preface/0132130815.pdf](http://www.pearsonhighered.com/assets/hip/us/hip_us_pearsonhighered/preface/0132130815.pdf)).

### 1.3. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ONLINE ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού τα τελευταία χρόνια σε συνδυασμό με τον μεγάλο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων που πωλούν το τουριστικό προϊόν όπως τα ξενοδοχεία και τα τουριστικά γραφεία και την όλο και μεγαλύτερη διείσδυση του διαδικτύου στην καθημερινή ζωή των επιχειρήσεων αλλά και των καταναλωτών τουριστικών προϊόντων οδήγησε στην ανάπτυξη συστημάτων διαχείρισης Online κρατήσεων.

Ένα σύστημα διαχείρισης Online κρατήσεων επιτρέπει στους πελάτες ενός ξενοδοχείου να ενημερώνονται για την διαθεσιμότητα δωματίων αλλά και τις τιμές τους για κάποια συγκεκριμένη περίοδο σε πραγματικό χρόνο και να προβαίνουν σε κράτηση αλλά και προπληρωμή αυτής, με την άμεση ενημέρωση του ξενοδοχείου.

Η υπηρεσία Online κρατήσεων μπορεί να προσφέρεται κεντρικά από κάποιο ιστότοπο όπως είναι το booking.com, όπου ένα πλήθος ξενοδοχείων από όλο τον κόσμο και που διαθέτουν διαφορετικές υπηρεσίες σε διαφορετικές τιμές, περιλαμβάνονται στον κατάλογο του ιστότοπου και ο πελάτης – τουρίστας μπορεί να επιλέξει το κατάλυμα που επιθυμεί και να κάνει κράτηση σε αυτό, με τη μεσολάβηση του ιστότοπου. Το ίδιο σύστημα Online κρατήσεων μπορεί να λειτουργεί και μεμονωμένα και να φιλοξενεί στον ιστότοπο του κάθε ξενοδοχείου ανεξάρτητα.

Σε κάθε περίπτωση το σύστημα PMS – Property Management System – που είναι το πρόγραμμα διαχείρισης (front-back office) του ξενοδοχείου ενημερώνει το σύστημα των Online κρατήσεων με όλες τις αλλαγές στη διαθεσιμότητα και τις τιμές των δωματίων ενώ το σύστημα Online κρατήσεων με τη σειρά του, ενημερώνει το PMS, για όλες τις νέες Online κρατήσεις που έγιναν, τις αλλαγές τους και τις ακυρώσεις τους. Η αμοιβαία αυτή ανταλλαγή πληροφορίας γίνεται συνήθως με την αποστολή από το ένα σύστημα στο άλλο αρχείων XML (Extensible Markup Language) που περιέχουν όλα αυτά τα στοιχεία .

## 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Δυστυχώς σε αυτή τη διαδικασία υπάρχουν ακόμη πολλές τεχνικές δυσκολίες οι οποίες μπορεί να καταστήσουν την όλη διάταξη (Online system – PMS) κάποιες φορές αναξιόπιστη. Αυτό συμβαίνει για διάφορους λόγους όπως για παράδειγμα η μη ύπαρξη και χρήση κάποιου προτύπου αρχείου με συγκεκριμένες προδιαγραφές, παρότι ήδη από το 1999 έχουν περιγραφεί αυτές οι προδιαγραφές όπως περιγράφονται και στο <http://www.opentravel.org>. Έτσι υπάρχουν προβλήματα συμβατότητας μεταξύ των αρχείων που στέλνει το κάθε PMS και των αρχείων που μπορεί να διαχειριστεί το κάθε σύστημα Online κρατήσεων.

Άλλο πρόβλημα στην αξιοπιστία είναι η μη Real Time (σε πραγματικό χρόνο) επικοινωνία των συστημάτων, κυρίως αν τα συστήματα που πρέπει να συνεργαστούν είναι περισσότερα από δύο. Σε ένα τέτοιο σενάριο το Online σύστημα ενός ξενοδοχείου που φιλοξενείται στο website του ξενοδοχείου, λαμβάνει κάποια κράτηση για το τελευταίο ελεύθερο δωμάτιο του ξενοδοχείου την ίδια στιγμή που ο receptionist του ξενοδοχείου επιβεβαιώνει την κράτηση αυτού του δωματίου σε άλλον πελάτη που έκανε την κράτηση του μέσω Fax για τις ίδιες ημερομηνίες. Αυτό το σενάριο θα οδηγήσει σε Overbooking. Με δεδομένες αυτές τις αδυναμίες, πολλές είναι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που αναζητούν άμεσες λύσεις σε αυτό το πρόβλημα. Έτσι υπάρχουν παραδείγματα επιχειρήσεων που ορίζουν τις τιμές χρέωσης των τελευταίων δωματίων σε πολύ υψηλά επίπεδα αποσκοπώντας στο να αποτρέψουν τους πελάτες τους από το να προσπαθήσουν να ενοικιάσουν το δωμάτιο. Πχ επιχείρηση, που ενοικιάζει το δωμάτιο προς 100,00€ την ημέρα, όταν του μείνει μόνο ένα δωμάτιο διαθέσιμο, δηλώνει στο σύστημα Online κρατήσεων ως τιμή του δωματίου τα 200,00€ ανά ημέρα, προσδοκώντας να αποτρέψει τους επίδοξους πελάτες. Αυτό βέβαια αποτελεί πρόβλημα γιατί μπορεί κάποιο ξενοδοχείο να χαρακτηριστεί ως «ακριβό». Σε άλλη περίπτωση, η επιχείρηση για να αποφύγει το overbooking, δηλώνει στο online σύστημα λιγότερα διαθέσιμα δωμάτια απ' ότι πραγματικά έχει.

Κάποιοι ιστότοποι που προσφέρουν υπηρεσίες Online κρατήσεων είναι οι :

<http://www.booking.com>



## 1. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

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

<http://www.trivago.gr>

<http://www.hotelz.gr>

<http://el.hotels.com/>

Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που επιθυμούν να λαμβάνουν τις online κρατήσεις τους απευθείας μέσω του δικού τους website μπορούν να χρησιμοποιήσουν online μηχανές κρατήσεων που παρέχονται από διάφορες εταιρίες όπως είναι οι :

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

και τα ελληνικά :

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

<http://book-onlinenow.com/>

<http://www.primal-res.gr/>

## **2. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος αποτελείται από τους νομούς Αιτωλοακαρνανίας, το νομό Αχαΐας και το νομό Ηλείας. Παρακάτω θα δούμε κάποιες πληροφορίες για τον κάθε νομό ξεχωριστά.

### **2.1. ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ**

#### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ**

Ο νομός Αιτωλοακαρνανίας είναι νομός της Ελλάδας που βρίσκεται στην Στερεά Ελλάδα και ανήκει στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Είναι μια ένωση της Αιτωλίας και της Ακαρνανίας. Βρίσκεται στο δυτικό μέρος της Ελλάδας και είναι ο μεγαλύτερος νομός σε έκταση και ο έκτος μεγαλύτερος πληθυσμιακά στην Ελλάδα. Η μεγαλύτερη πόλη του νομού είναι το Αγρίνιο, ενώ το Μεσολόγγι θεωρείται η Ιστορική πρωτεύουσα του νομού. Άλλες σημαντικές πόλεις είναι η Ναύπακτος, το Αιτωλικό, η Αμφιλοχία, η Βόνιτσα, ο Αστακός και το Θέρμο. Χαρακτηριστικά του κλίματος του νομού είναι τα πολύ θερμά καλοκαίρια (με θερμοκρασίες που συχνά ξεπερνούν τους 40° C) αλλά και η πολλή υγρασία ειδικότερα στις χαμηλού υψομέτρου περιοχές. Στις ορεινές περιοχές του νομού τα καλοκαίρια είναι πιο δροσερά αλλά κρύος καιρός και χιόνια είναι τα χαρακτηριστικά των χειμερινών μηνών.

Διοικητικά ο νομός Αιτωλοακαρνανίας χωρίζεται στους δήμους:

- Αγρινίου
- Ακτίου- Βόνιτσας
- Αμφιλοχίας
- Θερμού
- Ιερός πόλης Μεσολογγίου
- Ναυπακτίας
- Ξηρόμερου

## 2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Τα νοτιοδυτικά παράλια του νομού χαρακτηρίζονται απ' την παρουσία λιμνοθαλασσών, με γνωστότερες αυτές του Μεσολογγίου και του Αιτωλικού. Ο μεγαλύτερος και κυριότερος ποταμός είναι ο Αχελώος ο οποίος αποτελεί και ένα φυσικό όριο μεταξύ της Αιτωλίας και της Ακαρνανίας, ενώ άλλα ποτάμια που διασχίζουν τον νομό είναι ο Εύηνος κι ο Μόρνος. Ο νομός χαρακτηρίζεται και από την πληθώρα των λιμνών του όπως η Αμβρακία η Λυσιμαχεία αλλά και οι τεχνητές λίμνες του Καστράτου, των Κρεμαστών και Στράτου, ενώ στην ενδοχώρα του νομού δεσπόζει η Τριχωνίδα, η οποία είναι και η μεγαλύτερη λίμνη της Ελλάδας (96 km<sup>2</sup>). Τα βουνά της Αιτωλοακαρνανίας περιλαμβάνουν το Παναιτωλικό που είναι το ψηλότερο βουνό του νομού (1.924 μ.) στα βορειοανατολικά, τα Ακαρνανικά όρη στα δυτικά, βορειοδυτικά τα Όρη Βάλτου, στα νότια το όρος Αράκυνθος, νοτιοανατολικά τα Όρη Ναυπακτίας γνωστά και ως Κράβαρα και τέλος ανάμεσα στα Ναυπάκτια Όρη και το Παναιτωλικό Όρος και χωρίς να διακόπτεται ο ορεινός όγκος βρίσκονται τα Όρη Λιδωρικού.



Εικόνα 2.1

## 2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

### ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η οικονομία του νομού είναι κυρίως αγροτοκτηνοτροφική , με μεγάλη παραγωγή κυρίως στις νότιες περιοχές. Είναι μια απ' τις κύριες καπνοπαραγωγικές περιοχές της χώρας, ενώ καλλιεργούνται ακόμα ρύζι, όσπρια, δημητριακά, ελιές. Στα νοτιοδυτικά παράλια λειτουργούν ιχθυοκαλλιέργειες, ενώ υπάρχουν και μεγάλες αλυκές ειδικά στην περιοχή του Μεσολογγίου. Στον τομέα της κτηνοτροφίας ο νομός κατέχει μια από τις υψηλότερες θέσεις στην εγχώρια παραγωγή χοιρινού κρέατος με σύγχρονες μονάδες στην περιοχή της Βόνιτσας και του Αστακού. Στην Ορεινή Ναυπακτία τα τελευταία χρόνια με Ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις αναπτύσσεται η εκτροφή βοωδών ελευθέρως βοσκής.

### ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οι επισκέπτες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν την Αιτωλοακαρνανία έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε 96 ξενοδοχειακές μονάδες 7 εκ των οποίων είναι 4 αστέρων και 28 από αυτές είναι 3 αστέρων. Στο νομό υπάρχουν 248 εστιατόρια και ταβέρνες που μπορεί ο επισκέπτης να πάει να φάει αντί του ξενοδοχείου έτσι ώστε να εξερευνήσει και γαστρονομικά την Αιτωλοακαρνανία. Πιο συγκεκριμένα στην πόλη του Αγρινίου, που είναι και η μεγαλύτερη πόλη του νομού, υπάρχουν 9 ξενοδοχεία και 75 εστιατόρια. Έπειτα, κάποιος μπορεί να επισκεφτεί και το Μεσολόγγι που είναι η ιστορική πρωτεύουσα του νομού και να μάθει για την ηρωική έξοδο του Μεσολογγίου που συγκίνησε Έλληνες και Ευρωπαίους κατά την Επανάσταση του 1821 αλλά και να θαυμάσει την περίφημη λιμνοθάλασσα του Μεσολογγίου ([http://el.wikipedia.org/wiki/Λιμνοθάλασσα\\_Μεσολογγίου](http://el.wikipedia.org/wiki/Λιμνοθάλασσα_Μεσολογγίου)). Τέλος, όπως όλη η Ελλάδα και η Αιτωλοακαρνανία περιβάλλεται από θαυμάσιες παραλίες όπως το Βαθθαβάλι και η παραλία του Αστακού.

Διαδικτυακός τόπος: [www.aitoloakarnania.gr](http://www.aitoloakarnania.gr)

### 2.2 ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ

#### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η Αχαΐα είναι νομός της Ελλάδας που βρίσκεται στην βόρεια Πελοπόννησο και υπάγεται στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Ανατολικά συνορεύει με το νομό Κορινθίας, στα νότια με το νομό Αρκαδίας και στα νοτιοδυτικά με το νομό Ηλείας. Πρωτεύουσα του νομού είναι η Πάτρα, η τρίτη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας και μεγαλύτερη πόλη της Πελοποννήσου, η οποία είναι η βασική ακτοπλοϊκή πύλη της χώρας προς την δυτική και νότια Ευρώπη.

Εύκολα προσβάσιμη από την Αθήνα, η Αχαΐα έχει δύο όψεις: πολύ όμορφα παραλιακά χωριά με υπέροχες ακρογιαλιές (ειδικότερα από την Ακράτα μέχρι και την Καλογριά) αλλά και καταπράσινη ορεινή ενδοχώρα, με δάση από καστανιές και έλατα, όπου ξεχωρίζουν τα Καλάβρυτα τα οποία μπορεί κάποιος να προσεγγίσει άμα θέλει και με τον ονομαστό οδοντωτό σιδηρόδρομο. Για τους λάτρεις των χειμερινών αθλημάτων υπάρχει το χιονοδρομικό κέντρο του Χελμού, το οποίο συγκεντρώνει πλήθος επισκεπτών κάθε χειμώνα. Η πρωτεύουσα του νομού Πάτρα είναι γνωστή εκτός από το λιμάνι της και για αποκριάτικο Καρναβάλι της, το οποίο συγκεντρώνει χιλιάδες λάτρεις της διασκέδασης και του γλεντιού κάθε χρόνο.

Διοικητικά η Αχαΐα χωρίζεται στους δήμους:

- Αιγιαλείας
- Καλαβρύτων
- Πατρών
- Ερυμάνθου
- Δυτικής Αχαΐας

## 2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Ο Νομός Αχαΐας στα βόρεια βρέχεται από τον Πατραϊκό κόλπο και τον Κορινθιακό κόλπο και στα δυτικά από το Ιόνιο πέλαγος. Το έδαφος του νομού είναι κατά 60% ορεινό, 24% πεδινό και 16% ημιορεινό. Οι σπουδαιότεροι ορεινοί όγκοι είναι ο Χελμός (2.314 μ.), ο Ερύμανθος (2.224 μ.) και το Παναχαϊκό όρος (1.926 μ.). Δυτικά έχει μια σημαντική λοφώδη περιοχή, που γίνεται πεδινή στην άκρη της και φτάνει μέχρι την παράκτια ζώνη.

### ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οι επισκέπτες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν την Αχαΐα έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε 166 ξενοδοχειακές μονάδες 15 εκ των οποίων είναι 4 αστέρων και 39 από αυτές είναι 3 αστέρων. Στο νομό υπάρχουν πάνω από 300 εστιατόρια και ταβέρνες που μπορεί ο επισκέπτης να πάει να φάει αντί του ξενοδοχείου έτσι ώστε να εξερευνήσει και γαστρονομικά την Αχαΐα. Πιο συγκεκριμένα στην πόλη της Πάτρας, που είναι και η μεγαλύτερη πόλη του νομού, υπάρχουν 22 ξενοδοχεία και 201 εστιατόρια. Έπειτα, κάποιος μπορεί να επισκεφτεί τους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία που υπάρχουν στην Πάτρα όπως το ρωμαϊκό ωδείο και το Κάστρο της Πάτρας το οποίο χρησιμοποιείται για εκδηλώσεις διαφόρων ειδών ([http://el.wikipedia.org/wiki/Κάστρο\\_της\\_Πάτρας](http://el.wikipedia.org/wiki/Κάστρο_της_Πάτρας)). Πέραν της Πάτρας όμως υπάρχει η δυνατότητα κάποιος αν θέλει να επισκεφτεί και το αρχαίο μυκηναϊκό νεκροταφείο που βρίσκεται μόλις 7 χλμ έξω από αυτήν. Τέλος, η Αχαΐα περιβάλλεται από θαυμάσιες παραλίες όπως της Καλογριάς με τα καταγάλανα νερά της και τον γνωστό αμμόλοφο.

Διαδικτυακός τόπος: [www.achaia.gr/ach/](http://www.achaia.gr/ach/)



Εκκλησία του Αγίου Ανδρέα στην Πάτρα

Εικόνα 2.2

## 2.3 ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Ο νομός Ηλείας είναι νομός της Ελλάδας που βρίσκεται γεωγραφικά στην Πελοπόννησο και διοικητικά υπάγεται στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Πρωτεύουσα του νομού είναι η πόλη του Πύργου η οποία είναι και η μεγαλύτερη πόλη του νομού. Το κλίμα του νομού είναι μεσογειακό με πολλές και έντονες βροχοπτώσεις κατά την διάρκεια του χειμώνα καθώς και με αυξημένες θερμοκρασίες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Ο χειμώνας είναι ήπιος ενώ το καλοκαίρι ξηρό και θερμό. Η μέση ετήσια θερμοκρασία κυμαίνεται στους 18.2 °C. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από έντονη υγρασία.

Ο νομός Ηλείας είναι παγκοσμίως γνωστός για την πόλη της Ολυμπίας και για τον Αρχαιολογικό Χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας, τον τόπο που γεννήθηκαν και καθιερώθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Από το Χώρο αυτό κάθε τέσσερα χρόνια, γίνεται η έναρξη της μεταφοράς της φλόγας των Ολυμπιακών Αγώνων η οποία μεταφέρεται από δρομείς στη χώρα

## 2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

η οποία τους φιλοξενεί έτσι ώστε να γίνει και η επίσημη έναρξη τους.. Από την άλλη το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ολυμπίας εκθέτει σπουδαία αρχαιολογικά ευρήματα ανασκαφών, με τον Ερμή του Πραξιτέλη να κλέβει την παράσταση. Ο νομός Ηλείας είναι γνωστός και για τη πληθώρα των ιαματικών του πηγών: Κυλλήνης, Φρασινίας, Πουρναριού και τις θεραπευτικές ιδιότητες τους με παραστάτη τα ξακουστά λουτρά του Καϊάφα.

Διοικητικά η Ηλεία χωρίζεται στους δήμους:

- Ανδραβίδας-Κυλλήνης
- Αρχαίας Ολυμπίας
- Ανδρίτσαινας-Κρεστένων
- Ζαχάρως
- Ήλιδας
- Πηνειού
- Πύργου

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Ο νομός Ηλείας δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος, βορειοανατολικά συνορεύει με το νομό Αχαΐας και ανατολικά με το νομό .Τον διασχίζουν ο Αλφειός ποταμός και ο Πηνειός ποταμός. Το φυσικό περιβάλλον του Νομού χαρακτηρίζεται από πλούσια ποικιλία χλωρίδας και πανίδας με τη λίμνη του Καϊάφα και το αξιόλογο οικοσύστημα της λιμνοθάλασσας του Κοτυχίου να είναι βασικοί αντιπρόσωποι της βιοποικιλότητας του νομού. Επίσης χαρακτηριστικό του νομού είναι το πλήθος των ιαματικών πηγών όπως της Κυλλήνης, του Καϊάφα, της Φρασινίας και του Πουρναριού. Τέλος το νομό περιβάλλουν συνολικά 150 χλμ. θαυμάσιες φυσικές ακτές.

### ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οι επισκέπτες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν την Ηλεία έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε 117 ξενοδοχειακές μονάδες 5 εκ των οποίων είναι 5 αστέρων και 10 από αυτές είναι 4 αστέρων. Έπειτα, κάποιος μπορεί να επισκεφτεί τους αρχαιολογικούς χώρους της Αρχαίας Ολυμπίας και να περιηγηθεί στα εντυπωσιακά αρχαία κτίσματα τα οποία οι αρχαίοι



## 2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Έλληνες χρησιμοποιούσαν ως τόπους λατρείας. Ύστερα, μπορεί να επισκεφτεί το μουσείο της Αρχαίας Ολυμπίας και να θαυμάσει τα εκθέματα που υπάρχουν σε αυτό με σημαντικότερα τον Ερμή του Πραξιτέλους, τη Νίκη του Παιωνίου και τον γλυπτό διάκοσμο του Ναού του Διός (<http://www.visitgreece.gr/el/mainland/olympia>). Τέλος, οι λάτρεις των σπορ έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν οργανωμένες αθλητικές εγκαταστάσεις, καθώς επίσης και να πάρουν μέρος σε άλλες αθλητικές δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ποδηλασία, rafting, kayak και kite-surf.



Ερμής του Πραξιτέλους

Εικόνα 2.3

### **3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

#### **3.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η μεθοδολογία της έρευνας στηρίχθηκε στο ερωτηματολόγιο που συνέταξε ο ερευνητής C.S Wan στην έρευνά του με θέμα: **"The Websites at International tourist hotels and tour wholesalers in Taiwan"**, αλλά και εμπλουτίστηκε σε συνεργασία με στελέχη Τουριστικών Επιχειρήσεων, κυρίως front desk και του τμήματος κρατήσεων. Το ερωτηματολόγιο του C.S Wan δημιουργήθηκε με σκοπό την αξιολόγηση των ιστοσελίδων των τουριστικών μονάδων στην Ταϊβάν και αποτελείται από τρία κριτήρια αξιολόγησης: την διεπαφή με τον χρήστη, την ποικιλία πληροφοριών που προσφέρονται και την απουσία ή όχι ενός συστήματος online κρατήσεων.

Στο αρχικό ερωτηματολόγιο προστέθηκαν τα κριτήρια: Σύνδεση με δημοφιλή μέσα δικτύωσης, Καιρικές Συνθήκες, Δυνατότητα φιλοξενίας AMEA, Ενημέρωση για θέσεις στάθμευσης, Χάρτης, Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη και το Ενημέρωση σχετικά με τα μεταφορικά μέσα. Τα συγκεκριμένα κριτήρια προστέθηκαν έτσι ώστε το ερωτηματολόγιο αυτό να είναι πιο στοχευόμενο για τις ιστοσελίδες των ελληνικών ξενοδοχείων, με τα κριτήρια τα οποία προστέθηκαν να προέρχονται από την εμπειρία τους αλλά και από ερωτήσεις ενός μεγάλου αριθμού πελατών οι οποίοι αφού είχαν κάνει κράτηση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου είτε μέσω κάποιας άλλης ιστοσελίδας επικοινωνούσαν με το ξενοδοχείο και τα ρωτούσαν σαν διευκρινήσεις.

##### **3.1.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Παρακάτω ακολουθεί το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας.



#### 3.1.2 ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

##### Α) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ

**Σύνδεση με δημοφιλή μέσα δικτύωσης:** Αναφέρεται στην ύπαρξη λογαριασμού της επιχείρησης σε έναν από τους γνωστούς ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης όπως το facebook ή το twitter. Αυτοί οι ιστότοποι έχουν γίνει πλέον μέρος της καθημερινότητάς μας, οπότε οι επαγγελματίες του χώρου του τουρισμού πρέπει και αυτοί να συμβαδίζουν δημιουργώντας ένα ευχάριστο προφίλ για αυτούς και κυρίως για την επιχείρησή τους.

**Ευκολία Πλοήγησης:** Στην προαναφερόμενη κλίμακα από ένα μέχρι πέντε βαθμολογείται η ευκολία πλοήγησης, αναφέρεται το πόσο προσιτό είναι το περιβάλλον της ιστοσελίδας στο χρήστη προκειμένου να έχει την δυνατότητα να τη εξερευνήσει ο ενδιαφερόμενος δίχως να έχει προβλήματα.

**Απλότητα :** Στην προαναφερόμενη κλίμακα βαθμολογείται το πόσο κατανοητή (εύκολη) είναι η περιήγηση μέσα στον ιστότοπο ακόμα και για κάποιον ο οποίος δεν είναι τόσο εξοικειωμένος με το διαδίκτυο ( όπως ηλικιωμένοι και μικρά παιδιά).

**Πλήθος πληροφοριών σχετικά με την περιοχή τα αξιοθέατα και τους αρχαιολογικούς χώρους:** Σε κλίμακα από ένα μέχρι πέντε πόσο βαθμολογούνται οι πληροφορίες καθώς και η ποιότητα και η χρησιμότητα των πληροφοριών που προβάλλονται από τον ιστότοπο για την περιοχή στην οποία βρίσκεται η ξενοδοχειακή μονάδα αλλά και οι πληροφορίες για τα αξιοθέατα και τους αρχαιολογικούς χώρους που βρίσκονται σε αυτήν.

**Πλήθος πληροφοριών σχετικά με το ξενοδοχείο και τις δραστηριότητες που προσφέρει:**

Με τη προαναφερθείσα κλίμακα βαθμολογούνται οι πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί κάποιος να ασχοληθεί κατά τη διάρκεια της παραμονής του στην ξενοδοχειακή μονάδα ανάλογα βέβαια με το τι θα θελήσει να επιλέξει.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Καιρικές Συνθήκες:** Ο πελάτης θα μπορεί να δει τις καιρικές συνθήκες οι οποίες θα επικρατούν στον τόπο επιλογής του για την περίοδο της παραμονής του εκεί ( θερμοκρασία ημέρας κ.λ.π )

**Ενημέρωση σχετικά με τα μεταφορικά μέσα:** Εδώ ο ενδιαφερόμενος μπορεί μέσα στον ιστότοπο να βρει πληροφορίες για τους τρόπους και τα μέσα που μπορεί να χρησιμοποιήσει τόσο για την άφιξη και αναχώρησή του από και προς την ξενοδοχειακή μονάδα που έχει επιλέξει, όπως επίσης και τα μέσα τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει για τις μετακινήσεις του (ενοικίαση αυτοκινήτου ,ΚΤΕΛ, ενοικίαση TAXI), προκειμένου να γνωρίσει τον τόπο των διακοπών του. Μερικές φορές δίνονται και οι χιλιομετρικές αποστάσεις.

**Ενημέρωση για θέσεις στάθμευσης:** Εδώ ο ενδιαφερόμενος βρίσκει πληροφορίες σχετικά με το αν το κατάλυμα διαθέτει χώρους ασφαλούς στάθμευσης για τους πελάτες αλλά και που βρίσκονται αυτοί.

**Χάρτης:** Εδώ ο υποψήφιος πελάτης προκειμένου να προβεί στην κράτηση ενδιαφέρεται για τον αν στον ιστότοπο υπάρχει χάρτης ο οποίος να δείχνει την ακριβή τοποθεσία του καταλύματος.

**Δυνατότητα εκτύπωσης χάρτη:** Αναφέρεται στο αν η ιστοσελίδα προσφέρει την δυνατότητα να εκτυπωθεί ο χάρτης με τη τοποθεσία της μονάδας προκειμένου ο ενδιαφερόμενος να μην χρειαστεί να ψάξει αλλού και να τον εκτυπώσει κατευθείαν.

**Δυνατότητα online κράτησης:** Εάν δίνεται η επιλογή στο χρήστη να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο για τις ημερομηνίες που θέλει χωρίς να χρησιμοποιήσει κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο ( είτε διαδικτυακό, είτε κανονικό ) ή κάποια άλλη σελίδα κρατήσεων.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Ευκολία on-line κράτησης:** Το συγκεκριμένο κριτήριο αφορά το πόσο κατανοητή είναι η διαδικασία της on-line κράτησης και πόσο δυσκόλεψε τον χρήστη μέχρι να την κάνει. Η βαθμολογία του κυμαίνεται από το ένα μέχρι και το πέντε.

**Δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου:** Το κριτήριο αυτό αφορά στο αν δίνεται η δυνατότητα να γίνει η αποπληρωμή του δωματίου μέσω διαδικτύου και παράλληλα αξιολογείται η δυνατότητα αυτή.

**Δυνατότητα φιλοξενίας ΑΜΕΑ:** Το συγκεκριμένο κριτήριο αναφέρεται στο αν υπάρχει η δυνατότητα φιλοξενίας ατόμων με κινητικά ή άλλα προβλήματα έτσι ώστε να γνωρίζουν εκ των προτέρων για την εύκολη πρόσβαση, διαμονή, διατροφή και τη διασκέδασή τους καθόλα τη διάρκεια της παραμονής τους.

**Δυνατότητα Επικοινωνίας με το Ξενοδοχείο:** Ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει σε πραγματικό χρόνο να γνωρίζει οτιδήποτε χρειάζεται προκειμένου να του λυθούν οι απορίες και να έχει όλες τις απαραίτητες διευκρινίσεις προκειμένου να κάνει έγκαιρα την κράτηση. Το συγκεκριμένο κριτήριο βαθμολογεί την αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας της ξενοδοχειακής μονάδας αλλά και του τμήματος εξυπηρέτησης να παρέχουν πληροφορίες στον ενδιαφερόμενο στον ελάχιστο δυνατό χρόνο.

**Φιλοξενία Κατοικίδιων:** Ένα βασικό κριτήριο για πολλούς ταξιδιώτες είναι η δυνατότητα να έχουν μαζί τους το κατοικίδιο τους. Εδώ πρέπει να διευκρινίσουμε ότι αναφερόμαστε σε σκύλο ή γάτα και ανάλογα με το αν γίνεται δεχτό από τη μονάδα κάποιες προϋποθέσεις που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όπως τα κιλά και το μέγεθος του.

**Υπηρεσία μεταφοράς:** Είναι συχνό πλέον φαινόμενο τα ξενοδοχεία να παρέχουν την υπηρεσία μεταφοράς από και προς το Αεροδρόμιο ή το Λιμάνι για την διευκόλυνση και καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Γλώσσα:** Εδώ πρέπει να δούμε τις επιλογές των διαλέκτων που υπάρχουν στον κάθε ιστότοπο για διευκόλυνση των ενδιαφερομένων.

#### **B) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**Πλήθος πληροφοριών σχετικά με τις εγκαταστάσεις της Μονάδας Φιλοξενίας:** Από τα πιο βασικά κριτήρια όσον αφορά τα στελέχη του τουρισμού ως προς το πόσο περιεκτικές και στοχευμένες είναι οι πληροφορίες της ιστοσελίδας σχετικά με τις εγκαταστάσεις που διαθέτει το ξενοδοχείο και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους πελάτες του. Βαθμολογείται από το ένα μέχρι το πέντε με πέντε το άριστο.

**Ποιότητα γλώσσας:** Χρησιμοποιώντας πάλι τη κλίμακα από ένα μέχρι πέντε βαθμολογείται η ποιότητα της γλωσσικής έκφρασης των πληροφοριών που μας δίνονται από την ιστοσελίδα.

**Ποιότητα Κειμένου:** Σε κλίμακα από ένα μέχρι πέντε έχουμε τη δυνατότητα να δούμε το πόσο καλογραμμένο, προσεγμένο τόσο σε νόημα κατανόηση σημεία στίξης και χωρίς συντακτικά λάθη.

**Παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου:** Στην κλίμακα από ένα μέχρι πέντε μπορούμε να αξιολογήσουμε πόσο καλά παρουσιάζονται οι χώροι του καταλύματος στην ιστοσελίδα. Αυτό επιτυγχάνεται είτε μέσω εικόνων ,είτε μέσω video είτε περιγραφικά μέσω κειμένων και σχολίων από πελάτες που έχουν ήδη επισκεφθεί το ξενοδοχείο.

**Κατασκευή / Δομή της ιστοσελίδας:** Η δομή της ιστοσελίδας αναφέρεται στην οργάνωση των πληροφοριών που υπάρχουν και βαθμολογείται στην προαναφερόμενη κλίμακα .Όσο πιο καλά δομημένη είναι μία ιστοσελίδα τόσο πιο γρήγορα φορτώνει, προσφέροντας έτσι περισσότερες πιθανότητες ευχαρίστησης του χρήστη.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Συνάφεια Ονόματος Εταιρείας/Γραφικών:** Η εναρμόνιση του περιβάλλοντος της ιστοσελίδας με το λογότυπο και τον αντίκτυπό του στους πελάτες, βαθμολογείται από το ένα μέχρι το πέντε.

#### Γ) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΩΝ

**Χρόνος απόκρισης** είναι η ώρα που χρειάζεται για να φορτώσει η ιστοσελίδα από την ώρα που δόθηκε η πρώτη εντολή. Βαθμολογείται από το ένα μέχρι το πέντε (με 5 το άριστα) και μετριέται σε δευτερόλεπτα.

Από 0'' - 5'' η Βαθμολογία είναι 5.

Από 6'' - 10'' η Βαθμολογία είναι 4.

Από 11'' - 15'' η Βαθμολογία είναι 3.

Από 16'' - 20'' η Βαθμολογία είναι 2.

Από 21'' - ..... η Βαθμολογία είναι 1.

**Δυνατότητα on-line κράτησης:** Εάν δίνεται η επιλογή στο χρήστη να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο για τις ημερομηνίες που θέλει χωρίς να χρησιμοποιήσει κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο ( είτε διαδικτυακό, είτε κανονικό ) ή κάποια άλλη σελίδα κρατήσεων.

**Ευκολία on-line κράτησης:** Το συγκεκριμένο κριτήριο αφορά το πόσο κατανοητή είναι η διαδικασία της online κράτησης και πόσο δυσκόλεψε τον χρήστη μέχρι να την κάνει η βαθμολογία του κυμαίνεται από ένα μέχρι πέντε.

**Χρόνος περαίωσης κράτησης:** Είναι η ώρα που χρειάστηκε για να γίνει μία κράτηση από αρχή μέχρι τέλους. Βαθμολογείται από ένα μέχρι πέντε ( με άριστα το πέντε) και μετριέται σε δευτερόλεπτα.



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Από 30'' έως 60'' η Βαθμολογία είναι 5

Από 61'' έως 90'' η Βαθμολογία είναι 4

Από 91'' έως 120'' η Βαθμολογία είναι 3

Από 121'' έως 150'' η Βαθμολογία είναι 2

Από 151'' έως .... η Βαθμολογία είναι 1

Το overall από τα παραπάνω για το πόσο απλό ήταν για κάποιον να κάνει την κράτηση του, online έτσι ώστε την επόμενη φορά που θα θελήσει να ξανακάνει μία κράτηση στη μονάδα, να την κάνει πάλι μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου δίχως να καταφύγει σε κάποιο άλλο ιστότοπο για online κρατήσεις.

**Εμφάνιση:** Αναφέρεται για το αν και πόσο καλά χρησιμοποιούνται οπτικά μέσα αλλά και πόσο θελκτική μπορεί να γίνει η ιστοσελίδα. Η βαθμολογία κυμαίνεται και πάλι από το ένα μέχρι το πέντε.

