

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΓΙΟΥΣΕΦ ΠΑΡΘΕΝΟΠΗ
ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΝΙΚΑΣ



[ΠΑΤΡΑ 2016]

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός είναι ένα πολυπρισματικό φαινόμενο, το οποίο μελετάται από το 1924 και έχει πολυοριστεί. Δεν είναι τίποτα άλλο από δραστηριότητα χωρίς κερδοσκοπικούς λόγους. Το τουριστικό προϊόν έχει πολλές διαστάσεις όσον αφορά την σύνθεσή του και είναι δύσκολο να οριστεί λόγω των εν λόγω διαστάσεων.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία μελετάται η παροχή του τουριστικού προϊόντος μέσα από εφαρμογές. Οι εφαρμογές, αυτές, διανέμονται μέσα από τα ηλεκτρονικά καταστήματα των συσκευών και «έξυπνων» τηλεφώνων, καθώς απαιτείται λειτουργικό σύστημα για την υποστήριξη των εφαρμογών, γενικότερα, για την εύχρηστη λειτουργία τους. Γι' αυτό αναλύονται τουριστικές εφαρμογές, στις οποίες τουριστικό προϊόν θεωρούνται οι κρατήσεις σε καταλύματα, οι αεροπορικές – ακτοπλοϊκές κρατήσεις (e-ticketing), ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ηλεκτρονική χαρτογράφηση και πλοηγοί, οργανωμένοι ηλεκτρονικοί ταξιδιωτικοί οδηγοί και τουριστικοί οδηγοί – ηλεκτρονικοί ξεναγοί.

Ακόμη, για την διεξαγωγή της παρούσης εργασίας αντλήθηκαν πληροφορίες για όλους τους ορισμούς περισσότερο από το διάδίκτυο, διότι αφορά τεχνολογικά χαρακτηριστικά, και πληροφορίες από βιβλιογραφία όσον αφορά τον τουρισμό.

Σκοπός της έρευνας είναι η αξιολόγηση κάποιων τουριστικών εφαρμογών όσον αφορά την εμπειρία χρήσης τους από τους καταναλωτές-τουρίστες.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στην ολοκλήρωση της σύνταξης της παρούσας Πτυχιακής εργασίας συνέβαλλαν αρκετά άτομα, τα οποία θα ήθελα να ευχαριστήσω.

Πάνω από όλα, ευχαριστώ τον Καθηγητή του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων, Δρ Ιωάννη Νίκα, για τις συμβουλές του, την μετάδοση πληροφοριών του, την ενθάρρυνση του, την συνεργασία του και την υποστήριξη του καθ' όλη την διάρκεια της εκπόνησης της Πτυχιακής μου εργασίας.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους μου για την υπομονή τους και την βοήθειά τους στην ολοκλήρωση της έρευνας.

Θέλω να ευχαριστήσω όλους τους ανθρώπους, που δέχθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιό μου, όσον αφορά την έρευνα, και συνέβαλλαν σε αυτό.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω συγγενικά μου πρόσωπα, τα οποία με υποστήριξαν κάθε στιγμή, κοινωνικά και ψυχολογικά, με βοήθησαν όσο μπορούσαν στην παρούσα εργασία καθώς και με ενθάρρυναν στην ολοκληρωτική επίτευξη της.

Τέλος, χωρίς την συμβολή όλων των παραπάνω δεν θα είχα καταφέρει να ολοκληρώσω την συγγραφή της Πτυχιακής μου εργασίας με επιτυχία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στις μέρες μας η τεχνολογία έχει εξελιχθεί και είναι πλέον πολύ εύκολο να σχεδιαστεί ένα ταξίδι, όσον αφορά τον τουρισμό, εφόσον διατίθενται εφαρμογές για την πραγματοποίησή του, οι οποίες κάνουν πιο εύκολη και γρήγορη την πρόσβαση του τουρίστα από τον τόπο μόνιμης διαμονής στον τόπο προορισμού.

Στόχος της εργασίας είναι η αξιολόγηση κάποιων τουριστικών εφαρμογών ως προς την διάθεση, χρήση, λειτουργία, υποστήριξη, χρησιμότητα και αξιοπιστία τους.

Η πτυχιακή εργασία χωρίζεται σε 6 κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο περιλαμβάνει βασικές έννοιες από την θεωρία του Τουρισμού, το δεύτερο κεφάλαιο αποτελεί περιγραφή του Web 2.0, καθώς των εργαλείων και των τεχνολογικών χαρακτηριστικών του. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται οι κινητές συσκευές και τα «έξυπνα» τηλέφωνα, όπως και τα χαρακτηριστικά τους. Το τέταρτο κεφάλαιο περιλαμβάνει σύγχρονες λειτουργίες, όπως το διαδικτυακό μάρκετινγκ, το travel 2.0, ανάλυση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την αναγκαιότητα των εφαρμογών στον τουρισμό. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθεται η έρευνα της πτυχιακής με την ανάλυσή της. Στο τελευταίο κεφάλαιο αναλύονται τα συμπεράσματα της έρευνας ύστερα από την επεξεργασία των στοιχείων.

Σχετικά με το πέμπτο κεφάλαιο, ύστερα από την ανάλυση των κατηγοριών, διεξήχθη η έρευνα σχετικά με τις εφαρμογές. Επιλέχθηκε δείγμα τριάντα ατόμων, τουρίστες – καταναλωτές, προγραμματιστές – ειδικοί της πληροφορικής και επιχειρηματίες, αναλογικά. Το δείγμα κλήθηκε να απαντήσει το ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά, συντάχθηκε χρησιμοποιώντας το cloud εργαλείο Google Docs και συγκεκριμένα το google forms. Αποτελείται από 130 ερωτήσεις σχετικές με τις τουριστικές εφαρμογές.

Τέλος, παρατίθεται στο Παράρτημα το Ερωτηματολόγιο της έρευνας της παρούσης πτυχιακής εργασίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	4
1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ «ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»	
1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	6
1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	7
2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ WEB 2.0»	
2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	11
2.2 WEB 2.0	12
2.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ.....	13
3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΚΙΝΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΑ»	
3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	25
3.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΕΤΟΙΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΗ	30
3.3 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΕΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ.....	31
3.4 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ	34
3.4.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	34
3.4.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ.....	35
3.4.3 ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	36
3.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ	37
3.5.1 ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ.....	37
3.5.1.1 E-Ticketing-Έκδοση Ηλεκτρονικών Εισιτηρίων.....	38
3.5.1.2 Ξενοδοχειακές κρατήσεις.....	38
3.5.1.3 Εταιρίες-Εφαρμογές ενοικίασης αυτοκινήτων	39
3.5.1.4 Τοπικές πληροφορίες (Χαρτογράφηση και πλοηγοί).....	40
3.5.1.5 Ταξιδιωτικοί Οδηγοί Πληροφοριών – Τουριστικοί Οδηγοί «Ξεναγοί»	40
4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»	
4.1 MARKETING – E-MARKETING	43
4.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – E-COMMERCE ΚΑΙ E-TOURISM	44
4.3 TRAVEL 2.0.....	49
4.4 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ.....	50
5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ»	
5.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ.....	51
5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	51
5.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	52
5.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΟΥ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	54
5.5 ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	57
5.6 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΈΡΕΥΝΑΣ	61

6^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ «ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ»

6.1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ BOOKING.COM	62
6.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ EXPEDIA.....	69
6.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIVAGO.....	75
6.4 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ RYANAIR.....	81
6.5 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΥΑΚ FLIGHTS	88
6.6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ AEGEAN	94
6.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ GOOGLE MAPS	99
6.8 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ MAPFACTOR NAVIGATION.....	106
6.9 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ FOURSQUARE	112
6.10 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIPADVISOR.....	118
6.10 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ROCKETGUIDE	124
6.11 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIPOSO	130
6.12 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	136
6.13 ΣΥΝΟΨΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	139
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	142
ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ	142
ΕΙΚΟΝΕΣ	145
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	146
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	147

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ «Σχετικά με τον Τουρισμό»

1.1 Τουρισμός

Το 1936, τουρίστας ορίστηκε ως «κάποιος που ταξιδεύει στο εξωτερικό για τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες» (Λαγός, 2005). Ο ΟΗΕ τροποποίησε τον ορισμό το 1945 λέγοντας πώς η μέγιστη παραμονή σε μια χώρα προορισμού είναι έξι μήνες. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού καθορίζει τους τουρίστες ως ανθρώπους «που ταξιδεύουν και διαμένουν στο εξωτερικό για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για ψυχαγωγία, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς» (Wikipedia, 2016).

Η λέξη τουρισμός ουσιαστικά έχει προέλθει από τη γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα.

Το 1994, ο ΟΗΕ προσδιόρισε τρεις μορφές τουρισμού για τις Στατιστικές Τουρισμού:

- Εγχώριος τουρισμός, με τη συμμετοχή των κατοίκων της εκάστοτε χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός της χώρας.
- Εισερχόμενος τουρισμός, με τη συμμετοχή μη κατοίκων που ταξιδεύουν στην εν λόγω χώρα.
- Εξερχόμενος τουρισμός, με τη συμμετοχή των κατοίκων που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.

Όπως αναφέρουν οι Ηγουμενάκης και συν., (1998: 84) 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». Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.) η οποία θεωρεί ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων, που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερικήυση και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993: 7).

Ο πρώτος όρος του τουρισμού και του τουρίστα ήταν προσπάθεια της Επιτροπής Στατιστικών Εμπειρογνώμων της Κοινωνίας των Εθνών το 1936. Τελικά, μια

ολοκληρωμένη μορφή αποδόθηκε στη συνδιάσκεψη της Ρωσίας (UIOOT, 1963). Χρειάστηκαν εμπειρογνώμονες, συσκέψεις και συνέδρια για να αποδοθούν όσο καλύτερα γίνεται οι ορισμοί.

Σύμφωνα με τον Κ. Λαγό (2005, Τουριστική Οικονομική) ο Schwihk (1924) ορίζει τον τουρισμό ως την κίνηση ενός ανθρώπου, που εγκαταλείπει τον τόπο μόνιμης κατοικίας του για πνευματικούς, σωματικούς ή επαγγελματικούς λόγους. Ο Marrioti (1950) ορίζει τον τουρισμό ως το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων, που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων, που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία, χωρίς κερδοφόρους σκοπούς. Ο Καλφιώτης (1976) ορίζει τον τουρισμό ως η την διακίνηση μεμονωμένων ή ομάδων ατόμων, σε διαφορετικό γεωγραφικό περιβάλλον από την μόνιμη κατοικία, η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση ψυχικής ή πνευματικής επιθυμίας και προκαλεί οικονομικές δραστηριότητες. Το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό, στην Οτάβα του Καναδά το '91, ορίζει τον τουρισμό ως τις δραστηριότητες, που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμα κ.ά. των ανθρώπων, που ταξιδεύουν και παραμένουν σε άλλες περιοχές από όπου ζουν, μέχρι ένα συνεχόμενο έτος. Το 1992, οι Mill και Morisson όρισαν τον τουρισμό ως «Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα, που αναπτύσσεται όταν οι τουρίστες ταξιδεύουν, και περιλαμβάνει οτιδήποτε σχετίζεται με την προετοιμασία και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή και τις αναμνήσεις μετά από αυτό. Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών, που γίνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές που πραγματοποιούνται και τις αλληλεπιδράσεις, οι οποίες συμβαίνουν μεταξύ ξένων και ντόπιων, καθώς και τις επιπτώσεις που προκύπτουν.»

Τέλος, ο τουρισμός, σύμφωνα με τον Λαγό (2005) μπορεί να οριστεί ότι είναι «Ένα πολυπρισματικό, οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής που τους ικανοποιούν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα από συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένον γεωγραφικό χώρο παραμονής τους σε αυτόν για χρονικό διάστημα μέχρι ένα έτος, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές, κλπ.»

1.2 Τουριστικό Προϊόν

Γενικά το τουριστικό προϊόν και η έννοιά του δεν μπορεί να οριστεί λόγω της σύνθεσής του και έχει πολλές προσεγγίσιμες διαστάσεις. Ειδικά, το τουριστικό προϊόν αποτελείται από (Λαγός, 2005):

- Υλικά αγαθά, τα οποία αφορούν οτιδήποτε φαγώσιμο και πόσιμο,
- Άυλες υπηρεσίες, οι οποίες αφορούν καταλύματα και την οποιαδήποτε μετακίνηση των τουριστών,
- Φυσικά στοιχεία, τα οποία είναι το κλίμα, ο ήλιος, η θάλασσα κλπ.

Γι' αυτό το λόγο το τουριστικό προϊόν θεωρείται σύνθετο προϊόν (Λαγός, 2005).

Αναλυτικότερα, η δομή του τουριστικού προϊόντος αποτελείται από τα παρακάτω στοιχεία (Λαγός, 2005):

1. Μη αναπαραγόμενοι πόροι. Πρόκειται για στοιχεία φυσικά ή τεχνητά, τα οποία δεν μπορούν να ανανεωθούν ή να αναπαραχθούν. Ειδικότεροι μη αναπαραγόμενοι πόροι είναι:
 - Οι φυσικοί πόροι, όπως ακτές, βουνά, λίμνες, ποτάμια, δάση, σπήλαια, ιαματικά λουτρά, φυσικά πάρκα κλπ.
 - Οι ιστορικοί πόροι, όπως πόλεις τέχνης, ιστορικά μνημεία, μουσεία κλπ.
2. Αναπαραγόμενοι πόροι. Πρόκειται για ανανεώσιμα στοιχεία ή δραστηριότητες δημιουργημένα από τον ανθρώπινο πολιτισμό. Ειδικότεροι αναπαραγόμενοι πόροι είναι:
 - Πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις, όπως πολιτιστικές παραστάσεις, εκδηλώσεις, πολιτιστικές εκθέσεις κλπ.
 - Δραστηριότητες απασχόλησης ελεύθερου χρόνου, όπως άθληση, περιηγήσεις, παιχνίδια υπαίθρου κλπ.
 - Επιχειρηματικές και επαγγελματικές εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, ημερίδες, εμπορικές εκθέσεις, αγορές κλπ.
3. Συμπληρωματικές υπηρεσίες. Πρόκειται για συμπληρωματικές υπηρεσίες των μη αναπαραγόμενων πόρων και των αναπαραγόμενων. Ειδικότερες συμπληρωματικές υπηρεσίες είναι:
 - Υπηρεσίες υποδοχής και Καταλύματα, όπως ξενοδοχεία, διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κατασκηνώσεις κλπ.
 - Υπηρεσίες διατροφής, όπως εστιατόρια, ταβέρνες, ζαχαροπλαστεία, καφενεία κ.ά.

- Εμπορικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, όπως καταστήματα λιανικού εμπορίου, τράπεζες, ανταλλακτήρια συναλλάγματος, γραφεία ταξιδιών και τουρισμού.
- Υπηρεσίες υποδομή, όπως δρόμοι, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, αεροδρόμια, τηλεπικοινωνίες.
- Υπηρεσίες μεταφορικών μέσων, όπως, αεροπορικές, οδικές, σιδηροδρομικές, ακτοπλοϊκές.

4. Μη υλικά συστατικά στοιχεία. Πρόκειται για:

- Αισθητικές Αξίες, όπως παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες από τους τόπους προορισμού.
- Πολιτιστικές Αξίες, όπως παραδόσεις, λαογραφία.
- Προσδοκίες και ικανοποίηση τουριστών.

Στον τουρισμό, το τουριστικό προϊόν μπορεί να παρουσιαστεί ως (Λαγός, 2005):

- Ένα συνολικό προϊόν, που περιλαμβάνει το συνδυασμό όλων των αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και των στοιχείων εξυπηρέτησης τα οποία παρέχει ένας τόπος προορισμού, και ο τουρίστας χρησιμοποιεί ή καταναλώνει, από τη στιγμή που φεύγει από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του ως τη στιγμή που επιστρέφει σε αυτόν. Στο μυαλό του καταναλωτή, αυτό το προϊόν είναι μια ιδέα, μια προσδοκία ή ένα πνευματικό δημιούργημα στο σημείο πώλησής του.
- Ένα σύνολο επιμέρους στοιχείων ή δραστηριοτήτων, που συγκροτούν το συνολικό τουριστικό προϊόν, όπως κατάλυμα, μεταφορά, θέλγητρα και λοιπές διευκολύνσεις προς τους τουρίστες.

Τέλος, σύμφωνα με τον Λαγό (2005) τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος είναι:

- Η αδυναμία αποθήκευσης.
- Η αμεταθετότητα.
- Η διαφοροποίηση.
- Η φθαρτότητα.
- Το υψηλό σταθερό κόστος.
- Η αλληλεξάρτηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η ετερογένεια της παραγωγικής του δομής.

- Η ανελαστικότητα ως προς τις μεταβολές της τουριστικής ζήτησης.
- Η ταύτιση του τόπου παραγωγής με τον τόπο κατανάλωσης.
- Η αρχικά μεγάλη επενδυτική δαπάνη για τουριστική υποδομή και αναδομή.
- Η ευαισθησία στις μεταβολές της οικονομικής δραστηριότητας έντονη εποχικότητα).
- Η συμπληρωματικότητα και η υποκατάσταση.

2^ο Κεφάλαιο: «Τεχνολογίες και εφαρμογές Web 2.0»

2.1 Ιστορική εξέλιξη

Το Web 1.0 (Wikipedia, 2016) είναι ένα παλιώνυμο αναφερόμενο στο πρώτο στάδιο της εξέλιξης του Παγκόσμιου Ιστού. Σύμφωνα με τους Cormode, G. και Krishnamurthy, B. (2008): "Οι δημιουργοί περιεχομένου ήταν λίγοι στο Web 1.0 με τη συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών να ενεργούν ως καταναλωτές του περιεχομένου».

Οι προσωπικές ιστοσελίδες ήταν κοινές, αποτελούμενες κυρίως από στατικές σελίδες που φιλοξενούνται στο ISP διοικούμενο διακομιστή ιστού, ή σε δωρεάν ιστοσελίδες φιλοξενίας υπηρεσιών, όπως η Geocities. Με την έλευση του Web 2.0, ήταν πιο κοινό για το μέσο χρήστη ιστοσελίδων να έχει προφίλ κοινωνικής δικτύωσης σε ιστοσελίδες, όπως το MySpace και το Facebook, καθώς και προσωπικά blogs σε μια από τις νέες υπηρεσίες ιστοσελίδων φιλοξενίας χαμηλού κόστους ή ένα ειδικό blog υποδοχής, όπως το Blogger ή το LiveJournal. Το περιεχόμενο και για τα δύο αυτά δημιουργήθηκε δυναμικά από το περιεχόμενο, που είναι αποθηκευμένο σε μια σχεσιακή βάση δεδομένων, επιτρέποντας στους αναγνώστες να σχολιάσουν απευθείας σε σελίδες με έναν τρόπο που δεν ήταν συνηθισμένο προηγουμένως.

Οι δυνατότητες του Web 2.0 υπήρχαν από το Web 1.0, αλλά εφαρμόζονται με διαφορετικό τρόπο. Για παράδειγμα, μια τοποθεσία Web 1.0 μπορεί να είχε μια ξεχωριστή σελίδα για τους επισκέπτες για να δημοσιεύουν σχόλια, αντί για ένα τμήμα σχολίων στο τέλος της κάθε σελίδας. Η επίδοση του διακομιστή και το εύρος ζώνης εκτιμήσεων σημαίνει ότι με ένα εξαπλωμένο τμήμα σχολίων σε κάθε σελίδα θα μπορούσε ενδεχομένως να επιβραδύνει την ιστοσελίδα.

Μερικά σχεδιαστικά στοιχεία μιας τοποθεσίας Web 1.0 περιλαμβάνουν:

- Στατικές σελίδες, αντί των δυναμικών HTML.
- Περιεχόμενο που εξυπηρετείται από το σύστημα αρχείων του διακομιστή αντί για ένα RDBMS.
- Σελίδες που χτίστηκαν χρησιμοποιώντας Server Side Includes ή CGI αντί για μια διαδικτυακή εφαρμογή γραμμένη σε μια δυναμική γλώσσα προγραμματισμού όπως η Perl, PHP, Python ή Ruby.
- Η χρήση της HTML στοιχεία 3.2- περιοχές στοιχείων, όπως πλαίσια και πίνακες για τοποθέτηση και ευθυγράμμιση στοιχείων σε μια σελίδα. Αυτά χρησιμοποιούνται συχνά σε συνδυασμό με εικόνες GIF.

- Ιδιοκτησιακές επεκτάσεις HTML, όπως οι καρτέλες <blink> και <marquee>, που εισήχθησαν κατά τη διάρκεια του πρώτου πολέμου του προγράμματος περιήγησης.
- Σε απευθείας σύνδεση βιβλία επισκεπτών.
- Κουμπιά GIF, γραφικά (συνήθως 88x31 pixels σε μέγεθος) προωθώντας προγράμματα περιήγησης, λειτουργικά συστήματα, προγράμματα επεξεργασίας κειμένου και διάφορα άλλα προϊόντα.
- Φόρμες HTML που αποστέλλονται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η υποστήριξη του πρωτότυπου διακομιστή ήταν σπάνια σε κοινούς διακομιστές τη διάρκεια εκείνης της περιόδου. Για την παροχή μηχανισμού ανατροφοδότησης για τους επισκέπτες της ιστοσελίδας, χρησιμοποιήθηκαν φόρμες mailto (αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομικού μηνύματος). Ένας χρήστης μπορούσε να συμπληρώσει ένα έντυπο, και με ένα κλικ στο κουμπί υποβολής, θα ξεκινήσει και θα προσπαθήσει να στείλει ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που περιέχει τα στοιχεία της φόρμας.

2.2 Web 2.0

Το Web 2.0 (Wikipedia, 2016) περιγράφει σελίδες παγκόσμιου ιστού, που δίνουν έμφαση σε παντός είδους περιεχόμενο, στην χρήση και στην διαλειτουργικότητα του. Ο όρος αυτός πρωτοχρησιμοποιήθηκε το 1999 από τον Darcy DiNucci. Βέβαια έγινε γνωστός μέσα από το συμβούλιο Media Web 2.0 από τους Tim O'reilly και Dale Dougherty τα τέλη του 2004. Στην ουσία όμως το Web 2.0 είναι μια αναβάθμιση του παγκόσμιου ιστού και δεν πρόκειται για επιπρόσθετες τεχνικές λειτουργίες, παρά μόνο αλλαγές στις ιστοσελίδες για να είναι πιο εύχρηστο. Οι ιστοσελίδες Web 2.0 επιτρέπουν στους χρήστες να αλληλοεπιδρούν και να συνεργάζονται μέσα από διαλόγους παντός είδους περιεχομένου και δεν περιορίζονται στην εικονική λειτουργία. Έτσι το web 2.0 βοήθησε στην κατάληξη χρήσης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης (social media) ιστοσελίδες, χρήση άρθρων (blogs), λαϊκονομίες (folksonomies), wiki, κοινή χρήση βίντεο, παρεχόμενες υπηρεσίες, διαδικτυακές εφαρμογές, επιπρόσθετες εφαρμογές χρηστικότητας σε ιστοσελίδες (mashups).

Γενικά, η χρήση του Web 2.0 βοηθάει στην διαφήμιση και προώθηση μέσα από μεθόδους marketing στην διάδοση ενός προϊόντος.

2.3 Περιγραφή των τεχνολογιών και εργαλείων που χρησιμοποιούνται

Σύμφωνα με μελέτη στο διαδίκτυο αναλύονται οι τεχνολογίες και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την προώθηση, διαφήμιση και διάδοση ενός προϊόντος.

Τα εργαλεία του Web 2.0 είναι τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, τα ηλεκτρονικά άρθρα (blogs), κοινή χρήση βίντεο, παρεχόμενες υπηρεσίες, διαδικτυακές εφαρμογές, επιπρόσθετες εφαρμογές χρηστικότητας σε ιστοσελίδες (mashups).

Αναλυτικά, στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης (**social media**) (Wikipedia, 2016) επιτρέπεται η αλληλεπίδραση ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα social media εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως πχ. ιστολόγια, ιστοσελίδες όπως το Facebook, και φόρουμ.

- **Κοινωνική δικτύωση** είναι η συγκέντρωση ή συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες. Τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται σαν ένα σύνολο από actors (άνθρωποι, οργανισμοί ή άλλες κοινωνικές ομάδες) και ένα σύνολο από τις σχέσεις (φιλίες, δεσμοί, χρηματικές συναλλαγές κ.α.) τους – ή την έλλειψη αυτών – ανάμεσα στους actors (Brass, Butterfield & Skaggs, 1998). Κοινωνικά δίκτυα δηλαδή συναντώνται παντού και πάντα από τους πρώτους χριστιανούς έως στο World Wide Web (Barabasi, 2002) και έχουν μελετηθεί ενδελεχώς από τους κοινωνιολόγους (Faust & Wasserman, 1994). Τα online κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως web-based (διαδικτυακές) υπηρεσίες που επιτρέπουν τα άτομα:
 1. να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα,
 2. να επικοινωνήσουν με μια λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους μοιράζονται μια μορφή σύνδεσης και
 3. να δουν και να διανείμουν την δικιά τους λίστα των συνδέσεων και αυτών που φτιάχτηκαν από άλλους μέσα στο σύστημα (Boyd & Ellison, 2008).

Οι όροι “social media” και “social network” συχνά ταυτίζονται κάτω από τον όρο «κοινωνική δικτύωση». Ωστόσο, υπάρχει μια σημαντική διαφοροποίηση: ο όρος “social media” αναφέρεται στα μέσα (εργαλεία) διαμοιρασμού της πληροφορίας, των δεδομένων και της επικοινωνίας στο κοινό, ενώ ο όρος “social networking” αναφέρεται στη δημιουργία και την αξιοποίηση των κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα.

Τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

1. Υποστηρίζουν ποικιλία των μορφών περιεχομένου, όπως κείμενο, βίντεο , φωτογραφίες , ήχο , κ.τ.λ. Πολλά από αυτά κάνουν χρήση περισσότερων του ενός από αυτές τις επιλογές ως προς το περιεχόμενο.
2. Επιτρέπουν αλληλεπιδράσεις που περνούν μία ή περισσότερες πλατφόρμες μέσω διαμοιρασμού, email και τροφοδοσίες.
3. Χαρακτηρίζονται από διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής του χρήστη οι οποίοι μπορούν να δημιουργήσουν , να σχολιάσουν ή να παρακολουθούν σε δίκτυα Social Media.
4. Απλοποιούν, βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος της διάδοσης των πληροφοριών.
5. Προσφέρουν ενός- προς-ένα, ενός-προς-πολλούς και πολλών προς-πολλούς επικοινωνία.
6. Επιτρέπουν την επικοινωνία αυτή να πραγματοποιείται είτε σε πραγματικό χρόνο ή ασύγχρονη με την πάροδο του χρόνου.
7. Είναι ανεξάρτητα της συσκευής: Ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει για τη διείσδυση σε Social Media έναν υπολογιστή, ή κινητές συσκευές (tablets και smartphones ιδιαίτερα).
8. Επεκτείνει εμπλοκή με τρεις τρόπους: με τη δημιουργία σε πραγματικό χρόνο online εκδηλώσεις, με την επέκταση σε απευθείας σύνδεση αλληλεπιδράσεις offline εκδηλώσεις, και τελευταία με την υποστήριξη ζωντανών εκδηλώσεων.

Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα και τα χαρακτηριστικά που τους διαφοροποιούν είναι οι εξής:

Κοινωνικό Μέσο Δικτύωσης	Χαρακτηριστικό
Facebook	Άμεσο, προσωπικό, συνδυασμός πολλών μορφών περιεχομένου
Twitter	Σύντομα μηνύματα, ανοιχτή, hashtags που δηλώνουν το θέμα
Google+	Διαλειτουργικότητα με τα εργαλεία της Google
Youtube	Προβολή video, ανοιχτή πρόσβαση χωρίς εγγραφή
Blogger	Εύκολη δημιουργία blogs
LinkedIn	Επαγγελματικό, δημιουργία προφίλ, ανεύρεση εργασίας, συνεργατών
Instagram	Επεξεργασία και δημοσίευση φωτογραφιών
Pinteres	Αποθήκευση προϊόντων, ευρύ γυναικείο κοινό
Foursquare	Γεωγραφικά δεδομένα χρηστών (check-ins)
Flick	Αποθήκευση φωτογραφιών

Πίνακας 1: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

- Στη συνέχεια το **ιστολόγιο (blog)**, (Wikipedia, 2016) είναι μια μορφή ιστοχώρου. Είναι μια λίστα καταχωρήσεων από την πιο πρόσφατη καταχώρηση στην παλαιότερη. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί να είναι οτιδήποτε, όπως Νέα , πολιτικοκοινωνικός σχολιασμός, σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, μόδα, αθλητικά, τέχνες, γαστρονομία. Συνήθως, δεν απαιτείται επιμέλεια του κώδικα της ιστοσελίδας, μιας και συχνά είναι εγκατεστημένα αυτόματα συστήματα και παρέχουν την δυνατότητα στο διαχειριστή του ιστολογίου να συντάξει μια καταχώρηση με πολύ λίγα βήματα.

Ο κοινός χρήστης του Διαδικτύου μπορεί εύκολα και δωρεάν να ξεκινήσει το δικό του ιστολόγιο μέσω πολλών φορέων που προσφέρουν συστήματα, τα οποία στηρίζονται σε λογισμικό, που κάνει την σύνταξη των ιστολογίων πολύ απλή. Το αντάλλαγμα τέτοιων φορέων είναι συνήθως η αυτόματη διαφήμιση στα ιστολόγια ή η αυτοπροβολή. Σε τέτοιες υπηρεσίες στηρίζεται η πλειονότητα των ιστολογίων, ιδίως τα μικρότερα. Όπως και κάθε άλλο είδος ιστοσελίδας, έτσι και το ιστολόγιο μπορεί να στηριχθεί και σε υπηρεσίες, στις οποίες ο διαχειριστής του ιστολογίου έχει τον πλήρη έλεγχο του ιστοχώρου του.

Ο αγγλικός όρος blog προέρχεται από το weblog το οποίο έχει μεταφραστεί στα ελληνικά ως ιστολόγιο. Το weblog είναι επινόηση του Jorn Barger από τον Δεκέμβριο του 1997. Στις αρχές του 1999 όμως ο Peter Merholz ανακοίνωσε ότι θα το προφέρει «wee-blog» και έτσι οριστικοποιήθηκε ο όρος blog, αφού ο συντάκτης αναφερόταν ως blogger. Λεξιπλάστης του όρου ιστολόγιον είναι ο blogger talos, από τους πρώτους Έλληνες bloggers με το ομώνυμο μπλογκ "ΙΣΤΟΛΟΓΙΟΝ", που είναι και σήμερα ενεργό.

- Ένα **Wiki** (Wikipedia, 2016) είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή, η οποία επιτρέπει στους χρήστες της να προσθέτουν, να τροποποιούν ή να διαγράφουν το περιεχόμενο της συνεργασίας τους με τους άλλους. Σε ένα τυπικό wiki, το κείμενο είναι γραμμένο με μια απλουστευμένη γλώσσα σήμανσης (γνωστή ως "wiki markup") ή ένα επεξεργαστή εμπλουτισμένου κειμένου. Ενώ ένα wiki είναι ένα είδος συστήματος διαχείρισης περιεχομένου, διαφέρει από ένα ιστολόγιο ή περισσότερα άλλα τέτοια συστήματα, στο ότι το περιεχόμενο δημιουργείται χωρίς κάποιον ορισμένο ιδιοκτήτη ή ηγέτη και τα wiki έχουν μικρή σιωπηρή δομή, επιτρέποντας να προκύψει η δομή ανάλογα με τις ανάγκες των χρηστών.

Το εγκυκλοπαιδικό εγχείρημα Wikipedia είναι το πιο δημοφιλές wiki στο δημόσιο διαδίκτυο από την άποψη της προβολής σελίδων, αλλά υπάρχουν πολλοί ιστότοποι που τρέχουν πολλά διαφορετικά είδη λογισμικού wiki. Τα wiki μπορεί να εξυπηρετούν πολλούς διαφορετικούς σκοπούς τόσο δημόσιους όσο και του ιδιωτικούς, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης γνώσης, αποθήκευσης σημειώσεων, ιστότοπους κοινοτήτων και intranet. Κάποια επιτρέπουν τον έλεγχο σε διαφορετικές λειτουργίες (επίπεδα πρόσβασης). Για παράδειγμα, τα δικαιώματα επεξεργασίας μπορούν να επιτρέπουν την αλλαγή, προσθήκη ή αφαίρεση υλικού. Άλλα μπορεί να επιτρέπουν την πρόσβαση χωρίς την επιβολή ελέγχου πρόσβασης. Μπορούν να επιβληθούν και άλλοι κανόνες για την οργάνωση του περιεχομένου.

Ο Γουόρντ Κάνινγκχαμ, ο δημιουργός του πρώτου λογισμικού wiki, του WikiWikiWeb, αρχικά το περιέγραψε ως "η πιο απλή σε απευθείας σύνδεση βάση δεδομένων που θα μπορούσε ενδεχομένως να λειτουργήσει». <https://el.wikipedia.org/wiki/Wiki> «Wiki» (προφέρεται [ουίκι] ή [βίκι]) είναι μια χαβαϊανή λέξη που σημαίνει "γρήγορα".

- Μια **folksonomy** (λαϊκονομία), (Wikipedia, 2016) είναι ένα σύστημα στο οποίο οι χρήστες μπορούν να εφαρμόζουν δημόσιες ετικέτες σε απευθείας σύνδεση στοιχεία, τυπικά για να τους βοηθήσουν να ξαναβρούν αυτά τα στοιχεία. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε ένα σύστημα ταξινόμησης, που βασίζεται σε αυτές τις ετικέτες και τη συχνότητά τους, σε αντίθεση με μια ταξινομική κατάταξη, που καθορίζεται από τους ιδιοκτήτες του περιεχομένου, εάν έχει δημοσιευθεί. Η πρακτική αυτή είναι επίσης γνωστή ως συνεργατική σημείωση (collaborative tagging), την κοινωνική ταξινόμηση (social classification), κοινωνικό ευρετήριο (social indexing) και κοινωνική σημείωση (social tagging). Ωστόσο, οι όροι αυτοί έχουν ελαφρώς διαφορετικές σημασίες από την λαϊκονομία. Κοινωνική σημείωση (Social Tagging) είναι η εφαρμογή των ετικετών σε ένα ανοιχτό διαδικτυακό περιβάλλον όπου είναι διαθέσιμες στους άλλους χρήστες. Η συνεργατική σημείωση (Collaborative tagging), επίσης γνωστή ως ομάδα σημειώσεων, είναι η ετικέτα-σημείωση, που πραγματοποιείται από μια ομάδα χρηστών. Αυτό το είδος της folksonomy χρησιμοποιείται συνήθως σε συνεταιριστικές και συνεργατικές σχέδια όπως η έρευνα, αποθετήρια περιεχομένου, και στον κοινωνικό σελιδοδείκτη.

Ο όρος επινοήθηκε από τον Thomas Vander Wal το 2004 ως βαλίτσα της λαϊκής και της ταξινόμιας. Έγινε δημοφιλής ως μέρος του κοινωνικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ο κοινωνικός σελιδοδείκτης και η φωτογραφία σχολιασμού, που επιτρέπουν στους χρήστες να ταξινομήσουν συλλογικά και να βρουν πληροφορίες μέσω κοινής ετικέτες. Ορισμένες ιστοσελίδες περιλαμβάνουν σύννεφα ετικέτες για να απεικονίσει ετικέτες σε folksonomy.

Λαϊκονομίες (Folksonomies) μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια εκπαίδευση, τις επιχειρήσεις, και την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Πιο συγκεκριμένα, λαϊκονομίες μπορούν να εφαρμοστούν για τα αποθετήρια των πόρων διδασκαλίας, συστήματα ηλεκτρονικής εκμάθησης (e-learning), συνεργατική μάθηση, συνεργατική έρευνα και επαγγελματική ανάπτυξη.

- Εν συνεχεία επιπρόσθετες εφαρμογές χρηστικότητας σε ιστοσελίδες (**mashups**) (Wikipedia, 2016), στην ανάπτυξη ιστοσελίδων, είναι μια ιστοσελίδα ή διαδικτυακή εφαρμογή, η οποία χρησιμοποιεί περιεχόμενο από περισσότερες από μία πηγές για να δημιουργηθεί μια ενιαία νέα υπηρεσία, που εμφανίζεται σε ένα ενιαίο γραφικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, ένας χρήστης θα

μπορούσε να συνδυάσει τις διευθύνσεις και τις φωτογραφίες των κλάδων της βιβλιοθήκης τους με ένα χάρτη της Google για να δημιουργήσει ένα mashup χάρτη. Ο όρος σημαίνει ευκολία, γρήγορη ολοκλήρωση, συχνή χρήση ανοικτών διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών (ανοικτή API) και πηγές δεδομένων για την παραγωγή εμπλουτισμένων αποτελεσμάτων που δεν ήταν απαραίτητα η αρχική αιτία για την παραγωγή των πρώτων δεδομένων. Ο όρος mashup προέρχεται αρχικά από τους Βρετανούς - Δυτικές Ινδίες, η έννοια της αργκό είναι “να είναι σε κατάσταση μέθης», ή ως μια περιγραφή για κάτι ή κάποιον που δεν λειτουργεί, όπως θα έπρεπε. Σε πρόσφατη αγγλική διάλεκτο μπορεί να αναφερθεί στη μουσική, όπου οι άνθρωποι συνδυάζουν αρμονικά τον ήχο από ένα τραγούδι με το φωνητικό κομμάτι από την άλλη, ώστε να τα αναμείξουν μαζί για να δημιουργήσουν κάτι νέο.

Τα κύρια χαρακτηριστικά ενός mashup είναι συνδυασμός, απεικόνιση, και ομαδοποίηση. Είναι σημαντικό να καταστούν τα υπάρχοντα δεδομένα πιο χρήσιμα, για προσωπική και επαγγελματική χρήση.

Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες εφαρμογές Web έχουν δημοσιεύσει APIs, που επιτρέπουν στους προγραμματιστές λογισμικού να ενσωματώσουν εύκολα τα δεδομένα και τις λειτουργίες του SOA (αρχιτεκτονικό μοτίβο για σχεδιασμό λογισμικού), αντί να τα κατασκευάσουν από μόνοι τους. Τα Mashups μπορεί να θεωρηθεί ότι έχουν ενεργό ρόλο στην εξέλιξη του κοινωνικού λογισμικού και στο Web 2.0. Τα εργαλεία σύνθεσης είναι αρκετά απλό να χρησιμοποιηθούν από τους τελικούς χρήστες. Γενικά δεν απαιτούν γνώσεις προγραμματισμού και μάλλον υποστηρίζουν την οπτική καλωδίωση του GUI widgets (γραφικό στοιχείο ελέγχου), τις υπηρεσίες και τα συστατικά μαζί. Ως εκ τούτου, τα εργαλεία αυτά συνεισφέρουν σε ένα νέο όραμα για το Web , όπου οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να συνεισφέρουν.

- Ένα βίντεο, που φιλοξενείται σε υπηρεσίες, **video hosting services** (Wikipedia, 2016) επιτρέπει στα άτομα να ανεβάσουν και να μοιραστούν τα προσωπικά, επαγγελματικά ή δωρεάν βίντεο και να τα παρακολουθήσουν νόμιμα. Οι χρήστες γενικά μπορούν να τα ανεβάσουν μέσω της φιλοξενούμενης ιστοσελίδας υπηρεσιών, τα κινητά ή εφαρμογές συσκευών και διεπαφής προγραμματισμού εφαρμογών (APIs). Ο τύπος του περιεχομένου βίντεο, που αποστέλλεται, μπορεί να είναι οτιδήποτε, από σύντομο βίντεο κλιπ μέχρι ταινίες μεγάλου μήκους. Ο οικοδεσπότης του βίντεο, μπορεί να αποθηκεύσει το βίντεο στον διακομιστή της ιστοσελίδας και να δείξει τους επιμέρους ενσωματωμένους διαφορετικούς

τυπικούς κωδικούς ή συνδέσμους, οι οποίοι επιτρέπουν σε άλλους να δουν αυτό το βίντεο. Η ιστοσελίδα, που χρησιμοποιείται ως το βίντεο που φιλοξενείται στην ιστοσελίδα, συνήθως ονομάζεται ιστοσελίδα διαμοιρασμού βίντεο (**video sharing website**).

- Επί πρόσθετα, υπάρχει η έννοια του **mobile video hosting**, (Wikipedia, 2016) η οποία είναι μια πιο πρόσφατη εφαρμογή του βίντεο, που φιλοξενεί υπηρεσίες είναι το mobile web 2.0 αρένα, όπου το βίντεο και άλλα περιεχόμενα κινητών μπορούν να παραδοθούν, και να είναι εύκολα προσβάσιμα από κινητές συσκευές. Ενώ κάποια φιλοξενούμενα βίντεο σε υπηρεσίες, όπως DaCast και Ustream έχουν αναπτύξει τρόπους με τους οποίους το βίντεο μπορεί να προβληθεί σε κινητές συσκευές, προσανατολισμένα κινητά, που βασίζονται στο διαδίκτυο, με δέκτες για τα βίντεο, που διαθέτουν ισότιμη πρόσβαση και την ικανότητα στην επιφάνεια εργασίας προσανατολισμένων διαδικτυακών υπηρεσιών δεν έχουν τελειοποιηθεί ακόμη. Ένα κινητό με λογισμικό ζωντανής ροής, που ονομάζεται Qik επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάσουν τα βίντεο από τα κινητά τηλέφωνα τους στο διαδίκτυο. Τα βίντεο, στη συνέχεια, αποθηκεύονται στο διαδίκτυο και μπορούν να μοιραστούν σε διάφορες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter, το Facebook και το YouTube. Επίσης, τα βίντεο μπορούν να αποθηκευτούν στους διακομιστές και να προβληθούν από τις κινητές συσκευές και τον διαδικτυακό τόπο.
- Στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, μια **διαδικτυακή εφαρμογή (web application ή web app)** (Wikipedia, 2016) είναι μια εφαρμογή λογισμικού πελάτη-διακομιστή, που ο πελάτης εκτελεί την εφαρμογή σε ένα πρόγραμμα περιήγησης. Οι διαδικτυακές εφαρμογές είναι δημοφιλείς λόγω της πανταχού παρουσίας των προγραμμάτων περιήγησης και την ευκολία χρήσης του περιηγητή ως πελάτης για την ενημέρωση και διατήρηση των διαδικτυακών εφαρμογών χωρίς τη διανομή και την εγκατάσταση του λογισμικού σε δυνητικά χιλιάδες υπολογιστές. Αυτό είναι ένας βασικός λόγος για τη δημοτικότητά τους, όπως είναι και η εγγενής υποστήριξη για cross-platform (δυνατότητα χρήσης σε διαφορετικούς υπολογιστές, συσκευές και λογισμικά πακέτα) συμβατότητα. Οι κοινές διαδικτυακές εφαρμογές περιλαμβάνουν ηλεκτρονικά μηνύματα (webmail), ηλεκτρονικές λιανικές πωλήσεις, ηλεκτρονικές δημοπρασίες, wikis, υπηρεσίες άμεσων μηνυμάτων και πολλές άλλες λειτουργίες.

Όσον αφορά τις τεχνολογίες, που χρησιμοποιούνται στην ανάπτυξη του Web 2.0 (Wikipedia, 2016) περιλαμβάνονται πλαίσια Ajax και JavaScript, όπως YUI Library (Yahoo User Interface Library - Βιβλιοθήκη Yahoo), Dojo Toolkit, MooTools, jQuery, Ext JS και πλαίσιο Πρωτότυπου JavaScript (Πίνακας 1). Ο προγραμματισμός Ajax χρησιμοποιεί JavaScript και το μοντέλο αντικειμένου εγγράφου DOM (Document Object Model) για να ενημερώσει επιλεγμένες περιοχές της ζώνης της σελίδας χωρίς να υφίσταται μια πλήρη επαναφόρτωσης σελίδας.

Για την επιτροπή στους χρήστες να συνεχίσουν να αλληλοεπιδρούν με τη σελίδα, γίνονται επικοινωνίες, ως εξής, τα αιτήματα δεδομένων πηγαίνουν στο διακομιστή διαχωρίζονται από τα στοιχεία που έρχονται πίσω στη σελίδα (ασύγχρονα). Σε αντίθετη περίπτωση, ο χρήστης θα πρέπει να περιμένει συνήθως για την λήψη των στοιχείων πίσω για να μπορέσει να κάνει οτιδήποτε άλλο σε αυτήν τη σελίδα, όπως ακριβώς και ο χρήστης πρέπει να περιμένει για μια σελίδα για να ολοκληρώσει την επαναφόρτωση. Αυτό αυξάνει τη συνολική απόδοση του χώρου, δηλαδή η αποστολή των αιτήσεων μπορεί να ολοκληρωθεί πιο γρήγορα ανεξάρτητα από το κλειδωμα και τις ουρές, που απαιτούνται για την αποστολή δεδομένων πίσω στον πελάτη.

Το αίτημα Ajax αποφέρει τα δεδομένα, που συνήθως έχουν μορφή XML ή JSON (JavaScript Object Notation) μορφή, δύο ευρέως χρησιμοποιούμενα δομημένων μορφών δεδομένων. Δεδομένου ότι και οι δύο αυτές μορφές είναι εγγενώς κατανοητό από το JavaScript, ένας προγραμματιστής μπορεί εύκολα να τα χρησιμοποιήσει για τη μετάδοση δομημένων δεδομένων στην εφαρμογή Web τους. Όταν λαμβάνονται τα δεδομένα μέσω του Ajax, το πρόγραμμα JavaScript χρησιμοποιεί στη συνέχεια το Μοντέλο Αντικειμένου Εγγράφου (DOM) για να ενημερώσει δυναμικά την ιστοσελίδα με βάση τα νέα δεδομένα, επιτρέποντας την ταχεία και διαδραστική εμπειρία του χρήστη. Εν ολίγοις, με τη χρήση αυτών των τεχνικών, οι σχεδιαστές ιστοσελίδων μπορούν να κάνουν τις σελίδες τους να λειτουργούν σαν εφαρμογές στην επιφάνεια εργασίας. Για παράδειγμα, το Google Docs χρησιμοποιεί αυτή την τεχνική για την δημιουργία ενός επεξεργαστή κειμένου βασισμένο στο διαδίκτυο.

Ως ένα ευρέως διαθέσιμος σύνδεσμος ανεξάρτητα από τα πρότυπα του W3C (η Κοινοπραξία του Παγκοσμίου Ιστού είναι το ανώτατο όργανο διοίκησης των προτύπων Ιστού και πρωτοκόλλων), είναι το Adobe Flash, στο οποίο υπάρχει η δυνατότητα χρήσης πολλών πραγμάτων, που δεν ήταν δυνατόν προ-HTML5. Από τις πολλές δυνατότητες του Flash, η πιο συχνά χρησιμοποιούμενη είναι η ικανότητά της να ενσωματώσει τη ροή πολυμέσων σε σελίδες HTML. Με την εισαγωγή της HTML5 το 2010 και τις αυξανόμενες ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια του Flash, ο ρόλος του Flash μειώνεται.

Εκτός από το Flash και Ajax, τα JavaScript / Ajax πλαίσια έχουν γίνει πρόσφατα ένα πολύ δημοφιλές μέσο για τη δημιουργία των ιστοσελίδων Web 2.0. Στον πυρήνα τους, τα πλαίσια αυτά χρησιμοποιούν την ίδια τεχνολογία όπως JavaScript, Ajax, και το DOM. Ωστόσο, τα πλαίσια στρώνουν πέρα από τις ασυμφωνίες μεταξύ προγραμμάτων περιήγησης στο διαδίκτυο και επεκτείνουν τη λειτουργικότητα, το οποίο ωφελεί τους προγραμματιστές. Πολλοί από αυτούς παριστάνουν προσαρμόσιμες, προκατασκευασμένες συσκευές (widgets), που εκτελούν τα κοινά καθήκοντα, όπως την επιλογή μιας ημερομηνίας από το ημερολόγιο, την εμφάνιση ενός γραφήματος δεδομένων, ή την πραγματοποίηση καρτελών πάνελ.

Από την πλευρά του διακομιστή, το Web 2.0 χρησιμοποιεί πολλές από τις ίδιες τεχνολογίες του Web 1.0. Γλώσσες, όπως Perl, PHP, Python, Ruby, καθώς και Enterprise Java (J2EE) και Microsoft.NET Πλαίσιο, χρησιμοποιούνται από προγραμματιστές σε δεδομένα εξόδου δυναμικά χρησιμοποιώντας πληροφορίες από τα αρχεία και τις βάσεις δεδομένων. Αυτό επιτρέπει ιστοσελίδες και διαδικτυακές υπηρεσίες να μοιραστούν τα μηχανικής μορφής αναγνώσιμα, όπως XML (Atom, RSS, κ.λπ.) και JSON. Όταν τα δεδομένα είναι διαθέσιμα σε μία από αυτές τις μορφές, μια άλλη ιστοσελίδα μπορεί να χρησιμοποιήσει μια μορφή για να ενσωματώσει ένα μέρος της λειτουργικότητας του συγκεκριμένου ιστότοπου.

Χαρακτηριστικά/ Εργαλεία	jQuery	YUI Library	Dojo Toolkit	Moo Tools	Prototype JavaScript Framework	Ext JS JavaScript Framework
Συγγραφέας /Ιδρυτής	John Resig	Thomas Sha	Alex Russell, Dylan Schiemann, David Schontzler	Valerio Proietti	Sam Stephenson	Jack Slocum
Προγραμματιστής	jQuery Team	Yahoo!	Dojo Foundation	The MooTools Dev Team	Prototype Core Team	
Πρώτη Έκδοση	26-Αυγ-06	Φεβρουάριος 2006	2004	Σεπτέμβριος 2006	Φεβρουάριος 2005	15-Απρ-07
Κατάσταση ανάπτυξης	Ενεργό	Διακόπηκε	Ενεργό	Ενεργό	Ενεργό	Ενεργό
Σύστημα Λειτουργίας		Cross-platform (JavaScript)	Cross-platform (JavaScript)			
Γραμμένο σε	JavaScript	JavaScript	JavaScript	JavaScript	JavaScript	
Τύπος	JavaScript library	JavaScript library	JavaScript toolkit (ή library)	Ajax framework / JavaScript Framework	JavaScript library	JavaScript library
Άδεια	MIT ^[1]	BSD License	The modified BSD license or the Academic Free License (≥ 2.1)	MIT License	MIT License	GPLv3 ή ιδιόκτητο
Ιστότοπος	jquery.com	yuilibrary.com	http://dojotoolkit.org	mootools.net	prototypejs.org	www.sencha.com/products/extjs/

Πίνακας 2: Χαρακτηριστικά εργαλείων

Μια αναφορά σχετικά με τους τεχνολογικούς όρους αναλύεται παρακάτω για την ευρύτερη κατανόηση των πλαισίων που θα αναφερθούν κι αυτά στην παρούσα πτυχιακή εργασία.

Το **Document Object Model (DOM)** (Wikipedia, 2016) είναι ένα cross-platform και ανεξαρτήτου γλώσσας για την αναπαράσταση και την αλληλεπίδραση με τα αντικείμενα σε HTML, XHTML, και XML έγγραφα. Οι κόμβοι του κάθε εγγράφου διοργανώνονται σε μια δομή δέντρου, που ονομάζεται δέντρο DOM. Τα αντικείμενα στο δέντρο DOM μπορούν να αντιμετωπιστούν και να διαχειριστούν από τη χρήση

μεθόδων στα αντικείμενα. Η δημόσια διεπαφή του DOM καθορίζεται από τη διασύνδεση προγραμματισμού εφαρμογών της.

Το **JavaScript Object Notation (JSON)** (Wikipedia, 2016) είναι ένα ανοιχτό πρότυπο μορφής, που χρησιμοποιεί αναγνώσιμα κείμενα για την μετάδοση δεδομένων αντικειμένων, που αποτελούνται από ζεύγη χαρακτηριστικών-τιμών. Είναι η πιο κοινή μορφή των δεδομένων που χρησιμοποιούνται για την ασύγχρονη επικοινωνία του προγράμματος περιήγησης/διακομιστή, αντικαθιστώντας σε μεγάλο βαθμό XML, που χρησιμοποιείται από το AJAX.

Αναλυτικά, το πλαίσιο **Ajax** (Wikipedia, 2016) είναι ένα σύνολο τεχνικών ανάπτυξης Ιστού χρησιμοποιώντας πολλές τεχνολογίες διαδικτύου από την πλευρά του πελάτη για τη δημιουργία ασύγχρονων διαδικτυακών εφαρμογών. Με Ajax, οι διαδικτυακές εφαρμογές μπορούν να στείλουν τα δεδομένα και να τα ανακτήσουν από ένα διακομιστή ασύγχρονα (στο παρασκήνιο) χωρίς να παρεμβαίνει στην οθόνη και στη συμπεριφορά της υπάρχουσας σελίδας. Με την αποσύνδεση του στρώματος ανταλλαγής δεδομένων από το στρώμα παρουσίασης, το πλαίσιο Ajax επιτρέπει στις ιστοσελίδες, καθώς και από την επέκταση διαδικτυακών εφαρμογών, να αλλάξει το περιεχόμενο δυναμικά, χωρίς την ανάγκη να φορτωθεί εκ νέου όλη η σελίδα. Τα δεδομένα μπορούν να ανακτηθούν χρησιμοποιώντας το αντικείμενο XMLHttpRequest. Παρά το όνομα, η χρήση της XML δεν απαιτείται (JSON: **JavaScript Object Notation** χρησιμοποιείται συχνά στην παραλλαγή ajax), και τα αιτήματα δεν χρειάζεται να είναι ασύγχρονα.

Το πλαίσιο Ajax δεν είναι μια τεχνολογία, αλλά μια ομάδα τεχνολογιών. Οι γλώσσες HTML και CSS, που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή ιστοσελίδων, μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό με τη σήμανση και το στυλ πληροφοριών. Το DOM είναι προσβάσιμο με JavaScript για να εμφανιστεί δυναμικά και επιτρέπει στο χρήστη να αλληλοεπιδράσει με τις πληροφορίες, που παρουσιάζονται. Το πλαίσιο JavaScript και το αντικείμενο XMLHttpRequest παρέχει μια μέθοδο για την ανταλλαγή δεδομένων ασύγχρονα μεταξύ προγράμματος περιήγησης και διακομιστή για να αποφύγει την πλήρη επαναφόρτωση της σελίδας.

Το πλαίσιο **JavaScript** (Wikipedia, 2016) είναι ένα υψηλού επιπέδου, δυναμικό, χωρίς τύπους, και ερμηνεύει γλώσσα προγραμματισμού. Έχει τυποποιηθεί στην προδιαγραφή γλώσσας ECMAScript. Παράλληλα με τις HTML και CSS, είναι μια από τις τρεις βασικές τεχνολογίες της παραγωγής World Wide Web (WWW – Παγκόσμιος Ιστός). Η πλειοψηφία των δικτυακών τόπων τις χρησιμοποιούν και υποστηρίζονται

από όλα τα σύγχρονα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο, χωρίς συνδέσεις (plug-ins). Το JavaScript είναι βασισμένο πρότυπο με λειτουργίες πρώτης κατηγορίας, καθιστώντας το πολυ-πρότυπο γλώσσας, υποστηρίζοντας προσανατολισμένα αντικείμενα, επιτακτική ανάγκη, και λειτουργικά στυλ του προγραμματισμού. Έχει API (διεπαφή προγραμματισμού εφαρμογών) για την εργασία με κείμενο, πίνακες, τις ημερομηνίες και τις κανονικές εκφράσεις, αλλά δεν περιλαμβάνει καμία I/O (Input-Output, δηλαδή αφενός λειτουργίες σημάτων ή δεδομένων που παραλαμβάνει το σύστημα, ένας υπολογιστής, αφετέρου τα στέλνει), όπως την δικτύωση, την αποθήκευση ή τις γραφικές εγκαταστάσεις, βασισμένη στο περιβάλλον φιλοξενίας στο οποίο είναι ενσωματωμένη.

Το πλαίσιο JavaScript χρησιμοποιείται επίσης σε περιβάλλοντα που δεν βασίζονται στο διαδίκτυο, όπως έγγραφα PDF, συγκεκριμένες σελίδες προγραμμάτων περιήγησης, καθώς και συσκευές επιφάνειας εργασίας (desktop widgets). Χρησιμοποιείται, ακόμη, στην ανάπτυξη του παιχνιδιού, τη δημιουργία επιφάνειας εργασίας και εφαρμογών κινητών, καθώς και τον προγραμματισμό του δικτύου από την πλευρά του διακομιστή με εκτέλεση περιβάλλοντος, όπως Node.js.

3^ο Κεφάλαιο: «Κινητές συσκευές και τηλέφωνα»

3.1 Ιστορική Εξέλιξη

Το πρώτο κινητό τηλέφωνο της Motorola δημιουργήθηκε τις αρχές του 1973 και ήταν ιδέα του Μάρτιν Κούπερ της Motorola (<http://www.sansimera.gr/articles/241>) ([\[kosmos.uoa.gr/gr/magazine/ergasies_foititon/ettap/efeyres/sugxrones_efevreseis.htm\]\(http://micro-kosmos.uoa.gr/gr/magazine/ergasies_foititon/ettap/efeyres/sugxrones_efevreseis.htm\)\). Το κόστος του ήταν 4.000\\$, είχε ύψος 25 εκατοστά και ζύγιζε περίπου 1 κιλό. Πρόκειται για το κινητό Motorola Dynatec 8000 \(Motorola DynaTac – **Εικόνα 1**\). Η περίοδος ζωής της μπαταρίας του έφτανε μόλις τα 20 λεπτά της ώρας, το οποίο αποτέλεσε μειονέκτημα ως προς την ευχρηστία του τηλεφώνου.](http://micro-</p></div><div data-bbox=)

Όμως, το πρώτο κινητό τηλέφωνο κατασκευάστηκε το 1956 από την Ericsson, σύμφωνα με πηγή (<http://www.lifo.gr/guests/viral/35485>), και ζύγιζε 40 κιλά. Πρόκειται για το μοντέλο 1956 - SRA/Ericsson MTA (Mobile Telephone System A) (**Εικόνα 2**).



Εικόνα 1: Motorola Dynatec 8000
(Το πρώτο κινητό τηλέφωνο της Motorola)



Εικόνα 2: Το πρώτο σύστημα
Κινητού τηλεφώνου (Ericsson)

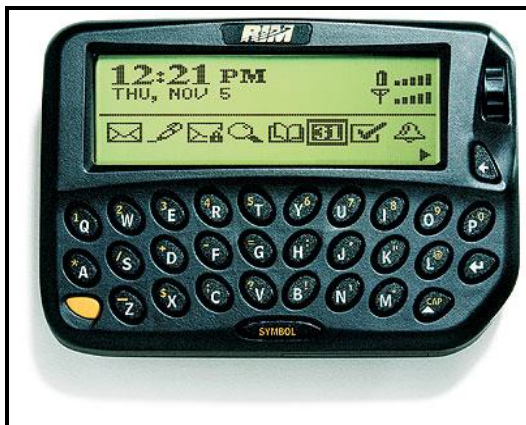
Το πρώτο κινητό τηλέφωνο της Nokia κατασκευάστηκε το 1987, μοντέλο *Nokia Mobira Cityman 900* (**Εικόνα 3**) και το πρώτο κινητό της Alcatel το 1998, μοντέλο *Alcatel OT Easy HF* (**Εικόνα 4**). Το πρώτο κινητό *Blackberry* κυκλοφόρησε το 1996 και μάλιστα πρόκειται για σειρές Interactive Pager 900, 950, 850, 957 (**Εικόνα 5**). Το πρώτο κινητό της Samsung κυκλοφόρησε το 1988 (**Εικόνα 6**).



Εικόνα 3: Nokia Mobira Senator



Εικόνα 4: Alcatel OT Easy HF



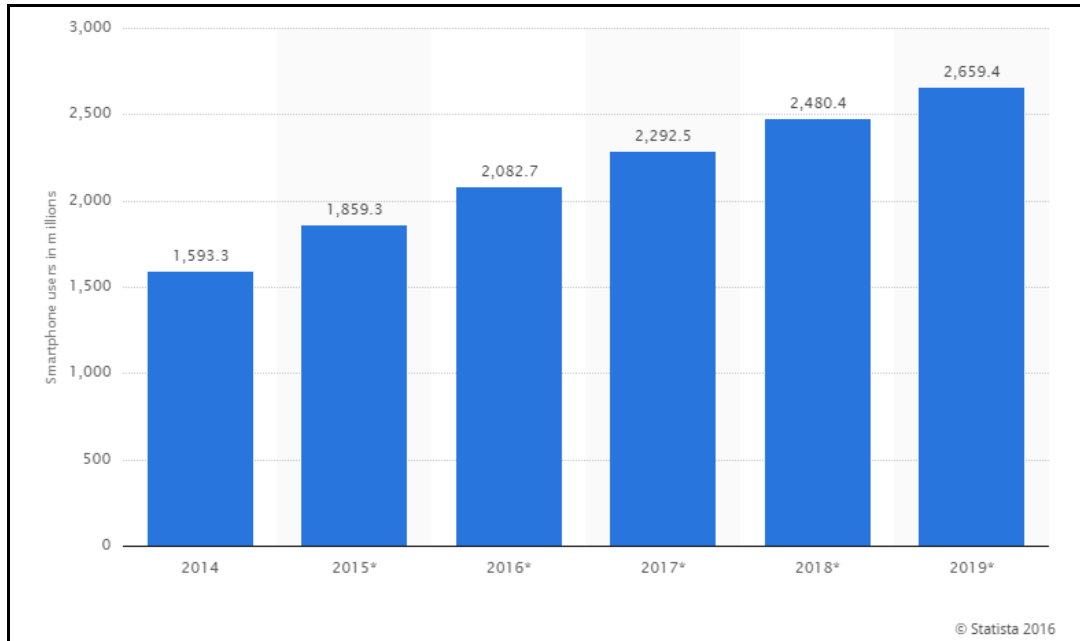
Εικόνα 5: Interactive Pager 900 (Blackberry)



Εικόνα 6: Samsung SH - 100

Με την πάροδο του χρόνου οι εταιρίες κατασκεύαζαν τα κινητά σε μικρότερο μέγεθος για να χωράνε στην παλάμη και βέβαια με μεγαλύτερη περίοδο ζωής μπαταρίας. Μέσα από την εξέλιξη των κινητών φτάνουμε σήμερα στην χρήση των «έξυπνων» κινητών τηλεφώνων, για παράδειγμα τελευταίο μοντέλο smartphone της Samsung (**Εικόνα 7**) και στις συσκευές, όπως tablet (**Εικόνα 8**). Σημαντική αναφορά γίνεται στην χρήση των κινητών τηλεφώνων (smartphone) στις μέρες μας αλλά ακόμα και στο μέλλον (**Διάγραμμα 1**).

