



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Δημιουργία ψηφιακών εφαρμογών για την  
προώθηση του τουρισμού στα νησιά του Αιγαίου**

**ΜΑΖΙΩΤΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ-ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ**

**ΤΑΡΝΑΒΑ ΕΛΕΝΗ**

**ΜΑΡΑΓΚΟΥΔΑΚΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΑΣ**

**ΠΥΡΓΟΣ, 2018**



# **ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ**

Πιστοποιείται ότι η πτυχιακή εργασία με θέμα:

**«Δημιουργία ψηφιακών εφαρμογών για την προώθηση του  
τουρισμού στα νησιά του Αιγαίου»**

των φοιτητών του Τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

**ΜΑΖΙΩΤΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ-ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ**

**ΤΑΡΝΑΒΑ ΕΛΕΝΗ**

**ΜΑΡΑΓΚΟΥΔΑΚΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ**

παρουσιάστηκε δημόσια και εξετάσθηκε στο Τμήμα ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

στις

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Ο ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΑΣ



### ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Ματζίνας Στέφανος-Αθανάσιος

1410

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητο)

Ελένη Τσεραλά

1401

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητο)

Αλέξιος Μαροκαδάκης

1512



# ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους όσους συμμετείχαν στην πραγματοποίηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Αρχικά θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας, κύριο Αθανάσιο Κούτρα, για την πολύτιμη υποστήριξη του, την παροχή συμβουλών και τις κατευθύνσεις που μας έδωσε, ώστε να ολοκληρώσουμε το έργο με το οποίο κλείνει ο κύκλος των προπτυχιακών μας σπουδών. Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειές μας, χωρίς την ηθική και υλική συμπαράσταση των οποίων, η προσπάθειά μας θα ήταν αδύνατο να ολοκληρωθεί.





# ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ένα σημαντικό θέμα πριν από την κατασκευή ενός site είναι η επιλογή του κατάλληλου προγράμματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Τα 3 πιο δημοφιλή, αποδεκτά και καταξιωμένα το 2014 είναι το WordPress, το Joomla και το Drupal. Μεταξύ τους υπάρχουν ομοιότητες αλλά και αρκετές διαφορές που πρέπει να ληφθούν υπόψη πριν την τελική επιλογή. Βασικές ομοιότητες των 3 CMS είναι ότι διατίθενται δωρεάν και βασίζονται στην PHP και MySQL.



# ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτέλεσε το αντικείμενο μελέτης μας για μεγάλο χρονικό διάστημα, και θεωρούμε ότι λόγω της σπουδαιότητας του θέματος θα αποτελέσει πολύ σημαντικό εφαλτήριο για την μετέπειτα πορεία μας στον κλάδο. Πιο συγκεκριμένα θέμα της συγκεκριμένης διατριβής είναι η διαμόρφωση ενημερωτικής ιστοσελίδας των τουριστών σχετικά με τα νησιά του Αιγαίου και τουριστικές πληροφορίες σχετικά με καταλύματα και χώρους εστίασης και γενικότερα διασκέδασης. Μέχρι να φτάσουμε στο σημείο αυτό προηγείται βιβλιογραφική επισκόπηση σε θέματα όπως ο τουρισμός, τα πληροφορικά συστήματα στα ξενοδοχεία, τα εργαλεία ανάπτυξης διαδικτυακών εφαρμογών και οι πλατφόρμες σχεδιασμού των ιστοσελίδων. Τέλος, πραγματοποιείται πλήρης παρουσίαση της ιστοσελίδας που σχεδιάστηκε.

## ABSTRACT

This graduate work has been the subject of our study for a long time, and we believe that the importance of the issue will be a very important springboard for our further course in the industry. More specifically, the topic of this dissertation is the formation of tourist information pages about the Aegean islands and tourist information about accommodation and entertainment and entertainment in general. Until this point, we have a bibliographic overview of topics such as tourism, hotel information systems, web application development tools, and web design platforms. Finally, a complete presentation of the site is planned.

## ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός, πληροφοριακό, σύστημα, ιστοσελίδα, ενημέρωση, τουρίστες, Αιγαίο



# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	<b>ix</b>
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ</b> .....	<b>xi</b>
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>xix</b>
<b>1 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b> .....	<b>21</b>
1.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	21
1.2 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΩΣ ΕΝΝΟΙΑ .....	23
1.3 Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΚΗΝΗ .....	23
1.3.1 Τα Ξενοδοχεία Στην Ευρώπη .....	25
1.3.2 Τα Ξενοδοχεία Στην Αμερική.....	26
1.3.3 Τα Ξενοδοχεία Στην Ελλάδα.....	27
1.3.4 Η Διαμόρφωση Της Επωνυμίας Των Ξενοδοχείων.....	30
1.3.5 Μέγεθος (Αξία) Αγοράς Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων .....	30
1.3.6 Αποτελέσματα Ανάλυσης των Ισολογισμών Εταιρειών του Κλάδου .....	31
1.3.7 Οικονομικά Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείων.....	33
1.3.8 Κατηγορίες Και Προδιαγραφές Κατά Τον Ε.Ο.Τ.....	33
<b>2 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b> <b>36</b>	
2.1 AMADEUS .....	36
2.2 HIT-HOSPITALITY .....	37
2.2.1 Protel Front Office.....	37
2.2.2 WebHotelier.....	38
2.2.3 WebHotel.....	39
2.2.4 WebSITE CMS.....	40
2.2.5 ERMIS.net .....	40
2.2.6 HiTPOS Suite με ασύρματη παραγγελιοληψία .....	40
2.3 IMTEC .....	40
2.3.1 BOOKonlinenow Online Booking Engine .....	41
2.3.2 BOOKonlinenow Channel Management.....	42

2.3.3	BOOKonlinenow Reservation Management .....	42
2.4	LEXICONS SOFTWARE.....	43
2.5	METABYTE.....	44
2.6	NELIOS .....	45
2.7	NETERA.....	46
2.8	NETSEMANTICS .....	47
2.9	CYBERARTS .....	48
2.10	SINGULARLOGIC .....	49
2.11	SUNSOFT.....	50
2.11.1	Αλέξανδρος FrontOffice.....	50
2.11.2	Alexandros Consolidation – Κεντρική Διαχείριση Στατιστικών Ξενοδοχείων Αλυσίδας.....	51
2.11.3	Αμφίδρομη Σύνδεση με Web Booking Engines.....	52
2.11.4	Ασύρματη Κλήση Σερβιτόρου – Leanko.....	52
2.12	SYSCO.....	53
2.12.1	Sysco CRS (Central Reservation System).....	53
2.12.2	Epitome PMS.....	54
2.12.3	Medallion PMS.....	54
2.12.4	Epikouros POS .....	54
2.12.5	Ezyield.....	55
2.12.6	e- Hermes.....	56
<b>3</b>	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ.....</b>	<b>57</b>
3.1	ΟΙ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ .....	57
3.2	ΤΟ SaaS .....	60
3.3	Η HTML .....	62
3.3.1	Μία σύντομη ιστορία της HTML και του World Wide Web .....	62
3.3.2	Διανομή περιεχομένου για το web.....	63
3.3.3	Επιλογή πάροχου υπηρεσιών φιλοξενίας στο web.....	65
3.3.4	Δοκιμή με πολλαπλά προγράμματα περιήγησης στο web.....	66
3.3.5	Δημιουργία δείγματος αρχείου .....	68
3.4	ΤΟ FTP .....	69
3.4.1	Χρήση του FTP για μεταφορά αρχείων.....	69
3.4.2	Επιλογή προγράμματος-πελάτη FTP.....	70
3.4.3	Χρήση προγράμματος-πελάτη FTP .....	72
3.4.4	Θέση αρχείων στο διακομιστή web.....	74
3.4.5	Βασική διαχείριση αρχείων .....	74
3.4.6	Χρήση σελίδας ευρετηρίου.....	76

3.4.7	Διανομή περιεχομένου χωρίς διακομιστή web .....	78
<b>4</b>	<b>ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ.....</b>	<b>80</b>
4.1	Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ JOOMLA .....	80
4.2	Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ DRUPAL .....	82
4.3	Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ WORDPRESS .....	82
4.4	ΤΟ WOOCOMMERCE.....	83
4.5	ΤΟ UBERCART .....	86
4.6	ΤΟ J2STORE.....	87
<b>5</b>	<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ.....</b>	<b>89</b>
5.1	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	89
5.2	ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	89
5.3	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ .....	89
5.4	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ – ΚΩΔΙΚΑΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ.....	90
5.5	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ .....	97
	<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>106</b>
	<b>ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....</b>	<b>108</b>
	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ : ΚΩΔΙΚΑΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ.....</b>	<b>109</b>





# ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Μορφή της HTML .....	63
Εικόνα 2. Πως λειτουργεί ένας Web Host.....	65
Εικόνα 3. Τυπικό CSS .....	67
Εικόνα 4. Τύποι των Web Browsers.....	68
Εικόνα 5. Χρήση του FTP .....	70
Εικόνα 6. Κλασσικό πρόγραμμα πελάτη FTP .....	71
Εικόνα 7. Το Fire FTP .....	71
Εικόνα 8. Πως λειτουργούν οι Web Servers .....	74
Εικόνα 9. Καθορισμός URL.....	75
Εικόνα 10. Index HTML .....	77
Εικόνα 11. Πρόγραμμα δημιουργίας ευρετηρίου.....	77
Εικόνα 12. Ιστοσελίδα λήψης του XAMPP .....	91
Εικόνα 13. Αποσυμπίεση αρχείου .zip του XAMPP στον τομέα C.....	92
Εικόνα 14. Το xampp_start δεν μπορεί να εκκινήσει.....	92
Εικόνα 15. Το xampp_start έχει πλέον εκκινήσει την λειτουργία του .....	93
Εικόνα 16. Η σελίδα της διαχείρισης phpMyAdmin.....	93
Εικόνα 17. Πλαίσιο διαλόγου δημιουργίας νέου χρήστη στο phpMyAdmin ..	94



# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας, ήταν να εντρυφήσουμε, μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης και της ανάπτυξης λογισμικού, σε όλα τα δεδομένα και τις γνώσεις που παρέχονται σχετικά με την χρήση της HTML για την κατασκευή και τον σχεδιασμό μιας ολοκληρωμένης ιστοσελίδας.

Σημαντικό για την εκπόνηση της μελέτης, αλλά και για την επίτευξη ενός καλύτερου σχεδιαστικού αποτελέσματος, ήταν η μελέτη των απαιτήσεων και των αναγκών των διαδικτυακών τόπων και βάσεων δεδομένων των ξενοδοχειακών μονάδων. Η γνώση άλλωστε των απαιτήσεων είναι το σημείο από το οποίο ξεκινά ένας καλά δομημένος σχεδιασμός ιστοσελίδας.

Παρόλα αυτά, αν και για την παρούσα εργασία επιλέχθηκε η χρήση της HTML για τον σχεδιασμό του διαδικτυακού τόπου, μελετήθηκαν και άλλες εφαρμογές και πλατφόρμες σχεδιασμού, που όμως απορρίφθηκαν καθώς στην δική μας περίπτωση θεωρήθηκε περισσότερο χρήσιμη και εμπεριστατωμένη η χρήση της HTML.

Τελικός στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας, ήταν η κατασκευή και η παρουσίαση, μιας ολοκληρωμένης και λειτουργικής ιστοσελίδας με την χρήση HTML, που καλύπτει τις ανάγκες προώθησης του τουρισμού στα νησιά του Αιγαίου.

Οι δυναμικές ιστοσελίδες, σε αντίθεση με τις στατικές ιστοσελίδες, δεν είναι απλά HTML έγγραφα, αλλά συμπεριλαμβάνουν προγραμματισμό (σε μία γλώσσα προγραμματισμού κατάλληλη για το διαδίκτυο, όπως π.χ. είναι η php) και ουσιαστικά είναι web εφαρμογές.

Η κατασκευή δυναμικών ιστοσελίδων είναι προφανώς πιο πολύπλοκη από τις απλές στατικές ιστοσελίδες, και ο βαθμός δυσκολίας τους εξαρτάται φυσικά από τις λειτουργίες και τις δυνατότητες που περιλαμβάνει η εκάστοτε web εφαρμογή.

Στις δυναμικές ιστοσελίδες, το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, αποθηκεύεται και αντλείται δυναμικά από μία ή περισσότερες βάσεις δεδομένων (π.χ. MySQL), ενώ διαθέτουν εκτός από το frontend (user interface) και το backend (administration area) μέσω του οποίου γίνεται εύκολα η διαχείριση του περιεχομένου της ιστοσελίδας.

Έτσι συνολικά η web εφαρμογή συναντάται συνήθως ως CMS (content management system), δηλαδή σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.

Η ιστοσελίδα που παρουσιάζεται στην παρούσα πτυχιακή εργασία, έχει πολλαπλή χρησιμότητα. Ιδίως όμως η χρησιμότητα θα ήταν αν παρέχει σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση μια ολοκληρωμένη βάση δεδομένων προκειμένου να δύναται ο ενδεχόμενος επισκέπτης να βρίσκει δραστηριότητες και ξενοδοχεία στα νησιά του Αιγαίου και να γνωρίζει τους τόπους και τις περιοχές τους.

[Αυτή η σελίδα είναι κενή]

# 1 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

## 1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Η διαχρονική εξέλιξη της ξενοδοχειακής μονάδας, ως οικονομικής μονάδας που παρέχει υπηρεσίες φιλοξενίας επί πληρωμή, μετριέται σε αιώνες. Η εξέλιξη αυτή είναι συνάρτηση της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτικής ανάπτυξης του ανθρώπου αλλά και της ανάπτυξης των μέσων μεταφοράς και επικοινωνίας.

Από την εποχή του Ξένιου Δία, των Αρχαίων Ελλήνων ή των Ρωμαϊκών «ασύλων» και των ασύλων τύπου «λοκάντας» του μεσαίωνα ως τη σημερινή εποχή των υπερπολυτελών-πολυώροφων μονάδων, των ξενοδοχειακών αλυσίδων και του πλαστικού χρήματος η εξέλιξη της ξενοδοχειακής μονάδας δεν είναι ούτε γρήγορη ούτε συνεχής. Κι αυτό γιατί η ανάπτυξη των μέσων και συστημάτων παραγωγής – παροχής των υπηρεσιών φιλοξενίας και οργάνωσης των μονάδων παροχής τέτοιων υπηρεσιών απαίτησε πολύ χρόνο, ενώ κοινωνικά φαινόμενα, όπως πόλεμοι κι επαναστάσεις σε εθνικοτοπικό και διεθνές επίπεδο, αναχαίτισαν για πολλά χρόνια ανάπτυξης της (Βαγιονής, et al, 2011).

Η αύξηση της μετακίνησης των κατοίκων δεν μπορούσε πλέον να αντιμετωπιστεί από την ιδιωτική φιλοξενία, το δε πρόβλημα που δημιουργήθηκε τότε, μόνο με την επέμβαση της Πολιτείας επιλύθηκε, ως ένα βαθμό. Πράγματι, οι τότε νόμοι θέσπιζαν ότι οι εκπρόσωποι των πόλεων θα φιλοξενούνταν στο «Πρυτανείον» το οποίο αποτελούσε την πρώτη μορφή της δημόσιας φιλοξενίας. Στην Κρήτη οι ξένοι φιλοξενούνταν στα συσσίτια καθισμένοι σε θέση ψηλότερη από τους άλλους. Επειδή όμως και το σύστημα αυτό κρίθηκε ανεπαρκές, η Πολιτεία θεώρησε τη φιλοξενία ως εξαιρετικό λειτούργημα και την ανέθεσε στους πλούσιους. Η πράξη αυτή λεγόταν «προξενία» ή «δημόσια ξενία» (Καραγιάννης, 1997).

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πιο δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, σημειώνοντας συνεχή άνοδο και διαφοροποίηση με την ανάδειξη νέων χωρών-προορισμών στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Σε αυτό συμβάλλει αφενός η οικονομική ανάπτυξη και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου σε αρκετές χώρες με αποτέλεσμα την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, αφετέρου η βελτίωση των υποδομών και των μεταφορών, γεγονός που καθιστά τις μετακινήσεις φθηνότερες και ταχύτερες.

Η μετεξέλιξη του τουρισμού σε προσδιοριστικό παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής προόδου, έχει ως αποτέλεσμα να αποτελεί πλέον αναπόσπαστο τμήμα του διεθνούς εμπορίου, με τις εισπράξεις από τον αλλοδαπό τουρισμό να κατατάσσονται στην τέταρτη θέση παγκοσμίως, έπειτα από το εισόδημα που δημιουργείται από τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών και προϊόντων της αυτοκινητοβιομηχανίας (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

Το μέγεθος της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής μετράται, μεταξύ άλλων, με τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται σε μία τουριστική περίοδο (π.χ. θερινοί μήνες), καθώς και με τη διαθέσιμη ξενοδοχειακή

---

υποδομή, γεγονός που μαρτυρεί πως ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί το σημαντικότερο τμήμα του τουριστικού τομέα.

Είναι βέβαιο ότι ένα μεγάλο μέρος της συμβολής του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας οφείλεται στην ύπαρξη των χιλιάδων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (Παπανίκος, 2004).

Μάλιστα, η ποιότητα, αλλά και το μέγεθος, της τουριστικής δραστηριότητας σε μία περιοχή επηρεάζεται σημαντικά από την ποιότητα του χώρου και τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα τοπικά ξενοδοχεία, σε συνδυασμό, βέβαια, με την ευρύτερη υπάρχουσα υποδομή, όπως το δίκτυο μεταφορών / συγκοινωνιών, οι υπηρεσίες υγείας, τα κέντρα ψυχαγωγίας, η πολεοδομία, αλλά και το φυσικό περιβάλλον.

Σύμφωνα με τις τελευταίες μετρήσεις που συγκεντρώνει το Βαρόμετρο του Οργανισμού, οι τουριστικές χώρες της Μεσογείου συνεχίζουν την κούρσα της τουριστικής ανόδου, σημειώνοντας μάλιστα κατά τους πρώτους έξι μήνες του 2014 αύξηση της ζήτησης κατά 7%, ξεπερνώντας κατά δύο μονάδες το μέσο όρο ανόδου των αφίξεων στην Ευρώπη (5%).

Την ώρα που η μάχη για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών γίνεται όλο και πιο έντονη, η Ελλάδα, σύμφωνα με το ΠΟΤ, σε επίπεδο αφίξεων βρίσκεται πολύ μπροστά από τους ανταγωνιστές της- κατά 7 έως 8 ποσοστιαίες μονάδες όπως δείχνουν οι μετρήσεις- και πλέον καταλαμβάνει την πρώτη θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών αναφορικά με τη αύξηση της επισκεψιμότητας και την πέμπτη θέση διεθνώς, με ποσοστό αύξησης που αγγίζει το 16,7% (Λυμπερόπουλος & Παντουβάκης, 2000).

Για την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως.

Ταυτόχρονα, ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας, με την εισροή ταξιδιωτικού συναλλάγματος να επιδρά θετικά στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας, συμβάλλοντας στη μείωση του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών.

Σήμερα, η κρίση την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία υποδεικνύει την αναγκαιότητα υιοθέτησης δράσεων από την πλευρά των πολιτικών και ανάπτυξης των εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως και στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος καλείται να διαδραματίσει ενεργό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς (Σπύρου, 2008).

---

## 1.2 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΩΣ ΕΝΝΟΙΑ

Τα ξενοδοχεία γενικότερα θεωρούνται οικονομικά οικήματα τα οποία προσφέρουν φιλοξενία αορίστου χρόνου (ύπνο με ή χωρίς φαγητό) στο κοινό επί πληρωμή. (Λαλούμης & Ρούπας, 2000). Ο νόμος ορίζει ως ξενοδοχείο την επιχείρηση που νοικιάζει καταλύματα και κατά περίπτωση διατηρεί σε λειτουργία εστιατόρια, μπαρ και προσφέρει διάφορα συμπληρωματικά προϊόντα που σχετίζονται με τις ανάγκες φιλοξενούμενων ατόμων. Τα ξενοδοχεία λειτουργούν είτε ως ανεξάρτητες μονάδες, είτε ως τμήματα μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που καλούνται αλυσίδες (Μαντζάρης, 2003).

Η διοίκηση των ξενοδοχείων που αποτελούν κρίκους μιας ξενοδοχειακής αλυσίδας, διαφέρει από αυτή των ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Οι αλυσίδες διοικούνται από ένα κέντρο αποφάσεων, έχουν κοινό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας και συνήθως προσφέρουν όμοιο ποιοτικό επίπεδο υπηρεσιών στα ξενοδοχεία τους (Λαλούμης, 2002, σελ.: 25).

Η ξενοδοχειακή και γενικότερα η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από ένα πλήθος βιομηχανιών που αποτελούν σημαντικά και διαφορετικές μεταξύ τους επιχειρηματικές μονάδες. Ξενοδοχεία και τουρισμός αποτελούν μια ευρύτερη έννοια. Ο διαχωρισμός των τύπων των εταιριών και των βιομηχανιών συνεπάγεται διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις κατά περίπτωση πρακτικές που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις σε διαφορετικά περιβάλλοντα (Harrington, 2005). Ο ξενοδοχειακός τομέας διακρίνεται ως προς τα χαρακτηριστικά, τις λειτουργίες και τα θέματα διοίκησης και οργάνωσης των εκάστοτε επιχειρήσεων που τον απαρτίζουν.

## 1.3 Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΚΗΝΗ

Ένας από τους σημαντικότερους κλάδους που ανήκουν στον τομέα των ΜΜΕ και συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην ενίσχυση της εθνικής οικονομίας και στην υποστήριξη της λειτουργίας του τουριστικού κυκλώματος, είναι ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (ΜΜΞΕ) σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών & Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) ταξινομούνται σε τέσσερις κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των δωματίων: οικογενειακά (1-20 δωμάτια), μικρά (21-50), μεσαία (51-100) και μεγάλα (περισσότερα από 100 δωμάτια) ξενοδοχεία (Παπανίκος, 2004).

Σημαντικά στοιχεία του ξενοδοχειακού κλάδου είναι η ποιότητα των ξενοδοχείων, το έτος κατασκευής τους αλλά και το καθεστώς ιδιοκτησίας που ισχύει σε κάθε ξενοδοχειακή μονάδα. Τα οικογενειακά ξενοδοχεία ανήκουν σε ατομικές επιχειρήσεις, μικρών κατηγοριών, με χαμηλά επίπεδα μετρήσιμων υπηρεσιών. Αντίθετα, οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία, ανώνυμες εταιρίες, υψηλών κατηγοριών, με υψηλά επίπεδα προσφερόμενων υπηρεσιών. Μεταξύ των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων αυτών των δύο ακραίων κατηγοριών

---

βρίσκονται τα χαρακτηριστικά των μικρών και μεσαίων ξενοδοχειακών μονάδων (Ηγουμενάκης, 1991).

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί τμήμα της βιομηχανίας «Τουρισμός» και χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητά της να παρέχει διαμονή-διανυκτέρευση και να προσφέρει στους πελάτες μιας σειράς αγαθών και υπηρεσιών. Επειδή αυτά τα αγαθά και οι υπηρεσίες προσφέρονται μαζί, τα ξενοδοχεία συχνά χαρακτηρίζονται ως μονάδες που προσφέρουν «εμπειρίες» μάλλον, παρά προϊόντα. Είναι αυτός ο συνδυασμός απτών και άυλων που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα ξενοδοχεία παρέχουν στους πελάτες τους προνόμια, αγαθά κι υπηρεσίες που δεν παρέχονται αλλού (Καραγιάννης, 1997).

Στην ξενοδοχειακή βιομηχανία ανήκουν όλες εκείνες οι κτιριακές εγκαταστάσεις στις οποίες προσφέρεται ο συνδυασμός αγαθών και υπηρεσιών που αναφέρθηκε πιο πάνω και μας είναι γνωστές ως ξενοδοχεία ή μοτέλ ή πανσιόν κ.λ.π. Οι εγκαταστάσεις (που συνήθως αποκαλούνται «τουριστικές εγκαταστάσεις») διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το είδος, την έκταση και το επίπεδο του συνδυασμού αγαθών-υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά κι ακόμη ανάλογα με το είδος του πελάτη που εξυπηρετούν τον τύπο ιδιοκτησίας ή και τη γεωγραφική περιοχή στην οποία λειτουργούν (Βαρβαρέσος, 1997).

Η συνολική εισφορά του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία είναι σημαντικού μεγέθους, καθώς το συνολικό μέγεθος της αγοράς των ξενοδοχείων πέντε, τεσσάρων και τριών αστέρων υπολογίζεται στα 2,9 δισ. ευρώ περίπου το 2012, μειωμένο κατά 6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2011), όπως αναφέρεται σε σχετική μελέτη της ICAP Group. Το 2014 οι ίδιες μελέτες δείχνουν πως ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα θα αυξηθεί κατά 3% σχετικά με το 2013 όπου ήδη σημείωσε αύξηση σε σχέση με το 2012 της τάξεως του 15%. Στην συνολική κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων αντιπροσωπεύουν το 46% περίπου, τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων, με μερίδιο της τάξης του 35% καθώς και τριών αστέρων με ποσοστό περίπου 19%. Τα τελευταία δέκα χρόνια, ο συγκεκριμένος κλάδος σημειώνει σημαντική αύξηση περίπου 1.000 μονάδες και τα έτη 2009-2012 με ταυτόχρονη αύξηση των κλινών κατά 39.000 περίπου. Τα στοιχεία δείχνουν πως το έτος 2012 λειτούργησαν 9.670 ξενοδοχεία με συνολικό αριθμό δωματίων 400.433 και 771.271 κλινών, όπως παρουσιάζει το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ). Η κατανομή των σε λειτουργία κλινών είναι 40% περίπου τα ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων όπου στην Κρήτη, τα Δωδεκάνησα και το Ιόνιο το ποσοστό συγκέντρωσης των κλινών είναι περίπου στο 50% όλης της χώρας.

Σε παγκόσμιο επίπεδο κατάταξης με βάση τον ποσοστό των αφίξεων η Ελλάδα βρίσκεται στην 17η θέση σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού του 2012, όπου πάνω από το 70% των διανυκτερεύσεων των κύριων επισκεπτών γίνεται από αλλοδαπούς τουρίστες. Οι έρευνες έδειξαν πως το έτος 2012 στην χώρα εισήλθαν 15,5 εκατ. τουρίστες και οι διανυκτερεύσεις ανήλθαν στα 63 εκατομμύρια.

Το 2013 οι αφίξεις των ξένων τουριστών ανήλθαν στα 17,9 εκατομμύρια και πραγματοποίησαν οι επιχειρήσεις έσοδα 11,9 δισ. ευρώ. Οι αφίξεις των τουριστών στην χώρα αυξήθηκαν κατά 15,4%, οι διανυκτερεύσεις κατά 14,5% και οι εισπράξεις



---

κατά 18,1%. Όσο για την προέλευση των τουριστών σύμφωνα με μελέτες οι χώρες της Ευρώπης κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό περίπου 88% και ακολουθούν χώρες τις Ασίας και της Αμερικής με τις τελευταίες να αυξάνουν το ποσοστό τους το 2013 (Γούναρης, 2012).

Αναφορικά με τη δομή του τουριστικού κλάδου, σε αυτόν περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κατηγορίες επιχειρήσεων:

Προμηθευτές του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή καταλύματα, επιχειρήσεις μεταφορών, όπως αεροπορικές, ναυτιλιακές, σιδηροδρομικές, κ.ά., εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, εταιρείες τουριστικών λεωφορείων, συνεδριακά και αθλητικά κέντρα, επιχειρήσεις και δημόσιοι πολιτιστικοί οργανισμοί, όπως θέατρα, μουσεία, κ.ο.κ.

Επιπλέον, στον κλάδο υπάρχουν οι ενδιάμεσοι του τουριστικού προϊόντος, όπως είναι οι τουριστικοί πράκτορες, οι tour operatorστα συστήματα και τα δίκτυα γενικής διανομής καθώς και συστήματα και δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Τέλος, οι καταναλωτές όπως τα στελέχη των επιχειρήσεων, τα οποία ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους αλλά και οι ιδιώτες που επιλέγουν ταξίδια για λόγους ψυχαγωγίας (Σπύρου, 2008).