**Πολυμέσα:** Αναφέρεται στη χρησιμοποίηση video ή ήχων προκειμένου να γίνει πιο ευχάριστη η παραμονή στην ιστοσελίδα ή ακόμα και να προσφέρουν πληροφορίες ( video ). Η βαθμολογία και εδώ κυμαίνεται πάλι μεταξύ του ένα και του πέντε.

**Παρατηρήσεις:** Σε περίπτωση που υπάρχει κάτι πρωτότυπο, περίεργο είτε κάτι το οποίο μου κέντρισε το ενδιαφέρον αυτός ο χώρος υπάρχει για να σημειωθεί και να μην παραλειφθεί.

## 3.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Παρακάτω είναι συγκεντρωμένα τα αποτελέσματα από την έρευνα στα ξενοδοχεία της περιφέρειας δυτικής Ελλάδος.

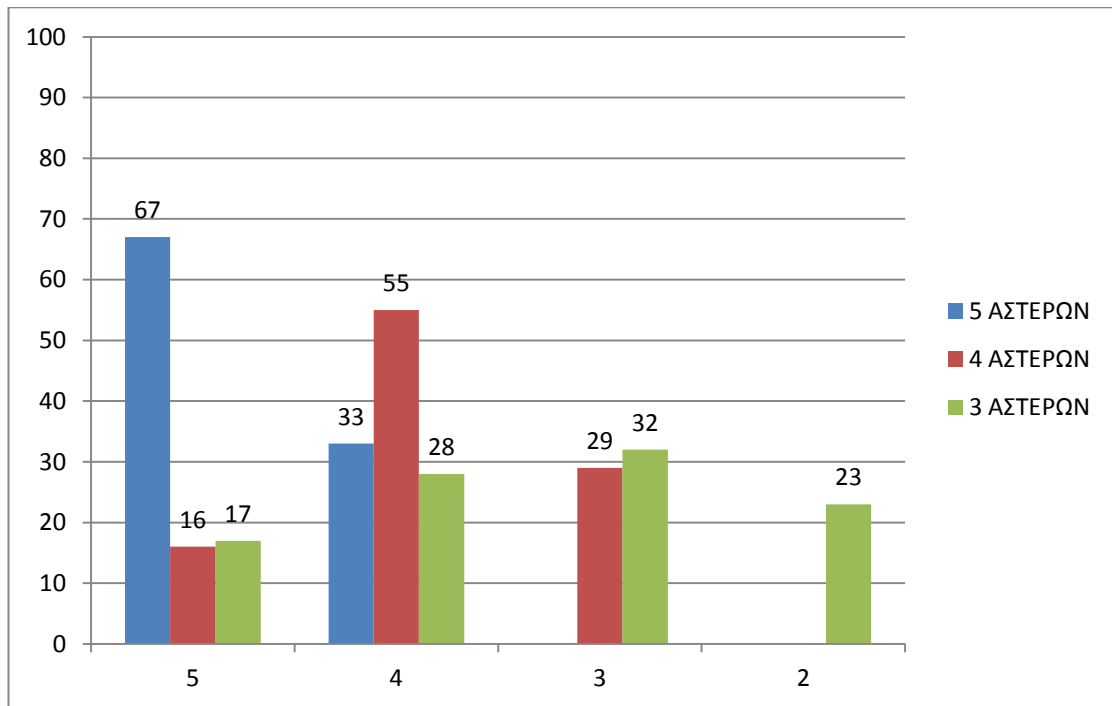
Αρχικά, στο πρώτο γράφημα βλέπουμε ότι όλα τα πεντάστερα ξενοδοχεία έχουν λογαριασμό σε τουλάχιστον μία από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης με δημοφιλέστερο το facebook και έπειτα να ακολουθεί το twitter. Μεγάλα είναι και τα ποσοστά των τετράστερων και τρίστερων ξενοδοχείων με 71% και 77% αντίστοιχα. Τα νούμερα αυτά μας δείχνουν επίσης πόσο διαδεδομένες έχουν γίνει οι ιστοσελίδες αυτές στην καθημερινή μας ζωή αλλά και πόσο απαραίτητο είναι οι επαγγελματίες του τουρισμού να συμβαδίζουν με τα καθημερινά δρώμενα.



Γράφημα 3.2.1

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το επόμενο γράφημα αφορά την απλότητα των ιστοσελίδων έτσι ώστε να είναι εφικτή η χρήση τους και από άτομα τα οποία δεν είναι εξοικειωμένα με την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. Όπως βλέπουμε στο γράφημα 3.2.2 οι ιστοσελίδες των πεντάστερων ξενοδοχείων σε μεγάλο βαθμό (το 67% έχει βαθμολογηθεί με άριστα) είναι εύκολες στη χρήση τους έτσι ώστε ο καθένας που θέλει να μπορεί να περιηγηθεί σε αυτές. Αρκετά προσεγμένες σε αυτή την κατηγορία είναι και οι ιστοσελίδες των τετράστερων ξενοδοχείων συγκεντρώνοντας υψηλά αποτελέσματα με το 55% να έχει πάρει πολύ καλά και το 16% άριστα. Οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τριών αστέρων είναι πίσω σε σύγκριση με τα άλλα δίχως όμως και αυτές να υστερούν σε μεγάλο βαθμό.

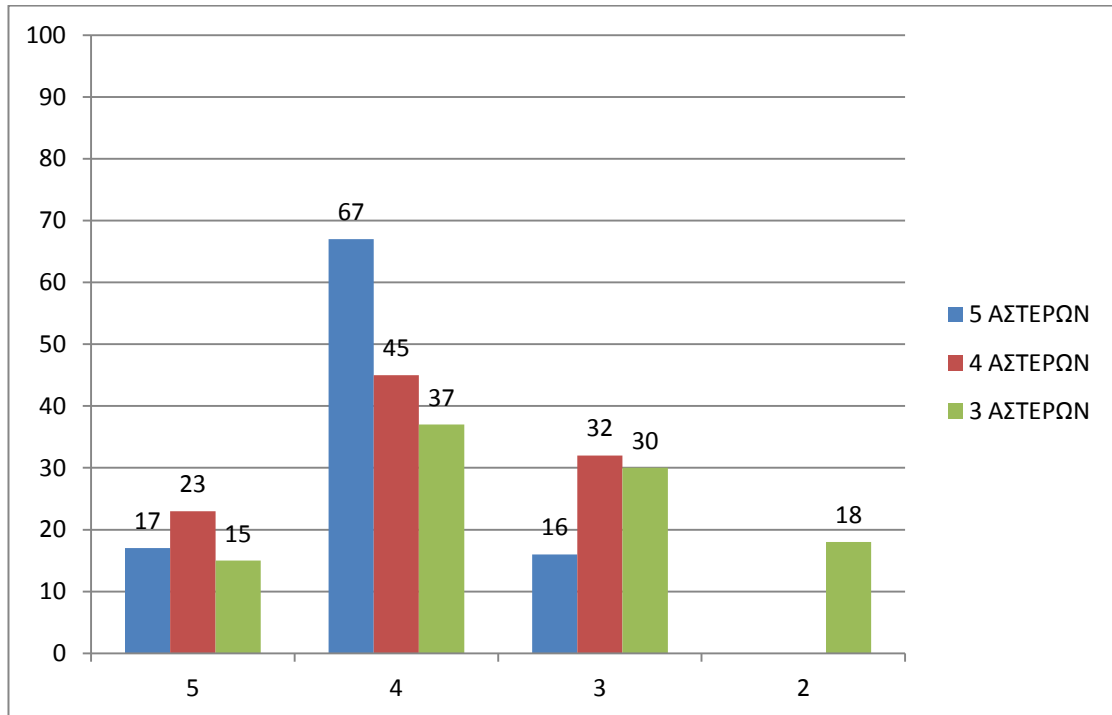


Γράφημα 3.2.2

Το τρίτο γράφημα έχει να κάνει με την ευκολία πλοήγησης μέσα στην ιστοσελίδα. Εδώ βλέπουμε ότι οι ιστοσελίδες που έχουν βαθμολογηθεί με άριστα έχουν μειωθεί σε μεγάλο βαθμό ανεξαρτήτως της κατηγορίας του ξενοδοχείου και καμία να μην περνάει το 25%. Βέβαια βλέπουμε ότι οι ιστοσελίδες των παντάστερων και τετράστερων ξενοδοχείων σε

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

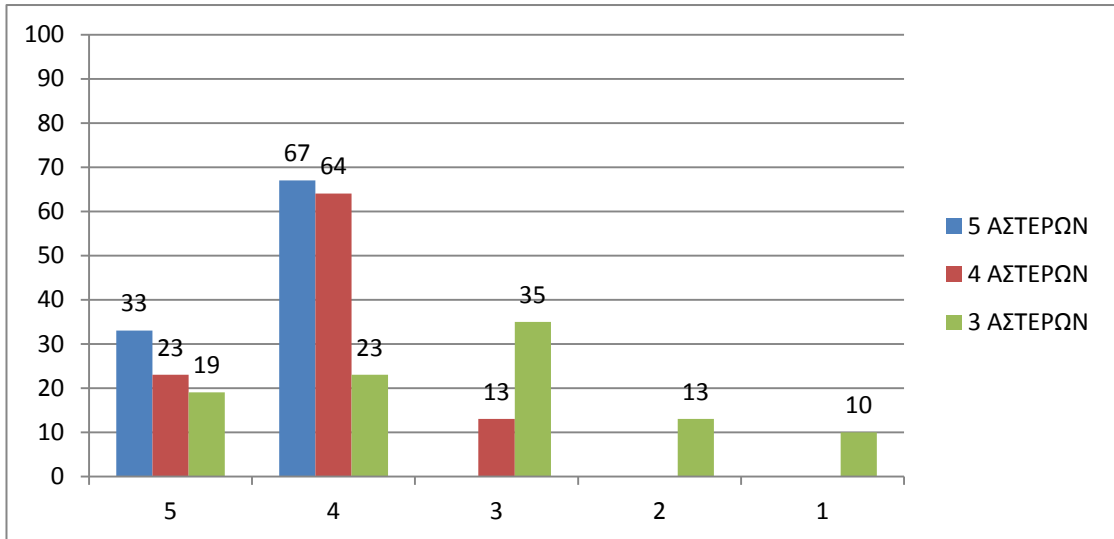
μεγάλα ποσοστά έχουν βαθμολογηθεί με καλά με τα πεντάστερα να φτάνουν το 67% και να ακολουθούν κατα πόδας οι ιστοσελίδες των τετράστερων με 45%. Δυστηχώς στα ξενοδοχεία τριών αστέρων βλέπουμε το 18% έχει βαθμολογηθεί κάτω του μετρίου.



Γράφημα 3.2.3

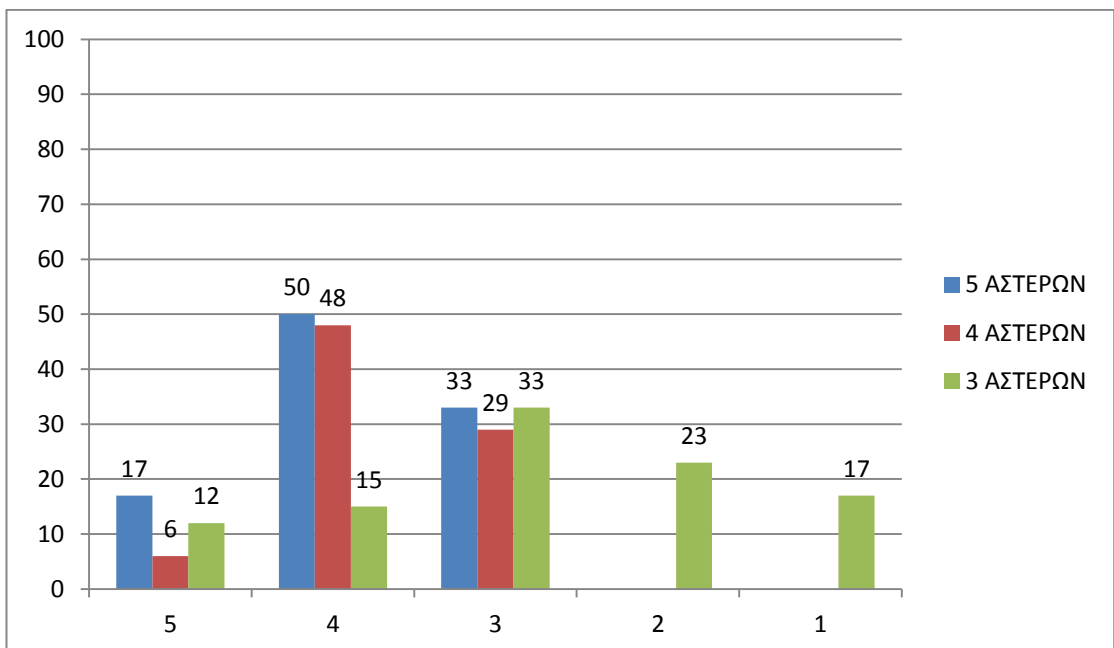
Έπειτα το επόμενο γράφημα είναι για τις πληροφορίες που παρέχονται από την ιστοσελίδα σχετικά με το ξενοδοχείο. Εδώ βλέπουμε ότι τα ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων έχουν συγκεντρώσει υψηλές βαθμολογίες έχοντας δώσει πολύ προσοχή στη παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου προκειμένου να προσελκύσουν όσο περισσότερο κόσμο γίνεται με λίγα όμως πάλι να έχουν βαθμολογηθεί με άριστα (33% και 23% αντίστοιχα). Από την άλλη τα ξενοδοχεία τριών αστέρων δεν τα έχουν πάει καλά σε σύγκριση με τα άλλα, έχοντας μάλιστα και περίπου το ένα τέταρτο των ιστοσελίδων αυτών λάβει βαθμολογίες κάτω του μετρίου, αυτό οφείλεται στο ότι είτε δεν είχαν περιγράψει καθόλου το ξενοδοχείο είτε δεν είχαν δώσει βάση με αποτέλεσμα να μην μπορεί ο ενδιαφερόμενος να σχηματίσει μια πρώτη εικόνα για το ξενοδοχείο.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.4

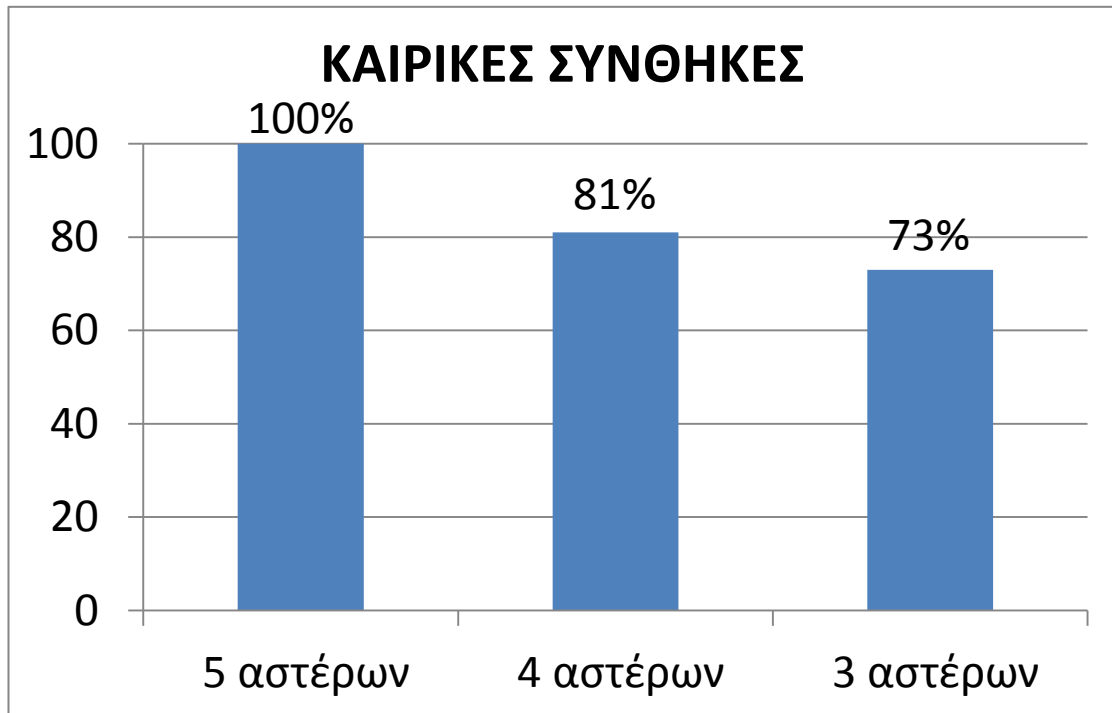
Το πέμπτο γράφημα έχει να κάνει με τις πληροφορίες σχετικά με την γύρω περιοχή. Πάλι βλέπουμε τα ξενοδοχεία πέντε αστερών να έχουν συγκεντρώσει καλές βαθμολογίες με τα τεσσάρων αστερών να ακολουθούν κατά πόδας δίχως να υστερούν. Αντιθέτως τα τριών αστερών ξενοδοχεία ακόμα μια φορά δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις με αποτέλεσμα να συγκεντρώνουν χαμηλές βαθμολογίες.



Γράφημα 3.2.5

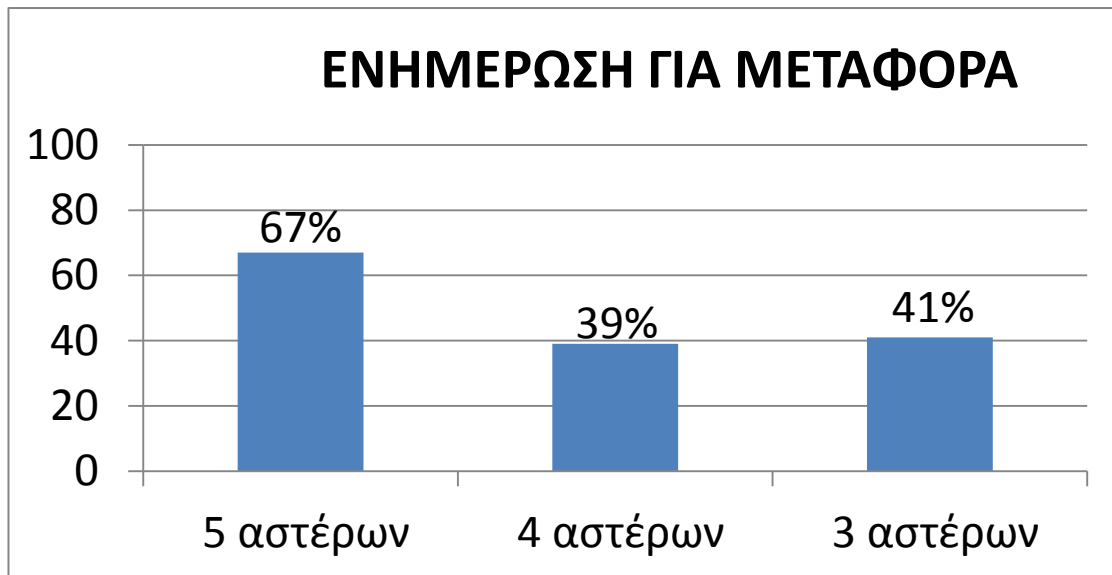
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το γράφημα 3.2.6 μας δείχνει αν αναφέρονται κάπου στην ιστοσελίδα οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή. Εδώ βλέπουμε ότι όλες οι κατηγορίες ξενοδοχείων έχουν μεγάλα ποσοστά με τα πέντε αστέρων να έχουν όλα και να ακολουθούν τα τεσσάρων με ποσοστό 81% και τα τριών 73%.



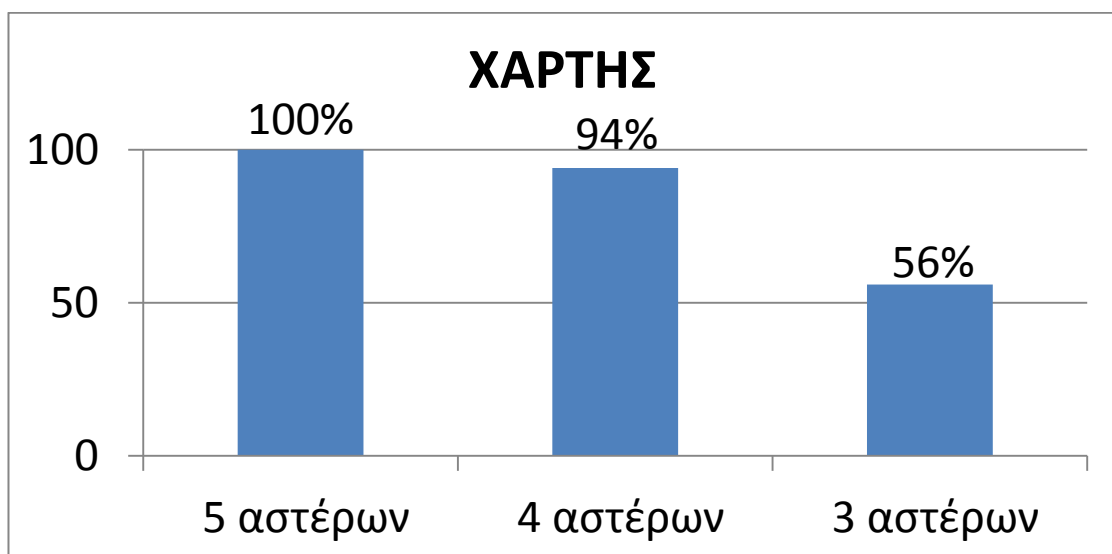
Γράφημα 3.2.6

Το επόμενο γράφημα έχει να κάνει με την ενημέρωση για την μεταφορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα από και προς το ξενοδοχείο. Εδώ βλέπουμε ότι τα ποσοστά έχουν πέσει, μάλιστα αν και μικρή η διαφορά τους οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τριών αστέρων που μέχρι τώρα υστερούσαν σε σύγκριση με τις άλλες είναι στη δεύτερη θέση με 41% με μικρή διαφορά από τις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τεσσάρων αστέρων με ποσοστό 39%.



Γράφημα 3.2.7

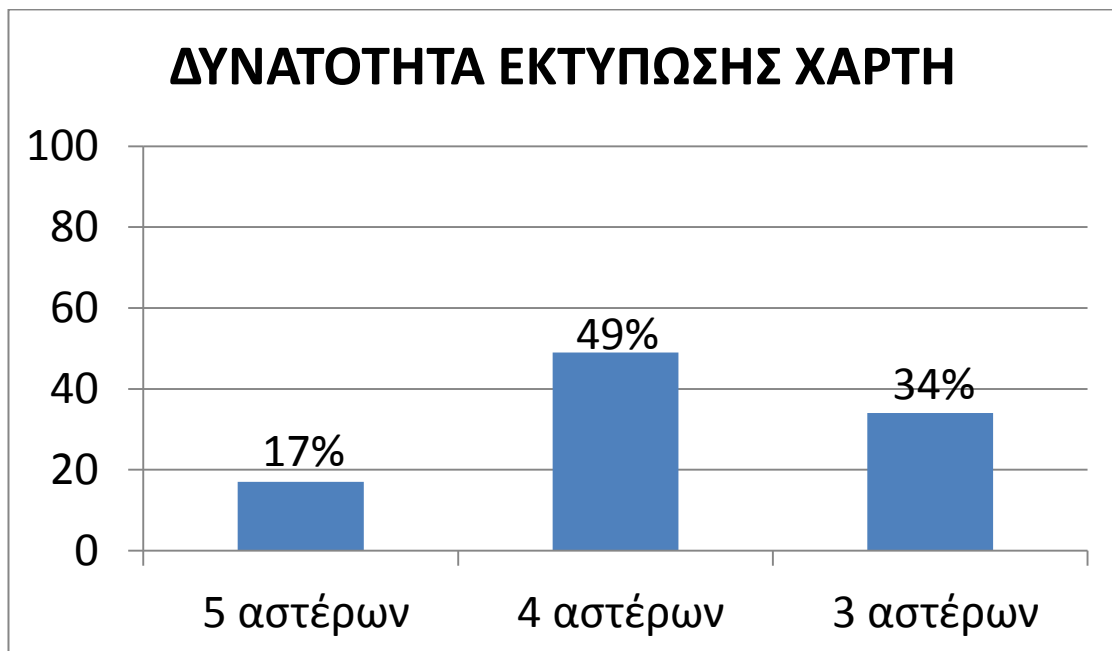
Ύστερα, στο επόμενο γράφημα βλέπουμε αν υπάρχει ή όχι χάρτης για το ξενοδοχείο. Για άλλη μια φορά βλέπουμε ότι τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων έχουν όλα εμπλουτίσει τις ιστοσελίδες τους με ένα χάρτη ή έστω μια υπερσύνδεση για κάποιον έτσι ώστε να μην χρειάζεται η επισκέπτες τους να ψάχνουν από μόνοι τους. Επίσης, σχεδόν όλες οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τεσσάρων αστέρων (ποσοστό 94%) έχουν ένα τέτοιο χάρτη ενώ μόνο λίγο παραπάνω από τις μισές των ξενοδοχείων τριών αστέρων προσφέρουν αυτή τη διευκόλυνση.



Γράφημα 3.2.8

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το γράφημα 3.2.9 αναφέρεται στο αν παρέχεται η δυνατότητα εκτύπωσης του χάρτη αυτού με τα αποτελέσματα να διαφέρουν πολύ από τα προηγούμενα αφού βλέπουμε ότι μόνο το 17% των ξενοδοχείων πέντε αστέρων παρέχουν την δυνατότητα αυτή σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων που σε ποσοστό περίπου 50% παρέχουν την συγκεκριμένη υπηρεσία αλλά και τα ξενοδοχεία τριών αστέρων που είναι το ποσοστό τους είναι διπλάσιο από αυτά των πέντε αστέρων.

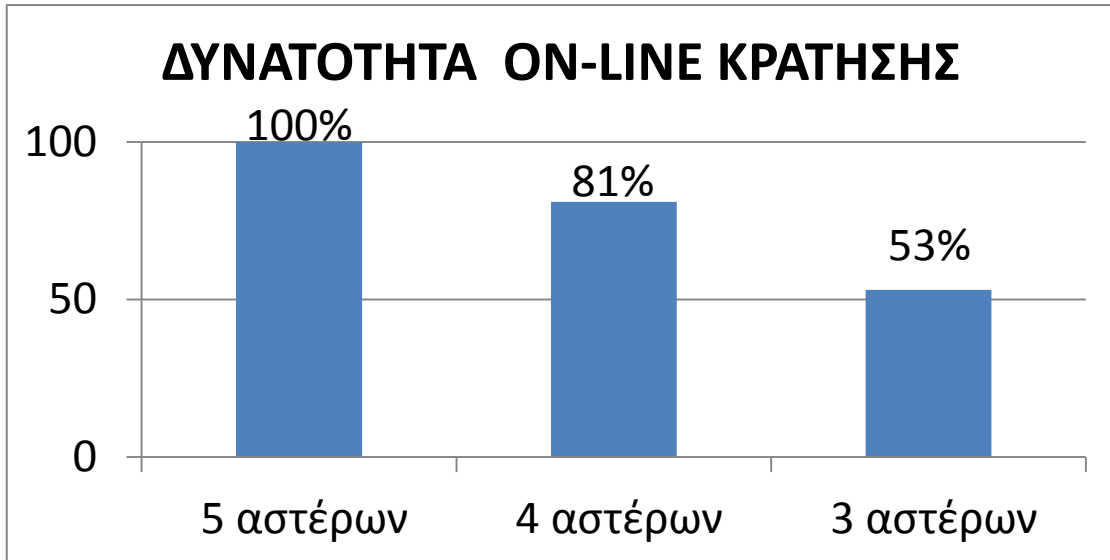


Γράφημα 3.2.9

Έπειτα, το επόμενο γράφημα αφορά στο αν δίνεται η δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να κάνει κράτηση στο ξενοδοχείο κατευθείαν μέσω της ιστοσελίδας του. Και εδώ βλέπουμε ότι τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων όλα παρέχουν αυτή την δυνατότητα με τα τεσσάρων αστέρων να ακολουθούν με ένα ποσοστό 81%, ενώ μόνο το 53% των ξενοδοχείων τριών αστέρων παρέχει αυτή την δυνατότητα.

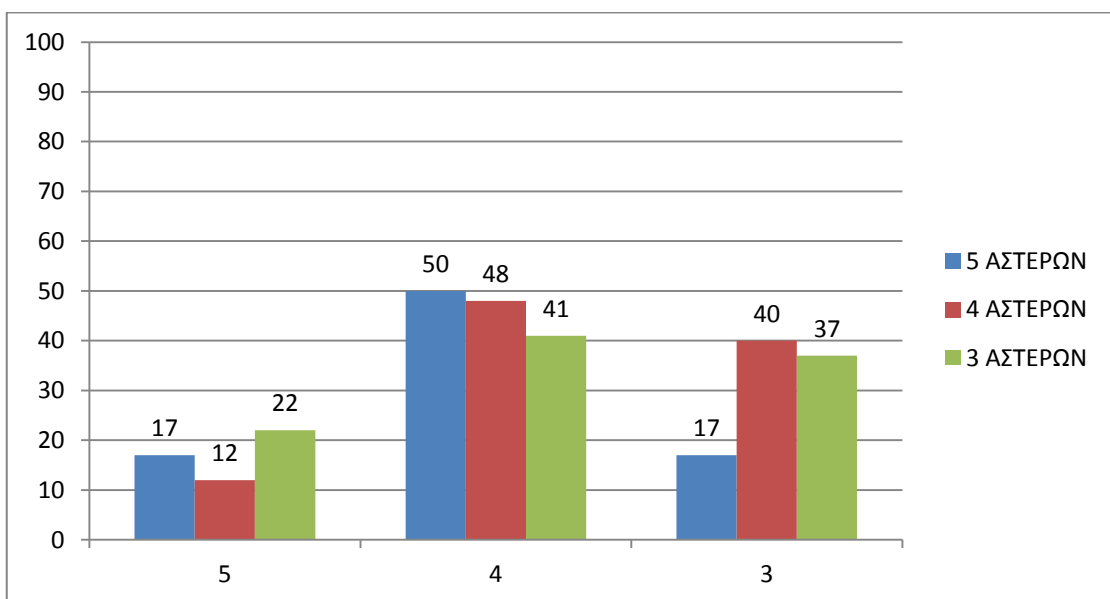


### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



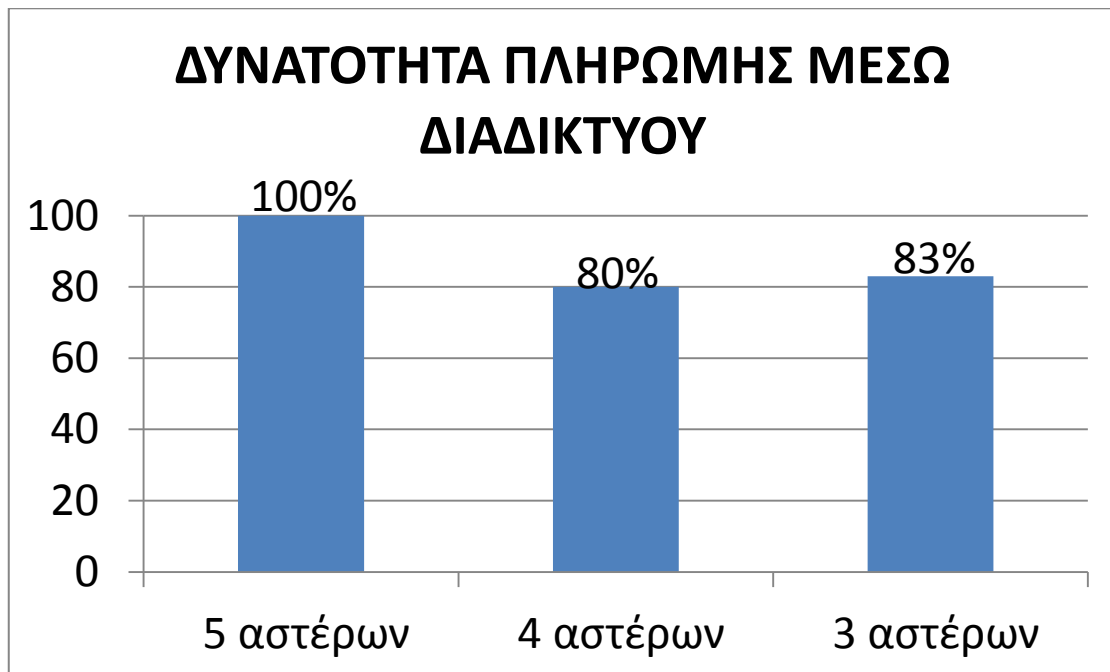
Γράφημα 3.2.10

Μετά την δυνατότητα κράτησης ενός δωματίου μέσω διαδικτύου σειρά έχει η αξιολόγηση αυτής της παροχής. Το γράφημα 3.2.11 αναφέρεται στο πόσο εύκολο είναι να γίνει μία κράτηση κατευθείαν από την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου. Εδώ βλέπουμε ότι έχει γίνει μια αξιόλογη προσπάθεια με όλες τις ιστοσελίδες οι οποίες παρέχουν τη δυνατότητα κράτησης να έχουν βαθμολογηθεί άνω του μετρίου. Μάλιστα βλέπουμε ότι πάνω από το 50% των ξενοδοχείων ανεξαρτήτως κατηγορίας έχουν βαθμολογηθεί με άριστα ή πολύ καλά.



Γράφημα 3.2.11

Έχοντας πλέον κάνει κράτηση από την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου το μόνο που μένει είναι η πληρωμή του δωματίου ή η αποστολή κάποιας προκαταβολής και το ερώτημα είναι αν μας δίνεται η δυνατότητα αυτό να γίνει μέσω διαδικτύου. Αυτό βλέπουμε και στο επόμενο γράφημα με πολύ καλά αποτελέσματα αφού όλες οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων πέντε αστέρων προσφέρουν την δυνατότητα αυτή αλλά και οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τεσσάρων αστέρων και τριών προσφέρουν την συγκεκριμένη υπηρεσία με 80% και 83% αντίστοιχα. Για άλλη μια φορά τα ξενοδοχεία τριών αστέρων εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά από αυτά των τεσσάρων.