Εκτός από τις γνωστές εταιρείες, που κυκλοφόρησαν μοντέλα κινητών τηλεφώνων, μέρος στην εξέλιξη αυτών πήρε το περίφημο *i-phone*, το οποίο έκανε την εμφάνισή του το 2007 (**Εικόνα 9**).



Διάγραμμα 1: Χρήστες των smartphone

(Πηγή: <http://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>)



Εικόνα 7: Samsung Galaxy S7 Edge

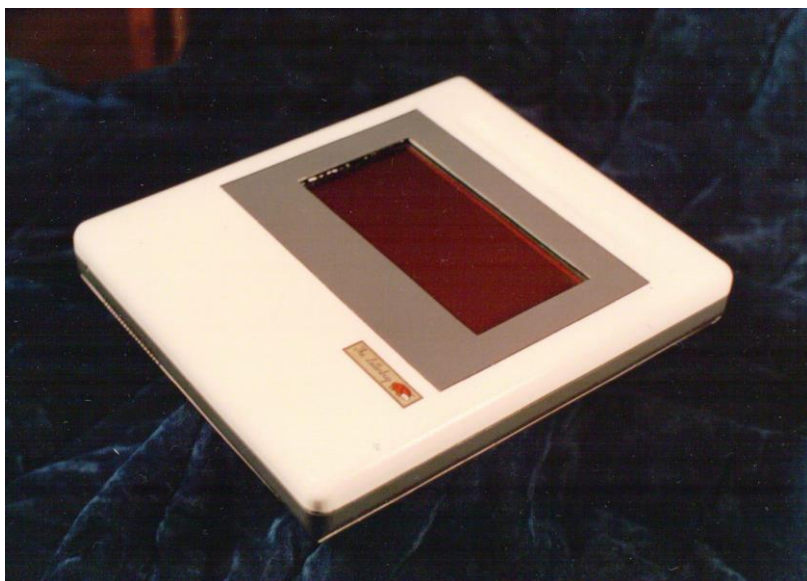


Εικόνα 8: Apple iPad Air 2



Εικόνα 9: Το πρώτο iPhone

Όσον αφορά τις συσκευές, που ανακαλύφθηκαν μετά τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, μία από αυτές έκανε την εμφάνισή της το 1986-1987. Πρόκειται για την συσκευή tablet μοντέλο Letterbug – 8086 based tablet (**Εικόνα 10**). Όμως τα tablets σχεδιάστηκαν και δημιουργήθηκαν τη δεκαετία του 1950 (**Εικόνα 11**). Τότε χρησιμοποιούσαν τις συγκεκριμένες συσκευές για να γράφουν και αργότερα προστέθηκαν όλο και περισσότερα εργαλεία όπως ημερολόγιο, ώρα, διαδίκτυο κ.α. Τελικά, η τεχνολογία μέχρι τώρα έχει καταλήξει στις εξελιγμένες συσκευές, που είναι τα tablets, τα οποία πλέον λέγονται και i-pad και τα λάπτοπ.



Εικόνα 10: Letterbug



Εικόνα 11: Το πρώτο tablet (Stylator)

Τέλος, έρευνα του 2015, τον Μάρτιο συγκεκριμένα, δείχνει πως Ταϊλάνδη και Κίνα χρησιμοποιούν το κινητό τους τηλέφωνο περισσότερο για να οργανώσουν ένα ταξίδι και να κάνουν κρατήσεις. Ακολουθεί λίστα με τις 10 πρώτες χώρες, συνδεδεμένοι ταξιδιώτες από το κινητό τους ή την κινητή συσκευή τους (Connected Travellers), σύμφωνα με μελέτη του TripAdvisor (TripAdvisor, 2015):

1. Ταϊλάνδη - 65%
2. Κίνα - 65%
3. Βραζιλία - 59%
4. Ινδονησία - 59%
5. Μαλαισία - 53%
6. Ισπανία - 52%
7. Ιταλία - 49%
8. Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής - 48%
9. Ινδία - 47%
10. Αυστραλία - 47%

3.2 Χαρακτηριστικά τέτοιων συσκευών και διάκριση

Μελέτη έγινε σε γνωστά διαδικτυακά καταστήματα όπως «Κοτσόβολος» για να αναλυθούν στην παρούσα πτυχιακή εργασία χαρακτηριστικά των κινητών συσκευών και τηλεφώνων, αλλά και η διαφορετικότητά τους.

Τα «έξυπνα» τηλέφωνα και οι κινητές συσκευές που χρησιμοποιούνται στις μέρες μας, δηλαδή τα λεγόμενα smartphones και ταμπλέτες ή λάπτοπ αντίστοιχα, διακρίνονται με βάση το λογισμικό τους σύστημα. Υπάρχουν, στην αγορά, κινητά με λειτουργικό σύστημα Android, iOS, Windows phone, Blackberry Os και Symbian Os, τα οποία αναλύονται παρακάτω. Το ίδιο ισχύει και για τις φορητές συσκευές σχετικά με το λογισμικό τους. Ένα χαρακτηριστικό, στην εξέλιξη της τεχνολογίας, του κάθε λογισμικού είναι η ανανέωση και καινούρια έκδοση λογισμικού συστήματος.

Οι κινητές συσκευές και τα τηλέφωνα παρέχονται στην αγορά με διαφορετικό μέγεθος οθόνης. Οι φορητές συσκευές, συγκεκριμένα οι ταμπλέτες (tablets/i-pads) μπορούν να έχουν μέγεθος οθόνης από 7” έως 12.9” ίντσες. Ένα λάπτοπ μπορεί να έχει μέγεθος οθόνης από 8.9” έως 17.3” ίντσες. Τα smartphones κυμαίνονται από 3,5” έως 6” ίντσες.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό θεωρείται η ανάλυση οθόνης η οποία είναι 840 x 450 pixels έως 2560 x 1440 pixels.

Επίσης, οι ταμπλέτες και τα κινητά τηλέφωνα μπορούν να έχουν από έναν πυρήνα επεξεργαστή μέχρι οκτώ πυρήνες.

Τέλος, χαρακτηριστικά των συσκευών και των κινητών τηλεφώνων είναι η εμφάνιση, το χρώμα, το σχήμα, κάποια άλλα τεχνολογικά χαρακτηριστικά, όπως η χωρητικότητα, όπως υπάρχουν και smartphones αδιάβροχα, δυνατότητες πολλαπλών λειτουργιών, για παράδειγμα η λήψη φωτογραφίας από την μπροστινή κάμερα του κινητού με το πάτημα ενός κουμπιού, με την ομιλία ακόμα και με την κίνηση της παλάμης.

3.3 Λειτουργικά συστήματα και άδειες χρήσης λογισμικού

Οι γενικές εφαρμογές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση το λειτουργικό τους σύστημα, το οποίο ποικίλει τόσο στα έξυπνα τηλέφωνα όσο και στις συσκευές. Αυτό συμβαίνει και στις τουριστικές εφαρμογές, καθώς υποστηρίζονται πάνω στα λειτουργικά συστήματα των συσκευών. Παρακάτω αναλύονται ως εξής:

- *Σύστημα Symbian OS* (Wikipedia, 2016): Χρησιμοποιείται στις φορητές συσκευές. Είναι η εξέλιξη του λειτουργικού συστήματος EPOC από την Psion και διαθέτει την γλώσσα προγραμματισμού C++ από την Symbian Ltd. Εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο σύστημα είναι η Nokia, Sonny Ericsson, Benq-Siemens, Motorola, NTT DoCoMo, Samsung. Τέλος, το σύστημα αυτό έχει υιοθετηθεί εν μέρει σε κάποιες πλατφόρμες συσκευών, όπως Nokia Series 80, 60, 90.
- *Σύστημα Android* (Wikipedia, 2016): Χρησιμοποιείται στα έξυπνα τηλέφωνα αλλά και στις φορητές συσκευές, όπως tablet, iPad, υπολογιστής-laptop, notebook, netbook. Βασίζεται στο λειτουργικό Linux και διαθέτει την γλώσσα προγραμματισμού Java. Αρχικά παρουσιάστηκε το 2007. Η Google ήταν η πρωτοπόρος δημιουργός, ενώ υιοθετήθηκε από την Open Handset Alliance (OHA). Το σήμα του android είναι ένα πράσινο ρομπότ, το οποίο σχεδιάστηκε από την Irina Blok.
- *Σύστημα IOS (i-phone OS)* (Wikipedia, 2016): Αφορά λογισμικό για κινητά, όπως τα γνωστά i-phones, αλλά και ορισμένα iPad-iPod, το οποίο δημιουργήθηκε από την Apple Inc. Πρωτοεμφανίστηκε το 2007. Η χαρακτηριστική διαφορά, σε σχέση με τα άλλα συστήματα, είναι η μη αδειοδότηση εγκατάστασης του λογισμικού σε συσκευές διαφορετικές της Apple.
- *Windows phone* (Wikipedia, 2016): Αφορά την έκδοση λειτουργικού συστήματος της Microsoft, τα Windows, για χρήση σε «έξυπνα» τηλέφωνα. Το είδαμε πρώτη φορά το 2000 και ονομαζόταν Windows Mobile. Χρησιμοποιείται πολύ από την Nokia, καθώς η σειρά Lumia υποστηρίζει το σύστημα. Πλέον η Microsoft χρησιμοποιεί την σειρά Lumia, ενώ η Nokia σχεδιάζει android συσκευές. Από το 2010 ως σήμερα οι πωλήσεις των windows phone αυξάνονται, ενώ εκτιμήθηκε ότι

μέχρι το 2017 θα αυξηθούν περισσότερο. Τέλος, η πρώτη κυκλοφορία της windows phone συσκευής από την Microsoft εμπονομάστηκε «Microsoft Lumia 535».

- *Σύστημα BlackBerry OS* (Wikipedia, 2016): Αφορά το ιδιόκτητο λειτουργικό σύστημα για «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα με την ίδια ονομασία, δηλαδή το BlackBerry Ltd. Το σύστημα παρέχει multitasking, το οποίο υποστηρίζεται στις εξειδικευμένες συσκευές της BlackBerry, όπως περιστρεφόμενο πλήκτρο (trackball ή trackpad, ανάλογα το μοντέλο) και οθόνη αφής. Η πλατφόρμα του BlackBerry υποστηρίζει εταιρία WAP1.2 και είναι γνωστή για την χρήση εταιρικής ηλεκτρονικής επικοινωνίας (e-mail) με την ασύρματη λειτουργία με το Microsoft Exchange, Lotus Domino, Novell GroupWise e-mail, ημερολόγιο, σημειώσεις, επαφές.

Λειτουργικό Σύστημα	Android	iOs (i-phone OS)	Windows phone	BlackBerry OS	Symbian OS
Δημιουργός	Google Open Handset Alliance	Apple Inc.	Microsoft	BlackBerry Ltd	Accenture on behalf of Nokia (historically Symbian Ltd. And Symbian Foundation)
Γλώσσα	C (core), C++, Java (UI)	C, C++, Objective-C, Swift	C, C++	C++	C++
Πρώτη Έκδοση	23 September 2008	29 June 2007	8 November 2010(NA) 21 October 2010(EU)	Version 1.0 for Pager BlackBerry 850, January 1999	1997 as EPOC32
Πυρήνας	Monolithic (modified Linux kernel)	Hybrid (XNU)	Monolithic (Windows CE- Windows Phone 7) Hybrid (Windows NT- Windows Phone 8)	Java virtual machine	Real TimeMicrokernel, EKA2
Πλατφόρμα	32-bit and 64-bit ARM, MIPS	64- and 32-bit ARM architectures (iPhone, iPod, iPad, iPad Mini, and 2nd gen. and higher Apple TV), Apple A4, Apple A5, Apple A5X, Apple A6, Apple A6X, Apple A7, Apple A8, Apple A8X	Qualcomm Snapdragon (βασισμένη στο ARM V.7)	BlackBerry γραμμή των smartphones	ARM, x86
Διαθέσιμο	Πολύγλωσσο	34 γλώσσες	Πάνω από 25 γλώσσες	Πολύγλωσσο	Πολύγλωσσο
Άδεια Χρήσης	Ανοικτού κώδικα με ιδιόκτητα μέρη	Ιδιόκτητο EULA εξαιρουμένων των κατασκευαστικών στοιχείων ανοικτού κώδικα	Κλειστού κώδικα EULA από την Microsoft	Ιδιόκτητο	Ιδιόκτητο, πρώην EPL
Ιστοσελίδα	android.com	www.apple.com/ios/	Windows Phone	us.blackberry.com/apps-software/blackberry7/	symbian.nokia.com

Πίνακας 3: Πίνακας κατάταξης των λειτουργικών συστημάτων και τα στοιχεία τους. (Πηγή: www.wikipedia.gr)

3.4 Εφαρμογές

Με τον όρο **διαδικτυακή εφαρμογή (web application ή web app)** (Wikipedia, 2016) αναφέρεται η όποια εφαρμογή, που διατίθεται στους χρήστες της μέσω του διαδικτύου (internet) ή του ενδοδικτύου (intranet) μια εταιρίας, όπου ο χρήστης χρησιμοποιεί τον περιηγητή του για να την λειτουργήσει. Οι εφαρμογές αυτές συνήθως εκτελούνται σε ισχυρές υπολογιστικές μηχανές, οι οποίες έχουν τον ρόλο του σταθμού εξυπηρέτησης και παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε περισσότερους από ένα χρήστη.

3.4.1 Πλεονεκτήματα Διαδικτυακών Εφαρμογών

Σύμφωνα με μελέτη στο διαδίκτυο (Wikipedia, 2016) τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν για τις διαδικτυακές εφαρμογές αναγράφονται και αναλύονται παρακάτω.

1. **Άμεση πρόσβαση από οποιαδήποτε συσκευή:** Ο χρήστης μπορεί μέσω του διαδικτύου να αποκτήσει άμεση πρόσβαση στην εφαρμογή, που επιθυμεί και να την χρησιμοποιήσει χωρίς επιπρόσθετο λογισμικό. Το μόνο που απαιτείται είναι ο περιηγητής του διαδικτύου (browser), ο οποίος προϋπάρχει πάντα σε όλα τα ηλεκτρονικά μέσα, όπως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, συσκευές (tablet) και έξυπνα τηλέφωνα (smartphones). Αυτό ωφελεί ειδικά μεγάλες επιχειρήσεις με πολλούς χρήστες, ενώ θα ήταν δύσκολο να εγκατασταθεί η εφαρμογή σε κάθε μέσο ξεχωριστά μέσα σε ένα τοπικό δίκτυο. Πλέον, ωφελεί και τους χρήστες, γενικά, όπως αναφέρεται ακριβώς στο επόμενο πλεονέκτημα.
2. **Δυνατότητα χρήσης ανεξαρτήτου τοποθεσίας:** Ανεξαρτήτου της επαγγελματικής ιδιότητας ή και μη, οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν την εφαρμογή, που επιθυμούν, οποιαδήποτε στιγμή. Χρήσιμο ειδικά για τις τουριστικές εφαρμογές. Άρα υπάρχει ευελιξία στην χρήση των διαδικτυακών εφαρμογών
3. **Συμβατές με όλα τα λειτουργικά συστήματα:** Το ότι οι εφαρμογές είναι συμβατές με όλα τα λειτουργικά συστήματα, στα οποία στηρίζονται βεβαίως, τις κάνει ακόμα πιο χρήσιμες για τους χρήστες, καθώς εκτελούνται στο διαδίκτυο των συσκευών και όχι στον υπολογιστή. Αυτό οφείλεται στην γλώσσα προγραμματισμού που βασίζονται οι εφαρμογές για να εκτελεστούν στα ηλεκτρονικά μέσα.
4. **Δεν καταναλώνουν πόρους:** Ένα ακόμα πλεονέκτημα είναι η ελάχιστη κατανάλωση πόρων, θέτοντας την διαδικτυακή εφαρμογή για τα έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές «ελαφριά» σε σχέση με την αποθήκευση σε έναν υπολογιστή.
5. **Δεν καταλαμβάνουν χώρο:** Σύμφωνα με το παραπάνω προστίθεται και η ελάχιστη σε χωρητικότητα, που καταλαμβάνει στον δίσκο των ηλεκτρονικών μέσων από ότι σε μια υπολογιστική μονάδα. Αυτό συμβαίνει επειδή η εφαρμογή είναι αποθηκευμένη στο διαδίκτυο και όχι σε υπολογιστή, οπότε μόνο όταν γίνει χρήση της αποστέλλονται τα δεδομένα της.

6. **Γρήγορη αναβάθμιση:** Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα είναι η αναβάθμιση των εφαρμογών. Στους υπολογιστές και σε ένα τοπικό δίκτυο απαιτεί χρόνο και χρήμα, καθώς οι αναβαθμίσεις είναι λογισμικά τα οποία αγοράζονται για τον κάθε υπολογιστή και εγκαθίστανται στον κάθε ένα χρήσιμο υπολογιστή μεμονωμένα για να αναβαθμιστεί το όποιο λογισμικό της εφαρμογής. Στην αναβάθμιση των εφαρμογών στα τηλέφωνα και στις συσκευές, εκτός το ότι τα περισσότερα έχουν την επιλογή της αναβάθμισης αυτόματα από το λειτουργικό σύστημα, γίνεται μέσω του περιηγητή. Έτσι, υπάρχει ευκολία και αμεσότητα.
7. **Νέο, βελτιωμένο περιβάλλον:** Βασικό πλεονέκτημα αποτελεί και το βελτιωμένο περιβάλλον της εφαρμογής, το οποίο την κάνει πιο εύχρηστη και ευχάριστη στους χρήστες της μόνο και μόνο με την εμφάνισή της και τα αναβαθμισμένα λειτουργικά γραφικά της από τον προμηθευτή της.
8. **Δυνατότητα χρήσης και εκτός διαδικτύου - ενδοδικτύου:** Τέλος, αρεστό πλεονέκτημα στους περισσότερους χρήστες είναι η λειτουργία της εφαρμογής εκτός διαδικτύου, εφόσον είναι κατασκευασμένη με αυτόν τον τρόπο, επειδή υπάρχουν εφαρμογές, που λειτουργούν μόνο μέσω του διαδικτύου. Είναι εξαιρετικά χρήσιμο για κάποιους, που επιθυμούν τις εφαρμογές αλλά δεν διαθέτουν πάντα διαδικτυακό μέσο. Αυτό συμβαίνει μέσα από την αποθήκευση των δεδομένων στον περιηγητή. Αυτό βέβαια δεν διατίθεται σε όλες τις διαδικτυακές εφαρμογές αλλά σε συγκεκριμένες, που το υποστηρίζουν.

3.4.2 Μειονεκτήματα διαδικτυακών εφαρμογών

Οι διαδικτυακές εφαρμογές δεν παρουσιάζουν μόνο πλεονεκτήματα κατά την χρήση τους. Παρακάτω, σύμφωνα με μελέτη στο διαδίκτυο προκύπτουν τα μειονεκτήματα των διαδικτυακών εφαρμογών. Αναλυτικά, προέκυψαν τα εξής (Wikipedia, 2016):

1. **Χρήση της εφαρμογής εκτός διαδικτύου:** Αναφέρθηκε και ως πλεονέκτημα αλλά δεν διαθέτουν όλες οι διαδικτυακές εφαρμογές χρήση εκτός του διαδικτύου. Αυτό εξαρτάται από την σχεδίαση της εφαρμογής.
2. **Αδυναμία χρήσης χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο:** Στη συνέχεια του παραπάνω μειονεκτήματος οι εφαρμογές, που δεν είναι πρόσφατα κατασκευασμένες για χρήση εκτός διαδικτύου, δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν εκτός διαδικτύου. Δηλαδή, πρόκειται για παλαιότερες εφαρμογές που δεν υποστηρίζουν αναβάθμιση σε νεότερες σχετικά με την χρήση εκτός-εντός διαδικτύου, το οποίο είναι χρονοβόρο και απαιτεί ανακατασκευή από την αρχή άρα και χρήμα. Είναι ένα κύριο μειονέκτημα, καθώς αν δεν υπάρξει σύνδεση στο διαδίκτυο δεν αποθηκεύονται τα δεδομένα και η εφαρμογή, τελικώς, δεν λειτουργεί.

3. **Μη πλήρη συμβατότητα των περιηγητών:** Επίσης, σημαντικότερο μειονέκτημα αποτελεί η μη υποστήριξη των διαδικτυακών εφαρμογών από όλους τους περιηγητές. Δηλαδή υπάρχουν κάποια φθηνά έξυπνα τηλέφωνα, τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν τον περιηγητή και τις εφαρμογές αλλά δεν είναι δυνατή η χρήση τους. Αυτό συμβαίνει επειδή δεν υποστηρίζεται η συγκεκριμένη έκδοση. Ακόμα, δεν υπάρχουν κάποιες ολοκληρωμένες σε χρήση εφαρμογές, λόγω υποστήριξης, καθώς μπορεί να δημιουργηθεί πρόβλημα στην λειτουργία της ή ακόμα και στην μη λειτουργία. Οπότε καλό θα ήταν να υποστηρίζονται όλες οι εφαρμογές σε όλους τους περιηγητές για να υπάρξει μια πιο πλήρης ανταπόκριση.
4. **Άμεση αναβάθμιση:** Ένα ακόμα χαρακτηριστικό πλεονεκτήματος – μειονεκτήματος είναι η αναβάθμιση της εφαρμογής. Σε ένα τοπικό δίκτυο, όπως αναφέρθηκε απαιτεί χρόνο χρήμα, αναγκαιότητα του προϊστάμενου ώστε να προσαρμοστεί η νέα έκδοση στο εταιρικό δίκτυο. Επίσης, μπορεί και να μην γίνει η αναβάθμιση και να υπάρξουν προβλήματα στην εύρυθμη λειτουργία της εφαρμογής. Αντιθέτως, στις διαδικτυακές εφαρμογές των συσκευών υπάρχει η επιλογή της ερώτησης, αλλά και η επιλογή της αναβάθμισης όταν κυκλοφορεί στον περιηγητή αυτόματα. Έτσι οι εφαρμογές λειτουργούν χωρίς σφάλματα.
5. **Πιθανή μη συμβατότητα κάποιων στοιχείων της εφαρμογής με μια μελλοντική έκδοση του περιηγητή μας:** Τέλος, μειονέκτημα κρίνεται η πιθανή μη συμβατότητα κάποιων στοιχείων του προγράμματος με μια μελλοντική έκδοση του περιηγητή. Πρόκειται για την εγκατάλειψη των υποστηριζόμενων στοιχείων από τον νεοεκδομένο περιηγητή και έτσι κάποιες διαδικτυακές εφαρμογές καταλήγουν μη λειτουργήσιμες λόγω των αναβαθμίσεων.

3.4.3 Πώληση και Διανομή Εφαρμογών

Οι εφαρμογές, γενικά, διανέμονται στους χρήστες μέσα από το διαδικτυακό ή ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop, web store). Όλες οι εφαρμογές υποστηρίζονται σε λειτουργικά συστήματα, όπως android, iOS, windows, είτε σε υπολογιστές και συσκευές, όπως φορητός υπολογιστής ή ταμπλέτα, είτε σε «έξυπνα» τηλέφωνα.

Το διαδικτυακό ή ηλεκτρονικό κατάστημα είναι μια πλατφόρμα στο διαδίκτυο, όπου πραγματοποιούνται πωλήσεις. Έτσι, ο καταναλωτής-τουρίστας μπορεί να χρησιμοποιήσει μια εφαρμογή μέσα από το ηλεκτρονικό κατάστημα, που υπάρχει στην συσκευή ή στο κινητό του.

Ηλεκτρονικά καταστήματα κινητών και συσκευών είναι:

- Play Store,
- Chrome web store,
- Google play,

- Windows store και
- App store.

Με βάση τη μελέτη στις διαδικτυακές εταιρίες, προκύπτει η εξής ταξινόμηση πώλησης - διανομής:

1. *Δωρεάν*: Πρόκειται για τις εφαρμογές, που διατίθενται δωρεάν στην αγορά. Ο χρήστης μέσα από το ηλεκτρονικό κατάστημα του «έξυπνου» τηλεφώνου ή την συσκευή του, μπορεί να «κατεβάσει» την εφαρμογή που επιθυμεί και τον εξυπηρετεί.
2. *Αγορά-Πώληση*: Αναφέρεται στην αγορά της εφαρμογής μέσα από το ηλεκτρονικό κατάστημα και συνήθως οι εφαρμογές αυτές είναι πλήρεις στην διάθεση των υπηρεσιών της.
3. *Μικτή Αγορά-Μικτές Πωλήσεις*: Τα ηλεκτρονικά καταστήματα διαθέτουν κάποιες εφαρμογές δωρεάν, και συνήθως κάποιες προνομιούχες υπηρεσίες αγοράζονται από τον χρήστη.

3.5 Τουριστικές Εφαρμογές

Πιο συγκεκριμένα η κατηγοριοποίηση αφορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα, που υποστηρίζουν τα έξυπνα τηλέφωνα και οι συσκευές. Αξίζει να σημειωθεί πως το κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα κατηγοριοποιεί όλες τις εφαρμογές ως προς το είδος, ως προς τις πωλήσεις και ως προς την βαθμολόγησή τους από τους χρήστες. Με βάση τα ηλεκτρονικά καταστήματα θα αναλυθεί, παρακάτω, η κατηγοριοποίηση ως προς το είδος, που διατίθεται η εφαρμογή και τις υπηρεσίες που προσφέρει στον χρήστη.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα Google Play για έξυπνα κινητά αλλά και συσκευές περιλαμβάνει στην κατηγορία «Ταξίδια και Τοπικές πληροφορίες» τις κορυφαίες εφαρμογές, δηλαδή έχουν βαθμολογηθεί για την χρήση τους, και τις κορυφαίες σε πωλήσεις, δηλαδή εφαρμογές που έχουν αγοραστεί – προτιμηθεί περισσότερο από κάποιες άλλες.

Υπάρχει μια απάριθμη λίστα κορυφαίων εφαρμογών και διατίθενται όλες από την ηλεκτρονική εφαρμογή Google Play, η οποία υποστηρίζεται σε κάποια έξυπνα τηλέφωνα και κάποιες συσκευές, γενικότερα. Η λίστα είναι η εξής:

3.5.1 Εμπορικές εφαρμογές

Οι εμπορικές εφαρμογές αφορούν τα ηλεκτρονικά αεροπορικά και ακτοπλοϊκά εισιτήρια (e-ticketing), τις κρατήσεις δωματίων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, όσον αφορά τα ταξίδια.

3.5.1.1 E-Ticketing-Έκδοση Ηλεκτρονικών Εισιτηρίων

Πρόκειται για τουριστικές εφαρμογές ταξιδιών. Αναφέρονται σε εφαρμογές, όπου οι χρήστες μπορούν να αγοράσουν την υπηρεσία-προϊόν, όπως αεροπορικά ή ακτοπλοϊκά εισιτήρια ανάλογα με την τοποθεσία που βρίσκεται ένας χρήστης και την τοποθεσία που θέλει να μεταβεί, οι οποίες πρέπει να είναι καταχωρημένες στην τουριστική εφαρμογή. Για παράδειγμα (αναγράφεται και το ποσοστό χρηστών παγκοσμίως):

- Kayak Flights, με 10.000.000 χρήστες, 0,14%
- Viva.gr, με 100.000 χρήστες, 0,0014%
- Easy Jet, με 1.000.000 χρήστες, 0,014%
- Ryanair, με 1.000.000 χρήστες, 0,014%
- American Airlines, με 1.000.000 χρήστες, 0,014%
- Qatar Airways, με 500.000 χρήστες, 0,07%
- Scyscanner, με 100.000 χρήστες, 0,0014%
- Airtickets.gr, με 100.000 χρήστες, 0,0014%
- Aegean, με 100.000 χρήστες, 0,0014%
- Blue Star Ferries, με 5.000 χρήστες και άλλες πολλές.

Σε αυτήν την κατηγορία εφαρμογών ο χρήστης μπορεί να ελέγξει την τιμή του τουριστικού προϊόντος που επιθυμεί να αγοράσει, ακόμα και να το αγοράσει, είτε μέσα από την εφαρμογή του κινητού είτε ακόμα και από την συσκευή που χρησιμοποιεί, μέσα από τα εξής βήματα:

A) Αναζήτηση πτήσεων

B) Εύρεση πτήσης και επιλογή πτήσης

Γ) Υπηρεσίες, που επιθυμεί ο καταναλωτής

Δ) Επιλογή υπηρεσιών

Ε) Αυτοκίνητο

Στ) Κράτηση και καταγραφή στοιχείων πελάτη

Z) Καταγραφή στοιχείων πελάτη και επιβεβαίωση φυσικού προσώπου

H) Τρόπος πληρωμής και στοιχεία πληρωμής

Θ) Επιβεβαίωση και ολοκλήρωση κράτησης

I) Στοιχεία Δρομολογίου και εκτύπωση εισιτηρίου

3.5.1.2 Ξενοδοχειακές κρατήσεις

Πρόκειται για τουριστικές εφαρμογές ξενοδοχειακών μονάδων. Τα ξενοδοχεία παρέχουν διαδικτυακό σύστημα άμεσων κρατήσεων στην ιστοσελίδα τους, αλλά συνεργάζονται και με διαδικτυακές ιστοσελίδες πώλησης δωματίων, όπως (αναγράφεται και το ποσοστό χρηστών παγκοσμίως):

- TripAdvisor, με 100.000.000 χρήστες, 1,40%
- Expedia, με 10.000.000 χρήστες, 0,14%
- Booking.com, με 10.000.000 χρήστες, 0,14%
- Hotels.com, με 10.000.000 χρήστες, 0,14%
- trivago.gr, με 5.000.000 χρήστες, 0,07%
- Hrs (Hotel Reservation Services), με 1.000.000 χρήστες, 0,014%
- Agoda, με 1.000.000, 0,014%
- Marriott International, με 1.000.000 χρήστες, 0,014%
- TUI, με 100.000 χρήστες, 0,0014%
- Last Minute, με 553 χρήστες και άλλες πολλές.

Η κάθε εφαρμογή και ιστοσελίδα των παραπάνω εταιριών διαφέρει στο σχεδιασμό, στις προσφορές, στην ευχρηστία, στον τρόπο πληρωμής, στις παροχές, διότι κάποιες προσφέρουν και εισιτήρια, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και κάποιες άλλες μόνο κρατήσεις δωματίων. Παρόλα αυτά η διαδικασία κράτησης ενός δωματίου σε κάποιο ξενοδοχείο είναι παρόμοια έως ίδια, σε κάθε από αυτές, ιστοσελίδα. Δηλαδή:

- A) Αναζήτηση Δωματίου, με βάση τις προτιμήσεις του πελάτη, μέσα από την διαδικτυακή εφαρμογή-σελίδα
- B) Επιλογή ξενοδοχείου και
- Γ) Επιλογή του δωματίου
- Δ) Κράτηση μέσα από την ιστοσελίδα, που επιλέγει ο καταναλωτής
- Ε) Καταγραφή στοιχείων και επιβεβαίωση φυσικού προσώπου
- Στ) Τρόπος πληρωμής και στοιχεία πληρωμής
- Z) Επιβεβαίωση και ολοκλήρωση κράτησης
- Ι) Στοιχεία και εκτύπωση παραστατικού (Voucher)

3.5.1.3 Εταιρίες-Εφαρμογές ενοικίασης αυτοκινήτων

Εκτός από την παροχή ενοικίασης αυτοκινήτων στις διαδικτυακές εφαρμογές-σελίδες εισιτηρίων και ξενοδοχείων, υπάρχουν εφαρμογές, που βοηθούν τον τουρίστα να ενοικιάσει αυτοκίνητο στην πόλη που βρίσκεται. Τέτοιες εφαρμογές είναι (αναγράφεται και το ποσοστό χρηστών παγκοσμίως):

- Europcar, με 500.000 χρήστες, 0.07%
- Hertz Rent a car, με 500.000 χρήστες, 0.07%
- sixt-Rentacar, με 500.000 χρήστες, 0,07%
- AutoEurop, με 50,000 χρήστες, 0,007%
- AVIS, με 500 χρήστες και άλλες πολλές.

Η διαδικασία ενοικίασης αυτοκινήτου μέσα από την εφαρμογή ή ακόμα και από την ιστοσελίδα είναι εύκολη και διαθέτει τα εξής στάδια:

- A) Επιλογή τόπου παραλαβής αυτοκινήτου και ημερομηνίας.
- B) Επιλογή τόπου επιστροφής αυτοκινήτου και ημερομηνίας.
- Γ) Επιλογή τύπου αυτοκινήτου.
- Δ) Επιλογή αυτοκινήτου και υπολογισμός τιμής.
- E) Κράτηση

3.5.1.4 Τοπικές πληροφορίες (Χαρτογράφηση και πλοηγοί)

Οι τοπικές πληροφορίες λειτουργούν ως τουριστικός οδηγός. Μέσα από αυτές τις εφαρμογές ένας τουρίστας μπορεί να πληροφορηθεί για τον οδικό χάρτη της πόλης, που έχει επισκεφθεί ή γενικά για τους χάρτες. Πάνω στον χάρτη εμφανίζονται σημεία ιστορικής φύσεως και μνημεία, ξενοδοχεία, κέντρα διασκέδασης, καφετέριες-μπαρ, τοπικές συγκοινωνίες και στάσεις των Μ.Μ.Μ, μαγαζιά, πράγματα που μπορείς να κάνεις (things-to-do) κ.α. Συνήθως μπορεί να σχεδιαστεί η διαδρομή για την μετάβαση σε μια περιοχή με φωνητική καθοδήγηση και προβολή στον χάρτη (gps navigator). Τέτοιες εφαρμογές είναι (αναγράφεται και το ποσοστό χρηστών παγκοσμίως):

- Χάρτες Google, με 1.000.000.000 χρήστες, 13.60%
- Gps Navigation and Maps, με 10.000.000 χρήστες, 0.01%
- MapFactor, με 10.000.000 χρήστες, 0.01%
- Yandex.navigator, με 10.000.000 χρήστες, 0.01%
- Navitel Navigator, με 5.000.000 χρήστες, 0.07%
- Navigator, με 1.000.000 χρήστες, 0.001%
- Maverick: Gps Navigator, με 1.000.000 χρήστες, 0,001%
- SNAV Navigator, με 1.000.000 χρήστες, 0,001%
- Gps Arrow navigator, με 100.000 χρήστες
- Tomtom GPS navigator, με 50.000 χρήστες, 0.0007% και άλλες πολλές.

3.5.1.5 Ταξιδιωτικοί Οδηγοί Πληροφοριών – Τουριστικοί Οδηγοί «Ξεναγοί»

Υπάρχουν εφαρμογές, που περιλαμβάνουν ολοκληρωμένο σύστημα κατηγοριοποιημένο με τις συνήθειες – ασχολίες ενός τουρίστα κατά την παραμονή του σε μια χώρα διαμονής. Πλέον, με την κάθε εφαρμογή ο τουρίστας μπορεί να πάει όπου αυτός επιθυμεί ανάλογα την επιθυμία του. Πρόκειται για εφαρμογές οι οποίες χαρακτηρίζονται οδηγοί και περιλαμβάνουν χώρους διασκέδασης, όπως μπαρ, νάιτ κλαμπ, εστιατόρια, θέατρο, σινεμά, θεαματικά πάρκα κλπ, επίσης, αξιοθέατα, στα οποία συνήθως υπάρχουν και επεξηγηματικές πληροφορίες, ξενοδοχεία. Οι εφαρμογές αυτές υποστηρίζουν ακόμα και

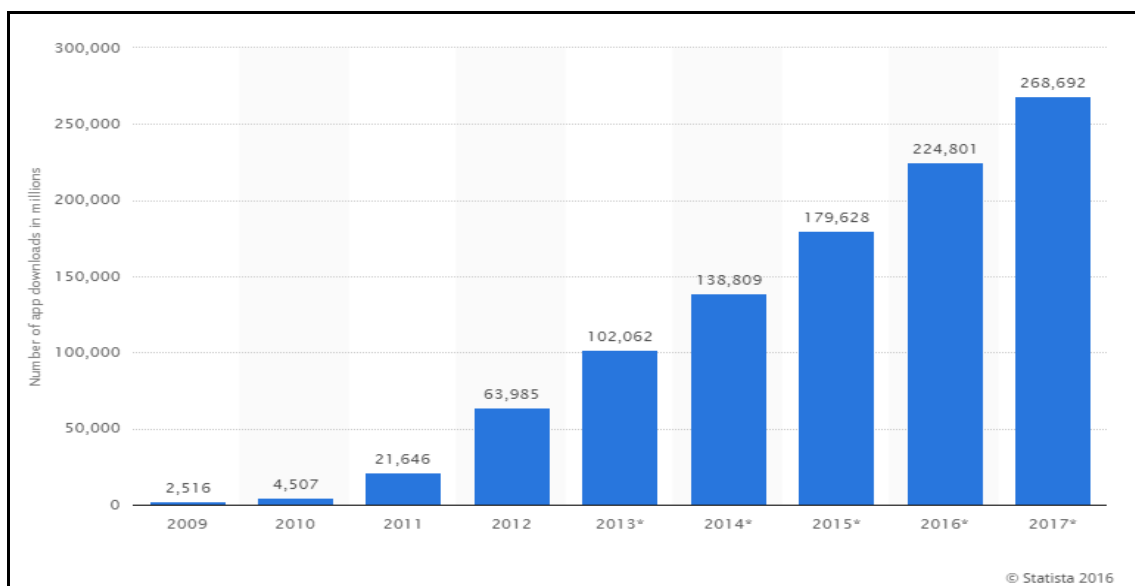
σχόλια, βαθμολογίες για κάθε μέρος και φωτογραφίες κινώντας το ενδιαφέρον του τουρίστα. Τέτοιες τουριστικές εφαρμογές όσον αφορά ταξιδιωτικούς οδηγούς είναι (αναγράφεται και το ποσοστό χρηστών παγκοσμίως):

- TripAdvisor, με 100.000.000 χρήστες, 1,36%
- Foursquare, με 10.000.000 χρήστες, 0.14%
- Triposo – World Travel Guide, με 500.000 χρήστες, 0.007%
- Gogobot, με 100.000 χρήστες, 0.001%
- Viator Tours and Activities, με 100.000 χρήστες 0.001%
- Greekguide.com, με 10.000 χρήστες και άλλες πολλές.

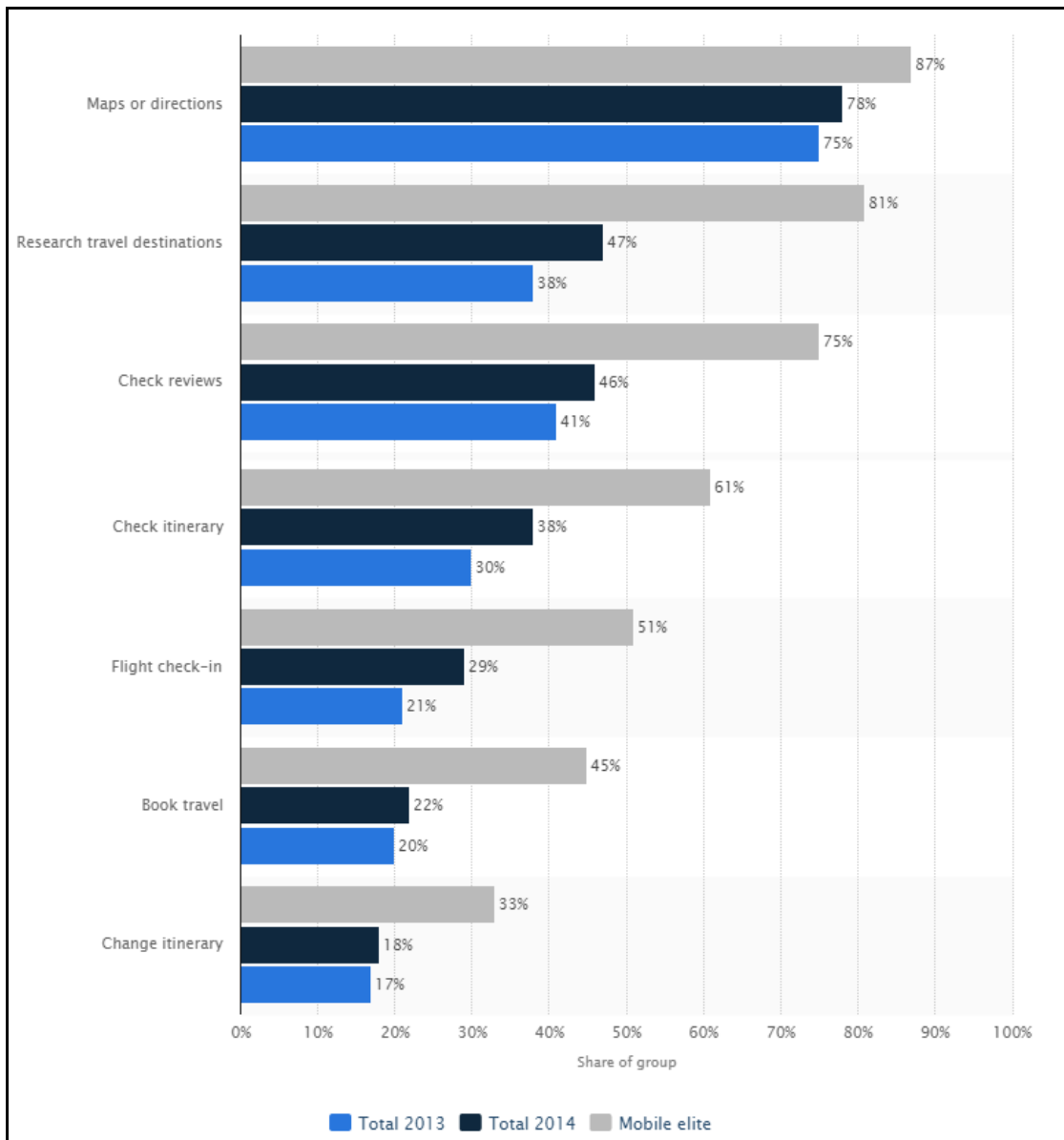
Σύμφωνα με μελέτη στο διαδίκτυο για την χρήση των συσκευών στον τουρισμό παρατηρείται ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν (Διάγραμμα 2 - μέτρηση 2014):

- 1) Τις **εφαρμογές χαρτογράφησης** περισσότερο στο «έξυπνο» τηλέφωνό τους, παγκοσμίως, δηλαδή 78%.
- 2) Την **αναζήτηση ταξιδιωτικών προορισμών** με 47%
- 3) Τον **έλεγχο αναφορών-σχολίων** με 46%.
- 4) Τον **έλεγχο του δρομολογίου** τους (ταξίδι) με 38%.
- 5) **Επιβίβαση πτήσης** από το κινητό μέσο (Flight check-in)
- 6) **Κρατήσεις ταξιδιού** με 22%.
- 7) **Αλλαγή Δρομολογίου** με 18%.

Ακόμη μελέτες έχουν καταγράψει την λήψη των διαδικτυακών εφαρμογών και έχουν μελετήσει και υπολογίσει κατά προσέγγιση πόσο θα ανέρθει ο αριθμός των λήψεων των διαδικτυακών εφαρμογών, δηλαδή περίπου στις **268.692.000 λήψεις** (Διάγραμμα 2.1).



Διάγραμμα 2.1: Λήψη Διαδικτυακών Εφαρμογών Παγκοσμίως (Πηγή: <http://www.statista.com/statistics/266488/forecast-of-mobile-app-downloads/>)



Διάγραμμα 2: Χρήση των Διαδικτυακών Εφαρμογών στον Τουρισμό – Μέτρηση 2014
 (Πηγή: <http://www.statista.com/statistics/347955/global-mobile-travel-activities/>)

4^ο Κεφάλαιο: «Σύγχρονες Τεχνολογίες στον Τουρισμό»

4.1 Marketing – E-Marketing

Το **μάρκετινγκ** (*marketing*), (Wikipedia, 2016) αλλιώς **αγοραλογία**, συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς:

- να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, που παράγει με τον πελάτη-στόχο, που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του,
- να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί,
- να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση),
- να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ, ειδικότερα όσον αφορά τα καταναλωτικά αγαθά, δηλαδή αυτά που απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές (και όχι σε άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς, οπότε και γίνεται λόγος για βιομηχανικά προϊόντα/υπηρεσίες) είναι οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προσπαθούν να δημιουργήσουν μία μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία στα προϊόντα τους, αξία υψηλότερη από τα αντίστοιχα προϊόντα του ανταγωνισμού. Μέσα από την υψηλότερη αυτή αξία επιτυγχάνεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, δηλαδή η υπεροχή της ίδιας και των προϊόντων της έναντι του ανταγωνισμού. Όλα τα παραπάνω με τη σειρά τους οδηγούν σε πιστότητα των πελατών και τελικά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων/υπηρεσιών της επιχείρησης.

Με τον όρο **Διαδικτυακό Μάρκετινγκ (e-marketing)** (<http://greece.batcic.com>, 2016) στην πραγματικότητα εννοούμε όλα εκείνα τα εργαλεία και τις στρατηγικές, τα οποία θα μπορούσαν να εντοπίσουν την κατάλληλη ζήτηση για να παρουσιάσουν την επιχείρηση σε αγνώστους, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα ψηφιακά μέσα όπως ο ιστότοπος, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και ασύρματα μέσα (<http://www.smartinsights.com>, 2016).

4.2 Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ηλεκτρονικός Τουρισμός – E-commerce και E-Tourism

Σύμφωνα με τις ανάγκες που προέκυψαν λόγω της εξέλιξης των τεχνολογιών και του μεγάλου ανταγωνισμού που δημιουργήθηκε, όλο και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις αναπτύσσουν διαδικτυακές υπηρεσίες. Αυτός ο τρόπος επιχειρηματικότητας είναι γνωστός και ως **Ηλεκτρονικός Τουρισμός** ή **e-Tourism** (Wikipedia, 2016). Αποτελεί έναν εξελισσόμενο τομέα, που ορίζεται ως η χρήση των τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στην τουριστική βιομηχανία. Παρέχει ένα σύνολο δυνατοτήτων που προσφέρουν το διαδίκτυο και άλλες τεχνολογίες σε άτομα, που επιθυμούν να ταξιδέψουν. Οι καταναλωτές μπορούν να ενημερωθούν, να αναζητήσουν, να συγκρίνουν και να επιλέξουν οποιαδήποτε τουριστική υπηρεσία επιθυμούν όπως ξενοδοχειακό κατάλυμα, ενοικίαση αυτοκινήτου, ακτοπλοϊκά και αεροπορικά εισιτήρια.

Σύμφωνα με την ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια (Wikipedia, 2016) ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου αποδίδεται ως εξής: «Ως **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** (H.E.), ή ευρέως γνωστό ως **e-commerce** ή **e-comm**, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών, που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών, που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται κατ' αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων, στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain management), στο διαδικτυακό μάρκετινγκ (Internet marketing), στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (online transaction processing), στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (electronic data interchange, EDI), στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης (inventory management) και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.»

Υπάρχουν οι επιχειρησιακές εφαρμογές, οι οποίες χρησιμοποιούνται περισσότερο σε Η/Υ και ορισμένες συσκευές:

- Document automation in supply chain and logistics (Παροχή αυτοματοποιημένου έγγραφου)
- Domestic and international payment systems (Το σύστημα πληρωμών)
- Enterprise content management (Επιχειρήσεις Διαχείρισης Περιεχομένου)
- Group buying (Ομαδική αγορά)

- Automated online assistants (Αυτόματος διαδικτυακός βοηθός)
- Instant messaging (Άμεσο μήνυμα (IM))
- Newsgroups (Ομάδα συζήτησης)
- Online shopping and order tracking (Διαδικτυακές αγορές)
- Online banking (Ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές)
- Online office suites (Online γραφεία ή η online σουίτα παραγωγικότητας)
- Shopping cart software (Καλάθι αγορών)
- Teleconferencing (Τηλεδιάσκεψη ή τηλεσεμινάριο,)
- Electronic tickets (Ηλεκτρονικά Εισιτήρια)

Αναλυτικά:

1. Document automation in supply chain and logistics – Παροχή αυτοματοποιημένου έγγραφου είναι ο σχεδιασμός των συστημάτων και των ροών εργασίας, που βοηθούν στη δημιουργία των ηλεκτρονικών εγγράφων. Πρόκειται για συστήματα μιας λογικής βάσης, που χρησιμοποιούν τμήματα κειμένου ή / και τα δεδομένα, που προϋπήρχαν για να δημιουργηθεί ένα νέο έγγραφο. Η διαδικασία αυτή χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο σε ορισμένες βιομηχανίες για να συγκεντρώσει τα νομικά έγγραφα, τις συμβάσεις και τα γράμματα. Τα συστήματα αυτοματοποιημένου εγγράφου χρησιμοποιούνται για την αυτοματοποίηση όλων των υπό αίρεση κείμενο, μεταβλητό κείμενο, και τα δεδομένα που περιέχονται σε ένα σύνολο εγγράφων.

Συστήματα αυτοματισμού επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να ελαχιστοποιήσουν την εισαγωγή δεδομένων, τη μείωση του χρόνου που δαπανάται απόδειξη-ανάγνωση, και να μειώσει τα λάθη. Επίσης, εξοικονόμηση χρημάτων, φόρτωση του εγγράφου, αποθήκευση, διανομή, ταχυδρόμηση / ναυτιλία, φαξ, τηλέφωνο και εργασία.

Υπάρχουν πολλά έγγραφα, που χρησιμοποιούνται στα λογιστικά, δηλαδή τιμολόγια, λίστες συσκευασίας / ολισθήσεις / φύλλα (τα δηλωτικά), λίστες με περιεχόμενο, εισιτήρια, απόδειξη άφιξης, φόρμες / εκθέσεις πολλών τύπων (π.χ. MSDS, τα ελαττωματικά προϊόντα, τα επιστρεφόμενα εμπορεύματα, λεπτομέρειες / σύνοψη, κλπ.), την εισαγωγή/ εξαγωγή, διανομή, φορτωτική (BOL), κλπ. Τα έγγραφα αυτά είναι η συμφωνία παραλήπτη-αποστολέα, ως κατοχύρωση. Πολλά έγγραφα εκτελούνταν χειρόγραφα, ενώ η βιομηχανία έχει καταφέρει να ανανεώσει το χειρισμό των εγγράφων σε αυτοματοποιημένα έγγραφα μέσα από αυτοματοποιημένα συστήματα και συσκευές, όπως εκτυπωτές λέιζερ, σαρωτές, λογισμικά, όπως ERP, WMS, TMS. Ακόμη, μια σειρά από ερευνητικά προγράμματα έχουν εξετάσει την ευρύτερη τυποποίηση και αυτοματοποίηση των εγγράφων του κλάδου εμπορευματικών μεταφορών.

2. Domestic and international payment systems - Το σύστημα πληρωμών είναι ένα λειτουργικό δίκτυο, που διέπεται από τους νόμους. Οι τραπεζικοί λογαριασμοί συνδέονται

και το σύστημα παρέχει τη σωστή λειτουργία στις τραπεζικές συναλλαγές. Το σύστημα πληρωμών είναι μια υποδομή, που αποτελείται από θεσμικά όργανα, τους κανόνες, τις διαδικασίες, τα πρότυπα, και τα τεχνικά μέσα. Δημιουργήθηκε για να την μεταβίβαση μιας νομισματικής αξίας, έτσι ώστε να διεκπεραιώνονται υποχρεώσεις και είναι αποτελεσματικό. Με την έλευση των υπολογιστών και των ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχει προκύψει το σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών, στο οποίο περιλαμβάνονται χρεωστικές κάρτες, πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων, άμεσες πιστώσεις, άμεσες χρεώσεις, τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet και τα συστήματα πληρωμών ηλεκτρονικού εμπόριου (e-commerce). Μερικά συστήματα πληρωμών περιλαμβάνουν και μηχανισμούς πίστωσης. Για παράδειγμα η διάθεση πιστωτικής κάρτας αι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές πληρωμής. Τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών χρησιμοποιούνται όταν δεν είναι επιθυμητή η πληρωμή με μετρητά στις εγχώριες και στις διεθνείς συναλλαγές και αποτελούνται από λογισμικό είτε τραπεζικής είτε χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Έχουν τις διαδικασίες και τα πρωτόκολλα τους. Ο όρος ηλεκτρονική πληρωμή μπορεί να παραπέμψει στο ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή την πληρωμή σε αγορά ή πώληση αγαθών – υπηρεσιών, που προσφέρονται μέσω του Διαδικτύου.

3. Enterprise content management – Επιχειρήσεις Διαχείρισης Περιεχομένου (ECM) είναι ένα τυποποιημένο μέσο για την οργάνωση και την αποθήκευση των εγγράφων ενός οργανισμού, που σχετίζονται με τις διαδικασίες του οργανισμού. Ο όρος περιλαμβάνει τις στρατηγικές, τις μεθόδους και τα εργαλεία, που χρησιμοποιούνται για τα έγγραφα των επιχειρήσεων, εταιριών ή οργανισμών.

4. Group buying - Ομαδική αγορά, επίσης γνωστή ως συλλογική αγορά, προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες σε σημαντικά μειωμένες τιμές, υπό την προϋπόθεση ότι ένας ελάχιστος αριθμός αγοραστών, θα κάνουν την αγορά. Ο όρος μπορεί να αποδοθεί στην Κίνα, όπου η ομαδική αγορά εκτελέστηκε, όταν έμπορος είχε εκπτώσεις σε ένα αγαθό και μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων ήθελε να το αγοράσουν. Τον τελευταίο καιρό, οι ιστοσελίδες πρωταγωνιστούν στην διαδικτυακή εμπορία αγαθών απευθείας και συμβάλουν στην ομαδική αγορά. Συνήθως, αυτές οι ιστοσελίδες διαθέτουν «προσφορά της ημέρας» ή προσφορές γενικά σε ένα γκρουπ ατόμων. Οι αγοραστές τότε εκτυπώνουν ένα κουπόνι και κερδίζουν την έκπτωση από τον λιανοπωλητή. Πολλές από τις ιστοσελίδες, που πωλούν προϊόντα, λειτουργούν, βεβαίως με την διαπραγμάτευση με τοπικούς εμπόρους και έτσι επωφελούνται.

5. Automated online assistants – Αυτόματος διαδικτυακός βοηθός είναι ένα πρόγραμμα, που χρησιμοποιεί τεχνητή νοημοσύνη, για την παροχή εξυπηρέτησης πελατών σε ένα δικτυακό τόπο. Μια τέτοια βοηθός αποτελείται από ένα παράθυρο του συστήματος, μια εικόνα (avatar) καθώς και ένα ειδικό σύστημα για την παροχή ειδικής τεχνογνωσίας για το

χρήστη. Αυτοματοποιημένοι συνδεδεμένοι βοηθοί παρέχουν εξυπηρέτηση στους πελάτες 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα. Μελέτη έδειξε πως αυτό το σύστημα μείωσε 30 % τον φόρτο εργασίας ενός ανθρώπου τηλεφωνικού κέντρου.

6. Instant messaging - Άμεσο μήνυμα (IM) ή άμεση συνομιλία (chat) είναι ένας τύπος διαδικτυακής συνομιλίας, που προσφέρει σε πραγματικό χρόνο μετάδοση κειμένων μέσω του διαδικτύου. Το καλώδιο LAN λειτουργεί με παρόμοιο τρόπο σε ένα τοπικό δίκτυο. Τα σύντομα μηνύματα συνήθως μεταδίδονται αμφίδρομα μεταξύ δύο μερών, καθώς ο χρήστης εκφράζεται και επιλέγει «Αποστολή». Μερικές IM εφαρμογές χρησιμοποιούν την τεχνολογία push για να παρέχουν σε πραγματικό χρόνο κείμενα. Η πιο προχωρημένη μέθοδος άμεσων μηνυμάτων περιλαμβάνει τη μεταφορά αρχείων, άνοιγμα ιστοσελίδων και διευθύνσεων (clickable hyperlinks), βιντεομήνυμα (Voice over IP), βιντεοκλήση (video chat). Υπάρχουν και οι ιστοσελίδες, οι οποίες χρησιμοποιούν τη συνομιλία για την λειτουργία άμεσης επικοινωνίας είτε μεταξύ χρηστών είτε με την εταιρία-επιχείρηση. Ανάλογα με το πρωτόκολλο IM, η τεχνική μπορεί να είναι peer-to-peer (άμεση μετάδοση) ή client-server (ένας κεντρικός διακομιστής αναμεταδίδει τα μηνύματα από τον αποστολέα στον παραλήπτη).

7. Newsgroups – Πρόκειται για ομάδα συζήτησης, δηλαδή μηνύματα που δημοσιεύτηκαν από πολλούς χρήστες με διαφορετικές τοποθεσίες. Παρά το όνομα, δεν αντιστοιχεί με τις ειδήσεις και την πληροφόρησή τους. Η ομάδα συζήτησης είναι διαφορετική, από τεχνικής άποψης, σε σχέση με άλλα παρόμοια φόρουμ συζητήσεων σχετικά με το World Wide Web. Υπάρχει λογισμικό (newsreader), που χρησιμοποιείται για να διαβάσει τις συζητήσεις. Πριν από την έλευση του World Wide Web, τα newsgroups ήταν από τις πιο δημοφιλείς διαδικτυακές υπηρεσίες, και έχουν διατηρήσει μη εμπορική φύση, σε αντίθεση με το φορτωμένο web (applications-adds). Τα τελευταία χρόνια, αυτή η μορφή ανοικτής συζήτησης στο διαδίκτυο έχει μειωθεί σημαντικά, μιας και έχουν δημιουργηθεί προγράμματα περιήγησης, συγκεκριμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), όπως το Facebook ή το Twitter.

8. Online shopping and order tracking – Διαδικτυακές αγορές (e-shopping) είναι μια μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία επιτρέπει στους καταναλωτές να αγοράζουν απευθείας αγαθά ή υπηρεσίες από έναν πωλητή στο διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα περιήγησης. Εναλλακτικοί όροι είναι e-web-shop και e-shop (ηλεκτρονικό κατάστημα). Ο όρος κινητό εμπόριο (m-commerce) περιγράφει την αγορά από το κινητό σε απευθείας σύνδεση ενός λιανοπωλητή μέσα από μια εφαρμογή (application). Ένα διαδικτυακό κατάστημα περιλαμβάνει τις εξής διαδικασίες συναλλαγών, όπως B2C, δηλαδή συναλλαγή ηλεκτρονικών αγορών από μια επιχείρηση σε καταναλωτή. Η διαδικασία B2B αφορά συναλλαγές από επιχείρηση σε επιχείρηση. Οι επιτυχημένες

διαδικτυακές εταιρίες είναι η Alibaba, το Amazon και το eBay. Είναι μια επαναστατική μέθοδος με πολλές ευκαιρίες ανακλυσης, που καλύπτει τις απαιτήσεις της αγοράς.

9. Online banking – Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές είναι ένα ηλεκτρονικό σύστημα πληρωμών, που επιτρέπει στους πελάτες της την χρήση χρηματοπίστωσης και τη διεξαγωγή οικονομικών συναλλαγών σε ένα διαδικτυακό τόπο που διαχειρίζεται το ίδρυμα, όπως λιανικές τραπεζικές υπηρεσίες, εικονική τράπεζα, πιστωτική ένωση ή κοινωνία κτιρίου. Πρόκειται για το γνωστό e-banking, τις τραπεζικές υπηρεσίες, που προσφέρει μια τράπεζα αλλά ο χρήστης μπορεί να διαχειριστεί μόνος του τις καταστάσεις του με κωδικούς σε σύνδεση στην ιστοσελίδα από οποιοδήποτε τοποθεσία επιθυμεί. Ο αριθμός των πελατών δεν συμπίπτει με τον αριθμό των λογαριασμών, καθώς δεν επιθυμούν όλοι οι πελάτες να διαθέτουν και μια διαδικτυακή χρήση του λογαριασμού τους για διάφορους λόγους. Κάποιες τράπεζες έχουν αυξήσει τα μέτρα ασφαλείας στην πρόσβαση της πλατφόρμας των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών.

10. Online office suites – Τα online γραφεία ή η online σουίτα παραγωγικότητας είναι ένας τύπος γραφείου, που προσφέρεται από ιστοσελίδες με τη μορφή του λογισμικού, ως υπηρεσία. Μπορούν να έχουν πρόσβαση σε απευθείας σύνδεση από οποιοδήποτε πάροχο μέσω συσκευής ή «έξυπνων» τηλεφώνων. Αυτό επιτρέπει στους ανθρώπους να εργαστούν επιτόπου από όλο τον κόσμο και ανά πάσα στιγμή, οδηγώντας έτσι σε μια διεθνή web-based συνεργασία και εικονικής ομαδικής εργασίας. Συνήθως, οι βασικές εκδόσεις, που προσφέρονται δωρεάν, πληρώνουν την εγγραφή, καθώς υπάρχουν και οι εξελιγμένες εκδόσεις, οι οποίες πληρώνονται ως εφαρμογή. Οι εφαρμογές αυτές αναπτύσσονται συχνά στο Web 2.0.

11. Shopping cart software - Το καλάθι αγορών, στον τομέα του μάρκετινγκ, αφορά ένα λογισμικό στο ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο επιτρέπει στους επισκέπτες να επιλέξουν προϊόντα–υπηρεσίες για αγορά σε κάποια διαδικτυακή σελίδα. Οι online shopping πελάτες (διαδικτυακοί πελάτες) «γεμίζουν» το «καλάθι αγορών» τους με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια λίστα. Αυτό πραγματοποιείται με την ενέργεια «Προσθήκη στο καλάθι αγορών». Κατόπιν, δημιουργείται μια παραγγελία και με την επιβεβαίωση του πελάτη ολοκληρώνεται η ενέργεια της αγοράς, αφού το λογισμικό υπολογίσει τα έξοδα αποστολής, τα τέλη και τους φόρους.