### 1.3.1 Τα Ξενοδοχεία Στην Ευρώπη

Στα τέλη του μεσαίωνα το εμπόριο και τα ταξίδια παρουσίασαν τέτοια ανάπτυξη, που δημιουργήθηκε η ανάγκη ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Η αυξημένη ζήτηση οδήγησε ορισμένα άτομα στο να φιλοξενούν επί πληρωμή ταξιδιώτες στα σπίτια τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκαν πολλά από τα πανδοχεία της εποχής (Keiser, 2000).

Τα πανδοχεία κατά κανόνα ήταν – όπως πολλά χάνια – διώροφα κτίσματα με προαύλιο, που στο ισόγειο διέθεταν χώρο σίτισης για τους ταξιδιώτες και στάβλο για τα ζώα. Στον όροφο διέθεταν μεγάλα δωμάτια, συνήθως χωρίς επίπλωση, όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να κοιμηθούν ομαδικά. Υπήρχαν όμως και ορισμένα πανδοχεία τα οποία διακρίνονταν για τις αναβαθμισμένες τους υπηρεσίες (Page, 2006).

Ένα από τα πλέον αξιόλογα πανδοχεία του μεσαίωνα, ήταν το “Inn” στο Nottinghamshire της Αγγλίας, κατασκευής 1189, όπου ξεκουράζονταν οι σταυροφόροι πριν ξεκινήσουν για το ταξίδι τους στους Άγιους Τόπους και το οποίο σώζεται ακόμη και σήμερα. Φημισμένα επίσης είναι τα πανδοχεία που φιλοξένησαν του σταυροφόρους Ιππότες του Τάγματος του Αγίου Ιωάννη στη Ρόδο, τα οποία σώζονται ακόμη στην οδό Ιπποτών και σε άλλα σημεία της Παλιάς Πόλης (Μαντζάρης, 2003).

Ταυτόχρονα στην Ευρώπη, λειτούργησαν αξιόλογα καπηλεία. Στην Αγγλία ένα καπηλειό με έμβλημα τον κύκνο, όπου σύχναζε ο Σαίξπηρ, ο «Ερυθρός Λέων» όπου σύχναζε ο Κρόμβελ, κ.α. Στο Παρίσι στο καπηλειό “Pomme de pin” ο Ραβελαι έγραψε τον Γαργαντούα. Τα καπηλεία της εποχής συγκέντρωναν την καλλιτεχνική

---

κίνηση της εποχής και πήραν τη μορφή καφωδείου και μικρού θεάτρου. Σημερινοί απόγονοι των καπηλειών είναι οι ταβέρνες και τα cabaret.

Το πρώτο ξενοδοχείο θεωρείται ότι εμφανίστηκε στη Γαλλία το 1302 με την ονομασία «Αετός». Οι ανέσεις τον 14ο αιώνα ήταν υποτυπώδεις. Υπήρχε παντελής έλλειψη χώρων υγιεινής, ενώ τα στρώματα τα γέμιζαν με ξερά φύλλα. Αρχιτεκτονικά τα ξενοδοχεία είχαν τη μορφή τριώροφου ή τετραώροφου κτιρίου, που στο ισόγειό του διέθετε υπηρεσίες σίτισης (Βαγιονής, et al, 2011).

Από το 1830 και μετά οι μετακινήσεις με τα ζώα μειώθηκαν με ταχύτατους ρυθμούς, εξαιτίας της εξέλιξης των σιδηροδρόμων. Τότε μειώθηκε και ο αριθμός των πανδοχείων στις διαδρομές που ακολουθούσαν τα ζώα και η ξενοδοχεία πήρε άλλη μορφή, με καταλύματα κοντά στους συγκοινωνιακούς κόμβους.

Οι Ελβετοί είχαν δώσει σημασία στην τουριστική βιομηχανία, από τον 15ο – 16ο αιώνα. Όμως κατά τον 18ο αιώνα έδωσαν έμφαση και στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών καθιερώνοντας το 1843 κοινό τιμολόγιο για τα ξενοδοχεία Α΄ τάξης (Φουντουλάκης, 2002).

Το ελβετικό παράδειγμα ακολούθησαν στο 19ο αιώνα πολλές χώρες της Ευρώπης. Τα ξενοδοχεία των μεγαλουπόλεων έγιναν μόδα, τόσο στην Ελβετία, όσο και στην Μεγάλη Βρετανία, στη Τσεχοσλοβακία και στη Γερμανία.

Φημισμένο για τις παροχές του ήταν το ξενοδοχείο «Λευκός Λέων» το 1843 στη Βενετία. Όμως μόλις στον 20ο αιώνα πρωτοεμφανίστηκε ξενοδοχείο που διέθετε χώρους υγιεινής σε κάθε του όροφο. Στον αιώνα αυτό τα ξενοδοχεία αναπτύχθηκαν αλματωδώς, με αποτέλεσμα τα σύγχρονα και πολυσύνθετα ξενοδοχεία της εποχής μας. (Χυτήρης, 1996, σελ. 30).

### 1.3.2 Τα Ξενοδοχεία Στην Αμερική

Οι Η.Π.Α. έχουν παίξει ένα σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του σύγχρονου ξενοδοχειακού κλάδου. Μετά το 1650, απομιμήσεις του Αγγλικού τύπου πανδοχείων αναπτύχθηκαν και στην Αμερική. Στο τέλος του 18ου αιώνα οι Η.Π.Α. διέθεταν αξιόλογα πανδοχεία, ενώ το 1974 στη Νέα Υόρκη παρουσιάστηκε το πρώτο ξενοδοχείο της Ηπείρου με την επωνυμία City Hotel που διέθετε 73 δωμάτια και η πολυτέλεια του προϊόντος του είχε εντυπωσιάσει τους πάντες.

Στη συνέχεια κτίστηκαν ξενοδοχεία σε άλλες πόλεις, από τα οποία ιδιαίτερα φημισμένο είναι το «Τρέμοντ» που χτίστηκε το 1829 στη Βοστώνη. Το Τρέμοντ διέθετε πρωτοποριακές παροχές, όπως δίκλινα και μονόκλινα δωμάτια, κλειδαριά στην πόρτα, κανάτα με νερό και λεκάνη σε κάθε δωμάτιο, ειδικευμένο προσωπικό (θυρωρούς, σερβιτόρους, καμαριέρες κλπ.), ενώ το μαγειρείο προσέφερε γαλλικά εδέσματα (Δρακουλάκος, 2010).

Στο τέλος του 19ου αιώνα και στις αρχές του 20ου, οι Η.Π.Α. είχαν να παρουσιάσουν ιστορικά ξενοδοχεία, όπως το Plaza στη Νέα Υόρκη, το «Waldorf Astoria», το “Statler” στο Buffalo, την αλυσίδα Ritz του Caesar Ritz κ.α.

---

Στις δεκαετίες 1960 – 1970 παρουσιάστηκαν ιστορικές αλυσίδες, όπως τα Marriot, Hilton (το 1963 λειτούργησε το “New York Hilton”), Sheraton και Hyatt. Η αμερικάνικη επιχειρηματικότητα, εκτός των άλλων, έδωσε ένα παγκόσμιο στίγμα που έχει σηματοδοτήσει την παγκόσμια ξενοδοχειακή ιστορία με τις ξενοδοχειακές της αλυσίδες (Παυλίδης, 1999).

### 1.3.3 Τα Ξενοδοχεία Στην Ελλάδα

Στην Αρχαία Ελλάδα η φιλοξενία εθεωρείτο πράξη αρετής. Τους ξένους προστάτευαν ο Ξένιος Δίας και η Αθηνά η Ξενία, όπως και οι Διόσκουροι Κάστωρ και Πολυδεύκης. Η φιλοξενία ακολουθούσε μία ιεροτελεστία και παρέχονταν σε κάθε ξένο, ο οποίος ανεξάρτητα από την τάξη που ανήκε, μπορούσε να μείνει σε ειδικό δωμάτιο στον «ξενώνα».

Αν και όλες οι Πόλεις Κράτη της Ελλάδας φημίζονταν για τη φιλοξενία, ιδιαίτερα διακρίνονταν οι Θεσσαλοί και οι Αθηναίοι. Στους πρώτους ιστορικούς χρόνους βελτιώθηκαν οι συγκοινωνίες με αποτέλεσμα την ανάπτυξη του εμπορίου. Οι πολιτείες και οι κοινωνίες ήκμαζαν, όπως επίσης οι επιστήμες και οι τέχνες. Τα ταξίδια τότε έγιναν συχνά και πήραν μαζικό χαρακτήρα σε περιόδους αγώνων και εορτών (Ευσταθίου, 2005).

Οι ελληνικές πόλεις, σε περιπτώσεις εορτών, αθλητικών εκδηλώσεων και πανηγυρισμών, εκτός από το πλήθος των επισκεπτών, δέχονταν και αντιπροσωπείες από άλλες πόλεις. Η δημόσια φιλοξενία συνήθως δημιουργούσε ισχυρούς δεσμούς ανάμεσα στις πόλεις, με αποτέλεσμα να συνάπτονται συνθήκες αμοιβαίας φιλοξενίας. Την προστασία των ξένων σε κάθε πόλη επέβλεπαν οι «πρόξενoi», δηλαδή οι επίσημοι αντιπρόσωποι των άλλων πόλεων, μετά από ειδική συνθήκη που υπογράφονταν για αυτό. Έτσι δημιουργήθηκε ο θεσμός της «προξενίας» (Φραγκιαδάκης, 1999).

Ο θεσμός της προξενίας ισχυροποιήθηκε από την καθιέρωση των νομισμάτων<sup>1</sup> σαν ανταλλακτικό ενδιάμεσο και από την διάδοση της γραφής και οδήγησε σε συνθήκες φιλίας πολλές ελληνικές πόλεις, αλλά και ελληνικές με ξένες πόλεις επίσης. Η συνθήκη προξενίας, συντάσσονταν και χαράσσονταν σε μαρμάρινες στήλες, ενώ ορισμένες φορές οι εκπρόσωποι αντάλλασσαν σύμβολα αμοιβαίας αναγνώρισης, όπως συνηθίζονταν στην περίπτωση της ιδιωτικής ξενίας (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

Με το πέρασμα του χρόνου εμφανίστηκαν δημόσια και ιδιωτικά ξενοδοχεία, με την ονομασία «πανδοχεία» ή «καταγώγια». Τα καταγώγια χτίζονταν δίπλα σε ναούς ή σε περιοχές όπου διοργανώνονταν εορτές και αγώνες, όπως στην Αρχαία

---

<sup>1</sup> Τα πρώτα νομίσματα κυκλοφόρησαν στη Λυδία της Μ. Ασίας, περίπου τον 7ο αιώνα π.Χ. και ήταν από ήλεκτρο ή χρυσό. Τα ρωμαϊκά και τα ελληνικά νομίσματα ήταν κυρίως χάλκινα. Τα χάλκινα νομίσματα είχαν τοπική αξία, ενώ τα χρυσά είχαν ευρύτατη εμβέλεια.

---

Ολυμπία, στους Δελφούς, στην Επίδαυρο κλπ. Ήταν πολυτελή πέτρινα διώροφα ή τριώροφα κτίσματα όπως το καταγώγιο της Επιδαύρου δυναμικότητας 100 δωματίων και 200 κλινών, το Λεωνίδιο στην Ολυμπία μήκους 154 μέτρων, το καταγώγιο της Θεάς Αρτέμιδας στη Μαγνησία όπου προσέφεραν «στέγη, άλας, έλαιον, όξος, λύχνος, κλίνη, στρώμα, τράπεζα», το καταγώγιο της Δήλου κ.ά. Τότε εμφανίστηκε και το επάγγελμα του «εξηγητού», δηλαδή του σημερινού ξεναγού (Λαλούμης 1998).

Τα πανδοχεία ήταν ιδιωτικά και κερδοσκοπικά σε αντίθεση με τα καταγώγια τα οποία ήταν συνήθως δημόσια και αφιλοκερδή και διακρίνονταν σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τις παροχές τους και την πολυτέλειά τους. Ορισμένα από αυτά παρείχαν μόνο δωμάτιο, ενώ ορισμένα άλλα δωμάτιο με διατροφή και συμπληρωματικές υπηρεσίες που κάλυπταν τις ανάγκες του ταξιδιώτη. Οι υπηρεσίες αυτές, καθώς και το όλο προϊόν, αρχικά ήταν υποτυπώδης, αλλά με την πάροδο του χρόνου και την αύξηση του ανταγωνισμού βελτιώθηκαν εντυπωσιακά (Holloway & Robinson, 2003).

Τα τιμολόγια ήταν χαμηλά και ασαφή. Οι ταξιδιώτες πλήρωναν «στο περίπου», το στρογγυλοποιημένο ποσό που συνήθως ζητούσε «ο πανδοχέας» ή «η πανδοχέυτρια», αν και ορισμένες φορές γινόταν λογαριασμός ακριβείας.

Κατά τον Δ΄ π.Χ. αιώνα στην Αθήνα, Πειραιά, Κόρινθο, αλλά και σε πολλές άλλες πόλεις της Ελλάδας, υπήρχε πληθώρα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Ειδικά στον εορτασμό των Διονυσίων στην Αθήνα, ούτε οι θεσμοί φιλοξενίας, ούτε τα ξενοδοχεία μπορούσαν να καλύψουν τη ζήτηση, με αποτέλεσμα να λειτουργούν επιχειρήσεις ενοικίασης σκηνών.

Πέραν όμως των πολυτελών ξενοδοχείων, υπήρχαν και πολλά χαμηλών κατηγοριών, όπου τα κρεβάτια ήταν ξύλινα και απλά, όπως και όλο το κτίριο και ο εξοπλισμός του. Τα καπηλεία ήταν αρχικά είδος ταβέρνας όπου προσφέρονταν κύρια κρασί 2, αλλά και φαγητό. Το κεντρικό προϊόν του καπηλείου ήταν η διασκέδαση. Οι πελάτες έπιναν μέχρι μέθης και γυναίκες ελευθερίων ηθών τραγουδούσαν και χαριεντίζονταν μαζί τους. Οι Ρωμαίοι ονόμαζαν τα καπηλεία *campona* και *ganea*. Ένας ακόμη τύπος ξενοδοχείων ήταν τα Ρωμαϊκά «*Diversorii*», κατά μήκος των περιφημων ρωμαϊκών λεωφόρων. που γειτόνευαν για λόγους ασφάλειας με ταχυδρομικά άσυλα. Στο Βυζάντιο υπήρχαν πολλά πανδοχεία και καπηλεία, διαφορετικών κατηγοριών. Η κουζίνα τους αποτελούσε ένα μίγμα ελληνικής, ευρωπαϊκής και ασιατικής, αν και το κρασί ποτέ δεν έχασε την αίγλη του (Λυμπερόπουλος & Παντουβάκης, 2000).

Η Κωνσταντινούπολη ήταν το σημαντικότερο εμπορικό κέντρο του κόσμου, με τεράστια συρροή ξένων από διάφορα μέρη της Ασίας, της Ευρώπης και της Αφρικής. Τα διαθέσιμα καταλύματα στην Κωνσταντινούπολη και σε όλη τη Βυζαντινή επικράτεια, δεν επαρκούσαν για τη φιλοξενία των πολυάριθμων ξένων. Παράλληλα η εκκλησία στο Βυζάντιο δημιούργησε τον θεσμό των ξενώνων, που λειτουργούσαν ως πτωχοκομεία, ως νοσοκομεία και ως ξενοδοχεία φιλοξενώντας

---

<sup>2</sup> «...πίνειν και κόμω χρέεσθαι...» σύμφωνα με τον Ηρόδοτο

---

συγγενείς των ασθενών, ενώ σε άλλες περιπτώσεις φιλοξενούσαν δωρεάν ξένους και ανήμπορους. Φημισμένη ήταν η «Βασιλειάδα» του Μ. Βασιλείου στη Καισάρεια που ιδρύθηκε το 372 και ήταν μεγάλος σαν πόλη, ο «Ξενών του Σαμψών», οι ξενώνες του «Ισιδώρου» και του «Αρκαδίου», ιδρυθέντες όλοι από τον Ιουστινιανό. Την παράδοση της αφιλοκερδούς φιλοξενίας στον ειδικό χώρο συνεχίζει μέχρι τις μέρες μας το «αρχονταρίκι» των μοναστηριών (Ηγουμενάκης, 1999).

Την εποχή της Τουρκοκρατίας, οι ξενώνες κατασχέθηκαν ή καταστράφηκαν και τα πανδοχεία σταδιακά έπαψαν να λειτουργούν. Τη φιλοξενία προσέφεραν τα «Χάνια» και τα «Καραβάν Σεράϊα» διώροφα οικοδομήματα, τα οποία αποτελούνταν από τέσσερα κτίρια τα οποία διαμόρφωναν μία εσωτερική αυλή. Αρχικά κτίστηκαν από θρησκευτική παρόρμηση, η οποία όμως όταν παρήλθε, τα οδήγησε στην παρακμή και ερείμωση.

Τα χάνια ήταν φτωχικά οικήματα με απαράδεκτο προϊόν. Βρίσκονταν στην ύπαιθρο, σε στρατηγικά σημεία διαδρομών. Τα έκτιζε το Τουρκικό κράτος, τούρκοι μεγιστάνες, αλλά και άνθρωποι του λαού, για θρησκευτικούς λόγους και συνήθως ήταν ισόγεια κτίρια με ένα πατάρι στο βάθος, όπου κοιμόταν ο ιδιοκτήτης. Στο χώρο του ισογείου υπήρχε η κουζίνα και εκεί οι ταξιδιώτες έτρωγαν και κοιμόταν. (Κανελόπουλος, 1990)

Κρεβάτια δεν υπήρχαν και οι ταξιδιώτες κοιμόταν στο έδαφος, αν και ορισμένες φορές μπορούσαν να έχουν χόρτο για στρώμα και μάλλινη κουβέρτα για να στρωθεί πάνω στο χόρτο. Εκτός από τα χάνια, λειτουργούσε έντονα ο θεσμός της ιδιωτικής ξενίας. Υπάρχουν πολλές μαρτυρίες αλλοδαπών που επισκέφτηκαν την εποχή εκείνη την Ελλάδα, οι οποίοι αναφέρονται με ενθουσιασμό στην ιδιωτική, αφιλοκερδή φιλοξενία των Ελλήνων και στη ζεστή φιλοξενία των μοναχών και με αγανάκτηση για τα χάνια και τα καπηλεία της εποχής.

Μετά την απελευθέρωση το 1828, ελάχιστα χάνια είχαν απομείνει στην ύπαιθρο και στις πόλεις. Το πρώτο ξενοδοχείο ιδρύθηκε στο Ναύπλιο το 1834 με την επωνυμία «Ξενοδοχείον του Λονδίνου», το οποίο φιλοξένησε τους πρώτους επίσημους ξένους του νεότευκτου ελληνικού κράτους και στη συνέχεια, το 1840, λειτούργησε επίσης στο Ναύπλιο το ξενοδοχείο «Αφθονία» (Holloway & Robinson, 2003).

Το 1835 η Αθήνα απέκτησε το δικό της ξενοδοχείο, με το όνομα «Νέον Ξενοδοχείον» ή «Albergo Nuovo», του Ιταλού Καζάλι. Το 1878 λειτούργησε σαν ξενοδοχείο η ιστορική «Μεγάλη Βρετανία» στη θέση που είναι σήμερα στο Σύνταγμα. Την φήμη του το ξενοδοχείο όφειλε στην πολυτέλεια και στην πρωτοπορία του, αλλά και στη μαγειρική του Στάθη Λάμψα, ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου. Το 1917 λειτούργησε το «Ατενέ Παλλάς» απέναντι από το Πολυτεχνείο, το οποίο ήταν το πρώτο κτίριο της Αθήνας που κτίστηκε με μπετόν και την ίδια εποχή στο Ν. Φάληρο λειτούργησε το ξενοδοχείο «Ακταίων», το πολυτελέστερο της εποχής με 80 δωμάτια. Γνωστά ξενοδοχεία της Αθήνας ήταν επίσης το «Ξενοδοχείον της Αγγλίας», το «Grand Hotel Magestic» το «Ξενοδοχείον της Αθήνας», το «Victoria» και το «Ξενοδοχείον των Ξένων» (Φουντουλάκης, 2002).

Σταδιακά, με την ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων σε συνδυασμό με την κατάκτηση του εργατικού δικαιώματος των διακοπών, παρουσιάστηκε το φαινόμενο

---

του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα την αύξηση των τουριστικών επιχειρήσεων. Πολλά πανδοχεία και χάνια σταδιακά μετατράπηκαν σε ξενοδοχεία, ενώ κτίστηκαν πολλά νέα (Βαρβαρέσος, 1997).

#### 1.3.4 Η Διαμόρφωση Της Επωνυμίας Των Ξενοδοχείων

Την πελατεία που προσπαθούσαν να προσελκύσουν. Έτσι στην εποχή του μεσοπολέμου, που στην Ελλάδα ταξίδευαν πολλοί Βρετανοί, έγιναν πολλά ξενοδοχεία με την ονομασία «Λονδίνο», «Η Ωραία Αγγλία», κλπ. Ακόμη και σήμερα, συναντάμε πολλά ξενοδοχεία με ονομασίες όπως «Τα Τρίκαλα», «Η Θεσσαλία», κλπ.

Τοπωνυμίες του εξωτερικού, που χρησιμοποίησαν πολλοί παλινοστούντες Έλληνες, κύρια από τις Η.Π.Α., οι οποίοι βάπτιζαν τα ξενοδοχεία τους «Νέα Υόρκη», «Βοστώνη», κλπ (Κανελόπουλος, 1990).

Το πολίτευμα της εποχής. Έτσι την εποχή της βασιλείας, πολλά ξενοδοχεία πήραν το όνομα βασιλέων και βασιλισσών, όπως «Βασιλεύς Παύλος», «Βασίλισσα Φρειδερίκη». Επίσης δόθηκαν ονόματα σχετικά με τη βασιλεία, όπως «Το Στέμμα» κλπ. Επί χούντας, πολλά ξενοδοχεία πήραν το όνομα «Το Εθνικόν», αλλά στη συνέχεια άλλαξαν την επωνυμία τους, επιλέγοντας σαν νέο όνομα τις περισσότερες φορές «Το Διεθνές».

Σήμερα, μια από τις τάσεις του marketing, επιμένει να φορτώνει τη ξενοδοχειακή επωνυμία με πληροφορίες. Έτσι πολλά ξενοδοχεία φέρουν το όνομα της περιοχής που βρίσκονται κι ακολουθεί η περιγραφή του τοπίου. Για παράδειγμα αναφέρουμε το «Istron Bay», το «Andrina Beach» κλπ. (Rutherford, 1999).

#### 1.3.5 Μέγεθος (Αξία) Αγοράς Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με τη Διευθύντρια Οικονομικών και Κλαδικών Μελετών της ICAP Group, Σταματίνα Παντελαίου: «Η συνεισφορά του ξενοδοχειακού κλάδου στην εθνική οικονομία είναι σημαντική, καθώς το συνολικό μέγεθος της αγοράς των ξενοδοχείων πέντε, τεσσάρων και τριών αστέρων εκτιμάται σε €2,9 δισ. περίπου το 2012, μειωμένο κατά το ποσοστό της τάξης του 6% σε σχέση με το 2011. Επιπλέον η τουριστική κίνηση κατέγραψε αύξηση της τάξης του 15% το 2013 σε σχέση με το 2012, ενώ περαιτέρω αύξηση κατά 3% προβλέπεται για το 2014» (Γούναρης, 2012).



### 1.3.6 Αποτελέσματα Ανάλυσης των Ισολογισμών Εταιρειών του Κλάδου

Η χρηματοοικονομική ανάλυση των ισολογισμών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε δείγμα από 614 ισολογισμούς αντιπροσωπευτικών εταιρειών που εκμεταλλεύονται ξενοδοχεία πέντε, τεσσάρων και τριών αστέρων σε ολόκληρη την επικράτεια κατέληξε στα ακόλουθα συμπεράσματα (Βαγιονής, et al, 2011):

- το υψηλότερο περιθώριο μικτού κέρδους (μέσος όρος 5ετίας) εμφανίζουν τα ξενοδοχεία τριών αστέρων (27,34%) και το μικρότερο τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων (16,11%).
- Στο περιθώριο καθαρού κέρδους EBITDA, τα ξενοδοχεία τριών αστέρων εμφανίζουν τον υψηλότερο μέσο δείκτη πενταετίας (19,81%).
- Όλες οι κατηγορίες ξενοδοχείων παρουσιάζουν μέσο ετήσιο δείκτη αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων αρνητικό. Τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων εμφανίζουν το δυσμενέστερο μέσο δείκτη πενταετίας (-10,76%). Μεταξύ δε των ξενοδοχείων πέντε αστέρων οριακά θετικός είναι ο μέσος δείκτης πενταετίας μόνον για τα ξενοδοχεία στο Αιγαίο, ενώ μεταξύ των ξενοδοχείων τριών αστέρων, μόνον τα ξενοδοχεία των Κυκλάδων παρουσιάζουν θετικό μέσο δείκτη 5ετίας (1,49).

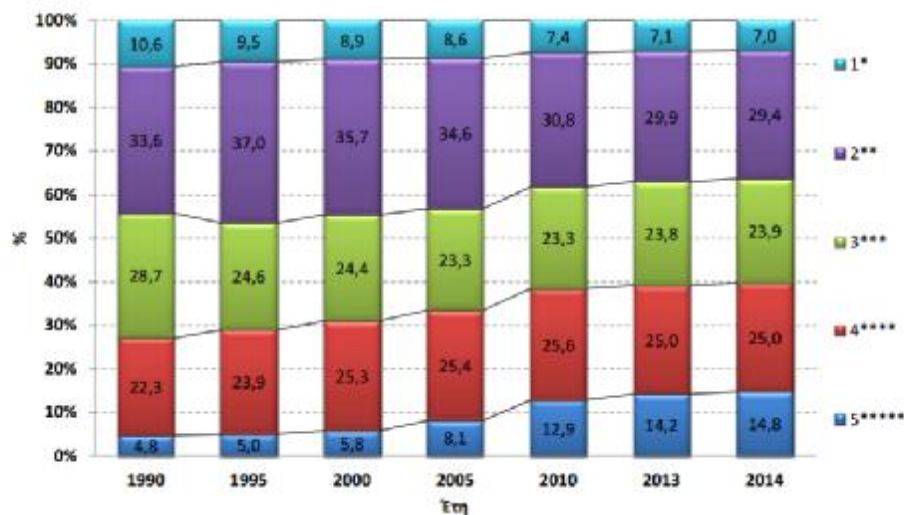
Τον υψηλότερο μέσο δείκτη γενικής ρευστότητας 5ετίας γενικά (ανεξαρτήτως περιοχής) παρουσιάζουν τα ξενοδοχεία τριών αστέρων (4,55) και το χαμηλότερο τα ξενοδοχεία των πέντε αστέρων (2,05). Μεταξύ των ξενοδοχείων πέντε αστέρων, οι μονάδες της Πελοποννήσου παρουσιάζουν τον υψηλότερο μέσο δείκτη (6,98), μεταξύ των μονάδων τεσσάρων αστέρων τον υψηλότερο μέσο δείκτη 5ετίας εμφανίζουν αυτές της Βόρειας Ελλάδας - Θράκης (3,52), ενώ μεταξύ των μονάδων τριών αστέρων επίσης αυτές των Κυκλάδων (9,72).

Σημαντική είναι και η σχετική Ανάλυση SWOT σύμφωνα με την οποία :

- Η χώρα κατατάσσεται σε υψηλή θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών
- Παρέχεται υψηλό επίπεδο ξενοδοχειακών υπηρεσιών αποτελούν αναμφισβήτητα
- Συνεχίζουν να υφίστανται τα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός (εποχικότητα, γεωγραφική συγκέντρωση κλπ.)
- Διαπιστώνεται μονομερή εξάρτηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων από τους μεγάλους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς,
- Νέες προκλήσεις μπορούν να αποτελέσουν η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού (ιατρικός, ιαματικός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός κλπ.), η θεσμοθέτηση του fast track στις τουριστικές επενδύσεις
- Απειλές για τον κλάδο το όλο δυσμενές οικονομικό κλίμα εξ' αιτίας της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης (έλλειψη ρευστότητας, μείωση εσωτερικού τουρισμού κλπ.) αλλά και ο έντονος ανταγωνισμός που υφίσταται ο ελληνικός τουρισμός από τις γειτονικές μας χώρες με χαμηλό κόστος παροχής τουριστικών υπηρεσιών (Τουρκία, Κροατία κλπ) (Βαγιονής, et al, 2011).