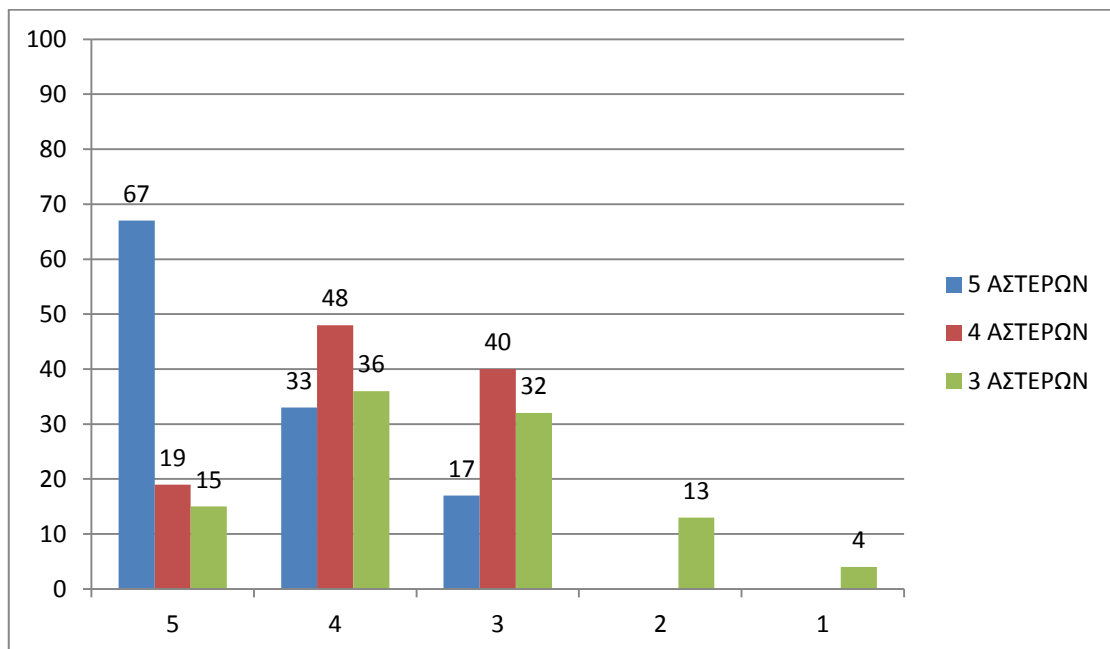


Γράφημα 3.2.12

Το γράφημα 3.2.13 αφορά την παρουσίαση των χώρων του ξενοδοχείου και πόσο καλά επιτυγχάνεται αυτή. Εδώ βλέπουμε για άλλη μια φορά ότι οι ιστοσελίδες των παντάσθερων ξενοδοχείων έχουν συγκεντρώσει τις υψηλότερες βαθμολογίες με το 67%

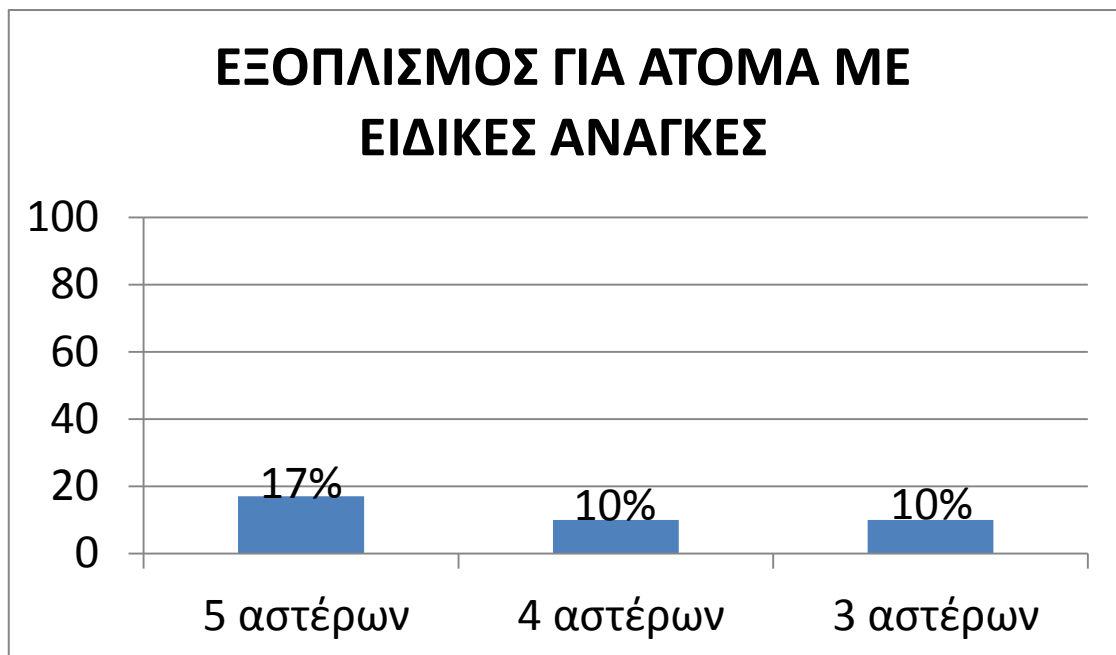
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

αυτών να έχει βαθμολογηθεί με άριστα και το υπόλοιπο 33% με πολύ καλά. Ακολουθούν οι ιστοσελίδες τεσσάρων αστέρων οι οποίες και αυτές έχουν συγκεντρώσει υψηλές βαθμολογίες με το 19% να έχει πάρει άριστα και το 48% πολύ καλά, αλλά με σημαντικότερο χαρακτηριστικό καμία να μην έχει πέσει κάτω του μετρίου. Από την άλλη πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στη κατασκευή των ιστοσελίδων από τα ξενοδοχεία τριών αστέρων των οποίων οι ιστοσελίδες έχουν λάβει πολύ χαμηλότερες βαθμολογίες προκειμένου και αυτών η ιστοσελίδα να γίνει εργαλείο και όχι υποχρέωση. Μάλιστα βλέπουμε ότι το 17% αυτών έχει βαθμολογηθεί κάτω του μετρίου.



Γράφημα 3.2.13

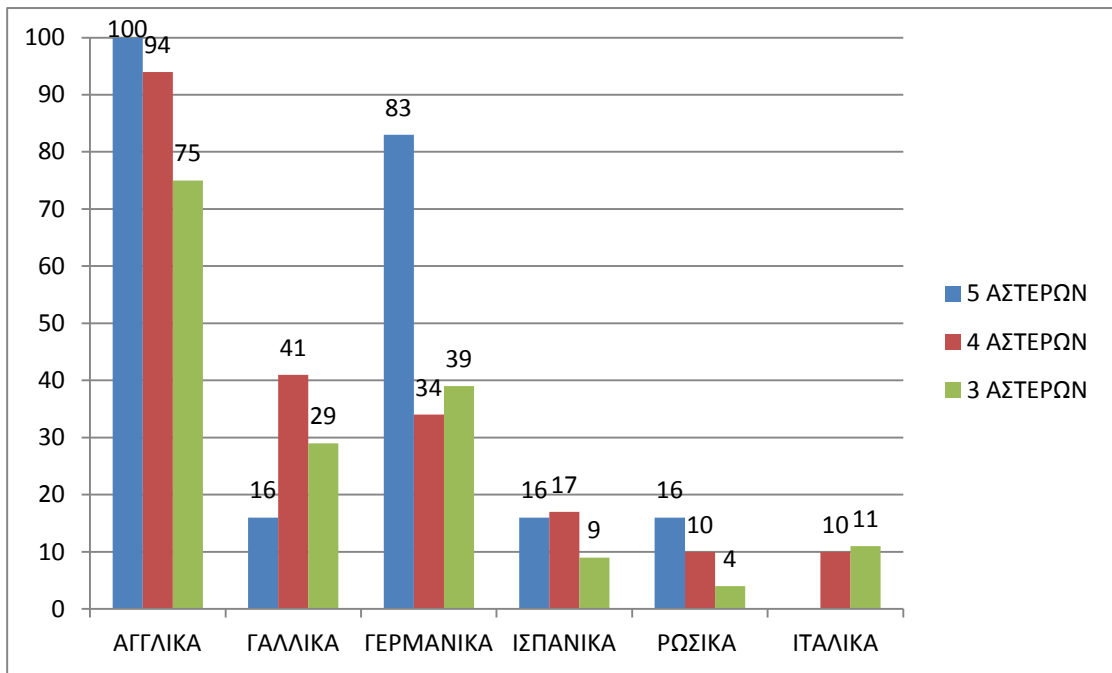
Το επόμενο γράφημα είναι για την ύπαρξη εξοπλισμού για άτομα με ειδικές ανάγκες και δυστυχώς βλέπουμε ότι σε καμία κατηγορία ξενοδοχείων δεν έχει γίνει σωστή πρόληψη για αυτά με τα νούμερα να μιλούν από μόνα τους και να είναι απογοητευτικά. Μόνο το 17% των ξενοδοχείων πέντε αστέρων έχει προνοήσει για εξοπλισμό κατάλληλο για άτομα με ειδικές ανάγκες και αντίστοιχα το 10% των τετράστερων και των τριστερων ξενοδοχείων.



Γράφημα 3.2.14

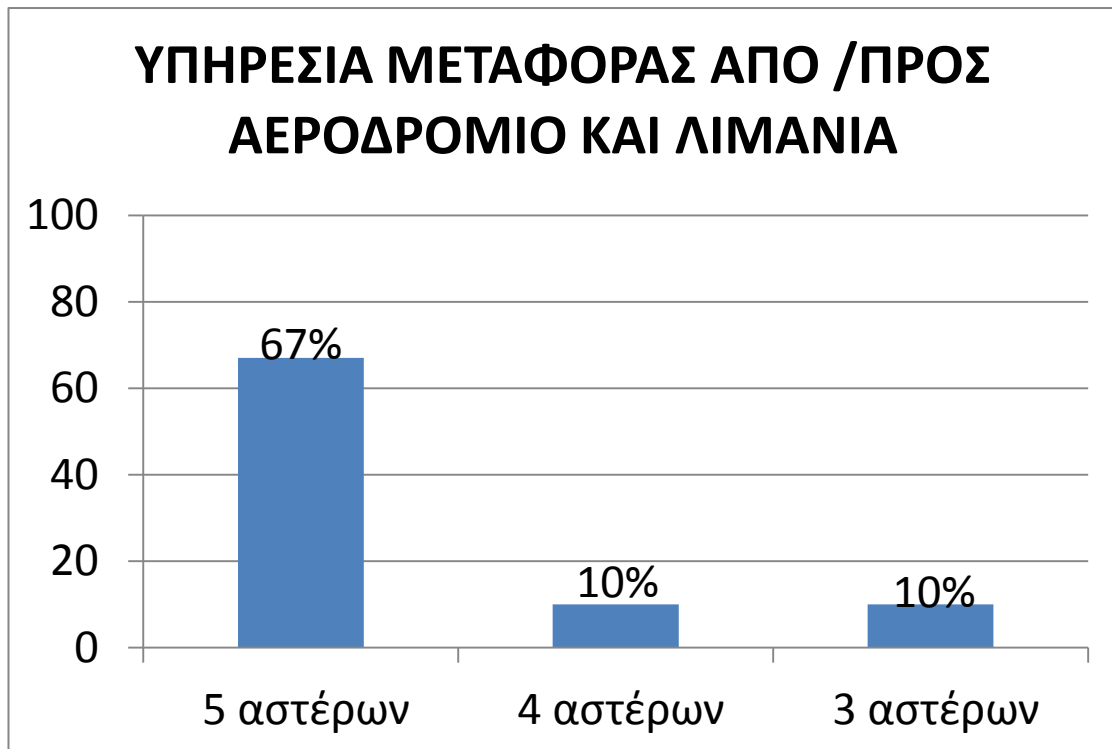
Το γράφημα 3.2.15 αναφέρεται στις επιλογές ξένων γλωσσών που υπάρχουν στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων. Βλέπουμε ότι τα αγγλικά κυριαρχούν έναντι των άλλων γλωσσών έχοντας συγκεντρώσει τα μεγαλύτερα ποσοστά σε όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων με τα γερμανικά και τα γαλλικά να ακολουθούν. Μια ευχάριστη παρατήρηση είναι ότι και άλλες γλώσσες πλην των τριών αυτών υπάρχουν σε αρκετές ιστοσελίδες.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.15

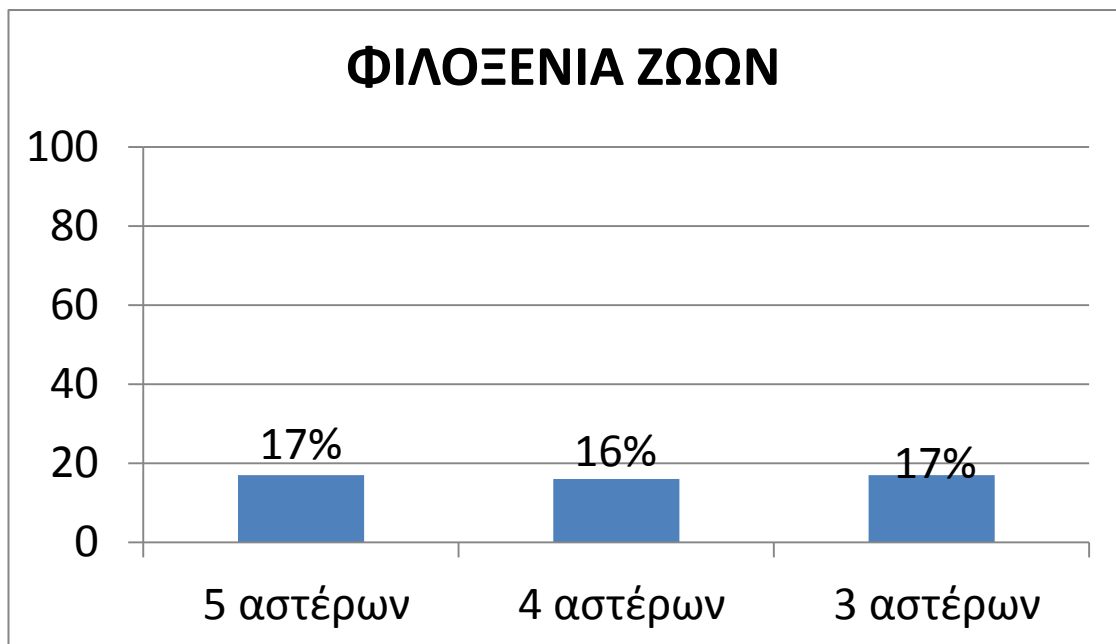
Ύστερα το γράφημα 3.2.16 έχει να κάνει με την ύπαρξη υπηρεσίας μεταφοράς από και προς αεροδρόμια και λιμάνια για το ξενοδοχείο. Δυστυχώς σε αυτό το γράφημα βλέπουμε ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία παρέχεται κυρίως από τα ξενοδοχεία πέντε αστερών αλλά και σε αυτά σε μικρότερο ποσοστό από αυτό που περιμέναμε με 67% ενώ είναι σχεδόν ανύπαρκτη στις άλλες κατηγορίες ξενοδοχείων οι οποίες ισοβαθμούν με ποσοστό 10%.



Γράφημα 3.2.16

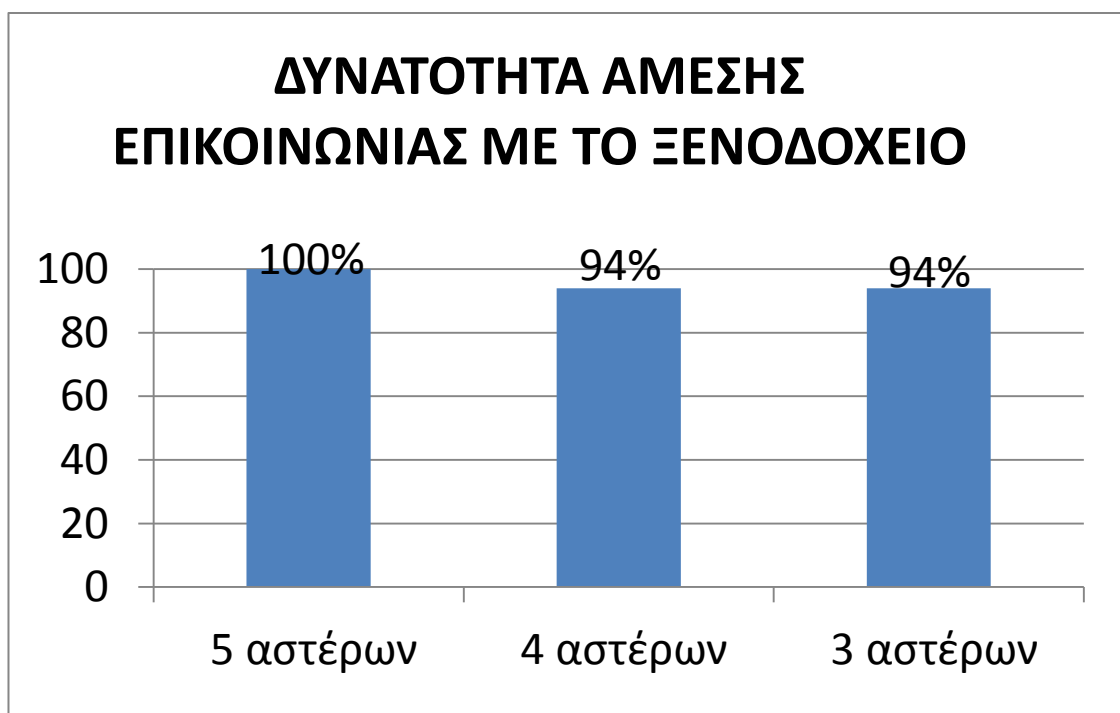
Το αμέσως επόμενο γράφημα έχει να κάνει με το αν επιτρέπονται ή όχι τα κατοικίδια. Αν και σε ελάχιστες ιστοσελίδες γινόταν αναφορά για αυτό το θέμα στις λίγες που επιτρέπονταν υπήρχαν και κάποιοι όροι ως προς το είδος και το μέγεθος του ζώου. Και σε αυτήν την κατηγορία, όπως βλέπουμε πολύ λίγες επιχειρήσεις είναι εκείνες οι οποίες δέχονται να φιλοξενήσουν τα κατοικίδια των επισκεπτών τους. Μάλιστα δε υπάρχει ένα είδος ισοβαθμίας μεταξύ των τριών κατηγοριών ξενοδοχείων στο θέμα αυτό με κανένα να μην περνάει το 20%.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.17

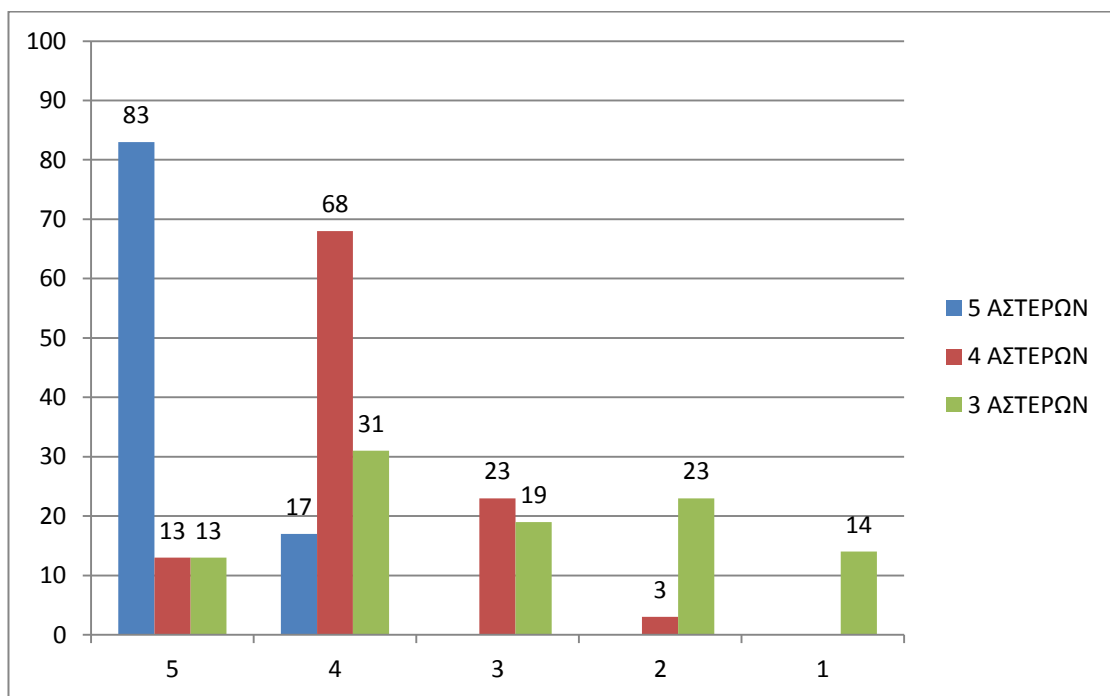
Στο επόμενο γράφημα βλέπουμε ότι η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με το ξενοδοχείο παρέχεται σε όλες σχεδόν τις ιστοσελίδες ανεξαρτήτως κατηγορίας.



Γράφημα 3.2.18

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Παρακάτω, βλέπουμε το γράφημα 3.2.19 το οποίο αφορά τις πληροφορίες που δίνονται στις ιστοσελίδες σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο γράφημα οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων πέντε αστερών παρέχουν πάρα πολλές πληροφορίες για τις εγκαταστάσεις που προσφέρουν αλλά και για τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορούν να ασχοληθούν οι επισκέπτες τους με το 83% να έχει βαθμολογηθεί με άριστα. Όμοια σε μεγάλο βαθμό το ίδιο συμβαίνει και με τις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τεσσάρων αστερών οι οποίες και αυτές έχουν λάβει υψηλές βαθμολογίες με περίπου το 80% να έχει λάβει βαθμολογίες πολύ υψηλές. Αντιθέτως, οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τριών αστερών είτε δεν προσφέρουν καθόλου πληροφορίες είτε οι πληροφορίες αυτές είναι ανεπαρκείς όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα με πολύ μεγάλο ποσοστό τους να έχει λάβει χαμηλές και κάτω του μετρίου βαθμολογίες.

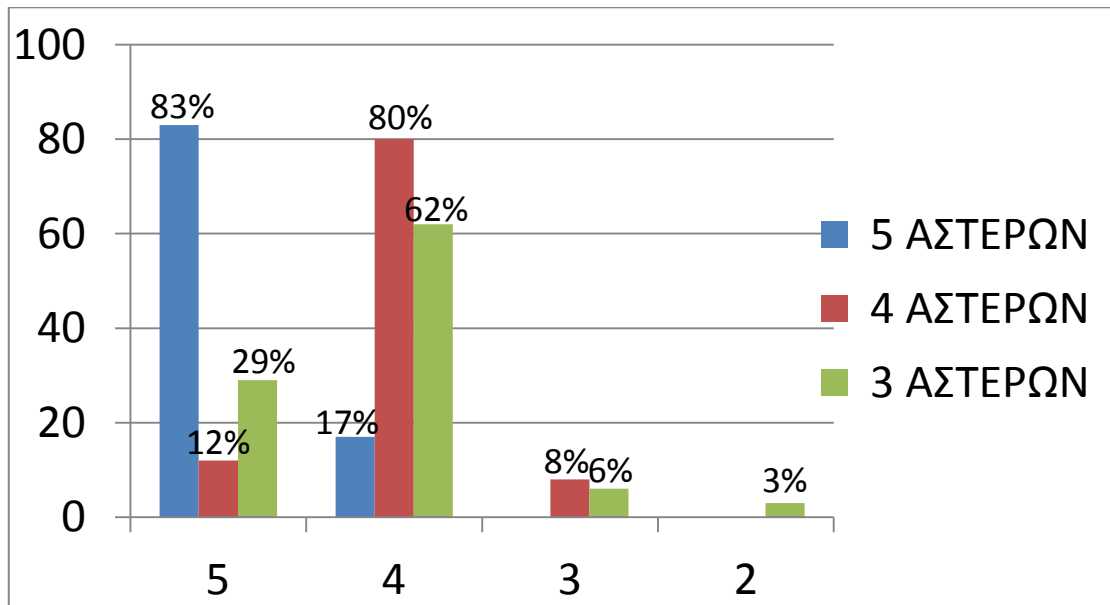


Γράφημα 3.2.19



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

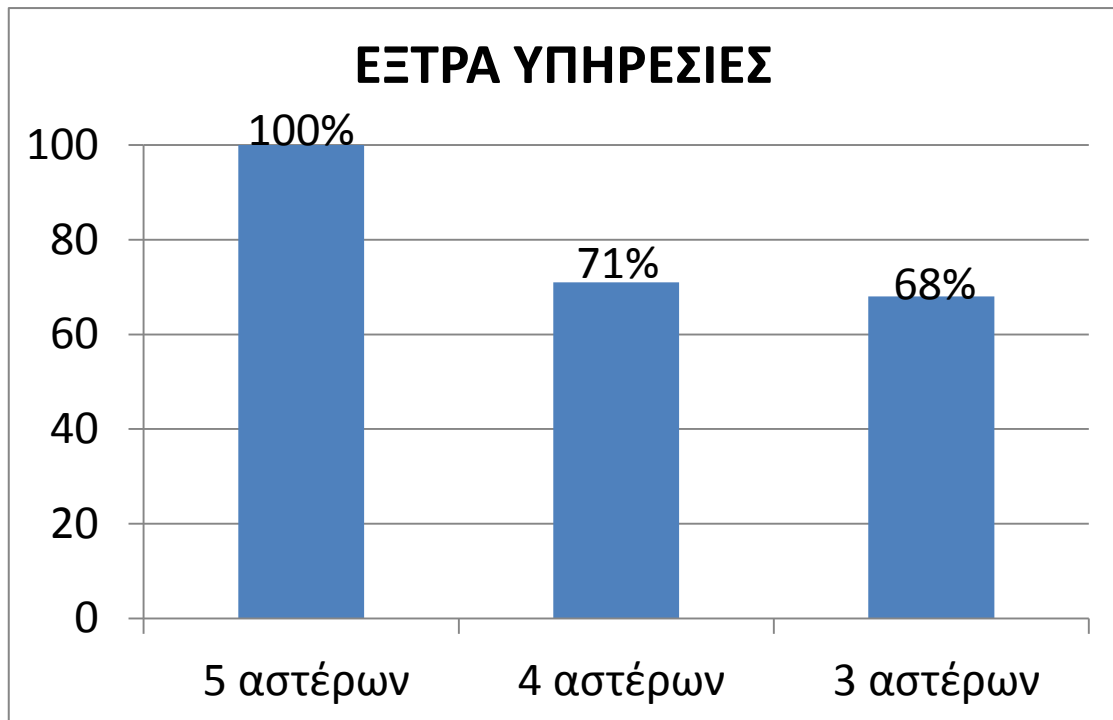
Το γράφημα που ακολουθεί αφορά την ποιότητα του κειμένου που χρησιμοποιείται από τις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων. Βλέπουμε ότι σε γενικές γραμμές όλες οι ιστοσελίδες έχουν βαθμολογηθεί είτε με άριστα πέντε είτε με καλά τέσσερα και με ελάχιστες να έχουν πάρει μέτρια ή κακή βαθμολογία ανεξαρτήτως κατηγορίας του ξενοδοχείου. Πιο συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων έχουν αποσπάσει τις μεγαλύτερες βαθμολογίες με το 83% να έχει πάρει άριστα, ακολουθούν τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων τα οποία έχουν λάβει και αυτά καλές βαθμολογίες με το 80% να έχει πάρει πολύ καλά και έπειτα είναι τα ξενοδοχεία τριών αστέρων τα οποία και αυτά έχουν βαθμολογηθεί ως πολύ καλά σε ποσοστό 62%.



Γράφημα 3.2.20

Το γράφημα 3.2.21 αφορά τις πρόσθετες υπηρεσίες τις οποίες είναι διατεθειμένο το ξενοδοχείο να παρέχει στους πελάτες του. Άλλο ένα γράφημα στο οποίο ανεξάρτητα από την κατηγορία την οποία ανήκει το ξενοδοχείο η πλειοψηφία αυτών έχει συγκεντρώσει υψηλές βαθμολογίες.

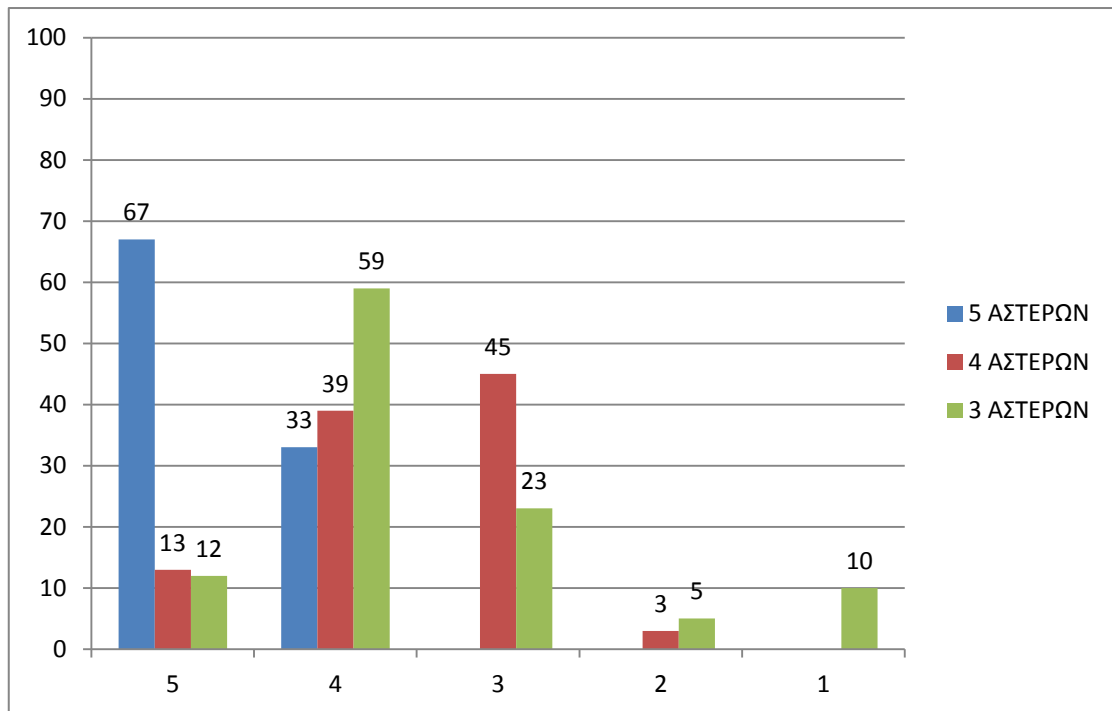
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.21

Το γράφημα 3.2.22 έχει σαν αντικείμενο την δομή των ιστοσελίδων και κατά πόσο φαίνεται εάν κατασκευάστηκαν από κάποιον επαγγελματία ή από κάποιον ερασιτέχνη. Και εδώ βλέπουμε ότι οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων πέντε αστέρων είναι άρτια δομημένες και αποτέλεσμα της δουλειάς κάποιου επαγγελματία του χώρου. Πιο αναλυτικά το 67% των ιστοσελίδων των ξενοδοχείων πέντε αστέρων έχει λάβει άριστα, ενώ αυτό το οποίο προκαλεί έκπληξη είναι ότι οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τριών αστέρων ποσοστιαία έχουν ξεπεράσει αυτές των τεσσάρων με το 59% να έχει λάβει πολύ καλά έναντι του 39%.

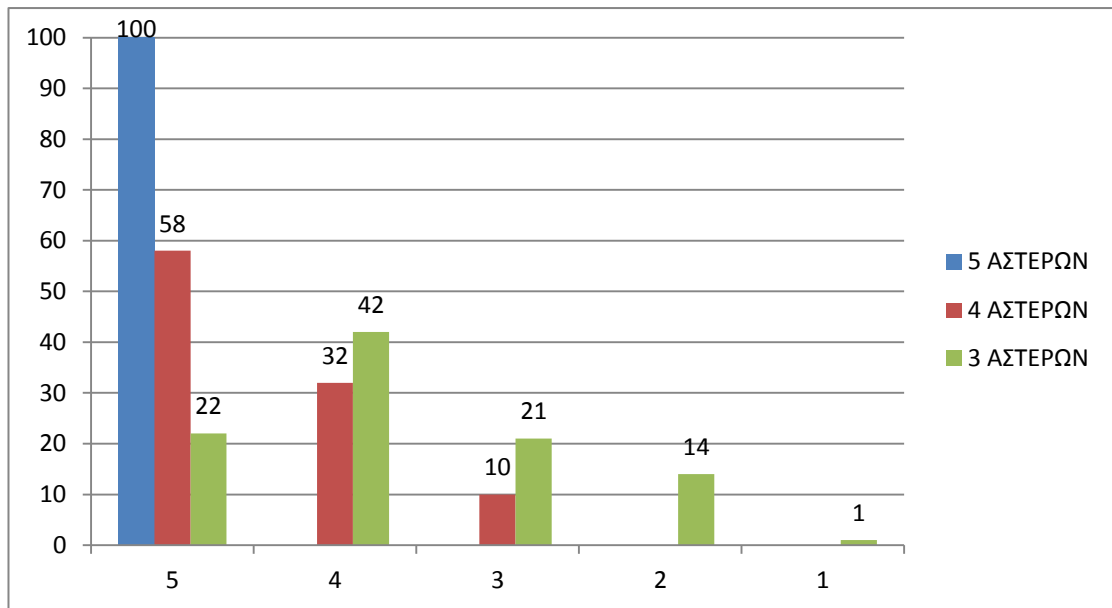
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.22

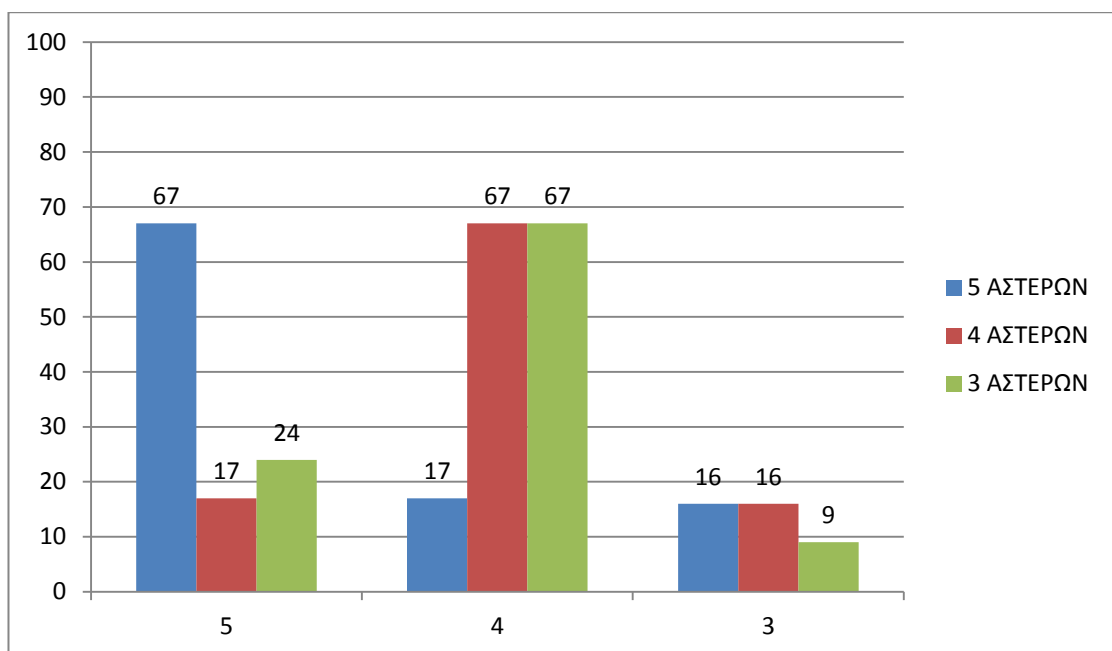
Το γράφημα 3.2.23 έχει να κάνει με την συνάφεια μεταξύ ονόματος και γραφικών που χρησιμοποιούνται. Εδώ βλέπουμε ότι πλην ελάχιστων εξαιρέσεων από κάποιες μονάδες τριών αστερών οι βαθμολογίες είναι πολύ καλές με τις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων πέντε αστερών να έχουν όλες βαθμολογηθεί με άριστα και με τις ιστοσελίδες των μονάδων τεσσάρων αστερών να ακολουθούν κατα πόδας με ποσοστό 58% να έχει βαθμολογηθεί με άριστα και 32% με πολύ καλά..

