



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΓΙΑ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΕΚΔΡΟΜΩΝ ΣΕ ONLINE ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ»**

Topic: «Website Development for an online travel agency»

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ: ΜΠΟΥΛΟΥΔΕΝΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: κ. ΑΣΗΜΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2023

Περίληψη

Η εξέλιξη του διαδικτύου έχει αναδιαμορφώσει τόσο τα ταξίδια όσο και την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με αυτά. Τα online τουριστικά γραφεία είναι αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής βιομηχανίας στη σύγχρονη εποχή και τα γραφεία αυτά προσφέρουν πληθώρα επιλογών στους ταξιδιώτες. Στην παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζεται η έννοια του τουρισμού, του ηλεκτρονικού εμπορίου, η σημασία της λειτουργίας των ηλεκτρονικών τουριστικών γραφείων, καθώς και διάφορα οφέλη και εμπόδια που προκύπτουν από την εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και τουρισμού. Επίσης, μελετάται ο τρόπος αλληλεπίδρασης παρόμοιων ιστοσελίδων με τους χρήστες για τη βελτίωση της εμπειρίας τους, δίνοντας έμφαση στη βελτίωση της αισθητικής και στην ευκολία χρήσης, ενώ παράλληλα εξετάζονται τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία αυτών των ιστοσελίδων. Στα πλαίσια της εργασίας αυτής, τέλος, γίνεται απόπειρα δημιουργίας μιας εύχρηστης και αισθητικά ελκυστικής ιστοσελίδας για την κράτηση τουριστικών πακέτων, με στόχο την εύρεση λύσεων σε αυτά τα προβλήματα.

Abstract

The evolution of the internet has reshaped both travel and the search for information about it. Online travel agencies are an integral part of the travel industry in the modern age and these agencies offer a plethora of options to travelers. This thesis examines the concept of tourism, e-commerce, the importance of the operation of e-tourism offices, as well as various benefits and obstacles resulting from the development of e-commerce and tourism.

It also studies how similar websites interact with users to improve their experience, with an emphasis on improving aesthetics and ease of use, while at the same time examining technologies used to create these websites. In the context of this work,

finally, an attempt is made to create an easy-to-use and aesthetically attractive website for booking tourism packages, with the aim of finding solutions to these problems.

Πίνακας περιεχομένων

<u>Περίληψη</u>	2
<u>Abstract</u>	2
<u>Κεφάλαιο 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>	5
<u>Κεφάλαιο 2: ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ</u>	5
<u>Κεφάλαιο 3 : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ</u>	6
<u>3.1) Η έννοια του τουρισμού</u>	7
<u>3.1.2) Κατηγορίες Τουρισμού</u>	8
<u>3.1.3) Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού</u>	8
<u>3.1.4) Τουρισμός στην Ελλάδα</u>	10
<u>1. Το μοντέλο των 3S (sea, sun, sand): Αυτό το μοντέλο επικεντρώνεται αποκλειστικά στη θάλασσα, τον ήλιο και την άμμο, αγνοώντας την πολιτιστική κληρονομιά και την ποικιλία τουριστικών εμπειριών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην υποβάθμιση του προορισμού και την εξάντληση του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού, καθώς η ανάπτυξη είναι μονόπλευρη.</u>	11
<u>3.2) Η έννοια του Διαδικτύου</u>	11
<u>3.3) Η έννοια του Ηλεκτρονικού εμπορίου</u>	12
<u>3.4) Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου</u>	12
<u>3.5) Η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα</u>	13
<u>3.6) Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου</u>	14
<u>3.7) Εμπόδια ηλεκτρονικού εμπορίου</u>	14
<u>3.8) Ορισμός ηλεκτρονικού τουρισμού (e-tourism)</u>	15
<u>3.9) Η επίδραση της διαδικτυακής εξέλιξης στο τουριστικό προϊόν</u>	16
<u>3.10) Η δημιουργία συστημάτων διανομής στον τουριστικό τομέα και τα πλεονεκτήματά του</u>	17
<u>3.11) Η Έννοια του Ταξιδιωτικού Γραφείου</u>	17
<u>3.11.1) Υπηρεσίες Ταξιδιωτικού Γραφείου</u>	18
<u>3.11.2) Ηλεκτρονικά Ταξιδιωτικά Γραφεία (E-Travel Agencies)</u>	18
<u>3.11.3) Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικών Ταξιδιωτικών Γραφείων</u>	19

<u>3.12) Περιγραφή διαδικτυακών Ηλεκτρονικών Ταξιδιωτικών Γραφείων</u>	20
<u>Σε αυτό το σημείο γίνεται μία αναλυτική αναφορά σε διάφορες δημοφιλείς πλατφόρμες κρατήσεων (Trip Advisor.com, Trivago.com, Booking.com), αλλά και σε κάποιες λιγότερο δημοφιλείς (mytrip.com, visitgreece.gr). Η παρουσίασή τους περιλαμβάνει κυρίως τις δυνατότητες που παρέχει στους χρήστες η κάθε μία από αυτές, ενώ στις δημοφιλέστερες γίνεται και μία συνοπτική ιστορική αναδρομή.</u>	
<u>3.12.1) Mytrip</u>	20
<u>(link ιστοσελίδας: https://www.mytrip.com/rf/start)</u>	20
<u>3.12.2) Visitgreece</u>	22
<u>3.12.3) Ekdromi.gr</u>	23
<u>3.12.4) TripAdvisor (https://www.tripadvisor.com.gr/)</u>	24
<u>3.12.5) Booking</u>	25
<u>3.12.5) Trivago</u>	28
<u>Κεφάλαιο 4 : ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ ΧΡΗΣΤΗ</u>	29
<u>4.1) Αλληλεπίδραση ανθρώπου και υπολογιστή</u>	29
<u>4.2) Επιστημονικοί κλάδοι που εμπλέκονται στην Αλληλεπίδραση Ανθρώπου - Υπολογιστή (ΑΑΥ)</u>	30
<u>4.3) Πτυχές αλληλεπίδρασης ανθρώπου και υπολογιστή</u>	30
<u>4.4) Αρχές σχεδιασμού επαφής χρήστη (UI)</u>	31
<u>4.5) Κοινωνική Διάσταση αλληλεπίδρασης Ανθρώπου - Υπολογιστή</u>	32
<u>4.5) Ηθική διάσταση αλληλεπίδρασης Ανθρώπου - Υπολογιστή</u>	32
<u>4.6) Μοντέλο NIESEL Norman</u>	33
<u>Κεφάλαιο 5: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ</u>	35
<u>5.1) Τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν</u>	35
<u>5.1.1) Εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν</u>	35
<u>5.1.2) Γλώσσες που χρησιμοποιήθηκαν</u>	37
<u>Κεφάλαιο 6 : ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ</u>	43
<u>6.1) Καταγραφή λειτουργιών εφαρμογής</u>	43
<u>6.2) Γενική παρουσίαση προγράμματος</u>	43
<u>6.2) Πρακτικές ΑΑΥ που χρησιμοποιήθηκαν στην εφαρμογή μας</u>	59
<u>6.3) Εγκατάσταση και δημιουργία βάσης</u>	61
<u>6.3.1) Εγκατάσταση τοπικού web server</u>	61
<u>6.3.2) Δημιουργία Βάσης Δεδομένων</u>	61
<u>6.3.3) Σύνδεση με τη Βάση Δεδομένων</u>	62
<u>6.4) Παραδείγματα κώδικα της εφαρμογής</u>	64
<u>Κεφάλαιο 7 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΜΕΛΕΤΗΣ</u>	99
<u>7.1) Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα</u>	99

Κεφάλαιο 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το διαδίκτυο έχει αλλάξει δραστικά τον τρόπο με τον οποίο ταξιδεύουμε και αναζητούμε πληροφορίες για ταξίδια. Καθώς ο κόσμος γίνεται ολοένα και πιο συνδεδεμένος, τα online τουριστικά γραφεία έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας. Ενώ οι ταξιδιωτικές προτάσεις και η αναζήτηση προορισμών ήταν παλιότερα περιορισμένες σε φυσικά γραφεία, η ψηφιακή επανάσταση έχει επιτρέψει την εμφάνιση εκατοντάδων online τουριστικών γραφείων. Η ύπαρξη αυτών των τουριστικών γραφείων, μάλιστα, καθιστά την ταξιδιωτική εμπειρία πιο προσβάσιμη, ευκολότερη και προσαρμοσμένη στις ανάγκες των ταξιδιωτών, γεγονός που αποδεικνύει τη σημασία τους.

Αξίζει μάλιστα να σημειωθεί πως η κατασκευή ενός online τουριστικού γραφείου αποτελεί μια σημαντική σύμπραξη ανάμεσα στην τεχνολογία και τον τουρισμό, η οποία επιφέρει οφέλη τόσο για τους ταξιδιώτες όσο και για τις επιχειρήσεις.

Οι λόγοι που καθιστούν τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού τουριστικού γραφείου σημαντική στα πλαίσια αυτής της πτυχιακής εργασίας περιλαμβάνουν τα εξής:

1. Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως, και οι online τουριστικές υπηρεσίες έχουν γίνει σημαντικό κομμάτι αυτής της βιομηχανίας. Η κατανόηση της λειτουργίας και της σημασίας των online τουριστικών γραφείων είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα σε αυτήν την αγορά.
2. Η έρευνα πάνω στον τομέα προσφέρει την ευκαιρία να διερευνηθεί η λειτουργία, η εξέλιξη και η επίδραση των online τουριστικών γραφείων, γεγονός που μπορεί να βοηθήσει τους επαγγελματίες του τουρισμού να λάβουν αποφάσεις και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους.
3. Ο τουρισμός επηρεάζει τις ζωές εκατομμυρίων ανθρώπων παγκοσμίως, τόσο για τους ταξιδιώτες όσο και για τους παρόχους υπηρεσιών. Η καλύτερη κατανόηση του ρόλου των online τουριστικών γραφείων μπορεί να έχει κοινωνικές επιπτώσεις και να συμβάλει στη βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας.
4. Ο τομέας του τουρισμού εξελίσσεται συνεχώς, με νέες τάσεις και τεχνολογικές καινοτομίες που επηρεάζουν τον τρόπο που ταξιδεύουμε. Η κατανόηση αυτού του τομέα μπορεί να ανιχνεύσει τις τελευταίες εξελίξεις και να προβλέψει μελλοντικές τάσεις.

Παράλληλα, όσον αφορά το τεχνολογικό κομμάτι, στα πλαίσια της εργασίας εξετάζουμε διάφορες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου συστήματος, αλλά και τεχνικές αλληλεπίδρασης μεταξύ χρήστη και υπολογιστή που συμβάλλουν στην βελτίωση της εμπειρίας του.

Κεφάλαιο 2: ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

Ακόμη και σήμερα, τα περισσότερα τουριστικά sites παρουσιάζουν πολλές αδυναμίες όσον αφορά την ελκυστικότητα και την ευχρηστία για τους χρήστες. Η βελτίωση της

ελκυστικότητα και της ευχρηστίας των online τουριστικών sites είναι ζωτικής σημασίας για την ικανοποίηση των χρηστών και την προσέλκυση νέων πελατών. Η έλλειψη αισθητικής στα σύγχρονα online τουριστικά sites είναι ένα κοινό πρόβλημα που δημιουργεί αρνητικές εντυπώσεις στους χρήστες. Όταν ένα site δεν φροντίζει την αισθητική του, αυτό μπορεί να οδηγήσει σε διάφορα αρνητικά αποτελέσματα:

1. Δυσκολία εύρεσης πελατών: Όταν οι χρήστες επισκέπτονται ένα online τουριστικό γραφείο και βλέπουν ένα ανεπαρκώς σχεδιασμένο site με πολλά λάθη στην εμφάνιση, μπορεί να απογοητευτούν και να αποφασίσουν να αναζητήσουν εναλλακτικές λύσεις.
2. Έλλειψη Επαγγελματισμού: Ένα site που δεν προσέχει την αισθητική του, δίνει την εντύπωση ότι δεν είναι επαγγελματικό και δεν δίνει σημασία στην ποιότητα των υπηρεσιών του. Αυτό μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την εικόνα της επιχείρησης.
3. Δυσκολία Χρήσης: Όταν το site έχει πολύπλοκο σχεδιασμό ή αταίριαστη χρωματική παλέτα, οι χρήστες μπορεί να δυσκολεύονται να πλοηγηθούν και να βρουν τις πληροφορίες που αναζητούν.
4. Έλλειψη Εμπιστοσύνης: Η έλλειψη αισθητικής μπορεί να οδηγήσει τους χρήστες να αμφιβάλλουν για την αξιοπιστία του site. Όταν δεν δίνεται επαρκής σημασία στην παρουσίαση των πληροφοριών, αυτό μπορεί να δημιουργήσει αμφιβολίες για την ασφάλεια των συναλλαγών.

Μερικά επιπλέον προβλήματα που πλήττουν τα σύγχρονα ηλεκτρονικά τουριστικά γραφεία, ωστόσο δεν θα επικεντρωθούμε σε μεγάλο βαθμό στα πλαίσια της δικής μας ιστοσελίδας, είναι τα εξής:

- A) Επικοινωνία Ελλιπούς Πληροφόρησης: Σε πολλές περιπτώσεις, οι πληροφορίες για τα ταξίδια, τα καταλύματα και τις υπηρεσίες δεν είναι πλήρεις ή ενημερωμένες, κάτι που μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση και απογοήτευση στους χρήστες.
- B) Ανεπαρκής Εξατομίκευση: Συχνά, οι ιστότοποι δεν προσφέρουν αρκετές επιλογές για την εξατομίκευση των ταξιδιών, καθιστώντας δύσκολο τον εντοπισμό του ιδανικού ταξιδιωτικού πακέτου για κάθε χρήστη.
- Γ) Έλλειψη Επικοινωνίας και Υποστήριξης: Η απουσία online υποστήριξης μέσω chat ή συχνών ερωτήσεων υποδηλώνει ότι οι χρήστες μπορεί να αντιμετωπίσουν δυσκολίες στην αντιμετώπιση προβλημάτων που αφορούν στην περιήγησή τους στο site.

Η παρούσα εργασία, λοιπόν, καλείται να καλύψει κάποια από τα παραπάνω κενά και έχει ως βασικό στόχο τη δημιουργία μίας εύχρηστης και αισθητικά όμορφης ιστοσελίδας για την κράτηση τουριστικών πακέτων.

Κεφάλαιο 3 : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

3.1) Η έννοια του τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές διαφορετικές από αυτές που θεωρείται το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για ένα χρονικό διάστημα μεγαλύτερο της μιας μέρας αλλά όμως δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ξεκούραση, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών και πολλούς άλλους σκοπούς. (1)

Όπως αναφέρουν οι Ηγουμενάκης και συν., μία από τις πρώτες προσπάθειες ορισμού του φαινομένου ήταν αυτή των Hunziker και Krapf και είχε να κάνει με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα». (Δρ. Νικόλαος Παππάς) (2)

Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει πολλούς κλάδους οι οποίοι συνδέονται και με άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, άρα οι κλάδοι αυτοί δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τουρισμό για την επιβίωση τους. Η τουριστική ζήτηση και προσφορά πραγματοποιούνται σε ένα σύνολο πρωτογενών, δευτερογενών και τριτογενών βιομηχανιών και υπηρεσιών του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. (Lickorish, 2004) (3)

Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό η τουριστική βιομηχανία χωρίζεται στους εξής τομείς :

- Τομέας της στέγασης (ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, βίλες, καταφύγια, συνεδριακά κέντρα, κτλ.)
- Τομέας της επισίτισης (εστιατόρια, ταβέρνες, μπαρ, εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης, κτλ.)
- Τομέας των μεταφορών (αεροπορικές εταιρίες, σιδηρόδρομος, λεωφορεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κτλ.)
- Τομέας των αξιοθέατων (μουσεία, κέντρα αναψυχής, θεαματικά πάρκα, κέντρα εθνικής κληρονομιά, κτλ.)
- Τομέας της διοργάνωσης του ταξιδιού (ταξιδιωτικά γραφεία, ταξιδιωτικοί πράκτορες, κτλ.) (4)

Γενικώς, μπορούμε να αναγνωρίσουμε πέντε βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού:

- Ο τουρισμός αφορά τη μετακίνηση ατόμων, είτε ατομικά είτε σε ομάδες, προς διάφορους τουριστικούς προορισμούς, για τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση της ανάγκης τους για αναψυχή.
- Ο τουρισμός περιλαμβάνει δύο βασικά στοιχεία: το ταξίδι προς τον τουριστικό προορισμό και την διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένης της διατροφής.
- Οι μετακινήσεις και οι διαμονές των τουριστών λαμβάνουν χώρα εκτός της τοπικής τους καθημερινής ζωής.

- Ο τουρισμός είναι προσωρινός και βραχυχρόνιος, με τους τουρίστες να έχουν σκοπό να επιστρέψουν στη μόνιμη τους κατοικία.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τους τουριστικούς προορισμούς για λόγους διαφορετικούς από την καθημερινή ζωή τους ή την επαγγελματική τους δραστηριότητα.

3.1.2) Κατηγορίες Τουρισμού

Στον κόσμο του τουρισμού, υπάρχουν διάφορες κατηγορίες που μας βοηθούν να κατανοήσουμε ποιοι ταξιδεύουν και προς πού. Στην τουριστική βιομηχανία ο Τουρισμός έχει κατηγοριοποιηθεί σε ξεχωριστές κατηγορίες, ανάλογα τον τύπο τουρισμού. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής:

1. Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism): Πρόκειται για ταξίδια που κάνουν οι ίδιοι οι κάτοικοι μιας χώρας εντός των συνόρων της. Αλλιώς, μπορούμε να πούμε ότι είναι οι διακοπές που κάνουμε στη δική μας χώρα.
2. Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism): Αυτή η κατηγορία αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε άλλες χώρες. Το άτομο που ζει, δηλαδή, σε μια χώρα και πηγαίνει διακοπές σε μια άλλη χώρα είναι εξερχόμενος τουρίστας.
3. Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism): Σε αυτή την περίπτωση, πρόκειται για τους ξένους τουρίστες που επισκέπτονται μια συγκεκριμένη χώρα. Αν δηλαδή είναι ένα άτομο από το εξωτερικό και επισκέπτεται την Ελλάδα, τότε είναι εισερχόμενος τουρίστας.
4. Διεθνής τουρισμός (international tourism): Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τον συνδυασμό του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού. Απλά είναι ο συνολικός τουρισμός που αφορά μια χώρα.
5. Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism) : Στην περίπτωση αυτή, μιλάμε για τον συνδυασμό του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού. Άρα, περιλαμβάνει τους κατοίκους που ταξιδεύουν εντός της χώρας τους και τους ξένους που την επισκέπτονται.
6. Εθνικός τουρισμός (national tourism): Αυτή η κατηγορία είναι παρόμοια με τον εσωτερικό τουρισμό και περιλαμβάνει τόσο τους κατοίκους όσο και τους ξένους που ταξιδεύουν σε μια χώρα. (5)

3.1.3) Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού

Ο τουρισμός αναμφίβολα μπορεί να συμβάλει σημαντικά τόσο στην οικονομία όσο και στην κοινωνία, ιδίως στις αγροτικές περιοχές και τις αναπτυσσόμενες χώρες. Η Ελλάδα, ειδικότερα, με τον πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό της πλούτο, ελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών, καθιστώντας τον τομέα του τουρισμού μία από τις σημαντικότερες πηγές εισόδων για το κράτος.

Επιπτώσεις στην Οικονομία

Οι θετικές πτυχές του τουρισμού στην οικονομία περιλαμβάνουν, αρχικά, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, όχι μόνο στον τομέα του τουρισμού, αλλά και σε συναφείς τομείς όπως το λιανικό εμπόριο και οι μεταφορές. Όταν οι τουρίστες δαπανούν χρήματα σε αγαθά και υπηρεσίες, δημιουργούνται ακόμη περισσότερες

θέσεις εργασίας. Επιπλέον, ο τουρισμός παρέχει ευκαιρίες για μικρές επιχειρήσεις, προσφέροντας σημαντικά οφέλη σε αγροτικές κοινότητες και συμβάλλοντας στην αύξηση των φορολογικών εσόδων, τα οποία μπορούν να επενδυθούν, για παράδειγμα, σε τοπικά σχολεία και νοσοκομεία.

Παρ' όλα αυτά, ο μαζικός τουρισμός έχει και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία. Οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν από τον τουρισμό συχνά είναι εποχιακές και αμειβόμενες με μικρότερους μισθούς σε σχέση με τις μόνιμες θέσεις εργασίας. Επιπλέον, ο τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών των τοπικών ακινήτων και του κόστους ζωής, ενώ η οικονομία είναι επιρρεπής σε κινδύνους όπως η τρομοκρατία, οι φυσικές καταστροφές και η οικονομική ύφεση.

Επιπτώσεις στην Κοινωνία

Όσον αφορά την επίδραση στην κοινωνία, ο τουρισμός συμβάλλει στη βελτίωση των υποδομών και των εγκαταστάσεων, προς όφελος της τοπικής κοινότητας.

Επιπρόσθετα, προάγει τη διατήρηση της παραδοσιακής χειροτεχνίας, των τοπικών ηθών και εθίμων, καθώς και τη διεξαγωγή διαφόρων παραδοσιακών εκδηλώσεων και φεστιβάλ.

Παρ' όλο που ο τουρισμός έχει πολλές θετικές επιδράσεις στην κοινωνία, δεν μπορούμε να αγνοήσουμε τις αρνητικές συνέπειες που επιφέρει. Για παράδειγμα, η συμπεριφορά των επισκεπτών μπορεί να έχει επιζήμιες επιπτώσεις στην ποιότητα ζωής της τοπικής κοινότητας. Η χρήση ναρκωτικών ουσιών, η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ και ο συνωστισμός μπορούν να οδηγήσουν σε αυξημένα επίπεδα εγκληματικότητας. Επιπλέον, ο τουρισμός μπορεί ακόμη και να παραβιάσει τα ανθρώπινα δικαιώματα, αναγκάζοντας τους ντόπιους κατοίκους να εκκενώσουν την ιδιοκτησία τους για να χωρέσουν νέα ξενοδοχεία και επιχειρήσεις.

Επιπτώσεις στην φύση

Τέλος, ο τουρισμός συνδράμει στη διατήρηση της άγριας ζωής και των φυσικών πόρων, όπως τα τροπικά δάση και οι κοραλλιογενείς ύφαλοι, προσδίδοντας σημασία στην περιβαλλοντική προστασία. Επιπλέον, δημιουργώντας εναλλακτικές πηγές απασχόλησης, ο τουρισμός συνδράμει στη μείωση προβλημάτων όπως η υπεραλίευση και η αποψίλωση των δασών σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Δυστυχώς, όμως, ο τουρισμός μπορεί ταυτόχρονα να αποτελεί και απειλή για τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής. Συχνά, παρατηρείται ανεξέλεγκτη εκμετάλλευση των πόρων, αυξημένη ρύπανση μέσω των απορριμμάτων, υψηλή πίεση στις παραλίες, και παραβίαση των πολιτιστικών και φυσικών αξιών μέσω της κατανομής τους για εμπορική εκμετάλλευση.

Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι ο τουρισμός είναι ένας τομέας που φέρνει τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις. Συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικονομία και την κοινωνία μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, της ανάπτυξης των τοπικών επιχειρήσεων και της διατήρησης της περιβαλλοντικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ωστόσο, πρέπει να διαχειριζόμαστε τον τουρισμό με προσοχή και υπευθυνότητα, καθώς μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις όπως, για παράδειγμα, αυξημένη εγκληματικότητα, καταναλωτική συμπεριφορά, παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, και ακατάλληλη εκμετάλλευση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Επομένως, είναι σημαντικό να αναπτύσσουμε βιώσιμες πρακτικές στον τουρισμό που θα διασφαλίζουν την ισορροπία μεταξύ της ανάπτυξης και της προστασίας του

περιβάλλοντος, των τοπικών κοινοτήτων και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Έτσι, μπορούμε να εκμεταλλευόμαστε το δυναμικό του τουρισμού ως μέσου προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης και της διατήρησης του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου, ενώ παράλληλα θα προστατεύεται η ανθρώπινη αξιοπρέπεια και το περιβάλλον.

3.1.4) Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός εξακολουθεί να αποτελεί έναν δυναμικά αναπτυσσόμενο κλάδο στην Ελλάδα με σημαντικές μελλοντικές προοπτικές. Αναπτύχθηκε κατά τη δεκαετία του 1960, εστιάζοντας στο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» καθώς και στον αρχαιολογικό πλούτο της χώρας, μέσα και από την οργανωμένη προβολή του νεοσύστατου τότε ΕΟΤ. Έκτοτε έχει διευρυνθεί το φάσμα των υπηρεσιών του αλλά και η βάση της απασχόλησης. (11)

Συγκεκριμένα, το 2019, μια χρονιά πριν την πανδημία του κορονοϊού που επηρεάζει σημαντικά ακόμη και σήμερα τον κλάδο, η συνεισφορά του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία ανερχόταν στο 12,5% του ΑΕΠ της χώρας και στο 17,1% της απασχόλησης. (12)

Ο ελληνικός τουρισμός έχει μερικά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τον καθιστούν ξεχωριστό από άλλες χώρες της ανατολικής Μεσογείου, παρά την ύπαρξη ορισμένων κοινών προβλημάτων όπως αναφέρατε. Μερικά από τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού, τα οποία ξεχωρίζουν τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι:

1. Πολιτιστική κληρονομιά: Η Ελλάδα διαθέτει μια βαθιά πολιτιστική κληρονομιά με πολλούς αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και παραδόσεις. Αυτό είναι ένα σημαντικό κίνητρο για πολιτιστικό τουρισμό και εκπαιδευτικές εμπειρίες.
2. Ποικιλία τοπίων: Η Ελλάδα προσφέρει ποικίλα τοπία, από τις ακτές με τις παραλίες και τα νησιά μέχρι τα ορεινά τοπία και τα παραδοσιακά χωριά. Αυτό κάνει τη χώρα προορισμό για διάφορα είδη τουρισμού, όπως θαλάσσιος, ορεινός και χωρικός τουρισμός.
3. Καλοκαιρινός τουρισμός: Η Ελλάδα είναι δημοφιλής ως θερινός προορισμός, κυρίως λόγω της πλούσιας παράκτιας γραμμής και του θερμού κλίματος. Τους καλοκαιρινούς μήνες είναι η περίοδος υψηλότερης ζήτησης.
4. Νησιά: Η Ελλάδα διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό νησιών, τα οποία αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς. Κάθε νησί έχει τη δική του χάρη και δικά του μοναδικά χαρακτηριστικά, προσφέροντας επιπλέον επιλογές για τους ταξιδιώτες σύμφωνα με τα γούστα τους.
5. Πολιτισμικές εκδηλώσεις: Οι παραδοσιακές γιορτές, η γαστρονομία, και οι πολιτισμικές εκδηλώσεις είναι σημαντικά στοιχεία της ελληνικής τουριστικής εμπειρίας και αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες.
6. Βελτιωμένη τουριστική υποδομή: Η χώρα έχει επενδύσει σε τουριστική υποδομή, συμπεριλαμβανομένων των αεροδρομίων, λιμανιών, και καταλυμάτων, για να φιλοξενήσει τους επισκέπτες, καθώς ο τουρισμός αποτελεί βασική πηγή εσόδων του κράτους.
7. Προσεκτική διαχείριση: Παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει, η Ελλάδα αναγνωρίζει τη σημασία της βιώσιμης διαχείρισης του τουρισμού και

προσπαθεί να αντιμετωπίσει ζητήματα περιβαλλοντικής αειφορίας και κοινωνικής ευημερίας.

Παρόλα αυτά, ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις, όπως τον κορεσμό, την εποχικότητα, και τις περιβαλλοντικές απειλές, που απαιτούν προσεκτική διαχείριση και καινοτόμες προσεγγίσεις για τη διατήρηση της βιωσιμότητας του τουρισμού στη χώρα. Σύμφωνα με την WWF Ελλάς, οι προκλήσεις αυτές περιλαμβάνουν:

1. Το μοντέλο των 3S (sea, sun, sand): Αυτό το μοντέλο επικεντρώνεται αποκλειστικά στη θάλασσα, τον ήλιο και την άμμο, αγνοώντας την πολιτιστική κληρονομιά και την ποικιλία τουριστικών εμπειριών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην υποβάθμιση του προορισμού και την εξάντληση του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού, καθώς η ανάπτυξη είναι μονόπλευρη.
2. Τουριστική μονοκαλλιέργεια: Η έμφαση στη θερινή περίοδο οδηγεί σε εποχικό τουρισμό που λειτουργεί κατά τους θερινούς μήνες και υπολειτουργεί τους υπόλοιπους. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει διακυμάνσεις στο εισόδημα και την απασχόληση, καθώς και προβλήματα με την υποδομή.
3. Κορεσμός και υπερπροσφορά καταλυμάτων: Η υπερπροσφορά καταλυμάτων οδηγεί σε ανταγωνιστική πίεση μεταξύ των επιχειρήσεων, μειώνοντας τα κέρδη και τις επενδύσεις στην αναβάθμιση των υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων.
4. Μικρές επιχειρήσεις: Η υψηλή συγκέντρωση μικρών επιχειρήσεων, όπως ενοικιαζόμενα δωμάτια και μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, οδηγεί σε ανταγωνισμό για μικρές μονάδες, ενώ είναι δυσκολότερο να επενδύσουν σε αναβαθμίσεις και προσφορά προηγμένων υπηρεσιών.
5. Ολιγοψωνιακή τουριστική ζήτηση: Ο περιορισμένος αριθμός tour operators που διακινούν τους τουρίστες οδηγεί σε εξάρτηση από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό, ο οποίος χαρακτηρίζεται από χαμηλή τιμή πακέτου και χαμηλή συναλλαγματική απόδοση για τη χώρα – προορισμό. Αυτό οδηγεί σε περιορισμένες επιλογές για τους ταξιδιώτες.
6. Υποβάθμιση του περιβάλλοντος: Η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη τουριστικών περιοχών μπορεί να οδηγήσει σε προβλήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης, όπως παράνομη δόμηση, περιβαλλοντική ρύπανση, απορρίμματα και κατασπατάληση ενέργειας.

3.2) Η έννοια του Διαδικτύου

Το διαδίκτυο (Internet), που ορισμένες φορές απλά αναφέρεται ως "net", αποτελεί ένα παγκόσμιο σύστημα δικτύων υπολογιστών - μια σύνθεση από ατομικά δίκτυα, όπου οι χρήστες οποιουδήποτε υπολογιστή μπορούν, εάν έχουν την ανάλογη άδεια, να αντλήσουν πληροφορίες από οποιονδήποτε άλλο υπολογιστή (και, κατά καιρούς, να επικοινωνήσουν απευθείας με χρήστες άλλων υπολογιστών).

Ο πρωταρχικός στόχος ήταν η δημιουργία ενός δικτύου που θα επέτρεπε στους χρήστες ενός ερευνητικού πανεπιστημιακού Η/Υ να «συνομιλούν» με ερευνητικούς Η/Υ σε άλλα πανεπιστήμια.

Σήμερα, το Internet αποτελεί μια δημόσια, συνεργατική και αυτο-υποστηριζόμενη υπηρεσία, προσβάσιμη από εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο.