## ❖ Προφίλ της Ελληνικής Ξενοδοχίας

Διαχρονική Εξέλιξη της Σύνθεσης των Ξενοδοχειακών Μονάδων 1990 - 2014



Την περίοδο 2010 – 2014, το ξενοδοχειακό δυναμικό αναβαθμίστηκε, καθώς το 73% των μονάδων που άνοιξαν εντάχθηκαν στις τρεις υψηλότερες κατηγορίες ξενοδοχείων, ενώ από τις μονάδες που διέκοψαν τη λειτουργία τους, το 29% περίπου προερχόταν από τις τρεις υψηλότερες κατηγορίες. Επίσης, από το 1990 έχει σχεδόν τριπλασιαστεί το ποσοστό των ξενοδοχείων 5 αστερών (4,8% το 1990, 14,8% το 2014).



---

### 1.3.7 Οικονομικά Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείων

Τα ξενοδοχεία είναι οικονομικές μονάδες. Αποτελούν αυτοτελείς δραστηριότητες που συνδικάζουν τους παραγωγικούς συντελεστές, δηλαδή χώρο, εργασία και κεφάλαια, με σκοπό την παραγωγή και προσφορά υπηρεσιών φιλοξενίας, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται το μέγιστο επίπεδο κέρδους. Η οικονομική υπόσταση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων επιβάλλει την οικονομική ανάλυση και επισκόπηση των δραστηριοτήτων τους (ΣΕΒ-ICAP, 2004).

Την οικονομική ζωή, δράση και ανάπτυξη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μελετά η ξενοδοχειακή οικονομική. Πρόκειται για μια εμπειρική επιστήμη, από την άποψη ότι στηρίζεται στη συστηματική παρατήρηση των γεγονότων που αφορούν την επιχείρηση, εφόσον έχει σκοπό να υποδείξει τα αίτια μεγιστοποίησης της αποτελεσματικότητας της. Διαιρείται στο κλάδο της ξενοδοχειακής μικροοικονομικής που μελετά τη συμπεριφορά μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης και της μακροοικονομικής, που μελετά ευρύτερα την οικονομική συμπεριφορά του κλάδου (Καραγιάννης, 1992, σελ.: 45).

### 1.3.8 Κατηγορίες Και Προδιαγραφές Κατά Τον Ε.Ο.Τ

Ο Ε.Ο.Τ. σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και τις διεθνείς κατευθυντήριες προδιαγραφές καθώς και τις επιταγές της ισχύουσας ελληνικής τουριστικής νομοθεσίας (παρ 3 ε του άρθρου 16 του ν. 3190/2003) έχει διαπιστευθεί από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε. (Ε.ΣΥ.Δ. Α.Ε.) ως Φορέας Πιστοποίησης των τουριστικών καταλυμάτων της χώρας κατά ΕΛΟΤ EN 45011 με το με αριθμό 444/9-10-2008 πιστοποιητικό για την οριστική κατάταξη στο σύστημα των αστερών και κλειδιών, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στις διατάξεις των ΠΔ 43/2002 (ΦΕΚ 43/Α/7-3-2002) και ΠΔ 337/2000 (ΦΕΚ 281/Α/28-12-2000) αντίστοιχα, όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν σήμερα (Μαντζάρης, 2003).

Κατά τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) οι τουριστικές εγκαταστάσεις ανάλογα με το είδος των προσφερόμενων υπηρεσιών και τον τρόπο λειτουργίας τους χωρίζονται σε έξι κατηγορίες:

#### 1) ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν χώρους διανυκτέρευσης, διοίκηση, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, εστίασης και αναψυχής πελατών.

Διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

ΤΥΠΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ :Πολυτέλεια Α, Β, Γ, Δ, και Ε κατηγορία.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΥΠΟΥ MOTEL: Α και Β κατηγορία.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΥΠΟΥ ΞΕΝΩΝΑ: Πολυτέλεια Α και Β κατηγορία καθώς και ξενώνες νεότητας.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ: Α, Β, Γ και Δ κατηγορία.

---

Μπορούν να δημιουργηθούν σε περιοχές εντός και εκτός σχεδίου πόλεως, εκτός από τα Motels που δημιουργούνται μόνο σε περιοχές εκτός σχεδίου. Επίσης ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένα διαμερίσματα μπορεί να συνδυάζονται σε μεικτή επιχείρηση εφόσον επιτυγχάνουν δυναμικότητα πάνω από 300 δωμάτια και δημιουργούνται σε περιοχές εκτός σχεδίου (Παπαδόπουλος, 2002).

## 2) ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ (CAMPING)

Τουριστικές εγκαταστάσεις σε υπαίθριους χώρους, που παρέχουν σίτιση και αναψυχή τουριστών, οι οποίοι διαθέτουν ή όχι τα δικά τους μέσα μεταφοράς και διανυκτέρευσης (σκηνές, τροχόσπιτα).

Διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ ΑΠΛΕΣ : Α, Β, Γ και Δ κατηγορία.

ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ ΜΕ ΟΙΚΙΣΜΟΥΣ: Α, Β και Γ κατηγορία.

Μπορούν να δημιουργηθούν μόνο σε περιοχές εκτός σχεδίου (Παπαδόπουλος, 2002).

## 3) ΑΥΤΟΕΞΥΠΗΡΕΤΟΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Τουριστικές εγκαταστάσεις που δεν διαθέτουν υποδοχή και κοινόχρηστους χώρους πελατών. Διαθέτουν μόνο ανεξάρτητους χώρους διαμονής πελατών, χωρίς υποχρεωτικές εξυπηρετήσεις.

Διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΕΠΑΥΛΕΙΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ

Δημιουργούνται τόσο σε περιοχές εκτός όσο και σε περιοχές εντός σχεδίου (Παπαδόπουλος, 2002).

## 4) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΔΗΜΕΡΕΥΣΗΣ

Περιλαμβάνει τουριστικές εγκαταστάσεις που δεν διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης πελατών, παρά μόνο χώρους εστίασης, αναψυχής και άλλες ειδικές εγκαταστάσεις.

Διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗΣ

ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ, ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ.

Δημιουργούνται τόσο σε περιοχές εκτός σχεδίου, όσο και εντός σχεδίου (Παπαδόπουλος, 2002).

## 5) ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ

Αποτελούν μέρος της μόνιμης κατοικίας του ιδιοκτήτη ή του μισθωτή και παραχωρούνται με τα έπιπλα και το λοιπό εξοπλισμό σε τουρίστες, με μίσθωμα για προσωρινή διαμονή. Ο ιδιοκτήτης είναι αυτός που αναλαμβάνει την καθαριότητα του δωματίου και μερικές φορές την παραχώρηση γευμάτων (πρωινό κλπ).

---

Για αυτό το είδος των ξενοδοχειακών μονάδων, μέγιστο όριο δυναμικότητας είναι τα 10 δωμάτια και κατατάσσονται σε τρεις τάξεις Α, Β και Γ (Παπαδόπουλος, 2002).

6) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΚΕΝΤΡΑ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΥ ΓΥΜΝΙΣΤΩΝ:

Σαν κέντρα παραθερισμού γυμνιστών, μπορούν να λειτουργήσουν τα τυπικά ξενοδοχεία πολυτελείας Α, Β και Γ, τα ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων, εφόσον η δυναμικότητα τους περνάει τα 150 δωμάτια και τα camping, όλων των τύπων, εφόσον έχουν δυναμικότητα 100 θέσεων (Παπαδόπουλος, 2002).

7) ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΥΤΗΡΙΑ: Μπορούν να λειτουργούν σε όλες τις μορφές τουριστικών εγκαταστάσεων της Α κατηγορίας, εκτός από τα Motels. Με την προϋπόθεση ότι θα επιτραπεί η χρήση του ιαματικού νερού από το φορέα που εκμεταλλεύεται τη πηγή (Γούναρης, 2012).

8) ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ: Τουριστικές εγκαταστάσεις Α και Β κατηγορίας, τα οποία μπορούν να λειτουργούν σαν χιονοδρομικά κέντρα συμπληρωμένα με ειδικές προδιαγραφές.

Εκτός από τα παραπάνω ο Ε.Ο.Τ μπορεί να δεχτεί και τουριστικές εγκαταστάσεις με άλλες ειδικές χρήσεις, στις οποίες βέβαια θα εφαρμόζονται οι αντίστοιχες προδιαγραφές της κατηγορίας και οι πρόσθετες εγκρίσεις από τους αρμόδιους φορείς (Χυτήρης, 1996 σελ: 40)

---

## 2 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το ξενοδοχειακό λογισμικό μεταλλάσσεται συνεχώς και οι εξελίξεις στο σχεδιασμό και στις τεχνολογίες κατασκευής του είναι ραγδαίες.

Ερευνώντας τον κλάδο των προϊόντων λογισμικού που προσφέρονται σήμερα στις ξενοδοχειακές μονάδες, στα τουριστικά/ταξιδιωτικά γραφεία και στις επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, διαπιστώθηκε μία εντυπωσιακή στροφή των κατασκευαστριών εταιρειών στις διαδικτυακές τεχνολογίες. Οι εφαρμογές δεν εγκαθίστανται πλέον τοπικά στους υπολογιστές που υπάρχουν στο front-office ή το back-office των ξενοδοχείων, αλλά οι λειτουργίες τους «σερβίρονται» σ' αυτούς τους υπολογιστές απομακρυσμένα ως ιστοσελίδες στις οποίες έχουν πρόσβαση όλοι οι εξουσιοδοτημένοι χρήστες, οπουδήποτε και αν βρίσκονται. Τα διαδικτυακά συστήματα κρατήσεων κυριαρχούν. Προσφέρουν στους επισκέπτες των ιστοσελίδων πλούσιο διαδραστικό και πολυμεσικό περιεχόμενο, «γνωρίζουν» ανά πάσα στιγμή τις διαθεσιμότητες της ξενοδοχειακής μονάδας, διαχειρίζονται τις κρατήσεις από την αρχή έως το τέλος εντελώς αυτοματοποιημένα και ενημερώνουν τη βάση του ξενοδοχείου σε πραγματικό χρόνο (Αγγελή, 2005).

Επίσης, προσφέρονται πολλές εφαρμογές ξενοδοχειακού CMS, δηλαδή, εργαλεία κατασκευής ξενοδοχειακών ιστοχώρων και εμπλουτισμού τους με περιεχόμενο κάθε είδους για την προσέλκυση επισκεπτών και άρα δυνητικών πελατών. Οι ίδιοι οι χειριστές του συστήματος μπορούν να συνδέονται και να διαχειρίζονται τις λειτουργίες του ξενοδοχείου απομακρυσμένα μέσω ιστοσελίδων, ενώ στη διοίκηση της ξενοδοχειακής μονάδας προσφέρονται σύγχρονοι τρόποι συγκέντρωσης και ανάλυσης πληροφοριών, όπως η σύνδεση με το Google Analytics για τη συγκέντρωση στατιστικών στοιχείων επισκεψιμότητας στις ιστοσελίδες και την αξιοποίησή τους στη βελτίωση των προσφερόμενων ξενοδοχειακών/τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Στις σελίδες που ακολουθούν, παρουσιάζονται τα κυριότερα προϊόντα ξενοδοχειακού και συναφούς λογισμικού που κυκλοφορούν σήμερα στη χώρα μας. Υπάρχουν λύσεις για κάθε βαλάντιο και μέγεθος ξενοδοχειακής επιχείρησης ή μονάδας μαζικής εστίασης, από μικρά καταλύματα έως μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων (Castro & Hyslop, 2013).

### 2.1 AMADEUS

Η συγκεκριμένη λύση δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης σε περισσότερα από 140.000 ξενοδοχεία σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές, μέσω συνεργασίας της Amadeus με διεθνείς προμηθευτές ξενοδοχείων.

---

Η πλατφόρμα δημιουργίας ξενοδοχειακού περιεχομένου της Amadeus κατασκευάστηκε για να προσφέρει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε προμηθευτές ξενοδοχείων, καθώς και πολλές άλλες ταξιδιωτικές υπηρεσίες, καλύπτοντας το κενό που υπήρχε στη συγκεκριμένη κατηγορία λογισμικού. Η πλατφόρμα διαθέτει μεγάλη ευελιξία, καθώς μπορεί να ενσωματωθεί πλήρως στη λύση Amadeus Selling Platform και προσφέρει πολλές ευκολίες, όπως η δυνατότητα μεταφοράς των στοιχείων μίας αεροπορικής κράτησης από το κεντρικό σύστημα της Amadeus ώστε να διευκολυνθεί και να επιταχυνθεί η διαδικασία μίας κράτησης, καθώς και μεταφοράς των στοιχείων των ξενοδοχειακών κρατήσεων στο Amadeus PNR για την παρουσίαση ενιαίας εικόνας δρομολογίου για τον πελάτη (Jamsa, 2013).

Άλλα πλεονεκτήματα που προσφέρει η Content Inn by Amadeus στα ταξιδιωτικά γραφεία είναι η πρόσβαση σε πληθώρα ξενοδοχείων, σε περισσότερες από 240 χώρες, η δυνατότητα πραγματοποίησης ομαδικών κρατήσεων, η απευθείας πρόσβαση σε μεγάλες αλυσίδες, όπως οι Best Western, Fairmont, Intercontinental, Hilton και Hyatt, η σύγκριση τιμών των διάφορων προμηθευτών και η προβολή της καλύτερης διαθέσιμης τιμής.

Η Content Inn by Amadeus εξελίσσεται συνεχώς εμπλουτίζοντας το περιεχόμενό της και αναπτύσσοντας νέες δυνατότητες. Για παράδειγμα, η πρόσφατη συμφωνία της Amadeus με την Destinations of the World αυξάνει το εύρος και τις επιλογές για τα ταξιδιωτικά γραφεία και τις εταιρείες διαχείρισης ταξιδιών ενώ είναι πλέον δυνατή η έκδοση εισιτηρίου με το λογότυπο του ταξιδιωτικού γραφείου. Τέλος, η Content Inn by Amadeus είναι πλέον διαθέσιμη και στην κυπριακή ταξιδιωτική αγορά (Braubach, et al, 2010).

Στους προσεχείς μήνες αναμένεται η ενσωμάτωση της Content Inn by Amadeus στην on-line λύση κρατήσεων, Amadeus e-Power, που θα παρέχει τη δυνατότητα ξενοδοχειακών κρατήσεων στον τελικό ταξιδιώτη.

## **2.2 HIT-HOSPITALITY**

Η Hit-Hospitality προσφέρει μία μεγάλη γκάμα προϊόντων για τις ξενοδοχειακές μονάδες που καλύπτουν όλο το φάσμα λειτουργιών τους τόσο στο front-office όσο και στο back-office:

### **2.2.1 Protel Front Office**

Το Protel καλύπτει τις ανάγκες κάθε μορφής και μεγέθους ξενοδοχείου, προσφέροντας πολλούς τρόπους για την καταχώριση μίας κράτησης.

\* Κρατήσεις: Εισαγωγή κρατήσεων «ζωγραφίζοντας» στο πλάνο, μεταφορά από ένα δωμάτιο σε άλλο ή από μία περίοδο σε άλλη, αλλαγές δωματίων, αφίξεων, αναχωρήσεων, από το πλάνο (Check-In/Check-Out).

---

\* Πλοηγός (Navigator): Δυνατότητα αλλαγής στοιχείων στην «ταυτότητα» (guest profile) του πελάτη, στοιχείων κράτησης, τιμών ή και απλών μηνυμάτων. Δυνατότητα «ανοίγματος» της ταυτότητας πελάτη (Guest Profile), του λογαριασμού (invoice) και της οθόνης κράτησης, επιλέγοντας ένα από τα τεταρτημόρια του πλοηγού (με ένα κλικ πάντα).

\* Προφίλ πελάτη (Guest profile): Ιστορικό επιστολών, fax, e-mails που στάλθηκαν στον πελάτη, αυτόματο merge με οποιαδήποτε βάση δεδομένων.

\* Διαχείριση λογαριασμών (Invoicing): Παραμετρική εμφάνιση λογαριασμού, δυνατότητα προσθήκης λογότυπων και γραφικών, κάθε λογαριασμός που τυπώνεται φυλάσσεται στη μορφή που τυπώθηκε για μελλοντική χρήση, δυνατότητα διάσπασης χρεώσεων διανυκτέρευσης εκ των υστέρων, δυνατότητα σύμπτυξης κινήσεων ανά πάσα στιγμή.

Για τη διαχείριση του back-office υπάρχει το Protel for Headquarters, το οποίο προσφέρει κεντρική διαχείριση όλης της ξενοδοχειακής αλυσίδας, με διατήρηση αυτόνομης βάσης δεδομένων των συνδεδεμένων ξενοδοχείων, ενημερώνοντας αυτόματα τα κεντρικά για τη διαθεσιμότητα κάθε μονάδας και λαμβάνοντας απ' αυτά κρατήσεις (Braubach, et al, 2010).

## 2.2.2 WebHotelier

Το WebHotelier αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα on-line κρατήσεων για ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικά καταλύματα όλων των τύπων. Υποστηρίζει λειτουργίες κράτησης και διανομής του τουριστικού προϊόντος μέσα από ένα εξελιγμένο, γρήγορο και αξιόπιστο σύστημα. Είναι πλήρως παραμετροποιήσιμο και ιδιαίτερα εύκολο στη χρήση, με κύριο προσανατολισμό τη «μετατροπή» του επισκέπτη σε πελάτη.

Το back-office του WebHotelier συνδυάζει μία σειρά εργαλείων που έχουν σχεδιαστεί με βάση τις ανάγκες του ξενοδόχου, προσφέρει γρήγορη ματιά στην αποτελεσματικότητα του ξενοδοχείου, διευκολύνει τη διαχείριση των τιμών και διαθεσιμοτήτων και εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο στους χρήστες (Braubach, et al, 2010).

Η ευέλικτη αρχιτεκτονική του συστήματος επιτρέπει άμεσες βελτιώσεις και προσθήκες για την κάλυψη πρόσθετων αναγκών των καταλυμάτων και καινοτόμα εργαλεία όπως τα παρακάτω καθιστούν το WebHotelier ένα σύστημα που μπορεί να προσαρμόζεται εύκολα στις εξελίξεις (Jamsa, 2013):

– Διασύνδεση με Google Analytics: Υποστηρίζεται η δυνατότητα διασύνδεσης με Google Analytics όπου καταγράφονται πλήθος στατιστικών στοιχείων, όπως επισκεψιμότητα ανά χώρα προέλευσης, ποσοστό επιτυχίας (conversion rate) κ.ά. Το εργαλείο αυτό παρέχει πρόσβαση σε πληροφορίες που βοηθούν στη λήψη αποφάσεων και βελτιστοποιούν την αποτελεσματικότητα των κρατήσεων.

– Αυτόματο Search Engine Optimization (Google optimized): Η παραγόμενη μηχανή κρατήσεων δημιουργεί άρτιο τεχνικά κώδικα που είναι φιλικός προς τις μηχανές αναζήτησης. Οι μηχανές αναζήτησης «βλέπουν» τα στοιχεία και τις

---

πληροφορίες του καταλύματος και ως αποτέλεσμα πραγματοποιείται αυτόματη ενσωμάτωση της μηχανής κρατήσεων στα αποτελέσματα των αναζητήσεων.

### 2.2.3 WebHotel

Το WebHotel είναι μία πληρέστατη εφαρμογή front-office και ηλεκτρονικών κρατήσεων για μικρά ξενοδοχεία και καταλύματα που μέχρι σήμερα απέφευγαν να εγκαταστήσουν ένα πληροφοριακό σύστημα λόγω υψηλού κόστους αγοράς του εξοπλισμού, του λογισμικού και των συμβολαίων συντήρησης. Το κόστος χρήσης του WebHotel είναι ελάχιστο σε σύγκριση με το κόστος αγοράς ενός προγράμματος PMS και δεν υπάρχουν συμβόλαια ετήσιας συντήρησης. Η εφαρμογή λειτουργεί μέσω Διαδικτύου και χρησιμοποιεί την τεχνολογία Microsoft.net. Ενδεικτικά, προσφέρει (Willard, 2008):

- \* Διαχείριση κρατήσεων
- \* Πλάνο δωματίων
- \* Πλάνο γευμάτων εστιατορίου
- \* Αφίξεις-Αναχωρήσεις πελατών
- \* Παρακολούθηση λογαριασμών-Έκδοση παραστατικών
- \* Αρχείο πελατών
- \* Πολλαπλοί τιμοκατάλογοι
- \* Δυνατότητα ηλεκτρονικών κρατήσεων-WebHotelier
- \* Web Booking Engine/SEO/Chanel manager
- \* Web Support
- \* Interfaces
- \* Πολλαπλά έντυπα σύμφωνα με τον ΚΒΣ (ΑΠΥ, Βιβλίο Πόρτας)
- \* On-line αριθμός επισκεπτών της ιστοσελίδας σας και πόσοι ενδιαφέρονται να πραγματοποιήσουν κράτηση στο ξενοδοχείο.

Το WebHotel είναι συνεπώς μία πλήρης εφαρμογή front-office και ηλεκτρονικών κρατήσεων. Προσφέρει έναν ενιαίο μηχανισμό κρατήσεων (πλήρης σύνδεση με το WebHotelier, τη μηχανή on-line ηλεκτρονικών κρατήσεων/SEO που έχει κυρίαρχη θέση στην ελληνική αγορά), διαθεσιμότητα από κοινή βάση προς κάθε διαδικτυακή πηγή, όπως WebBooking Engine, IDS (Internet Distribution Systems), GDS (Global Distribution Systems), τις επιχειρηματικές κρατήσεις (B2B) από travel agents κ.λπ. Η πρόσβαση στο WebHotel πραγματοποιείται απ' οποιοδήποτε σημείο με απλό καθορισμό των δικαιωμάτων πρόσβασης. Με μία απλή διαδικτυακή σύνδεση ο εξουσιοδοτημένος χρήστης μπορεί να διαχειριστεί όλες τις λειτουργίες του ξενοδοχείου (κρατήσεις, check-in/out πελατών, αφίξεις, αναχωρήσεις, ταμεία) (Castro & Hyslop, 2013).

---

#### 2.2.4 WebSITE CMS

Το WebSITE (Content Management System) είναι το ιδανικό εργαλείο για την κατασκευή και συντήρηση του περιεχομένου του ιστοχώρου ενός ξενοδοχείου. Δημιουργεί επαγγελματικής εμφάνισης και υψηλής λειτουργικότητας ξενοδοχειακούς ιστοχώρους και δίνει τη δυνατότητα ενσωμάτωσης στις ιστοσελίδες του ξενοδοχείου πολυάριθμων γραφικών στοιχείων και διαδραστικού/πολυμεσικού περιεχομένου, για παράδειγμα, βιντεοπαρουσιάσεις του ξενοδοχείου κ.ά. (Jamsa, 2013).

#### 2.2.5 ERMIS.net

Το Ermis.net είναι η εξέλιξη του δημοφιλέστατου και «κλασικού» σήμερα, ξενοδοχειακού πακέτου Ερμής της ίδιας εταιρείας, που έτρεχε σε περιβάλλοντα DOS/Unix. Μετά από πολλά χρόνια δουλειάς ο «κλασικός» Ερμής τρέχει στη νέα έκδοσή του σε περιβάλλον Windows, χρησιμοποιώντας τα πιο σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης. Όποτε αποφασίσει ο πελάτης, μπορεί να μεταβεί στο νέο περιβάλλον, «παίρνοντας» μαζί του ολόκληρο το ιστορικό και τα αρχεία που είχε στον κλασικό Ερμή. Η Economy Suite ολοκληρώνει το σύστημα μηχανογράφησης ενός ξενοδοχείου με POS – Backoffice ERP, αντικαθιστώντας την Εστία (Αγγελή, 2005).

#### 2.2.6 HiTPOS Suite με ασύρματη παραγγελιοληψία

Προηγμένες λύσεις για χώρους μαζικής εστίασης, ξενοδοχεία, αλυσίδες fast food, delivery κ.λπ. Η σουίτα αυτή περιλαμβάνει εφαρμογές απόλυτα προσαρμοσμένες στις ανάγκες του κλάδου εστίασης, με έμφαση στην προετοιμασία, στη γρήγορη εξυπηρέτηση, στην οργάνωση της παραγωγής, στην ποιότητα και στον έλεγχο του κόστους. Όλες είναι βασισμένες στην πλατφόρμα Microsoft.net/MSQL Server, με υποστήριξη αμφίδρομων τερματικών κουζίνας (iKDS ) και ασύρματων τερματικών (PDA), ενώ ενσωματώνουν τεχνολογίες που μπορούν να διαχειριστούν μοντέλα οργάνωσης αλυσίδων με απομακρυσμένους χρήστες (HiTPOS HQ) μέσω Διαδικτύου ή εικονικών ιδιωτικών δικτύων (VPNs), ακόμη και κεντρική παραγγελιοληψία–διανομή (Delivery) (Αγγελή, 2005).

### 2.3 IMTEC

Η IMTEC, μέσω της πλατφόρμας BOOKonlinenow, προσφέρει τις εξής λύσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες:



---

### 2.3.1 BOOKonlinenow Online Booking Engine

Ένα ολοκληρωμένο σύστημα on-line κρατήσεων που καλύπτει πλήρως τις ανάγκες και τις απαιτήσεις κάθε ξενοδοχειακής μονάδας. Από τις πολλές δυνατότητες του συστήματος αναφέρουμε ενδεικτικά τις εξής:

\* BOOKonlinenow Facebook Application: Απευθείας on-line κρατήσεις από τη σελίδα Facebook της ξενοδοχειακής μονάδας. Αυτό το υποσύστημα των κρατήσεων είναι πλήρως ενσωματωμένο στη σελίδα Facebook –λειτουργεί 100% μέσα απ’ αυτή– και δεν γίνεται ανακατεύθυνση ή μεταφορά των επισκεπτών σε άλλη διεύθυνση.

\* PMS Interface: Το υποσύστημα γεφύρωσης (αυτόματης σύνδεσης) των κρατήσεων με τα ξενοδοχειακά συστήματα PMS, μέσω XML, Web Services.

\* Ασφάλεια Συναλλαγών: Τα δεδομένα των χρηστών ανταλλάσσονται με το σύστημα κρυπτογραφημένα με SSL και 128–256μπιτα κλειδιά.

\* Πολυγλωσσικότητα και Μετατροπές Νομίσματος: Το σύστημα μπορεί να εμφανίσει το περιεχόμενο των σελίδων του σε περισσότερες από 15 γλώσσες. Επίσης, υπάρχει δυνατότητα εμφάνισης των τιμών σε πολλά εθνικά νομίσματα, πλην του ευρώ.

\* Διαχείριση Τιμοκαταλόγων: Υποστηρίζονται πολλαπλοί τιμοκατάλογοι, με ειδικές τιμές για συγκεκριμένες περιόδους (αργίες, τριήμερα, σαββατοκύριακα, events) και διαφορετικές πολιτικές τιμολόγησης, πληρωμής, ακύρωσης, ανά τιμοκατάλογο.

\* Ειδικές Προσφορές, Πακέτα: Υποστηρίζονται πολλοί τύποι κρατήσεων: Early Booking, Long Stay, Last Minute Booking, καθώς και ειδικές προσφορές για συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών (π.χ., VIP), καθώς και εκπτώτικα κουπόνια (promo codes), ενώ επιτρέπει και τη δημιουργία πακέτων. Οι ειδικές προσφορές προβάλλονται με την είσοδο του πελάτη στο σύστημα κρατήσεων.

\* Διαχείριση Διαθεσιμότητας και Περιορισμών: Ημερολόγιο διαθεσιμότητας, διαθεσιμότητα ανά τύπο δωματίου, κλειδωμά διαθεσιμότητας, περιορισμοί (μέγιστη και ελάχιστη παραμονή, κλείσιμο κατά την άφιξη, ανοικτό, κλειστό, μη διαθέσιμο).

\* Διαχείριση Κρατήσεων και Πληρωμών: Διαχείριση πληρωμών, ενημέρωση αφίξεων–αναχωρήσεων και δυνατότητα αλλαγής/ακύρωσης μίας κράτησης.

\* Διαχείριση Πελατολογίου: Κατηγοριοποίηση πελατών (π.χ., VIP, Gold) και χρήση ειδικών τιμοκαταλόγων και προσφορών ανά κατηγορία πελατών.

\* Πακέτα & Έξτρα Υπηρεσίες: Απεριόριστα πακέτα (BB, HB, FB) με δυνατότητα διαφορετικής τιμολόγησης ανα περίοδο, έξτρα υπηρεσίες (μίνι μπαρ, μεταφορά με ταξί κ.λπ.), ορισμός προτιμήσεων με «δυναμικό» τρόπο (sea view, baby cot κ.λπ.).

