

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ  
ΠΡΩΗΝ ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Χρήση Εφαρμογών Κινητών Τηλεφώνων (mobile applications) για την Τουριστική Προώθηση ενός προορισμού. Μελέτη Περίπτωσης ενός Ελληνικού προορισμού.*



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ:  
ΦΙΛΙΠΠΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ  
ΜΗΤΡΟΥ ΒΙΚΤΩΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:  
ΓΙΑΝΝΟΥΚΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

ΠΑΤΡΑ-2016

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Η πτυχιακή αυτή εργασία αποτελεί την κορύφωση των σπουδών μας στο Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδος, τμήμα Διοίκηση Επιχειρήσεων-πρώην Εμπορίας και Διαφήμισης, καθώς και την εργασία μελέτης και καταγραφής, που περιγράφει αναλυτικά την χρήσης των εφαρμογών κινητών τηλεφώνων στον τουρισμό.

Σημαντικό κίνητρο, για την επιλογή του θέματος «Χρήση Εφαρμογών Κινητών Τηλεφώνων (Mobile Applications) για την Τουριστική Προώθηση ενός Προορισμού-Μελέτη Περίπτωσης ενός Ελληνικού προορισμού» , αποτέλεσε το αντικείμενο των σπουδών μας, αφού το Μάρκετινγκ είναι μια ιδιαίτερη επιστήμη με μεγάλο όγκο.

Στο παρακάτω κείμενο, παρουσιάζουμε σε βάθος την τεχνολογία, και ειδικά την κινητή τεχνολογία, η οποία συνέβαλλε άμεσα τόσο στην καθημερινή μας ζωή, όσο και στον τουρισμό.

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας, είναι η παρουσίαση και η κατανόηση στην εξέλιξη που εμφανίζεται στις κινητές εφαρμογές του τουρισμού. Η εργασία αυτή βασίστηκε σε προηγούμενες μελέτες, αλλά και έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί από το παρελθόν μέχρι και σήμερα.

Θα θέλαμε να απευθύνουμε τις ευχαριστίες μας στους γονείς μας που μας στηρίζουν σε κάθε επιλογή, και σε όλους όσους ήταν κοντά μας, μέχρι και την ολοκλήρωση των σπουδών μας. Επίσης ένα μεγάλο ευχαριστώ στον Βασίλη από Αγγλία που μας βοήθησε με τη μετάφραση κάποιων ιδιαίτερα δύσκολων αγγλικών όρων.

Κλείνοντας, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά την επιβλέπων καθηγήτρια μας, Ι. Γιαννούκου για την πολύτιμη βοήθεια της, για την υπομονή της και για την άψογη συνεργασία.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η παρακάτω εργασία αναφέρεται στον τουρισμό, στην τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την ανάδειξή του στο πέρασμα των χρόνων και κυρίως στις τουριστικές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων που έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια ώστε να συμβαδίζει η τεχνολογική εξέλιξη με την τουριστική βιομηχανία. Σκοπός μας είναι να αναδείξουμε το πλήθος των κινητών εφαρμογών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από έναν ταξιδιώτη καθώς θέτουμε γενικά παραδείγματα εφαρμογών ανά κατηγορίες και στη συνέχεια, ειδικότερα παραδείγματα εφαρμογών για ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό, τη Σαντορίνη. Η έρευνα μας βασίστηκε σε βιβλιογραφική ανασκόπηση και σε στοιχεία που αντλήθηκαν κυρίως από το Διαδίκτυο. Για το πρακτικό επίπεδό της και για την ορθή διεξαγωγή των συμπερασμάτων μας εκτελέστηκε μία πρωτογενής έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου που απαντήθηκε από διακόσια άτομα, άντρες – γυναίκες ηλικίας από 18 έως 30 ετών. Η εργασία μας χωρίζεται σε επτά κύριες ενότητες, τον Τουρισμό γενικά, την τεχνολογία που βοήθησε τον τουρισμό ιστορικά, τις τουριστικές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, τις νεότερες τεχνολογίες που βοηθάνε την τουριστική βιομηχανία, τη Σαντορίνη ως τουριστικό προορισμό, τα αποτελέσματα της έρευνας μας και τέλος τα συμπεράσματα και τις προτάσεις μας. Ύστερα από την έρευνά μας συμπεραίνουμε ότι οι τουριστικές κινητές εφαρμογές είναι πλέον αρκετά διαδεδομένες και η εξέλιξή τους αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της τεχνολογίας του τουρισμού καθώς επίσης φαίνεται να «λύνει» τα χέρια των ταξιδιωτών αλλά και των τουριστικών επιχειρήσεων. Είναι ένα σημαντικό κομμάτι με το οποίο πρέπει να ασχοληθεί κυρίως η Ελληνική Τουριστική Βιομηχανία ώστε να εξελιχθεί μιας και η οικονομία της χώρας μας βασίζεται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό.

**Λέξεις – Κλειδιά :** τουρισμός, τεχνολογίες τουρισμού, τουριστικές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, έξυπνα τηλέφωνα, Σαντορίνη, ελληνική τουριστική βιομηχανία

## **ABSTRACT**

The following dissertation aims to discuss about tourism, the technology used over the years to make tourism as popular as possible and mainly about mobile applications in recent years that have been developed to reflect the technological advancement of the tourism industry. Our goal is to highlight the number of mobile applications that can be used by travellers as we divide general examples of applications into categories and focus on mobile application examples of a particular touristic destination named Santorini. The author's research is based on a literature review and on information gathered mainly from the Internet. For the practical section and the proper conduit of our conclusions we conducted a primary experiment using a questionnaire that was given to two hundred people, women and men aged from 18 to 30 years old. This dissertation is divided into seven sections: Tourism in general, tourism history aided by technology, touristic mobile applications, the latest technologies that supported the tourism industry, Santorini as a touristic destination, conclusions from our questionnaire and finally conclusions and recommendations. Following the investigation our conclusions are that nowadays touristic mobile applications are fairly widespread and their development is an integral part of tourism technology. It is shown that they solve many of the difficulties for travellers and touristic businesses. Mobile apps have become an important tool which the Hellenic Touristic Industry needs to deal with in order to flourish since the country's economy relies heavily on tourism.

**Key words** : tourism, tourism technology, tourism mobile applications, smartphones, Santorini, hellenic touristic industry

## Πίνακας περιεχομένων

<b>1</b>	<b>ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>1</b>
1.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	1
1.2	Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	2
1.3	ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	2
1.3.1	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ/ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	2
1.3.2	ΜΑΖΙΚΟΣ/ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	3
1.3.3	ΣΥΝΕΧΗΣ/ ΕΠΟΧΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	3
1.3.4	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΣ/ ΚΙΝΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	3
1.3.5	ΝΕΑΝΙΚΟΣ/ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	4
1.4	Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ .....	4
1.5	Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	6
1.5.1	ΟΙ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΟΙ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΙ/ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	8
1.5.2	ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ/ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	10
<b>2</b>	<b>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>13</b>
2.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	13
2.2	Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (Global Distribution System- GDS).....	14
2.2.1	Η ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	18
2.2.2	ΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ GDS .....	18
2.2.3	Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ GDS ΣΗΜΕΡΑ .....	20
2.3	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ( Customer Relationship Management).....	21
2.3.1	Ο ΟΡΙΣΜΟΣ/ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ CRM.....	21
2.3.2	ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ CRM.....	22
2.3.3	ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ CRM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	22
2.4	Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ.....	23
<b>3</b>	<b>ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>26</b>
3.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	26
3.2	ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ SMARTPHONE'S ( ΕΞΥΠΙΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ).....	27
3.3	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ MOBILE APPLICATIONS ( ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ).....	28

3.3.1	ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ MOBILE APPLICATIONS .....	29
3.3.2	ΑΓΟΡΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ	30
3.3.3	ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ .....	31
3.3.4	ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	31
3.4	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ/ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ MOBILE APPLICATIONS ..	32
3.5	Η ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΤΑΣΗ ΤΩΝ MOBILE APPLICATIONS.....	33
<b>4</b>	<b>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΒΟΗΘΗΣΑΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....</b>	<b>37</b>
4.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	37
4.1.1	Πρωτόκολλο Ασύρματων Εφαρμογών (WAP).....	38
4.1.2	ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (AR) .....	40
4.1.3	ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΣ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ .....	43
4.1.4	ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ (GIS) .....	44
4.1.5	QR Codes (2D barcode) .....	44
4.1.6	ΤΑ SOCIAL MEDIA ΚΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	46
4.2	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΞΕΝΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ .....	48
4.2.1	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ.....	48
4.2.2	ΧΩΡΟΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	50
4.2.3	ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ ( ΜΠΑΡ- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ-ΚΑΦΕ Κ.Α ) .....	53
4.2.4	ΕΠΙΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΕΡΙΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑ.....	55
4.2.5	ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ-ΠΛΟΗΓΗΣΗ-GPS .....	58
4.2.6	ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΕΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΑ ΦΡΑΣΕΩΝ .....	61
4.2.7	ΞΕΝΑΓΗΣΗ-ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ .....	63
4.2.8	ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ .....	65
4.2.9	ΕΠΑΦΗ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ .....	67
4.3	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ.....	69
4.3.1	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ .....	69
4.3.2	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΑΙΡΟΥ .....	71
4.3.3	ΜΕΤΑΦΟΡΑ.....	71
4.3.4	ΠΛΟΗΓΗΣΗ.....	73
4.3.5	ΞΕΝΑΓΗΣΗ.....	73
4.3.6	ΕΚΤΑΚΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ.....	74
<b>5</b>	<b>ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ .....</b>	<b>75</b>

5.1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	75
5.1.1	ΤΟ ΗΦΑΙΣΤΕΙΟ .....	76
5.1.2	ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ .....	77
5.1.3	Ο ΟΙΝΟΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ.....	78
5.1.4	ΟΙ ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ .....	79
5.1.5	ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΚΑΙ ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΤΗΣ 82	
5.1.6	Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ .....	83
5.1.7	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ.....	85
<b>6</b>	<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</b>	<b>89</b>
6.1	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	90
<b>7</b>	<b>ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ/ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>91</b>
	<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>93</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός θεωρείται μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως και αυτό είναι φανερό από την ιστορική εξέλιξή του και από την ταχεία ανάπτυξη που είχε από την αρχαιότητα, όπου ξεκίνησε κυρίως για σκοπούς εργασίας έως και σήμερα που έχει πάρει πάρα πολλές μορφές εκ των οποίων η πιο γνωστή σε όλους μας είναι η μορφή του τουρισμού για σκοπούς αναψυχής. Είναι γνωστό επίσης, ότι η τεχνολογία είναι ένα κομμάτι που εξελίσσεται συνεχώς με πάρα πολύ γοργούς ρυθμούς και όπως και σε κάθε άλλη βιομηχανία, έτσι και στην τουριστική, παίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο. Στην εποχή που διανύουμε κάθε επιχείρηση, κλάδος και βιομηχανία πρέπει να προσαρμόζεται στην τεχνολογική εξέλιξη ώστε να έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα και να δίνει στο κοινό του την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση ή προϊόν. Το κύριο κομμάτι που θα μας απασχολήσει στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία είναι οι εφαρμογές κινητών τηλεφώνων που έχουν αναπτυχθεί συγκεκριμένα για τον τουρισμό, μιας και είναι παγκοσμίως διαδεδομένες αλλά λιγότερο στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα είναι μία χώρα της οποίας η οικονομία εξαρτάται σε πάρα πολύ σημαντικό βαθμό από τον τουρισμό της, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, οπότε κρίνεται απαραίτητο από τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους αρμόδιους φορείς να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στην ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής Τουριστικής Βιομηχανίας. Καθοριστικό ρόλο για την επίτευξη των σκοπών αυτών είναι η υιοθέτηση και η αξιοποίηση των νέων κινητών τεχνολογιών, όπως είναι οι εφαρμογές κινητών τηλεφώνων που δίνουν τη δυνατότητα του εντοπισμού θέσης κτλ.

Στην Ελλάδα δυστυχώς δεν είναι τόσο γρήγορη, όσο θα έπρεπε, η ανάπτυξη τέτοιων εφαρμογών ενώ κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξή τους, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων χρησιμοποιεί έξυπνα τηλέφωνα ( Smartphone's ) και Tablets.

Σκοπός της παρακάτω πτυχιακής εργασίας είναι να αναδείξουμε το εύρος και το πλήθος των κινητών εφαρμογών που απευθύνονται σε ταξιδιώτες – τουρίστες, καθώς και να παρουσιάσουμε τις δυνατότητες που προσφέρουν στον κάθε χρήστη έξυπνου τηλεφώνου που επιθυμεί να ταξιδέψει και να οργανώσει το ταξίδι του με ευκολία και άνεση. Επίσης με τη χρήση πρωτογενούς έρευνας και ερωτηματολογίου θα παρουσιάσουμε το κατά πόσο γνωστές είναι τέτοιου είδους εφαρμογές στο Ελληνικό κοινό καθώς και το πόση επιθυμία υπάρχει, από χρήστες έξυπνων τηλεφώνων που δε γνωρίζουν την ύπαρξη τέτοιων εφαρμογών, να τις χρησιμοποιήσουν μελλοντικά. Σκοπός μας είναι μέσα από την μελέτη μας, την έρευνα και τα συμπεράσματά μας να τονίσουμε την αναγκαιότητα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων να ταυτιστούν με τουριστικές εφαρμογές όπως αυτές που εξετάζουμε και αναλύουμε στα παρακάτω κεφάλαια και μέσα από τα παραδείγματά μας που έχουν να κάνουν με τουριστικές εφαρμογές γενικά αλλά και συγκεκριμένα για έναν πολύ γνωστό τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, τη Σαντορίνη, να κατανοήσουν όλοι την πρακτικότητα που προσφέρουν αλλά και τους λόγους που οδηγούν στην εφαρμογή των σύγχρονων αυτών τεχνολογιών στον τουριστικό κλάδο.

Πιο αναλυτικά, η εργασία μας χωρίζεται σε έξι βασικές ενότητες οι οποίες αναλύουν τα εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο με τίτλο «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ» αναφερόμαστε γενικά στην έννοια του τουρισμού και ορίζουμε τις διάφορες έννοιες που έχουν να κάνουν με αυτόν και με τις μορφές του. Ειδικότερα αναφερόμαστε στον τουρισμό της Ελλάδας παρουσιάζοντας τους



δημοφιλέστερους προορισμούς της χώρας καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που επιφέρει.

Στο δεύτερο κεφάλαιο με τίτλο «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ» κάνουμε μία ιστορική αναδρομή της τεχνολογίας που βοήθησε στην εξέλιξη του τουρισμού από το 1950 έως και σήμερα, ορίζοντας τις σημαντικότερες τεχνολογίες, όπως είναι τα παγκόσμια συστήματα διανομής και η διαχείριση σχέσεων πελατών, που μας έφτασαν στο σήμερα.

Στο τρίτο κεφάλαιο με τίτλο «ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ» κάνουμε μια εισαγωγή στην έννοια των έξυπνων τηλεφώνων (Smartphone's) και των εφαρμογών κινητών τηλεφώνων και αναφέρουμε τα χαρακτηριστικά, τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και τη μελλοντική τάση τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο με τίτλο «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΒΟΗΘΗΣΑΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ» αναλύουμε τις τεχνολογίες συγκεκριμένα για τις εφαρμογές που αναπτύχθηκαν για τον τουρισμό. Κάποιες από αυτές είναι ο Γεωγραφικός εντοπισμός, η Επαυξημένη Πραγματικότητα, τα Social Media κτλ. Κλείνοντας παρουσιάζουμε μία ποικιλία ενδιαφερόσων ξένων και ελληνικών εφαρμογών ανά κατηγορία.

Στο πέμπτο κεφάλαιο με τίτλο «ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ» κάνουμε μία αναλυτική παρουσίαση του ελληνικού νησιού ως τουριστικό προορισμό και έπειτα παρουσιάζουμε κάποιες συγκεκριμένες τουριστικές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων που δημιουργήθηκαν για τους επισκέπτες του νησιού.

Στο έκτο κεφάλαιο μας, με τίτλο «ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ», παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε βάσει την Χρήση των Κινητών Εφαρμογών του Τουρισμού, η οποία βασίστηκε σε ήδη υπάρχουσες έρευνες.

Στο έβδομο κεφάλαιο με τίτλο «ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ» αναγράφουμε τις απόψεις μας περί των παραπάνω θεμάτων έπειτα από τη μελέτη και την έρευνά μας καθώς επίσης θέτουμε και τις προτάσεις μας για την βελτίωση της Ελληνικής Τουριστικής Βιομηχανίας

# 1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στο παρακάτω κεφάλαιο αναφερόμαστε αποκλειστικά στον τουρισμό, όπου αναλύουμε τον ορισμό του, αλλά και τους ορισμούς όσο αφορά τον τουρίστα και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Στην συνέχεια παρουσιάζουμε τις κατηγορίες και τις διακρίσεις του, ενώ ακολουθεί αναλυτικά ο τουρισμός των πόλεων, ο οποίος έχει αναδείξει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Ειδικά, αναφερόμαστε στον τουρισμό της Ελλάδας, ο οποίος είναι ο δυναμικότερος τομέας στην οικονομία της, καθώς παρουσιάζουμε και τους δημοφιλέστερους προορισμούς της χώρας για την καλοκαιρινή αλλά και την χειμερινή περίοδο του έτους. Τέλος, αναπτύσσουμε τόσο τα πλεονεκτήματα του τουρισμού στην Ελλάδα, όσο και τα μειονεκτήματα που επιφέρει.

## 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Από την αρχαιότητα, η ανάγκη του ανθρώπου να εξερευνήσει καινούριες περιοχές, η ανταλλαγή προϊόντων πρώτης ανάγκης, η παρακολούθηση θρησκευτικών τελετών ή ακόμα και να γνωρίσει άλλους ανθρώπους είναι γνωστή.

Ωστόσο η λέξη τουρισμός προέρχεται από την αγγλική και γαλλική λέξη «tour» η οποία κάνει την εμφάνιση της τον 19<sup>ο</sup> αιώνα. Το ταξίδι εκείνης της εποχής εκλαμβάνονταν σαν εργασία, διότι οι πρώτοι ταξιδιώτες που ήταν επιστήμονες ή έμποροι, συνδύαζαν το ταξίδι με το επάγγελμα τους. Σήμερα, και με την πάροδο του χρόνου το ταξίδι έχει πάρει την σημασία της αναψυχής και της ξεκούρασης. Το ταξίδι την περίοδο εκείνη ήταν προνόμια ευκατάστατων οικογενειών γιατί η πρακτική του ήταν δαπανηρή, δύσκολη και επώδυνη. Εκείνη την εποχή η εξάπλωση του σιδηρόδρομου, αλλά και η εξέλιξη των πλοίων ώθησαν την εμπορική ανάπτυξη και τους ανθρώπους για την τουριστική τους μετακίνηση. Ακολουθώντας τις εξελίξεις στις μεταφορές και στην επικοινωνία, τα τουριστικά καταλύματα ήταν πλέον σε θέση να προσφέρουν δυνατότητες για ψυχαγωγία και ανέσεις πολυτελείας. Ο πρώτος τουριστικός πράκτορας, Thomas Cook, αποτέλεσε σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος. Αρχικά απευθύνθηκε στα υψηλά κοινωνικά στρώματα με προσφορά πακέτου ξενοδοχείου, διατροφής και ξεναγήσεων, αλλά σύντομα στράφηκε και στην μεσαία κοινωνική τάξη.

Με την σύγχρονη του μορφή, ο τουρισμός, αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Μετά την λήξη του δεύτερου Παγκόσμιου Πολέμου έχει προσελκύσει ραγδαία το ενδιαφέρον των αναπτυσσόμενων χωρών, εξίσου και τον αναπτυσσόμενων. Ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση των χωρών που επιχειρούν να τον αναπτύξουν, ωστόσο δεν αποτελεί κύρια λύση αντιμετώπισης όλων των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων. Γι' αυτό το λόγο οι αναπτυσσόμενες χώρες, είναι εκείνες, οι οποίες επιδιώκουν περισσότερο την ανάπτυξη του. Παρ' όλα αυτά η τρέχουσα οικονομική σημασία του τουρισμού, όσο και η εξέλιξη του σε μια δυναμική αναπτυσσόμενη βιομηχανία δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ξεχωριστά, αλλά μέσα στα πλαίσια του ενδιαφέροντος για την οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας.

Από το 1997 ο τουρισμός, σύμφωνα με την πορεία του, θεωρείται ως η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως. Αυτό οφείλεται κυρίως στην τεχνολογική εξέλιξη στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, στην επιθυμία του ανθρώπου να διαθέσει τον αυξημένο ελεύθερο του χρόνο για διακοπές και ξεκούραση, στην αύξηση των αποδοχών του, αλλά και στον

πολλαπλασιασμό των τουριστικών καταλυμάτων. Βάση αυτών των στοιχείων , αποδείχτηκε ότι οι περισσότεροι άνθρωποι με το πέρασμα του χρόνου ταξιδεύουν σε πιο απομακρυσμένους προορισμούς.

Σήμερα λοιπόν , η πορεία και η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει σημαντικά στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόληση σε περιοχές που έχουν τουριστικό χαρακτήρα, αναπτύσσει και στηρίζει την επιχειρηματικότητα όλων εκείνων που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες με απώτερο σκοπό την άμεση-έμμεση ικανοποίηση των τουριστών – καταναλωτών και ενισχύει οικονομικά την περιφέρεια.

## **1.2 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Κατά καιρούς, λόγω της μεγάλης επέκτασης και την ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού έχουν δοθεί πάρα πολλοί ορισμοί από ξένους και Έλληνες επιστήμονες. Παρ 'όλα αυτά ένας αντιπροσωπευτικός ορισμός που έχει υιοθετηθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού είναι ο εξής : « Ως τουρισμός ορίζονται οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους για όχι από περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο, για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης » (Stephen.J.Page,2006,σελ.9).

Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι τα άτομα τα οποία πραγματοποιούν μια μετακίνηση εντός ή εκτός μιας χώρας κατηγοριοποιούνται στους τουρίστες και στους εκδρομείς. Ως τουρίστες ορίζονται οι επισκέπτες, οι οποίοι παραμένουν το λιγότερο ένα εικοσιτετράωρο στην επισκεπτόμενη χώρα με σκοπό την αναψυχή, την ξεκούραση, την διασκέδαση κ.τ.λ. γενικότερα επιδιώκει να αξιοποιήσει τον ελεύθερο του χρόνο με δραστηριότητες διαφορετικές από εκείνες της καθημερινότητας. Ως εκδρομείς ορίζονται τα άτομα τα οποία δεν υπερβαίνουν το εικοσιτετράωρο στην επισκεπτόμενη χώρα. Αυτό αφορά επιβάτες που μετακινούνται εντός της ημέρας χωρίς να διανυκτερεύσουν, τα πληρώματα των πλοίων- αεροπλάνων, επιβάτες κρουαζιερόπλοιων κ.τ.λ.

Αξίζει να αναφέρουμε επίσης ότι στο τουριστικό συστήματα εμπλέκονται νομικά υποκείμενα, τα οποία καλούνται να είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις. Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι παραγωγικές και οικονομικές μονάδες με νομική ή μη νομική ταυτότητα οι οποίες παράγουν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες με σκοπό την αύξηση των κερδών τους. Όλες οι επιχειρήσεις αυτού του είδους αποτελούν την τουριστική βιομηχανία και συγκεκριμένα τον τουριστικό τομέα. Αυτός ο τομέας περιλαμβάνει τον συνδυασμό επιχειρήσεων και οργανισμών με τους άλλους τουριστικούς πόρους (π.χ. τα μουσεία, οι υποδομές) όπου μαζί αποτελούν την τουριστική προσφορά.

## **1.3 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **1.3.1 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ/ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

- Ο εσωτερικός τουρισμός περιλαμβάνει την μεταφορά των μόνιμων κατοίκων μιας χώρας, μέσα στην ίδια χώρα. Ένα από τα οφέλη που παρουσιάζονται στην συγκεκριμένη κατηγορία είναι ότι συμβάλλει στην συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος λόγω του ότι δεν πραγματοποιείται εξωτερικός τουρισμός. Ακόμα, βελτιώνει και αναπτύσσει τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, έτσι ώστε οι μετακινήσεις των εγχώριων τουριστών να είναι ασφαλέστερες και ταχύτερες και σύμφωνα με τα οικονομικά δεδομένα της επικράτειας, δημιουργεί προσιτά οικονομικά μέσα φιλοξενίας.
- Ο εξωτερικός τουρισμός περιλαμβάνει την μεταφορά των ατόμων που λαμβάνει χώρα, σε χώρα διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας τους. Ο συγκεκριμένος τουρισμός ενδιαφέρει περισσότερο τις χώρες, λόγω της εισροής ξένου συναλλάγματος. Στην πρώτη περίπτωση χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός από την εισροή συναλλάγματος ενώ στην δεύτερη περίπτωση χαρακτηρίζεται ως παθητικός από την εκροή πολύτιμου συναλλάγματος.

### **1.3.2 ΜΑΖΙΚΟΣ/ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

- Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την οργάνωση ομάδες ατόμων που επιθυμούν και επιλέγουν έναν συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό. Ωστόσο αυτή η κατηγορία τουρισμού θεωρείται μια από τους κύριους ένοχους για τις αρνητικές επιπτώσεις της μόλυνσης του πλανήτη, με αποτέλεσμα να μην είναι φιλικός προς το περιβάλλον, ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες. Αυτό οφείλεται κυρίως στην εξάντληση των πόρων και στην τοπική υπέρ ανάπτυξη.
- Ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την προσωπική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού ενός ατόμου. Η ανάπτυξη του συνδέεται σε μεγάλο βαθμό τόσο με τα ιδιωτικά μέσα μεταφοράς, όπως είναι τα αυτοκίνητα τα σκάφη κ.α., όσο και στην διάρκεια παραμονής του ατόμου στην φιλοξενούμενη χώρα. Ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ως περιηγητικός.

### **1.3.3 ΣΥΝΕΧΗΣ/ ΕΠΟΧΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

- Βασικό στοιχείο και χαρακτηριστικό του συνεχή τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο. Αυτό σημαίνει ότι δεν επηρεάζεται σε καμία περίπτωση από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές. Οι μορφές οι οποίες αντιπροσωπεύουν αυτόν τον τουρισμό είναι ο μορφωτικός, ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός κινήτρων, εκθέσεων και των πόλεων.
- Σε αντίθεση με τον συνεχή τουρισμό, οι δραστηριότητες του εποχικού επηρεάζονται σημαντικά από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν σε διάφορες εποχές, με αποτέλεσμα να μην διαρκεί όλο το χρόνο, γι' αυτό και η διαμονή είναι προσωρινή ή μικρού χρονικού διαστήματος. Οι μορφές οι οποίες αντιπροσωπεύουν αυτόν τον τουρισμό είναι ο τουρισμός παραχείμασης και χειμερινών σπορ, και ο γενικός τουρισμός κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.

### **1.3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΣ/ ΚΙΝΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

- Λόγω του ότι ο τουρίστας θέλει να περάσει λίγες μέρες ξεκούρασης, πιέζεται από τον χρόνο ή ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους επιλέγει να παραμείνει σε ένα ξενοδοχείο παραθερίσις καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής του. Αυτός είναι ο στατιστικός τουρισμός.

· Στον κινητικό τουρισμό αντίθετος ο τουρίστας βρίσκεται συνεχώς σε κίνηση και επιθυμεί να εξερευνήσει την επισκεπτόμενη χώρα.

### **1.3.5 ΝΕΑΝΙΚΟΣ/ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

· Στον νεανικό τουρισμό αναφερόμαστε σε άτομα ηλικίας 18 έως 30 ετών, οι οποίοι αποσκοπούν στις ειδικές μορφές τουρισμού όπως είναι π.χ. τα χειμερινά σπορ, περιπέτειας κ.τ.λ. βασικός σκοπός τους είναι να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους, σε μέρη όπου θα τους αφήσουν έντονες αναμνήσεις. Προτιμούν οπότε να επισκεφτούν ένα μέρος όπως είναι η Σκιάθος ή η Μύκκος, παρά έναν προορισμό φημισμένο για το ήσυχο κλίμα του. Σε σχέση με της τρίτης ηλικίας ο νεανικός τουρισμός εμφανίζει μεγαλύτερη κινητικότητα. Αυτό οφείλεται στην αύξηση των εισοδημάτων, στην περιέργεια να ανακαλύψουν άλλα μέρη, ήθη και έθιμα, στην ιδιωτική χρήση μεταφορικών μέσων και στην ανεξαρτησία τους.

· Στην εποχή μας, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, απόκτη μεγάλη σημασία λόγω του ότι ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού αποτελείται από άτομα αυτής της ηλικίας. Με την αύξηση του βιοτικού επιπέδου, η ζήτηση για ταξίδια των ηλικιωμένων, εμφανίζει με την πάροδο του χρόνου σημαντική άνοδο. Σε αντίθεση με τους νέους, προτιμούν ξεκούραστα και άνετα ταξίδια. Ωστόσο πολλοί από αυτούς μπορεί να έχουν κινητικά προβλήματα, έτσι ώστε να έχουν την απαίτηση ειδικών εγκαταστάσεων και ευκολιών. Επίσης επιθυμούν την συμμετοχή τους σε μεγάλες ομάδες οργανωμένων ταξιδιών. Οι ειδικές μορφές οι οποίες χαρακτηρίζουν τον τουρισμό της τρίτης ηλικίας είναι ο ιαματικός. Ο πολιτιστικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

## **1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ**

Ο τουρισμός πόλεων, ή το City Break όπως αναφέρεται διεθνώς, έχει εμφανίσει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει σε αυτό είναι η ωρίμανση και η αλλαγή τάσεων των τουριστών, γι' αυτό και οι φορείς και οι Κυβερνήσεις θεωρούν πλέον τον τουρισμό πόλεων σημαντική πηγή εσόδων και αύξηση της τουριστικής ζήτησης. Ο τουρισμός πόλεων, προβλέπει στην ανάδειξη μιας πόλης από την ιστορική και την πολιτιστική διάσταση της. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στις χώρες, οι οποίες επιδιώκουν να αναδείξουν έναν νέο προορισμό χρησιμοποιώντας διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν από τα σύνηθες και ανταγωνιστικές τιμές. Με την χρήση των νέων τεχνολογιών, στην προσφορά και στην προώθηση του τουριστικού τους προϊόντος, εμφανίζεται έντονος ανταγωνισμός.

Ο τουρισμός πόλεων, ή αστικός τουρισμός, αναπτύσσεται σε πρωτεύουσες, σε μεγάλες ή μικρές πόλεις, σε ιστορικές, βιομηχανικές, παράκτιες και ηπειρώτικες. Ως κύριο χαρακτηριστικό του έχει τις περιηγήσεις των τουριστών που ταξιδεύουν σε αυτές και είναι άμεσα συνδεδεμένος με άλλες μορφές τουρισμού, όπως είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο εκπαιδευτικός, ο συνεδριακός τουρισμός κ.α.

Λόγο των μεγάλων και πολλαπλών οικονομικών και κοινωνικών ωφελειών που προσφέρει, θεωρείται πλέον υποχρεωτική η τουριστική ανάπτυξη των πόλεων από τις Κυβερνήσεις. Τα σημαντικότερα οφέλη που προκύπτουν από αυτήν την ανάπτυξη είναι ότι δημιουργεί νέες θέσεις απασχόλησης, αυξάνει τα έσοδα των επιχειρήσεων και των πολιτών και αναβαθμίζει

την ποιότητα ζωής των κατοίκων και τις περιφέρειες. Ωστόσο θα πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη της αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει και να πάρουν μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος, τα ήθη και τα έθιμα, κ.α.

Επίσης, η ανάπτυξη του, εξαρτάται από τα ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά των πόρων που διαθέτει μια πόλη, τα οποία προσδιορίζουν τους περιορισμούς τις τουριστικής της ανάπτυξης. Παρ' όλο που η σύγχρονη επιστήμη διαθέτει όλη τη τεχνογνωσία και τα εργαλεία μάρκετινγκ, η ανάδειξη μιας πόλης σε δημοφιλή τουριστικό προορισμό, αποτελεί δύσκολο έργο.

Τα τελευταία χρόνια και κυρίως την τελευταία δεκαετία, παρατηρείται ραγδαία ανάπτυξη στον τουρισμό των πόλεων. Αυτό οφείλεται κυρίως στην σκληρή εργασία των ανθρώπων, στον περιορισμένο χρόνο που έχουν για της καλοκαιρινές τους διακοπές και στην μεγαλύτερη εργασιακή τους κινητικότητα. Ένας σημαντικός παράγοντας που συνέβαλλε επίσης στην ανάπτυξη αυτή, είναι το χαμηλό κόστος των αεροπορικών εταιριών (Ryanair). Το 50% των ταξιδιών γίνεται αεροπορικός και το 40% με πτήσεις που κοστίζουν πολύ φτηνά. Πρέπει να σημειωθεί, ότι η αύξηση των ταξιδιών δεν επηρεάζεται από το φαινόμενο της εποχικότητας, το οποίο αποτελεί σημαντικό ζήτημα σε άλλες μορφές τουρισμού.

Συγκριτικά με τον μαζικό τουρισμό, ο τουρισμός των πόλεων αναπτύσσεται με υπερδιπλάσιους ρυθμούς και αποτελεί μια από τις πιο δημοφιλείς μορφές στον παγκόσμιο τουρισμό. Σύμφωνα με στοιχεία, τα τουριστικά ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν παγκοσμίως το 2004 ήταν 360 εκατομμύρια εκ των οποίων τα 135 εκατομμύρια είχαν ως προορισμό μια πόλη. Τα ταξίδια των πόλεων αποτελούν μια από τις σημαντικότερες τουριστικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα τα Σαββατοκύριακα. Το 38% του συνόλου του εξερχόμενου τουρισμού αντιπροσωπεύει τα ταξίδια σε πόλεις, ενώ το 60% του ποσοστού, αφορά τον τομέα του αστικού τουρισμού. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο σκοπός επίσκεψης των τουριστών αναλύονται ως εξής : Το 45% για επαγγελματικούς και επιχειρηματικούς λόγους, το 27% των τουριστών για αναψυχή, διασκέδαση και διακοπές, το 8% για επίσκεψη σε φίλους, το 2% για λόγους υγείας, ενώ το 18% αφορά όλους τους άλλους σκοπούς.

Σύμφωνα με μελέτη που έγινε το 2014, σας παρουσιάζουμε τις πιο δημοφιλείς τουριστικές πόλεις του κόσμου για εκείνη τη χρονιά, ανάλογα με τον αριθμό επισκεπτών.

<b>ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ</b>	<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>ΠΟΛΗ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ</b>
<b>1</b>	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	ΛΟΝΔΙΝΟ	18,7εκατ.
<b>2</b>	ΤΑΙΛΑΝΔΗ	ΜΠΑΝΓΚΟΚ	16,4εκατ.
<b>3</b>	ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	15,5εκατ.
<b>4</b>	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	12,5εκατ.
<b>5</b>	ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ	ΝΤΟΥΜΠΑΙ	12εκατ.
<b>6</b>	ΗΠΑ	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ	11,8εκατ.

7	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ	11,6εκατ.
8	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	ΚΟΥΑΛΑ ΛΟΥΜΠΟΥΡ	10,8εκατ.
9	ΚΙΝΑ	ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	8,8εκατ.
10	ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ	ΣΕΟΥΛ	8,6εκατ.

## 1.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα αποτελεί έναν κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, ιδιαίτερα την περίοδο του καλοκαιριού λόγω του μεσογειακού της κλίματος και των πλούσιων φυσικών της πόρων. Διαθέτει πάνω από 15.000 χιλιόμετρα παραλίες, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρά νησιά. Οι τουρίστες ανακαλύπτουν πάρα πολλές επιλογές σε τομείς όπως είναι οι κρουαζιέρες, η ιστιοπλοΐα και τα ταξίδια κινήτρων που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες αγορές. Πόλο έλξης για τους επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο στην χώρα μας, αποτελούν οι καθαρές παραλίες, τα επιβλητικά βουνά, τα πλούσια σε ιστορικά τοπία και η φημισμένη φιλοξενία μας. Έρευνα ανέδειξε ότι ένα ποσοστό άνω του 25% των ευρωπαίων, ταξιδεύουν στην χώρα μας με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, αναζητώντας εμπειρίες πέρα από θάλασσα, ήλιο και φιλοξενία. Η Ελλάδα είναι σε θέση να προσφέρει τέτοιου είδους εμπειρίες, γιατί συνδυάζει με την νεωτεριστική επιχειρηματικότητα τα όμορφα τοπία της, τα φυσικά της κάλλη και τον πολιτιστικό και ιστορικό της πλούτο.

Μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες η Ελλάδα έγινε το επίκεντρο της τουριστικής αγοράς, αφού αποτέλεσαν σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη υποδομών. Ως ένα από τα καλύτερα αεροδρόμια του κόσμου, έχει αναγνωριστεί ο Αερολιμένας Αθηνών, ο οποίος με τα προγράμματα μάρκετινγκ που πραγματοποίησε προσέλκυσε 12 νέες αεροπορικές εταιρίες στην Αθήνα. Τα αεροδρόμια στην Ελλάδα τα οποία συνολικά είναι 40, αποσκοπούν στην αναβάθμιση τους, έτσι ώστε να εξυπηρετήσουν τους τουρίστες και τις πτήσεις τσάρτερ που έχουν αυξηθεί σημαντικά. Επίσης, μια από τις σημαντικές υποδομές που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι το εθνικό οδικό σύστημα. Σε αυτό το σύστημα συμπεριλαμβάνεται η Εγνατία Οδός, η Ιόνια Οδός, η Αττική Οδός αλλά και το μετρό της Αθήνας που βοήθησαν στην βελτίωση και στην ευκολία των μεταφορών. Τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα έχει σημειώσει μεγάλη πρόοδο ως προς την υποδομή της.

Ο τουρισμός στην χώρα μας σήμερα, αποτελεί τον δυναμικότερο αναπτυσσόμενο τομέα της οικονομίας της, γι' αυτό το λόγο επιβάλλεται η προσπάθεια διατήρησης του σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας από της πολιτείες και της επιχειρηματικές κοινότητες. Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν το οποίο συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό είναι σταθερά πάνω από 15% και κατά καιρούς ξεπέρασε το 18%. Η σημασία του τουρισμού στην χώρα μας είναι ιδιαίτερα σημαντική τα τελευταία περίπου 30 χρόνια, αφού συμβάλλει στην ανάπτυξη δημιουργίας απασχόλησης και εισοδήματος. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι ένας στους πέντε κατοίκους απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα. Παρόλο την διόγκωση που έχει σημειώσει τα τελευταία 3 χρόνια η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, οι τουριστικές εισπράξεις καλύπτουν το 1/3 αυτού. Επιπλέον, η κατανάλωση των τουριστών επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας.

Οι χώρες-τουριστικοί προορισμοί, οι οποίοι παράγουν ίδιο τουριστικό προϊόν με το δικό μας ή απευθύνονται στις ίδιες αγορές, όπως είναι η Ισπανία, η Κύπρος και η Αίγυπτος, θεωρούνται ανταγωνιστές μας.

Ωστόσο είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι το 80% των τουριστών επισκέπτονται την χώρα μας για αναψυχή, ενώ μόνο το 6,8% για επαγγελματικούς λόγους από τους οποίους το 85% περίπου έρχονται από την Δυτική Ευρώπη. Σύμφωνα με έρευνα οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 20 και 40 ετών και ανήκουν σε χαμηλή κοινωνική και οικονομική τάξη. Ως κύριο μεταφορικό μέσο χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ενώ τα χρήματα που ξοδεύουν ημερήσιος κατά μέσο όρο κυμαίνονται στα 70 με 90 ευρώ και η συνηθέστερη διάρκεια παραμονής τους ανέρχεται στις 7 μέρες.

Σύμφωνα με έρευνα τις Τράπεζας της Ελλάδος, η εποχικότητα της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα αφορά τις αφίξεις στο εξάμηνο του Μάιου - Οκτωβρίου. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια, προσφέρει διάφορα ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθώς αποσκοπεί στην προσέλκυση των τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, με αποτέλεσμα να δημιουργήσει μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης. Με αυτήν την αφορμή οι επιχειρήσεις, με την βοήθεια επενδυτικών κινήτρων, δημιουργούν υπηρεσίες και υποδομές σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό, τον αθλητικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

Όσο αφορά τον τουρισμό υγείας, η φύση χάρισε στην Ελλάδα ιδιαίτερες πηγές με θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου και είναι διάσπαρτα στην ελληνική επικράτεια ενώ τα νερά των πηγών τους διαφέρουν από τα συνηθισμένα λόγω της θερμοκρασίας τους και της γενικής τους χημικής σύστασης. Επίσης, υπάρχουν και οι θερμοπηγές με τις οποίες χτίστηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία. Η γεωγραφική κατανομή των πηγών συνδέεται με τεκτονικά γεγονότα (π.χ. η πηγή της Κυλλήνης, του Λαγκαδά) και με ηφαιστειακές δραστηριότητες. (π.χ. η πηγή της Μήλου)

Ως προς τον θρησκευτικό τουρισμό, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει πολλά μοναστήρια και εκκλησίες σε όλη τη χώρα. Παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας και συνδυάζει τα πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέαματά της. Επίσης, απευθύνεται σε εκείνο το κοινό, το οποίο έρχεται στην χώρα μας για να θαυμάσει και να μελετήσει τα Βυζαντινά αριστουργήματα, όπως είναι οι τοιχογραφίες και τα μωσαϊκά. Ιδιαίτερα, ο θρησκευτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την μικρή διάρκεια του και το κόστος του, το οποίο σε σύγκριση με της άλλες μορφές τουρισμού είναι χαμηλό. Σε αυτήν την μορφή τουρισμού, συναντάμε κορυφώσεις ανάλογα με της θρησκευτικές γιορτές. Ένα αξιόλογο παράδειγμά είναι η επίσκεψη χιλιάδων ανθρώπων στην Παναγία της Τήνου τον δεκαπενταύγουστο.

Ο αθλητικός τουρισμός στην χώρα μας προέρχεται από παλιά, αφού η Ελλάδα είναι η γεννήτρια χώρα των Ολυμπιακών Αγώνων. Τις τελευταίες δεκαετίες ιδιαίτερα, διοργανώνονται μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις σε πολλά σπορ, οι οποίες συνέβαλλαν σημαντικά στην κατασκευή πολλών σύγχρονων, μεγαλύτερων και μικρότερων αθλητικών εγκαταστάσεων και σταδίων ή προπονητικών κέντρων σε όλη την επικράτεια. Κάποια από τα αξιόλογα παραδείγματα είναι το Athens CS12\*-W international το 2009, το WRC Acropolis Rally of Greece, το Euroleague Final 4 Athens 2007 κ.α.



Όσο αφορά τον οικοτουρισμό, η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον καθώς και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Είναι μια αυξανόμενη μορφή τουρισμού, η οποία υποστηρίζεται σε σημαντικό βαθμό από την ελληνική κυβέρνηση. Ως προς τον αγροτουρισμό, πρέπει να πούμε ότι η εξέλιξη του αποτελεί έναν από τους δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού. Οι επισκέπτες, οι οποίοι επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού, διαμένουν και εργάζονται συχνά μαζί με τους μόνιμους κατοίκους της περιοχής και συμβάλουν στα εισοδήματα των επαγγελματιών και στην εκπαίδευση και στην γνώση τους. Ο αγροτουρισμός ενισχύει την παραγωγή και την πώληση των τοπικών προϊόντων, ενισχύοντας έτσι τον οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης στις απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας.

### **1.5.1 ΟΙ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΟΙ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΙ/ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

Σύμφωνα με έρευνα που διενήργησε η Loveholidays.com το 2015 σε δείγμα 2.000 καταναλωτών, στην πρώτη πεντάδα των δημοφιλέστερων χωρών για διακοπές περιλαμβάνεται και η Ελλάδα. Η Ισπανία εμφανίζεται ως η δημοφιλέστερη χώρα διακοπών και ακολουθούν οι ΗΠΑ, η Γαλλία, η Τουρκία, η Ελλάδα, η Ιταλία, το Ην. Βασίλειο, η Πορτογαλία, η Αυστραλία και η Κύπρος. Τα αποτελέσματα της έρευνας αποτελούν ένδειξη για το ποιοι προορισμοί θα είναι πιο δημοφιλείς, ακριβώς επειδή το κοινό ψήφισε που θέλει να κάνει διακοπές.

Ωστόσο για το 2014 η Σκιάθος και Μύκονος ήταν τα νησιά που κέρδισαν τις πρωτιές στην προτίμηση των Ελλήνων και ξένων τουριστών αντίστοιχα σύμφωνα με τα στοιχεία της μηχανής αναζήτησης trivago αναφορικά με τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στην Ελλάδα όσον αφορά το καλοκαίρι εκείνης της χρονιάς. Σύμφωνα με τη λίστα η οποία βασίζεται σε στοιχεία από τις αναζητήσεις των χρηστών της trivago από το διάστημα 1.4.2014 έως 31.8.2014, για την ταξιδιωτική περίοδο Ιούνιος - Αύγουστος 2014, με διάρκεια διαμονής περισσότερο από επτά ημέρες, στην κορυφή των προτιμήσεων των Ελλήνων τουριστών βρέθηκε η Σκιάθος, ενώ ο πιο δημοφιλής προορισμός για τους ξένους τουρίστες ήταν η Μύκονος. Πιο αναλυτικά σας παρουσιάζομαι τον πίνακα με τους 10 κορυφαίους προορισμούς για τους εγχώριους και εξωτερικούς τουρίστες:

<b>ΤΟΠ 10 ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΕΣ</b>		<b>ΤΟΠ 10 ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΞΕΝΟΥΣ</b>	
<b>Κατάταξη</b>	<b>Προορισμοί</b>	<b>Κατάταξη</b>	<b>Προορισμοί</b>
<b>1.</b>	<b>Σκιάθος</b>	<b>1.</b>	<b>Μύκονος</b>
<b>2.</b>	<b>Χανιά</b>	<b>2.</b>	<b>Ρόδος</b>
<b>3.</b>	<b>Πάργα</b>	<b>3.</b>	<b>Περίσσα</b>
<b>4.</b>	<b>Ναύπλιο</b>	<b>4.</b>	<b>Φαληράκι</b>
<b>5.</b>	<b>Σκόπελος</b>	<b>5.</b>	<b>Καμάρι</b>
<b>6.</b>	<b>Μύκονος</b>	<b>6.</b>	<b>Φηρά</b>
<b>7.</b>	<b>Σύβοτα</b>	<b>7.</b>	<b>Μάλια</b>
<b>8.</b>	<b>Αδάμας</b>	<b>8.</b>	<b>Οία</b>
<b>9.</b>	<b>Νιακιάνα Λευκάδος</b>	<b>9.</b>	<b>Κώς</b>
<b>10.</b>	<b>Τολό</b>	<b>10.</b>	<b>Ρέθυμνος</b>
<b>Πηγή: Trivago</b>			

Πέρα από τους καλοκαιρινούς τις προορισμούς όμως, η Ελλάδα διαθέτει φυσικά κάλλη και υποδομές, τα οποία μπορούν να προσελκύσουν τους τουρίστες και την χειμερινή περίοδο. Παρακάτω σας δείχνουμε τους 10 δημοφιλέστερους χειμερινούς προορισμούς τις χώρας καθώς και τα χαρακτηριστικά τους.

ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	ΧΑΡΑΤΗΡΙΣΤΙΚΑ
1.	Παλιός Άγιος Αθανάσιος – Καϊμακτσαλάν	Το χιονοδρομικό κέντρο Καϊμακτσαλάν, τα γραφικά πέτρινα σοκάκια, παραδοσιακοί πέτρινοί ξενώνες, αναπαλαιωμένες κατοικίες.
2.	Ελατοχώρι Πιερίας	Πλούσια βλάστηση με εναλλαγή των τοπίων, με τις κοιλάδες και οροπέδια και μαγευτική θέα στον Όλυμπο. Σε απόσταση μόλις 8 χλμ. από το Ελατοχώρι βρίσκεται το πολυσύχναστο χιονοδρομικό κέντρο του.
3.	Πήλιο	Πέτρινα γραφικά αρχοντικά, πλακόστρωτα καλντερίμια, κρυστάλλινες πηγές, χρυσές αμμουδιές, γεφύρια, καταπράσινα τοπία, κορυφές και θέα στον Παγασητικό κόλπο.
4.	Αράχοβα	Είναι χτισμένη στις πλαγιές του Παρνασσού, μια ανάσα μακριά από το Χιονοδρομικό του Κέντρο.
5.	Ελάτη Τρικάλων – Περούλι	Είναι χτισμένη στις πλαγιές Κόζιακα, ένα βουνό που βρίσκεται απέναντι από τα Μετέωρα. Είναι ένας προορισμός για λάτρες της φύσης με πολλά δασικά μονοπάτια, αλλά και σκιέρ, αφού το Χιονοδρομικό Κέντρο Περούλιου βρίσκεται πολύ κοντά στο χωριό.
6.	Ζαγοροχώρια	Οι δραστηριότητες στα Ζαγοροχώρια είναι πάρα πολλές, όπως πεζοπορία, ιππασία, ορειβασία, αναρρίχηση, rafting, κανό

		καγιάκ και mountain bike.
7.	Μέτσοβο	Είναι χτισμένη στις πλαγιές της Πίνδου, σε υψόμετρο 1160 μ. σε ένα εκπληκτικό τοπίο γεμάτο πράσινο. το Χιονοδρομικό κέντρο Ανηλίου απέχει μόλις 7 χλμ. από το χωριό.
8.	Καρπενήσι	Διαθέτει εντυπωσιακή φύση, δάση γεμάτα έλατα, φαράγγια, λίμνες, μοναστήρια και γεφύρια. Είναι ένας τόπος που οι φυσιολάτρες λατρεύουν για τα αξιοθέατα που προσφέρει αλλά και οι σκιέρ, για το Χιονοδρομικό Κέντρο στο Βελούχι.
9.	Καλάβρυτα	Βρίσκονται στην ορεινή Αχαΐα και οι δραστηριότητες της περιοχής είναι αμέτρητες. Καθώς διαθέτει και χιονοδρομικό κέντρο.
10.	Τρίκαλα Κορινθίας	Είναι παραδοσιακά χωριά βυθισμένα σε ορεινή φύση με πυκνά δάση, λίμνες, μονοπάτια, χιονισμένα έλατα και χιονοδρομικό κέντρο.