Το πιο ευρέως διαδεδομένο και χρησιμοποιημένο τμήμα του Διαδικτύου είναι ο παγκόσμιος ιστός. Ένα εξαιρετικά χαρακτηριστικό του είναι το "υπερκείμενο-υποσύνδεσης" (hypertext), μια μέθοδος που επιτρέπει άμεσες αναφορές. Σε πολλές

ιστοσελίδες, συγκεκριμένες λέξεις ή φράσεις εμφανίζονται στο κείμενο με διαφορετικό χρώμα από τις υπόλοιπες.

Η χρήση του παγκόσμιου ιστού παρέχει στον χρήστη τη δυνατότητα πρόσβασης σε εκατομμύρια σελίδες πληροφοριών. Για να πλοηγηθεί κάποιος στο διαδίκτυο, χρειάζεται ένα λογισμικό που ονομάζεται πρόγραμμα περιήγησης (browser), με τα πιο γνωστά να είναι ο Google Chrome και ο Firefox. Αυτά τα προγράμματα περιήγησης προσφέρουν στον χρήστη πληθώρα υπηρεσιών και πολυμεσικών εφαρμογών.

3.3) Η έννοια του Ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στον κόσμο του διαδικτύου σήμερα. Αυτός ο τομέας επιτρέπει στους ανθρώπους να αγοράζουν και να πωλούν αγαθά και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, χωρίς περιορισμούς όσον αφορά την απόσταση ή τον χρόνο. Συγκεκριμένα, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει τη διαδικτυακή αγοραπωλησία προϊόντων, την εκτέλεση εμπορικών συναλλαγών και τη διαχείριση διαδικτυακών συναλλαγών, χωρίς την ανάγκη χρήσης χαρτικών εγγράφων.

Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει κάθε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών που εκτελείται με τη χρήση τεχνολογίας πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Συνεπώς, το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορά συναλλαγές που εκτελούνται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικών μέσων, όπως το διαδίκτυο, το τηλέφωνο και ο φαξ, χωρίς την ανάγκη πραγματικής παρουσίας των εμπλεκόμενων μερών. Για την υλοποίηση τέτοιων συναλλαγών, χρησιμοποιούνται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και κατάλληλο λογισμικό, το οποίο επιτρέπει την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange - EDI) μεταξύ των δύο συναλλασσόμενων μερών. (4)

Είναι λοιπόν φανερό η μεγάλη σημασία του ηλεκτρονικού εμπορίου για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικά, “σε λίγα χρόνια (μετά από μια περίοδο προσαρμογής) το να λειτουργεί μια επιχείρηση χωρίς την ύπαρξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα είναι τόσο σπάνιο φαινόμενο όσο το να βρει σήμερα κάποιος μια επιχείρηση χωρίς τηλέφωνο” (Βαρβαρέσος Στέλιος, 1988).

3.4) Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο τμηματοποιείται ως εξής:

- B2C (Business to Consumers) δηλαδή επιχειρήσεις προς καταναλωτές
- B2B (Business to Business) δηλαδή επιχειρήσεις προς άλλες επιχειρήσεις (χονδρεμπόριο – μεταπώληση)
- C2C (Consumers to Consumers) δηλαδή καταναλωτές προς άλλους καταναλωτές όπου συνδέονται μεταξύ τους και συναλλάσσονται μέσω διαδικτυακών σελίδων όπως για παράδειγμα ηλεκτρονικές σελίδες δημοπρασιών (ebay.com) ή αγγελιών ή ακόμα και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις αντίστοιχες ομάδες αγοροπωλησιών
- B2G (Business to Governments) δηλαδή επιχειρήσεις προς κυβερνήσεις και αφορά τη φορολογία, τις προμήθειες, τον τελωνειακό έλεγχο, την απόδοση ΦΠΑ κ.ά
- G2C (Governments to Consumers) δηλαδή κυβερνήσεις προς καταναλωτές και αφορά φορολογικές δηλώσεις, περιουσιολόγιο, πιστοποιητικά ή φορολογικές βεβαιώσεις κ.α (Πασχαλόπουλος & Σκαλτσάς, 2006)

3.5) Η πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα

Η ελληνική αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη, ειδικά τα τελευταία χρόνια. Για να κατανοήσουμε αυτήν την ανάπτυξη, ας κάνουμε μια σύντομη ιστορική αναδρομή στην πορεία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Η ιστορία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 με την ίδρυση του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και την έκδοση του πανεπιστημιακού βιβλίου για την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI) το 1993. Αρχικά, οι προσπάθειες επικεντρώθηκαν στη χρήση του EDI για τις επιχειρηματικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B), κυρίως στους κλάδους του έτοιμου ενδύματος και του λιανικού εμπορίου τροφίμων.¹

Στη συνέχεια, τη δεκαετία του 1990, εμφανίστηκαν τα "Κλαδικά Έργα EDI," πρωτοβουλίες που χρηματοδοτήθηκαν από το Υπουργείο Ανάπτυξης και παρείχαν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου από επιμελητήρια και εμπορικούς συλλόγους. Αυτές οι πρωτοβουλίες είχαν στόχο την προώθηση της χρήσης της τεχνολογίας EDI και την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το διαδίκτυο εμφανίστηκε στη δεκαετία του 2000 και αποτέλεσε τον κύριο κινητήρα της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Αρχικά, επικεντρώθηκε στις επιτυχημένες επιχειρηματικές δραστηριότητες στον τομέα των B2C (Business-to-Consumer) και στις εξειδικευμένες υπηρεσίες. Το διαδίκτυο έγινε αναπόσπαστο μέρος των ηλεκτρονικών συναλλαγών και της εναλλακτικής τραπεζικής.

Ύστερα από μία έρευνα που διεξήχθη το 2015 από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών προκύπτουν τα εξής σημαντικά ευρήματα:²

1. Οι προβλέψεις για το 2015 είναι θετικές, καθώς αναμενόταν ότι 6 στους 10 online καταναλωτές να αυξήσουν τις online αγορές τους, ενώ μόνο 1 στους 10 να τις μειώσει.
2. Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες ήταν η κατηγορία που είχε τη μεγαλύτερη προτίμηση από τους καταναλωτές. Αυτό είναι συνέπεια της υψηλής ποιότητας των online υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό.
3. Ενδιαφέρον παρουσίασε το γεγονός ότι οι καταναλωτές λαμβάνουν υπόψη τους πολλά κριτήρια για να επιλέξουν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Τα κριτήρια αυτά περιλαμβάνουν την ασφαλή πληρωμή (παραμένει στην πρώτη θέση), αλλά και την εξυπηρέτηση/προϊοντική κάλυψη, τη χρηστικότητα/ευχρηστία του ιστότοπου, τις χαμηλές τιμές/πληροφορίες και άλλα. Αυτά τα ευρήματα αποδεικνύουν την εξέλιξη και την αύξηση της εμπιστοσύνης των ελληνικών καταναλωτών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς και τη σημασία των παρεχόμενων υπηρεσιών και του επιπέδου εξυπηρέτησης που παρέχουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα.

¹ Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα, Ειδικό Θέμα, σελ. 207,2013

² Αποτελέσματα της Ετήσιας Έρευνας του ELTRUN 2014, «Στοιχεία Ωριμότητας και Αναπτυξιακές Προοπτικές για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο B-C στην Ελλάδα», σελ. 1

3.6) Οφέλη ηλεκτρονικού εμπορίου

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου προσφέρει πλεονεκτήματα σε πολλούς τομείς, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων, των καταναλωτών, της κοινωνίας και των προμηθευτών. Κάποια από αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν:

1. Οι επιχειρήσεις μπορούν να διευρύνουν την παρουσία τους σε εθνικές και διεθνείς αγορές με ελάχιστο κεφάλαιο, βρίσκοντας πελάτες, προμηθευτές και επιχειρηματικούς εταίρους σε διάφορα μέρη του κόσμου.
2. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει το κόστος δημιουργίας, επεξεργασίας, διανομής, αποθήκευσης και ανάκτησης πληροφοριών που βρίσκονται σε μορφή χαρτικών εγγράφων.
3. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει τη δημιουργία επιχειρήσεων με μειωμένα αποθέματα και έξοδα, καθώς επιτρέπει την προσαρμογή προϊόντων και υπηρεσιών και μειώνει τον χρόνο μεταξύ της διάθεσης κεφαλαίου και της λήψης του.
4. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τα κόστη της επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών.
5. Οι επιχειρήσεις μπορούν να προσφέρουν καλύτερη εξυπηρέτηση στους πελάτες τους μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.
6. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εντοπίσουν νέους επιχειρηματικούς εταίρους.
7. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μειώνει τον χρόνο παραγωγής και παράδοσης, αυξάνει την παραγωγικότητα και εξαλείφει τη χρήση χαρτικών, προσφέροντας ταυτόχρονα γρήγορη πρόσβαση σε πληροφορίες, μειώνοντας το κόστος μεταφοράς και αυξάνοντας την ευελιξία.

Όσον αφορά τους καταναλωτές, το ηλεκτρονικό εμπόριο τους ωφελεί με τους παρακάτω τρόπους:

1. Προσφέρει ευελιξία στα ψώνια και τις συναλλαγές, επιτρέποντας τους να αγοράζουν οποιαδήποτε ώρα και από οποιαδήποτε τοποθεσία.
2. Παρέχει περισσότερες επιλογές για προϊόντα και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας σύγκρισης τιμών.
3. Προσφέρει φθηνότερα προϊόντα και υπηρεσίες.
4. Επιτρέπει τη συμμετοχή σε εικονικές δημοπρασίες και την αλληλεπίδραση με άλλους πελάτες σε διαδικτυακές κοινότητες.

Τέλος, όσον αφορά την κοινωνία, τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου περιλαμβάνουν τη συμβολή του στην αποσυμφόρηση των οδών, τη μείωση της περιβαλλοντικής μόλυνσης και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου με την παροχή προσιτών προϊόντων και υπηρεσιών σε όλους, ενώ ταυτόχρονα παρέχει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες για τους προμηθευτές. (6)

3.7) Εμπόδια ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι κίνδυνοι που σχετίζονται με τις online αγορές είναι πολλοί και ποικίλοι. Κάποιοι από αυτούς αφορούν την ασφάλεια των πιστωτικών καρτών κατά την πληρωμή σε διαδικτυακές πλατφόρμες, καθώς και την προστασία των προσωπικών στοιχείων και δεδομένων των χρηστών από πιθανές κυβερνοαπειλές. Η έλλειψη εμπιστοσύνης στις επιχειρήσεις που λειτουργούν online αποτελεί έναν άλλο κρίσιμο παράγοντα. Οι χρήστες ενδέχεται να ανησυχούν για το αν η επιχείρηση είναι πραγματική, αξιόπιστη και διαθέτει την απαιτούμενη εμπειρία για να προσφέρει τις υπηρεσίες που υπόσχεται.

Η έλλειψη ατομικής επαφής με τον πωλητή αποτελεί επίσης έναν σημαντικό παράγοντα. Η δυσκολία να έχει κάποιος άμεση επικοινωνία με τον προμηθευτή μπορεί να προκαλέσει ανασφάλεια. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά του Διαδικτύου όπως η χαοτική φύση του και η πληθώρα των πληροφοριών μπορεί να κάνουν δύσκολη την εύρεση των απαραίτητων πληροφοριών για μια ασφαλή αγορά. Τέλος, η επανειλημμένη έλλειψη αξιοπιστίας των πληροφοριών στο Διαδίκτυο μπορεί να δημιουργήσει ανασφάλεια στους χρήστες. Επιπλέον, ορισμένοι χρήστες μπορεί να ανησυχούν για θέματα όπως η προστασία της ιδιωτικότητας και η αντιμετώπιση προσωπικών δεδομένων από τις εταιρείες που λειτουργούν online. Όλοι αυτοί οι παράγοντες συνήθως οδηγούν τους χρήστες να προτιμούν τη χρήση του Διαδικτύου για απλές, αυτοματοποιημένες και σαφείς διαδικασίες, αποφεύγοντας συχνά τις online αγορές που απαιτούν επιπλέον προσωπικές επαφές και παρέχουν δυνατότητες για πιθανούς κινδύνους.

3.8) Ορισμός ηλεκτρονικού τουρισμού (e-tourism)

Η ραγδαία ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας και η εξάπλωση του Διαδικτύου έχουν φέρει νέες επαναστατικές ανακαλύψεις που έχουν επηρεάσει πολλούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Ωστόσο, ο τομέας του τουρισμού έχει πληγεί από αυτές τις αλλαγές περισσότερο από ό,τι αναμενόταν. Αυτό συνέβη επειδή ο τουριστικός κλάδος είχε ήδη έντονη χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, τόσο εντός των επιχειρήσεών του όσο και στη δικτυακή σύνδεση και την ηλεκτρονική διανομή των τουριστικών προϊόντων.

Αυτό οφείλεται κυρίως στις πολύπλοκες και τυποποιημένες διαδικασίες εργασίας, καθώς και στην πολυποίκιλη δομή του κλάδου. Ο τουριστικός κλάδος περιλαμβάνει πολλές επιχειρήσεις, διαφορετικών κατηγοριών και μεγεθών, με γεωγραφική διάσπαρση και συχνά από μεγάλες αποστάσεις από τους τελικούς καταναλωτές. Οι εταιρείες στον τομέα του τουρισμού έχουν τώρα τη δυνατότητα να εφαρμόσουν ψηφιακές λύσεις στις βασικές τους δραστηριότητες, καθορίζοντας ουσιαστικά τη διαδικασία του ηλεκτρονικού τουρισμού. Ο βασικός στόχος είναι να επεκταθεί η μερίδα της αγοράς και να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα της κάθε τουριστικής επιχείρησης. Συνολικά, ο ηλεκτρονικός τουρισμός αναφέρεται στη χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών στον τομέα του τουρισμού για την αγορά και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών καναλιών, όπως το Διαδίκτυο. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση εφαρμογών όπως "Intranet," "Extranet" και "Internet," καθώς και τις στρατηγικές διαχείρισης και μάρκετινγκ που σχετίζονται με τη χρήση της τεχνολογίας.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι υπάρχει μεγάλη ποικιλία στη χρήση πληροφοριακών συστημάτων στον τουρισμό, καθώς διαφορετικές επιχειρήσεις με διάφορα μεγέθη και δομές προσαρμόζουν τις τεχνολογικές λύσεις στις ανάγκες τους. Πρωταρχικός σκοπός είναι να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητά τους στον κλάδο του τουρισμού. Πέρα από αυτό, όμως, ένα από τα κύρια θέματα που προκύπτουν από τη χρήση του ηλεκτρονικού τουρισμού είναι το ζήτημα της ασφάλειας και της αξιοπιστίας. Η επιτυχία αυτής της προσπάθειας εξαρτάται από την ύπαρξη ενός

αποτελεσματικού ρυθμιστικού πλαισίου που να αντιμετωπίζει τις αλλαγές στις τεχνολογίες με αξιοπιστία.

3.9) Η επίδραση της διαδικτυακής εξέλιξης στο τουριστικό προϊόν

Οι συνεχείς εξελίξεις στην τεχνολογία επηρεάζουν τον τουρισμό με διάφορους τρόπους. Αυτές οι εξελίξεις περιλαμβάνουν την ανάπτυξη της ιατρικής τεχνολογίας, αλλά και την προοπτική του διαστημικού τουρισμού. Όπως και ο τουρισμός, η τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς, με έμφαση στη βελτίωση της επικοινωνίας, των μεταφορών και της ασφάλειας για τους ταξιδιώτες. Στη σημερινή κοινωνία, οι καταναλωτές αναζητούν ευκολία, ταχύτητα και κόστος, και η τεχνολογία προσφέρει λύσεις που ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες.

Η τουριστική βιομηχανία έχει προσαρμόσει τις υπηρεσίες της για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του σύγχρονου ταξιδιώτη.

Γι' αυτό, η εξέλιξη της τεχνολογίας και οι αλλαγές στην προσφορά και τη ζήτηση έχουν δημιουργήσει τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων και τα παγκόσμια συστήματα διανομής. Αυτά τα συστήματα επιτρέπουν στις ταξιδιωτικές εταιρείες, όπως είναι οι αεροπορικές εταιρείες και ταξιδιωτικοί πράκτορες, να προσφέρουν γρήγορα και οικονομικά τις υπηρεσίες τους, ενώ ταυτόχρονα βελτιώνουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα.

Πριν από την ύπαρξη αυτών των συστημάτων, η διαδικασία κράτησης ταξιδιωτικών υπηρεσιών ήταν πολύπλοκη και χρονοβόρα. Παλιότερα, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έπρεπε να επικοινωνούν άμεσα με αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία για να βρουν διαθέσιμες επιλογές για τους πελάτες τους. Αυτή η διαδικασία ήταν σύνθετη και απαιτούσε πολύ χρόνο. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έπρεπε να εντοπίσουν τις κατάλληλες επιλογές, να επικοινωνήσουν με τους παρόχους για τη διαθεσιμότητα, και ύστερα να προσφέρουν τις επιλογές στους πελάτες τους.

Τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων απλοποίησαν αυτήν τη διαδικασία, επιτρέποντας στα ταξιδιωτικά γραφεία να έχουν άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες και διαθεσιμότητα από αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία. Αυτά τα συστήματα δίνουν τη δυνατότητα στις εταιρείες να ελέγχουν καλύτερα τη διαθεσιμότητα και τις τιμές, μειώνοντας τον χρόνο που απαιτείται για τις κρατήσεις και προσφέροντας ταυτόχρονα χαμηλότερες τιμές στους πελάτες. Τα παγκόσμια συστήματα διανομής (GDS) αναλαμβάνουν την αποθήκευση πληροφοριών για πολλούς παρόχους υπηρεσιών και δίνουν στα ταξιδιωτικά γραφεία τη δυνατότητα να προσφέρουν γρήγορα και αποτελεσματικά τα ταξιδιωτικά προϊόντα στους πελάτες τους.

Το τουριστικό προϊόν, λοιπόν, αποτελεί ένα από τα προϊόντα που έχουν υποστεί μια επανάσταση χάρη στο Διαδίκτυο. Το Διαδίκτυο έχει δώσει τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να κάνουν κρατήσεις με ακρίβεια, προσφέροντας τους επιλογές που καλύπτουν τις ανάγκες τους.

Επιπλέον, με την αυξημένη συνδεσιμότητα στο Διαδίκτυο, οι ταξιδιώτες έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν πλούσιο περιεχόμενο σχετικά με τους τουριστικούς προορισμούς, όπως εικόνες, βίντεο και φωτογραφίες, προσφέροντας μια πιο σφαιρική εικόνα των τουριστικών προορισμών.

Συγκεκριμένα, τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το Διαδίκτυο στην τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνουν:

- Ανάλυση των εναλλακτικών λύσεων για τις κρατήσεις.
- Μεγαλύτερη επιλογή και προσαρμογή των ταξιδιωτικών δραστηριοτήτων.
- Υψηλά επίπεδα συνεργασίας μεταξύ των εταιριών ταξιδιών.
- Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών και των υπηρεσιών.
- Ενσωμάτωση υψηλού επιπέδου διαλειτουργικότητας σε εσωτερικές και εξωτερικές εφαρμογές χωρίς περιορισμούς στην πρόσβαση

Συνοψίζοντας, οι τεχνολογικές εξελίξεις και η ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων και των παγκόσμιων συστημάτων διανομής έχουν επανασχεδιάσει τον τρόπο που λειτουργεί η τουριστική βιομηχανία, καθιστώντας την πιο αποτελεσματική και προσβάσιμη για τους ταξιδιώτες.

(13)

3.10) Η δημιουργία συστημάτων διανομής στον τουριστικό τομέα και τα πλεονεκτήματά του

Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων έχει οδηγήσει στη δημιουργία των παγκόσμιων συστημάτων διανομής (GDS). Τα GDS λειτουργούν ως γέφυρα που συνδέει τους κύριους παράγοντες τουρισμού για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των ταξιδιωτών και να παρέχουν ενημερωμένες πληροφορίες που θα δημιουργήσουν ένα πλήρες τουριστικό πακέτο. Αυτό συμβάλλει στην επίτευξη κοινών στόχων, όπου δεν περιλαμβάνεται μόνο η ικανοποίηση των ταξιδιωτών, αλλά και η διασφάλιση σταθερής κερδοφορίας για όλους τους εμπλεκόμενους στην τουριστική αγορά.

Τα GDS λειτουργούν ως ηλεκτρονικά συστήματα που επιτρέπουν την ασφαλή διακίνηση πληροφοριών μεταξύ επιχειρήσεων και από επιχειρήσεις σε πελάτες. Αυτά τα συστήματα προσφέρουν πολλές υπηρεσίες, όπως τη δυνατότητα κράτησης, την παροχή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο, και τη διαχείριση πελατών. Επιπλέον, βοηθούν στην αποτελεσματική διαχείριση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, επιτρέποντας την προώθηση και την παρακολούθηση των κρατήσεων.

Οι GDS έχουν γίνει αναγκαίο εργαλείο για τις τουριστικές επιχειρήσεις λόγω των πλεονεκτημάτων που προσφέρουν, συμβάλλοντας στη διασφάλιση αποτελεσματικής διαχείρισης των πόρων, αυξάνοντας τις πωλήσεις, μειώνοντας το κόστος εξωτερικής ανάθεσης και εξαλείφοντας σφάλματα μέσω αυτοματοποιημένων διαδικασιών. Τα GDS έχουν συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας τα τελευταία χρόνια.

3.11) Η Έννοια του Ταξιδιωτικού Γραφείου

Το ταξιδιωτικό γραφείο, ανεξάρτητα από την κατηγορία τουρισμού στην οποία εστιάζει, έχει έναν γενικό ορισμό που αναγνωρίζεται παγκοσμίως. Σύμφωνα με τον Χυτήρη (1995), το τουριστικό γραφείο είναι μια επιχείρηση που ασχολείται με τη λιανική πώληση ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε πελάτες για την ικανοποίηση των αναγκών των ταξιδιών τους.

Συμπληρωματικά, σύμφωνα με τον νόμο 393/1976, ταξιδιωτικό γραφείο ορίζεται ως μια νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση που αναλαμβάνει τη μεταφορά, διακίνηση και

διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ταξιδιωτών εντός και εκτός της Ελλάδος (Υπουργείο Τουρισμού, 1976).

3.11.1) Υπηρεσίες Ταξιδιωτικού Γραφείου

Ένα ταξιδιωτικό γραφείο παρέχει μια ευρεία γκάμα υπηρεσιών που αποσκοπούν στην οργάνωση και διευκόλυνση των ταξιδιών των πελατών του. Ανάλογα με τον τύπο του γραφείου και τις ανάγκες των πελατών, οι υπηρεσίες μπορεί να διαφοροποιούνται, αλλά ορισμένες τυπικές υπηρεσίες περιλαμβάνουν:

1. Κρατήσεις και Εισιτήρια: Ταξιδιωτικά γραφεία κρατούν εισιτήρια για αεροπορικά, σιδηροδρομικά, ναυτικά και λεωφορεία, καθώς και κρατήσεις για ξενοδοχεία, κρουαζιέρες και ενοικιάσεις αυτοκινήτων.
2. Διαμονή: Ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να βοηθήσουν στην εύρεση και κράτηση καταλύματος σε ξενοδοχεία, θέρετρα, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και άλλους χώρους διαμονής.
3. Εκδρομές και Περιηγήσεις: Παρέχουν επιλογές για οργανωμένες εκδρομές και περιηγήσεις σε αξιοθέατα, μουσεία, φυσικά τοπία και πολλά άλλα.
4. πακέτα ταξιδιών: Συχνά προσφέρουν πακέτα που περιλαμβάνουν τα εισιτήρια, τον ξενοδοχειακό κατάλογο και άλλες υπηρεσίες, εξοικονομώντας χρόνο και χρήμα για τους πελάτες.
5. Βοήθεια στην Έκδοση Διαβατηρίων και Visa: Παρέχουν πληροφορίες και βοήθεια στην εξασφάλιση διαβατηρίων και την υποβολή αιτήσεων για θεωρήσεων εισόδου.
6. Πληροφορίες για τον Προορισμό: Παρέχουν πληροφορίες για τον προορισμό, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τον πολιτισμό, το κλίμα, την τοπική κουζίνα, τα αξιοθέατα και άλλες τουριστικές πληροφορίες.
7. Οργάνωση Ειδικών Ταξιδιών: Οργανώνουν ταξίδια για ομάδες, επιχειρήσεις, σχολεία και άλλους οργανισμούς.
8. Οργάνωση Ψυχαγωγίας: Οργανώνουν δραστηριότητες και ψυχαγωγία για τους πελάτες στον προορισμό τους, περιλαμβανομένων εκδρομών, θεατρικών παραστάσεων, συναυλιών και άλλων διασκεδαστικών εκδηλώσεων.
9. Ενοικιάσεις Μεταφορικών Μέσων: Προσφέρουν ενοικιάσεις αυτοκινήτων, σκαφών αναψυχής και άλλων μεταφορικών μέσων στους πελάτες.
10. Εξυπηρέτηση και Υποστήριξη σε προβλήματα: Παρέχει υποστήριξη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, αντιμετωπίζοντας προβλήματα όπως απώλεια αποσκευών, ακύρωση πτήσεων ή άλλες αναποδιές.

3.11.2) Ηλεκτρονικά Ταξιδιωτικά Γραφεία (E-Travel Agencies)

Τα παραδοσιακά ταξιδιωτικά γραφεία παίζουν έναν σημαντικό ρόλο ως διαμεσολαβητές μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας και των ταξιδιωτών. Ωστόσο, οι πρόσφατες αλλαγές στον τρόπο πώλησης των τουριστικών υπηρεσιών έχουν επηρεάσει αυτόν τον ρόλο σε μεγάλο βαθμό. Η πρωτεύουσα αλλαγή προέρχεται από το Διαδίκτυο, το οποίο παρέχει νέους τρόπους πρόσβασης στις τουριστικές υπηρεσίες.

Οι μεγάλες τουριστικές εταιρείες ήταν από τις πρώτες που προσαρμόστηκαν στις νέες αυτές αλλαγές, εκμεταλλευόμενες τις δυνατότητες του Διαδικτύου. Αρχικά, δημιούργησαν συστήματα προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο, τα

οποία λειτουργούσαν παράλληλα με τις παραδοσιακές τους δραστηριότητες. Τα ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά γραφεία έχουν αναπτυχθεί σημαντικά από τότε και έχουν αποδείξει την ανθεκτικότητά τους ακόμη και κατά τη διάρκεια οικονομικών κρίσεων.

Με τον όρο "ηλεκτρονικό ταξιδιωτικό γραφείο" αναφερόμαστε στη μετάβαση των τουριστικών υπηρεσιών στο Διαδίκτυο, ανεξάρτητα αν πρόκειται για πλήρη διαδικτυακή πλατφόρμα ή απλώς μια ιστοσελίδα που παρέχει βασικές πληροφορίες και επικοινωνία με τους ταξιδιώτες. Ορισμένα από αυτά τα ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά γραφεία διαθέτουν όλες τις τουριστικές υπηρεσίες που θα βρίσκατε σε ένα φυσικό γραφείο, ενώ άλλα παρέχουν λιγότερες υπηρεσίες μέσω του Διαδικτύου.

Είναι αλήθεια ότι πέρα από τα παραδοσιακά ταξιδιωτικά γραφεία, υπάρχουν τώρα και εξαιρετικά δημοφιλείς τουριστικοί ιστότοποι που εξυπηρετούν εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Αυτοί οι ιστότοποι προσφέρουν μια ευρεία γκάμα τουριστικών υπηρεσιών, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες να κάνουν κρατήσεις για αεροπορικά εισιτήρια, δωμάτια ξενοδοχείων, ενοικίαση αυτοκινήτων, κρουαζιέρες και πολλά άλλα.

Αυτοί οι τουριστικοί ιστότοποι συχνά προσφέρουν ευκολία και ευελιξία στους ταξιδιώτες, καθώς μπορούν να προγραμματίσουν και να κλείσουν ολόκληρα ταξίδια σε λίγα λεπτά από τον υπολογιστή τους. Επιπλέον, πολλοί από αυτούς τους ιστότοπους παρέχουν πληροφορίες, κριτικές και φωτογραφίες για προορισμούς, ξενοδοχεία και δραστηριότητες, προσφέροντας στους ταξιδιώτες πλήρη εικόνα του ταξιδιού πριν ακόμη φύγουν από το σπίτι τους.

3.11.3) Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικών Ταξιδιωτικών Γραφείων

Το συγκριτικό πλεονέκτημα των E-Travel Agencies (Ηλεκτρονικών Ταξιδιωτικών Γραφείων) σήμερα εντοπίζεται στο ότι τα γραφεία αυτά μπορούν ταυτόχρονα να πληροφορούν, να παρουσιάζουν, να διαφημίζουν, να προωθούν ειδικές προσφορές, να πουλάνε, και να αποστέλλουν τα αποδεικτικά και τις εντολές (vouchers) στο σημείο που επιθυμεί ο πελάτης. Πιο εκτεταμένα, αυτοί οι τουριστικοί ιστότοποι συχνά προσφέρουν ευκολία και ευελιξία στους ταξιδιώτες, καθώς μπορούν να προγραμματίσουν και να κλείσουν ολόκληρα ταξίδια σε λίγα λεπτά από τον υπολογιστή τους. Επιπλέον, πολλοί από αυτούς τους ιστότοπους παρέχουν πληροφορίες, κριτικές και φωτογραφίες για προορισμούς, ξενοδοχεία και δραστηριότητες, προσφέροντας στους ταξιδιώτες πλήρη εικόνα του ταξιδιού πριν ακόμη φύγουν από το σπίτι τους.

Με την εμφάνιση των διαδικτυακών ταξιδιωτικών γραφείων, όπως το Booking.com, το TripAdvisor, το Expedia και άλλα, οι καταναλωτές απέκτησαν πρόσβαση σε έναν πολύ μεγαλύτερο αριθμό προορισμών, επιλογών διαμονής, αεροπορικών εισιτηρίων και πακέτων διακοπών. Αυτά τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία επαναπροσδιόρισαν την τουριστική βιομηχανία, προσφέροντας ευκολία, επιλογές και τη δυνατότητα σύγκρισης τιμών.

Τα τουριστικά γραφεία εξελίχθηκαν σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Μάλιστα, ενσωμάτωσαν την πρόσφατη τεχνολογία, καθιστώντας τις εφαρμογές κινητών και τα tablets μέρος της εξυπηρέτησης των πελατών τους. Οι συσκευές αυτές επιτρέπουν στους πελάτες να πραγματοποιούν κρατήσεις εύκολα και γρήγορα, να λαμβάνουν

ειδοποιήσεις για ειδικές προσφορές, και να έχουν πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες όπως τοπικές συμβουλές και χάρτες.

Ακόμη, έχουν αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό διαδικτυακές πλατφόρμες κοινωνικών μέσων επικοινωνίας, όπως το Facebook, το Twitter και το YouTube, τα οποία επιτρέπουν στα ταξιδιωτικά γραφεία να αυξήσουν την προβολή τους και να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στην επικοινωνία με τους πελάτες. Αυτή η παρουσία σε κοινωνικά μέσα ενισχύει τη σχέση με τους πελάτες, παρέχοντας τη δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών και ανάδρασης.