\* Πολλαπλοί Τρόποι Πληρωμής: Υποστηρίζονται όλοι οι τρόποι πληρωμής (μέσω πιστωτικής κάρτας, μέσω απευθείας διασύνδεσης με τράπεζα ή μέσω PayPal) και υπάρχει η δυνατότητα να επιλέγεται ο τρόπος πληρωμής ανάλογα με τον τιμοκατάλογο.

---

\* Alerts: Το σύστημα προειδοποιεί τους χρήστες για συμβάντα σχετικά με τις κρατήσεις που πραγματοποιούν ή πρόκειται να πραγματοποιήσουν, π.χ., με προειδοποιήσεις πληρωμών (payment alerts) και εξάντλησης διαθεσιμότητας.

\* Αναφορές & Στατιστικά: Διασύνδεση με Google Analytics, πολλαπλές αναφορές με διάφορα κριτήρια και δυνατότητα εξαγωγής των αναφορών σε φύλλα εργασίας του Excel για περαιτέρω επεξεργασία και ανάλυση.

\* Αυτόματη Ενημέρωση: Αυτόματη ενημέρωση πελατών με e-mails στα οποία επισυνάπτονται τα vouchers, αλλά και του ξενοδόχου με αποστολή fax, e-mail ή SMS.

\* Ταξιδιωτικά Πρακτορεία: Χρήση κωδικών για συνεργάτες και ταξιδιωτικούς πράκτορες, σύνδεση με ειδικούς τιμοκαταλόγους (με προμήθεια ή καθαρές τιμές) (Castro & Hyslop, 2013).

### 2.3.2 BOOKonlinenow Channel Management

Το BOOKonlinenow Channel Management επιτρέπει τη διασύνδεση του ξενοδοχείου με τα πιο γνωστά συστήματα IDS/GDS. Το μεγάλο πλεονέκτημα αυτής της πλατφόρμας είναι η ύπαρξη ενός μοναδικού περιβάλλοντος για την παρακολούθηση των κρατήσεων και την αυτόματη ενημέρωση των συστημάτων κρατήσεων GDS (Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan και Pegasus) και των καναλιών IDS (Booking.com, Expedia, Venere, HRS, hotels.com κ.ά.) με πληροφορίες για τη διαθεσιμότητα των δωματίων και τις ισχύουσες τιμές.

Η πλατφόρμα εξασφαλίζει έτσι την αποφυγή των περιπτώσεων πολλαπλών κρατήσεων (overbooking), την πλήρη καταγραφή και συγκέντρωση όλων των on-line κρατήσεων του ξενοδοχείου απ' όλα τα συνδεδεμένα κανάλια και την άμεση σε πραγματικό χρόνο ενημέρωση των καναλιών με τα οποία είναι συνδεδεμένο με τις διαθεσιμότητες και τις τιμές του ξενοδοχείου (Castro & Hyslop, 2013).

### 2.3.3 BOOKonlinenow Reservation Management

Το BOOKonlinenow Reservation Management είναι μία απλή και οικονομική λύση κρατήσεων για τους ξενοδόχους. Βασίζεται στο μοντέλο προσφοράς λογισμικού ως υπηρεσίας (SaaS) και απευθύνεται κυρίως σε μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα. Η υπηρεσία προσφέρεται με ετήσια συνδρομή, ενώ δεν υπάρχουν απαιτήσεις εξοπλισμού, αφού η υπηρεσία προσφέρεται μέσω Διαδικτύου. Μέσα από το εύχρηστο περιβάλλον διαχείρισης της πλατφόρμας BOOKonlinenow ο ξενοδόχος μπορεί να ενημερώνει και να παρακολουθεί όλες τις κρατήσεις του ξενοδοχείου (on-line, τηλεφωνικές κρατήσεις κ.λπ.) από μία μόνο εφαρμογή. Ενδεικτικές δυνατότητες του συστήματος: Διαχείριση κρατήσεων, δυναμικό πλάνο κρατήσεων, πολλαπλοί τιμοκατάλογοι, δυναμικές τιμές, πλάνο διαθεσιμότητας, φόρμα εισαγωγής και αλλαγής κρατήσεων, αναφορές, στατιστικά, ειδοποιήσεις

---

overbooking, αφίξεις–αναχωρήσεις, αρχείο πελατών, διαχείριση πληρωμών (Braubach, et al, 2010).

## 2.4 LEXICONS SOFTWARE

Τα ξενοδοχειακά προϊόντα της Lexicon που παρουσιάζονται, είναι το HotelPlan και το POS Dynamics (Braubach, et al, 2010):

– Το πρόγραμμα διαχείρισης ξενοδοχείων HotelPlan είναι η προσφερόμενη από τη Lexicon λύση. Το HotelPlan μπορεί με πολύ απλό τρόπο να βοηθήσει στη διαχείριση των δωματίων του ξενοδοχείου, των πελατών και των οικονομικών της μονάδας. Ενδεικτικά, το HotelPlan προσφέρει:

- \* Απεριόριστες κατηγορίες καταλυμάτων και απεριόριστο αριθμό δωματίων με τις παροχές τους

- \* Πλάνο κρατήσεων

- \* Αρχεία μεμονωμένων πελατών (με δυνατότητα ενημερώσεων τους μέσω SMS, εμφάνιση ημερομηνιών γενεθλίων τους κ.ά.), εταιρειών και πρακτορείων ταξιδίων

- \* Τιμοκαταλόγους ανά περίοδο

- \* Προμηθευτές, καταχώριση αγορών, ταμείο

- \* Προβολή πληρωμών, οφειλών σε προμηθευτές και δαπανών (αναλυτικά ανά κατηγορία και σύνολα)

- \* Προβολές πληρότητας σε επιλεγμένη περίοδο και forecast, προβολές αφίξεων και αναχωρήσεων

- \* Εκτυπώσεις για όλα τα παρακολουθούμενα αντικείμενα, υποστήριξη τριών αποθηκών και ενδοδιακινήσεων ειδών μεταξύ των αποθηκών, σύστημα υπενθυμίσεων (alerts), βιβλίο πόρτας, εκτυπώσεις παραστατικών σε φόρμες που μπορούν να παραμετροποιηθούν, σύνδεση με φορολογικό μηχανισμό τύπου Α΄

- \* HouseKeeping, υποστήριξη POS και συνεργασία με τα περισσότερα συστήματα on–line κρατήσεων

- \* Δυνατότητα λήψης backup και λειτουργία ακόμη και από ένα USB stick

Το POS Dynamics απευθύνεται σε ξενοδοχεία, πιτσαρίες, επιχειρήσεις fast–food, εστιατόρια, καντίνες, περίπτερα ή άλλες επιχειρήσεις που εκτελούν παραγγελίες γρήγορου φαγητού ή που επιθυμούν να καταγράφουν πωλήσεις, να εκδίδουν παραγγελίες και αποδείξεις με υπολογιστή. Αποτελεί μία καλή και αξιόπιστη πρόταση για την πλήρη διαχείριση και παρακολούθηση των παραγγελιών αυτών των επιχειρήσεων, καθώς και των αποθηκών τους. Το σύστημα εμφανίζει πληροφορίες σχετικά με τα είδη που πουλήθηκαν, τις ποσότητες και τις εισπράξεις. Γίνονται ακόμη αναλυτικές και συγκεντρωτικές εκτυπώσεις αναφορών, όπως αναφορά σχετικά με τις ημερήσιες κινήσεις ή με τις κινήσεις εντός οριζόμενου από το χρήστη χρονικού διαστήματος, συγκεντρωτικές αναφορές στο σύνολο του POS ή βάσει σερβιτόρου και εκτυπώσεις.

---

Η εφαρμογή σας δίνει τη δυνατότητα να παίρνετε παραγγελίες μέσω συσκευής PDA–PocketPC. Με μία τέτοια συσκευή μπορείτε να στέλνετε τις παραγγελίες σε δύο εκτυπωτές (κουζίνα, μπαρ) και να εκτυπώνετε αποδείξεις. Η εφαρμογή μπορεί να συνδεθεί με τις πιο γνωστές ταμειακές μηχανές. Από τις δυνατότητές της, αναφέρουμε ενδεικτικά (Jamsa, 2013):

- \* Πελατολόγιο με πλήρη στοιχεία πελάτη και υπόλοιπα πελατών
- \* Ανοιχτά τραπέζια
- \* Εμφάνιση παραγγελιών
- \* Οικονομικά στοιχεία, στατιστικά στοιχεία
- \* Εκτυπώσεις παραγγελιών σε επιλεγμένο εκτυπωτή, διαχωρισμός εκτυπώσεων σε εκτυπώσεις μπαρ και εκτυπώσεις κουζίνας
- \* Συνθέσεις ειδών αποθήκης, πωλήσεις ειδών με το κιλό, εμφάνιση έως 3.504 ειδών σε μία οθόνη
- \* Εκτύπωση σε ταμειακή μηχανή ή με φορολογικό μηχανισμό
- \* Χρήση με οθόνη αφής ή απλή οθόνη, υποστήριξη γραμμωτού κώδικα (barcode) και ασύρματης παραγγελιοληψίας
- \* Αναγνώριση κλήσης με modem για επιχειρήσεις delivery

## 2.5 METABYTE

Η εφαρμογή της Metabyte που ακούει στο όνομα Group Travel, είναι ένα πολυεργαλείο για κάθε τουριστική επιχείρηση, ανεξαρτήτως μεγέθους και τομέων δραστηριότητας. Με τις πολλές καινοτομίες της καλύπτει πλήρως όλες τις ανάγκες των τουριστικών γραφείων, ενώ παράλληλα προσφέρει στα στελέχη τους άμεση πρόσβαση σε πολύτιμες πληροφορίες διοικητικής φύσης. Η εφαρμογή Group Travel περιλαμβάνει (Hatch, 2008):

- \* Διαχείριση πελατών, προμηθευτών, πρακτόρων, ταξιδιωτών
- \* Διαχείριση παραγγελιών–κρατήσεων ξενοδοχείων, ομαδικών ταξιδιών, ατομικών πακέτων, αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, μεταφορών, ενοικιαζόμενων οχημάτων και λοιπών υπηρεσιών
- \* Εκδοση παραστατικών πελατών σε σύνδεση με πιστοποιημένους φορολογικούς μηχανισμούς
- \* Διαχείριση τιμολογίων πελατών
- \* Παραλαβή και διαχείριση τιμολογίων προμηθευτών
- Διαχείριση εισερχομένων/εξερχομένων προμηθειών
- \* Εκδοση αποδείξεων είσπραξης/πληρωμής
- \* Αυτόματη τιμολόγηση κρατήσεων
- \* Δημιουργία τιμοκαταλόγων αγοράς/πώλησης υπηρεσιών
- \* Πλάνο διαθεσιμότητας υπηρεσιών βάσει συμβολαίων
- \* Εκδοση vouchers, τιμολόγια proforma, επιβεβαιώσεις κρατήσεων

---

\* Πλήθος αναφορών διαχείρισης κρατήσεων, οικονομικών και στατιστικών στοιχείων, με δυνατότητα εξαγωγής τους σε διάφορες μορφές αρχείων (π.χ., pdf, doc, xls, txt, xml κ.λπ.)

Ειδικά υποσυστήματα της εφαρμογής παρέχουν επιπλέον δυνατότητες και λειτουργίες διαχείρισης στις τουριστικές επιχειρήσεις που ειδικεύονται σε διάφορους τομείς της τουριστικής αγοράς, όπως tour operators, incoming travel, air ticketing, transfers κ.λπ. Η εφαρμογή Group Travel συνδέεται με λογιστικές και οικονομικές εφαρμογές, διαδικτυακές εφαρμογές B2B/B2C και με εφαρμογές διαχείρισης συνεδρίων, καλύπτοντας πλήρως ειδικευμένες ανάγκες και απαιτήσεις των τουριστικών επιχειρήσεων (Hatch, 2008).

## 2.6 NELIOS

Η Nelios.com, έπειτα από τρία χρόνια έρευνας και ανάπτυξης, κατασκεύασε μία ολοκληρωμένη σουίτα διαδικτυακών λύσεων για ταξιδιωτικά γραφεία (on-line travel agencies). Πρόκειται για την Travel Platform, μία εφαρμογή που βοηθά στην ολοκλήρωση όλων των διαδικασιών που απαιτούνται για την πραγματοποίηση μίας on-line κράτησης. Η εφαρμογή βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην τεχνογνωσία που διαθέτει η Nelios.com από αντίστοιχα συστήματα της βρετανικής τουριστικής βιομηχανίας και στη μεγάλη εμπειρία της πάνω στα τουριστικά προϊόντα. Το σύστημα τρέχει ήδη σε ιστοχώρους στην Ελλάδα ([www.bookinggreece.com](http://www.bookinggreece.com), [www.zantehotels4u.com](http://www.zantehotels4u.com)), στην Αγγλία ([www.purpletravel.co.uk](http://www.purpletravel.co.uk)) και στην Ινδία ([www.dmcone.com](http://www.dmcone.com)) (Castro & Hyslop, 2013).

Το Travel Platform περιλαμβάνει εργαλεία που φροντίζουν για τα πάντα: Από την κατασκευή του ιστοχώρου του ξενοδοχείου και τη «ζωντανή» σύνδεση με προμηθευτές, έως τη σύνδεση με την εφαρμογή λογιστικής και το back-office του ταξιδιωτικού γραφείου. Συγκεκριμένα, η πλατφόρμα συνδέεται σε πραγματικό χρόνο, χρησιμοποιώντας XML-Web Services, με προμηθευτές του γραφείου (Bed Banks, Wholesalers, GDS κ.ά.), οπότε οι χρήστες μπορούν να πραγματοποιούν κρατήσεις σε πραγματικό χρόνο. Παράλληλα, η εφαρμογή διαθέτει υποσύστημα διαχείρισης συμβολαίων με ξενοδοχεία: Τα ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να ορίζουν MarkUps και προτεραιότητες, να κατανέμουν τα προϊόντα των προμηθευτών τους ανά περιοχή, να διαχειρίζονται τις κρατήσεις και πολλά άλλα. Επίσης, το σύστημα επεκτείνεται και σε επίπεδο B2B, με δυνατότητες, όπως παροχή white label σε τρίτους, συνδέσμους προς ιστοχώρους συνεταιίρων (affiliate links) και δημιουργία ασφαλούς δικτύου μεταξύ των συνεργατών (extranet). Όλα αυτά δουλεύουν με προμήθεια που ορίζει το γραφείο για κάθε συνεργάτη, ενώ παράλληλα υπάρχει η δυνατότητα διαχείρισης πιστωτικού ορίου (credit limit) (Castro & Hyslop, 2013).

Σε επίπεδο front-end, το σύστημα διαθέτει εφαρμογή δυναμικού πακέτου, basket, σύνδεση με τράπεζα, δυνατότητα σύνδεσης με το back-office και τη λογιστική του ταξιδιωτικού γραφείου, ενώ συνοδεύεται με το XLixis CMS της Nelios.com για τη διαχείριση των πληροφοριών του ιστοχώρου του γραφείου και τη

---

μέγιστη δυνατή συμβατότητα με τους αλγόριθμους κατάταξης των μηχανών αναζήτησης.

Ένα μεγάλο πλεονέκτημα της εφαρμογής είναι ότι παρέχει απεριόριστες δυνατότητες παραμετροποίησης τόσο του back-end όσο και του front-end κομματιού. Δίνει τη δυνατότητα στα γραφεία να εφαρμόσουν το επιχειρηματικό μοντέλο τους και καμπάνιες marketing, ώστε να αναδείξουν τη διαφοροποίησή τους από τον ανταγωνισμό και να αυξήσουν έτσι τις κρατήσεις τους (Braubach, et al, 2010).

## 2.7 NETERA

Στην ξενοδοχειακή εφαρμογή Welcome 2012 η Netera Software έχει ενσωματώσει 17 χρόνια εμπειρίας στον κλάδο των ξενοδοχείων, ενώ η χαμηλή τιμή της, σε συνδυασμό με τις ελάχιστες απαιτήσεις της για εξοπλισμό, την καθιστούν ιδιαίτερα προσιτή λύση ακόμη και στις πολύ μικρές μονάδες.

Η εφαρμογή υποστηρίζει από πολύ μικρά καταλύματα έως μεγάλες μονάδες (π.χ., Skiathos Palace) με σύνθετες ανάγκες και υψηλές απαιτήσεις μηχανογράφησης. Διαθέτει υποσυστήματα για διαχείριση εστιατορίων-POS με ασύρματη παραγγελιοληψία, σύνδεση με σύστημα on-line κρατήσεων για αυτόματη ενημέρωσή τους και αποστολή πληροφοριών διαθεσιμότητας, τηλεφωνικό κέντρο κ.λπ. Επίσης, υποστηρίζει την αποστολή αναφορών και στοιχείων σε κινητά τηλέφωνα (Smartphones) (Castro & Hyslop, 2013).

Οι κατασκευαστές του Welcome 2012 έδωσαν έμφαση στην απλότητα και στην ευκολία χρήσης της εφαρμογής: Μία εκπαίδευση 20 λεπτών αρκεί για να ξεκινήσει κάποιος να δουλεύει μ' αυτή, ενώ η Netera προσφέρει άμεση και ουσιαστική τεχνική υποστήριξη επί 24ώρου βάσεως, όλες τις ημέρες της εβδομάδας.

Το Welcome 2012 διαθέτει ένα εύχρηστο σύστημα διαχείρισης κρατήσεων, υποστηρίζει πολλούς τύπους πλάνων (ονομαστικό, εκκαθαρισμένο, αναλυτικό, πρακτορείων, allotment, γευμάτων), την αυτόματη αποστολή επιβεβαιωτικού SMS ή e-mail στους πελάτες και την αυτόματη δοκιμαστική ή οριστική απόδοση δωματίων. Τηρεί πλήρη στοιχεία πρακτορείων, καρτέλες κινήσεων και ιστορικό πελατών και υποστηρίζει τιμοκαταλόγους ανά άτομο/δωμάτιο με εκπτώσεις-ειδικές προσφορές (με πολύ εύκολη διαχείριση), τις δε αναχωρήσεις μπορεί να τις κάνει με μία μόνο κίνηση του χειριστή. Διαθέτει σύστημα διαχείρισης των οικονομικών του ξενοδοχείου (έκδοση αναλυτικού ή συγκεντρωτικού λογαριασμού, τιμολογίων με δυνατότητα προτιμολόγησης, ισοζυγίων και Main Courante), ενώ συνδέεται με λογιστικά προγράμματα. Η στατιστική πληροφόρηση είναι εκτεταμένη, ενώ όλες οι αναφορές που παράγει, μπορούν να εξαχθούν σε φύλλα εργασίας του Excel. Επιπλέον, το Welcome 2012 είναι και ένα ισχυρό εργαλείο για τη διείσδυση του ξενοδοχειακού/τουριστικού προϊόντος στην αγορά (marketing), με τη δυνατότητά του να στέλνει μαζικά ενημερωτικά SMS και μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στους πελάτες και μάλιστα στη γλώσσα κάθε παραλήπτη (Braubach, et al, 2010).

Η λειτουργία των POS μπορεί να τη μάθει ο χειριστής μέσα σε πέντε λεπτά, ενώ υπάρχει πλήρης διαχείριση τιμοκαταλόγων (αυτοκαταναλώσεις, τιμές ανά

---

ποσότητα, πρόσθετα υλικά, ιδιαιτερότητες, εκτυπωτές κουζίνας), αναφορές για καταναλώσεις και ταμείο. Συνδέεται για αυτόματες ενημερώσεις των χρεώσεων δωματίων και για το κλείσιμο ημέρας, ενώ υπάρχει και υποσύστημα διαχείρισης αποθηκών με καταχώριση προμηθευτών, αγορών και ενδοδιακινήσεων ειδών μεταξύ των αποθηκών.

## 2.8 NETSEMANTICS

Η NetSemantics έχει αναπτύξει και εγκαταστήσει στην Ελλάδα και στο εξωτερικό μία σειρά καινοτόμων εφαρμογών λογισμικού για επιχειρήσεις στην κάθετη αγορά του τουρισμού. Τα συστήματα της εταιρείας έχουν επιλεγεί από κορυφαίες τουριστικές επιχειρήσεις στους κλάδους incoming–outgoing, tour operators, GSAs, εταιρείες λεωφορείων, διοργανωτές συνεδρίων, hotel wholesalers και destination marketing organizations. Με τα προϊόντα της NetSemantics, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να συνδυάζουν την εμπειρία με τη σωστή πληροφόρηση, τις ανταγωνιστικές τιμές με την ποιότητα και την ευκολία πρόσβασης στις υπηρεσίες τους.

Το nsTravel 2011 είναι ένα από τα προϊόντα της εταιρείας που απευθύνονται σε τουριστικές επιχειρήσεις. Πρόκειται για μία ολοκληρωμένη πλατφόρμα που καλύπτει πλήρως τις ανάγκες της σύγχρονης τουριστικής επιχείρησης ανεξαρτήτως μεγέθους και τομέα δραστηριοποίησης. Το σύστημα εξασφαλίζει τη βέλτιστη ροή και εκτέλεση των καθημερινών εργασιών, την οργάνωση και τη συνεργασία μεταξύ των τμημάτων, καθώς και την παροχή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο. Έτσι, συμβάλλει αποτελεσματικά στη μείωση του λειτουργικού κόστους και στην αύξηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, αυτοματοποιώντας όλες τις διαδικασίες της. Διατίθεται στις εκδόσεις Basic, Standard και Plus, ενώ παρέχεται δυνατότητα διασύνδεσής του με το σύστημα nsTIS (Lemay & Colburn, 2011).

Η NetSemantics αναπτύσσει και το nsTIS B2B & B2C Booking Engine, ένα ολοκληρωμένο σύστημα δημιουργίας ηλεκτρονικών καταστημάτων για τη διανομή και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Το σύστημα παρέχει πλήρη διαχείριση on–line κρατήσεων (B2B & B2C), καθώς και τη δυνατότητα διανομής τουριστικών προϊόντων τρίτων με τη χρήση μηχανισμών XML. Μέσω της σε πραγματικό χρόνο διασύνδεσης του συστήματος με το nsTravel 2011 εισάγονται αυτόματα όλες οι on–line κρατήσεις στο back–office για περαιτέρω επεξεργασία, ενώ παράλληλα μέσω της διασύνδεσης με ηλεκτρονικά δίκτυα διανομής τρίτων (μέσω XML messages) αυξάνονται οι ευκαιρίες πώλησης των τουριστικών υπηρεσιών. Οι μηχανισμοί κρατήσεων του nsTIS B2B & B2C Booking Engine υποστηρίζουν τις εξής κατηγορίες τουριστικών προϊόντων: Hotel, Charter, Transfer, Rent A Car, Excursion, Cruise, Dynamic Package (Castro & Hyslop, 2013).

---

## 2.9 CYBERARTS

Το proXess Hotel Management System είναι ένα υποσύστημα του συνολικού περιβάλλοντος μηχανογράφησης proXess ERP της Cyberarts. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει η δυνατότητα ολοκληρωμένης μηχανογραφικής λύσης για κάποια ξενοδοχειακή μονάδα, απ' όπου μπορεί ο ξενοδόχος να παρακολουθήσει όλες τις λειτουργίες της επιχείρησής του. Από τις δυνατότητες του συστήματος ξεχωρίζουμε τις παρακάτω:

- \* Πλήρης διαχείριση δωματίων: Αναλυτικά στοιχεία δωματίου, εισαγωγή εικόνων.

- \* Πλήρη στοιχεία κίνησης: Ωρα & ημερομηνία άφιξης/αναχώρησης, πελάτης, κατάσταση, αριθμός ατόμων, στοιχεία group ή ταξιδιωτικού γραφείου κ.λπ., καταγραφή στοιχείων άφιξης του πελάτη σε επιβατικό σταθμό (αεροδρόμιο, λιμάνι, κ.λπ.), σημειώσεις αφύπνισης.

- \* Πλήρης διαχείριση πελατών και εταιρειών(ταξιδιωτικών γραφείων).

- \* Διαχείριση Mini Bar και υπηρεσιών δωματίου.

- \* Διαχείριση εστιατορίου, bar, και άλλων σημείων πώλησης αγαθών-υπηρεσιών στην ξενοδοχειακή μονάδα.

- \* Ημερολόγιο κρατήσεων με δυνατότητα διαχείρισης της μορφής του (εβδομαδιαίο, ημερήσιο, μηνιαίο).

- \* Σύνδεση με proXess ERP: Αυτόματη ενημέρωση λογιστικής Β' και Γ' κατηγορίας, αυτόματοι υπολογισμοί ΦΠΑ, ισολογισμών, αποτελεσμάτων χρήσης, κερδών κ.λπ., πάγια, αξιόγραφα, τραπεζικοί λογαριασμοί, πιστωτικές κάρτες, προσωρινό ταμείο.

- \* Υποσύστημα παρακολούθησης πωλητών με σύστημα αμοιβής bonus.

- \* CRM για παρακολούθηση των επαφών σας με πελάτες, αλλά και τη μέτρηση κινήσεων προώθησης.

- \* Με το ημερολόγιο μπορεί ο χρήστης να δημιουργήσει εύκολα και γρήγορα μία κράτηση, καθώς και να πληροφορηθεί άμεσα για τη διαθεσιμότητα των δωματίων σε σχέση με τις ημερομηνίες.

- \* Η δημιουργία μίας κράτησης μπορεί να γίνει με μία κίνηση. Το μόνο που πρέπει να κάνει ο χρήστης, είναι να σύρει το ποντίκι στη γραμμή που αντιστοιχεί στο δωμάτιο στο οποίο θέλει να κάνει την κράτηση, από τη στήλη που αντιστοιχεί στην ημερομηνία άφιξης έως τη στήλη που αντιστοιχεί στην ημερομηνία αναχώρησης και να πατήσει το κουμπί Νέα Κράτηση. Αυτή η ενέργεια έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση της φόρμας Κινήσεις, στην οποία μπορεί να καταχωρίσει τις λεπτομέρειες της κράτησης και οι ημερομηνίες συμπληρώνονται αυτόματα (Castro & Hyslop, 2013).



---

## 2.10 SINGULARLOGIC

Το ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης ξενοδοχειακών μονάδων και αλυσίδων ξενοδοχείων, SingularLogic Hotel, είναι μία προηγμένη λύση μηχανογράφησης των επιχειρήσεων αυτού του κλάδου, ανεπτυγμένη πάνω στη σύγχρονη τεχνολογία Galaxy. Είναι άριστα προσαρμοσμένη στις καθημερινές συνθήκες λειτουργίας τους και επιπλέον λαμβάνει υπόψη τις πραγματικές σημερινές, αλλά και μελλοντικές ανάγκες ενός σύγχρονου ξενοδοχείου. Με την εφαρμογή της SingularLogic παρέχεται ένα ενιαίο πληροφοριακό σύστημα για ολόκληρο το ξενοδοχείο και τις υπομονάδες του. Παρακολουθούνται ταυτόχρονα όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου, χρησιμοποιώντας μία ενιαία εφαρμογή και μία κεντρική βάση δεδομένων. Έτσι, επιτυγχάνεται η μείωση του κόστους λειτουργίας, η συνολική παρακολούθηση των διάφορων ενεργειών και λογαριασμών πελατών, η δυνατότητα εφαρμογής αποτελεσματικών ενεργειών marketing και πιστότητας πελατών και, τέλος, η ορθή και γρήγορη λήψη σημαντικών επιχειρηματικών αποφάσεων (Jamsa, 2013).

Η εφαρμογή εγκαθίσταται σε ελάχιστο χρόνο και είναι πολύ εύκολη η εκμάθησή της, είναι πλήρως παραμετρική και μπορεί να προσαρμόζεται στις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε ξενοδοχειακής μονάδας, ενώ παρακολουθεί σε πραγματικό χρόνο όλες τις λειτουργίες ενός σύγχρονου ξενοδοχείου, παρέχοντας ταυτόχρονα άμεση συγκεντρωτική και αναλυτική πληροφόρηση. Διαθέτει πλήρες σύστημα εκτυπώσεων με στατιστικά και ιστορικά στοιχεία, με δυνατότητα πλήρους παραμετροποίησης, επεξεργασίας και μεταφοράς στοιχείων σε άλλες εφαρμογές (π.χ. εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου).