12. Teleconferencing – Αναφέρεται σε μια τηλεδιάσκεψη ή τηλεσεμινάριο, δηλαδή η ζωντανή ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ατόμων μέσα από μηχανικά μέσα, όπως συστήματα τηλεπικοινωνιών, απομακρυσμένοι ο ένας από τον άλλο. Όροι όπως video conferencing (τηλεδιάσκεψη), conference call (κλήση συνδιάσκεψης) και conference room (αίθουσα συνεδριάσεων-συσκέψεων) χρησιμοποιούνται για τον ορισμό της τηλεδιάσκεψης. Το σύστημα τηλεπικοινωνιών υποστηρίζει την τηλεδιάσκεψη, παρέχοντας ένα ή περισσότερα από τα ακόλουθα μέσα-υπηρεσίες: ήχο, βίντεο, δεδομένα των υπηρεσιών

από ηλεκτρονικά μέσα, όπως τηλέφωνο, υπολογιστής, τηλέγραφος, τηλέτυπο, ραδιόφωνο και τηλεόραση.

13. Electronic ticket (κοινώς *e-ticket*) – Πρόκειται για ένα ψηφιακό εισιτήριο. Ο όρος σχετίζεται με τα αεροπορικά εισιτήρια και τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια, πλέον, που εκδίδονται. Επίσης, εκδίδονται ηλεκτρονικά εισιτήρια για τις αστικές συγκοινωνίες ή/και σιδηροδρομικές γραμμές, τα οποία αναφέρονται ως ταξιδιωτική κάρτα. Το αναβαθμισμένο ηλεκτρονικό αυτό σύστημα κρίνεται αποτελεσματικό στην βιομηχανία του τουρισμού, τόσο στο εμπόριο όσο και στην εύρυθμη λειτουργία της.

4.3 Travel 2.0

Ο όρος **travel 2.0** (<http://web2.wikia.com>, 2016) χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια νέα ιδιότητα, τις ιστοσελίδες με ταξιδιωτικές πληροφορίες και τουριστικού περιεχομένου. Σε αυτόν τον όρο συγκαταλέγεται η Expedia, Travelocity, Booking, AA.com. Διαφέρει από την προηγούμενη έκδοση καθώς είναι πλήρως αλληλεπιδραστική και χρησιμοποιούνται περισσότερα παντός είδους δεδομένα. Αυτό σημαίνει εύκολη ανταλλαγή λόγων, εικόνων, βίντεο, αναφορών, κριτικών, ταξιδιωτικών περιγραφών, εύκολα και γρήγορα, μέσα από υποστηρικτικές εφαρμογές. Έτσι, ένας τουρίστας μπορεί να κάνει μια έρευνα και να μαζέψει πολλές πληροφορίες για έναν τουριστικό προορισμό χρησιμοποιώντας ιστοσελίδες travel 2.0.

Στις σελίδες Travel 2.0 περιλαμβάνονται, οι παρακάτω:

- 43 Places
- Driftr
- Dopplr
- Kayak
- Mobissimo
- Sidestep
- Travature
- RealTravel
- TripAdvisor
- TripUp
- WikiTravel
- Vcarious
- VirtualTourist

4.4 Αναγκαιότητα ανάπτυξης τουριστικών εφαρμογών

Στις μέρες μας το πιο διαδεδομένο κινητό είναι το έξυπνο τηλέφωνο (Smartphone). Φημισμένες είναι και οι φορητές συσκευές (tablet, ipad, laptop), που υποστηρίζουν εφαρμογές. Έτσι, οι τουρίστες μπορούν πλέον να σχεδιάσουν ένα οργανωμένο ταξίδι, επιλογή πτήσης, επιλογή ξενοδοχείου, επιλογή κρουαζιέρας, επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους ακόμα και ενοικίαση αυτοκινήτων, αλλά μπορούν και να το οργανώσουν επί τόπου. Όλα αυτά έχουν επιτευχθεί με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και των εφαρμογών και την επιτροπή συναλλαγών ακόμα και από το έξυπνο τηλέφωνο. Προκύπτει το συμπέρασμα, πώς μια εφαρμογή ανταποκρίνεται στις περισσότερες πληροφορίες, που θέλει να διαλέξει για το ταξίδι του, μέσα από το σύστημα διαχείρισης βάσης δεδομένων, Έρευνες έχουν δείξει πως περίπου 26% του πληθυσμού, που ταξιδεύει, είναι νέοι ηλικιακού εύρους 18-34 χρονών. Έχουν ως κίνητρο την εμπειρία, που αποκτούν από την καθημερινότητα σε μια ξένη χώρα, και την ανάπτυξη της γνώσης τους.

Το 57% των νέων Αμερικανών τουριστών ανακοινώνουν φωτογραφίες από τις διακοπές τους στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης κάθε ώρα ή κάθε μέρα, σε σχέση με τους υπόλοιπους Αμερικανούς τουρίστες γενικά. Το TripAdvisor είναι η πιο χρησιμοποιημένη εφαρμογή πριν, μετά ακόμα και κατά τη διάρκεια των διακοπών των τουριστών.

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ «Αξιολόγηση Τουριστικών Εφαρμογών σε έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές»

5.1 Ορισμός του Προβλήματος

Σκοπός της έρευνας, αποτελεί η αξιολόγηση τουριστικών εφαρμογών ως προς τα χαρακτηριστικά, την χρήση και λειτουργία τους στα «έξυπνα τηλέφωνα (smartphones) και συσκευές από καταναλωτές-τουρίστες, ειδικούς στην πληροφορική-προγραμματιστές και επιχειρήσεις.

Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο με τίτλο: “**Αξιολόγηση τουριστικών εφαρμογών σε έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές**”.

Στόχος της έρευνας αποτελεί η δειγματοληψία, η επεξεργασία των στοιχείων, η γραφική απεικόνιση και η επεξεργασία των αποτελεσμάτων.

Αντλήθηκαν πληροφορίες από το διαδίκτυο (Internet) σχετικά με τις σημαντικότερες εφαρμογές τουρισμού, οι οποίες κατατάσσονται σε κατηγορίες, όπως ξενοδοχειακές μονάδες, ηλεκτρονικά εισιτήρια, χαρτογράφηση και πλοήγηση, ταξιδιωτικοί οδηγοί και τουριστικοί οδηγοί – ξεναγοί. Επίσης, χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες για τα κριτήρια βαθμολόγησης-αξιολόγησης η οποία αφορά την αξιολόγηση των τουριστικών εφαρμογών στα τηλέφωνα και συσκευές των εφαρμογών. Οι πληροφορίες αυτές είναι χρήσιμες στη δημιουργία των ερωτήσεων της έρευνας, αφού θα χρειαστούν στοιχεία τόσο τεχνολογικά, όσο και πολιτιστικά.

5.2 Επιλογή Σχεδίου Έρευνας

- Οι πληροφορίες που υπάρχουν ήδη, σχετίζονται με την χρησιμότητα των τουριστικών εφαρμογών στα «έξυπνα» τηλέφωνα και συσκευές, καθώς και με τα κριτήρια βαθμολόγησής τους.
- Υποθέσεις μπορούν να γίνουν, όσον αφορά το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για τις τουριστικές εφαρμογές και την χρήση τους στα έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές.
- Οι ερωτήσεις προς απάντηση, περιλαμβάνουν γνώση και γνώμη για τις τουριστικές εφαρμογές, παρελθοντικές και μελλοντικές συμπεριφορές, καθώς και βαθμολόγηση των εφαρμογών ως προς την εικόνα, υποστήριξη, υπόβαθρο, λειτουργικότητα και ικανοποίηση αυτών στο δείγμα.
- Το καλύτερο είδος μελέτης για το συγκεκριμένο πρόβλημα, που αφορά την χρησιμότητα και λειτουργία των τουριστικών εφαρμογών, είναι η βαθμολόγηση των κριτηρίων της κάθε εφαρμογής, η καταγραφή της συσκευής, των χαρακτηριστικών της

και το λειτουργικό της σύστημα που προτιμάται, η καταγραφή των ωρών περιήγησης στο διαδίκτυο, καθώς και η καταγραφή των αγορών εφαρμογών γενικότερα μέσω διαδικτύου από «έξυπνα» τηλέφωνα και συσκευές.

5.3 Επιλογή Δείγματος και Συλλογή Στοιχείων

Εφαρμόστηκε η **Τυχαία Δειγματοληψία ή Δειγματοληψία πιθανοτήτων** (Χρήστου, 1999).

Η συγκεκριμένη τυχαία δειγματοληψία, που υιοθετήθηκε, είναι **Μη Αναλογική Στρωματοποιημένη Τυχαία Δειγματοληψία (disproportionate stratified random sampling)** (Παναγόπουλος, 2015).

Με τη **μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία** επιλέγουμε το μέγεθος του δείγματος σε κάθε στρώμα (strata) και συχνά διατηρούμε το ίδιο μέγεθος σε κάθε στρώμα. Με τη συγκεκριμένη μέθοδο αντιμετωπίζουμε περιπτώσεις στις οποίες δεν ενδιαφέρει η συνολική ακρίβεια στο δείγμα ή δεν έχουμε επαρκή ακρίβεια στους υποπληθυσμούς των στρωμάτων (Ψαρρού και Ζαφειρόπουλος, 2001).

Είναι μια μορφή τυχαίας δειγματοληψίας (Παναγόπουλος, 2015):

1. Κάθε άτομο ενός πληθυσμού έχει **μη μηδενική**, γνωστή πιθανότητα να συμπεριληφθεί στο δείγμα
2. Η πλέον **δημοφιλής μέθοδος** στην έρευνα τουριστικής αγοράς λόγω της αξιόπιστης θεωρητικής της βάσης.
3. Η **επιλογή του δείγματος** γίνεται με **«αντικειμενικό τρόπο»**. Ο ερευνητής μπορεί να υπολογίσει το μέγεθος του δειγματοληπτικού σφάλματος. Το σφάλμα αυτό αφορά τον υπολογισμό της έκτασης της διαφοράς που υπάρχει μεταξύ του δείγματος και του πληθυσμού στις τιμές των μεταβλητών της μελέτης.

Πλαίσιο Δειγματοληψίας (Πληθυσμός):

Είναι γενικά αποδεκτό ότι όσο μεγαλύτερο το μέγεθος του δείγματος, τόσο μεγαλύτερη και η ακρίβεια ή η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Στην παρούσα έρευνα ορίστηκε ένα δείγμα **30** ατόμων, το οποίο διαιρέθηκε σε υπό-ομάδες. Συγκεκριμένα, το πλαίσιο δειγματοληψίας περιλαμβάνει 10 τουρίστες-καταναλωτές, 10 προγραμματιστές, 10 σχετιζόμενοι με τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ύστερα, το δείγμα σε κάθε στρώμα επιλέχθηκε τυχαία.

Σύμφωνα με τα προηγούμενα, ο πληθυσμός διαιρέθηκε σε υπό-ομάδες (στρώματα) με βάση:

1. Την εμπειρία και την κοινωνική τάξη ως προς την χρήση τουριστικών εφαρμογών στον τουρισμό.

2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως η **ηλικία**, με το μεγαλύτερο ποσοστό να κυμαίνεται από **28** έως **38** ετών, το φύλο και το μορφωτικό επίπεδο.
3. Προσωπικά τεχνολογικά χαρακτηριστικά, όπως η **συσκευή**, το **λειτουργικό σύστημα**, το **μέγεθος της οθόνης**, οι **ώρες περιήγησης στο διαδίκτυο**, καθώς και οι **αγορές** σε αυτό.

Τρόπος Δειγματοληψίας:

- Η **κατάσταση των μελών του πληθυσμού** είναι γνωστή, λόγω του τρόπου επιλογής του, αφού το δείγμα επιλέχθηκε κυρίως από το **Facebook** και τον στενό σχετικά κοινωνικό κύκλο του συγγραφέα, με αποστολή ερωτηματολογίου μέσω **e-mail**.
- Η **συγκέντρωση των στοιχείων** έγινε στο cloud εργαλείο Google Docs και συγκεκριμένα το google forms. Εκεί υπάρχουν **όλες οι απαντήσεις του πληθυσμού (Εικόνα 12)** και έχει δημιουργηθεί ακόμα ένα αρχείο *Excel*, το οποίο είναι αποθηκευμένο στην βάση δεδομένων Dropbox με το παρακάτω διαδικτυακό link:
<https://www.dropbox.com/s/90xb1af35vyijhp/apanthseis.xls?dl=0>
- Ο **χρόνος που χρειάστηκε για τη συγκέντρωση των στοιχείων**, ήταν **71 ημέρες**, σύμφωνα με το **Διάγραμμα 4**, το οποίο εξάχθηκε από το **Google Docs**.



Διάγραμμα 4: Αριθμός καθημερινών απαντήσεων

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΞΕΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ (Απαντήσεις)													nenakus@gmail.com																
Αρχείο Επεξεργασία Προβολή Εισαγωγή Μορφή Δεδομένα Εργαλεία Φόρμα Πρόσθετα Βοήθεια Όλες οι αλλαγές αποθηκεύονται στο Drive													Σελίδα 1 6 Κοινή χρήση																
fx																													
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z			
1	Χρονική σήμανση	1.Εφόδος Α1. Έχει	Α2. Από πού μάθατε για την εφαρ	Α3. Τι περιμένετε από την	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α	Α4. Να α		
13	08/12/2015 2:19:40 μ.μ.	Ναί	Όχι	ΔΞ/ΔΑ	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	10	1	10	8	8	10	10	8/12/15	Όχι	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
14	08/12/2015 2:32:09 μ.μ.	Ναί	Όχι	Φίλους	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	9	1	10	10	10	10	9	8/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Ναί	Ναί									
15	08/12/2015 6:39:19 μ.μ.	Ναί	Ναί	Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τη) έραση,	Να βρώ χαμηλές πμές και	6	8	7	8	7	6	5	2	6	08/12/2015	Ναί	Όχι	Ναί	Όχι	Ναί									
16	11/12/2015 4:11:43 μ.μ.	Ναί	Ναί	Την βρήκα μόνος μου	Να βρώ χαμηλές πμές και	8	9	9	8	9	10	9	10	9	01/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
17	11/12/2015 7:22:57 μ.μ.	Ναί	Όχι	Την βρήκα μόνος μου	Να βρώ χαμηλές πμές και	5	5	6	6	7	5	3	4	5	11/12/2016	Όχι	Όχι	Ναί	Όχι	Ναί									
18	11/12/2015 10:06:28 μ.μ.	Ναί	Όχι	Φίλους	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	7	8	1	10	7	9	1	5	11/12/2015	Όχι	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
19	14/12/2015 6:18:48 μ.μ.	Ναί	Ναί	Φίλους, Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τη)	Ευκολία και αμεσότητα, ί	7	8	9	10	9	8	7	7	8	13/12/15	Ναί	Ναί	Ναί	Όχι	Ναί									
20	14/12/2015 6:18:57 μ.μ.	Ναί	Ναί	Φίλους, Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τη)	Ευκολία και αμεσότητα, ί	7	8	9	10	9	8	7	7	8	13/12/15	Ναί	Ναί	Ναί	Όχι	Ναί									
21	14/12/2015 7:37:43 μ.μ.	Ναί	Όχι	Οικογένεια	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	7	7	10	9	8	8	4	6		Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναί									
22	15/12/2015 1:22:27 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	10	1	10	10	10	10	10	15/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
23	15/12/2015 6:39:19 μ.μ.	Ναί	Όχι	Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τη) έραση,	Μου αρέσει η τεχνολογία	9	8	9	8	9	8	10	9	9	1/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
24	17/12/2015 12:52:41 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	9	8	1	9	8	7	2	17/12/2015	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί										
25	19/12/2015 1:47:43 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	10	1	9	9	9	10	10	19/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
26	22/12/2015 11:30:48 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	9	9	8	8	8	8	8	7	8	22/12/2015	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναί									
27	25/12/2015 5:13:14 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Ευκολία και αμεσότητα	10	10	10	1	8	9	9	10	9	18/12/15	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
28	26/12/2015 12:36:42 μ.μ.	Ναί	Όχι	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	9	1	10	9	9	10	9	20/12/15	Όχι	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
29	28/12/2015 2:35:00 μ.μ.	Ναί	Όχι	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	8	1	9	9	9	10	9	27/12/15	Όχι	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
30	29/12/2015 11:48:59 π.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	10	1	10	10	10	10	10	26/12/2015	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
31	29/12/2015 12:15:26 μ.μ.	Ναί	Ναί	Από τον χώρο εργασίας	Να βρώ χαμηλές πμές και	10	10	9	1	10	10	10	10	10	27/12/2015	Ναί	Ναί	Όχι	Όχι	Ναί									
32																													

Εικόνα 12: Έρευνα – Απαντήσεις

- Δεν υπήρξε εποπτεία.

5.4 Επιλογή Μεθόδου Συλλογής Στοιχείων

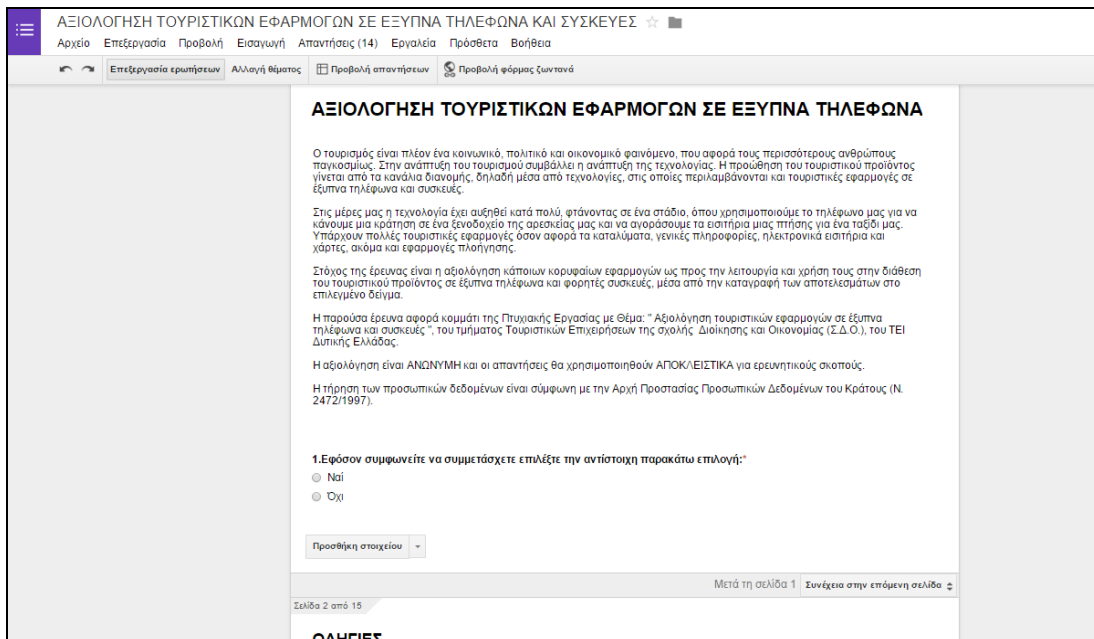
Με βάση τη μελέτη των στοιχείων, που αντλήθηκαν από το διαδίκτυο, για τη διεξαγωγή της έρευνας, δομήθηκε ένα ερωτηματολόγιο 130 ερωτήσεων, οι οποίες αφορούν τις 12 καλύτερες και σημαντικότερες εφαρμογές, ύστερα από μελέτη στο διαδικτυακό κατάστημα (Google play) και αξιολόγησής τους παγκοσμίως σε αυτό. Οπότε, προκύπτουν οι εξής καρτέλες, όπου κάθε καρτέλα περιλαμβάνει μία εφαρμογή:

- 1. Αρχική Συγκατάθεση ατόμου για να λάβει μέρος στην έρευνα ανώνυμα (1 ερώτηση)**
- 2. Ξενοδοχειακές Μονάδες**
 - Εφαρμογή Booking.com (10 ερωτήσεις)
 - Εφαρμογή Expedia (10 ερωτήσεις)
 - Εφαρμογή Trivago (10 ερωτήσεις)
- 3. Αεροπορικές – Ακτοπλοϊκές Κρατήσεις (E-ticketing - Ηλεκτρονικά Εισιτήρια**
 - Εφαρμογή Ryanair (10 ερωτήσεις)
 - Εφαρμογή Kayak Flights (10 ερωτήσεις)
 - Εφαρμογή Aegean (10 ερωτήσεις)
- 4. Χαρτογράφηση και Πλοήγηση**
 - Εφαρμογή Google Maps (10 ερωτήσεις)
 - Εφαρμογή MapFactor Navigation (10 ερωτήσεις)
- 5. Ταξιδιωτικοί Οδηγοί**
 - Εφαρμογή Foursquare (10 ερωτήσεις)

- Εφαρμογή TripAdvisor (10ερωτήσεις)
- 6. Τουριστικοί Οδηγοί – «Ξεναγοί»**
- Εφαρμογή PocketGuide (10 ερωτήσεις)
- Εφαρμογή Triposo (10 ερωτήσεις)
- 7. Δημογραφικά Στοιχεία (9 ερωτήσεις)**

Η μέθοδος συλλογής στοιχείων με τη χρήση **δομημένου ερωτηματολογίου**, που χρησιμοποιήθηκε, είναι **Μέσω Διαδικτύου (Internet)**:

1. Το ερωτηματολόγιο αποστάλθηκε μέσω **e-mail** σε δείγμα που ανήκει σε στενό ή ευρύτερο κύκλο γνωριμιών του συγγραφέα της έρευνας.
2. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από **στρωματοποιημένο κατευθυνόμενο δείγμα** του πληθυσμού προκαθορισμένο από τον συγγραφέα της παρούσης έρευνας.
3. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με το cloud εργαλείο δημιουργίας *online survey/questionnaire*: **Google Docs**: <http://doc.google.com>
4. Το ερωτηματολόγιο αυτό, ευρίσκεται *online* στο διαδίκτυο, στη βάση δεδομένων της **Google Drive (Εικόνα 13)**. Το διαδικτυακό *link* για πρόσβαση, ήταν το παρακάτω (κλειστό σήμερα, λόγω περάτωσης της έρευνας):
<https://docs.google.com/forms/d/1amcg29RydLlxuiuLg7hzQ-WromPNutBA7Nj4Lmj4WaA/viewform>
5. Το βιβλίο κωδικοποίησης είναι αποθηκευμένο στη βάση δεδομένων Dropbox (**Εικόνα 13.1**). Το διαδικτυακό *link* για πρόσβαση είναι το παρακάτω:
<https://www.dropbox.com/s/u8z8lkz9o8hxf2/Βιβλιο%20Κωδικοποιησης.xls?dl=0>



Εικόνα 13: Το ερωτηματολόγιο, στο cloud εργαλείο Google Docs.

Αριθμός Ερώτησης	Μεταβλητή	Ερωτήσεις	Τιμή
1	V1	Συμφωνώ να συμμετάσχω (ΝΑΙ)	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V2	Συμφωνώ να συμμετάσχω (ΟΧΙ)	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
BOOKING.COM			
A1	V3	Την χρησιμοποίησα στο παρελθόν	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V4	Δεν την χρησιμοποίησα στο παρελθόν	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
A2	V5	Την βρήκα μόνος μου	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V6	Την έμαθα από φίλους	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V7	Την έμαθα από διαφημίσεις	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V8	Την έμαθα από τον χώρο εργασίας μου	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V9	Δεν την ξέρω/Δεν απαντώ	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V10	Άλλο	10 = Άλλες Πηγές Ενημέρωσης 9 = ΑΡΝΗΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΣΕ ΕΡΩΤΗΣΗ
A3	V11	Να βρω χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V12	Ευκολία και αμεσότητα	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V13	Μου αρέσει η τεχνολογία	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V14	Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία	1=ΝΑΙ, 2=ΟΧΙ
	V15	Άλλο	10 = Περιμένω κάτι άλλο 9 = ΑΡΝΗΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΣΕ ΕΡΩΤΗΣΗ
V16	V16	Ευκολία εγκατάστασης	1=1, 2=2, 3=3, 4=4, 5=5, 6=6, 7=7, 8=8, 9=9, 10=10
	V17	Ευκολία περιήγησης	1=1, 2=2, 3=3, 4=4, 5=5, 6=6, 7=7, 8=8, 9=9, 10=11
	V18	Αισθητική εφαρμογής	1=1, 2=2, 3=3, 4=4, 5=5, 6=6, 7=7, 8=8, 9=9, 10=12

Εικόνα 13.1: Το βιβλίο κωδικοποίησης στο Dropbox

Οι λόγοι επιλογής της μεθόδου συλλογής στοιχείων, μέσω διαδικτύου (Internet), αποτέλεσαν:

1. Η ταχύτητα συμπλήρωσης από τους χρήστες-ερωτώμενους.
2. Η ευκολία εύρεσης στην ιστοσελίδα, η φιλικότητα προς το χρήστη και η ευελιξία που αυτό παρουσιάζει.
3. Το χαμηλό κόστος και η ταχύτητα στο χρόνο διανομής του ερωτηματολογίου.

5.5 Επιλογή Μεθόδων Μέτρησης

Οι κλίμακες μέτρησης που χρησιμοποιήθηκαν είναι (Παναγόπουλος, 2015):

- Ονομαστική Κλίμακα (nominal scale). Ανήκει στην κατηγορία Ποιοτικών Δεδομένων και πειλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως Οικογενειακή κατάσταση, Επάγγελμα, Κλάδος Οικονομίας.
- Κλίμακα Λόγου (ratio scale). Ανήκει στην κατηγορία Ποσοτικών Δεδομένων και περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως *Αξία, Χρόνος, Δαπάνη*.
- Κλίμακα Ιεράρχησης (ordinal scale). Ανήκει στην κατηγορία Ποιοτικών Δεδομένων και περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως *Βαθμολογία, Scores, Ένταση Γνώμης*.

Το ερωτηματολόγιο περιέχει συνολικά **130** ερωτήσεις. Σε αυτό, υπάρχουν **κλειστές** και **ανοικτές** ερωτήσεις. Οι **ανοικτές ερωτήσεις** επιλέχτηκαν κυρίως λόγω του μεγάλου όγκου δεδομένων που πρέπει να συλλεχθούν, αναφορικά με την αξιολόγηση της κάθε εφαρμογής και τα χαρακτηριστικά των προσωπικών συσκευών του δείγματος. Έτσι, υπάρχουν:

- **118** ερωτήσεις κλειστού τύπου (**Εικόνα 14**) (ερωτήσεις 1, A1, A4, A6, A7, A8, A9, A10, B1, B4, B6, B7, B8, B9, B10, Γ1, Γ4, Γ6, Γ7, Γ8, Γ9, Γ10, Δ1, Δ4, Δ6, Δ7, Δ8, Δ9, Δ10, E1, E4, E6, E7, E8, E9, E10, ΣΤ1, ΣΤ4, ΣΤ6, ΣΤ7, ΣΤ8, ΣΤ9, ΣΤ10, Ζ1, Ζ4, Ζ6, Ζ7, Ζ8, Ζ9, Ζ10, Η1, Η4, Η6, Η7, Η8, Η9, Η10, Θ1, Θ4, Θ6, Θ7, Θ8, Θ9, Θ10, Ι1, Ι4, Ι6, Ι7, Ι8, Ι9, Ι10, Κ1, Κ4, Κ6, Κ7, Κ8, Κ9, Κ10, Λ1, Λ4, Λ6, Λ7, Λ8, Λ9, Λ10, Μ1, Μ2, Μ3, Μ6, Μ7, Μ8, Μ9)
- **12** ερωτήσεις ανοικτού τύπου, είδους **Συνειρμού Λέξεων** (**Εικόνα 14.1**) (ερωτήσεις A5, B5, Γ5, Δ5, E5, ΣΤ5, Ζ5, Η5, Θ5, Ι5, Κ5, Λ5)
- **26** μικτές ερωτήσεις (**Εικόνα 14.2**) (κλειστού τύπου που περιέχεται και μία επιλογή τύπου *Συνειρμού Λέξεων*) (ερωτήσεις A2, A3, B2, B3, Γ2, Γ3, Δ2, Δ3, E2, E3, ΣΤ2, ΣΤ3, Ζ2, Ζ3, Η2, Η3, Θ2, Θ3, Ι2, Ι3, Κ2, Κ3, Λ2, Λ3, Μ4, Μ5)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 1 - Εφαρμογές ξενοδοχειακών μονάδων

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Booking.com

Η Booking.com είναι μια εταιρεία κρατήσεων μέσω διαδικτύου, η οποία προσφέρεται και μέσω ηλεκτρονικής εφαρμογής για κρατήσεις δωματίων σε 805.126 ξενοδοχεία. Δημιουργήθηκε το 1996, τα κεντρικά γραφεία της είναι στο Άμστερνταμ και υπάρχουν 170 γραφεία σε 60 χώρες.

Η εφαρμογή αφορά κρατήσεις, αλλαγές κρατήσεων ή/και ακυρώσεις, διαθεσιμότητα, προσφορές και πρόσβαση στις πληροφορίες κρατήσης οποιαδήποτε στιγμή.

A1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

Εικόνα 14.: Ερώτηση Κλειστού Τύπου

Παραμετροποίηση εφαρμογής

A5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

A6. Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

A7. Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Εικόνα 14.1: Ερώτηση Ανοικτού Τύπου

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 1 - Εφαρμογές ξενοδοχειακών μονάδων

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Booking.com

Η Booking.com είναι μια εταιρεία κρατήσεων μέσω διαδικτύου, η οποία προσφέρεται και μέσω ηλεκτρονικής εφαρμογής για κρατήσεις δωματίων σε 805.126 ξενοδοχεία. Δημιουργήθηκε το 1996, τα κεντρικά γραφεία της είναι στο Άμστερνταμ και υπάρχουν 170 γραφεία σε 60 χώρες.

Η εφαρμογή αφορά κρατήσεις, αλλαγές κρατήσεων ή/και ακυρώσεις, διαθεσιμότητα, προσφορές και πρόσβαση στις πληροφορίες κρατήσης οποιαδήποτε στιγμή.

A1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

A2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή;
Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΣ/ΔΑ
- Άλλο:

Εικόνα 14.2: Μικτή Ερώτηση

Τα είδη των κλειστών ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα εξής:

I. **82 Απλές Εναλλακτικές (Εικόνα 15)**, όπως οι ερωτήσεις: 1,

A1, A6, A7, A8, A9, A10,

B1, B6, B7, B8, B9, B10,

Γ1, Γ6, Γ7, Γ8, Γ9, Γ10,

Δ1, Δ6, Δ7, Δ8, Δ9, Δ10,

E1, E6, E7, E8, E9, E10,

ΣΤ1, ΣΤ6, ΣΤ7, ΣΤ8, ΣΤ9, ΣΤ10,

Z1, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10,

H1, H6, H7, H8, H9, H10,

Θ1, Θ6, Θ7, Θ8, Θ9, Θ10,

I1, I6, I7, I8, I9, I10,

K1, K6, K7, K8, K9, K10,

Λ1, Λ6, Λ7, Λ8, Λ9, Λ10,

M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8, M9

Όχι

A7.Θα την αγοράζατε;

Ναι
 Όχι

A8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

Ναι
 Όχι

A9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

Ναι
 Όχι

A10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

Ναι
 Όχι

Ολοκληρώθηκε το 20%

Με την υποστήριξη της Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
Αναφορά κακής χρήσης - Όροι Παροχής Υπηρεσιών - Πρόσθετοι όροι

Εικόνα 15: Απλές Εναλλακτικές Ερωτήσεις

II. **24 Πολλαπλής Επιλογής (Εικόνα 15.1)**, όπως οι ερωτήσεις: A2, A3, B2, B3, Γ2, Γ3, Δ2, Δ3, E2, E3, ΣΤ2, ΣΤ3, Ζ2, Ζ3, Η2, Η3, Θ2, Θ3, Ι2, Ι3, Κ2, Κ3, Λ2, Λ3

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Expedia

Η Expedia είναι ένα διαδικτυακό ταξιδιωτικό πρακτορείο, το οποίο δημιουργήθηκε το 1996 και εξειδικεύεται στις κρατήσεις ξενοδοχειακών μονάδων, παρόλο που διαθέτει αεροπορικά εισιτήρια, κρουαζιέρες και ενοικιάσεις αυτοκινήτων. Διαθέτει γραφεία σε 30 χώρες παγκοσμίως και αρχικά διαθετήθηκε από την Microsoft.

B1.Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

Ναι
 Όχι

B2.Από πού μάθατε για την εφαρμογή:
Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΞ/ΔΑ
 Άλλο:

B3.Τι περιμένετε από την εφαρμογή:
Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

Να βρείτε χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
 Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
 Άλλο:

Εικόνα 15.1: Ερωτήσεις Πολλαπλής επιλογής (B2,B3)

III. 12 Κλίμακας Βαθμονόμησης-Βαθμολόγησης (Εικόνα 15.2), όπως οι ερωτήσεις A4, B4, Γ4, Δ4, Ε4, ΣΤ4, Ζ4, 4, Θ4, Ι4, Κ4, Λ4

B4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Εικόνα 15.2: Ερώτηση Βαθμολόγησης

5.6 Προβλήματα Έρευνας

Στη συγκεκριμένη έρευνα της πτυχιακής εργασίας τα **προβλήματα που παρουσιάστηκαν** είναι τα εξής:

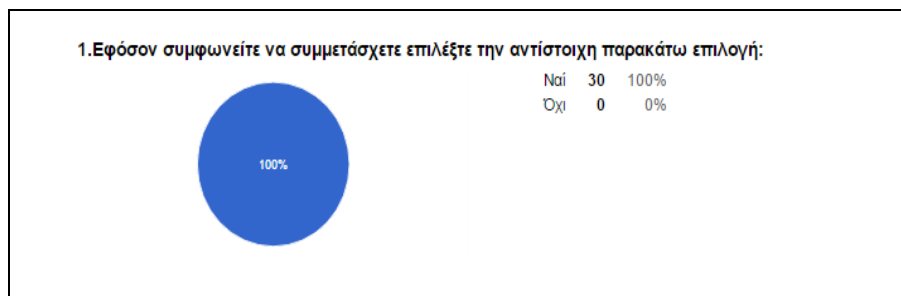
- Το δείγμα δεν γνώριζε όλες τις επιλεγμένες προς αξιολόγηση εφαρμογές, το οποίο φαίνεται στην τελική στατιστική ανάλυση και διαγράμματα.
- Μέρος του δείγματος δεν ακολούθησε την οδηγία λήψης της εφαρμογής καθώς δεν την γνώριζαν για να προχωρήσουν σε αξιολόγησή της.

Μέρος του δείγματος δεν απάντησε σε ερωτήσεις άγνωστες προς αυτό, καθώς φαίνεται στις απαντήσεις που συγκεντρώνει το cloud εργαλείο Google Docs και συγκεκριμένα το google forms.

6° ΚΕΦΑΛΑΙΟ «ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ»

Σύμφωνα με την συγκέντρωση των αποτελεσμάτων, προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα, όσον αφορά την έρευνα, που διεξήχθη, με θέμα την “Αξιολόγηση των τουριστικών εφαρμογών σε «έξυπνα» τηλέφωνα και συσκευές”, τα οποία και θα αναλυθούν παρακάτω. Η παρούσα έρευνα αποτελείται από **6 ενότητες**. Στις 5 πρώτες ενότητες βαθμολογούνται τουριστικές εφαρμογές και η τελευταία περιλαμβάνει δημογραφικά και τεχνολογικά στοιχεία του δείγματος. Οι ενότητες φαίνονται ξεχωριστά μια μια και αναλύονται μαζί με τα συμπεράσματα.

Αρχικά, το δείγμα ερωτήθηκε αν επιθυμεί να συμμετάσχει στην παρούσα έρευνα ανώνυμα βεβαίως και με την προστασία των προσωπικών δεδομένων καθαρά για ερευνητικό σκοπό. Προκύπτει η εξής απάντηση:



Διάγραμμα 5: Έρευνα – Ερώτηση 1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 1** (Διάγραμμα 3) το 100% του δείγματος δέχθηκε να συμμετάσχει στην παρούσα έρευνα.

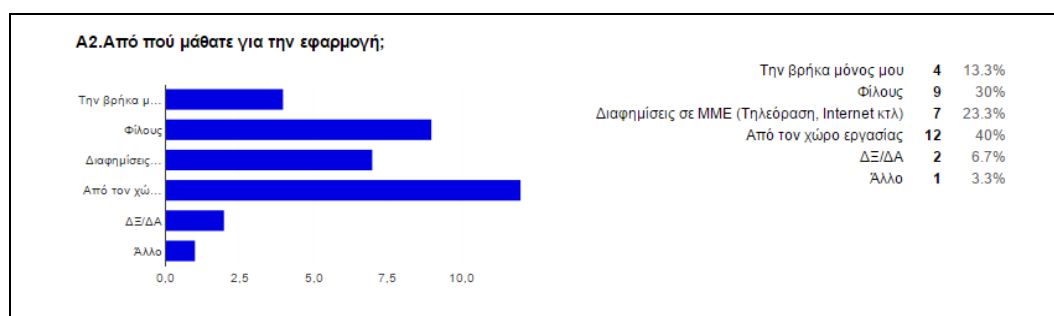
6.1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ BOOKING.COM

Η **Ενότητα 1** περιλαμβάνει εφαρμογές με βάση τις ξενοδοχειακές κρατήσεις ως τουριστικό προϊόν. Σχετικά με τις ξενοδοχειακές κρατήσεις η **Ενότητα 1** περιλαμβάνει τις ερωτήσεις A1-A10, οι οποίες αφορούν την τουριστική εφαρμογή “**Booking.com**” και συγκεντρώθηκαν οι εξής απαντήσεις:



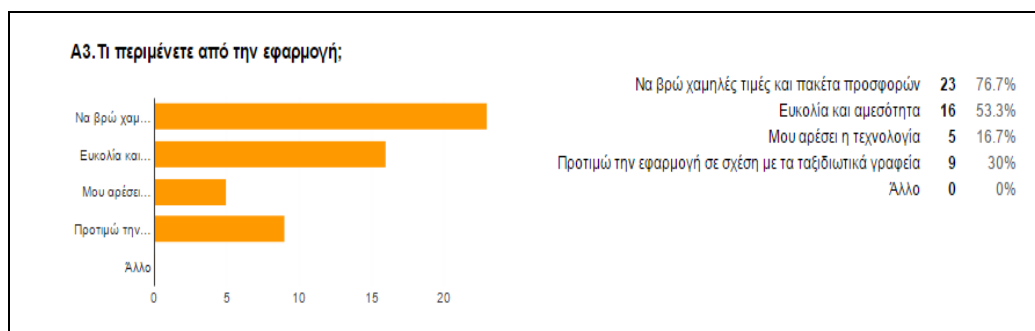
Διάγραμμα 6: Έρευνα – Ερώτηση A1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A1** (Διάγραμμα 6) προκύπτει ισοτιμία, καθώς το 50% του δείγματος έχει χρησιμοποιήσει και ταυτοχρόνως δεν έχει χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν.



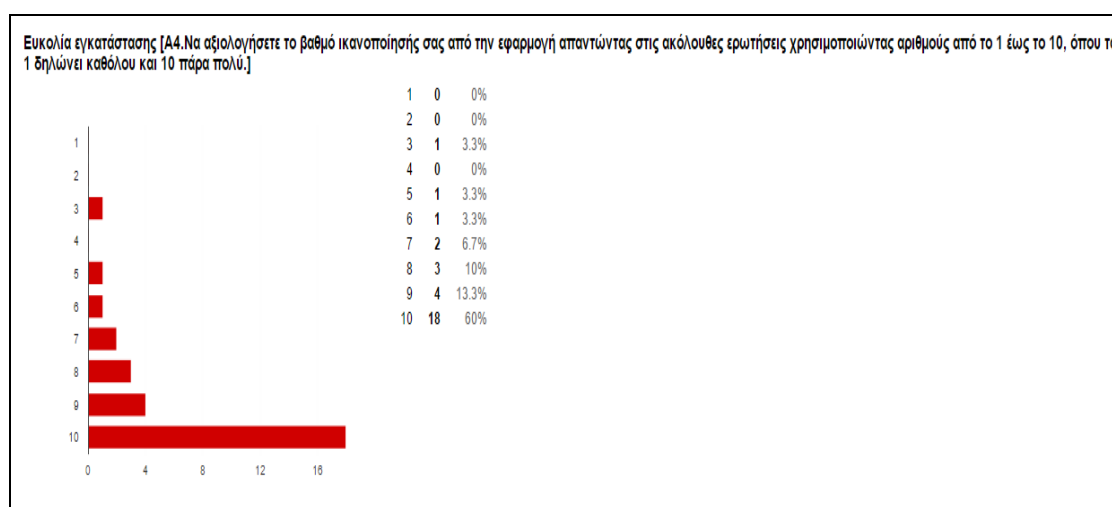
Διάγραμμα 6.1: Έρευνα – Ερώτηση A2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A2** (Διάγραμμα 6.1) το 40% γνωρίζει την εφαρμογή από τον χώρο εργασίας και το 30% από φίλους.



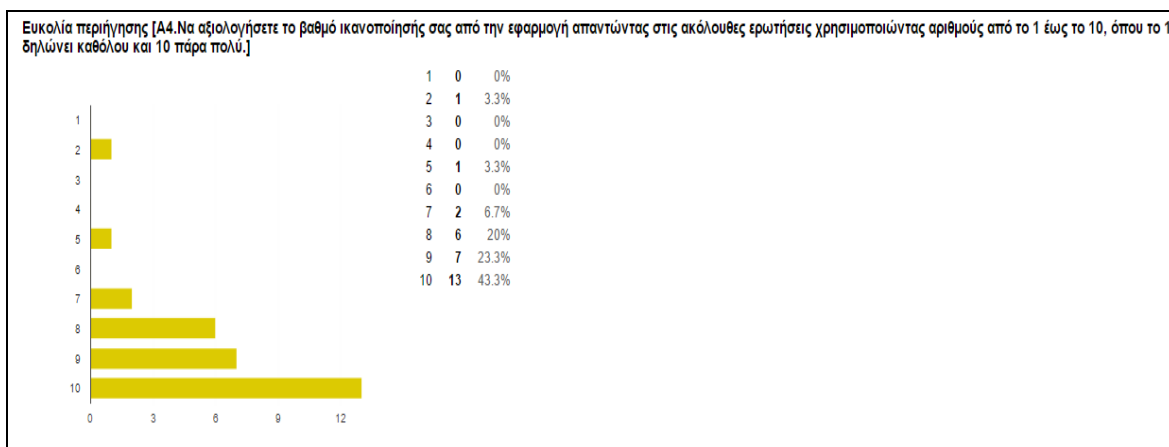
Διάγραμμα 6.2: Έρευνα – Ερώτηση A3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A3** (Διάγραμμα 6.2) το 76,7 % προσδοκεί να βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών από την εφαρμογή, ενώ το 53,3% επιθυμεί ευκολία και αμεσότητα της.



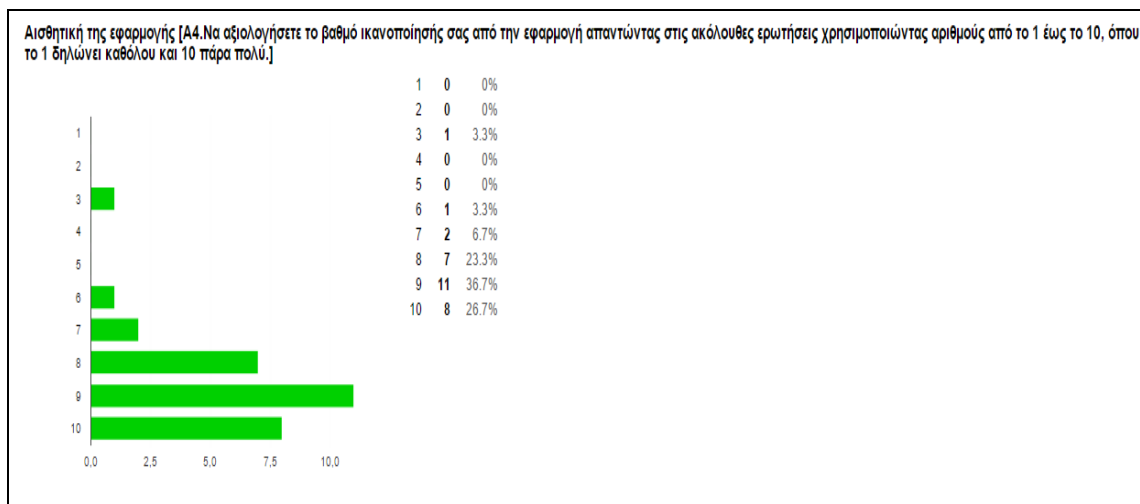
Διάγραμμα 6.3: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση A4 η ευκολία εγκατάστασης (Διάγραμμα 6.3) βαθμολογείται με 10 από το 60% και με 9 από το 13,3%.



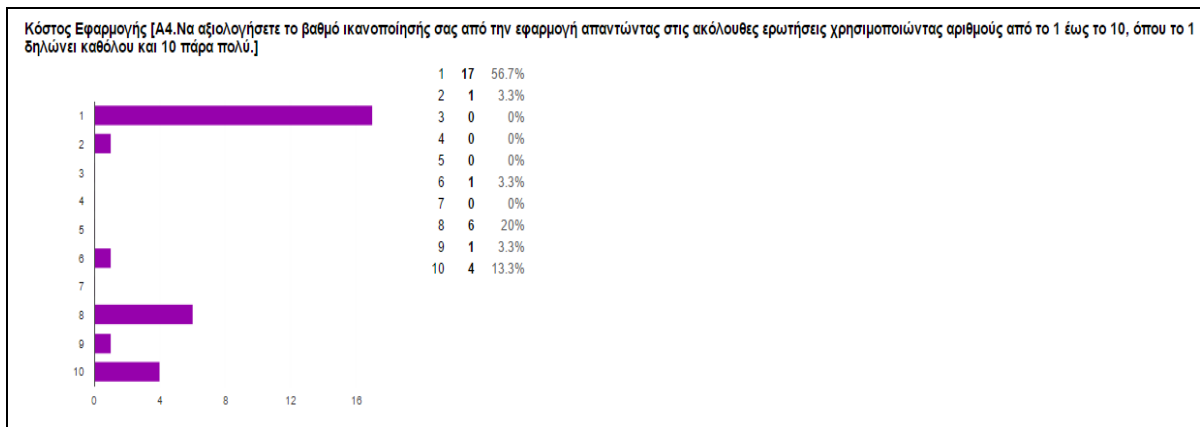
Διάγραμμα 6.4: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση A4 (Διάγραμμα 6.4) η περιήγηση είναι εύκολη με βαθμό 10 από το 43,3% και βαθμό 9 από το 23,3%.



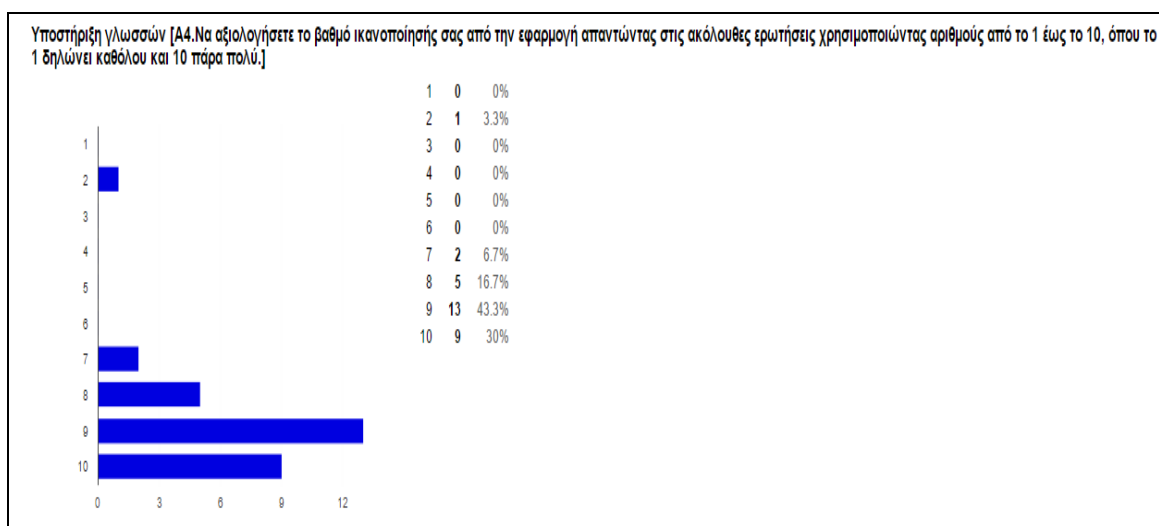
Διάγραμμα 6.5: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την ερώτηση A4 η αισθητική της εφαρμογής (Διάγραμμα 6.5) βαθμολογείται με 9 από το 36,7%, δηλαδή είναι ωραία στην εμφάνιση.



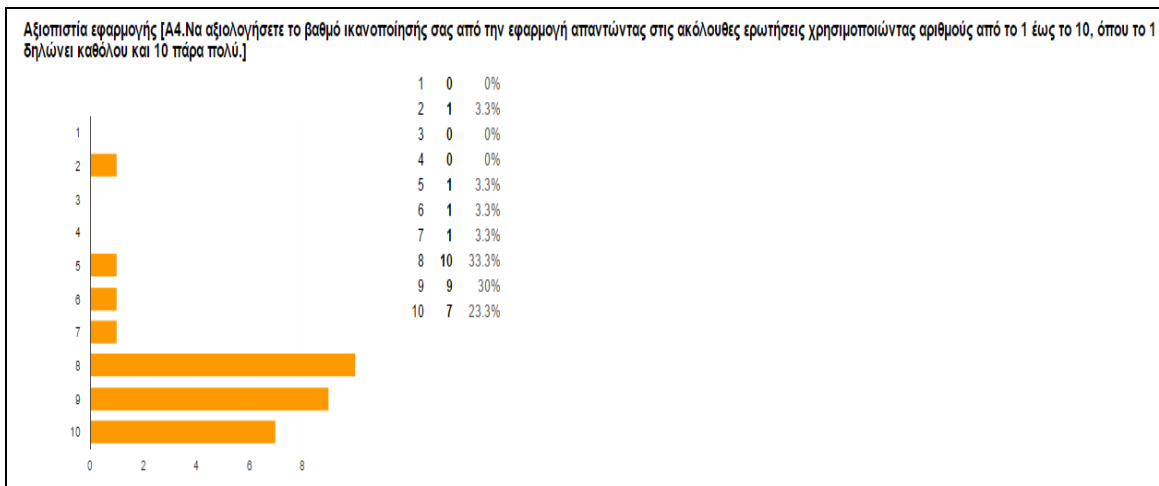
Διάγραμμα 6.6: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση A4 η εφαρμογή (Διάγραμμα 6.6) θεωρείται πάρα πολύ φθηνή με βαθμό 1 από το 56,7% και ακριβή με βαθμό 10 μόνο από το 13,3%.



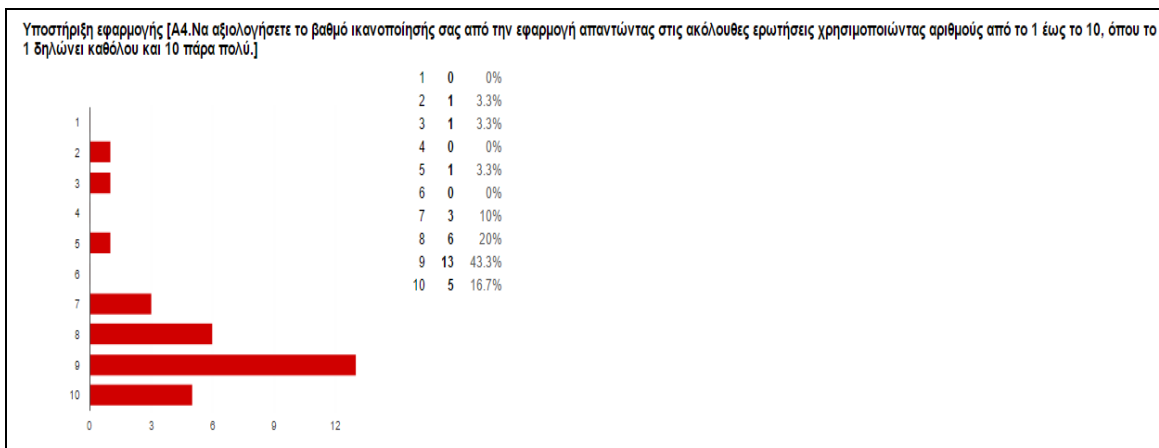
Διάγραμμα 6.7: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση A4 (Διάγραμμα 6.7) η εφαρμογή παρέχεται μεταφρασμένη σε όλες τις γλώσσες βαθμολογούμενη με 9 από το 43,3% και με 10 από το 30% του δείγματος.



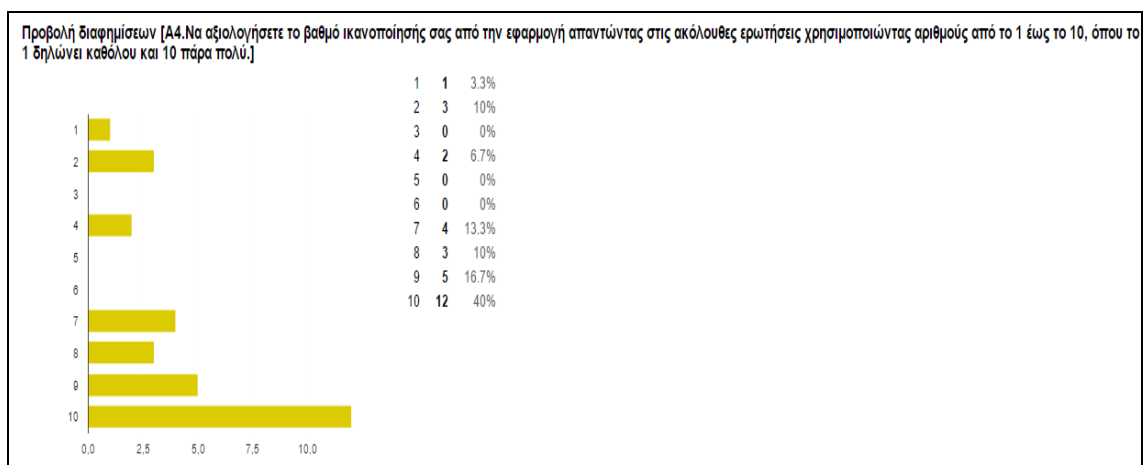
Διάγραμμα 6.8: Έρευνα Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Αξιολογία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 6.8 της **Ερώτησης A4** η εφαρμογή είναι πολύ αξιόπιστη καθώς το 33,3% βαθμολογεί την αξιοπιστία της με 8.



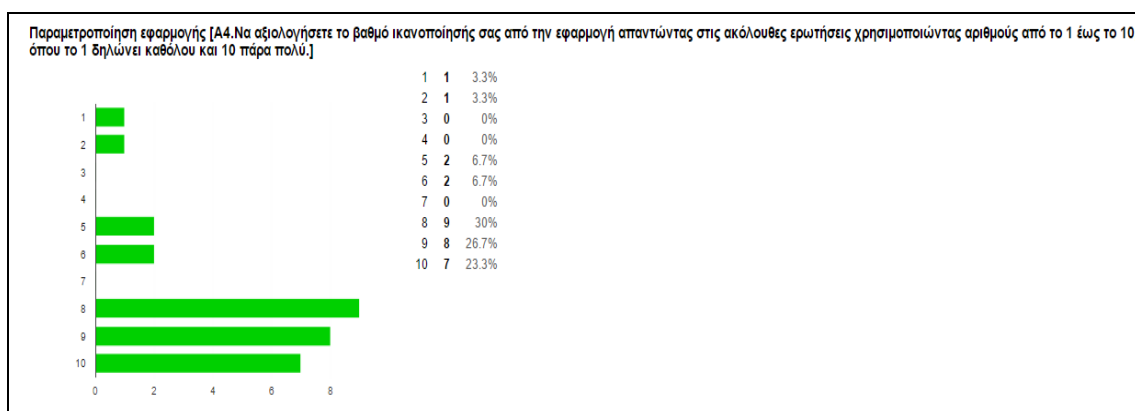
Διάγραμμα 6.9: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A4** (Διάγραμμα 6.9) η εφαρμογή *αναβαθμίζεται και δεν έχει προβλήματα στην λειτουργία της κατά πολύ*, δηλαδή το 43,3% του δείγματος βαθμολογεί με βαθμό 9 την *υποστήριξη της εφαρμογής*.



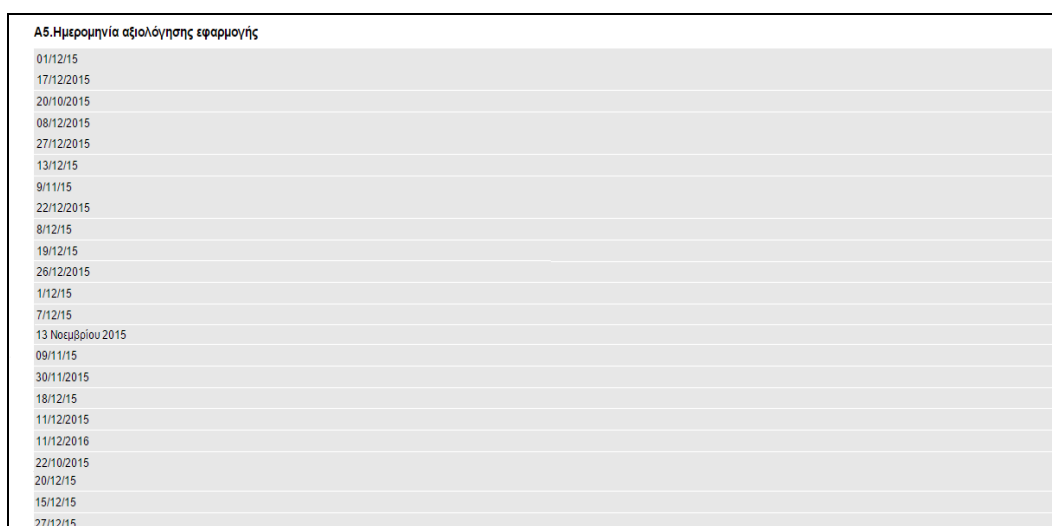
Διάγραμμα 6.10: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «προβολής διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A4** (Διάγραμμα 6.10) η εφαρμογή βαθμολογείται με 10 ότι προβάλλει πάρα πολλές διαφημίσεις κατά 40%.



Διάγραμμα 6.11: Έρευνα – Ερώτηση A4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σχετικά με την **Ερώτηση A4** (Διάγραμμα 6.11) η εφαρμογή έχει πολλές παραμέτρους, με βαθμό 9 από το 26,7% του δείγματος.



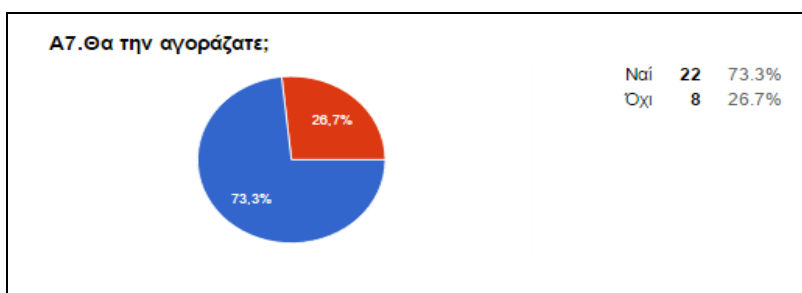
Διάγραμμα 6.12: Έρευνα – Ερώτηση Ημερομηνίας Αξιολόγησης

Στο Διάγραμμα 6.12 φαίνεται η κάθε ημερομηνία αξιολόγησης με τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης της εφαρμογής Booking.com η 27^η Δεκεμβρίου του 2015. Γενικά οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/2015 – 27/12/15.



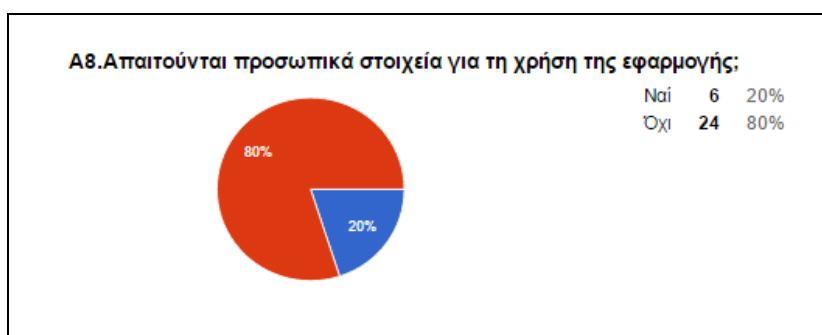
Διάγραμμα 6.13: Έρευνα – Ερώτηση χρήσης εφαρμογής

Σχετικά με την **Ερώτηση A6** (Διάγραμμα 6.13) το 53,3% χρησιμοποιεί την εφαρμογή Booking για κρατήσεις δωματίων.



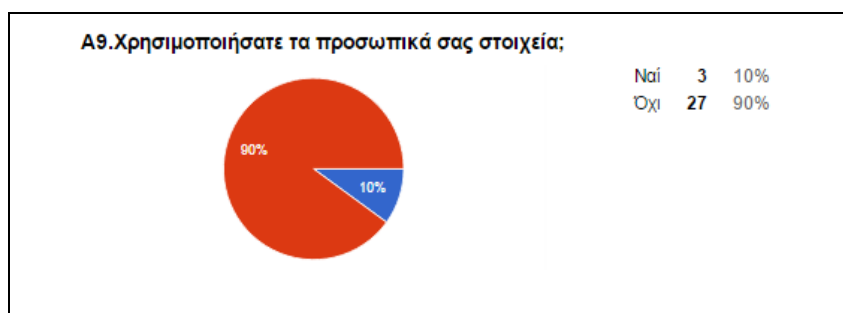
Διάγραμμα 6.14: Έρευνα – Ερώτηση αγοράς της εφαρμογής

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A7** (Διάγραμμα 6.14) το 73,3% θα αγόραζε την εφαρμογή Booking.