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.23

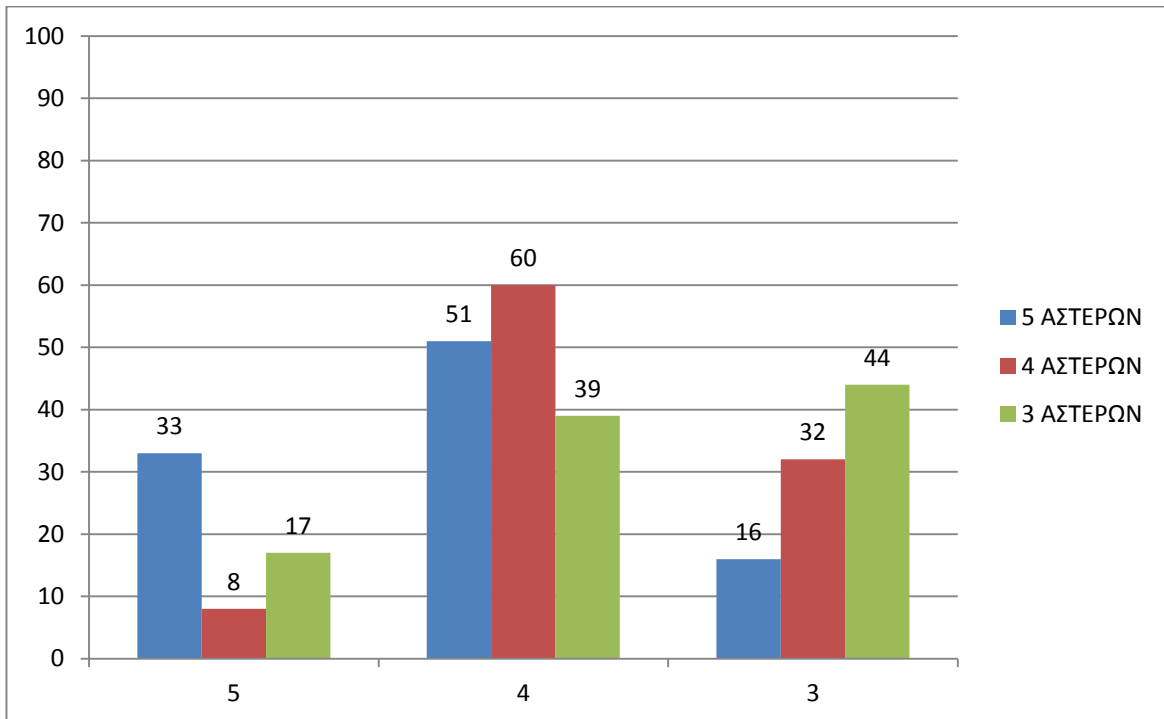
Το επόμενο γράφημα αφορά το χρόνο απόκρισης της ιστοσελίδας. Οι μετρήσεις αυτές έγιναν όλες από τον ίδιο υπολογιστή και με την ίδια ταχύτητα σύνδεσης για το διαδίκτυο. Και εδώ τα αποτελέσματα είναι μοιρασμένα στις πρώτες δύο βαθμολογίες δίχως όμως καμία ιστοσελίδα να πέφτει κάτω του μετρίου.



Γράφημα 3.2.24

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

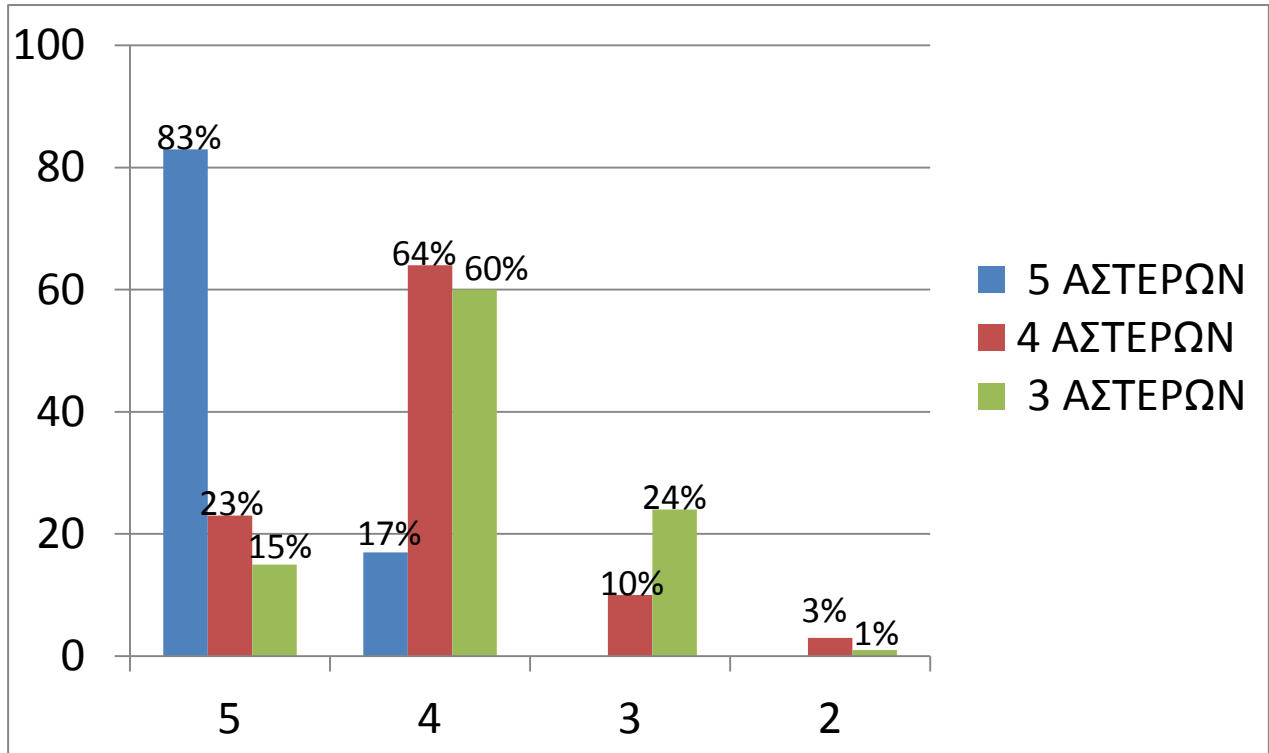
Το γράφημα 3.2.25 έχει να κάνει με την αποδοτικότητα των on-line κρατήσεων από τις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων. Αν και τα αποτελέσματα είναι παραπάνω από ικανοποιητικά καλό θα είναι να λάβουμε υπόψη ότι ικανοποιητικός είναι και ο αριθμός των ιστοσελίδων οι οποίες παρέχουν την δυνατότητα αυτή. Ακόμα και στην κατηγορία των τριών αστέρων που έχουν τον μικρότερο αριθμό ιστοσελίδων με πρόγραμμα κρατήσεων το ποσοστό αυτό ξεπερνάει το πενήντα τις εκατό.



Γράφημα 3.2.25

Το επόμενο γράφημα αφορά την εμφάνιση των ιστοσελίδων. Όπως βλέπουμε και εδώ οι βαθμολογίες είναι υψηλές και πάλι με την συντριπτική πλειοψηφία να κυμαίνεται μεταξύ του άριστα και του καλά. Πιο συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων έχουν πάρει άριστα σε ποσοστό 83% ενώ τα ξενοδοχεία τεσσάρων και τριών αστέρων έχουν λάβει πολύ καλά σε ποσοστό 64% και 60 % αντίστοιχα.

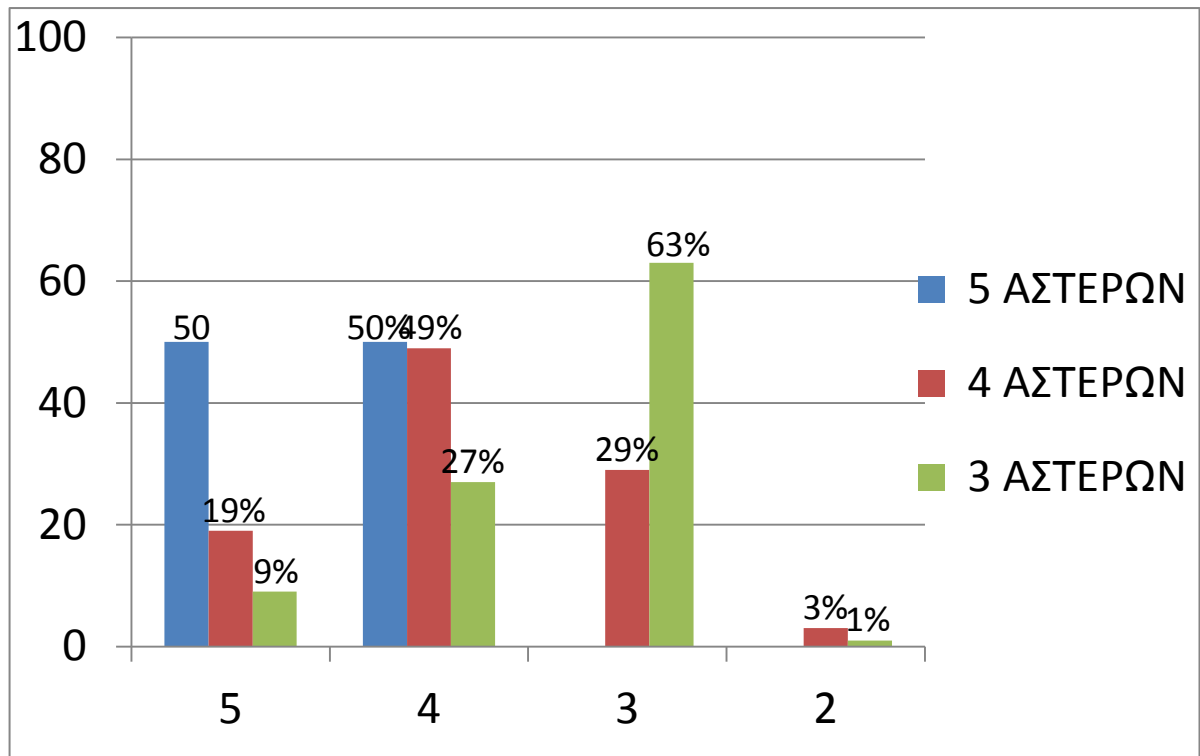
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.26

Το τελευταίο γράφημα είναι για την χρησιμοποίηση πολυμέσων από τις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων. Εδώ βλέπουμε ότι δεν γίνεται ευρεία χρήση πολυμέσων και με την πλειοψηφία των ιστοσελίδων να τείνουν περισσότερο προς το μέτριο. Βέβαια οι ιστοσελίδες των πεντάστερων ξενοδοχείων είναι μοιρασμένες και έχουν βαθμολογηθεί είτε με άριστα είτε με καλά. Ακολουθούν οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τεσσάρων αστερών οι οποίες σε γενικές γραμμές οι βαθμολογίες τους κυμαίνονται μεταξύ του καλά και του μετρίου με το 50% περίπου αυτών να έχουν βαθμολογηθεί με καλά και έπειτα είναι οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων τριών αστερών που η πλειοψηφία των ιστοσελίδων τους έχει λάβει μέτρια βαθμολογία (το 63%).

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.27

### 3.2.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ

Ύστερα από έρευνα στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος και με βάση κριτήρια που αφορούν τους απλούς χρήστες του διαδικτύου, τα στελέχη του τουρισμού αλλά και προγραμματιστές διαμορφώθηκαν τα παρακάτω αποτελέσματα τα οποία και σχολιάζονται:

#### Α) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



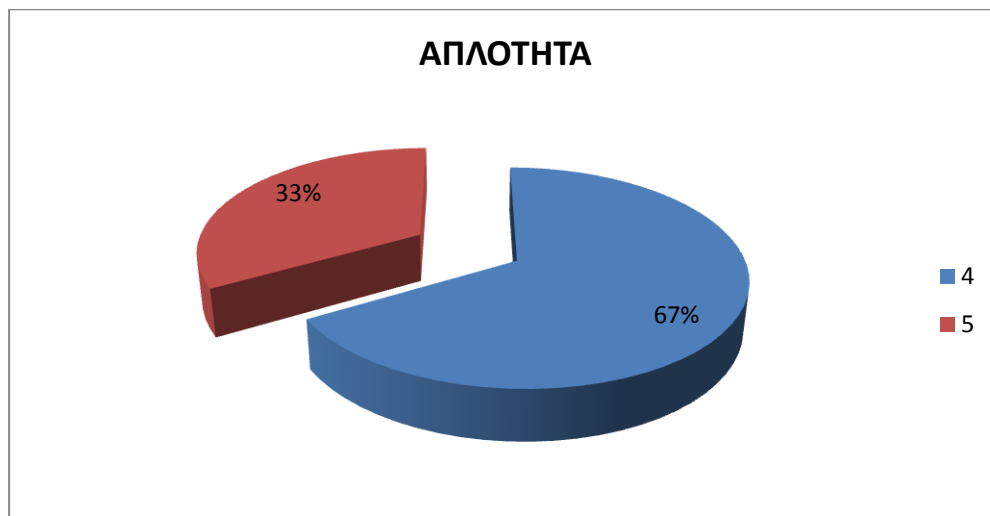
Γράφημα 3.2.1.1

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 3.2.1.1, τα αποτελέσματα της έρευνας με βάση τους απλούς χρήστες του διαδικτύου έδειξαν ότι όλες οι ιστοσελίδες συνδέονται με κάποιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης και ότι πιο σύνηθες είναι το facebook και έπειτα ακολουθεί το twitter. Ύστερα μέσω της έρευνας διαπίστωσα ότι οι ιστοσελίδες των καταλυμάτων Α' κατηγορίας και συγκεκριμένα των ξενοδοχείων 5 αστερών είναι



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

δομημένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι απλές και εύκολες στην πλοήγηση για το χρήστη όπως φαίνεται και παρακάτω στο Γράφημα 3.2.1.2 και στο Γράφημα 3.2.1.3.



Γράφημα 3.2.1.2



Γράφημα 3.2.1.3

Όπως φαίνεται και παρακάτω στα Γραφήματα 3.2.1.4 και 3.2.1.5 έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην παρουσίαση πληροφοριών σχετικά με τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί κάποιος να ασχοληθεί, αλλά και σχετικά με την περιοχή και τα αξιοθέατα / αρχαιολογικούς χώρους που μπορεί κάποιος να επισκεφθεί κατά τη διάρκεια της διαμονής του στο ξενοδοχείο.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



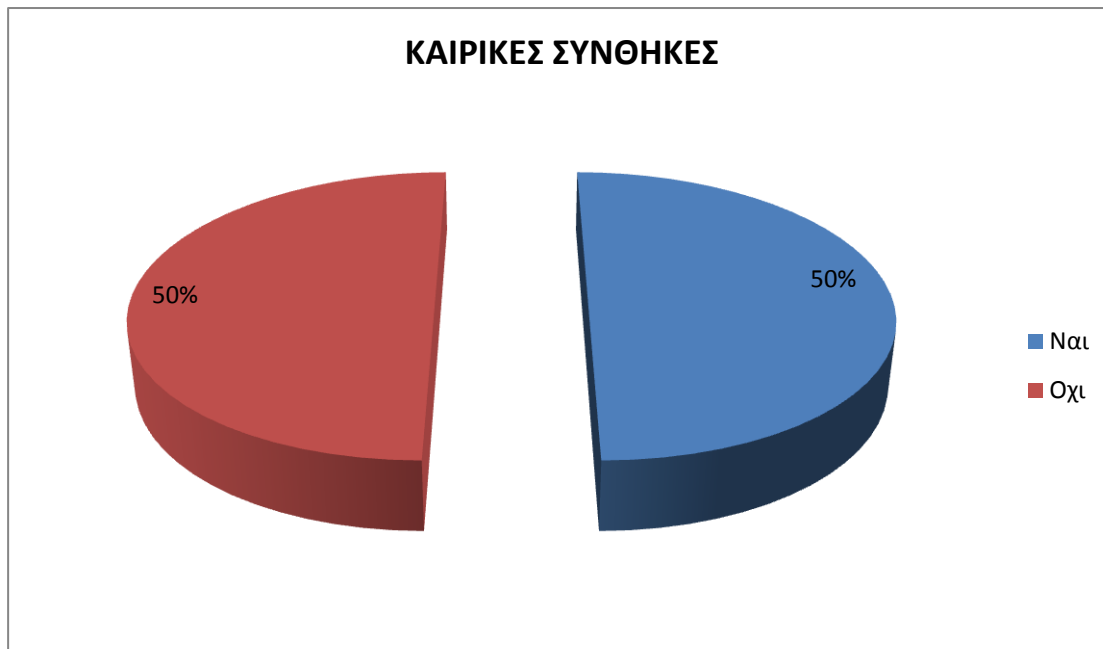
Γράφημα 3.2.1.4



Γράφημα 3.2.1.2

Από την άλλη βλέπουμε ότι το 50% των επιχειρήσεων έχουν αναρτήσει κάποιο πινακάκι ή κάποιο βοήθημα που να ενημερώνει για τις καιρικές συνθήκες(Γράφημα 3.2.1.6).

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1.3

Ενώ αρκετές είναι και οι ιστοσελίδες ( τα 2/3 ) οι οποίες παρέχουν πληροφορίες για το πώς μπορεί κάποιος να μεταβεί από και προς το ξενοδοχείο με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο όπως μας δείχνει και το γράφημα 3.2.1.7.

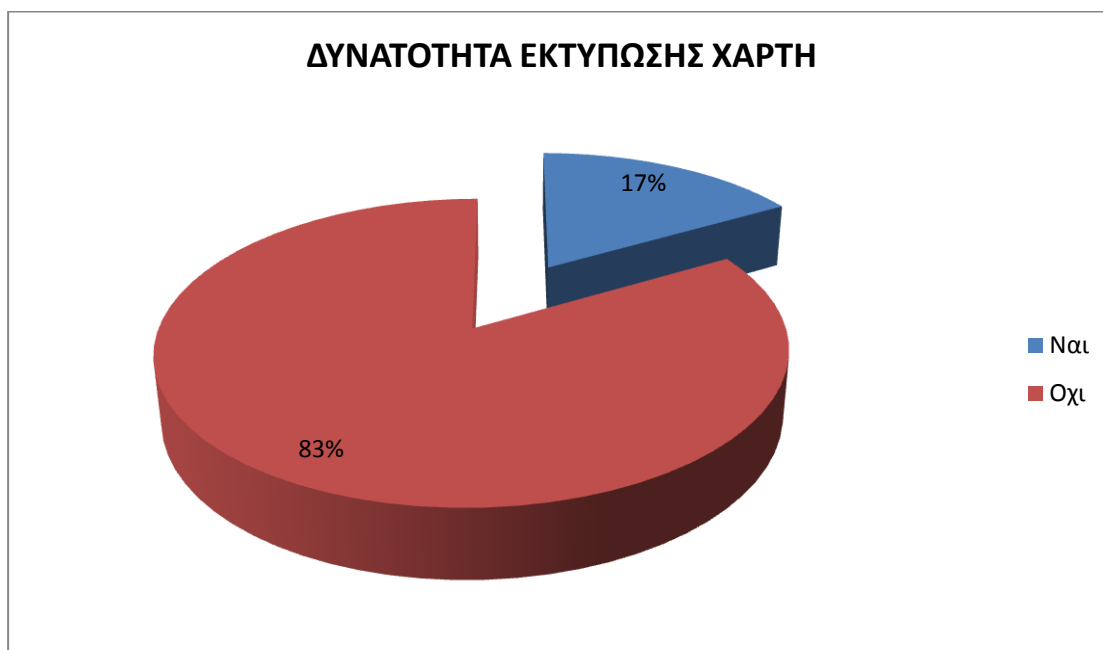


Γράφημα 3.2.1.4

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ύστερα, όλες οι ιστοσελίδες ενημερώνουν, για το αν το κατάλυμα διαθέτει χώρους στάθμευσης και αρκετές από αυτές διευκρινίζουν και το μέγεθος του χώρου αυτού.

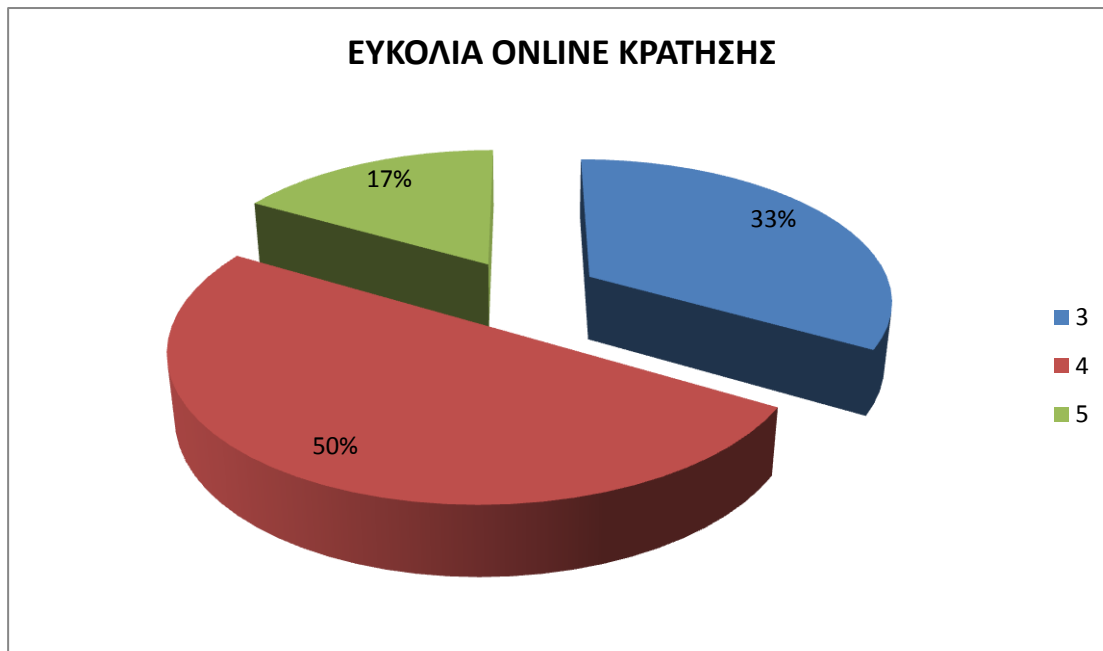
Έπειτα σε όλες τις ιστοσελίδες υπάρχει χάρτης ο οποίος προσδιορίζει την ακριβή τοποθεσία της μονάδας φιλοξενίας ενώ μόνο στο 17% αυτών υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης αυτού όπως βλέπουμε και παρακάτω στο γράφημα 3.2.1.8.



Γράφημα 3.2.1.5

Αν όχι η σημαντικότερη, μία από τις σημαντικότερες υπηρεσίες που προσφέρονται στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων είναι αυτή των on – line κρατήσεων. Όλες οι ιστοσελίδες της κατηγορίας αυτής παρέχουν τη δυνατότητα on – line κράτησης αλλά το βασικότερο είναι η ευκολία του να γίνει μία κράτηση. Η βαθμολόγηση του πόσο εύκολα μπορεί να γίνει μία κράτηση έγινε με γνώμονα το χρόνο περαίωσης της κράτησης ,αλλά και το πόσο απλή ήταν η διαδικασία. Στα γραφήματα που ακολουθούν βλέπουμε ότι έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο να γίνει αυτή η διαδικασία όσο πιο απλή και εύκολη γίνεται προκειμένου να μην αντιμετωπίσει το παραμικρό πρόβλημα ο ενδιαφερόμενος .

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

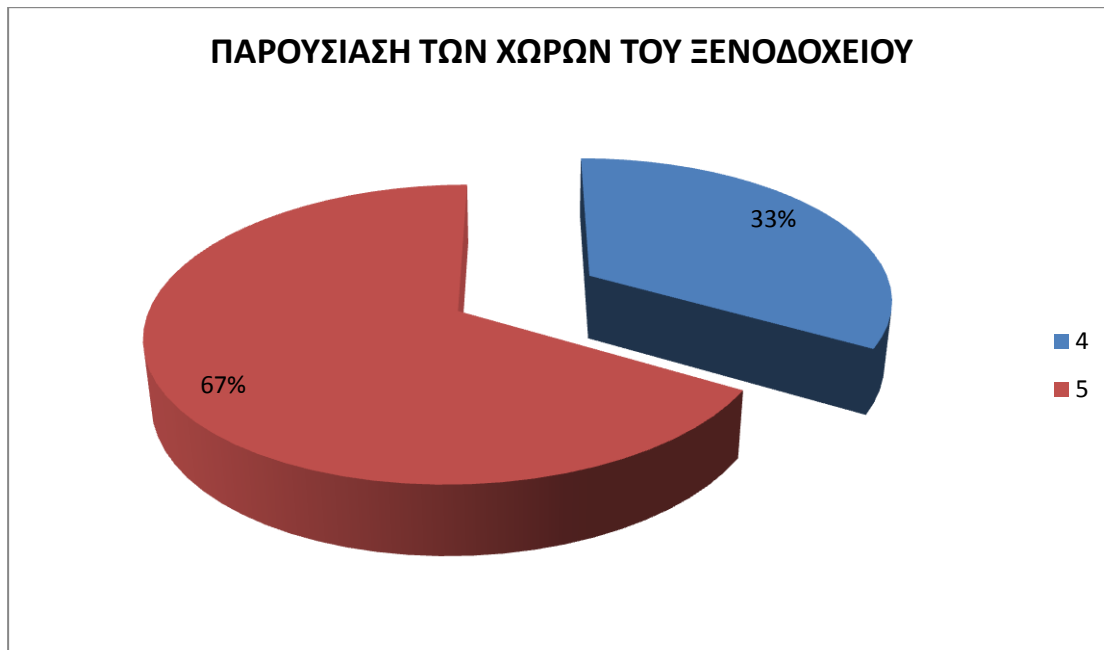


Γράφημα 3.2.1.6

Τέλος, όλες οι ιστοσελίδες παρέχουν τη δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου και αυτό επιτυγχάνεται είτε με τη χρέωση ολόκληρου του ποσού στην πιστωτική κάρτα του ενδιαφερομένου, είτε με τη χρέωση μιας προκαταβολής και την αποπληρωμή του ποσού με την άφιξη/αναχώρηση του πελάτη.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το Γράφημα 3.2.1.10 αντιστοιχεί στην αξιολόγηση της παρουσίασης των χώρων του ξενοδοχείου μέσω της ιστοσελίδας της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο γράφημα το σύνολο των ιστοσελίδων προβάλλουν μέσω εικόνων, άλλα κάποιες και με συνδέσμους στον ιστότοπο YouTube, πάρα πολύ καλά τους χώρους και το περιβάλλον του ξενοδοχείου.



Γράφημα 3.2.1.7

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

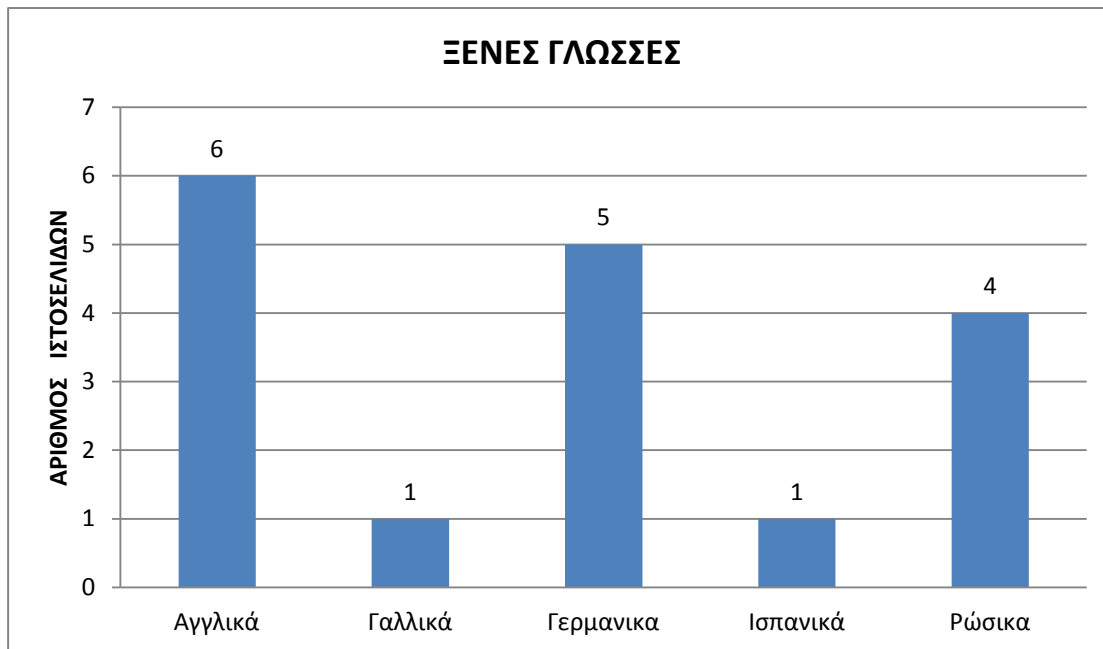
Το επόμενο γράφημα παρουσιάζει κάποιες επιπλέον υπηρεσίες που μπορεί κάποιος να ζητήσει, όμως υπηρεσίες που για κάποιους είναι πολύ σημαντικές ,όπως αν υπάρχει η δυνατότητα φιλοξενίας ατόμων με αναπηρία ΑΜΕΑ και αν το ξενοδοχείο διαθέτει εγκαταστάσεις προκειμένου να τους διευκολύνει ( ειδικές ράμπες μετακίνησης, ειδικά μπάνια, ανελκυστήρες με τους οποίους υπάρχει η δυνατότητα μετακίνησης των αναπηρικών αμαξιδίων ).



Γράφημα 3.2.1.8

Τα γραφήματα που ακολουθούν αφορούν τις επιλογές στις γλώσσες στις οποίες ο χρήστης έχει πρόσβαση και μπορεί να αλλάξει στην ιστοσελίδα, αν υπάρχει υπηρεσία μεταφοράς από και προς αεροδρόμια και λιμάνια αλλά και αν δίνεται η δυνατότητα κάποιος να μπορεί να έχει και το κατοικίδιο του μαζί.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1.9



Γράφημα 3.2.1.10



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1.11

Όπως βλέπουμε στα παραπάνω γραφήματα τα ξενοδοχεία τα οποία παρέχουν υπηρεσία μεταφοράς από/προς αεροδρόμια και λιμάνια ανέρχονται στο 33% ( 2 από τα 6) ενώ μόλις 1 επιτρέπει τα κατοικίδια.

Τέλος, όλες οι ιστοσελίδες παρείχαν δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας του ενδιαφερόμενου με το ξενοδοχείο και την εξυπηρέτησής του από κάποιο εργαζόμενο του ξενοδοχείου.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Β) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

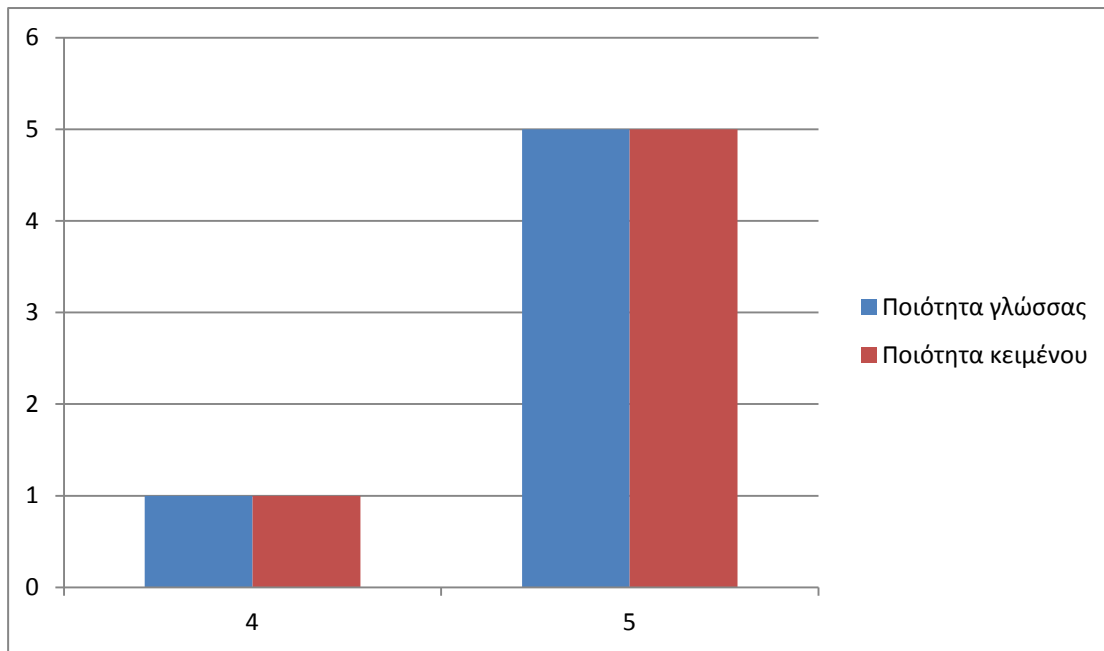
Το πρώτο γράφημα της κατηγορίας των κριτηρίων με βάση τα στελέχη του τουρισμού δείχνει το πλήθος των πληροφοριών που έχουν αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα έχει δοθεί ιδιαίτερη βάση στη παρουσίαση των εγκαταστάσεων της μονάδας αφού η συντριπτική πλειοψηφία του 83% έχει λάβει άριστα όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.1.15.



**Γράφημα 3.2.1.12**

Το επόμενο γράφημα αφορά την ποιότητα των κειμένων της σελίδας αλλά και το ύφος της γλώσσας το οποίο χρησιμοποιείται (για τα ελληνικά). Όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.1.16 τα κείμενα είναι πολύ προσεγμένα συντακτικά αλλά και ευχάριστα διατυπωμένα ώστε να μην κουράζουν αυτόν που τα διαβάζει.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1.13

Το επόμενο γράφημα αφορά τις extra υπηρεσίες που προσφέρονται ή μπορεί να ζητήσει κάποιος πελάτης από το προσωπικό να του παρέχουν ( για το συγκεκριμένο γράφημα οι σταθερές αλλάζουν ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και με τις υπηρεσίες που εκείνο ήδη διαθέτει) με τη πλειοψηφία των ξενοδοχείων όπως φαίνεται είναι θετική στο να παρέχει τις υπηρεσίες αυτές.