Επιπλέον πλεονεκτήματα των διαδικτυακών τουριστικών γραφείων είναι:

- το χαμηλό κόστος ίδρυσης και λειτουργίας τους
- η ανάπτυξη νέων ή και εξειδικευμένων προϊόντων
- η δυνατότητα δημιουργίας τουριστικών πακέτων για τους υποψήφιους ταξιδιώτες απόλυτα προσαρμοσμένα στις ανάγκες και στις ιδιαίτερες επιθυμίες τους
- 24hours/7days: 24ωρη και 7 μέρες την εβδομάδα λειτουργία και πρόσβαση του πελάτη στην πληροφορία

• Πειστική προβολή των προϊόντων αφού πλέον η τεχνολογία δίνει την δυνατότητα για φωτογραφίες υψηλής ανάλυσης και παρουσίαση στην ιστοσελίδα εντυπωσιακών video και ειδικών λήψεων με την χρήση drone (Παπαγεωργίου, 2007)

Συμπερασματικά, παρά τον ανταγωνισμό και τις προκλήσεις της ψηφιακής εποχής, τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία έχουν αποδείξει την ανθεκτικότητά τους. Καθώς οι καταναλωτές αποκτούν όλο και περισσότερη οικειότητα με τα ψηφιακά μέσα, αναμένεται ότι τα e-travel agencies θα συνεχίσουν να αναπτύσσονται και να εξυπηρετούν τις ανάγκες των ταξιδιωτών με ευκολία και ποικιλία. Είναι σαφές ότι η τεχνολογία και η καινοτομία έχουν μεταμορφώσει τον τρόπο που ταξιδεύουμε και αναζητούμε ταξίδια και έχουν καταστήσει την εμπειρία του ταξιδιού πιο εύκολη και προσαρμοσμένη στις ανάγκες μας.

3.12) Περιγραφή διαδικτυακών Ηλεκτρονικών Ταξιδιωτικών Γραφείων

Σε αυτό το σημείο γίνεται μία αναλυτική αναφορά σε διάφορες δημοφιλείς πλατφόρμες κρατήσεων (Trip Advisor.com, Trivago.com, Booking.com), αλλά και σε κάποιες λιγότερο δημοφιλείς (mytrip.com, visitgreece.gr). Η παρουσίασή τους περιλαμβάνει κυρίως τις δυνατότητες που παρέχει στους χρήστες η κάθε μία από αυτές, ενώ στις δημοφιλέστερες γίνεται και μία συνοπτική ιστορική αναδρομή.

3.12.1) Mytrip.

(link ιστοσελίδας: <https://www.mytrip.com/rf/start>)

Βρείτε τα φθηνότερα
αεροπορικά εισιτήρια σε όλες
τις αεροπορικές εταιρείες

Μετ' επιστροφής Απλή μετάβαση Multi-City

Από Προς

Αναχώρηση: 2023-10-16 Επιστροφή: 2023-10-22

Επιβάτες: 1 Ενήλικας Κατηγορία: Οικονομική

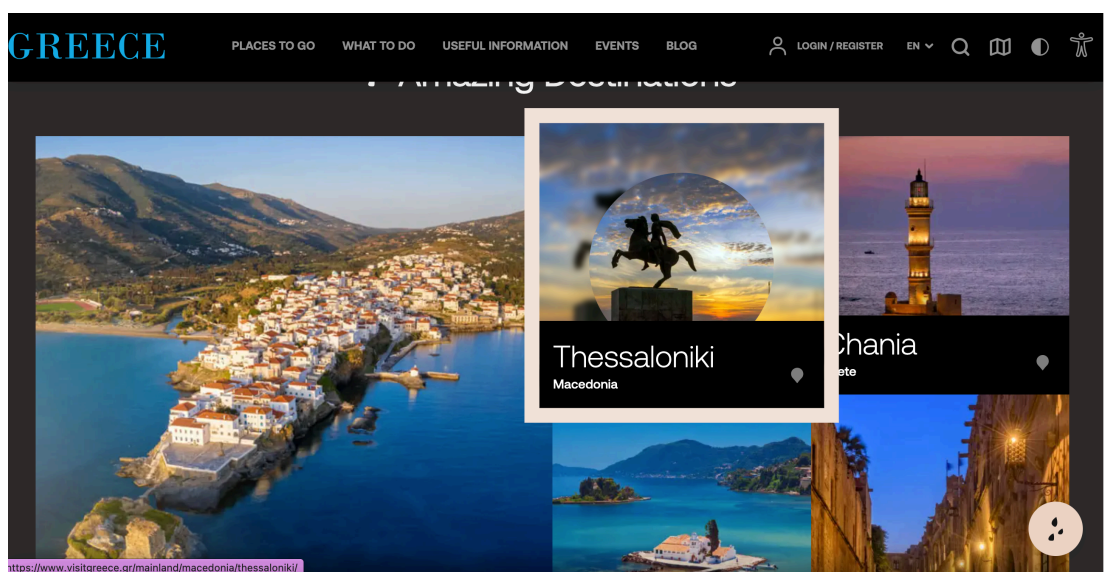
Πολλές επιλογές Μας εμπιστεύονται 22 εκατομμύρια επιβάτες τον χρόνο Πάνω από 20 χρόνια πείρας

Εικόνα 1-Αρχική σελίδα mytrip

Αυτό το τουριστικό πρακτορείο γενικού τουρισμού παρέχει μια ποικιλία υπηρεσιών που σχετίζονται με ταξίδια και τον τουρισμό, και δραστηριοποιείται τόσο στον εσωτερικό όσο και στον εξωτερικό τουρισμό μέσω του Διαδικτύου. Συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι οι εξής:

1. Έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων:
Προσφέρει αεροπορικά εισιτήρια για εσωτερικούς και διεθνείς προορισμούς. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να κάνει κρατήσεις και να εκδώσει εισιτήρια για πτήσεις προς προορισμούς σε όλο τον κόσμο.
2. Internet Sales:
Προσφέρει τη δυνατότητα για την αγορά των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών του μέσω του δικτύου της εταιρείας, πιθανότατα μέσω του δικού της ιστότοπου.
3. Κρατήσεις ξενοδοχείων:
Παρέχει υπηρεσίες κρατήσεων για ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να βοηθήσει τους πελάτες να βρουν και να κάνουν κρατήσεις για τη διαμονή τους.
4. Ενοικίαση αυτοκινήτων:
Παρέχει υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτων, που επιτρέπουν στους πελάτες να ενοικιάσουν αυτοκίνητα για τις μετακινήσεις τους κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.
5. Ενημέρωση για Ταξίδια:
Παρέχει πληροφορίες σχετικά με προορισμούς, αξιοθέατα, καλύτερες περιόδους ταξιδιού, και πρακτικές συμβουλές.
6. Επικοινωνία και Υποστήριξη: Παρέχει στους χρήστες τρόπους επικοινωνίας με τον ιστότοπο για ερωτήσεις και υποστήριξη.

3.12.2) Visitgreece

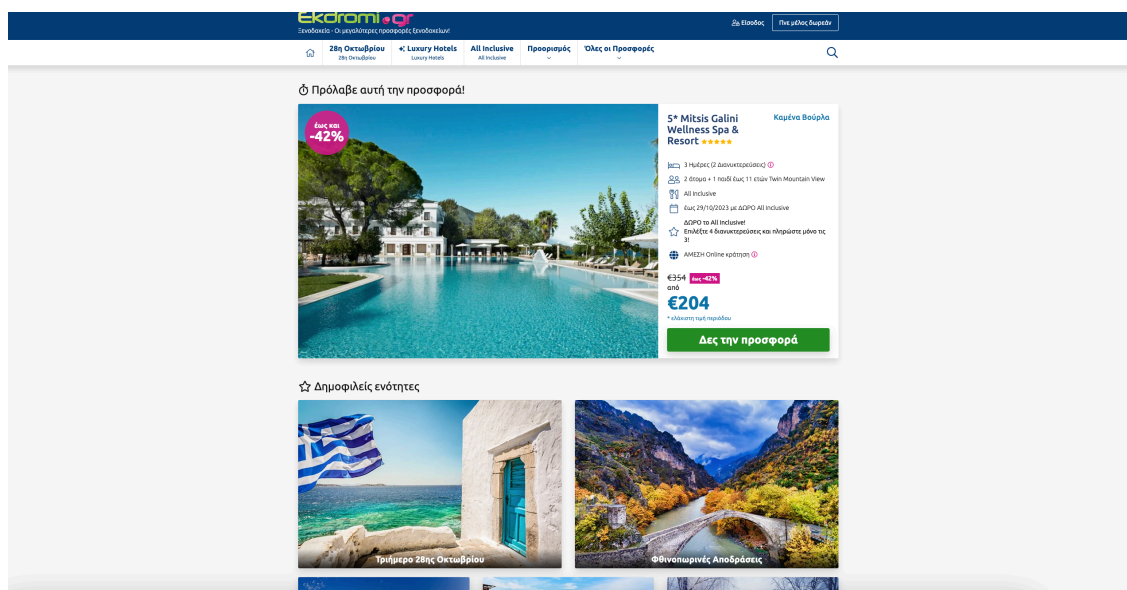


Εικόνα 2-Αρχική σελίδα Visit Greece

Ο ιστότοπος "Visit Greece" (link ιστοσελίδας: <https://www.visitgreece.gr>) είναι η επίσημη ιστοσελίδα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και παρέχει πληροφορίες σχετικά με τον τουρισμό στην Ελλάδα. Αυτή η ιστοσελίδα απευθύνεται στους ταξιδιώτες που επισκέπτονται την Ελλάδα και προωθεί τον τουρισμό στη χώρα. Μάλιστα, παρέχει μια πληθώρα πληροφοριών και υπηρεσιών για τους χρήστες που ενδιαφέρονται να επισκεφθούν την Ελλάδα, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν:

1. Ταξιδιωτικούς Προορισμούς: Παρουσιάζει διάφορους ταξιδιωτικούς προορισμούς σε όλη την Ελλάδα, προσφέροντας πληροφορίες για τις διάφορες περιοχές, τα αξιοθέατα και τις δραστηριότητες.
2. Διαμονή και Κρατήσεις Παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη διαμονή, τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και τις κρατήσεις για τους ταξιδιώτες.
3. Πολιτισμός και Εκδηλώσεις: Το site περιλαμβάνει επίσης πληροφορίες σχετικά με τον πολιτισμό, την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας, προσφέροντας μια ευκαιρία για περαιτέρω εξερεύνηση.
4. Δραστηριότητες και Αθλητισμός: Παρέχει πληροφορίες σχετικά με δραστηριότητες όπως πεζοπορία, θαλάσσια σπορ, γκολφ, και άλλα αθλήματα που μπορούν να ασκηθούν κατά τη διάρκεια των διακοπών.
5. Γαστρονομία και Κουζίνα: Παρουσιάζει την ελληνική γαστρονομία και προτείνει μέρη για να δοκιμάσετε τοπικά φαγητά και ποτά.
6. Χρήσιμες Πληροφορίες: Παρέχει χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με την προετοιμασία του ταξιδιού, τις μεταφορές, τον καιρό και τα δικαιώματα των ταξιδιωτών.
7. Εκδηλώσεις: Παρέχει ενημερώσεις για εκδηλώσεις και νέα που αφορούν τον τουρισμό στην Ελλάδα.

3.12.3) Ekdromi.gr



Εικόνα 3-Αρχική σελίδα Ekdromi.gr

Το Ekdromi.gr είναι ένα διαδικτυακό ταξιδιωτικό γραφείο στην Ελλάδα που προσφέρει ποικίλες υπηρεσίες και ευκαιρίες για τους ταξιδιώτες.

Οι κύριες υπηρεσίες που προσφέρει το Ekdromi.gr είναι:

1. Κρατήσεις Ξενοδοχείων: Το Ekdromi.gr επιτρέπει στους χρήστες να αναζητούν και να κάνουν κρατήσεις σε ξενοδοχεία σε πολλούς προορισμούς, είτε στην Ελλάδα είτε σε διεθνείς προορισμούς.
2. Κρατήσεις Αεροπορικών Εισιτηρίων: Οι χρήστες μπορούν να αναζητούν και να κλείνουν αεροπορικά εισιτήρια για ταξίδια εντός ή εκτός της Ελλάδας.
3. Τουριστικές Προσφορές: Το Ekdromi.gr προσφέρει τακτικά τουριστικές προσφορές και εκπτώσεις σε ταξίδια, καταλύματα, κρουαζιέρες και πολλά άλλα.
4. Ταξιδιωτικοί Προορισμοί: Οι χρήστες μπορούν να αναζητούν πληροφορίες για ταξιδιωτικούς προορισμούς και προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων προτάσεων διακοπών.
5. Εκδρομές και Δραστηριότητες: Οι ταξιδιώτες μπορούν να βρουν πληροφορίες σχετικά με εκδρομές, δραστηριότητες και αξιοθέατα στον προορισμό που ενδιαφέρονται να επισκεφτούν.
6. Αξιολογήσεις και Ανατροφοδότηση: Οι ταξιδιώτες μπορούν να ανατροφοδοτούν τον ιστότοπο με αξιολογήσεις και κριτικές για τα ξενοδοχεία και τις εμπειρίες τους.

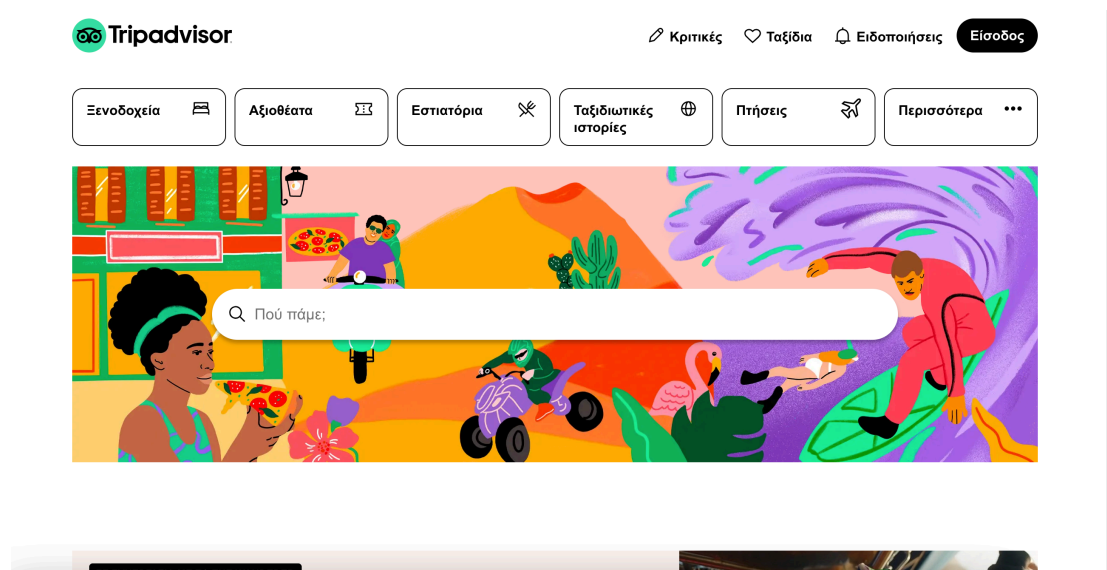
Συνολικά, το Ekdromi.gr προσφέρει μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα για ταξιδιώτες, βοηθώντας τους να βρουν και να κλείσουν ταξίδια σύμφωνα με τις προτιμήσεις και τις ανάγκες τους. Ανάμεσα στα στοιχεία που το καθιστούν χρήσιμο για τους ταξιδιώτες συμπεριλαμβάνονται:

- Ποικιλία Προσφορών: Ο ιστότοπος προσφέρει μια ευρεία γκάμα προσφορών για ταξίδια, καταλύματα, αεροπορικά εισιτήρια και πολλά άλλα. Αυτό

επιτρέπει στους χρήστες να επιλέξουν την προσφορά που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες και τον προϋπολογισμό τους.

- Διαχείριση Κρατήσεων: Οι χρήστες μπορούν να διαχειρίζονται εύκολα τις κρατήσεις τους μέσω του ιστότοπου. Αυτό καθιστά τη διαδικασία κράτησης ξενοδοχείων και αεροπορικών εισιτηρίων απλή και βολική.
- Πλούσιο Περιεχόμενο: Ο ιστότοπος παρέχει πλούσιο περιεχόμενο σχετικά με τουριστικούς προορισμούς, εκδρομές, αξιοθέατα και πολλά άλλα. Αυτό επιτρέπει στους ταξιδιώτες να βρουν έμπνευση για το επόμενο ταξίδι τους.
- Ευκολία Κρατήσεων: Ο ιστότοπος προσφέρει μια απλή και εύκολη στη χρήση διαδικασία κράτησης, γεγονός που βοηθά τους χρήστες να κλείσουν κρατήσεις με λίγα κλικ.
- Εκπτώσεις: Ekdromi.gr προσφέρει τακτικά εκπτώσεις και προσφορές, οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν τους ταξιδιώτες να εξοικονομήσουν χρήματα.
- Αξιολογήσεις και Κριτικές: Οι χρήστες μπορούν να διαβάσουν αξιολογήσεις και κριτικές για ξενοδοχεία και ταξίδια από άλλους ταξιδιώτες, πράγμα που μπορεί να τους βοηθήσει να επιλέξουν το καλύτερο κατάλυμα για τις ανάγκες τους.

3.12.4) TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.com.gr/>)



Εικόνα 4-Αρχική σελίδα TripAdvisor

Το TripAdvisor είναι μια αμερικανική εταιρία που ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο του 2000 από τους Stephen Kaufer, Langley Steinert και άλλους. Το TripAdvisor λειτουργεί σε πολλές χώρες, συμπεριλαμβανομένων των ΗΠΑ, της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας, της Ελλάδας, της Ισπανίας, της Τουρκίας, της Ρωσίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Σουηδίας, της Ολλανδίας και άλλων.

Το TripAdvisor ιδρύθηκε το 2000, αγοράστηκε από την IAC/InterActiveCorp το 2004 και το 2005 διαχωρίστηκε από την ExpediaInc. Το 2009 επεκτάθη στην Κίνα και από τότε έχει συγκεντρώσει πολλές κριτικές και πληροφορίες από χρήστες. Το TripAdvisor λειτουργεί ως φόρουμ όπου οι καταναλωτές μπορούν να μοιραστούν τις απόψεις τους σχετικά με τα ταξίδια και τις υπηρεσίες που έχουν λάβει. Οι κριτικές

υπόκεινται σε διαδικασία επαλήθευσης πριν δημοσιευτούν, και οι επιχειρήσεις πληρώνουν προμήθεια στο TripAdvisor για κρατήσεις που προέρχονται από την πλατφόρμα.

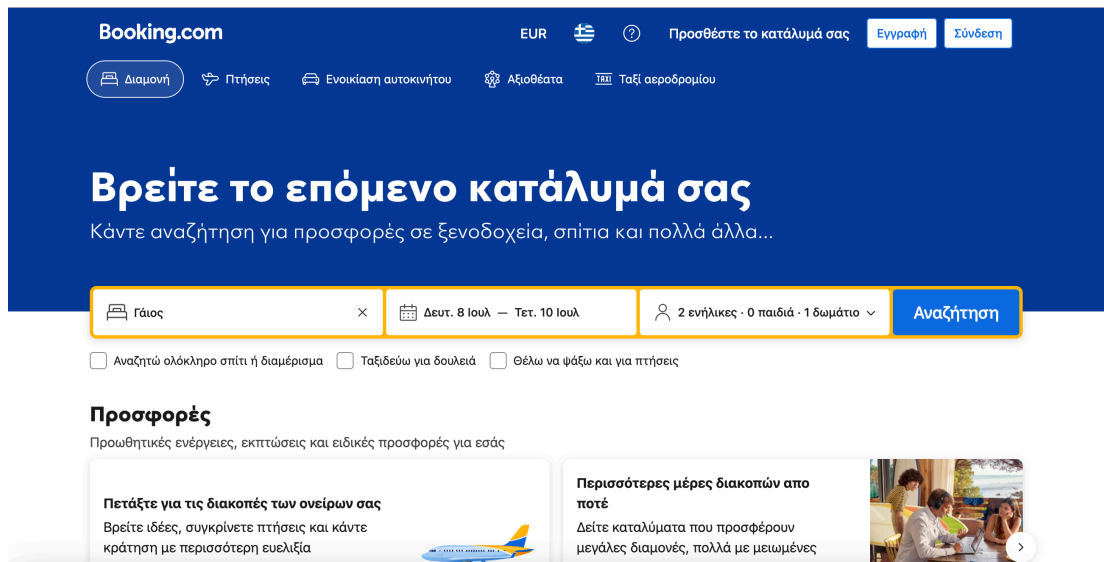
Μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία από τις μεγαλύτερες online κοινότητες που εστιάζουν στον τουρισμό και τις ταξίδια, ενώ οι υπηρεσίες που παρέχει είναι δωρεάν για τους χρήστες της.

Η εταιρία έχει έδρα στη Μασαχουσέτη και υποστηρίζει πως είναι η μεγαλύτερη ταξιδιωτική ιστοσελίδα στον κόσμο, με εκατομμύρια επισκέπτες και εκατομμύρια σχόλια σχετικά με ξενοδοχεία, εστιατόρια, αξιοθέατα κ.λπ.

Το TripAdvisor παρέχει πολλές δυνατότητες στους χρήστες του για τη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας και την εύρεση πληροφοριών σχετικά με ταξίδια και τουριστικούς προορισμούς. Ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη, το TripAdvisor προσφέρει τις εξής δυνατότητες:

1. Κριτικές και αξιολογήσεις: Οι χρήστες μπορούν να διαβάσουν χιλιάδες κριτικές και αξιολογήσεις από άλλους ταξιδιώτες για ξενοδοχεία, εστιατόρια, αξιοθέατα, αεροπορικές εταιρίες, και άλλα ταξιδιωτικά στοιχεία. Αυτό βοηθά τους χρήστες να επιλέξουν τις καλύτερες επιλογές για το ταξίδι τους.
2. Φωτογραφίες: Οι χρήστες μπορούν να δουν φωτογραφίες από άλλους ταξιδιώτες, ώστε να αποκτήσουν μια προεπισκόπηση του προορισμού ή του καταλύματός τους, ενώ μπορούν να αναρτήσουν τις δικές τους φωτογραφίες..
3. Κρατήσεις: Οι χρήστες μπορούν να κάνουν κρατήσεις για ξενοδοχεία, πτήσεις, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και άλλα ταξιδιωτικά προϊόντα από την ίδια την πλατφόρμα.
4. Συμβουλές και φόρουμ: Το TripAdvisor διαθέτει φόρουμ όπου οι χρήστες μπορούν να κάνουν ερωτήσεις, να λάβουν συμβουλές και να μοιραστούν τις ταξιδιωτικές τους εμπειρίες.
5. Εξατομικευμένες προτάσεις: Οι χρήστες λαμβάνουν προτάσεις για δραστηριότητες, εστιατόρια και ξενοδοχεία βάσει των προτιμήσεών τους.
6. Πληροφορίες για προορισμούς: Το TripAdvisor παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες για προορισμούς, συμπεριλαμβανομένων των καιρικών συνθηκών, αξιοθέατων, τοπικών εκδηλώσεων και πολλών άλλων.
7. Εφαρμογές κινητών: Οι χρήστες μπορούν να κατεβάσουν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα και tablet για να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες του TripAdvisor κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους.

3.12.5) Booking



Εικόνα 5-Αρχική σελίδα Booking

Η Booking (<https://www.booking.com>) είναι μια δημοφιλής ιστοσελίδα για online κρατήσεις τουριστικών καταλυμάτων που ιδρύθηκε το 1996 στο Enschede της Ολλανδίας και τώρα είναι μέρος του ομίλου Priceline, με κεντρικό γραφείο στο Άμστερνταμ. Μέσω της Booking.com γίνονται κάθε μέρα περισσότερες από 1.100.000 διανυκτερεύσεις, ενώ εξυπηρετεί τόσο τουρίστες όσο και επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Booking.com λειτουργεί σε περισσότερες από 40 γλώσσες και προσφέρει πάνω από 1 εκατομμύριο ενεργά καταλύματα σε 225 χώρες και περιοχές, με διεθνή υποστήριξη από 184 γραφεία σε περισσότερες από 60 χώρες παγκοσμίως.

Η υπηρεσία κρατήσεων της Booking.com είναι δωρεάν, δίχως τελών κράτησης ή εξόδων συναλλαγής, και προσφέρει ευέλικτες επιλογές ακύρωσης σε πολλά καταλύματα. Τα προσωπικά δεδομένα των πελατών, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών πιστωτικής κάρτας, παραμένουν ασφαλή καθώς κρυπτογραφούνται. Οι κρατήσεις γίνονται απευθείας και ο τρόπος πληρωμής μπορεί να είναι μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, ενώ κάποια καταλύματα επιτρέπουν επίσης την πληρωμή από τον τραπεζικό λογαριασμό του πελάτη. Το σύστημα αυτό είναι ασφαλές και οι πληροφορίες πιστωτικής κάρτας μπορεί να διατηρούνται για έως και 10 ημέρες.

Η Booking.com προσφέρει επίσης επιλογές για την διαχείριση κρατήσεων μέσω προσωπικού λογαριασμού, παρέχοντας προηγούμενες κρατήσεις και τη δυνατότητα διαχείρισης μελλοντικών κρατήσεων, ωστόσο οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν μόνο εάν είναι άνω των 18 ετών. Συνολικά, η Booking.com είναι ένα αξιόπιστο δίκτυο κρατήσεων για ταξίδια και προσφέρει μια ευρεία γκάμα επιλογών για ταξιδιώτες παγκοσμίως.

Η ιστοσελίδα Booking.com παρέχει στους χρήστες μια ευρεία γκάμα δυνατοτήτων που εξυπηρετούν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους κατά την αναζήτηση και κράτηση καταλυμάτων για ταξίδια. Αναλυτικότερα προσφέρονται τα εξής:

1. Αναζήτηση Καταλυμάτων: Οι χρήστες μπορούν να περιηγηθούν σε μια τεράστια βάση δεδομένων καταλυμάτων σε παγκόσμιο επίπεδο. Μπορούν να

πραγματοποιήσουν αναζήτηση βάσει πολλών κριτηρίων, όπως με βάση τον προορισμό, ημερομηνίες, αριθμό επισκεπτών, κατηγορία καταλύματος και πολλά άλλα.

2. Φιλτράρισμα Αποτελεσμάτων: Οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν φίλτρα για να περιορίσουν τα αποτελέσματα της αναζήτησης. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν την τιμή, τις ανέσεις, την αξιολόγηση από άλλους ταξιδιώτες, την απόσταση από αξιοθέατα και πολλά άλλα.
3. Κρατήσεις: Αφού επιλέξουν ένα κατάλυμα που τους καλύπτει, οι χρήστες μπορούν να πραγματοποιήσουν την κράτησή τους επιλέγοντας τις επιθυμητές ημερομηνίες. Το σύστημα παρέχει άμεση επιβεβαίωση της κράτησης.
4. Αξιολογήσεις και Κριτικές: Οι χρήστες μπορούν να διαβάσουν αναλυτικές αξιολογήσεις και κριτικές από άλλους ταξιδιώτες που έχουν διαμείνει στο συγκεκριμένο κατάλυμα. Αυτό τους επιτρέπει να πάρουν μια καλύτερη εικόνα για το τι να περιμένουν. Επιπλέον, έχουν τη δυνατότητα να καταχωρήσουν τις δικές τους κριτικές, αφού επιβεβαιωθεί πως έχουν επισκεφτεί το συγκεκριμένο κατάλυμα που επιθυμούν να αξιολογήσουν.
5. Προσαρμογή Αναζήτησης: Οι χρήστες μπορούν να προσαρμόσουν την αναζήτησή τους με βάση τις προσωπικές προτιμήσεις. Για παράδειγμα, μπορούν να επιλέξουν το μέγεθος του δωματίου, την προτιμώμενη περιοχή της πόλης ή τον τύπο του καταλύματος.
6. Προσωπικοί Λογαριασμοί: Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν προσωπικούς λογαριασμούς στην Booking.com. Αυτοί οι λογαριασμοί τους επιτρέπουν να διαχειρίζονται τις κρατήσεις τους, να παρακολουθούν προηγούμενες διαμονές και να διαχειρίζονται μελλοντικές κρατήσεις.
7. Ειδικές Προσφορές και Εκπτώσεις: Οι χρήστες μπορούν να ενημερώνονται για ειδικές προσφορές, εκπτώσεις και πακέτα που είναι διαθέσιμα για κρατήσεις.
8. Δυνατότητα Ακύρωσης Κράτησης: οι χρήστες μπορούν να ακυρώσουν τις κρατήσεις τους όποτε επιθυμούν. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα, μπορούν να ακυρώσουν κρατήσεις χωρίς επιβάρυνση, ανάλογα πάντα με την πολιτική ακύρωσης του κάθε καταλύματος.
9. Ασφάλεια Συναλλαγών: Τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών και τα στοιχεία πιστωτικής κάρτας κρυπτογραφούνται για την ασφάλεια των συναλλαγών.
10. Εγγραφή: Οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν στην ιστοσελίδα για να αποκτήσουν πρόσθετες επιλογές και πλεονεκτήματα, όπως τη δυνατότητα αποθήκευσης προσωπικών προτιμήσεων και κρατήσεων.
11. Προγράμματα επιβράβευσης πελατών: Οι χρήστες που έχουν εγγραφεί, συμμετέχουν στο πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών, το οποίο αποσκοπεί στο να ανταμείψει τα συχνά ταξιδεύοντα μέλη της πλατφόρμας Booking.com με ειδικά προνόμια και προσφορές.

3.12.5) Trivago

The screenshot shows the Trivago website interface. At the top, there's a search bar with 'Ελλάδα' (Greece) as the destination, and filters for '2 επισκέπτες, 1 δωμάτιο' (2 guests, 1 room). Below the search bar, there are filters for 'Τιμή: ανά διανυκτέρευση' (Price: per night) set to '0 € - 500 €+', 'Φίλτρα' (Filters) set to 'Επιλογή', 'Βαθμολογία' (Rating) set to 'Όλες' (All), 'Τύπος καταλύματος' (Accommodation type) set to 'Όλα' (All), and 'Τοποθεσία' (Location) set to 'Ελλάδα' (Greece). The main content area shows two hotel listings: 'Elounda Peninsula All Suite' with a price of 440 € and 'Tzante Hotel Zakynthos I Adu...' with a price of 63 €. A map of Greece is visible on the right side, showing price markers for various cities.

Εικόνα 6-Αρχική σελίδα Trivago

Η Trivago (<https://www.trivago.gr/>) είναι μια ιστοσελίδα που προσφέρει στους χρήστες τη δυνατότητα να αναζητήσουν πληροφορίες και τιμές για ξενοδοχεία. Συγκρίνει τιμές από περίπου 700.000 ξενοδοχεία που προέρχονται από περίπου 200 ιστοσελίδες κρατήσεων, όπως το Booking.com. Η ιδέα για τη δημιουργία της ιστοσελίδας γεννήθηκε το 2004 στη Γερμανία και η πρώτη έκδοση της δημιουργήθηκε το 2005.