### 1.5.2

## ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ/ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο εντοπίζονται οι θετικές επιδράσεις της ανάπτυξης των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Ενώ σε επιχειρηματικό επίπεδο, συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, δίνοντας έτσι την ευκαιρία ακόμα και σε κοινωνικές ομάδες νέων και γυναικών να εργαστούν. Ενεργοποιεί άμεσα θέσεις εργασίας μέσω εστιατορίων, ξενοδοχείων, πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών. Ακόμα, ο τουρισμός αναπτύσσεται από τον τοπικό πληθυσμό δημιουργώντας συμπληρωματικά εισοδήματα για τις οικογένειες, αποτέλεσμα που έχει ιδιαίτερη σημασία για της πληθυσμιακά μειωμένες περιοχές. Η συμπληρωματικότητα του εισοδήματος εισάγει την αναπτυξιακή και κοινωνική διάσταση στην έννοια «εναλλακτικός τουρισμός». Ωστόσο

στηρίζει και ενισχύει την ήδη υπάρχουσα απασχόληση του τοπικού πληθυσμού. Η ύπαρξη του εναλλακτικού τουρισμού και η ανάπτυξη του, βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο στις περιφέρειες καθώς αναπτύσσει έργα υποδομής και αναδομείς σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα. Στα έργα αυτά εντάσσονται οι βελτιώσεις σε ζητήματα υγιεινής και συγκοινωνιών, νέες αθλητικές και αναψυχικές εγκαταστάσεις, εστιατόρια, δημόσιοι χώροι, καθώς και η καλύτερη ποιότητα αγαθών και υπηρεσιών.

Η περιφερειακή ανάπτυξη συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση των μόνιμων κατοίκων αλλά και των τουριστών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η επαφή του τουρίστα με τα οικοσυστήματα ισχυροποιεί την ευαισθητοποίηση του με σκοπό την συμμετοχή του στην προστασία του περιβάλλοντος. Η εκμετάλλευση του πλούτου της περιοχής που γίνεται από τους ντόπιους επιχειρηματίες, συμβάλλει στην ανάπτυξη και στην διατήρηση της λαογραφίας, της τοπικής αρχιτεκτονικής και στην αναβίωση της εργασίας με σκοπό να παράγει παραδοσιακά προϊόντα, τοπικά έθιμα και να οργανώσουν πολιτιστικές εκδηλώσεις. Όλα αυτά αναδεικνύουν την μοναδικότητα της κάθε περιοχής. Επίσης, ένα από τα σημαντικά πλεονεκτήματα του εναλλακτικού τουρισμού είναι ότι δημιουργεί τουριστικές δραστηριότητες σε όλους τους μήνες του χρόνου, μειώνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, το οποίο εμφανίζεται έντονα στον ελληνικό τουρισμό. Αποτελεί λύση για την μείωση του κοινωνικού κόστους ανάπτυξης του τουρισμού αστικών περιοχών και για την αποκέντρωση του τουριστικού κυκλώματος.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια σημαντική πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία. Η εξαγωγή και η εισαγωγή σχετικών αγαθών και υπηρεσιών επιφέρουν έσοδα, ωστόσο μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως άμεσες και έμμεσες εισφορές. Οι φόροι σε εισοδήματα οι οποίοι προέρχονται από τουριστική απασχόληση και από τουριστικές επιχειρήσεις, από άμεσες χρεώσεις σε τουρίστες και οι φόροι αναχώρησης ανήκουν στις άμεσες εισφορές, ενώ οι έμμεσες εισφορές περιλαμβάνουν τους φόρους και τους δασμούς σε αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα που έχει ο εναλλακτικός τουρισμός, είναι σε θέση να δημιουργεί κλίμα κατανόησης ανάμεσα σε ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της αμοιβαίας συμπάθειας και την μείωση των προκαταλήψεων. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός λειτουργεί ως μέσο διατήρησης της ειρήνης.

## **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Ωστόσο, εκτός από τα πλεονεκτήματα, στην Ελλάδα εμφανίζονται σημαντικά μειονεκτήματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

- Υπάρχουν αδυναμίες και ανεπάρκειες στα συστήματα μεταφορών και στις υποδομές, όπως για παράδειγμα το χαμηλό επίπεδο ποιότητα Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, οι ελλείψεις σε αεροδρόμια, οι ανεπαρκείς λιμενικές εγκαταστάσεις κ.τ.λ. Επίσης παρουσιάζονται υστερήσεις στην προβολή της πολιτιστικής μας κληρονομιάς π.χ. μουσεία χαμηλής ποιότητας, αλλά και ελλείψεις από την προσφορά του τουριστικού προϊόντος όπως είναι η χαμηλή ποιότητα σε ξενοδοχειακές υποδομές και καταλύματα και έλλειψη κατάλληλων υποδομών στα στορ/ αναψυχής.
- Υπάρχει επίσης μια στασιμότητα στην εξαγωγή του ελληνικού προϊόντος στις μεγάλες αγορές του εξωτερικού. Παρουσιάζει δηλαδή μια έντονη αδυναμία στο να αυξήσει το μερίδιο του στις κύριες αγορές τις Ε.Ε., κάτι το οποίο οφείλεται στην ανεπαρκή προβολή του, καθώς και στους μη ανταγωνιστικούς όρους προφοράς.
- Μια ακόμη αδυναμία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί η ανυπαρξία συνεχούς και συστηματικού τουριστικού μάρκετινγκ. Ανεπαρκής και αναποτελεσματικές

κρίνονται οι προσπάθειες της έρευνας αγοράς και προβολής του ελληνικού προϊόντος. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου μάρκετινγκ.

- Εξαιτίας της γραφειοκρατικής δυσκινησίας, της έλλειψης Σχεδίου Μάρκετινγκ για τον ελληνικό τουρισμό, των χαμηλών προϋπολογισμών διαφήμισης, της κακής ποιότητας διαφημιστικού υλικού και την συχνή αλλαγή θέματος και στυλ διαφημιστικής επικοινωνίας, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού εμφανίζει αδυναμίες αποτελεσματικής προώθησης των πωλήσεων του ελληνικού προϊόντος.

- Ένα σημαντικό επίσης μειονέκτημα αποτελεί η έλλειψη συστηματικής έρευνας και επανατροφοδότησης για ενέργειες που γίνονται και αφορούν τον τουρισμό, καθώς και τα ελάχιστα στοιχεία που υπάρχουν σχετικά με την αξιολόγηση διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, μόνο εμπειρικά να γνωρίζει κανείς από αυτούς που ασχολούνται ε τον τουρισμό την πορεία του.

- Οι δυνατότητες της χώρας μας να δέχεται τουρίστες όλους τους μήνες του χρόνου μένουν ανεκμετάλλευτες, με αποτέλεσμα να υπάρχει αυξημένη εποχικότητα η οποία εστιάζει μόνο στους θερινούς μήνες. Οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν την Ελλάδα για τις καλοκαιρινές τους διακοπές.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Ο τουρισμός, είναι μια συνεχώς αναπτυσσόμενη βιομηχανία, η οποία από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα δεν σταματά να εξελίσσεται. Κατηγοριοποιείται σε όλων των ειδών τις ανάγκες ανεξαρτήτου ηλικίας. Ο τουρισμός των πόλεων είναι ένα σχετικά νέο είδος τουρισμού, ο οποίος επιφέρει οικονομική άνοδο αλλά και θέσεις απασχόλησης στους κατοίκους των πόλεων. Ωστόσο, ο τουρισμός στην Ελλάδα εμφανίζεται κυρίως την καλοκαιρινή περίοδο, ιδιαίτερα τους μήνες Μάιο με Οκτώβρη λόγω του μεσογειακού της κλίματος. Ιδιαίτερη άνοδο στον τουρισμό της χώρας μας παρατηρήθηκε επίσης μετά την πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων. Πλην την καλοκαιρινή περίοδο, η χώρα μας προσπαθεί να προσελκύσει επισκέπτες όλο το χρόνο με διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορεί να υποστηρίξει. Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε πως η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα σε τόσες χώρες, στους δημοφιλέστερους προορισμούς για την καλοκαιρινή της περίοδο. Πέραν όμως τα όσα κάλλη και θετικά που μπορεί να προσφέρει για τον τουρισμό της, συμπεραίνουμε πως υπάρχουν ακόμα αδυναμίες και ελλείψεις σχετικά με τις υποδομές, τα συστήματα μεταφοράς, τις εξαγωγές της κ.α., οι οποίες δυσκολεύουν την ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού της.

## 2 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύουμε την τεχνολογία η οποία βοήθησε άμεσα τον τουρισμό. Παρουσιάζουμε δηλαδή, την δημιουργία και την εξέλιξη που έχουν τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (GDS) από την δεκαετία του 1950 μέχρι και σήμερα. Μια ακόμη τεχνολογία, η οποία συνέβαλε στον τουρισμό, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να έχουν άμεση επαφή με τους πελάτες τους, είναι η Διαχείριση Σχέσεων Πελατών (CRM). Όσο αφορά τα CRM, αναφερόμαστε στην λειτουργία αλλά και στον ορισμό τους, στα πλεονεκτήματα που επιφέρουν, αλλά και στην σημασία τους για την Ελλάδα. Τέλος, περιγράφουμε την τεχνολογία των πόλεων, η οποία συμμετέχει σημαντικά στην παροχή πληροφοριών προς τους τουρίστες.

### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η «τεχνολογία» έχει τις ρίζες της από την ελληνική γλώσσα και προέρχεται από τις λέξεις τέχνη και λόγος. Ωστόσο στις μέρες μας η τεχνολογία είναι αυτή η επιστήμη η οποία έχει αναπτυχθεί περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη. Η εξέλιξη της τα τελευταία χρόνια, ειδικά στην βιομηχανία του τουρισμού, συμβάλλει έντονα στην πληροφορία. Σύμφωνα με την ανάπτυξη της τηλεπικοινωνιακής και τεχνολογικής υποδομής, οι πελάτες αποκτούν την ικανότητα να εντοπίζουν οι ίδιοι πληροφορίες και να αγοράζουν τις υπηρεσίες. Η συνεχής και η ραγδαία ανάπτυξη της, έχει επηρεάσει σε μέγιστο βαθμό την βιομηχανία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Η εξέλιξη της τεχνολογία εμφανίζει νέες ευκαιρίες για την προώθηση του τουρισμού και δίνει ιδιαίτερη σημασία στην αναγκαία χρήση αποδοτικότερων και εξυπνότερων μεθόδων προσέλκυσης των τουριστών. Σύμφωνα με την περασμένη δεκαετία, οι τουρίστες – καταναλωτές έχουν σήμερα πολύ διαφορετικές συνήθειες. Αυτό οφείλεται κυρίως στην μεταβολή του ρυθμού ζωής των πολιτών. Αντιθέτως, παρατηρείται πως η ραγδαία ανάπτυξη και η διάδοση νέων τεχνολογιών και ειδικά του διαδικτύου, το οποίο κάνει την πρώτη του εμφάνιση την δεκαετία του 1960 στις Η.Π.Α., τους δίνει σήμερα το δικαίωμα στην πρόσβαση πολύτιμων εργαλείων με τα οποία μπορούν να ενημερωθούν, να συγκρίνουν και να διαλέξουν τις καλύτερες τουριστικές προσφορές που ικανοποιούν τις ανάγκες τους και την οικονομική τους κατάσταση. Στην εποχή μας το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών οι οποίοι χρησιμοποιούν καθιερωμένη ομάδα πρωτοκόλλων η οποία ονομάζεται 'TCP/IP' για να εξυπηρετεί τους εκατομμύρια καθημερινούς χρήστες σε όλο τον κόσμο . Οι χρήστες αυτοί έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν μεταξύ τους και να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες γρήγορα χωρίς να έχουν κάποιον περιορισμό. Το διαδίκτυο φυσικά έχει γίνει ένας “χώρος” όπου υπάρχουν επιχειρηματικές, επαγγελματικές και εμπορικές δραστηριότητες και η εξέλιξη των δραστηριοτήτων αυτών μέσα στο χρόνο είναι ραγδαία. Επομένως, όπως καταλαβαίνετε η τουριστική βιομηχανία εκμεταλλεύτηκε το διαδίκτυο εις το έπακρον καθώς είδε τις δυνατότητες, τις οποίες μπορεί να προσφέρει. Αυτός ο τρόπος επιχειρηματικότητας ονομάζεται e-tourism διεθνώς ή αλλιώς ηλεκτρονικός τουρισμός. Ο ηλεκτρονικός τουρισμός ουσιαστικά παρέχει στα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν ένα πλήθος δυνατοτήτων που προσφέρει το διαδίκτυο και οι άλλες τεχνολογίες. Οι καταναλωτές είναι πλέον σε θέση να ενημερωθούν και να αναζητήσουν από μόνοι τους τα τουριστικά πακέτα που τους ταιριάζουν, καθώς επίσης και να συγκρίνουν ή να επιλέξουν οποιαδήποτε τουριστική υπηρεσία που καλύπτει τις δικές τους προσωπικές ανάγκες και επιθυμίες. Κάποιες από τις υπηρεσίες αυτές είναι το ξενοδοχείο ή το δωμάτιο που θέλουν να νοικιάσουν ,η ενοικίαση ενός αυτοκινήτου , τα αεροπορικά ή ακτοπλοϊκά εισιτήρια κτλ. Όπως καταλαβαίνετε, πλέον, είναι κυρίως στο

χέρι του τουρίστα – καταναλωτή να καταλήξει στην καλύτερη για αυτόν λύση οπότε το e-tourism λειτουργεί προς όφελος του. Τα τελευταία χρόνια η χρήση του διαδικτύου έχει επεκταθεί πάρα πολύ σε όλον τον κόσμο και παράλληλα παρατηρείται μεγάλη μείωση του κόστους και γρήγορη ανάπτυξη της υποδομής του. Υπάρχουν οι τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών ( Τ.Π.Ε) και διεθνώς Information Communication Technology ( I.C.T ) οι οποίες βοηθάνε στο να υπάρχει περισσότερη αποδοτικότητα , ανταγωνιστικότητα και παραγωγικότητα. Αναφέρουμε τις Τ.Π.Ε γιατί είναι πολύ σημαντικές για την τουριστική βιομηχανία καθώς μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα μιας τουριστικής επιχείρησης. Όταν οι τουριστικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα συστήματα Τ.Π.Ε παρατηρούν ότι μπορούν να διαφοροποιήσουν την υπηρεσία τους και να τη προσφέρουν στον τουρίστα-καταναλωτή μαζί με την προστιθέμενη αξία που προέρχεται από τη διαφορετικότητα της υπηρεσίας και καλύπτει και τους πιο απαιτητικούς πελάτες που θα πληρώσουν για να έχουν αυτό ακριβώς που ζητάνε. Κατανοείτε πλέον ότι τα Τ.Π.Ε παίζουν πολύ μεγάλο ρόλο στην επικοινωνία, την πληροφόρηση και τη γενική λειτουργία του τουριστικού τομέα και ότι αν χρησιμοποιηθούν σωστά συμβάλλουν σημαντικά στην παγκοσμιοποίηση του τουρισμού. Το μεγάλο πλεονέκτημα είναι ότι είναι ευχαριστημένοι τόσο οι καταναλωτές όσο και οι προμηθευτές επειδή οι πρώτοι μέσω των εργαλείων που διαθέτουν μπορούν να αγοράσουν τις κατάλληλες υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες τους και οι δεύτεροι πάλι μέσω των εργαλείων αυτών, μπορούν να αναπτύξουν , να διαχειριστούν και να διανέμουν τις υπηρεσίες τους σε όλο τον κόσμο.

## **2.2 Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (Global Distribution System- GDS)**

Στην δεκαετία του 1950 κάνουν για πρώτη φορά την εμφάνιση τους τα συστήματα κρατήσεων, εποχή διαπιστώθηκε μεγάλη αύξηση στον αριθμό των διεθνών μετακινήσεων και αντίστοιχη αύξηση των συναλλαγματικών εισπράξεων. Η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών και η αλματώδης ανάπτυξη των αερομεταφορών, είχε ως αποτέλεσμα, εκ μέρος των αεροπορικών εταιριών, την αναγκαιότητα διαχείρισης μεγάλου όγκου πληροφοριών. Επίσης, αντικαταστάθηκε η εφαρμογή της χειρόγραφης μεθόδου κρατήσεων και της διαχείρισης των πτήσεων με την χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Από τις νέες εφαρμογές της πληροφορικής τεχνολογίας καλύπτονται ο προγραμματισμός δρομολογίων, ο σχεδιασμός πτήσεων, η έκδοση εισιτηρίων, ενώ διαχρονικά καλύπτονται και άλλες δραστηριότητες των εταιριών, όπως είναι ο προγραμματισμός τακτικών ελέγχων των αεροσκαφών, η διαχείριση των αποσκευών, οι λειτουργίες λογιστηρίου κ.α. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την άμεση και γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών, τους τρόπους επίλυσης για την αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων στις μετακινήσεις, καθώς μειώνεται ουσιαστικά η πιθανότητα σφάλματος στην διαδικασία της κράτησης με την χρήση των νέων τεχνολογιών.

Τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων ( Computer Reservation Systems – CRS) σχεδιάστηκαν στις αρχές τις δεκαετίας του 1960 από μεγάλες αμερικάνικες εταιρίες σε συνεργασία με την IBM, προωθώντας τα στην αγορά. Σαν ένα database management system λειτουργούν κυρίως τα CRS για την παροχή διαφόρων τύπων πληροφόρησης σχετικά με ένα συγκεκριμένο προϊόν. Τα CRS εξελίσσονται στις αρχές της δεκαετία του 1970 σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών και των τουριστικών πρακτόρων. Στο γεγονός αυτό συνέβαλε η ταχεία αύξηση του αριθμού

των επιβατών των αεροπορικών εταιριών. Αφού πρώτα εγκαταστήσουν ανεξάρτητο τερματικό για την κάθε εταιρία ξεχωριστά, τα τουριστικά γραφεία έχουν πλέον την δυνατότητα να συνδεθούν με συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρίες. Η συγκεκριμένη ενέργεια βοήθησε σημαντικά ορισμένες αεροπορικές εταιρίες και τουριστικά γραφεία, αφού κατέκτησαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα συγκριτικά με των άλλων εταιριών, ενώ συγχρόνως δημιούργησε και ιδιαίτερα προβλήματα αθέμιτου ανταγωνισμού. Για παράδειγμα, στην περίπτωση αναζήτησης των διαθέσιμων πτήσεων, για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και προορισμό, εμφανιζόταν πρώτα οι διαθέσιμες πτήσεις των συνεργαζόμενων αεροπορικών εταιριών και έπειτα των υπολοίπων, μειώνοντας έτσι σε μέγιστο βαθμό την πιθανότητα επιλογής των τελευταίων και επομένως το μέγεθος των πωλήσεων τους. Το συγκεκριμένο γεγονός οδήγησε στην δημιουργία και στην υιοθέτηση κανόνων λειτουργίας των συστημάτων, έτσι ώστε να λυθούν τα παραπάνω προβλήματα και να αποτραπεί ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Επίσης, όλα τα συστήματα διανομής τουριστικών προϊόντων αναγκάστηκαν να εμφανίζουν τις διαθέσιμες πτήσεις όλων των αεροπορικών εταιριών, ενώ η ευκαιρία άμεσης επικοινωνίας και ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ των ταξιδιωτικών πρακτόρων και των αεροπορικών εταιριών, επέφερε την ταχύτερη και φθηνότερη παραγωγή και διάθεση του ταξιδιωτικού προϊόντος.

Τα εξελιγμένα αμερικάνικα συστήματα κρατήσεων ταξιδιωτικής πρακτόρευσης CRS, επεκτείνονται στα μέσα της δεκαετίας του 1980 στην ευρωπαϊκή αγορά δημιουργώντας έντονο προβληματισμό στις 21 ευρωπαϊκές εταιρίες- μέλη του AEA (Association of European Airlines). Έτσι, το 1986 η εταιρία SH&E ανέλαβε την μελέτη για την δημιουργία του πρώτου ευρωπαϊκού συστήματος κρατήσεων. Τα αποτελέσματα της μελέτης απέδειξαν ότι μπορούσε να δημιουργηθεί και στην Ευρώπη ένα Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής. (Global Distribution System – GDS), το οποίο συνδυάζει όλα τα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά πρακτορεία με τα ταξιδιωτικά γραφεία των αεροπορικών εταιριών σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και με τους υπόλοιπους κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών και είναι ικανό να ανταγωνιστεί τα αντίστοιχα αμερικάνικα συστήματα κρατήσεων. Έτσι, τα δύο πρώτα ευρωπαϊκά συστήματα διανομής, το Amadeus και το Galileo, τα οποία κάνουν την εμφάνισή τους το 1987, συνδέονται τόσο με τα εταιρικά πρακτορεία όσο και με τα ταξιδιωτικά γραφεία, διευκολύνοντας έτσι την επικοινωνία με τις αεροπορικές εταιρίες, η οποία γίνεται πλέον μέσω του δικτύου. Οι νέες βάσεις δεδομένων που επακολουθούν από τα δύο συστήματα, προσφέρουν μεγάλο αριθμό πληροφοριών στους ταξιδιώτες εκτελώντας ταυτόχρονα ένα τεχνικό και λειτουργικό ρόλο αφού επιτρέπουν στον υπάλληλο να καθορίσει τις επιθυμίες του πελάτη- καταναλωτή.

Τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων, αλλά και η διάθεση, η προώθηση και η πώληση των τουριστικών προϊόντων μέσω υπολογιστών, αποτελούν πλέον για την ελληνική αγορά έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που θα επηρεάσουν σημαντικά την πορεία του ελληνικού τουρισμού. Το Galileo, το Sabre, το Amadeus και το Worldspan κατέχουν την κυρίαρχη θέση τόσο στην ευρωπαϊκή αγορά, όσο και στην ελληνική αγορά. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, το Galileo, κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό της αγοράς, αποτελώντας τμήμα του Galileo International, το οποίο ορίζεται ως δημοφιλέστερο σύστημα παγκοσμίως. Το Amadeus σχετίζεται κυρίως με την ευρωπαϊκή αγορά, το Sabre αφορά κυρίως την Αερική ενώ το Worldspan είναι ουδέτερο παγκόσμιο σύστημα κρατήσεων. Το βασικότερο στοιχείο και πλεονέκτημα αυτών των συστημάτων, είναι ότι περιλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό από τις επιχειρήσεις τις τουριστικής βιομηχανίας ( ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες κ.α.) μέσα από τις οποίες ο πελάτης έχει την ευκαιρία να πραγματοποιήσει την οποιαδήποτε κράτηση που επιθυμεί. Γίνεται πλέον αντιληπτό, πως οι τουριστικές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στα συστήματα κρατήσεων έχουν μεγαλύτερη



ανταπόκριση σε μια δυνητική πελατεία, καθώς εμφανίζεται μια εξισορρόπηση των τιμών σε σχέση με τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Ας τα κοιτάξουμε αναλυτικότερα :

**1) Galileo :** Το Galileo δημιουργήθηκε στην Αγγλία σε συνεργασία με των αεροπορικών εταιριών British Airways, Swissair, KLM, και United Airlines το 1977, ενώ η Ολυμπιακή Αεροπορία συμμετέχει στην παρούσα κοινοπραξία με ποσοστό 4%. Είναι ένα εξελιγμένο σύστημα κρατήσεων στο οποίο είναι καταχωρημένες παραπάνω από 510 αεροπορικές εταιρίες , 39 εταιρίες ενοικιάσεων αμαξιών , 46.046 ξενοδοχειακές μονάδες , 368 tour operators και όλες τις πρώτες γραμμές κρουαζιέρων παγκοσμίως. Στην Ελλάδα το 1991 ιδρύθηκε η Galileo Hellas κάτι που φυσικά αποτέλεσε ανοδική πορεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Μάλιστα το 1998 & 1999 κέρδισε το βραβείο του καλύτερου ηλεκτρονικού συστήματος στην Ελλάδα ενώ το 2000 & 2002 ανακηρύχθηκε από τη Galileo International ως το καλύτερο N.D.C ( National Distribution Company ) στην Ευρώπη. Οι δύο κυριότερες κατηγορίες της Galileo Hellas είναι οι ακόλουθες :

- Τα διεθνή συστήματα κρατήσεων για αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και ξενοδοχεία.
- Το Εθνικό Σύστημα Διανομής, το οποίο είναι ένα σύστημα κρατήσεων εθνικής εμβέλειας που προσφέρει στον χρήστη την ευκαιρία για πραγματοποίηση κρατήσεων σε ξενοδοχεία, πλοία, αεροπλάνα και τρένα, ενώ ταυτόχρονα έχει και πρόσβαση σε εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων. Επιπλέον, παρέχει δυνατότητα προβολής υπηρεσιών και προϊόντων στην πλειονότητα των τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων στην Ελλάδα.

**2) Amadeus :** Το Amadeus δημιουργήθηκε από τις εταιρίες Lufthansa, Air France, Iberia και SAS το 1987. Αυτό το σύστημα προσαρμόζεται στις ανάγκες του Marketing, της διανομής και των πωλήσεων των υπηρεσιών που προσφέρουν οι παραγωγοί του τουριστικού κλάδου. Μέσα στο σύστημα αυτό υπάρχουν πληροφορίες για πολλές εταιρίες ενοικίασης αμαξιών, για τουλάχιστον 400 αεροπορικές εταιρίες, 63.000 ξενοδοχεία. Το χρησιμοποιεί τουλάχιστον το 2/3 όλων των ταξιδιωτικών πρακτορείων στην Ευρώπη. Στις 290.000 υπολογίζεται ο συνολικός αριθμός των σημείων πώλησης, σε περισσότερες από 210 αγορές παγκοσμίως. Επίσης, συνεργάζεται με πολλές ακτοπλοϊκές εταιρίες και με το Worldspan. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι το Start- Amadeus καλύπτει τις αεροπορικές κρατήσεις για τακτικές πτήσεις σε παραπάνω από 100 αεροπορικές εταιρίες συγχρόνως με την άντληση πληροφοριών για 400 περίπου αεροπορικές εταιρίες, αριθμό που καλύπτει το 95% των προγραμματισμένων αεροπορικών θέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, όσο αφορά τα Inventory, Yield Management και Departure Control αναλαμβάνουν την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών. Δίνουν την δυνατότητα σιδηροδρομικών κρατήσεων στα διευρωπαϊκά σιδηροδρομικά δίκτυα και στους ευρωπαϊκούς σιδηρόδρομους καθώς καλύπτουν και τις ακτοπλοϊκές κρατήσεις σε περισσότερες από 30 εταιρίες ferry, με αυτόματο υπολογισμό της τιμής, καθορισμό της καλύτερης προσφοράς και την παροχή πληροφοριών για καμπίνες.

**3) Worldspan :** Κατόπιν συμφωνίας των αεροπορικών εταιριών Delta Airlines, Northwest Airlines και TWA, δημιουργήθηκε το 1990 το Worldspan, ενώ το 1992 ξεκίνησε να συνεργάζεται με την Start- Amadeus σε τεχνικά θέματα. Παρέχει πληροφορίες για κρατήσεις θέσεων σε διάφορους σιδηροδρομικούς οργανισμούς και ακτοπλοϊκές εταιρίες καθώς επίσης και άλλες πληροφορίες σε εταιρίες και κυβερνητικές οργανώσεις που ασχολούνται με τον

τουρισμό. Η Worldspan συνεργάζεται με τουλάχιστον 360 αεροπορικές εταιρίες , 40 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων , 16.000 τουριστικά πρακτορεία και περίπου 22.000 ξενοδοχεία. Το σύστημα αυτό έχει το “προσόν” ότι λειτουργεί με Windows οπότε είναι και πιο εύκολο στη διαχείρισή του. Το 2003 παρατηρείται μια αύξηση κατά 65% στις συναλλαγές των αεροπορικών εταιριών στις Η.Π.Α., ενώ με την πρόσφατη παρουσία του νέου SecuRate Air Plus προγράμματος, αποτελείτε μια μεγάλη διευκόλυνση στην διαχείριση των διαπραγματευόμενων ναύλων μέσω διαδικτύου σε παγκόσμιο επίπεδο.

**4) Sabre :** Προκειμένου να αναπτύξουν ένα ημιαυτόματο επαγγελματικό ερευνητικό περιβάλλον, η αεροπορική εταιρία American Airlines και η IBM ανακοίνωσαν τα σχέδια τους το 1959. δημιουργώντας το επαναστατικό σύστημα Sabre αποτέλεσαν την πρώτη real-time επιχειρησιακή εφαρμογή στην ηλεκτρονική αγορά. Το Sabre χρησιμοποιείται από τουλάχιστον 350.000 ταξιδιωτικούς πράκτορες παγκοσμίως με περισσότερες από 400 αεροπορικές εταιρίες , 100.000 ξενοδοχεία , 25 εταιρίες ενοικίασης αμαξιών , 50 εταιρίες σιδηροδρομικών σταθμών και 17 εταιρίες κρουαζιερόπλοιων. Επίσης, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ένα αυτοματοποιημένο πρόγραμμα τιμολόγησης διεθνών και εγχώριων ταξιδιών, το πρόγραμμα Worldfare, το οποίο παρέχει συνεχή ενημέρωση από διεθνείς πηγές ναύλων για περισσότερους από 60.000.000 ναύλους, ενώ ταυτόχρονα περιλαμβάνονται στα στοιχεία που προμηθεύει οι τιμές απ’ όλους τους πιθανούς πολίτες. Η παρουσία του Sabre όσο αφορά το διαδίκτυο, δίνει την ευκαιρία σε κάθε ενδιαφερόμενο να μπορεί να επιλέγει και να πραγματοποιεί μια κράτηση στην καθορισμένη τιμή της αεροπορικής εταιρίας. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι στην ετήσια έκθεση τουρισμού Philoxenia 2003, που πραγματοποιήθηκε στην Θεσσαλονίκη, η Sabre Hellas παρουσίασε μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και τεχνικών λύσεων για την ελληνική τουριστική βιομηχανία. Όλα τα παραπάνω συστήματα GDS, είναι σχεδιασμένα να προσφέρουν ποιοτικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες. Οι επιλογή τους και η χρησιμοποίησή τους από τα τουριστικά πρακτορεία, εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις εξής μεταβλητές:

- Την αξιοπιστία του πληροφοριακού υλικού. Δηλαδή, ένα τουριστικό πρακτορείο έχει την ευκαιρία να ενημερώνεται για τις κάθε μεταβολές που μπορεί να προκύψουν στις πτήσεις και τις κρατήσεις θέσεων άμεσα, καθώς επίσης γνωρίζει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και την διαθεσιμότητα των κλινών σε κάθε συνεργαζόμενο ξενοδοχείο.
- Την έγκυρη πληροφόρηση σε ζητήματα τιμών και ικανοποίηση του τουρίστα – καταναλωτή. Με σκοπό να είναι ανταγωνιστικό κάθε τουριστικό πρακτορείο, έχει άμεση πρόσβαση στο σύνολο των σταδίων / επιπέδων τιμολόγησης για κάθε μεμονωμένη υπηρεσία που θεμελιώνει ένα τουριστικό πακέτο. Ο βαθμός της ικανοποίησης του τουρίστα - καταναλωτή διαφέρει ανάλογα με τις ανάγκες του, και καθορίζεται με την συμβολή συγκεκριμένων τεχνικών μάρκετινγκ και την χρησιμοποίηση των προγραμμάτων επιβράβευσης και πιστότητας των πελατών.
- Ιδιαίτερα για τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία που έχουν ογκώδες κύκλο εργασιών είναι η ταχύτητα απάντησης του συστήματος σημαντικός παράγοντας, αφού συνήθως η αναζήτηση, η πραγματοποίηση και η επιβεβαίωση των κρατήσεων, γίνεται σε αληθινούς χρόνους (real time –online).
- Η εξακολουθητική έρευνα των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.
- Το σύστημα τιμολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών, στο οποίο προσφέρεται η δυνατότητα της επιλογής πολλών εναλλακτικών μεθόδων τιμολόγησης.
- Η ευκολία στο επίπεδο και στη χρήση της τεχνικής υποστήριξης. Σύμφωνα με τον κατάλληλο σχεδιασμό της σελίδας πραγματοποίησης κρατήσεων επιτυγχάνεται ο βαθμός ευκολίας στη χρήση του συστήματος έτσι ώστε να είναι εύχρηστη κατά την αναζήτηση πληροφοριών. Ως προς την τεχνική υποστήριξη θα πρέπει να υπάρχει

άμεση και ταχεία επέμβαση σε περίπτωση βλάβης ή δυσλειτουργίας του συστήματος, έτσι ώστε να λυθεί το υπάρχον πρόβλημα.

Η ανάπτυξη τους, ιδιαίτερα την δεκαετία του '90, ήταν ταχύτατη αν και τα ηλεκτρονικά συστήματα κράτησης θέσεων, στην ελληνική αγορά, δεν αξιοποιούνται στο σύνολο των δυνατοτήτων τους από τους χρήστες. Παρ' όλα αυτά, η δομή της ταξιδιωτικής αγοράς και η πολυδιάσπαση των επιχειρήσεων με ανάλογες προσφερόμενες υπηρεσίες και υποδομή, αποτέλεσαν βασικούς παράγοντες στην υιοθέτηση εκ μέρους των ταξιδιωτικών επιχειρημάτων των συστημάτων αυτών και κυρίως στην πλήρη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων τους. Σύμφωνα με έρευνα που είχε γίνει από του Deutsche Wissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, δείχνει ότι ο ρόλος των πρακτορείων ταξιδιών τείνει να μειώνεται συνεχώς από την επίδραση των νέων τεχνολογιών. Έτσι, θα μπορούσε να αποτελέσει μια τεράστια απειλή για τα GDS, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των προϊόντων που διαθέτουν, το διανέμουν στα τουριστικά πρακτορεία. Επίσης, η θεαματική αύξηση στη χρήση του διαδικτύου, καθρεπτίζει μια τάση που δείχνει ότι τα συστήματα κρατήσεων υποκαθίστανται σταδιακά.

### **2.2.1 Η ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ**

Πέρα από όλα αυτά που αναφέραμε πιο πάνω, η σταδιακή απελευθέρωση των GDS, αναμένεται να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο παρουσίασης των προσφορών που διατίθενται στον τουρίστα- καταναλωτή καθώς και στον τρόπο διαπραγμάτευσης με την εκάστοτε αεροπορική εταιρία. Αυτές οι μεταβολές προβλέπουν έναν αριθμό εξελίξεων που θα επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό τις συνθήκες παραγωγής των ταξιδιών στις διάφορες επιχειρήσεις, ενώ η άμεση επαφή μεταξύ αεροπορικών εταιριών και Travel management Companies, θα αποτελέσει σημαντικές αλλαγές στις παραγωγικές διαδικασίες του ταξιδιού αφού προηγουμένως δεν είχαν πρόσβαση στο σύνολο των ναύλων (Internet). Επιπλέον, φαίνονται υποχρεωμένες να βρουν τα κατάλληλα κανάλια πρόσβασης στο σύνολο των ναύλων, έτσι ώστε να μπορούν να προσφέρουν στις επιχειρήσεις- πελάτες τους τις χαμηλότερες και τις πιο συμφέρουσες τιμές. Σήμερα λοιπόν, είμαστε σε θέση να πούμε ότι :

® Τα GDS είναι συστήματα online κρατήσεων για ταξιδιωτικούς πράκτορες και μεμονωμένους τουρίστες. Λειτουργούν ως ηλεκτρονικές υπηρεσίες αγορών για αεροπορικά εισιτήρια, δωμάτια ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα.

([www.net360.gr](http://www.net360.gr))

### **2.2.2 ΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ GDS**

#### Διαδικασία Κράτησης μέσω του συστήματος GDS

Μόλις ο τουρίστας-πελάτης δώσει την εντολή για την κράτηση μίας θέσης για κάποια συγκεκριμένη πτήση πραγματοποιούνται οι εξής ενέργειες :

- Αναζήτηση στη βάση δεδομένων για την ύπαρξη διαθέσιμων θέσεων
- Εμφάνιση διάφορων πτήσεων και ανάλογων πληροφοριών στην οθόνη του ηλεκτρονικού υπολογιστή
- Επιλογή της κατάλληλης, σύμφωνα με τις επιθυμίες του πελάτη, πτήση
- Πραγματοποίηση της κράτησης που έγινε άμα ικανοποιεί τις προϋποθέσεις

- Ολοκλήρωση της κράτησης αφού το επιβεβαιώσει η αεροπορική εταιρία
- Έκδοση του εισιτηρίου όπου η αξία του πιστώνεται στο λογαριασμό του πρακτορείου και ολοκλήρωση της διαδικασίας.

### Χρήση των GDS από τα ξενοδοχεία

Στα πλαίσια της ανάπτυξης και της διαχείρισης ενός μηχανογραφημένου κεντρικού συστήματος κρατήσεων, οι εφαρμογές της πληροφορικής, επεκτείνονται στην παροχή πληροφόρησης σε σχέση με τα διαθέσιμα δωμάτια μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Σαν στόχο έχουν την αύξηση της ετήσιας πληρότητάς τους και των εσόδων τους, καθώς και την αποτελεσματική διάθεση των διαθέσιμων κλινών, με απευθείας πώλησή τους σε νέες αγορές. Όσον αφορά τα συστήματα κρατήσεων, έχουν αναπτύξει οι μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων που εντοπίζονται στην Ελλάδα σημαντική κινητικότητα, όπου διαθέτουν τα δωμάτια των ξενοδοχείων τους, με κύριο πλεονέκτημα την επωνυμία τους. Πέρα από αυτά, τα ξενοδοχεία είναι σε θέση να προσφέρουν και άλλα προϊόντα όπως είναι οι αίθουσες συνεδρίων και εκδηλώσεων, οι εγκαταστάσεις άθλησης και αναψυχής, τα επισιτιστικά τμήματα κ.α. με σκοπό να έχουν μια καθημερινή πώληση αυτών των προϊόντων, για όσο καιρό διαρκεί η λειτουργία τους. Στην εποχή μας δεν υφίσταται να υπάρχουν ξενοδοχεία που λειτουργούν σωστά άμα δεν έχουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές και κάποιο πληροφοριακό σύστημα που να τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση στο κεντρικό σύστημα κρατήσεων. Εφόσον αυτά υπάρχουν τα οφέλη που προκύπτουν είναι τα παρακάτω :

- Ενημέρωση εντός του συστήματος για τις τιμές των διαθέσιμων δωματίων καθώς και τον τύπο τους ( πχ μονόκλινο ή δίκλινο ) ενώ και τις επιπλέον παροχές που μπορεί να παρέχονται
- Αναζήτηση πληροφοριών , ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή, για τα διαθέσιμα δωμάτια
- Δυνατότητα κράτησης δωματίου σε ξενοδοχείο άλλης περιοχής εφόσον είναι αλυσίδα ή κράτηση σε άλλη ξενοδοχειακή μονάδα της περιοχής , κάτι που ονομάζεται overbooking
- Δυνατότητα πραγματοποίησης κράτησης σε άλλα τμήματα του ξενοδοχείου εκτός των δωματίων π.χ. επισιτιστικά τμήματα ή ακόμα και κράτηση σε κάποιον από τους χώρους συνεδρίων, άθλησης κ.τ.λ.
- Την άντληση μικρών αγγελιών που σχετίζονται με την αγορά εργασίας, καθώς και των πολλαπλών πληροφοριών.

Επίσης, το σύστημα κρατήσεων δίνει την ευκαιρία στα ξενοδοχεία να αυξήσουν και να μελετήσουν το πελατολόγιό τους, αφού θα είναι σε θέση να διαθέτουν δωμάτια απευθείας σε νέες αγορές που δεν είχαν μέχρι σήμερα εύκολη πρόσβαση, ενώ παρέχει επίσης μεγάλη διαφημιστική προβολή με σχετικά χαμηλό κόστος. Όσο αφορά τον υπολογισμό της ζήτησης, μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εργαλείο παρατηρώντας τον βαθμό αξιοποίησης συγκεκριμένων καταλόγων καθώς και να αποδειχθεί σημαντικό βοήθημα προς το τμήμα μάρκετινγκ και πωλήσεων του ξενοδοχείου, παρακολουθώντας οικονομικά στοιχεία, στοιχεία αρχικής προέλευσης κράτησης, δυνητικής αγοράς και ιδιαίτερων προτιμήσεων.

### Χρήση των GDS από τα τουριστικά πρακτορεία

Η πολιτική εμπορίας του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, στην οποία εντάσσεται ο ρόλος των τουριστικών πρακτορείων, επιχειρεί την πληροφόρηση, την παροχή συμβουλών, τη διευκόλυνση και την εξυπηρέτηση του τουρίστα – καταναλωτή πριν και κατά την διάρκεια της ταξιδιωτικής του μετακίνησης. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, είναι δεδομένο πλέον πως

η καθημερινή χρήση των πληροφορικών συστημάτων κρατήσεων από τα τουριστικά πρακτορεία, αποτελεί την πιο σημαντική δραστηριότητά τους. Παγκοσμίως, τα GDS, θεωρούνται ανεκτίμητα εργαλεία πληροφόρησης, αναζήτησης, σύγκρισης και πραγματοποίησης κρατήσεων για ταξιδιωτικά και τουριστικά προϊόντα όλων των ειδών. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από την Ένωση Ξενοδόχων και λοιπών καταλυμάτων των ΗΠΑ, τα αποτελέσματα επικυρώνουν ότι το 98% των τουριστικών πρακτορείων στις ΗΠΑ, είναι πλήρως αυτοματοποιημένα και χρησιμοποιούν κεντρικό σύστημα κρατήσεων. Τα βασικά κριτήρια για την επιλογή ενός συστήματος από ένα τουριστικό πρακτορείο είναι η ποσότητα, η ποιότητα, η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των προσφερόμενων πληροφοριών, η κάλυψη μεγάλου αριθμού διαθέσιμων αεροπορικών εταιριών, αλλά και το κόστος και οι διαδικασίες τιμολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών. Το γεγονός ότι αρκετά τουριστικά πρακτορεία στα πλαίσια της συνεργασίας τους με διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, αφού χρησιμοποιούν περισσότερα από ένα σύστημα κρατήσεων, με σκοπό να επιτυγχάνουν την αύξηση της ποικιλίας και της ποσότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και ταυτόχρονα να αποκτήσουν σημαντικά οφέλη από τις ειδικές προσφορές. Οι υπηρεσίες που παρέχει ένα παγκόσμιο σύστημα διανομής στα τουριστικά πρακτορεία είναι οι παρακάτω :

- Κρατήσεις σε ξενοδοχεία ,εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, δυνατότητα δημιουργίας τουριστικών πακέτων κτλ
- Αποθήκευση πληροφοριών σχετικές με τις επιθυμίες του πελάτη
- Εκτυπώσεις εισιτηρίων παντός τύπου και πολλών ακόμα σχετικών εγγράφων ( πχ. εκτυπώσεις αναλυτικών διαδρομών, καρτών πρόσβασης σε συγκεκριμένους χώρους κτλ)
- Πληροφορίες για την διαθεσιμότητα πτήσεων διαφόρων αεροπορικών εταιριών και δυνατότητα σύγκρισης
- Χρήση των windows για την ευκολότερη διαχείριση του συστήματος κρατήσεων
- Δυνατότητα επαφής με εθνικούς τουριστικούς οργανισμούς
- Μετεωρολογικές προβλέψεις που βοηθούν στην σωστή ενημέρωση των πελατών
- Πληροφορίες για τις προϋποθέσεις εισόδου και διαμονής σε μία χώρα ( πχ. Αν χρειάζεται διαβατήριο, visa κτλ )

### 2.2.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ GDS ΣΗΜΕΡΑ

Σήμερα πολλές αεροπορικές εταιρίες που χρησιμοποιούν το παραδοσιακό σύστημα GDS έχουν αρχίσει να εξελίσσουν την στρατηγική « απευθείας πώλησης» προς τους πελάτες τους, επενδύοντας πάνω στις δικές τους κρατήσεις και στα δικά τους συστήματα απευθείας διανομής χρησιμοποιώντας ένα ή περισσότερα συστήματα GDS. Όσο εξελίσσεται η τεχνολογία στο χώρο αυτό τόσο πιο πιθανό είναι να εξαλειφθεί το παραδοσιακό ενωμένο GDS και να υπάρχουν μόνο τα Direct-Distribution Systems κάτι που βέβαια θα δυσκολέψει τη σύγκριση των τιμών ανάμεσα στους ανταγωνιστές. Μάλιστα κάποιοι ειδικοί πιστεύουν ότι μέχρι το 2020 οι αλλαγές αυτές θα καταργήσουν σταδιακά τα GDS στον κλάδο των αεροπορικών εταιριών. Για παράδειγμα κάτι που επιβεβαιώνει την τάση που προαναφέραμε είναι ότι η εταιρία αερομεταφορών Lufthansa σε μία πρόσφατη ανακοίνωση, δήλωσε ότι θα επιβαρύνει με 16€ όποιους κάνουν κράτηση μέσω εξωτερικού GDS αντί για το δικό τους σύστημα επειδή δεν τους συμφέρει. Συγκεκριμένα ο *Lufthansa's Jens Bischof* είπε « Πιστεύουμε ότι η αγορά είναι έτοιμη για αυτήν την αλλαγή. Κάποιος έπρεπε να την κάνει » . Αεροπορικές εταιρίες όπως η Air-France-KLM και Emirates συμφώνησαν με την στρατηγική αυτή και δήλωσαν ότι θα προβούν και αυτές στη συγκεκριμένη διαδικασία. Επίσης έχει

παρατηρηθεί ότι τα τελευταία χρόνια οι αεροπορικές εταιρίες, οι οποίες προσπαθούν ουσιαστικά να διώξουν το μεσάζοντα ( τουριστικά πρακτορεία) από τον κλάδο , έχουν καταφέρει να μειώσουν τις προμήθειες των πρακτόρων από το 6% στο 2% . Φυσικά οι μεσάζοντες έφτιαξαν και προώθησαν ιστοσελίδες για την προώθηση των τουριστικών τους προϊόντων σε μία προσπάθεια διατήρησης της ανταγωνιστικότητάς τους. Η διαφορά που έχουν οι ιστοσελίδες αυτές από των άμεσων προμηθευτών είναι ότι προσφέρουν μεγάλη ποικιλία εναλλακτικών προϊόντων και εταιριών και ο τουρίστας-πελάτης έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων αυτών καθώς επίσης ότι παρέχεται αξιοπιστία και εγγύηση όταν μιλάμε για επώνυμα κανάλια διανομής. Τα GDS των άμεσων προμηθευτών λειτουργούν με την εξής λογική : προσελκύουν τον τελικό καταναλωτή-τουρίστα στις δικές τους ιστοσελίδες αποφεύγοντας να πληρώσουν τους μεσάζοντες, δηλαδή τα ταξιδιωτικά γραφεία. Για παράδειγμα όταν αγοράζεται ένα ηλεκτρονικό εισιτήριο δε χρειάζεται καν να υπάρχει κάποιος τουριστικός πράκτορας για την εκτύπωση του. Έτσι η Galileo λειτουργεί τον ιστότοπο [www.getthere.com](http://www.getthere.com) , η Sabre λειτουργεί τον [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com), η Amadeus τον [www.amadeus.net](http://www.amadeus.net) και η Worldspan τον [www.expedia.com](http://www.expedia.com) . Τα τέσσερα αυτά συστήματα είναι επιτυχημένα επιχειρησιακά μοντέλα και ένα μεγάλο μέρος των τουριστικών ηλεκτρονικών συναλλαγών καλύπτεται από αυτά. Το Amadeus είναι το μοναδικό από αυτά τα συστήματα που το site του δεν είναι ακόμα τόσο εξελιγμένο ώστε να γίνονται πωλήσεις μέσω αυτού , αλλά παρέχει αρκετές χρήσιμες πληροφορίες. Παρ' όλα αυτά τα ξενοδοχεία και οι εταιρίες ενοικίασης αμαξιών δείχνουν να συνεχίζουν να εκμεταλλεύονται τις υπηρεσίες που τους προσφέρει το Παγκόσμιο, παραδοσιακό, Σύστημα Διανομής.

## **2.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (Customer Relationship Management)**

### **2.3.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ/ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ CRM**

Το CRM (Customer Relationship Management) είναι μια επιχειρηματική στρατηγική, που στοχεύει στην μεγιστοποίηση των εσόδων και των κερδών, και στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών. Οι τεχνολογίες που υποστηρίζουν την «φιλοσοφία» CRM συγκεντρώνουν και αποθηκεύουν δεδομένα για τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους συνεργάτες και τις εσωτερικές διαδικασίες μιας επιχείρησης.

(<http://epixeirein.gr/>)

Η Διαχείριση Σύστημα Πελατών ή τα CRM όπως είναι πιο γνωστά, έχουν ως στόχο την δημιουργία, την διατήρηση και την ενίσχυση των σχέσεων μιας επιχείρησης με τους πελάτες τους, διαμέσου της καλύτερης κατανόησης και ικανοποίησης των αναγκών και των επιθυμιών τους. Περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που χρησιμοποιούνται, έτσι ώστε να εντοπίσει τα ενδιαφέροντα και τις προηγούμενες αγορές των πελατών της, προκειμένου να προσφέρονται οι κατάλληλες προτάσεις για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες. Με την καταγραφή των αγοραστικών συνηθειών ενισχύεται η παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται ένα αποτελεσματικό μάρκετινγκ καθώς και η στρατηγική πωλήσεων. Μέσω της προσωπικής επαφής, το CRM, έχει ως στόχο να επιτευχθεί μια ποιοτική, φιλική αλλά και σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών της, η απόκτηση και η χρησιμοποίηση των γνώσεων σχετικά με αυτούς, αλλά και η αύξηση της ικανοποίησης τους και κατά συνέπεια οι πωλήσεις της επιχείρησης. Αφορά δηλαδή, μια συνεχή διαδικασία της επιχείρησης, αφού κρίνονται και αξιοποιούνται τα αποτελέσματα των

πελατών για την διαμόρφωση των μελλοντικών της ενεργειών. Δημιουργείται μια 'one to one' σχέση κάθε φορά που μια επιχείρηση συμπεριφέρεται σε έναν πελάτη με έναν συγκεκριμένο τρόπο, ο οποίος προέρχεται από την πληροφόρηση που διαθέτει αναφορικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του.