Διάγραμμα 6.15: Έρευνα – Ερώτηση απαίτησης A8

Σχετικά με την **Ερώτηση A8** (Διάγραμμα 6.15) δεν απαιτούνται τα προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής Booking κατά 80%.



Διάγραμμα 6.16: Έρευνα – Ερώτηση A9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A9** (Διάγραμμα 6.16) το 90% δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία για να χρησιμοποιήσει την εφαρμογή.

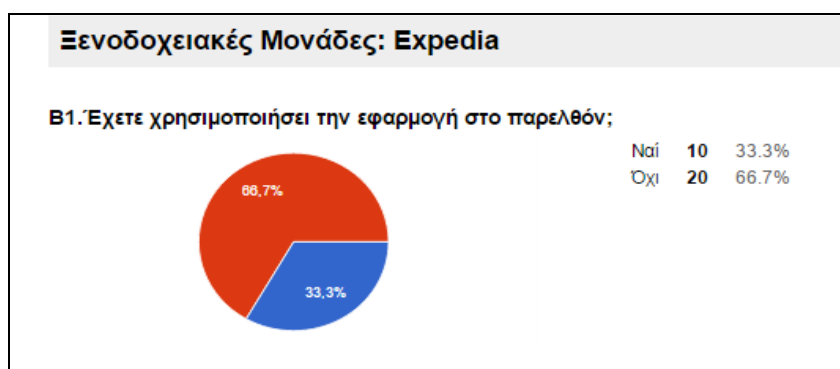


Διάγραμμα 6.17: Έρευνα – Ερώτηση A10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση A10** (Διάγραμμα 6.17) το 100% συμφωνεί πως η εφαρμογή Booking μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας.

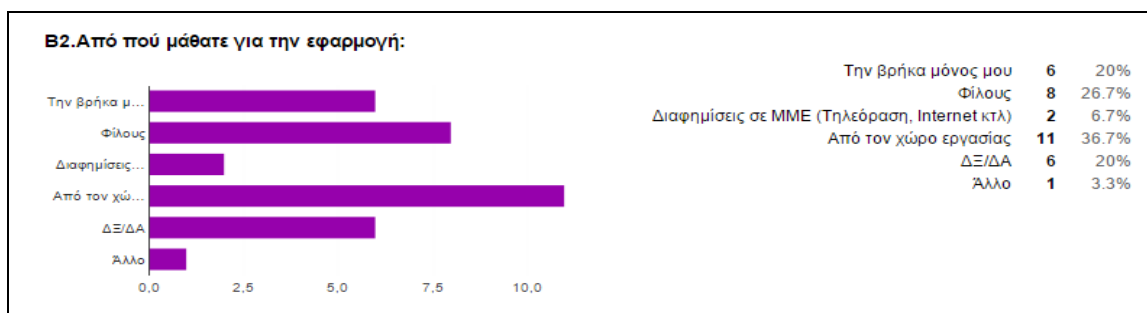
6.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ EXPEDIA

Στη συνέχεια της **Ενότητας 1**, βαθμολογήθηκε η εφαρμογή **Expedia**. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τις ερωτήσεις **B1 - B10** και από την συλλογή των αποτελεσμάτων προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:



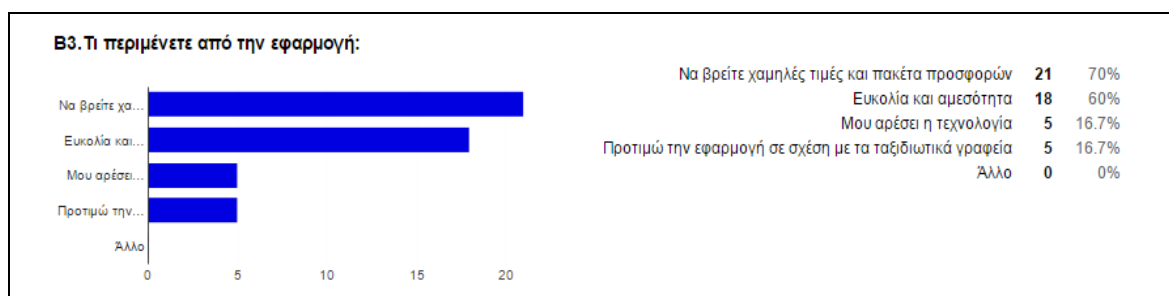
Διάγραμμα 7: Έρευνα – Ερώτηση B1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B1** (Διάγραμμα 7) το 66,7% *δεν έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή Expedia στο παρελθόν.



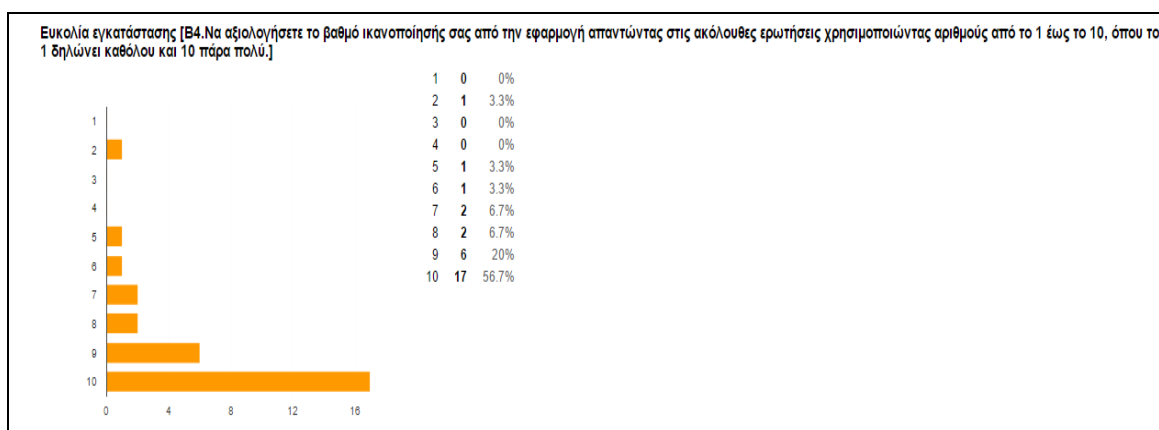
Διάγραμμα 7.1: Έρευνα – Ερώτηση B2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B2** (Διάγραμμα 7.1) το 36,7% του δείγματος γνωρίζει την εφαρμογή από τον χώρο εργασίας και το 26,7% από φίλους.



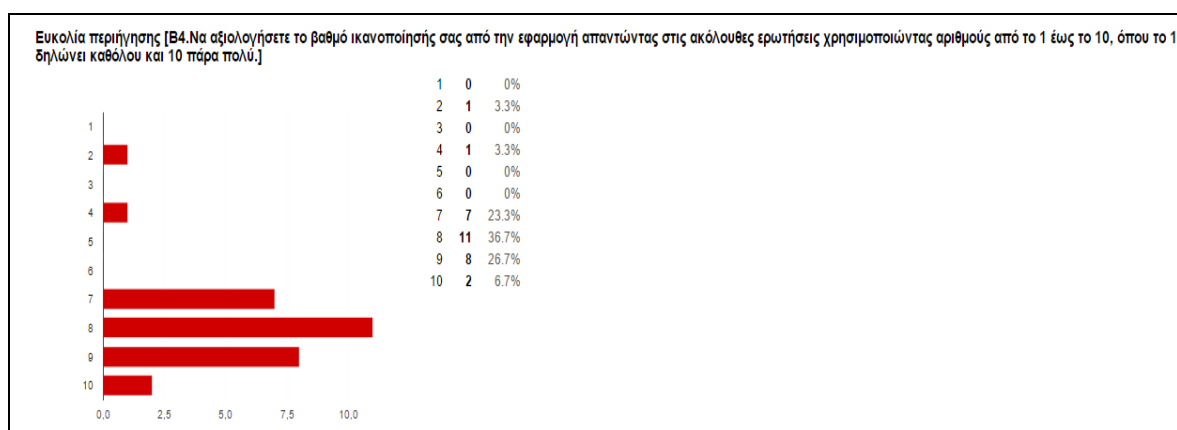
Διάγραμμα 7.2: Έρευνα – Ερώτηση B3

Σχετικά με την **Ερώτηση B3** (Διάγραμμα 7.2) το 70% προσδοκεί να βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών στην εφαρμογή και το 60% ευκολία και αμεσότητα.



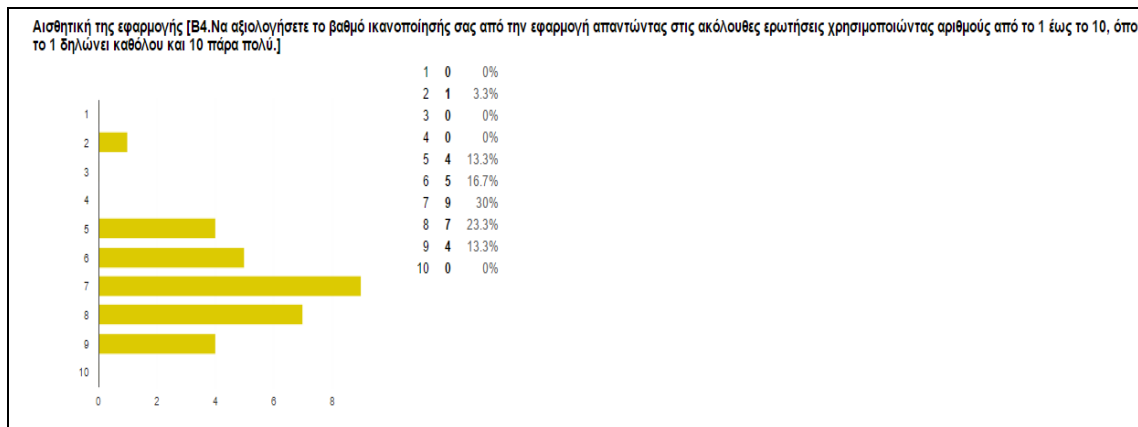
Διάγραμμα 7.3: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.3) η εφαρμογή βαθμολογείται με 10 από το 56,7% και με 9 από το 20% για την ευκολία της εγκατάστασης.



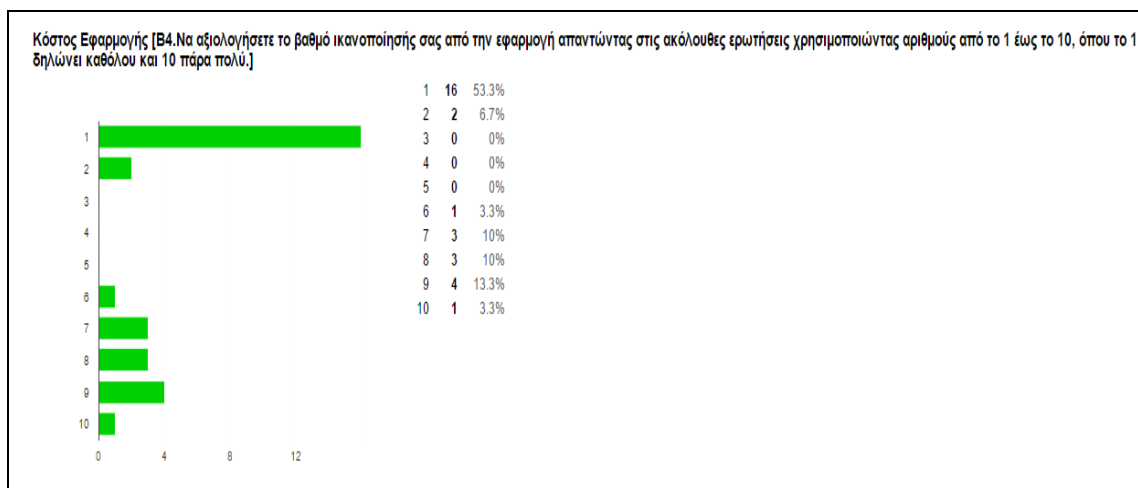
Διάγραμμα 7.4: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σχετικά με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.4) η περιήγηση της εφαρμογής βαθμολογείται με 8 από 36,7% και με 9 από το 26,7%.



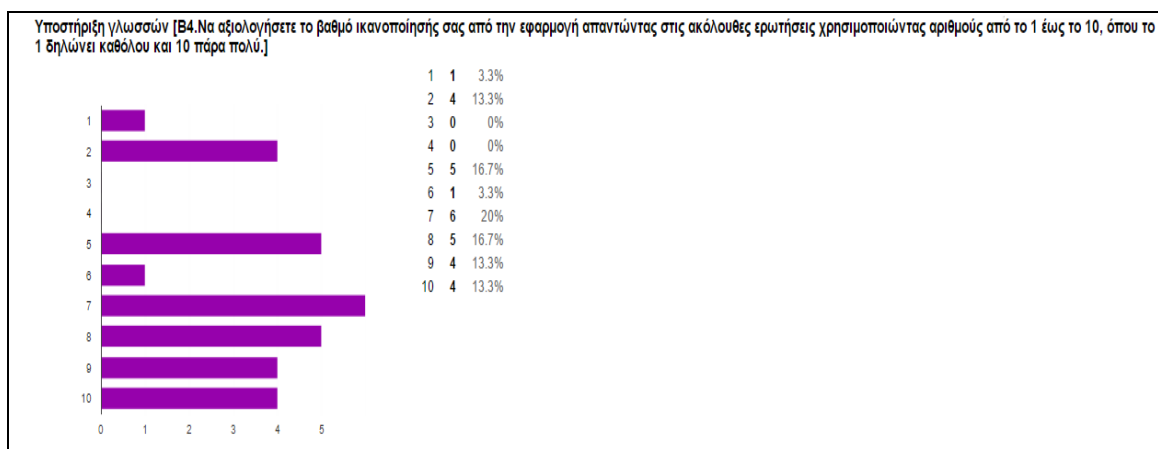
Διάγραμμα 7.5: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Αισθητικής εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.5) η εμφάνιση της εφαρμογής βαθμολογείται με 9 από το 30% και με 8 από το 23,3%.



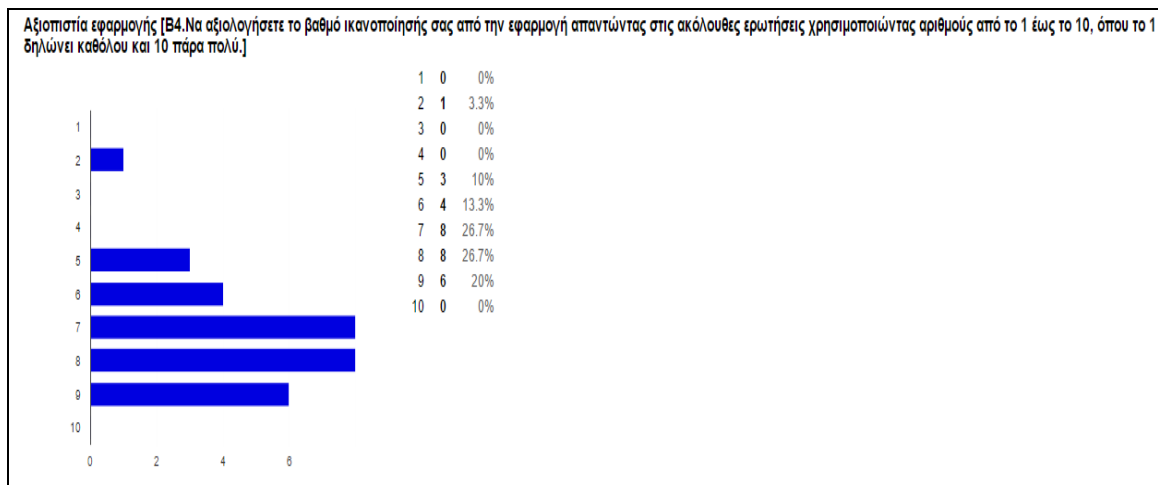
Διάγραμμα 7.6: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σχετικά με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.6) η εφαρμογή θεωρείται *πάρα πολύ φθηνή* από το 53,3%.



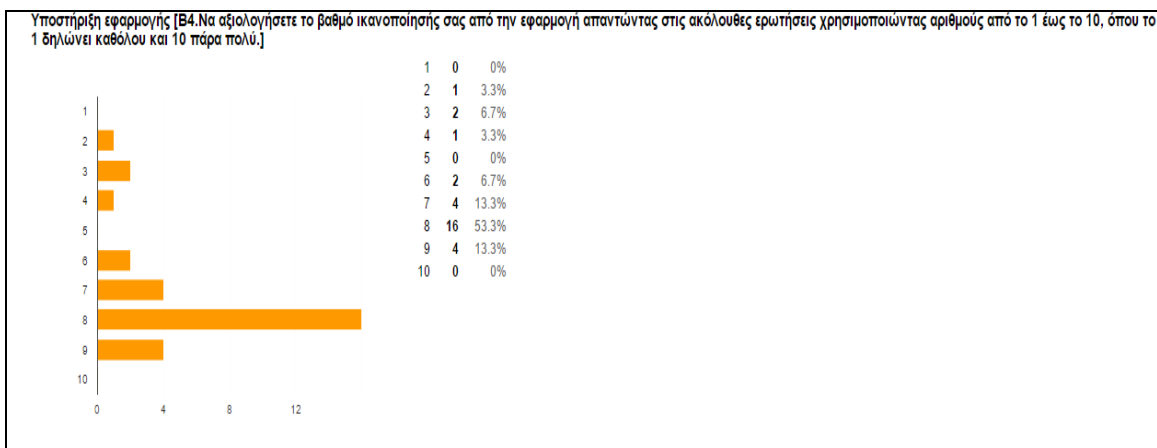
Διάγραμμα 7.7: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.7) η εφαρμογή *υποστηρίζει τις γλώσσες παγκοσμίως σε ικανοποιητικό επίπεδο* με βαθμό 7 και 8 ταυτοχρόνως κατά 26,7%.



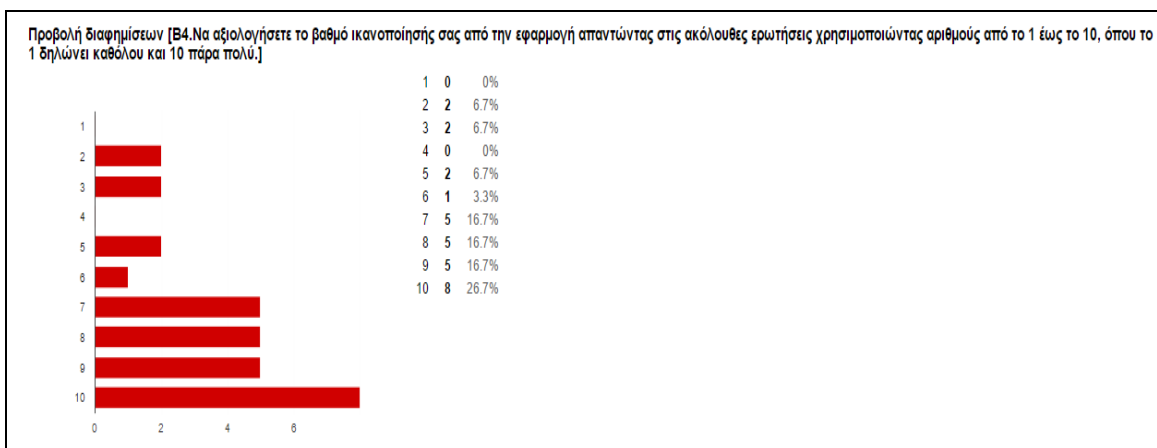
Διάγραμμα 7.8: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστίας εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.8) η εφαρμογή είναι **πολύ αξιόπιστη** με βαθμό 7 και 8 ταυτόχρονα κατά 26,7%.



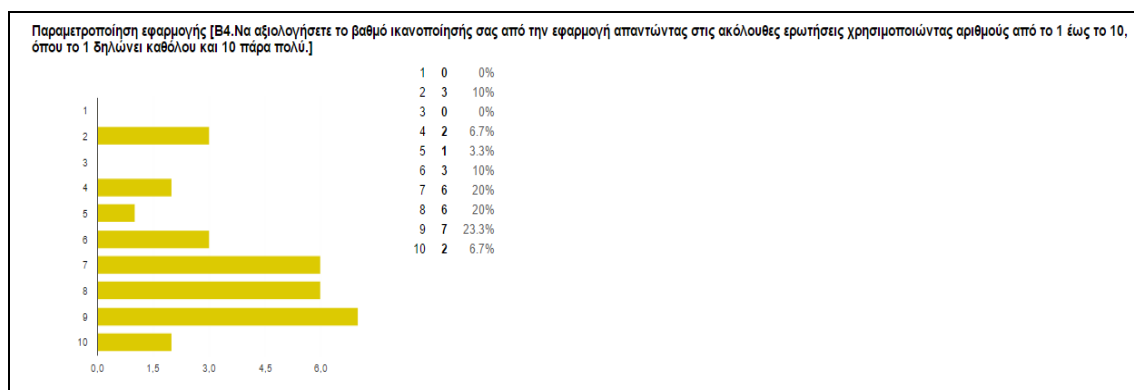
Διάγραμμα 7.9: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «υποστήριξης εφαρμογής»)

Σχετικά με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.9) η εφαρμογή **υποστηρίζεται** και **δεν παρουσιάζει συχνά προβλήματα λειτουργίας**, με βαθμό 8, κατά 53,3%.



Διάγραμμα 7.10: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «προβολής διαφημίσεων»)

Σχετικά με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.10) η εφαρμογή προβάλλει *πάρα πολλές διαφημίσεις* κατά 43,4%.



Διάγραμμα 7.11: Έρευνα – Ερώτηση B4 (Βαθμολόγηση «παραμετροποίησης εφαρμογής»)

Σχετικά με την **Ερώτηση B4** (Διάγραμμα 7.11) η εφαρμογή έχει *πολλές παραμέτρους* κατά 40%.



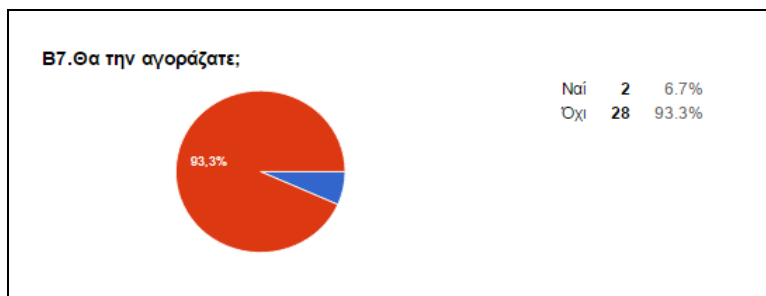
Διάγραμμα 7.12: Έρευνα – Ερώτηση B5

Στο Διάγραμμα 7.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής Expedia, οι οποίες κυμαίνονται από 20/10/2015 – 27/12/2015. Τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης θεωρείται η 27^η Δεκεμβρίου του 2015.



Διάγραμμα 7.13: Έρευνα – Ερώτηση B6

Σχετικά με την **Ερώτηση B6** (Διάγραμμα 7.13) το 86,2% *χρησιμοποιεί* την εφαρμογή για κρατήσεις σε κατάλυμα.



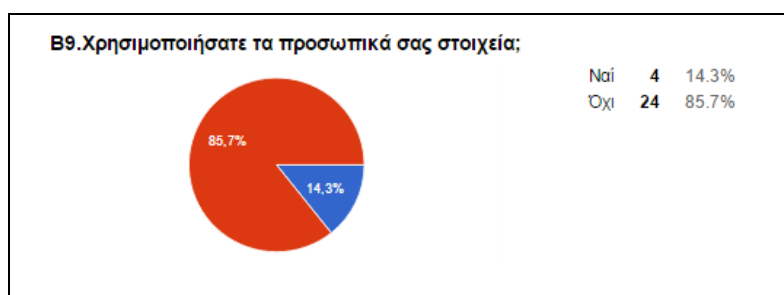
Διάγραμμα 7.14: Έρευνα – Ερώτηση B7

Σχετικά με την **Ερώτηση B7** (Διάγραμμα 7.14) το 93,3% *δεν θα αγοράζε* την εφαρμογή.



Διάγραμμα 7.15: Έρευνα – Ερώτηση B8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B8** (Διάγραμμα 7.15) κατά 85,2% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής*.



Διάγραμμα 7.16: Έρευνα – Ερώτηση B9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B9** (Διάγραμμα 7.16) το 85,7% *δεν χρησιμοποιεί τα προσωπικά του στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής*.



Διάγραμμα 7.17: Έρευνα – Ερώτηση B10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση B10** (Διάγραμμα 7.17) η εφαρμογή Expedia *δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί* για την αγορά της Ελλάδας κατά 70,4%.

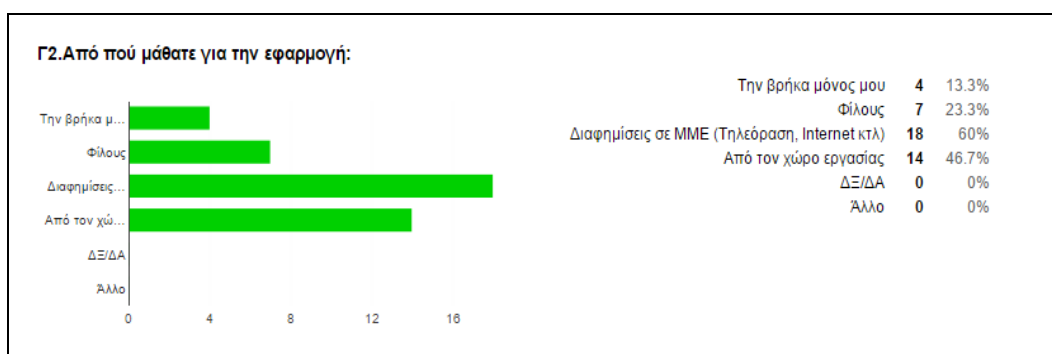
6.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIVAGO

Στην **Ενότητα 1** περιλαμβάνεται, επίσης, η εφαρμογή Trivago και συγκεκριμένα οι ερωτήσεις Γ1 – Γ10. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την αξιολόγηση είναι τα εξής:



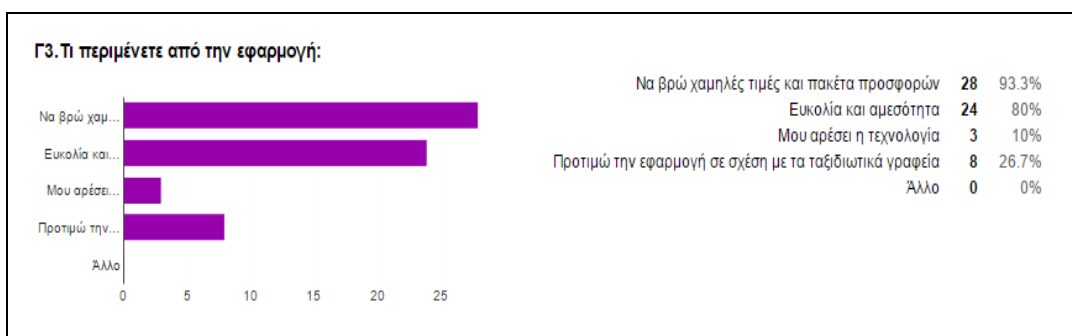
Διάγραμμα 8: Έρευνα – Ερώτηση Γ1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ1** (Διάγραμμα 8) υπάρχει ισοτιμία στην χρήση της εφαρμογής Trivago στο παρελθόν (50%).



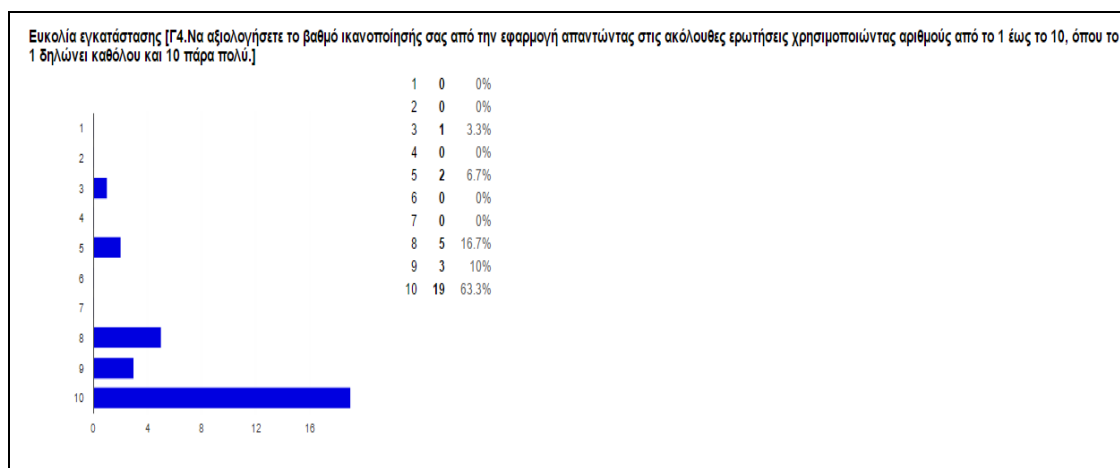
Διάγραμμα 8.1: Έρευνα – Ερώτηση Γ2

Σχετικά με την **Ερώτηση Γ2** (Διάγραμμα 8.1) το 60% του δείγματος γνωρίζει την εφαρμογή από *διαφημίσεις* και 46,7% από *τον χώρο της εργασίας*.



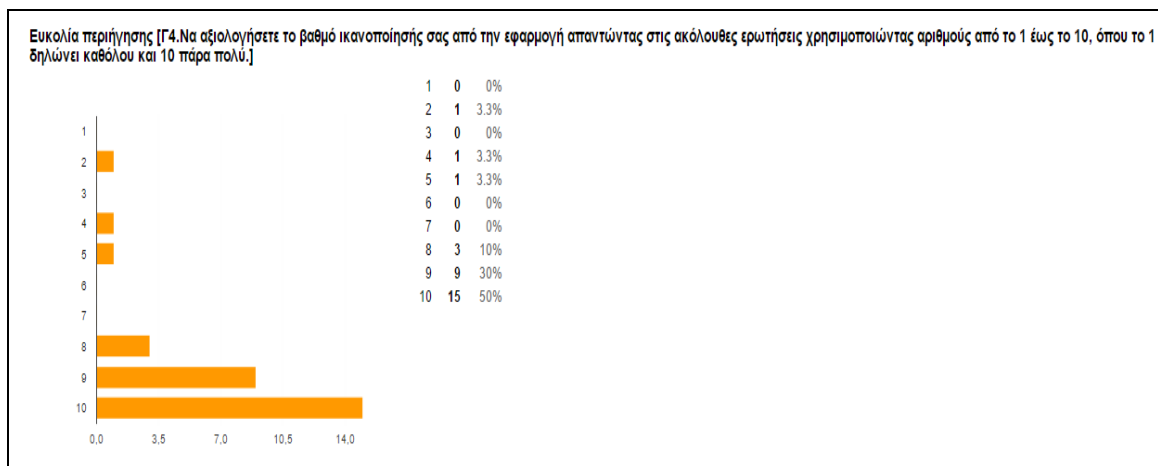
Διάγραμμα 8.2: Έρευνα – Ερώτηση Γ3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ3** (Διάγραμμα 8.2) το 93,3% προσδοκεί να βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών από την εφαρμογή Trivago όσον αφορά τις ξενοδοχειακές κρατήσεις.



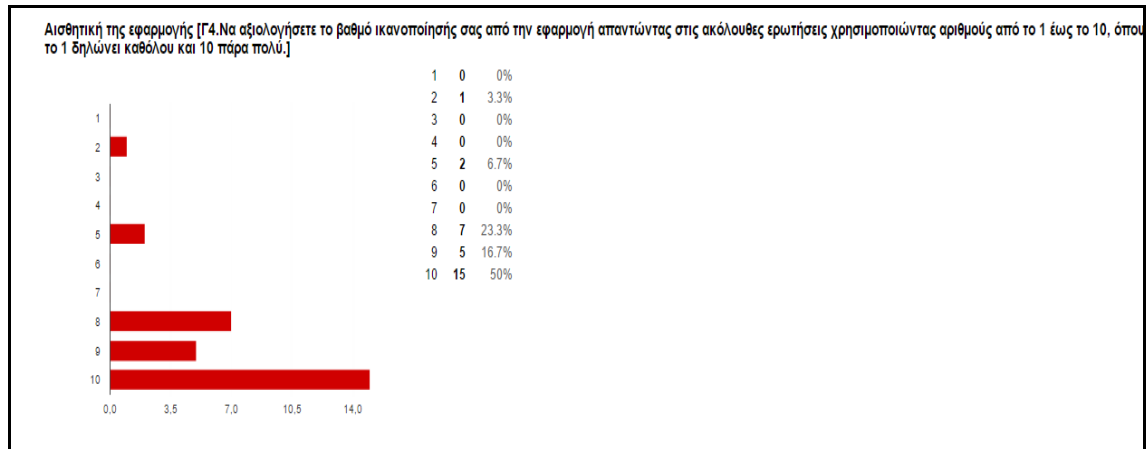
Διάγραμμα 8.4: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.4) η εγκατάσταση της εφαρμογής Trivago θεωρείται πάρα πολύ εύκολη με βαθμό 10 από το 63,3% του δείγματος.



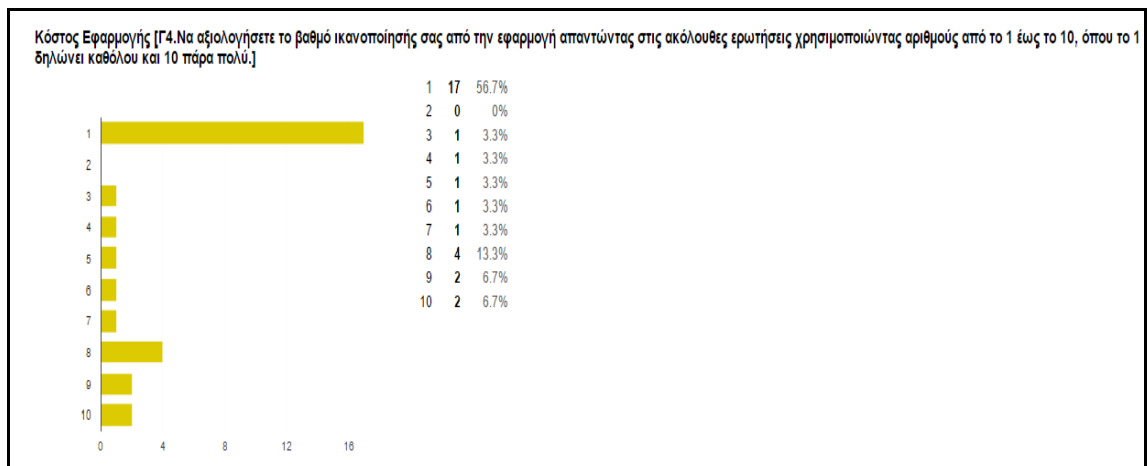
Διάγραμμα 8.5: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σχετικά με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.5) η περιήγηση στην εφαρμογή θεωρείται πολύ πανεύκολη με βαθμό 10 από το 50% του δείγματος και πάρα πολύ εύκολη από το 30%.



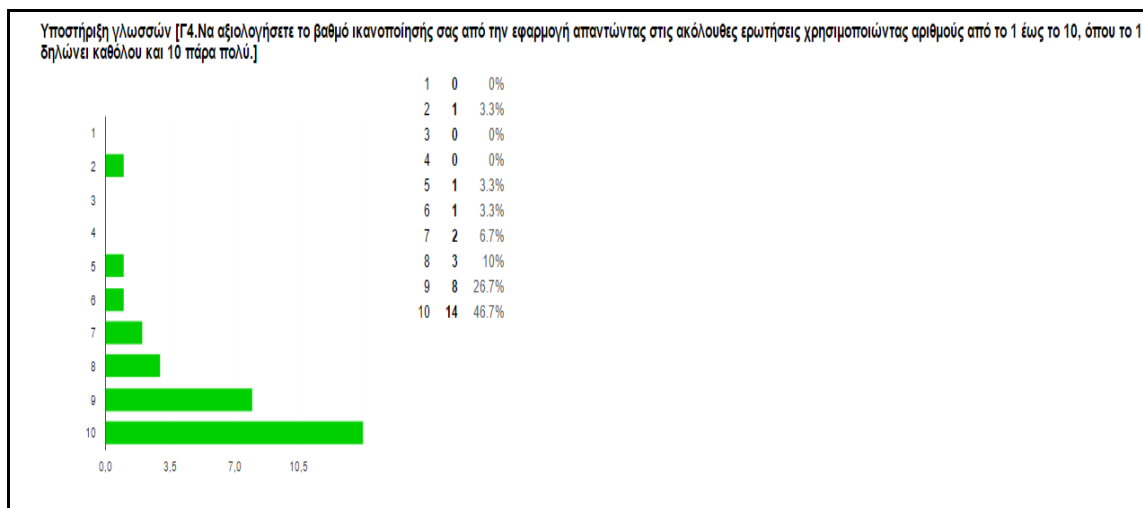
Διάγραμμα 8.6: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.6) η εμφάνιση της εφαρμογής είναι πάρα πολύ ωραία με βαθμό 10 από το 50% του δείγματος.



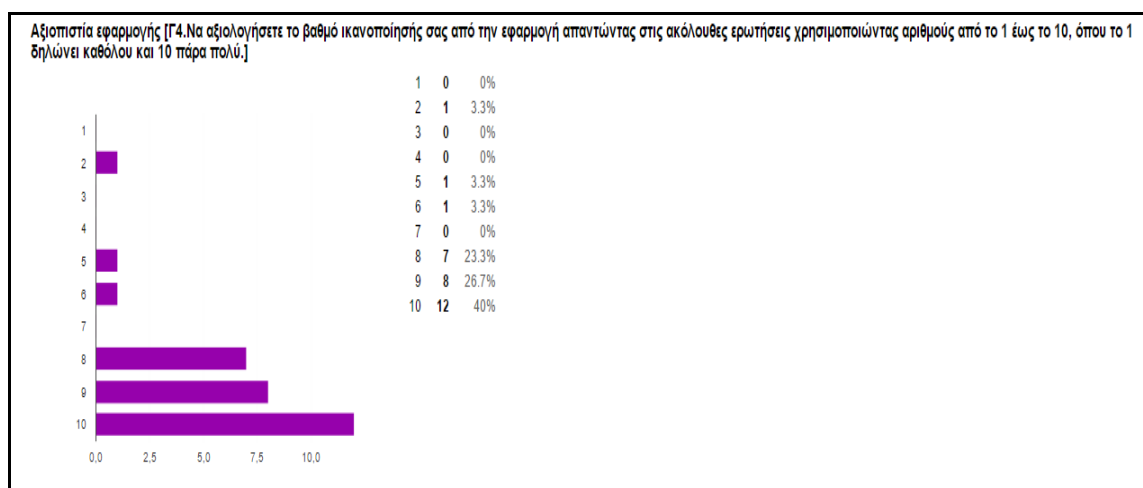
Διάγραμμα 8.7: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 8.7 η εφαρμογή είναι πάμφθηνη με βαθμό 1 από το 56,7%.



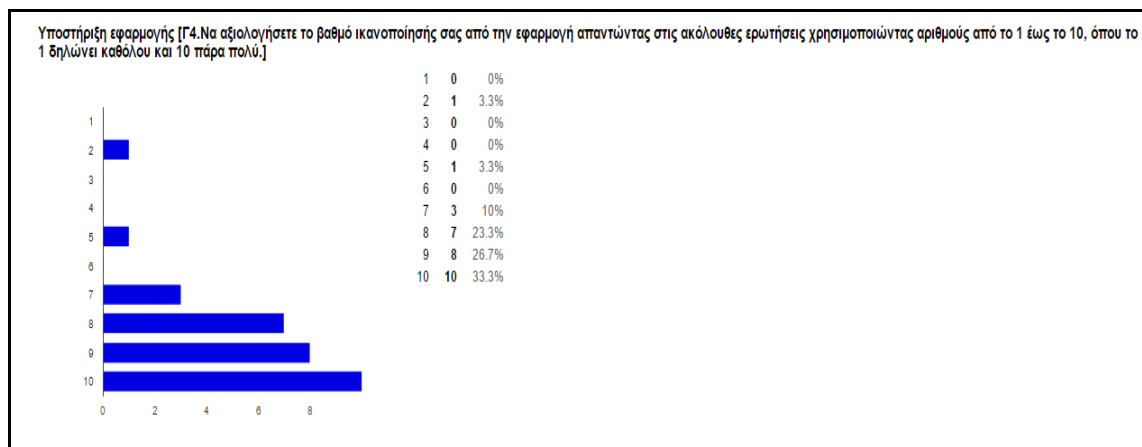
Διάγραμμα 8.8: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σχετικά με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.8) η εφαρμογή *υποστηρίζει τέλεια την μετάφραση των γλωσσών* με βαθμό 10 κατά 46,7% και *πάρα πολύ καλά* με βαθμό 9 από το 26,7% του δείγματος.



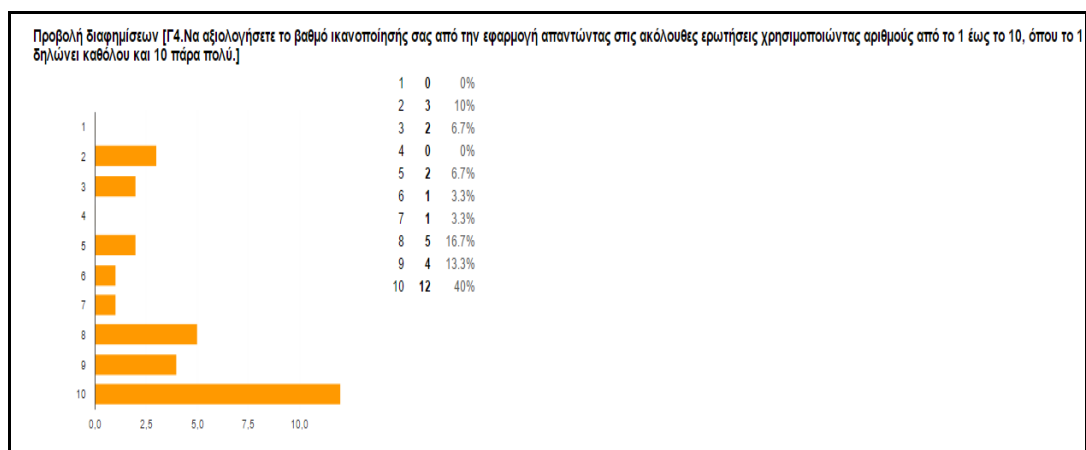
Διάγραμμα 8.9: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 8.9 η εφαρμογή είναι *πάρα πολύ αξιόπιστη* με βαθμό 10 από το 40% του δείγματος.



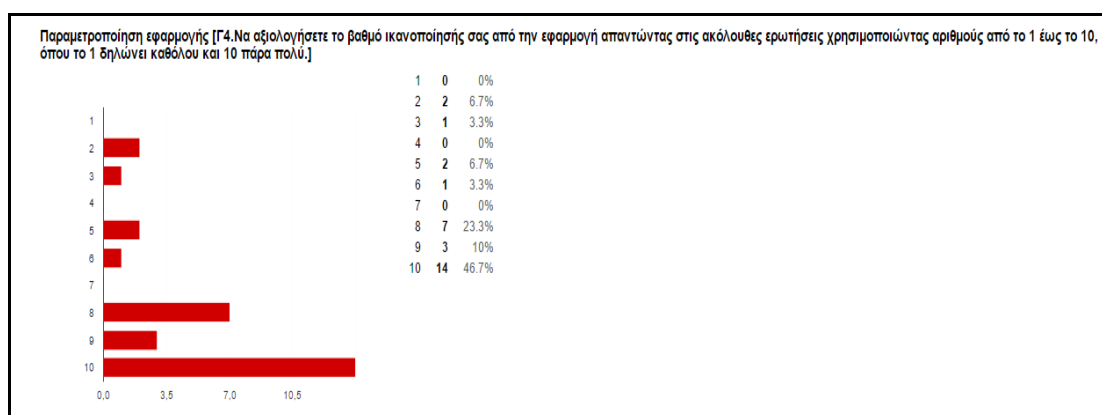
Διάγραμμα 8.10: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.10) η εφαρμογή αναβαθμίζεται *πάρα πολύ* συχνά και δεν παρουσιάζει επιπλοκές βαθμολογούμενη με 10 από το 33,3% του δείγματος.



Διάγραμμα 8.11: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σχετικά με το Διάγραμμα 8.11 η εφαρμογή παρέχει *πάρα πολλές διαφημίσεις* (40%).



Διάγραμμα 8.12: Έρευνα – Ερώτηση Γ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ4** (Διάγραμμα 8.12) η εφαρμογή έχει *πάρα πολλές παραμέτρους* με βαθμό 10 από το 48,7% του δείγματος.

Γ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής
11/12/15
17/12/2015
20-10-2015
08/12/2015
27/12/2015
2/12/15
9/11/15
8/12/15
19/12/15
26/12/2015
7/12/15
30/11/2015
21/12/2015
11/12/2015
22/10/2015
20/12/15
15/12/15
27/12/15
11/11/15
4/12/15

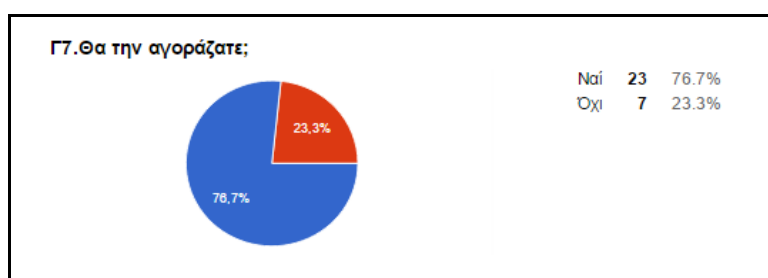
Διάγραμμα 8.13: Έρευνα – Ερώτηση Γ5

Στο Διάγραμμα 8.13 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 27/12/15 και τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 27^η Δεκεμβρίου του 2015.



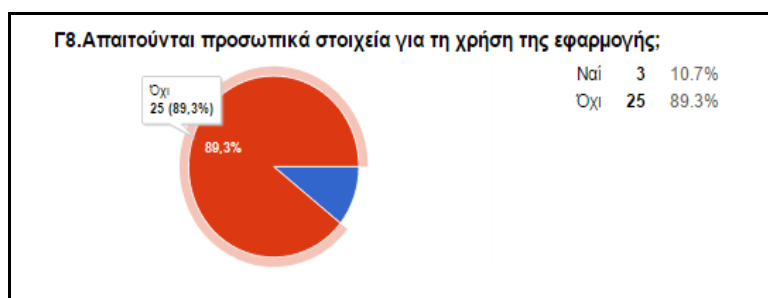
Διάγραμμα 8.14: Έρευνα – Ερώτηση Γ6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ6** (Διάγραμμα 8.14) το 60% *χρησιμοποιεί* την εφαρμογή όσον αφορά τις ξενοδοχειακές κρατήσεις.



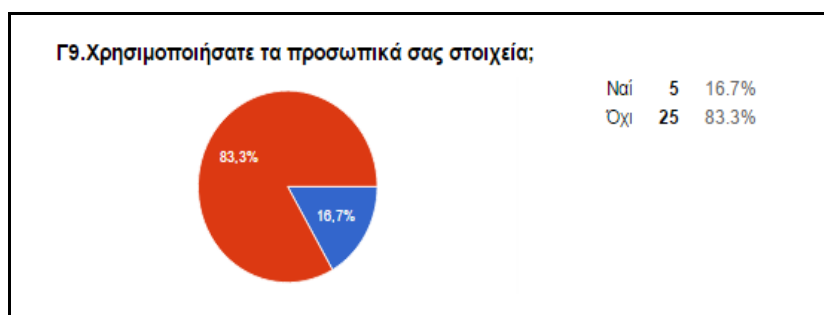
Διάγραμμα 8.15: Έρευνα – Ερώτηση Γ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ7** (Διάγραμμα 8.15) το 76,7% θα αγοράζε την εφαρμογή για να την χρησιμοποιεί.



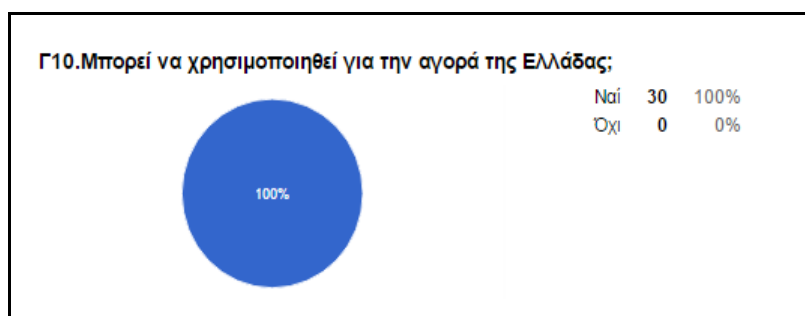
Διάγραμμα 8.16: Έρευνα – Ερώτηση Γ8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ8** (Διάγραμμα 8.16) δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής κατά 89,3%.



Διάγραμμα 8.17: Έρευνα – Ερώτηση Γ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ9** (Διάγραμμα 8.17) το 83,3% δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 8.18: Έρευνα –Ερώτηση Γ10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Γ10** (Διάγραμμα 8.18) η εφαρμογή μπορεί 100% να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας.

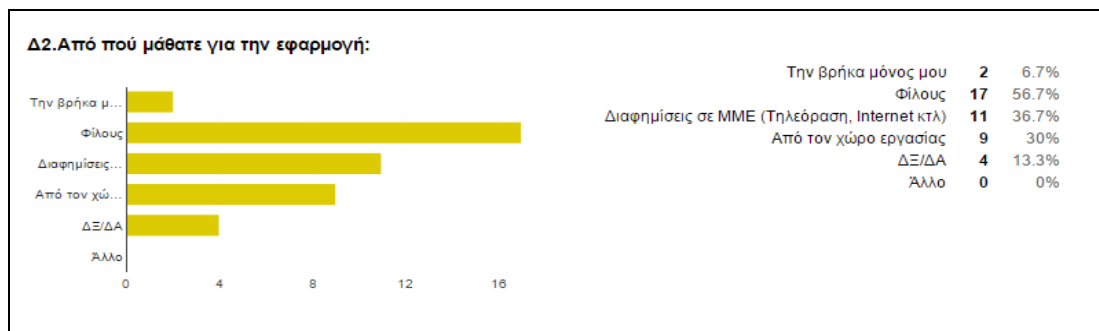
6.4 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ RYANAIR

Στην **Ενότητα 2** περιλαμβάνονται εφαρμογές σχετικές με τα ηλεκτρονικά εισιτήρια, ακτοπλοϊκά ή/και αεροπορικά. Αρχικά, οι ερωτήσεις Δ1 – Δ10 αφορούν την εφαρμογή **Ryanair**. Τα συμπεράσματα, που προκύπτουν από την έρευνα, είναι τα εξής:



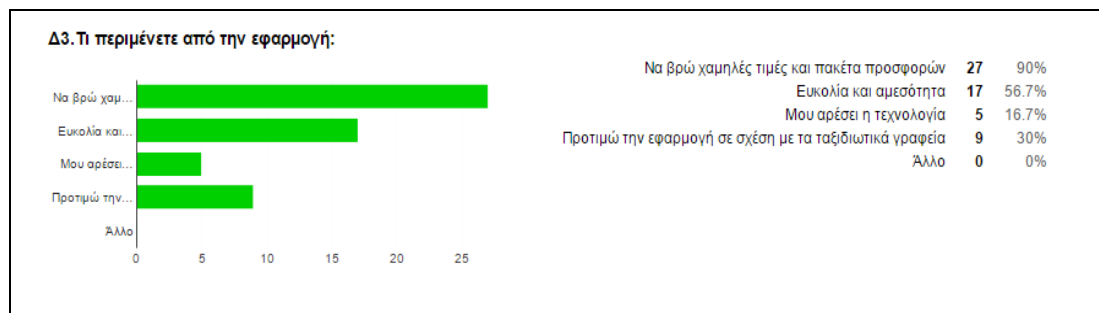
Διάγραμμα 9: Έρευνα – Ερώτηση Δ1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ1** (Διάγραμμα 9) το 70% δεν έχει χρησιμοποιήσει την εφαρμογή Ryanair στο παρελθόν.



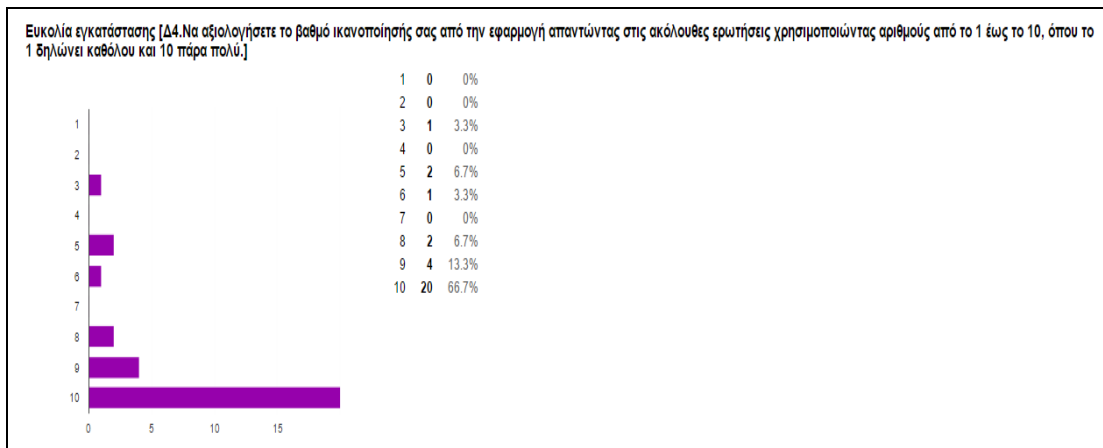
Διάγραμμα 9.1: Έρευνα – Ερώτηση Δ2

Σχετικά με την **Ερώτηση Δ2** (Διάγραμμα 9.1) η εφαρμογή είναι γνωστή από φίλους με 56.7% και από τις διαφημίσεις με 36,7%.



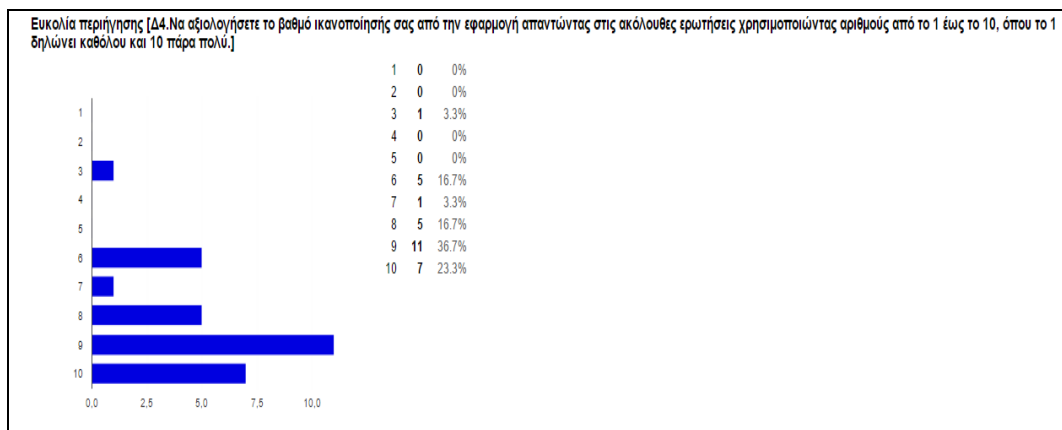
Διάγραμμα 9.2: Έρευνα – Ερώτηση Δ3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ3** (Διάγραμμα 9.2) το 90% του δείγματος προσδοκεί να βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών και το 56,7% ευκολία και αμεσότητα.



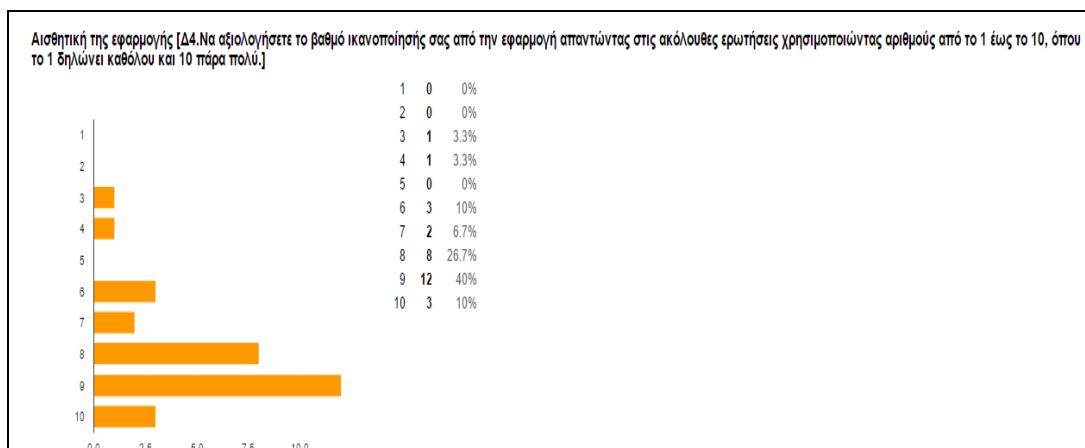
Διάγραμμα 9.3: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ4** (Διάγραμμα 9.3) η εγκατάσταση της εφαρμογής είναι πανεύκολη με βαθμό 10 από το 66,7% του δείγματος.



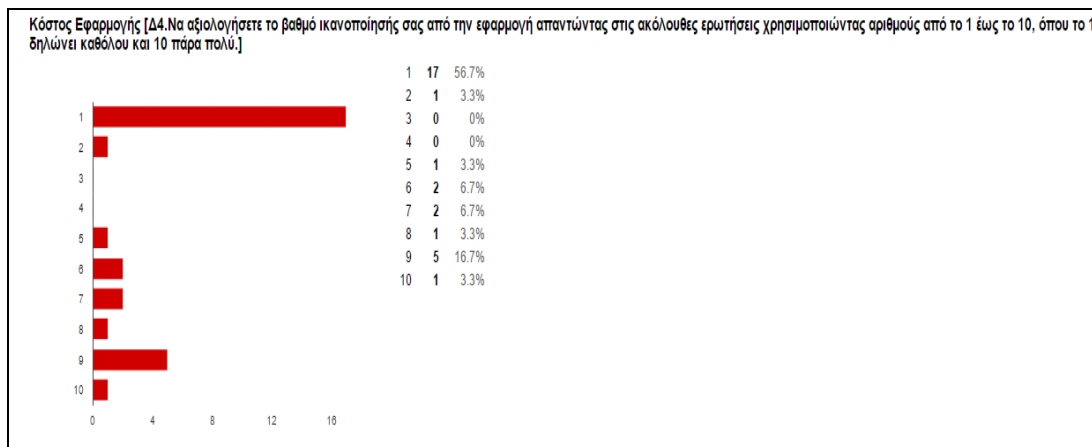
Διάγραμμα 9.4: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ4** (Διάγραμμα 9.4) η περιήγηση στην εφαρμογή είναι πάρα πολύ εύκολη με βαθμό 9 από το 36,7%.



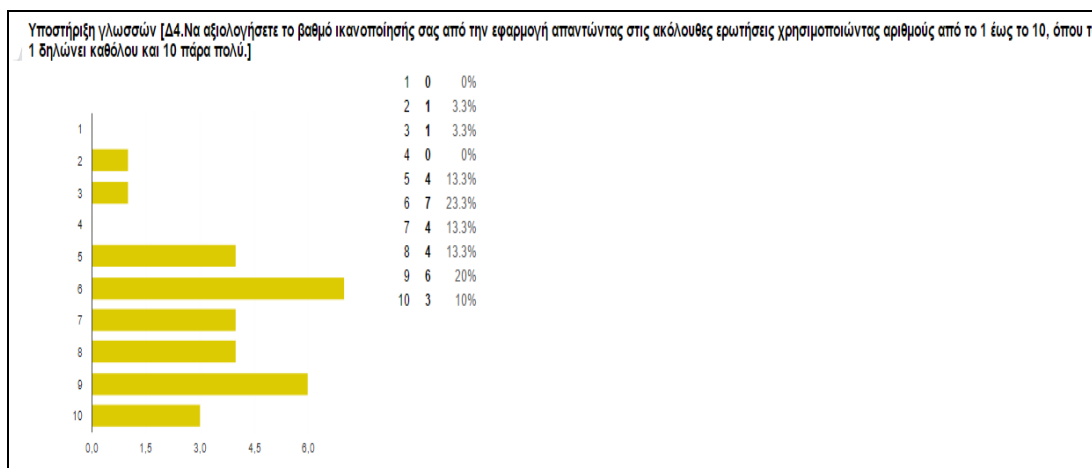
Διάγραμμα 9.5: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ4** (Διάγραμμα 9.5) η εμφάνιση της εφαρμογής είναι πάρα πολύ καλή με βαθμό 9 από το 40% του δείγματος.



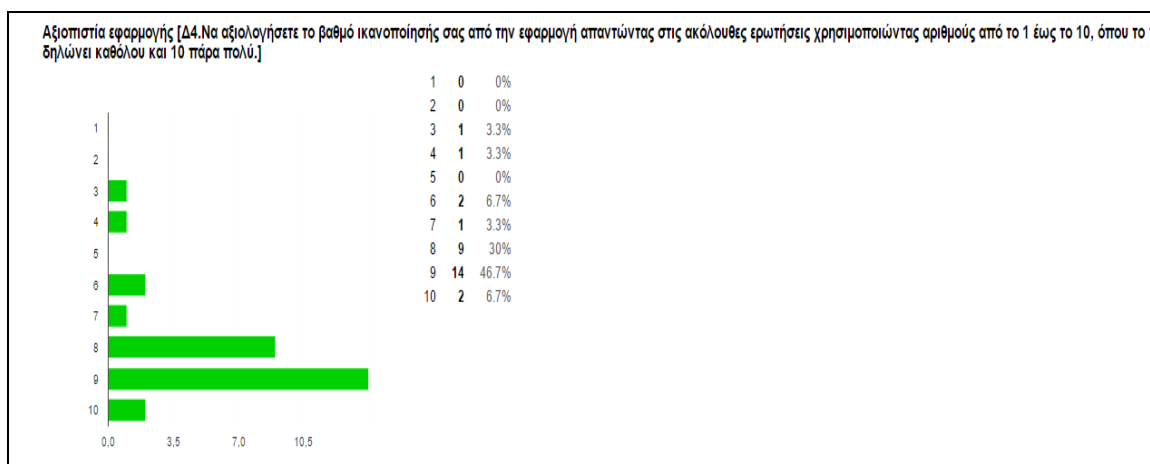
Διάγραμμα 9.6: Έρευνα – Ερώτηση (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 9.6 το κόστος της εφαρμογής είναι *μηδαμινό* κατά 56,7%.