Το τρίτο και τελευταίο γράφημα της κατηγορίας μας δείχνει τη βαθμολογία στην κλίμακα των 5 βαθμών της δομής της ιστοσελίδας. Όπως βλέπουμε το σύνολο των ξενοδοχείων έχει ανταποκριθεί πολύ καλά στο συγκεκριμένο τομέα εξ ου και οι υψηλές βαθμολογίες. Όσον αφορά τη συνάφεια μεταξύ του ονόματος της εταιρίας και των γραφικών που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση αυτού στην ιστοσελίδα όλα τα ξενοδοχεία της κατηγορίας αυτής βαθμολογήθηκαν με άριστα.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1.14

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Γ) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΕΣ

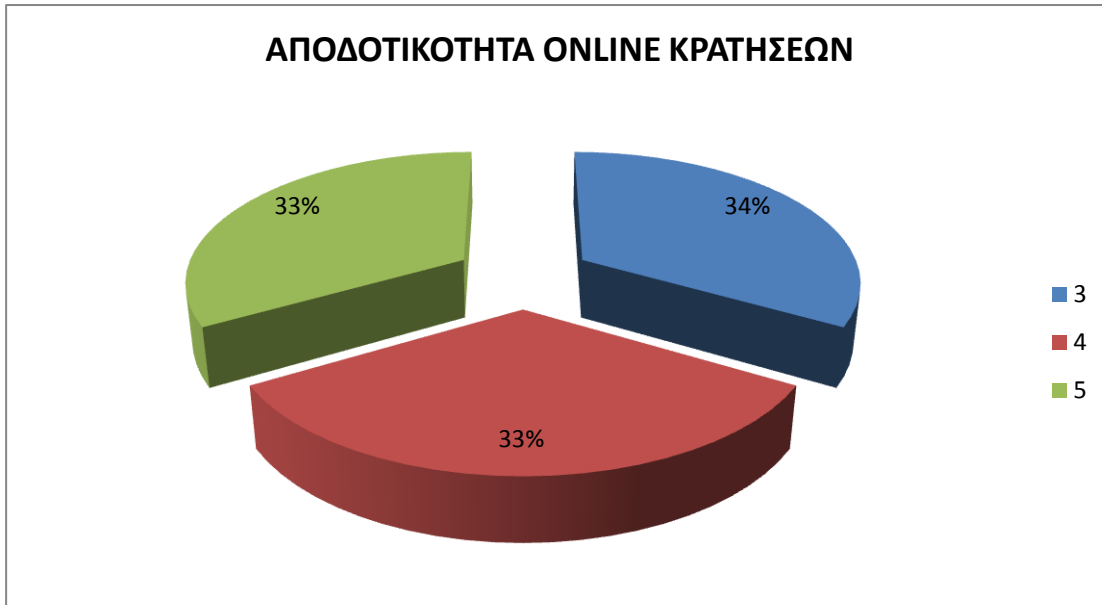
Στην κατηγορία αυτή θα εξετάσουμε τους ιστότοπους αλλά από τη μεριά ενός προγραμματιστή. Στο πρώτο γράφημα βλέπουμε το χρόνο απόκρισης της ιστοσελίδας και ανάλογα με την ώρα που κάνει να φορτώσει το βαθμολογούμε αντίστοιχα. Όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.1.18 η συγκεκριμένη κατηγορία ξενοδοχειακών μονάδων έχει δώσει σημασία και στην τελευταία λεπτομέρεια με αποτέλεσμα να έχουν πάρει όλοι καλές βαθμολογίες.



Γράφημα 3.2.1. 15

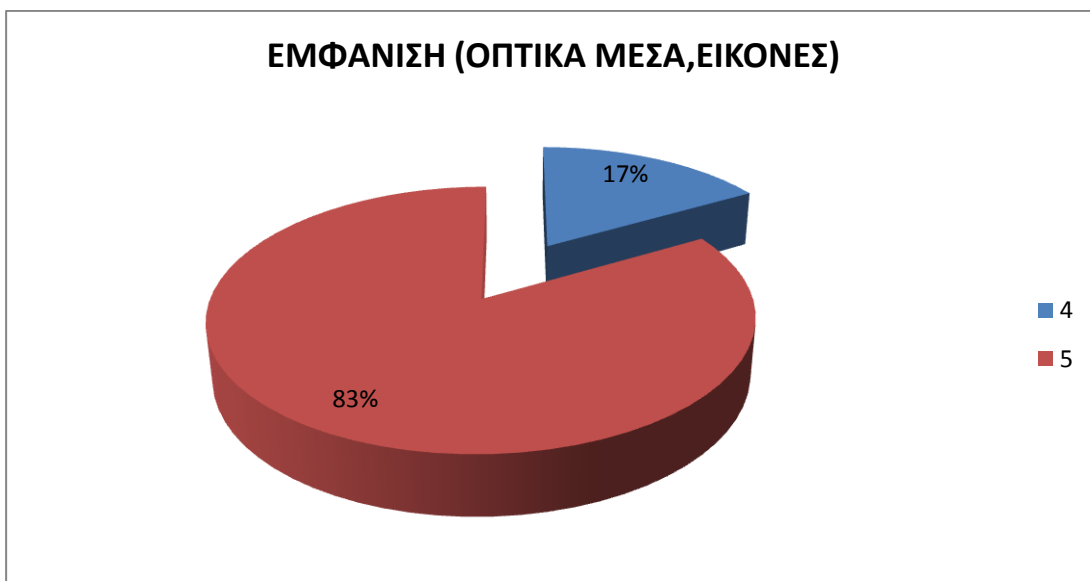
Το Γράφημα που ακολουθεί αφορά και πάλι τις on – line κρατήσεις δίνοντας περισσότερη έμφαση στο χρόνο που χρειάζεται για να πραγματοποιηθεί μία κράτηση. Στην κλίμακα από 1 μέχρι 5 βλέπουμε πόσο αποδοτικό ήταν το πρόγραμμα on – line κράτησης δηλαδή πόσο εύκολα και κατανοητά ήταν τα βήματα για να γίνει αυτή.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



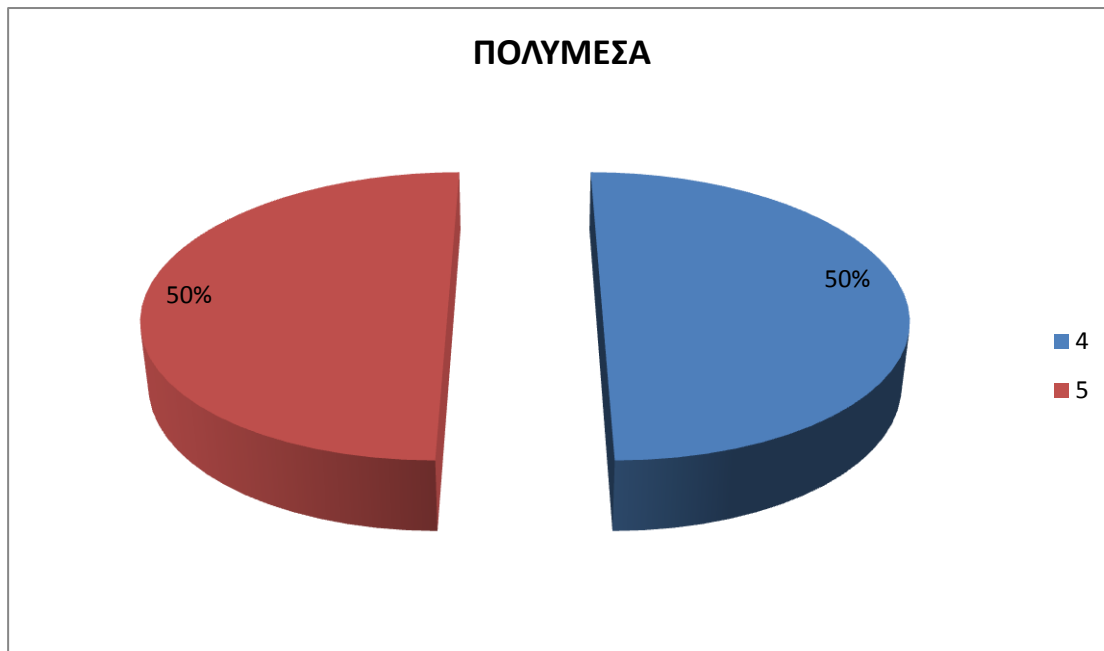
Γράφημα 3.2.1. 16

Τα δύο γραφήματα που ακολουθούν έχουν να κάνουν με την εμφάνιση και τα πολυμέσα που χρησιμοποιούνται για να κάνουν το περιεχόμενο της σελίδας πιο θελκτικό ,πιο ευχάριστο αλλά και πιο ξεκούραστο για αυτόν που το χρησιμοποιεί. Λαμβάνοντας υπόψη και τις βαθμολογίες που έχουν λάβει(άριστα σχεδόν όλες) ότι έχουν επιτύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.



Γράφημα 3.2.1. 17

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.1. 18

#### 3.2.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ

Ύστερα από έρευνα στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα. Αρχικά από τα 33 ξενοδοχεία 4 αστέρων που ελέγχθησαν μόνο το 6% από αυτά δεν είχαν δική τους ιστοσελίδα στο διαδίκτυο(μόνο 2 ξενοδοχεία).Το συντριπτικό αυτό ποσοστό μας δείχνει πόσο σημαντικό πλέον είναι το διαδίκτυο για το κλάδο του τουρισμού.

##### Α) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

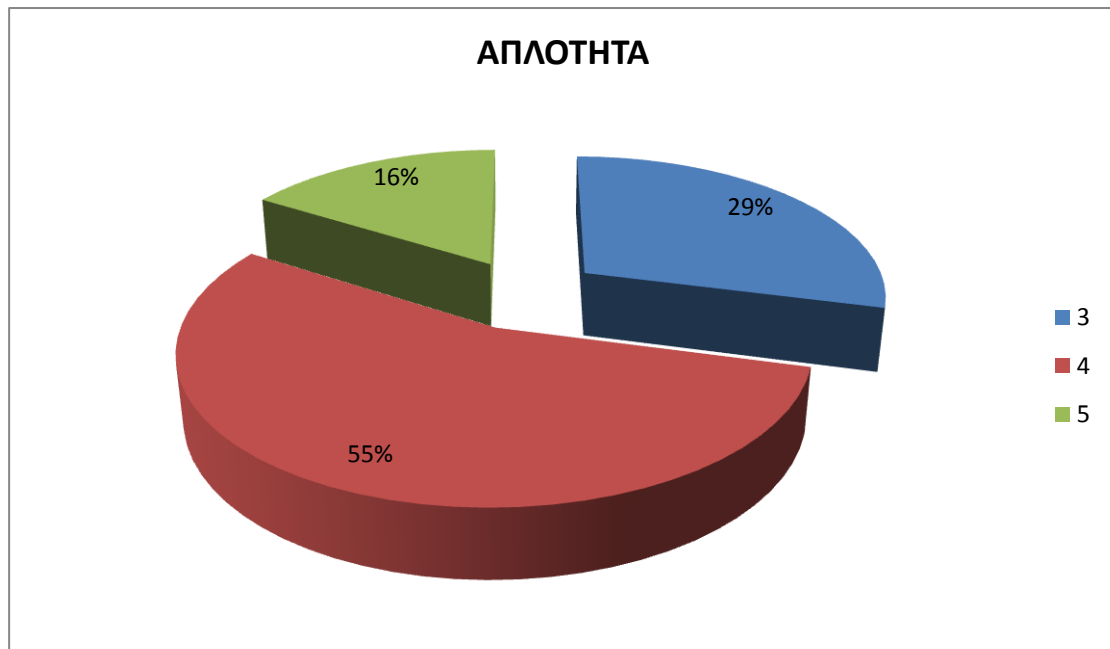


Γράφημα 3.2.2.1

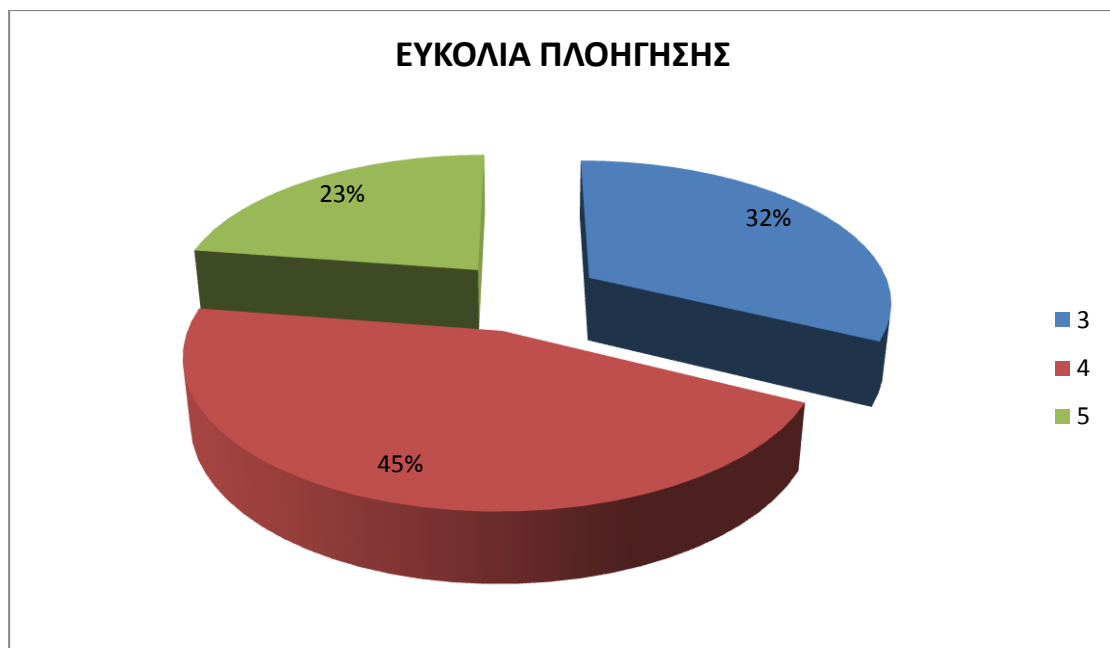
Όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.2.1 τα αποτελέσματα της έρευνας με βάση τους απλούς χρήστες του διαδικτύου έδειξαν ότι η πλειοψηφία των ιστοσελίδων συνδέονται με κάποιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης με δημοφιλέστερο το facebook. Ύστερα, μέσω της έρευνας διαπίστωση ότι οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων 4 αστέρων είναι δομημένες ώστε να είναι απλές και εύκολες στην πλοήγηση για το χρήστη σε έναν ικανοποιητικό βαθμό όπως βλέπουμε και παρακάτω στο γράφημα 3.2.2.2 και στο γράφημα 3.2.2.3.



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.2



Γράφημα 3.2.2.3

Όπως φαίνεται και παρακάτω στα γραφήματα 3.2.2.4 και 3.2.2.5 δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην παρουσίαση πληροφοριών σχετικά με τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί κάποιος να ασχοληθεί κατά τη διάρκεια της παραμονής του. Ειδικότερα με την

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

περιοχή και τα αξιοθέατα / αρχαιολογικούς χώρους που μπορεί κάποιος να επισκεφθεί κατά τη διάρκεια της διαμονής του στο ξενοδοχείο .



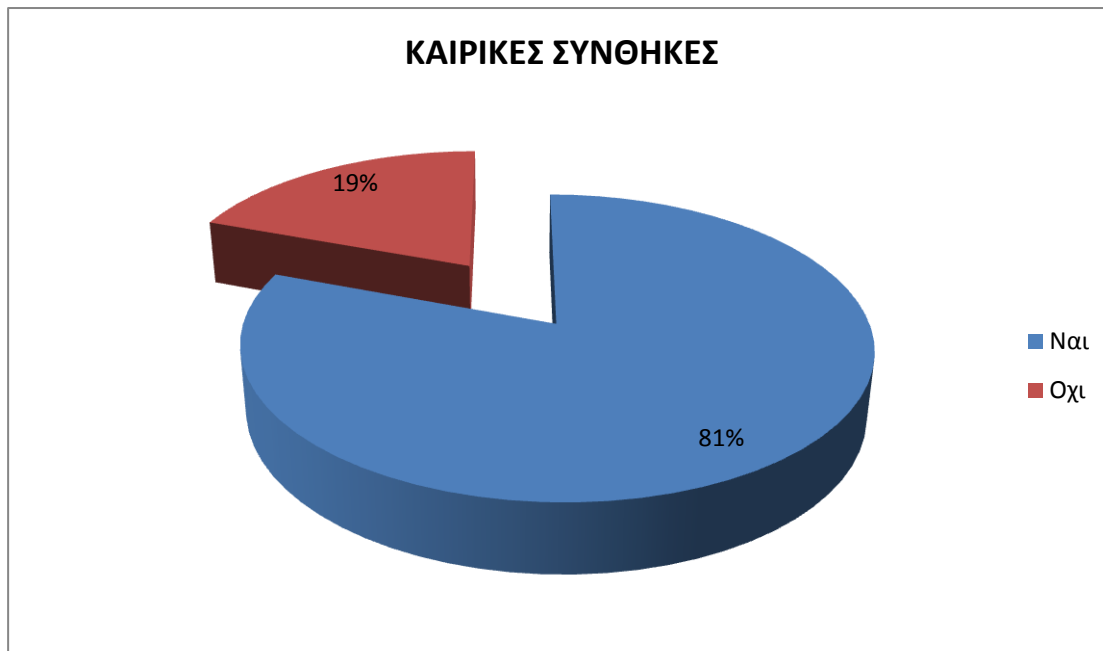
Γράφημα 3.2.2.3



Γράφημα 3.2.2.4

Από την άλλη στο γράφημα 3.2.2.6 βλέπουμε ότι το 81% των επιχειρήσεων έχουν αναρτήσει κάποιο πινακάκι ή κάποιο βοήθημα που να ενημερώνει για τις καιρικές συνθήκες.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.5

Ενώ οι ιστοσελίδες οι οποίες παρέχουν πληροφορίες για το πώς μπορεί κάποιος να μεταβεί από και προς το ξενοδοχείο με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο (γράφημα 3.2.2.7) είναι λίγες αφού το 61% δεν δίνει την παραμικρή πληροφορία .

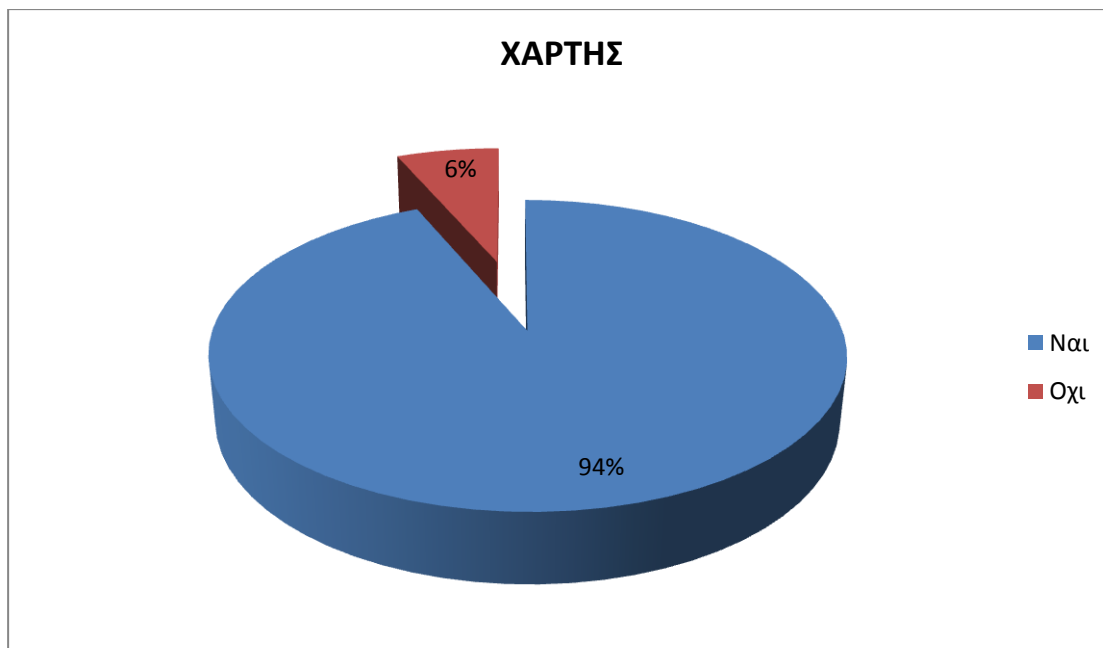


Γράφημα 3.2.2. 6

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

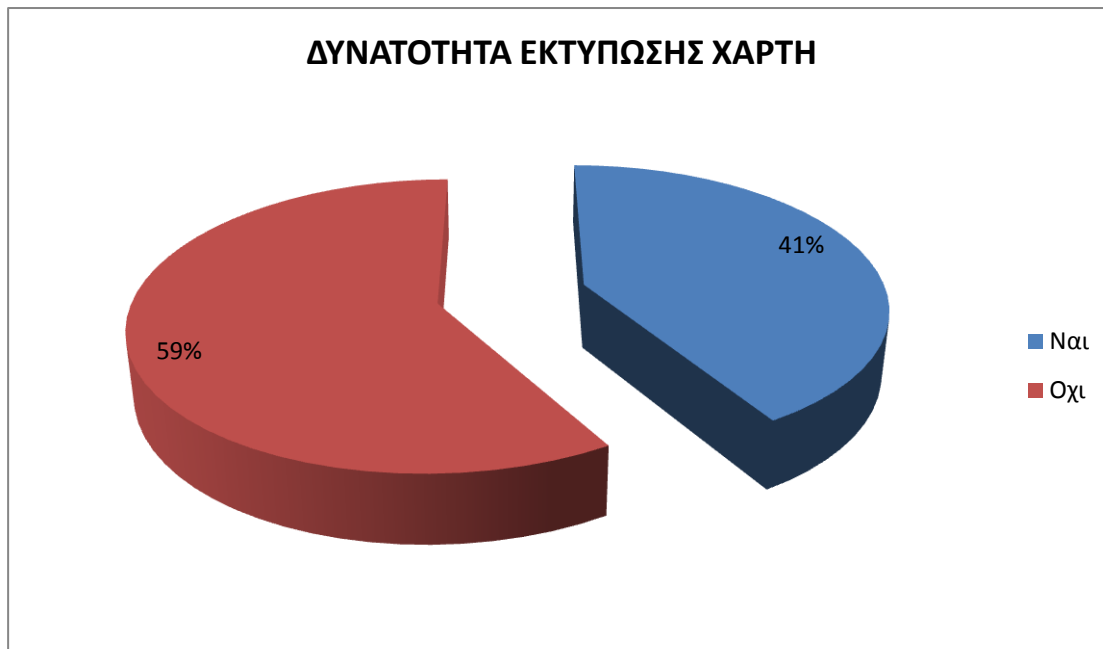
Ύστερα ,όλες οι ιστοσελίδες ενημερώνουν, για το αν το κατάλυμα διαθέτει χώρους στάθμευσης και αρκετές από αυτές διευκρινίζουν και το μέγεθος του χώρου αυτού.

Έπειτα, με ποσοστό 94% σε όλες σχεδόν τις ιστοσελίδες υπάρχει χάρτης ο οποίος προσδιορίζει την ακριβή τοποθεσία της μονάδας φιλοξενίας όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.2.8.Ενώ στο 41% των ιστοσελίδων υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης αυτού όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.2.9.



Γράφημα 3.2.2. 7

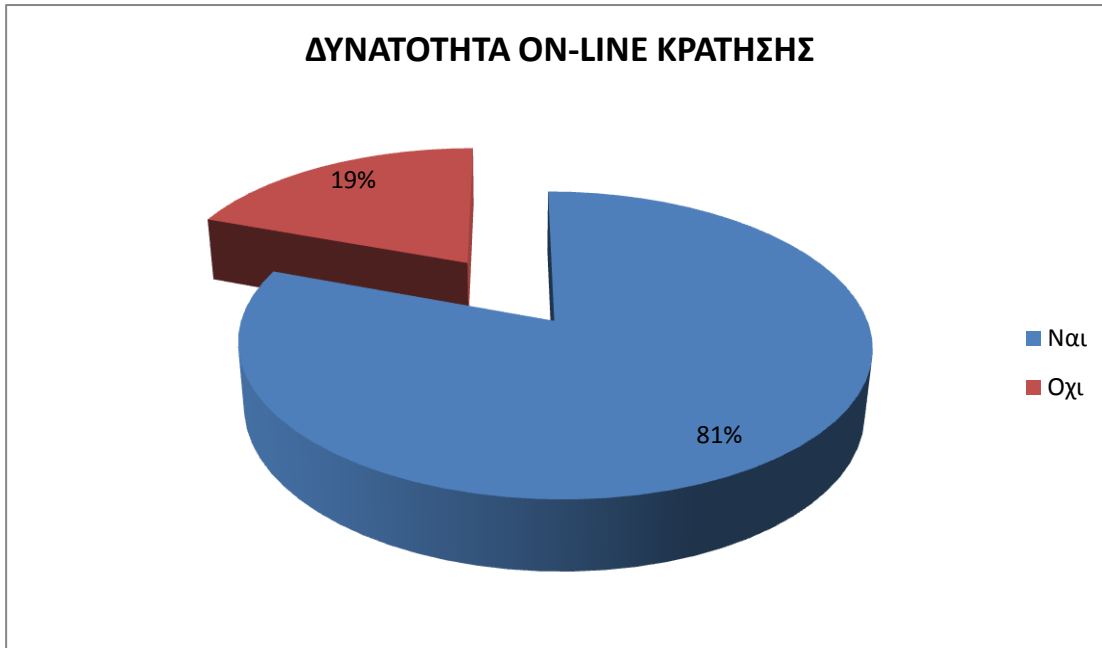
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



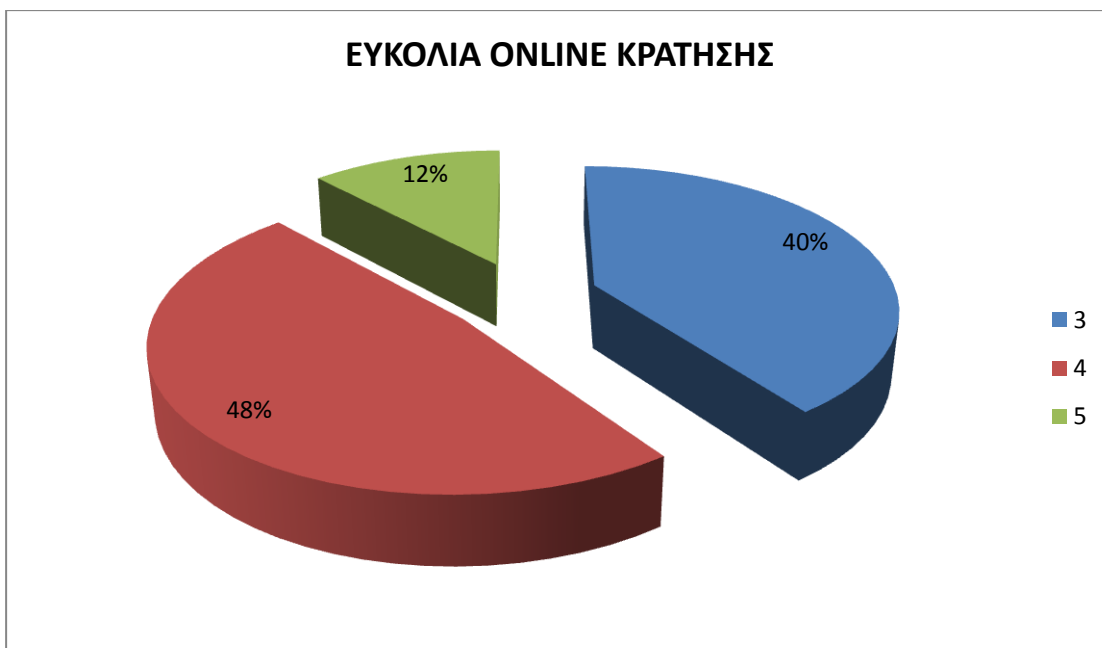
Γράφημα 3.2.2. 8

Αν όχι η σημαντικότερη, μία από τις σημαντικότερες υπηρεσίες που προσφέρονται στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων είναι αυτή των on – line κρατήσεων. Το 81% των ιστοσελίδες της κατηγορίας αυτής παρέχουν τη δυνατότητα on – line κράτησης όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.2.10. Η βαθμολόγηση του πόσο εύκολα μπορεί να γίνει μία κράτηση έγινε με γνώμονα το χρόνο περαίωσης της κράτησης ,αλλά και το πόσο απλή ήταν η διαδικασία. Στο γράφημα 3.2.2.11 βλέπουμε ότι έχει γίνει προσπάθεια έτσι ώστε ο ενδιαφερόμενος που θέλει να κάνει μια on-line κράτηση να μπορεί να την πραγματοποιήσει δίχως να αντιμετωπίσει ιδιαίτερη δυσκολία .

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.9



Γράφημα 3.2.2.10

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

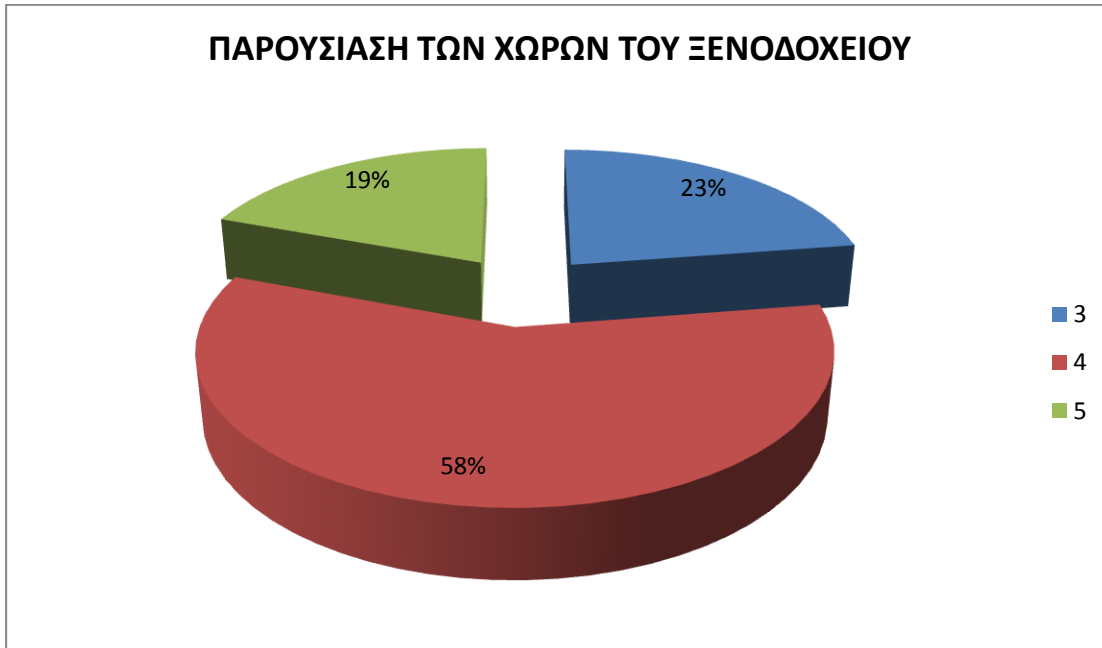
Τέλος, το 80% των ιστοσελίδων στις οποίες δίνεται η επιλογή της on-line κράτησης παρέχουν και τη δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου η οποία επιτυγχάνεται είτε με τη χρέωση ολόκληρου του ποσού στην πιστωτική κάρτα του ενδιαφερομένου, είτε με τη χρέωση μιας προκαταβολής και την αποπληρωμή του ποσού με την άφιξη/αναχώρηση του πελάτη όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.2.12.



Γράφημα 3.2.2.11

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το γράφημα 3.2.2.13 αντιστοιχεί στην αξιολόγηση της παρουσίασης των χώρων του ξενοδοχείου μέσω της ιστοσελίδας της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο γράφημα το σύνολο των ιστοσελίδων προβάλλουν αρκετά καλά τους χώρους και το περιβάλλον του ξενοδοχείου μέσω εικόνων άλλα και με υπερσυνδέσμους στον ιστότοπο YouTube και για αυτό το λόγο οι βαθμολογίες τους είναι ικανοποιητικές.



Γράφημα 3.2.2.12

Το επόμενο γράφημα παρουσιάζει κάποιες περαιτέρω υπηρεσίες που μπορεί κάποιος να ζητήσει, όμως υπηρεσίες που για κάποιους είναι πολύ σημαντικές, όπως αν υπάρχει η δυνατότητα φιλοξενίας ατόμων με αναπηρία ΑΜΕΑ και αν το ξενοδοχείο διαθέτει εγκαταστάσεις προκειμένου να τους διευκολύνει (ειδικές ράμπες μετακίνησης, ειδικά μπάνια, ανελκυστήρες με τους οποίους υπάρχει η δυνατότητα μετακίνησης των αναπηρικών αμαξιδίων).

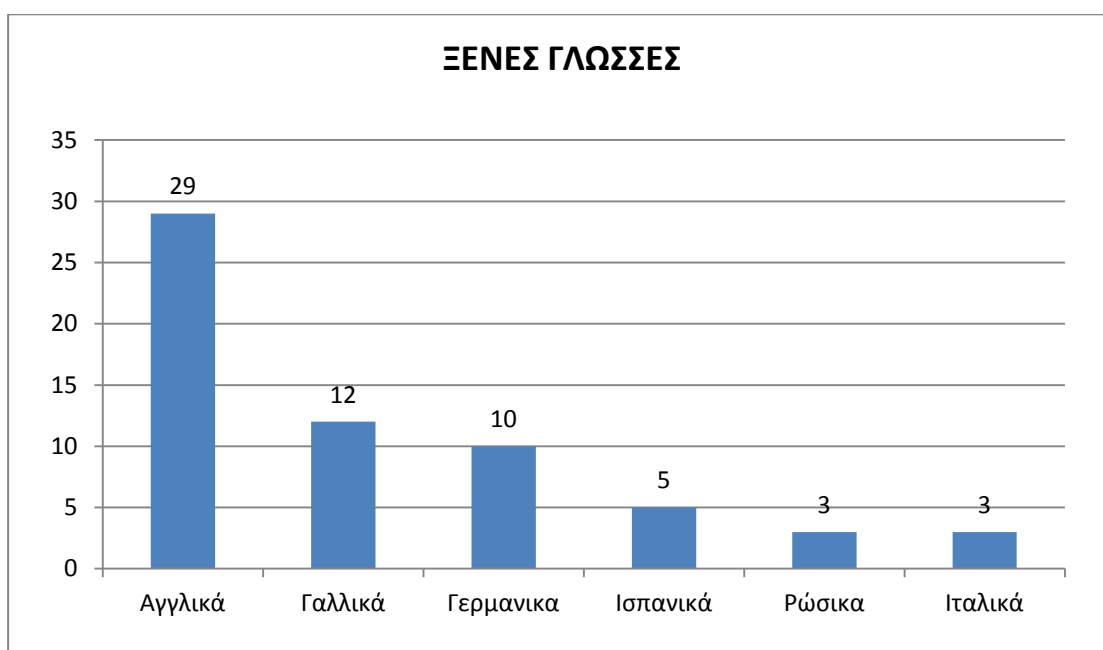


### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.13

Τα γραφήματα που ακολουθούν αφορούν τις επιλογές στις γλώσσες στις οποίες ο χρήστης έχει πρόσβαση και μπορεί να αλλάξει στην ιστοσελίδα, αν υπάρχει υπηρεσία μεταφοράς από και προς αεροδρόμια και λιμάνια αλλά και αν δίνεται η δυνατότητα κάποιος να μπορεί να έχει και το κατοικίδιο του μαζί.