Η American Airlines, για παράδειγμα, θυμάται το «προφίλ» του, τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας, σε ποιους προορισμούς έχει ταξιδέψει κ.α., διατηρώντας όλα τα στοιχεία του κάθε πελάτη στην βάση δεδομένων. Έτσι, όταν ο πελάτης θα ξανά-επισκεφτεί την ιστοσελίδα της, δεν είναι υποχρεωμένος να εισάγει ξανά τα προσωπικά του στοιχεία, αφού θα εμφανιστεί η προσωπική του σελίδα, η οποία περιλαμβάνει προσωποποιημένες προωθήσεις για συγκεκριμένους προορισμούς και υπηρεσίες. Αντιθέτως, τα ξενοδοχεία Starwood, έχουν εφαρμόσει ιδιαίτερες CRM εφαρμογές, στις οποίες ο πελάτης μπορεί να δημιουργήσει το προφίλ του και να «φτιάξει» τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες που αρμόζουν στην προσωπικότητα του αλλά και στις επαγγελματικές του ανάγκες. Δηλαδή, έχει την δυνατότητα να καθορίσει προϊόντα μπάνιου, τα ποτά που θα έχει το δωμάτιο, τι είδους εφημερίδα επιθυμεί κ.τ.λ. Με τις εφαρμογές CRM αντιλαμβανόμαστε ότι η επιχείρηση αντιμετωπίζει τον κάθε πελάτη διαφορετικά. Ωστόσο, για να επιτευχθούν όλα αυτά θα πρέπει:

- Να είναι σε θέση να αναγνωρίζει τον κάθε πελάτη ξεχωριστά.
- Να διακρίνει τους πελάτες με βάση την αξία τους για την επιχείρηση και τις επιθυμίες του.
- Να επιδρά αμοιβαία μαζί του με έναν αποτελεσματικό τρόπο.
- Να εναρμονίζει την συμπεριφορά της, επιλέγοντας τον ιδανικό τρόπο για κάθε πελάτη.

### **2.3.2 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ CRM**

Τα πλεονεκτήματα τα οποία προκύπτουν από την χρήση των CRM είναι τα εξής :

- 1) Ο άμεσος εντοπισμός σημαντικότερων πελατών
- 2) Η αύξηση των ποσών που διαθέτουν για καταναλωτική δαπάνη
- 3) Στόχευση της εμπορικής επικοινωνίας
- 4) Ο περιορισμός των απωλειών στην καταναλωτική βάση
- 5) Δημιουργία πιστού αγοραστικού κοινού
- 6) Διαρκείς ανανέωση και διαχείριση προϊόντων και υπηρεσιών
- 7) Την ταχύτητα και την ευελιξία στην προώθηση και προβολή νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- 8) Την επιλογή των αρμόδιων εργαλείων ανάλυσης και αξιολόγησης της πληροφορίας σε όλα τα επίπεδα της επιχειρηματικής δραστηριότητας
- 9) Η εσωτερική συνεχής ενημέρωση των εμπλεκόμενων για το σύνολο τις πελατειακής βάσης.

### **2.3.3 ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ CRM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Παρ' ότι η μεγάλη ανάπτυξη τους ξεκίνησε στο εξωτερικό από την δεκαετία του 1980, τα συστήματα CRM, εμφανίστηκαν στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Οι Έλληνες επιχειρηματίες έχουν κατανοήσει, έστω και τώρα, ότι η φιλοσοφία των συστημάτων CRM είναι απαραίτητη για να επιβιώσει μια επιχείρηση. Ωστόσο, οι περισσότερες ελληνικές μικρές

και μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να αξιοποιήσουν σωστά τις τεχνολογίες CRM, γεγονός που οδήγησε μακροπρόθεσμα στην άποψη ότι το αποτέλεσμα της χρήσης των λύσεων CRM ήταν μη επιτυχής. Σημαντικός παράγοντας που συνέβαλε στην άποψη αυτή, είναι η αδυναμία των επιχειρήσεων να αναπτύξουν και να πραγματοποιήσουν αποτελεσματικά μια ολοκληρωμένη στρατηγική σχετικά με τους πελάτες τους και η αδυναμία τους να μεταβάλλουν την φιλοσοφία της λειτουργίας του. Ο στόχος των επιχειρήσεων, ήταν από πάντα η αύξηση της κερδοφορίας ανά πελάτη, η αύξηση των πωλήσεων και η μείωση των εξόδων για την διατήρηση και την προσέλκυση των πελατών. Έτσι, αντιλαμβανόμαστε λοιπόν, ότι από την στιγμή που τα συστήματα CRM επιβεβαιώνουν την ανάπτυξη μιας επιχείρησης και την αύξηση των κερδών, θα προσέλκυε όλο και περισσότερους επιχειρηματίες ώστε να παρέχουν ένα τέτοιο σύστημα. Δυστυχώς όμως, αυτό που δεν κατανοήθηκε από τις ελληνικές επιχειρήσεις, είναι ότι το CRM δεν είναι ένα απλό σύστημα, αλλά μια ολόκληρη φιλοσοφία, η οποία περιστρέφεται γύρω από τον καταναλωτή. Επομένως, αν μια εταιρία- επιχείρηση δεν μετατρέψει την φιλοσοφία της και στραφεί προς τους πελάτες και τις απαιτήσεις τους, δεν υπάρχει περίπτωση να είναι σε θέση να αξιοποιήσει οποιοδήποτε σύστημα CRM. Ωστόσο, το αποτέλεσμα, σε περίπτωση που μια εταιρία άλλαξε την φιλοσοφία της, ήταν επιτυχημένο. Γεγονός, το οποίο οδήγησε αρκετού ερευνητές στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις που στρέφονται σε μια γενικότερη στρατηγική CRM και αλλάζουν και την φιλοσοφία τους θα έχουν μεγαλύτερη επιτυχία, σε σύγκριση με αυτές που εστιάζουν μόνο στο τεχνολογικό υπόβαθρο των CRM. Η υιοθέτηση ορισμένων διαδικασιών, όπως είναι η στρατηγική διαχείρισης πελατών και η ανάπτυξη ενός μακροπρόθεσμου οράματος θα μπορούσε να αυξήσει της πιθανότητες επιτυχίας μιας επιχείρησης, μέσω της χρησιμοποίησης ενός συστήματος CRM. Στην Ελλάδα όμως, αυτό είναι δύσκολο να συμβεί, διότι οι σύγχρονοι επιχειρηματίες μικρών και μικρομεσαίων εταιριών αγωνίζονται να επιβιώσουν και όχι να αυξήσουν τα κέρδη του.

## **2.4 Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ**

Όπως έχουν ήδη τονίσει, ο τουρισμός είναι μια βάρια βιομηχανία ειδικά σε χώρες όπως την Ελλάδα. Τα οφέλη τα οποία προκύπτουν από αυτόν είναι τεράστια σε κάθε περιοχή, έτσι, οι πόλεις προσπαθούν να ακολουθούν στενά και να εκμεταλλεύονται τις τεχνολογικές εξελίξεις με σκοπό την άρτια προβολή τους στους υποψηφίους τουρίστες. Σχεδόν κάθε δήμος στην χώρα μας, απασχολεί μια ομάδα εξειδικευμένου προσωπικού η οποία ασχολείται με την προβολή της πόλης μέσω των δυνατοτήτων που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες. Τα κυριότερα σύγχρονα μέσα τουριστικής προβολής μιας πόλης είναι τα εξής :

- Το Διαδίκτυο (Internet)

Η ανάπτυξη των δικτυακών δυνατοτήτων είναι ο βασικότερος προωθητικός παράγοντας. Αρχικά, πρέπει να αναφέρουμε ότι έναν καθοριστικό παράγοντα για την ποσότητα και την ποιότητα της πληροφορίας που μπορεί να εμφανιστεί στο διαδίκτυο αποτελεί η αύξηση της ευρυζωνικότητας. Η ανάπτυξη δηλαδή των ευριζωνικών υποδομών, δίνει το δικαίωμα στους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε περιεχόμενα σε πραγματικό χρόνο. Στην τουριστική αγορά, το γεγονός αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία, διότι η επιλογή ενός συγκεκριμένου προορισμού συνδυάζεται άμεσα με την ποιότητα των πληροφοριών που έχει στην κατοχή του ο πελάτης. Η ύπαρξη εικόνων και λεπτομερών πληροφοριών σε κάποιο site, έχει αποδείξει πώς παίζει σημαντικό ρόλο στην γνώμη του πελάτη για την ποιότητα ενός προϊόντος. Το ίδιο συμβαίνει λοιπόν και στον τουρισμό των πόλεων. Θέλοντας να διαφημίσουν και να προβάλουν το προϊόν τους, έχουν δημιουργήσει μια πλήρη ιστοσελίδα, στην οποία ο επισκέπτης μπορεί να δει μέσα από φωτογραφίες και βίντεο, από κείμενα ή άλλα οπτικοακουστικά μέσα, τις



πληροφορίες τις οποίες αναζητά και εκείνες που θα συμβάλλουν στην τελική του απόφαση. Συνήθως, οι ιστοσελίδες αυτές, δεν δίνουν την ευκαιρία στο υποψήφιο επισκέπτη να προχωρήσει σε on-line κρατήσεις, αλλά του δίνουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που θα έπρεπε να γνωρίζει για την διανομή του και για όλα τα μέρη που επιθυμεί να επισκεφτεί (π.χ. αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, αξιοθέατα, εστιατόρια κ.τ.λ.). Πέρα από την ιστοσελίδα του Δήμου που βλέπουμε ψάχνοντας στο διαδίκτυο για μια πόλη, εμφανίζονται και άλλες σελίδες ιδιωτών. Αυτό συμβαίνει διότι υπάρχουν διαφημιστικά οφέλη από το στήσιμο ενός ιστότοπου, τον οποίον μπορεί να επισκέπτεται πολύς κόσμος.

- Οπτικοί Δίσκοι (CD-DVD)

Ένας λιγότερο διαδεδομένος τρόπος προβολής για τις πόλεις, είναι οι ηλεκτρονικοί τουριστικοί οδηγοί. Ουσιαστικά, αφορά την εξέλιξη των έντυπων τουριστικών οδηγών, με την θετική διαφορά ότι στα δισκάκια χωράνε δεδομένα τα οποία θα θέλανε τόμους ολόκληρους για να καταγραφούν σε έντυπο υλικό. Υπάρχουν φορές βέβαια, που βλέπουμε ολοκληρωμένες κινηματογραφικές δουλειές σε μορφή ντοκιμαντέρ, με σκοπό να γνωρίσει ο υποψήφιος τουρίστας το μέρος μέσα από την εικόνα και τον ήχο. Αυτές οι παραγωγές είναι πραγματικά μαγικές, διότι μπορεί να κινήσει το ενδιαφέρον του υποψήφιου επισκέπτη και να ταξιδέψει μέσα από αυτές σε μέρη που δεν φανταζόταν ότι υπάρχουν.

- Σταθμοί Πληροφόρησης

Τα Info kiosk ή οι σταθμοί πληροφόρησης όπως λέγονται διαφορετικά, είναι ένας νέος τρόπος αλλά ανερχόμενος τρόπος προβολής των πόλεων. Χρησιμοποιώντας επεξηγημένα βίντεο, κείμενα, φωτογραφικό υλικό ή ηχητικά μηνύματα παρουσιάζουν το περιεχόμενο τους με απλό και κατανοητό τρόπο. Ο επισκέπτης μπορεί να αντλήσει πληροφορίες μέσω μιας οθόνης αφής ή πληκτρολογίου, τα οποία είναι εύκολα και ανθεκτικά στην χρήση. Επιπλέον, προσφέρουν την δυνατότητα σύνδεσης με το διαδίκτυο, σε ένα ελεγχόμενο περιβάλλον με παράλληλη δυνατότητα εκμετάλλευσης. Εφόσον η αισθητική τους συναρμόζεται με το περιβάλλον, μπορούν οι σταθμοί πληροφόρησης να εγκατασταθούν σε οποιονδήποτε χώρο. Λόγο του ότι είναι ανθεκτικοί στις περιβαλλοντικές συνθήκες μπορούν να λειτουργούν ακόμα και σε υπαίθριους χώρους αλλά και σε κλειστούς. Μπορούν επίσης να τοποθετηθούν σε τοίχους, σε ειδικές βάσεις ή ακόμα και επάνω σε πάγκους. Με σκοπό την ενημέρωση του επισκέπτη για διάφορα θέματα που αφορούν την πόλη που έχει επισκεφτεί, τους σταθμούς πληροφόρησης, τους συναντάμε σε κεντρικά σημεία των πόλεων, σε αεροδρόμια, λιμάνια και σε σταθμούς τρένων.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Βάση τα όσα αναγράφονται παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής συνέβαλλαν σημαντικά στη διαχείριση μεγάλου όγκου πληροφοριών εκ μέρους των αεροπορικών εταιριών την δεκαετία του 1950. Αργότερα, και με την πάροδο των χρόνων, η εξέλιξή τους βοήθησε σημαντικά στις online κρατήσεις για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες αλλά και μεμονωμένους τουρίστες. Πέρα από την αγορά αεροπορικού εισιτηρίου, ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει κράτηση σε ξενοδοχείο και να νοικιάσει αυτοκίνητο, μέσω αυτών των συστημάτων. Σήμερα, αρκετές αεροπορικές εταιρίες επιθυμούν την άμεση πώληση προς τον πελάτη, γεγονός που θέλει μελλοντικά τα συστήματα GDS να καταργούνται στον κλάδο των αερομεταφορών. Απ' όσα αναφέρονται για τα συστήματα CRM, αντιλαμβανόμαστε ότι βοηθούν άμεσα της σχέσεις της επιχειρήσης που αναπτύσσει με τον πελάτη της. Δηλαδή, συμβάλλει στο να κατανοηθούν άμεσα οι ανάγκες και οι επιθυμίες των πελατών, έτσι ώστε να δημιουργηθούν προσωπικές σχέσεις και σαφώς να αυξηθούν τα έσοδα και τα κέρδη των επιχειρήσεων. Ωστόσο, είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να πούμε

πως στην Ελλάδα τα συστήματα CRM δεν έχουν αξιοποιηθεί σωστά, με αποτέλεσμα να μην είναι επιτυχής η χρήση τους. Όσο αφορά την τεχνολογία των πόλεων, μέσω του διαδικτύου ή των Σταθμών Πληροφόρησης, αντιλαμβανόμαστε πως συνέβαλλαν σημαντικά στην προβολή και στην προώθηση τους. Τα αποτελέσματα αυτής της τεχνολογίας δεν είναι παρά θετικά, αφού ο τουρίστας μπορεί άμεσα και με ευκολία να αντλήσει πληροφορίες.

### **3 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Το τρίτο κεφάλαιο βασίζεται στις εφαρμογές κινητών τηλεφώνων στον τουρισμό, όπου αναγράφεται ο ορισμός των Smartphone's (έξυπνα τηλέφωνα) και η εισαγωγή στις εφαρμογές αυτών. Ακολουθούν τα βασικά χαρακτηριστικά των τουριστικών κινητών εφαρμογών και δίνουμε στον αναγνώστη την ευκαιρία να πληροφορηθεί για την αγορά αεροπορικών εισιτηρίων, για την ξενάγηση σε μουσεία και για τις κρατήσεις ξενοδοχείων νέσω των εφαρμογών κινητών τηλεφώνων. Στην συνέχεια παρουσιάζουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των Mobile Applications, ενώ κλείνουμε με τις μελλοντικές τάσεις αυτών.

#### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Είναι πλέον γνωστό, πώς η τουριστική βιομηχανία βασίζεται κυρίως στην πληροφορία, γεγονός που δικαιολογεί απόλυτα τη σύνδεση των ενδιαφερόντων της πληροφορικής τεχνολογίας με τον τουρισμό, καθώς χαρακτηρίζει και την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού και κινητού τουρισμού ως δύο ραγδαίες αναπτυσσόμενες κατηγορίες του ηλεκτρονικού εμπορίου/ επιχειρήν. Απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας, θεωρείτε πλέον η έγκαιρη και επίκαιρη παροχή και ανταλλαγή των πληροφοριών μεταξύ των διάφορων εμπλεκόμενων που σχετίζονται με την προσφορά και την ζήτηση στον τουριστικό κλάδο. Την ζωτική πηγή του τουρισμού λοιπόν, αποτελεί η πληροφορία και η άμεση παροχή ποιοτικής πληροφορίας την κατάλληλη στιγμή, στον κατάλληλο αγοραστή και με τον κατάλληλο τρόπο μπορεί να αυξήσει ή ακόμα και να διαφοροποιήσει την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την χρήση των καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων παροχής πληροφοριών και υπηρεσιών είναι η αύξηση της αποδοτικότητας και τις αποτελεσματικότητας καθημερινών επιχειρησιακών διεργασιών και λειτουργιών, η προώθηση της ανάπτυξης συνεργασιών και δικτύων μεταξύ διάφορων τουριστικών οντοτήτων οι οποίες μπορούν εν συνέχεια να επιφέρουν οφέλη οικονομίας κλίμακας, η ενίσχυση προβολής, προώθησης και διανομής της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουριστικού προϊόντος σε διεθνή επίπεδο με μείωση του κόστους και την παράκαμψη από ταξιδιωτικούς πράκτορες, η ποιότητα αναβάθμισης και διαφοροποίησης των τουριστικών προϊόντων/υπηρεσιών, καθώς και έναν εκ νέου προσδιορισμό του στρατηγικού μοντέλου και τον ρόλο των τουριστικών επιχειρήσεων και φορέων στοχεύοντας σε αναβαθμισμένη ικανοποίηση του πελάτη και απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Η ομαλή και αποδοτική λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί σωστή και άμεση ενημέρωση σχετικά με την ύπαρξη και την διαθεσιμότητα τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, γι' αυτό το λόγο είναι αναγκαίο να υπάρχει ένας μηχανισμός ανταλλαγής πληροφοριών και οικονομικών μέσων, κάτι που ας ώθησε στην υιοθέτηση και εφαρμογή του ηλεκτρονικού και κινητού εμπορίου στον τουριστικό κλάδο. Η ανάπτυξη ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων για συλλογή, ανάλυση, επεξεργασία πληροφοριών για την λήψη σωστών και έγκαιρων αποφάσεων και κινητών εφαρμογών που καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες του χρήστη – τουρίστα ως προς την οργάνωση, την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού αλλά και τη μετάδοση των εμπειριών που αποκόμισε από το ταξίδι καθώς και χρήσιμων πληροφοριών, συμβουλών και κριτικών αξιολόγησης αποτελούν μια φλέγουσα ανάγκη.

Η εκσφενδόνιση της κινητής τηλεφωνίας και η εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων σε μικρούς προσωπικούς υπολογιστές (έξυπνα τηλέφωνα) με άπειρες λειτουργίες και εφαρμογές,

οδήγησε τις αγορές στο να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες που ήδη υπήρχαν για τους υπολογιστές σε εφαρμογές (application) για κινητές συσκευές. Οι αναφερόμενες εφαρμογές παρέχουν ένα μεγάλο φάσμα υπηρεσιών, ενώ παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον και μια συνεχή ανάπτυξη στις εφαρμογές που αφορούν τον τουρισμό.

Ο όρος mobile tourism (m-Tourism), ή «κινητός» τουρισμός όπως αναφέρεται στα ελληνικά, χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια απ' όλους όσους ασχολούνται με τις εφαρμοσμένες τεχνολογίες στην τουριστική βιομηχανία. Ο όρος αυτός καθορίζει τη χρήση τεχνολογίας κινητών τηλεφώνων για τουριστικά θέματα και ιδιαίτερα τη χρήση εφαρμογών σε κινητά τηλέφωνα της τρίτης γενιάς. Οι αναλυτές που ασχολούνται με τις τάσεις που κατέχουν την τεχνολογία, ισχυρίζονται ότι στο μέλλον οι χρήστες δεν θα έχουν ηλεκτρονικό υπολογιστή, αλλά σίγουρα Smartphone. Αυτό το φαινόμενο το συναντάμε μέχρι και σήμερα, αφού βλέπουμε ανθρώπους που δεν είχαν χρησιμοποιήσει ηλεκτρονικό υπολογιστή, να χειρίζονται πολύ καλά τις εφαρμογές στα έξυπνα τηλέφωνα τους.

### **3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ SMARTPHONE'S (ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ)**

Η τεχνολογία έχει εξελιχθεί πάρα πολύ μέχρι σήμερα και όπως είναι σε όλους γνωστό, πλέον κυριαρχούν στην αγορά τα Smartphone's ή αλλιώς σε ελληνικούς όρους έξυπνα κινητά. Τα Smartphone's είναι κινητά τηλέφωνα με όλες τις λειτουργίες που υπήρχαν και παλαιότερα αλλά είναι βασισμένα σε ένα λειτουργικό σύστημα κινητής τηλεφωνίας το οποίο διαθέτει εξελιγμένη υπολογιστική ικανότητα και συνδεσιμότητα. Τα πρώτα Smartphone's συνδύαζαν τις λειτουργίες ενός κανονικού κινητού τηλεφώνου με τις λειτουργίες ενός PDA (προσωπικός ψηφιακός οδηγός, χρησιμοποιείται για την αποθήκευση και ανάκτηση πληροφοριών και παρέχει τη δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο όπως ένας υπολογιστής). Αργότερα στις λειτουργίες των Smartphone's προστέθηκαν λειτουργίες των media players, ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, GPS κτλ. Σήμερα τα περισσότερα Smartphone's διαθέτουν πληκτρολόγιο αφής, προγράμματα περιήγησης web, προσαρμοσμένες ιστοσελίδες για κινητά και γρήγορη πρόσβαση στο Internet είτε μέσω wi-fi είτε μέσω 3G. Επίσης, δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να κατεβάσει και να τρέξει εξελιγμένες εφαρμογές που λειτουργούν βάση μίας συγκεκριμένης πλατφόρμας και αυτός είναι ο ένας κύριος λόγος που όλοι θέλουν να αγοράσουν αυτές τις προηγμένες κινητές συσκευές. Ουσιαστικά, καταλαβαίνουμε ότι τα κινητά αυτά «τρέχουν» ολόκληρο λογισμικό σύστημα όπως και οι υπολογιστές. Τα πιο γνωστά λειτουργικά συστήματα των Smartphone's, όπως λίγο πολύ γνωρίζουμε όλοι μας, είναι το Android, τα Windows, το BlackBerry, το IOS κτλ. Συνοψίζοντας, όλα τα Smartphone's έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά τα οποία είναι τα παρακάτω:

- Λειτουργικό σύστημα: είναι το σύνολο κάποιων προγραμμάτων τα οποία είναι υπεύθυνα για τη συνολική λειτουργία του υπολογιστή ή στην περίπτωση μας του κινητού τηλεφώνου και επιτρέπουν την εκτέλεση των διάφορων εφαρμογών και προγραμμάτων
- Λογισμικό: Αν και όλα τα κινητά από παλιά έως σήμερα έχουν κάποιου είδους λογισμικό για να λειτουργούν τα Smartphone's έχουν προηγμένα λογισμικά που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργήσουν λίστες με τραγούδια, να ανοίξουν έγγραφα Office, να κατεβάσουν εφαρμογές, να επεξεργαστούν φωτογραφίες και πολλά άλλα.
- Πλοήγηση στο Διαδίκτυο: Τα περισσότερα Smartphone's, όπως προαναφέραμε, δίνουν τη δυνατότητα της πρόσβασης στο διαδίκτυο με αρκετά ως πολύ γρήγορες ταχύτητες λόγω της ανάπτυξης των 3G και των wi-fi.

- QWERTY Πληκτρολόγιο: Το qwerty πληκτρολόγιο είναι το πιο μοντέρνο σχήμα πληκτρολογίου. Φτιάχτηκε για να διευκολύνει τη χρήση των υπολογιστών και των γραφομηχανών αλλά πλέον το βρίσκουμε και στα Smartphone's.
- Αποστολή μηνυμάτων: Όλα τα κινητά τηλέφωνα από παλιά έως σήμερα παρέχουν τη δυνατότητα αποστολής μηνυμάτων. Τα Smartphone's όμως διαχειρίζονται και e-mail.

### 3.3 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ MOBILE APPLICATIONS (ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ)

Το mobile application ή αλλιώς εφαρμογή κινητού τηλεφώνου είναι ένα υπολογιστικό σύστημα το οποίο είναι σχεδιασμένο να «τρέχει» σε κινητά τηλέφωνα ( Smartphone's ) και σε tablet. Οι περισσότερες από αυτές τις συσκευές πωλούνται με ενσωματωμένες εφαρμογές που μπορούν να οριστούν ως προ-εγκαταστημένο λογισμικό. Τέτοιες εφαρμογές μπορεί να είναι το πρόγραμμα περιήγησης web , το e-mail client, το ημερολόγιο, το πρόγραμμα χαρτογράφησης, η εφαρμογή αγοράς μουσικής κτλ. Μερικές από αυτές τις προ-εγκαταστημένες εφαρμογές μπορούν να αφαιρεθούν με μία πολύ απλή διαδικασία απεγκατάστασης , αφήνοντας έτσι περισσότερο αποθηκευτικό χώρο, ενώ άλλες είναι ενσωματωμένες στη συγκεκριμένη κινητή συσκευή και δεν είναι εφικτό να αφαιρεθούν. Οι μη εγκατεστημένες εφαρμογές είναι διαθέσιμες μέσω μίας συγκεκριμένης πλατφόρμας η οποία ονομάζεται app-store ( ηλεκτρονικό κατάστημα εφαρμογών ). Τα app-stores άρχισαν να πρωτοεμφανίζονται το 2008 και ουσιαστικά τα διαχειρίζονται οι ιδιοκτήτες του κινητού λειτουργικού συστήματος όπως είναι το Apple App Store, η Google Play, το Windows Phone Store και το Blackberry App World. Μερικές εφαρμογές μπορούν να εγκατασταθούν από το χρήστη εντελώς δωρεάν ενώ άλλες πληρώνονται. Συνήθως οι εφαρμογές αυτές «κατεβαίνουν»- εγκαθίστανται μέσω της πλατφόρμας σε μία συσκευή-στόχο ενώ σε κάποιες άλλες περιπτώσεις μπορούμε να τις κατεβάσουμε και σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Τα δύο μεγαλύτερα app stores είναι η Google Play για τα Android κινητά και η App store για τα IOS :

- Google Play : Είναι ένα παγκόσμιο online κατάστημα λογισμικού που δημιουργήθηκε από τη Google για τις Android συσκευές. Ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2008. Τον Ιούλιο του 2013 ο αριθμός των εφαρμογών που εγκαταστάθηκαν μέσω της Google Play Store ξεπέρασε τα 50 δισεκατομμύρια ενώ υπήρχαν πάνω από 1 εκατομμύριο διαθέσιμες εφαρμογές. Τον Αύγουστο του 2014 υπήρχαν πάνω από 1.3 εκατομμύρια εφαρμογές για Android και ο εκτιμώμενος αριθμός κατεβασμένων εφαρμογών από τη Google Play ήταν στα 40 δισεκατομμύρια. Τέλος, το Φεβρουάριο του 2015 σύμφωνα με το [www.statista.com](http://www.statista.com) ο αριθμός των διαθέσιμων εφαρμογών ξεπέρασε τα 1.4 εκατομμύρια.
- App Store (iOS) : Το app store της Apple για τα Ios μπορεί να μην ήταν η πρώτη υπηρεσία διανομής εφαρμογών , αλλά μπήκε πολύ δυναμικά στην αγορά αφού από τις 10 Ιουλίου του 2008 που εγκαινιάστηκε μέχρι τον Ιανουάριο του 2010 δήλωσε πάνω από 10 δισεκατομμύρια εγκαταστάσεις εφαρμογών από τους χρήστες. Στις 6 Ιουνίου του 2011 πάνω από 450.000 διαθέσιμες εφαρμογές οι οποίες είχαν εγκατασταθεί από 200 εκατομμύρια χρήστες του Ios . Το 2012 όταν η Apple έκανε το Παγκόσμιο Συμβούλιο των προγραμματιστών και των ιδρυτών, ο Tim Cook ( επικεφαλής της Apple) δήλωσε ότι η App Store είχε 650.000 διαθέσιμες εφαρμογές και 30 δισεκατομμύρια εγκαταστάσεις των εφαρμογών αυτών από τους χρήστες παγκοσμίως.

Άλλα app stores λιγότερο διαδεδομένα είναι : το Amazon App Store, το Blackberry World, το Ovi ( για Nokia ), το Windows Phone Store, το Windows Store ( για windows 8 και windows Rt), το Samsung Apps και το Electronic AppWrapper

### **3.3.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ MOBILE APPLICATIONS**

Τα mobile applications που απευθύνονται σε τουρίστες έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά τα οποία είναι και το σημείο σύγκρισης μεταξύ τους. Τα χαρακτηριστικά αυτά, τις περισσότερες φορές, είναι ένα κύριο μέρος του συστήματος που έχει ως στόχο την παροχή υπηρεσιών στους τουρίστες και είναι τα παρακάτω :

- Χάρτες : Όπως προαναφέραμε παραδοσιακά οι τουρίστες χρησιμοποιούν χάρτινους χάρτες μαζί με βιβλία-ταξιδιωτικούς οδηγούς για την εξερεύνηση και την επίσκεψη των σημείων ενδιαφέροντός τους. Οι χάρτες τους βοηθάνε να δούνε ποιός είναι ο σωστός δρόμος και να έχουν μια γενικότερη νοητική ιδέα για το μέρος στο οποίο βρίσκονται ενώ οι τα βιβλία-οδηγοί τους παρέχουν λεπτομερές πληροφορίες σχετικά με τα σημεία ενδιαφέροντος τους. Σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα η ιδέα είναι ότι τα mobile applications που σχετίζονται με τον τουρισμό πρέπει να έχουν έναν δυνατό συνδυασμό αυτών των δύο χαρακτηριστικών ( χάρτες και βιβλία ) κατά κύριο λόγο. Οι χρήστες, μέσω των εφαρμογών αυτών, μπορούν να λαμβάνουν πληροφορίες που είναι βασισμένες στην τρέχουσα τοποθεσία τους. Οι πληροφορίες αυτές αποτελούνται από ένα χάρτη του τρέχοντος περιβάλλοντος καθώς και από πολλά δεδομένα που σχετίζονται με τα σημεία ενδιαφέροντος που υπάρχουν τριγύρω. Οι ηλεκτρονικοί αυτοί χάρτες, όπως είναι φυσικό, παρουσιάζουν πλεονεκτήματα έναντι των χάρτινων χαρτών και των ταξιδιωτικών οδηγιών. Για παράδειγμα, ο ηλεκτρονικός χάρτης, πέρα από τις βασικές πληροφορίες της τοποθεσίας που εμφανίζονται σε ελάχιστο χρόνο και αυτόματα , μπορεί να παρουσιάσει μία εικονική πραγματικότητα του τόπου στον οποίο γίνεται η περιήγηση. Άλλο πλεονέκτημα είναι ότι εμφανίζει επιλεγμένες, από το χρήστη, πληροφορίες αποφεύγοντας αυτές που είναι περιττές για την τρέχουσα κατάστασή του. Επίσης, οι χάρτες αυτοί παρέχουν τη δυνατότητα ανάκτησης πληροφοριών πολυμέσων σχετικές με τα αντικείμενα που υπάρχουν εντός του χάρτη. Καταλήγοντας, οι κλασικοί χάρτες, αν και πάρα πολύ χρηστικοί , είναι υπερφορτωμένοι με πληροφορίες επειδή απευθύνονται σε πολλούς χρήστες με διαφορετικές ανάγκες και προτιμήσεις. Αντιθέτως οι ηλεκτρονικοί χάρτες επικεντρώνονται στην παροχή πληροφοριών που σχετίζονται με το χρήστη και την τρέχουσα κατάστασή του επιτρέποντας έτσι τη γρήγορη σύλληψη της ουσίας τους. Πέρα από τα παραπάνω πλεονεκτήματα όμως οι παραδοσιακοί χάρτες δε θα πάνε ποτέ να υπάρχουν στις προτιμήσεις των τουριστών. Αυτό συμβαίνει επειδή οι χάρτες αυτοί είναι οικονομικοί, αναδιπλούμενοι, μπορούν να μοιραστούν σε ομάδες και το σημαντικότερο δε χρειάζονται ηλεκτρική ενέργεια. Μία ιδανική κατάσταση βέβαια, η οποία θα μπορούσε να προσφέρει τον υπέρτατο όγκο κατάλληλων πληροφοριών, είναι ο συνδυασμός όλων των μεθόδων.
- Τοποθεσία : Τα mobile applications που είναι τουριστικοί οδηγοί χρησιμοποιούν το LSB ( location-based service ). Το LSB είναι μια κατηγορία γενικών υπηρεσιών που παρέχονται από έναν κεντρικό υπολογιστή-λογισμικό που χρησιμοποιεί τη γεωγραφική τοποθεσία της κινητής συσκευής. Είναι μία υπηρεσία πληροφοριών που στις μέρες μας έχει χρησιμοποιηθεί πάρα πολύ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ψυχαγωγικό μέσο ( πχ. Check-in ) και η οποία είναι προσβάσιμη από φορητές

συσκευές μέσω του δικτύου κινητής τηλεφωνίας . Εξού και η μεγάλη ζήτηση των Smartphone και των tablet. Καταλαβαίνεται, λοιπόν, ότι άμα για κάποιο λόγο δε μπορεί να εντοπιστεί η θέση του χρήστη , τότε δε μπορεί και η υπηρεσία του Mobile application να συνεχίσει τη λειτουργία της. Πέρα από το LSB υπάρχει και το GPS το οποίο μπορεί να βρει την τοποθεσία του χρήστη με πολύ μεγαλύτερη ακρίβεια

- Υποστήριξη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού : Ο τουρίστας έχει την ανάγκη να του παρέχονται κατάλληλες πληροφορίες καθόλη τη διάρκεια του ταξιδιού για αυτό και τα Mobile applications πρέπει να τον υποστηρίζουν πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι. Ο στόχος των «κινητών ξεναγών» είναι να παρέχουν αξιόπιστες πληροφορίες στους χρήστες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Για παράδειγμα στη φάση πριν το ταξίδι ο τουρίστας χρειάζεται ένα πλήθος πληροφοριών που σχετίζονται με ξενοδοχεία, εισιτήρια και σημεία ενδιαφέροντος για να σχεδιάσει το ταξίδι του ενώ κατά τη διάρκεια του ταξιδιού αυτού θέλει να βλέπει ποιά μέρη αξίζει να επισκεφτεί και ποια όχι για να μην χάνει άσκοπο χρόνο. Για να δει τα μέρη αυτά κάνει «εικονικές επισκέψεις» στο χώρο μέσω της εφαρμογής κινητού και λαμβάνει πληροφορίες σχετικές με τα αξιοθέατα. Τέλος, όταν ο τουρίστας γυρνάει από το ταξίδι του, είναι λογικό να θέλει να μοιραστεί κάποιες αναμνήσεις του είτε με τους προσωπικούς του φίλους , είτε σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Κάποια άλλα, πιο γενικά, χαρακτηριστικά των εφαρμογών είναι η κατανάλωση ενέργειας, η συμβατότητα των πλατφορμών και των λειτουργικών συστημάτων και η ποιότητα του λογισμικού.

### **3.3.2 ΑΓΟΡΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΜΕΣΩ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ**

Την 1η Ιουνίου του 2008 η IATA κατάφερε να αλλάξει τον τρόπο έκδοσης χαρτικών εισιτηρίων και έθεσε σε λειτουργία την εφαρμογή του ηλεκτρονικού εισιτηρίου (e-ticket). Το ηλεκτρονικό εισιτήριο, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, είναι ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα της ηλεκτρονικής αγοράς εισιτηρίου για τους ταξιδιώτες. Κάθε ηλεκτρονική κράτηση αεροπορικού εισιτηρίου, οδηγεί σε ένα E-ticket, από το οποίο προκύπτουν σημαντικά οφέλη, όπως είναι η γρήγορη εξυπηρέτηση του πελάτη, η προσωπική ενημέρωση, επικοινωνία και η ασφάλεια που παρέχει στον πελάτη καθώς και η ευκολία στην χρήση των νέων εφαρμογών. Ο ταξιδιώτης δηλαδή, λαμβάνει έναν κωδικό επιβεβαίωσης της κράτησης που εγγυάται τη θέση του στο αεροπλάνο που θα εκτελέσει την πτήση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τα στοιχεία μέσω SMS, MMS και E-mail που αφορούν την τιμή, τα στοιχεία της πτήσης και άλλες λεπτομέρειες. Ωστόσο, τα στοιχεία της κράτησης αποθηκεύονται με ασφάλεια στο σύστημα της αεροπορικής εταιρίας, δυνατότητα που αποτρέπει το σφάλμα ή την απώλεια του εισιτηρίου. Μια εικόνα 2D barcode (δισδιάστατου γραμμωτού κώδικα) που εφαρμόζεται αποκλειστικά σε Smartphone κινητά τηλέφωνα, είναι μια μορφή ηλεκτρονικής κάρτας επιβίβασης που αποστέλλεται στο κινητό τηλέφωνο του επιβάτη και καταλύει οποιαδήποτε μορφή χάρτινης κάρτας επιβίβασης. Με την εφαρμογή αυτή, ο χρήστης – επιβάτης κερδίζει ακόμα περισσότερο χρόνο, αφού το μόνο που χρειάζεται κατά της έξοδο επιβίβασης είναι να έχει την εικόνα του 2D barcode στην οθόνη του κινητού τηλέφωνα και να το σκανάρει στις ειδικές οθόνες των αεροδρομίων.

### **3.3.3 ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ**

Οι εφαρμογές σε κινητά τηλέφωνα για την ξενάγηση ελληνικών και όχι μόνο μουσείων, βασίζονται κυρίως στο υπάρχον υλικό έντυπων οδηγών για να διευρύνουν την εμπειρία της επίσκεψης και να παράγουν έσοδα για τα μουσεία, αλλά και θεαματικές εφαρμογές, που εστιάζουν σε μερικά από τα πιο δημοφιλή ελληνικά πολιτιστικά θεάματα με επιπλέον σκοπό να συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να κατεβάσουν δωρεάν ή με ελάχιστο κόστος τις εφαρμογές, δραστηριότητα που αποτελεί λύση για ένα μέρος των οικονομικών προβλημάτων που εμφανίζεται στα μουσεία. Αυτές οι εφαρμογές δηλαδή, μπορούν να καλύψουν την έλλειψη του εξοπλισμού των νέων μέσων στο εσωτερικό του μουσείου. Αν λοιπόν, λάβουμε υπόψη τη μείωση των κρατικών επιδοτήσεων σε πολλά μουσεία σε όλο τον κόσμο, αντιλαμβανόμαστε εύκολα τους λόγους που σε διοικητικά συμβούλια ορισμένων μουσείων όλο και περισσότερο ακούγεται η τεχνολογία ως ένα αποτελεσματικό μέσο για την προσέλκυση των επισκεπτών. Ωστόσο οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν, χωρίς να αντιμετωπίζουν μεγάλο βαθμό δυσκολίας, σε μουσεία, βιβλιοθήκες, μνημεία αρχιτεκτονικής και γκαλερί, χωρίς να το έχει επισκεφτεί, έτσι ώστε να έχει μια πρώτη άποψη- εικόνα πριν από την πρώτη επίσκεψη του σε αυτά.

### **3.3.4 ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦΩΝΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Τα Smartphone's αποτελούν ιδιαίτερη αφορμή για τα ξενοδοχεία να εξατομικεύσουν την εμπειρία που προσφέρουν στους πελάτες τους. Ωστόσο, αυτός ο κλάδος υστερεί συγκριτικά με τους υπόλοιπους, που ήδη χρησιμοποιούν τεχνολογία κινητών μέσων για να προσφέρουν προσιτές, προσαρμοσμένες και κατάλληλες υπηρεσίες. Έτσι λοιπόν, εκτιμάτε πως για το 2020 οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που θα καταφέρουν να παρέχουν αποτελεσματική εξατομίκευση μέσω κινητών τηλεφώνων, θα αποτελέσουν τα ισχυρότερα brands. Παρά του ότι τα Smartphone's πρωτοεμφανίστηκαν την δεκαετία του '90, παρουσιάζεται μια ταχεία ανάπτυξη μετά το λανσάρισμα του πρώτου iPhone της Apple, το 2007. Γεγονός που προκάλεσε την εισαγωγή 1,75 δις Smartphone's στην αγορά επτά χρόνια αργότερα. Επομένως, συμπεραίνουμε ότι οι περισσότεροι πελάτες ξενοδοχείων διαθέτουν ήδη Smartphone ή κάποια άλλη κινητή συσκευή. Το 46% των αναλυτών συμφωνούν ότι η δυνατότητα που προσφέρεται στους πελάτες να κάνουν check in/ out χρησιμοποιώντας κινητή συσκευή, θα αποτελούσε κίνητρο να επιστρέψουν στο ίδιο ξενοδοχείο μελλοντικά.

Από σήμερα και για τα υπόλοιπα χρόνια, οι ξενοδόχοι θα είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιούν κινητά μέσα για τις επαφές τους με τους πελάτες. Ιδιαίτερα, θα πρέπει να εξετάσουν τη χρήση εφαρμογών για να εξατομικεύσουν την εμπειρία του πελάτη- από τη διαδικασία επιλογής δωματίου, μέχρι της προτιμήσεις σχετικά με το φωτισμό, τη θερμοκρασία αυτού κ.τ.λ. Ορισμένα ξενοδοχεία έχουν ήδη σημειώσει πρόοδο, όπως για παράδειγμα το Holiday Inn συνεργάστηκε με τη Samsung κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου το 2012, έτσι ώστε να προσφέρει στους πελάτες τη δυνατότητα να ελέγχουν τη λειτουργία των τηλεοράσεων, του κλιματισμού και του φωτισμού των δωματίων τους, μέσω των έξυπνων τηλεφώνων τους. Άλλες ξενοδοχειακές μονάδες παρέχουν εφαρμογές που δίνουν την δυνατότητα στους πελάτες να ανοίγουν τις πόρτες του δωματίου τους μέσω των κινητών τους.



### **3.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ/ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ MOBILE APPLICATIONS**

#### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Ένα πολύ βασικό αλλά και προφανές χαρακτηριστικό που κάνει τις κινητές υπηρεσίες να είναι σε πλεονεκτική θέση είναι η έλλειψη περιορισμών που έχουν να κάνουν με το χώρο και το χρόνο. Ένα ακόμα βασικό χαρακτηριστικό είναι η χρησιμότητα που αντλεί ο χρήστης από τις εφαρμογές αυτές αφού οι πληροφορίες είναι εξατομικευμένες σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του. Επίσης η ταχύτητα της σύνδεσης σε ένα δίκτυο μπορεί να θεωρηθεί ένα σημαντικό στοιχείο για την ποιότητα της υπηρεσίας.

Συνοπτικά τα βασικά πλεονεκτήματα των κινητών υπηρεσιών μέσω Mobile apps είναι :

- Η πρόσβαση από οπουδήποτε – ελευθερία κινήσεων
- Ασφαλέστερες on-line αγορές
- Η διάθεση ψηφιακών πληροφοριών μέσω της γεωγραφικής τοποθεσίας
- Η διαδραστική ανταλλαγή δεδομένων, είτε μέσω κειμένου είτε μέσω φωτογραφιών, video και ήχου
- Η εξατομίκευση των υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες και επιθυμίες του πελάτη και την τοποθεσία του
- Η εύκολη μετάδοση πληροφοριών μέσω κοινωνικών δικτύων

Επομένως, η χρήστες των Smartphone's , είναι στην πλεονεκτική θέση να επιλέγουν τις υπηρεσίες που επιθυμούν, εγκαθιστώντας την ανάλογη εφαρμογή στη συσκευή τους και ταυτόχρονα να μπορούν να έχουν μία αμφίδρομη σχέση επικοινωνίας με τους προμηθευτές των υπηρεσιών αυτών χωρίς την παρεμβολή των ενδιάμεσων ( πχ. Τουριστικά πρακτορεία ) κάτι που θα μειώσει σημαντικά το κόστος στον κλάδο του τουρισμού.

#### **Οφέλη της χρήσης κινητών υπηρεσιών ( Mobile Apps ) στον τουρισμό :**

- Διαδραστικές έρευνες αγοράς
- Ενεργή συμμετοχή των επισκεπτών
- Παροχή πληροφοριών και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών με βάση την τοποθεσία του τουρίστα
- Εντοπισμός της θέσης των τουριστών ( visitor tracking )
- Επικοινωνία με τους τουρίστες κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ( visitor paging )
- Συλλογή, ξεχωριστών για τον κάθε μεμονωμένο τουρίστα, πληροφοριών και δημιουργία προφίλ
- Παροχή πληροφοριών σε πραγματικούς χρόνους
- Παροχή πληροφοριών από περισσότερες από μια πηγές
- Δυνατότητα χρήσης τεχνικών Marketing

#### **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ MOBILE APPLICATIONS**

Το κινητό επιχειρήν κινείται σε ένα πολύπλοκο περιβάλλον που εναλλάσσεται συνεχώς λόγω του φαινομένου της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας. Αυτό είναι κάτι που πολλές φορές

προκαλεί αβεβαιότητες για τις επόμενες στρατηγικές κινήσεις των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματίες με άλλα λόγια πρέπει να προλαβαίνουν τις τεχνολογικές εξελίξεις, να προσαρμόζονται ταχύτατα στο νέο περιβάλλον και να δημιουργούν συνεχώς καινούργια πρότυπα. Στην περίπτωση, λοιπόν, των mobile applications και γενικότερα των κινητών υπηρεσιών σαφώς και παρουσιάζονται κάποια μειονεκτήματα. Ένα μειονέκτημα το οποίο είναι κοινό με του ηλεκτρονικού τουρισμού είναι η αδυναμία των μεγαλύτερων ατόμων, κυρίως τρίτης ηλικίας, να προσαρμοστούν με τη χρήση και τις δυνατότητες που προσφέρουν οι κινητές συσκευές. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που όπως καταλαβαίνετε έχει να κάνει με τη χρήση της ίδιας της κινητής συσκευής και όχι απλά με τη χρήση των εφαρμογών τουρισμού.

Ένα άλλο μειονέκτημα είναι ότι υπάρχουν περιοχές με μικρές πυκνότητες πληθυσμού όπου δεν καλύπτονται από το σήμα και έτσι είναι πολύ δύσκολο έως αδύνατο για τον τουρίστα να συνδεθεί και να χρησιμοποιήσει τις εφαρμογές, εφόσον απαιτούν σύνδεση στο διαδίκτυο. Άλλα προβλήματα που προκύπτουν από τη χρήση των mobile apps είναι ότι πολλές φορές οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας προσθέτουν «κρυφά» επιπλέον χρεώσεις και στους πάροχους των υπηρεσιών αλλά και στους χρήστες, πράγμα που μπορεί να κάνει το χρήστη άμα δε διαθέτει WI-FI ή άμα δεν υπάρχει κοντά κάποιο δίκτυο WI-FI για να συνδεθεί στο διαδίκτυο, να βρεθεί προ εκπλήξεως και να μη μπορεί να χρησιμοποιήσει την εφαρμογή που θέλει.

Επίσης κάτι άλλο που έχει δημιουργήσει πρόβλημα σε πολλούς χρήστες είναι η διάρκεια της μπαταρίας του κινητού ή η πολύ μικρή οθόνη του κτλ. Τέλος, ένα κλασικό μειονέκτημα που υπάρχει από παλιά έως σήμερα, και πιθανότατα να συνεχίσει να υπάρχει για πάρα πολλά χρόνια ακόμα είναι τα προβλήματα υγείας που φαίνεται να προκαλούνται από την ασύρματη τεχνολογία ( ραδιενέργεια κτλ ). Πολλές κυβερνήσεις για να ελαχιστοποιήσουν το πρόβλημα και το φόβο αυτό έχουν απαιτήσει από τους κατασκευαστές κινητών συσκευών να δημοσιεύουν μαρτυρίες όπου αναφέρονται τα επίπεδα ακτινοβολίας των κινητών τηλεφώνων και των ασυρμάτων δικτύων που χρησιμοποιούνται.

### **3.5 Η ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΤΑΣΗ ΤΩΝ MOBILE APPLICATIONS**

Σύμφωνα με όσα έχουμε αναφέρει στα παραπάνω κεφάλαια καταλαβαίνεται ότι οι κινητές εφαρμογές ( Mobile apps ) από τη στιγμή που βγήκαν στην αγορά υπόσχονται να παραμείνουν και να εξελιχθούν. Πολλές είναι οι επιχειρήσεις που επενδύουν πάνω σε κινητές εφαρμογές καθώς επίσης και οι χρήστες των οποίων έχουν «λυθεί» τα χέρια.

Σχετικά με μία έρευνα που διεξήχθη μεταξύ 23 και 28 Οκτωβρίου 2015 στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και όπου έλαβαν μέρος 1.000 χρήστες εφαρμογών αποδείχτηκε ότι, οι χρήστες αυτοί, ζητάνε από τις επιχειρήσεις και από τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους να τους γνωρίζουν ακόμα καλύτερα απ' ό,τι τους γνώριζαν έως τώρα. Με άλλα λόγια ζητάνε από τις επιχειρήσεις, και συγκεκριμένα από τις εφαρμογές που χρησιμοποιούν, να αναγνωρίζουν τις ανάγκες τους σε ακόμα πιο προσωπικό επίπεδο. Αντιθέτως όταν κάποιες εταιρίες, οι οποίες έχουν προσαρμοστεί στη νέα πραγματικότητα της τεχνολογίας και χρησιμοποιούν τα mobile apps ως αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησής τους, ερωτήθηκαν πόσο καλά πιστεύουν ότι γνωρίζουν τους χρήστες – πελάτες τους το 94% ήταν απόλυτα βέβαιοι ότι τους γνωρίζουν αρκετά καλά.

Στην πραγματικότητα, οι χρήστες – πελάτες ζητάνε από τις επιχειρήσεις και τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους ( συγκεκριμένα τα mobile apps ) να τους εξυπηρετούν σε ένα ακόμα πιο προσωπικό και εξατομικευμένο επίπεδο , χωρίς να τους ενοχλεί το αν θα ανταλλάξουν πληροφορίες σχετικές με το ποιοί είναι, με το που βρίσκονται και με το τι θέλουν, αρκεί να έχουν ως αντάλλαγμα μία πιο «πλούσια» και λειτουργική εμπειρία εφαρμογής. Αυτή η εμπειρία ισοδυναμεί με μία πολύ μεγαλύτερη αφοσίωση προς την εφαρμογή και στη διατήρηση της αφοσίωσης αυτής καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής των χρηστών – πελατών.