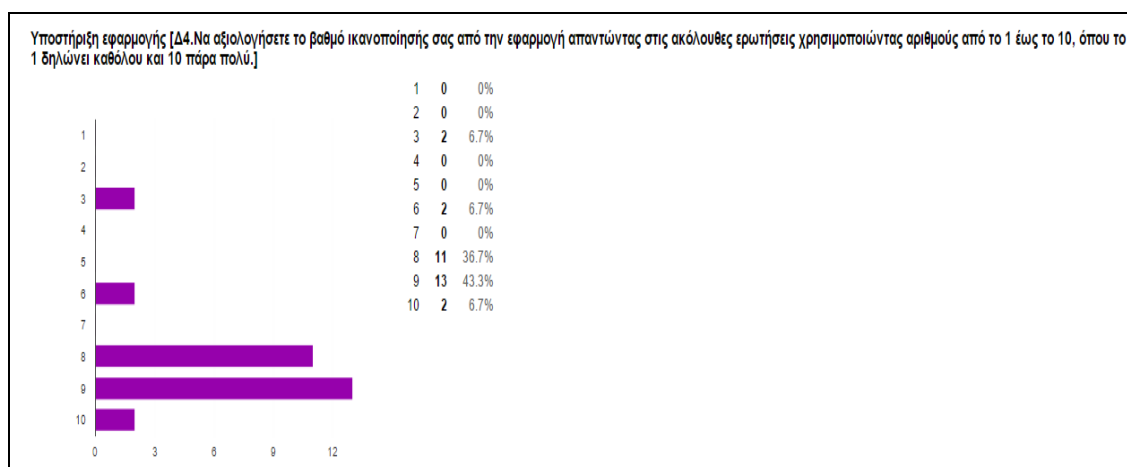
Διάγραμμα 9.7: Έρευνα – Ερώτηση (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 9.7 της **Ερώτησης Δ4** η εφαρμογή *παρέχει μετάφραση* κατά 26,8%. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει η αγγλική έκδοση της εφαρμογής, βασισμένο στην έρευνα στο διαδίκτυο και της εφαρμογής ταυτοχρόνως.



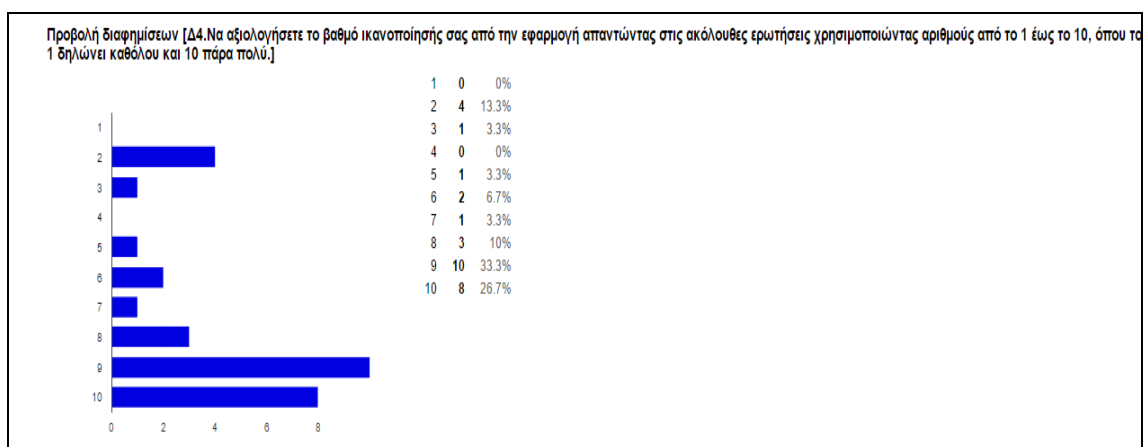
Διάγραμμα 9.8: Έρευνα – Ερώτηση (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ4** (Διάγραμμα 9.8) η εφαρμογή *είναι πάρα πολύ αξιόπιστη* με βαθμό 9 από το 46,7% του δείγματος.



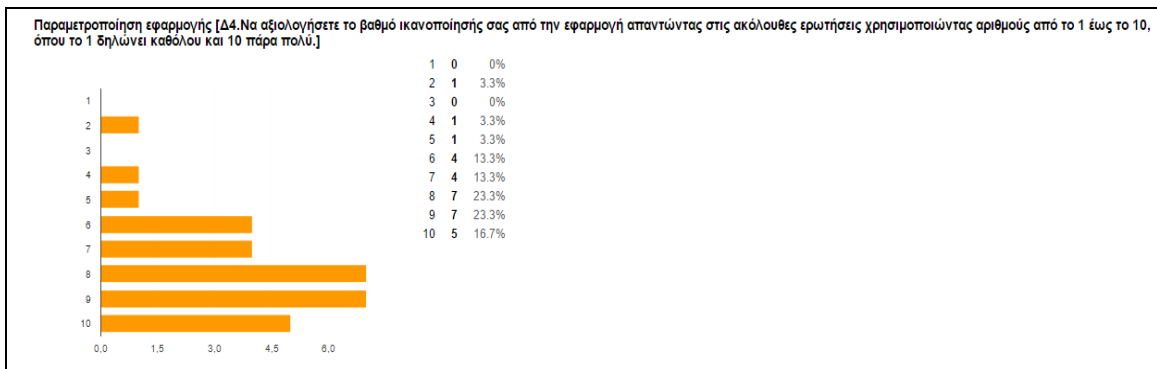
Διάγραμμα 9.9: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 9.9 της **Ερώτησης Δ4** η εφαρμογή *αναβαθμίζεται συχνά* και *δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας* κατά 43,3%, με βαθμό 9.



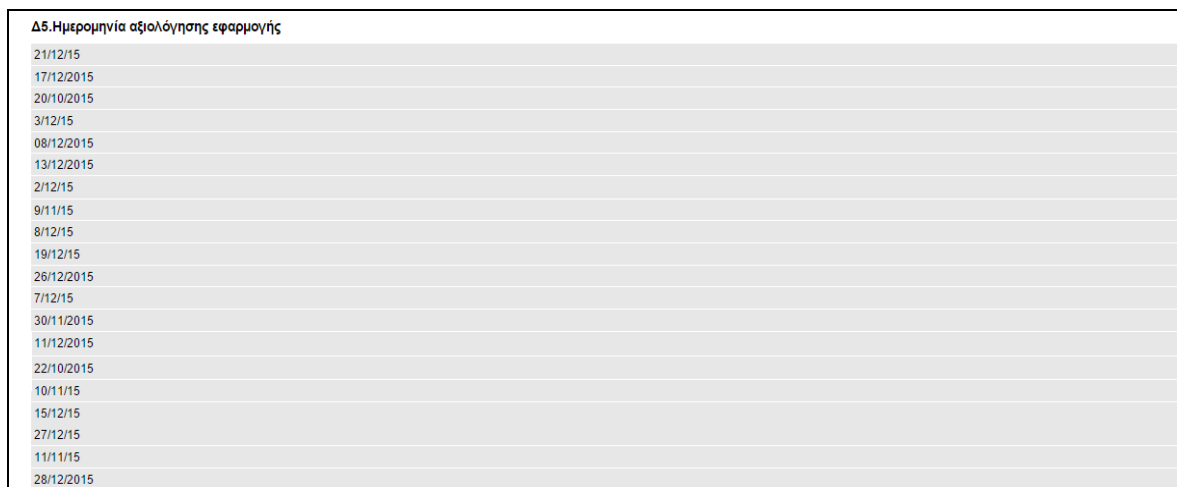
Διάγραμμα 9.10: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 9.10 της **Ερώτησης Δ4** η εφαρμογή *προβάλλει πάρα πολλές διαφημίσεις* κατά 33,3%, με βαθμό 9 και βαθμό 10 κατά 26,7%.



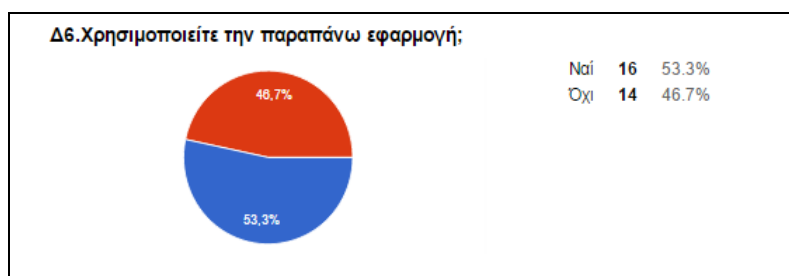
Διάγραμμα 9.11: Έρευνα – Ερώτηση Δ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 9.11 η εφαρμογή διαθέτει πολλές παραμέτρους κατά 46,8%.



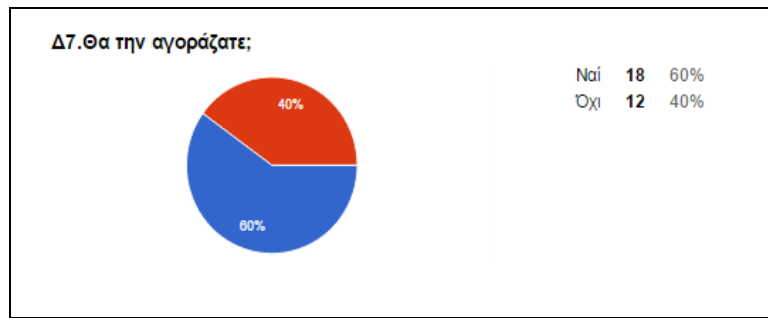
Διάγραμμα 9.12: Έρευνα – Ερώτηση Δ5

Στο Διάγραμμα 9.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής Ryanair. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 28/12/15 και τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 28^η Δεκεμβρίου του 2015.



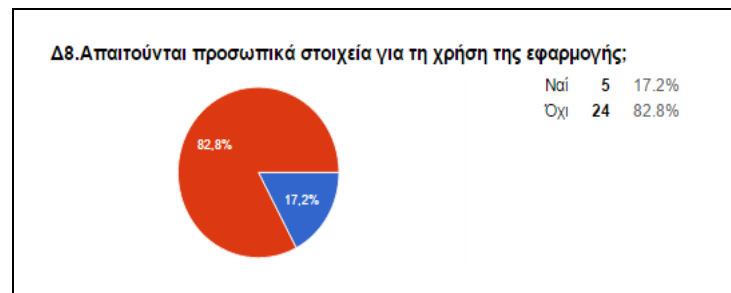
Διάγραμμα 9.13: Έρευνα – Ερώτηση Δ6

Σύμφωνα με την Ερώτηση Δ6 (Διάγραμμα 9.13) το 53,3% χρησιμοποιεί την εφαρμογή Ryanair για αεροπορικές κρατήσεις.



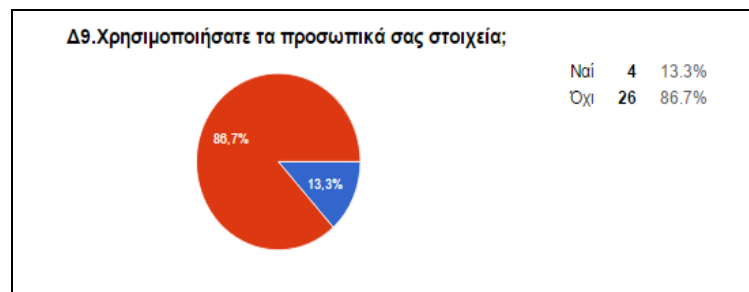
Διάγραμμα 9.14: Έρευνα – Ερώτηση Δ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ6** (Διάγραμμα 9.14) το 60% θα αγοράζε την εφαρμογή.



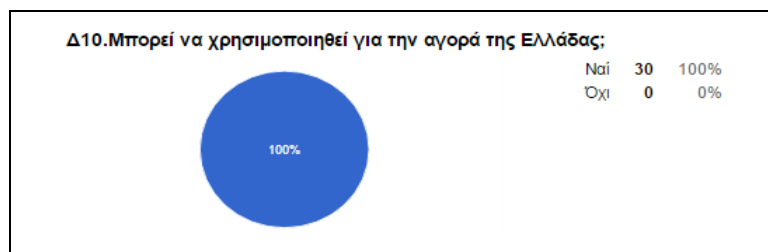
Διάγραμμα 9.15: Έρευνα – Ερώτηση Δ8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ8** (Διάγραμμα 9.15) κατά 82,2% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 9.16: Έρευνα – Ερώτηση Δ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ9** (Διάγραμμα 9.16) το 86,7% *δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 9.17: Έρευνα – Ερώτηση Δ10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Δ10** (Διάγραμμα 9.17) η εφαρμογή *μπορεί* 100% να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας.

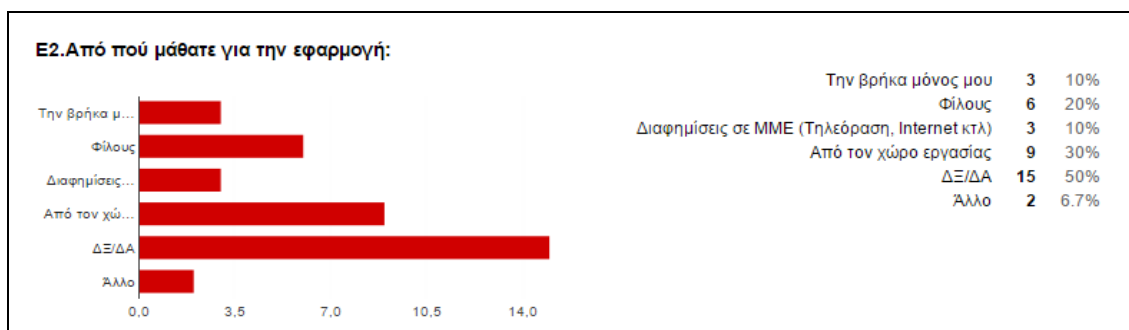
6.5 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΥΑΚ FLIGHTS

Στην συνέχεια της **Ενότητας 2**, βαθμολογήθηκε η εφαρμογή **Kayak Flights**. Πρόκειται για μια εφαρμογή αεροπορικών εισιτηρίων. Οι ερωτήσεις **E1 – E10** δίνουν τα εξής συμπεράσματα:



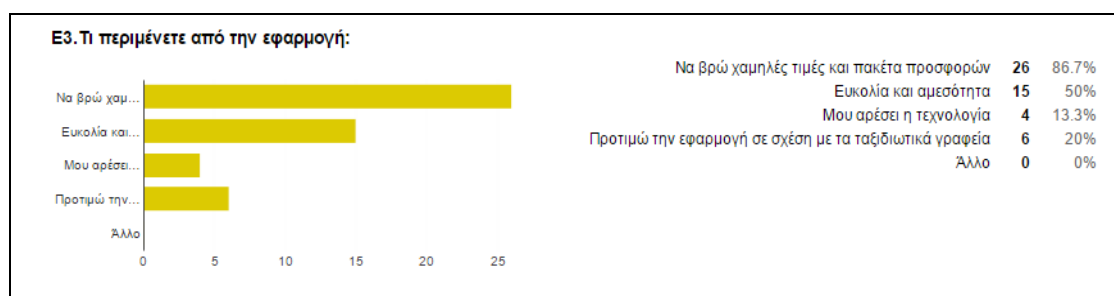
Διάγραμμα 10: Έρευνα – Ερώτηση E1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E1** (Διάγραμμα 10) το 90% *δεν έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή Kayak Flights στο παρελθόν.



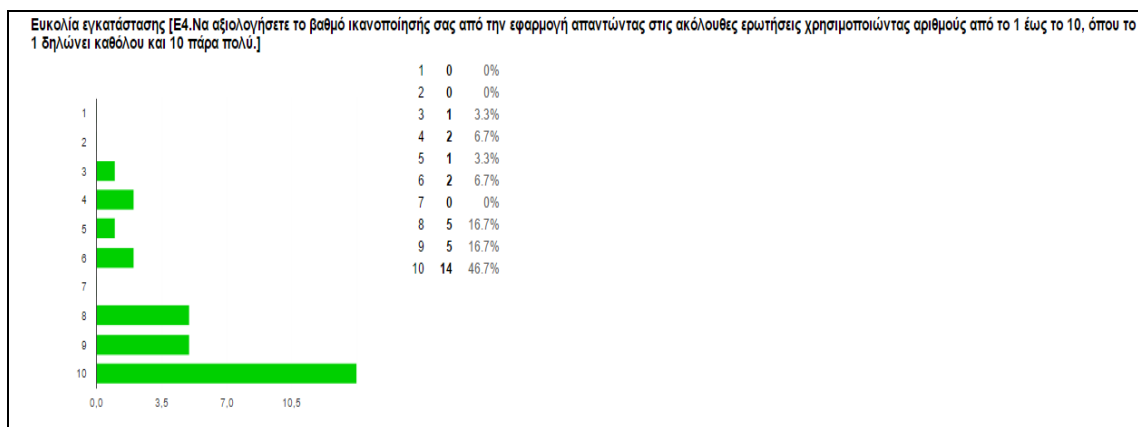
Διάγραμμα 10.1: Έρευνα – Ερώτηση E2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E2** (Διάγραμμα 10.1) το 50% *δεν γνωρίζει* την εφαρμογή και το 30% την γνωρίζει *από τον χώρο εργασίας*.



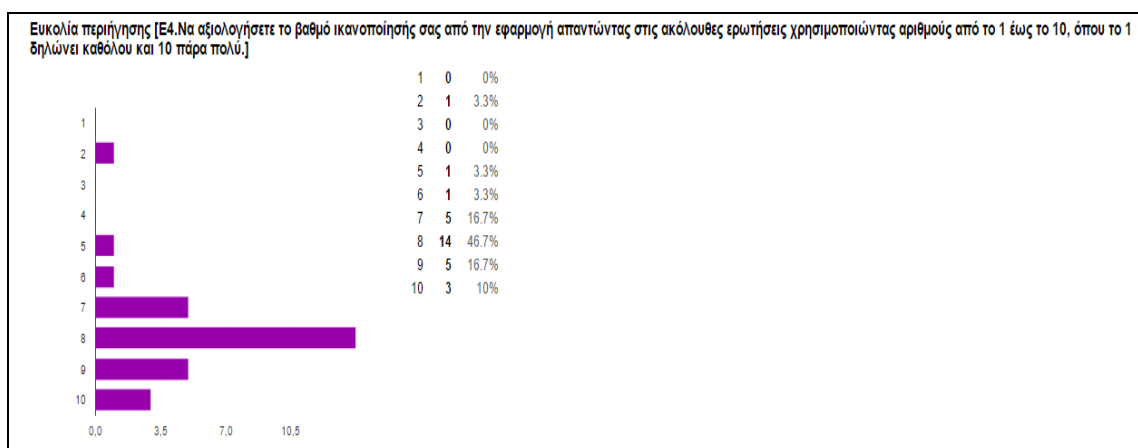
Διάγραμμα 10.2: Έρευνα – Ερώτηση E3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E3** (Διάγραμμα 10.2) το 86,7% προσδοκεί να βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών και το 50% ευκολία και αμεσότητα.



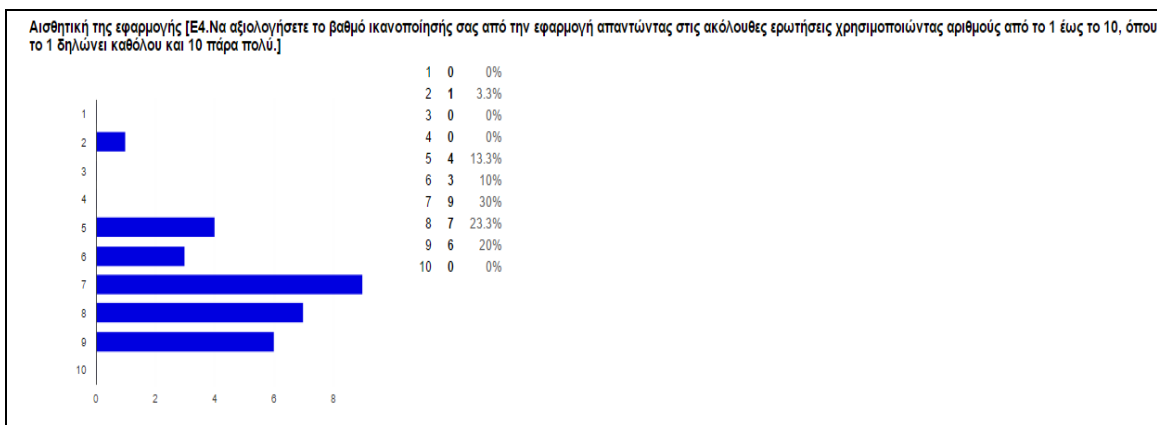
Διάγραμμα 10.3: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E4** (Διάγραμμα 10.3) η εγκατάσταση της εφαρμογής είναι πανεύκολη κατά 46,7% και πάρα πολύ εύκολη περίπου 33,5%.



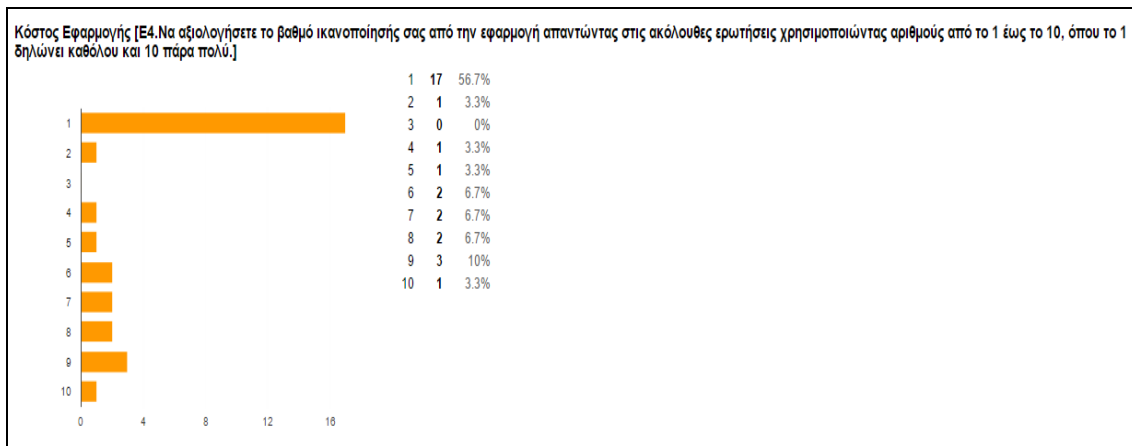
Διάγραμμα 10.4 Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.4 η περιήγηση της εφαρμογής είναι 46,7% πολύ εύκολη.



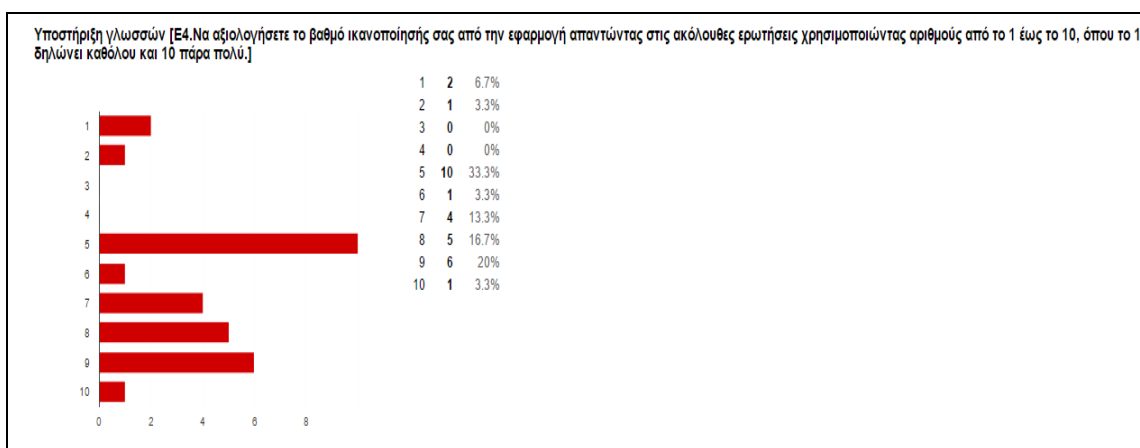
Διάγραμμα 10.5: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.5 η εφαρμογή είναι καλώς εμφανίσιμη κατά 30%.



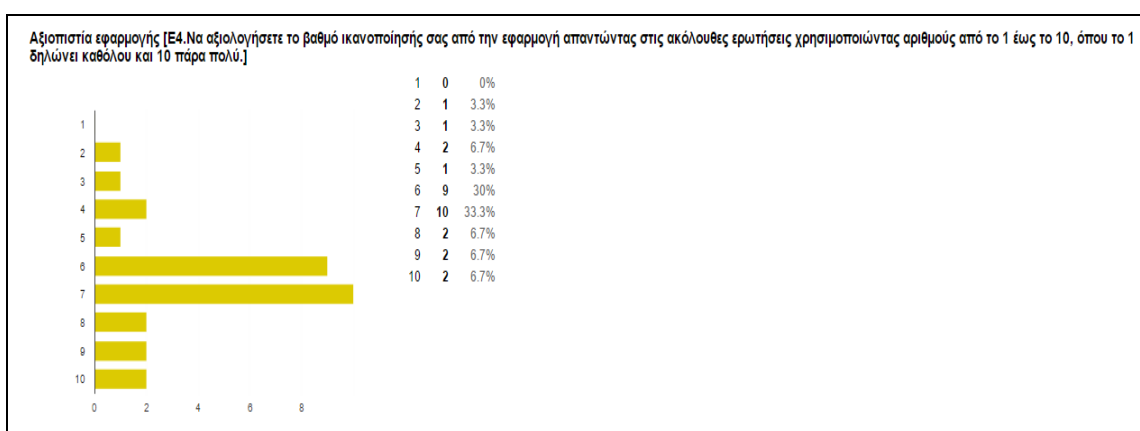
Διάγραμμα 10.6: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.6 το κόστος της εφαρμογής είναι *μηδαμινό* κατά 56,7%.



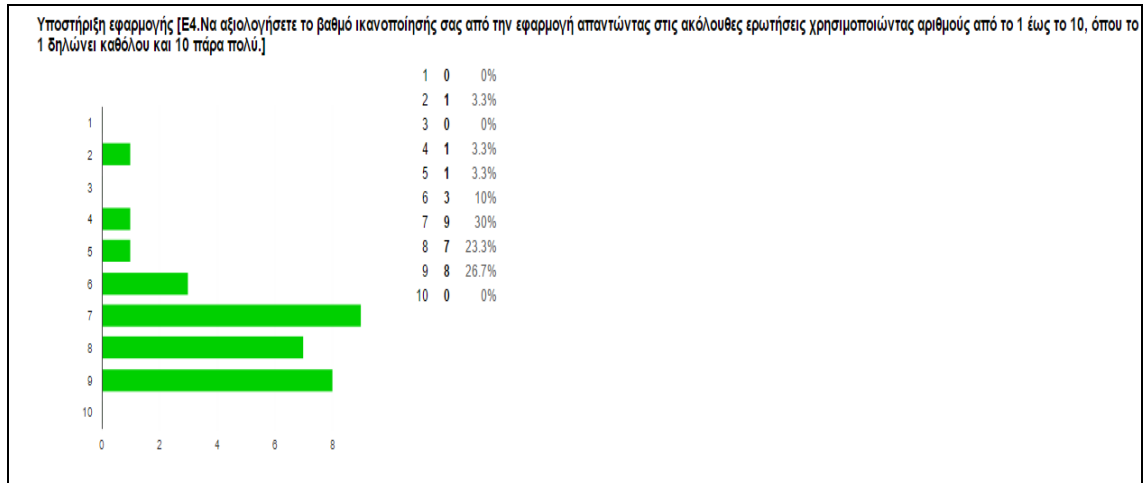
Διάγραμμα 10.7: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E4** (Διάγραμμα 10.7) η εφαρμογή παρέχει *μετάφραση γλωσσών* κατά 33,3%.



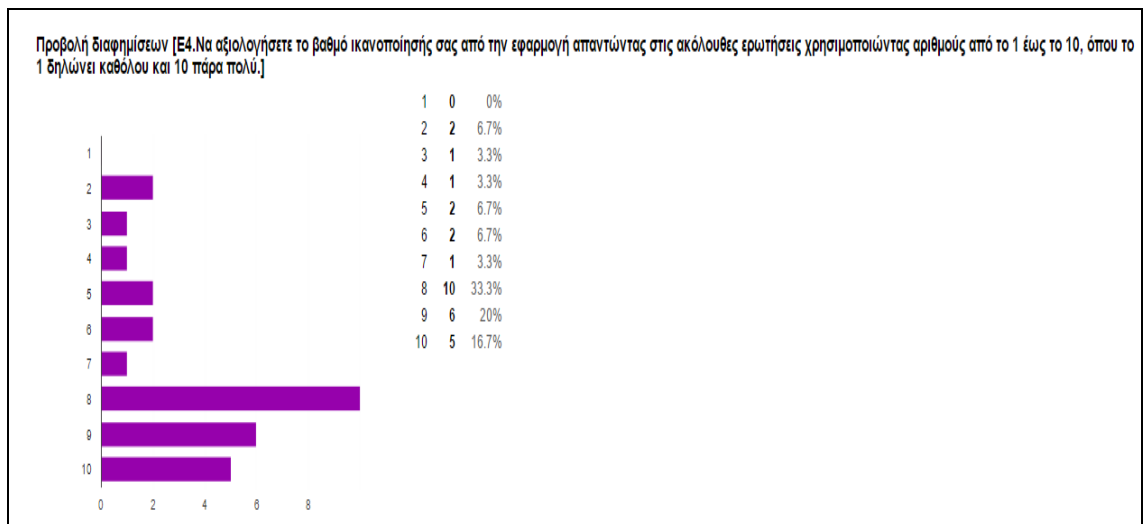
Διάγραμμα 10.8: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.8 η εφαρμογή είναι *καλώς αξιόπιστη* κατά 63,5%.



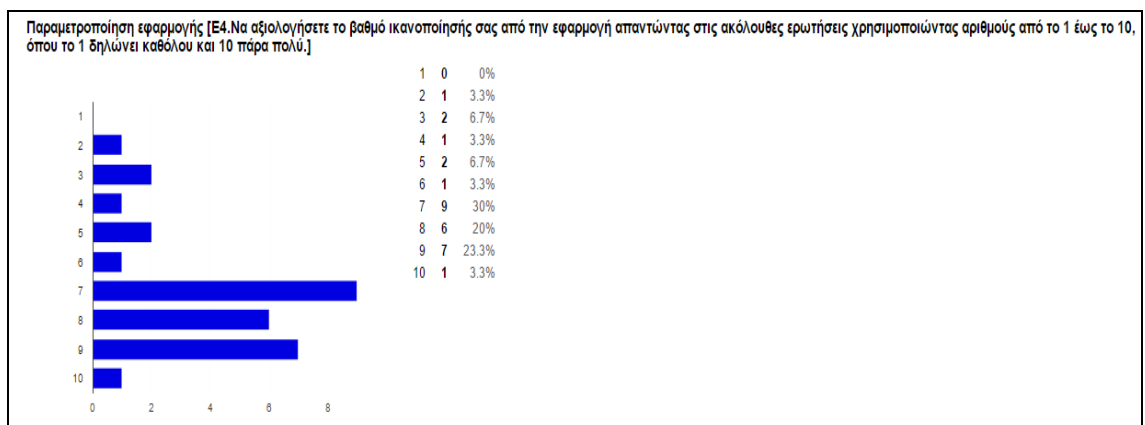
Διάγραμμα 10.9: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.9 η εφαρμογή αναβαθμίζεται πολύ συχνά και δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας κατά 26,7%.



Διάγραμμα 10.10: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.10 η εφαρμογή προβάλλει πολλές διαφημίσεις κατά 53,3%.

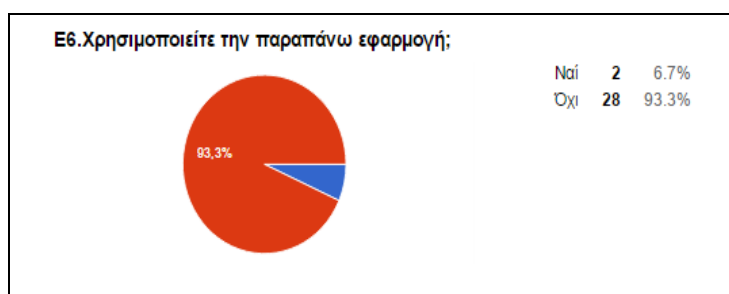


Διάγραμμα 10.11: Έρευνα – Ερώτηση E4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)
 Σύμφωνα με το Διάγραμμα 8.11 η εφαρμογή διαθέτει πάρα πολλές παραμέτρους, περίπου 27%.

E5.Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής
21/12/15
12/11/15
17/12/2015
11.11.15
08/12/2015
27/12/2015
9/11/15
22/12/2015
8/12/15
19/12/15
7/12/15
30/11/2015
11/12/2015
5/12/15
15/12/15
27/12/15
4/12/15
28/12/2015

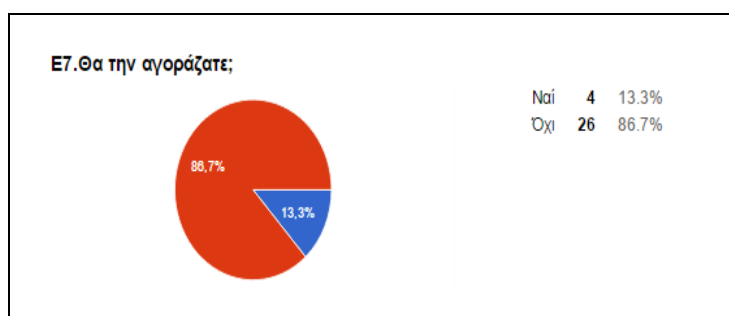
Διάγραμμα 10.12: Έρευνα – Ερώτηση E5

Στο Διάγραμμα 10.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής Kayak Flights. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 9/11/15 – 28/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 28^η Δεκεμβρίου του 2015.



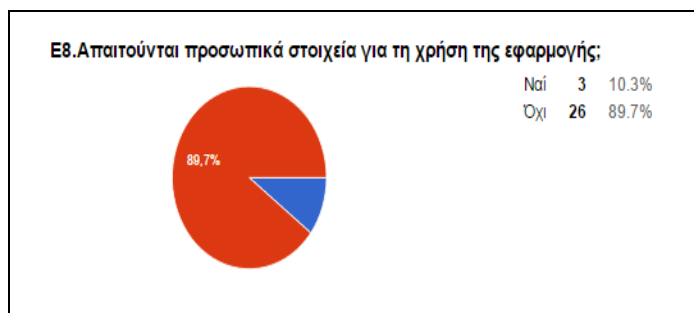
Διάγραμμα 10.13: Έρευνα – Ερώτηση E6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E6** (Διάγραμμα 10.13) το 93,3% δεν χρησιμοποιεί την εφαρμογή Kayak Flights.



Διάγραμμα 10.14: Έρευνα – Ερώτηση E7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E7** (Διάγραμμα 10.14) το 86,7% *δεν θα αγοράζε* την εφαρμογή.



Διάγραμμα 10.15: Έρευνα – Ερώτηση E8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E8** (Διάγραμμα 10.15) κατά 89,7% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής*.



Διάγραμμα 10.16: Έρευνα – Ερώτηση E9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E9** (Διάγραμμα 10.16) το 93,3% *δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 10.17: Έρευνα – Ερώτηση E10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση E10** (Διάγραμμα 10.17) η εφαρμογή *μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας* κατά 58,6%.

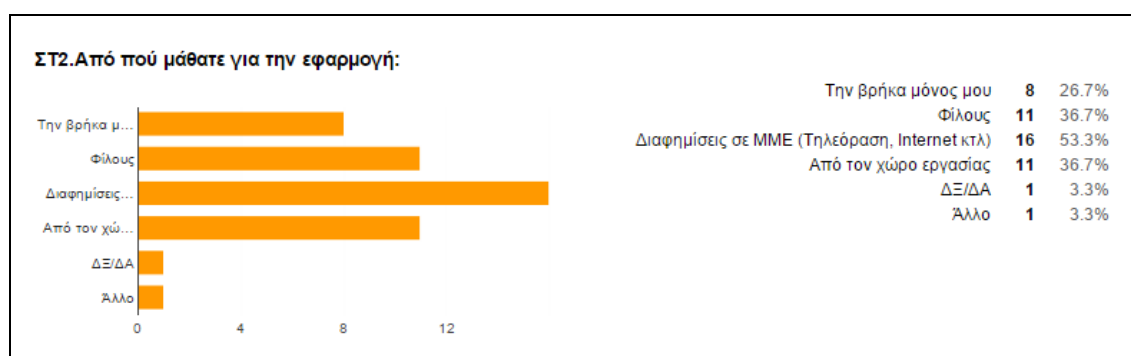
6.6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ AEGEAN

Στην **Ενότητα 2** της παρούσης έρευνας περιλαμβάνεται, επίσης, η εφαρμογή **Aegean**, η οποία αφορά έκδοση ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων. Τα συμπεράσματα της έρευνας, που προκύπτουν από τις ερωτήσεις ΣΤ1- ΣΤ10, είναι τα εξής:



Διάγραμμα 11: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ1** (Διάγραμμα 11) το 53,3% *δεν έχει χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν*.



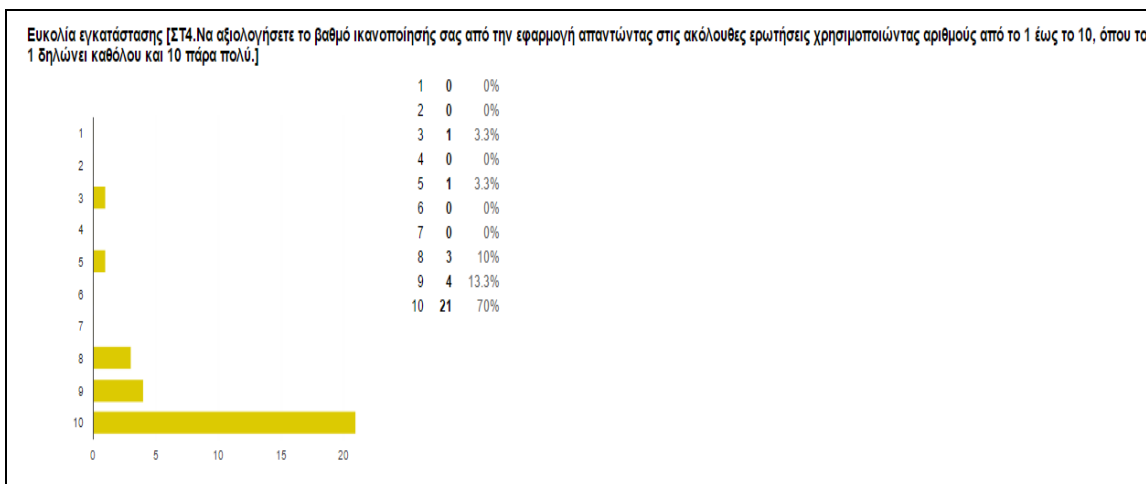
Διάγραμμα 11.1: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ2** (Διάγραμμα 11.1) κατά 53,3% η εφαρμογή είναι γνωστή από τις *διαφημίσεις*, 36,7% από τον *χώρο εργασίας* και 36,7% από *φίλους*.



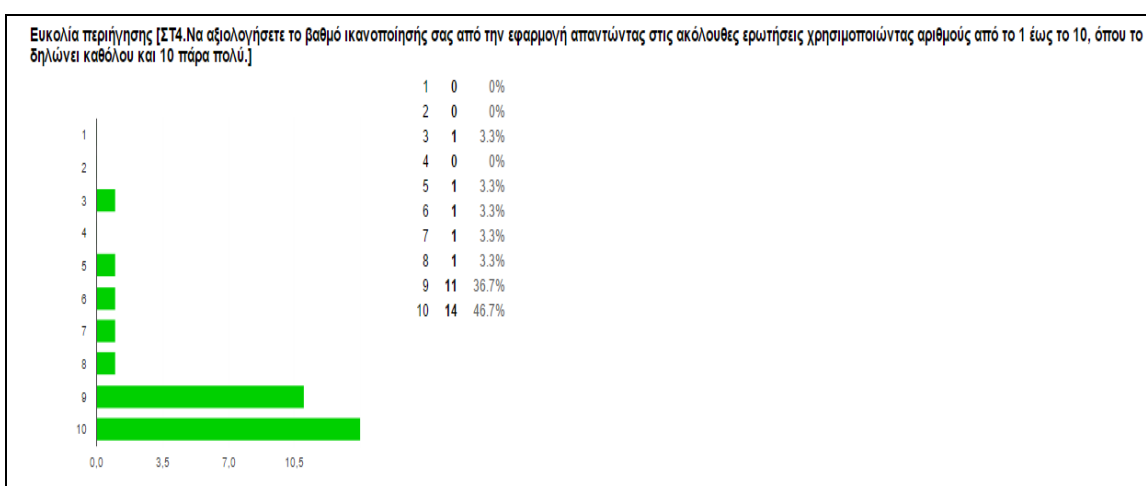
Διάγραμμα 11.2: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ3** (Διάγραμμα 11.2) προσδοκία είναι οι χαμηλές τιμές και τα πακέτα προσφορών κατά 96,7%, η ευκολία και η αμεσότητα κατά 56,7%.



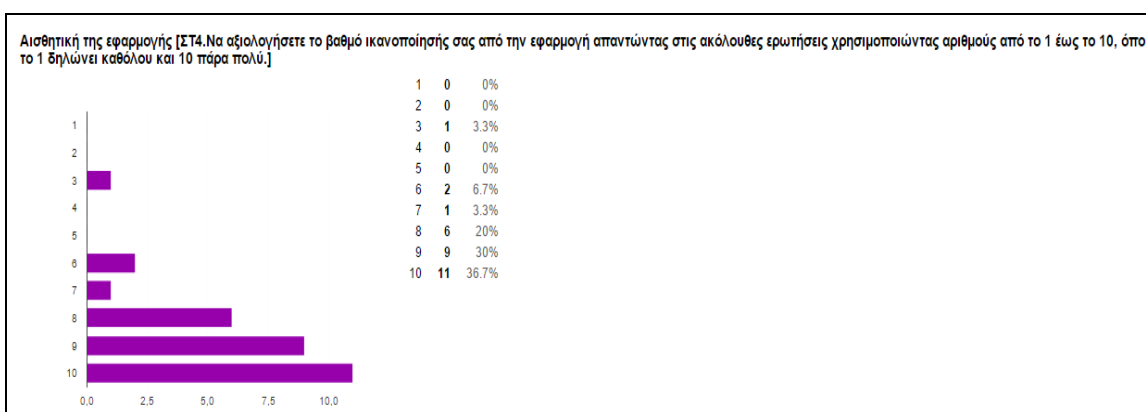
Διάγραμμα 11.3: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση ΣΤ4 (Διάγραμμα 11.3) η εγκατάσταση της εφαρμογής θεωρείται πάρα πολύ εύκολη κατά 70%.



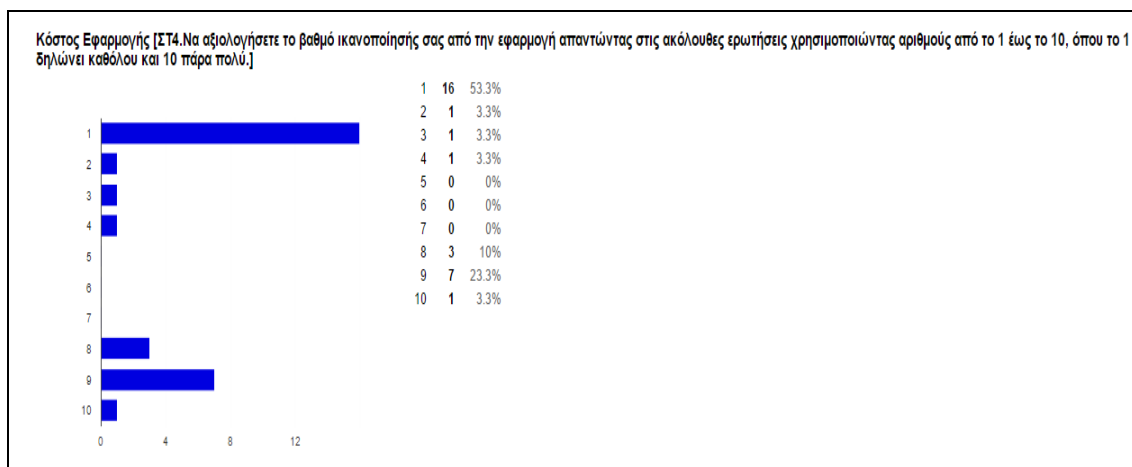
Διάγραμμα 11.4: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.4 η περιήγηση της εφαρμογής είναι πάρα πολύ εύκολη κατά 46,7%.



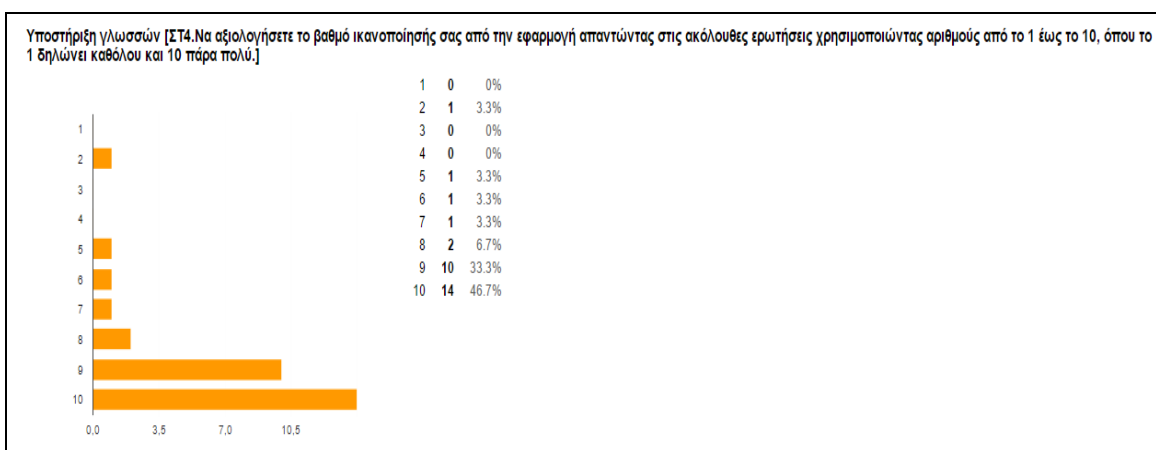
Διάγραμμα 11.5: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.5 η εφαρμογή Aegean βαθμολογείται *πάρα πολύ όμορφη* με 10 από το 36,7% και με 9 από το 30%.



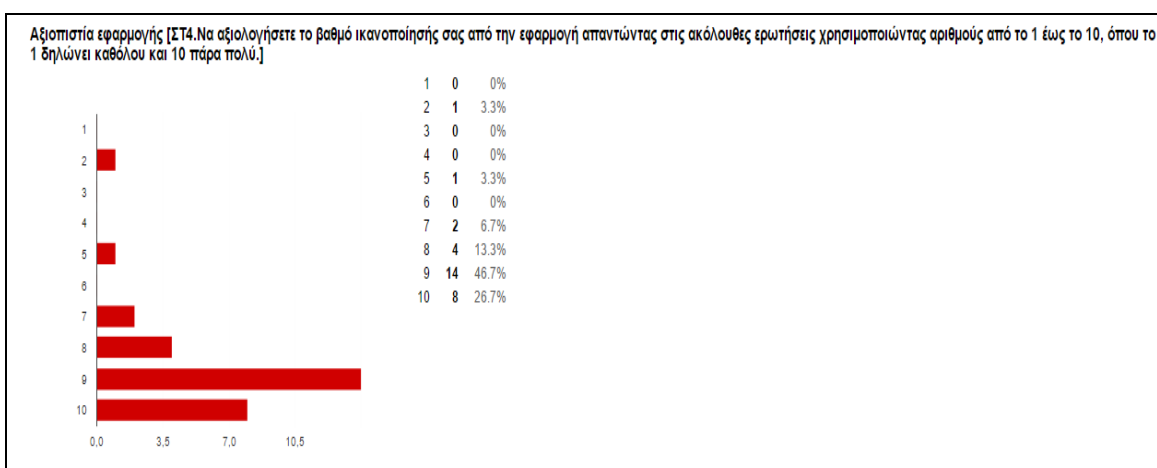
Διάγραμμα 11.6: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.6 το κόστος της εφαρμογής είναι *μηδαμινό* από το 53,3%.



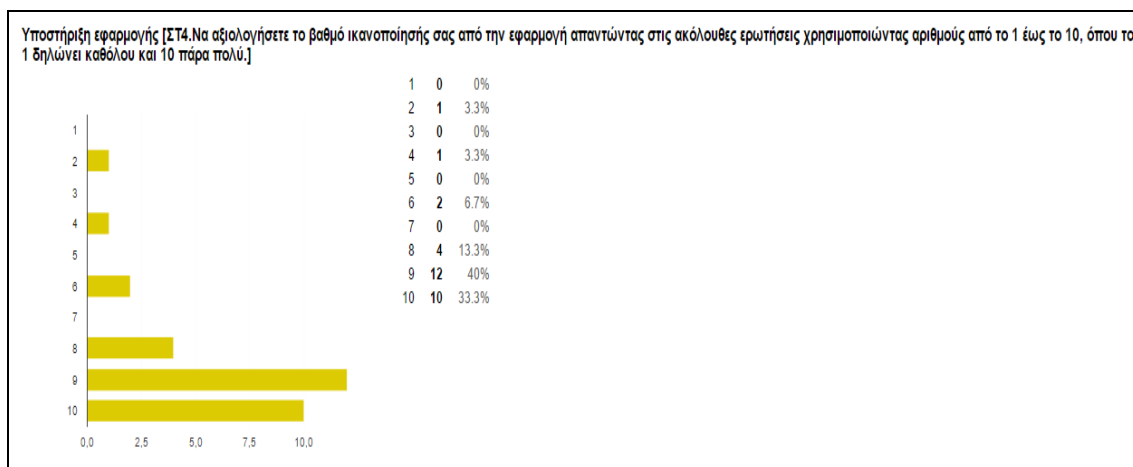
Διάγραμμα 11.7: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.7 η εφαρμογή παρέχει *πάρα πολύ καλή μετάφραση γλωσσών* κατά 80%.



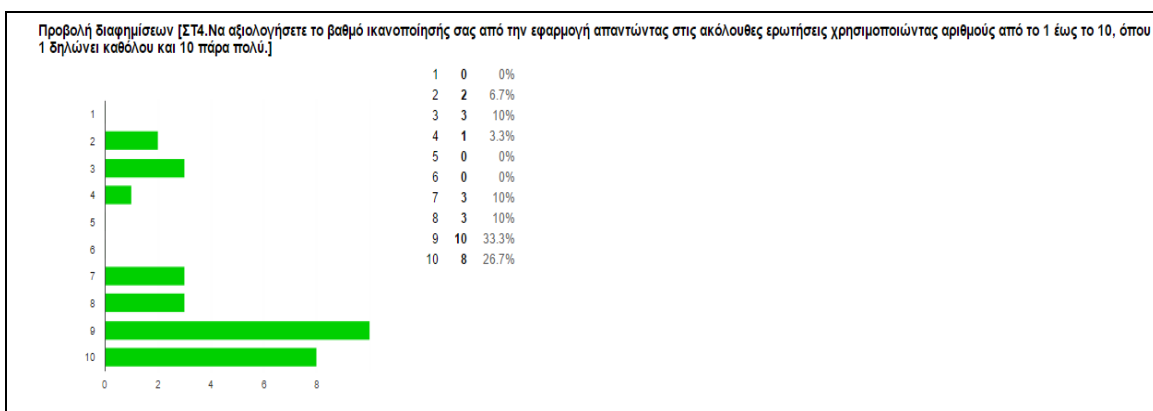
Διάγραμμα 11.8: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.8 η εφαρμογή θεωρείται κατά 53,5% πάρα πολύ αξιόπιστη.



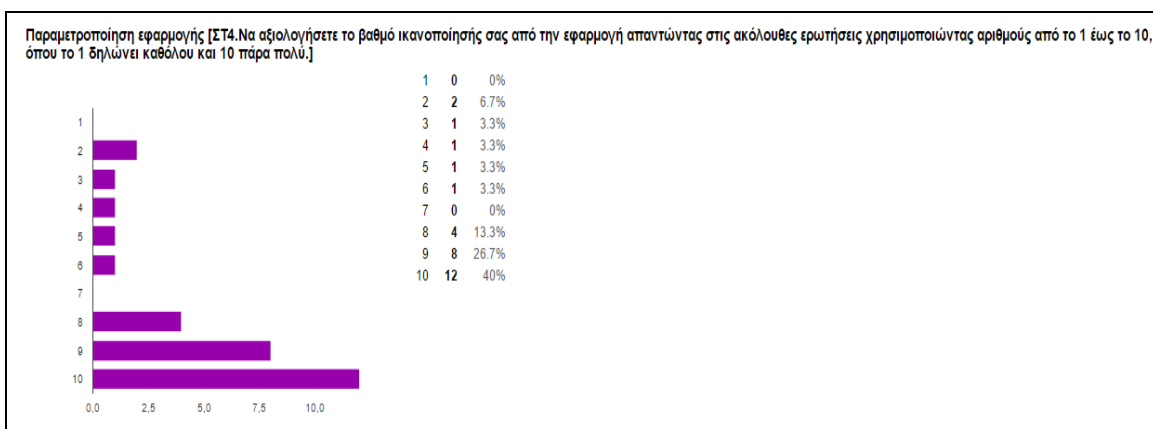
Διάγραμμα 11.9: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την Ερώτηση ΣΤ4 (Διάγραμμα 11.9) η εφαρμογή Kayak Flights υποστηρίζεται, αναβαθμίζεται και δεν παρουσιάζει προβλήματα κατά 73,3%.



Διάγραμμα 11.10: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.10 η εφαρμογή προβάλλει πάρα πολλές διαφημίσεις κατά 60%.



Διάγραμμα 11.11: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11.11 η εφαρμογή διαθέτει *πάρα πολλές παραμέτρους* κατά 66,7%.

ΣΤ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής
21/12/15
17/12/2015
20/10/2015
3/12/15
08/12/2015
27/12/2015
9/11/15
8/12/15
19/12/15
7/12/15
9.12.15
30/11/2015
20/12/2015
11/12/2015
29/12/2015
22/10/2015
5/12/15
15/12/15
27/12/15

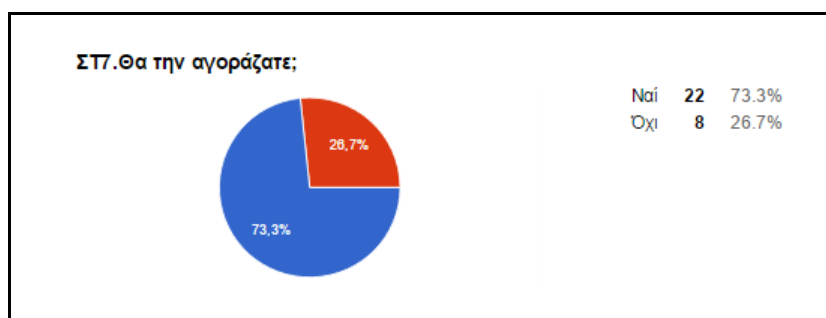
Διάγραμμα 11.12: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ5

Στο Διάγραμμα 11.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης ης εφαρμογής Aegean. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 29/12/15 και τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 29^η Δεκεμβρίου του 2015.



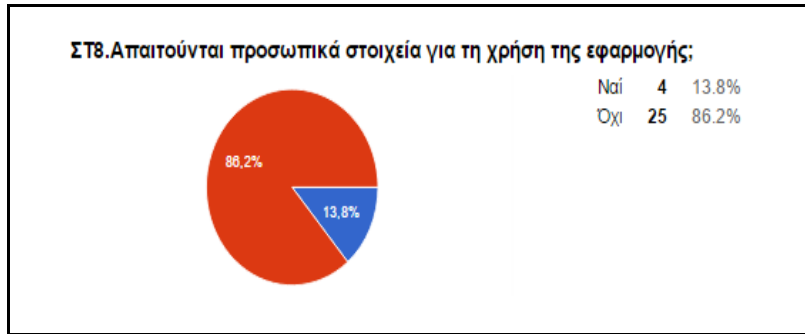
Διάγραμμα 11.13: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ6** (Διάγραμμα 11.13) το 57,1% *χρησιμοποιεί* την εφαρμογή για αεροπορικές κι ακτοπλοϊκές κρατήσεις.



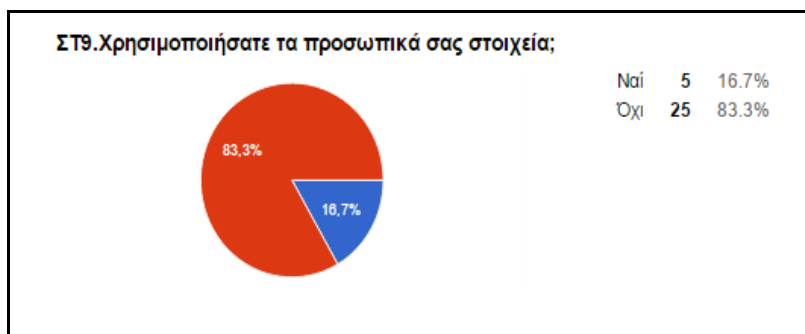
Διάγραμμα 11.14: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ7** (Διάγραμμα 11.14) το 73,3% *θα αγοράζε* την εφαρμογή Aegean.



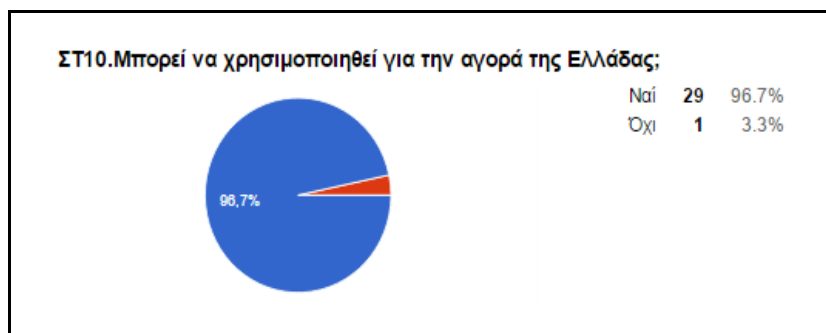
Διάγραμμα 11.15: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ8** (Διάγραμμα 11.15) κατά 86,2% *δεν απαιτούνται τα προσωπικά στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 11.16: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ9** (Διάγραμμα 11.16) το 83,3% *δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά στοιχεία* του για την χρήση της εφαρμογής.

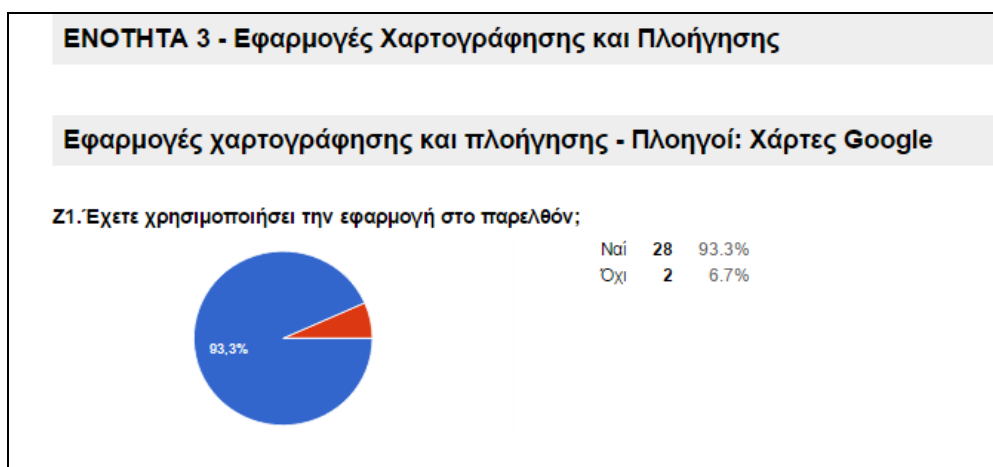


Διάγραμμα 11.17: Έρευνα – Ερώτηση ΣΤ10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση ΣΤ10** (Διάγραμμα 11.18) η *εφαρμογή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας* κατά 96,7%.

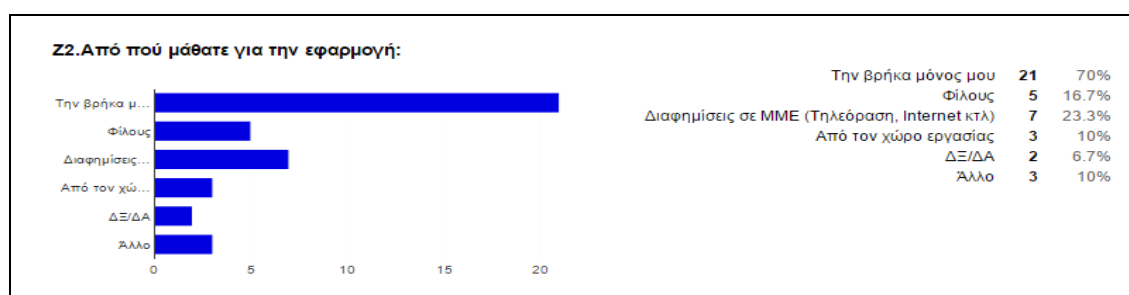
6.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ GOOGLE MAPS

Η **Ενότητα 3** περιλαμβάνει εφαρμογές χαρτογράφησης και πλοήγησης. Αρχικά, ερευνήθηκε η εφαρμογή **Google Maps**, με τις ερωτήσεις Z1 - Z10 και τα συμπεράσματα, που προκύπτουν, είναι τα εξής:



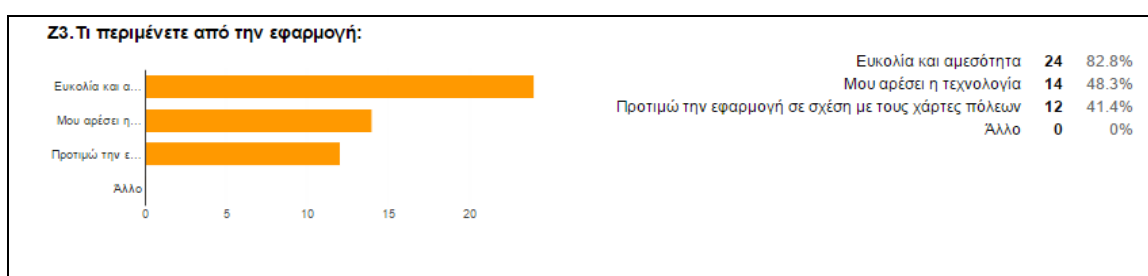
Διάγραμμα 12: Έρευνα – Ερώτηση Z1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z1** (Διάγραμμα 12) το 93,3% έχει χρησιμοποιήσει την εφαρμογή Google Maps στο παρελθόν.