Η εφαρμογή προσφέρει ακριβή προγνωστικά, λειτουργώντας ως εργαλείο αποτελεσματικής παρακολούθησης των στόχων του ξενοδοχείου και λήψης αποφάσεων. Απευθύνεται σε ξενοδοχειακές μονάδες, ανεξαρτήτως μεγέθους, λόγω των συνδυασμών που προσφέρει, αλλά και των έξτρα λειτουργιών της. Κάθε συνδυασμός προσφέρει άμεση κάλυψη των σημερινών αναγκών της ξενοδοχειακής μονάδας, με την επιπλέον δυνατότητα της εύκολης μελλοντικής επέκτασης πάνω στην ίδια πλατφόρμα. Η εφαρμογή υποστηρίζεται από ένα μεγάλο πανελλαδικό δίκτυο αντιπροσώπων, 365/24/7 (Willard, 2008).

Το σύστημα περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- \* Front Office: Πλάνα δωματίων & κρατήσεων, Τιμοκατάλογοι–Ειδικά πακέτα (all inclusive), Προτιμολόγηση–Συγκεντρωτική Τιμολόγηση, Χρεώστες–Ιστορικό πελατών, Ανταλλαγή συναλλάγματος, Εσωτερικός έλεγχος, Reporting και κρατήσεις γκρουπ, Προϋπολογισμοί–Προβλέψεις, Ανταγωνισμός και Προγράμματα Πιστότητας–Προσφορών, Οροφοκομία.

- \* Interface FO – Τηλεφωνικό Κέντρο: Επιτρέπει τη σύνδεση των υπηρεσιών τηλεφωνικού κέντρου (PABX).

- \* Interface FO – Locking System: Υποστηρίζει τη σύνδεση ηλεκτρομαγνητικών ή μηχανικών κλειδαριών.

- \* Interface FO – Pay TV: Υποστηρίζει τη σύνδεση των υπηρεσιών Pay TV.

---

\* Internet Reservations: On-line σύνδεση με το site του ξενοδοχείου για κρατήσεις μέσω Internet.

\* Point of Sales: Διαχείριση πωλήσεων των τμημάτων ενός ξενοδοχείου (bar-εστιατόριο κ.λπ.), υποστήριξη ταμειακών συστημάτων (PoS) & touch screen και επικοινωνία με το Front Office

\* Mobile POS: Χρήση ασύρματων τερματικών για παραγγελιοληψία στους χώρους εστίασης.

\* Food & Beverage: Διαχείριση ξενοδοχειακής αποθήκης.

\* Sales & Catering: Το κύκλωμα του Sales & Catering καλύπτει Sales & Marketing λειτουργίες του ξενοδοχείου, καθώς και τα Events & Functions αυτού.

\* Spa: Για τη διαχείριση των spa μέσα από ένα εξελιγμένο CRM (Σύστημα διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων).

## 2.11 SUNSOFT

Μία μεγάλη γκάμα ξενοδοχειακών προϊόντων προτείνει η Sunsoft στις επιχειρήσεις του κλάδου:

### 2.11.1 Αλέξανδρος FrontOffice

Το Αλέξανδρος Front Office σχεδιάστηκε από ανθρώπους με πολύχρονη εμπειρία στη μηχανοργάνωση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα (από το 1986) και ενσωματώνει την υψηλή τεχνογνωσία τους στον κλάδο, με αποτέλεσμα αυτό το προϊόν να είναι μία ιδανική λύση στη μηχανοργάνωση των ξενοδοχειακών μονάδων. Η εφαρμογή της Sunsoft απευθύνεται σε όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων, ανεξαρτήτως μεγέθους, οργάνωσης και φάσματος υπηρεσιών που προσφέρουν (διαμονή, επισιτισμός κ.ά.). Καλύπτει όλο το φάσμα λειτουργικών διαδικασιών τους για κρατήσεις, υποδοχή (reception), Main Courante και χρεώστες, ενώ συνδέεται με τις εφαρμογές Αμβροσία και Γενική Λογιστική της τεχνολογίας Αλέξανδρος της Sunsoft (Αγγελή, 2005).

Στο Αλέξανδρος Front Office περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων:

- \* Πρακτορεία-εταιρείες (νομικά πρόσωπα)
- \* Πελάτες (φυσικά πρόσωπα)
- \* Συμβόλαια, συνεργασίες
- \* Πακέτα (όροι διαμονής)
- \* Ειδικές υπηρεσίες (treatments, transfers)
- \* Τιμοκατάλογοι
- \* Κρατήσεις
- \* Rooming list

- 
- \* Πλάνα κρατήσεων–διαθεσιμότητας δωματίων
  - \* Διαδραστικό (interactive) πλάνο κρατήσεων
  - \* Booking positions
  - \* Λογαριασμοί πελατών
  - \* Έλεγχοι και εργασίες κλεισίματος ημέρας (night audit)
  - \* Έλεγχος εκκρεμοτήτων ημέρας
  - \* Υποχρεωτικά βιβλία (βάσει νομοθεσίας)
  - \* Καταστάσεις ΚΕΠΥΟ, έλεγχοι ΑΦΜ, πλήρης εναρμόνιση με τις διατάξεις του νόμου
  - \* Κάλυψη των ιδιαιτεροτήτων των ελληνικών ξενοδοχείων
  - \* Σύνδεση με συστήματα κρατήσεων του Internet
  - \* Δυνατότητα αμφίδρομης on–line σύνδεσης με συστήματα τηλεφωνικών κέντρων, Pay TV, KeyLocks
  - \* Σύνδεση με εφαρμογή Αμβροσία POS (χρεωστικά, δικαιούμενα, ληφθέντα)
  - \* Σύνδεση με Λογιστική: Εξαγωγή των λογιστικών άρθρων των πωλήσεων–εσόδων. (Main Courante ή Ημερολόγιο Πωλήσεων).

#### 2.11.2 Alexandros Consolidation – Κεντρική Διαχείριση Στατιστικών Ξενοδοχείων Αλυσίδας

Η εφαρμογή Alexandros Consolidation είναι μία δυναμική εφαρμογή κεντρικής επεξεργασίας στατιστικών στοιχείων ξενοδοχείων αλυσίδας. Σε αυτό το προϊόν η Sunsoft έχει συνδυάσει τη μεγάλη εμπειρία της σε τεχνικό, διοικητικό και οικονομικό επίπεδο μέσα από 680 εγκαταστάσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες σε Ελλάδα, Κύπρο και Τουρκία (Αγγελή, 2005).

Το πρόγραμμα έχει κατασκευαστεί σε τεχνολογία .Net της Microsoft, και το μόνο που απαιτεί, είναι η ύπαρξη των προϊόντων της τεχνολογίας Alexandros της Sunsoft. Εγκαθίσταται στα κεντρικά γραφεία της αλυσίδας και σε καθημερινή βάση συγκεντρώνει τα στοιχεία από τα απομακρυσμένα ξενοδοχεία, συγχρονίζοντας τις βάσεις δεδομένων τους με αυτή του κεντρικού. Παρακολουθεί όλα τα στοιχεία που αφορούν στην επεξεργασία πεπραγμένων (παρελθόν) αλλά και τη μελλοντική κατάσταση ανά ξενοδοχείο, ανά γεωγραφική περιφέρεια ή και συγκεντρωτικά (Αγγελή, 2005).

\* Κρατήσεις: Δωμάτια διανυκτερεύσεις, έσοδα ανά τομέας αγοράς (market segments), κανάλι διάθεσης, κατηγορία πελάτη, όρους, εθνικότητα και συνδυασμούς όλων αυτών.

\* Συμβόλαια: Διαθεσιμότητα και έσοδα ανά allotment σε σχέση με τα booking positions, commitment, overbookings, early bookings, last minute, special offers και άλλα στοιχεία ανά tour operator, υποκατάστημα tour operator, χώρα προέλευσης κ.λπ.. ανά ξενοδοχείο και συγκεντρωτικά.

---

Οι αναφορές και οι στατιστικές αναλύσεις που παράγει το σύστημά της παρέχουν στα διευθυντικά στελέχη του ξενοδοχείου όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων και τη χάραξη στρατηγικών. Τα αποτελέσματα μπορούν να εξαχθούν σε ποικίλες ηλεκτρονικές μορφές, καθώς και να παρουσιαστούν σε γραφικές παραστάσεις κάθε είδους (Αγγελή, 2005).

Στην εφαρμογή Alexandros Consolidation περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων:

- \* Δυνατότητα σύνδεσης σε απεριόριστες βάσεις δεδομένων
- \* Δημιουργία και φύλαξη δυναμικών πλάνων προβολής και εκτύπωσης
- \* Δυναμική διάταξη οριζόντιας και κάθετης ανάλυσης δεδομένων (cube style)
- \* Πληθώρα γραφημάτων με δυνατότητα φύλαξης και επαναφοράς
- \* Πλήθος στατιστικών αναλύσεων με εμπορικά και οικονομικά στοιχεία των εφαρμογών Alexandros
- \* Επιλογή κριτηρίων εκτύπωσης από το χρήστη
- \* Δυνατότητα εξαγωγής δεδομένων σε Text, PDF, HTML και Excel αρχεία

### 2.11.3 Αμφίδρομη Σύνδεση με Web Booking Engines

Για να λειτουργήσουν σωστά (δηλαδή, να μπορούν να «απαντούν» μόνα τους σε κάθε ζήτηση, να εξασφαλίζουν προκαταβολές όταν απαιτείται και να επιβεβαιώνουν κρατήσεις για λογαριασμό του ξενοδοχείου), οι διαδικτυακές μηχανές κρατήσεων (συστήματα Web Booking Engine) χρειάζονται συνεχή τροφοδότηση με στοιχεία διαθεσιμότητας και τιμών ανά περίοδο, τύπο δωματίου κ.λπ. Το λογισμικό Αμφίδρομης Σύνδεσης με Web Booking Engine, αναλαμβάνει να κάνει αυτόματα την ενημέρωση της διαθεσιμότητας δωματίων και των τιμών από τα στοιχεία του Αλέξανδρος Front Office και να παραλάβει αυτόματα τις επιβεβαιωμένες κρατήσεις που στέλνει το Web Booking Engine (Αγγελή, 2005).

### 2.11.4 Ασύρματη Κλήση Σερβιτόρου – Leanko

Το Leanko διευκολύνει την εξυπηρέτηση των πελατών όσον αφορά στην ταχύτητα και στην αξιοπιστία, καθώς και στη διακριτική επικοινωνία μεταξύ του προσωπικού. Βρίσκεται στο σημείο του πελάτη (τραπέζι, ομπρέλα, κ.λπ.) και έχει δονούμενο ρολόι χειρός για το προσωπικό (καμαριέρες, συντήρηση, κηπουρός κ.λπ.) και ασύρματο πίνακα ελέγχου για την αποστολή εντολών προς το προσωπικό (ρεσεψιόν, διευθυντής, μετρ, F&B κ.λπ.). Το σύστημα καλύπτει εστιατόριο/Pool Bar/παραλία/αίθουσες συνεδρίων/Spa/Housekeeping.

Για οποιαδήποτε υπηρεσία, απλώς πατά κάποιος το κουμπί Call και για να ζητήσει λογαριασμό το κουμπί Bill. Ο πίνακας ελέγχου ενημερώνει άμεσα το προσωπικό με μήνυμα στο wristwatch. Έτσι, εξασφαλίζεται άμεση εξυπηρέτηση των πελατών ανά πάσα στιγμή, άμεση ανταπόκριση του προσωπικού όπου και όταν απαιτηθεί (άρα αύξηση της αποτελεσματικότητάς του με καλύτερη διαχείριση του

---

χρόνου τους), διακριτική και άμεση κλήση «ομιλητή» στο συνεδριακό χώρο, αύξηση αποτελεσματικότητας του προσωπικού, διακριτική επικοινωνία με δονούμενο ρολόι, σε σχέση με τα υπάρχοντα μέσα (π.χ. ασυρμάτους). Το προσωπικό ενημερώνεται για εργασίες που πρέπει να ολοκληρώσει οπουδήποτε και αν βρίσκεται, ενώ το μπουτόν είναι ανθεκτικό στο νερό, ώστε να χρησιμοποιείται και σε εξωτερικούς χώρους (Αγγελή, 2005).

## 2.12 SYSCO

Η Sysco αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πλέον καταξιωμένους προμηθευτές ολοκληρωμένων λύσεων Πληροφορικής στον κλάδο του Hospitality τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Κύπρο εδώ και περίπου μία 30ετία. Ιδρύθηκε από στελέχη με σημαντική εμπειρία στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων στο χώρο μηχανογράφησης ξενοδοχείων και επισιτισμού, με σκοπό την ανάπτυξη και την προώθηση εμπορικών εφαρμογών λογισμικού και εξειδικευμένων λύσεων Πληροφορικής, βασισμένων στις πλέον σύγχρονες πλατφόρμες σχεδιασμού και ανάπτυξης λογισμικού. Σε όλα αυτά τα χρόνια της παρουσίας της, η εταιρεία έχει αναπτύξει έντονη δραστηριότητα σε όλους τους τομείς του συγκεκριμένου κλάδου, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις σε αλυσίδες ξενοδοχείων, city και resort μονάδες ανεξαρτήτως μεγέθους, boutique και design ξενοδοχεία, πολυχώρους, Water Parks, μαρίνες, εστιατόρια, μπαρ, καφέ, κέντρα διασκέδασης κ.λπ. (Αγγελή, 2005).

Ενδεικτικά τα προϊόντα της είναι τα παρακάτω.

### 2.12.1 Sysco CRS (Central Reservation System)

Το Sysco CRS καλύπτει την ανάγκη μίας αλυσίδας ξενοδοχείων για κεντρική διαχείριση των δεδομένων της, απαλλαγμένη από τεχνολογικούς περιορισμούς. Είναι ανεπτυγμένο εξ ολοκλήρου από τη Sysco, ακολουθώντας τα διεθνή πρότυπα ανάπτυξης που θέτει η HIS/Softbrands, και μπορεί να διαχειρίζεται πληροφορίες από πολλά διαφορετικά ξενοδοχεία που λειτουργούν με το Epitome PMS (με καθένα να μπορεί να λειτουργεί και αυτόνομα), εφοδιάζοντας ταυτόχρονα το κεντρικό γραφείο κρατήσεων της επιχείρησης με όλα τα στοιχεία που απαιτούνται ώστε από μία ενιαία οθόνη να γίνεται γρήγορα και αποτελεσματικά η διαχείριση των κρατήσεων και η αξιοποίηση των πληροφοριών του Ομίλου. Επιπλέον, μέσω του συστήματος επιχειρησιακής ευφυΐας Sysco B.I. που αναλύει τις πληροφορίες από πολλές κατόψεις, τα στελέχη υποβοηθούνται σημαντικά στη λήψη αποφάσεων. Παρέχει ενημέρωση σχετικά με πελάτες, γραφεία-πρακτορεία, εταιρείες, τιμές, πληρότητα και διαθεσιμότητα κάθε ξενοδοχείου (RevPAR, RevPOR), καθώς και όποιο άλλο στοιχείο είναι αξιοποιήσιμο σε συγκριτικό γράφημα που σχεδιάζεται σε πραγματικό χρόνο (Αγγελή, 2005).

---

### 2.12.2 Eritome PMS

Το Eritome.NET, με χώρα προέλευσης τις ΗΠΑ, είναι ένα από τα κορυφαία ξενοδοχειακά προγράμματα στον κόσμο. Χάρη στο μοναδικό και σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον χρήσης του και τα εύχρηστα εικονίδια του είναι απόλυτα παραμετρικό και πολύ εύκολο στη χρήση. Αποτελεί τη συνέχεια του επιτυχημένου Eritome for Windows, ενός ξενοδοχειακού συστήματος (PMS) που έχει εγκατασταθεί και λειτουργεί σε περισσότερες από 7.500 ξενοδοχεία και κρουαζιερόπλοια σε όλο τον κόσμο και σε περισσότερα από 300 ξενοδοχεία στην Ελλάδα. Το Eritome.NET απευθύνεται σε μεγάλου και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακές μονάδες ή αλυσίδες ξενοδοχείων (Αγγελή, 2005).

Το Eritome.NET είναι κατασκευασμένο σε περιβάλλον .NET, λειτουργεί, δηλαδή, μέσω Internet Explorer, κάτι που σημαίνει ότι δεν υπάρχει κάτι εγκατεστημένο τοπικά στους υπολογιστές του ξενοδοχείου. Τα πάντα βρίσκονται σε κάποιο κεντρικό μηχάνημα είτε στο ξενοδοχείο (Hotel Application & Database Server) είτε σε κάποιο απομακρυσμένο data center και «σερβίρονται» ως ιστοσελίδες στους φυλλομετρητές των εξουσιοδοτημένων χρηστών, αφού πρώτα αυτοί συνδεθούν με συνθηματικό στο απομακρυσμένο σύστημα. Έτσι, μπορεί, π.χ., κάποιος πωλητής του ξενοδοχείου να βρίσκεται σε μία έκθεση και από το laptop του να μπορεί να δουλεύει σαν να βρισκόταν στο ξενοδοχείο (Αγγελή, 2005).

### 2.12.3 Medallion PMS

Εξαιρετικά φιλικό και εύχρηστο, το Medallion PMS αποτελεί σήμερα το ιδανικό ξενοδοχειακό σύστημα για μεμονωμένες ξενοδοχειακές μονάδες μικρής και μεσαίας δυναμικότητας με ολιγάριθμο και πολύ απασχολημένο προσωπικό. Εφαρμόζεται εύκολα στο περιβάλλον της επιχείρησής σας και με ένα πλούσιο σε γραφικά περιβάλλον σας επιτρέπει να περνάτε τις κρατήσεις, απλώς σύροντάς τις με το ποντίκι πάνω σε γραφική απεικόνιση της ξενοδοχειακής μονάδας, στις αντίστοιχες οθόνες, Room Plan, Room Type και Reservations. Είναι η ιδανική λύση που συνδυάζει το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών της Sysco με την εξελιγμένη τεχνολογία της Infor-Softbrands, ενώ όλο το πακέτο προσφέρεται σε εξαιρετικά συμφέρουσα τιμή (Αγγελή, 2005).

### 2.12.4 Erikoiros POS

Η εφαρμογή Erikoiros Touch POS αποτελεί την πρόταση της Sysco για την αποτελεσματική διαχείριση σύγχρονων χώρων εστίασης, είτε πρόκειται για αυτόνομες μονάδες, είτε για τμήματα ξενοδοχείων, κινηματογράφων, πολυχώρων, θεματικών πάρκων κ.λπ., είτε, τέλος, για ομίλους εταιρειών με κεντρική διαχείριση δεδομένων (Αγγελή, 2005).

Οι βασικές λειτουργίες του Erikoiros περιλαμβάνουν:

- 
- \* Διαχείριση τραπεζιών
  - \* Διαχείριση και παρακολούθηση παραγγελιών
  - \* Διαχείριση πιστωτικών καρτών
  - \* Διαχείριση ελάχιστης κατανάλωσης (εισιτήρια)
  - \* Διαχείριση ειδών και δυνατότητα χρήσης πολλαπλών τιμοκαταλόγων, με αυτόματη αλλαγή μέσα στο ωράριο και επιλογή του πελάτη ανά θέση εργασίας και ανά τμήμα
  - \* Διαχείριση πελατολογίου με πλήρη στοιχεία
  - \* Κεντρική οθόνη ταυτόχρονης παρακολούθησης τμημάτων τραπεζιών–σερβιτόρων–παραγγελιών σε πραγματικό χρόνο
  - \* Διαχείριση εντατικής λιανικής (Fast Food, Mini Market, Bar κ.λπ.), με δυνατότητα χρήσης και scanner χειρός ή βάσης
  - \* Υποστήριξη ασύρματης παραγγελιοληψίας μέσω ασύρματων τερματικών
  - \* Επικοινωνία με φορητά τερματικά για τη διαχείριση των Mini Bars
  - \* Υποστήριξη φορολογικού εκτυπωτή (Epson Fiscal–FPU)
  - \* Κρατήσεις τραπεζιών σε επίπεδο τραπεζιού, χώρου ή τμήματος
  - \* Σύνδεση με αποθήκες και ενημέρωση αναλώσεων
  - \* Αμφίδρομη επικοινωνία με την ξενοδοχειακή εφαρμογή σε πραγματικό χρόνο
  - \* Αυτόματη χρέωση των χρεωστικών αναλώσεων

Το Epirouros Touch POS διατίθεται και στις εκδοχές Mobile, Table Reservations, Delivery Module, Retail Module. Ειδικά για τα ξενοδοχεία υπάρχουν και τα εξής modules: All Inclusive Management, Cashless Management – Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι, Membership Loyalty Management (Αγγελή, 2005).

#### 2.12.5 Ezyield

Με το Ezyield μπορείτε να διαχειρίζεστε όλα τα διαδικτυακά κανάλια με τα οποία συνεργάζεστε από μία μόνο οθόνη. Είναι το πλέον διαδεδομένο παγκοσμίως σύστημα διαχείρισης διαδικτυακών καναλιών κρατήσεων που παρέχει στο τμήμα Κρατήσεων του ξενοδοχείου εξοικονόμηση χρόνου, ενώ παράλληλα επιτρέπει στους ξενοδόχους να μεγιστοποιούν την παρουσία και τηνέκθεσή τους στο Διαδίκτυο χωρίς λάθη και χωρίς να αυξάνουν το κόστος εργασίας.

Η βασική έκδοση του προϊόντος επιτρέπει στους ξενοδόχους να ενημερώνουν περισσότερα από 500 κανάλια διανομής (booking.com, expedia, Travelocity κ.ά.), μέσω ενός εύχρηστου εργαλείου που λειτουργεί σε περιβάλλον Web. Μπορούν να διαχειρίζονται τιμές, διαθεσιμότητες, ελάχιστο αριθμό διανυκτερεύσεων, ημερομηνίες blackout κ.ά. Από τα πολλά χαρακτηριστικά του συστήματος ξεχωρίζουμε τα (Αγγελή, 2005):

- \* Καθορισμός από το χρήστη των ορίων της τιμής πώλησης και της καθαρής (net) τιμής, ώστε να διασφαλιστεί ότι η τιμή είναι στο προκαθορισμένο εύρος

---

\* Παραμετρικές ρυθμίσεις για γλώσσα και συνάλλαγμα

\* Δυνατότητα επιρροής μέσω εργασιών Yield απεριόριστου πλήθους εύρους ημερομηνιών και συνδυασμό της λειτουργίας ημέρας εβδομάδος για κάθε αντίστοιχο εύρος ημερομηνιών

#### 2.12.6 e- Hermes

Το e-Hermes είναι ένα πανεύκολο στη χρήση και με μεγάλη προσαρμοστικότητα σύστημα on-line κρατήσεων για οποιαδήποτε ξενοδοχειακή μονάδα. Προσφέρει στον επισκέπτη του ιστοχώρου του ξενοδοχείου απεριόριστες επιλογές ώστε γρήγορα, εύκολα και με τη μέγιστη ασφάλεια να ολοκληρώσει μία κράτηση. Κυκλοφορεί σε τρεις διαφορετικές εκδοχές, ανάλογα με τις ανάγκες κάθε ξενοδόχου: Μοντέλο Αγοράς (License), Συνδρομητικό Μοντέλο (μηνιαία ή ετήσια συνδρομή), Προμηθιακό Μοντέλο (προμήθεια επί της κράτησης ποσοτική ή ποσοστιαία) (Αγγελή, 2005).



### **3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ**

Δύο είναι οι βασικότεροι και σε χρήση τύποι πλατφορμών. Οι τυπολογίες αυτές αφορούν τις πλατφόρμες ανοιχτού κώδικα και τις SaaS. Οι πλατφόρμες αυτές αναλύονται διεξοδικότερα παρακάτω.

#### **3.1 ΟΙ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ**

Ο όρος "ανοικτού κώδικα" αναφέρεται σε κάτι που οι άνθρωποι μπορούν να τροποποιήσουν και να μοιραστούν, επειδή ο σχεδιασμός τους είναι προσιτός στο κοινό. Ο όρος προέρχεται από την ανάπτυξη λογισμικού για να προσδιορίσει μια συγκεκριμένη προσέγγιση για τη δημιουργία προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Σήμερα, ωστόσο, ο "ανοιχτός κώδικας" υποδηλώνει ένα ευρύτερο σύνολο αξιών - αυτό που αποκαλούμε "τρόπο ανοιχτού κώδικα". Τα έργα, τα προϊόντα ή οι πρωτοβουλίες ανοιχτής πηγής αγκαλιάζουν και γιορτάζουν τις αρχές της ανοικτής ανταλλαγής, της συμμετοχικής συμμετοχής, της ταχείας παραγωγής πρωτοτύπων, της διαφάνειας, της αξιοκρατίας και της ανάπτυξης με γνώμονα την κοινότητα.

Το λογισμικό ανοιχτού κώδικα είναι λογισμικό με πηγαίο κώδικα που ο καθένας μπορεί να επιθεωρήσει, να τροποποιήσει και να βελτιώσει.

Ο "πηγαίος κώδικας" είναι το μέρος του λογισμικού που οι περισσότεροι χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών δεν βλέπουν ποτέ. Είναι οι προγραμματιστές ηλεκτρονικών υπολογιστών που μπορούν να χειραγωγούν για να αλλάξουν πώς λειτουργεί ένα κομμάτι λογισμικού - ένα "πρόγραμμα" ή "εφαρμογή". Οι προγραμματιστές που έχουν πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα του προγράμματος υπολογιστή μπορούν να βελτιώσουν το πρόγραμμα προσθέτοντας στοιχεία ή να καθορίσουν τμήματα που δεν λειτουργούν πάντα σωστά.

Ορισμένο λογισμικό έχει πηγαίο κώδικα που μπορεί να τροποποιήσει μόνο το άτομο, η ομάδα ή ο οργανισμός που το δημιούργησε - και διατηρεί τον αποκλειστικό έλεγχο. Οι άνθρωποι ονομάζουν αυτό το είδος λογισμικού "ιδιόκτητο" ή "κλειστού κώδικα" λογισμικού.

Μόνο οι αρχικοί συγγραφείς του ιδιόκτητου λογισμικού μπορούν νόμιμα να αντιγράψουν, να επιθεωρήσουν και να τροποποιήσουν αυτό το λογισμικό. Και για να χρησιμοποιήσουν το ιδιόκτητο λογισμικό, οι χρήστες υπολογιστών πρέπει να συμφωνήσουν (συνήθως υπογράφοντας μια άδεια που εμφανίζεται την πρώτη φορά που τρέχουν αυτό το λογισμικό) ότι δεν θα κάνουν τίποτα με το λογισμικό που οι δημιουργοί του λογισμικού δεν το επιτρέπουν ρητά. Το Microsoft Office και το Adobe Photoshop είναι παραδείγματα ιδιόκτητου λογισμικού.

Το λογισμικό ανοιχτού κώδικα είναι διαφορετικό. Οι προγραμματιστές του κάνουν τον πηγαίο κώδικα διαθέσιμο σε άλλους που θα ήθελαν να δουν αυτόν τον κώδικα, να το αντιγράψουν, να μάθουν από αυτόν, να το αλλάξουν ή να το μοιραστούν. Το LibreOffice και το πρόγραμμα χειρισμού εικόνων GNU αποτελούν παραδείγματα λογισμικού ανοιχτού κώδικα. Όπως συμβαίνει με το ιδιοκτησιακό

---

λογισμικό, οι χρήστες πρέπει να αποδέχονται τους όρους άδειας όταν χρησιμοποιούν λογισμικό ανοιχτού κώδικα-αλλά οι νομικοί όροι των αδειών ανοιχτού κώδικα διαφέρουν δραματικά από εκείνους των αδειών ιδιοκτησίας.

Οι άδειες ανοικτού κώδικα επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιούν, να μελετούν, να τροποποιούν και να διανέμουν λογισμικό. Γενικά, οι άδειες ανοιχτού κώδικα επιτρέπουν στους χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών την άδεια να χρησιμοποιούν λογισμικό ανοιχτού κώδικα για οποιοδήποτε σκοπό επιθυμούν. Ορισμένες άδειες ανοιχτού κώδικα - αυτό που ορισμένοι αποκαλούν άδειες "copyleft" - ορίζουν ότι όποιος κυκλοφορεί ένα τροποποιημένο πρόγραμμα ανοιχτού κώδικα πρέπει επίσης να απελευθερώσει τον πηγαίο κώδικα για το πρόγραμμα μαζί με αυτό. Επιπλέον, μερικές άδειες ανοιχτού κώδικα ορίζουν ότι οποιοσδήποτε τροποποιεί και μοιράζεται ένα πρόγραμμα με άλλους πρέπει επίσης να μοιράζεται τον πηγαίο κώδικα του προγράμματος χωρίς να χρεώνει τέλη αδειοδότησης για αυτό.