Πριν μπούμε στη λεπτομερή περιγραφή του τι πραγματικά ζητάνε οι χρήστες από τις εφαρμογές του μέλλοντος ( που παρεμπιπτόντως ζητάνε να παίξουν έναν αυξανόμενο και κεντρικό ρόλο στη ψηφιακή ζωή τους ), θα σας παρουσιάσουμε κάποια αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα σχετικά με τις συμπεριφορές και τις επιθυμίες τους. Τα αποτελέσματα, λοιπόν , έδειξαν ότι οι χρήστες δίνουν την απαραίτητη προσοχή στις εφαρμογές για πολύ μικρή χρονική διάρκεια και ότι τις αλλάζουν πολύ συχνά. Αυτό βέβαια δεν είναι κάτι περίεργο δεδομένου ότι υπάρχουν κυριολεκτικά εκατομμύρια εφαρμογές που συναγωνίζονται η μία την άλλη προσπαθώντας να τραβήξουν την προσοχή των χρηστών. Το 25% των εφαρμογών έχουν χρησιμοποιηθεί μόνο μία φορά από τον κάθε χρήστη, το 58% των χρηστών απεγκαθιστούν τις εφαρμογές μετά από ένα μήνα και το 75% μέσα στους πρώτους τρεις μήνες.

#### **Ας δούμε τα πιο κοινά χαρακτηριστικά των σημερινών χρηστών κινητών εφαρμογών :**

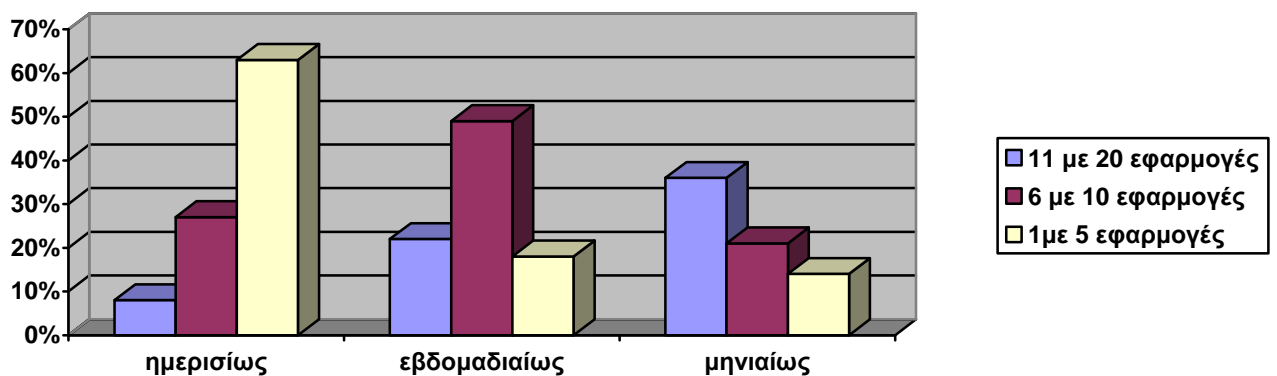
Είναι παρορμητικοί : Το χαρακτηριστικό αυτό έχει να κάνει με το ότι οι χρήστες κατεβάζουν διάφορες εφαρμογές εντός μίας ημέρας απλά και μόνο για να τις δοκιμάσουν – εξερευνήσουν και έπειτα τις κάνουν απεγκατάσταση. Αυτό σημαίνει ότι δεν τις κρατάνε. Αυτή η συμπεριφορά παρατηρείται σε πλήθος κατηγοριών εφαρμογών. Για παράδειγμα, το 66% των ερωτηθέντων μπαίνει για λίγο στις εφαρμογές που είναι μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρά να ξοδεύει όλο το χρόνο της ημέρας του εκεί.

Είναι άστατοι : Το χαρακτηριστικό αυτό έχει να κάνει με το ότι οι χρήστες των κινητών εφαρμογών , πριν αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν μία εφαρμογή, την δοκιμάζουν κατά μέσο όρο 4,5 φορές. Οι δύο σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι σταματούν τη χρήση μίας εφαρμογής είναι ότι βαρέθηκαν ή ότι δε τους είναι χρήσιμη πια. Με άλλα λόγια οι εφαρμογές σταματάνε να έχουν αξία ή να παρέχουν ψυχαγωγία στους χρήστες με αποτέλεσμα οι ίδιοι οι χρήστες να σταματάνε να δίνουν προσοχή σε αυτές. Παρακάτω σας παρουσιάζουμε πέντε λόγους για τους οποίους οι χρήστες σταματούν να χρησιμοποιούν εφαρμογές :

- Δε χρειάζονται την εφαρμογή πια ( την κατέβασαν για ένα συγκεκριμένο λόγο )
- Βαρέθηκαν την εφαρμογή
- Βρήκαν καλύτερη εφαρμογή που εξυπηρετεί τον ίδιο σκοπό
- Τεχνικά προβλήματα
- Χρειάζονται περισσότερο αποθηκευτικό χώρο στη συσκευή
- Ξεχάσανε εντελώς την εφαρμογή

Είναι υπερκινητικοί: Ο μέσος όρος των χρηστών είναι ενεργός σε ένα ευρύ φάσμα εφαρμογών χρησιμοποιώντας τις κατά μέσο όρο 15 φορές τη μέρα. Επίσης χρησιμοποιούν

κατά μέσο όρο 18 εφαρμογές το μήνα. Σύμφωνα με την έρευνα προκύπτουν τα παρακάτω νούμερα :



Το 8% των χρηστών χρησιμοποιεί 11 με 20 εφαρμογές ημερησίως  
Το 22% των χρηστών χρησιμοποιεί 11 με 20 εφαρμογές εβδομαδιαίως  
Το 36% των χρηστών χρησιμοποιεί 11 με 20 εφαρμογές μηνιαίως

Το 27% των χρηστών χρησιμοποιεί 6 με 10 εφαρμογές ημερησίως  
Το 49% των χρηστών χρησιμοποιεί 6 με 10 εφαρμογές εβδομαδιαίως  
Το 21% των χρηστών χρησιμοποιεί 6 με 10 εφαρμογές μηνιαίως

Το 63% των χρηστών χρησιμοποιεί 1 με 5 εφαρμογές ημερησίως  
Το 18% των χρηστών χρησιμοποιεί 1 με 5 εφαρμογές εβδομαδιαίως  
Το 14% των χρηστών χρησιμοποιεί 1 με 5 εφαρμογές μηνιαίως

Οι εφαρμογές έχουν έρθει στην αγορά για να μείνουν. Το 92% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι σκοπεύουν να χρησιμοποιούν στο μέλλον τις εφαρμογές ακόμα και στη διπλάσια συχνότητα από τώρα. Αυτό που τους ωθεί σε αυτό το συμπέρασμα είναι ότι πιστεύουν ότι οι εφαρμογές θα τους βοηθήσουν να διαχειρίζονται και να συνδέονται με όλα τα ψηφιακά στοιχεία που υπάρχουν στη ζωή τους από τα σπίτια τους, τον τόπο εργασίας τους, το αμάξι τους ή και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους καθώς επίσης και ότι θα ψυχαγωγούνται και πάλι από οπουδήποτε.

Βέβαια, όπως προαναφέραμε, η έρευνα δείχνει ότι όσο σίγουροι και αν είναι οι χρήστες ότι θα χρησιμοποιούν και μελλοντικά εφαρμογές, ζητάνε πολλά περισσότερα από αυτές. Εν συντομία δε θέλουν να έχουν την ίδια εμπειρία που θα έχει και το επόμενο άτομο που θα «τρέξει» την εφαρμογή. Οι χρήστες εφαρμογών του μέλλοντος απαιτούνε ένα πιο εξατομικευμένο περιεχόμενο εφαρμογής και τα μηνύματα του Marketing να είναι προσαρμοσμένα σύμφωνα με τη δικιά τους συγκεκριμένη συμπεριφορά, τοποθεσία και προθέσεις.

Παρακάτω σας παρουσιάζουμε με σειρά τι ζητάνε οι χρήστες από τις μελλοντικές εφαρμογές:

- Να παρέχουν παραπάνω λειτουργικότητα ώστε να μη χρειάζονται πολλές διαφορετικές εφαρμογές
- Ομαλή σύνδεση στο διαδίκτυο και στις πραγματικές εμπειρίες

- Να παρουσιάζουν υλικό που είναι εξατομικευμένο με το χρήστη. Να είναι πιο προσωπική η εφαρμογή
- Να προβλέπουν τις προτιμήσεις και τις ανάγκες των χρηστών

Ας ρίξουμε και μία ματιά στα συγκεκριμένα στοιχεία εξατομίκευσης που ζητάνε περισσότερο οι χρήστες :

- Η εφαρμογή πάντα πρέπει να λειτουργεί σύμφωνα με τις ήδη αποθηκευμένες προτιμήσεις μου
- Η εφαρμογή πάντα πρέπει να γνωρίζει την τελευταία ενέργεια που έκανα και να τη δείχνει μέσα στην ίδια την εφαρμογή ή ως Push Notification (ειδοποίηση στην οθόνη του κινητού ).
- Η εφαρμογή πρέπει να αναγνωρίζει και να γνωρίζει την τοποθεσία μου και να τη δείχνει μέσα στην ίδια την εφαρμογή ή ως Push Notification
- Η εφαρμογή πρέπει να γνωρίζει την τελευταία κίνηση που έκανα στον πραγματικό κόσμο έκανα και να τη δείχνει μέσα στην ίδια την εφαρμογή ή ως Push Notification

Το συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι οι εφαρμογές είναι πολύ χρηστικές αλλά σίγουρα θέλουν συνεχής ενημέρωση περιεχομένου ώστε να είναι οι χρήστες 100% ευχαριστημένοι. Πολλές επιχειρήσεις άμα λάβουν υπόψη την παραπάνω έρευνα μπορούν να κάνουν εκστρατείες Marketing ώστε να καταφέρουν να προσφέρουν ένα συναρπαστικό περιεχόμενο εφαρμογών και μία εμπειρία που θα κάνει τους χρήστες να τις κρατάνε για μεγάλο χρονικό διάστημα.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Από τα όσα αναγράφονται παραπάνω, συμπεραίνουμε πως η χρήση των έξυπνων τηλεφώνων πέρα απ' ότι είναι πλέον απαραίτητη σε καθημερινή βάση, συμβάλλει σημαντικά στον τομέα του τουρισμού, αφού η πληροφορία παρέχεται άμεσα μέσω αυτών. Ωστόσο, οι κινητές εφαρμογές οι οποίες εμπλέκονται στον τουρισμό θεωρούνται πολύ χρήσιμες, αφού ο χρήστης μπορεί να ενημερωθεί και να χρησιμοποιήσει εφαρμογές όπως είναι ο χάρτης, οι αγορές αεροπορικών εισιτηρίων, η ξενάγηση σε μουσεία, οι κρατήσεις σε ξενοδοχεία κ.α. Με την χρήση των εφαρμογών κινητών τηλεφώνων ο τουρίστας μπορεί να επωφεληθεί, αφού η πρόσβαση του μπορεί να γίνει από οπουδήποτε και με ασφάλεια. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε πως υπάρχουν αρκετά μειονεκτήματα, αφού η χρήση των κινητών εφαρμογών πραγματοποιείται κυρίως από νέους ή από άτομα που έχουν γνώσεις, ενώ κάποιες εφαρμογές μπορεί να μειώνουν σημαντικά την διάρκεια ζωής της μπαταρίας του τηλεφώνου. Σύμφωνα με την σημερινή εποχή, κατανοούμε πως η χρήση των εφαρμογών κινητών τηλεφώνων γίνεται σε καθημερινή βάση, γεγονός που απαιτεί την εξέλιξη και την βελτίωση αυτών.

## 4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΒΟΗΘΗΣΑΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το τέταρτο μας κεφάλαιο, αφορά την τεχνολογία των εφαρμογών, η οποία συνέβαλλε στην προώθηση του τουρισμού. Αναλύουμε δηλαδή, το Πρωτόκολλο Ασύρματων Εφαρμογών, καθώς και την λειτουργία του, την Επαυξημένη Πραγματικότητα, τον Γεωγραφικό Εντοπισμό, τα Γεωγραφικά Πληροφοριακά Συστήματα (GIS), τα QR Codes και σαφώς τα Social Media τα οποία έχουν επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τόσο την καθημερινότητα του ανθρώπου, όσο και την άποψη του για έναν προορισμό. Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε πολλές και ενδιαφέρουσες κινητές εφαρμογές τουρισμού ξένης προέλευσης, οι οποίες είναι κατηγοριοποιημένες, ενώ κλείνουμε με εφαρμογές ελληνικής προέλευσης.

### 4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η χρήση κινητών τηλεφώνων ( Smartphone's) και ιδιαίτερα των εφαρμογών που διαθέτουν στον τουρισμό έχουν σημειώσει ιδιαίτερη αύξηση τα τελευταία χρόνια. Από την πλευρά των ταξιδιωτών, το 50% αυτών χρησιμοποιούν τα κινητά τους τηλέφωνα για την ολοκλήρωση των ταξιδιών τους, ενώ το 30% εξακολουθούν να χρησιμοποιούν τα έξυπνα τηλέφωνα καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού.

Φαίνεται λοιπόν, ότι η κινητή τεχνολογία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό κάθε πτυχή ενός ταξιδιού, είτε αυτό γίνεται για λόγους αναψυχής είτε για επαγγελματικούς λόγους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι στην τουριστική βιομηχανία υπάρχουν πολλές εφαρμογές ασύρματης και κινητής τεχνολογίας, κυρίως για λόγους μάρκετινγκ, κινητοί ξεναγοί σε πολιτισμικούς χώρους, ηλεκτρονικές πωλήσεις και εισιτήρια. Το κινητό τηλέφωνο είναι πλέον σε θέση να δίνει πού περισσότερες δυνατότητες της υπηρεσίας – προϊόντος λόγω του ότι είναι ένα πολύ προσωπικό μέσο, ενώ παράλληλα παρέχει και την δυνατότητα παροχής γεωγραφικά προσαρμοσμένων υπηρεσιών.

Οι εφαρμογές αυτές έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε ο τουρίστας να έχει πρόσβαση σε αυτές ακόμα και πριν από το ταξίδι του. Με την εμφάνιση του Κινητού Εμπορίου, η τουριστική βιομηχανία βρήκε την ευκαιρία να επεκταθεί περισσότερο. Έτσι λοιπόν, δεν άφησε ανεκμετάλλευτες τις δυνατότητες που προσφέρει το Κινητό Εμπόριο (m-Commerce)

Οι κινητές συσκευές σήμερα, και όσο περνάνε τα χρόνια γίνονται ολοένα και πιο σημαντικές και οι άνθρωποι τις χρησιμοποιούν για οποιοδήποτε λόγο- σκοπό, ακριβώς επειδή είναι ιδανικές για την άμεση λήψη πληροφοριών. Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, ο συνολικός αριθμός των χρηστών κινητής τηλεφωνίας παγκόσμιος είναι ο διπλάσιος των χρηστών του διαδικτύου και ανέρχεται σε πάνω από πεντακόσια (500) εκατομμύρια χρήστες.

Διάφορα είδη κινητών συσκευών μπορούν να ενσωματωθούν σε μια ενιαία συσκευή, όπως είναι για παράδειγμα τα «έξυπνα» τηλέφωνα που χαρακτηρίζονται από την μεγάλη χωρητικότητα που διαθέτουν, την φορητότητα και από την σημαντική υπολογιστική ισχύ. Χάρη στην υιοθέτηση της τεχνολογίας WAP (Wireless Application Protocol) που επιτρέπει την ασύρματη πρόσβαση σε πληροφορίες και υπηρεσίες με κινητή συσκευή, η βιομηχανία κινητής τηλεφωνίας αναπτύσσεται και οι εφαρμογές για κινητούς χρήστες γίνονται γοργά πραγματικότητα. Έτσι, ο τουριστικός τομέας έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τις

κινητές συσκευές για λόγους όπως είναι για παράδειγμα η αποστολή πληροφοριών που αφορούν τον προορισμό του χρήστη. Συνεπώς, οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να προσαρμοστούν στα σύγχρονα δεδομένα γρήγορα και να στραφούν στην απόκτηση της απαραίτητης τεχνογνωσίας και κατάλληλα εξειδικευμένων στελεχών, έτσι ώστε να αυξήσουν το επίπεδο της ανταγωνιστικότητας τους.

#### **4.1.1 Πρωτόκολλο Ασύρματων Εφαρμογών (WAP)**

Το WAP υπήρξε προϊόν συνεργασίας των εταιριών, Motorola, Ericsson, Nokia και Unwired Planet. Οι έρευνες άρχισαν το 1997 και τα πρώτα προϊόντα εμφανίστηκαν στην αγορά τον Ιούλιο του 2000. Είναι ένα «ανοικτό» διεθνές πρότυπο για την ανάπτυξη εφαρμογών σε ασύρματο περιβάλλον, όπως είναι για παράδειγμα η ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο μέσω κινητής συσκευής. Αρχικά, σχεδιάστηκε για να προσφέρει υπηρεσίες ανάλογες με αυτές που παρέχει μια εφαρμογή WEB browser, με ορισμένες μετατροπές, έτσι ώστε να είναι επιτεύξιμη η εμφάνιση πληροφοριών σε ψηφιακές συσκευές με αρκετά περιορισμένες δυνατότητες. Μετά την υιοθέτηση του από τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, τα πρώτα χρόνια το WAP σχολιάστηκε έντονα για τον τρόπο με τον οποίον τα δίκτυα επέλεξαν να το προωθήσουν, αλλά και ιδιαίτερα για τον περιορισμό του. Ωστόσο η νεότερη έκδοση του WAP, δηλαδή το WAP 2.0. λύνει τα περισσότερα προβλήματα του παρελθόντος και ταυτόχρονα παρέχει πλήρη συμβατότητα με τις προδιαγραφές της XHTML, της γλώσσας δηλαδή που χρησιμοποιείται πλέον σε μεγάλη έκταση για τη δημιουργία ιστοσελίδων στο WEB. Είναι πολύ πιθανόν μελλοντικά το WAP, να εγκατασταθεί ολοκληρωτικά από εφαρμογές, οι οποίες αφήνουν στους χρήστες κινητών τηλεφώνων την πρόσβαση στο κανονικό WEB.

Το Πρωτόκολλο Ασύρματων Εφαρμογών σχεδιάστηκε αρχικά για να επιτρέψει στους χρήστες κινητών τηλεφώνων να έχουν πρόσβαση, ανεξάρτητα από τον τόπο που βρίσκονται και την χρονική στιγμή, σε διάφορες πληροφορίες που πορίζονται από ειδικά διαμορφωμένες ιστοσελίδες. Πριν από το WAP η πρόσβαση σε online πληροφορίες από το κινητό τηλέφωνο μπορούσε να πραγματοποιηθεί μόνο με την παράλληλη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Με την χρήση του WAP όμως το σερφάρισμα μπορεί να γίνει από την οθόνη οποιουδήποτε κινητού. Φυσικά, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι «ασύρματες ιστοσελίδες» δεν έχουν καμία ομοιότητα με τις ιστοσελίδες που οι χρήστες μπορούν να δουν μέσω του H/Y. Συγκεκριμένα, το WAP είναι ένα πρωτόκολλο εφαρμογής επικοινωνιών (application communication protocol) το οποίο χρησιμοποιείται για να έχουν οι χρήστες πρόσβαση σε υπηρεσίες και πληροφορίες. Έχει κληρονομηθεί από τα standards του διαδικτύου και προσδιορίζεται για φορητές συσκευές όπως είναι τα κινητά τηλέφωνα (Smartphone's). Επίσης, είναι ένα πρωτόκολλο που είναι σχεδιασμένο για micro browser, που δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας web εφαρμογών για κινητές συσκευές και χρησιμοποιεί τη γλώσσα σήμανσης ( mark- up language) WML και όχι την HTML, η οποία είναι ορισμένη σαν μια εφαρμογή της XML 1.0.

Η δυνατότητα σύνδεσης με το web μέσω κινητού τηλεφώνου το οποίο υιοθετεί το πρωτόκολλο WAP, σημαίνει ελευθερία για τον χρήστη, ο οποίος έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο οπουδήποτε και αν βρίσκεται. Μπορεί να αναζητά, να παρακολουθεί, να έχει πρόσβαση σε e-mail, καθώς και να δίνει εντολές σχετικά με ένα μεγάλο πλήθος υπηρεσιών. Η ορολογία που χρησιμοποιείται σήμερα για να καλύπτει την επιχειρηματική δραστηριότητα των υπηρεσιών WAP είναι το “m-Commerce”. Κάποιες από τις πρώτες εφαρμογές που δουλεύουν σήμερα είναι οι τραπεζικές συναλλαγές, οι κρατήσεις εισιτηρίων και ξενοδοχείων,

η ανάγνωση ειδήσεων κ.τ.λ. Τα πρώτα WAP sites και WAP Portals εμφανίζονται τώρα συγκεντρώνοντας πολλές εφαρμογές και υπηρεσίες μαζί. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν οι δυνατότητες που παρέχουν στους υπάλληλους επιχειρήσεων που χρειάζονται συχνά να λείπουν από το γραφείο τους, και απαιτείται η πρόσβαση σ έγγραφα και αρχεία.

#### 4.1.1.1 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ WAP

Το μοντέλο λειτουργίας του WAP είναι όμοιο με εκείνο του διαδικτύου. Είναι χαρακτηριστικό ότι πολλά από τα στοιχεία που αποτελούν το περιβάλλον λειτουργίας του διαδικτύου χρησιμοποιούνται από το WAP χωρίς να έχουν τροποποιηθεί. Τα βασικά χαρακτηριστικά που απαρτίζουν το μοντέλο λειτουργίας το νέου αυτού πρωτοκόλλου είναι :

- 1) Το κινητό τηλέφωνο: Για την πρόσβαση του χρήστη στις σελίδες αξιώνεται ένα κινητό τηλέφωνο με ενσωματωμένο WAP micro browser. Για την ορθή απεικόνιση του περιεχομένου WAP sites απαιτείται ο εν λόγω micro browser να είναι απόλυτα εναρμονισμένος με τα χαρακτηριστικά που καθορίζουν την έκδοση 1,1 του πρωτοκόλλου. Συγχρόνως, αφού απαιτείται η πραγματοποίηση κλήσεων DATA, η συσκευή πρέπει να ενσωματώνει modem software ή hardware, έτσι ώστε να μην είναι αναγκαία η μεσολάβηση εξωτερικών περιφερειακών.
- 2) Web server: Αφορά το γνωστό web server ο οποίος χρησιμοποιείται και στο μοντέλο λειτουργίας του διαδικτύου και είναι επιφορτισμένος με το δημιουργήμα της εκτέλεσης των εντολών του χρήστη.
- 3) WAP Gateway: Η WAP Gateway είναι συνδυαστικός κρίκος ανάμεσα στο WAP και το HTTP. Ιδιαίτερα, αναλαμβάνει την προσαρμογή των δεδομένων έτσι ώστε ο HTTP server και η συσκευή του χρήστη να είναι σε θέση να ανταλλάσσουν δεδομένα.

Πιο συγκεκριμένα, η WAP εφαρμογή συνήθως «τρέχει» σε ένα Application Server, όπου συνδέεται από την μια με άλλες εφαρμογές και βάσεις δεδομένων, και από την άλλη με το διαδίκτυο. Το κινητό τηλέφωνο δηλαδή, «επικοινωνεί» με το διαδίκτυο (και κατά συνέπεια με την συγκεκριμένη εφαρμογή) μέσω του WAP Gateway. Πέρα από την μεταφορά και το routing των δεδομένων, ο ρόλος των WAP Gateway είναι να ελέγχει την πρόσβαση και να παρέχει ασφάλεια. Το μόνο που πρέπει να ξέρει ο χρήστης είναι η ηλεκτρονική διεύθυνση (URL) του WAP site που θέλει να επισκεφτεί και η σύνδεση με το WAP Gateway πραγματοποιείται μηχανικά μέσω της εταιρείας παροχής κινητής τηλεφωνίας, όπου είναι συνδρομητής. Το γεγονός ότι είναι αρκετά όμοιο με το διαδίκτυο παρέχει αρκετά πλεονεκτήματα στους developers εφαρμογών WAP, καθώς χρησιμοποιείται ένα σχετικά οικείο προγραμματιστικό μοντέλο, δοκιμασμένη αρχιτεκτονική, και η δυνατότητα εξάπλωσης και εκμετάλλευσης των ήδη υπάρχων εργαλείων, όπως οι Web Servers ή η γλώσσα XHTML/XML κ.α.

Ο τύπος των δεδομένων και των εφαρμογών του WAP τάσσεται μέσα σε ένα σύνολο γνωστών μορφότυπων που στηρίζεται στα γνωστά πρότυπα του παγκόσμιου ιστού. Τα δεδομένα μεταδίδονται με τη χρήση ενός γνωστού συνόλου επικοινωνιακών πρωτοκόλλων που στηρίζεται στα WWW πρωτόκολλα. Ο micro browser στο κινητό τηλέφωνο συγχρονίζει τη διεπαφή συσκευής- χρήστη και είναι ισόμετρος των γνωστών browser για το World Wide Web. Το WAP ορίζει ένα σύνολο μηχανισμών, βάση των οποίων συντελείται η επικοινωνία μεταξύ των εξυπηρετητών του δικτύου και των κινητών συσκευών. Μέσα σε αυτούς συμπεριλαμβάνονται και οι εξής:

- Βασικό μοντέλο διευθυνσιοδότησης : Ο μηχανισμός των URLs χρησιμοποιείται για να αναγνωριστεί το περιεχόμενο του WAP στους servers.



- Τύποι δεδομένων: Ο τύπος όλων των δεδομένων που μεταδίδονται μέσα από το WAP, είναι συμβατός με τους ανάλογους τύπους του παγκόσμιου ιστού.
- Βασικά μορφότυπα : Τα μορφότυπα του WAP στηρίζονται στην τεχνολογία του παγκόσμιου ιστού και περιλαμβάνουν πληροφορίες ημερολογίου, σήμανσης οθόνης, εικόνες και γλώσσα script, αντικείμενα καρτών ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Βασικά επικοινωνιακά πρωτόκολλα: Η μεταφορά των αιτήσεων του browser της κινητής συσκευής στον we server επιτυγχάνεται με τα επικοινωνιακά πρωτόκολλα του WAP.

Όλα τα παραπάνω έχουν βελτιωθεί για τη χρήση τους σε ασύρματες συσκευές, όπως είναι τα έξυπνα τηλέφωνα – Smartphone’s. Με λίγα λόγια, τα στάδια που αποτελούν το μοντέλο λειτουργίας του WAP, είναι τα εξής :

- Μέσω του κινητού τηλεφώνου ο χρήστης στέλνει μια αίτηση μετάβασης σε συγκεκριμένο URL στην WAP Gateway μέσα από το πρωτόκολλα WAP.
- Η αίτηση επεξεργάζεται από τη WAP Gateway και αποστέλλεται στο web server μεταχειρίζονταν το πρωτόκολλο HTTP.
- Ο web server εκπληρώνει τις εντολές που συμπεριλαμβάνονται στην αίτηση. Π.χ. : Αν πρόκειται για ένα script, ο server εκτελεί την εφαρμογή.
- Ο web server γυρίζει τα δεδομένα, στα οποία έχει προστεθεί ένα HTTP header, στη WAP Gateway, η οποία εφόσον επιβεβαιώσει την σωστότητα των στοιχείων παράγει μια απάντηση αναγνώσιμη από κάθε κινητό που ενσωματώνει WAP micro browser.

Η επικεφαλής απάντηση αποστέλλεται στην συσκευή του χρήστη, η οποία πλέον αναλαμβάνει την απεικόνιση των σελίδων WAP.

Για να διασφαλιστεί η σωστή μεταφορά των πληροφοριών από το Web server προς την κινητή συσκευή και αντίστροφα, στο WAP χρησιμοποιείται η τεχνολογία «proxy». Το WAP Proxy περιλαμβάνει το δρομολογητή πρωτοκόλλου, ο οποίος μεταφράζει τις αιτήσεις που δίνονται από το WAP σε αιτήσεις πρωτοκόλλου WWW. Ταυτόχρονα. Διαθέτει κωδικοποιητές καθώς και αποκωδικοποιητές περιεχομένου, που διαφοροποιούν τις πληροφορίες με τέτοιον τρόπο, ώστε να απεικονιστούν σωστά στην οθόνη της κινητής συσκευής.

#### **4.1.2 ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (AR)**

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα ή αλλιώς Augment Reality όπως ονομάζεται, είναι η τεχνολογία που επιτρέπει την ζωντανή προβολή του πραγματικού περιβάλλοντος, επαυξημένη με εικόνες, πληροφορίες και αντικείμενα δύο ή τριών διαστάσεων. Ως στόχο περιλαμβάνει την δημιουργία μιας νέας εμπειρίας στην αλληλεπίδραση του ανθρώπου με το περιβάλλον, μέσα από την παροχή πληροφοριών που στην πραγματικότητα δεν υπάρχουν. Η Επαυξημένη Πραγματικότητα σήμερα, συμβάλλει στις εφαρμογές στον κλάδο του τουρισμού, σε μουσειακές ξεναγήσεις, στις διαφημίσεις κ.τ.λ.

Το περιεχόμενο της, όπως αναφέραμε, είναι άκρως ταυτισμένα με την ολοκληρωμένη απεικόνιση σκηνών του πραγματικού κόσμου, αποτέλεσμα που την χαρακτηρίζει ως ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο επιστημονικό πεδίο διαδραστικού σχεδιασμού. Με την αύξηση της χρήσης των προσωπικών κινητών τηλεφώνων (Smartphone’s), και ιδιαίτερα με την εξελιγμένη τεχνολογία που χρησιμοποιούν πλέον, χαρακτηρίζονται ιδιαίτερα ικανά έτσι ώστε

να μοντελοποιήσουν ενδιαφέροντα περιβάλλοντα Επαυξημένης Πραγματικότητας , αφού οι δυνατότητες της εκτοξεύτηκαν κυριολεκτικά.

Για την περιγραφή του συνδυασμού των τεχνολογιών που ενεργοποιούν την ανάμιξη σε πραγματικό χρόνο του περιεχομένου που παράγεται με ζωντανή οπτικοακουστική αναπαράσταση, χρησιμοποιείται ο όρος της Επαυξημένης Πραγματικότητας. Ωστόσο, οι προβολές δεδομένων σήμερα, είναι δυνατές τόσο από της οθόνες των κινητών συσκευών, όσο κι από τα ειδικά γυαλιά προβολής ΕΠ όπως τα Google Glass. Με την χρησιμοποίηση της κάμερας ενός έξυπνου τηλεφώνου ή ενός tablet, έχουμε την δυνατότητα να παρουσιάσουμε πληροφορίες και να μοιραστούμε περιεχόμενο δημιουργώντας μια μοναδική διαδραστική εμπειρία από στοιχεία που δεν υπάρχουν αλλά που παρουσιάζονται με την χρήση της κάμερας. Διαθέτονται πληροφορίες που περιλαμβάνουν κείμενα, ήχους και βίντεο και αφορά ειδικά τη γεωγραφική θέση, στην οποία είναι ο χρήστης και στοχεύει με την κάμερα του. Είναι επίσης σημαντικό να αναφέρουμε ότι η Επαυξημένη Πραγματικότητα βασίζεται στις τεχνικές οι οποίες αναπτύχθηκαν στην Εικονική Πραγματικότητα (Virtual Reality) και αλληλεπιδρά όχι μόνο με τον εικονικό κόσμο, αλλά έχει και ένα βαθμό αλληλεπίδρασης με τον πραγματικό.

Η Εικονική Πραγματικότητα είναι μια τεχνική απεικόνισης η οποία στοχεύει στην δημιουργία ψευδαίσθησης της συμμετοχής σε ένα περιβάλλον κατασκευασμένο σε υπολογιστή αντί για την εξωτερική παρατήρηση του. Η Εικονική Πραγματικότητα δηλαδή, στηρίζεται σε τρισδιάστατες εικόνες και αντικείμενα που συνδυάζουν ένα τεχνικό περιβάλλον. Η Εικονική Πραγματικότητα χρησιμοποιεί σήμερα όλες τις αισθήσεις και τόσο η παρατήρηση, όσο και η αλληλεπίδραση του ατόμου με το περιβάλλον γίνεται με ανιχνευτή της κίνησης του κεφαλιού, του χεριού και του σώματος.

Η έννοια της επαύξησης αποκτά σαφή επιστημονική υπόσταση όταν εστιάζουμε στον άνθρωπο και την αντίληψη του ως προς τον κόσμο. Η πραγματικότητα δεν μπορεί να ενδυναμωθεί, αλλά μπορεί η αντίληψη της. Πέρα από αυτά στηρίζουμε τον όρο Επαυξημένη Πραγματικότητα, αν και αντιλαμβανόμαστε ότι αναφερόμαστε στην «Επαυξημένη Αντίληψη της Πραγματικότητας».

Ένα σύστημα ΕΠ έχει τα τρία ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Συνδυάζει εικονικό και πραγματικό
- Είναι διαδραστικό σε πραγματικό χρόνο
- Είναι μοντελοποιημένο σε τρισδιάστατη αναπαράσταση

Πέρα από τα άπειρα γνωστικά αντικείμενα στα οποία μπορεί να εφαρμοστεί η ΕΠ, μερικά εκ των οποίων είναι η διασκέδαση, η απεικόνιση, η εκπαίδευση, η πλοήγηση, ακόμα και ο χώρος της διαφήμισης, υπάρχουν αρκετές προκλήσεις και ζητήματα που πρέπει να διευθετηθούν. Στην πραγματικότητα, ένα σύστημα ΕΠ έχει να διαχειριστεί μια τεράστια ποικιλία πληροφοριών. Γι' αυτό το λόγο το υλικό πρέπει να είναι μικρό, ελαφρύ και εύκολα μεταφέσιμο, αλλά ταυτόχρονα και αρκετά ταχύ έτσι ώστε να απεικονίζει τα γραφικά. Ένας ακόμα περιορισμός που αφορά τις συσκευές είναι η διάρκεια ζωής της μπαταρίας. Γίνεται πλέον κατανοητό, ότι τα συστήματα ΕΠ απαιτούν πολλά δεδομένα και έχουν ανάγκη το κατάλληλο λογισμικό ώστε να φιλτράρουν, συγκεντρώνοντας χρήσιμη πληροφορία, αποβάλλοντας άχρηστα δεδομένα και απεικονίζοντας τα τελικά με έναν άνετο τρόπο σεβόμενα τις επιταγές της εμπειρίας χρήστη.

#### 4.1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα έκανα την πρώτη της εμφάνιση την δεκαετία του 1960 από τον Ivan Sutherland, ο οποίος εισήγαγε την οθόνη γραφικών σε μια εποχή όπου οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές θεωρούντο «ηλεκτρονικοί εγκέφαλοι», τα προγράμματα γράφονταν σε διάτρητες χάρτινες κάρτες και η έξοδος των αποτελεσμάτων γινόταν σε εκτυπωτές. Ο Sutherland, χρησιμοποιώντας μια ειδική γραφίδα, έγινε ο πρώτος άνθρωπος που σχεδίασε στην οθόνη ενός υπολογιστή. Το 1965 είχε δημοσιεύσει ένα άρθρο, όπου περιέγραφε ένα δωμάτιο στο οποίο η ύλη μπορεί πλήρως να ελέγχεται από έναν υπολογιστή, επιτρέποντας σε όποιον βρίσκεται μέσα στο δωμάτιο αυτό να νιώσει οποιοδήποτε αισθητηριακό ερέθισμα.

Λίγο αργότερα, ο Sutherland, κατασκευάζει το πρώτο κράνος απεικόνισης με στόχο να δημιουργήσει ένα τρισδιάστατο περιβάλλον, στο οποίο μπορεί να αφαιρεθεί ο χρήστης. Η συσκευή μπορεί να φορεθεί και στα δύο μάτια και απεικονίζει μια δισδιάστατη στερεοσκοπική εικόνα, έτσι ώστε ο εγκέφαλος να συνδυάσει και τις δυο σε μια τρισδιάστατη προοπτική. Καθώς ο χρήστης κινείται, ελέγχεται λεπτομερώς η θέση και ο προσανατολισμός του κεφαλιού του και μεταβάλλεται αντίστοιχα η προβάλλουσα εικόνα. Τα τεχνικά μέσα, εκείνης της εποχής επέτρεπαν την απεικόνιση μόνο των περιγραμμάτων των αντικειμένων και ο υπολογιστής δεν μπορούσε να κρύψει αντικείμενα τα οποία δεν θα έπρεπε να φαίνονται, με συνέπεια ο χρήστης να μην μπορούσε να προσδιορίσει ορθά τη θέση και το σχήμα ορισμένων αντικειμένων.

Στις δεκαετία του 1970 και του 1980 είχαν ως ασχολία την επαυξημένη πραγματικότητα (τότε δεν ονομαζόταν έτσι), ιδιαίτερα μικρές ομάδες επιστημόνων από την πολεμική αεροπορία των ΗΠΑ, την NASA και ορισμένων πανεπιστημιακά ιδρύματα. Τα τελευταία δώδεκα χρόνια όμως και χάρη στην τεχνολογική εξέλιξη που είχε πολλά εμπόδια, η Επαυξημένη Πραγματικότητα έγινε ένα αυτόνομο ερευνητικό πεδίο. Το 1997 ο R. Azuma δημοσίευσε ένα άρθρο το οποίο προσδιόρισε τον χώρο και συνόριζε το μέχρι τότε επίτευγμα και προβλήματα. Από τότε έχουν γίνει σημαντικά βήματα προόδου, έχουν πραγματοποιηθεί πολλά διεθνή συνέδρια με αποκλειστικό θέμα την Επαυξημένη Πραγματικότητα, πολλές ερευνητικές ομάδες, εργαστήρια και οργανισμοί παράγουν έργο στο πεδίο και υπάρχουν διαθέσιμα αλλά και κατάλληλα προγραμματιστικά εργαλεία για την ανάπτυξη των εφαρμογών Επαυξημένης Πραγματικότητας .

#### 4.1.2.2 ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Αν περιοριστούμε μόνο στην οπτική επαύξηση μιας σκηνής, ο σκοπός της Επαυξημένης Πραγματικότητας, είναι όχι μόνο να προσθέσει αντικείμενα σε ένα πραγματικό τοπίο αλλά και να αφαιρέσει πραγματικά αντικείμενα από το τοπίο αν χρειαστεί, και όλα αυτά σε πραγματικό χρόνο, δίνοντας τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης του χρήστη με το εικονικό περιβάλλον. Για να γίνουν όλα αυτά, ένα σύστημα Επαυξημένης Πραγματικότητας θα πρέπει να εκτελέσει τα παρακάτω βήματα:

- 1) Παρουσίαση του πραγματικού περιβάλλοντος
- 2) Δημιουργία των κατάλληλων εικονικών αντικειμένων, τα οποία εμφανίζονται καλύπτοντας το πραγματικό σκηνικό, αποσκοπώντας τόσο στην προβολή επιπρόσθετων αντικειμένων πληροφοριών, όσο στην απόκρυψη πραγματικών αντικειμένων.

- 3) Συντονισμός του πραγματικού σκηνικού με τα εικονικά αντικείμενα, με την θέση δηλαδή που περιμένει ο χρήστης να δει τα εικονικά αντικείμενα.
- 4) Απεικόνιση πάνω στην πραγματική πληροφορία την εικονική.
- 5) Ανίχνευση της κίνησης αλλά και της θέσης του χρήστη ή των επιλογών που αυτός ορίζει και ανάλογη μεταβολή των απεικονιζόμενων δεδομένων.

Από τα παραπάνω παρατηρούμε ότι πλέον απαραίτητος εξοπλισμός ενός συστήματος εικονικής πραγματικότητας είναι η συσκευή απεικόνισης η οποία εμφανίζει τη μίξη του εικονικού και του πραγματικού κόσμου. Οι συσκευές αυτές χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: φορητές (HMD), φορητές και προβολικές.

### 4.1.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΣ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ

Ο γεωγραφικός εντοπισμός είναι μια σχετικά νέα υπηρεσία του διαδικτύου, η οποία έχει επεκταθεί τώρα και στην κινητή τηλεφωνία, καθιστώντας τον χρήστη ευάλωτο σε κάθε είδους παρακολούθηση. Η εξέλιξη αυτού του είδους επικοινωνίας έχει περάσει σε άλλα επίπεδα, περισσότερο «ευέλικτα», πιο λειτουργικά και σύγχρονα, με σκοπό να φέρει τους χρήστες πιο κοντά, γνωρίζοντας ανά πάσα ώρα και στιγμή την τοποθεσία στην οποία βρίσκονται. Το μόνο που χρειάζεται είναι ο χρήστης να πληκτρολογήσει σε κάποια μηχανή αναζήτησης, τη φράση «Γεωγραφικός Εντοπισμός» ή «Geolocation Based Service», ώστε να του ανοίξει μια μεγάλη σειρά υπηρεσιών ποικίλης και διαφορετικής ανάλογα με την κάθε προσωπική ανάγκη.

Η υπηρεσία αποτελείται από τουριστικά δεδομένα που σχετίζονται μνημεία, αξιοθέατα, τουριστικές περιοχές, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, εκθέσεις, θέατρα κ.α. Διατίθεται είτε μέσω G.P.R.S. δικτύου στις κινητές συσκευές των χρηστών (Smartphone's) είτε μέσω διαδικτύου σε προσωπικούς υπολογιστές. Κατά το στάδιο σχεδίασης της υπηρεσίας, αποδείχθηκε ότι η ενσωμάτωση δυναμικών χαρτών και γεω-πληροφοριακών δεδομένων, εμπλουτίζει ιδιαίτερα την αξία της προσφερόμενης υπηρεσίας. Επίσης, και τεχνολογικά οι υπηρεσίες πληροφόρησης με βάση τον εντοπισμό θέσης είναι άμεσα διαπλεγμένες με την παραγωγή και χρησιμοποίηση δυναμικών χαρτών ανεξαρτήτως από την μέθοδο που χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό του χρήστη.

Οι υπό- υπηρεσίες που προσφέρονται στον τελικό χρήστη και έχουν σχέση με γεω-πληροφοριακά δεδομένα είναι οι εξής :

- Υπηρεσία δημιουργίας ψηφιακών χαρτών: Σε αυτή την υπηρεσία ο χρήστης κατά την πλοήγηση του στο σύστημα, στέλνει αίτηση με τα χαρακτηριστικά του χάρτη τον οποίο θέλει να αποκτήσει και το σύστημα αποκρίνεται με το ψηφιακό αρχείο που περιλαμβάνει τον χάρτη.
- Υπηρεσίες αναζήτησης σημείων ενδιαφέροντος: Σε αυτή την υπηρεσία, ο χρήστης αποστέλλει έμμεσα μια αίτηση για τα σημεία ενδιαφέροντος τα οποία βρίσκονται σε μια γεωγραφική περιοχή. Τα σημεία αυτά εντοπίζονται βάσει της γεω-κωδικοποίησης τους σε ανεξάρτητη σχεσιακή βάση δεδομένων και όχι στο ίδιο πληροφοριακό σύστημα όπου βρίσκονται τα δεδομένα χαρτών.
- Υπηρεσία εντοπισμού σημείου: Σε αυτή την υπηρεσία ο χρήστης αποστέλλει άμεσα μια αίτηση για τον εντοπισμό της θέσης ενός σημείου με κάποια στοιχεία τα οποία του είναι ήδη γνωστά. Αυτά τα σημεία μπορεί να είναι είτε κάποια συγκεκριμένη

διεύθυνση, είτε κάποια τομή οδών. Το σύστημα εκμεταλλεύεται λοιπόν τις συντεταγμένες που εντοπίζονται, έτσι ώστε να παρουσιάσει σχετικό περιεχόμενο στον χρήστη. (π.χ. πλησιέστερα σημεία ενδιαφέροντος και χάρτη)

#### **4.1.4 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ (GIS)**

Τα Γεωγραφικά Πληροφοριακά Συστήματα ή GIS (Geographic Information System) όπως είναι ευρέως γνωστά, είναι ψηφιακά συστήματα ικανά να αποθηκεύσουν, να ενσωματώσουν, να αναλύσουν και να παρουσιάσουν γεωγραφικά συσχετισμένες πληροφορίες. Ένα GIS είναι ένα εργαλείο «έξυπνου χάρτη», το οποίο επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν διαδραστικές ερωτήσεις χωρικού ή περιγραφικού χαρακτήρα, να αποτυπώσουν μια περίληψη του πραγματικού κόσμου και να αναλύσουν τα χωρικά δεδομένα και να τα αποδώσουν σε αναλογικά ψηφιακά μέσα. Αυτό το εργαλείο έχει την δυνατότητα να προσφέρει πολλές εφαρμογές στην τουριστική βιομηχανία. Έτσι, για παράδειγμα, ένας δικτυακός τόπος που παρέχει μια τέτοια εφαρμογή, δίνει την ευκαιρία στους χρήστες του να σχεδιάσουν το πλάνο των διακοπών και τα δρομολόγια τους.

Τα GIS μπορούν να εκμεταλλευτούν στο πλαίσιο του σχεδιασμού και της ανάπτυξης ενός συστήματος παροχής τουριστικής πληροφόρησης με βάση την τοποθεσία του χρήστη. Η πληροφορία που προσφέρεται από ένα τέτοιο σύστημα είναι πολύ- γλωσσική και απαρτίζεται από τουριστικά δεδομένα που αφορούν μνημεία αξιοθέατα, τουριστικές περιοχές, εκθέσεις, θέατρα, ΜΜΜ, κ.τ.λ. Η υπηρεσία αυτή είναι δυνατόν να προσφερθεί ή μέσω του G.P.R.S. συστήματος στις κινητές συσκευές των χρηστών, ή μέσω διαδικτύου σε προσωπικούς υπολογιστές (το ίδιο συμβαίνει και στον Γεωγραφικό Εντοπισμό που αναλύσαμε πιο πάνω). Έτσι, ο τουρίστας, έχει πρόσβαση σε ένα προσωποποιημένο, πολύ- γλωσσικό τουριστικό οδηγό πόλης.

Τα Γεωγραφικά Πληροφοριακά Συστήματα μπορούν επίσης να έχουν πολλές εφαρμογές την τουριστική βιομηχανία τόσο σε μικροοικονομικό επίπεδο, όσο σε μακροοικονομικό επίπεδο. Σήμερα, αρκετές εταιρείες rent a car έχουν ενσωματώσει ΓΠΣ στα ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους. Επίσης, πολλές τουριστικές επιχειρήσεις επιχειρούν να ενσωματώσουν υπηρεσίες ΓΠΣ και χαρτογράφησης στις ιστοσελίδες τους έτσι ώστε οι πελάτες τους να μπορούν είτε να τις βρίσκουν εύκολα είτε να σχεδιάζουν καλύτερα το πλάνο διακοπών και δρομολογίων τους. Τα ΓΠΣ μαζεύουν πληροφορίες και προσφέρουν υπηρεσίες σχετικά με τα παρακάτω:

- 1) Τοποθεσία
- 2) Πλοήγηση – καθοδήγηση από ένα σημείο άλλο
- 3) Εντοπισμός – παρακολούθηση της πορείας ενός αντικειμένου
- 4) Χαρτογράφηση – δημιουργία χαρτών περιοχών και οποιασδήποτε τοποθεσίας

#### **4.1.5 QR Codes (2D barcode)**

Τα QR Codes είναι μια εικόνα δισδιάστατου γραμμωτού κώδικα (2D barcode) το οποίο εφαρμόζεται μόνο σε Smartphone's κινητά τηλέφωνα. Χρησιμοποιείται στην τουριστική βιομηχανία, κυρίως από αεροπορικές εταιρείες και αποτελεί μια διαφορετική μορφή ηλεκτρονικής κάρτας επιβίβασης που αποστέλλεται στην κινητή συσκευή του επιβάτη και καταργεί οποιαδήποτε μορφή χάρτινης κάρτας επιβίβασης. Το επιβατικό κοινό εξοικονομεί

ακόμα περισσότερο χρόνο με την εφαρμογή αυτή, εφόσον το μόνο που χρειάζεται κατά την έξοδο επιβίβασης είναι να έχει την εικόνα του 2D barcode στην οθόνη του κινητού τηλεφώνου και να σκαναριστεί στις ειδικές οθόνες των αεροδρομίων.



Τα QR Codes, όπως αναφέραμε πιο πάνω, είναι σύγχρονη γραμμωτοί κώδικες δύο διαστάσεων (2D) ταχείας αποκωδικοποίησης, γνωστά και ως matrix code, και αποτελούν μια σύγχρονη μετεξέλιξη των γνωστών γραμμάτων κωδικών barcodes μιας διάστασης, τα οποία εφευρεθεί το 1952, ο Αμερικάνος Joseph Woodland με τον συνάδελφο του Bernard Silver και τα οποία χρησιμοποιούνται μέχρι και σήμερα και τα συναντάμε πλέον παντού.

Από την ανάγκη αποθήκευσης κάποιων πληροφοριών σχετικές με το προϊόν, την προέλευση και την συσκευασία του, είχαν δημιουργηθεί τα μονοδιάστατα barcodes και η σάρωση για την αποθήκευση περισσότερων δεδομένων με την μορφή γραμμωτού κώδικα αυξάνονταν, προσπαθώντας να βρεθούν λύσεις αποθήκευσης δεδομένων αποφεύγοντας τα παραδοσιακά μέσα των μαγνητικών καρτών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία ενός νέου γραμμωτού κώδικα και πρότυπο ISO, ο οποίος είναι πλέον δισδιάστατος, για να έχει την δυνατότητα αποθήκευσης περισσότερων δεδομένων από την ιαπωνική εταιρεία Denso-Wave, θυγατρική της Toyota.

Αυτό το νέο είδος barcode ονομάστηκε QR Code και πηγάζει από τα αρχικά των αγγλικών λέξεων «Quick Response» που σημαίνουν Γρήγορη Αναπαράσταση, γιατί οι γιαπωνέζοι εφευρέτες του είχαν σκοπό την ταχύτητα αποκωδικοποίησης του πλήθους των πληροφοριών μέσα από το σκανάρισμα αυτών των σχημάτων δυο διαστάσεων με την χρήση τεχνολογικού εξοπλισμού σκάνερ ή την χρήση των κινητών τηλεφώνων τύπου Smartphone's με την εγκατάσταση ανάλογου λογισμικού. Με τις δυνατότητες που έχουν αυτά, εξετάζουν λεπτομερώς την δισδιάστατη ψηφιακή εικόνα από έναν αισθητήρα εικόνας ημιαγωγού και μετ' έπειτα ψηφιακά αναλύονται από έναν προγραμματισμένο επεξεργαστή.