Η Trivago λειτουργεί ως ένα εργαλείο που επιτρέπει στους χρήστες να συγκρίνουν πραγματικές τιμές ξενοδοχείων από πολλαπλές ιστοσελίδες κρατήσεων σε πραγματικό χρόνο. Έτσι, ο χρήστης μπορεί να βρει το ξενοδοχείο που ταιριάζει καλύτερα στις προσωπικές του προτιμήσεις και ανάγκες. Επιπλέον, η ιστοσελίδα παρέχει κριτικές, φωτογραφίες και πληροφορίες για κάθε ξενοδοχείο από διάφορες ιστοσελίδες, όπως το Hotels.com και το Expedia. Οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν το ξενοδοχείο που τους ενδιαφέρει και να ολοκληρώσουν την κράτηση του μέσω των ιστοσελίδων κρατήσεων που συνδέονται με το Trivago. Επειδή η σύγκριση τιμών προέρχεται από διαφορετικές ιστοσελίδες κρατήσεων, οι χρήστες μπορούν να δουν διαφορετικές προσφορές για το ίδιο ξενοδοχείο.

Επιπλέον, η Trivago παρέχει πλούσιο υλικό σε κριτικές, φωτογραφίες και πληροφορίες για τα ξενοδοχεία, επιτρέποντας στους χρήστες να γνωρίσουν περισσότερα για τον προορισμό τους πριν την κράτηση. Αυτό συμβάλλει στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εικόνας για κάθε ξενοδοχείο και βοηθά τους χρήστες να κάνουν ενημερωμένες επιλογές.

Αναλυτικά η Trivago προσφέρει για τους χρήστες της τις εξής δυνατότητες:

1. Σύγκριση Ξενοδοχειακών Τιμών: Η βασική λειτουργία της Trivago είναι να επιτρέπει στους χρήστες να συγκρίνουν τιμές ξενοδοχείων από πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες κρατήσεων.

2. Πληροφορίες για Ξενοδοχεία: Εκτός από τιμές, η Trivago παρέχει εκτενείς πληροφορίες για κάθε ξενοδοχείο, συμπεριλαμβανομένων κριτικών, φωτογραφιών, περιγραφών, και παροχών.
3. Σύγκριση Κριτικών: Η πλατφόρμα επιτρέπει τη σύγκριση κριτικών για τα ξενοδοχεία από διάφορες πηγές. Μπορεί ο κάθε χρήστης να δει τις απόψεις άλλων ταξιδιωτών για το κάθε ξενοδοχείο που τον ενδιαφέρει.
4. Φωτογραφίες Ξενοδοχείων: Η Trivago διαθέτει μια εκτενή βάση δεδομένων φωτογραφιών για τα ξενοδοχεία. Οι χρήστες μπορούν να δουν τις φωτογραφίες των δωματίων, των κοινόχρηστων χώρων, και του περιβάλλοντος γύρω από το κάθε ξενοδοχείο.
5. Φιλτράρισμα Αποτελεσμάτων: Οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιούν φίλτρα για να περιορίσουν τα αποτελέσματα της αναζήτησης με βάση διάφορα κριτήρια, όπως η τιμή, η αξιολόγηση, οι παροχές και άλλα.
6. Επισκόπηση Προορισμών: Η Trivago παρέχει πληροφορίες για διάφορους προορισμούς, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με την τοπική κουζίνα, τα αξιοθέατα και την καλύτερη περίοδο επίσκεψης.
7. Συμβουλές Ταξιδιού: Η ιστοσελίδα παρέχει συμβουλές για ταξίδια σχετικά με διάφορα θέματα, όπως πώς να εξοικονομήσει κανείς χρήματα, πώς να επιλέξει τον καλύτερο προορισμό, πώς να προετοιμαστεί για το ταξίδι και άλλες συμβουλές ταξιδιού.
8. Προφίλ Χρήστη: Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν προσωπικά προφίλ στην Trivago, όπου μπορούν να αποθηκεύσουν τις αγαπημένες τους επιλογές ξενοδοχείων και να παρακολουθούν την εξέλιξη των τιμών.
9. Trivago Hotel Manager: Η Trivago προσφέρει επίσης μια υπηρεσία για τους ξενοδόχους, γνωστή ως "Trivago Hotel Manager." Αυτή η υπηρεσία επιτρέπει στους ξενοδόχους να διαχειρίζονται το προφίλ τους, τις κριτικές, τα σχόλια και τις βαθμολογίες των πελατών τους, με στόχο τη βελτίωση της διαμονής των επισκεπτών τους και την αύξηση των κρατήσεών τους.

Κεφάλαιο 4 : ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ ΧΡΗΣΤΗ

4.1) Αλληλεπίδραση ανθρώπου και υπολογιστή

Η αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή (HCI) αναφέρεται στην διαδικασία και την τέχνη του σχεδιασμού, ανάπτυξης και βελτιστοποίησης των συστημάτων που επιτρέπουν στους ανθρώπους να αλληλεπιδρούν με υπολογιστές ή άλλες τεχνολογίες. Στο πλαίσιο μιας ιστοσελίδας, η αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία μιας ευχάριστης και αποτελεσματικής εμπειρίας χρήσης για τους χρήστες.

Η αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή ξεκίνησε να χρησιμοποιείται στις αρχές της δεκαετίας του '80 και έχει γνωστοποιηθεί επίσης ως Επικοινωνία Ανθρώπου-Υπολογιστή (EAY). Ο σκοπός της είναι να διευκολύνει την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ των χρηστών ενός υπολογιστικού συστήματος και του ίδιου του συστήματος, είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο. Αυτή η αλληλεπίδραση υλοποιείται μέσω του συστήματος διεπαφής χρήστη (user interface).

Με άλλα λόγια, η αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή επιτρέπει στους χρήστες να επικοινωνούν με τον υπολογιστή και τους παρέχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν

τις λειτουργίες και τις υπηρεσίες που τους προσφέρει. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω διάφορων στοιχείων διεπαφής, όπως κουμπιά, μενού, φόρμες και εικονίδια, που επιτρέπουν στους χρήστες να πλοηγούνται και να αλληλεπιδρούν με το σύστημα με άνεση και κατανόηση.

Στην ΕΑΥ, ο όρος "άνθρωπος/χρήστης" αναφέρεται κυρίως σε μια ομάδα χρηστών, με ελάχιστες περιπτώσεις αναφοράς σε έναν μεμονωμένο χρήστη. Αντίστοιχα, ο όρος "υπολογιστής" εκτείνεται σε οποιαδήποτε τεχνολογία υπολογιστών, από γενικής χρήσης υπολογιστές έως εξειδικευμένα συστήματα. (8)

4.2) Επιστημονικοί κλάδοι που εμπλέκονται στην Αλληλεπίδραση Ανθρώπου - Υπολογιστή (ΑΑΥ)

Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η Αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή (ΑΑΥ) είναι ένα πεδίο που συνδυάζει επιστημονικές γνώσεις από διάφορους τομείς, όπως η ψυχολογία, η κοινωνιολογία και η τεχνολογία της πληροφορίας, με σκοπό τη βελτίωση της αλληλεπίδρασης μεταξύ ανθρώπου και υπολογιστή. Παρακάτω, περιγράφουμε πιο εκτεταμένα τις κύριες γνωστικές περιοχές που εμπλέκονται στη μελέτη της ΑΑΥ:

1. Πληροφορική: Εδώ μιλάμε για την επιστήμη που ασχολείται με τις υπολογιστικές συσκευές, το λογισμικό, και την ανάπτυξη τεχνολογίας που επιτρέπει στους ανθρώπους να αλληλεπιδρούν με αυτές.
 2. Γνωστική Ψυχολογία: Σε αυτό το πλαίσιο, μελετάμε τον τρόπο που οι άνθρωποι σκέφτονται και κατανοούν τις πληροφορίες. Παρατηρούμε τη μνήμη, την αντίληψη και την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων.
 3. Κοινωνική Ψυχολογία: Σε αυτήν την περίπτωση, η γνωστική περιοχή παρέχει γνώσεις και μεθοδολογικά εργαλεία για να μελετήσουμε πώς οι άνθρωποι συμπεριφέρονται όταν αλληλεπιδρούν με τεχνολογία, κυρίως σε κοινωνικά πλαίσια και οργανισμούς (π.χ. μεγάλες επιχειρήσεις, δημόσιες υπηρεσίες κλπ.), αλλά και σε μεγάλες ομάδες ανθρώπων.
 4. Εργονομία: Εδώ επικεντρωνόμαστε στον σχεδιασμό συσκευών και εργαλείων που είναι εύχρηστα για τους ανθρώπους. Η περιοχή αυτή μελετά τις συσκευές εισόδου και εξόδου και θέτει τις προϋποθέσεις ευχρηστίας του λογισμικού, προκειμένου να τις κατασκευάσουμε με τρόπο που να εξυπηρετεί τις ανθρώπινες ανάγκες.
 5. Άλλες Επιστήμες: Υπάρχουν και άλλα πεδία, όπως η γλωσσολογία, η φιλοσοφία, και η ανθρωπολογία, που συνδέονται με την επιστήμη της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή.
- Αυτές οι επιστήμες συνεργάζονται για να κατανοήσουν πώς οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν με την τεχνολογία και πώς μπορούμε να βελτιώσουμε την εμπειρία τους.

4.3) Πτυχές αλληλεπίδρασης ανθρώπου και υπολογιστή

Παρακάτω, παρουσιάζονται ορισμένες κεντρικές πτυχές που σχετίζονται με την επίδραση της Αλληλεπίδρασης Ανθρώπου-Υπολογιστή (ΑΑΥ) στην κοινωνία μας και την ανάπτυξη εφαρμογών. Οι πτυχές αυτές περιλαμβάνουν:

- Τεχνολογία Ευχρηστίας: Αυτό αναφέρεται στον τρόπο σχεδιασμού τεχνολογικών προϊόντων ή υπηρεσιών, ώστε να γίνεται εύκολη η χρήση τους από τους ανθρώπους. Ο σκοπός είναι να είναι φιλικά προς τον χρήστη και να μην απαιτούν πολύπλοκες διαδικασίες ή γνώσεις.

- **Τεχνολογία για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες:** Αυτό αφορά τη δημιουργία τεχνολογίας που εξυπηρετεί ανθρώπους που έχουν κάποια φυσική ή νοητική περιορισμένη ικανότητα. Σκοπός είναι να προσφέρει ισότιμη πρόσβαση σε όλους.
- **Εφαρμογές Συνεργασίας:** Εδώ μιλάμε για προγράμματα που βοηθούν ανθρώπους να δουλέψουν μαζί, ακόμα και αν είναι μακριά. Αυτές οι εφαρμογές διευκολύνουν την ομαδική εργασία και την αλληλεπίδραση μέσω του υπολογιστή.
- **Ανθρωποκεντρικός Σχεδιασμός:** Εδώ μιλάμε για τη διαδικασία σχεδιασμού όπου οι ανάγκες και οι προτιμήσεις των ανθρώπων τίθενται στο επίκεντρο. Σημαίνει ότι πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη το πώς οι άνθρωποι θα χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού.

4.4) Αρχές σχεδιασμού επαφής χρήστη (UI)

Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός επαφής χρήστη αφορά στην αφαίρεση όσο τον δυνατόν περισσότερων εμποδίων, σημείων συμφόρησης, εμποδίων και πιθανών αιτίων σύγχυσης από την εμπειρία του χρήστη. Πρωταρχικός στόχος είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου όλοι οι χρήστες δύνανται να βρίσκουν με άνεση την πληροφορία που επιζητούν.

Καθώς κάθε έργο έχει το δικό του σκοπό, ύφος και χαρακτήρα, δεν είναι δυνατό να εφαρμοστούν ακριβώς ίδιες παραδοχές όσον αφορά τον τρόπο υλοποίησής του. Για παράδειγμα, οι ανάγκες μιας κινητής εφαρμογής είναι πολύ διαφορετικές από αυτές μιας ιστοσελίδας παιχνιδιού, και αυτό πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τη διαδικασία σχεδιασμού.

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένοι κοινοί στόχοι κατά τον σχεδιασμό που μπορούν να εφαρμοστούν σε πολλά έργα, περισσότερο ή λιγότερο, ανεξαρτήτως του είδους τους. Αυτοί οι κοινοί στόχοι περιλαμβάνουν την απλότητα στον σχεδιασμό του χώρου εργασίας του χρήστη, την πρόβλεψη και την πρόληψη των αναγκών του, τη δημιουργία αίσθησης ελέγχου από μέρους των χρηστών, τη διατήρηση της μεθοδικότητας και της συνέπειας, την αποφυγή περιττής περιπλοκότητας και την παροχή σαφών ενδείξεων για την πλοήγηση του χρήστη.

Οι αρχές, αυτές, είναι πολύτιμες για τη δημιουργία αποτελεσματικών και χρήσιμων εργαλείων, ανεξαρτήτως του τύπου του έργου που αναπτύσσεται. Αναλυτικότερα, οι κοινοί στόχοι περιλαμβάνουν:

- **Απλός σχεδιασμός του περιβάλλοντος εργασίας του χρήστη:** Ο σχεδιασμός πρέπει να είναι απλός και ευανάγνωστος, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του χρήστη. Η υπερβολική πολυπλοκότητα και ο formalismός μπορεί να επιφέρουν σύγχυση.
- **Πρόβλεψη και πρόληψη:** Η καλή κατανόηση του χρήστη και των αναγκών του είναι κρίσιμη. Ο σχεδιασμός πρέπει να παρέχει όλα τα απαραίτητα εργαλεία και πληροφορίες, λαμβάνοντας υπόψη τις αναγκαίες προδιαγραφές.

- Αίσθημα ελέγχου από πλευράς των χρηστών: Οι χρήστες πρέπει να αισθάνονται ότι έχουν τον πλήρη έλεγχο και την αυτονομία στη χρήση του περιβάλλοντος εργασίας. Δεν πρέπει να νιώθουν ότι είναι υποχρεωμένοι να ακολουθήσουν προκαθορισμένες διαδικασίες.
- Μεθοδικότητα και συνέπεια: Η συνέπεια στον σχεδιασμό είναι καίρια. Αυτή η αρχή εφαρμόζεται εσωτερικά στην εφαρμογή αλλά και σε σχέση με βιομηχανικά πρότυπα. Η συνεπής αντιμετώπιση εξασφαλίζει ότι οι χρήστες δεν θα αντιμετωπίσουν σύγχυση κατά την περιήγησή τους.
- Αποφυγή περιττής περιπλοκότητας: Ο σχεδιασμός πρέπει να είναι απλός και αποτελεσματικός. Οι χρήστες πρέπει να μπορούν να εκτελούν τις απαραίτητες ενέργειες ή να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες με ελάχιστα βήματα.
- Σαφείς ενδείξεις: Η πλοήγηση πρέπει να είναι εύκολη και απρόσκοπτη για τον χρήστη. Οι οπτικές ενδείξεις πρέπει να υποστηρίζουν την πλοήγηση και να παρέχουν κατευθύνσεις, έτσι ώστε οι χρήστες να μπορούν να μετακινούνται στο περιβάλλον εργασίας με άνεση.

4.5) Κοινωνική Διάσταση αλληλεπίδρασης Ανθρώπου - Υπολογιστή

Παλαιότερα, οι υπολογιστές χρησιμοποιούνταν κυρίως για σοβαρές εργασίες, όπως η διαχείριση του κράτους και η επίλυση προβλημάτων υψηλής σημασίας. Οι χρήστες των υπολογιστών ήταν ειδικοί που χρειάστηκε να εκπαιδευτούν για τη χρήση τους και να αντιμετωπίσουν τυχόν προβλήματα που προέκυπταν λόγω της περίπλοκης σχεδίασης. Σήμερα, όμως, οι υπολογιστές είναι αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητάς μας και αλληλεπιδρούμε μαζί τους σε πολλές πτυχές της ζωής μας, πτυχές όπως η επικοινωνία, η ψυχαγωγία, και οι κοινωνικές μας δραστηριότητες. Επομένως, η αλληλεπίδραση με τους υπολογιστές αφορά όλους τους πολίτες και δεν μπορεί να αγνοηθεί. Πρέπει να μελετηθεί προσεκτικά και να ληφθούν υπόψη οι ανάγκες και οι δεξιότητες των χρηστών, καθώς αυτή η αλληλεπίδραση αφορά όλους μας. Είναι σαφές, λοιπόν, ότι η υποχρέωση να σχεδιάζουμε εύχρηστα συστήματα και να γνωρίζουμε τις αρχές της ΑΑΥ αφορά μεγάλο μέρος του λογισμικού και των εφαρμογών που αναπτύσσονται σήμερα. Εκτιμάται, μάλιστα, ότι περίπου το 70% του κώδικα λογισμικού αφορά την αλληλεπίδραση με τον χρήστη. Για να δημιουργήσουμε αποτελεσματικά συστήματα που να παρέχουν μια καλή εμπειρία χρήστη, πρέπει να έχουμε βαθιά κατανόηση της σχετικής γνώσης και να την εφαρμόσουμε στη σχεδίαση και ανάπτυξη των εφαρμογών.

4.5) Ηθική διάσταση αλληλεπίδρασης Ανθρώπου - Υπολογιστή

Η Αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή (ΑΑΥ) αποτελεί έναν τομέα που απαιτεί σοβαρή προσοχή, κυρίως λόγω της ηθικής και νομικής ευθύνης που φέρουν οι μηχανικοί και οι σχεδιαστές. Η ιδιαιτερότητα τους είναι ότι δημιουργούν τεχνολογικά συστήματα και εφαρμογές που άλλοι άνθρωποι πρόκειται να χρησιμοποιήσουν. Για παράδειγμα, μηχανικοί υπολογιστών κατασκευάζουν ψηφιακά συστήματα που ενσωματώνονται στην καθημερινή ζωή.

Αυτή η ευθύνη έχει μία νομική διάσταση, καθώς οι μηχανικοί είναι υπεύθυνοι για τη σωστή σχεδίαση των προϊόντων τους προκειμένου να προστατεύονται η υγεία, η περιουσία και η ζωή των χρηστών. Εντούτοις, υπάρχει και μία ηθική διάσταση της ευθύνης, που δεν έχει συγκεκριμένα όρια. Για παράδειγμα, ένα προϊόν που σχεδιάστηκε με τρόπο που δυσκολεύει τον χρήστη να το χρησιμοποιήσει σωστά. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε λάθη και ατυχήματα που θα πλήξουν τον χρήστη. Σε αυτήν την περίπτωση, ποιος είναι υπεύθυνος για το λάθος; Συνηθίζεται η νομική ευθύνη να αποδίδεται στον χρήστη, καθώς αναμένεται να χρησιμοποιεί το προϊόν σύμφωνα με τις οδηγίες. Ωστόσο, τίθεται και το ερώτημα εάν ο σχεδιαστής μπορεί να φέρει επίσης κάποια ευθύνη για τον κακό σχεδιασμό του προϊόντος.

Συνοψίζοντας, η ευθύνη των μηχανικών και των σχεδιαστών στον τομέα της ΑΑΥ είναι σημαντική και έχει πολλές πτυχές. Ο σχεδιασμός πρέπει να λαμβάνει υπόψη την ασφάλεια και την ευχρηστία των προϊόντων, με στόχο την προστασία των χρηστών αλλά και την αποφυγή ατυχημάτων.

4.6) Μοντέλο NIESEL Norman

Η ανάπτυξη του νοητικού μοντέλου του χρήστη κατά την αλληλεπίδραση με την τεχνολογία, ειδικά σε ένα πλαίσιο στοχοθετημένης δράσης, είναι ένα σημαντικό θέμα στον χώρο του ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού και της ανθρώπινης-υπολογιστικής αλληλεπίδρασης. Κατανοώντας πώς οι χρήστες αντιλαμβάνονται και αλληλεπιδρούν με την τεχνολογία κατά την εκτέλεση συγκεκριμένων εργασιών, μπορούμε να βελτιώσουμε τον σχεδιασμό των εφαρμογών και των εργαλείων για να ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες τους.

Οι "αντιληπτές δυνατότητες" (affordances) είναι ένα σημαντικό στοιχείο σε αυτήν τη διαδικασία. Ο όρος αυτός εισήχθη από τον ψυχολόγο και σχεδιαστή Donald Norman και αναφέρεται στις δυνατότητες που προσφέρουν τα αντικείμενα ή τα εργαλεία για συγκεκριμένες ενέργειες. Στο πλαίσιο της αλληλεπίδρασης με την τεχνολογία, οι αντιληπτές δυνατότητες είναι τα χαρακτηριστικά ενός συστήματος ή ενός εργαλείου που υποδεικνύουν στον χρήστη πώς να το χρησιμοποιήσει.

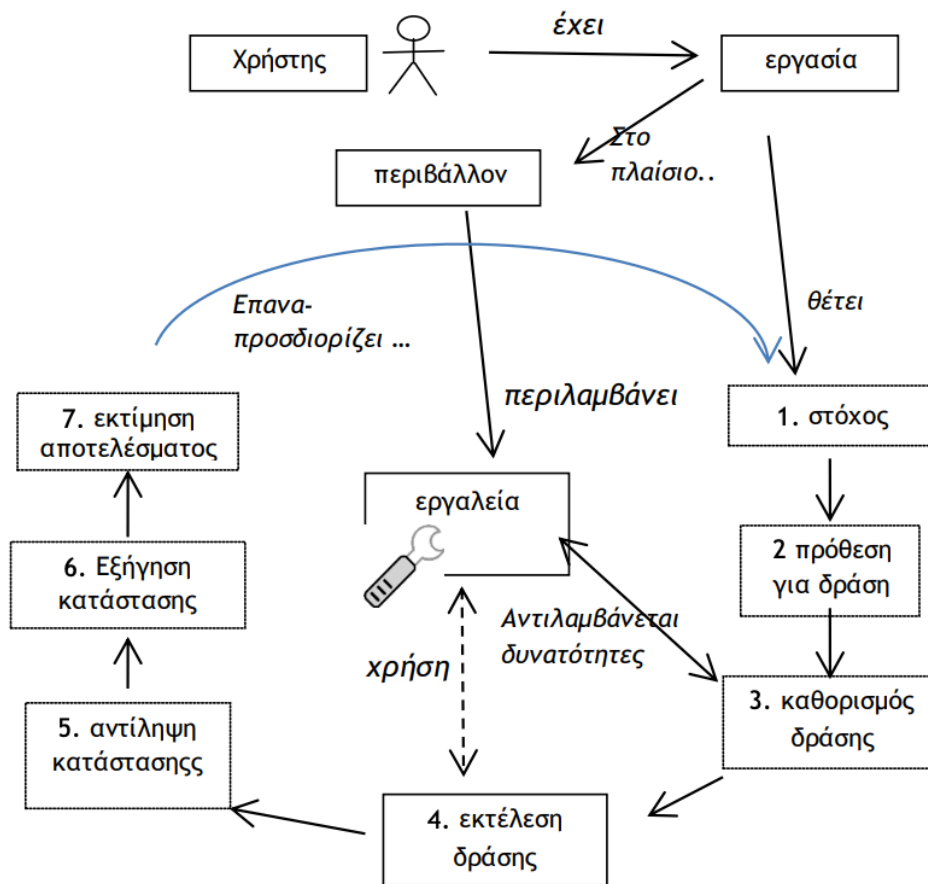
Για παράδειγμα, ένα κουμπί με το κείμενο "Αποθήκευση" σε μια εφαρμογή υπονοεί ότι πρέπει να κάνετε κλικ πάνω του για να αποθηκεύσετε ένα έγγραφο. Οι αντιληπτές δυνατότητες μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να κατανοήσουν πώς να αλληλεπιδρούν με την τεχνολογία, χωρίς την ανάγκη για περαιτέρω εξήγηση.

Ο Δόναλντ Νόρμαν πρότεινε ένα μοντέλο αλληλεπίδρασης μεταξύ του ανθρώπου και της τεχνολογίας, γνωστό ως "μοντέλο των επτά σταδίων." Αυτό το μοντέλο αντιμετωπίζει την αλληλεπίδραση ως ένα διαδικαστικό και εξερευνητικό πεδίο, σε αντίθεση με άλλα μοντέλα που προδιαγράφουν αυστηρά τις ενέργειες του χρήστη.

Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, ο χρήστης δεν είναι απαραίτητα ένας έμπειρος χρήστης με προκαθορισμένες ακολουθίες δράσεων. Αντίθετα, ο χρήστης έχει έναν στόχο και προσπαθεί να τον επιτύχει χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα μέσα. Κατά την εξέλιξη αυτής της αλληλεπίδρασης, ο χρήστης διαμορφώνει την πρόθεσή του, αναλύει τις δυνατότητες των διαθέσιμων εργαλείων, εκτελεί τις ενέργειες, αντιλαμβάνεται την νέα κατάσταση, εξηγεί αυτήν την κατάσταση, και εκτιμά την σχέση της με τον αρχικό στόχο.

Ο κύκλος αυτός επαναλαμβάνεται μέχρις ότου ο χρήστης επιτύχει τον στόχο του. Κατά την διάρκεια αυτής της αλληλεπίδρασης, η κατανόηση των αντιληπτών δυνατοτήτων των εργαλείων παίζει έναν κεντρικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο ο χρήστης διαμορφώνει την πρόθεσή του και επιλέγει τις αντίστοιχες ενέργειες.

Κατά την ανάπτυξη του νοητικού μοντέλου του χρήστη, ο σχεδιασμός των αντιληπτών δυνατοτήτων είναι σημαντικός για να διευκολύνει την αποτελεσματική και αποδοτική αλληλεπίδραση. Αυτό βοηθά στη δημιουργία εργαλείων και εφαρμογών που είναι πιο εύκολα κατανοητά από τον χρήστη, βελτιώνοντας έτσι την γενική εμπειρία χρήσης.



Τα 7 στάδια μοντέλου Νόρμαν

Τα 7 στάδια αλληλεπίδρασης που περιλαμβάνει το μοντέλο του Νόρμαν παρουσιάζονται ως εξής:

Προσδιορισμός του στόχου: Στο αρχικό στάδιο, ο χρήστης καθορίζει τον στόχο του. Αυτό αντιπροσωπεύει την αντίληψή του για τον τρόπο που επιθυμεί να επιτύχει την επιθυμητή ενέργεια με τη χρήση της τεχνολογίας.

Πρόθεση: Σε αυτό το στάδιο, ο χρήστης διατυπώνει την πρόθεσή του για την επίτευξη του στόχου. Αυτή είναι η διατύπωση των βημάτων που πρέπει να ακολουθήσει για να επιτύχει τον στόχο.

Ακολουθία ενεργειών: Σε αυτό το στάδιο, ο χρήστης καθορίζει τη σειρά των ενεργειών που πρέπει να εκτελέσει για να επιτύχει την πρόθεσή του.

Εκτέλεση ενεργειών: Σε αυτό το στάδιο, ο χρήστης πραγματοποιεί τις φυσικές ενέργειες που καθορίστηκαν στο προηγούμενο στάδιο.

Αντίληψη της κατάστασης του συστήματος: Ο χρήστης λαμβάνει την αντίληψη της τρέχουσας κατάστασης του συστήματος μετά την εκτέλεση των ενεργειών.

Ερμηνεία της κατάστασης του συστήματος: Σε αυτό το στάδιο, ο χρήστης χρησιμοποιεί την υπάρχουσα γνώση για να ερμηνεύσει την κατάσταση του συστήματος όπως την αντιλαμβάνεται ο ίδιος.

Αξιολόγηση του αποτελέσματος: Το τελευταίο στάδιο περιλαμβάνει τη σύγκριση της αρχικής πρόθεσης του χρήστη και της αντίληψής του για το αποτέλεσμα της διαδικασίας.

Αυτά τα επτά στάδια επαναλαμβάνονται μέχρι η πρόθεση και ο στόχος να ικανοποιηθούν ή οι χρήστες να αποφασίσουν ότι η πρόθεση και ο στόχος πρέπει να τροποποιηθούν.

Κεφάλαιο 5: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

5.1) Τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν

Για την υλοποίηση του προγράμματος χρησιμοποιήθηκαν διάφορες τεχνολογίες και λογισμικά, τα οποία μας επέτρεψαν να δημιουργήσουμε το αποτέλεσμα που θέλαμε. Παρακάτω θα αναλύσουμε τόσο τα εργαλεία συγγραφής του κώδικα μας, όσο και τις γλώσσες που χρησιμοποιήσαμε

5.1.1) Εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν

1.Atom



Εικόνα 7

Το Atom είναι ένα προηγμένο περιβάλλον επεξεργασίας κειμένου που αναπτύχθηκε από την GitHub. Με την ευελιξία του σε συνδυασμό με πληθώρα plugins, το Atom αποτελεί ιδανική επιλογή για προγραμματιστές και αναπτυσσόμενους λογισμικού. Το χαρακτηριστικό του live preview και η ενσωματωμένη δυνατότητα συνεργασίας καθιστούν το Atom ένα από τα πιο δημοφιλή εργαλεία για τη δημιουργία λογισμικού.

2.Xampp



Εικόνα 8

Το XAMPP είναι μια πανίσχυρη πλατφόρμα που επιτρέπει την εύκολη εγκατάσταση και διαχείριση ενός τοπικού Server για ανάπτυξη ιστοσελίδων και εφαρμογών. Με προεγκατεστημένα εργαλεία όπως Apache, MySQL, PHP και Perl, το XAMPP επιτρέπει στους προγραμματιστές να δοκιμάσουν, να αναπτύξουν και να αποστείλουν διάφορα είδη ιστοσελίδων και εφαρμογών. Είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για την ανάπτυξη σε περιβάλλοντα PHP και MySQL. Όσο αφορά την ετυμολογία του είναι ένα ακρωνύμιο που αναφέρεται στα εξής αρχικά γράμματα:

X (αναφέρεται cross-platform, δηλαδή λογισμικό ανεξαρτήτου πλατφόρμας)

A pache HTTP εξυπηρετητής

M ySQL

P HP

P erl

3.PhpMyAdmin



Το phpMyAdmin είναι ένα δωρεάν εργαλείο διαχείρισης βάσεων δεδομένων MySQL μέσω περιβάλλοντος περιήγησης στον ιστό. Χάρη στην ευανάγνωστη γραφική διεπαφή του, οι χρήστες μπορούν να διαχειριστούν τις βάσεις δεδομένων τους, να δημιουργήσουν, να τροποποιήσουν και να διαγράψουν πίνακες, καθώς και να εκτελέσουν διάφορες SQL εντολές. Είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για Web developers και διαχειριστές βάσεων δεδομένων που χρησιμοποιούν το MySQL. Υποστηρίζει 47 γλώσσες μεταξύ των οποίων και τα Ελληνικά.

4. APACHE



Ο Apache HTTP Server ή πιο απλά Apache είναι ο δημοφιλέστερος και πλέον διαδεδομένος διακομιστής/εξυπηρετητής παγκόσμιου ιστού (web server) και κατέχει τον ρόλο κλειδί στην ανάπτυξη του παγκόσμιου ιστού (www). Χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο HTTP. Αυτό που κάνει τον apache τόσο δημοφιλή είναι το ότι λειτουργεί σε αρκετές πλατφόρμες όπως τα Windows, το Linux, το Unix και το Mac OS X. Επίσης ο Apache υποστηρίζει και αρκετές γλώσσες προγραμματισμού όπως MySQL, PHP, Python κλπ.

5.1.2) Γλώσσες που χρησιμοποιήθηκαν

1.HTML 5



Εικόνα 11

Η HTML είναι το ακρωνύμιο των λέξεων HyperText Markup Language (Γλώσσα Σήμανσης Υπερκειμένου), είναι μία γλώσσα σήμανσης μορφοποίησης υπερκειμένου και είναι η βασική γλώσσα δόμησης ιστοσελίδων στον Παγκόσμιο Ιστό. Τα στοιχεία της είναι τα βασικά δομικά στοιχεία των ιστοσελίδων που σημαίνει ότι γράφεται πρώτα το κείμενο και έπειτα γύρω από τις λέξεις ή από ολόκληρες προτάσεις, προσθέτονται ειδικά σύμβολα ώστε να καθορίζεται η εμφάνισή τους στην οθόνη μας.