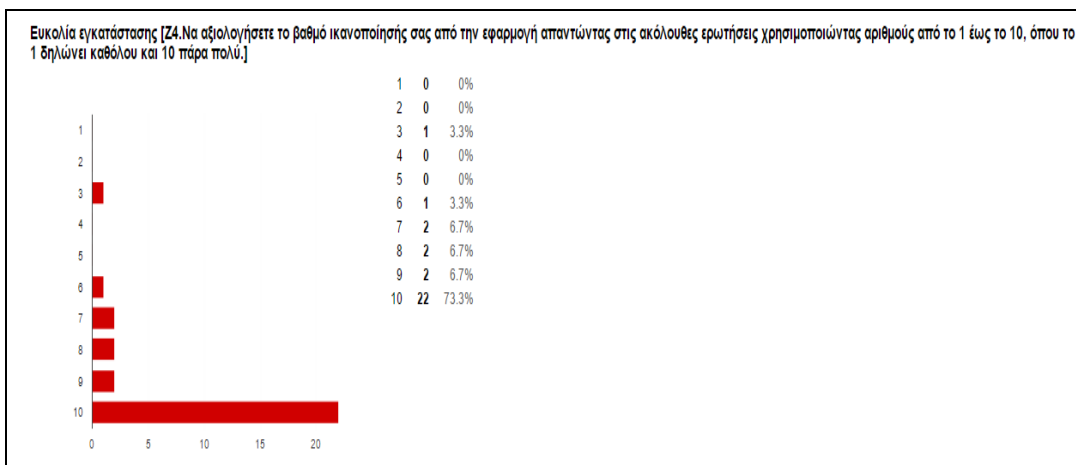
Διάγραμμα 12.1: Έρευνα – Ερώτηση Z2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z2** (Διάγραμμα 12.1) το 70% του δείγματος βρήκε την εφαρμογή μόνος του ο καθένας και 23,3% από τις διαφημίσεις.



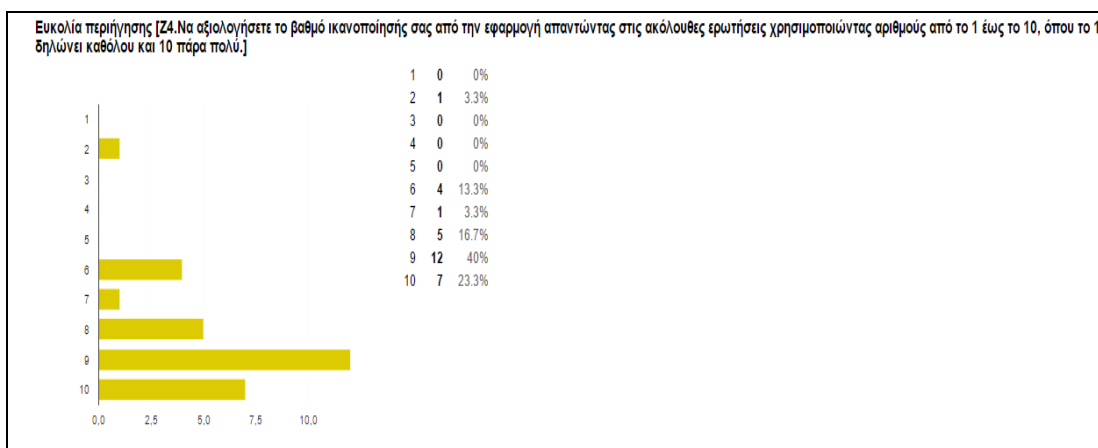
Διάγραμμα 12.2: Έρευνα – Ερώτηση Z3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z3** (Διάγραμμα 12.2) το 82,8% προσδοκεί ευκολία και αμεσότητα από την εφαρμογή και το 48,3% δηλώνει ότι του αρέσει η τεχνολογία.



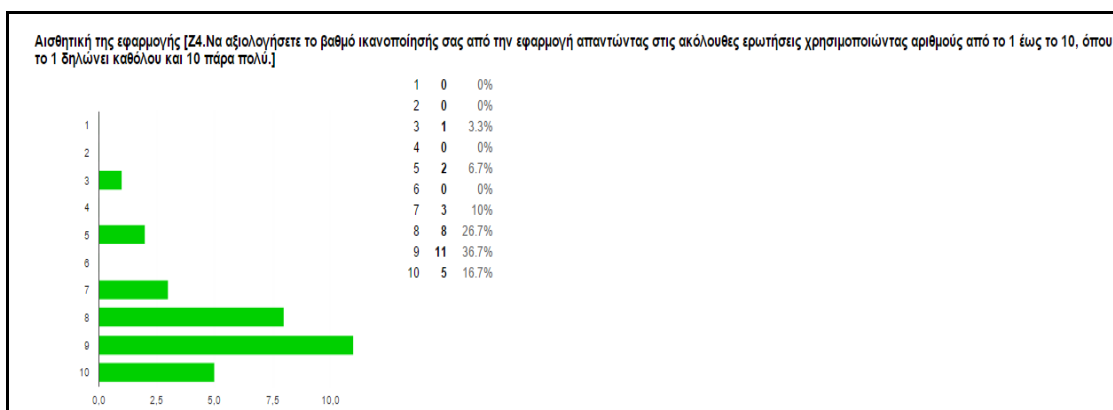
Διάγραμμα 12.3: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z4** (Διάγραμμα 12.3) το 73,3% δηλώνει πάρα πολύ εύκολη την εγκατάσταση της εφαρμογής, βαθμολογώντας την με 10.



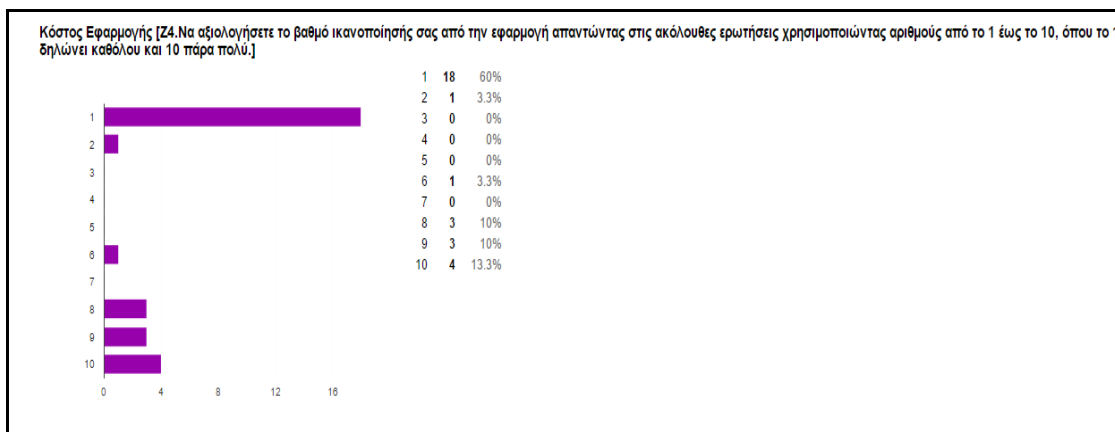
Διάγραμμα 12.4: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.4 θεωρείται πάρα πολύ εύκολη κατά 63,3%.



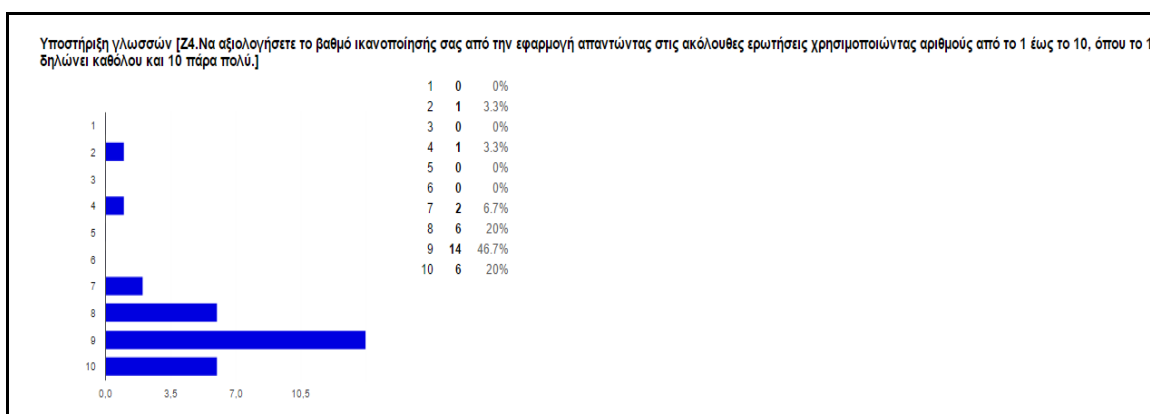
Διάγραμμα 12.5: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.5 η εμφάνιση της εφαρμογής θεωρείται πολύ καλή με βαθμό 9 και 8 κατά 63,5%.



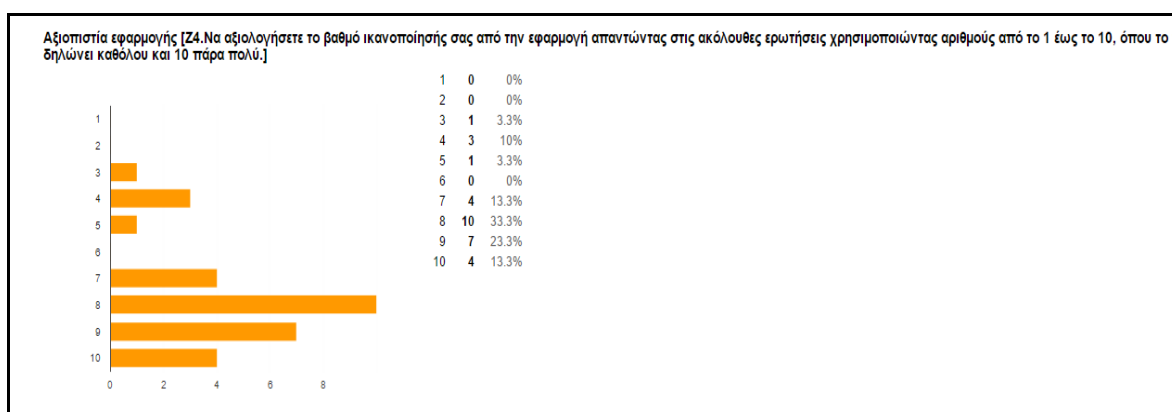
Διάγραμμα 12.6: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z4** (Διάγραμμα 12.6) το κόστος της εφαρμογής θεωρείται αμελητέο κατά 60%.



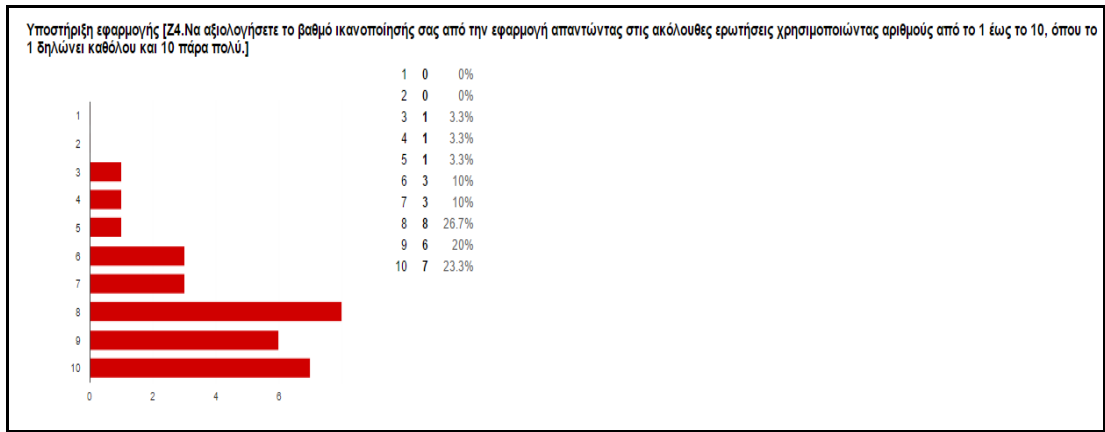
Διάγραμμα 12.7: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.7 η εφαρμογή παρέχει *πάρα πολύ καλή μετάφραση γλωσσών* κατά 66,7%.



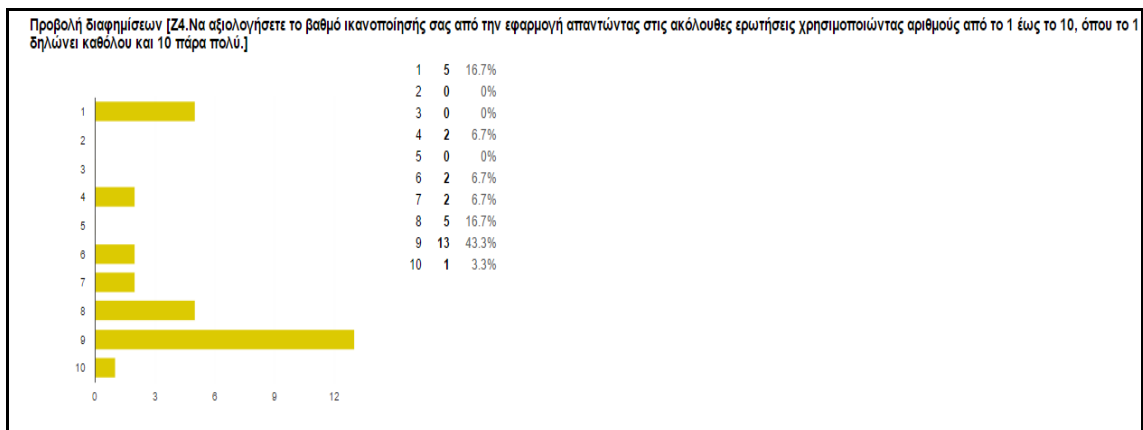
Διάγραμμα 12.8: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.8 η εφαρμογή είναι *πολύ αξιόπιστη* κατά 56,6% .



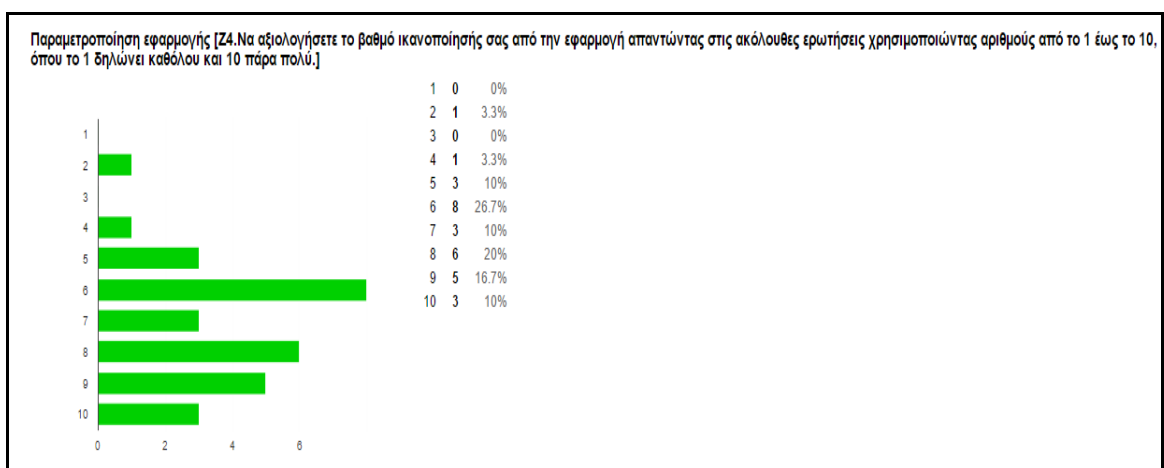
Διάγραμμα 12.9: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.9 η εφαρμογή αναβαθμίζεται και δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας κατά 46,7% με βαθμό 8 και 9.



Διάγραμμα 12.10: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.10 προβάλλει πολλές διαφημίσεις κατά 60%.



Διάγραμμα 12.11: Έρευνα – Ερώτηση Z4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 12.11 η εφαρμογή διαθέτει παραμέτρους μόνο κατά 36,7% και διαθέτει πάρα πολλές παραμέτρους μόνο κατά 26,7%, με βάση τη βαθμολογία του δείγματος.

Z5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής
21/12/15
17/12/2015
08/12/2015
9/11/15
8/12/15
19/12/15
20/10/1015
7/12/15
25/11/2015
1/1/15
11/12/2015
16/12/2015
10/11/15
20/12/15
15/12/15
27/12/15
4/12/15
28/12/2015

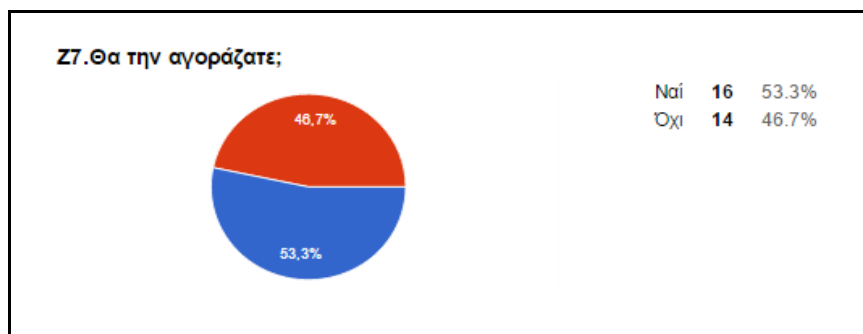
Διάγραμμα 12.12: Έρευνα – Ερώτηση Z5

Στο Διάγραμμα 12.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής GoogleMaps. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 1/1/15 – 28/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 28^η Δεκεμβρίου του 2015.



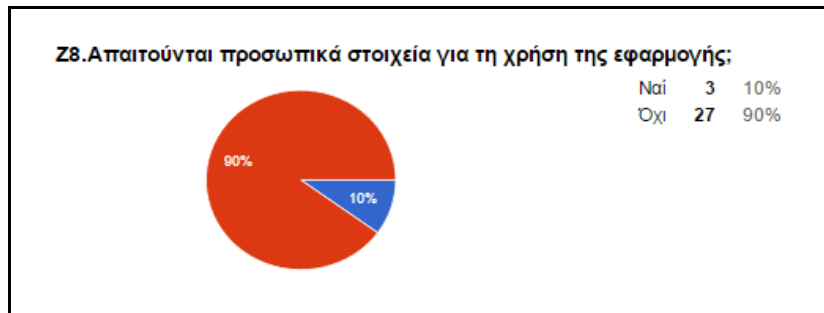
Διάγραμμα 12.13: Έρευνα – Ερώτηση Z6

Σχετικά με την **Ερώτηση Z6** (Διάγραμμα 12.13) το 86,7% χρησιμοποιεί την εφαρμογή.



Διάγραμμα 12.14: Έρευνα - Ερώτηση Z7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z7** (Διάγραμμα 12.14) το 53,3% θα αγοράζε την εφαρμογή Google Maps.



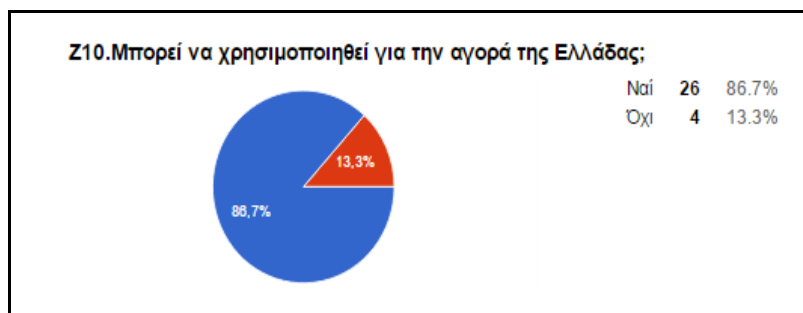
Διάγραμμα 12.15: Έρευνα – Ερώτηση Z8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z8** (Διάγραμμα 12.15) κατά 90% δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 12.16: Έρευνα – Ερώτηση Z9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z9** (Διάγραμμα 12.16) το 90% δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία.

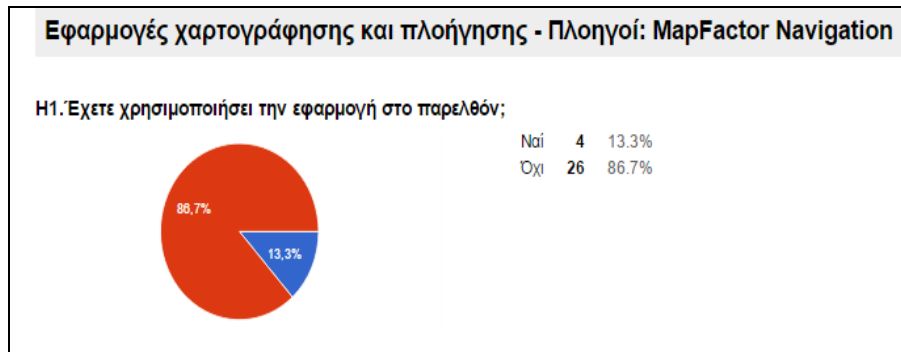


Διάγραμμα 12.17: Έρευνα – Ερώτηση Z10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Z10** (Διάγραμμα 12.17) κατά 86,7% η εφαρμογή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας.

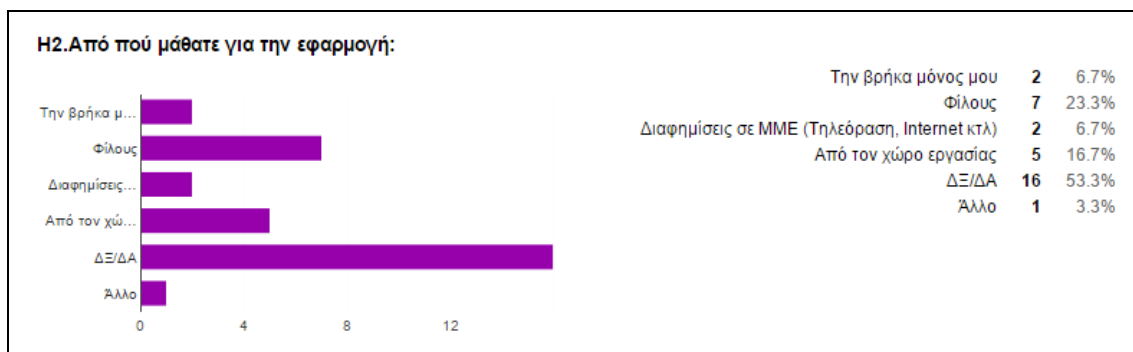
6.8 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ MAPFACTOR NAVIGATION

Στην **Ενότητα 3**, όσον αφορά τις εφαρμογές χαρτογράφησης και πλοήγησης περιλαμβάνεται η εφαρμογή **MapFactor Navigation**. Πρόκειται για τις ερωτήσεις H1 – H10 της έρευνας, οι οποίες δίνουν τα εξής συμπεράσματα στα παρακάτω διαγράμματα:



Διάγραμμα 13: Έρευνα – Ερώτηση H1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H1** (Διάγραμμα 13) το 86,7% *δεν έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή Aegaeon στο παρελθόν.



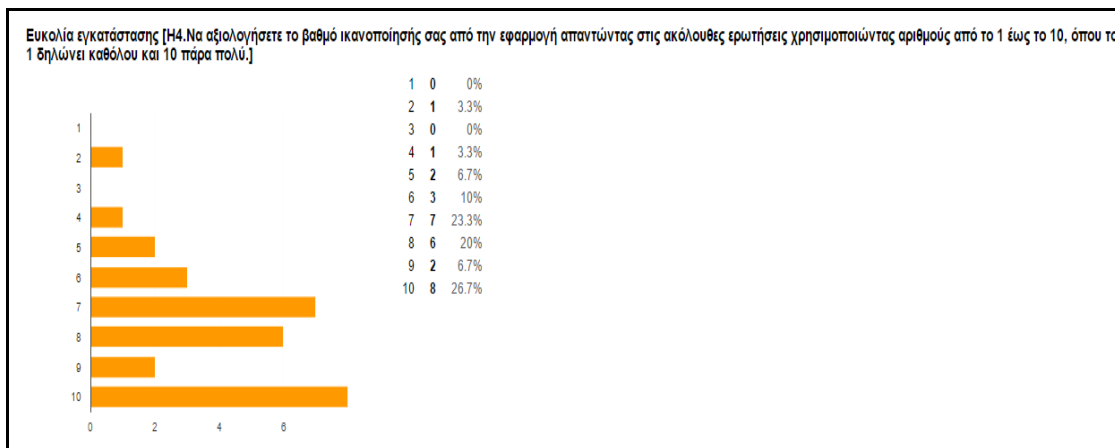
Διάγραμμα 13.1: Έρευνα – Ερώτηση H2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H2** (Διάγραμμα 13.1) το 53,3% *δεν γνωρίζει* την εφαρμογή και μόνο το 23,3% την γνωρίζει *από φίλους*.



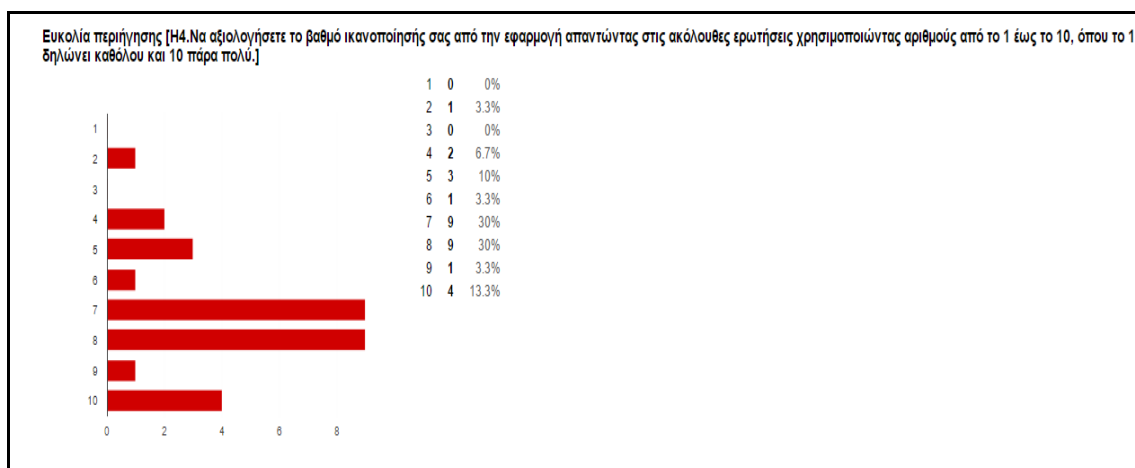
Διάγραμμα 13.2: Έρευνα – Ερώτηση H3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H3** (Διάγραμμα 13.2) το 90% προσδοκεί ευκολία και αμεσότητα από την εφαρμογή.



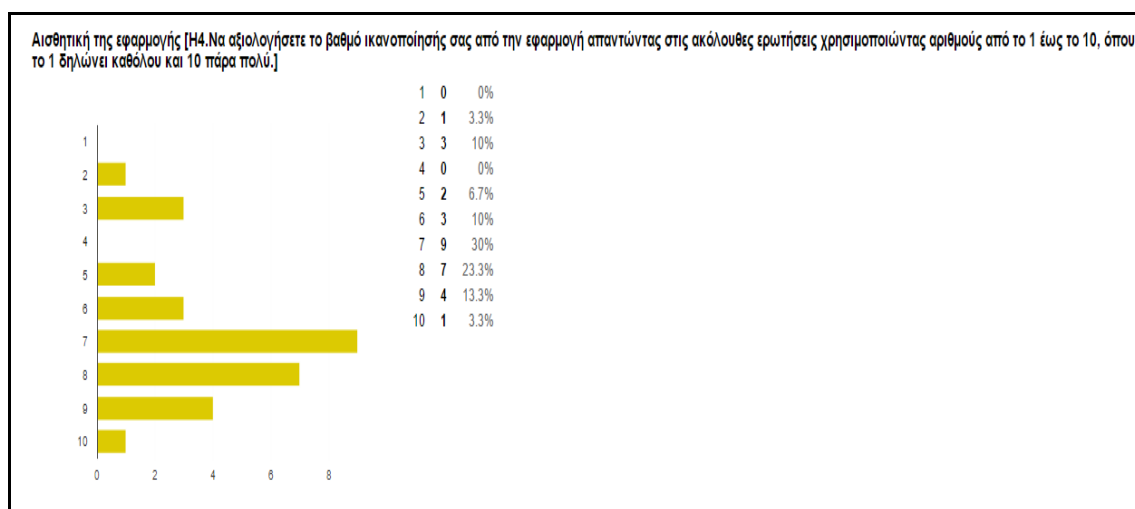
Διάγραμμα 13.3: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.3 η εγκατάσταση της εφαρμογής θεωρείται *πάρα πολύ εύκολη* μόνο κατά 26,7% με βαθμό 10 από το δείγμα και *εύκολη* με βαθμό 7 από το 23,3%.



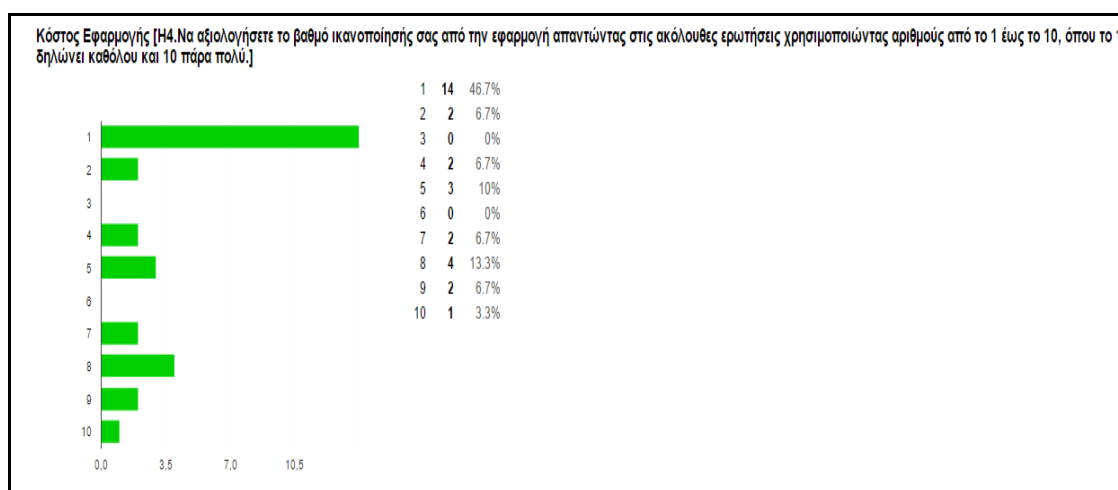
Διάγραμμα 13.4: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.4 το δείγμα βαθμολογεί την περιήγηση με βαθμό 7 και 8, δηλαδή είναι *αρκετά εύκολη* κατά 60%.



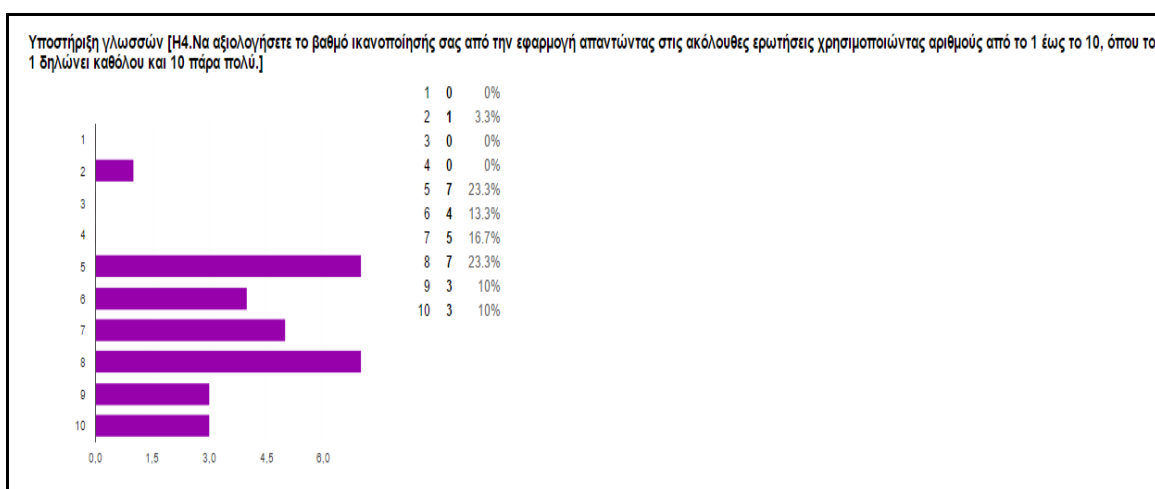
Διάγραμμα 13.5: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.5 η εμφάνιση της εφαρμογής είναι *αρκετά καλή* κατά 53,3%, με βαθμό 7 και 8 από το δείγμα.



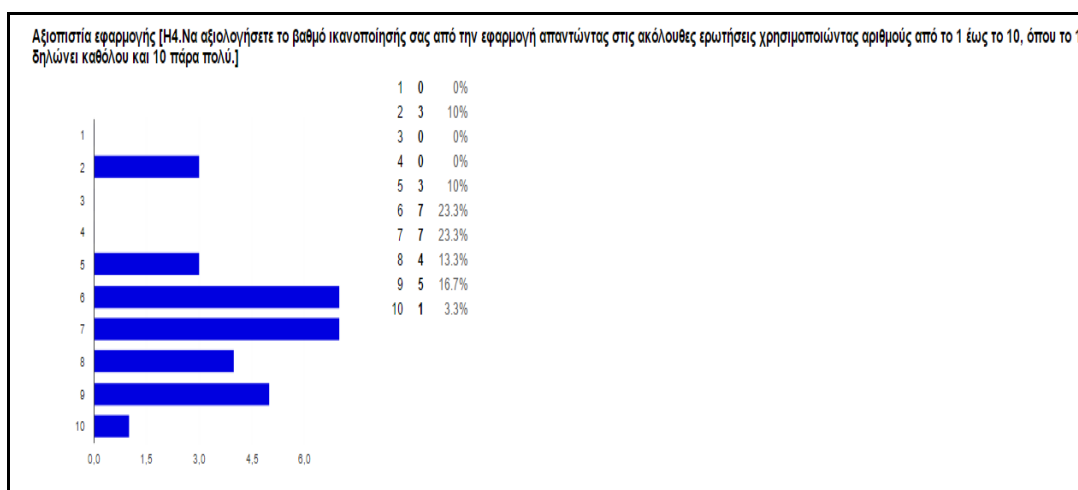
Διάγραμμα 13.6: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.6 το κόστος της εφαρμογής είναι *μηδαμινό* κατά 46,7%.

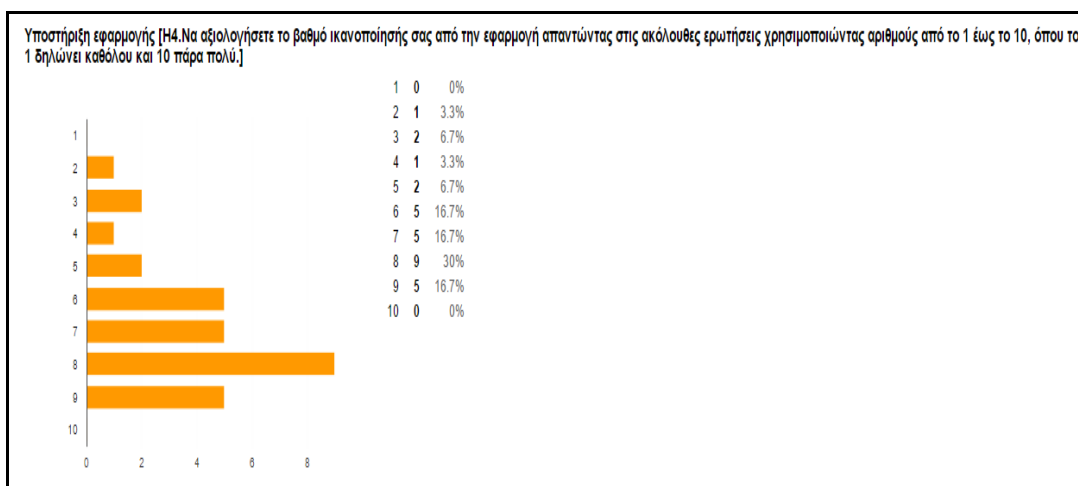


Διάγραμμα 13.7: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

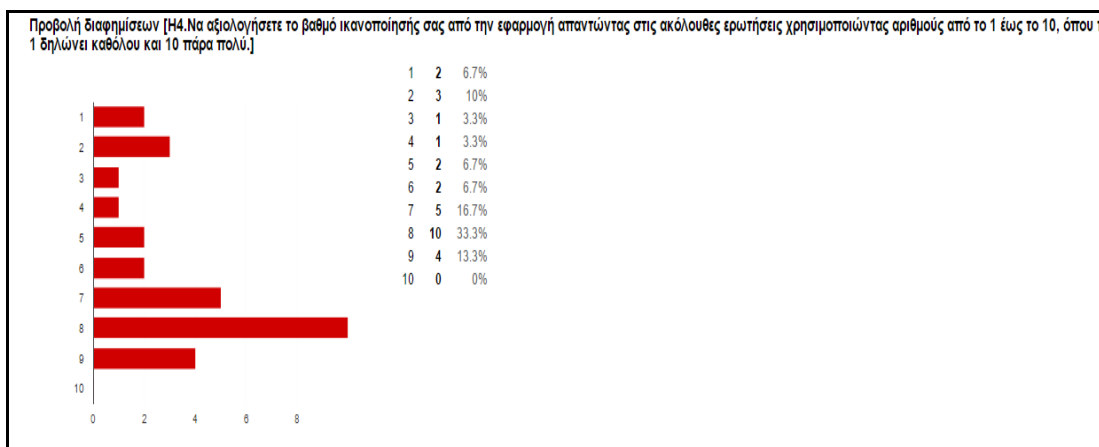
Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.7 η εφαρμογή παρέχει μετάφραση κατά 23,3% και καλή υποστήριξη γλωσσών κατά 40%.



Διάγραμμα 13.8: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)
Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.8 η εφαρμογή θεωρείται περίπου 47% αρκετά αξιόπιστη.

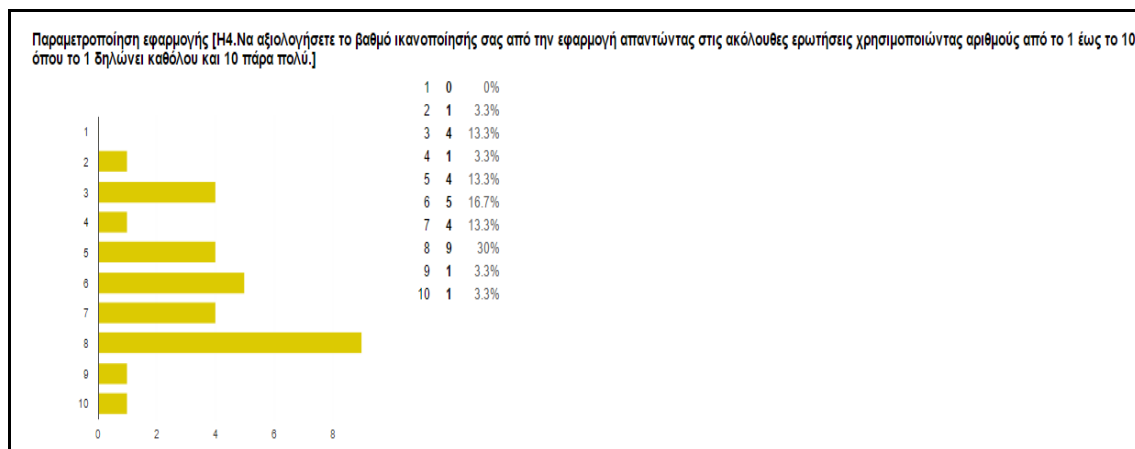


Διάγραμμα 13.9: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)
Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.9 η εφαρμογή αναβαθμίζεται αρκετά συχνά και δεν παρουσιάζει προβλήματα κατά 46,7%.



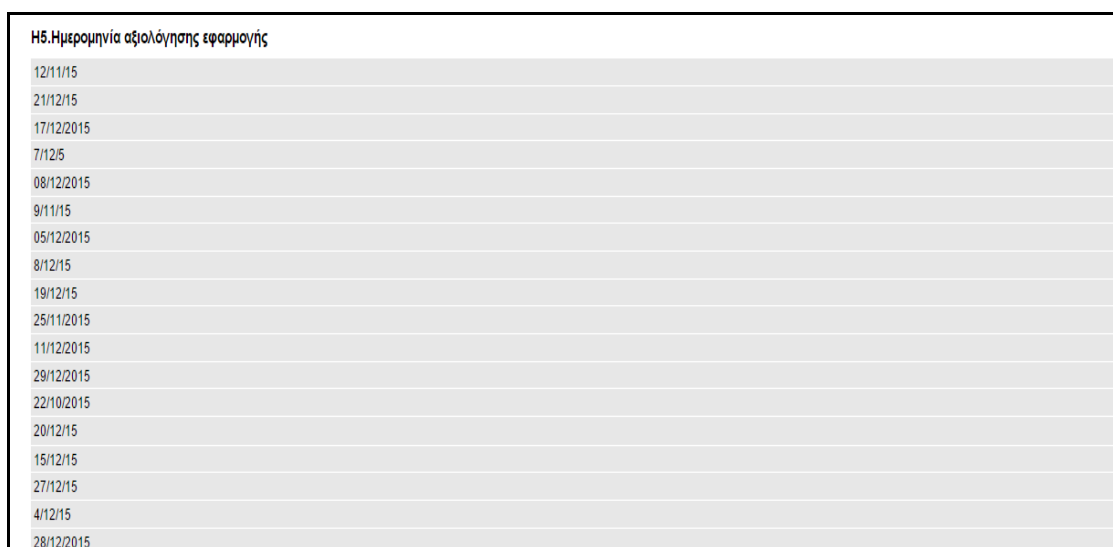
Διάγραμμα 13.10: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.10 προβάλλει πολλές διαφημίσεις με βαθμό 7 και 8 από το 50%.



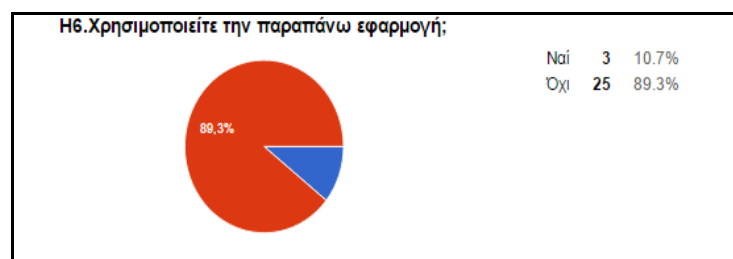
Διάγραμμα 13.11: Έρευνα – Ερώτηση H4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 13.11 η εφαρμογή διαθέτει πολλές παραμέτρους κατά 43,3%.



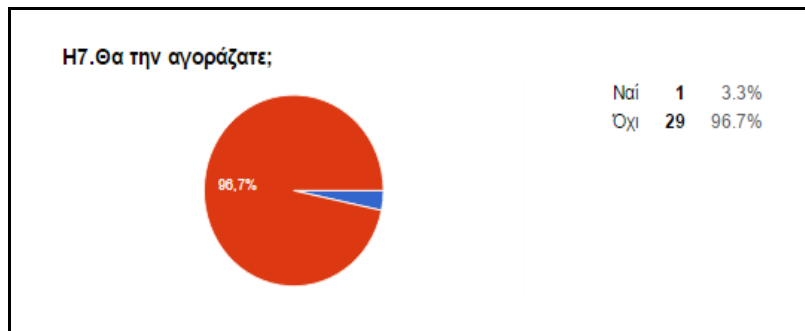
Διάγραμμα 13.12: Έρευνα – Ερώτηση H5

Στο Διάγραμμα 13.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής MapFactor. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 22/10/15 – 28/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 28^η Δεκεμβρίου του 2015.



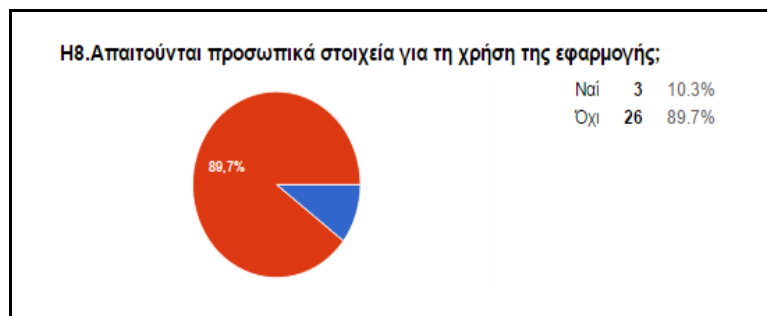
Διάγραμμα 13.13: Έρευνα – Ερώτηση H6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H6** (Διάγραμμα 13.13) το 89,3% δεν χρησιμοποιεί την εφαρμογή MapFactor Navigation.



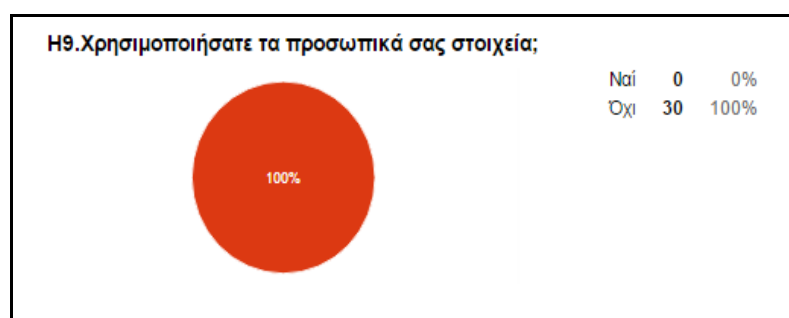
Διάγραμμα 13.14: Έρευνα – Ερώτηση H7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H7** (Διάγραμμα 13.14) το 96,7% δεν θα αγοράζε την εφαρμογή.



Διάγραμμα 13.15: Έρευνα – Ερώτηση H8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H8** (Διάγραμμα 13.15) κατά 89,7% δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 13.16: Έρευνα – Ερώτηση H9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H9** (13.16) το 100% δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία.

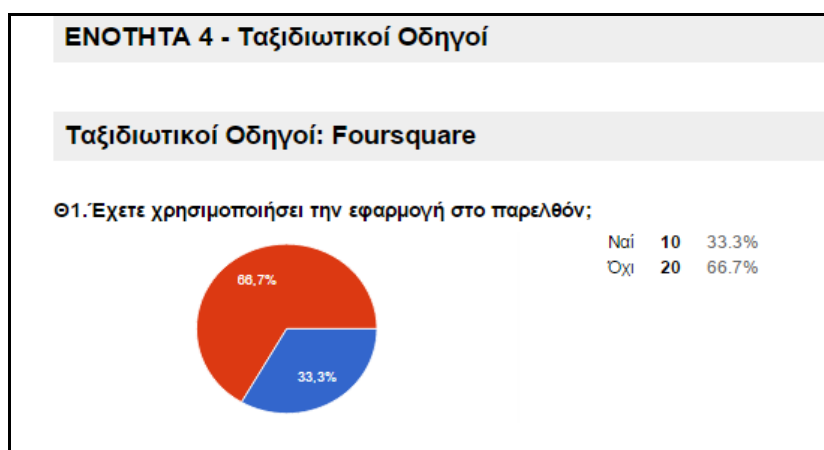


Διάγραμμα 13.17: Έρευνα – Ερώτηση H10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση H10** (Διάγραμμα 13.17) η εφαρμογή δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας κατά 53,6%.

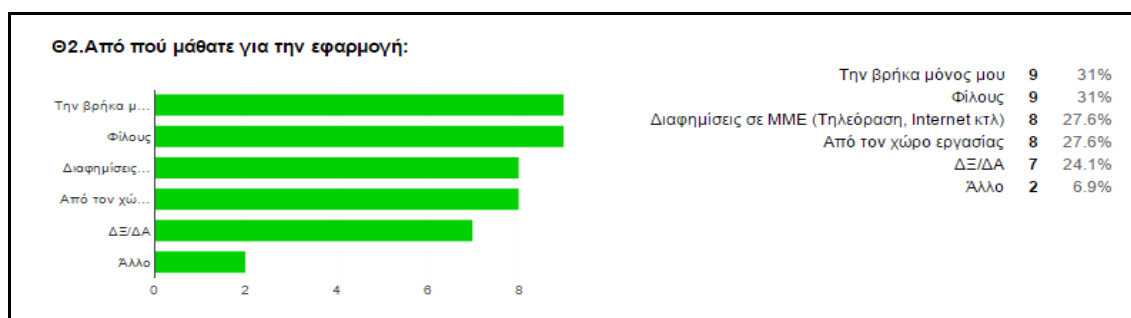
6.9 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ FOURSQUARE

Η **Ενότητα 4** περιλαμβάνει εφαρμογές, που διατίθενται ως τουριστικοί οδηγοί. Ένας ηλεκτρονικός τουριστικός οδηγός περιλαμβάνει κέντρα διασκέδασης, εστιατόρια, καφετέριες, θεματικά πάρκα, ξενοδοχεία, μνημεία και μουσεία, που αξίζουν επίσκεψη. Εκτός από την προβολή των παραπάνω μερών ο ηλεκτρονικός τουριστικός οδηγός προβάλλει συνήθως την απόσταση από το μέρος επίσκεψης και ίσως το κόστος. Στην **Ενότητα 4** βαθμολογείται η εφαρμογή **Foursquare**. Οι ερωτήσεις **Θ1 – Θ10** της ενότητας 4 δίνουν τα εξής συμπεράσματα:



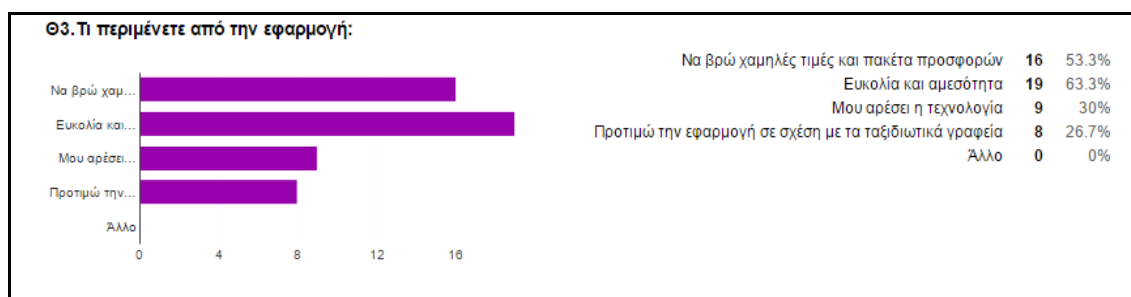
Διάγραμμα 14: Έρευνα – Ερώτηση Θ1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ1** (Διάγραμμα 14) το 66,7% έχει χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν.



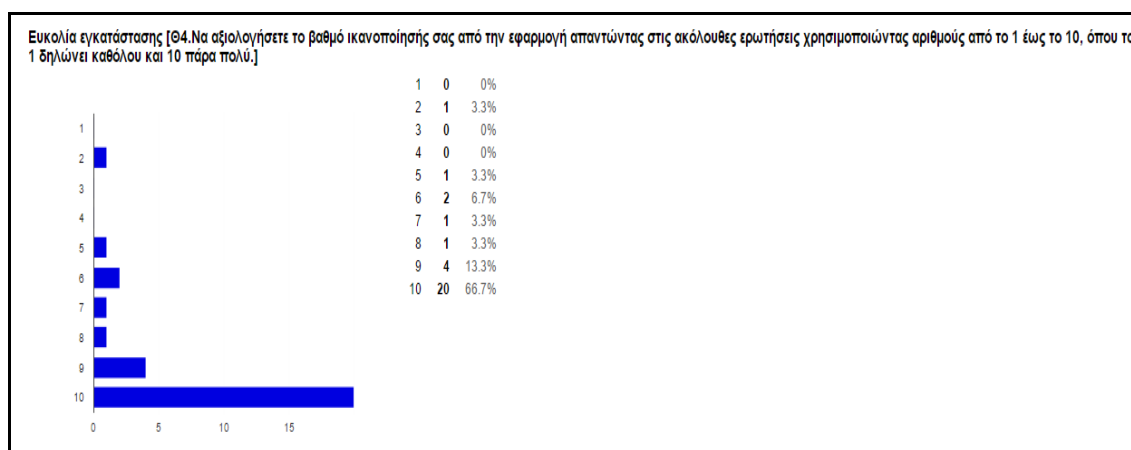
Διάγραμμα 14.1: Έρευνα – Ερώτηση Θ2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ2** (Διάγραμμα 14.1) το 27,6% γνωρίζει την εφαρμογή από τις διαφημίσεις, το 26,7% από τον χώρο εργασίας και το 24,1% δεν την γνωρίζει.



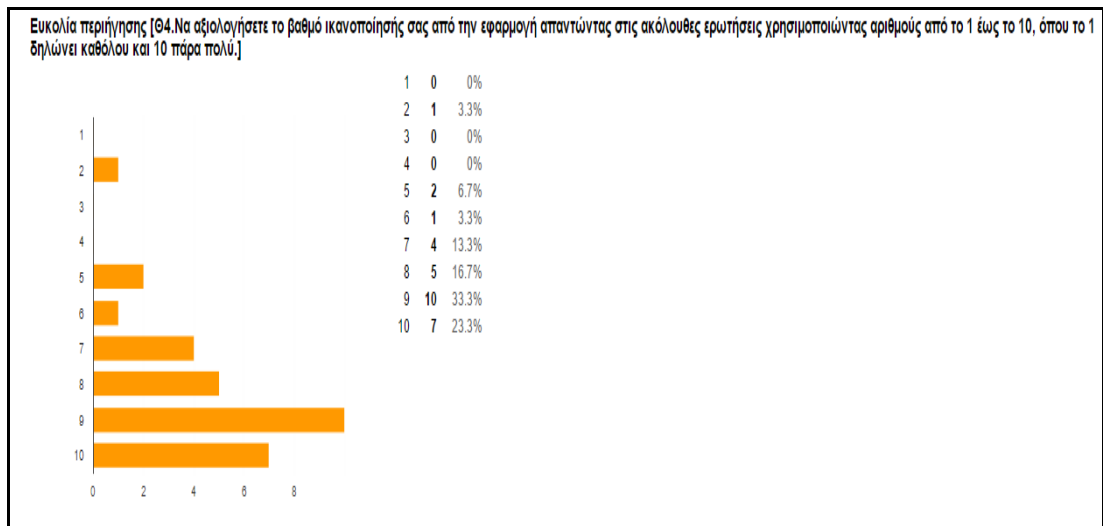
Διάγραμμα 14.2: Έρευνα – Ερώτηση Θ3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ3** (Διάγραμμα 14.2) το 63,3% προσδοκεί ευκολία και αμεσότητα, ενώ το 53,3% χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών.



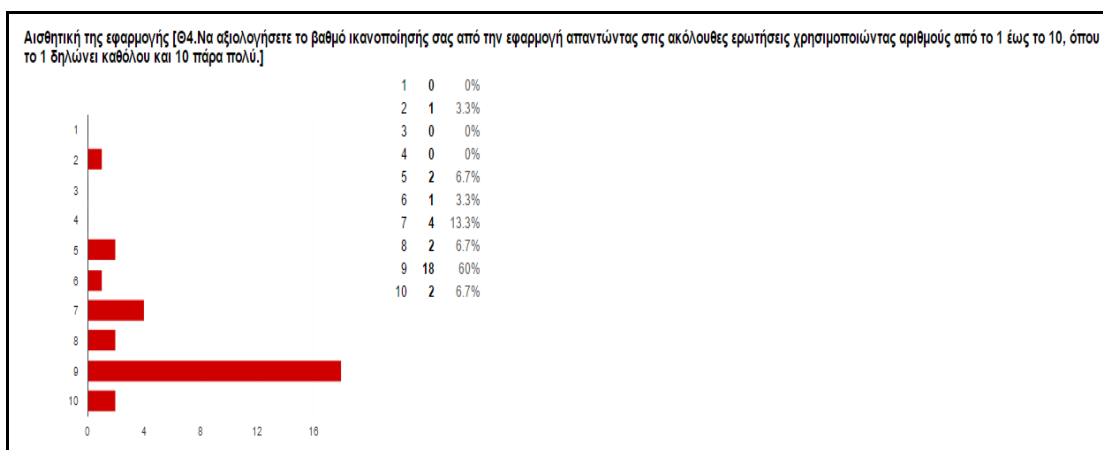
Διάγραμμα 14.3: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.3 της **Ερώτησης Θ4** η εγκατάσταση της εφαρμογής θεωρείται 66,7% πανεύκολη.



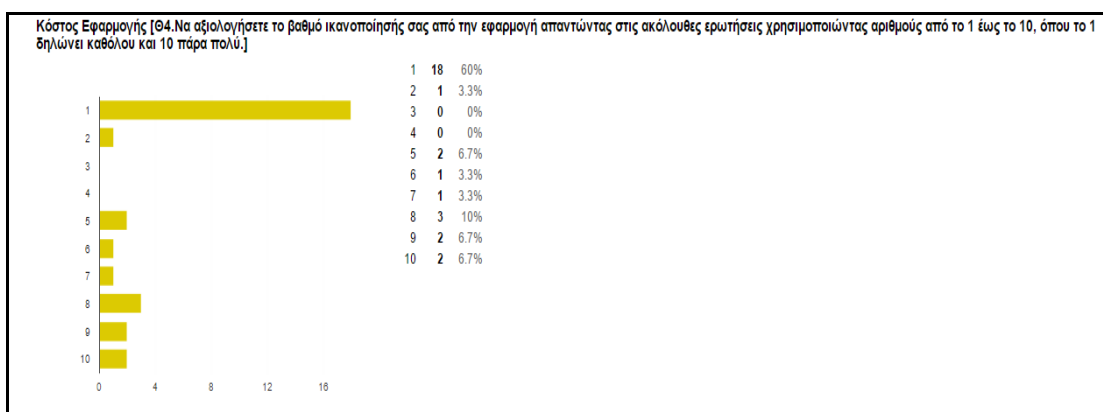
Διάγραμμα 14.4: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.4 η περιήγηση της εφαρμογής είναι κατά 56,6% πάρα πολύ εύκολη.



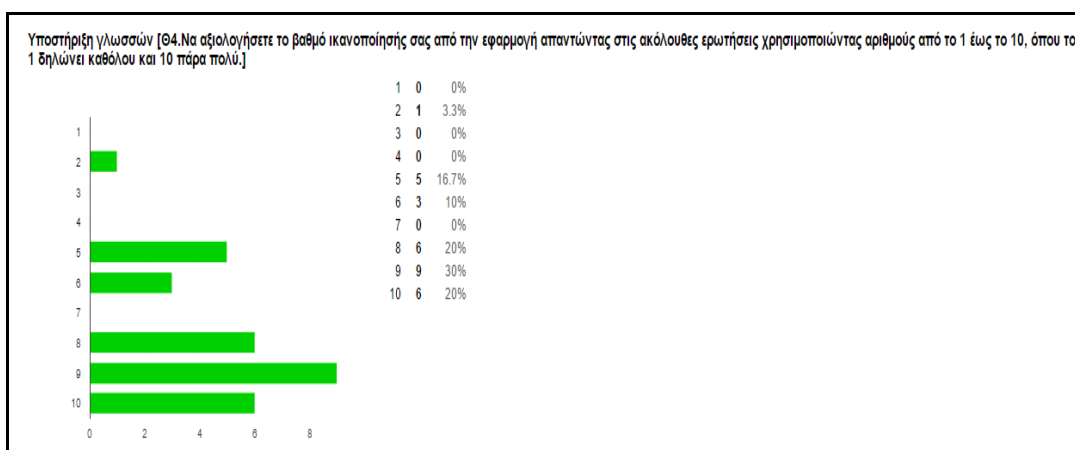
Διάγραμμα 14.5: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.5 η εφαρμογή θεωρείται πολύ εμφανίσιμη κατά 60% με βαθμό 9 από το δείγμα.



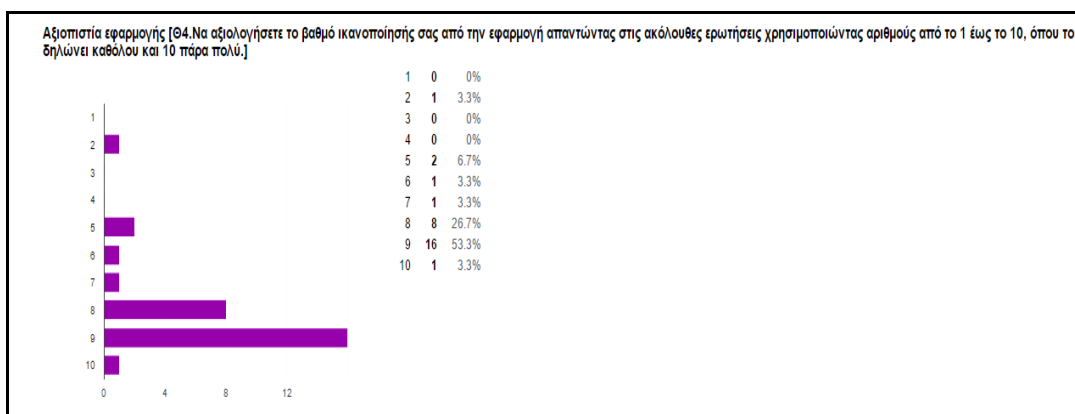
Διάγραμμα 14.6: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.6 το κόστος της εφαρμογής θεωρείται *μηδαμινό* κατά 60%.