#### **4.1.5.1 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ**

Στην καθημερινή μας ζωή, στην εφαρμογή τους, μεγάλο ρόλο έπαιξε η εξάπλωση και η διάδοση των κινητών τηλεφώνων Smartphone's, αλλά και του tablet, διότι έβαλαν μέσα στην τσέπη του καθενός έναν σαρωτή γραμμωτού κώδικα (barcode scanner) το οποί χωρίς ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις μπορεί να χρησιμοποιηθεί καθημερινά παντού. Επομένως, οι χρήστες μπορούν πλέον εύκολα και γρήγορα, σαρώνοντας το QR Code με την φωτογραφική μηχανή του κινητού τους και με την χρήση κατάλληλου λογισμικού και τον αλγόριθμο διόρθωσης σφαλμάτων, να αποκωδικοποιήσουν με αξιοπιστία, ταχύτητα και ασφάλεια το πλήθος των πληροφοριών, να τις αποθηκεύσουν, να τις χρησιμοποιήσουν όποια ώρα θελήσουν ή να τις επεξεργαστούν κάνοντας παράλληλη χρήση του διαδικτύου. Υπάρχει μεγάλος αριθμός τέτοιων δωρεάν εφαρμογών app για λειτουργικά συστήματα Android και

IOS τις οποίες μπορούμε να «κατεβάσουμε» στο κινητό μας τηλέφωνο, όπως είναι το «QR Droid», το «Barcode Scanner», «Scan life» και το «bliQR QR Code scanner for iPhone». Η Google διαθέτει μια από τις πιο δημοφιλείς διεπαφές προγραμματισμού εφαρμογών API (Application Programming Interface) για την δημιουργία QR Code καθώς και εφαρμογές για το σκανάρισμα των κωδικών, τις οποίες συναντάμε πλέον σχεδόν σε όλα τα Smartphone's. Τα κινητά τηλέφωνα, όπως είναι τα Smartphone's με λειτουργικό σύστημα Android για την ανάγνωση των QR Codes χρησιμοποιούν την εφαρμογή Google Glass καθώς και εφαρμογές άλλων κατασκευαστών. Στις συσκευές της Apple με λειτουργικό IOS, τα QR Codes αποκωδικοποιούνται με εφαρμογές τρίτων κατασκευαστών και δεν υπάρχει κάποια που να συνοδεύει την συσκευή ή να την συνιστά η κατασκευάστρια εταιρεία. Υποστηρίζοντας το ενωμένο αναγνωριστικό πόρων URI (Uniform Resource Identifier) στέλνει τα δεδομένα που αποκωδικοποιεί στις υπάρχουσες εγκατεστημένες εφαρμογές της συσκευής προκειμένου να εκτελέσουν την αντίστοιχη εργασία. Για την διαχείριση των κωδικών QR, υπάρχουν πλέον έτοιμοι φάκελοι QR Code στο iPhone 5. Η πιο εξαπλωμένη χρήση των QR Code είναι για την γρήγορη μετάβαση με το κινητό μας σε διάφορα links χωρίς να χρειάζεται να πληκτρολογήσουμε το URL.

#### **4.1.6 ΤΑ SOCIAL MEDIA ΚΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Στην τουριστική βιομηχανία έχουν εισβάλει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και είναι πλέον ένα αναμφισβήτητο γεγονός. Τα διάφορα Social Media διαμορφώνουν, τάσεις, στάσεις και απόψεις, από την επιλογή καταλύματος, εστιατορίου, παραλίας ακόμη και του ίδιου του τουριστικού προορισμού, μέχρι και την προώθηση και το branding μια ολόκληρης χώρας. Στα διάφορα μέσα, μικρές και μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις δημιουργούν προφίλ και επικοινωνούν τη δραστηριότητά τους, προκειμένου να προσελκύσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό.

Πρόκειται πλέον για βασική πηγή άντλησης πληροφοριών για όσους επιθυμούν να ταξιδέψουν. Το internet έχει αναδιαμορφώσει πλήρως τον τρόπο με τον οποίον σκορπίζονται οι πληροφορίες οι οποίες αφορούν τα ταξίδια και τον τουρισμό, καθώς και το πώς οργανώνεται ένα ταξίδι ή καταναλώνεται ο «ταξιδιωτικός» χρόνος του κάθε καταναλωτή. Όπως παραθέτει και ο Carson, το διαδίκτυο διευκολύνει 5 βασικές λειτουργίες: την προώθηση, την διανομή προϊόντων, την επικοινωνία, την διαχείριση και την έρευνα.

Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυτό που επιτυγχάνεται ουσιαστικά, είναι η μεταφορά των εμπειριών, των σχολίων, των εντυπώσεων, των φωτογραφιών και των ιδεών μια μερίδας ανθρώπων, σε μια άλλη μερίδα επιδόξων ταξιδευτών. Με αυτήν την άποψη, ενισχύεται το επιχείρημα του Thomas Friedman, ότι «ο κόσμος είναι επίπεδος», σε μια προσπάθεια του να δώσει έμφαση το πώς το διαδίκτυο έχει αποτελέσει εφαλτήριο απρόσκοπτης επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης των χρηστών του, το πώς δηλαδή, έχει εξομαλύνει το χάσμα μεταξύ ομάδων ανθρώπων, ασχέτως ηλικίας, φύλου, εθνικότητας και πολιτισμικών διαφορών.

Σε έρευνα που έγινε το 2010, διαπιστώθηκε σε δείγμα 404 ατόμων που είχαν ταξιδέψει τους τελευταίους 12 μήνες, ότι τα κίνητρα που οδηγούν στην οργάνωση των ταξιδιών μέσω της χρήσης κοινωνικών μέσων δικτύωσης είναι ψυχολογικά, λειτουργικά, ηδονικά και κοινωνικά, σύμφωνα με τα οφέλη που οι χρήστες θεωρούν ότι απολαμβάνουν διάμεσο αυτής της διαδικασίας. Επιπλέον κίνητρα, όπως η διαθεσιμότητα τεχνολογικών μέσων, ο αλτουρισμός, το ευρύτερο περιβάλλον, η προδιάθεση του κάθε καταναλωτή και η εμπιστοσύνη στις

πληροφορίες στις οποίες οι χρήστες έχουν πρόσβαση, διαδραματίζουν επίσης, έναν καθόλου αξιολογημένο ρόλο. Συχνά όμως γίνεται κακή χρήση των μέσων αυτών. Δεν είναι λίγες οι φορές, που οι ταξιδιωτικές εταιρείες γράφουν για παράδειγμα σχόλια στο Facebook για να επιδράσουν την αντίληψη των καταναλωτών για συγκεκριμένα ξενοδοχεία. Ακόμα χειρότερα, γράφουν αρνητικά σχόλια στις σελίδες των ανταγωνιστών τους, με συνέπεια να διαταράσσεται η εμπιστοσύνη των χρηστών στα μέσα και τα σχόλια αυτά.

Επιπρόσθετος, η υιοθέτηση των Social Media δεν είναι τόσο απλή, όσο φαίνεται. Μια παρεξηγημένη άποψη είναι ότι κοστίζει φτηνά, γεγονός που στην πραγματικότητα δεν ισχύει, αφού ο χρόνος και οι ανθρώπινοι πόροι που απαιτούνται αρκετές φορές δεν μπορεί να διατεθεί, κυρίως στον τομέα του τουρισμού. Όσο αφορά τη διαφάνεια των όσων δημοσιεύονται σε αυτά, ελλοχεύουν πολλοί κίνδυνοι. Για παράδειγμα, η Virgin Atlantic, απέλυσε 12 μέλη του πληρώματος της το 2008, λόγω του ότι σχολίαζαν αρνητικά το επιβατικό κοινό δημόσια στο Facebook. Το γεγονός αυτό προβλέπει στην ανάγκη χάραξης μιας πολιτικής ασφάλειας στη χρήση του, εντός και εκτός εργασιακού χώρου.

Οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να εκφράσουν τον θυμό ή την απογοήτευση τους μέσα από τα κανάλια αυτά, και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να τα λάβουν σοβαρά υπόψη τους, έτσι ώστε να βελτιώσουν είτε την εικόνα τους, είτε την υπηρεσία την οποία προσφέρουν. Ένα άλλο αξιόλογο παράδειγμα είναι αυτό της Easy Jet και την δημοσίευση στο Twitter ενός αρνητικού σχόλιου για την πολιτική που εφάρμοσε στην περίπτωση μιας τυφλής επιβάτιδας, στην οποία δεν επέτρεπαν την επιβίβαση, αν δεν τους παρείχε την ασφάλεια ότι ο σκύλος της είναι πραγματικά ο συνοδός της, λόγω της αναπηρίας της. Η απογοητευμένη επιβάτιδα στράφηκε στο Twitter, δημοσιεύοντας την εμπειρία της. Τα αρνητικά σχόλια, για την αεροπορική εταιρεία, πλημμύρισαν μόνο σε λίγες ώρες το διαδίκτυο, ενώ οι πιέσεις που δέχτηκε, με σκοπό να επιτρέψει την τυφλή γυναίκα να επιβιβαστεί ήταν έντονες. Τελικά, κατόρθωσε να επιβιβαστεί στην επόμενη πτήση χωρίς χρέωση. Η απάντηση της συγκεκριμένη αεροπορικής εταιρεία στο Twitter, θεωρήθηκε μηδαμινή συγκριτικά με το πρόβλημα που δημιούργησε. Εφόσον η τουριστική βιομηχανία είναι εντάσεως πληροφόρησης, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η πληροφορία που τον αφορά είναι αδιανόητα εξαπλωμένη στο διαδίκτυο, οι μηχανές αναζήτησης εμφανίζονται στο προσκήνιο δυναμικά, με σκοπό να διευκολύνουν στο σύνολο του προγραμματισμού των ταξιδιών.

Ιδιαίτερα, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Travel Industry Association of America, αναφέρεται ότι το 64% των ατόμων που επιθυμούν να οργανώσουν τις διακοπές τους μέσω του διαδικτύου, στρέφονται πρωτίστως στις μηχανές αναζήτησης και όχι σε κάποια blog ή ιστότοπο. Οι μηχανές αναζήτησης δηλαδή, λειτουργούν ουσιαστικά σαν μια δυναμική βιτρίνα, η οποία οδηγεί σε πληροφορίες που έχουν σχέση με τα ταξίδια, καθώς και ως κανάλι marketing, μέσω του οποίου οι επιχειρήσεις αλλά και οι προορισμοί μπορούν να προσελκύσουν υποψήφιους επισκέπτες. Επιπλέον, είναι κριτικής σημασίας να καταλάβει κανείς την τεχνολογική εξέλιξη και την συμπεριφορά του καταναλωτή, παράγοντες που προσδιορίζουν την πρόσβαση και τη διανομή των πληροφοριών που έχουν σχέση με τον τουρισμό. Ένα θέμα που επακολουθεί είναι το κατά πόσο οι μηχανές αναζήτησης είναι πιθανό να καταλήξουν σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ως αποτέλεσμα της έρευνας ενός καταναλωτή ή σε κάποια άλλη σελίδα ταξιδιωτικού ιστότοπου.

Σε έρευνα που διενέργησαν οι Zheng Xiang και Ulrike Gretzel, με σκοπό να ξεχωρίσουν τις τάσεις στο ευρύτερο τομέα του online τουρισμού, καθώς και το αν οι μηχανές αναζήτησης προωθούν τα ανάλογα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή όχι, κατέληξαν στα εξής:



- Δεν μπορεί να υπάρχει διαδικτυακός τουρισμός χωρίς τη συνύπαρξη των μηχανών αναζήτησης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Οι μηχανές αναζήτησης είναι ο εκτεταμένος χώρος, μέσα στον οποίον ανταγωνίζονται και δραστηριοποιούνται αρκετές τουριστικές επιχειρήσεις.
- Τα αποτελέσματα της αναζήτησης προσδιορίζονται σε μεγάλο βαθμό από το όνομα της ιστοσελίδας, αλλά και από το βαθμό που αυτή εμπεριέχει διαφημίσεις τρίτων.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ανανεώνουν συχνά το περιεχόμενό τους, με αποτέλεσμα να έχουν προτεραιότητα συγκριτικά με άλλες σελίδες στα αποτελέσματα αναζήτησης.
- Εμπεριέχουν πολλές υπερσυνδέσεις λόγω της «κοινωνικής» τους φύσης, διότι οι χρήστες έχουν την δυνατότητα οι ίδιοι να οργανώσουν το περιεχόμενό τους, ανεβάζοντας τα ακόμη περισσότερο στην τελική κατάταξη των αποτελεσμάτων.
- Τα Social Media είναι υπερβολικά φιλικά διακείμενα προς τις μηχανές αναζήτησης.

## 4.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΞΕΝΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

### 4.2.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ

**TripAdvisor** : Το TripAdvisor είναι η μεγαλύτερη και πιο γνωστή ταξιδιωτική ιστοσελίδα στον κόσμο και την ίδια απήχηση έχει και η εφαρμογή που έχει δημιουργηθεί για την καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών. Η εφαρμογή, λοιπόν, επιτρέπει στους χρήστες να προγραμματίσουν το ταξίδι τους και να το κάνουν όσο το δυνατόν πιο απολαυστικό γίνεται. Έχει πάνω από 320.000.000 κριτικές και γνώμες άλλων ταξιδιωτών, οι οποίες βοηθάνε το χρήστη να βρει τα καλύτερα μέρη για στέγαση, φαγητό, διασκέδαση κτλ όπου και αν ταξιδέψει. Εν ολίγης η εφαρμογή κάνει αναζήτηση σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, αξιοθέατα σε οποιοδήποτε τουριστικό προορισμό, δείχνει εκατομμύρια γνώμες, κριτικές και φωτογραφίες αναρτημένες από άλλους ταξιδιώτες και παρέχει τη λειτουργία «κοντά μου τώρα» ώστε ο χρήστης να βλέπει όλες τις επιλογές που έχει κοντά του ή κοντά σε όποια διεύθυνση εισάγει.



**TripIt** : Πρόκειται για μία αρκετά γνωστή εφαρμογή που χρησιμοποιείται από ταξιδιώτες που αναζητάνε ένα πλήρως οργανωμένο ταξίδι. Αυτό που κάνει είναι να κρατάει αρχείο από όλα τα e-mail επαλήθευσης και επιβεβαίωσης για πτήσεις, διαμονή κτλ και δημιουργεί ένα δρομολόγιο που μπορεί να ακολουθήσει ο χρήστης – ταξιδιώτης. Επίσης, μέσω της εφαρμογής αυτής, μπορεί να κάνει κράτηση σε εστιατόρια ή σε κάποια θεατρική παράσταση κτλ. Η εγκατάσταση της είναι δωρεάν



**Hipmunk** : Αυτή η εφαρμογή δείχνει στο χρήστη – ταξιδιώτη κυρίως όλες τις πιθανές πτήσεις που υπάρχουν για τον προορισμό που έχει επιλέξει έτσι ώστε να μπορεί να συγκρίνει τιμές. Πέρα όμως από το να βρίσκει τις οικονομικότερες πτήσεις που υπάρχουν , αυτή η δωρεάν εφαρμογή παρέχει τη δυνατότητα στο χρήστη να δει όλες τις επιλογές που του δίνονται για στάσεις ξεκούρασης ( Layover ). Επίσης προτείνει ξενοδοχεία στα οποία μπορεί να γίνει κράτηση.



**Kayak** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή λειτουργεί ουσιαστικά σαν ένα σκάνερ όλων των τουριστικών εφαρμογών, δηλαδή βοηθάει το χρήστη να κάνει μια πρακτική και αποτελεσματική διαχείριση των χιλιάδων εφαρμογών και ιστότοπων που υπάρχουν για κρατήσεις ξενοδοχείων, πτήσεων και αμαξιών και να βρει αυτό που του ταιριάζει. Επίσης, πέρα από τα παραπάνω, η εφαρμογή αυτή δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να φτιάξει ένα σωστό δρομολόγιο καθώς και να ελέγξει τις χρεώσεις συσκευών ή να αναζητήσει πληροφορίες σχετικές με το αεροδρόμιο. Διατίθεται δωρεάν.



**Touristeye** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που παρέχει στο χρήστη μία ποικιλία υπηρεσιών, δηλαδή συστάσεις, χάρτες , σχεδιασμό δρομολογίου ακόμα και να τραβάει φωτογραφίες και να τις κάνει σαν λεύκωμα. Τη χρησιμοποιούν πάνω από 500.000 άνθρωποι λόγω της χρηστικότητάς της και της δυνατότητας να απλοποιεί τη διαδικασία του σχεδιασμού του ταξιδιού. Λειτουργεί και χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο και χωρίς να υπάρχει σήμα στο κινητό, κάτι που είναι πλεονέκτημα.



**Travellist** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή επιτρέπει στο χρήστη να δημιουργήσει μια λίστα με όλα τα απαραίτητα στοιχεία που θα χρειαστεί για το ταξίδι του. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να κατηγοριοποιηθούν, για παράδειγμα κατηγορία Ρούχα, Προσωπικά είδη υγιεινής, διάφορα απαραίτητα έγγραφα για το ταξίδι και πολλά άλλα. Αυτό που κάνει τη λίστα αυτή να ξεχωρίζει από μία απλή χειρόγραφη λίστα, είναι ότι δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να αποκρύψει αυτά που έχει ήδη πακετάρει αφήνοντας τα υπόλοιπα στην «επιφάνεια» καθώς και να προσθέσει υπενθύμιση ώστε να εξασφαλίσει ότι δεν πρόκειται να ξεχάσει τίποτα, ούτε καν τα πράγματα που πρέπει να πάρει τελευταία στιγμή. Διατίθεται δωρεάν.



**WorldMate** : Όπως και οι παραπάνω έτσι και αυτή η εφαρμογή παίζει κύριο ρόλο στην οργάνωση του ταξιδιού του χρήστη. Αυτό που πρέπει να κάνει ο ταξιδιώτης είναι να προωθήσει τα e-mail επιβεβαίωσης κρατήσεων για πτήσεις, ξενοδοχεία, αμάξια, εστιατόρια κτλ στο [trips@worldmate.com](mailto:trips@worldmate.com) , ώστε σύμφωνα με όλες τις συλλεγμένες πληροφορίες να γίνει η σωστή δρομολόγηση του ταξιδιού. Επίσης παρέχει πληροφορίες για ακυρώσεις πτήσεων μαζί με εναλλακτικές πτήσεις. Τέλος, με βάση τα προηγούμενα ταξίδια και τις αποθηκευμένες προτιμήσεις του χρήστη προτείνει ξενοδοχεία με τις οικονομικότερες λύσεις



**Minube**: Η εφαρμογή minube δημιουργήθηκε από ένα πλήθος ταξιδιωτών. Είναι διαθέσιμη χωρίς να είναι απαραίτητη η σύνδεση στο διαδίκτυο και σε πολλές γλώσσες όπως είναι τα αγγλικά, γαλλικά, ισπανικά, γερμανικά, ιταλικά κ.α. Η minube είναι μια εφαρμογή για ταξίδια που αποτελείτε από ταξιδιωτές που ενώνονται από το πάθος του ταξιδιού και μοιράζονται τα αγαπημένα τους μέρη στο κόσμο. Είναι ένας ευρύς οδηγός από ταξιδιώτες προ ταξιδιώτες που θα σας εμπνεύσει με τις πάντα ενημερωμένες προτάσεις και συστάσει για το τι να δείτε, που να φάτε και που να κοιμηθείτε.



#### 4.2.2 ΧΩΡΟΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

**Booking.com**: Κάποια από τα πλεονεκτήματα που σας παρέχει η συγκεκριμένη εφαρμογή, είναι η άμεση επιβεβαίωση, τα check-in χωρίς χαρτιά και η παροχή offline χαρτών κάθε φορά που κάνετε κράτηση. Σας δίνει την δυνατότητα να κάνετε αναζήτηση σε περισσότερα από 855.000 ξενοδοχεία και διαμερίσματα, καθώς και κράτηση δωματίων την τελευταία στιγμή χωρίς να απαιτείται η πιστωτική κάρτα. Μπορείτε να κάνετε αναζήτηση ανά πόλη, σημείο ενδιαφέροντος, όνομα ξενοδοχείου ή κοντινά καταλύματα και να βρείτε εκπληκτικές προσφορές. Διαθέτει πάνω από 77 εκατομμύρια επαληθευμένα σχόλια πελατών που θα συμβάλουν στην απόφασή σας για το ιδανικό κατάλυμα. Ακόμα, μπορείτε να αποθηκεύσετε τα αγαπημένα σας καταλύματα σε λίστα της booking.com. στην δημιουργία κράτησης, το μόνο που χρειάζεται, είναι να συνδεθείτε στον λογαριασμό και συμπληρώνονται αυτόματα τα στοιχεία σας για γρήγορες κρατήσεις. Επιπλέον, σας επιτρέπει την τυχόν αλλαγή οποιαδήποτε στιγμή επιθυμείτε, ενώ μπορείτε να προσθέσετε τις κρατήσεις ξενοδοχείων για ταξίδια πολλαπλών προορισμών στο ημερολόγιο σας. Στην booking.com μπορείτε να

επικοινωνήσετε όλο το 24ώρο καθημερινά με την εξυπηρέτηση πελατών μέσω τηλεφώνου ή email στα ελληνικά, αλλά και σε 40 διαφορετικές γλώσσες.



**HotelTonight** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που βοηθάει τους ταξιδιώτες να βρουν ένα δωμάτιο ξενοδοχείου ακόμα και την τελευταία στιγμή. Ουσιαστικά ο χρήστης μπορεί να δει τις ακυρώσεις της τελευταίας στιγμής με αποτέλεσμα να του δίνεται η δυνατότητα εξοικονόμησης μέχρι και 70% από την αρχική τιμή του δωματίου. Η διαδικασία της κράτησης γίνεται εντός 10 δευτερολέπτων μέσω της εφαρμογής. Όλα τα ξενοδοχεία που είναι καταχωρημένα στην εφαρμογή έχουν επιλεγθεί προσεκτικά από τους δημιουργούς της και ελέγχονται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Τέλος, οι διαχειριστές της εφαρμογής, έχουν προσθέσει μία μικρή περιγραφή για το κάθε ξενοδοχείο, η οποία αναφέρει τρεις κορυφαίους λόγους για τους οποίους θα ήθελε κάποιος να μείνει εκεί.



**Expedia** : Μέσω της εφαρμογής αυτής ο χρήστης μπορεί να βρει καλές προσφορές για κρατήσεις ξενοδοχείων την τελευταία στιγμή. Πέρα από την κύρια λειτουργία της όμως που είναι η αναζήτηση και η κράτηση ξενοδοχείων, παρέχει τη δυνατότητα στο χρήστη να αναζητήσει εισιτήρια και να κάνει κράτηση για περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, θεματικά πάρκα, μουσεία κτλ καθώς και για την επίγεια μεταφορά του όπως είναι οι ενοικιάσεις αμαξιών και άλλα. Επίσης, λειτουργεί και ως σχεδιαστής δρομολόγησης. Τέλος, μέσα στην εφαρμογή ο χρήστης θα βρει κριτικές από άλλους χρήστες.



**Stayful** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή διαφέρει από τις απλές εφαρμογές κράτησης δωματίων σε ξενοδοχεία. Στοχεύει κυρίως σε ταξιδιώτες που τους αρέσει να παζαρεύουν ώστε να εξασφαλίζουν την καλύτερη δυνατή τιμή σύμφωνα με τα δικά τους κριτήρια όσο και αν ακούγεται περίεργο. Αυτό που κάνει λοιπόν, είναι ότι σύμφωνα με τον προϋπολογισμό αλλά και με τις προσωπικές προτιμήσεις του χρήστη-ταξιδιώτη, προτείνει ένα δωμάτιο μαζί με μία τιμή η οποία θεωρείται δίκαια και λογική σύμφωνα με τις αναλύσεις της αγοράς. Στη συνέχεια, άμα ο χρήστης είναι ικανοποιημένος από αυτήν την προσφορά, η εφαρμογή διαπραγματεύεται με το ξενοδοχείο για λογαριασμό του και η αλήθεια είναι ότι τις περισσότερες φορές η διαπραγμάτευση έχει το επιθυμητό αποτέλεσμα.



**AirBnb** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που χρησιμοποιείται από δύο μέρη. Από τους οικοδεσπότες οι οποίοι καταχωρούν το χώρο τον οποίο επιθυμούν να νοικιάσουν μαζί με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες που προσφέρει η εφαρμογή και από τους ταξιδιώτες που επιθυμούν να νοικιάσουν κατάλυμα διαφορετικό από του ξενοδοχείου. Αυτό σημαίνει ότι ο επισκέπτης μπορεί να μείνει ακόμα και σε δωμάτιο μέσα στο σπίτι του οικοδεσπότη. Η εφαρμογή αυτή δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη-ταξιδιώτη να ανακαλύψει χιλιάδες διαφορετικά μέρη όπου μπορεί να μείνει σε πάνω από 30.000 πόλεις σε όλο τον κόσμο, καθώς και να κάνει κράτηση σε μοναδικά καταλύματα και ενοικιαζόμενα δωμάτια ακόμα και την τελευταία στιγμή. Επίσης, δείχνει τη δρομολόγηση στο χρήστη και του δίνει την επιλογή να στείλει μήνυμα στον οικοδεσπότη. Τέλος, παρέχει πληροφορίες για θρυλικές ιδιοκτησίες και εξοχικά σπίτια και διαμερίσματα τα οποία ο χρήστης μπορεί να προσθέσει στη λίστα επιθυμιών του.



**Hotels.com** ( app ) : Πρόκειται για μία εφαρμογή που επιτρέπει στο χρήστη να κάνει αναζήτηση και κράτηση σε πάνω από 220.000 ξενοδοχεία σε 200 χώρες του κόσμου. Το χαρακτηριστικό της εφαρμογής είναι οι προσφορές τελευταίας στιγμής που κάνει σε ξενοδοχεία που βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις από τη θέση του χρήστη αλλά και η δωρεάν διανυκτέρευση που του προσφέρει μετά από τυχόν 10 κρατήσεις. Η αναζήτηση γίνεται μέσω φίλτρων ώστε να προσαρμόζεται στις ανάγκες του χρήστη και οι τοποθεσίες των ξενοδοχείων φαίνονται μέσα από τους ειδικά σχεδιασμένους και εύχρηστους χάρτες. Τέλος, η πρόσβαση στις κρατήσεις είναι δυνατή ακόμα και όταν ο χρήστης είναι εκτός σύνδεσης.



**HotelsByMe** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που λειτουργεί μέσω της πλατφόρμας της Expedia, και δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να κάνει αναζήτηση και κράτηση σε πάνω από 435.000 ξενοδοχεία παγκοσμίως. Υποστηρίζεται από 6 γλώσσες και δίνει τη δυνατότητα συναλλαγής με όποιο νόμισμα χρησιμοποιεί ο χρήστης. Αυτά που ουσιαστικά παρέχει η εφαρμογή είναι να ψάχνει και να βρίσκει ξενοδοχεία ανά πόλη ή σε κοντινά σημεία από τη τρέχουσα θέση του χρήστη και να δείχνει σε χάρτη λίστα με ξενοδοχεία, τις τοποθεσίες τους και τα αξιοθέατα που έχει τριγύρω ή να αναζητεί μόνο ξενοδοχεία που βρίσκονται κοντά σε αξιοθέατα. Επίσης έχει εικόνες και περιγραφές των καταλυμάτων. Όπως σε όλες τις εφαρμογές αυτού του είδους έτσι και αυτή έχει φίλτρα αναζήτησης και ο χρήστης μπορεί να αποθηκεύσει τα προτιμώμενα και αγαπημένα του ξενοδοχεία. Τέλος, υπάρχει 24ωρη εξυπηρέτηση πελατών μέσω τηλεφωνικού κέντρου.



**Discoveroom:** Με την Discoveroom μπορείτε να μεγαλώσετε τις δουλείες σας και να ανοίξετε τις πόρτες σ' ένα καινούργιο κόσμο ταξιδιών. Δημοσιεύστε τα στοιχεία του καταλύματος σας και τις διαθεσιμότητες του, προκειμένου να δεχτείτε άμεσες κρατήσεις, να απαντήσετε σε ερωτήσεις πελατών και να δώσετε στους πελάτες σας τη δυνατότητα να σας

πληρώνουν online. Ακόμα, σας παρέχει με ευκολία τη διαχείριση των κρατήσεων, που μπορεί να γίνει απ' όλα τα μέλη της επιχείρησής σας. Μπορείτε να δείτε αναμενόμενες αφίξεις και αναχωρήσεις πελατών, σε ποιους έχετε προσφορά και να παρακολουθήσετε αναμενόμενες προκαταβολές και πολλά άλλα.



#### 4.2.3 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ ( ΜΠΑΡ- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ-ΚΑΦΕ Κ.Α)

**Yelp** : Πρόκειται για μία εφαρμογή αναζήτησης τοποθεσιών όπως είναι τα εστιατόρια, τα μπαρ, οι καφετέριες και όλα τα συναφή που είναι σε κοντινές αποστάσεις από την τρεχούμενη τοποθεσία του χρήστη. Μόλις βρει την τοποθεσία που επιθυμεί, τότε η εφαρμογή παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις ώρες λειτουργίας, τις τιμές κτλ καθώς και τις αξιολογήσεις προηγούμενων χρηστών ώστε να πάρει την καλύτερη απόφαση για το που να πάει έπειτα.



**Picksie** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή προτείνει τοποθεσίες ανάλογα με το τι ψάχνει ο χρήστης. Ουσιαστικά απαντάει στο απλό ερώτημα « Τι μπορώ να κάνω εδώ και τώρα;». Λαμβάνοντας υπόψη παλιές αξιολογήσεις, αναζητήσεις κτλ καθώς και παράγοντες όπως την τρέχουσα ημέρα, ώρα και τον καιρό προτείνει εκδηλώσεις, δραστηριότητες και σημεία ενδιαφέροντος όπως είναι μπαρ, εστιατόρια, καφετέριες, κινηματογράφοι κτλ. Με το να δημιουργήσει κάποιος λογαριασμό στο Picksie κερδίζει χρόνο επειδή αποφασίζει τι να κάνει γρήγορα και εύκολα καθώς η εφαρμογή προτείνει τοποθεσίες βασισμένη στις προσωπικές προτιμήσεις του χρήστη.



**Urbanspoon** : Το Urbanspoon απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες που είναι λάτρεις των καλών εστιατορίων. Έχει πάνω από 1.000.000 επιλογές εστιατορίων σε ΗΠΑ, Καναδά και στις πιο μεγάλες πόλεις της Βρετανίας, Ιρλανδίας, Αυστραλίας και Νέας Ζηλανδίας. Η αναζήτηση μπορεί να γίνει μέσω φίλτρων με βάση την απόσταση και τη γειτονιά στην οποία βρίσκεται ο χρήστης, την κουζίνα, τις αξιολογήσεις και τις τιμές. Η εφαρμογή έχει εγκατασταθεί από πάνω από 20.000.000 χρήστες. Έχει πρόσβαση σε πληροφορίες εστιατορίων όπως είναι τα τηλέφωνα, οι διευθύνσεις, οι ώρες λειτουργίας και οι χάρτες. Κάνει αναζήτηση στα Menu των εστιατορίων και δείχνει φωτογραφίες των πιάτων. Κάνει κρατήσεις σε οποιοδήποτε OpenTable (ΗΠΑ), Dimi (Αυτραλία) ή BookTable (Ηνωμένο Βασίλειο) εστιατόριο. Τα προαναφερόμενα είναι ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων και βοηθάνε τα εστιατόρια που

είναι εγγεγραμμένα να διαχειριστούν τις κρατήσεις, να αναγνωρίζουν τα γεύματα που έχουν επαναληφθεί και να γνωρίζουν τις προτιμήσεις των πελατών τους. Τέλος, βρίσκει άμεσα την τοποθεσία του χρήστη ώστε να του προτείνει το κοντινότερο φαγητό σε όσους ταξιδεύουν.



**Foodspotting** : Πρόκειται για μία εφαρμογή-οπτικό οδηγό σχετικά με καλό φαγητό και που μπορεί να το βρει ο χρήστης. Δεν είναι σαν τις υπόλοιπες εφαρμογές που προτείνουν εστιατόρια κτλ. Η συγκεκριμένη εστιάζει σε συγκεκριμένα πιάτα. Ο κάθε χρήστης μπορεί να προτείνει πιάτα της αρεσκείας του και να πει σε ποιο σημείο τα βρήκε , καθώς και να δει τι έχουν προτείνει άλλοι χρήστες της εφαρμογής. Ο πιο συνήθης τρόπος είναι να αναρτούν φωτογραφίες των αγαπημένων τους πιάτων αφήνοντας ένα σύντομο σχόλιο.

## Foodspotting

**FourSquare** : Η κύρια λειτουργία της εφαρμογής είναι η αναζήτηση τοποθεσιών για φαγητό, καφέ, ποτό και άλλων σημείων ενδιαφέροντος σε κοντινά μέρη. Ο τρόπος λειτουργίας της είναι απλός, όταν ο χρήστης φτάσει στον προορισμό του και ανοίξει την εφαρμογή τότε βγαίνει μία λίστα με συμβουλές και προτάσεις από προηγούμενους χρήστες που έχουν βρεθεί στο συγκεκριμένο μέρος πριν από αυτόν( πχ. Δοκιμάστε το cheeseburger ή Πηγαίνατε στην εκκλησία πριν τις 9 π.μ άμα θέλετε να πιάσετε καλό στασίδιο κτλ). Η λίστα αυτή συμπεριλαμβάνει τα πάντα όπως καταλαβαίνετε, ξεκινώντας από φαγητό και καταλήγοντας ακόμα και σε κοντινές εκκλησίες. Επίσης, αυτή η εφαρμογή φημίζεται και ως εργαλείο κοινωνικής δικτύωσης. Άμα ο χρήστης κάνει αρκετά συχνά Check In στο συγκεκριμένο τόπο, θεωρείται ότι τον στηρίζει και έτσι έχει τη δυνατότητα να κερδίσει κάποιες εκπτώσεις κτλ.



**EatWith** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που προσφέρει μια διαφορετική γαστρονομική εμπειρία στους χρήστες-ταξιδιώτες. Χρησιμοποιείται από δύο μέρη, τους οικοδεσπότες-σεφ και τους επισκέπτες. Το πρώτο μέρος είναι αυτό που δημιουργεί τις «εκδηλώσεις» οι οποίες ως συνήθως γίνονται στο σπίτι του. Το δεύτερο μέρος είναι ο ταξιδιώτης ο οποίος μέσω της εφαρμογής κάνει αναζήτηση των εκδηλώσεων αυτών και αφού αποφασίσει που θέλει να παραβρεθεί κάνει κράτηση θέσης. Ουσιαστικά, η εφαρμογή, φέρνει σε επαφή άγνωστους ανθρώπους που γευματίζουν παρέα. Αυτό είναι θετικό για το χρήστη γιατί μπορεί εύκολα και γρήγορα να πάρει όποιες πληροφορίες χρειάζεται σχετικά με τη διαμονή του κατευθείαν από τους ντόπιους. Πριν από κάθε προγραμματισμένο γεύμα (εκδήλωση) η ομάδα του EatWith ελέγχει τους σεφ ώστε να είναι εξασφαλισμένη η ασφάλεια του ταξιδιώτη.



**FindChocolate** : Κάθε ταξιδιώτης που είναι λάτρης της σοκολάτας θα ήθελε να γνωρίζει που μπορεί να βρισκεται το μαγαζί που πουλάει τις πιο ωραίες σοκολάτες. Η εφαρμογή αυτή λοιπόν είναι ένας ξεναγός για τα καλύτερα μαγαζιά με σοκολατοειδή και σύμφωνα με την

τρέχουσα τοποθεσία του χρήστη , βγάζει μία λίστα με τα μαγαζιά που πουλάνε σοκολάτα τριγύρω μαζί με το βοηθητικό χάρτη. Ο χρήστης μπορεί να δει τα σχόλια που έχουν αναρτήσει προηγούμενοι χρήστες που έχουν βρεθεί στα σημεία καθώς και να αφήσει και το δικό του σχόλιο ή ακόμα και να προσθέσει στη λίστα κάποιο μαγαζί που ανακάλυψε ή γνωρίζει.



#### 4.2.4 ΕΠΙΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΕΡΙΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑ

**Skyscanner:** Πρόκειται για μια εφαρμογή, η οποία επιτρέπει να αναζητήσετε, να συγκρίνετε και να κάνετε κράτηση για πτήσεις, ενώ βρίσκεστε εν κινήσει. Μπορείτε να κάνετε αναζήτηση σε εκατομμύρια φθηνές πτήσεις από εκατοντάδες αεροπορικές εταιρείες, άμεσα και χωρίς χρέωση. Με αυτόν τον τρόπο, είναι ευκολότερο από ποτέ να βρείτε την ιδανική πτήση. Με την χρήση της εφαρμογής αυτής, βρίσκεται τις φθηνότερες επιλογές πτήσεων που υπάρχουν και σας μεταφέρουν στην αεροπορική εταιρεία ή στον ταξιδιωτικό πράκτορα για να κάνετε την αγορά. Σας παρέχει την ενημέρωση για τυχόν αλλαγές στις τιμές του αποθηκευμένου δρομολογίου σας με τη λειτουργία, «Ειδοποιήσεων Τιμών», έτσι ώστε να μην χάνετε ποτέ κάποια μείωση στις τιμές για το ταξίδι σας. Μπορείτε να βρείτε εύκολα φθηνότερες ημέρες και μήνες για να ταξιδέψετε με τη βοήθεια χρωματικά κωδικοποιημένου διαγράμματος και ημερολογίου. Επίσης, η εφαρμογή διατίθεται σε περισσότερες από 30 γλώσσες και ιδιαίτερα, δεν χρεώνουν τα τέλη κράτησης, συνεπώς δεν υπάρχουν κρυφές χρεώσεις αλλά μόνο φθηνές πτήσεις.



**FlightTrack Pro :** Θεωρείται μια από τις καλύτερες εφαρμογές με πληροφορίες πτήσεων. Αυτό συμβαίνει επειδή οι ειδοποιήσεις του όσον αφορά καθυστερήσεις πτήσεων ή αλλαγές των πωλών επιβίβασης είναι άμεσες, γρήγορες και λεπτομερές. Επίσης κάνει ενημερώσεις για τις ακυρώσεις πτήσεων και βοηθάει στο να βρεθεί εναλλακτική πτήση. Το FlightTrack Pro συνεργάζεται άριστα με το TripIt που προαναφέραμε. Το μόνο που χρειάζεται να κάνει ο χρήστης είναι να προωθήσει το e-mail επιβεβαίωσης από την αεροπορική εταιρία στο [plans@tripit.com](mailto:plans@tripit.com) και οι πτήσεις εμφανίζονται αυτόματα στην εφαρμογή. Έχει πλήρης διεθνή κάλυψη, οπότε ο χρήστης μπορεί να παρακολουθεί τις πτήσεις του από οπουδήποτε στον κόσμο.





**Gateguru** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που έχει κερδίσει αρκετά βραβεία Καλύτερης Ταξιδιωτικής ή Αεροπορικής Εφαρμογής και συνεργάζεται με το TripAdvisor. Αυτά που προσφέρει στο χρήστη , εφόσον προσθέσει πρώτα στην εφαρμογή το δρομολόγιό του, είναι να κάνει Check In στο τερματικό σταθμό του αεροδρομίου, να δείχνει τι καιρό έχει στο κάθε αεροδρόμιο, να συλλέγει όλες τις πληροφορίες για τις πύλες αναχώρησης και άφιξης, να δείχνει την κατάσταση της πτήσης σε πραγματικό χρόνο και να στέλνει Push Up ειδοποιήσεις για κάθε ενδεχόμενες αλλαγές και ενημερώσεις, να δείχνει τον εκτιμώμενο χρόνο αναμονής στα σημεία ελέγχου αποσκευών, να βγάζει λίστα με τα σημεία που υπάρχουν στα αεροδρόμια άφιξης και αναχώρησης για φαγητό και ξεκούραση ( με πάνω από 35.000 αξιολογήσεις και σχόλια άλλων ταξιδιωτών), να δείχνει χάρτες των άγνωστων αεροδρομίων μαζί με συμβουλές για την ευκολότερη και γρηγορότερη πλοήγηση του χρήστη και τέλος να κάνει ενοικιάσεις αμαξιών την τελευταία στιγμή με σημαντική εξοικονόμηση.



**Amtrack** : Ουσιαστικά πρόκειται για μία εφαρμογή που βοηθάει το χρήστη να αναζητήσει και να κάνει κράτηση εισιτηρίων τρένων. Οι περαιτέρω υπηρεσίες που του προσφέρει είναι να δει την κατάσταση του τρένου , δηλαδή που βρίσκεται κτλ, να επιβιβαστεί στο βαγόνι δείχνοντας απλά το ηλεκτρονικό εισιτήριο στην οθόνη του κινητού του, να βρει πληροφορίες σχετικές με το σιδηροδρομικό σταθμό, να αγοράσει είτε εισιτήριο επιστροφής, είτε μίας κατεύθυνσης είτε μηνιαίο ,να αποθηκεύσει στο ημερολόγιο του κινητού πληροφορίες για το ταξίδι και πολλά άλλα συναφή.



**Uber** : Πρόκειται για μία εφαρμογή-ταξί. Οι οδηγοί των ταξί που συμμετέχουν στο πρόγραμμα και οι χρήστες- πελάτες που τη χρησιμοποιούν συνδέονται μεταξύ τους μέσω του Gps έτσι ώστε ο καθένας να γνωρίζει την ακριβή τοποθεσία του άλλου σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Κατά συνέπεια και τα δύο μέρη γνωρίζουν πόσος χρόνος ακριβώς θα χρειαστεί ώστε να φτάσει το ταξί στον επιβάτη. Οι επιβάτες δε χρειάζεται να ανησυχούν αν δεν τους φτάνουν τα χρήματα ή ακόμα και αν δεν έχουν καθόλου (δεν είναι και πρωτοφανής η κλοπή έξω από αεροδρόμια κτλ), επειδή μπορούν να χρεωθούν την κούρσα μέσω της πιστωτικής τους κάρτας. Η εφαρμογή προσφέρει διαφορετικά επίπεδα υπηρεσιών ώστε να είναι όλοι ευχαριστημένοι, ακόμα και οι πιο απαιτητικοί και περίεργοι πελάτες. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι όλοι οι οδηγοί του προγράμματος περνάνε από έλεγχο ποινικού

μητρώου για εγγυημένη ασφάλεια. Το Uber λειτουργεί και ως υπηρεσία παράδοσης διαφόρων προϊόντων.



**Moovit** : Πρόκειται για μία εφαρμογή με ακριβείς πληροφορίες για τις τοπικές δημόσιες συγκοινωνίες η οποία δραστηριοποιείται σε 23 χώρες παγκοσμίως συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας. Χρησιμοποιείται από πάνω από 30 εκατομμύρια επιβάτες σε περισσότερες από 800 πόλεις και οι υπηρεσίες που προσφέρει στους χρήστες είναι οι οδηγίες αποβίβασης step by step σε πραγματικούς χρόνους για το πόσο χρόνο χρειάζεται να φτάσει η συγκοινωνία στον επιλεγμένο προορισμό, πόσες στάσεις απομένουν κτλ και οι ειδοποιήσεις που στέλνει για να υπενθυμίσει στους χρήστες ότι πρέπει να αποβιβαστούν. Επίσης δείχνει που βρίσκονται οι κοντινότερες στάσεις και δίνει πληροφορίες άφιξης ώστε να γνωρίζουν πότε ακριβώς πρέπει να είναι στη στάση γλιτώνοντας άσκοπο χρόνο αναμονής. Στέλνει στο χρήστη ειδοποιήσεις υπηρεσίας που είναι σχετικές με την ακύρωση κάποιου δρομολογίου κτλ και άμα ο χρήστης έχει αποθηκεύσει τις αγαπημένες του Γραμμές του έρχεται μήνυμα. Επίσης συμπεριλαμβάνει χάρτες που μπορεί να βοηθήσουν το χρήστη και όταν είναι πεζός ή με αμάξι. Τέλος, παρέχει πληροφορίες ακόμα και για τα δημόσια ποδήλατα που παρέχονται από πολλούς δήμους για οικολογική μετακίνηση.



**New York Subway** : Προφανώς αυτή η εφαρμογή εστιάζει σε τουρίστες και ντόπιους της Νέας Υόρκης η οποία μέσω χαρτών δείχνει στους χρήστες που βρίσκεται η κοντινότερη στάση του μετρό και σχεδιάζει τη διαδρομή που πρέπει να ακολουθήσουν ώστε να μη χαθούν. Πέρα όμως από την απλή χαρτογράφηση των γραμμών Μετρό της Νέας Υόρκης, η εφαρμογή έχει μία λειτουργία επαυξημένης πραγματικότητας. Αυτό σημαίνει ότι ο χρήστης μπορεί μέσω της κάμερας του τηλεφώνου του να δει και να πλοηγηθεί στον κοντινότερο σταθμό μέσω μίας εικονικής πραγματικότητας.

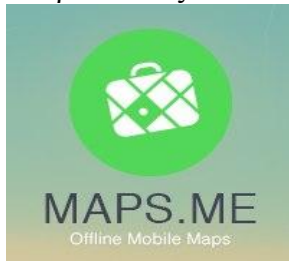


**Hailo** : Πρόκειται για μία εφαρμογή-ταξί που δραστηριοποιείται στο Λονδίνο. Με μία εντολή που θα δώσει ο χρήστης, η εφαρμογή βρίσκει το κοντινότερο ταξί που συμμετέχει στο πρόγραμμα και δείχνει με ακρίβεια πόση ώρα χρειάζεται ώστε να φτάσει στο σημείο που βρίσκεται. Επίσης του δίνει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση για ταξί ακόμα και ένα πριν. Όπως και στο Uber όλοι οι οδηγοί του Hailo έχουν περάσει από έλεγχο ποινικού μητρώου και έχουν ανανεωμένα διπλώματα και ασφάλειες αυτοκινήτων. Επίσης, υπάρχει ένα εργαλείο ανατροφοδότησης όπου ο χρήστης μπορεί να εκφράσει τη γνώμη του και έτσι να εξασφαλίσει τους καλύτερους οδηγούς στο μέλλον. Τέλος, η πληρωμή του ταξί μπορεί να γίνει μέσω της πιστωτικής κάρτας του χρήστη.



## 4.2.5 ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ-ΠΛΟΗΓΗΣΗ-GPS

**MAPS.ME-Χάρτες χωρίς σύνδεση:** Η συγκεκριμένη εφαρμογή περιλαμβάνει άμεση πρόσβαση σε λεπτομερείς χάρτες όλων των χωρών από οπουδήποτε στον κόσμο. Έχει πάνω από 40 εκατομμύρια λήψεις παγκοσμίως, είναι η νούμερο ένα Ταξιδιωτική εφαρμογή σε περισσότερες από 100 χώρες και είναι προτεινόμενη στην Forbes, TechCrunch και Washington Post. Μπορείτε να λάβετε οδηγίες για μια συγκεκριμένη τοποθεσία, να την χρησιμοποιήσετε οπουδήποτε στον κόσμο και φυσικά να μην χαθείτε ποτέ ξανά. Είναι χρήσιμη και απαραίτητη στα ταξίδια, έχετε την δυνατότητα να κατεβάσετε οποιοδήποτε χάρτη, περιλαμβάνει 345 χώρες και νησιά, καθώς είναι εξαιρετική για της χειμερινές διακοπές, αφού περιλαμβάνει όλα τα πρατήρια και τις χιονοδρομικές πίστες, και είναι βελτιστοποιημένη για iPhone και iPad. Ακόμα, περιλαμβάνει περισσότερες λεπτομέρειες από οποιοδήποτε άλλο χάρτη, εκατομμύρια σημεία ενδιαφέροντος για να ανακαλύψετε εστιατόρια, τουριστικούς προορισμούς, πρατήρια υγρών καυσίμων κ.α., και ενημερωμένα δεδομένα χάρτη, τα οποία προστάζονται καθημερινά από τους χρήστες χαρτών σε όλο το κόσμο. Το πιο σημαντικό απ' όλα όμως, είναι ότι δεν χρειάζεται σύνδεση στο διαδίκτυο αφού οι χάρτες λειτουργούν ακόμη και όταν η σύνδεση στο διαδίκτυο δεν είναι διαθέσιμη. Επίσης, θεωρείτε ένας από τους γρηγορότερους χάρτες που έχετε δει ποτέ.



**Google Maps** : Πρόκειται για μία χαρτογραφική εφαρμογή για κινητά που δημιουργήθηκε από την ομάδα της Google. Οι δυνατότητες που προσφέρει στο χρήστη είναι η πλοήγηση (τύπου GPS) με οδηγίες αλλαγής κατευθύνσεων σε πραγματικό χρόνο λαμβάνοντας υπόψη την κίνηση και τη γενική κατάσταση που επικρατεί στους δρόμους. Η δρομολόγηση συνοδεύεται από ηλεκτρονική ηχογραφημένη φωνή εφόσον το επιθυμεί ο χρήστης (Turn by turn navigation). Επίσης, μέσω κάποιων ρυθμίσεων, ο χρήστης, μπορεί να λάβει οδηγίες με βάση το αν οδηγάει, είναι πεζός ή με ποδήλατο. Η εφαρμογή εντοπίζει άμεσα την τοποθεσία του και δείχνει λεπτομερώς τις τριγύρω οδούς κτλ. Επίσης προσφέρει πανοραμική εικόνα των δρόμων και τον οδών, που είναι φτιαγμένη από φωτογραφίες, και ο χρήστης μπορεί να πλοηγηθεί εικονικά και να εξερευνήσει τις γειτονίες. Μία άλλη δυνατότητα που δίνεται στο χρήστη είναι να αποθηκεύσει τις περιοχές που επιθυμεί ώστε να τις βρει αργότερα εύκολα ή να τις μοιραστεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αφού αποθηκεύσει τους χάρτες περιοχών μπορεί να τους χρησιμοποιήσει και χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο. Τέλος, μπορεί να αφήσει σχόλια σε τοποθεσίες ή να δει τι αξιολογήσεις έχουν πάρει από άλλους χρήστες. Ένα μεγάλο πλεονέκτημα της εφαρμογής είναι ότι προσφέρει υποστήριξη ακόμα και σε τυφλούς και σε ανθρώπους με περιορισμένη ορατότητα. Αυτό γίνεται με τη βοήθεια κάποιων υπηρεσιών προσβασιμότητας όπως είναι το TalkBack το οποίο ουσιαστικά βοηθάει τους χρήστες να αλληλεπιδρούν με τη συσκευή τους, χρησιμοποιώντας προφορικό λόγο, δονήσεις και άλλες ακουστικές ανατροφοδοτήσεις που τους επιτρέπουν να καταλαβαίνουν τι υπάρχει στην οθόνη τους, τι ακουμπάνε και πως μπορούν να κινηθούν



**Google Street View** : Με την εφαρμογή Google Street View μπορείτε να εξερευνήσετε παγκόσμια αξιοθέατα, να ανακαλύψετε θαύματα της φύσης και να μπειτε μέσα σε τοποθεσίες όπως μουσεία, γήπεδα, εστιατόρια κ.τ.λ. Μπορείτε να δημιουργήσετε πανοραμικές φωτογραφίες 360 μοιρών για να προσθέσετε τις δικές σας εμπειρίες Street View με την χρήση της κάμερας του τηλεφώνου σας ή να προσθέσετε μια σφαιρική κάμερα μιας λήψης για εύκολη λήψη φωτογραφιών 360°. Έπειτα, μπορείτε να κάνετε δημοσίευση στους χρήστες Google Maps, για να μοιραστείτε τις εικόνες με τον κόσμο. Με την συγκεκριμένη εφαρμογή, μπορείτε να περιηγηθείτε στις νεότερες ειδικές συλλογές της Google ή να ειδοποιηθείτε για αυτές, να εξερευνήσετε όλο το Street View, να εξετάσετε το δημόσιο προφίλ σας με δημοσιευμένες εικόνες photo sphere, να διαχειριστείτε τις ιδιωτικές σας εικόνες photo sphere και να βυθιστείτε σε εικόνες photo sphere με τη λειτουργία Cardboard. Σημαντικό χαρακτηριστικό της εφαρμογής, είναι ότι η συνεχής χρήση του Gps στο παρασκήνιο μπορεί να μειώσει σημαντικά τη διάρκεια ζωής της μπαταρίας.