Από τη σχεδίαση, οι άδειες λογισμικού ανοιχτού κώδικα προωθούν τη συνεργασία και την κοινή χρήση επειδή επιτρέπουν σε άλλους ανθρώπους να τροποποιούν τον πηγαίο κώδικα και να ενσωματώνουν αυτές τις αλλαγές στα δικά τους έργα. Ενθαρρύνουν τους προγραμματιστές υπολογιστών να έχουν πρόσβαση, να βλέπουν και να τροποποιούν λογισμικό ανοιχτού κώδικα όποτε το επιθυμούν, εφόσον επιτρέπουν σε άλλους να κάνουν το ίδιο όταν μοιράζονται το έργο τους.

Η τεχνολογία ανοιχτού κώδικα και η σκέψη ανοικτού κώδικα ωφελούν τόσο τους προγραμματιστές όσο και τους προγραμματιστές.

Επειδή οι πρώτοι εφευρέτες έχτισαν μεγάλο μέρος του ίδιου του Διαδικτύου σε τεχνολογίες ανοιχτού κώδικα - όπως το λειτουργικό σύστημα Linux και η εφαρμογή Apache Web Server - οποιοσδήποτε χρησιμοποιεί το Internet σήμερα επωφελείται από λογισμικό ανοιχτού κώδικα.

Κάθε φορά που οι χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών βλέπουν ιστοσελίδες, ελέγχουν τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συνομιλούν με φίλους, μεταδίδουν μουσική σε απευθείας σύνδεση ή παίζουν παιχνίδια πολυμέσων για πολλούς παίκτες, τους υπολογιστές τους, κινητά τηλέφωνα ή κονσόλες παιχνιδιών. δεδομένων στις "τοπικές" συσκευές που έχουν μπροστά τους. Οι υπολογιστές που κάνουν όλη αυτή τη σημαντική εργασία βρίσκονται συνήθως σε μακρινά μέρη που οι χρήστες δεν βλέπουν ή δεν μπορούν φυσικά να έχουν πρόσβαση - γι' αυτό ορισμένοι άνθρωποι αποκαλούν αυτούς τους υπολογιστές, "απομακρυσμένους υπολογιστές".

Όλο και περισσότερο, οι άνθρωποι βασίζονται σε απομακρυσμένους υπολογιστές όταν εκτελούν εργασίες που διαφορετικά θα μπορούσαν να εκτελέσουν στις τοπικές συσκευές τους. Για παράδειγμα, μπορούν να χρησιμοποιούν ηλεκτρονική επεξεργασία κειμένου, διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και λογισμικό επεξεργασίας εικόνας που δεν εγκαθίστανται και δεν εκτελούνται στους προσωπικούς τους υπολογιστές. Αντ' αυτού, απλώς έχουν πρόσβαση σε αυτά τα προγράμματα σε απομακρυσμένους υπολογιστές χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα περιήγησης στο Web ή μια εφαρμογή κινητού τηλεφώνου. Όταν το κάνουν αυτό, ασχολούνται με τον "απομακρυσμένο υπολογιστή".

---

Μερικοί άνθρωποι αποκαλούν την απομακρυσμένη υπολογιστική "cloud computing", επειδή περιλαμβάνουν δραστηριότητες (όπως αποθήκευση αρχείων, κοινή χρήση φωτογραφιών ή παρακολούθηση βίντεο) που ενσωματώνουν όχι μόνο τοπικές συσκευές αλλά και ένα παγκόσμιο δίκτυο απομακρυσμένων υπολογιστών που σχηματίζουν μια "ατμόσφαιρα" γύρω τους.

Το Cloud computing είναι μια όλο και πιο σημαντική πτυχή της καθημερινής ζωής με συσκευές συνδεδεμένες στο Διαδίκτυο. Ορισμένες εφαρμογές του cloud computing, όπως το Google Apps, είναι αποκλειστικές. Άλλοι, όπως το ownCloud και το Nextcloud, είναι ανοικτού κώδικα.

Οι εφαρμογές Cloud computing λειτουργούν "επάνω" σε πρόσθετο λογισμικό που τους βοηθάει να λειτουργούν ομαλά και αποτελεσματικά, έτσι ώστε οι άνθρωποι συχνά να λένε ότι το λογισμικό που εκτελεί "κάτω" εφαρμογές cloud computing λειτουργεί ως "πλατφόρμα" για αυτές τις εφαρμογές. Οι πλατφόρμες υπολογιστικής νέφωσης μπορούν να είναι ανοιχτές πηγές ή κλειστές πηγές. Το OpenStack είναι ένα παράδειγμα πλατφόρμας cloud computing ανοιχτού κώδικα.

Οι άνθρωποι προτιμούν το λογισμικό ανοιχτού κώδικα στο ιδιόκτητο λογισμικό για διάφορους λόγους, όπως:

Έλεγχος. Πολλοί άνθρωποι προτιμούν λογισμικό ανοιχτού κώδικα επειδή έχουν περισσότερο έλεγχο σε αυτό το είδος λογισμικού. Μπορούν να εξετάσουν τον κώδικα για να βεβαιωθούν ότι δεν κάνουν τίποτα που δεν θέλουν να κάνουν και μπορούν να αλλάξουν μέρη που δεν τους αρέσουν. Οι χρήστες που δεν είναι προγραμματιστές επωφελούνται επίσης από λογισμικό ανοιχτού κώδικα, επειδή μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτό το λογισμικό για οποιονδήποτε σκοπό επιθυμούν - όχι μόνο τον τρόπο που κάποιος άλλος νομίζει ότι πρέπει.

Εκπαίδευση. Άλλοι άνθρωποι, όπως το λογισμικό ανοιχτού κώδικα, επειδή τους βοηθά να γίνουν καλύτεροι προγραμματιστές. Επειδή ο κώδικας ανοιχτού κώδικα είναι προσβάσιμος στο κοινό, οι σπουδαστές μπορούν εύκολα να το μελετήσουν, καθώς μαθαίνουν να κάνουν καλύτερο λογισμικό. Οι μαθητές μπορούν επίσης να μοιραστούν τη δουλειά τους με άλλους, καλώντας σχόλια και κριτικές, καθώς αναπτύσσουν τις δεξιότητές τους. Όταν οι άνθρωποι ανακαλύψουν λάθη στον πηγαίο κώδικα των προγραμμάτων, μπορούν να μοιραστούν αυτά τα λάθη με άλλους για να τους βοηθήσουν να αποφύγουν να κάνουν αυτά τα ίδια λάθη.

Ασφάλεια. Μερικοί άνθρωποι προτιμούν το λογισμικό ανοιχτού κώδικα επειδή το θεωρούν πιο ασφαλές και σταθερό από το ιδιόκτητο λογισμικό. Επειδή οποιοσδήποτε μπορεί να δει και να τροποποιήσει το λογισμικό ανοιχτού κώδικα, κάποιος μπορεί να εντοπίσει και να διορθώσει σφάλματα ή παραλείψεις που οι αρχικοί συγγραφείς του προγράμματος ίσως έχουν χάσει. Και επειδή τόσοι προγραμματιστές μπορούν να δουλέψουν σε ένα κομμάτι λογισμικού ανοιχτού κώδικα χωρίς να ζητήσουν άδεια από τους πρωτότυπους συγγραφείς, μπορούν να διορθώσουν, να ενημερώσουν και να αναβαθμίσουν το λογισμικό ανοιχτού κώδικα πιο γρήγορα από ό, τι μπορούν να αποκτήσουν αποκλειστικό λογισμικό.

Σταθερότητα. Πολλοί χρήστες προτιμούν το λογισμικό ανοιχτού κώδικα σε ιδιόκτητο λογισμικό για σημαντικά, μακροπρόθεσμα έργα. Επειδή οι προγραμματιστές διανέμουν δημοσίως τον πηγαίο κώδικα για λογισμικό ανοιχτού

---

κώδικα, οι χρήστες που βασίζονται σε αυτό το λογισμικό για κρίσιμες εργασίες μπορούν να είναι σίγουροι ότι τα εργαλεία τους δεν θα εξαφανιστούν ή θα υποστούν βλάβη εάν οι αρχικοί δημιουργοί τους σταματούν να δουλεύουν πάνω τους. Επιπλέον, το λογισμικό ανοιχτού κώδικα τείνει να ενσωματώνει και να λειτουργεί σύμφωνα με τα ανοικτά πρότυπα.

### 3.2 TO SaaS

Το λογισμικό ως υπηρεσία (SaaS) είναι ένα μοντέλο διανομής λογισμικού στο οποίο ένας πάροχος τρίτων φιλοξενεί εφαρμογές και τις καθιστά διαθέσιμες στους πελάτες μέσω του Διαδικτύου. Το SaaS είναι μία από τις τρεις κύριες κατηγορίες του cloud computing, παράλληλα με την υποδομή ως υπηρεσία (IaaS) και την πλατφόρμα ως υπηρεσία (PaaS).

Το SaaS καταργεί την ανάγκη οι οργανισμοί να εγκαθιστούν και να εκτελούν εφαρμογές στους δικούς τους υπολογιστές ή στα δικά τους κέντρα δεδομένων. Αυτό εξαλείφει τα έξοδα απόκτησης υλικού, προμήθειας και συντήρησης, καθώς και αδειοδότηση λογισμικού, εγκατάσταση και υποστήριξη. Άλλα πλεονεκτήματα του μοντέλου SaaS περιλαμβάνουν:

**Ευέλικτες πληρωμές:** Αντί να αγοράζουν λογισμικό για εγκατάσταση ή πρόσθετο υλικό για να το υποστηρίξουν, οι πελάτες προσυπογράφουν μια προσφορά SaaS. Γενικά, πληρώνουν για αυτή την υπηρεσία σε μηνιαία βάση χρησιμοποιώντας ένα μοντέλο πληρωμής με τη μορφή "pay-as-you-go". Η μετάβαση του κόστους σε μια επαναλαμβανόμενη λειτουργική δαπάνη επιτρέπει σε πολλές επιχειρήσεις να ασκούν καλύτερα και πιο προβλέψιμο προϋπολογισμό. Οι χρήστες μπορούν επίσης να τερματίσουν τις προσφορές του SaaS ανά πάσα στιγμή για να σταματήσουν αυτές τις επαναλαμβανόμενες δαπάνες.

**Κλιμακωτή χρήση:** Οι υπηρεσίες Cloud, όπως το SaaS, προσφέρουν υψηλή δυνατότητα κλιμάκωσης, η οποία δίνει στους πελάτες τη δυνατότητα να έχουν πρόσβαση σε περισσότερες ή λιγότερες υπηρεσίες κατ' απαίτηση.

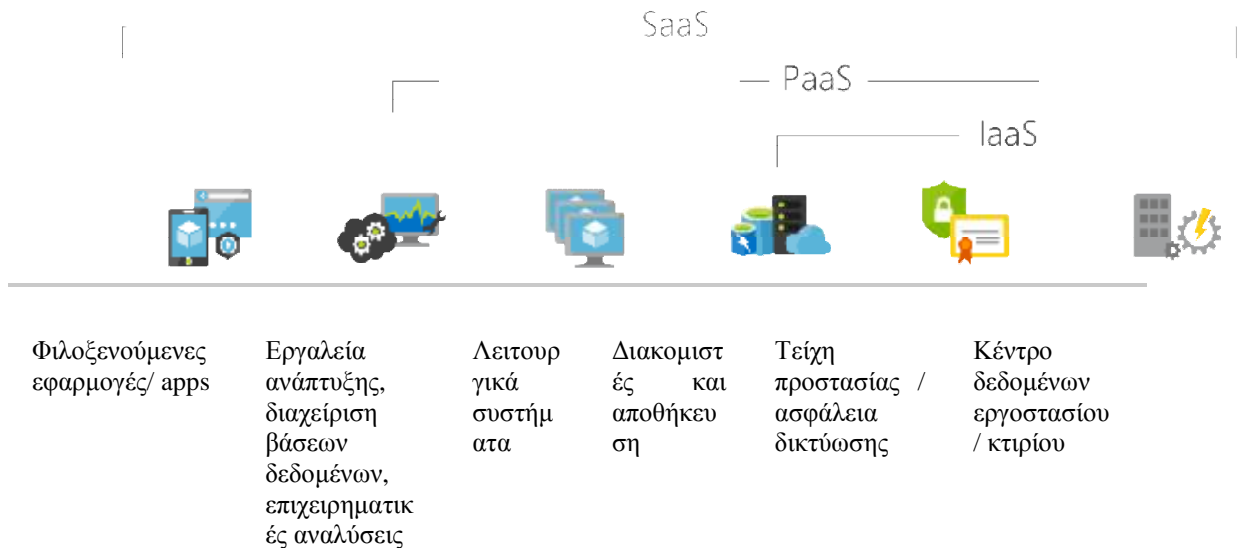
**Αυτόματες ενημερώσεις:** Αντί να αγοράζουν νέο λογισμικό, οι πελάτες μπορούν να βασίζονται σε έναν πάροχο SaaS για να πραγματοποιούν αυτόματα τις ενημερώσεις και τη διαχείριση της ενημερωμένης έκδοσης κώδικα. Αυτό μειώνει περαιτέρω την επιβάρυνση του εσωτερικού προσωπικού πληροφορικής.

**Προσβασιμότητα και επιμονή:** Καθώς οι εφαρμογές SaaS παραδίδονται μέσω Internet, οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτές από οποιαδήποτε συσκευή και τοποθεσία που διαθέτει δυνατότητα Internet.

Αλλά το SaaS δημιουργεί επίσης κάποια δυνητικά μειονεκτήματα. Οι επιχειρήσεις πρέπει να βασίζονται σε εξωτερικούς προμηθευτές για να παρέχουν το λογισμικό, να διατηρούν αυτό το λογισμικό λειτουργικό, να παρακολουθούν και να αναφέρουν ακριβείς χρεώσεις και να διευκολύνουν ένα ασφαλές περιβάλλον για τα δεδομένα των επιχειρήσεων. Οι πάροχοι που αντιμετωπίζουν διακοπές υπηρεσίας, επιβάλλουν ανεπιθύμητες αλλαγές στις προσφορές υπηρεσιών, βιώνουν παραβίαση ασφαλείας ή οποιοδήποτε άλλο θέμα μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την

ικανότητα των πελατών να χρησιμοποιούν αυτές τις προσφορές του SaaS. Ως αποτέλεσμα, οι χρήστες πρέπει να κατανοήσουν τη συμφωνία παροχής υπηρεσιών σε επίπεδο παρόχου SaaS και να βεβαιωθούν ότι θα εφαρμοστούν.

Το SaaS συνδέεται στενά με τον ASP (φορέα παροχής υπηρεσιών εφαρμογών) και με τα μοντέλα παράδοσης λογισμικού βάσει ζήτησης. Το φιλοξενούμενο μοντέλο διαχείρισης εφαρμογών του SaaS είναι παρόμοιο με το ASP: ο πάροχος φιλοξενεί το λογισμικό του πελάτη και το παραδίδει στους εγκεκριμένους τελικούς χρήστες μέσω του Διαδικτύου. Στο μοντέλο SaaS του λογισμικού κατόπιν ζήτησης, ο πάροχος παρέχει πρόσβαση σε πελάτες με βάση το δίκτυο σε ένα αντίγραφο μιας εφαρμογής που ο πάροχος δημιούργησε ειδικά για τη διανομή του SaaS. Ο πηγαίος κώδικας της εφαρμογής είναι ο ίδιος για όλους τους πελάτες και όταν οι νέες λειτουργίες είναι λειτουργικές, αναβαθμίζονται σε όλους τους πελάτες. Ανάλογα με τη συμφωνία παροχής υπηρεσιών (SLA), τα δεδομένα του πελάτη για κάθε μοντέλο μπορούν να αποθηκευτούν τοπικά, στο σύννεφο ή και στο τοπικό και στο cloud.



Οι οργανισμοί μπορούν να ενσωματώσουν εφαρμογές SaaS με άλλο λογισμικό χρησιμοποιώντας διεπαφές προγραμματισμού εφαρμογών (APIs). Για παράδειγμα, μια επιχείρηση μπορεί να γράψει τα δικά της εργαλεία λογισμικού και να χρησιμοποιήσει τα API του παρόχου SaaS για να ενσωματώσει αυτά τα εργαλεία με την προσφορά SaaS.

Υπάρχουν εφαρμογές SaaS για βασικές επιχειρηματικές τεχνολογίες, όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, διαχείριση πωλήσεων, διαχείριση σχέσεων με πελάτες (CRM), οικονομική διαχείριση, διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, χρέωση και συνεργασία. Οι κορυφαίοι πάροχοι SaaS περιλαμβάνουν τα Salesforce, Oracle, SAP, Intuit και Microsoft.

---

### 3.3 Η HTML

#### 3.3.1 Μία σύντομη ιστορία της HTML και του World Wide Web

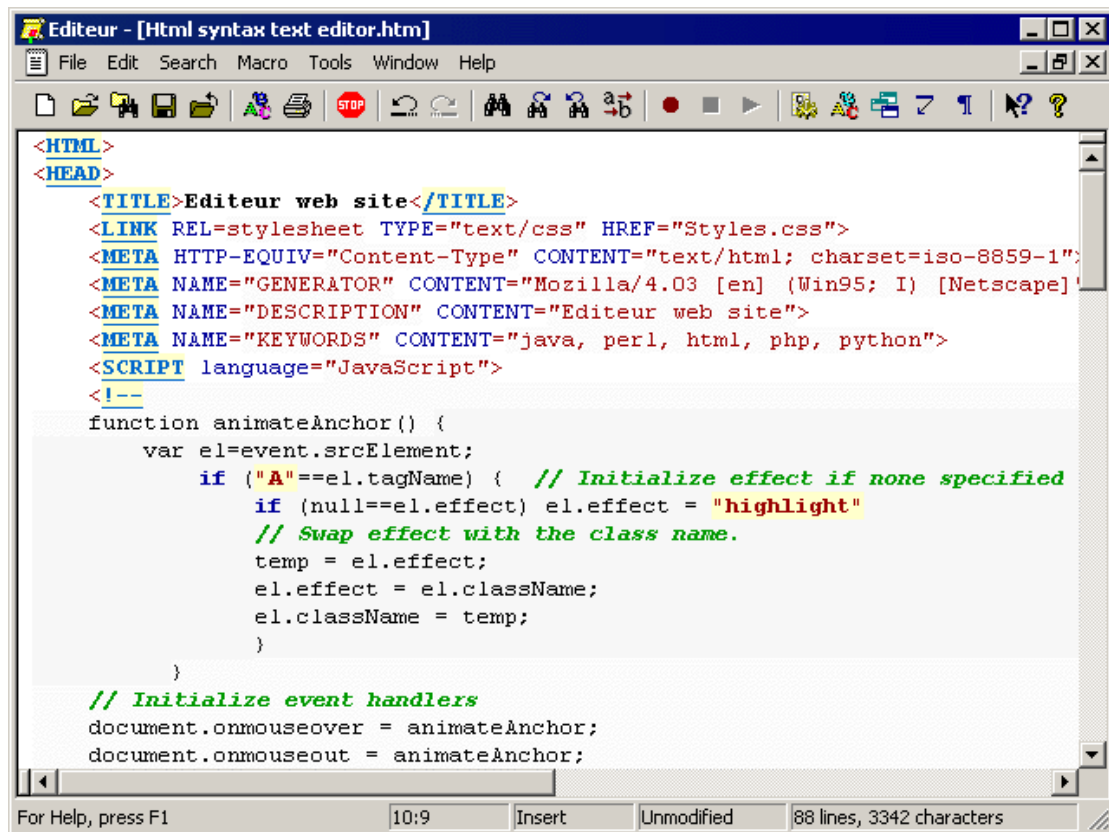
Μέχρι το 1990, η προσπέλαση πληροφοριών μέσω του Internet ήταν μάλλον μία τεχνική υπόθεση. Ήταν τόσο δύσκολο να γίνει στην πραγματικότητα, που ακόμα και κάτοχοι διδακτορικών τίτλων έστεκαν μπροστά σε ανυπέρβλητα εμπόδια όταν επιχειρούσαν να ανταλλάξουν δεδομένα (Castro & Hyslop, 2013).

Ένας τέτοιος επιστήμονας και συγκεκριμένα φυσικός, ο πλέον διάσημος (και χειροτονημένος ιππότης) Σερ Tim Berners-Lee, κατέληξε σε έναν τρόπο για εύκολες παραπομπές στο Internet μέσω συνδέσμων υπερκειμένου.

Η ιδέα δεν ήταν καινούρια, αλλά η απλή HTML του Berners-Lee πέτυχε, τη στιγμή που πιο φιλόδοξα έργα για το υπερκείμενο απέτυχαν οικτρά. Το υπερκείμενο (hypertext) αρχικά αναφερόταν σε κείμενο, το οποίο αποθηκεύεται σε ηλεκτρονική μορφή με συνδέσμους παραπομπής μεταξύ σελίδων. Πλέον αποτελεί έναν ευρύτερο όρο, ο οποίος αναφέρεται σε οποιοδήποτε αντικείμενο (κείμενο, εικόνες, αρχεία κ.ά.), το οποίο μπορεί να συνδεθεί με άλλα αντικείμενα. Η Hypertext Markup Language (γλώσσα σημείωσης υπερκειμένου) ή HTML, είναι μία γλώσσα που περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο κείμενο, γραφικά και αρχεία που περιέχουν άλλες πληροφορίες οργανώνονται και συνδέονται μεταξύ τους (Μαγκριώτη, 2000).

Μέχρι το 1993, μόνο περίπου 100 υπολογιστές σε όλο τον κόσμο είχαν τη δυνατότητα να εξυπηρετούν σελίδες HTML. Εκείνες οι διασυνδεδεμένες σελίδες σχημάτισαν το World Wide Web (WWW, παγκόσμιος ιστός), ενώ πολλά προγράμματα περιήγησης στο web γράφτηκαν προκειμένου οι χρήστες να μπορούν να βλέπουν ιστοσελίδες. Εξαιτίας της αυξανόμενης δημοφιλίας του web, πολλοί προγραμματιστές σύντομα δημιούργησαν προγράμματα περιήγησης, τους γνωστούς browser, τα οποία θα μπορούσαν να προβάλλουν γραφικές εικόνες δίπλα σε κείμενο. Από εκείνο το σημείο και μετά, η διαρκής ανάπτυξη λογισμικού για περιήγηση στο web και η τυποποίηση γλωσσών HTML-και XHTML- οδήγησαν τον κόσμο όπως είναι γνωστός σήμερα, στον οποίο περισσότεροι από 110 εκατομμύρια διακομιστές web ανταποκρίνονται σε αιτήσεις, οι οποίες προέρχονται από περισσότερα από 25 δισεκατομμύρια αρχεία κειμένου και πολυμέσων (Willard, 2008).

Αυτές οι λίγες παράγραφοι αποτελούν στην πραγματικότητα μία σύντομη ιστορία μίας εξαιρετικής αξιόλογης περιόδου. Οι σημερινοί πρωτοετείς φοιτητές δεν μπορούν καν να διανοηθούν ότι υπήρξε μία εποχή χωρίς το web, ενώ η έννοια της πάντα ενεργής πληροφορίας και της πανταχού παρούσας πληροφορικής θα συνεχίζει να διαμορφώνει όλες τις πτυχές της ζωής στο μέλλον. Αντί να βλέπει οποιοσδήποτε τη δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου του web σαν ένα σύνολο δεξιοτήτων, που κατέχουν μόνο κάποιοι τύποι που γνωρίζουν καλά τα τεχνικά πράγματα με τη σωστή τεχνική μπορεί ο καθένας να κάνει αυτά τα πράγματα (Lemay & Colburn, 2011).



```
<HTML>
<HEAD>
  <TITLE>Editeur web site</TITLE>
  <LINK REL=stylesheet TYPE="text/css" HREF="Styles.css">
  <META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html; charset=iso-8859-1">
  <META NAME="GENERATOR" CONTENT="Mozilla/4.03 [en] (Win95; I) [Netscape]">
  <META NAME="DESCRIPTION" CONTENT="Editeur web site">
  <META NAME="KEYWORDS" CONTENT="java, perl, html, php, python">
  <SCRIPT language="JavaScript">
  <!--
function animateAnchor() {
  var el=event.srcElement;
  if ("A"==el.tagName) { // Initialize effect if none specified
    if (null==el.effect) el.effect = "highlight"
    // Swap effect with the class name.
    temp = el.effect;
    el.effect = el.className;
    el.className = temp;
  }
}
// Initialize event handlers
document.onmouseover = animateAnchor;
document.onmouseout = animateAnchor;
```

Εικόνα 1. Μορφή της HTML

### 3.3.2 Διανομή περιεχομένου για το web

Πολλές διεργασίες λαμβάνουν χώρα σε πολλές διαφορετικές τοποθεσίες προκειμένου τελικά να παραχθεί περιεχόμενο web που μπορεί ο καθένας να δει. Αυτές οι διεργασίες συμβαίνουν πολύ γρήγορα – σε χιλιοστά του δευτερολέπτου – και συμβαίνουν στο παρασκήνιο. Με άλλα λόγια, αν και ίσως πιστεύεται ότι το μόνο που γίνεται είναι να ανοίγεται ένα πρόγραμμα περιήγησης, πληκτρολογώντας μία διεύθυνση web και βλέποντας το περιεχόμενο που ζητήθηκε μέσα σε μία στιγμή, φαίνεται πόσο το παρασκήνιο εργάζεται σκληρά προς όφελος όλων η τεχνολογία.

Σε μια βασική αλληλεπίδραση μεταξύ ενός προγράμματος περιήγησης κι ενός διακομιστή, όσο γρήγορο και απλό μπορεί να φαίνεται, υπάρχουν πολλά βήματα στη διαδικασία – και πιθανώς αρκετές διαδρομές μεταξύ του προγράμματος περιήγησης και του διακομιστή- πριν ολόκληρο το περιεχόμενο του site που ζήτησε κάποιος εμφανιστεί μπροστά στα μάτια του (Lemay & Colburn, 2011).

Υποθετικά, κάποιος θέλει να κάνει μία αναζήτηση στο Google: Πληκτρολογεί μηχανικά τη διεύθυνση <http://www.google.com> στη γραμμή διεύθυνσης ή επιλέγει το σχετικό σελιδοδείκτη από τη λίστα σελιδοδεικτών. Σχεδόν αμέσως, το πρόγραμμα περιήγησης εμφανίζεται (Jamsa, 2013).

Μετά την πληκτρολόγηση του <http://www.google.com> παρουσιάζεται ένα website, το οποίο περιέχει κείμενο και μία εικόνα (στη συγκεκριμένη περίπτωση, το λογότυπο της Google). Παρακάτω παρουσιάζονται οι διεργασίες που συμβαίνουν,

---

προκειμένου να ανακτηθεί αυτό το κείμενο και η εικόνα από ένα διακομιστή web και να εμφανιστεί στην οθόνη (Willard, 2008):

1. Το πρόγραμμα περιήγησης στέλνει μία αίτηση για το αρχείο index.html, το οποίο βρίσκεται στη διεύθυνση <http://www.google.com/>. Το αρχείο index.html δεν χρειάζεται να εμπεριέχεται στη διεύθυνση που πληκτρολογήθηκε στη γραμμή διεύθυνσης.
2. Αφού ο διακομιστής web λάβει την αίτηση για ένα συγκεκριμένο αρχείο, ψάχνει στα περιεχόμενα του καταλόγου του για αυτό το αρχείο, το ανοίγει και στέλνει το περιεχόμενό του στο πρόγραμμα περιήγησης.
3. Το πρόγραμμα περιήγησης λαμβάνει το περιεχόμενο του αρχείου index.html, το οποίο είναι κείμενο που σημειώνεται με κώδικα HTML και αποδίδει το περιεχόμενο βάσει αυτών των κωδικών. Ενώ αποδίδει το περιεχόμενο, το πρόγραμμα περιήγησης πέφτει πάνω στον κώδικα HTML για το λογότυπο της Google. Ο συγκεκριμένος κώδικας HTML είναι κάπως έτσι:  

```
<img src= "/logos/logo.gif" ' width = "384" height = "121"
Border = "0" alt = "Google"/>
```
4. Η ετικέτα, όπως λέγεται μία εντολή της HTML, παρέχει χαρακτηριστικά, τα οποία ενημερώνουν το πρόγραμμα περιήγησης σχετικά με τη θέση του πηγαίου αρχείου (src), το πλάτος (width), το ύψος (height), το είδος περιγράμματος (border) και εναλλακτικό κείμενο (alt), στοιχεία που είναι απαραίτητα για την προβολή του λογότυπου.
5. Το πρόγραμμα περιήγησης εξετάζει το χαρακτηριστικό src στην ετικέτα <img/>, προκειμένου να βρει τη θέση του πηγαίου αρχείου. Σε αυτήν την περίπτωση, η εικόνα logo.gif βρίσκεται μέσα στον κατάλογο logos στην ίδια διεύθυνση web ([www.google.com](http://www.google.com)) από την οποία το πρόγραμμα περιήγησης ανάκτησε το αρχείο HTML.
6. Το πρόγραμμα περιήγησης αιτείται το αρχείο από τη διεύθυνση web <http://www.google.com/logos/logo.gif>.
7. Ο διακομιστής web διακόπτει την αίτηση, βρίσκει το αρχείο και στέλνει τα περιεχόμενα αυτού του αρχείου στο πρόγραμμα περιήγησης that που το ζήτησε.
8. Το πρόγραμμα περιήγησης εμφανίζει την εικόνα στην οθόνη.