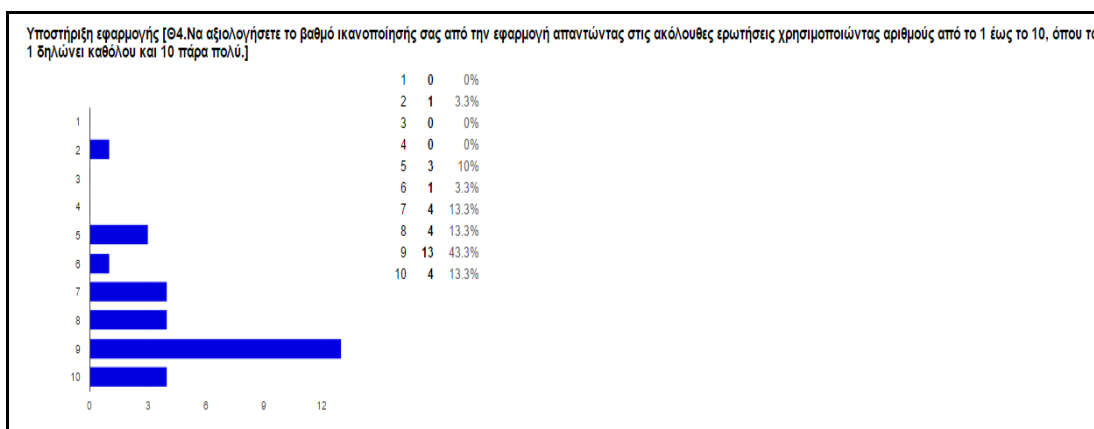
Διάγραμμα 14.7: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.7 η υποστήριξη της γλώσσας είναι κατά 50% *πάρα πολύ καλή* και μέτρια κατά 16,7%.



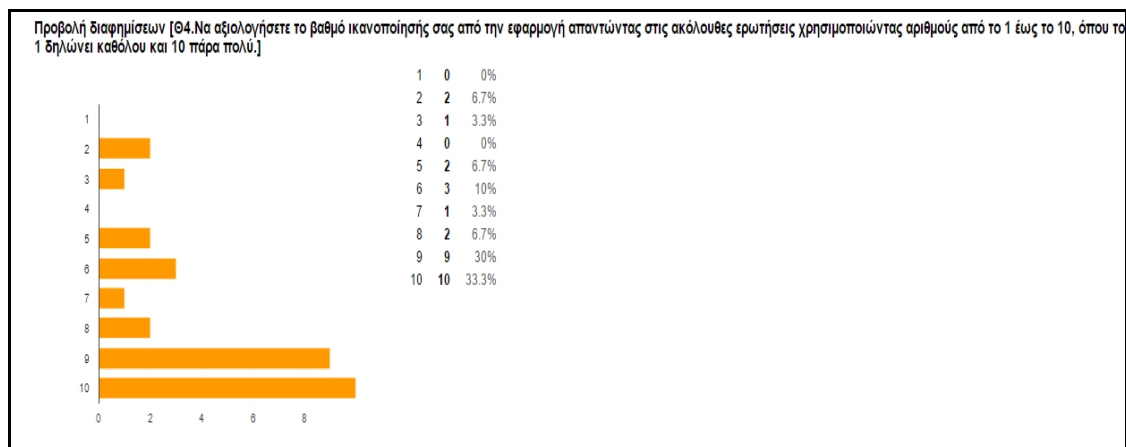
Διάγραμμα 14.8: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.8 η εφαρμογή βαθμολογείται με βαθμό 9 κατά 53,3%, δηλαδή είναι *πάρα πολύ αξιόπιστη*.



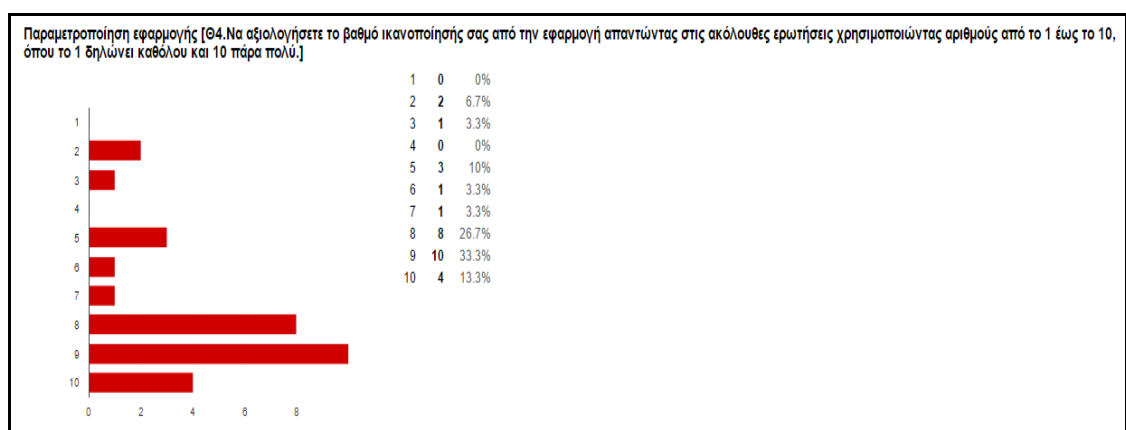
Διάγραμμα 14.9: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.9 η εφαρμογή έχει πάρα πολλές συχνές αναβαθμίσεις κατά 56,7% και πολλές αναβαθμίσεις, υποστήριξη κατά 26,7%.



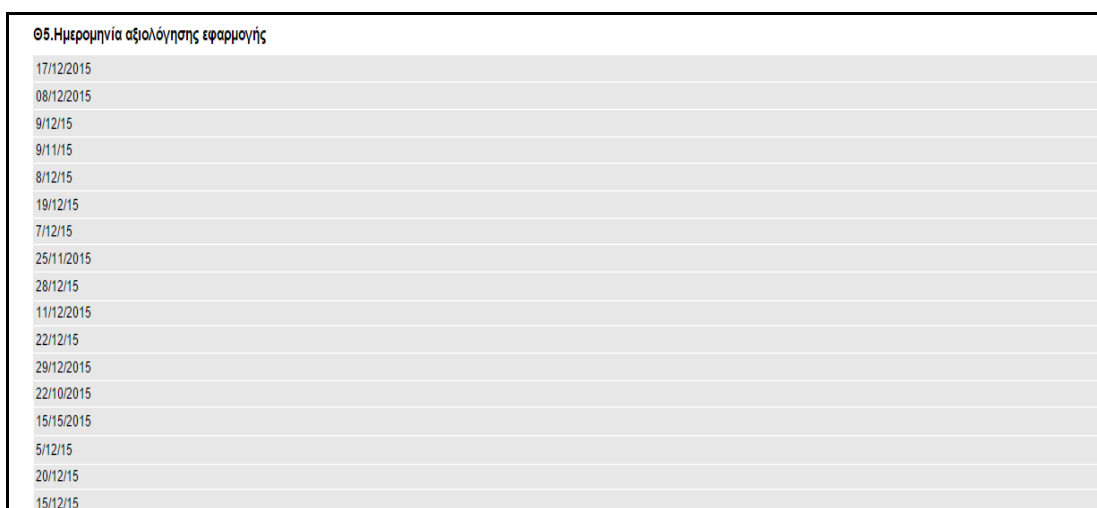
Διάγραμμα 14.10: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.10 η εφαρμογή προβάλλει πάρα πολλές διαφημίσεις κατά 63,4%.



Διάγραμμα 14.11: Έρευνα – Ερώτηση Θ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 14.11 η εφαρμογή διαθέτει πολλές παραμέτρους κατά 60%.



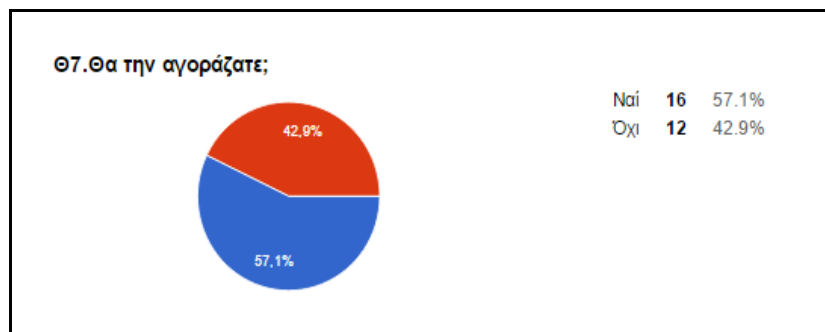
Διάγραμμα 14.12: Έρευνα – Ερώτηση Θ5

Στο Διάγραμμα 14.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής Foursquare. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 29/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 29^η Δεκεμβρίου του 2015.



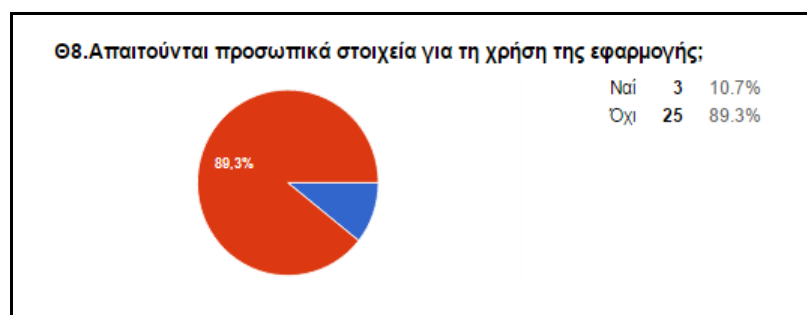
Διάγραμμα 14.13: Έρευνα – Ερώτηση Θ6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ6** (Διάγραμμα 14.13) το 53,6% *δεν χρησιμοποιεί* την εφαρμογή Foursquare.



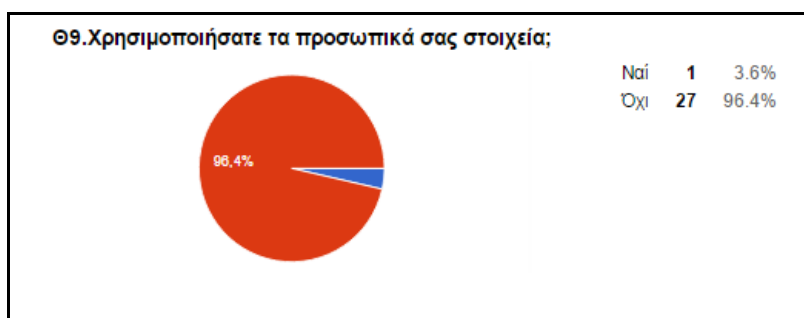
Διάγραμμα 14.14: Έρευνα – Ερώτηση Θ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ7** (Διάγραμμα 14.14) το 57,1% *θα αγοράζε* την εφαρμογή.



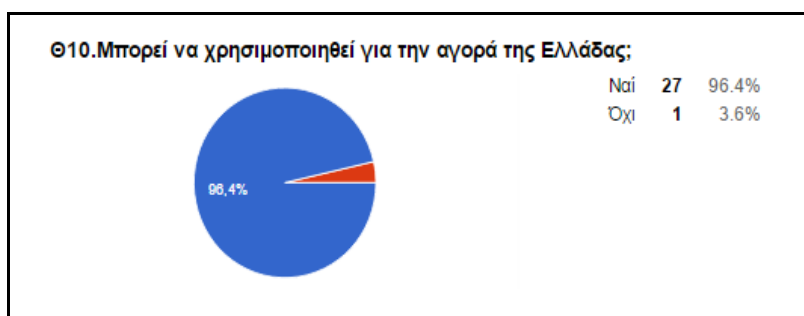
Διάγραμμα 14.15: Έρευνα – Ερώτηση Θ8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ8** (Διάγραμμα 14.15) το 89,3% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 14.16: Έρευνα – Ερώτηση Θ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ9** (Διάγραμμα 14.16) το 96,4% *δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 14.17: Έρευνα – Ερώτηση Θ10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Θ10** (Διάγραμμα 14.17) η εφαρμογή *μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας* κατά 96,4%.

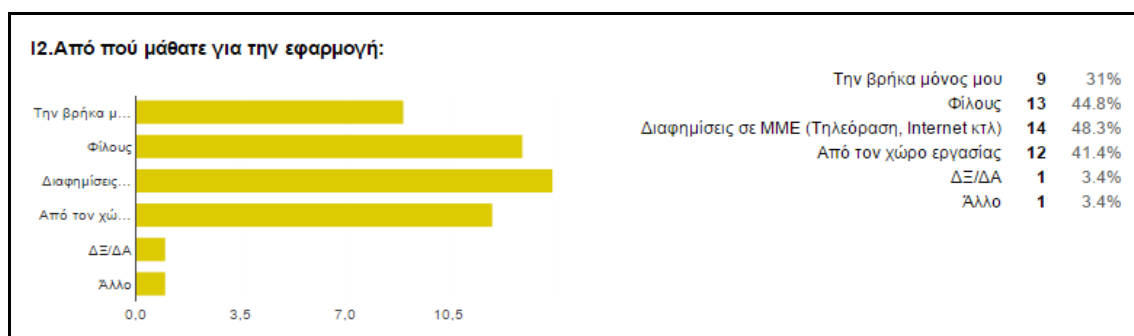
6.10 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIPADVISOR

Στην **Ενότητα 4** περιλαμβάνεται και η εφαρμογή TripAdvisor όσον αφορά τους ηλεκτρονικούς τουριστικούς οδηγούς. Πρόκειται για τις ερωτήσεις 11- 110, οι οποίες δίνουν τα παρακάτω συμπεράσματα:



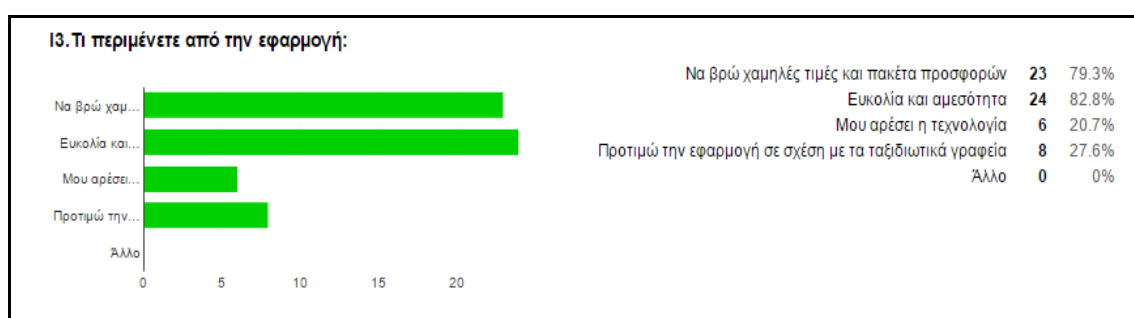
Διάγραμμα 15: Έρευνα – Ερώτηση 11

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 11** (Διάγραμμα 15) το 62,1% *έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή στο παρελθόν.



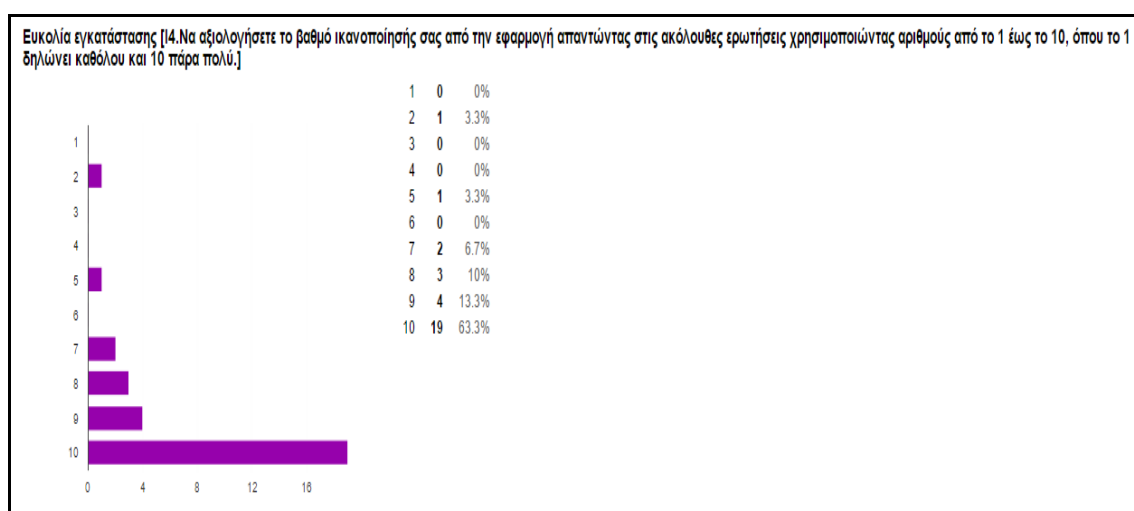
Διάγραμμα 15.1: Έρευνα – Ερώτηση 12

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 12** (Διάγραμμα 11.1) η εφαρμογή είναι γνωστή από τις **διαφημίσεις** κατά 48.3% και από **φίλους** κατά 44.8%.



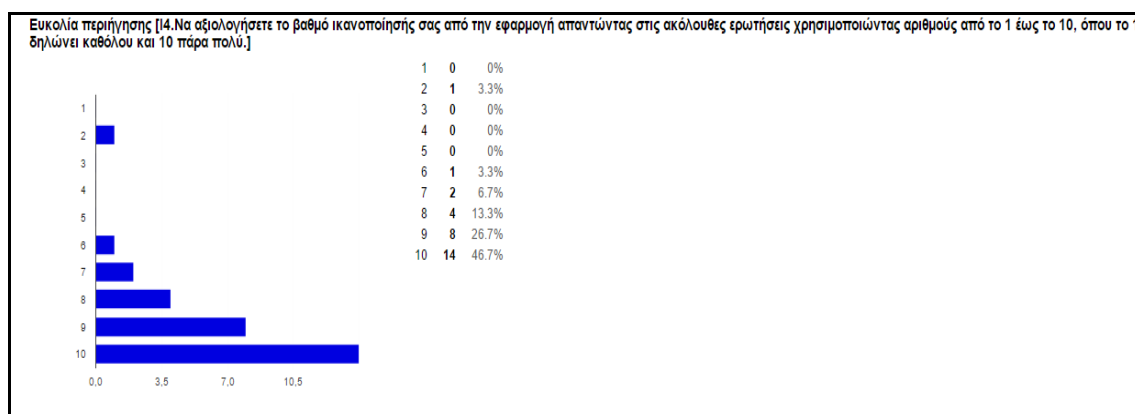
Διάγραμμα 15.2: Έρευνα – Ερώτηση 13

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 13** (Διάγραμμα 15.2) το 82,8% προτιμά την **ευκολία και αμεσότητα** στην εφαρμογή και το 79,3% προσδοκεί να **βρει χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών**.



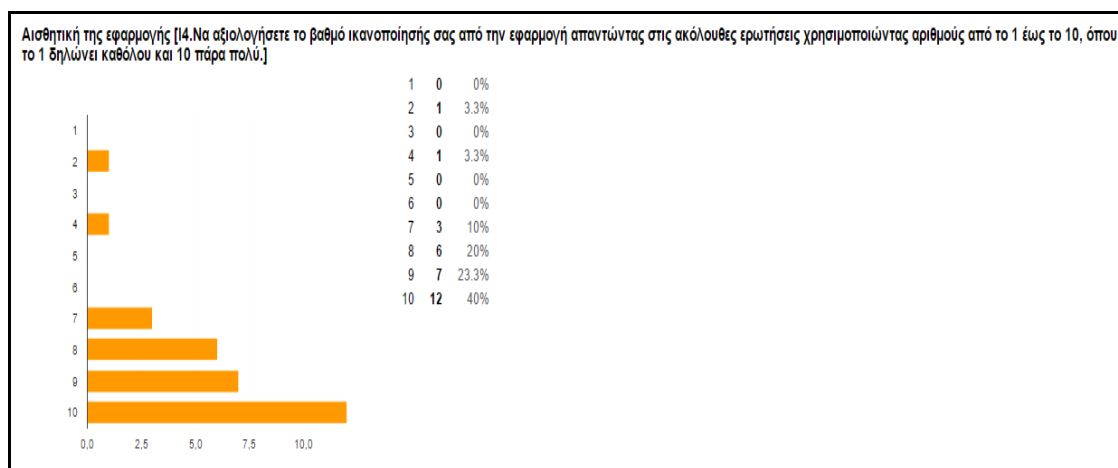
Διάγραμμα 15.3: Έρευνα – Ερώτηση 14 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με το **Διάγραμμα 15.3** η εφαρμογή εγκαθίστανται πάρα πολύ εύκολα με βαθμό 10 από το 63,3% του δείγματος.



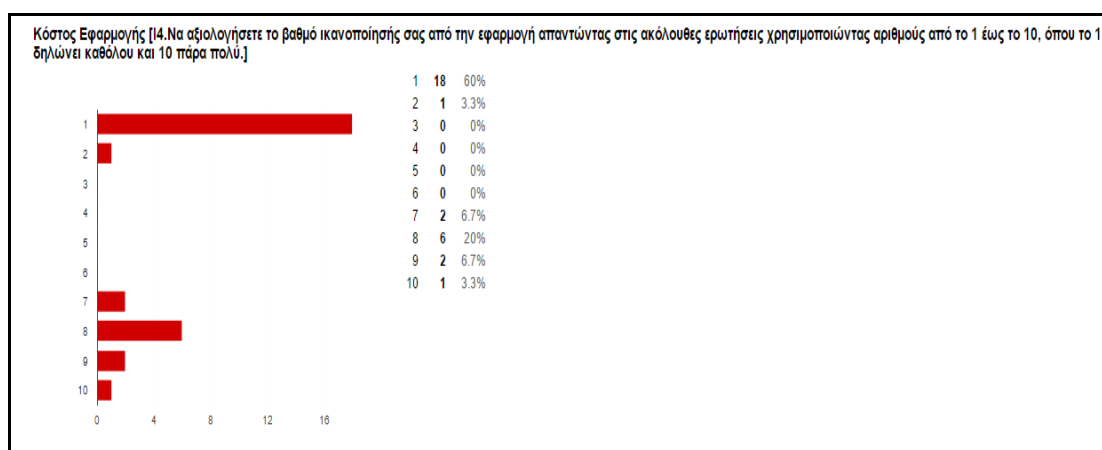
Διάγραμμα 15.4: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.4 η περιήγηση της εφαρμογής θεωρείται *πανεύκολη* κατά 73,5%.



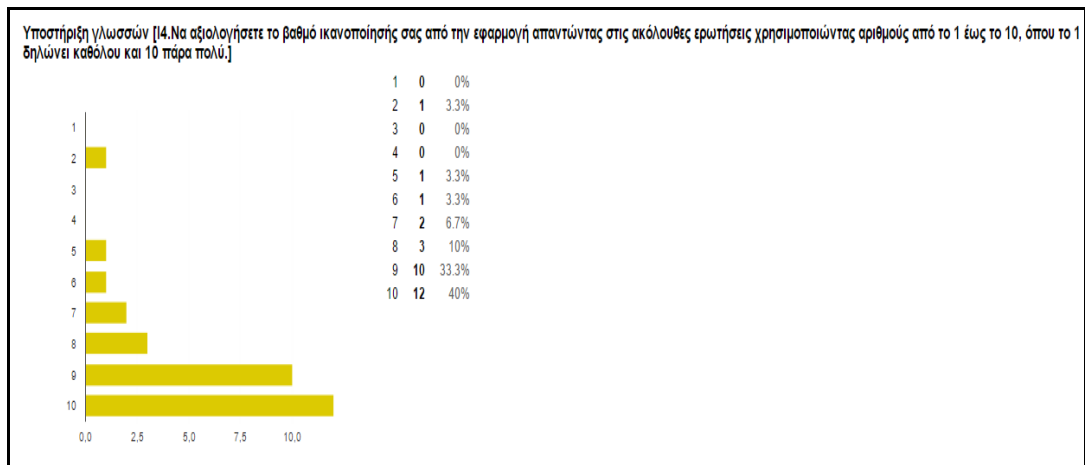
Διάγραμμα 15.5: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.5 η εφαρμογή είναι *πάρα πολύ εμφανίσιμη* κατά 63,3%.



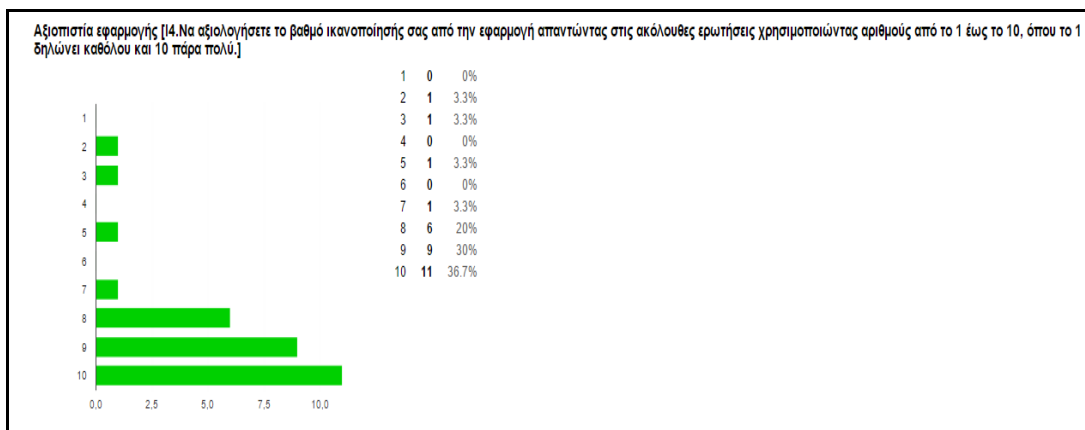
Διάγραμμα 15.6: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.6 το κόστος της εφαρμογής θεωρείται *μηδαμινό* κατά 60%.



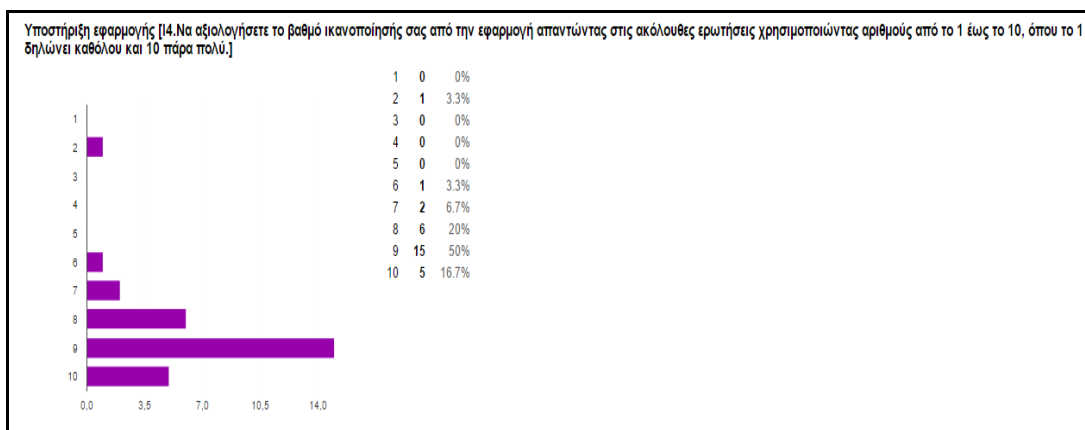
Διάγραμμα 15.7: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.7 η εφαρμογή έχει πάρα πολύ καλή μετάφραση και υποστήριξη των γλωσσών κατά 73,3%.



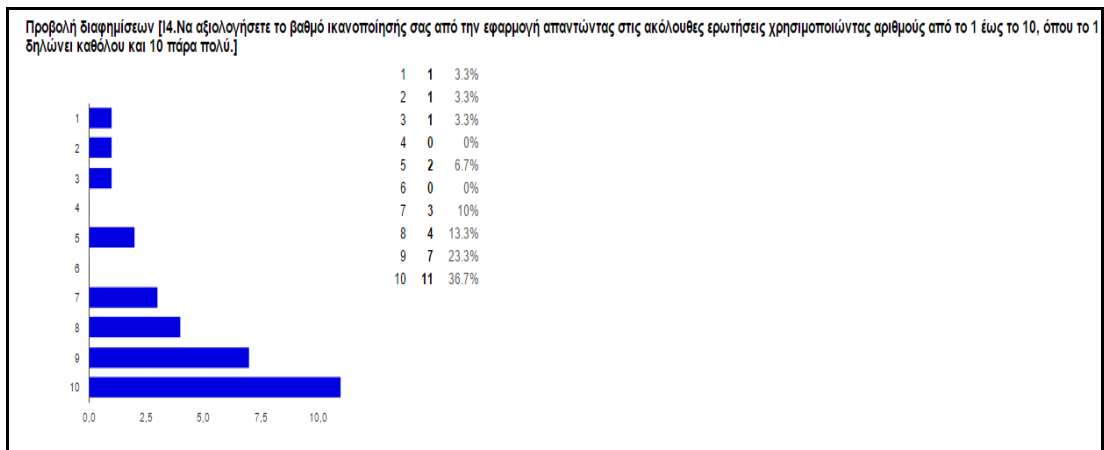
Διάγραμμα 14.8: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.8 η εφαρμογή είναι πάρα πολύ αξιόπιστη κατά 66,7%.



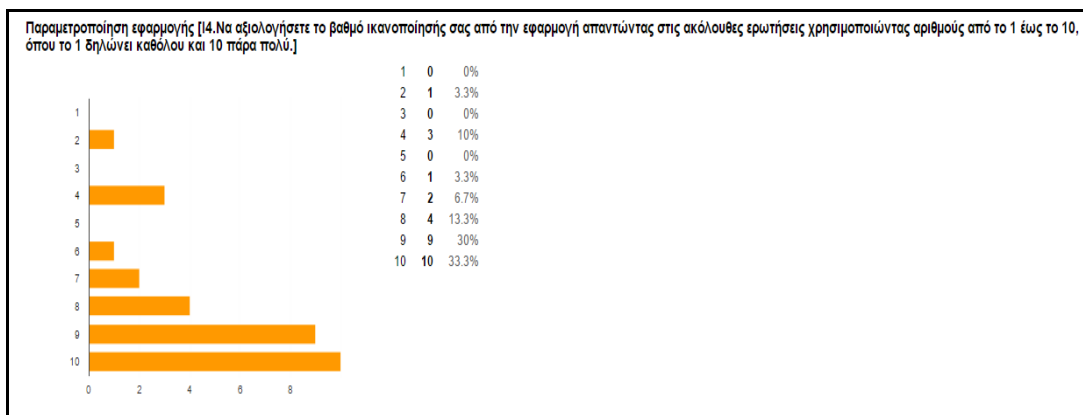
Διάγραμμα 15.9: Έρευνα – Ερώτηση I4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.9 η εφαρμογή υποστηρίζεται, αναβαθμίζεται και δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας πολύ συχνά κατά 70%.



Διάγραμμα 15.10: Έρευνα – Ερώτηση 14 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.10 η εφαρμογή προβάλλει *πάρα πολλές διαφημίσεις* κατά 60%.



Διάγραμμα 15.11: Έρευνα – Ερώτηση 14 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 15.11 η εφαρμογή διαθέτει *πάρα πολλές παραμέτρους* κατά 63,3%.

15. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

17/12/2015
08/12/2015
20/11/2015
9/11/15
8/12/15
15/11/2015
19/12/15
8/11/15
7/12/15
28/12/15
11/12/2015
22/12/15
29/12/2015
22/10/2015
29/12/2015
22/10/2015
5/12/15
20/12/15
15/12/15
20/10-2015

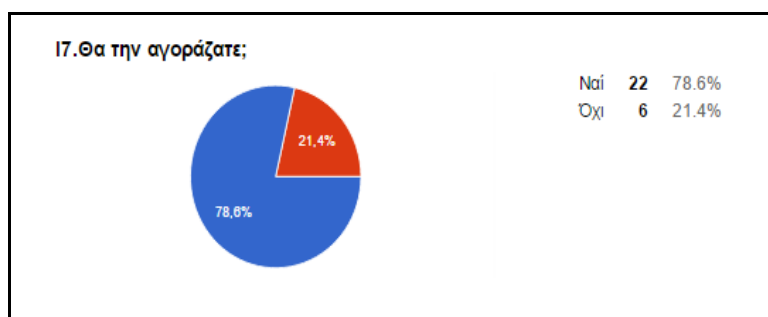
Διάγραμμα 15.12: Έρευνα – Ερώτηση 15

Στο Διάγραμμα 15.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής TripAdvisor. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 29/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 29^η Δεκεμβρίου του 2015.



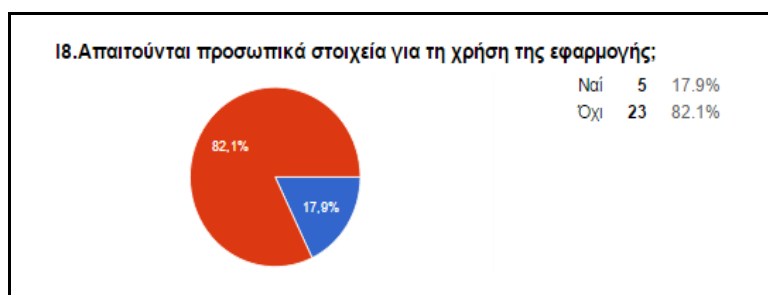
Διάγραμμα 15.13: Έρευνα – Ερώτηση I6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση I6** (Διάγραμμα 15.13) το 59,3% *χρησιμοποιεί* την εφαρμογή TripAdvisor.



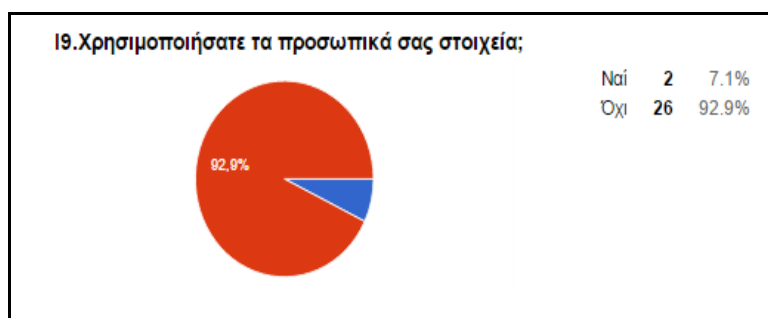
Διάγραμμα 15.14: Έρευνα – Ερώτηση I7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση I7** (Διάγραμμα 15.14) το 78,6% *θα αγοράζε* την συγκεκριμένη εφαρμογή.



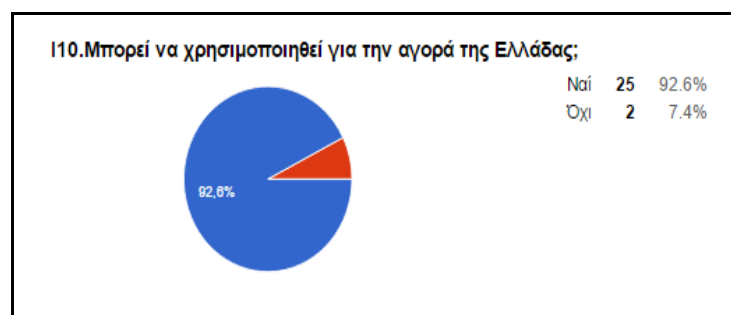
Διάγραμμα 15.15: Έρευνα – Ερώτηση I8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση I7** (Διάγραμμα 15.15) κατά 82,1% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 15.16: Έρευνα – Ερώτηση 19

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 19** (Διάγραμμα 15.16) το 92,9% *δεν χρησιμοποίησε τα προσωπικά του στοιχεία* για την χρήση της εφαρμογής.

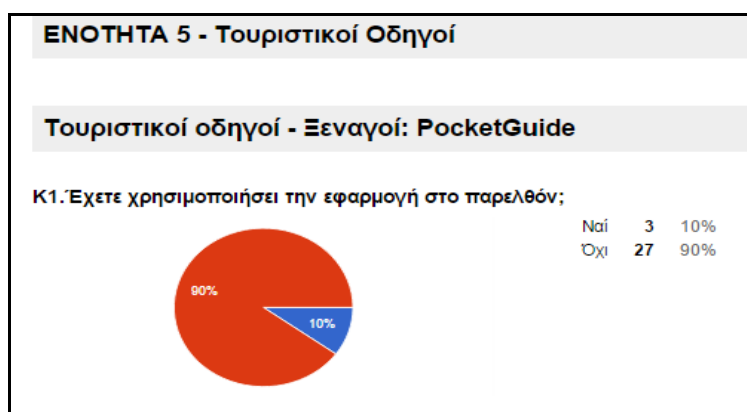


Διάγραμμα 15.17: Έρευνα – Ερώτηση 110

Σύμφωνα με την **Ερώτηση 110** (Διάγραμμα 15.17) κατά 92,6% η εφαρμογή *μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας*.

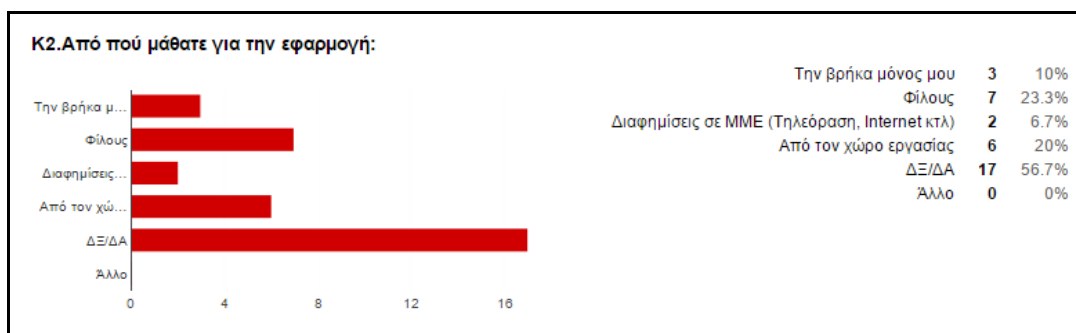
6.10 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ POCKETGUIDE

Στην συνέχεια της έρευνας, μελετήθηκε η απόδοση των τουριστικών εφαρμογών ταξιδιωτικών οδηγών, συγκεκριμένα στην **Ενότητα 5**. Πρόκειται για εφαρμογές, που διατίθενται ως προσωπικοί ξεναγοί, ηλεκτρονικοί ξεναγοί. Αρχικά, στην **Ενότητα 5** περιλαμβάνεται η εφαρμογή **Pocketguide**. Οι ερωτήσεις **K1 – K10** συμπεραίνουν τα παρακάτω:



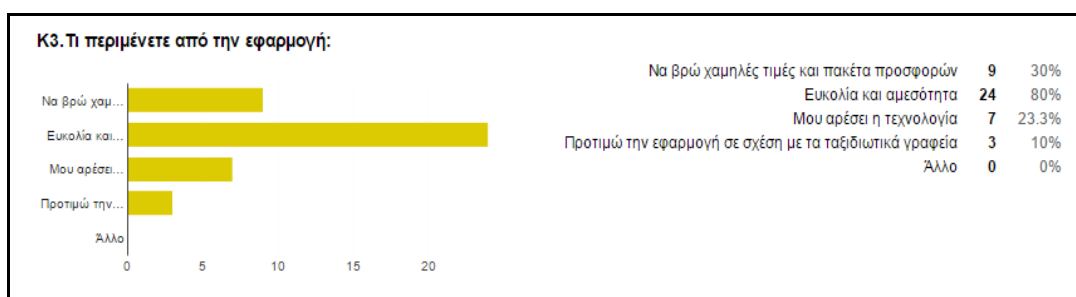
Διάγραμμα 16: Έρευνα – Ερώτηση K1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση K1** (Διάγραμμα 16) το 90% *δεν έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή στο παρελθόν.



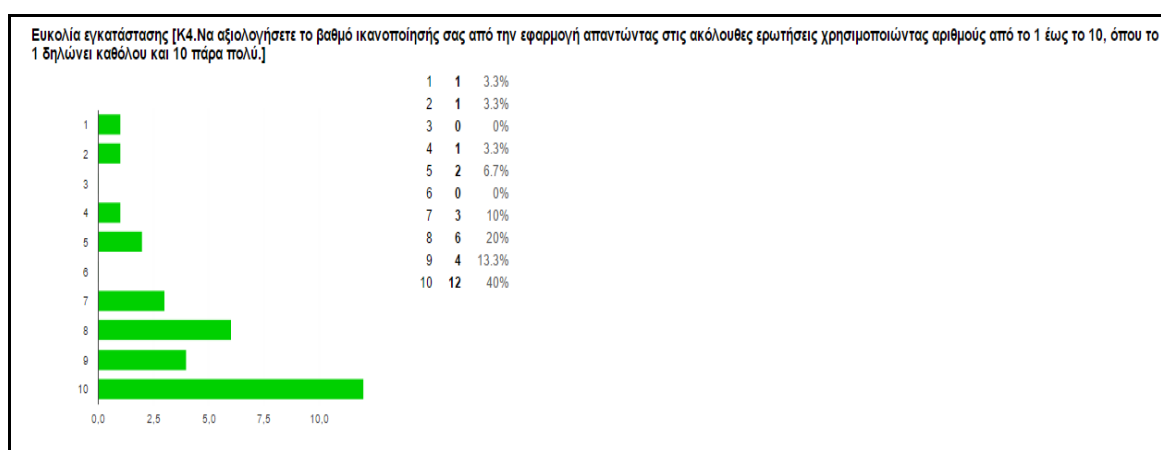
Διάγραμμα 16.1: Έρευνα – Ερώτηση K2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση K2** (Διάγραμμα 16.1) το 56,7% *δεν γνωρίζει* την εφαρμογή και το 23,3% την γνωρίζει *από φίλους*.



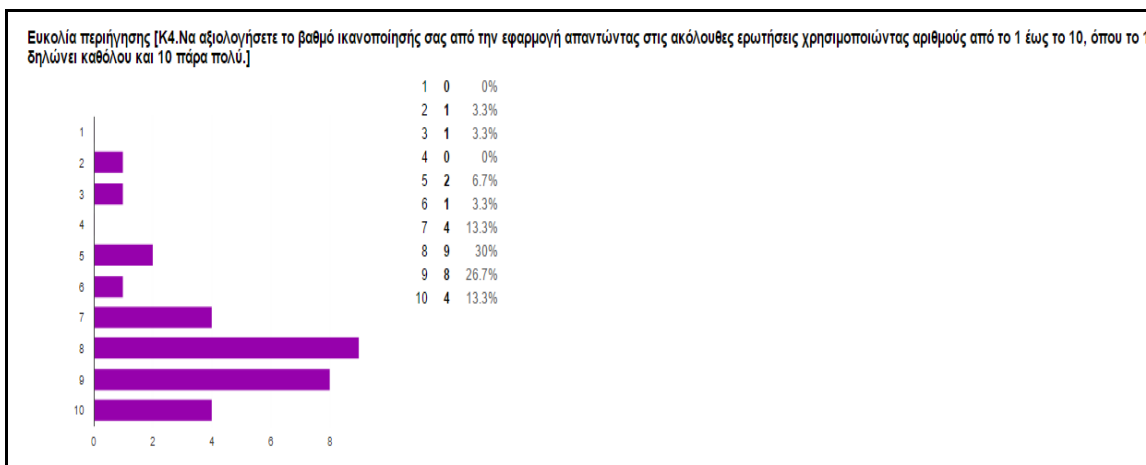
Διάγραμμα 16.2: Έρευνα – Ερώτηση K3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση K3** (Διάγραμμα 16.2) κατά 80% αναζητείται *ευκολία και αμεσότητα* στην εφαρμογή ενώ κατά 30% η *προσδοκία για χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών*.



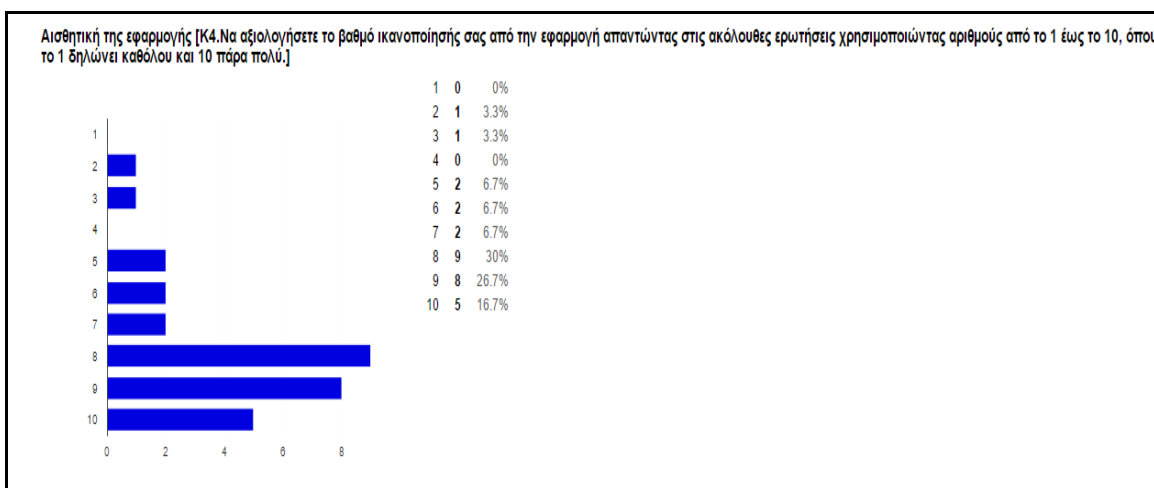
Διάγραμμα 16.3: Έρευνα – Ερώτηση K4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση K4** (Διάγραμμα 16.3) η εγκατάσταση της εφαρμογής θεωρείται *πάρα πολύ εύκολη* κατά 53,3%.



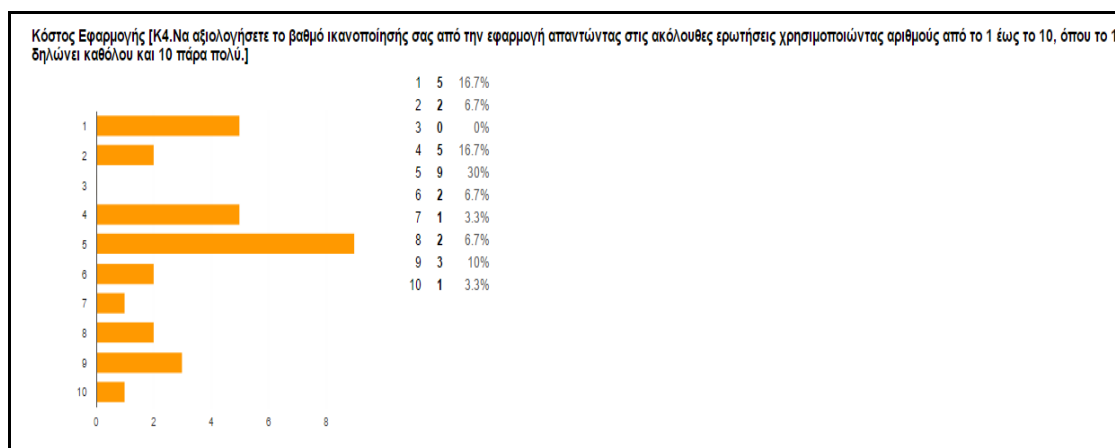
Διάγραμμα 16.4: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.4 η περιήγηση της εφαρμογής είναι πολύ εύκολη κατά 56,7%.



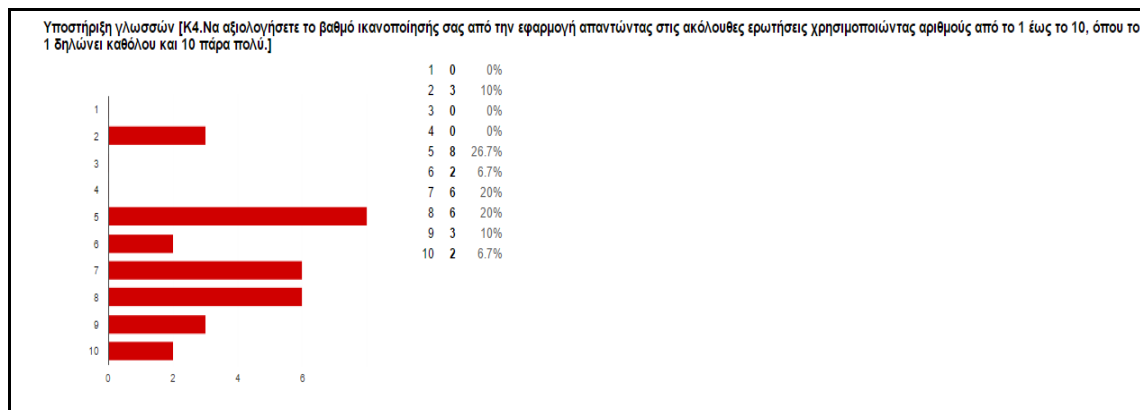
Διάγραμμα 16.5: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητικής εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.5 η εφαρμογή θεωρείται πολύ καλή κατά 56,7%, με βαθμό 9 και 8 από το δείγμα.



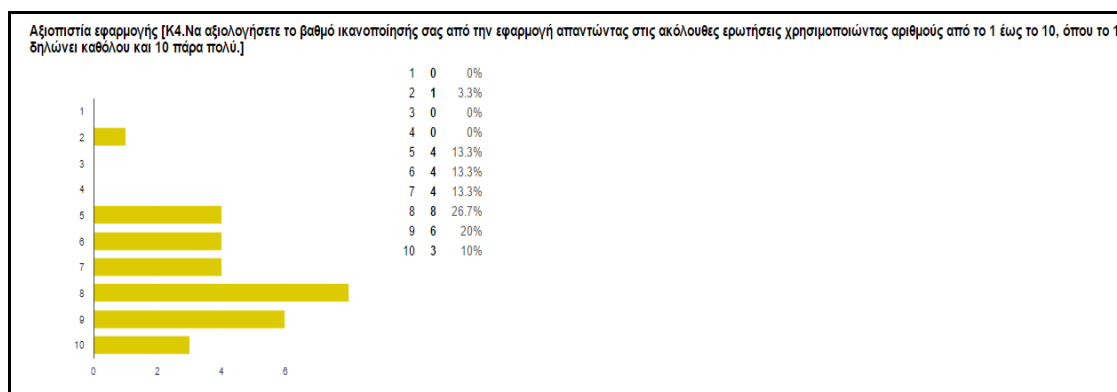
Διάγραμμα 16.6: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.6 το κόστος της εφαρμογής θεωρείται μέτριο από το 30% του δείγματος με βαθμό 5 και μέτριο προς φθηνό από το 40% περίπου.



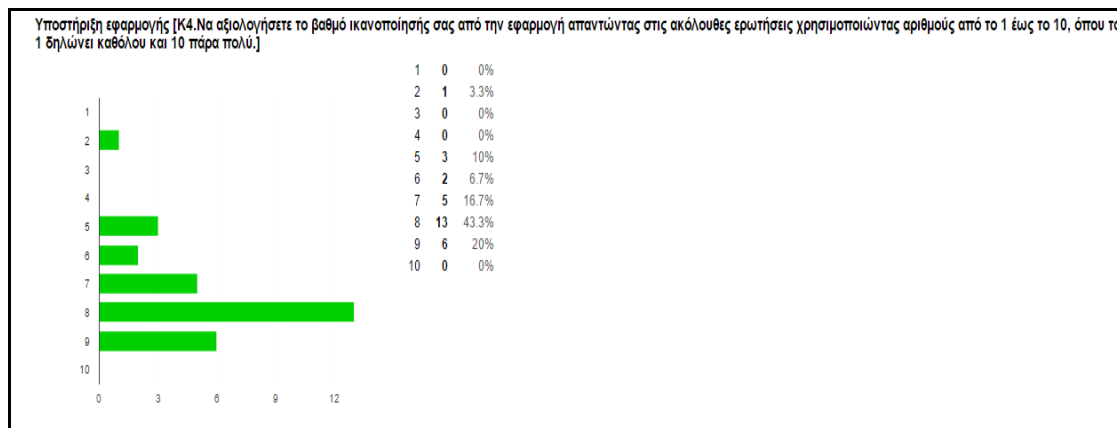
Διάγραμμα 16.7: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.7 η εφαρμογή θεωρείται ότι υπάρχει μια μέτρια υποστήριξη στις γλώσσες κατά 26,7% με βαθμό 5 και καλή μετάφραση από το 49% με βαθμό 7 και 8.



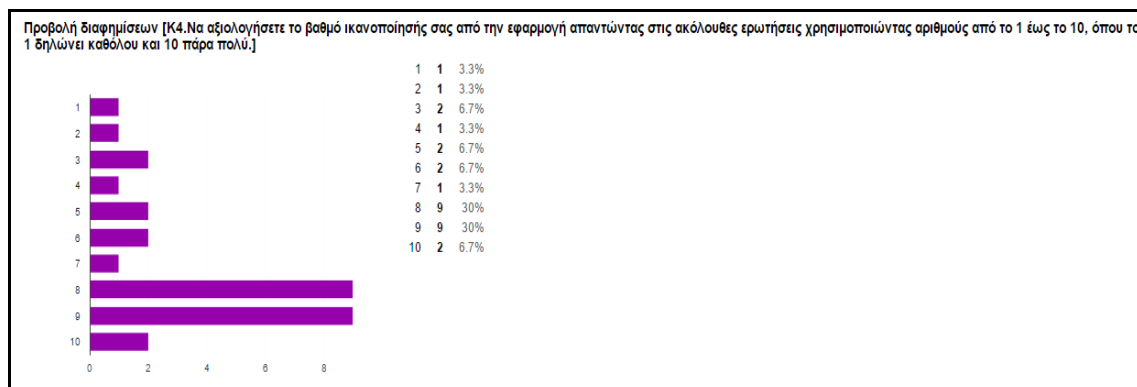
Διάγραμμα 16.8: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.8 η εφαρμογή θεωρείται πολύ αξιόπιστη με βαθμό 8 από το 26,7% του δείγματος και βαθμό 9 από το 20%.



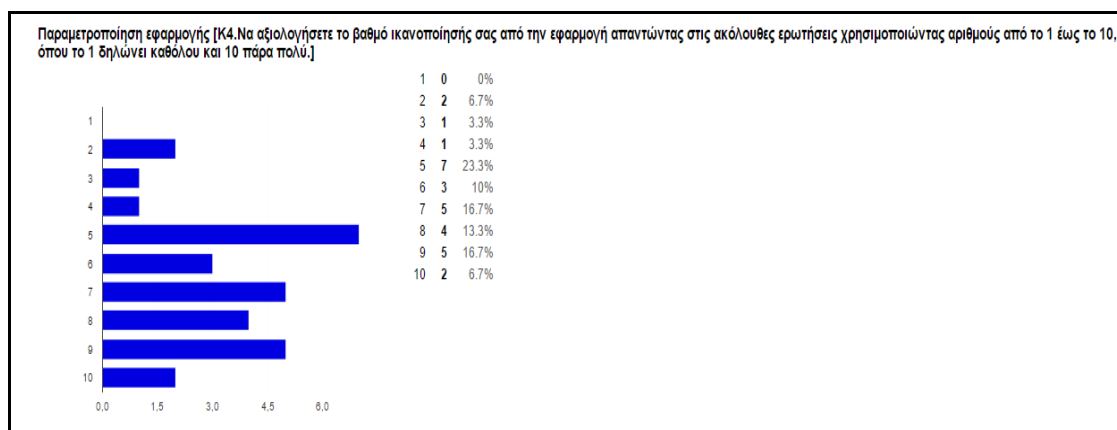
Διάγραμμα 16.9: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.9 η εφαρμογή αναβαθμίζεται συχνά και δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας κατά 60%.



Διάγραμμα 16.10: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.10 της Ερώτησης Κ4 η εφαρμογή προβάλλει πάρα πολλές διαφημίσεις κατά 60%.



Διάγραμμα 16.11: Έρευνα – Ερώτηση Κ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 16.11 η εφαρμογή διαθέτει αρκετές παραμέτρους κατά 16,7%.

Κ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

21/12/15
17/12/2015
08/12/2015
20/11/2015
9/11/15
8/12/15
19/12/15
7/12/15
28/12/15
11/12/2015
22/12/15
29/12/2015
22/10/2015
10/11/15
5/12/15
15/12/15
2/12/2015
4/12/15

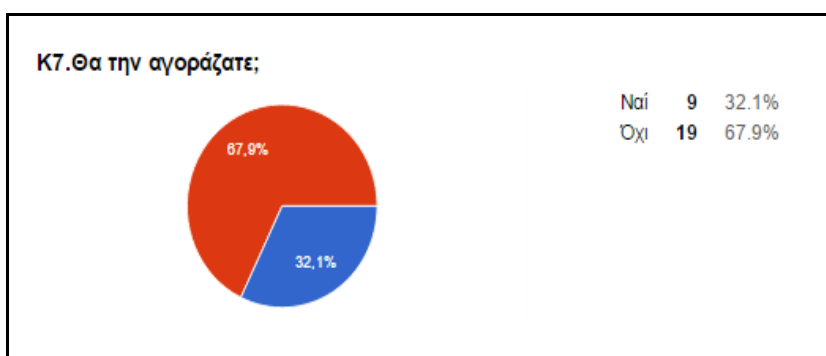
Διάγραμμα 16.12: Έρευνα – Ερώτηση Κ5

Στο Διάγραμμα 16.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής TripAdvisor. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 29/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 29^η Δεκεμβρίου του 2015.



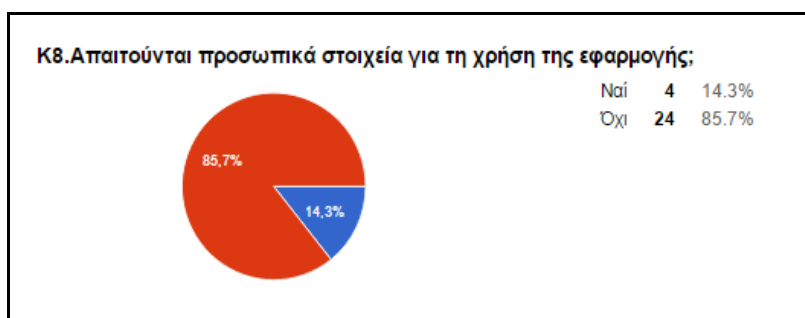
Διάγραμμα 16.13: Έρευνα – Ερώτηση Κ6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Κ6** (Διάγραμμα 16.13) το 78,6% *δεν χρησιμοποιεί* την εφαρμογή.



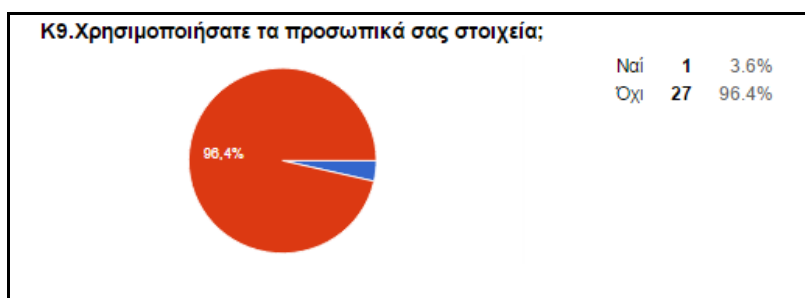
Διάγραμμα 16.14: Έρευνα – Ερώτηση Κ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Κ7** (Διάγραμμα 16.14) το 67,9% θα αγοράζε την εφαρμογή Pocketguide.



Διάγραμμα 16.15: Έρευνα – Ερώτηση Κ8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Κ8** (Διάγραμμα 16.15) κατά 85,7% *δεν απαιτούνται* τα προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 16.16: Έρευνα – Ερώτηση Κ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Κ9** (Διάγραμμα 16.16) το 96,4% *δεν χρησιμοποίησε* τα προσωπικά του στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 16.17: Έρευνα – Ερώτηση Κ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Κ9** (Διάγραμμα 16.17) κατά 66,7% μπορεί να χρησιμοποιηθεί η εφαρμογή Pocketguide για την αγορά της Ελλάδας.

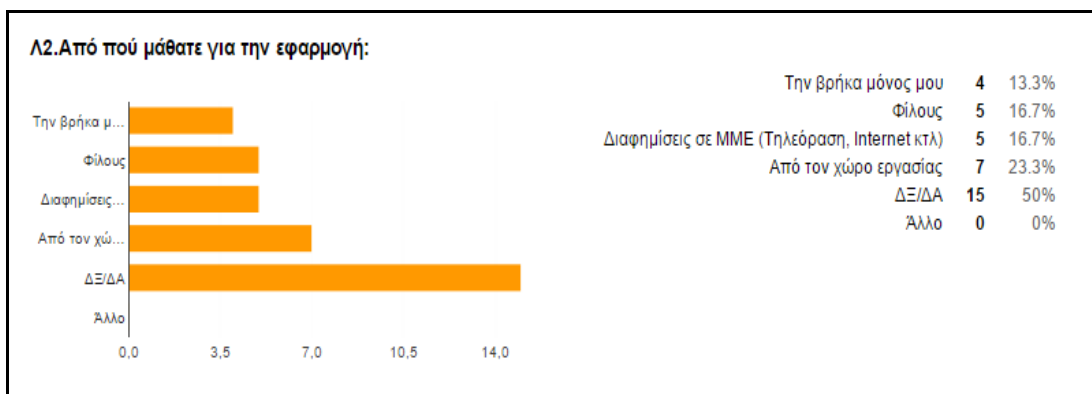
6.11 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ TRIPOSO

Στην **Ενότητα 5** μελετήθηκε ακόμη και η εφαρμογή **Triposo**, η οποία αφορά ηλεκτρονικό τουριστικό οδηγό – Ξεναγό. Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις **Λ1 – Λ10** δίνουν τα εξής αποτελέσματα στην παρούσα έρευνα:



Διάγραμμα 17: Έρευνα – Ερώτηση Λ1

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ1** (Διάγραμμα 17) το 90% *δεν έχει χρησιμοποιήσει* την εφαρμογή στο παρελθόν.