**Trapster** : Η βασική χρήση της εφαρμογής είναι παρόμοια με τη χρήση οποιασδήποτε συσκευής Gps, έχει χάρτες της Google Maps. Αυτό που όμως την κάνει να ξεχωρίζει από τις απλές εφαρμογές χαρτογράφησης και πλοήγησης είναι ότι προειδοποιεί το χρήστη για τυχόν κάμερες ταχύτητες στο δρόμο του ή για κάμερες τροχαίας ή ακόμα και για ενέδρες που έχουν στήσει οι αστυνομικοί. Ένας άνθρωπος που μπαίνει σε μία ξένη χώρα δε μπορεί να γνωρίζει που βρίσκονται αυτά ή ποια είναι τα όρια ταχύτητας , οπότε η συγκεκριμένη εφαρμογή προλαμβάνει τον κίνδυνο για μία ανεπιθύμητη κλήση. Οι χρήστες μπορούν να καταχωρήσουν άμεσα κάποια στοιχεία στην εφαρμογή (για παράδειγμα άμα έχει μπλόκο) και έτσι οι υπόλοιποι να το γνωρίζουν.



**Waze** : Πρόκειται για μία εφαρμογή πλοήγησης που δίνει social χαρακτήρα στην οδήγηση αλλά και πολλά βοηθήματα στους οδηγούς ώστε να γλιτώσουν την κίνηση, τα μπλόκα και ότι άλλο μπορεί να υπάρχει στο δρόμο. Συγκεκριμένα, μέσω της εφαρμογής, ο χρήστης ενημερώνεται για σημεία που βρίσκονται κοντά του ή στην πορεία του τα οποία πρέπει να προσέξει (κίνηση, μπλόκα, κλειστοί δρόμοι και άλλα) καθώς και για την πιο γρήγορη διαδρομή που μπορεί να ακολουθήσει για να φτάσει στον προορισμό του. Οι ενημερώσεις αυτές έρχονται από άλλους οδηγούς που τρέχουν την εφαρμογή. Επίσης, δίνει πληροφορίες

για το που υπάρχουν τα φθηνότερα πρατήρια καυσίμου. Σε περίπτωση καθυστέρησης σε κάποια συνάντηση η εφαρμογή μπορεί να στείλει προειδοποιητικό μήνυμα στους ανθρώπους που περιμένουν. Αυτό που δίνει κοινωνικό χαρακτήρα στην εφαρμογή είναι ότι ο χρήστης μπορεί να συγχρονίσει τις επαφές του με τις επαφές του Facebook ή να μοιραστούν πληροφορίες πλοήγησης σε αυτό. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να δει προς ποια κατεύθυνση οδηγούν οι φίλοι του. Σημειωτέων, η εταιρία πίσω από την εφαρμογή εξαγοράστηκε από τη Google Maps κάτι που σημαίνει ότι οι χάρτες θα βελτιωθούν.



***iExit*** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή χρησιμοποιείται σε Αμερική και χρησιμοποιεί το Gps ώστε να εντοπίσει την τοποθεσία του οδηγού πάνω στην εθνική οδό και να του δείξει ποιές είναι οι επόμενες εκατό έξοδοι που υπάρχουν στην πορεία του, μαζί με πληροφορίες για εταιρίες φαγητού και αφεψήματος (πχ. StarBucks), πληροφορίες για βενζινάδικα και για άλλες ανέσεις όπως μπορεί να είναι ένας παιδότοπος, ένα δωρεάν δίκτυο Wi-Fi κτλ. Το Gps θα δείξει το πως να φτάσει εκεί ενώ συγκεκριμένα το iExit θα πει που μπορείτε να κάνετε στάση κατά μήκος του δρόμου.



***Find Near Me*** : Πρόκειται για ακόμα μία εφαρμογή χαρτογράφησης και πλοήγησης που μέσα στους χάρτες της ο χρήστης μπορεί να βρει κοντινά σημεία όπως είναι τα πρατήρια καυσίμου, τα ξενοδοχεία, τα Atm, οι τράπεζες, τα μπαρ και οι καφετέριες, τα νοσοκομεία, οι κινηματογράφοι, τα ταξί, τα σαλόνια ομορφιάς, τα δίκτυα wi-fi και ότι άλλο υπάρχει, και τις οδηγίες για το πως να φτάσει σε αυτά. Το Find Near Me επιτρέπει στους χρήστες να προσθέσουν και να αποθηκεύσουν τους δικούς τους όρους αναζήτησης ώστε μελλοντικά η αναζήτηση να είναι πιο εξατομικευμένη. Επίσης παρέχει πληροφορίες για τα σημεία ενδιαφέροντος όπως είναι διευθύνσεις, τηλέφωνα, ώρες λειτουργίας κτλ.



***WalkJogRun GPS Running Routes*** : Πρόκειται για μία εφαρμογή η οποία απευθύνεται σε τουρίστες, αλλά και σε ντόπιους φυσικά, που είναι αθλητικοί τύποι και δε θέλουν να χάσουν τη φόρμα τους όπου και να ταξιδέψουν. Έχει σχεδιασμένους χάρτες που λειτουργούν με το gps οι οποίοι δείχνουν όλους τους γνωστούς και ασφαλής δρόμους στους οποίους μπορεί να τρέξει και να αθληθεί κάποιος παγκοσμίως με οδηγίες για το πως θα φτάσει σε αυτούς. Επίσης άμα κάποιος χρήστης γνωρίζει κάποιο μέρος που θεωρεί κατάλληλο για τους παραπάνω σκοπούς μπορεί να το εισάγει στο χάρτη. Άλλες λειτουργίες που παρέχει η εφαρμογή είναι να βγάζει πρόγραμμα γυμναστικής για αρχάριους αλλά και προχωρημένους, να μετράει τα χιλιόμετρα που διανύουν και άλλα συναφή.



#### 4.2.6 ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΕΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΑ ΦΡΑΣΕΩΝ

**Google Translate** : Η εφαρμογή αυτή κάνει μετάφραση σε 90 γλώσσες και παρέχει τη δυνατότητα στο χρήστη να ακούσει πως προφέρονται οι λέξεις και οι φράσεις από μία ηχογραφημένη φωνή. Επίσης μπορεί να κάνει μετάφραση 37 γλωσσών μέσω φωτογραφίας (δηλαδή, ο χρήστης, τραβάει φωτογραφία του κειμένου που θέλει να μεταφράσει) , 32 γλωσσών μέσω φωνητικής εντολής και 27 γλωσσών μέσω βίντεο πραγματικού χρόνου(λειτουργία επαυξημένης πραγματικότητας). Εκτιμήσεις έδειξαν ότι μέχρι το Μάρτιο του 2016 η εφαρμογή θα υποστηρίζει 103 γλώσσες και θα εξυπηρετεί πάνω από 200 εκατομμύρια χρήστες καθημερινά. Το μοναδικό μειονέκτημα της εφαρμογής είναι ότι η μετάφραση δεν είναι πάντα 100% σωστή αλλά δεν παύει να είναι χρήσιμη και παγκοσμίως διαδεδομένη.



**iTranslate** : Η εφαρμογή αυτή είναι παρόμοια με το Google Translate. Μπορεί να κάνει μετάφραση φράσεων, λέξεων και κειμένων σε πάνω από 90 γλώσσες . Επίσης έχει αναγνώριση φωνής οπότε ο χρήστης μπορεί να μην χρειαστεί καν να πληκτρολογήσει αυτό που θέλει, αρκεί μόνο να το πει στο τηλέφωνο του. Άμα κάποιος θέλει να το λειτουργεί μόνο με φωνητικές εντολές μπορεί να κατεβάσει την εφαρμογή iTranslate Voice που έχει βραβευτεί . Επίσης παρέχει την επιλογή στο χρήστη να διαλέξει ανάμεσα σε πολλές διαλέκτους ή άμα θα ακούσει τη μετάφραση με γυναικεία ή αντρική φωνή. Μπορεί ακόμα και να ρυθμίσει το ρυθμό της ομιλίας δηλαδή πόσο αργά η γρήγορα θα ακουστεί η μετάφραση. Άμα ο χρήστης χρησιμοποιεί κάποιες φράσεις, προτάσεις και ερωτήσεις συχνά μπορεί να τις αποθηκεύσει ώστε να μην τις πληκτρολογήι ή λέει συνέχεια και επίσης η εφαρμογή κρατάει ιστορικό των αναζητήσεων. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να μοιραστεί τις μεταφράσεις με τους φίλους του μέσω e-mail ή κάποιων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εφαρμογή λειτουργεί και σαν βιβλίο φράσεων (το βιβλίο φράσεων στην κανονική του μορφή είναι ένα μικρό βιβλιαράκι που χρησιμοποιείται από τουρίστες και περιέχει κοινές και χρήσιμες ξένες φράσεις μαζί με τις αντίστοιχες μεταφράσεις τους που βοηθάνε στην επικοινωνία με τους ντόπιους του προορισμού τους).



**WayGo** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή κάνει μετάφραση σε Κινέζικα, Ιαπωνικά και Κορεάτικα. Αυτό που χρειάζεται να κάνει ο χρήστης είναι να εστιάσει με την κάμερα του τηλεφώνου του

στο κείμενο, τη φράση ή την πρόταση που θέλει να μεταφράσει και η αγγλική μετάφραση εμφανίζεται στην οθόνη του κινητού του. Η εταιρία έχει δηλώσει ότι θα προσθέσει και άλλες δυτικές γλώσσες. Η εφαρμογή δουλεύει και χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο.



**SMS Translator** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που κάνει μετάφραση στα εισερχόμενα ή εξερχόμενα μηνύματα του χρήστη και άμα κάνει κάποιες ρυθμίσεις ο χρήστης γίνεται αυτόματα η μετάφραση των μηνυμάτων αυτών. Επίσης υπάρχει η επιλογή αποθήκευσης μηνυμάτων και φράσεων σε μία βιβλιοθήκη από όπου μπορεί να τα διαβάξει και να τα μαθαίνει όποτε θέλει. Μπορεί μάλιστα να τα ακούει με την σωστή προφορά μέχρι να μάθει ο ίδιος να τα προφέρει σωστά. Το sms Translator από μόνο του υποστηρίζει τη μετάφραση σε 16 γλώσσες αλλά άμα ο χρήστης συνδεθεί με το Bing ή το Google μπορεί να μεταφράσει μέχρι και 40 γλώσσες.



**Learn 50 languages** : Είναι εφαρμογή-βιβλίο φράσεων και υποστηρίζει 50 γλώσσες. Ουσιαστικά λειτουργεί σα δάσκαλος ξένων γλωσσών αφού περιέχει μαθήματα από το αρχικό στάδιο για να βοηθήσουν το χρήστη να μάθει μία ξένη γλώσσα. Τα μαθήματα για κάθε γλώσσα είναι 100 και βοηθάνε πάρα πολύ σε καταστάσεις όπως σε ένα ξενοδοχείο σε ξένη χώρα και γενικά στις διακοπές. Περιέχει τις πιο κοινές φράσεις που χρησιμοποιούνται και ο χρήστης μπορεί να ακούσει πως προφέρονται ακόμα και πως συλλαβίζονται.



**Tourist language learn & speak** : Η εφαρμογή αυτή περιέχει χρήσιμες μεταφρασμένες φράσεις για τις ακόλουθες καταστάσεις :

- Ταξίδια και μεταφορές (αεροδρόμιο, αεροπλάνο, λεωφορείο, τρένο, ταξί)
- Φαγητό και διαμονή (ξενοδοχείο, εστιατόριο)
- Καταστάσεις έκτακτης ανάγκης (αστυνομία, ασθενοφόρο, νοσοκομείο, γιατρό, φαρμακείο)
- Επικοινωνία (χαιρετισμούς, σύντομες συζητήσεις)
- Βασικά (ώρες, ημέρες της εβδομάδας, αλφάβητος, αριθμηση-νούμερα)

Πέρα από αυτές τις λειτουργίες που προσφέρει, η εφαρμογή περιέχει χρήσιμες πληροφορίες για τις χώρες όπως είναι η γλώσσα που μιλάνε, η Πρωτεύουσα τους, ο πληθυσμός τους, η ζώνη ώρας και άλλα.



**Speak Spanish Free** : Αυτή η εφαρμογή είναι βιβλίο φράσεων για Ισπανικά. Περιέχει τις 100 σημαντικότερες φράσεις που χρησιμοποιούν στην Ισπανία και που θα τις χρειαστεί σίγουρα ένας τουρίστας ώστε να έχει μία ορθή επικοινωνία. Έχει τη δυνατότητα να ακούσει πως προφέρονται. Επίσης όλες οι φράσεις είναι κατηγοριοποιημένες για την εύκολη και γρήγορη αναζήτηση. Θα βρείτε ίδια εφαρμογή για Ρώσικα (Speak Russian Free), για Γερμανικά (Speak German Free), για Ιταλικά (Speak Italian Free) και για Κινέζικα (Speak Chinese Free).



#### 4.2.7 ΞΕΝΑΓΗΣΗ-ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

**Cities Talking** : Πρόκειται για μία εφαρμογή ξενάγησης που υποστηρίζει αρκετές Ευρωπαϊκές πόλεις . Η περιήγηση γίνεται μέσω ηλεκτρονικής φωνής (οι φωνές που χρησιμοποιούνται είναι γνωστών καλλιτεχνών) και συμπεριλαμβάνει το ιστορικό υπόβαθρο μιας περιοχής καθώς και μερικές φιλικές συμβουλές που μόνο οι ντόπιοι θα γνώριζαν. Μιας και το gps χρησιμοποιείται από την εφαρμογή , κάθε φορά που ο τουρίστας πλησιάζει σε ένα σημείο-αξιοθέατο, η φωνή παίζει αυτόματα. Επίσης το gps βοηθάει το χρήστη να μένει στη σωστή πορεία. Η εγκατάσταση της εφαρμογής είναι δωρεάν αλλά σε κάθε ξενάγηση χρειάζεται μία συνδρομή 7 δολαρίων.



**Musement** : Πρόκειται για μία δωρεάν εφαρμογή ξενάγησης Ιταλικής προέλευσης. Οι δημιουργοί της έχουν επιλέξει να προτείνουν τα καλύτερα και πιο αυθεντικά τοπικά αξιοθέατα, μπαρ, συναυλίες και γειτονιές ώστε ο χρήστης να έχει πρόσβαση πάντα στις πιο ποιοτικές επιλογές. Είναι διαθέσιμη για πάνω από 350 τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως και έχει προσαρμοσμένο τοπικό περιεχόμενο για 12 πόλεις (Μιλάνο, Φλωρεντία, Βενετία, Μπαρτσελόνα, Μαδρίτη, Παρίσι, Λονδίνο, Βερολίνο, Άμστερνταμ, Νέα Υόρκη και Σαν Φραντζίσκο). Επιπλέον, ο χρήστης μπορεί να κάνει κρατήσεις για περιηγήσεις, μουσεία, εκθέσεις τέχνης κτλ και να χρεωθεί στην πιστωτική του κάρτα. Τέλος, η εφαρμογή παρέχει βοήθεια για το σχεδιασμό της δρομολόγησης. Αξίζει να σημειωθεί ότι μέσω της εφαρμογής υπάρχουν κάποιες σημαντικές εκπτώσεις και προσφορές για κάποιους συγκεκριμένους χώρους.



**The New York Pass-Travel Guide** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή απευθύνεται σε τουρίστες της Νέας Υόρκης. Μέσω αυτής ο χρήστης μπορεί να δει λεπτομερώς που βρίσκονται τα σημεία ενδιαφέροντος που προσελκύουν τους περισσότερους τουρίστες μαζί με πληροφορίες σχετικές με αυτά. Επίσης, ο χρήστης μέσω της εφαρμογής έχει δωρεάν είσοδο σε πάνω από



80 σημεία έλξης τουριστών. Τέλος, η εφαρμογή μπορεί να οργανώσει το δρομολόγιο του τουρίστα μέσα στην πόλη.



**Rick Steves Audio Europe app** : Ο Rick Steves είναι από τους πιο γνωστούς συγγραφείς τουριστικών οδηγών παγκοσμίως. Η συγκεκριμένη εφαρμογή λοιπόν είναι ένας πλούσιος τουριστικός οδηγός για όλες τις χώρες της Ευρώπης. Μόλις ο χρήστης ανοίξει την εφαρμογή για πρώτη φορά θα οδηγηθεί σε μία μεγάλη συλλογή φακέλων που ταξινομούνται ανά χώρα και σε ορισμένες περιπτώσεις ανά πόλη. Μέσα στους φακέλους αυτούς θα βρει πολλά αρχεία που μπορεί να κατεβάσει. Τα αρχεία αυτά καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα χρήσιμων πληροφοριών που ξεκινάνε από ξεναγήσεις με πόδια μέσα σε μία πόλη ή σε ένα μουσείο και καταλήγουν ακόμα και σε πολιτιστικές συμβουλές για φαγητό ή ακόμα και για το που και πως μπορεί να παντρευτεί στη συγκεκριμένη χώρα. Μόλις τα αρχεία εγκατασταθούν στο τηλέφωνο, ο χρήστης μπορεί να τα χρησιμοποιήσει ανα πάσα ώρα και στιγμή χωρίς να χρειάζεται σύνδεση στο διαδίκτυο.



**Field Trip** : Πρόκειται για μία εφαρμογή ξενάγησης που βοηθά τους χρήστες να ανακαλύψουν όλα τα σημεία ενδιαφέροντος που κατηγοριοποιούνται σε αρχιτεκτονική, σε ιστορικά μέρη και συμβάντα, σε Lifestyle, σε προσφορές και ευκαιρίες, σε φαγητό-ποτό και διασκέδαση και πολλά άλλα. Η εφαρμογή έχει τη δυνατότητα να εντοπίζει τοποθεσίες και σημεία ενδιαφέροντος ακόμα και εν κίνηση σε αμάξι και να «μιλήσει» αυτόματα για αυτά χωρίς να χρειαστεί καμία κίνηση από το χρήστη. Επίσης μπορεί να αποθηκεύσει την ανάμνηση ενός ιδιαίτερου μέρους και να τη μοιραστεί μέσω e-mail και μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, όλα τα σημεία που επισκέφτηκε ο χρήστης και για τα οποία έγινε περιγραφή από την εφαρμογή αποθηκεύονται στο ιστορικό. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να επιλέξει μεταξύ τριών λειτουργιών για να ορίσει τη συχνότητα των ειδοποιήσεων της εφαρμογής.



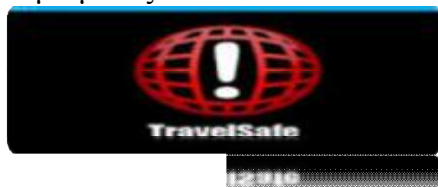
**Tripso** : Πρόκειται για μία εφαρμογή ξενάγησης που έχει πρόσβαση σε πληροφορίες για 8.000 τουριστικούς προορισμούς χρησιμοποιώντας πηγές όπως είναι το wikitravel και το openstreetmap και είναι εξαιρετικά ακριβής. Πέρα από τις λεπτομερές πληροφορίες που παρέχει για τους τουριστικούς προορισμούς, το Tripso έχει και άλλες χρήσιμες λειτουργίες όπως είναι ο μετατροπέας νομίσματος και το βιβλίο φράσεων. Τέλος, προτείνει τοποθεσίες για εξερεύνηση σύμφωνα με παράγοντες όπως είναι η τρέχουσα μέρα, ο καιρός και οι ώρες λειτουργίας των διαφόρων σημείων ενδιαφέροντος. Η εφαρμογή λειτουργεί χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο.

**The Louvre app (Musée du Louvre)** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι συγκεκριμένα για το Μουσείο του Λούβρου που βρίσκεται στο Παρίσι και φυσικά είναι ένα δυνατό σημείο έλξης τουριστών. Ο χρήστης μέσω αυτής θα δει πάνω από 100 αριστουργήματα όπως είναι η γνωστή σε όλους Μόνα Λίζα. Κάθε έργο τέχνης που συμπεριλαμβάνεται στην εφαρμογή έχει αρκετές κοντινές φωτογραφικές λεπτομέρειες μαζί με μία σύντομη περιγραφή. Επίσης υπάρχει ένας εσωτερικός χάρτης του μουσείου που δείχνει που βρίσκεται το κάθε έργο τέχνης ώστε η επίσκεψη να γίνεται ακόμα πιο εύκολη για το χρήστη. Επιπλέον υπάρχει μία λειτουργία με την οποία ο χρήστης μπορεί να μοιραστεί την εμπειρία του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η εφαρμογή αυτή θα μπορούσε να θεωρηθεί μία οπτική απόλαυση.



## 4.2.8 ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

**TravelSafe** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή περιέχει μία μεγάλη λίστα τηλεφώνων έκτακτης ανάγκης για πάρα πολλές χώρες του κόσμου και εγχώριες πληροφορίες όπως είναι η ζώνη ώρας, η τάση του ρεύματος, τα είδη υποδοχών πρίζας, οι κανονισμοί για τα πουρμπουάρ κτλ. Επιπλέον έχει μετρητή για πουρμπουάρ που ανάλογα με το λογαριασμό που έχει κάνει ο χρήστης και σύμφωνα με τους κανονισμούς της κάθε χώρας βγάζει ένα κατάλληλο ποσό που μπορεί να αφήσει. Επίσης υπάρχει λειτουργία που κάνει μετατροπή του νομίσματος. Όσον αφορά τις περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, υπάρχει ένα «κουμπί πανικού» που μόλις ενεργοποιηθεί από το χρήστη στέλνει αυτόματα μήνυμα σε τρεις αποθηκευμένες επαφές. Για να λειτουργήσει, η εφαρμογή, χρησιμοποιεί κάποιες βάσεις δεδομένων τοποθεσίας για να γίνει σύνδεση και πρόσβαση στις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης ανάλογα με την τρέχουσα θέση του χρήστη. Η πλειοψηφία των λειτουργιών της εφαρμογής δε χρειάζεται σύνδεση στο διαδίκτυο. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν κάποιες διαφορές ανάμεσα στη δωρεάν εκδοχή της εφαρμογής (TravelSafe) και στην επί πληρωμή εκδοχή (TravelSafe PRO). Η Pro εκδοχή (κόστος 1.50 δολάρια) παρέχει επιπλέον πληροφορίες και αριθμούς για πρεσβείες, εξελιγμένη μορφή του καταλόγου έκτακτων αριθμών και εξελιγμένη εκδοχή του μετατροπέα νομίσματος.



**Emergency** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που εντοπίζει τη χώρα στην οποία βρίσκεται ο χρήστης και δείχνει αμέσως ποιος είναι ο σωστός αριθμός για αστυνομία, ασθενοφόρα και νοσοκομεία, πυροσβεστική κτλ. Λειτουργεί σε ΗΠΑ.



**TravelSmart** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που συμπεριλαμβάνει έναν πλήρως οργανωμένο κατάλογο νοσοκομείων με τα στοιχεία επικοινωνίας τους ανά χώρα καθώς και χάρτες που λειτουργούν με τον αισθητήρα gps και δείχνουν που είναι η τοποθεσία του κάθε κοντινού νοσοκομείου. Επίσης έχει λειτουργία μετάφρασης φαρμάκων που δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να γνωρίζει την τοπική ονομασία ενός φαρμάκου καθώς και ένα λεξιλόγιο πρώτων βοηθειών που παρέχει μία λίστα των όρων πρώτης βοήθειας σε διάφορες γλώσσες. Τέλος, υπάρχει λίστα με άλλα τηλέφωνα έκτακτης ανάγκης ανά χώρα.



**iTriage** : Πέρα από την παροχή μίας μεγάλης λίστας παθήσεων και των συμπτωμάτων τους μαζί με χρήσιμες συμβουλές για την αποφυγή τους ή για την έγκαιρη πρόληψή τους, η εφαρμογή αυτή που έχει κατασκευαστεί από τη Healthagen η οποία είναι εταιρία ανάπτυξης ιατρικής τεχνολογίας, μπορεί να βοηθήσει τους χρήστες να βρουν το κοντινότερο σε αυτούς νοσοκομείο οπουδήποτε και αν βρίσκονται στον κόσμο. Επιπλέον τους επιτρέπει να γνωρίζουν τον εκτιμώμενο χρόνο αναμονής για κάποια δωμάτια έκτακτης ανάγκης και επείγουσας φροντίδας. Η εφαρμογή δίνει στους χρήστες τη δυνατότητα να κάνουν check in στις κλινικές έκτακτης ανάγκης από απόσταση ή ακόμα και να κλείσουν κάποιο ραντεβού με τους γιατρούς άμα η επίσκεψη δεν είναι δικαιολογημένη. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να αποθηκεύσει και να συγκεντρώσει σε δικιά του λίστα όλες τις επαφές έκτακτης ανάγκης, τις ιατρικές παθήσεις του και τα φάρμακα που ίσως να χρειάζεται να παίρνει.



**Allergy Alert** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που βοηθάει τους χρήστες να διαχειριστούν τις αλλεργίες τους και τους προειδοποιεί για το που βρίσκονται πιθανοί κίνδυνοι που πρέπει να αποφύγουν. Ο τρόπος που λειτουργεί είναι να παρέχει πολλές τοποθεσίες που μπορούν να ελεγχθούν άμεσα από το χρήστη με το άγγιγμα της οθόνης του. Παρέχει συνεχόμενες και ανανεωμένες προβλέψεις του καιρού και των τάσεων αλλεργίας που μπορεί να επιφέρει καθώς και αναλυτικές πληροφορίες με εικόνες για τα πιο γνωστά αλλεργιογόνα φυτά και δέντρα παγκοσμίως. Ανάλογα με την εποχή αλλεργίας το φόντο της οθόνης του κινητού αλλάζει. Τέλος , ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει ένα ημερολόγιο αλλεργιών που τον βοηθάει να παρακολουθεί τα συμπτώματά του και το πως αισθάνεται, και να ανακτήσει τα δεδομένα αυτά εκτυπώνοντάς τα σε μορφή γραφήματος ή ημερολογίου μέσω του Pollen.com.



**Smart Traveler** : Πρόκειται για μία εφαρμογή του Υπουργείου Εξωτερικών για τους ταξιδιώτες των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Η εφαρμογή είναι πολύ απλή στο χειρισμό της και παρέχει συνεχείς και ανανεωμένες ενημερώσεις για τις επίσημες εγχώριες πληροφορίες, τις προειδοποιήσεις για ταξίδια που δεν πρέπει να γίνουν (πχ. μπορεί κάποια χώρα να είναι εμπόλεμη ζώνη ή να έχει κάποια θανατηφόρα νόσο) κτλ. Επίσης υπάρχουν χάρτες με τις τοποθεσίες των πρεσβειών της Αμερικής και άλλες σημαντικές τοποθεσίες. Η

εφαρμογή παρέχει πρόσβαση στο State Department's Smart Traveler Enrollment Program το οποίο είναι ένα πρόγραμμα για ταξιδιώτες που βοηθάει το Υπουργείο Εξωτερικών να χειριστεί καλύτερα το πρόβλημα που έχει ο ταξιδιώτης όπως μπορεί να είναι η κλοπή του διαβατηρίου του, οι αναταραχές στο εξωτερικό ή ακόμα και κάποια φυσική καταστροφή. Τέλος, μέσω της εφαρμογής, ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει το δρομολόγιο του , να κρατήσει χρήσιμες σημειώσεις και γενικά να οργανώσει το ταξίδι του.



**SickWeather** : Η συγκεκριμένη εφαρμογή παρέχει πληροφορίες και προειδοποιήσεις για κρούσματα τουλάχιστον 25 ασθενειών παγκοσμίως από την πιο απλή όπως μπορεί να είναι μία αλλεργία μέχρι και την πιο σοβαρή και θανατηφόρα ασθένεια. Χρησιμοποιεί το gps του κινητού ώστε να βρει την τρέχουσα τοποθεσία του χρήστη και εντοπίζει τις κοντινές απειλές που μπορεί να υπάρχουν. Επειδή κάποιοι υιοί μπορούν να ζήσουν περισσότερο από άλλους, η εφαρμογή χρησιμοποιεί χρωματική αποκωδικοποίηση. Το κόκκινο είναι για υιούς που διαρκούν μία ημέρα, το πορτοκαλί για δύο ημέρες , το κίτρινο για μία εβδομάδα και το μπλε για δύο εβδομάδες. Η εφαρμογή ουσιαστικά είναι και ένας χώρος κοινωνικής δικτύωσης αφού ο καθένας μπορεί να αφήσει τη δικιά του αναφορά για κάτι που γνωρίζει και να διαβάσει αναφορές άλλων χρηστών( μηνιαίως γίνονται 6.000.000 αναφορές οπότε καταλαβαίνεται ότι είναι μεγάλη και γνωστή κοινότητα).Επίσης ο καθένας από τους χρήστες μπορεί να δημοσιεύσει την απορία του ή να διαβάσει αναφορές απευθείας από το χώρο και τον τόπο που τον ενδιαφέρει περισσότερο όπως μπορεί να είναι κάποιοι χώροι εργασίας, κάποια σχολεία, νοσοκομεία και άλλα.



#### 4.2.9 ΕΠΑΦΗ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

**Trip Journal** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που βοηθάει το χρήστη να δημιουργήσει ένα οδοιπορικό και να το μοιραστεί με τους φίλους και την οικογένεια του σε πραγματικό χρόνο εύκολα και γρήγορα. Πιο συγκεκριμένα, μέσω αυτής, ο χρήστης μπορεί να κρατήσει σημειώσεις από το ταξίδι του, να κάνει συλλογή φωτογραφιών και βίντεο και να τα μοιραστεί στα μέσα κοινωνική δικτύωσης, άμα θέλει, με τη προσθήκη γεωγραφικής ετικέτας (geo-tagging). Επίσης μπορεί να καταγράψει τη διαδρομή του μέσω εντοπισμού θέσης (gps) και να προσθέσει είτε χειροκίνητα είτε αυτόματα τις αγαπημένες του τοποθεσίες. Ως αποτέλεσμα, οι φίλοι και η οικογένεια του μπορούν να παρακολουθήσουν τη διαδρομή που έχει διανύσει, να δουν τα μέρη που έχει σημειώσει ότι του φάνηκαν πιο ενδιαφέροντα και τις φωτογραφίες/βίντεο που σχετίζονται με το ταξίδι. Όλο αυτό γίνεται πολύ εύκολο λόγω ενσωμάτωσης του Google Earth με το Trip Journal.



**Tripcast** : Προκειται για μία εφαρμογή διαμοίρασης φωτογραφιών. Οι περισσότεροι τουρίστες θέλουν να μοιράζονται τις εμπειρίες τους με τους φίλους και την οικογένεια τους

και αυτή η εφαρμογή τους βοηθάει να το κάνουν χωρίς να χρειάζεται να τις ανεβάσουν σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό που πρέπει να κάνει ο χρήστης είναι να δημιουργήσει ένα άλμπουμ φωτογραφιών και να προσκαλέσει μέσα σε αυτό όσα άτομα θέλει προτού αρχίσει να ανεβάζει φωτογραφίες. Στη συνέχεια, αφού έχει προσκαλέσει όσα άτομα θέλει, δημοσιεύει τις φωτογραφίες σε πραγματικό χρόνο με την προσθήκη γεωγραφικής επισήμανσης. Ως αποτέλεσμα, οι φίλοι και η οικογένεια του χρήστη βλέπουν την πορεία του.

## TRIPCAST

**Touchnote** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που έρχεται να αντικαταστήσει τα παραδοσιακά καρτ-ποστάλ. Επιτρέπει στο χρήστη να δημιουργήσει την προσωπική του καρτ-ποστάλ η οποία μπορεί να περιέχει οποιαδήποτε φωτογραφία που έχει αποθανατίσει και επιλέξει ο ίδιος και να ενσωματώσει σε αυτή το κείμενο που θέλει μαζί με την τοποθεσία-διεύθυνση που βρίσκεται ώστε να τη στείλει οπουδήποτε στον κόσμο με πολύ χαμηλή και λογική τιμή.



**Skype** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που συνδέει τους χρήστες, από όπου και να βρίσκονται στον κόσμο, μεταξύ τους. Μπορούν είτε να κάνουν βίντεο κλήση, είτε να στείλουν μηνύματα και αρχεία και να κοινοποιήσουν άμα θέλουν την τοποθεσία τους. Στις βίντεο και στις απλές κλήσεις μπορούν να προστεθούν μέχρι και 25 άτομα. Στα μηνύματα μπορούν να προστεθούν ακόμα και 300 άτομα. Όλες οι κλήσεις και τα μηνύματα μεταξύ χρηστών skype είναι εντελώς δωρεάν. Επίσης, μέσω της εφαρμογής ο χρήστης μπορεί να καλέσει σε σταθερά και κινητά με χαμηλές χρεώσεις. Χρειάζεται σύνδεση στο διαδίκτυο.



**WhatsApp Messenger** : Πρόκειται για μία δωρεάν εφαρμογή μηνυμάτων και κλήσεων. Επίσης, μέσω αυτής μπορούν να σταλούν φωτογραφίες, βίντεο, έγγραφα και φωνητικά μηνύματα. Όπου και να βρίσκονται στον κόσμο οι χρήστες αυτής της εφαρμογής μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους χωρίς καμία χρέωση αρκεί να υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο.



**Facebook Messenger** : Το facebook είναι ο μεγαλύτερος χώρος κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως και φιλοξενεί πάνω από 1 δισεκατομμύριο χρήστες από όλο τον κόσμο. Η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες που είναι φίλοι μεταξύ τους να συνομιλήσουν με μηνύματα ή με κλήση εντελώς δωρεάν χωρίς όμως να χρειάζεται να μούνε στην κύρια πλατφόρμα του facebook. Επίσης μπορούν να στείλουν μεταξύ τους φωτογραφίες, βίντεο και έγγραφα τα οποία αποθηκεύονται στη συλλογή του κινητού, με το πάτημα ενός κουμπιού. Υπάρχουν κάποιες ακόμα λειτουργίες όπως η ενεργοποίηση της τοποθεσίας για να βλέπουν οι συνομιλητές που ακριβώς βρίσκεται ο χρήστης, οι ειδοποιήσεις push up στην αρχική οθόνη του κινητού όταν κάποιος στέλνει μήνυμα κτλ. Σε γενικές γραμμές η επικοινωνία γίνεται εύκολα και γρήγορα από κάθε σημείο του κόσμου.



**World Phone:** Με την εφαρμογή World Phone, έχετε την ευκαιρία να εξοικονομήσετε χρήματα από τις διεθνείς κλήσεις και τις κλήσεις περιαγωγής. Συγκεκριμένα. Παρέχει 70 με 80% χαμηλότερες τιμές από ότι οι κανονικές τιμές κλήσεων περιαγωγής. Τα βασικά χαρακτηριστικά της εφαρμογής αυτής είναι οι αξιόπιστες φωνητικές κλήσεις. Το World Phone δρομολογεί έξυπνα τις φωνητικές σας κλήσεις μέσω του πρότυπου τηλεφωνικού δικτύου όσο το δυνατόν πιο μακριά, παρακάμτοντας όσο το δυνατόν περισσότερο το λιγότερο αξιόπιστο διαδίκτυο, κάνοντας τις κλήσεις σας πιο αξιόπιστες. Γίνεται ντόπιος: μπορείτε να νοικιάσετε εύκολα έναν τοπικό αριθμό εντός – εφαρμογής, είτε για το ταξίδι ή για να μιλάτε με μακρινές επαφές ενώ είναι διαθέσιμοι αριθμοί σε περισσότερες από 70 χώρες. Κρυστάλλινος καθαρός ήχος: Θα εκπλαγείτε με το πόσο καλή είναι η ποιότητα του ήχου. Απόλυτη εξοικείωση: Το World Phone προσφέρει άμεση εξοικείωση στις βασικές λειτουργίες του όπως τα «Αγαπημένα», το «Ιστορικό» και τις «Επαφές». Εύκολες επαφές: Το World Phone ενσωματώνεται άψογα με τις υπάρχουσες επαφές.



### 4.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

### ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

### ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ

#### 4.3.1 ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

**Aegean Airlines:** Η νέα εφαρμογή της Aegean Airlines και ιδιαίτερα για τα iPhone και iPads, διευκολύνει σε μέγιστο βαθμό την ταξιδιωτική εμπειρία. Περιέχει κρατήσεις σε πτήσεις εκτός και εντός της χώρας, καθώς δίνει και την δυνατότητα του check-in και τις αποθήκευσης της κάρτας επιβίβασης, όταν κάποιος είναι offline. Μπορείτε να ελέγξετε τα στοιχεία των επόμενων πτήσεων σας και να αποκτήσετε εύκολη πρόσβαση στην κάρτα επιβίβασης σας μέσω της αρχικής οθόνης της εφαρμογής, καθώς και να διαχειριστείτε την κράτηση σας. Ακόμα, σας δίνει την δυνατότητα να βρείτε πληροφορίες σχετικά με τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις των πτήσεων και να αποκτήσετε πρόσβαση στο πρόγραμμα δρομολογίων Aegean. Επίσης, μπορείτε να βρείτε τις χαμηλότερες τιμές για το ταξίδι σας μέσω του Low Fare Calendar και να ανακαλύψετε τους προορισμούς που προσφέρει η συγκεκριμένη εταιρεία. Σας παρέχει χρήσιμες πληροφορίες, συμβουλές, ακόμα και φωτογραφίες για να πάρετε ιδέες για το επόμενο σας ταξίδι. Ωστόσο, μέσω της «Υπενθύμισης Στάθμευσης», σας βοηθάει να θυμηθείτε που έχετε αφήσει το αυτοκίνητο σας όταν επιστρέψετε από το ταξίδι. Επιπλέον, μπορείτε να βρείτε χρήσιμες πληροφορίες για κάθε ταξιδιωτική σας ανάγκη, όπως είναι οι αποσκευές, τα αεροδρόμια, ο καιρός κ.τ.λ. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι σας επιτρέπει να αποθηκεύσετε τα προσωπικά σας στοιχεία, όπως ονοματεπώνυμο, αριθμό διαβατηρίου ή αστυνομικής ταυτότητας και αριθμό λογαριασμού Miles+ Bonus, για να εξασφαλίζεται γρήγορη και εύκολη πρόσβαση στις online υπηρεσίες.



**Pamediakopes** : Πρόκειται για μία εφαρμογή αναζήτησης και κράτησης αεροπορικών εισιτηρίων. Διατίθεται δωρεάν και βοηθάει τους χρήστες να αναζητήσουν και να κλείσουν αεροπορικό εισιτήριο από όπου και να βρίσκονται χρησιμοποιώντας φίλτρα όπως είναι τα φίλτρα τιμών, αεροπορικών εταιριών, στάσεων, ωρών πτήσης κτλ. Το λειτουργικό περιβάλλον της εφαρμογής είναι φιλικό προς τους χρήστες και μπορεί να χρησιμοποιηθεί εύκολα από όλους. Αφού ο χρήστης κάνει την κράτηση, του έρχεται το ηλεκτρονικό εισιτήριο μέσω e-mail και γραπτού μηνύματος. Τέλος, μέσω του pamediakopes ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να νοικιάσει αυτοκίνητο καθώς και να επιλέξει το μοντέλο που του αρέσει, και να αγοράσει ταξιδιωτική ασφάλιση.



**Travelplanet24** : Πρόκειται για μία εφαρμογή κράτησης αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων. Δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να συγκρίνει και να επιλέξει αυτό που του ταιριάζει καλύτερα και παρέχει κάποιες αποκλειστικές προσφορές σε δημοφιλής προορισμούς. Όπως και στην παραπάνω εφαρμογή, έτσι και εδώ το λειτουργικό περιβάλλον είναι εύχρηστο και η αναζήτηση μπορεί να γίνει με φίλτρα. Από τη στιγμή που ο χρήστης κατεβάσει την εφαρμογή, αυτή κρατάει ιστορικό όλων των πραγματοποιηθέντων αναζητήσεων ώστε στην πορεία τα αποτελέσματα να είναι πιο εξατομικευμένα και να ταιριάζουν στις προσωπικές του ανάγκες. Τέλος, το travelplanet24, επιτρέπει την αποστολή πληροφοριών για μία συγκεκριμένη πτήση μέσω μηνύματος, e-mail ή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



**Airtickets** : Πρόκειται για ακόμα μία εφαρμογή κράτησης εισιτηρίων. Υπάρχει σε δύο εκδόσεις, η μία είναι για android κινητά και η άλλη για iPhone. Οι περισσότερες, αν όχι όλες, οι εφαρμογές βγαίνουν σε δύο ή παραπάνω εκδόσεις αλλά η συγκεκριμένη έχει κάποιες βασικές διαφορές για αυτό και το αναφέρουμε. Η έκδοση της android εφαρμογής δίνει τη δυνατότητα για αναζήτηση πτήσεων και κράτηση εισιτηρίων καθώς και την αγορά τους. Επίσης προσφέρει υπηρεσίες κράτησης εκδρομών και περιηγήσεων. Τέλος, δίνει τη δυνατότητα για Online check-in. Η εφαρμογή του iPhone προσφέρει τις παραπάνω δυνατότητες μαζί με κάποιες ακόμα, όπως είναι η αναζήτηση και κράτηση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, η κράτηση σε ξενοδοχεία, η προσθήκη αγαπημένης πτήσης, η εξατομικευση των αποτελεσμάτων αναζήτησης, οι καταχωρήσεις πτήσεων και άλλων κρατήσεων στο ημερολόγιο κτλ. Η συγκεκριμένη εφαρμογή έχει βραβευτεί ως η καλύτερη στα e-volution awards 2016.



**Blue Star Ferries:** Η Blue Star Ferries περιλαμβάνει την εύκολη και γρήγορη ενημέρωση για όλα τα δρομολόγια και τις τιμές των γραμμών που εξυπηρετεί δίνει στους χρήστες την δυνατότητα να κάνουν online κρατήσεις θέσεων μετάβασης και επιστροφής, όπου κι αν βρίσκονται. Συγκεκριμένα, τους δίνει τη δυνατότητα για κράτηση/αγορά με χρέωση της πιστωτικής σας κάρτας ή κράτηση με προθεσμία αγοράς, όπου η παραλαβή των εισιτηρίων γίνεται από τα Λιμενικά Γραφεία. Μέσω της εφαρμογής, μπορεί κάποιος ακόμα και να ενημερωθείτε για τις προσφορές, τους γενικούς όρους ταξιδιού, τα κεντρικά και Λιμενικά Πρακτορεία από τα οποία μπορεί να παραλάβει ή να αγοράσει τα εισιτήρια του, τον Στόλο την εταιρείας, τα σημεία άφιξης και αναχώρησης των πλοίων από το λιμάνι του Πειραιά και να επικοινωνήσει με την εταιρεία. Η εφαρμογή Blue Star Ferries είναι δωρεάν και είναι διαθέσιμη στα ελληνικά και στα αγγλικά, ενώ για την λειτουργία της εφαρμογής απαιτείται η σύνδεση στο διαδίκτυο.



#### 4.3.2 ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΑΙΡΟΥ

**Meteo.gr** : Πρόκειται για μία εφαρμογή πρόγνωσης του καιρού. Μέσω αυτής ο χρήστης μπορεί να κάνει αναζήτηση πάνω σε χάρτη ώστε να αναζητήσει κάποια περιοχή και να δει την πρόγνωση του καιρού για εκεί. Πιο συγκεκριμένα, αυτά που περιλαμβάνει η εφαρμογή είναι η εβδομαδιαία πρόγνωση του καιρού, η παρατήρηση του καιρού (καιρός τώρα) και οι καθημερινές ενημερώσεις για τον καιρό. Επίσης, υπάρχει η λειτουργία My Meteo που έχει τις αγαπημένες περιοχές του χρήστη (τις ορίζει ο ίδιος) ώστε να βλέπει άμεσα την πρόγνωση του καιρού χωρίς να ψάξει. Τέλος, υπάρχουν προγνώσεις για χιονοδρομικά κέντρα και χειμερινούς προορισμούς όπως και προγνώσεις θαλασσών και για το οδικό δίκτυο.



#### 4.3.3 ΜΕΤΑΦΟΡΑ

**TaxiBeat** : Πρόκειται για μία ελληνική εφαρμογή που μοιάζει με την Uber και την Hailo που έχουμε προαναφέρει. Ουσιαστικά καλεί ταξί από το κινητό με το πάτημα ενός κουμπιού και ο χρήστης ξέρει πότε ακριβώς θα φτάσει βλέποντάς το στο χάρτη. Επίσης οι οδηγοί είναι όλοι επιλεγμένοι και βαθμολογούνται από τους πελάτες-χρήστες. Ο χρήστης μπορεί να διαλέξει με βάση το κοντινότερο ταξί, με βάση τον οδηγό ή με βάση τις επιπλέον παρεχόμενες υπηρεσίες όπως μπορεί να είναι το wi-fi εντός του ταξί. Τέλος, άμα δεν έχει μετρητά μπορεί να πληρώσει με την πιστωτική του κάρτα.



# staxibeat

**Athens Transportation** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που περιέχει τις γραμμές και τις στάσεις όλων των μέσων αστικών συγκοινωνιών εντός της Αθήνας και τις ώρες των δρομολογίων τους. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τη γραμμή που τον εξυπηρετεί γράφοντας το όνομα ή τον κωδικό της, είτε επιλέγοντάς τη από μία λίστα ανά δήμο. Επίσης μπορεί να δει που είναι οι κοντινότερες στάσεις και γραμμές μέσω χαρτών της Google. Τέλος, γίνονται ενημερώσεις σχετικές με τον ΟΑΣΑ.



**Athens Metro** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που δείχνει τις γραμμές του μετρό (κόκκινη, μπλε, πράσινη). Χρησιμοποιεί gps για τον εντοπισμό της τρέχουσας τοποθεσίας του χρήστη και για να του δείξει που είναι το κοντινότερο μετρό στους ειδικά σχεδιασμένους χάρτες. Επίσης υπάρχει και η λειτουργία πλοήγησης προς τα μετρό. Τέλος, στη συγκεκριμένη εφαρμογή μπορεί να χρησιμοποιηθεί η κάμερα και το gps του χρήστη ώστε να εντοπίσει τον κοντινότερο σταθμό (λειτουργία επαυξημένης πραγματικότητας).



**O.A.S.Θ. bus:** Η O.A.S.Θ.bus εφαρμογή περιέχει πληροφορίες σχετικά με διαδρομές, δρομολόγια και στάσεις για τις αστικές συγκοινωνίες (λεωφορεία) της Θεσσαλονίκης. Προσφέρει δηλαδή, δρομολόγια και αφίξεις σε πραγματικό χρόνο. (Δρομολόγια γραμμών). Μπορείτε να δείτε την τοποθεσία των λεωφορείων που πραγματοποιούν ένα δρομολόγιο σε πραγματικό χρόνο και μπορείτε να επιλέξετε μια στάση και να δείτε τους χρόνους άφιξης σε πραγματικό χρόνο. Ακόμα, η εφαρμογή O.A.S.Θ. bus εντοπίζει την πλησιέστερη στάση λεωφορείου και παρέχει δεδομένα σε πραγματικό χρόνο σχετικά με τις αφίξεις δρομολογίων. Βάση των δεδομένων αυτών, σας προτείνει την βέλτιστη διαδρομή για τον προορισμό σας, ενώ έχετε την δυνατότητα να επιλέξετε την αναχώρηση, τον προορισμό και την ώρα αναχώρησης ή άφιξης και να λάβετε οδηγίες για την βέλτιστη διαδρομή χρησιμοποιώντας δημόσια μέσα μεταφοράς.



**TfA Metro Tram:** Με την συγκεκριμένη εφαρμογή μπορεί κανείς να επιλέξει από τον χάρτη ή να πληκτρολογήσει την αφετηρία και τον προορισμό του και να πάρει τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τα επόμενα προγραμματισμένα δρομολόγια. Η επίσημη εφαρμογή της ΣΤΑ.ΣΥ.Α.Ε. περιλαμβάνει την πρόταση της ταχύτερης διαδρομής και τις

μετεπιβιώσεις που απαιτούνται για να φτάσει ο χρήστης εύκολα στον προορισμό του, χρησιμοποιώντας τα μέσα σταθερής τροχιάς. Η υλοποίηση της εφαρμογής επεξεργάζεται τις πληροφορίες και τα δεδομένα δρομολογίων των Σταθερών Συγκοινωνιών της Αθήνας, γραμμές μετρό και τραμ, προβάλλοντας τις προγραμματισμένες αφίξεις των συρμών σε κάθε σταθμό για να βοηθήσουν στην πραγματοποίηση της διαδρομής. Επίσης, περιλαμβάνει μια σειρά από χρήσιμες πληροφορίες, ενώ με την χρήση «Push Notification» μπορεί να ενημερώνει με όλα τα απαραίτητα νέα που αφορούν την λειτουργία της εφαρμογής.



#### 4.3.4 ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Χάρτης Ελλάδα (Map of Greece) : Πρόκειται για μία εφαρμογή πλοήγησης (GPS) για Ελλάδα και Κύπρο. Περιέχει λεπτομερείς χάρτες για πολλές μεγάλες πόλεις της Ελλάδας. Μπορεί να λειτουργήσει και με αποθηκευμένους χάρτες εκτός σύνδεσης σε διαδίκτυο. Επίσης ο χρήστης μπορεί να προσθέσει θέσεις στη διαδρομή του. Τέλος, η εφαρμογή αυτή βοηθάει το χρήστη να ανακαλύψει μέρη όπως εστιατόρια, μπαρ, κλαμπ, κινηματογράφους, καταστήματα, πάρκα, νοσοκομεία, σχολεία, αθλητικά κέντρα κτλ.