Το 1980, ο φυσικός Τιμ Μπέρνερς Λι, που εργαζόταν στο CERN, δημιούργησε το σύστημα "ENQUIRE," ένα σύστημα χρήσης και διαμοιρασμού εγγράφων για τους ερευνητές του CERN, κατασκευάζοντας ακόμα και ένα πρωτότυπο του. Αργότερα, το 1989, πρότεινε ένα σύστημα βασισμένο στο διαδίκτυο, το οποίο θα χρησιμοποιούσε υπερκείμενο. Αυτή η πρόταση οδήγησε στην ανάπτυξη της HTML, καθώς και στην δημιουργία ενός προγράμματος περιήγησης (browser) και ενός λογισμικού εξυπηρετητή (server) προς τα τέλη του 1990.

Κατά τη διάρκεια του ίδιου έτους, ο Μπέρνερς Λι και ο μηχανικός συστημάτων πληροφορικής του CERN, Robert Cailliau, ένωσαν τις δυνάμεις τους για να αναζητήσουν χρηματοδότηση για το έργο. Παρόλο που το έργο δεν υιοθετήθηκε ποτέ επίσημα από το CERN, αυτό που δημιουργήθηκε στο CERN αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη του παγκόσμιου Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web).

Σήμερα, χρησιμοποιούμε την έκδοση HTML5. Η HTML5 είναι μια γλώσσα σήμανσης για τον Παγκόσμιο Ιστό. Η ομάδα (WHATWG) άρχισε να εργάζεται σε αυτή την έκδοση τον Ιούνιο του 2004 με το όνομα Web Applications 1.0. Το Φεβρουάριο του 2010 το πρότυπο ήταν ακόμη σε κατάσταση "Last Call" στο WHATWG.

Οι συντάκτες της HTML5 είναι ο Ίαν Χίκσον της εταιρίας Google και ο Ντέιβ Χιάτ της εταιρίας Apple.

Η HTML5 εισήγαγε πολλά νέα χαρακτηριστικά και βελτιώσεις στη γλώσσα HTML. Ορισμένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά της HTML5, που έχουν συμβάλει στην εξέλιξη της διαδικτυακής ανάπτυξης και την καλύτερη εμπειρία των χρηστών, περιλαμβάνουν:

1. Νέες ετικέτες:

Εισήγαγε νέες ετικέτες HTML5 όπως `<header>`, `<nav>`, `<article>`, `<footer>`, κ.λπ., που βοηθούν στη σωστή σημασιολογία των δομών στη σελίδα.

2. Βίντεο και Ήχο: Η HTML5 προσφέρει το `<video>` και το `<audio>` στοιχείο, επιτρέποντας την αναπαραγωγή βίντεο και ήχου χωρίς την ανάγκη για πρόσθετα plugins, όπως το Flash.

3. Ενσωμάτωση γραφικών: Το ``<canvas>`` είναι ένα στοιχείο που επιτρέπει την δημιουργία γραφικών και animation απευθείας μέσα στη σελίδα, χωρίς τη χρήση πρόσθετων προγραμμάτων.
4. Υποστήριξη για το Local Storage: Η HTML5 προσφέρει τη δυνατότητα αποθήκευσης δεδομένων στον τοπικό υπολογιστή του χρήστη μέσω του ``localStorage``, επιτρέποντας τη διατήρηση πληροφοριών μεταξύ συνόδων περιήγησης.
5. Ενσωματωμένη Γεωγραφική Τοποθεσία: Η HTML5 επιτρέπει την πρόσβαση στις γεωγραφικές τοποθεσίες του χρήστη μέσω του στοιχείου ``Geolocation``.
6. Υποστήριξη για Mobile συσκευές: Η HTML5 σχεδιάστηκε με γνώμονα την υποστήριξη στις κινητές συσκευές και περιλαμβάνει στοιχεία και τεχνολογίες που είναι σχεδιασμένα να λειτουργούν καλά σε μικρές οθόνες αφής και σε περιβάλλοντα χρήσης με χειρισμό αφής.
7. Ασύγχρονο Περιεχόμενο: Η HTML5 επιτρέπει την ασύγχρονη φόρτωση περιεχομένου χρησιμοποιώντας το στοιχείο `<script>`, με τη χρήση JavaScript. Αυτό είναι γνωστό και ως "ασύγχρονο JavaScript" ή "AJAX" (Asynchronous JavaScript and XML).
8. Ενσωμάτωση των Συνόλων Χαρακτηριστικών (Feature Detection): Η HTML5 προτείνει τη χρήση των συνόλων χαρακτηριστικών (feature detection) για τον έλεγχο της διαθεσιμότητας χαρακτηριστικών πριν τη χρήση τους, προσφέροντας πιο σταθερό και συμβατό κώδικα.

2. CSS3



Εικόνα 12

Η γλώσσα CSS (Cascading Style Sheets) είναι μια γλώσσα υπολογιστή που χρησιμοποιείται για τον σχεδιασμό και τη μορφοποίηση της εμφάνισης ιστοσελίδων ή εφαρμογών στον παγκόσμιο ιστό. Στόχος της CSS είναι να δώσει στους προγραμματιστές και στους σχεδιαστές τη δυνατότητα να περιγράψουν πώς θα πρέπει να φαίνονται τα στοιχεία ενός ιστοτόπου ή μιας εφαρμογής και είναι απαραίτητη όταν θέλουμε να δημιουργήσουμε μια όμορφη και καλά σχεδιασμένη ιστοσελίδα. Η γλώσσα αυτή επιτρέπει την διαμόρφωση των χαρακτηριστικών της

σελίδας, όπως τα χρώματα, η στοίχιση και πολλά άλλα, ενώ παρέχει επίσης πολλές περισσότερες δυνατότητες σε σύγκριση με την HTML.

Ένα ακόμα πλεονέκτημα της χρήσης CSS στις σελίδες είναι η διατήρηση ενός "καθαρού" κώδικα, χωρίς πολλές ιδιότητες στις ετικέτες που μπορούν να τον καταστήσουν δυσανάγνωστο. Επιπλέον, βοηθά στην γρηγορότερη πλοήγηση, καθώς το αρχείο με τους στυλ διαβάζεται από τον browser μόνο μια φορά και έπειτα αποθηκεύεται στην cache μνήμη, μειώνοντας έτσι το μέγεθος των πληροφοριών που πρέπει να ληφθούν από τον browser.

Η CSS3 αντιπροσωπεύει την πιο πρόσφατη εξέλιξη της γλώσσας CSS. Αυτή η έκδοση εισάγει πολλά νέα χαρακτηριστικά και δυνατότητες μορφοποίησης που πριν απαιτούσαν συνήθως τη χρήση JavaScript ή άλλων προγραμματιστικών γλωσσών. Ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματά της είναι η δυνατότητα δημιουργίας αποκρινόμενων ιστοσελίδων. Αυτές οι ιστοσελίδες προσαρμόζονται αυτόματα σε διάφορα περιβάλλοντα χρήσης με τη δημιουργία ενός μόνο κώδικα για όλες τις πλατφόρμες. Αυτό μειώνει σημαντικά τον χρόνο ανάπτυξης και παράγει καθαρότερο και πιο αποτελεσματικό κώδικα. Επιπλέον, η CSS3 μας επιτρέπει τη δημιουργία προχωρημένων γραφικών 3D που πριν από αυτήν την έκδοση είχαν ανάγκη από εικόνες. Επίσης, δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να εφαρμόσουν διάφορα εφέ που κάνουν την πλοήγηση στην ιστοσελίδα πιο ευχάριστη για τους χρήστες.

3. JavaScript



Εικόνα 13

Η JavaScript είναι μια δημοφιλής γλώσσα προγραμματισμού που χρησιμοποιείται κυρίως για την ανάπτυξη δυναμικών και αλληλεπιδραστικών ιστοσελίδων. Η γλώσσα αυτή εκτελείται στον περιηγητή του χρήστη και επιτρέπει την αλλαγή του περιεχομένου και της συμπεριφοράς της ιστοσελίδας χωρίς την ανάγκη για επαναφόρτιση της σελίδας.

Η JavaScript έχει επηρεαστεί από τη γλώσσα προγραμματισμού Java στην ονοματολογία και τη σύνταξη, αλλά οι δύο αυτές γλώσσες δεν σχετίζονται μεταξύ τους και έχουν διαφορετική σημασιολογία.

Οι βασικές αρχές σχεδιασμού της JavaScript προέρχονται από άλλες γλώσσες προγραμματισμού όπως το Self και το Scheme. Η JavaScript είναι μια πολυδιάστατη γλώσσα προγραμματισμού, υποστηρίζοντας τον αντικειμενοστραφή, τον προστακτικό και τον συναρτησιακό στυλ προγραμματισμού.

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της JavaScript είναι η δυνατότητα της να αλληλοεπιδρά με τον χρήστη, να επεξεργάζεται δεδομένα και να τροποποιεί την δομή της σελίδας δυναμικά. Επιπλέον, η JavaScript είναι ευέλικτη και χρησιμοποιείται και σε εφαρμογές εκτός ιστοσελίδων — τέτοια παραδείγματα είναι τα έγγραφα PDF, οι

εξειδικευμένοι φυλλομετρητές (sitespecific browsers) και οι μικρές εφαρμογές της επιφάνειας εργασίας (desktop widgets). Επιπλέον, χρησιμοποιείται ευρέως σε διάφορες τεχνολογίες ανάπτυξης ιστού, όπως React, Angular και Node.js, καθιστώντας την μια από τις πιο σημαντικές γλώσσες για την ανάπτυξη εφαρμογών Ιστού στην πλευρά του διακομιστή (server-side)

4. PHP



Εικόνα 14

Η PHP (Hypertext Preprocessor, ελλ. Προεπεξεργαστής Υπερκειμένου) είναι μια πολύ δημοφιλής γλώσσα προγραμματισμού που σχεδιάστηκε για τη δημιουργία και ανάπτυξη δυναμικών διαδικτυακών εφαρμογών και ιστοσελίδων.

Είναι μια server-side scripting γλώσσα (εκτελείται στον διακομιστή) που γράφεται συνήθως πλαισιωμένη από HTML, για μορφοποίηση των αποτελεσμάτων. Αντίθετα από μια συνηθισμένη HTML σελίδα, η σελίδα PHP δεν στέλνεται άμεσα σε έναν πελάτη (client), αντ' αυτού πρώτα αναλύεται και μετά αποστέλλεται το παραγόμενο αποτέλεσμα.

Τα στοιχεία HTML στον πηγαίο κώδικα μένουν ως έχουν, αλλά ο PHP κώδικας ερμηνεύεται και εκτελείται.

Η PHP προσφέρει πληθώρα δυνατοτήτων όπως δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων, αλληλεπίδραση με βάσεις δεδομένων, διαχείριση φορμών, δημιουργία δυναμικού περιεχομένου που προσαρμόζεται στις ανάγκες του χρήστη, διαχείριση αρχείων, αυτοματισμό εργασιών και την προστασία των δεδομένων, καθώς και τη διασφάλιση της ακεραιότητας του συστήματος. Επίσης, η PHP είναι ιδιαίτερα δημοφιλής για τη δημιουργία εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης και άλλων πολύπλοκων διαδικτυακών υπηρεσιών.

Πλεονεκτήματα:

- Μπορεί να τρέξει σε διαφορετικές πλατφόρμες (Windows, Linux, Unix, κλπ.)
- Είναι συμβατή με του περισσότερους διακομιστές (Apache, IIS, κλπ.)
- Είναι δωρεάν και ανοικτού κώδικα.
- Είναι εύκολη ως γλώσσα για να τη μάθει κάποιος και πολύ αποδοτική.
- Διαθέτει μεγάλο αριθμό βιβλιοθηκών που της δίνει πολλές δυνατότητες.

(17)

Η ιστορία της PHP ξεκινά το 1994, όταν ένας φοιτητής δημιούργησε ένα απλό σενάριο με τη χρήση της γλώσσας προγραμματισμού Perl, το οποίο ονομάστηκε "php.cgi" και αρχικά χρησιμοποιήθηκε για προσωπική χρήση. Ο σκοπός αυτού του σεναρίου ήταν να καταγράφει στατιστικά στοιχεία για τους επισκέπτες που είδαν το βιογραφικό του διαδικτυακό προφίλ.

Αργότερα, αυτό το σενάριο άρχισε να διανέμεται σε φίλους του, οι οποίοι ζήτησαν να προστεθούν περισσότερες λειτουργίες. Αρχικά, η γλώσσα ονομαζόταν "PHP/FI," προερχόμενη από τα αρχικά "Personal Home Page/Form Interpreter." Το 1998,

κυκλοφόρησε η έκδοση 4 της PHP, και τον Ιούλιο του 2004 παρουσιάστηκε η έκδοση 5. Επιπλέον, υπήρξαν πρόωρες δοκιμαστικές εκδόσεις της ανερχόμενης PHP 6, ενώ οι περισσότεροι ιστότοποι επί του παρόντος χρησιμοποιούν κυρίως τις εκδόσεις 5, 6 και 7 της PHP.(18)

5. MySQL



Εικόνα 15

Η MySQL είναι μια δημοφιλής σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων (DBMS) που χρησιμοποιείται ευρέως στον χώρο της ανάπτυξης λογισμικού και των ιστοσελίδων.

Η MySQL έχει επιτύχει εντυπωσιακή αποδοχή και χρήση στον χώρο των βάσεων δεδομένων, με πάνω από 11 εκατομμύρια εγκαταστάσεις. Δημιουργήθηκε από τη MySQL AB, μια κερδοσκοπική εταιρία από τη Σουηδία, και αργότερα εξαγοράστηκε από την Oracle Corporation.

Η MySQL χρησιμοποιεί τη γλώσσα SQL (Structured Query Language) για τη διαχείριση των δεδομένων της. Το πρότυπο της γλώσσας SQL αναπτύχθηκε ανεξάρτητα από τις υλοποιήσεις των διαχειριστικών συστημάτων βάσεων δεδομένων (MySQL, PostgreSQL, Oracle και πολλών άλλων).

Κάθε υλοποίηση ενός διαχειριστικού συστήματος βάσεων δεδομένων μπορεί να διαφέρει με κάποιο άλλο παρέχοντας επιπλέον δυνατότητες και βελτιωμένα χαρακτηριστικά. Η MySQL παρέχει επίσης έναν εξυπηρετητή για τη διαχείριση πολλών χρηστών και βάσεων δεδομένων.

Προσφέρει αξιόπιστη αποθήκευση και ανάκτηση δεδομένων, υποστηρίζοντας τη διαχείριση τους με διάφορες γλώσσες προγραμματισμού. Με την ευελιξία και την αποδοτικότητά της, η MySQL αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ανάπτυξης λογισμικού.

Επιπλέον, η MySQL προσφέρει αξιόπιστες λύσεις για τη διαχείριση μεγάλων όγκων δεδομένων, καθιστώντας την επιλογή προτίμησης για επιχειρήσεις και οργανισμούς που απαιτούν αποτελεσματική αποθήκευση και ανάκτηση πληροφοριών.

Η MySQL είναι δημοφιλής βάση δεδομένων για διαδικτυακά προγράμματα και ιστοσελίδες και χρησιμοποιείται σε κάποιες από τις πιο διαδεδομένες 46 διαδικτυακές υπηρεσίες όπως το Youtube, την Wikipedia, το Google, το Facebook κ.ά.

(19)

Κεφάλαιο 6 : ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

6.1) Καταγραφή λειτουργιών εφαρμογής

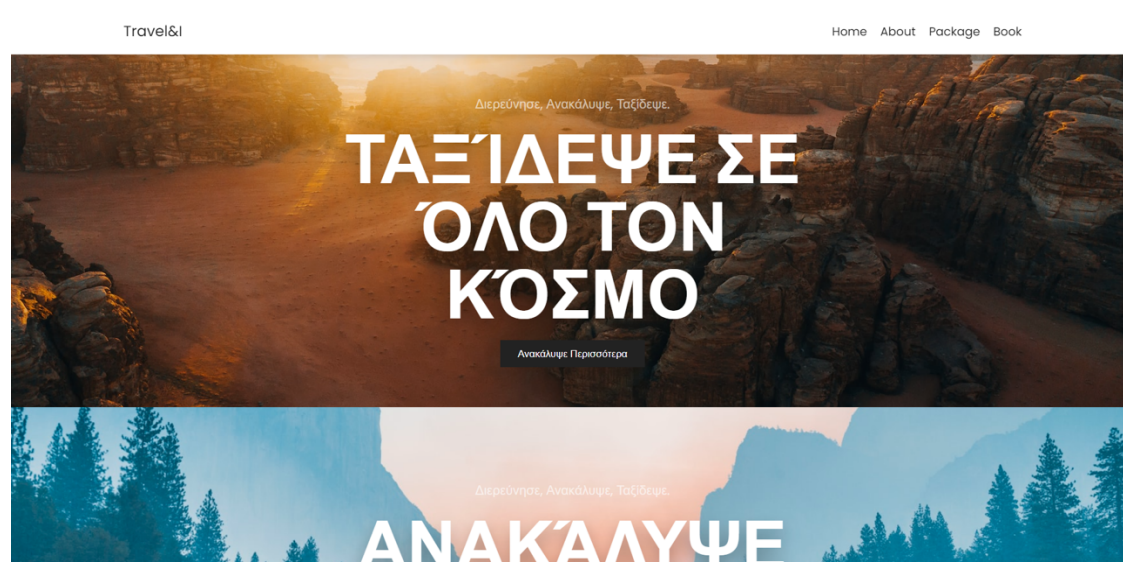
Η ιστοσελίδα που έχουμε φτιάξει, περιλαμβάνει σε γενικές γραμμές τις εξής λειτουργίες.

- Αναζήτηση υπηρεσιών: Παρέχεται δυνατότητα σε κάθε χρήστη να αναζητήσει τις υπηρεσίες μας, καθώς ολόκληρο το site αποτελεί μία διαφήμιση του γραφείου μας και των πακέτων διακοπών που παρέχουμε (12+ πακέτα).
- Αναζήτηση πληροφοριών και επικοινωνία: Ο χρήστης μπορεί να μάθει περισσότερα πράγματα για εμάς πατώντας στην αντίστοιχη περιοχή “About us”, καθώς και να επικοινωνήσει μαζί μας σε κάποιο από τα social media, τα οποία αναγράφονται όλα στο κάτω μέρος της κάθε σελίδας
- Κράτηση πακέτου διακοπών: Ο χρήστης μπορεί να κλείσει κάποιο πακέτο διακοπών μέσω web φόρμας, παρέχοντας στοιχεία όπως όνομα, διεύθυνση επικοινωνίας, e-mail κτλ. Τα στοιχεία που παρέχουν οι χρήστες αποθηκεύονται στη βάση δεδομένων που έχουμε δημιουργήσει.

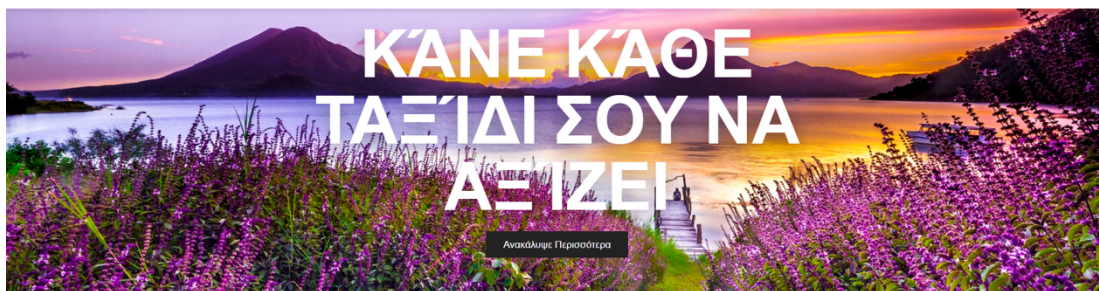
6.2) Γενική παρουσίαση προγράμματος

Αρχική σελίδα: Home

Η Αρχική σελίδα έχει σκοπό να δείξει με μία γενική εικόνα τον πραγματικό σκοπό της εφαρμογής αυτής, αλλά και το ποιο είναι το προϊόν του γραφείου. Όταν ο χρήστης εισέρχεται για πρώτη φορά στην εφαρμογή, αντικρίζει τα εξής:



Εικόνα 16



ΔΟΚΙΜΑΣΕ ΝΕΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ



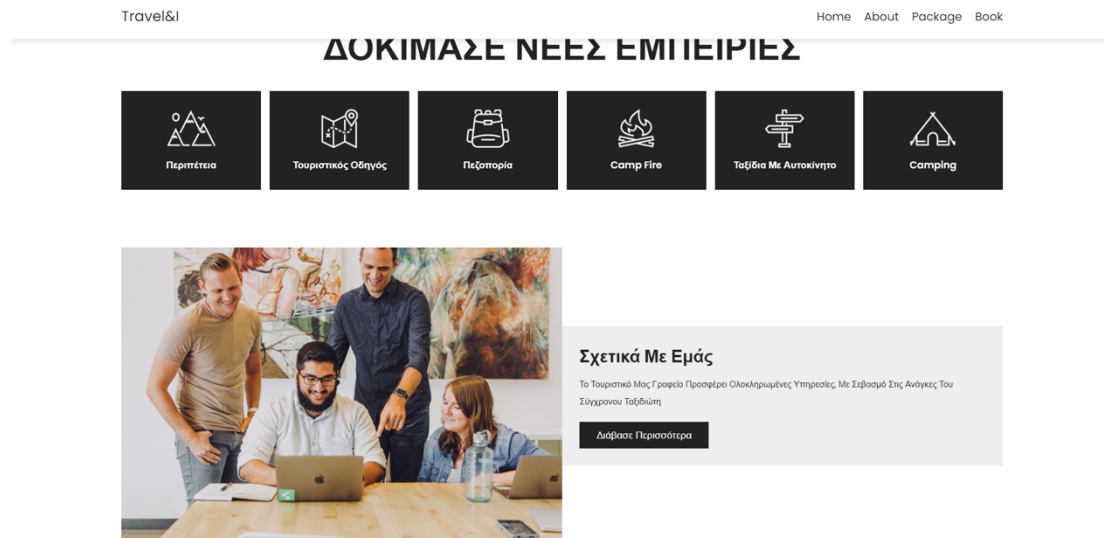
Εικόνα 17

Στο πάνω μέρος της εικόνας 6 αλλά και της εικόνας 7, φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής. Στη συνέχεια βλέπουμε 3 όμορφες φωτογραφίες, οι οποίες περιέχουν η κάθε μία μέσα ένα ενθαρρυντικό μήνυμα το οποίο παροτρύνει τον χρήστη να συνεχίσει να πλοηγείται μέσα στην εφαρμογή μας για να ανακαλύψει όλα όσα έχουμε να του δείξουμε και όλα όσα έχουμε να προσφέρουμε. Κάθε μία από τις 3 φωτογραφίες, το πρώτο σύνθημα που περιέχουν, είναι το εξής: “Διερεύνησε, Ανακάλυψε, Ταξίδεψε.” Το σύνθημα αυτό θέλουμε να δώσει ώθηση στον χρήστη να ανακαλύψει τι του αρέσει μέσω της πλοήγησής του στην εφαρμογή.

Ωστόσο μετά από αυτό το σλόγκαν, κάθε μία από τις 3 φωτογραφίες, αναγράφει κάτι διαφορετικό:

1. Η πρώτη φωτογραφία αναγράφει μέσα της “ΤΑΞΙΔΕΨΕ ΣΕ ΌΛΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ” και ακριβώς από κάτω της, βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο αναγράφει “Ανακάλυψε περισσότερα”. Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “PACKAGES” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.
2. Η δεύτερη φωτογραφία αναγράφει μέσα της “ΑΝΑΚΑΛΥΨΕ ΝΕΑ ΜΕΡΗ” και ακριβώς από κάτω της, βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο αναγράφει “Ανακάλυψε περισσότερα”. Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “PACKAGES” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.
3. Η τρίτη φωτογραφία αναγράφει μέσα της “ΚΑΝΕ ΚΑΘΕ ΤΑΞΙΔΙ ΣΟΥ ΝΑ ΑΞΙΖΕΙ” και ακριβώς από κάτω της, βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο αναγράφει “Ανακάλυψε περισσότερα”. Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “PACKAGES” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

Ακριβώς από κάτω, βρίσκεται ένα πλαίσιο με λίγες πληροφορίες για το γραφείο μας. Σκοπός του συγκεκριμένου τομέα είναι να δείξουμε με μία μικρή πρόταση ποιои είμαστε, έτσι ώστε σε περίπτωση που ο χρήστης θελήσει να μάθει περισσότερα πράγματα για εμάς, να πατήσει το κουμπί “Διάβασε Περισσότερα” και να μεταβεί στην αντίστοιχη σελίδα με τις πληροφορίες μας.



Εικόνα 18

Στο πάνω μέρος της εικόνας 8 , φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής.

Στη συνέχεια βλέπουμε έναν τίτλο ο οποίος αναγράφει το εξής:

“ΔΟΚΙΜΑΣΕ ΝΕΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ”

Όπου αναγράφοντας αυτό, θέλουμε να παροτρύνουμε τον χρήστη να εξερευνήσει νέα μονοπάτια, και να ανακαλύψει τι πραγματικά του αρέσει να κάνει στα ταξίδια του, αποκτώντας εμπειρίες μέσα από αυτά.

Για να τον βοηθήσουμε να αποκτήσει τις νέες αυτές εμπειρίες, έχουμε δημιουργήσει μία λίστα με κάποιες από τις δραστηριότητες που μπορεί ένας ταξιδιώτης να κάνει σε κάποιο από τα ταξίδια του.

Συγκεκριμένα έχουμε γράψει μία λίστα με τα εξής:

1. Περιπέτεια

Κάθε ταξίδι σε νέο μέρος όπου ο χρήστης δεν έχει ακόμα επισκεφτεί, είναι μία καινούρια περιπέτεια και μία καινούρια εμπειρία που περιμένει τον ταξιδιώτη να την ανακαλύψει.

2. Τουριστικός οδηγός

Όταν ο χρήστης επισκέπτεται ένα καινούριο μέρος, τις περισσότερες φορές δεν γνωρίζει τι ακριβώς πρέπει να κάνει και ποια μέρη πρέπει να επισκεφτεί. Για αυτόν ακριβώς τον λόγο, έχουμε φροντίσει σαν τουριστικό γραφείο να παρέχουμε την υπηρεσία του τουριστικού οδηγού,

ο οποίος θα βοηθήσει όλους τους ταξιδιώτες που θα επιλέξουν το γραφείο μας, να ζήσουν στο έπακρο όλες τις εμπειρίες του ταξιδιού τους.

3. Πεζοπορία

Η πεζοπορία στους δρόμους της κάθε περιοχής, αλλά και η πεζοπορία εκτός δρόμων μία περιοχής, αποτελεί μία εμπειρία όπου κάθε σωστός ταξιδιώτης πρέπει να ζήσει ώστε να ανακαλύψει επαρκώς όλους τους κρυμμένους “θησαυρούς” όπου το μέρος το οποίο έχει ταξιδέψει έχει να του προσφέρει.

4. Camp Fire

Η φωτιά ενός Κάμπινγκ, είναι μία εμπειρία όπου αν κάποιος δεν την έχει ζήσει, τότε σίγουρα θα πρέπει να το βάλει στο πρόγραμμά του να το ζήσει κάποια στιγμή στο μέλλον. Είναι κάτι τόσο μαγευτικό και μοναδικό, που δεν είναι δυνατόν να περιγραφτεί επαρκώς με λόγια.

5. Ταξίδια με αυτοκίνητο

Τα ταξίδια με αυτοκίνητο, αποτελούν τον ιδανικό τρόπο, για τους ταξιδιώτες που δεν επιθυμούν να περπατούν πολύ, να ανακαλύψουν την πόλη την οποία επισκέφτηκαν αλλά και να δουν από κοντά τα αξιοθέατα που έχει εκείνη η πόλη να τους προσφέρει από την άνεση του αμαξιού τους.

Ιδανική επιλογή για οικογένειες με μικρά παιδιά!

6. Camping

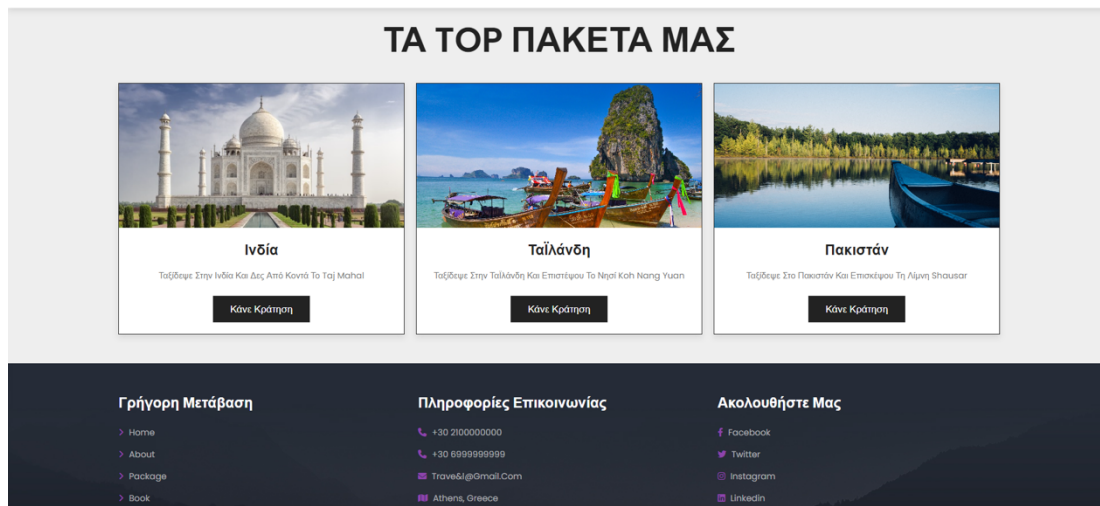
Το κάμπινγκ αποτελεί μία εναλλακτική επιλογή ταξιδιού, αλλά και μία εμπειρία την οποία σίγουρα σίγουρα όλοι οι άνθρωποι πρέπει να τη ζήσουν τουλάχιστον μία φορά στη ζωή τους. Όποιος το έχει ζήσει, δύσκολα δεν το ξανά-επιλέγει κάποια στιγμή στη ζωή του

Κάτω από τις εμπειρίες που μπορούν οι χρήστες να ζήσουν κλείνοντας κάποιο ταξίδι μέσω του γραφείου μας, έχουμε ένα μικρό κομμάτι το οποίο αναγράφει κάποιες σύντομες πληροφορίες για εμάς.

Αν ο χρήστης θελήσει να μας γνωρίσει καλύτερα, τότε αρκεί να κάνει κλικ στην επιλογή “Διάβασε Περισσότερα” η οποία βρίσκεται ακριβώς κάτω από την μικρή πρόταση η οποία αναγράφει σύντομες πληροφορίες για εμάς.

Πατώντας το κουμπί που αναγράφει “Διάβασε Περισσότερα” ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “About us” την οποία θα αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια

Κατεβαίνοντας λίγο ακόμα, βρίσκουμε στην αρχική σελίδα ένα μικρό υποσύνολο της σελίδας παρουσίασης των πακέτων του γραφείου μας που περιλαμβάνει τα πιο δημοφιλή πακέτα. Εδώ ο χρήστης πατώντας την επιλογή “Κάνε κράτηση” μπορεί να πλοηγηθεί στην αντίστοιχη σελίδα για να κάνει την κράτησή του .