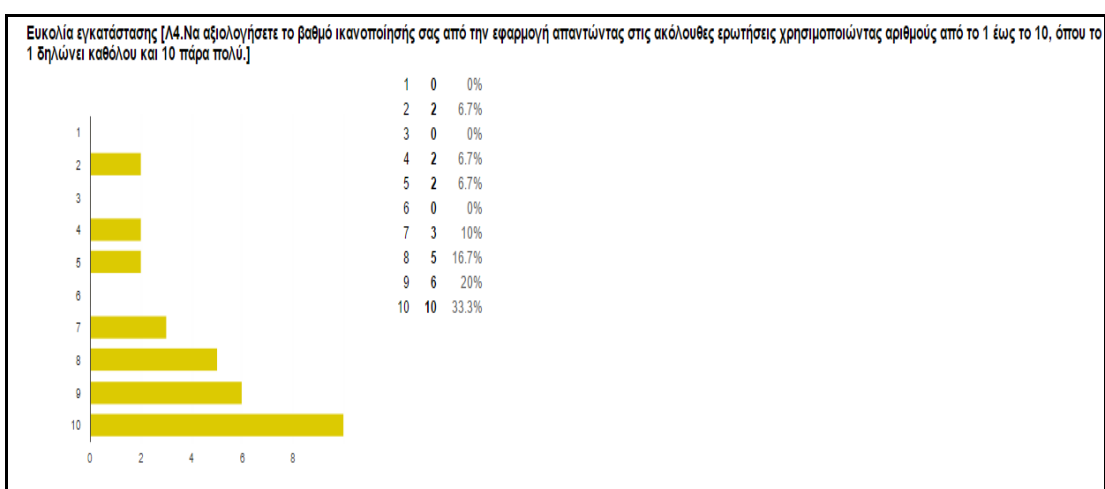
Διάγραμμα 17.1: Έρευνα – Ερώτηση Λ2

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ2** (Διάγραμμα 17.1) το 50% *δεν γνωρίζει* την εφαρμογή και το 23,3% γνωρίζει την εφαρμογή *από τον χώρο εργασίας*.



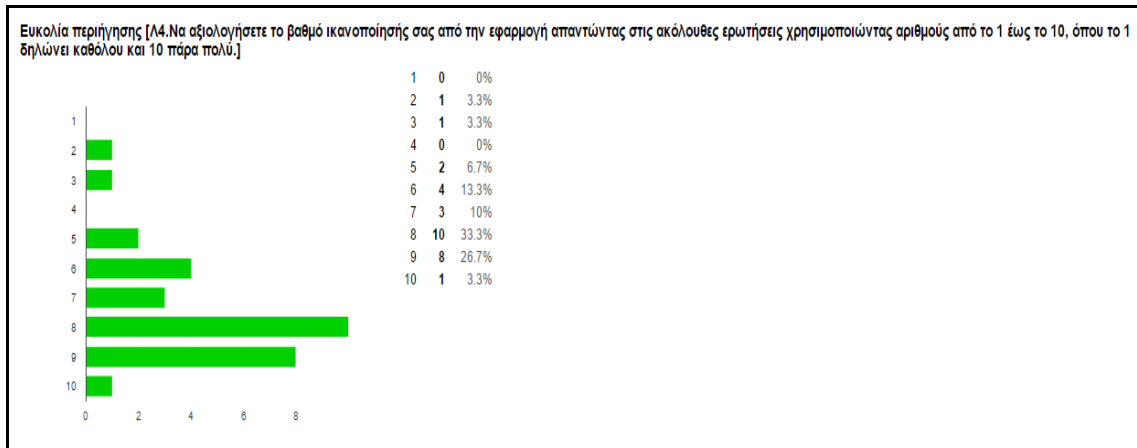
Διάγραμμα 17.2: Έρευνα – Ερώτηση Λ3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ3** (Διάγραμμα 17.2) κατά 63,3% αναζητείται η *ευκολία και η αμεσότητα* στην εφαρμογή ενώ 50% οι *χαμηλές τιμές και τα πακέτα προσφορών*.



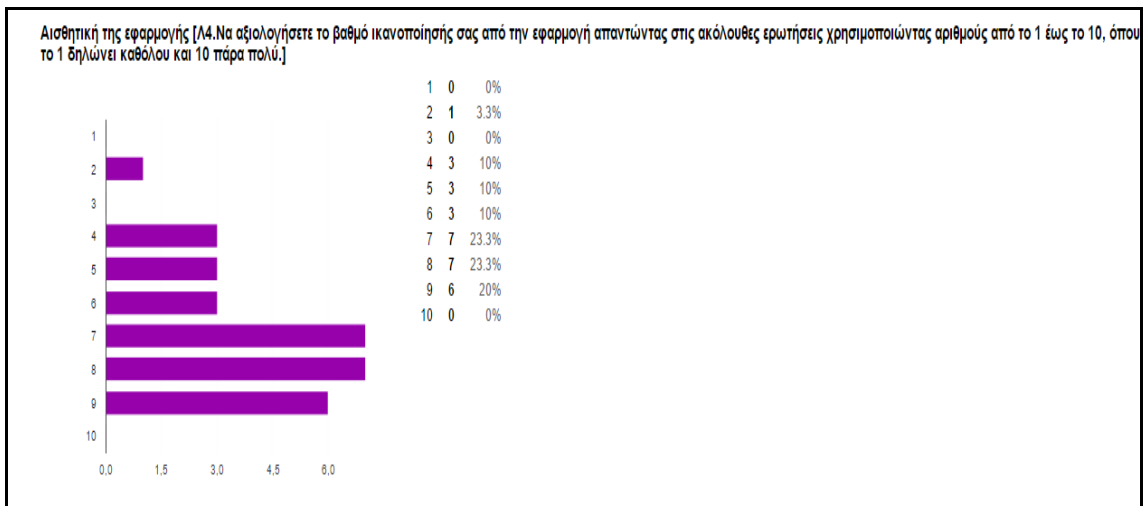
Διάγραμμα 17.3: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία εγκατάστασης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.3 η εγκατάσταση της εφαρμογής είναι 53,3% *πάρα πολύ εύκολη*.



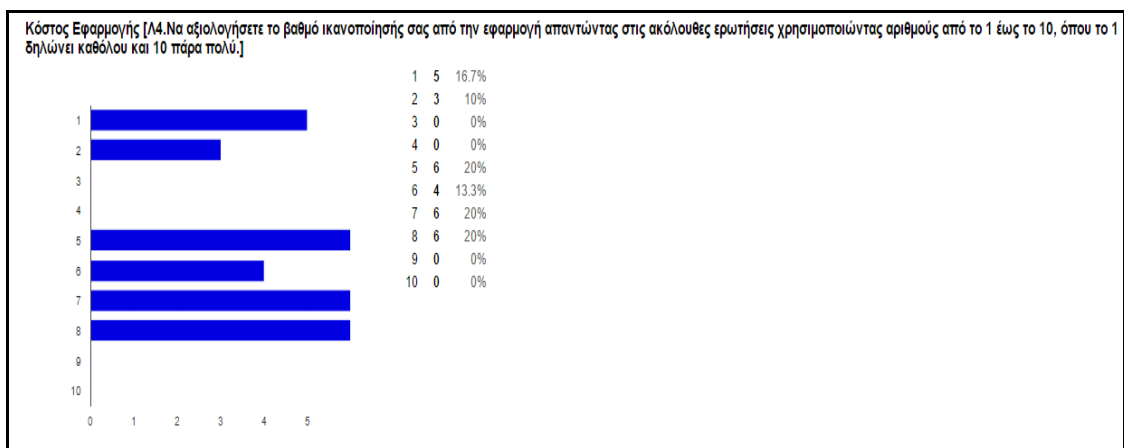
Διάγραμμα 17.4: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Ευκολία περιήγησης»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.4 η περιήγηση είναι *πολύ εύκολη*, περίπου 60%.



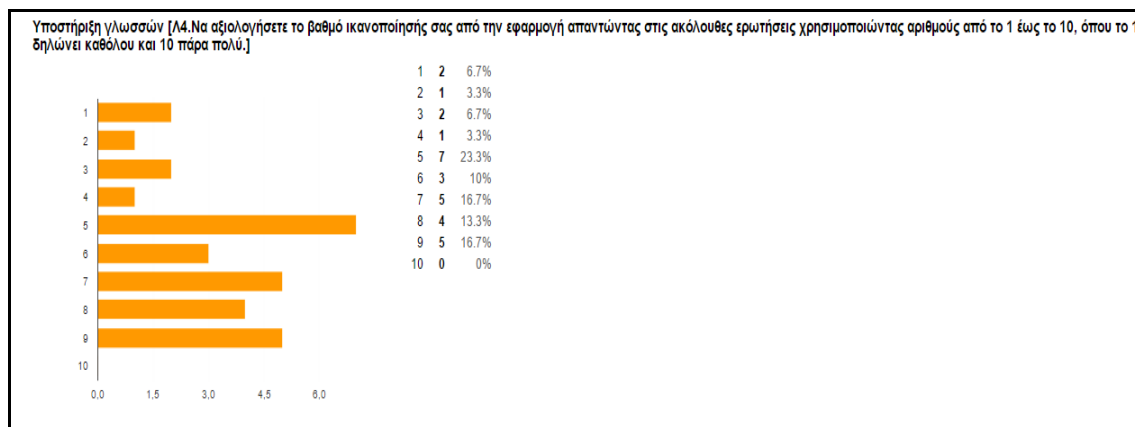
Διάγραμμα 17.5: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Αισθητική εφαρμογής»)

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ4** (Διάγραμμα 17.5) η εμφάνιση της εφαρμογής βαθμολογείται με 7 και 8 από το 23,3 % ταυτοχρόνως. Δηλαδή, η εφαρμογή είναι *πολύ ωραία*.



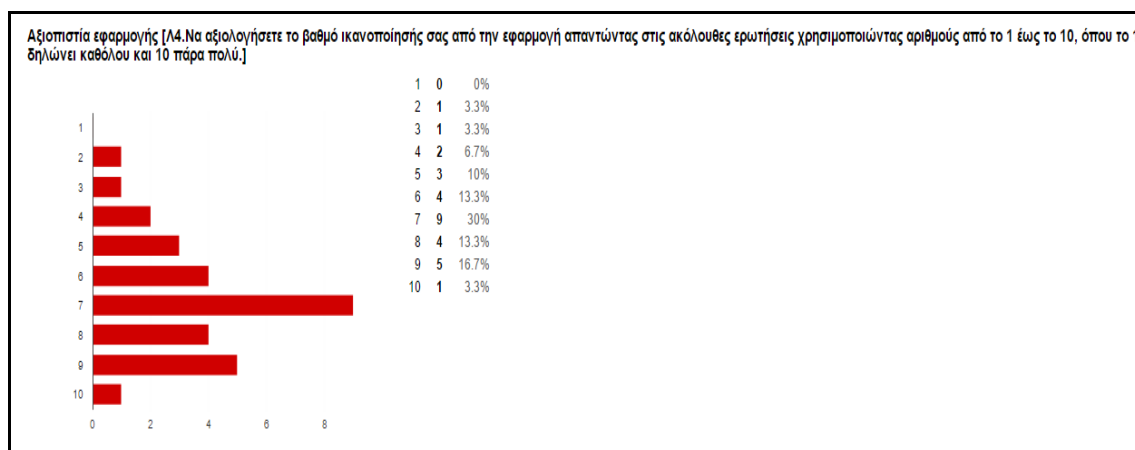
Διάγραμμα 17.6: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Κόστος εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.6 το κόστος της εφαρμογής είναι *μέτριο προς ακριβό* κατά 40%.



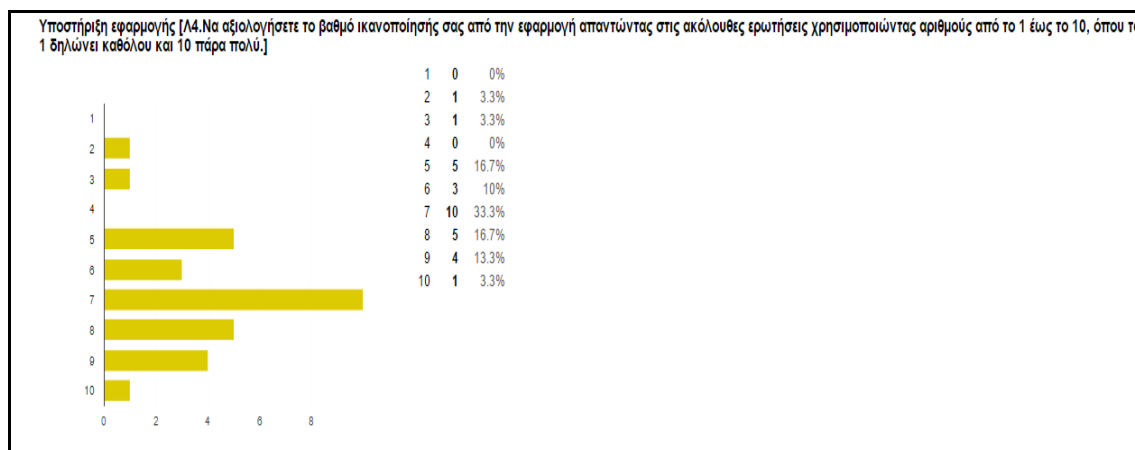
Διάγραμμα 17.7: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη γλωσσών»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.7 η μετάφραση των γλωσσών είναι κατά 33,3% *μέτρια προς καλή*.



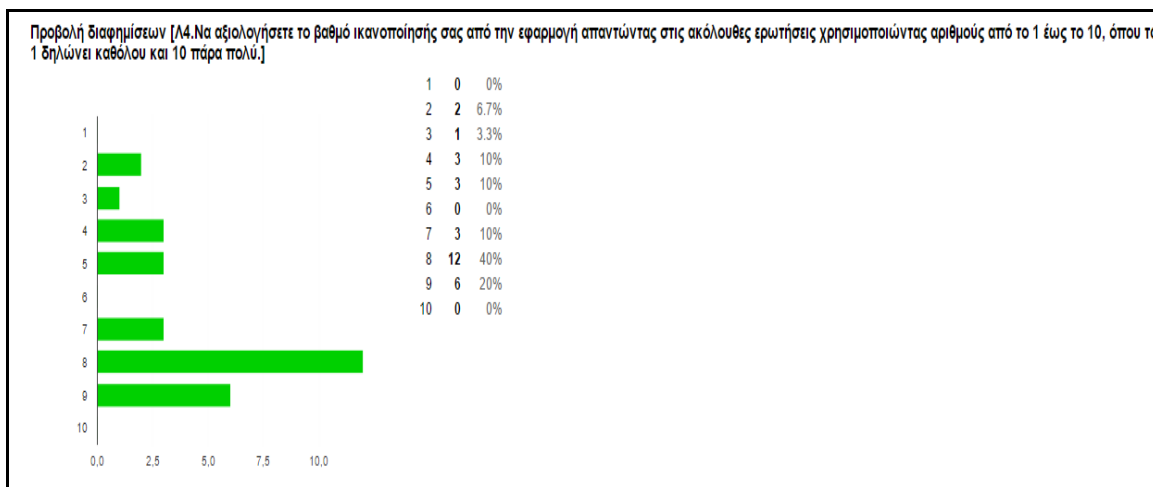
Διάγραμμα 17.8: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Αξιοπιστία εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.8 η εφαρμογή είναι κατά 43,3% *πολύ αξιόπιστη* και 20% *πάρα πολύ αξιόπιστη*.

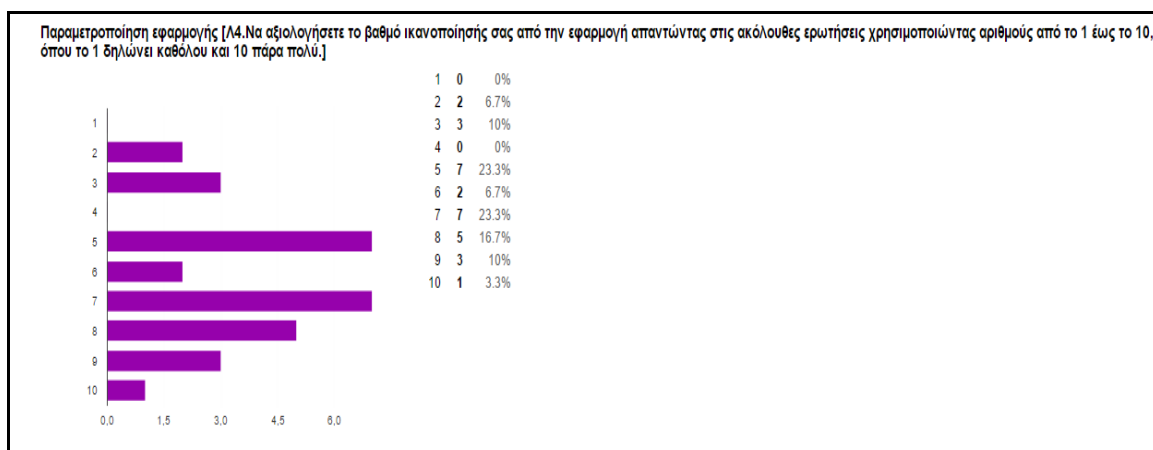


Διάγραμμα 17.9: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Υποστήριξη εφαρμογής»)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.9 η εφαρμογή υποστηρίζεται, αναβαθμίζεται και δεν παρουσιάζει προβλήματα λειτουργίας πολύ συχνά.



Διάγραμμα 17.10: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Προβολή διαφημίσεων»)
Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.10 η εφαρμογή προβάλλει πολλές διαφημίσεις κατά 60%.



Διάγραμμα 17.11: Έρευνα – Ερώτηση Λ4 (Βαθμολόγηση «Παραμετροποίηση εφαρμογής»)
Σύμφωνα με το Διάγραμμα 17.11 η εφαρμογή διαθέτει πολλές παραμέτρους κατά 50%.

Λ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

21/12/15
17/12/2015
08/12/2015
20/11/2015
9/11/15
22/12/2015
8/12/15
19/12/15
7/12/15
28/12/15
11/12/2015
13/11/15
22/12/15
29/12/2015
22/10/2015
5/12/15
15/12/15

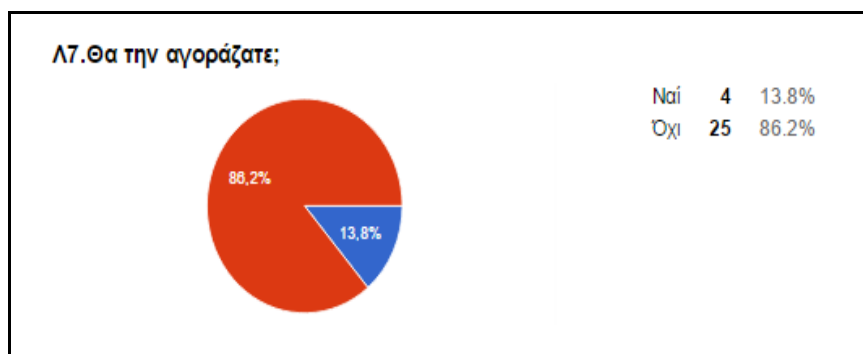
Διάγραμμα 17.12: Έρευνα – Ερώτηση Λ5

Στο Διάγραμμα 17.12 φαίνονται οι ημερομηνίες αξιολόγησης της εφαρμογής Triposo. Οι ημερομηνίες κυμαίνονται από 20/10/15 – 29/12/15 τελευταία ημερομηνία αξιολόγησης η 29^η Δεκεμβρίου του 2015.



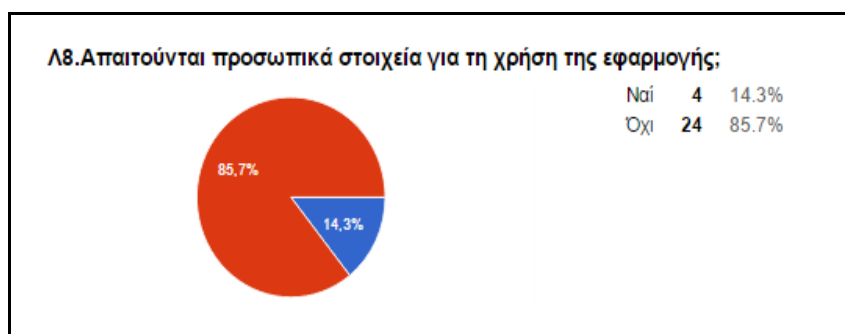
Διάγραμμα 17.13: Έρευνα – Ερώτηση Λ6

Σχετικά με την **Ερώτηση Λ6** (Διάγραμμα 17.13) το 86,2% *δεν χρησιμοποιεί* την εφαρμογή.



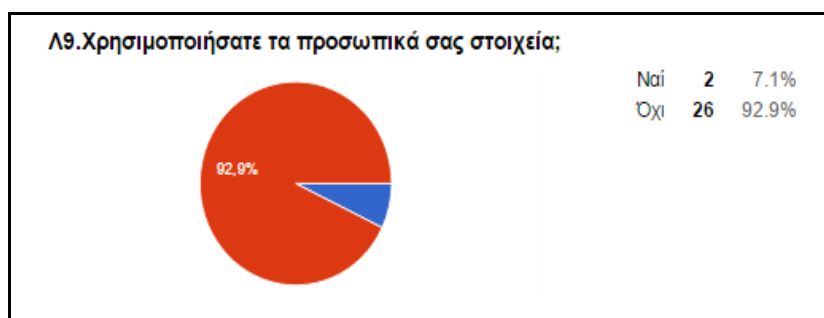
Διάγραμμα 17.14: Έρευνα – Ερώτηση Λ7

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ7** (Διάγραμμα 17.14) το 86,2% *δεν θα αγοράζε* την εφαρμογή.



Διάγραμμα 17.15: Έρευνα – Ερώτηση Λ8

Σχετικά με την **Ερώτηση Λ8** (Διάγραμμα 17.15) κατά 85,7% *δεν απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής*.



Διάγραμμα 17.16: Έρευνα – Ερώτηση Λ9

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ9** (Διάγραμμα 17.16) το 92,9% *δεν χρησιμοποίησε* τα προσωπικά του στοιχεία για την χρήση της εφαρμογής.



Διάγραμμα 17.17: Έρευνα – Ερώτηση Λ10

Σύμφωνα με την **Ερώτηση Λ10** (Διάγραμμα 17.17) κατά 63% η εφαρμογή Triposo *δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας*.

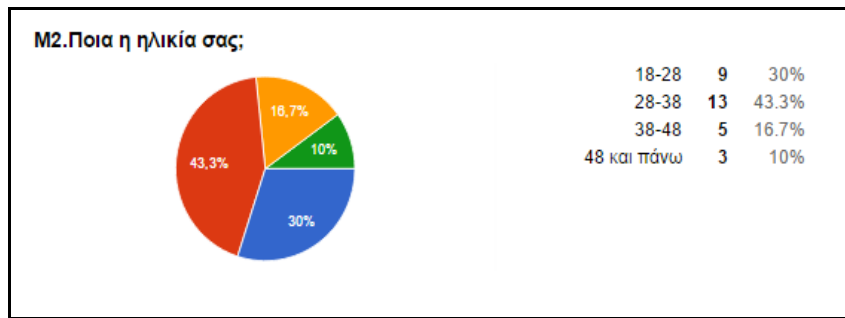
6.12 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Στην τελευταία ενότητα ζητήθηκαν και καταγράφηκαν κάποια δημογραφικά και τεχνολογικά στοιχεία του δείγματος. Η **Ενότητα 6**, περιλαμβάνει τις ερωτήσεις *M1 – M10* και προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:



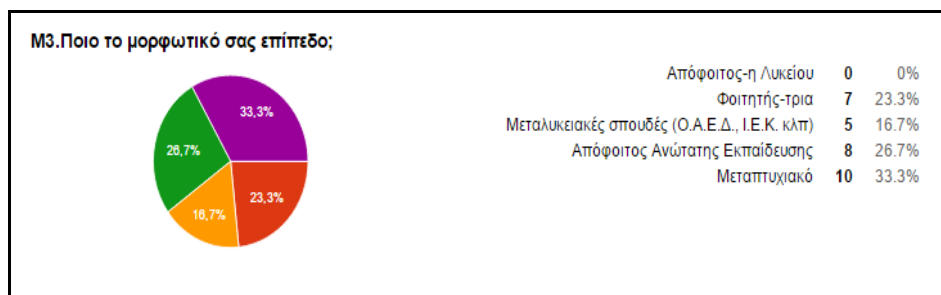
Διάγραμμα 18: Έρευνα – Ερώτηση M1

Όσον αφορά την **Ερώτηση M1** (Διάγραμμα 18) υπάρχει *ισοτιμία* στο φύλο του δείγματος. Πιο συγκεκριμένα απάντησαν 15 άνδρες και 15 γυναίκες.



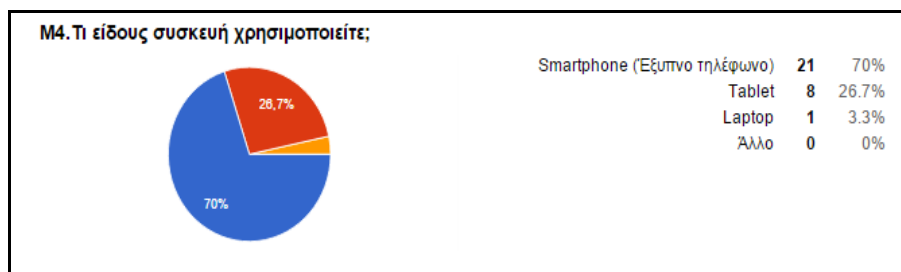
Διάγραμμα 18.1: Έρευνα – Ερώτηση M2

Όσον αφορά την **Ερώτηση M2** (Διάγραμμα 18.1) το 43,3% του δείγματος είναι 28 – 38 χρονών και το 30% 18 – 28 χρονών.



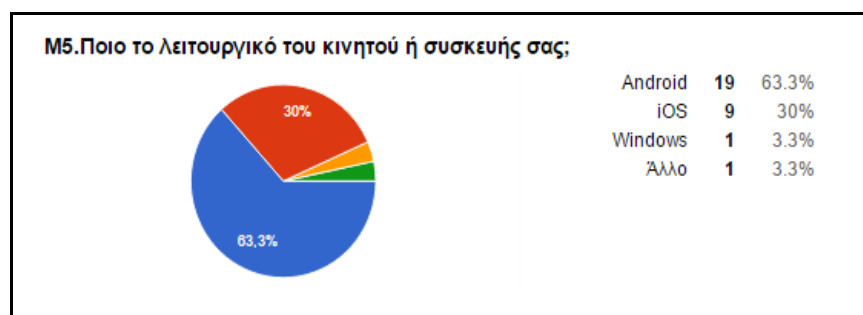
Διάγραμμα 18.2: Έρευνα – Ερώτηση M3

Σύμφωνα με την **Ερώτηση M3** (Διάγραμμα 18.2) το 33,3% έχουν κάνει *Μεταπτυχιακό* και το 26,7% είναι *απόφοιτοι Ανώτατης Εκπαίδευσης*.



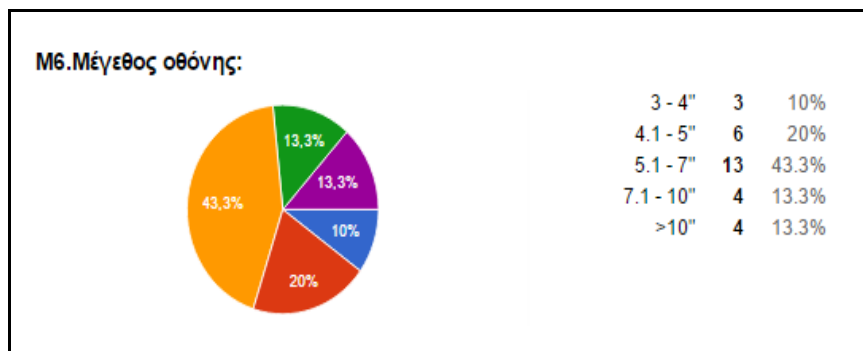
Διάγραμμα 18.3: Έρευνα – Ερώτηση M4

Σχετικά με την **Ερώτηση M4** (Διάγραμμα 18.3) το 70% διαθέτει «έξυπνο» τηλέφωνο (*smartphone*) και το 26,7% *tablet*.



Διάγραμμα 18.4: Έρευνα – Ερώτηση M5

Σύμφωνα με την **Ερώτηση M5** (Διάγραμμα 18.4) το 63,3% χρησιμοποιεί συσκευή με *android* λειτουργικό σύστημα και το 30% *iOS*.



Διάγραμμα 18.5: Έρευνα – Ερώτηση M6

Σύμφωνα με την **Ερώτηση M6** (Διάγραμμα 18.5) το 43,3% διαθέτει συσκευή με μέγεθος οθόνης 5.1 – 7 ίντσες.



Διάγραμμα 18.6: Έρευνα – Ερώτηση M7

Σχετικά με την **Ερώτηση M7** (Διάγραμμα 18.6) το 33,3% κάνει 1 – 2 ώρες περιήγηση στο διαδίκτυο στο κινητό τηλέφωνο, μόνο το 26,7% λιγότερο από 1 ώρα και το 40% πάνω από 2 ώρες.



Διάγραμμα 18.7: Έρευνα – Ερώτηση M8

Σύμφωνα με την **Ερώτηση M8** (Διάγραμμα 13.7) το 73,3% πραγματοποιεί αγορές από το διαδίκτυο.



Διάγραμμα 18.8: Έρευνα – Ερώτηση M9

Σχετικά με την **Ερώτηση M9** (Διάγραμμα 18.8) το 63,3% έχει αγοράσει εφαρμογή από το διαδίκτυο.

6.13 ΣΥΝΟΨΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έπειτα από την συλλογή, κωδικοποίηση, επεξεργασία και καταγραφή των διαγραμμάτων προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα, όσον αφορά την έρευνα στις τουριστικές εφαρμογές σε «έξυπνα» τηλέφωνα και συσκευές, με ημερομηνίες αξιολόγησης από 20 Οκτωβρίου του 2015 έως 29 Δεκεμβρίου του 2015.

Το δείγμα αποτελείται από 15 άνδρες και 15 γυναίκες. Το 43,3% ανήκει στο εύρος ηλικίας από 28 έως 38 ετών και το 33,3% έχει κάνει μεταπτυχιακό.

Η πιο διαδεδομένη και πιο χρησιμοποιημένη συσκευή είναι το «έξυπνο» τηλέφωνο (**smartphone**) με μέγεθος οθόνης 5.1” – 7” καθώς και το λειτουργικό **Android**.

Ακόμη, ο κόσμος περιηγείται από το κινητό του τηλέφωνο στο διαδίκτυο έως 2 ώρες, ενώ το 40% πάνω από 2 ώρες. Το 73,3% πραγματοποιεί αγορές από το διαδίκτυο και το 63,3% αγοράζει εφαρμογές από το ίντερνετ.

Αρχικά, οι εφαρμογές που έχουν χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν, σύμφωνα με την έρευνα, είναι:

1. **GoogleMaps (Χάρτες Google),**
2. **TripAdvisor**

Επίσης, οι εφαρμογές **Trivago** και **Booking** έχουν ισοτιμία στην παρελθοντική χρήση τους από τους καταναλωτές.

Από την έρευνα προκύπτει ότι οι περισσότερες τουριστικές εφαρμογές είναι διαδεδομένες από τις Διαφημίσεις (Ίντερνετ, Τηλεόραση κτλ.) εκτός από την εφαρμογή Google Maps, την οποία γνωρίζουν οι χρήστες και την έχουν αναζητήσει μόνοι τους. Υπάρχουν ακόμη ελάχιστες εφαρμογές, που είναι γνωστές από τον χώρο εργασίας των τουριστών – καταναλωτών.

Οι τουρίστες – καταναλωτές στις εφαρμογές, γενικά, αλλά και ειδικά, με τουριστικό προϊόν τα δωμάτια και ηλεκτρονικά εισιτήρια προσδοκούν να βρουν χαμηλές τιμές και πακέτα

προσφορών. Στις εφαρμογές χαρτών, πλοηγών, ταξιδιωτικών και τουριστικών οδηγών (Ξεναγοί) προτιμούν περισσότερο την *ευκολία και αμεσότητα της εφαρμογής* στην χρήση της από τις προσφορές.

Όσον αφορά την αξιολόγηση των κριτηρίων των τουριστικών εφαρμογών, που ερευνήθηκαν, προκύπτουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Υπάρχει μεγάλη ευκολία στην εγκατάσταση των εφαρμογών. Όλες οι ερευνηθείσες εφαρμογές είναι *πανεύκολα εγκαταστάσιμες*.
- Η περιήγηση των εφαρμογών είναι αρκετά εύκολη. Την *καλύτερη περιήγηση* διαθέτουν οι **Trivago, TripAdvisor, Aegean** και **Booking**.
- Οι περισσότερες εφαρμογές είναι *ευπαρουσίαστες* στο κοινό. Καλύτερη εμφάνιση διαθέτουν οι **Trivago, TripAdvisor** και **Aegean**.
- Το *κόστος των εφαρμογών είναι αμελητέο* καθώς η εγκατάσταση είναι συνήθων δωρεάν. Ακόμη, οι αγορές εντός εφαρμογής στις τουριστικές εφαρμογές είναι αμελητέες εκτός από τις **Pocketguide** και **Triposo**.
- Η υποστήριξη των γλωσσών στις εφαρμογές είναι γενικά πολύ καλή. *Άριστη μετάφραση* έχουν οι **Aegean, Trivago, TripAdvisor, Booking, GoogleMaps** και **Foursquare**. Οι υπόλοιπες εφαρμογές παρέχουν αξιόπιστη μετάφραση και παροχή γλώσσας, εκτός από κάποιες εφαρμογές που παρέχονται στην αγγλική γλώσσα.
- Αξιόπιστες είναι οι περισσότερες τουριστικές εφαρμογές. Συγκεκριμένα, οι *πιο αξιόπιστες* είναι οι **Trivago, Aegean, TripAdvisor, Ryanair** και **Foursquare**.
- Οι τουριστικές εφαρμογές αναβαθμίζονται γενικά για να μην παρουσιάζουν προβλήματα στην λειτουργία. Οι *πιο υποστηρίξιμες* είναι οι **Trivago, Aegean, TripAdvisor, Foursquare, Booking** και **Ryanair**.
- Όλες οι εφαρμογές προβάλλουν πάρα πολλές διαφημίσεις. Οι εφαρμογές με τις *περισσότερες προβολές διαφημίσεων* είναι οι **Booking, Expedia, Trivago, Foursquare, TripAdvisor, Ryanair, Aegean** και **GoogleMaps**.
- Οι περισσότερες εφαρμογές διαθέτουν πολλές παραμέτρους. Τις *περισσότερες παραμέτρους* έχουν οι **Booking, Trivago, Aegean, TripAdvisor, Expedia, Ryanair** και **Foursquare**.

Ο τουρίστας – καταναλωτής **θα αγοράζει** τις παρακάτω εφαρμογές:

1. Foursquare,
2. GoogleMaps,
3. Ryanair,
4. PocketGuide,
5. Booking,

6. Aegean,
7. Trivago και
8. TripAdvisor

Οι τουριστικές εφαρμογές, που χρησιμοποιούνται αναβαθμιζόμενα, είναι:

- TripAdvisor,
- Booking,
- Aegean,
- Ryanair,
- Trivago,
- Expedia και
- GoogleMaps

Στις περισσότερες τουριστικές εφαρμογές δεν απαιτείται καταγραφή των προσωπικών στοιχείων για την πρόσβαση και χρήση καθώς και οι χρήστες δεν χρησιμοποιούν τα προσωπικά τους στοιχεία για να χρησιμοποιήσουν την εφαρμογή. Λογικό είναι η χρήση των προσωπικών στοιχείων σε αγορά τουριστικού προϊόντος.

Τέλος, όσον αφορά την αγορά της Ελλάδας οι εφαρμογές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν 100% είναι η **Ryanair**, **Trivago** και **Booking**. Άλλες εφαρμογές είναι οι **Aegean**, **Foursquare**, **TripAdvisor**, **Google Maps** και **Expedia**.

Βιβλιογραφία

Ελληνική:

- Λαγός, Γ. Δημήτρης, 2005, Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998, Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks
- Ρούπας Β., 1993, Αρχές Τουρισμού, Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα
- Καλφιώτης Σ., 1976, Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού, Εκδόσεις Τυροβολάς
- Χρήστου, Σ. Ευάγγελος, 1999, Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, Εκδόσεις Interbooks σελ 49,50
- Παναγόπουλος Αλκιβιάδης, 2015, Μεθοδολογία και Τεχνικές Έρευνας στον Τουρισμό, Σημειώσεις Μαθήματος
- Ψαρρού Μ. Και Ζαφειρόπουλος Κ., 2001, Επιστημονική έρευνα : Θεωρία και εφαρμογές στις κοινωνικές επιστήμες, 1η έκδοση, Αθήνα

Ξενόγλωσση:

- U.I.O.O.T 1963, La Conference des Nations Unies Sur Le Tourisme et als Voyages Internationaux, Rome
- Mill R. C. και Morrison A. M. 1992, The Tourism System, 2^η Έκδοση, Prentice-Hall International, inc. London
- Krishnamurthy B., Cormode G., 2008, Key differences between Web 1.0 and Web 2.0, First Monday (Journal)
- Daniel J. Brass, Kenneth D. Butterfield and Bruce C. Skaggs, 1998, The Academy of Management Review
- Barabási Albert-László, 2002, Linked: The New Science Of Networks, Basic Books
- Faust K., Wasserman S., 1994, Social Network Analysis: Methods and Applications (Structural Analysis in the Social Sciences), Cambridge University Press 1st Edition
- Boyd, D., Ellison, N. B. 2008, Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*

ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ

1. <https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#.22Web_1.0.22
3. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

4. https://el.wikipedia.org/wiki/Μέσα_Κοινωνικής_Δικτύωσης
5. <https://en.wikipedia.org/wiki/Blog>
6. <https://el.wikipedia.org/wiki/Wiki>
7. <https://en.wikipedia.org/wiki/Folksonomy>
8. [https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_\(web_application_hybrid\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(web_application_hybrid))
9. https://en.wikipedia.org/wiki/Application_programming_interface
10. https://en.wikipedia.org/wiki/Video_hosting_service
11. https://en.wikipedia.org/wiki/Video_hosting_service#Mobile_video_hosting
12. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_application
13. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#Technologies
14. <https://en.wikipedia.org/wiki/JQuery>
15. https://en.wikipedia.org/wiki/Ext_JS#License_history
16. https://en.wikipedia.org/wiki/YUI_Library
17. https://en.wikipedia.org/wiki/Dojo_Toolkit
18. <https://en.wikipedia.org/wiki/MooTools>
19. https://en.wikipedia.org/wiki/Prototype_JavaScript_Framework
20. https://en.wikipedia.org/wiki/Document_Object_Model
21. <https://en.wikipedia.org/wiki/JSON>
22. [https://en.wikipedia.org/wiki/Ajax_\(programming\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Ajax_(programming))
23. <https://en.wikipedia.org/wiki/JavaScript>
24. <https://en.wikipedia.org/wiki/Input/output>
25. <http://www.lifo.gr/guests/viral/35485>
26. http://micro-kosmos.uoa.gr/gr/magazine/ergasies_foititon/ettap/efeyres/sugxrones_efevreseis.htm
27. https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi72JmqisPLAhVFWSwKHdjwBdkQFggsMAU&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FSamsung_Telecommunications&usg=AFQjCNG7PWb0_U7VRV2QKMFGz_slth-guw&bvm=bv.116636494,d.bGg
28. https://en.wikipedia.org/wiki/Alcatel_Mobile_Phones
29. <https://en.wikipedia.org/wiki/BlackBerry#Products>
30. <http://www.artioninfo.gr/nokia-microsoft-telos-epoxis>
31. <http://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
32. <http://ir.tripadvisor.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=919990>
33. https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_tablet_computers#Before_1950
34. <http://www.plaisio.gr/tilefona/kinita-smartphones/smartphones.htm>
35. <http://www.kotsovolos.gr/site/computing/laptop-tablet-ipad/tablets-ipad>

36. <http://www.public.gr/cat/tilefonia/kinita-smartphones/>
37. <https://en.wikipedia.org/wiki/Symbian>
38. [https://en.wikipedia.org/wiki/Android_\(operating_system\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Android_(operating_system))
39. <http://el.wikipedia.org/wiki/IOS>
40. http://el.wikipedia.org/wiki/Windows_Phone
41. http://en.wikipedia.org/wiki/BlackBerry_OS
42. https://en.wikipedia.org/wiki/Web_application
43. https://el.wikipedia.org/wiki/Διαδικτυακή_εφαρμογή
44. <http://www.apple.com/retail/>
45. <https://play.google.com/store>
46. https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL_AND_LOCAL
47. https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL_AND_LOCAL/collection/topselling_free
48. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.trivago>
49. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.expedia.bookings>
50. <https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.bsu.android.apps.traveler>
51. <http://www.imore.com/best-travel-guide-apps-iphone-foursquare-gogobot-jetpac-city-guides-more>
52. <http://www.statista.com/statistics/347955/global-mobile-travel-activities/>
53. <http://www.statista.com/statistics/266488/forecast-of-mobile-app-downloads/>
54. <https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing>
55. <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing/>
56. <http://greece.batcic.com/ΠροϊόνταΔιαδικτυακούΜάρκετινγκ/Τιείναιτοδιαδικτυακόμάρκετινγκ.aspx>
57. <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
58. https://el.wikipedia.org/wiki/Ηλεκτρονικός_τουρισμός
59. https://en.wikipedia.org/wiki/Enterprise_content_management
60. https://en.wikipedia.org/wiki/Group_buying
61. https://en.wikipedia.org/wiki/Automated_online_assistant
62. https://en.wikipedia.org/wiki/Instant_messaging
63. http://en.wikipedia.org/wiki/Usenet_newsgroup
64. http://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking
65. http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping
66. http://en.wikipedia.org/wiki/Online_office_suite
67. http://en.wikipedia.org/wiki/Shopping_cart_software
68. <http://en.wikipedia.org/wiki/Teleconference>

69. http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_ticket
70. http://web2.wikia.com/wiki/Travel_2.0
71. <http://www.slideshare.net/chrisfair/15-024-res-webinar-tourism-2020-high-res-opt>
72. <https://static.eudoxus.gr/books/65/chapter-11765.pdf>

Οι παρακάτω σύνδεσμοι χρησιμοποιήθηκαν και για την σύνταξη των πληροφοριών του ερωτηματολογίου ύστερα από μελέτη:

73. <https://www.ryanair.com/gr/el/>
74. <http://www.booking.com>
75. <https://www.expedia.ie/>
76. <http://www.trivago.gr/>
77. <https://foursquare.com/>
78. <https://www.tripadvisor.com.gr/>
79. <http://pocketguideapp.com/>
80. <https://www.triposo.com/>
81. <https://www.google.com/maps>
82. <http://el.aegeanair.com/>
83. <https://www.mapfactor.com/en/>
84. <https://www.gr.kayak.com/?ispredir=true>

Εικόνες

- http://img.timeinc.net/time/photoessays/2010/100_gadgets/communication/motorola_dynatac.jpg
- <http://www.lifo.gr/guests/viral/35485>
- <http://www.artioninfo.gr/nokia-microsoft-telos-epoxis>
- <http://img.techmagnifier.com/uploads/2011/12/alcatel-ot-easy-db-195x260.jpg>
- <http://crackberry.com/sites/crackberry.com/files/u1572501/RIM-leapfrog-950.jpg>
- http://cdn.arstechnica.net/wp-content/uploads/2013/03/523370_377268042313475_269315075_n.jpg
- <http://i-cdn.phonearena.com/images/articles/224689-image/Samsung-Galaxy-S7-Edge-concept.jpg>
- [http://johnlewis.scene7.com/is/image/JohnLewis/234071591?\\$prod_main\\$](http://johnlewis.scene7.com/is/image/JohnLewis/234071591?$prod_main$)
- https://cdn1.vox-cdn.com/thumbor/CPrx-QZuJnTPtSHAe3ISRa1mXtA=/1020x0/cdn0.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/689822/iphone.0.jpg
- http://www.overpricedsoftware.com/h87letterbug/images/Letterbug_WM0027.JPG

- <http://c3fd247798cf88ead658-efb7b8a40ae984d5ce8cbafce656509e.r26.cf2.rackcdn.com/6E67FAF6-36EE-494C-B5A2-8F4430F3F649.jpg>

Διαγράμματα

- <http://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
- <http://www.statista.com/statistics/266488/forecast-of-mobile-app-downloads>
- <http://www.statista.com/statistics/347955/global-mobile-travel-activities/>

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

Ο τουρισμός είναι πλέον ένα κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό φαινόμενο, που αφορά τους περισσότερους ανθρώπους παγκοσμίως. Στην ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει η ανάπτυξη της τεχνολογίας. Η προώθηση του τουριστικού προϊόντος γίνεται από τα κανάλια διανομής, δηλαδή μέσα από τεχνολογίες, στις οποίες περιλαμβάνονται και τουριστικές εφαρμογές σε έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές.

Στις μέρες μας η τεχνολογία έχει αυξηθεί κατά πολύ, φτάνοντας σε ένα στάδιο, όπου χρησιμοποιούμε το τηλέφωνο μας για να κάνουμε μια κράτηση σε ένα ξενοδοχείο της αρεσκείας μας και να αγοράσουμε τα εισιτήρια μιας πτήσης για ένα ταξίδι μας. Υπάρχουν πολλές τουριστικές εφαρμογές όσον αφορά τα καταλύματα, γενικές πληροφορίες, ηλεκτρονικά εισιτήρια και χάρτες, ακόμα και εφαρμογές πλοήγησης.

Στόχος της έρευνας είναι η αξιολόγηση κάποιων κορυφαίων εφαρμογών ως προς την λειτουργία και χρήση τους στην διάθεση του τουριστικού προϊόντος σε έξυπνα τηλέφωνα και φορητές συσκευές, μέσα από την καταγραφή των αποτελεσμάτων στο επιλεγμένο δείγμα.

Η παρούσα έρευνα αφορά κομμάτι της Πτυχιακής Εργασίας με Θέμα: " Αξιολόγηση τουριστικών εφαρμογών σε έξυπνα τηλέφωνα και συσκευές ", του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας (Σ.Δ.Ο.), του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Η αξιολόγηση είναι ΑΝΩΝΥΜΗ και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ για ερευνητικούς σκοπούς.

Η τήρηση των προσωπικών δεδομένων είναι σύμφωνη με την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων του Κράτους (Ν. 2472/1997).

* Απαιτείται

1.Εφόσον συμφωνείτε να συμμετάσχετε επιλέξτε την αντίστοιχη παρακάτω επιλογή: *

- Ναι
- Όχι

[Συνέχεια »](#)

Ολοκληρώθηκε το 6%

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ


ΟΔΗΓΙΕΣ


Πριν συμπληρώσετε την παρακάτω αξιολόγηση θα πρέπει να ακολουθήσετε τις ακόλουθες ενέργειες:

- α) Επισκεφτείτε το ηλεκτρονικό σας κατάστημα (google play, itunes).
 - β) Αναζητήστε και εγκαταστήστε την εφαρμογή, που αναφέρετε στην κορυφή της καρτέλας.
 - γ) Ανοίξτε την εφαρμογή, περιηγηθείτε και αξιολογήστε την.
 - δ) Θα πρέπει να σημειώνετε την ημερομηνία αξιολόγησης.
 - ε) Ύστερα από την αξιολόγηση της εφαρμογής, μπορείτε να την απεγκαταστήσετε, εάν δεν την επιθυμείτε.
- στ) ΠΡΟΣΟΧΗ! Αν δεν μπορείτε να μεταβείτε στην επόμενη σελίδα πιθανώς έχετε παραλείψει κάποια υποχρεωτική ερώτηση.

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 13%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης - Όροι Παροχής Υπηρεσιών - Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΓΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 1 - Εφαρμογές ξενοδοχειακών μονάδων

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Booking.com

Η Booking.com είναι μια εταιρεία κρατήσεων μέσω διαδικτύου, η οποία προσφέρεται και μέσω ηλεκτρονικής εφαρμογής για κρατήσεις δωματίων σε 805.126 ξενοδοχεία. Δημιουργήθηκε το 1996, τα κεντρικά γραφεία της είναι στο Άμστερνταμ και υπάρχουν 170 γραφεία σε 60 χώρες.

Η εφαρμογή αφορά κρατήσεις, αλλαγές κρατήσεων ή/και ακυρώσεις, διαθεσιμότητα, προσφορές και πρόσβαση στις πληροφορίες κρατήσης οποιαδήποτε στιγμή.

A1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
 Όχι

A2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή;

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΞ/ΔΑ
 Άλλο:

A3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή;

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
 Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
 Άλλο:

A4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

A6. Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

A7. Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

A8. Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

A9. Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι


A10. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 20%

Με την υποστήριξη της


Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΓΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Expedia

Η Expedia είναι ένα διαδικτυακό ταξιδιωτικό πρακτορείο, το οποίο δημιουργήθηκε το 1996 και εξειδικεύεται στις κρατήσεις ξενοδοχειακών μονάδων, παρόλο που διαθέτει αεροπορικά εισιτήρια, κρουαζιέρες και ενοικιάσεις αυτοκινήτων. Διαθέτει γραφεία σε 30 χώρες παγκοσμίως και αρχικά διαθετήθηκε από την Microsoft.

B1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

B2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΞ/ΔΑ
- Άλλο:

B3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρείτε χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

B4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

B6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

B7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

B8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

B9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι


B10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »


Ολοκληρώθηκε το 26%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Ξενοδοχειακές Μονάδες: Trivago

Δημιουργήθηκε το 2004 στο Ντίσελντορφ της Γερμανίας. Αναπτύχθηκε ραγδαία από το 2006 και το 2013 επεκτάθηκε έως την Ασία και Ωκεανία.

Στην Ελλάδα, η διαδικτυακή πλατφόρμα διαδόθηκε το 2008.

Σήμερα, περιλαμβάνει 902.781 ξενοδοχεία και χρησιμοποιεί 277 ιστοσελίδες, παγκοσμίως, για να προσφέρει την καλύτερη τιμή του τουριστικού προϊόντος στον καταναλωτή.

Στόχος της εταιρείας είναι η διάθεση των πληροφοριών του ταξιδιώτη, για την εύρεση του ιδανικού ξενοδοχείου στις χαμηλότερες τιμές.

Γ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

Γ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΞ/ΔΑ
- Άλλο:

Γ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

Γ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Γ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Γ6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Γ7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Γ8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Γ9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι


Γ10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 33%

Με την υποστήριξη της


Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 2 - Εφαρμογές αεροπορικών κρατήσεων

Αεροπορικές-ακτοπλοϊκές κρατήσεις: Ryanair

Η Ryanair δημιουργήθηκε από την οικογένεια Ryan το 1985, με πρώτη πτήση τον Ιούλιο του '85 και δρομολόγιο από το Waterford νοτιοανατολικά της Ιρλανδίας με προορισμό το Gatwick του Λονδίνου.

Αναπτύχθηκε κάνοντας περιφερειακές πτήσεις στην Ιρλανδία και έπειτα δημιουργώντας όλο και περισσότερες διεθνείς πτήσεις στην Ευρώπη.

Το 2010, η Ryanair, ξεκίνησε εσωτερικές πτήσεις στην Ελλάδα.

Σήμερα, η εταιρεία πραγματοποιεί 1.600 πτήσεις καθημερινά.

Δ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
 Όχι

Δ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΞ/ΔΑ
 Άλλο:

Δ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
 Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
 Άλλο:

Δ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Δ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Δ6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Δ7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Δ8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Δ9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

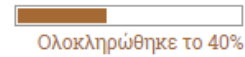
- Ναι
- Όχι


Δ10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »



Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΓΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Αεροπορικές Κρατήσεις: Kayak Flights

Είναι μια μηχανή αναζήτησης πτήσεων και ιδρύθηκε το 2004 στο Delaware, στις ΗΠΑ, με το όνομα Travel Search Company και ύστερα μετονομάστηκε σε Kayak Software Corporation. Το 2010 αποκτήθηκε πλατφόρμα μηχανής αναζήτησης στην Γερμανία και έτσι αναπτύχθηκε στις υπόλοιπες χώρες.

Σήμερα, η εταιρεία διαθέτει τις εφαρμογές σε 30 χώρες και 18 γλώσσες.

Το 2014 κέρδισε 2 βραβεία στην κατηγορία Ταξίδια για Tablets, Webby Award και People's Voice, το οποίο κέρδισε για μια ακόμη φορά το 2015.

E1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

E2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΣ/ΔΑ
- Άλλο:

E3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

E4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

E6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

E7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

E8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

E9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι

E10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 46%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Αεροπορικές Κρατήσεις: Aegean

Η Aegean δημιουργήθηκε τον Μάιο του 1992 στην Ελλάδα (Aegean Aviation) ενώ ιδρύθηκε ως Aegean Airlines το 1999.

Από το 2000 έως και σήμερα αναπτύσσεται ώσπου έφθασε τις 42 χώρες εξωτερικού και προορισμούς εσωτερικού.

Το 2013 εξαγόρασε την Olympic Air και το 2015 αναδείχθηκε ως η «Καλύτερη περιφερειακή αεροπορική εταιρεία στην Ευρώπη» Skytrax World Airline Awards.

ΣΤ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
 Όχι

ΣΤ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΣ/ΔΑ
 Άλλο:

ΣΤ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
 Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
 Άλλο:

ΣΤ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ΣΤ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

ΣΤ6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

ΣΤ7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

ΣΤ8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

ΣΤ9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

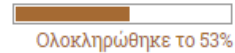
- Ναι
- Όχι


ΣΤ10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »



Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 3 - Εφαρμογές Χαρτογράφησης και Πλοήγησης

Εφαρμογές χαρτογράφησης και πλοήγησης - Πλοηγοί: Χάρτες Google

Οι χάρτες Google (Google Maps) είναι υπηρεσία χαρτογράφησης στο διαδίκτυο και προσφέρεται από την Google, η οποία ιδρύθηκε το 1998. Δείχνει δρόμους και σχεδιάζει διαδρομές με τα ΜΜΜ, τα πόδια, το αυτοκίνητο και το ποδήλατο.

Επίσης, εμφανίζει επιχειρήσεις, βουνά, περιοχές, πλατείες, στάσεις ΜΜΜ, οδούς, ακόμα και εικόνες απλές και προσομοιωμένες, οι οποίες ανανεώνονται από την Google.

Z1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
 Όχι

Z2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΞ/ΔΑ
 Άλλο:

Z3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τους χάρτες πόλεων
 Άλλο:

Z4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Z5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Z6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Z7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Z8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Z9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

- Ναι
- Όχι


Z10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »


Ολοκληρώθηκε το 60%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Εφαρμογές χαρτογράφησης και πλοήγησης - Πλοηγοί: MapFactor Navigation

Πρόκειται για μια εφαρμογή πλοήγησης, διαθέσιμη σε "έξυπνα" τηλέφωνα και συσκευές, περιλαμβάνοντας βάση δεδομένων για όλες τις χώρες στον χάρτη. Είναι προϊόν εταιρείας, η οποία επέλεξε να εκδώσει ένα λογισμικό βασισμένο στους χάρτες, ως εφαρμογή και το κεντρικό γραφείο της εταιρείας είναι στην Τσεχία. Δείχνει σχεδιασμένες διαδρομές κατ' εντολή, προβάλλει δρόμους και σημεία, παγκοσμίως.

H1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
 Όχι

H2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
 Φίλους
 Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
 Από τον χώρο εργασίας
 ΔΕ/ΔΑ
 Άλλο:

H3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Ευκολία και αμεσότητα
 Μου αρέσει η τεχνολογία
 Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τους χάρτες πόλεων
 Άλλο:

H4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

H5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

H6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

H7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

H8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

H9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

- Ναι
- Όχι


H10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »



Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 4 - Ταξιδιωτικοί Οδηγοί

Ταξιδιωτικοί Οδηγοί: Foursquare

Η εφαρμογή Foursquare δημιουργήθηκε το 2008 και διαδόθηκε τον Μάρτιο του 2009 στη Νέα Υόρκη.

Είναι διαθέσιμη σε 18 γλώσσες και περιλαμβάνει 56 χώρες, εκ των οποίων προβάλλει χώρους εστίασης, διασκέδασης, αναψυχής, αξιοθέατα κ.ά.

Τον Φεβρουάριο του 2011 έφτασε τους 7.000.000 χρήστες, ενώ το 2010 έλαβε το Webby Award ως ένα από τα καλύτερα κοινωνικά μέσα δικτύωσης κινητών.

Τέλος, υπάρχει μέρα "Foursquare Day" στις 16 Απριλίου, η οποία έχει καθιερωθεί σε πολλές χώρες.

Θ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

Θ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΞ/ΔΑ
- Άλλο:

Θ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

Θ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Θ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Θ6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Θ7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Θ8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Θ9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι

Θ10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 73%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Ταξιδιωτικοί Οδηγοί: TripAdvisor

Πρόκειται για έναν ταξιδιωτικό ηλεκτρονικό οδηγό, που ιδρύθηκε το 2000 στην Μασαχουσέτη της Αμερικής.

Περιέχει ιστότοπους, που λειτουργούν σε πάνω από 45 χώρες παγκοσμίως.

Έχει πάνω από 340 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες μηνιαίως και πάνω από 225 εκατομμύρια κριτικές και γνώμες για περισσότερα από 4,9 εκατομμύρια καταλύματα, εστιατόρια και αξιοθέατα.

11. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

12. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΞ/ΔΑ
- Άλλο:

13. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

14. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

16.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

17.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

18.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

19.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;


- Ναι
- Όχι

110.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »

 Ολοκληρώθηκε το 80%

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 5 - Τουριστικοί Οδηγοί

Τουριστικοί οδηγοί - Ξεναγοί: PocketGuide

Πρόκειται για έναν διαδικτυακό τουριστικό οδηγό, πιο συγκεκριμένα ένας προσωπικός ξεναγός.

Είναι διαθέσιμος σε πάνω από 150 χώρες και περιλαμβάνει αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος, που ο καθένας πρέπει να δει σε μια χώρα προορισμού.

Κ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

Κ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΞ/ΔΑ
- Άλλο:

Κ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

Κ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Κ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Κ6.Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Κ7.Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Κ8.Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Κ9.Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

- Ναι
- Όχι

Κ10.Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »



Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.
[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

Τουριστικοί οδηγοί - Ξεναγοί: Tripso

Η ιδέα της εφαρμογής δόθηκε από δύο Γερμανούς με όραμα να φτιάξουν τον καλύτερο ταξιδιωτικό οδηγό, μέσα από τα ταξίδια τους και υλοποιήθηκε το 2011.

Περιλαμβάνει πάνω από 200 χώρες, με πάνω από 400.000 προορισμούς, που θα έπρεπε να δει ένας ταξιδιώτης.

Λ1. Έχετε χρησιμοποιήσει την εφαρμογή στο παρελθόν;

- Ναι
- Όχι

Λ2. Από πού μάθατε για την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Την βρήκα μόνος μου
- Φίλους
- Διαφημίσεις σε ΜΜΕ (Τηλεόραση, Internet κτλ)
- Από τον χώρο εργασίας
- ΔΕ/ΔΑ
- Άλλο:

Λ3. Τι περιμένετε από την εφαρμογή:

Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογή.

- Να βρώ χαμηλές τιμές και πακέτα προσφορών
- Ευκολία και αμεσότητα
- Μου αρέσει η τεχνολογία
- Προτιμώ την εφαρμογή σε σχέση με τα ταξιδιωτικά γραφεία
- Άλλο:

Λ4. Να αξιολογήσετε το βαθμό ικανοποίησής σας από την εφαρμογή απαντώντας στις ακόλουθες ερωτήσεις χρησιμοποιώντας αριθμούς από το 1 έως το 10, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και 10 πάρα πολύ. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ευκολία εγκατάστασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ευκολία περιήγησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική της εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος Εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη γλωσσών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αξιοπιστία εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υποστήριξη εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προβολή διαφημίσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραμετροποίηση εφαρμογής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Λ5. Ημερομηνία αξιολόγησης εφαρμογής

Λ6. Χρησιμοποιείτε την παραπάνω εφαρμογή;

- Ναι
- Όχι

Λ7. Θα την αγοράζατε;

- Ναι
- Όχι

Λ8. Απαιτούνται προσωπικά στοιχεία για τη χρήση της εφαρμογής;

- Ναι
- Όχι

Λ9. Χρησιμοποιήσατε τα προσωπικά σας στοιχεία;

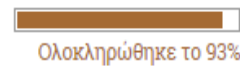
- Ναι
- Όχι


Λ10. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά της Ελλάδας;

- Ναι
- Όχι

« Πίσω

Συνέχεια »



Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.

[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΕ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

* Απαιτείται

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Σε αυτή την ενότητα καταγράφονται κάποια δημογραφικά προσωπικά στοιχεία.

M1.Ποιο το φύλο σας *

- Άνδρας
- Γυναίκα

M2.Ποια η ηλικία σας; *

- 18-28
- 28-38
- 38-48
- 48 και πάνω

M3.Ποιο το μορφωτικό σας επίπεδο; *

- Απόφοιτος-η Λυκείου
- Φοιτητής-τρια
- Μεταλυκειακές σπουδές (Ο.Α.Ε.Δ., Ι.Ε.Κ. κλπ)
- Απόφοιτος Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Μεταπτυχιακό

M4.Τι είδους συσκευή χρησιμοποιείτε; *

- Smartphone (Εξυπνο τηλέφωνο)
- Tablet
- Laptop
- Άλλο:

M5.Ποιο το λειτουργικό του κινητού ή συσκευής σας; *

- Android
- iOS
- Windows
- Άλλο:

M6.Μέγεθος οθόνης; *

- 3 - 4"
- 4.1 - 5"
- 5.1 - 7"
- 7.1 - 10"
- >10"

M7.Ώρες περιήγησης στο διαδίκτυο από το κινητό σας; *

- <1 ώρα
- 1-2 ώρες
- 2-4 ώρες
- >4 ώρες

M8.Πραγματοποιείται αγορές από το διαδίκτυο; *

- Ναι
- Όχι

M9.Έχετε αγοράσει ποτέ εφαρμογή από το διαδίκτυο; *


- Ναι
- Όχι

[« Πίσω](#)

[Υποβολή](#)

100% Τα καταφέρατε.

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Με την υποστήριξη της
 Google Forms

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.

[Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πρόσθετοι όροι](#)