Από την περιγραφή της διαδικασίας παράδοσης του περιεχομένου web , φαίνεται, ότι, τα προγράμματα περιήγησης δεν είναι μόνο τα πλαίσια των εικόνων μέσα από τα οποία μπορούν να φανούν τα περιεχόμενα. Τα προγράμματα περιήγησης συγκεντρώνουν τα στοιχεία του περιεχομένου web και τα οργανώνουν σύμφωνα με τις εντολές HTML, που υπάρχουν στο αρχείο.

Μπορεί επίσης να φανεί στο περιεχόμενο web τοπικά ή στο σκληρό δίσκο, χωρίς την ανάγκη να υπάρχει διακομιστής web. Η διεργασία της ανάκτησης και εμφάνισης περιεχομένου είναι η ίδια με τη διεργασία που εξηγήθηκαν στα προηγούμενα βήματα, κατά την οποία ένα πρόγραμμα περιήγησης ψάχνει και ερμηνεύει τον κώδικα και το περιεχόμενο ενός αρχείου HTML, αλλά η διαδρομή



---

είναι μικρότερη: Το πρόγραμμα περιήγησης ψάχνει για αρχεία στο σκληρό δίσκο του υπολογιστή και όχι σε μία απομακρυσμένη συσκευή. Ένας διακομιστής web είναι απαραίτητος για την ερμηνεία οποιασδήποτε γλώσσας προγραμματισμού για διακομιστή η οποία ενσωματώνεται στα αρχεία (Willard, 2008).

### 3.3.3 Επιλογή πάροχου υπηρεσιών φιλοξενίας στο web

Εάν κάποιος πληκτρολογήσει πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας στο web ή web hosting provider σε μία μηχανή αναζήτησης, θα εμφανιστούν εκατομμύρια προτάσεις και μία ατέλειωτη λίστα επιχορηγούμενων αποτελεσμάτων αναζήτησης (ή πιο απλά, διαφημίσεις). Δεν υπάρχουν τόσο πολλοί πάροχοι τέτοιων υπηρεσιών στον κόσμο, αν και μπορεί να φαίνεται σαν να υπάρχουν. Ακόμα και ένα εξετάζεται μία πιο περιορισμένη λίστα, το μέγεθος εξακολουθεί να είναι τεράστιο- ειδικά αν το μόνο που ζητήθηκε είναι ένα μέρος που θα στεγάσει ένα απλό website είτε για ιδιωτική χρήση, είτε για μια εταιρεία, είτε για έναν οργανισμό (Lemay & Colburn, 2011).



Εικόνα 2. Πως λειτουργεί ένας Web Host

Θα πρέπει να περιοριστεί η αναζήτηση όταν κάποιος ψάχνει για έναν πάροχο και να επιλέξει έναν, που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες του. Κάποια κριτήρια επιλογής για έναν πάροχο υπηρεσιών φιλοξενίας στο web περιλαμβάνουν τα παρακάτω:

- Ø Αξιοπιστία/χρόνος λειτουργίας διακομιστή – Εάν κάποιος έχει μια παρουσία στο web, πρέπει να εξασφαλίσει ότι όποιος θέλει να τον βρει, θα τον βρει οποιαδήποτε στιγμή.
- Ø Εξυπηρέτηση πελατών – Να επιδιώξει πολλαπλές μεθόδους επικοινωνίας με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών (τηλέφωνο, email και ζωντανή συνομιλία), όπως και ηλεκτρονική τεκμηρίωση για συνήθη προβλήματα.

- 
- Ø Χώρος διακομιστή- Το πακέτο φιλοξενίας θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει αρκετό χώρο στο διακομιστή για όλα τα αρχεία πολυμέσων (εικόνες, ήχος και βίντεο) που σκοπεύει να προσθέσει στο website του.
  - Ø Εύρος ζώνης- Το πακέτο φιλοξενίας θα πρέπει να περιλαμβάνει αρκετό εύρος ζώνης, ώστε όλοι όσοι επισκέπτονται το site και λαμβάνουν αρχεία θα μπορούν να το κάνουν χωρίς να αναγκαστούν να καταβάλλουν πρόσθετη πληρωμή.
  - Ø Αγορά και διαχείριση ονόματος τομέα- Το πακέτο θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα προσαρμοσμένο όνομα τομέα ή αλλιώς θα πρέπει να αγοραστεί και να συντηρηθεί το όνομα τομέα ξεχωριστά από το λογαριασμό των υπηρεσιών φιλοξενίας.
  - Ø Τιμή- Δεν χρειάζεται κάποιος να πληρώσει πολλά για τη φιλοξενία. Μπορεί να διαπιστώσει ότι οι τιμές διαφέρουν πολύ. Συχνά η διαφορά δεν έχει μεγάλη σχέση με την ποιότητα της υπηρεσίας, αλλά εξαρτάται κυρίως από το επιθυμητό κέρδος της εταιρείας. Θα πρέπει κάποιος να του γίνει γνωστό ότι σε γενικές γραμμές οποιαδήποτε τιμή άνω των 100€ το χρόνο για ένα βασικό πακέτο φιλοξενίας είναι υπερβολικό. Παρακάτω μπορούν να φανούν τρεις αξιόπιστοι πάροχοι υπηρεσιών φιλοξενίας στο web, των οποίων τα βασικά πακέτα περιέχουν άπλετο χώρο διακομιστή και εύρος ζώνης αντί, σχετικά, χαμηλού κόστους:
  - Ø A small Orange (<http://www.asmallorange.com>)- Τα πακέτα φιλοξενίας "Tiny" και "Small" αποτελούν τέλειες αφετηρίες για τους νέους εκδότες περιεχομένου web.
  - Ø DailyRazor (<http://www.dailyrazor.com>) – Ακόμα και το πακέτο Rookie περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα χαρακτηριστικά και είναι αξιόπιστο.
  - Ø LunarPages (<http://www.lunarpages.com>) – Το πακέτο φιλοξενίας Basic είναι κατάλληλο για προσωπικά website ή website μικρών επιχειρήσεων (Lemay & Colburn, 2011).

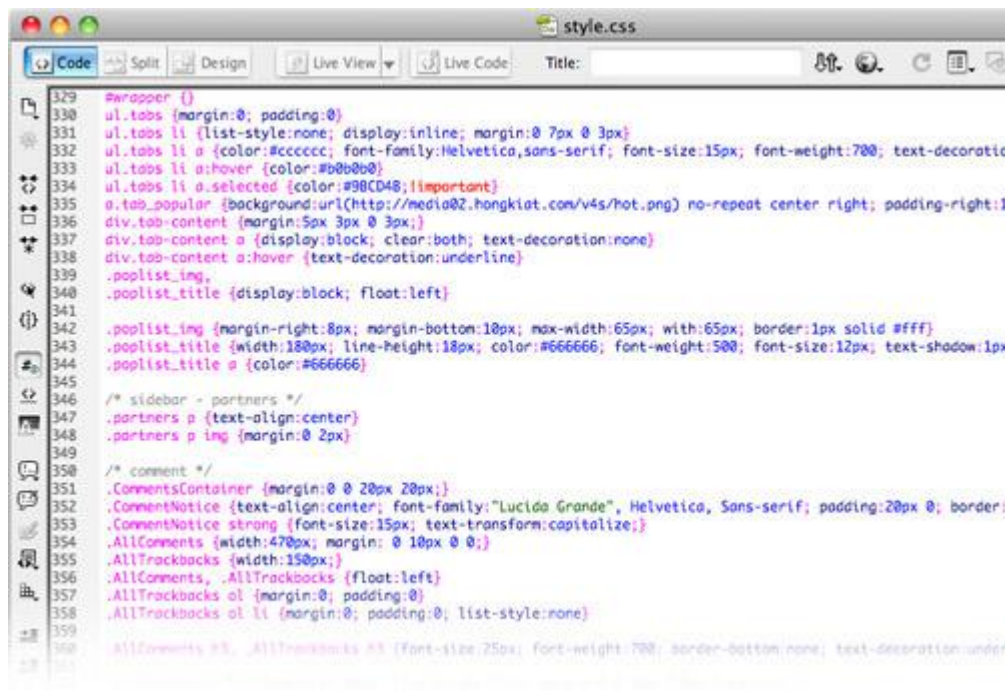
Ένα χαρακτηριστικό ενός καλού πάροχου υπηρεσιών φιλοξενίας είναι ότι παρέχει έναν "πίνακα ελέγχου", μέσα από τον οποίο κάποιος μπορεί να διαχειριστεί διάφορες πλευρές του λογαριασμού του.

### 3.3.4 Δοκιμή με πολλαπλά προγράμματα περιήγησης στο web

Εφόσον έγινε λόγος για τη διαδικασία της διανομής περιεχομένου web και της απόκτησης ενός διακομιστή web, θα γίνει ένα βήμα πίσω και θα γίνει λόγος για τη δοκιμή των website με πολλαπλά προγράμματα περιήγησης. Ωστόσο, πριν ασχοληθεί κάποιος με τη δημιουργία website με HTML και CSS, θα πρέπει να λάβει πολύ σοβαρά υπόψη το εξής: Κάθε επισκέπτης του website θα χρησιμοποιεί πιθανώς ρυθμίσεις υλικού και λογισμικού, οι οποίες θα διαφέρουν από τις προσωπικές χρήσεις. Οι τύποι των συσκευών (των επισκεπτών) (σταθεροί υπολογιστές, φορητοί υπολογιστές, netbook, έξυπνα τηλέφωνα ή iPhone), οι αναλύσεις των οθονών, τα

προγράμματα περιήγησης, τα μεγέθη των παραθύρων των προγραμμάτων περιήγησης και η ταχύτητα των συνδέσεων θα διαφέρουν – δεν πρέπει να ξεχαστεί το γεγονός ότι αυτός που έχει το website δεν μπορεί να ελέγξει τι χρησιμοποιούν οι επισκέπτες του όταν βλέπουν το site του. Αυτό, επομένως, που πρέπει να κάνει αυτός που έχει το website, όταν ρυθμίζει το περιβάλλον φιλοξενίας στο web και ξεκινάει τις εργασίες του είναι να λάβει πολλά διαφορετικά προγράμματα περιήγησης, ώστε να δημιουργήσει ένα τοπικό πακέτο δοκιμών που θα χρησιμοποιήσει για τους ελέγχους του. Κάτω θα εξηγηθεί γιατί αυτό είναι σημαντικό(Willard, 2008).

Αν και όλα τα προγράμματα περιήγησης επεξεργάζονται και χειρίζονται πληροφορίες με τον ίδιο γενικό τρόπο, υπάρχουν κάποιες συγκεκριμένες διαφορές μεταξύ τους, οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα το γεγονός ότι τα πράγματα δεν φαίνονται πάντα ίδια σε διαφορετικά προγράμματα περιήγησης. Ακόμα και οι χρήστες της ίδιας έκδοσης του ίδιου προγράμματος περιήγησης μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο προβολής μίας σελίδας καθορίζοντας διαφορετικές επιλογές εμφάνισης ή αλλάζοντας το μέγεθος των παραθύρων προβολής. Όλα τα γνωστά προγράμματα περιήγησης επιτρέπουν στους χρήστες τους να τροποποιούν το φόντο και τις γραμματοσειρές που ορίζονται από τον δημιουργό της ιστοσελίδας. Η ανάλυση της οθόνης, το μέγεθος του παραθύρου και προαιρετικές γραμμές εργαλείων μπορούν επίσης να αλλάξουν το μέγεθος μιας σελίδας που βλέπει κάποιος όταν εμφανίζεται αρχικά σε μία οθόνη. Κάποιος, μπορεί μόνο να εξασφαλίσει ότι θα γράφει σε HTML και CSS, που θα συμμορφώνονται με τα πρότυπα(Castro, 2000).

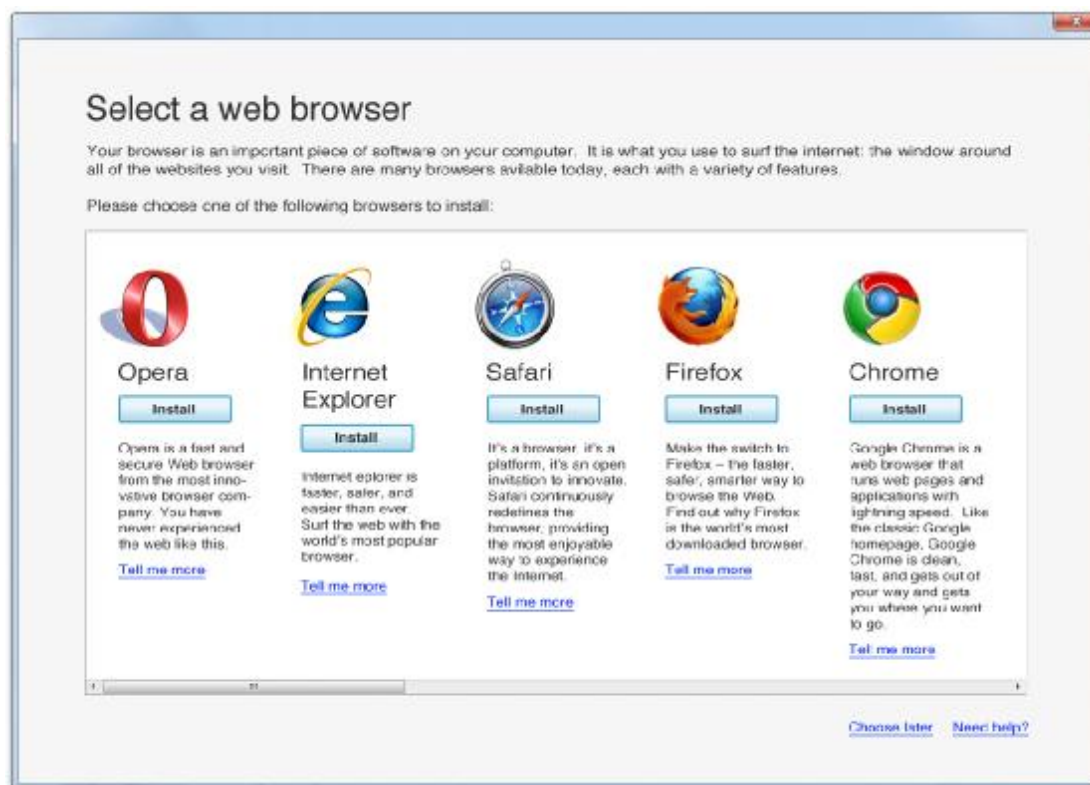


```
329 #wrapper {}
330 ul.tabs {margin:0; padding:0}
331 ul.tabs li {list-style:none; display:inline; margin:0 7px 0 3px}
332 ul.tabs li a {color:#cccccc; font-family:Helvetica,sans-serif; font-size:15px; font-weight:700; text-decoration:none}
333 ul.tabs li a:hover {color:#0b0b0b}
334 ul.tabs li a.selected {color:#98CD48; !important}
335 a.tab_popular {background:url(http://media02.hongkiat.com/v4s/hot.png) no-repeat center right; padding-right:10px}
336 div.tab-content {margin:5px 3px 0 3px;}
337 div.tab-content a {display:block; clear:both; text-decoration:none}
338 div.tab-content a:hover {text-decoration:underline}
339 .poplist_img,
340 .poplist_title {display:block; float:left}
341
342 .poplist_img {margin-right:8px; margin-bottom:10px; max-width:65px; width:65px; border:1px solid #fff}
343 .poplist_title {width:180px; line-height:18px; color:#666666; font-weight:500; font-size:12px; text-shadow:1px 1px 0px #666666}
344 .poplist_title a {color:#666666}
345
346 /* sidebar - partners */
347 .partners p {text-align:center}
348 .partners p img {margin:0 2px}
349
350 /* comment */
351 .CommentsContainer {margin:0 0 20px 20px;}
352 .CommentNotice {text-align:center; font-family:"Lucida Grande", Helvetica, Sans-serif; padding:20px 0; border:1px solid #ccc}
353 .CommentNotice strong {font-size:15px; text-transform:capitalize;}
354 .AllComments {width:470px; margin: 0 10px 0 0;}
355 .AllTrackbacks {width:150px;}
356 .AllComments, .AllTrackbacks {float:left}
357 .AllTrackbacks ol {margin:0; padding:0}
358 .AllTrackbacks ol li {margin:0; padding:0; list-style:none}
359
360 .AllComments #3, .AllTrackbacks #3 {font-size:25px; font-weight:700; border-bottom:none; text-decoration:underline}
361
```

Εικόνα 3. Τοπικό CSS

Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αφιερώσει πολύ χρόνο στην τελική σχεδίαση μιας σελίδας που εμφανίζεται τέλεια στον υπολογιστή του.

Θα πρέπει να δοκιμάζει πάντα το website του σε όσο το δυνατόν περισσότερα προγράμματα περιήγησης:



Εικόνα 4. Τύποι των Web Browsers

- Ø Apple Safari (<http://www.apple.com/safari/>) για Mac και Windows
- Ø Google Chrome (<http://www.google.com/chrome>) για Windows
- Ø Mozilla Firefox (<http://www.mozilla.com/firefox/>) για Mac, Windows και Linux
- Ø Microsoft Internet Explorer (<http://www.microsoft.com/ie>) για Windows
- Ø Opera (<http://www.opera.com/>) για Mac, Windows και Linux/UNIX

Αφού λοιπόν ρυθμίσει ένα περιβάλλον ανάπτυξης ή τουλάχιστον έχει κάποια ιδέα για αυτό που θα θελήσει να έχει στο μέλλον, θα προχωρήσει τώρα στη δημιουργία ενός αρχείου δοκιμής (Ρετάλης & Τσέλιος, 2003).

### 3.3.5 Δημιουργία δείγματος αρχείου

Ο παρακάτω κώδικας αναπαριστά ένα απλό περιεχόμενο web – μερικές γραμμές HTML οι οποίες εμφανίζουν τη φράση "Hello World! Welcome to My Web Server." (Χαίρετε! Καλώς ήρθατε στο διακομιστή μου web) με μεγάλα, έντονα γράμματα σε δύο γραμμές που στοιχίζονται στο κέντρο του παραθύρου του προγράμματος περιήγησης.

---

## ΚΩΔΙΚΑΣ Ένα δείγμα αρχείου HTML

---

```
<html>
<head>
<title> Hello World!</title>
</head>
<body>
<h1 style = "text-align: center"> Hello World!< br/>Welcome to My Web
→Server .</h1>
</body>
</html>
```

Για να χρησιμοποιήσει αυτό το περιεχόμενο, πρέπει, να ανοίξει έναν επεξεργαστή κειμένου της επιλογής του, όπως το Notepad (στα Windows) ή το TextEdit (σε Mac). Καλύτερα να μην χρησιμοποιήσει το WordPad, το Microsoft Word ή κάποιο άλλο πιο πλήρες λογισμικό επεξεργασίας κειμένου, επειδή αυτά τα προγράμματα δημιουργούν διαφορετικά είδη αρχείων από τα αρχεία απλού κειμένου, που χρησιμοποιούνται για περιεχόμενο web.

Πληκτρολόγηση του περιεχομένου που φαίνεται στον παραπάνω κώδικα και κατόπιν αποθήκευση του αρχείου με το όνομα sample.html. Η επέκταση .html λέει στο διακομιστή web ότι το αρχείο είναι, πράγματι, γεμάτο HTML. Όταν τα περιεχόμενα του αρχείου αποστέλλονται στο πρόγραμμα περιήγησης που το ζήτησε, το πρόγραμμα περιήγησης θα γνωρίζει επίσης ότι είναι HTML και θα την αποδώσει κατάλληλα(Lemay & Colburn, 2011).

Αφού λοιπόν αποκτήθηκε ένα δείγμα αρχείου HTML που μπορεί να χρησιμοποιηθεί – επίσης είναι ένα δυνατό μέρος για να τοποθετηθεί, όπως ακριβώς σε έναν λογαριασμό φιλοξενίας στο web- μπορεί κάποιος να προχωρήσει στη δημοσίευση του περιεχομένου του στο web.

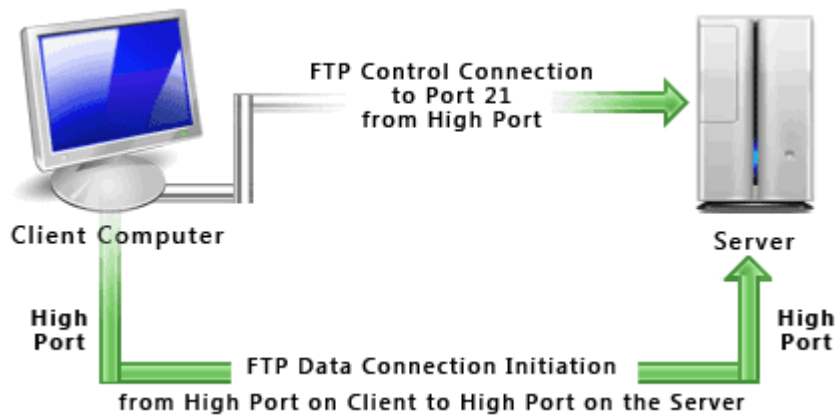
### 3.4 TO FTP

#### 3.4.1 Χρήση του FTP για μεταφορά αρχείων

Όπως έγινε γνωστό, πρέπει να τοποθετηθεί το περιεχόμενο κάποιου στο web σε έναν διακομιστή web προκειμένου να μπορεί να προσπελαστεί από άλλους. Αυτή η διαδικασία συνήθως γίνεται μέσω του Πρωτοκόλλου μεταφοράς αρχείων (File Transfer Protocol, FTP). Για να χρησιμοποιήσει κάποιος το FTP, χρειάζεται έναν πελάτη (client) FTP- ένα πρόγραμμα, το οποίο χρησιμοποιείται για τη μεταφορά αρχείων από τον υπολογιστή σε έναν διακομιστή web(Jamsa, 2013).

Οι πελάτες FTP απαιτούν τρεις πληροφορίες, ώστε να συνδεθούν στο διακομιστή web και αυτές οι πληροφορίες πρέπει να σταλούν σε σας από τον πάροχο των υπηρεσιών φιλοξενίας μετά τη δημιουργία του λογαριασμού του:

- Ø Το όνομα ή η διεύθυνση του κεντρικού υπολογιστή στον οποίο θα συνδεθεί
- Ø Το όνομα χρήστη του λογαριασμού του
- Ø Ο κώδικας πρόσβασης του λογαριασμού του(Willard, 2008).



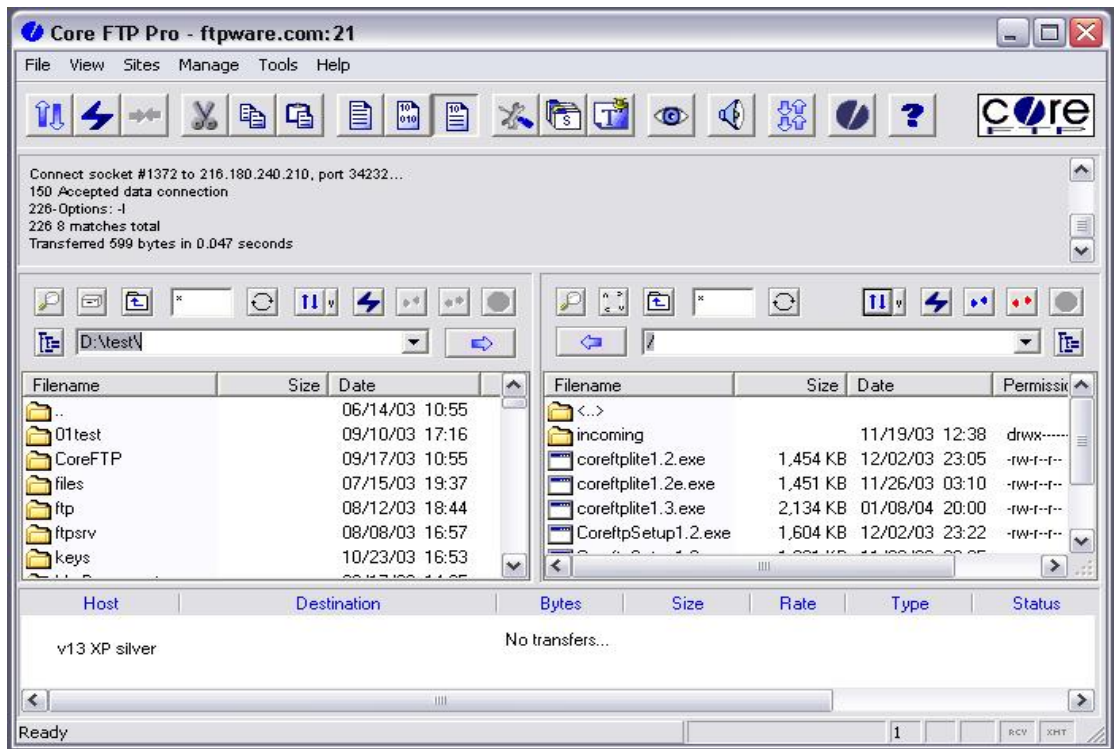
Εικόνα 5. Χρήση του FTP

Αφού αποκτηθούν αυτές οι πληροφορίες, ο ενδιαφερόμενος, είναι έτοιμος, να χρησιμοποιήσει έναν πελάτη FTP προκειμένου να μεταφέρει περιεχόμενα στον διακομιστή web.

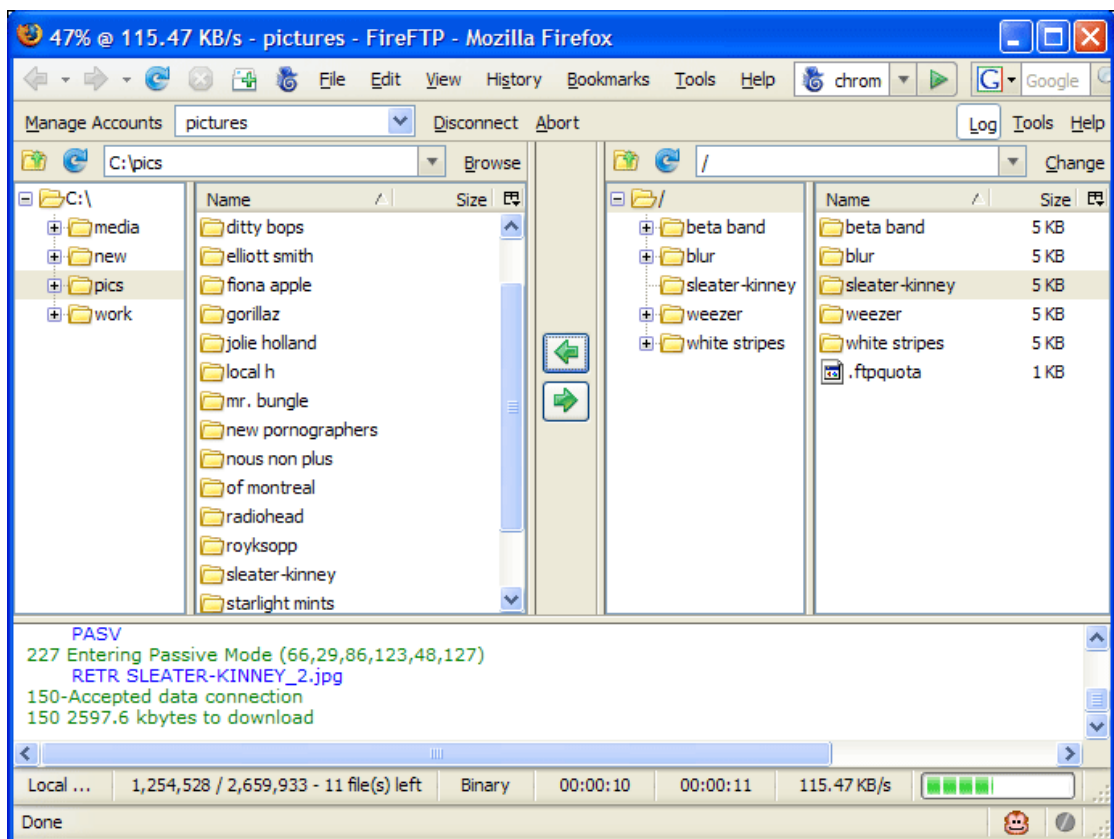
### 3.4.2 Επιλογή προγράμματος-πελάτη FTP

Ανεξάρτητα από τον πελάτη FTP που χρησιμοποιεί κάποιος, οι πελάτες FTP γενικά χρησιμοποιούν τον ίδιο τύπο διεπαφής ή περιβάλλοντος χειρισμού. Η ιεραρχία των καταλόγων του τοπικού συστήματος (δηλ., του υπολογιστή κάποιου) εμφανίζεται αριστερά στην οθόνη, ενώ η ιεραρχία των καταλόγων του απομακρυσμένου συστήματος (του διακομιστή web) εμφανίζεται στα δεξιά. Συνήθως, σε μια τέτοια περίπτωση, κάποιος θα βλέπει κουμπιά με αριστερό και δεξί βέλος. Το δεξί βέλος στέλνει επιλεγμένα αρχεία από τον υπολογιστή στο διακομιστή web ενώ το αριστερό βέλος στέλνει αρχεία από τον διακομιστή web στον υπολογιστή. Πολλοί πελάτες FTP δίνουν επίσης τη δυνατότητα να επιλέγονται αρχεία και κατόπιν να μεταφέρονται και να αποθέτονται στο σύστημα προορισμού(Willard, 2008).