#### 4.3.5 ΞΕΝΑΓΗΣΗ

GreeceTravel : Πρόκειται για μία εφαρμογή-τουριστικό οδηγό που περιέχει πολλές και χρήσιμες πληροφορίες που είναι σχετικές με διασκέδαση, εστιατόρια, καφέ-μπαρ, διαμονή, σπορ, δραστηριότητες, χάρτες κτλ για 66 ελληνικά νησιά τουριστικού ενδιαφέροντος καθώς και για 26 περιοχές της Ηπειρώτικης Ελλάδας. Επίσης, ο οδηγός αυτός, περιέχει και πληροφορίες για τους Αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας.



**GREEKTRAVELAPPS**

Athens Greece : Πρόκειται για μία εφαρμογή ξενάγησης που περιέχει πολλές πληροφορίες σχετικές με την Αθήνα, και που βοηθάνε το χρήστη να ανακαλύψει όλους τους αρχαιολογικούς και τουριστικούς προορισμούς της Πρωτεύουσας καθώς και τα αξιοθέατα που έχει όπως είναι η Ακρόπολη, ο Παρθενώνας κτλ. Επίσης παρέχει πληροφορίες για τις ώρες λειτουργίας, για τον τρόπο πρόσβασης και ότι άλλο χρειάζεται ο επισκέπτης για αρκετά μουσεία της Αθήνας. Πέρα από τις πληροφορίες που έχουν να κάνουν με τη ψυχαγωγία, ο χρήστης μπορεί να βρει τον τρόπο με τον οποίο θα μετακινηθεί εντός της πόλης αλλά και να δει ποιες κοντινές περιοχές εκτός Αττικής αξίζει να επισκεφτεί. Τέλος, μέσω της εφαρμογής

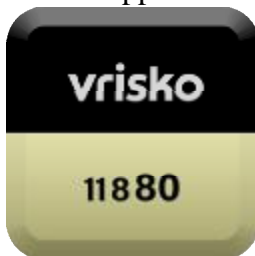
αυτής, ο επισκέπτης μπορεί να βρει και να συγκρίνει τιμές για πάνω από 180 ξενοδοχεία της πόλης.



Υπάρχουν και άλλες παρόμοιες εφαρμογές ξενάγησης για συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς που μπορείτε να τις βρείτε στο site [www.greektravelapps.com](http://www.greektravelapps.com)

#### 4.3.6 ΕΚΤΑΚΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ

**Vrisko:** Η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη, αφού περιλαμβάνει πληροφορίες για : τα εφημερεύοντα φαρμακεία από την πληρέστερη λίστα στην Ελλάδα (περιλαμβάνει 40 νομούς και πάνω από 200 πόλεις), αναζήτηση «κοντά μου» με χρήση είτε των εικονιδίων είτε απλά γράφοντας αυτό που ενδιαφέρει τον κάθε χρήστη (επαγγελματική κατηγορία ή/και επωνυμία), «Κλασική» αναζήτηση με επιλογή «τι» και «που», παρουσίαση των αποτελεσμάτων πάνω στον χάρτη με δυνατότητα δρομολόγησης, γιατρούς συμβεβλημένους με ΕΟΠΥΥ για όλη την Ελλάδα και για όλες τις ειδικότητες, εφημερίες νοσοκομείων ανά ειδικότητα για Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Λάρισα και Ιωάννινα, αναζήτηση ταχυδρομικών κωδικών (TK) με εισαγωγή διεύθυνσης, τιμές Καυσίμων (Αμόλυβδη, Υγραέριο Κίνησης-LPG, Πετρέλαιο Θέρμανσης) για όλη την Ελλάδα και την εύρεση στοιχείων νομικών προσώπων από το ΑΦΜ. Η εφαρμογή Vrisko κέρδισε το βραβείο “Most Useful App” στα Mobile & Apps Awards στο συνέδριο Infocom Apps 2012.



#### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με βάση τα όσα αναφέρουμε παραπάνω, συμπεραίνουμε πως η ραγδαία εξέλιξη της κινητής τεχνολογίας έχει επηρεάσει θετικά τον τρόπο με το οποίο μπορεί να κινηθεί ένας τουρίστας. Με λίγα λόγια, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να αντλήσει γενικές πληροφορίες, να κατατοπιστεί με την βοήθεια κινητών χαρτών, να εξοικονομήσει χρόνο στα αεροδρόμια κ.α., μέσω του κινητού τηλεφώνου (Smartphone). Ειδικά με την χρήση των εφαρμογών έχει περισσότερες δυνατότητες, αφού μπορούν να προσφέρουν οποιαδήποτε πληροφορία, καθώς και να πραγματοποιήσουν οποιαδήποτε δραστηριότητα επιθυμεί ο χρήστης. Οι εφαρμογές οι οποίες αναφέρονται στον τουρισμό είναι αμέτρητες, ενώ είναι σε θέση να καλύψουν όλων των ειδών ανάγκες. Ωστόσο, αυτό που παρατηρούμε στις ελληνικές προέλευσης εφαρμογές, συγκρίνοντάς τις με το εξωτερικό, είναι πως η Ελλάδα εντάσσεται με βραδύτητα σε αυτό το είδος της τεχνολογίας.

## 5 ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ



Στο πέμπτο μας κεφάλαιο αφηγούμαστε τα κάλλη ενός δημοφιλέστερου προορισμού της Ελλάδος, την Σαντορίνη. Η ιστορία του ηφαιστείου, τα προσεγμένα μουσεία, ο μοναδικός οίνος, οι μαγευτικές παραλίες, οι μεταφορές, το ιδιαίτερο κλίμα, καθώς και ο τουρισμός που δέχεται η Σαντορίνη δεν θα μπορούσαν να λείπουν από αυτό. Στην συνέχεια παρουσιάζουμε τις κινητές εφαρμογές τουρισμού, οι οποίες αναφέρονται αποκλειστικά στην Σαντορίνη, ενώ κλείνουμε με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε βάση τις κινητές εφαρμογές του τουρισμού.

### 5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η θέα που αντικρίζει ο ταξιδιώτης, καθώς το πλοίο φτάνει στο νησί κόβει την ανάσα. Όταν το πλοίο φτάνει στο λιμάνι και ο επισκέπτης βρίσκεται ανάμεσα στη Σαντορίνη και τη Θηρασιά, έρχεται ξαφνικά αντιμέτωπος με τη λαμπρή ομορφιά, αυτή που αποτελούν οι απόκρημνοι βράχοι και το έντονο χρώμα του ουρανού που έρχεται σε αντίθεση με το ιδιαίτερο καφέ ενός ηφαιστειακού πετρώματος που δύσκολα μπορούμε να βρούμε αλλού. Η Σαντορίνη ή η Θήρα, όπως ονομάζεται επίσημα από την αρχαιότητα, βρίσκεται ανάμεσα στους καλύτερους ταξιδιωτικούς προορισμούς παγκοσμίως. Αυτό που την κάνει ξεχωριστή, είναι η έντονη ενέργεια, το πολυσυζητημένο και μοναδικά ηλιοβασίλεμα, τα μικρά σπιτάκια χτισμένα πάνω στους βράχους και φυσικά το γεγονός ότι είναι ένα νησί πλασμένο από λάβα και νερό. Είναι στενά συνδεδεμένο με το ηφαίστειο, στοιχείο ορατό παντού με τα πολύχρωμα ηφαιστειακά πετρώματα, με τις μαύρες παραλίες και βεβαίως με την ξακουστή καлдέρα, που αποτελεί τον δημιουργό του αλλά και τον καταστροφέα του. Η Σαντορίνη είναι ένα ιδιαίτερο νησί λόγω του έδαφός της, καθώς και των ποσοστών υγρασίας, γεγονός που συμβάλλει στα εκλεκτής ποιότητας και γεύσης προϊόντων της. Το αμπέλι με το φημισμένο Σαντορινιό κρασί, η φάβα και άλλα πολλά συμπεριλαμβάνονται εξίσου στα χαρακτηριστικά της.

Το σημερινό δακτυλιωτό σύμπλεγμα νησιών απαρτίζεται από το νησί της Σαντορίνης, της Θηρασιάς, το Ασπρονήσι, την Παλαιά και την Νέα Καμένη. Η προϊστορική ονομασία του νησιού ήταν Καλλίστη ή Στρογγυλή, ονομαζόταν έτσι λόγω της στρογγυλής του μορφής και έπειτα λόγω της ηφαιστειακής δραστηριότητας καταποντίστηκε το κεντρικό τμήμα και παρέμειναν τα περιμετρικά νησιά. Ωστόσο, η Παλαιά Καμένη και η Νέα Καμένη ήρθαν σταδιακά στην επιφάνεια από τις μεταγενέστερες εκρήξεις του ηφαιστείου.

Η Σαντορίνη είναι το νοτιότερο νησί των Κυκλάδων, που βρίσκεται ανάμεσα στην Ίο και την Ανάφη και απέχει 134 ναυτικά μίλια από τον Πειραιά και 68 από το λιμάνι του Ηρακλείου Κρήτης. Η θέση της ως σταθμού στις θαλάσσιες επικοινωνίες ανάμεσα στην Κρήτη και την ηπειρωτική Ελλάδα και τα υπόλοιπα κυκλαδίτικα νησιά αλλά και η ηφαιστειακή της προέλευση του εδάφους της από την άλλη ορίζουν την εξέλιξη του νησιού ακόμα και σήμερα. Η έκταση της Σαντορίνης είναι 73 τετραγωνικά χιλιόμετρα, ενώ το μήκος της ακτογραμμής ανέρχεται σε 67 χιλιόμετρα, με το πληθυσμό της να κυμαίνεται στα 15.000 περίπου άτομα. Οι οικισμοί της είναι 17, με σπουδαιότερους τα Φηρά που είναι η πρωτεύουσα του νησιού, την Οία, την Περίσσα, το Μεγαλοχώρι, το Καμάρι και το Εμπορείο. Το λιμάνι του νησιού είναι ο Αθηνιός, ο οποίος ενώνεται με τα Φηρά με αμαξωτό δρόμο και με τον Μέσα Γιαλό με ένα γραφικότατο δρόμο με σκαλοπάτια.

Ωστόσο, η ομορφιά του νησιού είναι διπλή, αφού το ανατολικό μέρος του χαρακτηρίζεται από τα στοιχεία που έχουν όλα τα κυκλαδίτικα νησιά, όπως τις υπέροχες ακτές, τα καταγάλανα και πεντακάθαρα νερά, ενώ το δυτικό μέρος είναι πολύ εντυπωσιακό με τα βαθιά νερά, την καλδέρα και με θεά που γοητεύει και εντυπωσιάζει κάθε επισκέπτη. Απέναντι από το νησί της Σαντορίνης βρίσκεται το άλλο μεγάλο κατοικήσιμο νησί της Θηρασίας που είναι έτοιμο να μαγέψει τον ταξιδιώτη με την θεά προς την καλδέρα της Σαντορίνης αλλά και να τον ηρεμίζει από την πολυκοσμία και τον τουρισμό του κοσμοπολίτικου νησιού.

Οι υπέροχες και εντυπωσιακές παραλίες, όπως η Κόκκινη και η Άσπρη, τα υπόσκαφα σπίτια, η ακαταμάχητη θεά, το ηφαίστεια και η Καλδέρα αποτελούν κίνητρα για τον ταξιδιώτη που επιλέγει να περάσει τον ελεύθερο του χρόνο στην σαγηνευτική Σαντορίνη. Είναι πλέον αναμφισβήτητο το γεγονός που θέλει χιλιάδες τουρίστες να επισκέπτονται την Σαντορίνη κάθε χρόνο, αφού η ομορφιά του νησιού και η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα που προσφέρει αποτελούν έναν ακαταμάχητο προορισμό παγκοσμίως.

### **5.1.1 ΤΟ ΗΦΑΙΣΤΕΙΟ**

Το ηφαίστειο της Σαντορίνης ή της Θήρας, είναι ένα από τα επτά ηφαίστεια που διασχίζουν το νότιο Αιγαίο τα οποία σχηματίζουν ένα τόξο. Τα υπόλοιπα έξι ηφαίστεια από δυτικά προς ανατολικά είναι η Πόρος, ή Μήλος, η Νίσυρος, τα Μέθανα, η Αίγνια και του Σουσακίου στους Άγιους Θεόδωρους Αττικής. Το σημερινό τοπίο του ηφαιστείου της Θήρας απαρτίζεται από ένα συγκρότημα νησιών, το Ασπρονήσι, τη Θηρεσία, τη Θήρα, τα οποία δημιουργούν ένα νότιο δακτύλιο, ο οποίος περιβάλλει μια θαλάσσια λεκάνη με βάθος 380,00 μ. Αυτή η λεκάνη ονομάζεται Καλδέρα, που μέσα από αυτήν αναδύονται οι νησίδες της Παλαιάς και της Νέας Καμένης. Πριν από περίπου 1.600.000 χρόνια εκτιμάτε η αρχή της ηφαιστειακής δράσης στη Θήρα. Το τοπίο που συναντάμε σήμερα είναι αποτέλεσμα των έξι μεγάλων εκρήξεων που έγιναν 1.600.000, 500.000, 200.000, 60.000, 21.000 και 3.595 χρόνια π.Σ. Η προτελευταία έκρηξη, 22.000 π.Σ., σχημάτισε ένα τοπίο παρόμοιο με το σημερινό, δημιουργήθηκε δηλαδή, ένας συνεχής δακτύλιος με τη Θήρα, τη Θηρεσία και το Ασπρονήσι ενωμένα. Ο δακτύλιος αυτός περιέβαλε μια Καλδέρα, η οποία συνδεόταν με τη θάλασσα με έναν στενό διάυλο. Μέσα στην καλδέρα, υπήρχε ένα ηφαίστειο που σχημάτισε μια νησίδα η οποία πήρε το όνομα Προ- Καμένη. Στα περιθώρια αυτής της καλδέρας χτίστηκαν τέσσερις κύριοι οικισμοί, όπου έζησαν από την Πρώιμη Κυκλαδική II (2600-2350 π.Χ.) οι κάτοικοι της Θήρας μέχρι το 1645 π.Χ. όπου έγινε η επόμενη έκρηξη εν ονόματι Μινωική έκρηξη.

Την τελευταία 20ετία, έρευνες δείχνουν ότι η Μινωική έκρηξη του ηφαιστείου της Θήρας, είχε περίπου την ίδια ισχύ με τις εκρήξεις των ηφαιστείων της Tambora στο στενό της Σούντα το 1815 και του Krakatau Σουμάτρα το 1833. Επομένως οι καταστροφές που είχε επιφέρει η

Μινωική έκρηξη ήταν ανάλογες των ηφαιστειών αυτών. Κατά τη Μινωική έκρηξη εκτιμάται ότι εκτινάχθηκε στην ατμόσφαιρα ελαφρόπετρα και ηφαιστειακή τέφρα, της οποίας ο όγκος έφτανε τα 20 km<sup>3</sup>, ενώ το ύψος της στήλης εκτίναξης ήταν 36-38 χιλιόμετρα. Η κίσηρη που εκτινάχθηκε σκέπασε όλη τη Θήρα και έπειτα κατέστρεψε όλους τους οικισμούς της εποχής του Χαλκού. Η ηφαιστειακή τέφρα εξαπλώθηκε προς τα ανατολικά, βορειοανατολικά και νοτιοανατολικά από τους ανέμους, με αποτέλεσμα να καλύψει μεγάλα τμήματα του Αιγαίου, της Μικράς Ασίας και της Εγγύς Ανατολής. Η κάλυψη του εδάφους με ηφαιστειακή τέφρα επέφερε αναμφίβολα καταστροφές στις καλλιέργειες με συνέπεια την εμφάνιση λοιμού. Επίσης, η κίσηρη που εκτινάχθηκε και η οποία επιπλέει στο θαλασσίνο νερό κάλυψε μεγάλες εκτάσεις της θάλασσας στο Αιγαίο για αρκετούς μήνες, με αποτέλεσμα να προκληθούν για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα δυσχέρειες στη ναυσιπλοΐα και πιθανόν την εγκατάλειψη της αλιείας.

Πρόσφατες έρευνες αποκάλυψαν ότι η Μινωική έκρηξη προκάλεσε παλιρροιακό κύμα το οποίο επιτέθηκε σε πολλές παράλιες πόλεις της Μικράς Ασίας και της Κρήτης. Ορισμένοι αρχαιολόγοι παλαιότερα, υποστήριζαν την άποψη πως η αιτία καταστροφής του μινωικού πολιτισμού ήταν η Μινωική έκρηξη. Νεότερα δεδομένα που σχετίζονται με τη χρονολογία που έλαβε χώρα η Μινωική έκρηξη αποδεικνύουν ότι δεν υπάρχει χρονική ταύτιση μεταξύ της έκρηξης του ηφαιστείου, η οποία σύμφωνα με έρευνες υπολογίζεται ότι έγινε το 1645 π.Χ., και της καταστροφής που πραγματοποιήθηκε τρις έως τέσσερις αιώνες αργότερα. Η τελευταία ηφαιστειακή έκρηξη στη Σαντορίνη εκδηλώνεται στις αρχές Ιανουαρίου του 1950, όπου είχε προειδοποιηθεί από μικρές σεισμικές δονήσεις ήδη από τον Αύγουστο του προηγούμενου χρόνου. Εκδηλώνεται έντονη εκρηκτική δραστηριότητα η οποία εκτινάσσει την ηφαιστειακή τέφρα ως 1000 m ύψος και τις βολίδες σε απόσταση 850 μέτρων από τον κρατήρα. Το ηφαίστειο της Σαντορίνης σήμερα, καθορίζει τη ζωή του νησιού και είναι η αιτία που το κάνει να ξεχωρίζει ανάμεσα σε χιλιάδες μικρά και μεγάλα νησιά του αρχιπελάγους του Αιγαίου. Χωρίς το ηφαίστειο, η Σαντορίνη πιθανώς να ήταν άλλο ένα απλώς όμορφο ελληνικό νησί, όπως όλα τα γειτονικά της.

## 5.1.2 ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ

Η Σαντορίνη διαθέτει πολλά μουσεία και πολιτιστικά κέντρα, κάποια από τα οποία είναι τα εξής: Αρχαιολογικό Μουσείο Θήρας, Μουσείο Προϊστορικής Θήρας, Λαογραφικό Μουσείο, Ναυτικό Μουσείο Οίας, Μέγαρο Γκύζη και το Αρχοντικό Γεωργίου Αργυρού τα οποία θα τα αναλύσουμε στη συνέχεια.

**Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θήρας:** Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Θήρας στεγάζεται σ' ένα κτίριο που κτίστηκε το 1960 και βρίσκεται στο κέντρο των Φηρών. Μέσα από τα εκθέματά του αποκαλύπτεται η ιστορία του νησιού που διαρκεί αιώνες. Οι συλλογές που μπορεί να βρει κανείς καθώς θα το επισκεφτεί περιλαμβάνουν γλυπτά και επιγραφές από την αρχαϊκή και τη ρωμαϊκή περίοδο καθώς και κεραμικά και πήλινα ειδώλια από τη γεωμετρική μέχρι και την ελληνιστική εποχή. Από τα σημαντικότερα εκθέματα του μουσείου είναι ο μεγάλος ηφαιστειακός λίθος (τραχείτης) βάρους 480 κιλών, τον οποίον σύμφωνα με την επιγραφή που είναι χαραγμένη πάνω του σήκωσε ο αθλητής Ευμάστας. Επίσης ξεχωρίζει ο Θηραϊκός αμφορέας με γεωμετρική διακόσμηση που ανασκάφηκε στο αρχαϊκό νεκροταφείο της Αρχαίας Θήρας και χρονολογείται από τις αρχές του 7ου αιώνα π.Χ, καθώς και άλλα πολλά σημαντικά ευρήματα ήρθαν στο φως από τις ανασκαφές στο νεκροταφείο της Αρχαίας Θήρας. Πέρα από αμφορείς και κεραμικά αντικείμενα, ανασκάφηκαν και αρχαίοι κούροι.

**Το Μουσείο Προϊστορικής Θήρας:** Το μουσείο αυτό, στεγάζεται στα Φηρά και θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα μουσεία της Ελλάδας, διότι φιλοξενεί τα σημαντικά ευρήματα που ήρθαν στο φως από τις ανασκαφές στο Ακρωτήρι. Οι μοναδικές συλλογές είναι χωρισμένες σε τέσσερις θεματικές ενότητες και αναφέρονται: α) στην ιστορία της έρευνας της Προϊστορικής Θήρας, β) στην περίοδο ακμής του Ακρωτηρίου, γ) στην πορεία της νήσου από τη Νεολιθική περίοδο ως την Υστεροκυκλαδική περίοδο και δ) στη γεωλογική ιστορία της Θήρας. Τις εντυπώσεις κλέβουν τα πολυάριθμα εκθέματα της περιόδου ακμής της πόλης του Ακρωτηρίου, όπως τα γύψινα εκμαγεία επίπλων, τα χάλκινα σκεύη, τα εργαλεία και τα όπλα, οι σφραγίδες κ.τ.λ. Άξια προσοχής είναι τα απολιθώματα των φυτών που ευδοκίμουν πριν από την εμφάνιση του ανθρώπου στη Θήρα, καθώς κατέχουν επίσης ξεχωριστή θέση τα μεγαλοπρεπή τοιχογραφικά σύνολα. Πρόκειται για μια ιδιαίτερα σημαντική συλλογή η οποία περιλαμβάνει όλες τις δημοσιευμένες τοιχογραφίες που προέρχονται από τον Προϊστορικό οικισμό του Ακρωτηρίου και εκτίθενται για πρώτη φορά στο μουσείο, σ' ένα χώρο ειδικά διαμορφωμένο για να φιλοξενήσει τα μοναδικά αυτά ευρήματα.

**Το Λαογραφικό Μουσείο:** Το λαογραφικό Μουσείο βρίσκεται σ' ένα παραδοσιακό οίκημα που κτίστηκε το 1861 μέσα σ' ένα βράχο, στο οποίο μμέσα από τα εκθέματά του αναβιώνει ο τρόπος ζωής των κατοίκων ανά τους αιώνες. Υπάρχουν εργαστήρια βαρελοποιών, ξυλουργών, βαρελάδων και υποδηματοποιών και φυσικά το παλιό ξεχωριστό οινοποιείο και η γκαλερί με έργα ντόπιων καλλιτεχνών.

**Το Ναυτικό Μουσείο Οίας:** Το Ναυτικό Μουσείο ιδρύθηκε το 1951 και στεγάζεται σ' ένα καπετανόσπιτο του 19ου αιώνα, στο οποίο παρουσιάζεται η ναυτική ιστορία του νησιού. Ο επισκέπτης μπορεί να δει παλιές άγκυρες, όργανα ναυτιλίας, αντικείμενα από παλιά ιστιοφόρα και πλοία, σπάνια ακρόπρωρα, ναυτικές κασέλες κ.τ.λ.

**Το Μέγαρο Γκύζη:** Το Μέγαρο Γκύζη είναι ένα από τα παλαιότερα κτίσματα των Φηρών, το οποίο κτίστηκε στις αρχές του 18ου αιώνα και διατηρείται ακόμα και σήμερα σε άριστη κατάσταση. Σ' αυτό στεγάζεται το Πνευματικό Κέντρο και μια αξιόλογη συλλογή από χαλκογραφίες του 16<sup>ου</sup>-19<sup>ου</sup> αιώνα, καθώς και μια συλλογή από σπάνια χειρόγραφα και παλιές φωτογραφίες του νησιού, πριν από το σεισμό του 1956 και έργα ζωγραφικής ντόπιων καλλιτεχνών.

**Το Αρχοντικό Γεώργιου Αργυρού:** Το νεοκλασικό αρχοντικό Αργυρού είναι ένα από τα πιο αξιόλογα μνημεία της νεότερης ιστορίας του νησιού, το οποίο βρίσκεται στη Μεσσαριά και ξεχωρίζει για τη μεγαλόπρεπη αρχιτεκτονική του. Χτίστηκε το 1888 από τον Γεώργιο Αργυρό, κτηματία και έμπορο κρασιού, από τον οποίον πήρε και την ονομασία του. Στους σεισμούς του 1956 ολόκληρο το οίκημα υπέστη ρωγμές, με αποτέλεσμα από τότε το αρχοντικό να μείνει ακατοίκητο για πολλά χρόνια. Σήμερα είναι πλήρως ανακαινισμένο, έτσι ώστε το ισόγειο να λειτουργεί ως ξενώνας ενώ ο όροφος να είναι επισκέψιμος. Χαρακτηριστικό του είναι οι οροφογραφίες που σώζονται στο εσωτερικό του, καθώς και όλα τα έπιπλα και οι οικοσκευές του αρχοντικού που φανερώνουν την οικονομική ευημερία της οικογένειας.

### 5.1.3 Ο ΟΙΝΟΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ

Το μοναδικό κλίμα του νησιού σε συνδυασμό με τη σύσταση του εδάφους έχουν κάνει τις ποικιλίες που οινοποιούνται να παράγουν κρασιά με ξεχωριστή προσωπικότητα. Η Σαντορίνη προσφέρει έναν από τους πιο παλιούς αμπελώνες σε όλο το κόσμο που προέρχεται από τα

προϊστορικά χρόνια. Οι βασικές ποικιλίες σταφυλιών που καλλιεργούνται στη Σαντορίνη και δίνουν όλη τη μεγάλη ποικιλία των κρασιών της ανωτέρας ποιότητας είναι το Ασύρτικο (που δίνει το 80% της παραγωγής της Σαντορίνης), το Vinsanto και το Νυχτέρι από τα λευκά και το Μαυροτράγανο από τα κόκκινα. Αυτά τα τέσσερα αποτελούν τα δημοφιλέστερα κρασιά που παράγει το νησί, ενώ βγάζει πολλά περισσότερα. Τα κρασιά της Σαντορίνης προσφέρουν έντονα αρώματα και γεύσεις με υψηλούς αλκοολικούς βαθμούς.

**Ασύρτικο:** Στο μικροκλίμα της Σαντορίνης θα βρείτε ένα κρασί με μεταλλικά στοιχεία, υψηλή οξύτητα και πληθωρικό σώμα που συνδυάζετε με τον ηφαιστειογενή χαρακτήρα του νησιού. Είναι η βασική θηραϊκή ποικιλία και αποτελεί τη βάση παραγωγής οίνου ΟΠΑΠ Σαντορίνη. Όπως αναφέραμε παραπάνω, το 80% των σταφυλιών επενδύονται στην παραγωγή του. Το Ασύρτικο είναι από της πιο ιδιαίτερες λευκές ποικιλίες του νησιού, και αποτελεί έναν ξεχωριστό και μοναδικό ελληνικό αμπελώνα με πιθανή καριέρα στο εξωτερικό. Σύμφωνα με έρευνα του Conte Nast Travel, το Ασύρτικο, βρίσκεται μέσα στα 9 δημοφιλέστερα κρασιά παγκοσμίως για το 2016.

**Νυχτέρι:** Αποτελεί το λευκό, ξηρό, υψηλόβαθμο(13,5%), παραδοσιακό παλαιωμένο κρασί της Σαντορίνης. Η ονομασία του προήλθε από τους αμπελοκαλλιεργητές, οι οποίοι τρυγούσαν τα σταφύλια το πρωί και τα επεξεργάζονταν αυθημερόν, με συνέπεια το πάτημα τους να γινόταν μέχρι αργά το βράδυ και όλη η κατεργασία τη νύχτα, όπου οι θερμοκρασίες είναι χαμηλότερες. Μια άλλη εκδοχή είναι ότι λόγω της ζέστης, ξεκινούσαν τα μάζεμα των σταφυλιών αργά τη νύχτα. Το πλούσιο Νυχτέρι του συνεταιρισμού (ΣΑΝΤΟ), είναι ιδανικό για τους λάτρεις του λευκού οίνου.

**Vinsanto:** Θα μπορούσε κανείς να πει ότι είναι το καμάρι του νησιού, καθώς αποτελεί ένα παραδοσιακό λιαστό κρασί ΟΠΑΠ Σαντορίνη με το μελί χρώμα, τις χρυσαφένιες ανταύγειες και το ιδιαίτερο άρωμα με συμπυκνωμένη γεύση ώριμων σύκων, σταφίδας, δαμάσκηνου κ.τ.λ. γίνεται από λιαστά σταφύλια τα οποία απλώνονται στον ήλιο για μια με δύο εβδομάδες. Ιδιαιτερότητα του κρασιού αυτού, είναι ότι όσο περισσότερο παλαιώνεται, τόσο ισορροπούν τα γλυκά του στοιχεία. Απόδειξη αυτής της πρακτικής είναι το παλαιωμένο Vinsanto του Αργυρού και το Vinsanto του Σιγάλα.

**Μαυροτράγανο:** Αν και το νησί δεν φημίζεται για τις ερυθρές του οινοποιήσεις, το Μαυροτράγανο έρχεται να κάνει την διαφορά και να εισάγει ένα νέο δυναμικό προϊόν στην αγορά. Παράγεται από σταφύλι με μικρές και πολύ νόστιμες ρόγες, πολλές τανίνες και ιδιαίτερη γεύση. Για το λόγω το ότι έχει έντονες τανίνες, χρειάζεται παλαίωση για να μαλακώσει, κάτι που το κάνει ιδιαίτερο. Ο Πάρις Σιγαλάς (παραγωγός) επιμένει σε αυτή την ποικιλία, διότι υπάρχει μόνο στη Σαντορίνη.

#### 5.1.4 ΟΙ ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ

Η Σαντορίνη είναι ίσως το πιο ιδιαίτερο νησί των Κυκλάδων, το οποίο είναι αξεπέραστο σε ομορφιά και διαφορετικότητα. Η Σαντορίνη αποτελεί ιδανική για όσους αναζητούν παραλίες πέραν από το συνηθισμένο. Τα ηφαιστειακά πετρώματα του νησιού, λόγω των πολλαπλών γεωλογικών ανακατατάξεων από τις εκρήξεις του ηφαιστείου, με το χαρακτηριστικό μαύρο χρώμα της άμμου που συναντά ο επισκέπτης στις περισσότερες παραλίες του νησιού δημιουργούν ένα κράμα παραλιών που δύσκολα θα βρει κανείς αλλού.



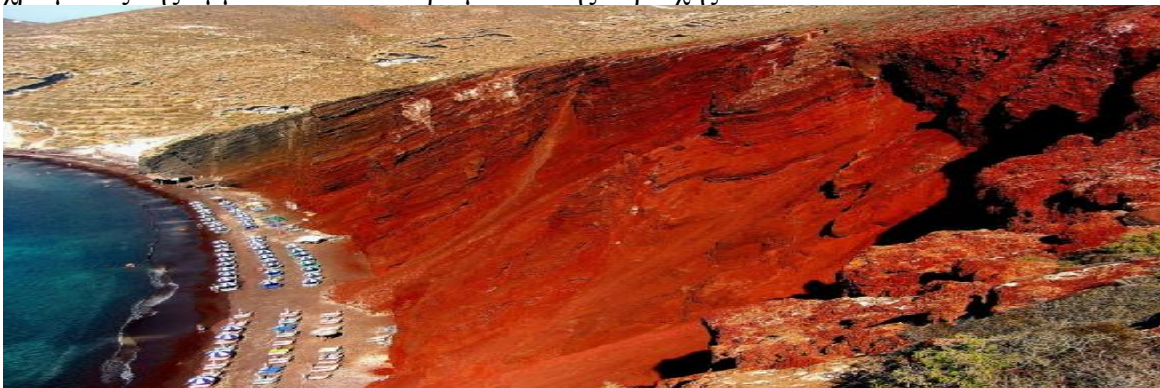
**Η παραλία Αρμένης:** Είναι ένας μικρός παραθαλάσσιος γραφικός οικισμός στο βορειοδυτικό τμήμα του νησιού, ακριβώς κάτω από την Οία και η πρόσβαση του εκεί πραγματοποιείται με καραβάκι, με τα πόδια από το Αμμούδι ή με γαϊδουράκι από την Οία κατεβαίνοντας 286 σκαλοπάτια. Η παραλία του είναι μικρή, με κόκκινους και μαύρους μεγάλους βράχους που είναι ορατοί μέσα από τα ιδιαίτερα βαθιά νερά, ιδανική για τους κολυμβητές που αναζητούν ξεχωριστές τοποθεσίες, καθώς μπορεί στην περιοχή εκείνη να βρει κανείς κέντρο καταδύσεων και μικρά παραδοσιακά ταβερνάκια.

**Μπαξέδες:** Η παραλία στους Μπαξέδες είναι από τις πιο γνωστές παραλίες της Οίας, καθώς είναι καλυμμένη με μαύρη ηφαιστειακή άμμο, όπως άλλωστε είναι οι περισσότερες του νησιού. Σπάνια θα δει κανείς πολύ κόσμο στην συγκεκριμένη παραλία γι' αυτό και προτιμάτε από οικογένειες με παιδιά και surfer. Έτσι, αποτελεί την καλύτερη επιλογή για όσους επιθυμούν ηρεμία και απόλυτη χαλάρωση. Βρίσκεται στο βόρειο τμήμα της Σαντορίνης και 11 χιλιόμετρα από τα Φηρά.



**Κολούμπος :** Ο Κολούμπος βρίσκεται πολύ κοντά στους Μπαξέδες και είναι μια απόμερη αμμώδης παραλία, η ομορφότερη της Οίας. Φτάνοντας κανείς στο Κολούμπο θα πρέπει να αφήσει το μεταφορικό του μέσο στο δρόμο και να κατέβει τον ψηλό βράχο που περικυκλώνει την παραλία από ένα στενό μονοπάτι. Κατεβαίνοντας, ο βράχος παρέχει φυσική σκιά από τον ήλιο, ενώ τα νερά είναι ζεστά μιας και στην περιοχή βρίσκεται ο πιο ενεργός υποθαλάσσιος κρατήρας του νησιού.

**Κόκκινη Παραλία:** Η Κόκκινη παραλία, βρίσκεται στο νοτιοδυτικό τμήμα του νησιού πολύ κοντά στο χωριό Ακρωτήρι. Αποτελεί μια από τις πιο γνωστές παραλίες του νησιού παρ' όλο που η πρόσβαση σε αυτή είναι πού δύσκολη. Ονομάστηκε έτσι λόγω του έντονου κόκκινου χρώματος της άμμου και των πετρωμάτων της περιοχής.



**Καμάρι:** Το Καμάρι είναι ένας μεγάλος παραθαλάσσιος οικισμός στο νοτιοανατολικό τμήμα της Σαντορίνης, με έντονη τουριστική κίνηση, λόγω του ότι απέχει λίγα χιλιόμετρα από το αεροδρόμιο του νησιού. Η παραλία του είναι τεράστια σε μήκος και σε πλάτος, με λεπτή μαύρη άμμο και χαλικάκι και νερό που βαθαιίνουν απότομα, καθώς είναι απόλυτα

οργανωμένη με ξαπλώστρες – ομπρέλες και τουριστικά μαγαζιά. Στο νότιο άκρο της παραλίας κυριαρχεί ένας ψηλός και απότομος βράχος, από τον οποίον πολλοί κάνουν βουτιές. Το Καμάρι συνιστάται κυρίως για οικογενειακές διακοπές.



**Μονόλιθος:** Βρίσκεται στα ανατολικά του νησιού ακριβώς ανάμεσα στο Βουρβούλο και στο Καμάρι και πρόκειται για την αγαπημένη παραλία των ντόπιων. Είναι μια μεγάλη σε μήκος παραλία με ψηλή μαύρη άμμο με πολύ ρηχά νερά και είναι αρκετά οργανωμένη με μέτρια τουριστική κίνηση. Στην περιοχή μπορεί να βρει κανείς πολλά παραδοσιακά ταβερνάκια.

**Περίσσα:** Η Περίσσα βρίσκεται στο νοτιοανατολικό τμήμα του νησιού, διαθέτει ότι μπορεί να ζητήσει ένας ταξιδιώτης που ψάχνει έντονη διασκέδαση μέρα και νύχτα και απευθύνεται κυρίως στους νεαρούς επισκέπτες. Είναι μια από τις μεγαλύτερες και πιο οργανωμένες παραλίες του νησιού, με μαύρη χοντρή άμμο, απότομα νερά, σχολή καταδύσεων, water park, εγκαταστάσεις και εκπαιδευτές για θαλάσσια σπορ, κάμπινγκ, beach bars, ξαπλώστρες, ομπρέλες, ξενοδοχεία, ταβέρνες, κλπ.



**Περίβολος:** Πρόκειται για μια παραλία η οποία είναι από τις ωραιότερες οργανωμένες παραλίες του νησιού, πολύ μεγάλη σε μήκος και πλάτος, με ψιλή άμμο και καθαρά βαθιά νερά. Αποτελεί τη συνέχεια της παραλίας της Περίσσας, στο νοτιοανατολικό τμήμα της Σαντορίνης. Έχει έντονη τουριστική κίνηση, ξαπλώστρες, ομπρέλες, beach bars με ταβερνάκια ακριβώς δίπλα στο κύμα και πολλές θαλάσσιες δραστηριότητες, αλλά παράλληλα είναι και ιδανική παραλία για χαλάρωση, αφού όσο απομακρύνεται ο επισκέπτης από τα μπαράκια βρίσκει την ηρεμία που επιθυμεί. Γι' αυτό το λόγο συνιστάται για όλους τους επισκέπτες.

**Βλυχάδα:** Η Βλυχάδα είναι η πιο ατμοσφαιρική παράλια του νησιού, αφού είναι μεγάλη σε μήκος, με κατάμαυρη χοντρή άμμο και πεντακάθαρα νερά που βαθαίνουν πολύ απότομα ενώ οι μεγαλειώδεις, ψηλοί, λευκοί βράχοι που την περιστοιχίζουν, της δίνουν τη σεληνιακή της

όψη. Εντοπίζετε στο νότιο τμήμα του νησιού, έχει εύκολη πρόσβαση, ενώ διαθέτει μια ήρεμη καντίνα για τα απολύτως απαραίτητα και ξαπλώστρες με ομπρέλες.



**Άσπρη Παραλία:** Πρόκειται για μία μικρή σε μήκος παραλία, με μαύρη άμμο και βότσαλα που περιβάλλεται από χαρακτηριστικά ψηλά λευκά βράχια, από όπου πήρε και το όνομά της και είναι ουσιαστικά η φυσική συνέχεια της Κόκκινης Παραλίας. Ο μοναδικός τρόπος για να φτάσει κανείς εκεί είναι με το καΐκι από την Κόκκινη Παραλία ή από την Περίσσα. Δεν διαθέτει ομπρέλες- ξαπλώστρες αλλά ούτε και καντίνα με τα απαραίτητα.

**Παλιά Καμένη:** Βρίσκεται βορειοανατολικά του νησιού της Παλιάς Καμένης, στον όρμο του Αγίου Νικολάου και είναι ιδιαίτερα μικρή. Η πρόσβαση γίνεται μόνο με καΐκι από τον Αθηνιό ή τα Φηρά. Αποτελεί συνέπεια της έκρηξης του ηφαιστείου, τα πετρώματα είναι κατάμαυρα και το τοπίο μαγευτικό και άγριο, ενώ τα νερά εδώ είναι κιτρινοπράσινα από το θειάφι και ιδιαίτερα ζεστά από τις θερμές πηγές της περιοχής. Υπάρχει η δυνατότητα να συνδυάσει κανείς τη βουτιά του στην Παλιά Καμένη με επίσκεψη στον κρατήρα στη Νέα Καμένη, όπου οργανώνονται καθημερινά τέτοιες εκδρομές.



## 5.1.5 ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΚΑΙ ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΤΗΣ

### ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ, ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Η Σαντορίνη συνδέεται με όλη την υπόλοιπη Ελλάδα, άλλα και με το εξωτερικό μέσω του αερολιμένα, ο οποίος βρίσκεται στην περιοχή του Μονόλιθου, αλλά και μέσω του λιμανιού της στην περιοχή του Αθηνιού.

Ο αερολιμένας ιδρύθηκε το 1972 από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, όπου το αρχικό μήκος του αεροδρομίου ήταν 1600 m. Η εκκίνηση έργων επέκτασης και αναβάθμισης του αεροδρομίου πραγματοποιήθηκε το 1975 και στα τέλη της δεκαετίας του '90 ο αεροσταθμός

αναβαθμίζεται ξανά και επεκτείνεται, ενώ το 2002 γίνεται η επέκταση του δαπέδου κατά 7.200 m<sup>2</sup> . Η επέκταση του αεροσταθμού ολοκληρώθηκε το 2003 κατά 1.400 m<sup>2</sup> , καθώς πραγματοποιήθηκε και η επέκταση του δαπέδου κατά 13.600 m<sup>2</sup> .

Το αεροδρόμιο του νησιού, βρίσκεται 7 χιλιόμετρα από τα Φηρά, σε υψόμετρο 40 μέτρων, με συντεταγμένες 36° 24' 01.36" N 025° 28' 43.36" E. Το δάπεδο στάθμευσης καλύπτει έκταση 36.000 m<sup>2</sup> και ο αεροσταθμός 3.700 m<sup>2</sup> . Η συνολική έκταση του οικοπέδου είναι 1.378 στρέμματα, όπου παρέχονται και καταστήματα Travel Value & Duty Free Shop, ATM, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και Καφέ-μπαρ.

Η Σαντορίνη συνδέεται αεροπορικά με Αθήνα – Θεσσαλονίκη, καθώς και με την Μύκονο, Ρόδο και το Ηράκλειο Κρήτης.

Ακτοπλοϊκώς συνδέεται με φεριμπότ από Πειραιά και Θεσσαλονίκη καθώς επίσης με Πάρο, Ίο, Μύκονο, Ανάφη, Νάξο, Σίκινο, Σύρο, Κίμωλο, Κύθνο, Μήλο, Σέριφο, Σίφνο, Τήνο, Φολέγανδρο, Αστυπάλαια, Κάρπαθο, Διαφάνι, Κάσο, Ρόδο, Χάλκη, Ηράκλειο Κρήτης, Σκιάθο, Σκύρο και Βόλο. Ενώ, με ταχύπλοα «Δελφίνια» συνδέεται με την Ραφήνα και όλα τα παραπάνω νησιά.

## **ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ**

Το κλίμα της Σαντορίνης είναι δροσερό λόγω των βορειοανατολικών ανέμων και ο χειμώνας είναι ήπιος με μέση θερμοκρασία 10ο C. Το χειμώνα οι βροχές είναι συχνές και σχεδόν ανύπαρκτες το καλοκαίρι.

Ο καιρός χαρακτηρίζεται από ζεστές μέρες με συνήθης απρόβλεπτες αλλαγές της θερμοκρασίας για τους μήνες Μάρτιο με Μάιο, οι μήνες Ιούνιος και Σεπτέμβριος χαρακτηρίζονται από ηλιόλουστες μέρες με μέτριες έως υψηλές θερμοκρασίες, ενώ οι καλοκαιρινοί μήνες Ιούλιος και Αύγουστος είναι οι θερμότεροι μήνες του έτους με ξηρό κλίμα και συχνά ψυχρό αέρα τα βράδια. Τέλος, για τους χειμερινούς μήνες Οκτώβρη με Φεβρουάριο οι θερμοκρασίες είναι χαμηλές με λογικές ποσότητες βροχόπτωσης.

<b>Μήνες</b>	<b>Διακυμάνσεις Θερμοκρασίας (°C)</b>
Δεκέμβριος- Ιανουάριος- Φεβρουάριος- Μάρτιος	8-15
Νοέμβριος-Απρίλιος- Μάιος	16-22
Ιούνιος- Ιούλιος-Αύγουστος	23-30

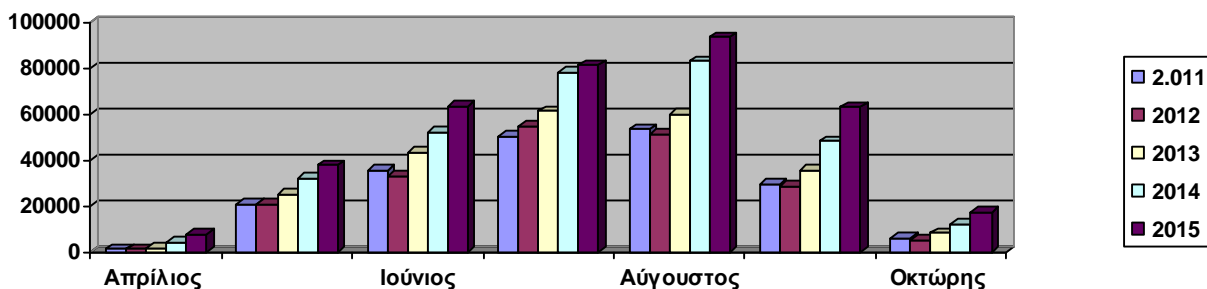
## **5.1.6 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ**

Είναι πλέον γεγονός, πώς η όμορφη Σαντορίνη αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα νησιά για της καλοκαιρινές περιόδους της Ελλάδας. Αυτό το διαπιστώνουμε και στις αφίξεις που δέχεται κάθε χρόνο το νησί. Συγκεκριμένα, το 2012 το νησί δέχτηκε 1.685.664 τουρίστες, από τους οποίους οι 833.489 έφτασαν με κρουαζιερόπλοια, 483.638 με πλοία της γραμμής, 167.064 με αεροπλάνα εσωτερικού, ενώ οι 201.473 έφτασαν με αεροπλάνα εξωτερικού από κάθε γωνιά του κόσμου. Για το 2013, μελέτη διαπίστωσε ότι οι αφίξεις ξεπέρασαν τον αριθμό του προηγούμενου έτους, με τον αριθμό των τουριστών να ανέρχεται στα 1.9 εκατομμύρια.

Ωστόσο, όσο περνάνε τα χρόνια παρατηρούμε συνεχή αύξησης, αφού το 2014 η Σαντορίνη πέτυχε μια από τις μεγαλύτερες ποσοστιαίες αφίξεις στη χώρα σε επίπεδο αεροπορικών αφίξεων. Συγκεκριμένα, οι αεροπορικές αφίξεις από το εξωτερικό αυξήθηκαν κατά 27%

φθάνοντας στις 310.433. Παρά το γεγονός των Capital Controls για το 2015 στην χώρα μας, το οποίο επηρέασε σε μέγιστο βαθμό την τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας, παρατηρείται και για αυτή τη χρονιά άνοδος στις αφίξεις. Ειδικότερα, στο 17% διαμορφώθηκε η μέση αύξηση στις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, στο αεροδρόμιο της Σαντορίνης, για το χρονικό διάστημα Απρίλιος – Οκτώβριος, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους.

Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει την εξέλιξη του αριθμού των αφίξεων επιβατών από το εξωτερικό στο αεροδρόμιο της Σαντορίνης κατά την τελευταία πενταετία.



Σύμφωνα με την SETE Intelligent, τα αναλυτικά στοιχεία για τις προγραμματισμένες αεροπορικές αφίξεις για την θερινή περίοδο του 2016 στην Σαντορίνη, ανέρχονται στον αριθμό των 510.492 τουριστών, γεγονός που σημειώνει μείωση κατά 15% αντίστοιχα με το προηγούμενο έτος.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι αναγνώστες του TripAdvisor κατέταξαν την Σαντορίνη στη δεύτερη θέση μεταξύ όλων των νησιών του κόσμου για το 2016.

Πιο συγκεκριμένα, η παγκόσμια κατάταξη διαμορφώνεται ως εξής:

1. Μάουι, Χαβάη
- 2. Σαντορίνη**
3. Τζαμάικα
4. Προβιντενσιάλες, Τερκς και Κέικος
5. Μπαλί, Ινδονησία
6. Μαγιόρκα, Βαlearίδες
7. Μαυρίκιος, Αφρική
8. Πουκέ, Ταϊλάνδη
9. Μπόρα Μπόρα
10. Φερνάντο ντε Νορόνια, Βραζιλία

Ενώ παίρνει την πρώτη θέση μεταξύ των νησιωτικών προορισμών της Ευρώπης, ενώ μέσα στην πρώτη δεκάδα συναντάμε την Κρήτη στην τέταρτη θέση και τη Ρόδο στην έκτη.

Η ευρωπαϊκή κατάταξη διαμορφώνεται ως εξής:

- 1. Σαντορίνη**
2. Μαγιόρκα, Βαlearίδες
3. Μαδέιρα, Νησιά Μαδέιρα
- 4. Κρήτη**
5. Τενερίφη, Κανάρια νησιά
- 6. Ρόδος**
7. Γκραν Κανάρια, Κανάρια νησιά
8. Κορσική, Γαλλία
9. Τζέρσεϋ, Νησιά Τσάνελ
10. Κάπρι, Επαρχία Νάπολης

Σημαντικό είναι επίσης να αναφέρουμε ότι στη Σαντορίνη, καταφτάνουν κάθε χρόνο χιλιάδες από Κινέζοι για να πραγματοποιήσουν τον γάμο τους και να δώσουν τον όρκο ζωής στο ρομαντικό αυτό νησί. Γεγονός που αποτέλεσε την δημιουργία πολλών γραφείων γάμων αλλά και κέντρων εκδηλώσεων. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι Κινέζοι τουρίστες πραγματοποιούν πλέον τις υψηλότερες δαπάνες από οποιαδήποτε άλλη εθνικότητα τουριστών. Το 2012 ξεπέρασαν τους Γερμανούς και τους Αμερικανούς, καθώς οι ταξιδιωτικές τους δαπάνες έφθασαν τα 102 δισ. δολάρια παρουσιάζοντας αύξηση κατά 40% σε σχέση με το 2011. Η αύξηση των Κινέζων στην Σαντορίνη, κατά την γνώμη του προέδρου της ένωσης ξενοδοχείων του νησιού Μανώλη Καραμολέγκο, οφείλεται έμμεσα από την κινεζική ταινία «Πεκίνο ιστορία αγάπης», η οποία γυρίστηκε στη Σαντορίνη.