Εικόνα 19

Στο πάνω μέρος της εικόνας 9 , φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής.

Στη συνέχεια βλέπουμε έναν τίτλο ο οποίος αναγράφει το εξής:

“ΤΑ TOP ΠΑΚΕΤΑ ΜΑΣ”

Όπου αναγράφοντας αυτό, θέλουμε να δείξουμε στον χρήστη πως το κομμάτι που ακολουθεί θα δείξει στον χρήστη κάποια από τα πακέτα μας

Κάτω από τον τίτλο βρίσκονται 3 από τα πακέτα που το γραφείο μας έχει να προσφέρει:

1. Ινδία

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ινδία η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή. Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια

2. Ταϊλάνδη

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ταϊλάνδη η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε

περισσότερο στην συνέχεια.

3. Πακιστάν

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από το Πακιστάν η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση”. Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

Τέλος στο κάτω μέρος βρίσκει τρεις στήλες με έξτρα πληροφορίες για την ιστοσελίδα μας καθώς και κάποια επιπλέον Links για γρήγορη πρόσβαση στις υπηρεσίες μας.

Στην αριστερή στήλη ο χρήστης βρίσκει:

1. Link το οποίο κατευθύνει τον χρήστη στην σελίδα “Home”
2. Link το οποίο κατευθύνει τον χρήστη στην σελίδα “About”
3. Link το οποίο κατευθύνει τον χρήστη στην σελίδα “Package”
4. Link το οποίο κατευθύνει τον χρήστη στην σελίδα “Book”

Στην μεσαία στήλη ο χρήστης βρίσκει:

- Το 1ο Τηλέφωνο επικοινωνίας
- Το 2ο Τηλέφωνο επικοινωνίας
- Το email του τουριστικού μας γραφείου
- Την περιοχή στην οποία στεγάζεται το τουριστικό μας γραφείο.

Στην δεξιά στήλη ο χρήστης βρίσκει:

- Το Facebook της σελίδας μας
- Το Twitter της σελίδας μας
- Το Instagram της σελίδας μας
- Το LinkedIn της σελίδας μας

Συμπερασματικά, η αρχική σελίδα ξεκινάει παρουσιάζοντας τον ταξιδιωτικό μας γραφείο και δείχνοντας στον καταναλωτή ποιες επιλογές έχει, και όσο ο χρήστης κατευθύνεται περισσότερο προς τα κάτω βρίσκει υποσύνολα από τις υπόλοιπες σελίδες της εφαρμογής, όπου πατώντας στα κατάλληλα κουμπιά, μεταβαίνει σε εκείνες τις σελίδες για να δει περισσότερα προϊόντα, περισσότερες πληροφορίες, ή για να κλείσει κάποιο πακέτο.

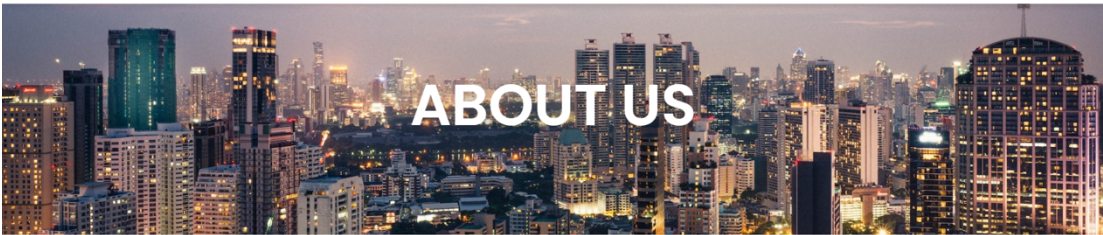
Τέλος στο κάτω μέρος βρίσκει κάποιες έξτρα πληροφορίες για την ιστοσελίδα μας καθώς και κάποια επιπλέον Links για γρήγορη πρόσβαση στις υπηρεσίες μας.


Με λίγα λόγια η αρχική σελίδα ξεκινάει παρουσιάζοντας τον ταξιδιωτικό μας γραφείο και δείχνοντας στον καταναλωτή ποιες επιλογές έχει, και όσο ο χρήστης κατευθύνεται περισσότερο προς τα κάτω βρίσκει υποσύνολα από τις υπόλοιπες σελίδες της εφαρμογής, όπου πατώντας στα κατάλληλα κουμπιά, μεταβαίνει σε εκείνες

Ενότητα About

Όταν ο χρήστης κατευθυνθεί στην επιλογή “About” αντικρίζει τα εξής:

Travel&I
Home About Package Book





Τι Προσφέρουμε:

Το Τουριστικό Μας Γραφείο Προσφέρει Ολοκληρωμένες Υπηρεσίες Με Σεβασμό Στις Ανάγκες Του Σύγχρονου Ταξιδιώτη

Το Τουριστικό Μας Γραφείο Κατέχει Πλέον Μια Από Τις Κορυφαίες Θέσεις Στην Ελληνική Αγορά. Έχοντας Εξασφαλίσει Ένα Σημαντικό Μέρηλο Στην Εξυπηρέτηση Ελλήνων Ταξιδιωτών Και Καλύπτοντας Ένα Μεγάλο Εύρος Υπηρεσιών, Όπως:

- Ταξίδια Στην Ευρώπη
- Ταξίδια Στην Ελλάδα
- Εξωτικά Ταξίδια
- Κρουαζιέρες
- Επαγγελματικά Ταξίδια

Εικόνα 20



Τι Προσφέρουμε:

Το Τουριστικό Μας Γραφείο Προσφέρει Ολοκληρωμένες Υπηρεσίες Με Στερεότυπο Στις Ανάγκες Του Σύγχρονου Ταξιδιώτη

Το Τουριστικό Μας Γραφείο Κατέχει Πλάιν Μπα Από Τις Κορυφαίες Θέσεις Στην Ελληνική Αγορά Έχοντας Εξασφαλίσει Ένα Σημαντικό Μερικό Στην Εξυπηρέτηση Ελλήνων Ταξιδιωτών Και Καλύπτοντας Ένα Μεγάλο Εύρος Υπηρεσιών, Όπως:

Ταξίδια Στην Ευρώπη
Ταξίδια Στην Ελλάδα
Εξωτικά Ταξίδια
Κρουαζιέρες
Επαγγελματικά Ταξίδια



Τop Προορισμοί



Προσέτι Τιμές



24/7 Οδηγός Ταξιδιωτών




Εικόνα 21

Στο πάνω μέρος της εικόνας 10 αλλά και της εικόνας 11, φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής. Στη συνέχεια βλέπουμε στο πάνω μέρος της εικόνας 10 με μεγάλα γράμματα παάνω σε μία εικόνα το όνομα της σελίδας που ο χρήστης επέλεξε. Δηλαδή το όνομα “About”.

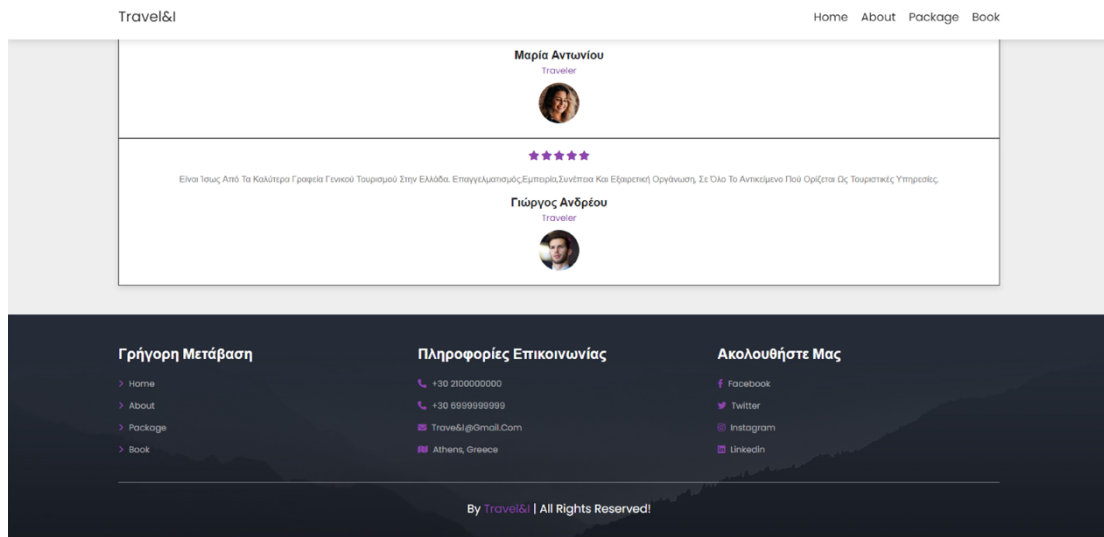
Έπειτα μπορεί κανείς να διαβάσει περισσότερες πληροφορίες για το γραφείο μας, όπως φαίνεται στην φωτογραφία 10, καθώς και τις υπηρεσίες που παρέχουμε, όπως φαίνεται στην εικόνα 11.

Κάτω από τις πληροφορίες για εμάς αναγράφονται κάποιες από τις κριτικές των πελατών μας μαζί με τις αξιολογήσεις τους:

ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

<p>Επίσκεψη Σε Μια Πόλη Με Μεγάλη Ιστορία. Είδαμε Όλα Τα Αξιοθέατα Της Πόλης Και Απολαύσαμε Τοπικές Γεύσεις, Άριστη Οργάνωση Εκ Μέρους Του Γραφείου, Σωστή Καθοδήγηση Και Συνέχεια Σχετικό Με Το Πρόγραμμα Και Τους Χρόνους.</p> <p>Μελίνα Βασιλάκη Traveler</p> 	★★★★★
<p>Έρχομαι Στην Ελλάδα Για Περισσότερο Από 25 Χρόνια. Η Εταιρεία Αυτή Είναι Η Καλύτερη. Πάντα Υπερβάνει Τις Προσδοκίες Και Επίλυση Ζητημάτων Καθώς Συμβαίνουν. Έχω Χρησιμοποιήσει Για Εκδρομές Σε Άλλες Ευρωπαϊκές Χώρες. Θα Ήθελα Χαμηλότερες Τιμές</p> <p>Νίκος Κόκλας Traveler</p> 	★★★★
<p>Εξαιρετική Εξυπηρέτηση Από Τους Ανθρώπους Του Γραφείου Για Την Οργάνωση Του Ταξιδιού Μας Στη Μαδρίτη. Όλα Ήταν Προγραμματισμένα Στην Εντέλεια Και Δεν Υπήρξε Η Παραμικρή Απόκλιση Από Τα Συμφωνηθέντα</p> <p>Μαρία Αντωνίου Traveler</p> 	★★★★★

Εικόνα 22



Εικόνα 23

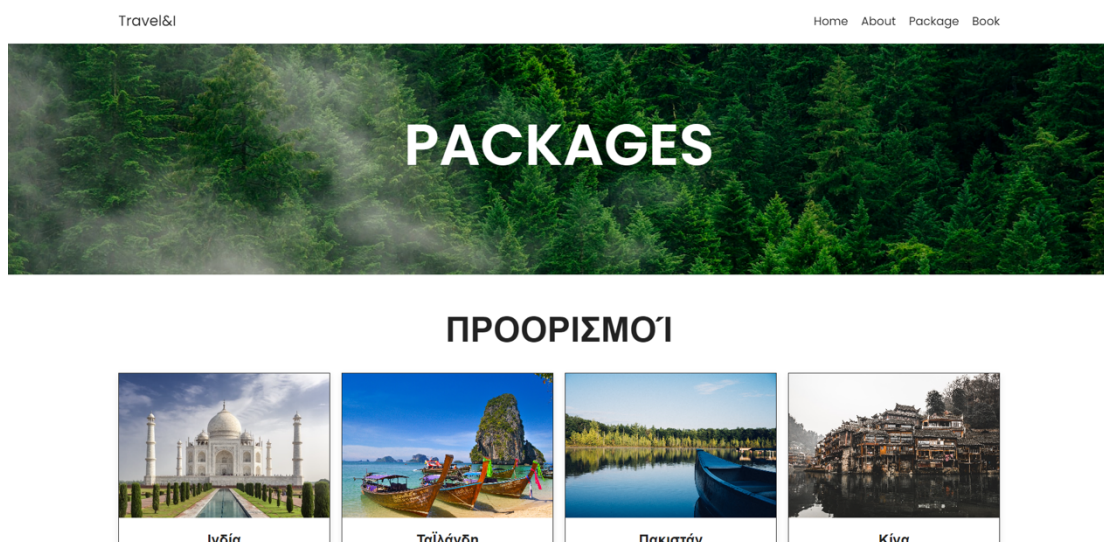
Στην εικόνα 12 φαίνεται στο πάνω μέρος της να αναγράφεται το εξής: “ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΠΕΛΑΤΩΝ” .

Ακριβώς από κάτω φαίνονται κάποιες από τις αξιολογήσεις των πελατών μας μαζί με τα σχόλια τους .

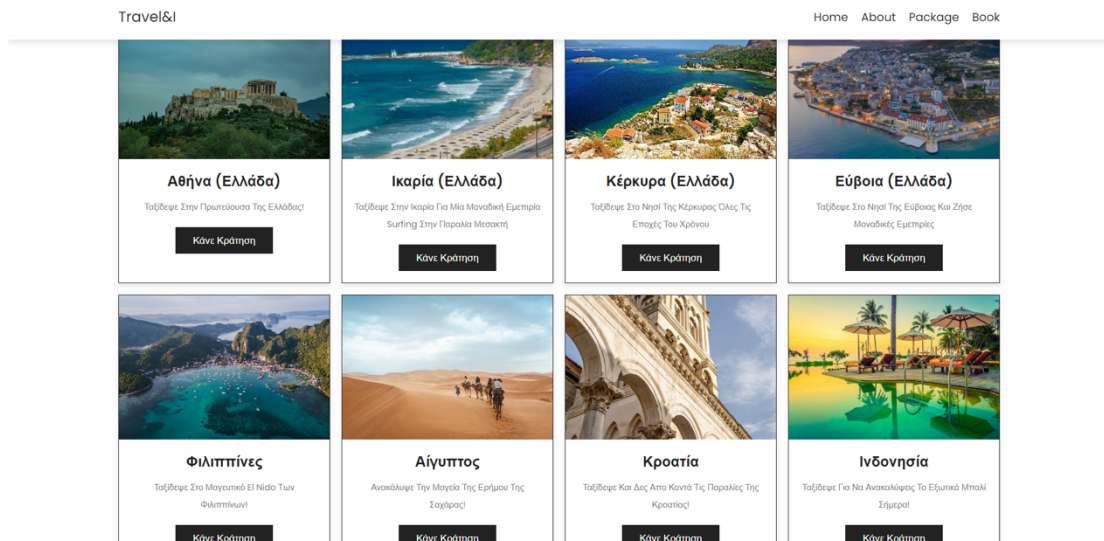
Κάτω από το σχόλιο τους φαίνεται το όνομα του χρήστη και ακριβώς από κάτω η εικόνα του προφίλ του χρήστη που άφησε το σχόλιο.

Ενότητα Package

Όταν ο χρήστης κατευθυνθεί στην επιλογή “Package” αντικρίζει τα εξής:



Εικόνα 24



Εικόνα 25

Στο πάνω μέρος της εικόνας 14 αλλά και της εικόνας 15 , φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής. Στη συνέχεια βλέπουμε πάνω σε μία εικόνα τον τίτλο της σελίδας αυτής ο οποίος είναι: “Packages”

Ακριβώς από κάτω βλέπουμε να αναγράφεται ο εξής τίτλος: “ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ”

Κάτω από τον τίτλο αυτόν αναγράφονται όλα τα πακέτα του γραφείου μας:

1. Ινδία

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ινδία η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή. Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

2. Ταϊλάνδη

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ταϊλάνδη η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή.

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε

περισσότερο στην συνέχεια.

3. Πακιστάν

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από το Πακιστάν η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

4. Κίνα

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Κίνα η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

5. Αθήνα (Ελλάδα)

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Αθήνα η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

6. Ικαρία (Ελλάδα)

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ικαρία η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

7. Κέρκυρα (Ελλάδα)

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Κέρκυρα η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

8. Εύβοια (Ελλάδα)

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Εύβοια η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

9. Φιλιππίνες

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από τις Φιλιππίνες η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

10. Αίγυπτος

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Αίγυπτο η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή

Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.

Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.

Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

11. Κροατία

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την

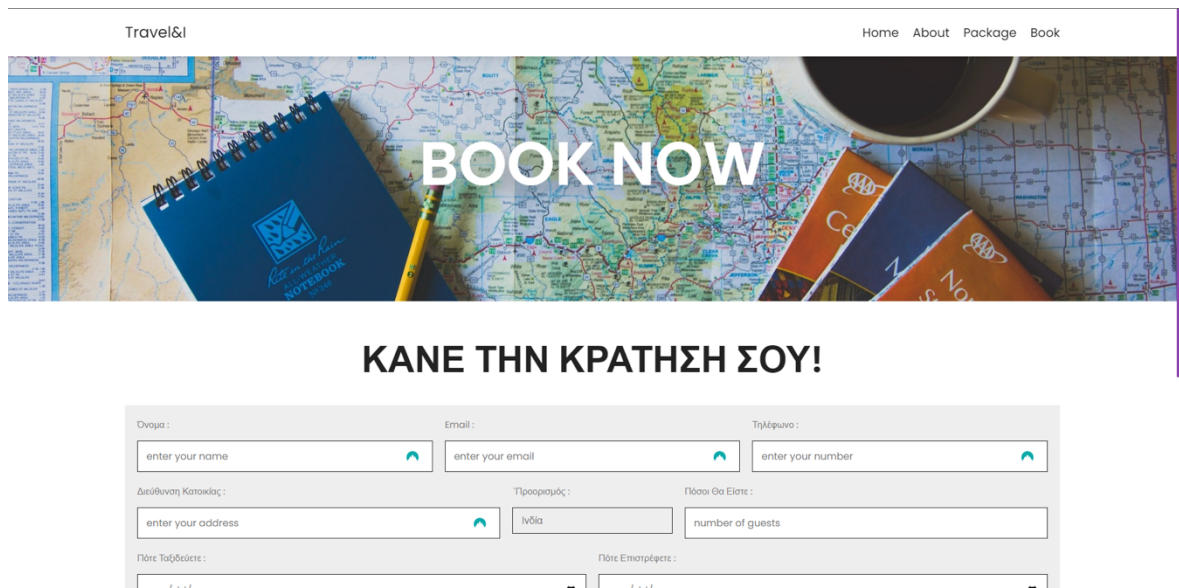
Κροατία η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή
Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.
Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.
Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

12. Ινδονησία

Στο πάνω μέρος της καρτέλας αυτής βρίσκουμε μία εικόνα από την Ινδονησία η οποία αποσκοπεί να δείξει στην χρήστη μία γεύση από την χώρα αυτή
Στη μέση αναγράφεται το όνομα της χώρας.
Κάτω από το όνομα της χώρας γράφουμε μία σύντομη περιγραφή για αυτό το πακέτο.
Τέλος, κάτω από τη σύντομη περιγραφή βρίσκεται ένα κουμπί το οποίο γράφει “Κάνε Κράτηση” . Πατώντας το κουμπί αυτό, ο χρήστης ανακατευθύνεται στην σελίδα “Book Now” την οποία θα την αναλύσουμε περισσότερο στην συνέχεια.

Ενότητα Book

Όταν ο χρήστης κατευθυνθεί στην επιλογή “Book” αντικρίζει την εξής ιστοσελίδα:



The screenshot shows a website header with 'Travel&I' on the left and navigation links 'Home About Package Book' on the right. Below the header is a banner image featuring a map, a blue notebook, a yellow pencil, and a cup of coffee, with the text 'BOOK NOW' overlaid in large white letters. Underneath the banner is a bold heading 'ΚΑΝΕ ΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΣΟΥ!' (Make your booking!). Below the heading is a registration form with the following fields:

Όνομα :	Email :	Τηλέφωνο :
<input type="text" value="enter your name"/>	<input type="text" value="enter your email"/>	<input type="text" value="enter your number"/>
Διεύθυνση Κατοικίας :	Προορισμός :	Πόσοι Θα Είστε :
<input type="text" value="enter your address"/>	<input type="text" value="Ινδία"/>	<input type="text" value="number of guests"/>
Πότε Ταξιδεύετε :	Πότε Επιστρέφεται :	
<input type="text" value="mm/dd/yyyy"/>	<input type="text" value="mm/dd/yyyy"/>	

Εικόνα 26

Στο πάνω μέρος της εικόνας 16, φαίνεται το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) το οποίο είναι ορατό από όλα τα σημεία της εφαρμογής.

Στη συνέχεια βλέπουμε τον τίτλο της σελίδας μέσα σε μία εικόνα, ο οποίος αναφέρει το εξής:
“BOOK NOW”

Σε αυτό το σημείο ο χρήστης συμπληρώνει τα πεδία της φόρμας που παρουσιάζεται παρακάτω για να πραγματοποιήσει την αγορά του πακέτου διακοπών που επιθυμεί.

ΚΑΝΕ ΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΣΟΥ!

The form contains the following fields and labels:

- Όνομα : enter your name
- Email : enter your email
- Τηλέφωνο : enter your number
- Διεύθυνση Κατοικίας : enter your address
- Προορισμός : Ινδία
- Πόσοι Θα Είστε : number of guests
- Πότε Ταξιδεύετε : mm/dd/yyyy
- Πότε Επιστρέφετε : mm/dd/yyyy
- Υποβολή

Εικόνα 27

Τα πεδία τα οποία πρέπει να συμπληρώσει ο χρήστης είναι τα εξής:

1. Όνομα

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει το ονοματεπώνυμό του

π.χ. :

Κώστας Κώστογλου

2. Email

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει τον λογαριασμό του email του

π.χ. :

example@gmail.com

3. Τηλέφωνο

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει τον αριθμό του κινητού του

π.χ. :

6912345678

4. Διεύθυνση Κατοικίας

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει την Διεύθυνση Κατοικίας στην οποία μένει

π.χ. :

Ελ. Βενιζέλου 185 Πειραιάς

5. Προορισμός

Σε αυτό το πεδίο πρέπει να επιλέξει μέσα από μία λίστα πακέτων, το πακέτο και τον προορισμό που επιθυμεί όπως φαίνεται παρακάτω:

Προορισμός :

- Ινδία
- Ινδία
- Ταϊλάνδη
- Πακιστάν
- Κίνα
- Αθήνα (Ελλάδα)
- Ικαρία (Ελλάδα)
- Κέρκυρα (Ελλάδα)
- Εύβοια (Ελλάδα)
- Φιλιππίνες
- Αίγυπτος
- Κροατία
- Ινδονησία

6. Πόσοι θα είστε

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης πρέπει να συμπληρώσει πόσα άτομα θα φέρει μαζί του στο ταξίδι το οποίο κλείνει

π.χ. :

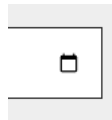
5 Άτομα

7. Πότε ταξιδεύετε

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης έχει 2 επιλογές:

a. Είτε να συμπληρώσει χειροκίνητα την ημερομηνία την οποία επιθυμεί να αναχωρήσει

b. Είτε να πατήσει την εξής επιλογή στο τέλος του πεδίου:



και να επιλέξει μία ημερομηνία μέσα από το ημερολόγιο που θα του εμφανιστεί:



Π.χ. : 15 Οκτωβρίου 2023 (Αν επιλέξετε από το ημερολόγιο)
ή
10/15/2023 (Αν συμπληρώσετε χειροκίνητα)

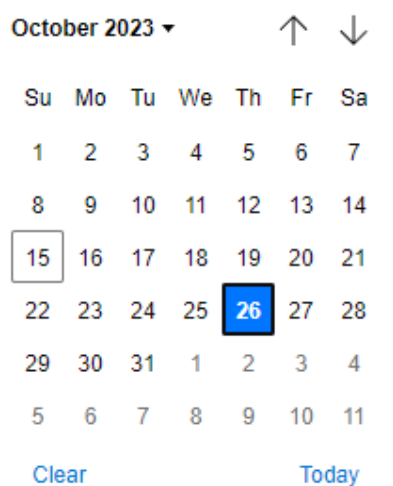
8. Πότε επιστρέφετε

Σε αυτό το πεδίο ο χρήστης έχει 2 επιλογές:

- Είτε να συμπληρώσει χειροκίνητα την ημερομηνία την οποία επιθυμεί να αναχωρήσει
- Είτε να πατήσει την εξής επιλογή στο τέλος του πεδίου:



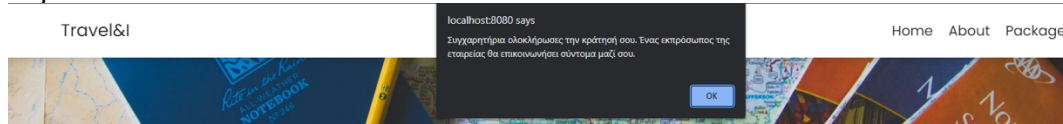
και να επιλέξει μία ημερομηνία μέσα από το ημερολόγιο που θα του εμφανιστεί:



Π.χ. : 26 Οκτωβρίου 2023 (Αν επιλέξετε από το ημερολόγιο)
ή

10/26/2023 (Αν συμπληρώσετε χειροκίνητα)

Αφού ο χρήστης συμπληρώσει τη φόρμα, ενημερώνεται με μήνυμα για την υποβολή της αίτησης του και αργότερα θα ενημερωθεί από το γραφείο τηλεφωνικώς για την εξέλιξη της κράτησής του. Το μήνυμα που εμφανίζεται στην οθόνη φαίνεται παρακάτω:

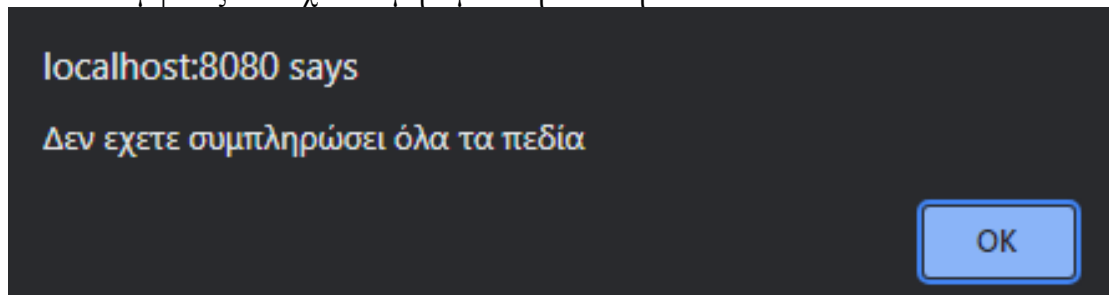


ΚΑΝΕ ΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΣΟΥ!

Όνομα :	Email :	Τηλέφωνο :
<input type="text" value="oleg"/>	<input type="text" value="oleg@outlook.com"/>	<input type="text" value="6912322112"/>
Διεύθυνση Κατοικίας :	Προορισμός :	Πόσοι Θα Είστε :
<input type="text" value="nikolaou str 123"/>	<input type="text" value="India"/>	<input type="text" value="6"/>
Πότε Ταξιδεύετε :	Πότε Επιστρέφετε :	
<input type="text" value="10/28/2023"/>	<input type="text" value="11/13/2023"/>	
<input type="button" value="Υποβολή"/>		

Εικόνα 28

Σε περίπτωση που προσπαθήσει να κάνει υποβολή έχοντας αφήσει κενό κάποιο από τα πεδία εμφανίζεται σχετικό μήνυμα στην οθόνη:



Εικόνα 29

6.2) Πρακτικές ΑΑΥ που χρησιμοποιήθηκαν στην εφαρμογή μας

Τα εφέ και οι λεπτομέρειες που προσθέσαμε στην ιστοσελίδα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη βελτίωση της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή και στην ενίσχυση της ευχρηστίας της ιστοσελίδας .

Μερικές πρακτικές αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή που χρησιμοποιήθηκαν στην εφαρμογή μας με σκοπό να δημιουργηθεί μια ελκυστική ιστοσελίδα, αλλά και να βελτιωθεί η εμπειρία του χρήστη είναι οι παρακάτω:

- **Απλός Σχεδιασμός:** Στην ιστοσελίδα μας, επιλέξαμε έναν απλό και καθαρό σχεδιασμό που είναι εύκολος στην ανάγνωση και στην πλοήγηση. Δεν υπάρχουν περιττές πληροφορίες ή πολύπλοκες διαδικασίες, κάτι που διευκολύνει τους χρήστες μας.
- **Συνεκτική Χρήση Χρωμάτων:** Η ιστοσελίδα μας χρησιμοποιεί συνεπή χρωματική παλέτα και γραμματοσειρές σε όλες τις σελίδες. Αυτό βοηθάει στην εύκολη αναγνώριση των στοιχείων και διευκολύνει τη συνολική εμπειρία των χρηστών.
- **Ευανάγνωστο Κείμενο:** Στην ιστοσελίδα μας, το κείμενο είναι ευανάγνωστο και σε αρκετά μεγάλο μέγεθος. Χρησιμοποιήσαμε καλή διάταξη, παραγράφους και κεφαλαία γράμματα τόσο στους τίτλους όσο και στην αρχή των λέξεων για την ευκολία ανάγνωσης από τους χρήστες. Οι τίτλοι μάλιστα, ξεχωρίζουν σε μεγάλο βαθμό από το υπόλοιπο κείμενο, γεγονός που βοηθά εντοπισμό των σημαντικών τμημάτων της ιστοσελίδας.
- **Εύκολη Πλοήγηση:** Διασφαλίσαμε με την ιστοσελίδα μας ότι οι χρήστες μπορούν να βρουν εύκολα και γρήγορα τις επιθυμητές πληροφορίες ή υπηρεσίες που παρέχουμε. Χρησιμοποιήσαμε σαφή μενού και διαδρομές πλοήγησης που διευκολύνουν την αναζήτηση. Παράλληλα, οι ευδιάκριτοι τίτλοι και οι αλλαγές χρώματος κατά το πέρασμα του ποντικιού βοηθούν να γίνουν οι πληροφορίες εύκολα αντιληπτές. Αυτό βοηθά τους χρήστες να πλοηγηθούν στην ιστοσελίδα με άνεση. Ακόμη, η χρήση καρτελών για την εμφάνιση πακέτων ταξιδιών βοηθάει στην οργάνωση, την ευκολία χρήσης και τη σύγκριση των διαθέσιμων επιλογών, βελτιώνοντας έτσι την αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή και κάνοντας την ιστοσελίδα πιο φιλική προς τον χρήστη.
- **Χρήση κανόνα 70-20-10:** Αυτός ο κανόνας βοηθά στη δημιουργία μιας ισορροπημένης και ελκυστικής παλέτας χρωμάτων και διασφαλίζει ότι το 70% της παλέτας χρωμάτων πρέπει να αποτελείται από τα κυρίως χρώματα που θα χρησιμοποιηθούν στην ιστοσελίδα, το 20% αφορά τα δευτερεύοντα χρώματα που χρησιμοποιούνται για να προσθέσουν βάθος και ποικιλία στον σχεδιασμό, ενώ το υποστηρικτικό 10% αποτελείται από ένα ή λίγα έντονα χρώματα που χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν την προσοχή του χρήστη (συνήθως αυτά τα χρώματα χρησιμοποιούνται για call-to-action κουμπιά, συνδέσμους ή άλλα σημαντικά στοιχεία που θέλουμε να ξεχωρίσουν).
- **Βελτίωση Αισθητικής:** Η βελτίωση της αισθητικής της ιστοσελίδας μέσω των εφέ και των μεγάλων εικόνων κάνει την επίσκεψη πιο ευχάριστη για τους χρήστες που επιθυμούν να περιηγηθούν στην ιστοσελίδα. Ακόμη, τα εφέ, όπως η κίνηση και η αλλαγή χρώματος, προσελκύουν την προσοχή του χρήστη και τον κάνουν να εστιάσει στα σημαντικά μέρη της σελίδας και στις πληροφορίες που θέλουμε να παρατηρήσει.