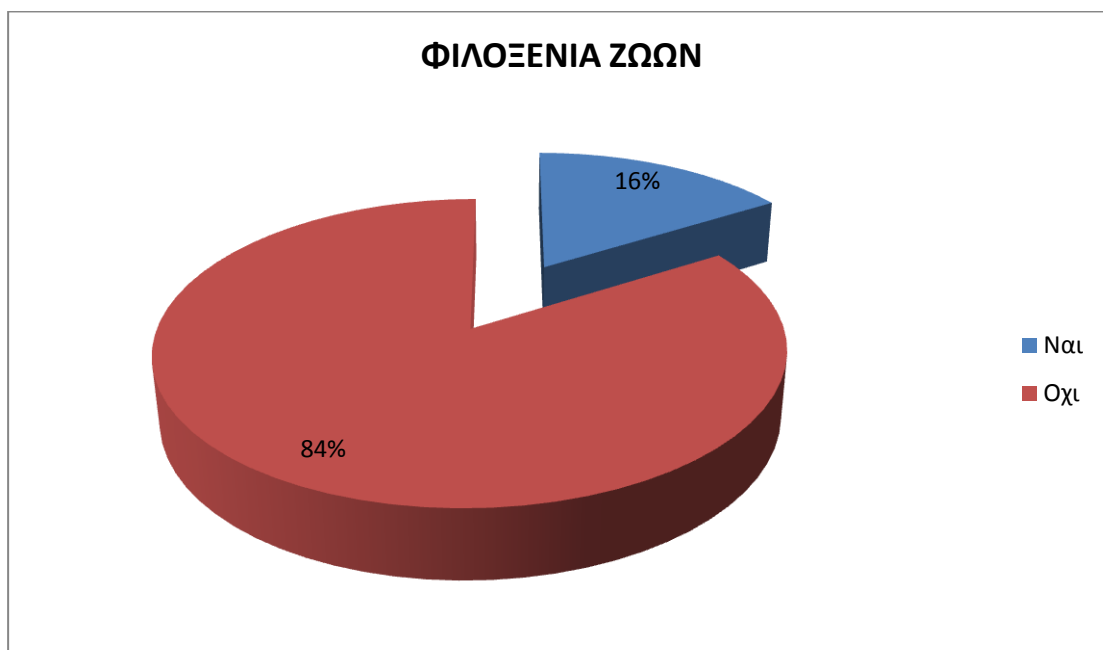


Γράφημα 3.2.2.14

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.15

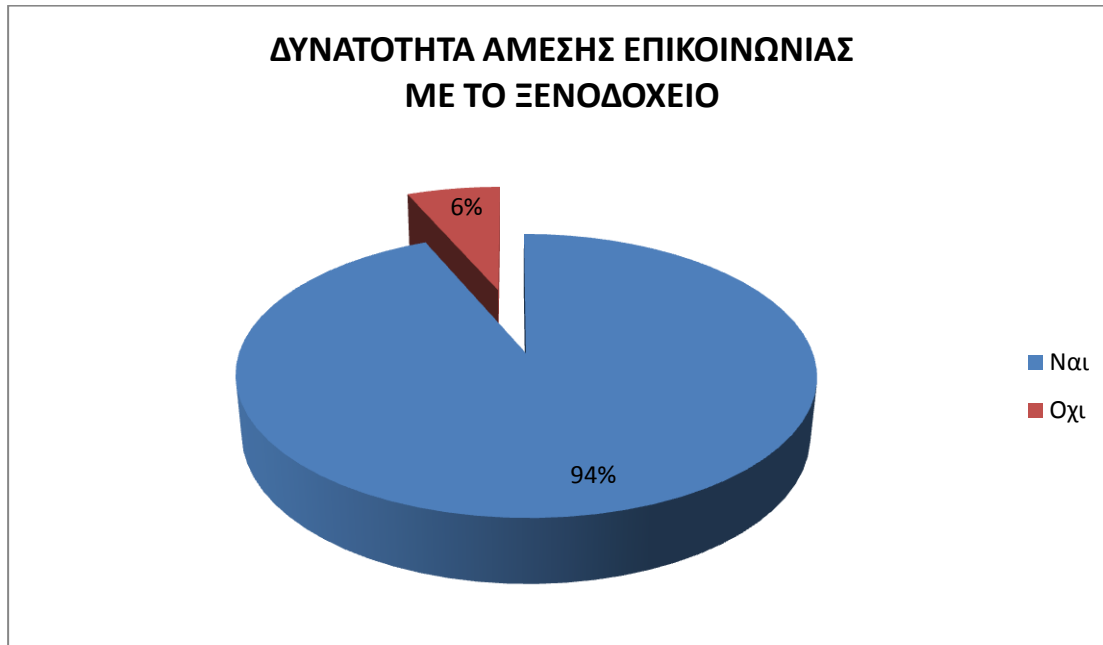


Γράφημα 3.2.2. 16

Όπως βλέπουμε στα παραπάνω γραφήματα τα ξενοδοχεία τα οποία παρέχουν υπηρεσία μεταφοράς από/προς αεροδρόμια και λιμάνια ανέρχονται στο 10% ( 2 από τα 6) ενώ μόλις 5 από τα 31 επιτρέπουν τα κατοικίδια.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Τέλος, η πλειονότητα των ιστοσελίδων παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας του ενδιαφερόμενου με το ξενοδοχείο και την εξυπηρέτησής του από κάποιο εργαζόμενο του ξενοδοχείου όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.2.18.



Γράφημα 3.2.2. 17

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Β) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

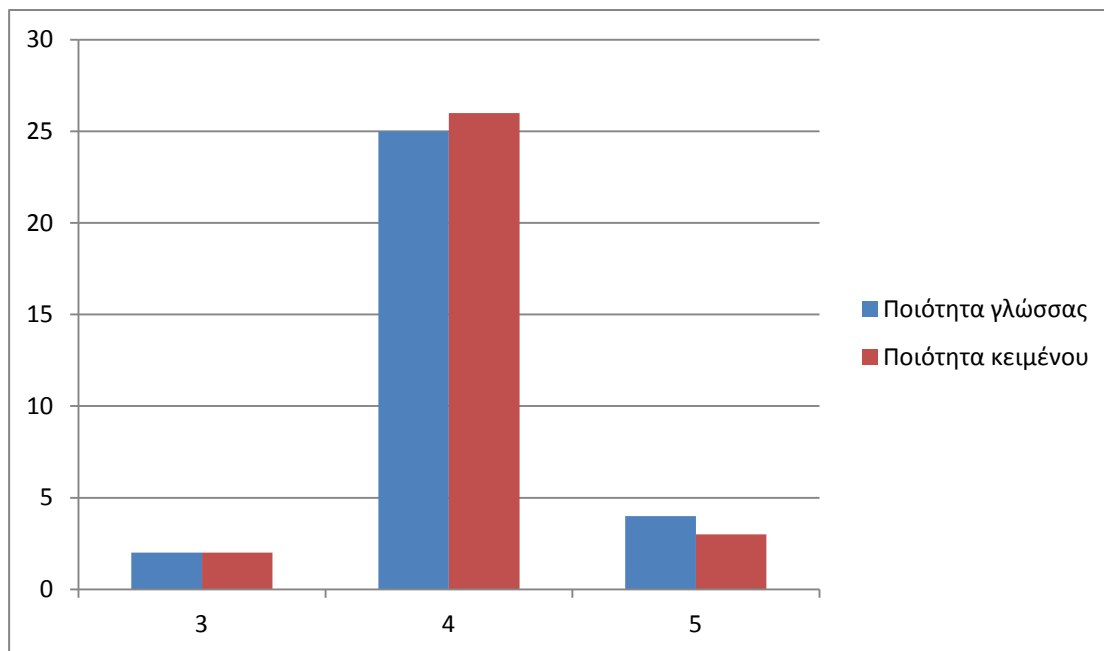
Το πρώτο γράφημα της κατηγορίας των κριτηρίων με βάση τα στελέχη του τουρισμού δείχνει το πλήθος των πληροφοριών που έχουν αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα μόνο η ιστοσελίδα ενός ξενοδοχείου δεν ήταν καλή ενώ η πλειοψηφία έχει βαθμολογηθεί με αρκετά καλά (το 61%) και άριστα (το 13%).



Γράφημα 3.2.2.18

Το δεύτερο γράφημα αφορά την ποιότητα των κειμένων της σελίδας αλλά και το ύφος της γλώσσας το οποίο χρησιμοποιείται (για τα ελληνικά). Όπως βλέπουμε και στο γράφημα τα κείμενα είναι προσεγμένα συντακτικά αλλά και ευχάριστα διατυπωμένα ώστε να μην κουράζουν αυτόν που τα διαβάζει. Οι βαθμολογίες και εδώ είναι πάνω του μετρίου όλες.

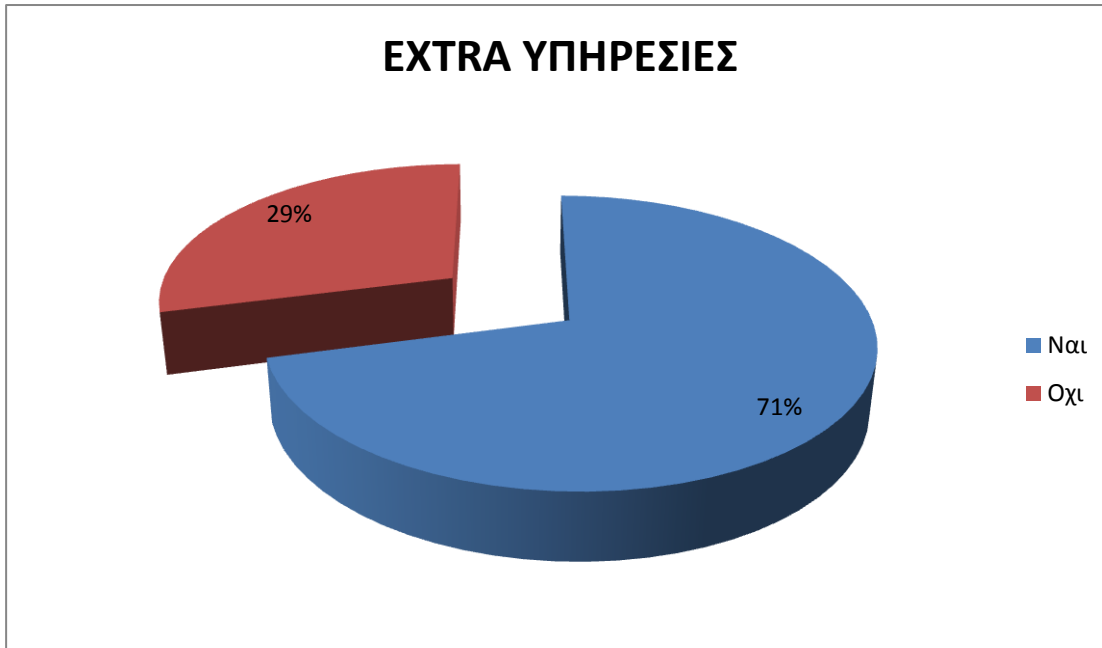
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.19

Το επόμενο γράφημα αφορά τις extra υπηρεσίες που προσφέρονται ή μπορεί να ζητήσει κάποιος πελάτης από το προσωπικό να του παρέχουν ,( για το συγκεκριμένο γράφημα οι σταθερές αλλάζουν ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και με τις υπηρεσίες που εκείνο ήδη διαθέτει),και η πλειοψηφία των ξενοδοχείων όπως φαίνεται είναι θετική στο να παρέχει τις υπηρεσίες αυτές.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.21

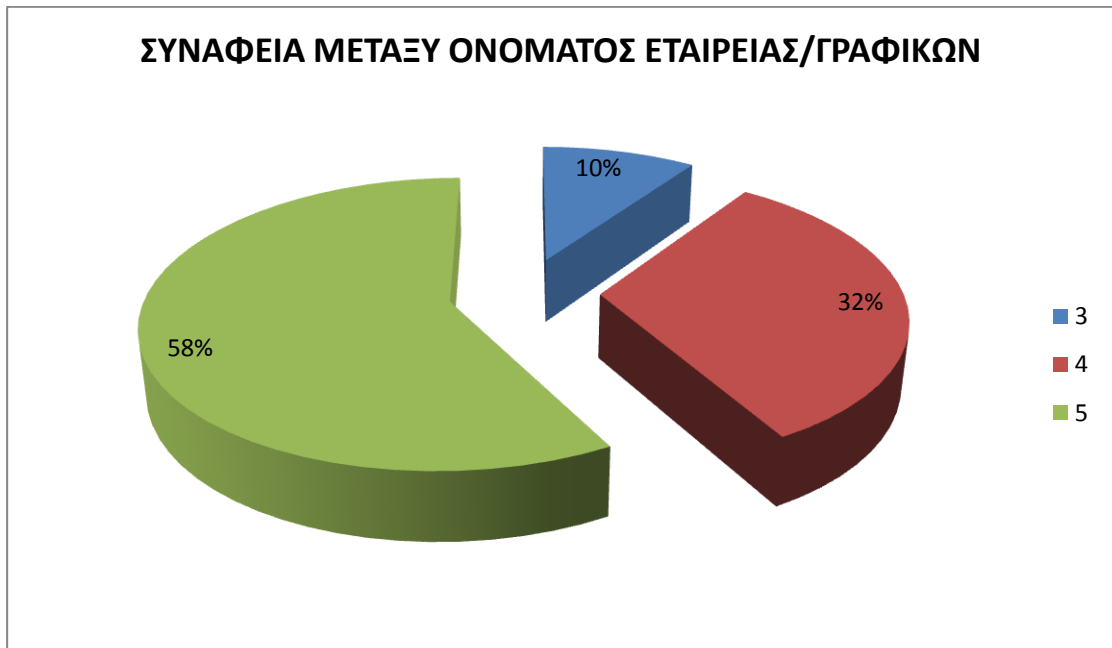
Στο τρίτο γράφημα της κατηγορίας μας βλέπουμε και εδώ πως το σύνολο των βαθμολογιών είναι αρκετά καλό με μόνο μια εξαίρεση. Σε γενικές γραμμές έχουν ανταποκριθεί καλά στο συγκεκριμένο τομέα εξ ου και όλες σχεδόν οι βαθμολογίες είναι υψηλές.



Γράφημα 3.2.2.22

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Όσον αφορά τη συνάφεια μεταξύ του ονόματος της εταιρίας και των γραφικών που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση αυτών στην ιστοσελίδα τα ξενοδοχεία 4 αστέρων μπορεί να μην είχαν όλα άριστες βαθμολογίες όπως οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων 5 αστέρων όμως και αυτά συγκέντρωσαν υψηλές βαθμολογίες με το 58% να βαθμολογείται με άριστα όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.2.23.



Γράφημα 3.2.2.23

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Γ) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΕΣ

Στην κατηγορία αυτή θα εξετάσουμε τους ιστότοπους αλλά από τη μεριά ενός προγραμματιστή. Στο πρώτο γράφημα βλέπουμε το χρόνο απόκρισης της ιστοσελίδας και αναλόγως την ώρα που κάνει να φορτώσει το βαθμολογούμε αντίστοιχα. Όπως, φαίνεται και στο πρώτο γράφημα η συγκεκριμένη κατηγορία ξενοδοχειακών μονάδων έχει δώσει σημασία και στην τελευταία λεπτομέρεια με αποτέλεσμα να έχουν βαθμολογηθεί όλοι σχεδόν άριστα.

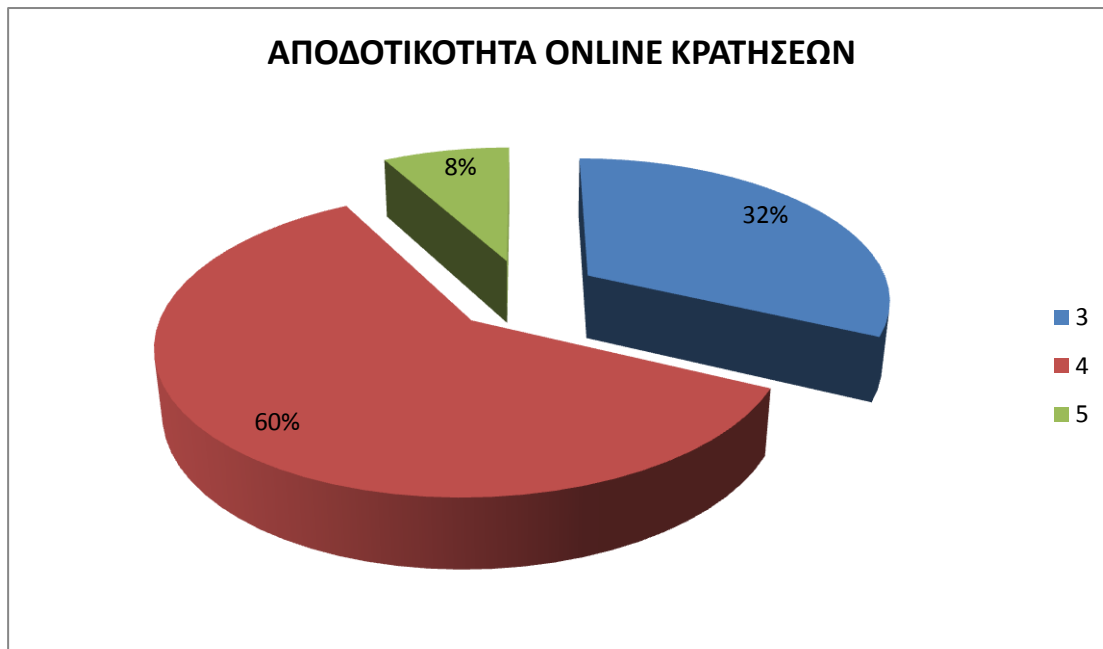


Γράφημα 3.2.2.24

Το γράφημα που ακολουθεί αφορά και πάλι τις on – line κρατήσεις δίνοντας περισσότερη έμφαση στο χρόνο που χρειάζεται για να πραγματοποιηθεί μία κράτηση. Στην κλίμακα από 1 μέχρι 5 βλέπουμε πόσο αποδοτικό ήταν το πρόγραμμα on – line κράτησης δηλαδή πόσο εύκολα και κατανοητά ήταν τα βήματα για να γίνει αυτή.



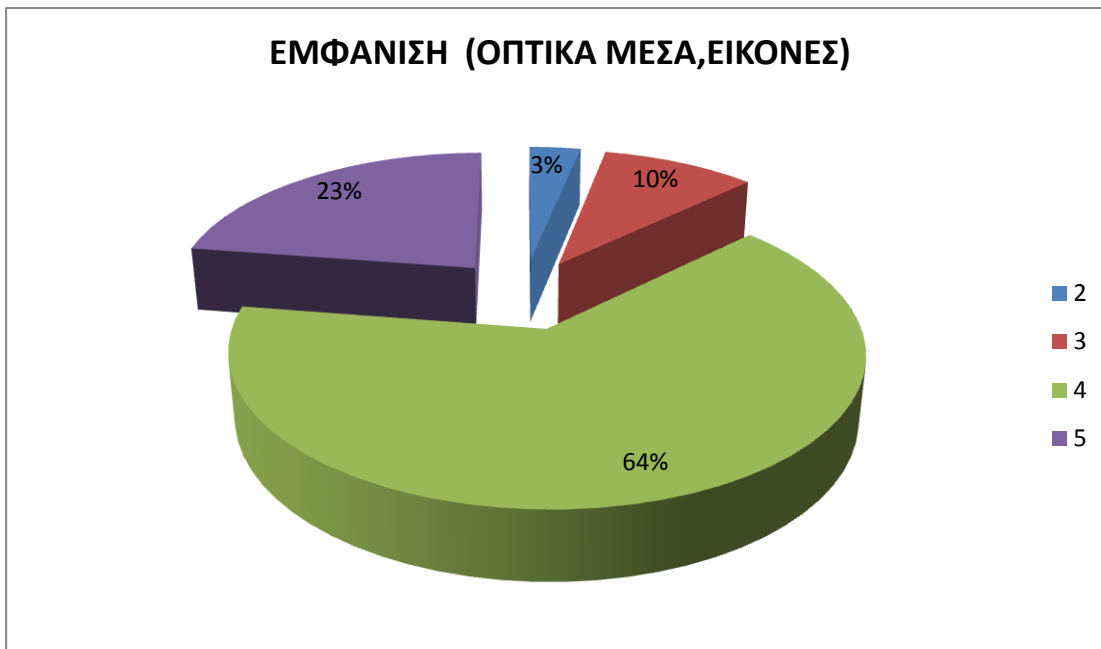
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



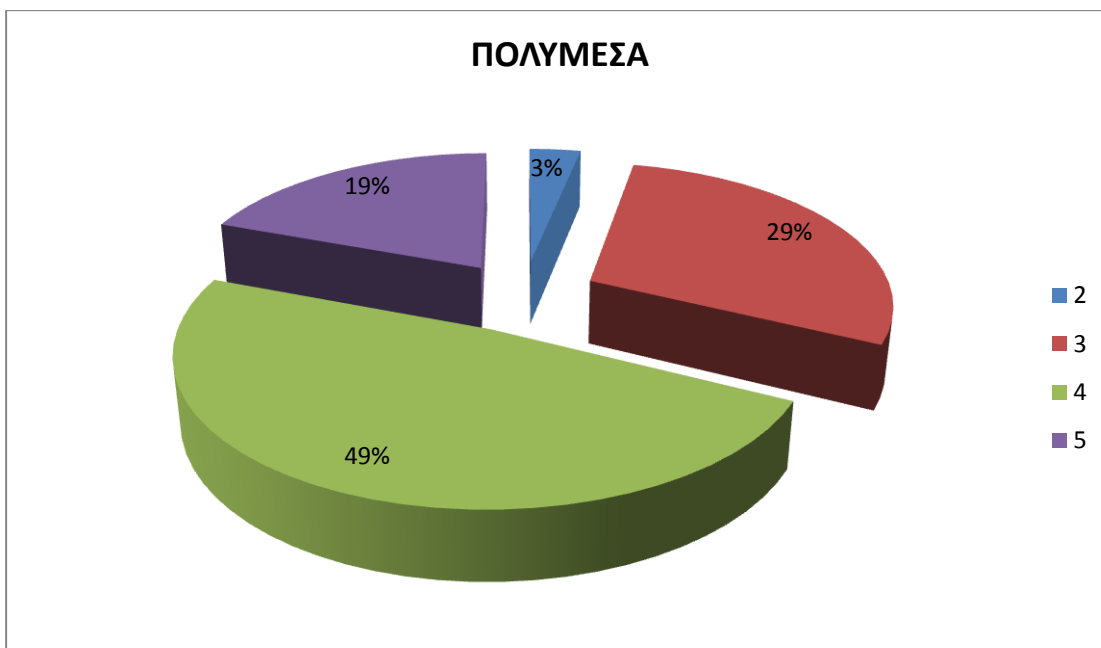
Γράφημα 3.2.2.25

Τα δύο γραφήματα που ακολουθούν έχουν να κάνουν με την εμφάνιση και τα πολυμέσα που χρησιμοποιούνται για να κάνουν το περιεχόμενο της σελίδας πιο θελκτικό ,πιο ευχάριστο αλλά και πιο ξεκούραστο για αυτόν που το χρησιμοποιεί. Λαμβάνοντας υπόψη και τις βαθμολογίες βλέπουμε ότι και σε αυτούς τους τομείς έχει γίνει καλή δουλειά αφού η συντριπτική πλειοψηφία των ιστοσελίδων κυμαίνεται μεταξύ αρκετά καλά και άριστα.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.2.26



Γράφημα 3.2.2. 27

#### 3.2.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 3 ΑΣΤΕΡΩΝ

Ύστερα από διεξοδική έρευνα στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα. Αρχικά από τα 91 ξενοδοχεία 3 αστέρων που ελέχθησαν το 14% από αυτά δεν είχαν δική τους ιστοσελίδα στο διαδίκτυο(13 από τα 91 ξενοδοχεία). Το συντριπτικό αυτό ποσοστό μας δείχνει πόσο σημαντικό πλέον είναι το διαδίκτυο για το κλάδο του τουρισμού.

##### Α) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

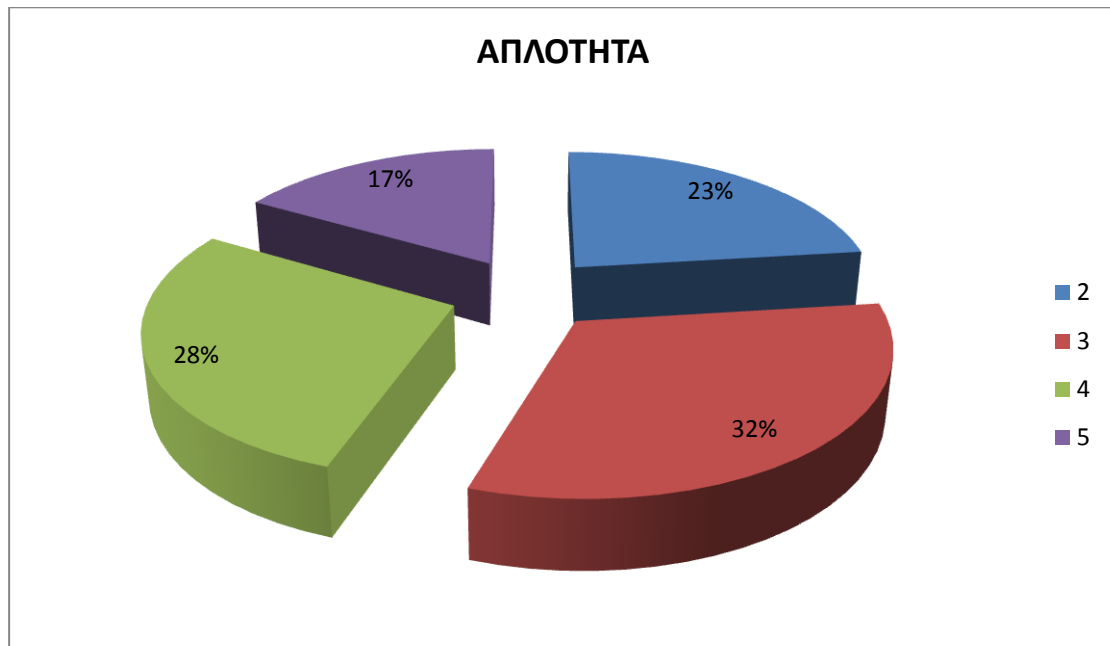


Γράφημα 3.2.3.20

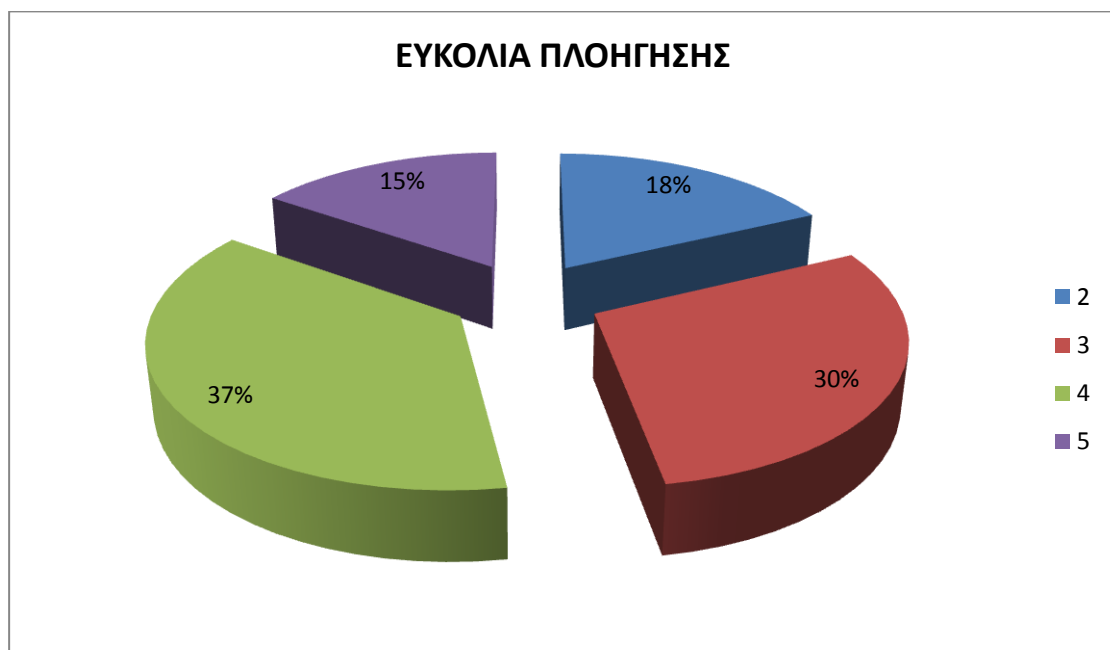
Όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.3.1 τα αποτελέσματα της έρευνας με βάση τους απλούς χρήστες του διαδικτύου έδειξαν ότι η πλειοψηφία των ιστοσελίδων συνδέονται με κάποιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης με πιο δημοφιλές το face book. Ύστερα, μέσω της έρευνας διαπίστωσα ότι οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων 3 αστέρων δεν είναι τόσο καλά δομημένες με αποτέλεσμα να μην είναι και τόσο απλές και εύκολες στην πλοήγηση για το

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

χρήστη όπως βλέπουμε και παρακάτω στα γραφήματα 3.2.3.2 και 3.2.3.3 και για αυτό οι βαθμολογίες είναι χαμηλότερες σε σύγκριση με αυτές των ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων .



Γράφημα 3.2.3.21



Γράφημα 3.2.3.22

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Όπως φαίνεται και παρακάτω στα γραφήματα 3.2.3.4 και 3.2.3.5 δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην παρουσίαση πληροφοριών σχετικά με τις δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί κάποιος να ασχοληθεί κατά τη διάρκεια της παραμονής του. Ειδικότερα με την περιοχή και τα αξιοθέατα / αρχαιολογικούς χώρους που μπορεί κάποιος να επισκεφθεί κατά τη διάρκεια της διαμονής του στο ξενοδοχείο .



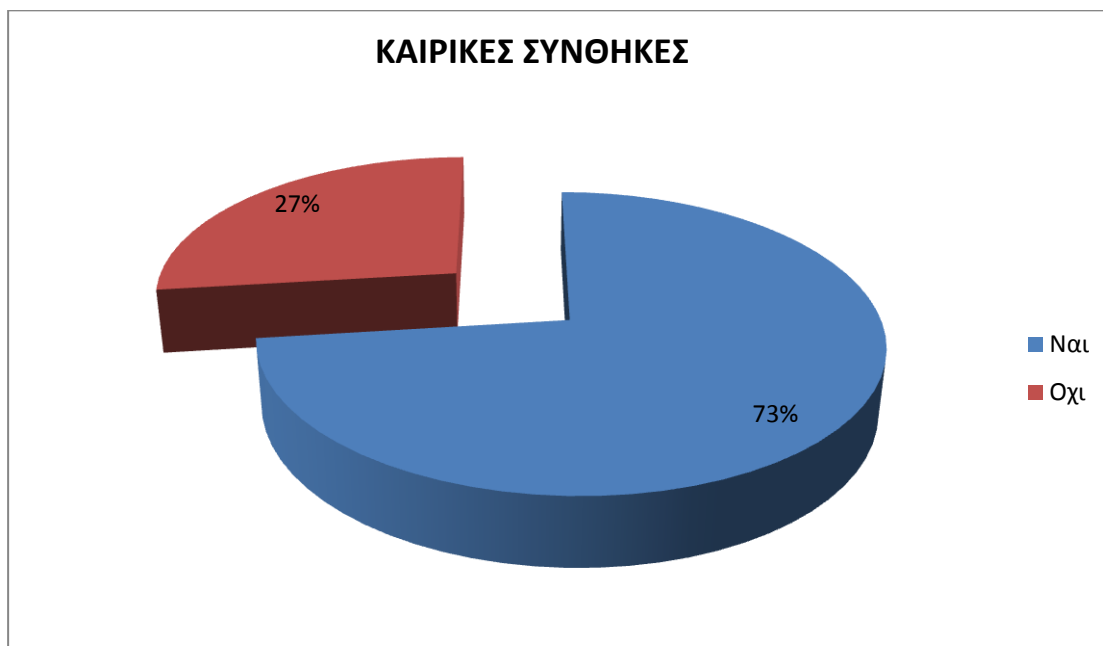
Γράφημα 3.2.3.23

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.24

Από την άλλη βλέπουμε ότι το 73% των επιχειρήσεων έχουν αναρτήσει κάποιο πίνακα ή κάποιο βοήθημα που να ενημερώνει για τις καιρικές συνθήκες (γράφημα 3.2.3.6).



Γράφημα 3.2.3.25

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ενώ οι ιστοσελίδες οι οποίες παρέχουν πληροφορίες για το πώς μπορεί κάποιος να μεταβεί από και προς το ξενοδοχείο με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο (γράφημα 3.4.7) είναι λιγότερες αφού μόνο το 41% έναντι του 59% που δεν αναφέρει καμία πληροφορία .