### 5.1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ

**Santorini Experience** : Η εφαρμογή αυτή δημιουργήθηκε από μία έμπειρη ομάδα ταξιδιωτικών αρθογράφων εκ των οποίων ο ένας, ο οποίος επιμελείται της ομάδας, είναι ο κορυφαίος ταξιδιωτικός αρθογράφος και ερευνητής Γιάννης Ντρενογιάννης. Πρόκειται για μία εφαρμογή-τουριστικό οδηγό που αξίζει να την κατεβάσει ο κάθε επισκέπτης της Σαντορίνης που διαθέτει στο κινητό του λειτουργικό σύστημα iOS ή Android. Ο πρωτότυπος σχεδιασμός και οι αναβαθμισμένες λειτουργίες της, καθώς και η συνεχής ανανέωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου της καθιστούν την εφαρμογή ιδιαίτερα χρηστική για τους τουρίστες του νησιού. Μέσω αυτής, ο επισκέπτης μπορεί να ανακαλύψει όλα τα μυστικά του ηφαιστειογενούς νησιού διαβάζοντας αναλυτικά κείμενα με χρηστικές πληροφορίες καθώς και βλέποντας φωτογραφίες και βίντεο που αποτυπώνουν το νησί και που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για την εφαρμογή. Επίσης, η εφαρμογή, δίνει προτάσεις για δεκάδες σημεία ενδιαφέροντος όπως και για διαμονή, διασκέδαση, φαγητό και αγορές. Επιπλέον, όλα τα σημεία ενδιαφέροντος απεικονίζονται χρωματικά στον ειδικά σχεδιασμένο χάρτη του νησιού. Η εφαρμογή μπορεί να συνδεθεί άμεσα με κάποια γνωστά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επίσης δίνεται η δυνατότητα διαμοίρασης περιεχομένου μέσω e-mail. Ένα προνόμιο της εφαρμογής είναι ότι λειτουργεί και χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο. Τέλος, το μεγαλύτερο προνόμιο της που την κάνει να ξεχωρίζει από όλες τις υπόλοιπες εφαρμογές που είναι τουριστικοί οδηγοί, είναι ότι διαθέτει την λειτουργία επαυξημένης πραγματικότητας (Augment Reality) που σημαίνει ότι ο χρήστης με την ενεργοποίηση της κάμερας του κινητού τηλεφώνου του και με την εστίαση αυτής προς ένα σημείο εμφανίζονται στην οθόνη του όλα τα επίλεκτα σημεία ενδιαφέροντος με βάση τη μέτρηση απόστασης. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι η από τις πρώτες ελληνικές εφαρμογές που χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη τεχνολογία.



**Santorini Greece (by Web Gap Agency)**: Πρόκειται για ακόμα μία εφαρμογή-τουριστικό οδηγό που απευθύνεται συγκεκριμένα στους τουρίστες της Σαντορίνης. Το προνόμιο της είναι ότι διατίθεται σε δύο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά οπότε είτε χρησιμοποιείται από Έλληνες που δε γνωρίζουν καλά αγγλικά είτε από ξένους που επισκέπτονται τη χώρα μας και πιο συγκεκριμένα τη Σαντορίνη είναι ιδιαίτερα χρηστική. Περιέχει πληροφορίες για

διασκέδαση, φαγητό, καφέ-ποτό, διαμονή, σπορ, δραστηριότητες, αρχαιολογικούς χώρους, παραλίες, γκαλερί και άλλα σημεία ενδιαφέροντος καθώς και πληροφορίες για τοπικά προϊόντα και κρασιά, μαγαζιά και επιχειρήσεις, μεσιτικά γραφεία, ταξιδιωτικές πληροφορίες και πολλά άλλα.

Επίσης, δίνει πληροφορίες για όλους τους οικισμούς, τα χωριά και τις περιοχές του νησιού. Τέλος, όσον αφορά τις πληροφορίες που παρέχονται σχετικά με τη διαμονή, υπάρχει ένα εύρος καταλυμάτων όλων των τύπων και κατηγοριών όπως είναι οι πολυτελείς βίλες, τα διαμερίσματα, η παραδοσιακή διαμονή και πολλά άλλα. Διατίθεται για συσκευές με λειτουργικό σύστημα Android ή iOS.



**BeMap Santorini** : Πρόκειται για μία δωρεάν εφαρμογή χαρτογράφησης συγκεκριμένα για το νησί της Σαντορίνης. Μέσω αυτής ο χρήστης-επισκέπτης μπορεί να βρει το δρόμο του με μεγάλη ευκολία μιας και προσφέρει γρήγορη πλοήγηση με ένα μεγάλο εύρος απλών, κατανοητών και χρηστικών πληροφοριών σχετικά με τις γεωγραφικές θέσεις ξενοδοχείων, εστιατορίων, αξιοθέατων και άλλων σημείων ενδιαφέροντος. Επίσης, για την ευκολότερη διαχείριση της εφαρμογής οι δημιουργοί της έχουν αναπτύξει ένα αναδιπλούμενο( ή αλλιώς αναπτυσσόμενο) μενού ώστε οι πληροφορίες που μπορεί να ζητάει ο χρήστης να είναι οργανωμένες και εύκολες στην αναζήτηση και την εύρεσή τους. Όταν ο χρήστης κάνει αναζήτηση, μπορεί είτε να πατήσει μία λέξη κλειδί και να του εμφανιστούν όλα τα πιθανά σημεία μαζί με κείμενο επεξήγησης ή σε λίγες περιπτώσεις χωρίς κείμενο εάν δεν υπάρχει κάτι ουσιώδες να ειπωθεί για το σημείο, είτε να ψάξει ανά κατηγορία(πχ. Ξενοδοχεία, Οδοί, Εμπορικά Κέντρα, Εστιατόρια κτλ). Τέλος, μόλις ο χρήστης ανακαλύψει ακριβώς το σημείο που τον ενδιαφέρει και πατήσει συγκεκριμένα πάνω του, εμφανίζονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζεται σε μία νέα «καρτέλα». Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη για λειτουργικά συστήματα iOS και Android.



**Aegean Divers-Santorini** : Πρόκειται για μία εφαρμογή που απευθύνεται σε τουρίστες που πέρα από όλα τα υπόλοιπα που θα θέλανε να δούνε στο όμορφο νησί της Σαντορίνης, θα θέλανε να γνωρίσουν και να ανακαλύψουν τα πλούτη και τα κάλλη που κρύβει ο βυθός της. Το Aegean Divers Dive Center είναι ένα καταδυτικό κέντρο το οποίο έχει πολύ καλές κριτικές από τους επισκέπτες του. Το μοναδικό χαρακτηριστικό της εφαρμογής είναι ότι επιτρέπει στους χρήστες να βρουν αναλυτικές πληροφορίες για 25 διαφορετικές καταδυτικές περιοχές στο νησί και οι πληροφορίες αυτές σχετίζονται με την πρόσβαση, τα βασικά χαρακτηριστικά της περιοχής κατάδυσης, την ποιότητα, τον τύπο κατάδυσης, τους κινδύνους που υπάρχουν κτλ. Επίσης υπάρχει και χάρτης που δείχνει τις συγκεκριμένες αυτές περιοχές. Επιπλέον, η εφαρμογή έχει ένα τμήμα που προσφέρει πληροφορίες σχετικά με τα διάφορα μαθήματα καταδύσεων που μπορεί να κάνει ο χρήστης, ανάλογα με το επίπεδο στο οποίο βρίσκεται, καθώς και για τις καταδύσεις από σκάφος που μπορεί να κάνει. Τέλος, υπάρχει μία ποικιλία φωτογραφιών και βίντεο που αναδεικνύουν μερικές από τις όμορφες περιοχές κατάδυσης της Σαντορίνης.



**Santorini Heritage Villas (SH Villas)** : Πρόκειται για μία εφαρμογή αναζήτησης καταλύματος αλλά όχι με τη μορφή που το γνωρίζουμε. Εστιάζει σε κοινό (τουρίστες) που θέλει να ζήσει την απόλυτη χαλάρωση και απόλαυση σε ένα πραγματικά αυθεντικό περιβάλλον γεμάτο ιστορία και κουλτούρα. Υπάρχει μία όμορφη τοποθεσία του νησιού όπου είναι συγκεντρωμένες κάποιες ιστορικές βίλλες και αρχοντικά τα οποία είναι προσεκτικά ανακαινισμένα αλλά πάντα με τα πρότυπα της αυθεντικής μορφής τους, στα οποία έχουν προστεθεί σύγχρονες πολυτέλειες όπως είναι οι ιδιωτικές πισίνες. Η τοποθεσία αυτή είναι κοντά στα σημαντικότερα τουριστικά αξιοθέατα του νησιού καθώς και στις καλύτερες παραλίες. Θα μπορούσε κανείς να πει ότι είναι μία υπηρεσία πολυτελείας. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη για iOS και Android.



**Santorini Exclusive – Hotel & Villas** : Πρόκειται για μία εφαρμογή-τουριστικό οδηγό που ουσιαστικά δημιουργήθηκε από τους συγγραφείς του ξένου περιοδικού Santorini Today. Μάλιστα, υπάρχει ομάδα στο Facebook που ονομάζεται Santorini Today- Santorini Exclusive Hotel & Villas. Κατεβάζοντας την συγκεκριμένη εφαρμογή ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εντοπίσει το ιδανικό κατάλυμα για τις διακοπές του στη Σαντορίνη σε πολυτελή ξενοδοχεία και βίλλες, όπως και τις ομορφότερες παραλίες, τα μουσεία, τα γκαλερί τέχνης, τις δραστηριότητες ψυχαγωγίας, τα μπαράκια, τα καταστήματα, τα εστιατόρια κτλ. Επίσης μπορεί να βρει πακέτα περιήγησης στα αξιοθέατα, ακόμα και τα σημεία που έχουν καλύτερα τοπικά κρασιά. Η εφαρμογή προτείνει ακόμα και που θα είναι το καλύτερο σημείο για το μήνα του μέλιτος κτλ. Είναι ένας πλήρης τουριστικός οδηγός και το μόνο σίγουρο είναι ότι θα κάνει ακόμα και αυτούς που δεν σκέφτηκαν ποτέ ταξίδι στο νησί της Σαντορίνης να το προγραμματίσουν.



**Santorini Wallpapers** : Πρόκειται για ακόμα μία εφαρμογή που προσπαθεί να αναδείξει τα κάλλη του μαγευτικού νησιού. Μέσω αυτής ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να δει φωτογραφίες υψηλής ευκρίνειας με τα πιο όμορφα μέρη που η Σαντορίνη. Δεν είναι τουριστικός οδηγός ούτε προσφέρει κάποιες παραπάνω δυνατότητες πέρα από το να ρυθμιστούν οι εικόνες αυτές ως φόντο, να τις κατεβάσει ο χρήστης στο κινητό του ή να τις μοιραστεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά σίγουρα στην περίπτωση αυτή ισχύει το 1 εικόνα 1000 λέξεις.



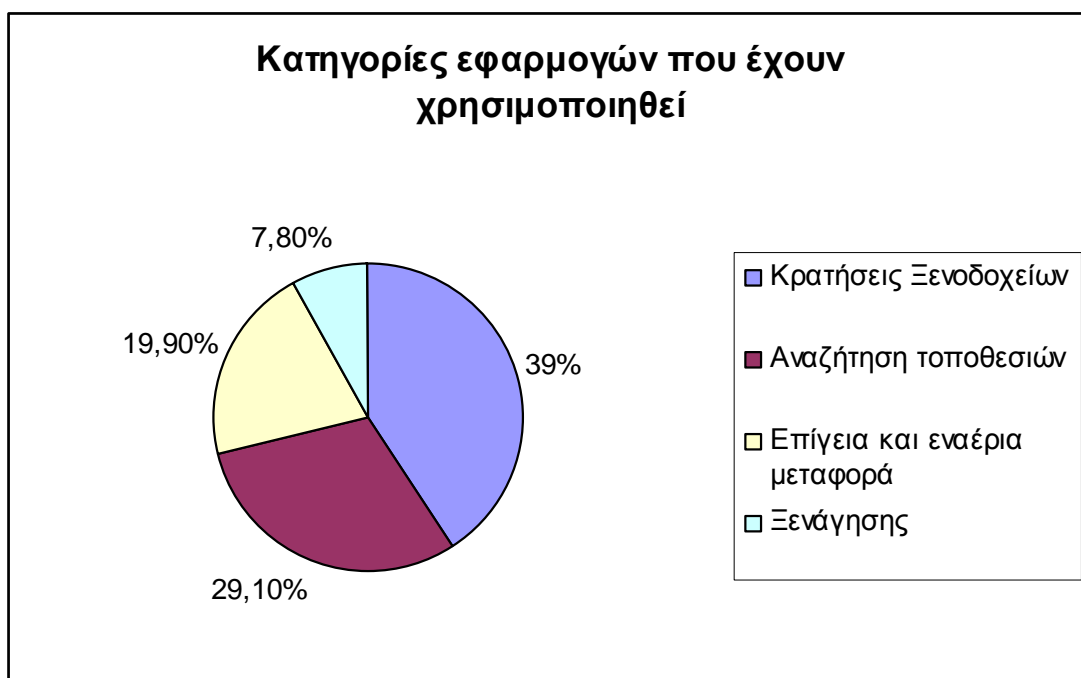
## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Με βάση τα όσα αναφέραμε παραπάνω, είναι πλέον γεγονός πως η Σαντορίνη, ειδικά για την καλοκαιρινή της περίοδο, αποτελεί ένα ιδανικό μέρος για να πραγματοποιήσει κανείς τις διακοπές του. Έχει έναν μοναδικό χαρακτήρα που δεν μπορεί να συγκριθεί με κανέναν άλλον προορισμό παγκοσμίως, αφού πέρα από την ομορφιά και τα μαγευτικά τοπία που διαθέτει, παρέχει επαρκής δραστηριότητες και αρκετά ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με τις κινητές εφαρμογές που διαθέτει, συμπεραίνουμε πως δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη της να γνωρίσει το νησί καλύτερα και να πληροφορηθεί για οτιδήποτε τον ενδιαφέρει ακόμα και πριν την άφιξη του σε αυτό.

## 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

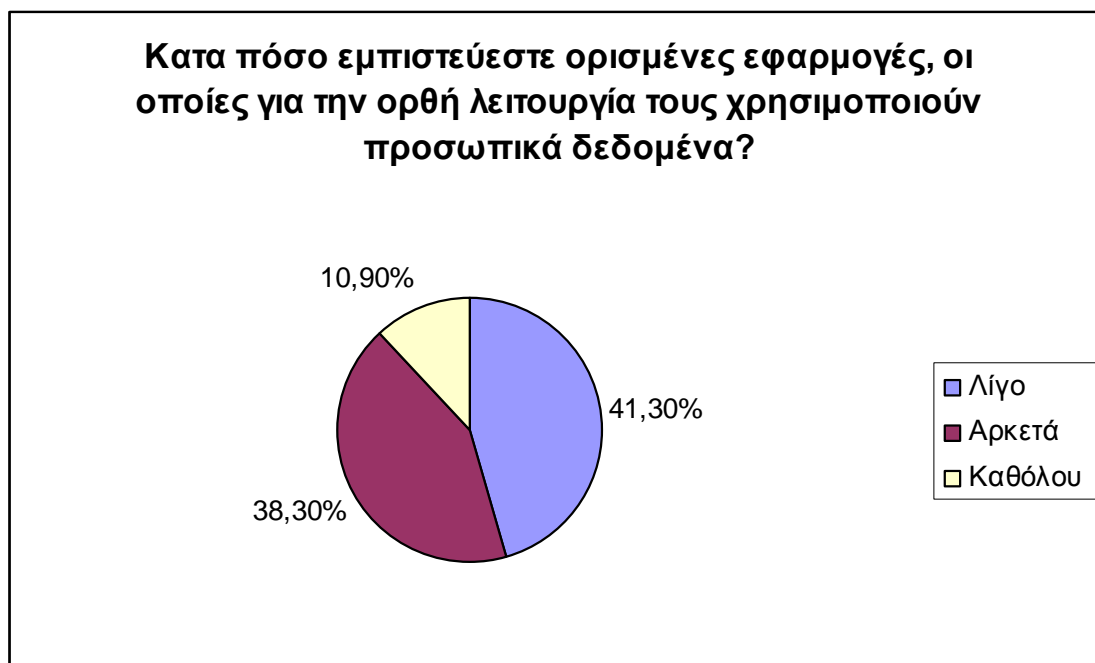
Με αφορμή το κύριο θέμα της πτυχιακής μας εργασίας, πραγματοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με θέμα τη χρήση τουριστικών εφαρμογών κινητών τηλεφώνων και με σκοπό να κατανοήσουμε εάν ο κόσμος γνωρίζει την εξέλιξη της κινητής τεχνολογίας στον τουρισμό. Οι ερωτήσεις που τέθηκαν ήταν απλές και κατανοητές και βασίστηκαν κυρίως σε ήδη υπάρχουσες έρευνες με θέμα την χρήση κινητών εφαρμογών στον τουρισμό. Το ερωτηματολόγιο δέχτηκε διακόσες απαντήσεις από τις 20 έως τις 25 Μαΐου, ενώ παρουσιάστηκε και απαντήθηκε από το κοινό το οποίο χρησιμοποιεί το Facebook. Το φύλλο το οποίο συμμετείχε περισσότερο στην έρευνα ήταν το γυναικείο, με μικρή διαφορά (53,7%), ενώ οι ηλικίες βάση των αποτελεσμάτων κυμαίνονται με διαφορά μεταξύ 18-25 και ύστερα ακολουθούν οι ηλικίες 26 έως 30.

Από τους διακόσιους ερωτηθέντες, στην πρώτη και κύρια ερώτηση εάν γνωρίζουν ότι υπάρχουν εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας στον τουρισμό, το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 86,6% απάντησε θετικά, ενώ μόνο το 13,4% αρνητικά. Από αυτούς, το 64,7% έχει χρησιμοποιήσει κάποια κινητή εφαρμογή τουρισμού, με τις κρατήσεις των ξενοδοχείων να κυριαρχούν στην πρώτη θέση με 39%, την αναζήτηση τοποθεσιών να έρχεται δεύτερη με 29,1%, την επίγεια και εναέρια μεταφορά να ακολουθεί με 19,9% και τελευταίες οι εφαρμογές ξενάγησης με 7,8%.



Στην ερώτηση, εάν έχουν χρησιμοποιήσει κινητή εφαρμογή για έναν συγκεκριμένο προορισμό, η απάντηση ήταν θετική με 77,1%, από τους οποίους το 54,4% χρησιμοποίησε εφαρμογή για έναν εσωτερικό προορισμό, ενώ το 45,6% για έναν εξωτερικό. Με βάση την έρευνά μας, το μεγαλύτερο ποσοστό έμεινε ικανοποιημένο από την χρήση της εφαρμογής, ενώ κάποιοι άλλοι έμειναν πολύ ή ακόμα και πάρα πολύ ευχαριστημένοι. Όλοι, ακόμα και εκείνοι που δεν έχουν χρησιμοποιήσει κινητή εφαρμογή τουρισμού, απάντησαν θετικά στην ερώτηση εάν θα χρησιμοποιούσαν εφαρμογή στο κινητό τους τηλέφωνο για το ταξίδι τους. Όσον αφορά τις εφαρμογές που απαιτούν προσωπικά δεδομένα, το μεγαλύτερο ποσοστό τις εμπιστεύεται λίγο, ενώ κάποιοι αρκετά ή και καθόλου.

**Κατα πόσο εμπιστεύεστε ορισμένες εφαρμογές, οι οποίες για την ορθή λειτουργία τους χρησιμοποιούν προσωπικά δεδομένα?**



Οι εφαρμογές όπως είναι η Trivago, Booking.com και TripAdvisor είναι εκείνες που κυριαρχούν στην ερώτηση για το ποιες εφαρμογές γνωρίζουν, ενώ δεχτήκαμε αρκετές απαντήσεις όπου υποστηρίζουν πως δεν γνωρίζουν καμία. Στην ερώτηση για το ποιες εφαρμογές έχουν χρησιμοποιήσει, κυριαρχούν αντίστοιχα οι δημοφιλέστερες εφαρμογές που προαναφέραμε. Δηλαδή: Trivago, Booking.com και η TripAdvisor.

Το 77,6% των ερωτηθέντων πραγματοποιεί ένα με τρία ταξίδια ετησίως, ιδιαίτερα το καλοκαίρι, με σκοπό την αναψυχή κατά κύριο λόγο και έπειτα για επαγγελματικούς λόγους.

## **6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της έρευνας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι εφαρμογές της κινητής τηλεφωνίας στον τουρισμό είναι μια συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία, η οποία με την πάροδο των χρόνων δυναμώνει, παρότι είναι ακόμα αδύναμη στην Ελλάδα.

Δεδομένου τα όσα προαναφέραμε, ο κόσμος είναι πρόθυμος στο να αντλεί ευκολότερα πληροφορίες μέσω της κινητής τεχνολογίας, μιας και είναι πλέον απαραίτητη στη σημερινή εποχή, παρότι του λείπει η ενημέρωση. Αυτό που παρατηρήσαμε ιδιαίτερα είναι ότι η κινητή τεχνολογία και ειδικά οι εφαρμογές της στον τουρισμό χρησιμοποιούνται περισσότερο από άτομα νεαρής ηλικίας. Σύμφωνα με τις εφαρμογές που παρουσιάσαμε στο τέταρτό μας κεφάλαιο, γίνεται αντιληπτό πως υπάρχουν άπειρες εφαρμογές, οι οποίες μπορούν να πραγματοποιήσουν ακόμα και κράτηση σε ένα εστιατόριο, κάτι το οποίο δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα γνωστό στο ελληνικό κοινό βάσει των αποτελεσμάτων. Η χρήση των κινητών εφαρμογών του τουρισμού αναμένεται να έχει ραγδαία ανάπτυξη στην χώρα μας, καθώς η πραγματοποίηση των ταξιδιών (βάση αποτελεσμάτων) και η εξέλιξη της κινητής τεχνολογίας δεν σταματούν ποτέ. Είναι μια ανερχόμενη τάση, η οποία έχει σκοπό να παραμείνει και να αναπτυχθεί μελλοντικά στην Ελλάδα. Η έρευνα, πέρα από το ότι προσφέρει στον αναγνώστη την ενημέρωση (ακόμα κι αν δεν είναι γνώστης) για την ύπαρξη των κινητών εφαρμογών του τουρισμού, μας δίνει την δυνατότητα να κατανοήσουμε πως η χρήση τους έχει αυξηθεί συγκριτικά με το παρελθόν. Με βάση τα όσα προαναφέραμε, οφείλουμε να πούμε πως τα αποτελέσματα της έρευνάς μας, επαληθεύουν τις προηγούμενες έρευνες που έχουν ασχοληθεί με το συγκεκριμένο θέμα.

## 7 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ/ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τα όσα αναγράφονται, συμπεραίνουμε πως είναι πλέον αναμφισβήτητο το γεγονός, πως ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Χάρη στον πολυμορφικό του χαρακτήρα, είναι σε θέση να καλύψει όλων των ειδών τις ανάγκες, ανεξαρτήτου την εποχιακή περίοδο, αφού η επιθυμία του ανθρώπου για αλλαγή παραστάσεων και ανακάλυψη νέων τόπων, ήθη και εθίμων δεν σταματούν ποτέ. Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί την κυρίαρχη βιομηχανία της χώρας μας, εφόσον οι αφίξεις των τουριστών, ιδιαίτερα για την καλοκαιρινή περίοδο έχουν ξεπεράσει ακόμα και τα 26. εκατομμύρια, σύμφωνα με τον πρόεδρο του ΣΕΤΕ.

Όσον αφορά την τεχνολογία, οφείλουμε να πούμε πως συνέβαλλε άμεσα στην προώθηση και στην εξέλιξη του τουρισμού, αφού η ανάπτυξή της επηρέασε σε μέγιστο βαθμό τον τρόπο με τον οποίον πραγματοποιεί κανείς ένα ταξίδι. Πέρα από το ότι προσφέρει άμεσα πληροφορίες, από τις οποίες μπορεί να ενημερωθεί με ασφάλεια κανείς, έφερε πιο κοντά τον πελάτη με τις τουριστικές επιχειρήσεις, έτσι ώστε να προσωποποιηθούν οι σχέσεις. Η τεχνολογία, και ιδιαίτερα το διαδίκτυο, έχουν επηρεάσει σημαντικά και ιδιαίτερα την σημερινή εποχή, τον τρόπο με τον οποίον θα ορίσει κανείς την τελική του απόφαση.

Η κινητή τεχνολογία, αν και η ανάπτυξή της έχει κορυφωθεί τα τελευταία χρόνια, μπορεί να ορισθεί ως μια από τις καθημερινές μας ανάγκες στην εποχή που διανύουμε. Οι Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές έχουν αντικατασταθεί από τα λεγόμενα Smartphone's (έξυπνα τηλέφωνα) ή Tablets, αφού τα οφέλη που προσφέρουν είναι ίδια, ή ακόμα και καλύτερα όσον αφορά τον τουρισμό. Ο προσωπικός υπολογιστής, πέρα από το ότι είναι εύκολος και διασκεδαστικός στην χρήση του, παρέχει σύμφωνα με την τεχνολογία όλες εκείνες τις πληροφορίες που επιθυμεί ο χρήστης, οπουδήποτε κι αν βρίσκεται.

Οι εφαρμογές, οι οποίες αναπτύχθηκαν στα κινητά τηλέφωνα και αναφέρονται ιδιαίτερα στον τουρισμό είναι αμέτρητες. Ο χρήστης μπορεί να επωφεληθεί μέσω αυτών αφού μπορεί να πραγματοποιήσει κρατήσεις σε ξενοδοχεία, αεροπλάνα, εστιατόρια, πλοία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, να οργανώσει το ταξίδι του, να ξεναγηθεί σε μουσεία μόνο με την χρήση του κινητού τηλεφώνου του, να ενημερωθεί για τα τηλέφωνα σε περίπτωση ανάγκης και φυσικά να επικοινωνεί με άλλους ανθρώπους, όπου κι αν βρίσκονται, μέσω των ειδικών εφαρμογών και την βοήθεια του διαδικτύου χωρίς χρέωση. Ωστόσο, αυτό που μας έκανα εντύπωση και είναι άξιο παρατήρησης, είναι πως εντοπίσαμε περισσότερες εφαρμογές για τουριστικούς προορισμούς απ' ότι για κρατήσεις σε ξενοδοχεία ή αεροπορικών εισιτηρίων. Επίσης, πολλές ήταν και οι εφαρμογές χαρτογράφησης- πλοήγησης, σε σχέση με τις εφαρμογές ξενάγησης ή τις εφαρμογές έκτακτης ανάγκης. Στην χώρα μας, παρατηρούμε πως σε σύγκριση με το εξωτερικό οι τουριστικές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων εισάγονται με χαμηλότερους ρυθμούς στην αγορά.

Σύμφωνα με τους καλοκαιρινούς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδος, συμπεραίνουμε ότι οι αφίξεις των τουριστών στα νησιά μας, είναι ιδιαίτερα αυξημένες αφού οι μαγευτικές παραλίες, τα παραδοσιακά σπίτια, τα όμορφα σοκάκια, το μοναδικό κλίμα και ο φιλόξενος λαός μας αποτελούν τα βασικά κίνητρα. Ειδικά τα νησιά, όπως είναι η Σαντορίνη, η οποία ήταν και η Μελέτη Περίπτωσής μας, οδηγούν στο αποτέλεσμα πως οι δυνατότητες και τα κάλλη που προσφέρει στον τουρίστα, την κατατάσσει στους δημοφιλέστερους προορισμούς παγκοσμίως. Επίσης, ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να οργανώσει τις διακοπές του στο

μαγευτικό αυτό νησί, ακόμα και πριν την άφιξη του σε αυτό, μέσω των κινητών εφαρμογών που προσφέρει. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, συμπεραίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του ελληνικού κοινού είναι γνώστης και χρήστης των δημοφιλέστερων κινητών εφαρμογών του τουρισμού, ενώ ορισμένοι από αυτούς που δεν γνωρίζουν την ύπαρξη αυτών, είναι πρόθυμοι στο να χρησιμοποιήσουν μελλοντικά τέτοιου είδους εφαρμογές.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Σύμφωνα με τα όσα συμπεραίναμε, κατανοούμε πως υπάρχουν κάποια προβλήματα, τα οποία θα μπορούσαν να βελτιστοποιηθούν. Όπως αναφέραμε και στο πρώτο μας κεφάλαιο μια σημαντική αδυναμία του Ελληνικού τουρισμού αποτελεί το γεγονός ότι δέχεται τουρίστες κυρίως την καλοκαιρινή περίοδο και όχι τόσο τις υπόλοιπες περιόδους του χρόνου. Για την προσέγγιση και την άφιξη των τουριστών τόσο τον χειμώνα, όσο και όλες τις εποχές του χρόνου, θα βοηθούσε σημαντικά η πραγματοποίηση και η δημιουργία νέων υποδομών, καθώς και καλύτερων ή πιο οργανωμένων μεταφορικών μέσων. Επίσης, θα μπορούσαν να κρατήσουν την προώθηση των καλοκαιρινών προορισμών σε ένα σταθερό επίπεδο, έτσι ώστε να μπορούν να εστιάσουν και να δυναμώσουν την προώθηση και την διαφήμιση των προορισμών που αφορούν τις υπόλοιπες εποχές. Επιπλέον, θα μπορούσαν να προσεγγίσουν τον τουρίστα με διάφορα οικονομικά πακέτα διακοπών ή εκδρομών, τα οποία θα συμπεριλαμβάνουν την ξενάγηση, την διαμονή και την μεταφορά τους.

Όσον αφορά την τεχνολογία στην Ελλάδα, και ιδιαίτερα στις τουριστικές επιχειρήσεις της, παρατηρήσαμε πως είναι ακόμα αδύναμες στην χρήση κάποιων συστημάτων από τα οποία πέρα από το ότι μπορούν να επωφεληθούν οικονομικά, θα μπορούσαν να επωφεληθούν και κοινωνικά. Για την ενημέρωση, αλλά και για την χρήση αυτών, θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν Σεμινάρια, τα οποία θα αναφέρονται αποκλειστικά στους επιχειρηματίες και στο προσωπικό τους.

Η κινητή τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς, ακόμα και στη σημερινή εποχή στην χώρα μας. Τα προβλήματα τα οποία συμπεράναμε από τα παραπάνω, είναι πως η χρήση των κινητών τηλεφώνων λειτουργεί παραδοσιακά, ιδιαίτερα από την μέση ηλικία και πάνω. Για να υλοποιηθεί αυτό το πρόβλημα, θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν συσκέψεις από ομάδες εξειδικευμένων ατόμων, έτσι ώστε να ενημερωθούν για τις παραπάνω χρήσεις που μπορεί να τους προσφέρει ένα κινητό τηλέφωνο.

Σύμφωνα με τις κινητές εφαρμογές του τουρισμού, παρουσιάστηκε επίσης η ίδια αδυναμία ακόμα και σε άτομα νεαρής ηλικίας. Για την χρήση των εφαρμογών αυτών, θα μπορούσαν να πραγματοποιούνται σταδιακά ερωτηματολόγια με βάση αυτό το θέμα, έτσι ώστε να αντιλαμβανόμαστε την εξέλιξη τους, να δημιουργούνται περισσότερες και έμπιστες κινητές εφαρμογές τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και να δυναμωθεί η προώθηση και η προβολή αυτών.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

[http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2375/log2013\\_00032.pdf?sequence=1](http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2375/log2013_00032.pdf?sequence=1) Πρόσβαση την 6<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 17:25

<http://83.212.168.57/jspui/bitstream/123456789/520/1/022013332.pdf> Πρόσβαση την 8η Φεβρουαρίου 2016 13:47

<http://kypseli.ouc.ac.cy/bitstream/handle/11128/1533/%CE%A4%CE%A1%CE%91-%CE%A7%CE%A1%CE%97-2014-00139.pdf?sequence=1> Πρόσβαση την 12<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 10:13

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/KamariotiAthina/attached-document-1375857318-127591-861/KamariotiAthina2013.pdf> Πρόσβαση την 16η Φεβρουαρίου 2016 12:17

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse2/sdo/log/2010/XanthoudakiEirini,FellaMaria/attached-document-1275296357-277594-3873/Xanthoudaki2010.pdf> Πρόσβαση την 17η Φεβρουαρίου 2016 16:50

[http://www.samos-dialogos.gr/c/document\\_library/get\\_file?p\\_l\\_id=24552&folderId=24568&name=DLFE-1807.pdf](http://www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLFE-1807.pdf) Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 22:35

<http://daphne.aegean.gr/~tsta/Conference-papers/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CF%89%CE%BD%20%CE%BC%CE%B9%CE%B1%20%CE%B4%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CF%84%CF%85%CF%83%CF%83%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B7%20%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%95%CF%85%CF%81%CF%8E%CF%80%CE%B7%20%CE%B7%20%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CF%80%CF%84%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%91%CE%B8%CE%AE%CE%BD%CE%B1%CF%82.pdf> Πρόσβαση την 24<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 18:06

<http://apothesis.teicm.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/195/kalaitzis.pdf?sequence=1> Πρόσβαση την 26<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 19:25

<http://www.fortunegreece.com/photo-gallery/pio-touristikos-polis-tou-kosmou-gia-2014/#5> Πρόσβαση την 27<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 09:33

[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekToursmHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekToursmHotels2013.pdf) Πρόσβαση την 1η Μαρτίου 2016 11:13

<http://www.rodiki.gr/article/301741/h-ellada-sthn-prwth-pentada-twn-dhmofilesterwn-proorismwn-gia-diakopes-to-2015> Πρόσβαση την 2η Μαρτίου 2016 12:24

<http://www.iefimerida.gr/news/170614/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9->

[%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%85%CF%86%CE%B1%CE%AF%CE%BF%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CE%AF-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF-2014-%CF%80%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%B1%CF%82](#) Πρόσβαση την 4<sup>η</sup> Μαρτίου 2016 20:17

<http://pswnio.gr/archives/16002> Πρόσβαση την 8η Μαρτίου 2016 15:54

[http://www.ekdd.gr/ekdda/files/ergasies\\_esdd/15/6/727.pdf](http://www.ekdd.gr/ekdda/files/ergasies_esdd/15/6/727.pdf) Πρόσβαση την 10η Μαρτίου 2016 21:16

[http://libkas.teiko.gr/2010/ptyxiakes/TSIRAKIS\\_XARALAMPOS.pdf](http://libkas.teiko.gr/2010/ptyxiakes/TSIRAKIS_XARALAMPOS.pdf) Πρόσβαση την 11η Μαρτίου 2016 13:45

<http://traveldailynews.gr/pdf/Epth3/NikosTheoharis.pdf> Πρόσβαση την 14η Μαρτίου 2016 16:26

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%83%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AE%CF%82> Πρόσβαση την 16<sup>η</sup> Μαρτίου 2016 14:10

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/acfi/2014/VasilakakisKonstantinos/attached-document-1404750574-742347-12036/VasilakakisKonstantinos2014.pdf> Πρόσβαση την 18η Μαρτίου 2016 15:17

<http://www.net360.gr/el/solutions/online-booking/channel-connectivity.html> Πρόσβαση την 20η Μαρτίου 2016 08:18

<http://epixeirein.gr/2008/04/04/crm-epixeirisi/> Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Μαρτίου 2016 12:40

<http://www.chania-cci.gr/website/images/stories/epixeirimatikohta/odigos-diaxeirisis-pelateiakwn-sxesewn.pdf> Πρόσβαση την 22η Μαρτίου 2016 19:49

[file:///C:/Users/vaio-user/Downloads/022012004%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/vaio-user/Downloads/022012004%20(1).pdf) Πρόσβαση την 24<sup>η</sup> Μαρτίου 2016 10:18

[http://www.grant-thornton.gr/globalassets/1.-member-firms/greece/insights/pdfs/surveys/gr\\_hotels\\_2020.pdf](http://www.grant-thornton.gr/globalassets/1.-member-firms/greece/insights/pdfs/surveys/gr_hotels_2020.pdf) Πρόσβαση την 26η Μαρτίου 2016 16:43

<https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/15576/3/BaradakisGeorgiosMsc2013.pdf> Πρόσβαση την 28η Μαρτίου 2016 13:30

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/TsagkarakisGeorgios,KompolakisMichail/attached-document-1375707640-439229->

[14030/TsagkarakisGeorgios\\_KompolakisMichail2013.pdf](#) Πρόσβαση την 30η Μαρτίου 2016 12:17

<http://www.matrix24.gr/2015/08/efarmoges-sta-kinita-gia-xenagisi-se-ellinika-mousia/> Πρόσβαση την 2<sup>η</sup> Απριλίου 2016 08:14

<http://newtechnologiesinmuseums.blogspot.gr/> Πρόσβαση την 2<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:45

<http://info.localytics.com/blog/new-study-reveals-what-app-users-want-localytics> Πρόσβαση την 3η Απριλίου 2016 11:28

<https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/14854/6/DrosopoulouCharoulaMsc2012.pdf> Πρόσβαση την 5η Απριλίου 2016 09:14

[http://okeanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1324/de\\_00154.pdf?sequence=1](http://okeanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1324/de_00154.pdf?sequence=1) Πρόσβαση την 5<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:45

<http://blog.apps-builder.com/how-can-tourism-enterprises-benefit-from-mobile-apps/> Πρόσβαση την 5<sup>η</sup> Απριλίου 14:33

[http://medialysis.net/2013/08/01/mobile\\_apps/](http://medialysis.net/2013/08/01/mobile_apps/) Πρόσβαση την 6<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:21

[http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/5503/1/msc\\_nodarakis.pdf](http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/5503/1/msc_nodarakis.pdf) Πρόσβαση την 6η Απριλίου 2016 16:43

[https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL\\_AND\\_LOCAL/collection/topselling\\_free?hl=el](https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL_AND_LOCAL/collection/topselling_free?hl=el) Πρόσβαση την 8<sup>η</sup> Απριλίου 2016 17:12

<http://www.creteplus.gr/news/i-kiniti-texnologia-metamorfonei-tin-touristiki-biomixania-147805.html> Πρόσβαση την 8η Απριλίου 2016 19:40

[http://libkas.teikoze.gr/2008/ptyxiakes/ZOTSIKA\\_ALEKSANDRA\\_K.-BELBE\\_PARASKEUI\\_N.pdf](http://libkas.teikoze.gr/2008/ptyxiakes/ZOTSIKA_ALEKSANDRA_K.-BELBE_PARASKEUI_N.pdf) Πρόσβαση την 11η Απριλίου 2016 12:18

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/acfi/2014/VasilakakisKonstantinos/attached-document-1404750574-742347-12036/VasilakakisKonstantinos2014.pdf> Πρόσβαση την 11η Απριλίου 2016 15:38

[http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/315/tlp\\_000272.pdf?sequence=1](http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/315/tlp_000272.pdf?sequence=1) Πρόσβαση την 14<sup>η</sup> Απριλίου 2016 16:17

<http://www.livepedia.gr/content-providers/periskopio/990REALITY.pdf> Πρόσβαση την 15η Απριλίου 2016 10:43

<http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/8817/1/%CE%A4%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%94%CE%B9%CF%80%CE%BB%CF%89%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%93%CF%81%CE%AC%CE%B2%CE%BF%CF%82.pdf> Πρόσβαση την 17<sup>η</sup> Απριλίου 2016 17:26

<http://digilib.teiemt.gr/jspui/bitstream/123456789/162/1/022009240.pdf>



<http://etherlogic.gr/new-technologies/> Πρόσβαση την 18<sup>η</sup> Απριλίου 2016 18:39

[http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/TsagkarakisGeorgios,KompolakisMichail/attached-document-1375707640-439229-14030/TsagkarakisGeorgios\\_KompolakisMichail2013.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/TsagkarakisGeorgios,KompolakisMichail/attached-document-1375707640-439229-14030/TsagkarakisGeorgios_KompolakisMichail2013.pdf) Πρόσβαση την 20η Απριλίου 2016 08:21

<http://www.dataonline.gr/gr-codes.html> Πρόσβαση την 20η Απριλίου 2016 10:23

<http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2422244,00.asp> Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:46

<http://www.businessinsider.com/best-mobile-apps-for-travelers-2012-6?op=1> Πρόσβαση την 20<sup>η</sup> Απριλίου 2016 15:23

<http://www.prnewswire.com/news-releases/picksie-the-first-location-based-discovery-application-with-the-ability-to-personalize-options-announces-android-platform-launch-141158513.html> Πρόσβαση την 20η Απριλίου 2016 17:35

<http://www.telegraph.co.uk/technology/mobile-app-reviews/9614344/The-25-best-travel-apps.html> Πρόσβαση την 20η Απριλίου 2016 19:10

<https://www.hailoapp.com> Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Απριλίου 2016 07:45

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.urban Spoon&hl=el> Πρόσβαση την 09:24

[https://en.wikipedia.org/wiki/Google\\_Translate](https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Translate) Πρόσβαση την 21η Απριλίου 2016 11:21

<https://support.google.com/gmm/answer/3131595?hl=en> Πρόσβαση την 21<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:38

<http://www.androidcentral.com/what-google-talk-back> Πρόσβαση την 21η Απριλίου 2016 16:41

<http://www.newsfilter.gr/2013/08/27/touristikes-efarmoges-gia-kinita/> Πρόσβαση την 24<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:23

<https://www.appannie.com/apps/ios/app/flightrack-pro-live-flight-status-tracker-by-mobiata/#> Πρόσβαση την 23<sup>η</sup> Απριλίου 2016 17:32

<https://itunes.apple.com/us/app/hotel-tonight-last-minute/id407690035?mt=8>

<https://www.expedia.com/app> Πρόσβαση την 25η Απριλίου 2016 10:13

<http://www.timeout.com/city-guides/travel/50-best-travel-apps/> Πρόσβαση την 25<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:27

[https://design100.com/MA2013/entry\\_details.asp?ID=12178](https://design100.com/MA2013/entry_details.asp?ID=12178) Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 15:46

<https://www.worldwideinsure.com/travel-blog/2015/08/travelsafe-review-travel-app-of-the-month-august-2015/> Πρόσβαση την 26<sup>η</sup> Απριλίου 2016 17:32

<https://www.worldmate.com/> Πρόσβαση την 26<sup>η</sup> Απριλίου 2016 19:18

<http://time.com/3556741/uber/> Πρόσβαση την 26<sup>η</sup> Απριλίου 2016 20:04

<https://www.tripadvisor.com.gr/apps-itamobile-cwinphone> Πρόσβαση την 26η Απριλίου 2016 20:43

<https://itunes.apple.com/us/app/musement/id828471190?mt=8> Πρόσβαση την 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:21

<https://play.google.com/store/ahttp://www.androidtapp.com/trapster/ppls/details?id=com.tranzmate> Πρόσβαση την 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:13

<http://www.greeceandroid.gr/app/691-google-waze> Πρόσβαση την 27η Απριλίου 2016 11:07

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.waze> Πρόσβαση την 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:13

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.metrocket.iexitapp&hl=el> Πρόσβαση ην 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:12

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.xlabz.FindNearMe2> Πρόσβαση ην 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:32

<http://www.telegraph.co.uk/travel/advice/The-five-best-translation-apps-for-travellers> Πρόσβαση την 28η Απριλίου 2016 08:17

<https://play.google.com/store/apps/details?id=at.nk.tools.iTranslate> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:21

<http://www.androidauthority.com/best-phrasebook-apps-android-98120/> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:47

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.usefull.phrasestranslate> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:24

<http://www.airtickets.gr/android> Πρόσβαση την 28η Απριλίου 2016 10:52

<https://itunes.apple.com/gr/app/airtickets/id380462884?l=el&mt=8> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:13

<http://www.hongkiat.com/blog/road-trip-mobile-apps/> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:26

<http://metro.co.uk/2015/10/12/theres-an-app-where-you-can-eat-at-a-strangers-house-like-airbnb-for-dinner-5436225/> Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:13

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.airbnb.android&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 08:21

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hcom.android> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:03

<https://itunes.apple.com/us/app/hotelsbyme.com-hotels-hotel/id316787053?mt=8> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:23

<https://itunes.apple.com/us/app/find-chocolate/id411006890?mt=8> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 09:54

<https://itunes.apple.com/us/app/gateguru-airport-info-flight/id326862399?mt=8> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:12

<https://www.amtrak.com/get-mobile-application-and-access> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:31

<http://www.cntraveler.com/stories/2015-02-24/travel-apps-that-can-replace-your-tour-guide> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 10:48

<http://shedreamsoftravel.com/2014/07/travel-app-review-rick-steves-audio-europe/> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:17

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nianticproject.scout&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 11:36

<http://www.independenttraveler.com/travel-tips/safety-and-health/six-travel-apps-for-medical-emergencies> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:06

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.aga.travelaid.us&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:28

<https://itunes.apple.com/US/app/id333332908?mt=8> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:56

<http://www.cntraveler.com/stories/2014-06-12/travel-emergency-apps> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:23

<https://itunes.apple.com/us/app/pollen.coms-allergy-alert/id418595110?mt=8&ign-mpt=uohttps://itunes.apple.com/us/app/smart-traveler/id442693988?mt=8%3D4> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:43

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sickweather.sickweather&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:06

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.iqapps.mobile.tripjournalfull> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:21

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.skype.raider> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 12:37

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:13

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.orca&hl=el> Πρόσβαση την 29<sup>η</sup> Απριλίου 2016 13:32

<http://www.pamediakopes.gr/mobileapps> Πρόσβαση την 3η Μαΐου 2016 12:03

<http://techunit.gr/travelplanet24-available-in-app-store/> Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Μαΐου 2016 12:38

<http://www.travelplanet24.com/download-app> Πρόσβαση την 3η Μαΐου 2016 13:07

<http://www.greektravelapps.com/greece-travel-apps-gr.html> Πρόσβαση την 3η Μαΐου 2016 13:23

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.MeteoGr&hl=el> Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Μαΐου 2016 13:42

<https://play.google.com/store/apps/details?id=gr.androiddev.taxibeat&hl=el> Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Μαΐου 2016 14:12

<https://play.google.com/store/apps/details?id=andr.AthensTransportation&hl=el> Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Μαΐου 2016 14:31

<https://play.google.com/store/apps/details?id=eu.mapof.greece> Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Μαΐου 2016 14:52

<http://fineart.about.com/od/Museums/tp/Top-10-Fine-Art-Museum-Apps-for-iPhone-iPad.htm> Πρόσβαση την 4<sup>η</sup> Μαΐου 2016 09:38

[https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL\\_AND\\_LOCAL/collection/topselling\\_free?hl=el](https://play.google.com/store/apps/category/TRAVEL_AND_LOCAL/collection/topselling_free?hl=el) Πρόσβαση την 4<sup>η</sup> Μαΐου 2016 10:16

<http://kapatsouliastours.gr/proorismoi/kyklades/item/251-santorinh/251-santorinh> Πρόσβαση την 6<sup>η</sup> Μαΐου 2016 12:43

[http://www.cyclades-tour.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&layout=item&id=260&Itemid=1325](http://www.cyclades-tour.gr/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=260&Itemid=1325) Πρόσβαση την 6<sup>η</sup> Μαΐου 2016 13:26

[http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/Santorini\\_Thira/Gia\\_tin\\_perioxi/Perigrافي](http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/Santorini_Thira/Gia_tin_perioxi/Perigrافي) Πρόσβαση την 6<sup>η</sup> Μαΐου 2016 15:02

<http://www.dafni.net.gr/gr/members/files/thira/santorini-report.pdf> Πρόσβαση την 7<sup>η</sup> Μαΐου 2016 10:25

[http://edume.myds.me/00\\_0070\\_e\\_library/10003/1002/01\\_documents/t01\\_k07.pdf](http://edume.myds.me/00_0070_e_library/10003/1002/01_documents/t01_k07.pdf) Πρόσβαση την 7<sup>η</sup> Μαΐου 2016 11:42

<http://83.212.168.57/jspui/bitstream/123456789/1388/1/012012096.pdf> Πρόσβαση την 7η Μαΐου 2016 13:12

<http://www.athinorama.gr/umami/wine/articles/?id=2001917> Πρόσβαση την 9<sup>η</sup> Μαΐου 2016 09:48

<http://www.cnn.gr/travel/protaseis/story/16138/h-santorini-koryfaios-oinikos-proorismos-gia-to-2016> Πρόσβαση την 9η Μαΐου 2016 10:24

<http://www.clickatlife.gr/taksidi/story/5340> Πρόσβαση την 9η Μαΐου 2016 11:18

<http://www.zougla.gr/greece/article/santorini-rekor-afikseon-stis-die8nis-ptisis> Πρόσβαση την 9η Μαΐου 2016 12:16

<http://www.kathimerini.gr/806434/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-ay3hsh-ptisewn-apogeiwnei-ton-toyrismo-ths-santorinhs> Πρόσβαση την 9η Μαΐου 2016 13:42

<http://www.skai.gr/mobile/article?aid=239715> Πρόσβαση την 10<sup>η</sup> Μαΐου 2016 11:32

<http://www.real.gr/DefaultArthro.aspx?page=arthro&id=461896&catID=3> Πρόσβαση την 10<sup>η</sup> Μαΐου 2016 12:53

<https://sete.gr/media/4629/ypa-2015-and-slots-2016.pdf> Πρόσβαση την 10η Μαΐου 2016 14:21

[http://atlantea.news/tripadvisor\\_travelers\\_choice\\_2i-ston\\_kosmo\\_prot\\_i\\_stin\\_eyropi\\_i\\_santorini/](http://atlantea.news/tripadvisor_travelers_choice_2i-ston_kosmo_prot_i_stin_eyropi_i_santorini/) Πρόσβαση την 10<sup>η</sup> Μαΐου 2016 15: 12

<https://itunes.apple.com/gr/app/santorini-experience-gr/id439726905?mt=8> Πρόσβαση την 11<sup>η</sup> Μαΐου 2016 12:32

<http://m.downloadatoz.com/apps/com.xprgr.xprsantorini,1819975/> Πρόσβαση την 11<sup>η</sup> Μαΐου 2016 14:17

<https://itunes.apple.com/gr/app/bemap-santorini/id520912088?l=el&mt=8> Πρόσβαση την 12<sup>η</sup> Μαΐου 2016 09:46

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.belhane.santorini&hl=el> Πρόσβαση την 12<sup>η</sup> Μαΐου 2016 10:23

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.greektravelapps.santorini&hl=el> Πρόσβαση την 12<sup>η</sup> Μαΐου 2016 11:04

<https://itunes.apple.com/gr/app/santorini-greece/id406623832?l=el&mt=8> Πρόσβαση την 13<sup>η</sup> Μαΐου 2016 16:07

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gapwebagency.aegeandivers&hl=el> Πρόσβαση την 13<sup>η</sup> Μαΐου 2016 16:47

<http://aegean-divers-santorini-greece.appstor.io/>

Πρόσβαση την 14<sup>η</sup> Μαΐου 2016 13:29

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jupitee.shvillas5> Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Μαΐου 2016 10:06

<https://itunes.apple.com/gr/app/santorini-heritage-villas/id595359919?mt=8> Πρόσβαση την 15<sup>η</sup> Μαΐου 2016 13:27

<https://itunes.apple.com/gr/app/santorini-exclusive-hotels/id484099449?mt=8> Πρόσβαση την 17<sup>η</sup> Μαΐου 2016 19:36

<https://itunes.apple.com/gr/app/santorini-wallpapers/id1107392238?mt=8> Πρόσβαση την 19<sup>η</sup> Μαΐου 2016 13:43