- Αποφυγή περιττής περιπλοκότητας: Στην ιστοσελίδα, ο σχεδιασμός περιλαμβάνει τον ελάχιστο αριθμό βημάτων και παραθύρων. Οι χρήστες μπορούν να επιτύχουν κάθε ενέργεια ή να έχουν πρόσβαση με μόνο ένα κλικ.
- Συμβατότητα με συσκευές: Η εφαρμογή είναι φιλική προς το χρήστη σε κάθε πιθανή συσκευή, λόγω των *media queries* που έχουν χρησιμοποιηθεί. Αυτό δίνει την δυνατότητα στα άτομα που θέλουν να τη χρησιμοποιήσουν να επιλέξουν τη συσκευή που προτιμούν και καθιστά την περιήγησή τους ευκολότερη.

6.3) Εγκατάσταση και δημιουργία βάσης

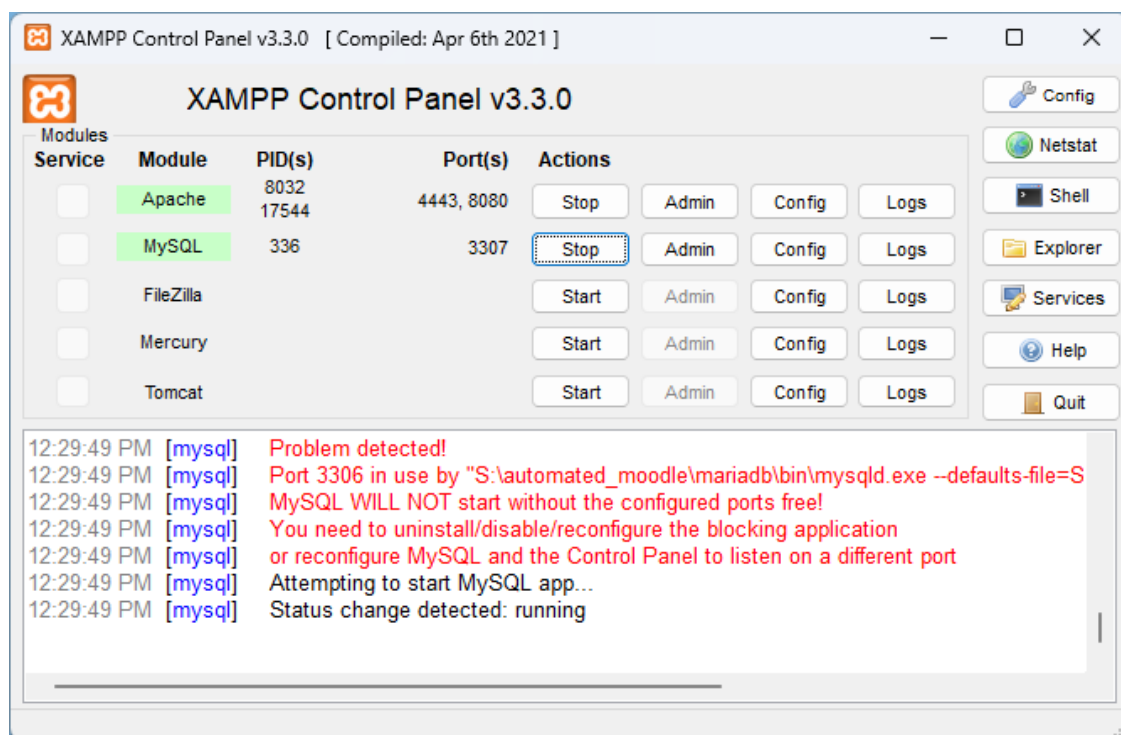
6.3.1) Εγκατάσταση τοπικού web server

Όσον αφορά το στήσιμο της ιστοσελίδας, χρησιμοποιήσαμε το εργαλείο Xampp.

Έτσι για να μπορέσει κανείς να έχει πρόσβαση στην ιστοσελίδα μας, θα πρέπει να έχει εγκαταστήσει τον τοπικό server XAMPP ο οποίος διατίθεται δωρεάν εδώ:

<http://www.apachefriends.org/>

Αφού κατεβάσουμε το XAMPP από την ιστοσελίδα και προχωρήσουμε την εγκατάσταση, θα πρέπει να ενεργοποιήσουμε τον web server, επιλέγοντας το 'Start' στα πεδία 'Actions' των MySQL και Apache, όπως φαίνεται παρακάτω:

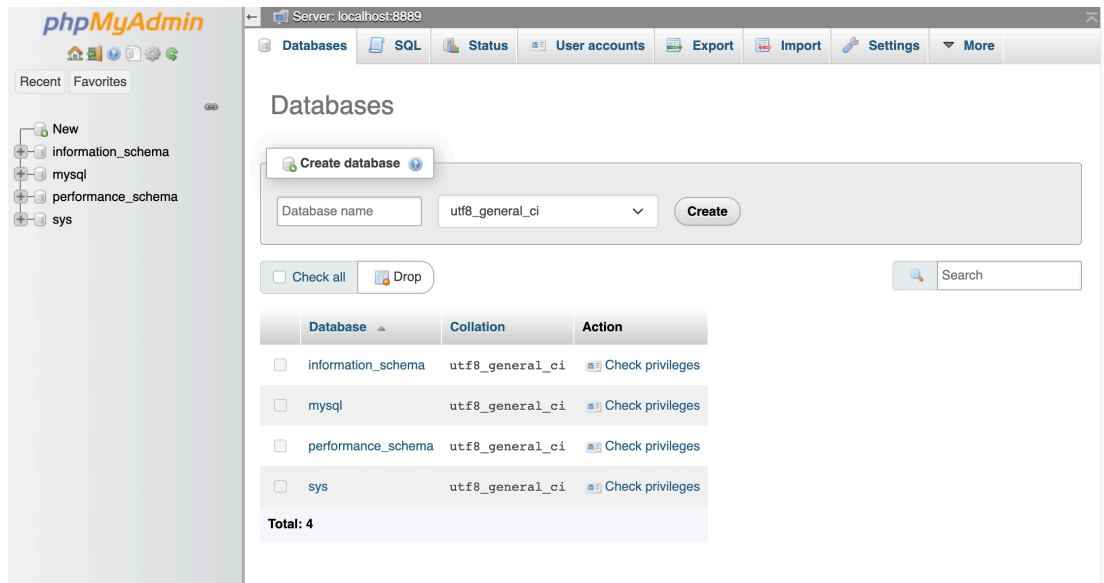


Εικόνα 30

6.3.2) Δημιουργία Βάσης Δεδομένων

Για τη δημιουργία της βάσης, χρησιμοποιήσαμε το εργαλείο phpMyAdmin. Για την κατασκευή της, ανοίγουμε το πρόγραμμα διαχείρισης βάσεων δεδομένων μέσω της παρακάτω διεύθυνσης <http://localhost:port/phpmyadmin5/> (το port διαφέρει ανάλογα

με την πόρτα που επιλέξατε στην εγκατάσταση) και επιλέγουμε το κουμπί στο «Βάσεις δεδομένων».
Υστερα πληκτρολογούμε το όνομα της βάσης δεδομένων και κάνουμε κλικ στο «Δημιουργία».



Εικόνα 31

6.3.3) Σύνδεση με τη Βάση Δεδομένων

Η σύνδεση της ιστοσελίδας με τη βάση δεδομένων γίνεται με τη χρήση του παρακάτω κώδικα:

```
php > book_form.php
1 <?php
2
3 $connection = mysqli_connect('localhost','root','','book_db');
4
5 if(isset($_POST['send'])){
6     $name = $_POST['name'];
7     $email = $_POST['email'];
8     $phone = $_POST['phone'];
9     $address = $_POST['address'];
10    $location = $_POST['location'];
11    $guests = $_POST['guests'];
12    $arrivals = $_POST['arrivals'];
13    $leaving = $_POST['leaving'];
14
15    $request = " insert into book_form(name, email, phone, address, location, guests, arrivals, leaving)
16    values('$name','$email','$phone','$address','$location','$guests','$arrivals','$leaving') ";
17    mysqli_query($connection, $request);
18
19    header('location:book.php');
20
21    echo '<script>alert("Your booking was successfull. See you there!!")</script>';
22 }
23 else
24 {
25     echo 'something went wrong please try again!';
26 }
27
28 ?>
```

Εικόνα 32

Παρακάτω θα δείξουμε ένα παράδειγμα για το πως αποθηκεύεται στη βάση όταν ο χρήστης πραγματοποιήσει μία κράτηση σε πακέτο.

Παρακάτω φαίνεται η βάση με τις ήδη υπάρχουσες εγγραφές:

	id	name	email	phone	address	location	guests	arrivals	leaving
<input type="checkbox"/>	1	Nikolaos Dapergolas	nikos.2001@outlook.com.gr	6986573633	Evrou 1	Parnitha	1	2022-11-22	2022-11-30
<input type="checkbox"/>	2	Kimwnas Chatzopoulos	kimwn@gmail.com	1234567890	Parnitha 143	Volos	4	2022-12-11	2022-12-26
<input type="checkbox"/>	3	Maria Tompoglou	maria@hotmail.com	0987654321	Papadopoulou 123	Germany, Frankfurt	4	2023-04-10	2023-04-22
<input type="checkbox"/>	4	Kostas Mouratoglou	Mouratoglou@outlook.com	6901234567	Makedonias 1008	Panamas	18	2022-11-19	2022-11-27
<input type="checkbox"/>	5	Eva Mrou	mpou@gmail.com	6969696969	papakiriagh 12	Bahamas	2	2022-11-27	2022-12-27
<input type="checkbox"/>	6	Alekos	alekis@gmail.com	6942088340	evrou 2	Poland	13	2022-11-04	2022-11-10
<input type="checkbox"/>	7	Kimwnas Chatzopoulos	nikos.2001@outlook.com.gr	6986573633	Evrou 1	Poland	13	2022-11-17	2022-12-30
<input type="checkbox"/>	8	eua	euaMrou@gmail.com	6161616161	Evrou 1	Panamas	3	2023-10-15	2023-10-21
<input type="checkbox"/>	9	alexa	alexa@gmail.com	6969696969	alexaStr	option11	5	2023-10-25	2023-10-28
<input type="checkbox"/>	10	oleg	oleg@outlook.com	6912322112	nikolaou str 123	option1	6	2023-10-28	2023-11-13
<input type="checkbox"/>	11	kim kard	kimKard@hotmail.com	6901010101	Las Vegas	option7	6	2023-10-24	2023-10-29
<input type="checkbox"/>	12	popotas	popotas@gmail.com	6901100110	kolokotronitsi	Κέρκυρα	4	2023-10-22	2023-10-24

Εικόνα 33

Πραγματοποιούμε εγγραφή με τα παρακάτω στοιχεία:

The screenshot shows a web browser displaying a travel booking site. At the top, there is a navigation bar with 'Travel&I' on the left and 'Home About Package Book' on the right. A modal dialog box is open in the center, displaying a message: 'localhost:8080 says: Συγχαρητήρια ολοκλήρωσες την κράτησή σου. Τους επόμενους της επαιρίας θα επικοινωνήσεις σύντομα μαζί σου.' with an 'OK' button. Below the modal, the main heading reads 'ΚΑΝΕ ΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΣΟΥ!'. The registration form contains the following fields: 'Όνομα:' (giwrgos), 'Email:' (giwrgos@outlook.com), 'Τηλέφωνο:' (6907655431), 'Διεύθυνση Κατοικίας:' (Peireas), 'Προορισμός:' (Πακιστάν), 'Πόσοι θα Είστε:' (2), 'Πότε Ταξιδεύετε:' (10/01/2023), and 'Πότε Επιστρέφετε:' (10/07/2023). A purple 'Υποβολή' button is at the bottom of the form. At the bottom of the page, there is a dark footer with three links: 'Γρήγορη Μετάβαση' (with a Home icon), 'Πληροφορίες Επικοινωνίας' (with a phone icon and number +30 2100000000), and 'Ακολουθήστε Μας' (with a Facebook icon).

Εικόνα 34

Αφού η κράτηση έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς, η βάση δεδομένων μας πλέον φαίνεται ως εξής:

		id	name	email	phone	address	location	guests	arrivals	leaving
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	1	Nikolaos Dapergolas	nikos.2001@outlook.com.gr	6986573633	Evrou 1	Pamitha	1	2022-11-22	2022-11-30
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	2	Kimwnas Chatzopoulos	kimwn@gmail.com	1234567890	Parnitha 143	Volos	4	2022-12-11	2022-12-26
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	3	Maria Tompoglou	maria@hotmail.com	0987654321	Papadopoulou 123	Germany, Frankfurt	4	2023-04-10	2023-04-22
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	4	Kostas Mouratoglou	Mouratoglou@outlook.com	6901234567	Makedonias 1008	Panamas	18	2022-11-19	2022-11-27
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	5	Eva Mpou	mpou@gmail.com	6969696969	papakiriagh 12	Bahamas	2	2022-11-27	2022-12-27
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	6	Alekos	alekis@gmail.com	6942088340	evrou 2	Poland	13	2022-11-04	2022-11-10
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	7	Kimwnas Chatzopoulos	nikos.2001@outlook.com.gr	6986573633	Evrou 1	Poland	13	2022-11-17	2022-12-30
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	8	eua	euaMpou@gmail.com	6161616161	Evrou 1	Panamas	3	2023-10-15	2023-10-21
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	9	alexa	alexa@gmail.com	6969696969	alexaStr	option11	5	2023-10-25	2023-10-28
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	10	oleg	oleg@outlook.com	6912322112	nikolaou str 123	option1	6	2023-10-28	2023-11-13
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	11	kim kard	kimKard@hotmail.com	6901010101	Las Vegas	option7	6	2023-10-24	2023-10-29
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	12	popotas	popotas@gmail.com	6901100110	kolokotronisi	Κέρκυρα	4	2023-10-22	2023-10-24
<input type="checkbox"/>	Edit Copy Delete	13	giwrgos	giwrgos@outlook.com	6907655431	Peireas	Πακιστάν	2	2023-10-01	2023-10-07

Εικόνα 35

Μπορούμε να διακρίνουμε πως η εγγραφή μας έχει αποθηκευτεί στη βάση μας.

6.4) Παραδείγματα κώδικα της εφαρμογής

Για το συγκεκριμένο Project έχουμε χρησιμοποιήσει την εξής μορφοποίηση στο αρχείο “style.css” το οποίο το καλούμε από όλα τα άλλα αρχεία HTML του προγράμματος για να έχουμε παντού την ίδια μορφοποίηση

```

1  @import url('https://fonts.googleapis.com/css2?family=Poppins:wght@100;200;300;400;500;600&display=swap');
2
3  :root{
4      --main-color: #8e44ad;
5      --black: #222;
6      --white: #fff;
7      --light-black: #777;
8      --light-white: #fff9;
9      --dark-bg: rgba(0,0,0,.7);
10     --light-bg: #eee;
11     --border: .1rem solid var(--black);
12     --box-shadow: 0 .5rem 1rem rgba(0,0,0,.1);
13     --text-shadow: 0 1.5rem 3rem rgba(0,0,0,.3);
14 }
15
16 *{
17     font-family: 'Poppins', sans-serif;
18     margin:0; padding:0;
19     box-sizing:border-box;
20     outline: none; border: none;
21     text-decoration: none;
22     text-transform: capitalize;
23 }
24
25 html{
26     font-size: 62.5%;
27     overflow-x: hidden;
28 }

```



```

30  html::-webkit-scrollbar{
31  |   width: 1rem;
32  }
33
34  html::-webkit-scrollbar-track{
35  |   background-color: var(--white);
36  }
37
38  html::-webkit-scrollbar-thumb{
39  |   background-color: var(--main-color);
40  }
41
42  section{
43  |   padding: 5rem 10%;
44  }
45
46  .heading-title{
47  |   text-align: center;
48  |   margin-bottom: 3rem;
49  |   font-size: 6rem;
50  |   text-transform: uppercase;
51  |   color:var(--black);
52  }
53

```

```

55  .header{
56  |   position: sticky;
57  |   top: 0; left: 0; right: 0;
58  |   z-index: 1000;
59  |   background-color: var(--white);
60  |   display: flex;
61  |   padding-top: 2rem;
62  |   padding-bottom: 2rem;
63  |   box-shadow: var(--box-shadow);
64  |   align-items: center;
65  |   justify-content: space-between;
66  }
67
68  .header .logo{
69  |   font-size: 2.5rem;
70  |   color: var(--black);
71  }
72
73  .header .navbar a{
74  |   font-size: 2rem;
75  |   margin-left: 2rem;
76  |   color: var(--black);
77  }
78
79  .header .navbar a:hover{
80  |   color:var(--main-color);
81  }
82

```

```
83 #menu-btn{
84     font-size: 2.4rem;
85     cursor: pointer;
86     color: var(--black);
87     display: none;
88 }
89
90 .services .box-container{
91     display: grid;
92     grid-template-columns: repeat(auto-fit, minmax(16rem, 1fr));
93     gap: 1.5rem;
94 }
95
96 .services .box-container .box:hover{
97     background: var(--black);
98 }
99
100 .services .box-container .box img{
101     height: 7rem;
102 }
103
104 .footer{
105     background: url(../images/footer-bg.jpg) no-repeat;
106     background-size: cover;
107     background-position: center;
108 }
109
110 .footer .box-container{
111     display: grid;
112     grid-template-columns: repeat(auto-fit, minmax(25rem, 1fr));
113     gap: 3rem;
```

```

116 .footer .box-container .box h3{
117     color:var(--white);
118     font-size: 2.5rem;
119     padding-bottom: 2rem;
120 }
121
122 .footer .box-container .box a{
123     color:var(--light-white);
124     font-size: 1.5rem;
125     padding-bottom: 1.5rem;
126     display: block;
127 }
128
129 .footer .box-container .box a i{
130     color:var(--main-color);
131     padding-right: .5rem;
132     transition: .2s linear;
133 }
134
135 .footer .box-container .box a:hover i{
136     padding-right: 2rem;
137 }
138
139 .footer .credit{
140     text-align: center;
141     padding-top: 3rem;
142     margin-top: 3rem;
143     border-top: .1rem solid var(--light-white);
144     font-size: 2rem;
145     color:var(--white);
146 }

```

```

148 .footer .credit span{
149     color:var(--main-color);
150 }
151
152

```

Καθώς και τα εξής Media Querries τα οποία είναι κομμάτια κώδικα που ελέγχουν την συμπεριφορά ορισμένων components των σελίδων μας ανάλογα με την ανάλυση της οθόνης του χρήστη, ώστε να καταφέρουμε να του προσφέρουμε την καλύτερη δυνατή εμπειρία χρήσης ανεξαρτήτως της συσκευής που χρησιμοποιεί εκείνη τη στιγμή:

```
153  /* media queries */
154
155  @media (max-width:1200px){
156
157      section{
158          padding:3rem 5%;
159      }
160
161  }
162
163  @media (max-width:991px){
164
165      html{
166          font-size: 55%;
167      }
168
169      section{
170          padding:3rem 2rem;
171      }
172
173      .home .slide .content h3{
174          font-size: 10vw;
175      }
176
177  }
178
```

```
179 @media (max-width:768px){
180
181     .heading h1{
182         font-size: 4rem;
183     }
184
185     #menu-btn{
186         display: inline-block;
187         transition: .2s linear;
188     }
189
190     #menu-btn.fa-times{
191         transform: rotate(180deg);
192     }
193
194     .header .navbar{
195         position: absolute;
196         top:99%; left:0; right:0;
197         background-color: var(--white);
198         border-top: var(--border);
199         padding:2rem;
200         transition: .2s linear;
201         clip-path: polygon(0 0, 100% 0, 100% 0, 0 0);
202     }
203
204     .header .navbar.active{
205         clip-path: polygon(0 0, 100% 0, 100% 100%, 0 100%);
206     }
207
```

```
208     .header .navbar a{
209         display: block;
210         margin:2rem;
211         text-align: center;
212     }
213
214 }
```

```

216 @media (max-width:450px){
217
218     html{
219         font-size: 50%;
220     }
221
222     .heading-title{
223         font-size: 3.5rem;
224     }
225
226 }

```

Κώδικας του Home Page:

Για να παράξουμε το αποτέλεσμα που φαίνεται στην αρχική σελίδα έχει γραφτεί ο εξής κώδικας:

```

1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     <meta charset="UTF-8">
5     <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7
8     <title>Home</title>
9
10    <!-- Swiper css link -->
11    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/swiper@8/swiper-bundle.min.css"/>
12
13    <!--Font awesome cdn link-->
14    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/@fortawesome/fontawesome-free@6.2.0/css/all.min.css">
15
16    <!--Custom css file link-->
17    <link rel="stylesheet" href="../css/style.css">
18  </head>

```

Απαραίτητη κλήση στα σωστά css αρχεία για να έχουμε τη σωστή μορφοποίηση

Στη συνέχεια έχουμε γράψει έξτρα κώδικα για το styling της σελίδας:

```
20 <style>
21
22   .home-offer{
23     text-align: center;
24   }
25
26   .home-offer .content{
27     max-width:70rem;
28     margin:0 auto;
29   }
30
31   .home-offer .content h3{
32     font-size: 3.5rem;
33     text-transform: uppercase;
34     color:var(--black);
35   }
36
37   .home-offer .content p{
38     font-size: 1.5rem;
39     color:var(--light-black);
40     line-height: 2;
41     padding:1rem 0;
42   }
43
44   .home-packages{
45     background: var(--light-bg);
46   }
```

```
47
48     .home-packages .box-container{
49         display: grid;
50         grid-template-columns: repeat(auto-fit, minmax(30rem, 1fr));
51         gap: 2rem;
52     }
53
54     .home-packages .box-container .box{
55         border: var(--border);
56         box-shadow: var(--box-shadow);
57         background: var(--white);
58     }
59
60     .home-packages .box-container .box:hover .image img{
61         transform: scale(1.1);
62     }
63
64     .home-packages .box-container .box .image{
65         height: 25rem;
66         overflow: hidden;
67     }
68
69     .home-packages .box-container .box .image img{
70         height: 100%;
71         width: 100%;
72         object-fit: cover;
73         transition: .2s linear;
74     }
```



```
76     .home-packages .box-container .box .content{
77         padding:2rem;
78         text-align: center;
79     }
80
81     .home-packages .box-container .box .content h3{
82         font-size: 2.5rem;
83         color:var(--black);
84     }
85
86     .home-packages .box-container .box .content p{
87         font-size: 1.5rem;
88         color:var(--light-black);
89         line-height: 2;
90         padding:1rem 0;
91     }
92
93     .home-packages .load-more{
94         text-align: center;
95         margin-top: 2rem;
96     }
97
98     .home-about{
99         display: flex;
100        align-items: center;
101        flex-wrap: wrap;
102    }
103
104    .home-about .image{
105        flex:1 1 41rem;
106    }
```

```
108 .home-about .image img{
109     width: 100%;
110 }
111
112 .home-about .content{
113     flex:1 1 41rem;
114     padding:3rem;
115     background: var(--light-bg);
116 }
117
118 .home-about .content h3{
119     font-size: 3rem;
120     color:var(--black);
121 }
122
123 .home-about .content p{
124     font-size: 1.5rem;
125     padding:1rem 0;
126     line-height: 2;
127     color:var(--black);
128 }
129
130 .btn{
131     display: inline-block;
132     background: var(--black);
133     margin-top: 1rem;
134     color:var(--white);
135     font-size: 1.7rem;
136     padding:1rem 3rem;
137     cursor: pointer;
138 }
```

```
140     .btn:hover{
141         background: var(--main-color);
142     }
143
144     .home{
145         padding:0;
146     }
147
148     .home .slide{
149         text-align: center;
150         padding:2rem;
151         display: flex;
152         align-items: center;
153         justify-content: center;
154         background-size: cover !important;
155         background-position: center !important;
156         min-height: 60rem;
157     }
158
159     .home .slide .content{
160         width: 85rem;
161     }
162
163     .home .slide-active .content{
164         display: inline-block;
165     }
166
```

```

167     .home .slide .content span{
168         display: block;
169         font-size: 2.2rem;
170         color: var(--light-white);
171         padding-bottom: 1rem;
172         animation:fadeIn .2s linear backwards .2s;
173     }
174
175     .home .slide .content h3{
176         font-size: 6vw;
177         color:var(--white);
178         text-transform: uppercase;
179         line-height: 1;
180         text-shadow: var(--text-shadow);
181         padding:1rem 0;
182         animation:fadeIn .2s linear backwards .4s;
183     }
184
185     .services .box-container .box {
186         padding: 3rem 2rem;
187         text-align: center;
188         background: var(--black);
189         cursor: pointer;
190     }
191
192     .services .box-container .box h3 {
193         color: var(--white);
194         font-size: 1.7rem;
195         padding-top: 1rem;
196     }

```

Το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) της εφαρμογής για την αρχική σελίδα έχει γίνει με τον εξής κώδικα:

```
202 <!-- header sections starts -->
203
204 <section class="header">
205     <a href="home.php" class="logo">Travel&I</a>
206
207     <nav class="navbar">
208         <a href="home.php">Home</a>
209         <a href="about.php">About</a>
210         <a href="package.php">Package</a>
211         <a href="book.php">Book</a>
212         <!-- <a href="login.php">Login</a> -->
213     </nav>
214
215     <div id="menu-btn" class="fas fa-bars"></div>
216
217 </section>
218
219 <!-- header sections ends -->
220
```

Το κομμάτι με τις τρεις φωτογραφίες και τα σλόγκαν έχουν παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```

221 <!-- home section starts -->
222
223 <section class="home">
224
225   <div class="home-slider">
226
227     <div class="wrapper">
228
229       <div class="slide" style="background:url(..images/home-slide-4.png) no-repeat">
230
231         <div class="content">
232           <!-- <span>explore, discover, travel</span> -->
233           <span>Διερεύνησε, ανακάλυψε, ταξίδεψε.</span>
234           <!-- <h3>travel around the world</h3> -->
235           <h3>Ταξίδεψε σε όλο τον κόσμο</h3>
236           <!-- <a href="package.php" class="btn">discover more</a> -->
237           <a href="package.php" class="btn">Ανακάλυψε περισσότερα</a>
238         </div>
239
240       </div>
241
242       <div class="slide" style="background:url(..images/home-slide-5.png) no-repeat">
243
244         <div class="content">
245           <!-- <span>explore, discover, travel</span> -->
246           <span>Διερεύνησε, ανακάλυψε, ταξίδεψε.</span>
247           <!-- <h3>discover the new places</h3> -->
248           <h3>Ανακάλυψε νέα μέρη</h3>
249           <!-- <a href="package.php" class="btn">discover more</a> -->
250           <a href="package.php" class="btn">Ανακάλυψε περισσότερα</a>
251         </div>
252
253       </div>
254
255       <div class="slide" style="background:url(..images/home-slide-6.png) no-repeat">
256
257         <div class="content">
258           <!-- <span>explore, discover, travel</span> -->
259           <span>Διερεύνησε, ανακάλυψε, ταξίδεψε.</span>
260           <!-- <h3>make your tour worthwhile</h3> -->
261           <h3>Κάνε κάθε ταξίδι σου να αξίζει</h3>
262           <!-- <a href="package.php" class="btn">discover more</a> -->
263           <a href="package.php" class="btn">Ανακάλυψε περισσότερα</a>
264         </div>
265
266       </div>
267
268     </div>
269
270   </div>
271
272 </section>
273
274
275
276 <!-- home section ends -->

```

Το κομμάτι των services που παρέχουμε, έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```

278 <!-- services section starts -->
279
280 <section class="services">
281
282 <h2 class="heading-title"> Δοκιμάσε νέες εμπειρίες </h2>
283
284 <div class="box-container">
285
286 <div class="box">
287 
288 <h3>περιπέτεια</h3>
289 </div>
290
291 <div class="box">
292 
293 <h3>Τουριστικός οδηγός</h3>
294 </div>
295
296 <div class="box">
297 
298 <h3>πεζοπορία</h3>
299 </div>
300
301 <div class="box">
302 
303 <h3>camp fire</h3>
304 </div>
305
306 <div class="box">
307 
308 <h3>Ταξίδια με αυτοκίνητο</h3>
309 </div>
310
311 <div class="box">
312 
313 <h3>camping</h3>
314 </div>
315
316 </div>
317
318 </section>
319
320 <!-- services section ends -->

```

Το κομμάτι του “About us” στην αρχική σελίδα έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```
322 <!-- home about section starts -->
323
324 <section class="home-about">
325     <div class="image">
326         
327     </div>
328
329
330     <div class="content">
331         <h3>Σχετικά με εμάς</h3>
332         <p>
333             Το Τουριστικό Μας Γραφείο Προσφέρει Ολοκληρωμένες Υπηρεσίες,
334             Με Σεβασμό Στις Ανάγκες Του Σύγχρονου Ταξιδιώτη
335         </p>
336         <a href="about.php" class="btn">Διάβασε περισσότερα</a>
337     </div>
338
339 </section>
340
341 <!-- home about section ends -->
```

Το κομμάτι στο οποίο φαίνονται τα κορυφαία μας πακέτα έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:


```

343 <!-- home packages section starts -->
344
345 <section class="home-packages">
346
347 <h2 class="heading-title"> τα top πακετα μας </h2>
348
349 <div class="box-container">
350
351 <div class="box">
352 <div class="image">
353 
354 </div>
355 <div class="content">
356 <h3>Ινδία</h3>
357 <p>Ταξίδειψε στην Ινδία και δες από κοντά το taj mahal</p>
358 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
359 </div>
360 </div>
361
362 <div class="box">
363 <div class="image">
364 
365 </div>
366 <div class="content">
367 <h3>Ταϊλάνδη</h3>
368 <p>Ταξίδειψε στην Ταϊλάνδη και επιστέψου το νησί Koh Nang Yuan</p>
369 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
370 </div>
371 </div>
372
373 <div class="box">
374 <div class="image">
375 
376 </div>
377 <div class="content">
378 <h3>Πακιστάν</h3>
379 <p>Ταξίδειψε στο πακιστάν και επισκέψου τη Λίμνη Shausar</p>
380 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
381 </div>
382 </div>
383
384 </div>
385
386 <!-- <div class="load-more"> <a href="package.php" class="btn">load more</a> </div> -->
387
388 </section>
389
390 <!-- home packages section ends -->

```

Το κομμάτι με τα έξτρα Links και τις έξτρα πληροφορίες στο κάτω μέρος της εφαρμογής έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```
409 <!-- footer section starts -->
410
411 <section class="footer">
412
413   <div class="box-container">
414
415     <div class="box">
416       <h3>Γρήγορη Μετάβαση</h3>
417       <a href="home.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Home</a>
418       <a href="about.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> About</a>
419       <a href="package.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Package</a>
420       <a href="book.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Book</a>
421     </div>
422
423     <div class="box">
424       <h3>Πληροφορίες επικοινωνίας</h3>
425       <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 2100000000 </a>
426       <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 6999999999 </a>
427       <a href="#"><i class="fas fa-envelope"></i> trave&@gmail.com </a>
428       <a href="#"><i class="fas fa-map"></i> Athens, Greece </a>
429     </div>
430
431     <div class="box">
432       <h3>Ακολουθήστε μας</h3>
433       <a href="#"><i class="fab fa-facebook-f"></i> Facebook </a>
434       <a href="#"><i class="fab fa-twitter"></i> Twitter </a>
435       <a href="#"><i class="fab fa-instagram"></i> Instagram </a>
436       <a href="#"><i class="fab fa-linkedin"></i> LinkedIn </a>
437     </div>
438
439   </div>
440
441   <div class="credit">by <span> Travel&I</span> | all rights reserved! </div>
442
443 </section>
444
445 <!-- footer section ends -->
```

Κώδικας του About Page:

Για να παράξουμε το αποτέλεσμα που φαίνεται στην σελίδα "About" έχει γραφτεί ο εξής κώδικας:

```
php > about.php
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     <meta charset="UTF-8">
5     <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7
8     <title>About</title>
9
10    <!-- Swiper css link -->
11    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/swiper@8/swiper-bundle.min.css"/>
12
13    <!--Font awesome cdn link-->
14    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/@fortawesome/fontawesome-free@6.2.0/css/all.min.css">
15
16    <!--Custom css file link-->
17    <link rel="stylesheet" href="../css/style.css">
18  </head>
```

Στον κώδικα που φαίνεται παραπάνω γίνεται κλήση στα σωστά css αρχεία για να έχουμε την επιθυμητή μορφοποίηση.