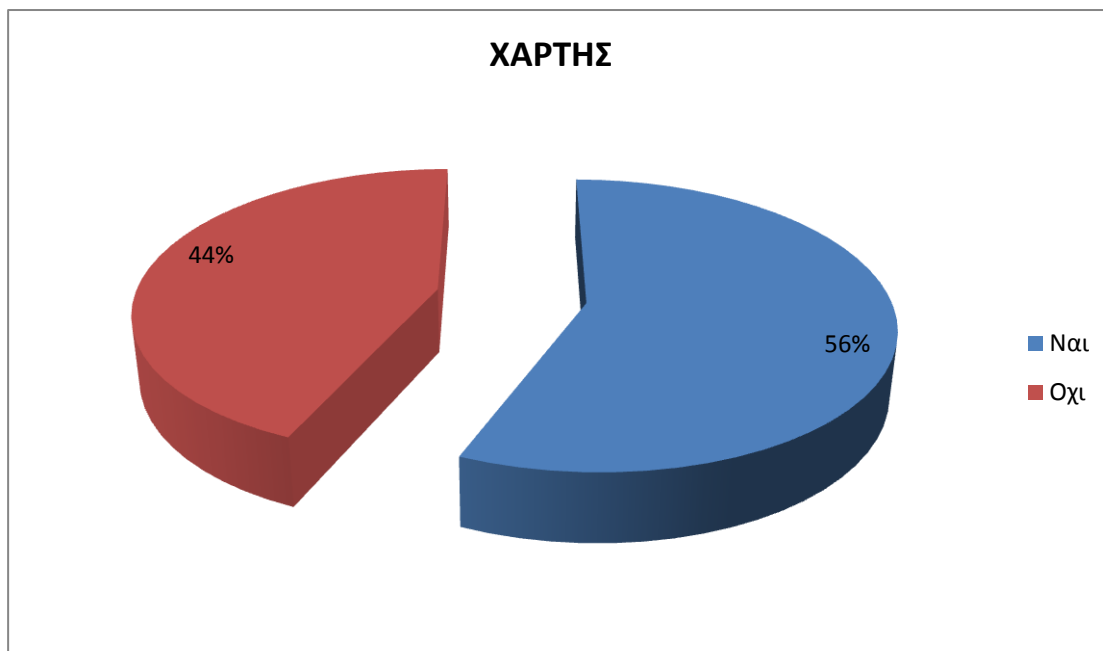


Γράφημα 3.2.3. 26

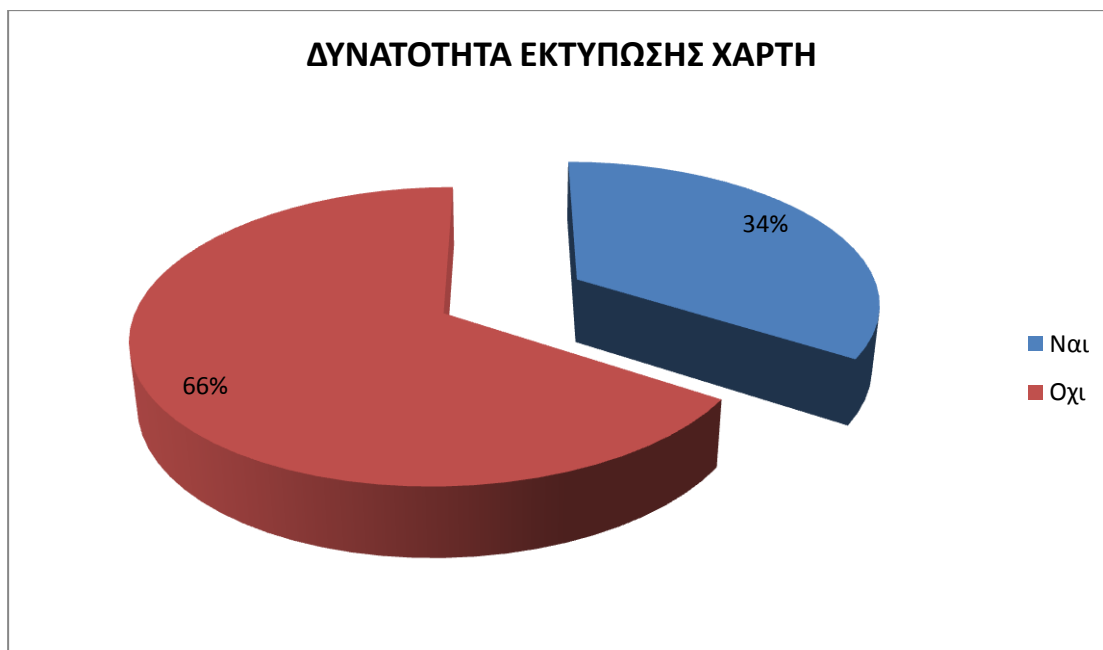
Ύστερα, όλες οι μονάδες που έχουν δική τους ιστοσελίδα ενημερώνουν, για το αν το κατάλυμα διαθέτει χώρους στάθμευσης για τους πελάτες του και αρκετές από αυτές διευκρινίζουν και το μέγεθος του χώρου αυτού αλλά και την ακριβή τοποθεσία του.

Έπειτα στο 56% των ιστοσελίδων υπάρχει χάρτης ο οποίος προσδιορίζει την ακριβή τοποθεσία της μονάδας φιλοξενίας όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.3.8. Ενώ στο 34% των ιστοσελίδων υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης αυτού όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.3.9.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3. 27



Γράφημα 3.2.3. 28



### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Αν όχι η σημαντικότερη, μία από τις σημαντικότερες υπηρεσίες που προσφέρονται στις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων είναι αυτή των on – line κρατήσεων. Στη κατηγορία αυτή μόνο το 53% των ιστοσελίδων παρέχουν τη δυνατότητα on – line κράτησης όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.3.10. Η βαθμολόγηση του πόσο εύκολα μπορεί να γίνει μία κράτηση έγινε με γνώμονα το χρόνο περαίωσης της κράτησης ,αλλά και το πόσο απλή ήταν η διαδικασία. Στο διάγραμμα 3.2.3.11 βλέπουμε ότι έχει γίνει προσπάθεια έτσι ώστε ο ενδιαφερόμενος που θέλει να κάνει μια on-line κράτηση να μπορεί να την πραγματοποιήσει δίχως να αντιμετωπίσει ιδιαίτερη δυσκολία αλλά υπάρχει ακόμα χώρος για βελτίωση.



Γράφημα 3.2.3.29

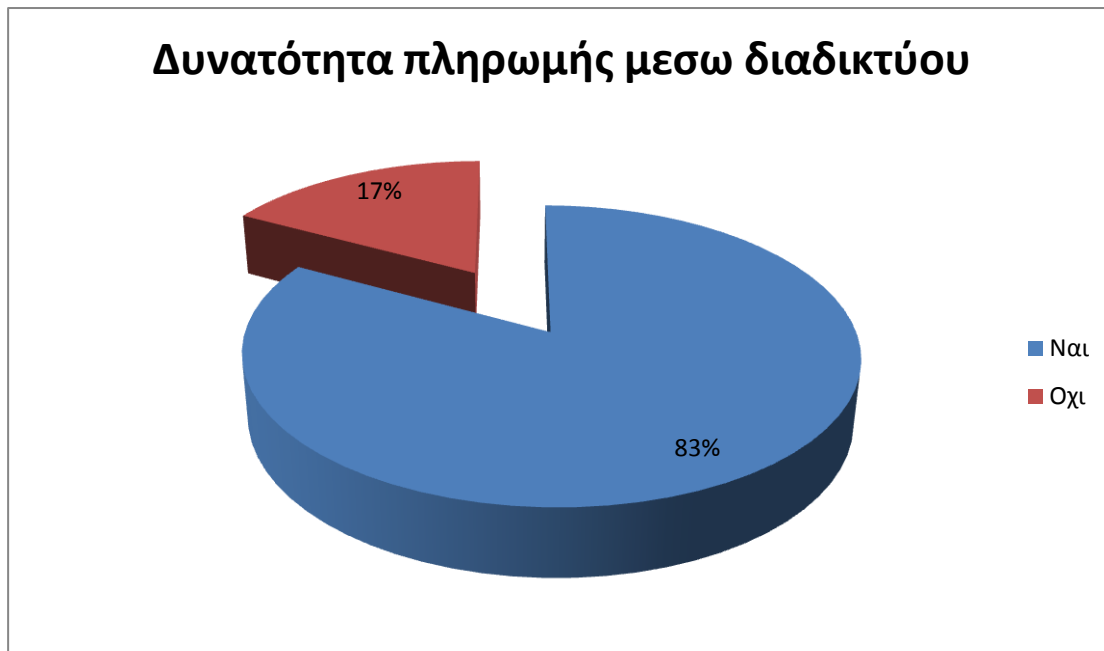
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.30

Τέλος, το 83% των ιστοσελίδων στις οποίες δίνεται η επιλογή της on-line κράτησης παρέχουν και τη δυνατότητα πληρωμής μέσω διαδικτύου η οποία επιτυγχάνεται είτε με τη χρέωση ολόκληρου του ποσού στην πιστωτική κάρτα του ενδιαφερομένου, είτε με τη χρέωση μιας προκαταβολής και την αποπληρωμή του ποσού με την άφιξη/αναχώρηση του πελάτη όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.3.12.

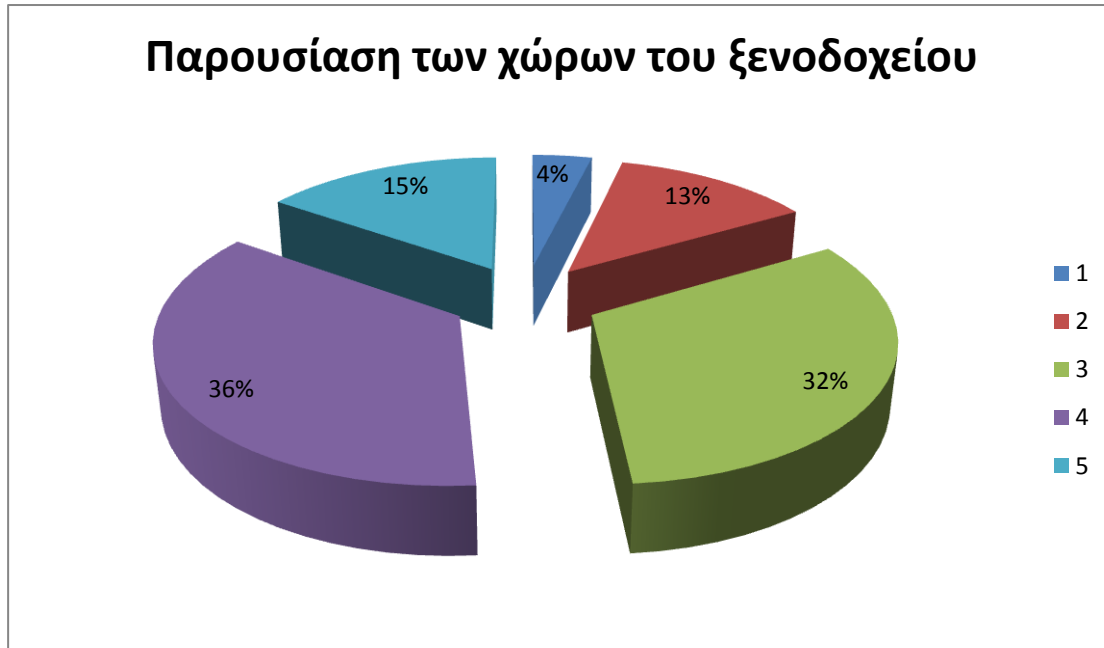
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



**Γράφημα 3.2.3.31**

Το γράφημα 3.2.3.13 αντιστοιχεί στην αξιολόγηση της παρουσίασης των χώρων του ξενοδοχείου μέσω της ιστοσελίδας της μονάδας. Όπως φαίνεται και στο γράφημα τα αποτελέσματα κυμαίνονται από πολύ καλά έως και πολύ άσχημα. Το σύνολο των ιστοσελίδων προβάλλουν καλά τους χώρους και το περιβάλλον του ξενοδοχείου μέσω εικόνων και με υπερσυνδέσμους στον ιστότοπο YouTube και για αυτό το λόγο έχουν πάρει βαθμολογίες άνω του μετρίου.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.32

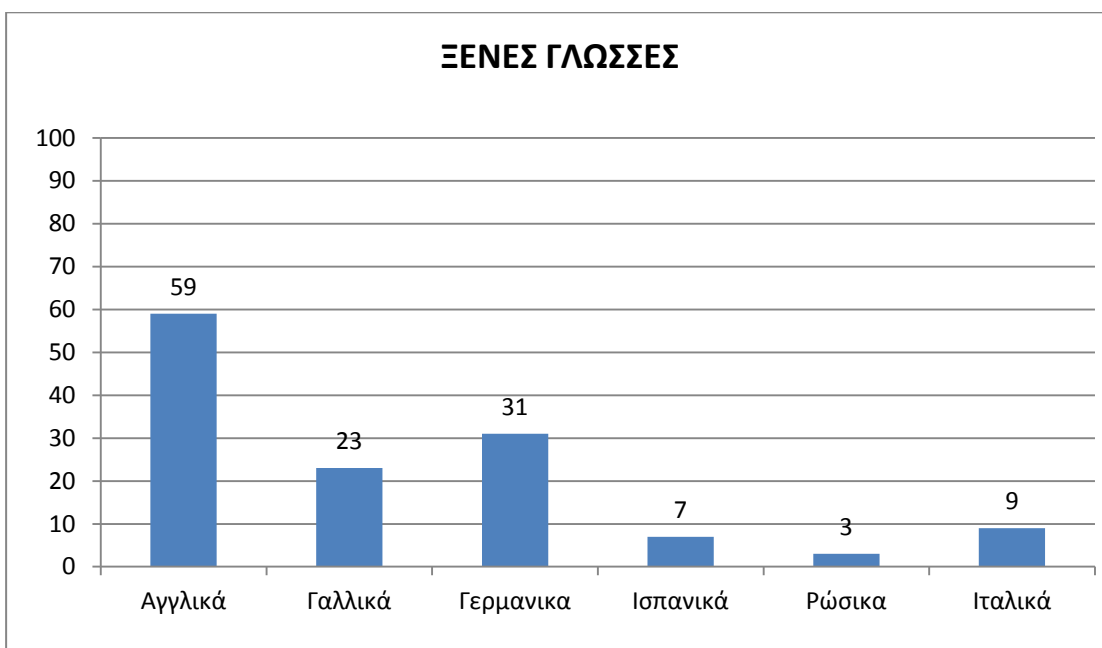
Το επόμενο γράφημα παρουσιάζει κάποιες περαιτέρω υπηρεσίες που μπορεί κάποιος να ζητήσει, όμως υπηρεσίες που για κάποιους είναι πολύ σημαντικές ,όπως αν υπάρχει η δυνατότητα φιλοξενίας ατόμων με αναπηρία ΑΜΕΑ και αν το ξενοδοχείο διαθέτει εγκαταστάσεις προκειμένου να τους διευκολύνει ( ειδικές ράμπες μετακίνησης, ειδικά μπάνια, ανελκυστήρες με τους οποίους υπάρχει η δυνατότητα μετακίνησης των αναπηρικών αμαξιδίων).

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.33

Τα γραφήματα που ακολουθούν αφορούν τις επιλογές στις γλώσσες στις οποίες ο χρήστης έχει πρόσβαση και μπορεί να αλλάξει στην ιστοσελίδα, αν υπάρχει υπηρεσία μεταφοράς από και προς αεροδρόμια και λιμάνια αλλά και αν δίνεται η δυνατότητα κάποιος να μπορεί να έχει και το κατοικίδιο του μαζί.

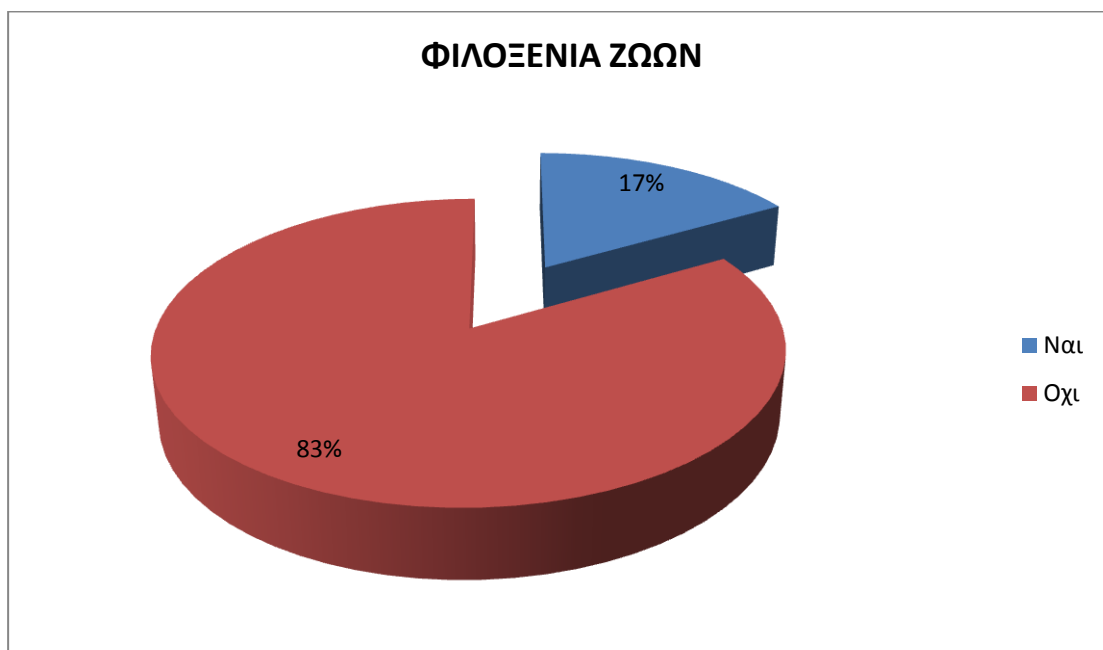


Γράφημα 3.2.3.34

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.35

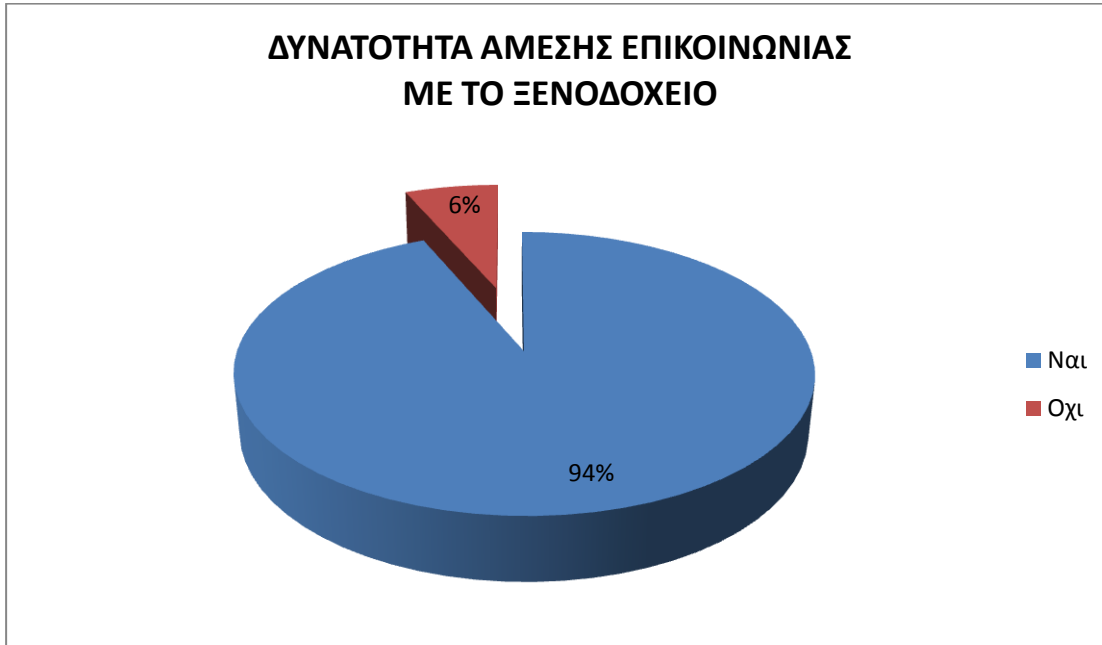


Γράφημα 3.2.3.36

Όπως βλέπουμε στα παραπάνω γραφήματα τα ξενοδοχεία τα οποία παρέχουν υπηρεσία μεταφοράς από/προς αεροδρόμια και λιμάνια ανέρχονται στο 10% ( 3 από τα 28) ενώ μόλις το 17% επιτρέπουν τα κατοικίδια.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Τέλος, η πλειονότητα των ιστοσελίδων παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας του ενδιαφερόμενου με το ξενοδοχείο και την εξυπηρέτησής του από κάποιο εργαζόμενο του ξενοδοχείου όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.4.18.



Γράφημα 3.2.3.37

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Β) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το πρώτο γράφημα της κατηγορίας των κριτηρίων με βάση τα στελέχη του τουρισμού δείχνει το πλήθος των πληροφοριών που έχουν αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου σχετικά με τις εγκαταστάσεις της μονάδας. Όπως φαίνεται και παρακάτω στο γράφημα 3.2.3.19 οι βαθμολογίες είναι μοιρασμένες με το 63%(συνολικά) να είναι και εδώ άνω του μετρίου.

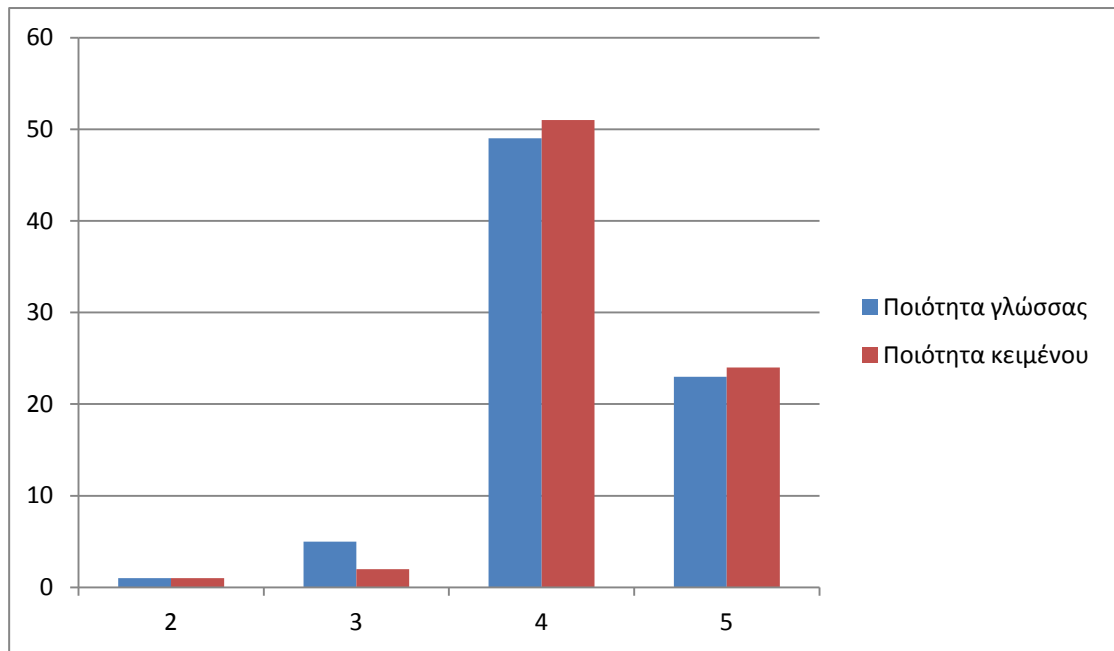


**Γράφημα 3.2.3.38**

Το επόμενο γράφημα αφορά την ποιότητα των κειμένων της σελίδας αλλά και το ύφος της γλώσσας το οποίο χρησιμοποιείται (για τα ελληνικά). Όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.3.20 στη πλειονότητα των ιστοσελίδων τα κείμενα είναι προσεγμένα συντακτικά αλλά και ευχάριστα διατυπωμένα ώστε να μην κουράζουν αυτόν που τα διαβάζει. Οι βαθμολογίες και σε αυτό το γράφημα παρουσιάζονται αρκετά καλές.



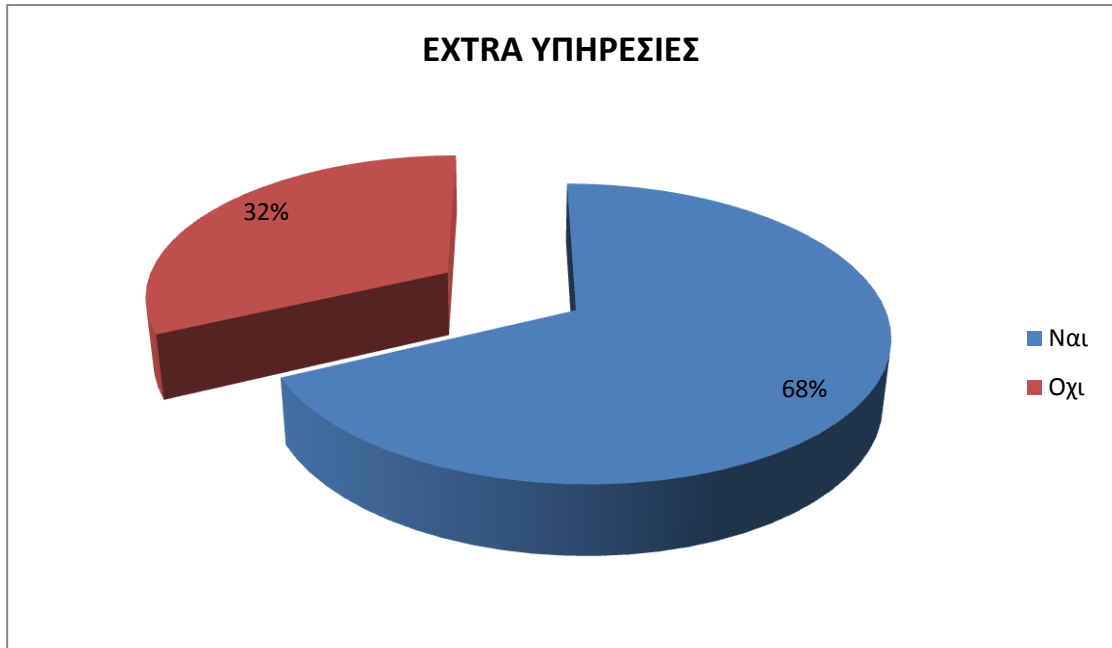
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.39

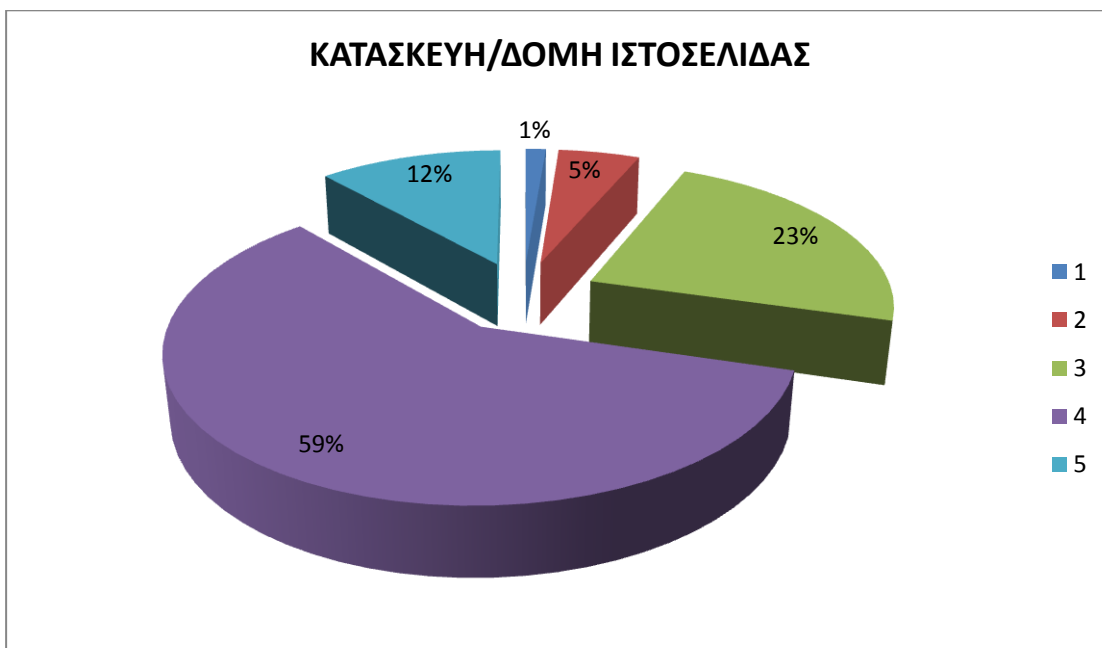
Το γράφημα που ακολουθεί αφορά τις extra υπηρεσίες που προσφέρονται ή μπορεί να ζητήσει κάποιος πελάτης από το προσωπικό να του παρέχουν,( για το συγκεκριμένο γράφημα οι σταθερές αλλάζουν ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου και με τις υπηρεσίες που εκείνο ήδη διαθέτει),και η πλειοψηφία των ξενοδοχείων 3 αστέρων όπως φαίνεται είναι θετική στο να παρέχει τις υπηρεσίες αυτές όπως φαίνεται και στο γράφημα 3.2.3.21.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.21

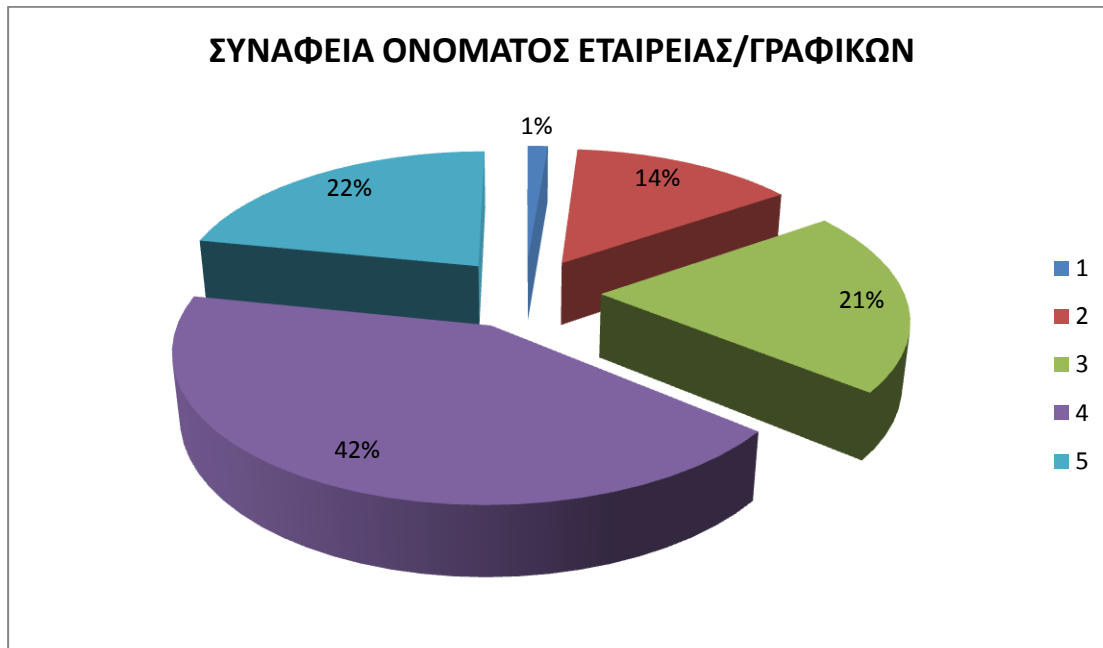
Στο τρίτο γράφημα της κατηγορίας μας που αφορά την δομή των ιστοσελίδων βλέπουμε και εδώ πως το σύνολο των βαθμολογιών είναι αρκετά καλό με μόνο μια εξαίρεση. Σε γενικές γραμμές έχουν ανταποκριθεί καλά στο συγκεκριμένο τομέα εξ ου και όλες σχεδόν οι βαθμολογίες είναι υψηλές.



Γράφημα 3.2.3.22

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Όσον αφορά τη συνάφεια μεταξύ του ονόματος της εταιρίας και των γραφικών που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση αυτών στην ιστοσελίδα τα ξενοδοχεία 3 αστέρων μπορεί να μην είχαν όλα άριστες βαθμολογίες όπως οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων 5 αστέρων όμως και αυτά συγκέντρωσαν υψηλές βαθμολογίες με το 22% να βαθμολογείται με άριστα και το 42% με αρκετά καλά όπως βλέπουμε και στο γράφημα 3.2.3.23.



Γράφημα 3.2.3.23

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Γ) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΕΣ

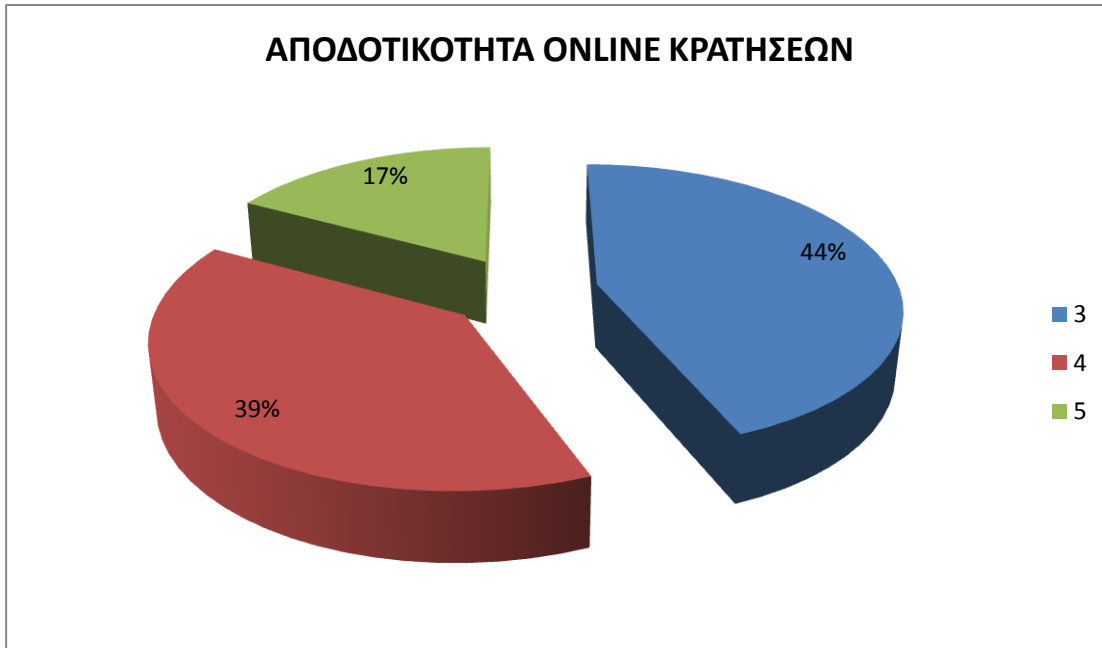
Στην κατηγορία αυτή θα εξετάσουμε τους ιστότοπους όμως από τη σκοπιά ενός προγραμματιστή αυτή τη φορά. Στο πρώτο γράφημα βλέπουμε το χρόνο απόκρισης της ιστοσελίδας και αναλόγως την ώρα που κάνει να φορτώσει το βαθμολογούμε αντίστοιχα. Όπως φαίνεται και στο πρώτο γράφημα οι ιστοσελίδες των ξενοδοχείων 3 αστερών δεν αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα όσον αφορά το χρόνο φόρτωσης και για αυτό κανένα δεν έχει βαθμολογηθεί κάτω του μετρίου.