Στη συνέχεια έχουμε γράψει έξι κώδικα για το styling της σελίδας:

```
22     .reviews{
23         background: var(--light-bg);
24     }
25
26     .reviews .slide{
27         padding:2rem;
28         border:var(--border);
29         background: var(--white);
30         text-align: center;
31         box-shadow: var(--box-shadow);
32         user-select: none;
33     }
34
35     .reviews .slide .stars{
36         padding-bottom: .5rem;
37     }
38
39     .reviews .slide .stars i{
40         font-size: 1.7rem;
41         color:var(--main-color);
42     }
43
44     .reviews .slide p{
45         font-size: 1.5rem;
46         color:var(--light-black);
47         line-height: 2;
48         padding:1rem 0;
49     }
50
51     .reviews .slide h3{
52         font-size: 2rem;
53         color:var(--black);
54     }
55
56     .reviews .slide span{
57         font-size: 1.5rem;
58         color:var(--main-color);
59         display: block;
60     }
```

```
62     .reviews .slide img{
63         height: 7rem;
64         width: 7rem;
65         border-radius: 50%;
66         margin-top: 1rem;
67     }
68
69     .heading{
70         background-size: cover !important;
71         background-position: center !important;
72         padding-top: 10rem;
73         padding-bottom: 15rem;
74         display: flex;
75         align-items: center;
76         justify-content: center;
77     }
78
79     .heading h1{
80         font-size: 10rem;
81         text-transform: uppercase;
82         color: var(--white);
83         text-shadow: var(--text-shadow);
84     }
85
86     .about{
87         display: flex;
88         align-items: center;
89         flex-wrap: wrap;
90         gap: 3rem;
91     }
92
93     .about .image{
94         flex: 1 1 41rem;
95     }
96
97     .about .image img{
98         width: 100%;
```

```

101 .about .content{
102     flex:1 1 41rem;
103     text-align: center;
104 }
105
106 .about .content h3{
107     font-size: 3rem;
108     color:var(--black);
109 }
110
111 .about .content p{
112     font-size: 1.5rem;
113     color:var(--light-black);
114     line-height: 2;
115     padding:1rem 0;
116 }
117
118 .about .content .icons-container{
119     margin-top: 2rem;
120     display: flex;
121     flex-wrap: wrap;
122     gap:1.5rem;
123     align-items: flex-end;
124 }
125
126 .about .content .icons-container .icons{
127     background: var(--light-bg);
128     padding:2rem;
129     flex:1 1 16rem;
130 }
131
132 .about .content .icons-container .icons i{
133     font-size: 4rem;
134     margin-bottom: 2rem;
135     color:var(--main-color);
136 }

```

```

138 .about .content .icons-container .icons span{
139     font-size: 1.5rem;
140     color:var(--light-black);
141     display:block;
142 }
143
144 </style>

```

Το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) της εφαρμογής για την αρχική σελίδα έχει γίνει με τον εξής κώδικα:

```

148 <!-- header sections starts -->
149
150 <section class="header">
151     <a href="home.php" class="logo">Travel&I</a>
152
153     <nav class="navbar">
154         <a href="home.php">Home</a>
155         <a href="about.php">About</a>
156         <a href="package.php">Package</a>
157         <a href="book.php">Book</a>
158         <!-- <a href="login.php">Login</a> -->
159     </nav>
160
161     <div id="menu-btn" class="fas fa-bars"></div>
162
163 </section>
164
165 <!-- header sections ends -->

```

Οι πληροφορίες που προσθέσαμε για εμάς έχουν γραφτεί με τον εξής κώδικα:

```

171 <!-- about section starts -->
172
173 <section class="about">
174
175     <div class="image">
176         
177     </div>
178
179     <div class="content">
180         <h3>Τι προσφέρουμε:</h3>
181         <p>
182             Το τουριστικό μας γραφείο προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες,
183             με σεβασμό στις ανάγκες του σύγχρονου ταξιδιώτη
184         </p>
185         <p>
186             Το τουριστικό μας γραφείο κατέχει πλέον μια από τις κορυφαίες θέσεις
187             στην ελληνική αγορά, έχοντας εξασφαλίσει ένα σημαντικό μερίδιο
188             στην εξυπηρέτηση Ελλήνων ταξιδιωτών και καλύπτοντας ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών,
189             όπως:
190         </p>
191         <ul>
192             <p>
193                 Ταξίδια στην Ευρώπη<br>
194                 Ταξίδια στην Ελλάδα<br>
195                 Εξωτικά ταξίδια<br>
196                 Κρουαζιέρες<br>
197                 Επαγγελματικά Ταξίδια<br>
198             </p>
199         </ul>
200         <div class="icons-container">
201             <div class="icons">
202                 <i class="fas fa-map"></i>
203                 <span>top προορισμοί</span>
204             </div>
205             <div class="icons">
206                 <i class="fas fa-hand-holding-usd"></i>
207                 <span>προσιτές τιμές</span>
208             </div>
209             <div class="icons">
210                 <i class="fas fa-headset"></i>
211                 <span>24/7 οδηγός ταξιδιωτών</span>
212             </div>
213         </div>
214     </div>
215 </section>
216
217 <!-- about section ends -->
218

```

Το κομμάτι των Reviews των χρηστών έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```
220 <!-- reviews section starts -->
221
222 <section class="reviews">
223
224 <h1 class="heading-title"> κριτικές πελατών </h1>
225
226 <div class="reviews-slider">
227
228 <div class="wrapper">
229
230 <div class="slide">
231 <div class="stars">
232 <i class="fas fa-star"></i>
233 <i class="fas fa-star"></i>
234 <i class="fas fa-star"></i>
235 <i class="fas fa-star"></i>
236 <i class="fas fa-star"></i>
237 </div>
238 <p>
239 Επίσκεψη σε μια πόλη με μεγάλη ιστορία.
240 Είδαμε όλα τα αξιοθέατα της πόλης και απολαύσαμε τοπικές γεύσεις.
241 Άψογη οργάνωση εκ μέρους του γραφείου , σωστή καθοδήγηση
242 και συνέπεια σχετικά με το πρόγραμμα και τους χρόνους.
243 </p>
244 <h3>Μελίνα Βασιλάκη</h3>
245 <span>traveler</span>
246 
247 </div>
248
```

```
249 <div class="slide">
250   <div class="stars">
251     <i class="fas fa-star"></i>
252     <i class="fas fa-star"></i>
253     <i class="fas fa-star"></i>
254     <i class="fas fa-star"></i>
255   </div>
256   <p>
257     Έρχομαι στην Ελλάδα για περισσότερα από 25 χρόνια.
258     Η εταιρεία αυτή είναι η καλύτερη. Πάντα υπερβαίνει τις
259     προσδοκίες και επίλυση ζητημάτων καθώς συμβαίνουν.
260     Έχω χρησιμοποιήσει για εκδρομές σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες.
261     Θα ήθελα χαμηλότερες τιμές
262   </p>
263   <h3>Νίκος Κόκλας</h3>
264   <span>traveler</span>
265   
266 </div>
267
268 <div class="slide">
269   <div class="stars">
270     <i class="fas fa-star"></i>
271     <i class="fas fa-star"></i>
272     <i class="fas fa-star"></i>
273     <i class="fas fa-star"></i>
274     <i class="fas fa-star"></i>
275   </div>
276   <p>
277     Εξαιρετική εξυπηρέτηση από τους ανθρώπους του γραφείου
278     για την οργάνωση του ταξιδιού μας στη Μαδρίτη.
279     Όλα ήταν προγραμματισμένα στην εντέλεια και δεν υπήρξε
280     η παραμικρή απόκλιση από τα συμφωνηθέντα!
281   </p>
282   <h3>Μαρία Αντωνίου</h3>
283   <span>traveler</span>
284   
285 </div>
286
```



```
277     Εξαιρετική εξυπηρέτηση απο τους ανθρώπους του γραφείου
278     για την οργάνωση του ταξιδιού μας στη Μαδρίτη.
279     Όλα ήταν προγραμματισμένα στην εντέλεια και δεν υπήρξε
280     η παραμικρή απόκλιση απο τα συμφωνηθέντα!
281 </p>
282 <h3>Μαρία Αντωνίου</h3>
283 <span>traveler</span>
284 
285 </div>
286
287 <div class="slide">
288     <div class="stars">
289         <i class="fas fa-star"></i>
290         <i class="fas fa-star"></i>
291         <i class="fas fa-star"></i>
292         <i class="fas fa-star"></i>
293         <i class="fas fa-star"></i>
294     </div>
295     <p>
296         Είναι ίσως από τα καλύτερα γραφεία γενικού τουρισμού στην Ελλάδα.
297         Επαγγελματισμός, εμπειρία, συνέπεια και εξαιρετική οργάνωση,
298         σε όλο το αντικείμενο που ορίζεται ως τουριστικές υπηρεσίες.
299     </p>
300     <h3>Γιώργος Ανδρέου</h3>
301     <span>traveler</span>
302     
303 </div>
304
305 </div>
306
307 </div>
308
309 </section>
310
311 <!-- reviews section ends -->
```

Το κομμάτι με τα έξτρα Links και τις έξτρα πληροφορίες στο κάτω μέρος της εφαρμογής έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```

409 <!-- footer section starts -->
410
411 <section class="footer">
412
413 <div class="box-container">
414
415 <div class="box">
416 <h3>Γρήγορη Μετάβαση</h3>
417 <a href="home.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Home</a>
418 <a href="about.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> About</a>
419 <a href="package.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Package</a>
420 <a href="book.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Book</a>
421 </div>
422
423 <div class="box">
424 <h3>Πληροφορίες επικοινωνίας</h3>
425 <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 2100000000 </a>
426 <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 6999999999 </a>
427 <a href="#"><i class="fas fa-envelope"></i> trave&@gmail.com </a>
428 <a href="#"><i class="fas fa-map"></i> Athens, Greece </a>
429 </div>
430
431 <div class="box">
432 <h3>Ακολουθήστε μας</h3>
433 <a href="#"><i class="fab fa-facebook-f"></i> Facebook </a>
434 <a href="#"><i class="fab fa-twitter"></i> Twitter </a>
435 <a href="#"><i class="fab fa-instagram"></i> Instagram </a>
436 <a href="#"><i class="fab fa-linkedin"></i> LinkedIn </a>
437 </div>
438
439 </div>
440
441 <div class="credit">by <span> Travel&I</span> | all rights reserved! </div>
442
443 </section>
444
445 <!-- footer section ends -->

```

Κώδικας του Package Page:

Για να παράξουμε το αποτέλεσμα που φαίνεται στην σελίδα “Package” έχει γραφτεί ο εξής κώδικας:

```
php > about.php
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     <meta charset="UTF-8">
5     <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7
8     <title>About</title>
9
10    <!-- Swiper css link -->
11    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/swiper@8/swiper-bundle.min.css"/>
12
13    <!--Font awesome cdn link-->
14    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/@fortawesome/fontawesome-free@6.2.0/css/all.min.css">
15
16    <!--Custom css file link-->
17    <link rel="stylesheet" href="../css/style.css">
18  </head>
```

Στον κώδικα που φαίνεται παραπάνω γίνεται κλήση στα σωστά CSS αρχεία για να έχουμε την επιθυμητή μορφοποίηση.

Στη συνέχεια έχουμε γράψει έξτρα κώδικα για το styling της σελίδας, προκειμένου να επιτύχουμε τη μορφή της σελίδας που θέλαμε:

```
20 <style>
21
22   .heading{
23     background-size: cover !important;
24     background-position: center !important;
25     padding-top: 10rem;
26     padding-bottom:15rem;
27     display: flex;
28     align-items: center;
29     justify-content: center;
30   }
31
32   .heading h1{
33     font-size: 10rem;
34     text-transform: uppercase;
35     color:var(--white);
36     text-shadow: var(--text-shadow);
37   }
38
39   .btn{
40     display: inline-block;
41     background: var(--black);
42     margin-top: 1rem;
43     color:var(--white);
44     font-size: 1.7rem;
45     padding:1rem 3rem;
46     cursor: pointer;
47   }
48
49   .btn:hover{
50     background: var(--main-color);
51   }
52
53   .packages .box-container{
54     display: grid;
55     grid-template-columns: repeat(auto-fit, minmax(30rem, 1fr));
56     gap: 2rem;
57   }
58
59   .packages .box-container .box{
60     border:var(--border);
61     box-shadow: var(--box-shadow);
62     background: var(--white);
63     display: none;
64   }
65
```

```

71     .packages .box-container .box:nth-child(6),
72     .packages .box-container .box:nth-child(7),
73     .packages .box-container .box:nth-child(8),
74     .packages .box-container .box:nth-child(9),
75     .packages .box-container .box:nth-child(10),
76     .packages .box-container .box:nth-child(11),
77     .packages .box-container .box:nth-child(12){
78         display: inline-block;
79     }
80
81     .packages .box-container .box:hover .image img{
82         transform: scale(1.1);
83     }
84
85     .packages .box-container .box .image{
86         height: 25rem;
87         overflow: hidden;
88     }
89
90     .packages .box-container .box .image img{
91         height: 100%;
92         width: 100%;
93         object-fit: cover;
94         transition: 1s linear;
95     }
96
97     .packages .box-container .box .content{
98         padding: 2rem;
99         text-align: center;
100    }
101
102    .packages .box-container .box .content h3{
103        font-size: 2.5rem;
104        color: var(--black);
105    }
106
107    .packages .box-container .box .content p{
108        font-size: 1.5rem;
109        color: var(--light-black);
110        line-height: 2;
111        padding: 1rem 0;
112    }
113
114    .packages .load-more{
115        text-align: center;
116        margin-top: 2rem;
117    }

```

Το navigation bar (Μπάρα πλοήγησης) της εφαρμογής για την αρχική σελίδα έχει γίνει με τον εξής κώδικα:

```

148 <!-- header sections starts -->
149
150 <section class="header">
151   <a href="home.php" class="logo">Travel&I</a>
152
153   <nav class="navbar">
154     <a href="home.php">Home</a>
155     <a href="about.php">About</a>
156     <a href="package.php">Package</a>
157     <a href="book.php">Book</a>
158     <!-- <a href="login.php">Login</a> -->
159   </nav>
160
161   <div id="menu-btn" class="fas fa-bars"></div>
162
163 </section>
164
165 <!-- header sections ends -->

```

Ο κώδικας που περιέχει τα διαθέσιμα πακέτα που μπορούν οι χρήστες να βρουν στην ιστοσελίδα μας είναι ο εξής:

```

140 <!-- header sections ends -->
141
142 <div class="heading" style="background:url(../images/header-bg-5.png) no-repeat">
143   <h1>Packages</h1>
144 </div>
145
146 <!-- packages section starts -->
147
148 <section class="packages">
149
150   <h1 class="heading-title">Προορισμοί</h1>
151
152   <div class="box-container">
153
154     <div class="box">
155       <div class="image">
156         
157       </div>
158       <div class="content">
159         <h3>Ινδία</h3>
160         <p>Ταξίδεψε στην Ινδία και δες από κοντά το taj mahal</p>
161         <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
162       </div>
163     </div>
164
165     <div class="box">
166       <div class="image">
167         
168       </div>
169       <div class="content">
170         <h3>Ταϊλάνδη</h3>
171         <p>Ταξίδεψε στην Ταϊλάνδη και επιστέψου το νησί Koh Nang Yuan</p>
172         <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
173       </div>
174     </div>

```

```

246 <div class="content">
247 <h3>Φιλιππίνες</h3>
248 <p>Ταξίδεψε στο μαγευτικό El Nido των Φιλιππίνων!</p>
249 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
250 </div>
251 </div>
252
253 <div class="box">
254 <div class="image">
255 
256 </div>
257 <div class="content">
258 <h3>Αίγυπτος</h3>
259 <p>Ανακάλυψε την μαγεία της ερήμου της Σαχάρας!</p>
260 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
261 </div>
262 </div>
263
264 <div class="box">
265 <div class="image">
266 
267 </div>
268 <div class="content">
269 <h3>Κροατία</h3>
270 <p>Ταξίδεψε και δεξ από κοντά τις παραλίες της κροατίας!</p>
271 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
272 </div>
273 </div>
274
275 <div class="box">
276 <div class="image">
277 
278 </div>
279 <div class="content">
280 <h3>Ινδονησία</h3>
281 <p>Ταξίδεψε για να ανακαλύψεις το Εξωτικό Μπαλί σήμερα!</p>
282 <a href="book.php" class="btn">κάνε κράτηση</a>
283 </div>
284 </div>
285
286 </div>
287
288
289 </section>
290
291 <!-- packages section ends -->

```

Το κομμάτι με τα έξτρα Links και τις έξτρα πληροφορίες στο κάτω μέρος της εφαρμογής έχει παραχθεί με τον εξής κώδικα:

```
409 <!-- footer section starts -->
410
411 <section class="footer">
412
413   <div class="box-container">
414
415     <div class="box">
416       <h3>Γρήγορη Μετάβαση</h3>
417       <a href="home.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Home</a>
418       <a href="about.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> About</a>
419       <a href="package.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Package</a>
420       <a href="book.php"><i class="fas fa-angle-right"></i> Book</a>
421     </div>
422
423     <div class="box">
424       <h3>Πληροφορίες επικοινωνίας</h3>
425       <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 2100000000 </a>
426       <a href="#"><i class="fas fa-phone"></i> +30 6999999999 </a>
427       <a href="#"><i class="fas fa-envelope"></i> trave&@gmail.com </a>
428       <a href="#"><i class="fas fa-map"></i> Athens, Greece </a>
429     </div>
430
431     <div class="box">
432       <h3>Ακολουθήστε μας</h3>
433       <a href="#"><i class="fab fa-facebook-f"></i> Facebook </a>
434       <a href="#"><i class="fab fa-twitter"></i> Twitter </a>
435       <a href="#"><i class="fab fa-instagram"></i> Instagram </a>
436       <a href="#"><i class="fab fa-linkedin"></i> LinkedIn </a>
437     </div>
438
439   </div>
440
441   <div class="credit">by <span> Travel&I</span> | all rights reserved! </div>
442
443 </section>
444
445 <!-- footer section ends -->
```

Κώδικας του Book Page:

Για να παράξουμε το αποτέλεσμα που φαίνεται στην σελίδα “Book” έχει γραφτεί ο εξής κώδικας:

```
php > about.php
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     <meta charset="UTF-8">
5     <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7
8     <title>About</title>
9
10    <!-- Swiper css link -->
11    <link rel="stylesheet" href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/swiper@8/swiper-bundle.min.css"/>
12
13    <!--Font awesome cdn link-->
14    <link rel="stylesheet" href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-awesome/6.2.0/css/all.min.css">
15
16    <!--Custom css file link-->
17    <link rel="stylesheet" href="../css/style.css">
18  </head>
```


Στον κώδικα που φαίνεται παραπάνω γίνεται κλήση στα σωστά css αρχεία για να έχουμε την επιθυμητή μορφοποίηση.

Στη συνέχεια έχουμε γράψει το εξής κώδικα για το στήσιμο της φόρμας:

```
<form action="book_form.php" method="post" class="book-form" onsubmit="return validateForm()">

  <div class="flex">
    <div class="inputBox">
      <span>Όνομα :</span>
      <input type="text" placeholder="enter your name" name="name">
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>email :</span>
      <input type="email" placeholder="enter your email" name="email">
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>Τηλέφωνο :</span>
      <input type="number" placeholder="enter your number" name="phone">
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>Διεύθυνση κατοικίας :</span>
      <input type="text" placeholder="enter your address" name="address">
    </div>
    <div class="dropDownList">
      <span>Προορισμός :</span>
      <select name="location">
        <option value="Ινδία">Ινδία</option>
        <option value="Ταϊλάνδη">Ταϊλάνδη</option>
        <option value="Πακιστάν">Πακιστάν</option>
        <option value="Κίνα">Κίνα</option>
        <option value="Αθήνα">Αθήνα (Ελλάδα)</option>
        <option value="Ικαρία">Ικαρία (Ελλάδα)</option>
        <option value="Κέρκυρα">Κέρκυρα (Ελλάδα)</option>
        <option value="Εύβοια">Εύβοια (Ελλάδα)</option>
        <option value="Φιλιππίνες">Φιλιππίνες</option>
        <option value="Αίγυπτος">Αίγυπτος</option>
        <option value="Κροατία">Κροατία</option>
        <option value="Ινδονησία">Ινδονησία</option>
      </select>
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>Πόσοι θα είστε :</span>
      <input type="number" placeholder="number of guests" name="guests">
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>Πότε ταξιδεύετε :</span>
      <input type="date" name="arrivals">
    </div>
    <div class="inputBox">
      <span>Πότε επιστρέφετε :</span>
      <input type="date" name="leaving">
    </div>
  </div>

  <input type="submit" value="Υποβολή" class="btn" name="send" onclick="showAlert(event)">
</form>
```

Στον εξής κώδικα, ελέγχουμε την είσοδο (input) του χρήστη με τον εξής κώδικα σε JavaScript:

```

219 <script>
220     function validateForm() {
221         var elements = document.getElementsByClassName('inputBox');
222         for (var i = 0; i < elements.length; i++) {
223             var input = elements[i].getElementsByTagName('input')[0];
224             if (input.value === "") {
225                 alert("Δεν εχετε συμπληρώσει όλα τα πεδία");
226                 return false;
227             }
228         }
229         alert("Συγχαρητήρια ολοκλήρωσες την κράτησή σου. Ένας εκπρόσωπος της εταιρείας θα επικοινωνήσει σύντομα μαζί σου.");
230         return true;
231     }
232 </script>

```

Με τον συγκεκριμένο κώδικα, στο παραπάνω στιγμιότυπο, ελέγχουμε να δούμε αν ο χρήστης έχει συμπληρώσει όλα τα πεδία, και αν ναι, τότε του πετάμε το κατάλληλο μήνυμα για να του δείξουμε πως όλα πήγαν καλά. Αντίθετα, αν κάποιο από τα πεδία είναι κενό, εμφανίζεται ένα παράθυρο που τον ενημερώνει για το λάθος του, δηλαδή για το γεγονός πως δεν έχει συμπληρώσει όλα τα πεδία.

Σύνδεση με βάση:

Η σύνδεση και η επικοινωνία με την βάση γίνεται στο αρχείο “book_form.php” Το αρχείο αυτό περιέχει τον εξής κώδικα, με τον οποίο γίνεται η σύνδεση με τη βάση δεδομένων:

```

php > book_form.php
1 <?php
2
3     $connection = mysqli_connect('localhost','root','','book_db');
4
5     if(isset($_POST['send'])){
6         $name = $_POST['name'];
7         $email = $_POST['email'];
8         $phone = $_POST['phone'];
9         $address = $_POST['address'];
10        $location = $_POST['location'];
11        $guests = $_POST['guests'];
12        $arrivals = $_POST['arrivals'];
13        $leaving = $_POST['leaving'];
14
15        $request = " insert into book_form(name, email, phone, address, location, guests, arrivals, leaving)
16        values('$name','$email','$phone','$address','$location','$guests','$arrivals','$leaving') ";
17        mysqli_query($connection, $request);
18
19        header('location:book.php');
20
21        echo '<script>alert("Your booking was successfull. See you there!!")</script>';
22    }
23    else
24    {
25        echo 'something went wrong please try again!';
26    }
27
28 ?>

```

Στον συγκεκριμένο κώδικα παρατηρούμε τα εξής:

1. Αρχικά τοποθετούμε σε μία μεταβλητή τα στοιχεία της βάσης μαζί με το όνομα του admin και τον κωδικό (που είναι κενός ο κωδικός)
2. Στην συνέχεια ελέγχουμε αν ο χρήστης πάτησε την επιλογή υποβολή.

3. Έπειτα περνάμε μέσα σε μεταβλητές τα δεδομένα που μας έδωσε ο χρήστης
4. Τέλος Στέλνουμε το SQL Query που περιέχει όλα τα δεδομένα που μας έδωσε ο χρήστης και εμφανίζουμε στον Server μήνυμα επιτυχίας

Κεφάλαιο 7 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΜΕΛΕΤΗΣ

7.1) Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Ο τουρισμός είναι ένας δυναμικός τομέας που συνεχώς εξελίσσεται, και η έρευνα σε αυτόν τον τομέα είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση των αναγκών των ταξιδιωτών και τη βελτίωση των υπηρεσιών του τουρισμού. Ειδικότερα, η έρευνα για τα ιστοσελίδες που χρησιμοποιούνται για τουριστικούς προορισμούς και πακέτα κρατήσεων μπορεί να επικεντρωθεί σε πολλούς τομείς. Ορισμένοι από αυτούς περιλαμβάνουν:

1. Εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης: Απαιτεί περισσότερη μελέτη προκειμένου να γίνει χρήση της τεχνολογίας, όπως η εφαρμογή τεχνητής νοημοσύνης και το blockchain, για την απλοποίηση των κρατήσεων και την επίλυση προβλημάτων στον τομέα του τουρισμού.
2. Εξατομίκευση εμπειριών: Ζωτικής σημασίας είναι η διεξαγωγή έρευνας για τον τρόπο με τον οποίο οι ιστότοποι μπορούν να παρέχουν εξατομικευμένες εμπειρίες ταξιδιού με βάση τις προτιμήσεις και τις ανάγκες των ταξιδιωτών.
3. Ασφάλεια δεδομένων και προστασία από κυβερνοαπειλές: Είναι πολύ σημαντικό να μελετηθεί περεταίρω ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να διασφαλιστούν η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων των ταξιδιωτών και η προστασία από κυβερνοαπειλές στην τουριστική βιομηχανία.
4. Αξιολόγηση χρηστικότητας και σχεδιασμού: Θα μπορούσε να διεξαχθεί μεγαλύτερη έρευνα για τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αντιλαμβάνονται και αλληλεπιδρούν με τους ιστότοπους ταξιδιού, καθώς και για τον βελτιστοποιημένο σχεδιασμό που επιτρέπει την εύκολη πλοήγηση και κράτηση. Μάλιστα, σημαντικό πλεονέκτημα θα έδινε στην εργασία η αξιολόγησή της από διάφορους χρήστες με διαφορετικές προτιμήσεις και δυσκολίες, προκειμένου να εκφράσουν τις σκέψεις τους σχετικά με την ευχρηστία της και να γίνουν αλλαγές σύμφωνα με τις ανάγκες τους.
6. Κοινωνικά δίκτυα: Προτείνεται, επίσης, έρευνα σχετικά με τον τρόπο χρήσης των κοινωνικών δικτύων και της επικοινωνίας στον τομέα του τουρισμού για την προώθηση, την επικοινωνία και την ενημέρωση των ταξιδιωτών.
7. Κριτικές και αξιολογήσεις: Ακόμη ένα σημείο που θα χρειαζόταν μεγαλύτερη ανάλυση είναι ο τρόπος διαχείρισης των κριτικών και των αξιολογήσεων των ταξιδιωτών στους ιστότοπους ταξιδιού καθώς και ο τρόπος χρήσης αυτών των δεδομένων για τη βελτίωση των υπηρεσιών.

Αυτοί είναι μόνο μερικοί από τους τομείς όπου μπορεί να διεξαχθεί περαιτέρω έρευνα για τον τουρισμό γενικότερα και για τους ιστότοπους ταξιδιού ειδικότερα. Η έρευνα σε αυτούς τους τομείς μπορεί να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση των αναγκών των ταξιδιωτών και στη βελτίωση των υπηρεσιών του τουρισμού.

Βιβλιογραφία

1. <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/9367/%CE%A0%CE%A4%CE%A5%CE%A7%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%97%20%CE%9C%CE%91%CE%9B%CE%99%CE%A3%CE%99%CE%9F%CE%92%CE%91-%CE%9A%CE%91%CE%92%CE%92%CE%91.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/09/2023)
2. <http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1046/2/1046.pdf> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/09/2023)
3. <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/9367/%CE%A0%CE%A4%CE%A5%CE%A7%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%97%20%CE%9C%CE%91%CE%9B%CE%99%CE%A3%CE%99%CE%9F%CE%92%CE%91-%CE%9A%CE%91%CE%92%CE%92%CE%91.pdf?sequence=1&isAllowed=y> ς
4. https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/9826/Souliou_Aglaiia.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Ημερομηνία ανάγνωσης: 25/09/2023)
5. http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2615/tef_000074.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Ημερομηνία ανάγνωσης: 26/09/2023)
6. <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/frontend/file/lib/default/data/2865811/theFile> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 26/09/2023)
7. https://openclass.teiwm.gr/modules/document/file.php/BA-G100/HCI_1.pdfv (Ημερομηνία ανάγνωσης: 29/09/2023)
8. Βιβλίο: Εισαγωγή στην αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή-Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πατρών
9. <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/15467/KOTROTSOU-mppl20036.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 29/09/2023)
10. http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2615/tef_000074.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Ημερομηνία ανάγνωσης: 30/09/2023)
11. <https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/TourismLow.pdf>(Ημερομηνία ανάγνωσης: 25/09/2023)
12. <https://joistpark.eu/e-tourism-psifiopoihsh-tourismou-2022/> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 25/09/2023)
13. <http://ikee.lib.auth.gr/record/73365/files/gri-2007-422.pdf> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 30/09/2023)

14. <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/15467/KOTROTSOU-mpp120036.pdf?sequence=3&isAllowed=y>(Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/10/2023)
15. <https://en.wikipedia.org/wiki/PhpMyAdmin>
16. https://apothesis.lib.hmu.gr/bitstream/handle/20.500.12688/8589/AdamouStavriana_ZakouAndreas2018.pdf?sequence=3 (Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/10/2023)
17. <http://ikee.lib.auth.gr/record/288128/files/%CF%80%CF%84%CF%85%CF%87%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE%20%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1.pdf> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/10/2023)
18. <https://el.wikipedia.org/wiki/PHP> (Ημερομηνία ανάγνωσης: 10/10/2023)
19. https://apothesis.lib.hmu.gr/bitstream/handle/20.500.12688/8589/AdamouStavriana_ZakouAndreas2018.pdf?sequence=3 (Ημερομηνία ανάγνωσης: 11/10/2023)