Γράφημα 3.2.3.24

Το γράφημα που ακολουθεί αφορά και πάλι τις on – line κρατήσεις δίνοντας περισσότερη έμφαση στο χρόνο που χρειάζεται για να πραγματοποιηθεί μία κράτηση. Στην κλίμακα από 1 μέχρι 5 βλέπουμε πόσο αποδοτικό ήταν το πρόγραμμα on – line κράτησης δηλαδή πόσο εύκολα και κατανοητά ήταν τα βήματα για να γίνει αυτή.

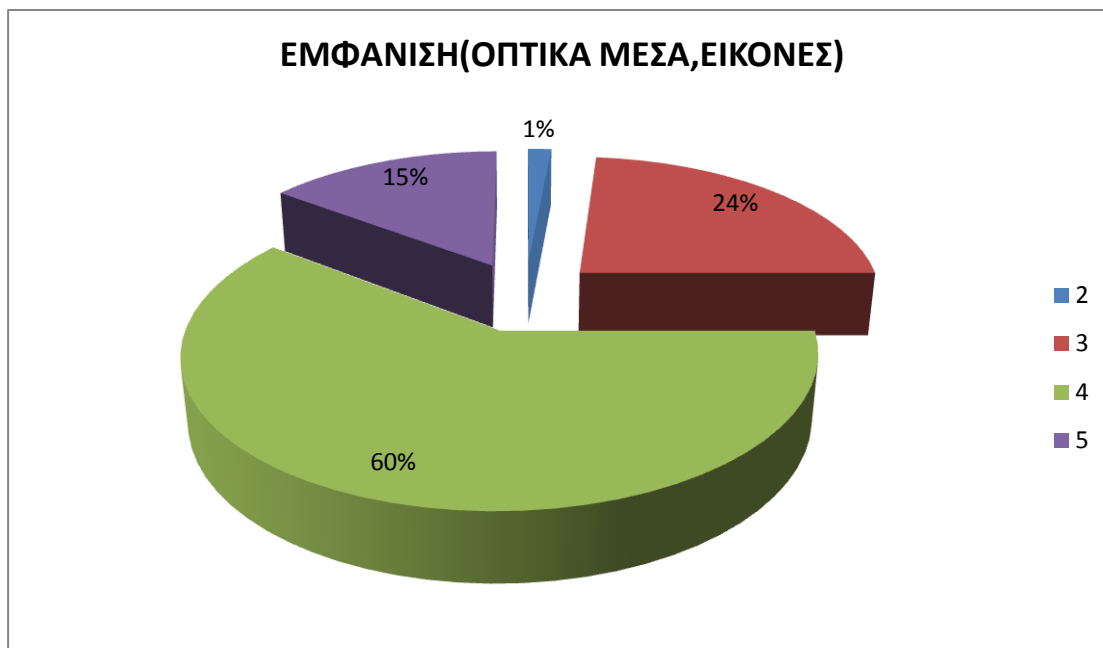
### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



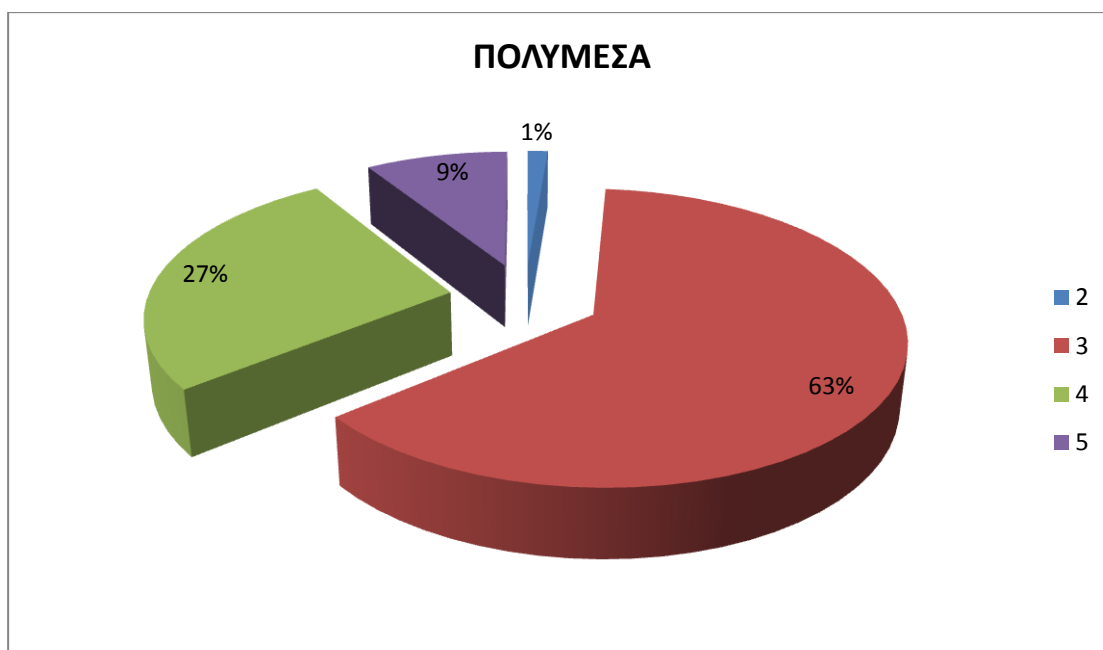
Γράφημα 3.2.3.25

Τα δύο γραφήματα που ακολουθούν έχουν να κάνουν με την εμφάνιση και τα πολυμέσα που χρησιμοποιούνται για να κάνουν το περιεχόμενο της σελίδας πιο θελκτικό ,πιο ευχάριστο αλλά και πιο ξεκούραστο για αυτόν που το χρησιμοποιεί. Λαμβάνοντας υπόψη και τις βαθμολογίες βλέπουμε ότι και σε αυτούς τους τομείς έχει γίνει καλή δουλειά αφού όλες σχεδόν οι ιστοσελίδες είναι άνω του μετρίου. Η συντριπτική πλειοψηφία των ιστοσελίδων κυμαίνεται μεταξύ αρκετά καλά και άριστα όπως μπορούμε να δούμε και στο γράφημα 3.2.3.26 σχετικά με την εμφάνιση. Ενώ όσο αφορά τα πολυμέσα στη πλειοψηφία των ιστοσελίδων δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη σημασία και για αυτό τα αποτελέσματα τους είναι μέτρια όπως απεικονίζεται και στο γράφημα 3.2.3.27.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Γράφημα 3.2.3.26



Γράφημα 3.2.3.27

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα αποτελέσματα από την έρευνα που διεξείχθει για τις ιστοσελίδες των ξενοδοχειακών μονάδων της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος έδειξαν τα εξής:

Οι ιστότοποι των Ξενοδοχειακών Μονάδων πέντε αστέρων βρέθηκαν αναβαθμισμένοι από τεχνολογικής απόψεως, με πολύ καλή συμπεριφορά όσον αφορά το χρήστη, σωστά δομημένοι και με πληθώρα πληροφοριών σχετικά με το Ξενοδοχείο και τη γύρω περιοχή. Έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στα συστήματα on – line κρατήσεων ώστε να γίνουν πιο αποτελεσματικά και εύκολα στη χρήση, αλλά και στην εμφάνιση και τα πολυμέσα, ώστε να είναι πιο θελκτικά. Σε γενικές γραμμές είναι πολύ καλοί ιστότοποι με υψηλά standards και δημιουργημένοι από επαγγελματίες.

Οι ιστότοποι των Ξενοδοχειακών Μονάδων τεσσάρων αστέρων είναι και αυτοί αρκετά καλοί, δίχως να υστερούν σε σύγκριση με αυτούς των πεντάστερων με τις διαφορές τους κυρίως να κρίνονται στην ποσότητα των πληροφοριών και υπηρεσιών που παρέχουν, παρά στην ποιότητα. Είναι και αυτοί δομημένοι με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι εύκολοι στην περιήγηση και υποστηρίζουν ευρεία χρήση πολυμέσων και εικόνων.

Το βασικότερο μειονέκτημα τους έναντι αυτών των πεντάστερων Ξενοδοχειακών Μονάδων είναι το πλήθος των ιστοσελίδων που έχουν σύστημα online κράτησης με αυτές να ανέρχονται στις 25 από τις 32 ενώ οι άλλες έχουν όλες. Δηλαδή ο ενδιαφερόμενος, ενώ έχει βρεί μια μονάδα η οποία ικανοποιεί τις ανάγκες του αλλά και τις οικονομικές του δυνατότητες, πρέπει είτε να ανατρέξει σε κάποια από τις γνωστές σελίδες κρατήσεων είτε να επικοινωνήσει με το ξενοδοχείο ενώ θα μπορούσε απλούστατα να κάνει την κράτηση μέσω της ιστοσελίδας.

Για τις ιστοσελίδες των Ξενοδοχειακών Μονάδων τριών αστέρων τα πράγματα δεν είναι τόσο καλά αφού από τα 91 καταλύματα τα 13 δεν έχουν δική τους ιστοσελίδα, ενώ μόνο τα 41 από αυτά παρέχουν στο χρήστη τη δυνατότητα on – line κράτησης μέσω της δικής τους ιστοσελίδας .

Αρκετές από τις σελίδες δείχνουν ερασιτεχνικές και δημιουργημένες από υποχρέωση λόγω της διαδικτυακής εποχής που διανύουμε, παρά σα μέσο προβολής κα ανάδειξης της μονάδας.

Από τα παραπάνω και λόγω του ότι η πλειοψηφία των Ξενοδοχειακών Μονάδων ανήκει στην κατηγορία των Ξενοδοχείων τριών αστέρων, συμπεραίνουμε ότι δεν έχει γίνει σωστή προβολή των υπηρεσιών που προσφέρουν, με αποτέλεσμα να μην αξιοποιείται η δυνατότητα που έχουν για να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες για τη χώρα μας.

Πρέπει να γίνει σαφές ότι στην εποχή που ζούμε και με τη συνεχή ανάπτυξη της τεχνολογίας δεν είναι δυνατόν να μην υπάρχουν ιστοσελίδες οι οποίες να προβάλλουν το εγχώριο τουριστικό προϊόν έστω και αν αυτό γίνεται μεμονωμένα μέσω των ιστοσελίδων των ξενοδοχειακών μονάδων.

Έπειτα, ενώ σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις είναι διατεθειμένες να προσφέρουν πρόσθετες υπηρεσίες στους πελάτες τους προκειμένου να κάνουν πιο ευχάριστη τη διαμονή τους οι επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν τον απαραίτητο εξοπλισμό και τις προδιαγραφές για να φιλοξενήσουν άτομα με αναπηρία είναι ελάχιστες. Σε σχεδόν καμία ιστοσελίδα δεν γίνεται αναφορά για την ύπαρξη ράμπας για να ανέβει αναπηρικό καροτσάκι ή μπάνια εξοπλισμένα για άτομα με αναπηρία.

Ύστερα, ένα πολύ θετικό σημείο είναι η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας η οποία προσφέρεται από την πλειοψηφία των ιστοσελίδων ανεξαρτήτως κατηγορίας. Αντί αυτού θα ήταν προτιμότερο να μπορεί ο ενδιαφερόμενος να σχηματίσει μια πρώτη άποψη για την μονάδα από την ιστοσελίδα και να επικοινωνήσει μόνο αν χρειάζεται κάτι πολύ συγκεκριμένο.

Τέλος, κλείνοντας θα ήθελα να τονίσω ότι η ιστοσελίδα την σημερινή εποχή είναι ένα διαδικτυακό εργαλείο το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να κάνει "θαύματα". Πιστεύω ότι πλέον θεωρείται δεδομένο ότι μια επιχείρηση έχει την δική της ιστοσελίδα διότι με την συνεχή ανάπτυξη της τεχνολογίας όλο και περισσότερος κόσμος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για την κάλυψη



των αναγκών του, είτε αυτές οι ανάγκες είναι μια αγορά καποιου προϊόντος είτε κάποιας υπηρεσίας, έτσι δεν είναι δυνατόν ο κλάδος του τουρισμού να μην συμβαδίζει με τα δρώμενα της σύγχρονης εποχής. Επίσης είναι ένας εύκολος, οικονομικός και συνεχής τρόπος διαφήμισης αφού η ιστοσελίδα είναι αναρτημένη στο διαδίκτυο συνεχώς και μπορεί να ενημερωθεί ανα πάσα ώρα και στιγμή αρκεί να έχει δημιουργηθεί σωστά.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΠΙΝΑΚΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ Η ΕΡΕΥΝΑ

<b><u>ΌΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ</u></b>	<b><u>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</u></b>	<b><u>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</u></b>	<b><u>Περιοχή</u></b>
Olympia Golden Beach Resort & Spa	5	<a href="http://www.ogb.gr/">http://www.ogb.gr/</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
Aldemar Olympian Village - Spa Centre	5	<a href="http://www.aldemarhotels.com/pages/gr">www.aldemarhotels.com/pages/gr</a>	Πύργος
Royal Olympian	5	<a href="http://www.aldemarhotels.com/pages/gr">www.aldemarhotels.com/pages/gr</a>	Πύργος
Arty Grand Hotel	5	<a href="http://www.artygrandhotel.gr/">http://www.artygrandhotel.gr/</a>	Αρχαία Ολυμπία
Grecotel Mandola Rosa Suites & Villas	5	<a href="http://www.grecotel.com">www.grecotel.com</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
Grecotel Olympia Riviera Resort	5	<a href="http://www.grecotel.com">www.grecotel.com</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
Astir Hotel	4	<a href="http://www.hotelastirpatras.gr">http://www.hotelastirpatras.gr</a>	Πάτρα
Kyllini Beach Resort	4	<a href="http://www.kyllinibeach.com/gr/">http://www.kyllinibeach.com/gr/</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
Mare Dei Ionian Resort & Hotel	4	<a href="http://www.maredei.gr/">http://www.maredei.gr/</a>	Πύργος
Airotel Achaia Beach Hotel	4	<a href="http://www.airotel.gr">http://www.airotel.gr</a>	Καστελόκαμπος
Best Western Europa Hotel	4	<a href="http://www.hotelseuropa.gr">http://www.hotelseuropa.gr</a>	Πάτρα
Byzantino Hotel	4	<a href="http://www.byzantino-hotel.gr">http://www.byzantino-hotel.gr</a>	Πάτρα
Flisvos Hotel	4	<a href="http://www.flisvosh.gr">http://www.flisvosh.gr</a>	Ναύπακτος
Kalavrita Canyon Hotel & Spa	4	<a href="http://www.kalavritacanyon.gr">http://www.kalavritacanyon.gr</a>	Καλάβρυτα
Olympia Palace Hotel	4	<a href="http://www.olympia-palace.gr">http://www.olympia-palace.gr</a>	Αρχαία Ολυμπία
Olympion Asty Hotel	4	<a href="http://www.olympionasty.gr">http://www.olympionasty.gr</a>	Αρχαία Ολυμπία
Pavlina Beach Hotel	4	<a href="http://www.pavlinahotel.gr">http://www.pavlinahotel.gr</a>	Πάτρα(Νιφοραίικα)
Poseidon Palace Hotel	4	<a href="http://www.poseidon-hotels.gr">http://www.poseidon-hotels.gr</a>	Πάτρα(Καμίνια)
Agrinio Imperial Hotel	4	<a href="http://www.agrinioimperial.gr">http://www.agrinioimperial.gr</a>	Αγρίνιο
Amalia Hotel Olympia	4	<a href="http://www.amaliahotels.com">http://www.amaliahotels.com</a>	Αρχαία Ολυμπία

<b>Anagennisis Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.hotelanagennisis.gr">http://www.hotelanagennisis.gr</a>	Πύργος
<b>Antonios Village Apartments Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.antoniosvillage.gr">http://www.antoniosvillage.gr</a>	Ηλεία(Γλύφα)
<b>Archontiko Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.archontiko-andritsenas.gr">http://www.archontiko-andritsenas.gr</a>	Ηλεία(Ανδρίτσαινα)
<b>Bacchus Pension &amp; Tavern</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.bacchustavern.gr">http://www.bacchustavern.gr</a>	Αρχαία Ολυμπία
<b>Grecotel Lakopetra Beach</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.grecotel.com">http://www.grecotel.com</a>	Πάτρα(Λακκόπετρα)
<b>Grecotel Olympia Oasis</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.grecotel.com">http://www.grecotel.com</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
<b>Helmos Kalavrita Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.hotelhelmos.gr">http://www.hotelhelmos.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Ilakia Guesthouse</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.ilakia.gr">http://www.ilakia.gr</a>	Φιγάλεια
<b>Konstantinos Paleologos Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.byzantino-hotel.gr/">http://www.byzantino-hotel.gr/</a>	Πάτρα
<b>Maison Grecque Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.mghotels.gr">http://www.mghotels.gr</a>	Πάτρα
<b>Maison Grecque 2 Hotel</b>	<b>4</b>	-	Πάτρα
<b>Nafs Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.nafshotel.com">http://www.nafshotel.com</a>	Ναύπακτος
<b>Oriades Hostel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.oriades.gr">http://www.oriades.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Paleros Club Hotel</b>	<b>4</b>	-	Αιτωλοακαρνανία
<b>Patras Palace Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.patraspalace.gr">http://www.patraspalace.gr</a>	Πάτρα
<b>Sozos Inn Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.sozosinnhotel.gr">http://www.sozosinnhotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Vounaki Beach &amp; Marina Hotel</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.sozosinnhotel.gr">http://www.sozosinnhotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Αρχοντικό Γέρο Φώτη</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.gerofotis.com">http://www.gerofotis.com</a>	Συμπολιτεία
<b>Ελαιώνας Ζέλιου</b>	<b>4</b>	<a href="http://www.elaionaszeliou.gr/">http://www.elaionaszeliou.gr/</a>	Ναύπακτος
<b>Athina Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.athinahotelolympia.com">http://www.athinahotelolympia.com</a>	Ηλεία
<b>Stratos Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelstratos.gr">http://www.hotelstratos.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Airotel Patras Smart Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.airotel.gr">http://www.airotel.gr</a>	Πάτρα
<b>Ahilion Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ahilion.gr">http://www.ahilion.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Galaxias Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.galaxiashotel.gr">http://www.galaxiashotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Nafpaktos Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelnafpaktos.gr">http://www.hotelnafpaktos.gr</a>	Ναύπακτος

<b>Neda Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelneda.gr">http://www.hotelneda.gr</a>	Ηλεία
<b>Niforeika Beach Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.niforeika-beach.gr">http://www.niforeika-beach.gr</a>	Πάτρα
<b>Akti Kalogria Beach Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kalogriahotel.gr">http://www.kalogriahotel.gr</a>	Πάτρα(Καλογριά)
<b>Agapi Apartments</b>	<b>3</b>	-	Αιτωλοακαρνανία
<b>Alexander Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.alexanderhotel.gr">http://www.alexanderhotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Alkistis Hotel</b>	<b>3</b>	-	Αιγιάλεια
<b>Almira Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.almira-hotel.gr">http://www.almira-hotel.gr</a>	Ηλεία
<b>Althea Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelalthaia.gr">http://www.hotelalthaia.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Amadriades Rooms</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.amadriades.com">http://www.amadriades.com</a>	Καλάβρυτα
<b>Amalias Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.amaliashotel.gr">http://www.amaliashotel.gr</a>	Αμαλιάδα
<b>AMS Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ams-hotel.gr">http://www.ams-hotel.gr</a>	Ακράτα
<b>Analipsi Beach Villas</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.analipsibeach.gr">http://www.analipsibeach.gr</a>	Ηλεία
<b>Apollon Apartments</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.apartmentsapollon.gr">http://www.apartmentsapollon.gr</a>	Πάτρα
<b>Apollon Hotel</b>	<b>3</b>	-	Ηλεία
<b>Apollonion Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.apollonionhotel.gr">http://www.apollonionhotel.gr</a>	Ηλεία
<b>Arethousa Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.arethousahotel.gr">http://www.arethousahotel.gr</a>	Ηλεία
<b>Aroania Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.aroania-hotel.gr">http://www.aroania-hotel.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Art Primarolia Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.arthotel.gr">http://www.arthotel.gr</a>	Πάτρα
<b>Castella Beach Rooms</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.castella-beach.gr">http://www.castella-beach.gr</a>	Πάτρα
<b>Castello Hotel Apartments</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.castellohotel.gr">http://www.castellohotel.gr</a>	Πάτρα
<b>Castro Beach Apartmetns</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.castrobeachotel.com">http://www.castrobeachotel.com</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
<b>Chani Guesthouse</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.chani-bania.gr">http://www.chani-bania.gr</a>	Ναύπακτος
<b>Christina Beach Hotel</b>	<b>3</b>	-	Πάτρα
<b>City Loft</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.cityloft.gr">http://www.cityloft.gr</a>	Πάτρα
<b>Cliff Bay Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.cliffbay.net">http://www.cliffbay.net</a>	Αιτωλοακαρνανία

<b>Drymonas Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.drymonashotel.com.gr">http://www.drymonashotel.com.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Eden Beach Hotel</b>	<b>3</b>	-	Αιγιάλεια
<b>Elektra Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.elektra-hotel.gr">http://www.elektra-hotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Esperia Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.esperiahotel.gr">http://www.esperiahotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Esperides Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotel-esperides.gr">http://www.hotel-esperides.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Fournia Beach Camping</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.camping.gr/fournia-beach/ind-gr.htm">http://www.camping.gr/fournia-beach/ind-gr.htm</a>	Κάστρο-Κυλλήνη
<b>Filoxenia Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.filoxeniahotelpaleros.gr">http://www.filoxeniahotelpaleros.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Filoxenia Hotel &amp; Spa</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelfiloxenia.gr">http://www.hotelfiloxenia.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Florida Blue Bay Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.floridabluebay.gr">http://www.floridabluebay.gr</a>	Ρίο
<b>Fotis Rooms</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.fotis-rooms.gr">http://www.fotis-rooms.gr</a>	Ηλεία
<b>Galaxy City Center Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.galaxyhotel.com.gr">http://www.galaxyhotel.com.gr</a>	Πάτρα
<b>Glarentza Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.glarentzahotel.gr/">http://www.glarentzahotel.gr/</a>	Ηλεία
<b>Golden Sunset Camping</b>	<b>3</b>	-	Πάτρα
<b>Harmony Hotel Apartments</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.harmony-apartments.com">http://www.harmony-apartments.com</a>	Αιγιάλεια
<b>Helidonia Apartments</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.helidonia.gr">http://www.helidonia.gr</a>	Ηλεία
<b>Ionian Beach Bungalows</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ionianbeach.gr">http://www.ionianbeach.gr</a>	Πάτρα
<b>Ionion Beach Apartments</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ionion-beach.gr">http://www.ionion-beach.gr</a>	Ηλεία
<b>Ionion Beach Camping</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ionion-beach.gr">http://www.ionion-beach.gr</a>	Ηλεία
<b>Kalliroe Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kallirroe.gr">http://www.kallirroe.gr</a>	Ρίο
<b>Kastraki Village</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kastrakivillage.gr">http://www.kastrakivillage.gr</a>	Αμφιλοχία
<b>Kedros Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kedroskalavrita.gr">http://www.kedroskalavrita.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Kekropia Camping</b>	<b>3</b>	-	Αιτωλοακαρνανία
<b>Kleopatra Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kleopatrahotel.gr">http://www.kleopatrahotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία

<b>Kourouta Camping</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.campingkourouta.gr">http://www.campingkourouta.gr</a>	Αμαλιάδα
<b>Kynaitha Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kynaitha.gr">http://www.kynaitha.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Liberty Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelliberty.gr">http://www.hotelliberty.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Long Beach Resort</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.longbeach.gr">http://www.longbeach.gr</a>	Αιγιάλεια
<b>Mikri Archondissa Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.vlasiahotel.gr">http://www.vlasiahotel.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Mont Helmos Hotel</b>	<b>3</b>	-	Καλάβρυτα
<b>Naiades Villas</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.naiadesvillas.gr">http://www.naiadesvillas.gr</a>	Πάτρα
<b>New Olympia Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.olympiahotels.gr">http://www.olympiahotels.gr</a>	Ηλεία
<b>Olympic Village Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hotelolvillage.gr">http://www.hotelolvillage.gr</a>	Ηλεία
<b>Olympios Zeus Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.olympioszeus.gr">http://www.olympioszeus.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Ostria Kakovatos Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ostria-kakovatos.gr">http://www.ostria-kakovatos.gr</a>	Ηλεία(Ζαχάρω)
<b>Panorama Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.panoramaskafidia.gr">http://www.panoramaskafidia.gr</a>	Πύργος
<b>Porto Palmos Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.portopalmos.com">http://www.portopalmos.com</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Porto Veneziano Boutique Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.portovenezianohotel.gr">http://www.portovenezianohotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Poseidon Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.poseidon-hotels.gr">http://www.poseidon-hotels.gr</a>	Πάτρα
<b>Rex Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.rexhotelzacharo.gr">http://www.rexhotelzacharo.gr</a>	Ηλεία
<b>Soumelis Motel</b>	<b>3</b>	-	Αιτωλοακαρνανία
<b>Styga Mountain Resort</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.stygaresort.gr">http://www.stygaresort.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Ta Petrina Traditional Guesthouse</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.petrina.gr">http://www.petrina.gr</a>	Ναύπακτος
<b>Ta Spitakia tis Ifigeneias Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.ifigeneia.com">http://www.ifigeneia.com</a>	Ναύπακτος
<b>Theasi Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.theasi.gr">http://www.theasi.gr</a>	Διακοπτό
<b>Theoxenia Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.theoxenia-hotel.gr">http://www.theoxenia-hotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Theoxenia Hotel</b>	<b>3</b>	-	Ηλεία
<b>Thermios Apollon Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.apollonhotel.gr">http://www.apollonhotel.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία
<b>Thestios Guesthouse</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.thestios.gr">http://www.thestios.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία

<b>Tzaki Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.hoteltzaki.gr">http://www.hoteltzaki.gr</a>	Πάτρα
<b>Tzovolos Apartments</b>	<b>3</b>	-	Καλάβρυτα
<b>Verde Al Mare Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.verdealmare.gr">http://www.verdealmare.gr</a>	Πάτρα
<b>Villa Kalavryta Apartments</b>	<b>3</b>	-	Καλάβρυτα
<b>Vonitsa Hotel</b>	<b>3</b>	-	Αιτωλοακαρνανία
<b>Xenios Chalets</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.xenios-katohora.gr">http://www.xenios-katohora.gr</a>	Ναύπακτος
<b>Zefyros Traditional Hotel</b>	<b>3</b>	-	Ηλεία
<b>Zorbas Hotel</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.zorbashotel.eu">http://www.zorbashotel.eu</a>	Πύργος
<b>Αρχοντικό της Κερτέζης</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.kertezi.gr">http://www.kertezi.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Ξενώνας Χρύσα</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.xenonas-chrysa.gr">http://www.xenonas-chrysa.gr</a>	Καλάβρυτα
<b>Χρυσή Ακτή Ενοικιαζόμενα Δωμάτια</b>	<b>3</b>	<a href="http://www.xrisiakti.gr">http://www.xrisiakti.gr</a>	Αιτωλοακαρνανία

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 1

<http://www.planetnews.gr>

<http://skat.ihmc.us/rid%3D1KR7TNX24-19KZ6GL-5SVD/O%27Reilly%2520-%2520Information%2520Architecture%2520For%2520The%2520World%2520Wide%2520Web.pdf>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Travel\\_technology](http://en.wikipedia.org/wiki/Travel_technology)

<http://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2009/3450/00/07-04-08.pdf>

[http://www.pearsonhighered.com/assets/hip/us/hip\\_us\\_pearsonhighered/preface/0132130815.pdf](http://www.pearsonhighered.com/assets/hip/us/hip_us_pearsonhighered/preface/0132130815.pdf)

<http://book-onlinenow.com/>

[http://drakoulakis.blogspot.gr/2010/01/blog-post\\_27.html](http://drakoulakis.blogspot.gr/2010/01/blog-post_27.html)

<http://el.wikipedia.org>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%82>

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82\\_%CE%97%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82_%CE%97%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82)

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82\\_%CE%91%CF%87%CE%B1%CE%90%CE%B1%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82_%CE%91%CF%87%CE%B1%CE%90%CE%B1%CF%82)

[http://www.achaia.gr/ach/index.php?option=com\\_content&view=article&id=117&Itemid=27](http://www.achaia.gr/ach/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=27)

<http://www.pde.gov.gr/gr/index.php>

<http://www.supremohosting.com/ti-einai-istoselida/>

<http://www.web1.gr/ti-xreiazetai-gia-tin-kataskeyh-istoselidas.html>

<http://www.webrey.gr/ti-einai-istoselida-menou.html>

<http://www.ypes.gr/el/>

<http://www.ypes.gr/el/Regions/Aytodioikhsh/StatesMunicipalities/aitoloakarnanias>

[www.touristorama.com](http://www.touristorama.com)

<http://www.visitgreece.gr/el/mainland/olympia>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%82>



<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1>

<http://www.w3.org/html/wg/drafts/html/master/>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Joomla>

[http://el.wikipedia.org/wiki/HTML\\_%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%BC%CE%B1](http://el.wikipedia.org/wiki/HTML_%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%BC%CE%B1)

[http://el.wikipedia.org/wiki/Web\\_browser](http://el.wikipedia.org/wiki/Web_browser)

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΚΟΝΩΝ**

[www.aletri.blogspot.gr](http://www.aletri.blogspot.gr)

[www.mypatra.grpatrazinoimagespatralight3.jpg](http://www.mypatra.grpatrazinoimagespatralight3.jpg)

[http://tuxtexnografia.blogspot.gr/2012/02/blog-post\\_23.html](http://tuxtexnografia.blogspot.gr/2012/02/blog-post_23.html)

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

<http://olinuris.library.cornell.edu/ref/research/webcrit.html>

<http://orion.lib.teithe.gr/index.php?page=evsource-criteria>

[http://pake-epimorfosisifilologon.blogspot.gr/2011/06/blog-post\\_7447.html](http://pake-epimorfosisifilologon.blogspot.gr/2011/06/blog-post_7447.html)

<http://www.galaxy.net.gr/web-promotion/lessons8.html>

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

[http://www.seogreece.gr/evaluating\\_website.html](http://www.seogreece.gr/evaluating_website.html)

## **ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ**

<http://www.aldemarhotels.com/pages/gr/archiki.php?lang=GR>

<http://www.artygrandhotel.gr/index.php?lang=el>

[www.grecotel.com](http://www.grecotel.com)

## **ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ**

<http://www.agrinioimperial.gr>

<http://www.airotel.gr>

<http://www.amaliahotels.com>  
<http://www.antoniosvillage.gr>  
<http://www.archontiko-andritsenas.gr>  
<http://www.bacchustavern.gr>  
<http://www.byzantino-hotel.gr>  
<http://www.byzantino-hotel.gr/palaiologo...>  
<http://www.elaionaszeliou.gr/>  
<http://www.flisvosh.gr>  
<http://www.gerofotis.com>  
<http://www.grecotel.com>  
<http://www.hotelanagennisis.gr>  
<http://www.hotelastirpatras.gr>  
<http://www.hotelhelmos.gr>  
<http://www.hotelseuropa.gr>  
<http://www.ilakia.gr>  
<http://www.kalavritacanyon.gr>  
<http://www.kyllinibeach.com/gr/>  
<http://www.maredei.gr/>  
<http://www.mghotels.gr>  
<http://www.nafshotel.com>  
<http://www.olympia-palace.gr>  
<http://www.olympionasty.gr>  
<http://www.oriades.gr>  
<http://www.patraspalace.gr>  
<http://www.pavlinahotel.gr>  
<http://www.poseidon-hotels.gr>  
<http://www.szosinnhotel.gr>

<http://www.vounakihotelmarina.gr>

### **ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 3 ΑΣΤΕΡΩΝ**

<http://www.ahilion.gr>

<http://www.airotel.gr>

<http://www.alexanderhotel.gr>

<http://www.almira-hotel.gr>

<http://www.amadriades.com>

<http://www.amaliashotel.gr>

<http://www.ams-hotel.gr>

<http://www.analipsibeach.gr>

<http://www.apartmentsapollon.gr>

<http://www.apollonhotel.gr>

<http://www.apollonionhotel.gr>

<http://www.arethousahotel.gr>

<http://www.aroania-hotel.gr>

<http://www.arthotel.gr>

<http://www.athinahotelolympia.com>

<http://www.camping.gr/fournia-beach/ind-gr.htm>

<http://www.campingkourouta.gr>

<http://www.castella-beach.gr>

<http://www.castellohotel.gr>

<http://www.castrobeachotel.com>

<http://www.chani-bania.gr>

<http://www.cityloft.gr>

<http://www.cliffbay.net>

<http://www.drymonashotel.com.gr>

<http://www.elektra-hotel.gr>

<http://www.esperiahotel.gr>  
<http://www.filoxeniahotelpaleros.gr>  
<http://www.floridabluebay.gr>  
<http://www.fotis-rooms.gr/>  
<http://www.galaxiashotel.gr>  
<http://www.galaxyhotel.com.gr>  
<http://www.glarentzahotel.gr/>  
<http://www.harmony-apartments.com>  
<http://www.helidonia.gr>  
<http://www.hotelalthaia.gr>  
<http://www.hotel-esperides.gr>  
<http://www.hotelfiloxenia.gr>  
<http://www.hotelliberty.gr>  
<http://www.hotelnafaktos.gr>  
<http://www.hotelneda.gr>  
<http://www.hotelolvillage.gr>  
<http://www.hotelstratos.gr>  
<http://www.hoteltzaki.gr>  
<http://www.ifigeneia.com>  
<http://www.ionianbeach.gr>  
<http://www.ionion-beach.gr>  
<http://www.ionion-beach.gr>  
<http://www.kallirroie.gr>  
<http://www.kalogriahotel.gr>  
<http://www.kastrakivillage.gr>  
<http://www.kedroskalavrita.gr>  
<http://www.kertezi.gr>

<http://www.kleopatrahotel.gr>  
<http://www.kynaita.gr>  
<http://www.longbeach.gr>  
<http://www.naiadesvillas.gr>  
<http://www.niforeika-beach.gr>  
<http://www.olympiahotels.gr>  
<http://www.olympioszeus.gr>  
<http://www.ostria-kakovatos.gr>  
<http://www.panoramaskafidia.gr>  
<http://www.petrina.gr>  
<http://www.portopalmos.com>  
<http://www.portovenezianohotel.gr>  
<http://www.poseidon-hotels.gr>  
<http://www.rexhotelzacharo.gr>  
<http://www.stygaresort.gr>  
<http://www.theasi.gr>  
<http://www.theoxenia-hotel.gr>  
<http://www.thestios.gr>  
<http://www.verdealmare.gr>  
<http://www.vlasiahotel.gr>  
<http://www.xenios-katohora.gr>  
<http://www.xenonas-chrysa.gr>  
<http://www.xrisiakti.gr>  
<http://www.zorbashotel.eu>