Υπάρχουν πολλά προγράμματα-πελάτη FTP, που διατίθενται δωρεάν, αλλά τα αρχεία μπορούν επίσης να μεταφερθούν μέσω του web εργαλείου File Manager (Διαχείριση αρχείων) που πιθανώς μπορούν να βρεθούν στον πίνακα ελέγχου του διακομιστή. Ωστόσο, αυτή η μέθοδος μεταφοράς αρχείων συνήθως περιλαμβάνει περισσότερα βήματα και δεν είναι το ίδιο απλή όσο είναι η εγκατάσταση ενός πελάτη FTP στον υπολογιστή(Willard, 2008).



Εικόνα 6. Κλασικό πρόγραμμα πελάτη FTP



Εικόνα 7. Το Fire FTP

---

Μερικά δημοφιλή δωρεάν προγράμματα-πελάτη FTP:

- Ø Classic FTP (<http://www.nchsoftware.com/classic/>) για Mac και Windows
- Ø Cyberduck (<http://cyberduck.ch/>) για Mac
- Ø Fetch (<http://fetchsoftworks.com/>) για Mac
- Ø FileZilla (<http://filezilla-project.org/>) για όλες τις πλατφόρμες
- Ø Fire FTP (<http://fireftp.mozdev.org/>) επέκταση του Firefox για όλες τις πλατφόρμες

Όταν έχει επιλεγεί ένας πελάτης FTP και τον έχει εγκαταστήσει κάποιος στον υπολογιστή του, είναι έτοιμος να μεταφέρει και να λαμβάνει αρχεία από το διακομιστή web.

### 3.4.3 Χρήση προγράμματος-πελάτη FTP

Τα παρακάτω βήματα δείχνουν πως μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει το Classic FTP, ώστε να συνδεθεί στο διακομιστή web και να μεταφέρει ένα αρχείο. Ωστόσο, όλοι οι πελάτες FTP χρησιμοποιούν παρόμοιες, αν όχι ακριβώς ίδιες, διεπαφές. Με την κατανόηση των παρακάτω βημάτων μπορεί να χρησιμοποιηθεί εύκολα οποιοσδήποτε πελάτης FTP

Δεν πρέπει να ξεχαστεί το γεγονός ότι χρειάζονται το όνομα του κεντρικού υπολογιστή, το όνομα χρήστη του λογαριασμού και τον αντίστοιχο κωδικό πρόσβασης(Lemay & Colburn, 2011).

1. Εκκίνηση του προγράμματος Classic FTP και κλικ στο κουμπί Connect (Σύνδεση). Θα ζητηθεί να συμπληρωθούν κάποιες πληροφορίες για το site, στο οποίο επιθυμεί κάποιος να συνδεθεί.
2. Συμπλήρωση καθενός από τα παρακάτω στοιχεία:
  - Ø Το πεδίο Label (Ετικέτα) είναι το όνομα με το οποίο θα αναφέρεται κάποιος στο site. Κανείς άλλος δεν θα βλέπει αυτό το όνομα, για αυτό και μπορεί να εισαχθεί οτιδήποτε θελήσει κάποιος.
  - Ø Το πεδίο FTP Server (Διακομιστής FTP). Είναι η διεύθυνση FTP του διακομιστή web, στον οποίο πρέπει να σταλούν οι ιστοσελίδες κάποιου. Αυτή η διεύθυνση θα δοθεί από τον πάροχο υπηρεσιών φιλοξενίας. Πιθανώς θα είναι κάτι σαν ο-τομέας-μου.com, αλλά δεν πρέπει να παραληφθεί να ελεγχθούν οι πληροφορίες, που λήφθηκαν όταν ζητήθηκε η υπηρεσία.
  - Ø Το πεδίο User Name (Όνομα χρήστη) και το πεδίο Password (Κωδικός πρόσβασης) θα πρέπει να συμπληρωθούν με πληροφορίες οι οποίες δίνονται από τον πάροχο υπηρεσιών φιλοξενίας.
  - Ø Δεν πρέπει να αλλάζουν οι τιμές των πεδίων Initial Remote Directory on First Connection (Αρχικός απομακρυσμένος κατάλογος στην πρώτη σύνδεση) και Initial Local Directory on First Connection (Αρχικός τοπικός κατάλογος στην πρώτη σύνδεση) μέχρι να πραγματοποιηθεί να χρησιμοποιείται σωστά και γρήγορα ο πελάτης.

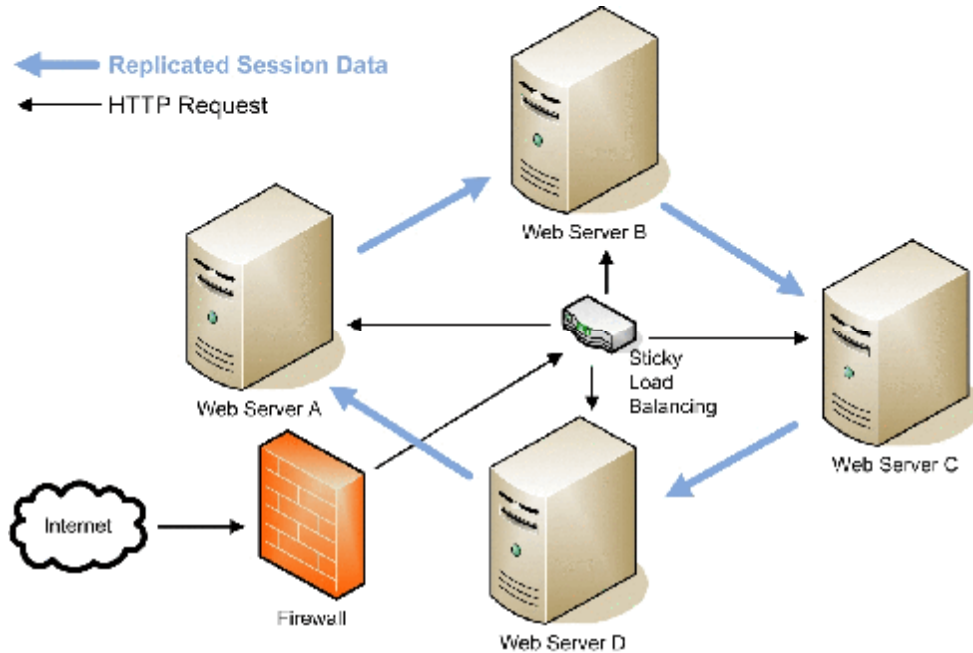


- 
3. Όταν ολοκληρωθούν οι ρυθμίσεις, γίνεται κλικ στο OK, ώστε να αποθηκευτεί και να δημιουργηθεί μία σύνδεση με το διακομιστή web. Θα εμφανιστεί ένα παράθυρο διαλόγου, το οποίο ενημερώνει ότι το Classic FTP επιχειρεί να συνδεθεί στο διακομιστή web. Εάν η σύνδεση γίνει με επιτυχία, θα εμφανιστεί μία διεπαφή όπου φαίνονται τα περιεχόμενα του τοπικού καταλόγου στα αριστερά και τα περιεχόμενα του διακομιστή web στα δεξιά.
  4. Πρέπει να γίνει αλλαγή των καταλόγων σε αυτό που ονομάζεται ρίζα εγγράφων του διακομιστή web. Η ρίζα εγγράφων του διακομιστή web είναι ο κατάλογος, που ορίζεται ως ο κατάλογος κορυφαίου επιπέδου για το περιεχόμενο κάποιου στο web- η αφετηρία της δομής καταλόγων. Συχνά αυτός ο κατάλογος θα πάρει το όνομα public-html, www(καθώς το www έχει δημιουργηθεί ως ψευδώνυμο του public-html)ή htdocs. Δεν πρόκειται για έναν κατάλογο που θα χρειαστεί να δημιουργήσει κάποιος μόνος του, καθώς αυτό αποτελεί καθήκον του πάροχου υπηρεσιών φιλοξενίας.  
Για να ανοίξει πρέπει να γίνει διπλό κλικ στο όνομα καταλόγου της ρίζας εγγράφων. Αυτό που θα φανεί στα δεξιά της διεπαφής του πελάτη FTP θα πρέπει να αλλάξει, ώστε να προβάλλει τα περιεχόμενα αυτού του καταλόγου. (Πιθανώς θα είναι κενός προς το παρόν, εκτός αν ο πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας έχει τοποθετήσει εκ μέρους κάποιου αρχεία υποκατάστασης σε αυτόν τον κατάλογο).
  5. Ο στόχος είναι η μεταφορά του αρχείου sample.html που δημιουργήθηκε νωρίτερα από τον υπολογιστή στο διακομιστή web. Το αρχείο μπορεί να βρεθεί στη λίστα καταλόγων στην αριστερή πλευρά της διεπαφής του πελάτη FTP κάνοντας κλικ μία φορά, ώστε να επιλεγεί το όνομα αρχείου.
  6. Πρέπει να γίνει κλικ στο κουμπί με το δεξί βέλος στο κέντρο της διεπαφής του προγράμματος-πελάτη, ώστε να σταλθεί το αρχείο στο διακομιστή web. Μετά την ολοκλήρωση της μεταφοράς των αρχείων, στη δεξιά πλευρά της διεπαφής θα πρέπει να δει κάποιος το αρχείο στον τελικό προορισμό του.
  7. Κλικ στο κουμπί Disconnect (Αποσύνδεση), ώστε να κλείσει η σύνδεση και κατόπιν να γίνει έξοδος από το πρόγραμμα Classic FTP(Willard, 2008).

Αυτά τα βήματα έχουν πολλές ομοιότητες με τα βήματα, που θα ακολουθεί κάποιος κάθε φορά που θα θέλει να στείλει αρχεία στο διακομιστή web μέσω FTP. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί ο πελάτης FTP, προκειμένου να δημιουργηθούν υποκατάλογοι στον απομακρυσμένο διακομιστή web. Για να δημιουργηθεί ένας υποκατάλογος χρησιμοποιώντας το Classic FTP, κλικ στο μενού Remote (Απομακρυσμένος) και κατόπιν κλικ στο New Folder (Νέος φάκελος). Οι πελάτες FTP παρέχουν συνήθως κάποιες άλλες επιλογές στις διεπαφές τους για την επίτευξη του ίδιου στόχου(Willard, 2008).

### 3.4.4 Θέση αρχείων στο διακομιστή web

Μία σημαντική πτυχή της συντήρησης περιεχομένου web είναι η επιλογή του τρόπου οργάνωσης αυτού του περιεχομένου-όχι απλά για να το βρίσκει ο χρήστης, αλλά και για να μπορεί, ο καθένας, να το συντηρεί στο διακομιστή του. Η τοποθέτηση αρχείων σε καταλόγους θα βοηθήσει στη διαχείριση αυτών των αρχείων(Willard, 2008).



Εικόνα 8. Πως λειτουργούν οι Web Servers

Η ονομασία και οργάνωση καταλόγων στο διακομιστή web και η θέσπιση κανόνων για τη συντήρηση αρχείων εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από τον χρήστη. Ωστόσο, η συντήρηση ενός καλά οργανωμένου διακομιστή προσφέρει μεγαλύτερη αποδοτικότητα στη διαχείριση του περιεχομένου μακροπρόθεσμα.

### 3.4.5 Βασική διαχείριση αρχείων

Οποιοσδήποτε θα έχει παρατηρήσει από τις εμπειρίες του στο Web ότι τα URL αλλάζουν όταν κάποιος κινείται μεταξύ website. Για παράδειγμα, αν κάποιος βρίσκεται στο website μιας εταιρείας και κάνει κλικ σε κάποιο γραφικό στοιχείο πλοήγησης, που θα τον μεταφέρει στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της εταιρείας, το URL πιθανώς θα αλλάξει από(Willard, 2008):

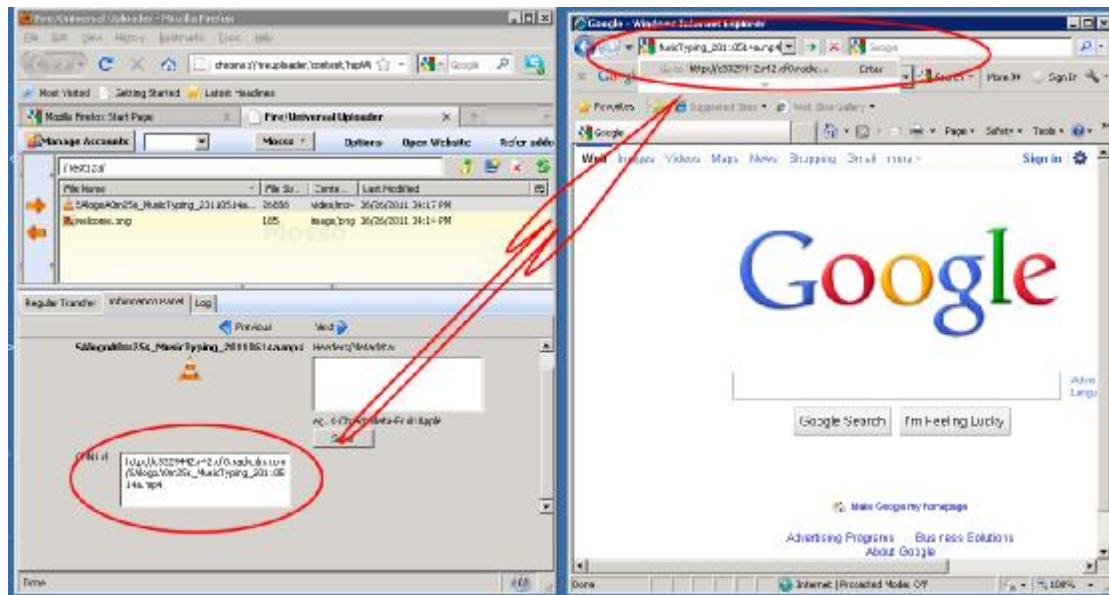
<http://www.companyname.com/>

σε

<http://www.companyname.com/products/>

ή

<http://www.companyname.com/services>



Εικόνα 9. Καθορισμός URL

Η ρίζα εγγράφων ενός διακομιστή web είναι ουσιαστικά η τελευταία κάθετος στο πλήρες URL. Για παράδειγμα, εάν ο τομέας κάποιου είναι ο\_τομέας\_μου.com και το URL του είναι [http://www.ο\\_τομέας\\_μου.com/](http://www.ο_τομέας_μου.com/), η ρίζα εγγράφων είναι ο κατάλογος που αναπαρίσταται από την τελευταία κάθετο (/). Η ρίζα εγγράφων είναι η αφετηρία της δομής καταλόγων, που δημιουργείται στο διακομιστή web και το μέρος, όπου ο διακομιστής web ξεκινά την αναζήτηση των αρχείων που ζητά το πρόγραμμα περιήγησης.

Εάν κάποιος τοποθετήσει το αρχείο `sample.html` στη ρίζα εγγράφων του, θα μπορέσει να το προσπελάσει σε ένα πρόγραμμα περιήγησης στο παρακάτω URL:

[http://www.ο\\_τομέας\\_μου.com/sample.html](http://www.ο_τομέας_μου.com/sample.html)

Ωστόσο, εάν δημιουργηθεί ένας νέος κατάλογος (`newdirectory`) μέσα στη ρίζα εγγράφων και τοποθετήσει το αρχείο `sample.html` σε αυτόν τον κατάλογο, θα μπορούσε να προσπελάσει το αρχείο στο παρακάτω URL:

[http://www.ο\\_τομέας\\_μου.com/newdirectory/sample.html](http://www.ο_τομέας_μου.com/newdirectory/sample.html)

Εάν τοποθετήσει το αρχείο `sample.html` στον κατάλογο που είδε κάποιος όταν συνδέθηκε στον διακομιστή του-αν δηλαδή δεν άλλαξε κατάλογο και τοποθέτησε το αρχείο στη ρίζα εγγράφων-το αρχείο `sample.html` δεν θα μπορεί να προσπελαστεί από το διακομιστή web σε οποιοδήποτε URL. Το αρχείο θα εξακολουθεί να βρίσκεται στο σύστημα, το οποίο ο χρήστης γνωρίζει ως διακομιστή του web, αλλά επειδή το αρχείο δεν βρίσκεται στη ρίζα εγγράφων-εκεί όπου το λογισμικό του διακομιστή γνωρίζει ότι πρέπει να αρχίσει να ψάχνει τα αρχεία-κανείς δεν θα μπορεί να το προσπελάσει μέσα από ένα πρόγραμμα περιήγησης (Willard, 2008).

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι ο χρήστης πρέπει πάντα να πηγαίνει στη ρίζα εγγράφων του διακομιστή web πριν ξεκινήσει να μεταφέρει αρχεία.

Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τα γραφικά και άλλα αρχεία πολυμέσων. Ένας κοινός κατάλογος σε διακομιστές web είναι ο κατάλογος `images`, όπου τοποθετούνται

---

όλες οι εικόνες, που θα χρειαστεί να ανακτηθούν. Άλλοι δημοφιλείς κατάλογοι είναι μεταξύ άλλων ο κατάλογος css για αρχεία φύλλων στυλ (αν χρησιμοποιούνται περισσότερα από ένα) και ο κατάλογος js για εξωτερικά αρχεία JavaScript. Εάν ο χρήστης γνωρίζει ότι στο website του θα υπάρχει ένα μέρος από το οποίο οι επισκέπτες του θα μπορούν να λαμβάνουν πολλούς διαφορετικούς τύπους αρχείων, θα μπορούσε να δώσει σε αυτόν τον κατάλογο το κατανοητό όνομα downloads(Lemay & Colburn, 2011).

Είτε πρόκειται για ένα αρχείο ZIP που κατέχει ο χρήστης στην καλλιτεχνική του συλλογή ή για ένα υπολογιστικό φύλλο Excel με στοιχεία για πωλήσεις, είναι χρήσιμο να δημοσιεύσει αρχεία στο Internet, τα οποία δεν είναι απλά ιστοσελίδες. Προκειμένου να διαθέσει στο web ένα αρχείο το οποίο δεν είναι αρχείο HTML, απλά μεταφέρει το αρχείο στο website του σαν να ήταν αρχείο HTML, ακολουθώντας τις οδηγίες που ειπώθηκαν νωρίτερα. Όταν το αρχείο μεταφερθεί στο διακομιστή web μπορεί ο χρήστης να δημιουργήσει ένα σύνδεσμο για αυτό. Με άλλα λόγια, ο διακομιστής web του χρήστη μπορεί να εξυπηρετήσει πολλά πράγματα και όχι μόνο την HTML.

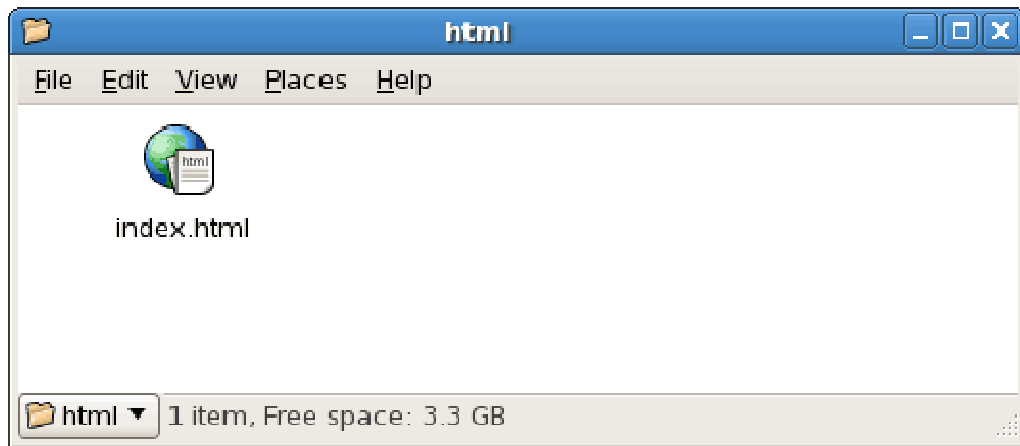
Παρακάτω, φαίνεται ένα δείγμα κώδικα HTML, ο οποίος θα χρησιμοποιηθεί για ένα αρχείο ονόματι artfolio.zip, το οποίο βρίσκεται στον κατάλογο downloads του website του χρήστη με τη βοήθεια του συνδέσμου με το κείμενο “Download my art portfolio!” (Λάβετε τη συλλογή τέχνης μου):

```
<a href= "/downloads/artfolio.zip">Download my art portfolio! </a>
```

#### 3.4.6 Χρήση σελίδας ευρετηρίου

Όταν κάποιος αναφέρεται στη λέξη ευρετήριο, το μυαλό, πιθανώς, να πηγαίνει αυτόματα στο τμήμα εκείνο που υπάρχει στις τελευταίες σελίδες ενός βιβλίου, στο οποίο τμήμα μπορεί ο καθένας να βρει σε ποιες σελίδες μπορεί να βρει πληροφορίες για διάφορους όρους και θέματα. Το αρχείο ευρετηρίου (index) σε έναν κατάλογο διακομιστή web μπορεί να εξυπηρετήσει αυτόν τον σκοπό-εάν το σχεδιάσει κάποιος με αυτόν τον τρόπο. Από εκεί μάλιστα προέρχεται το όνομα αυτού του αρχείου(Lemay & Colburn, 2011).

Το αρχείο index.html (ή αλλιώς αρχείο ευρετηρίου) είναι το όνομα που δίνεται στη σελίδα, την οποία θα βλέπουν οι επισκέπτες κάποιου ως προεπιλεγμένο αρχείο όταν πηγαίνουν σε ένα συγκεκριμένο κατάλογο του website του χρήστη. Εάν έχει δημιουργήσει αυτήν τη σελίδα λαμβάνοντας υπόψη όρους χρηστικότητας, οι χρήστες του θα έχουν τη δυνατότητα να δουν όλο το περιεχόμενο της συγκεκριμένης ενότητας στη σελίδα του ευρετηρίου(Lemay & Colburn, 2011).



Εικόνα 10. Index HTML



Εικόνα 11. Πρόγραμμα δημιουργίας ευρετηρίου

Για παράδειγμα, σε μία καλή σελίδα ευρετηρίου ενότητας, φαίνεται ότι τα στοιχεία πλοήγησης στο πάνω μέρος και τα στοιχεία πλοήγησης στην αριστερή πλευρά περιέχουν συνδέσμους σε τρεις σελίδες: Solutions Overview (η σελίδα ευρετηρίου της ενότητας), Connection Management και Cost Management (Ανασκόπηση λύσεων, Διαχείριση σύνδεσης και Διαχείριση σύνδεσης και Διαχείριση κόστους, αντίστοιχα).

---

Το περιεχόμενο της σελίδας-ονομάζεται index.html και μπορεί να βρεθεί στον κατάλογο solutions-περιέχει επίσης συνδέσμους για τις άλλες δύο σελίδες που υπάρχουν στην ενότητα solutions. Όταν οι χρήστες φτάνουν στη σελίδα ευρετηρίου της ενότητας “solutions” του συγκεκριμένου website μπορούν να προσπελάσουν οποιαδήποτε άλλη σελίδα αυτής της ενότητας(Lemay & Colburn, 2011).

Μια ακόμη λειτουργία της σελίδας ευρετηρίου είναι ότι όταν οι χρήστες επισκέπτονται έναν κατάλογο στο site του χρήστη ο οποίος έχει μία σελίδα ευρετηρίου, χωρίς όμως να καθορίσουν αυτήν τη σελίδα, θα προσγειώνονται σε κάθε περίπτωση στην κύρια σελίδα της συγκεκριμένης ενότητας του site του-ή του ίδιου του site(Jamsa, 2013).

Για παράδειγμα, φάνηκε προηγουμένως ότι ένας χρήστης θα μπορούσε να πληκτρολογήσει οποιοδήποτε από τα παρακάτω URL και το αποτέλεσμα θα ήταν να βρεθεί στην κύρια σελίδα της ενότητας solutions του συγκεκριμένου website:

<http://www.ipass.com/solutions/>

<http://www.ipass.com/solutions/index.html>

Εάν δεν υπήρχε σελίδα index.html στον κατάλογο solutions, τα αποτελέσματα θα βασίζονταν στη ρύθμιση των παραμέτρων του διακομιστή web. Εάν ο διακομιστής είχε ρυθμιστεί έτσι, ώστε να αποκλείει την περιήγηση στους καταλόγους, ο χρήστης θα έβλεπε ένα μήνυμα απαγόρευσης εμφάνισης καταλόγων (“Directory Listing Denied”) όταν θα επιχειρούσε να προσπελάσει το URL χωρίς συγκεκριμένο όνομα σελίδας, Ωστόσο, αν ο διακομιστής είχε ρυθμιστεί, ώστε να επιτρέπει την περιήγηση σε καταλόγους, ο χρήστης θα μπορούσε να δει μία λίστα με τα αρχεία αυτού του καταλόγου.

Αυτές οι επιλογές ρύθμισης του διακομιστή θα έχουν ήδη καθοριστεί από τον πάροχο υπηρεσιών φιλοξενίας. Εάν ο πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας επιτρέπει την τροποποίηση των ρυθμίσεων του διακομιστή μέσα από έναν πίνακα ελέγχου, μπορούν να αλλαχτούν, ώστε ο διακομιστής να ανταποκρίνεται σε αιτήσεις βάσει των απαιτήσεων του χρήστη(Willard, 2008).

Το αρχείο ευρετηρίου δεν χρησιμοποιείται μόνο σε υποκαταλόγους, αλλά και στον κατάλογο κορυφαίου επιπέδου (ή ρίζα εγγράφων) του website του χρήστη. Η πρώτη σελίδα του website- ή αρχική σελίδα ή κύρια σελίδα ή όπως αλλιώς επιθυμεί να αναφέρεται κάποιος στο περιεχόμενο web που επιθυμεί να βλέπουν οι χρήστες όταν φτάνουν στον τομέα του-θα πρέπει να ονομάζεται index.html και να τοποθετείται στη ρίζα εγγράφων του διακομιστή web. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται ότι όταν ο χρήστης πληκτρολογεί [http://www.o\\_τομέας\\_μου.com/](http://www.o_τομέας_μου.com/) στο πρόγραμμα περιήγησής του, ο διακομιστής θα απαντά με το περιεχόμενο που θέλει ο χρήστης να προβληθεί (και όχι με το μήνυμα “Directory Listing Denied” ή κάποιον άλλον ανεπιθύμητο τρόπο).

### 3.4.7 Διανομή περιεχομένου χωρίς διακομιστή web

Η δημοσίευση αρχείων HTML και πολυμέσων στο διαδίκτυο είναι προφανώς ο κύριος λόγος για να μάθει κάποιος HTML και να δημιουργήσει περιεχόμενο web.

---

Ωστόσο, υπάρχουν επίσης περιπτώσεις, στις οποίες άλλες μορφές δημοσίευσης απλά δεν μπορούν να εφαρμοστούν. Για παράδειγμα, ενδέχεται να θέλει κάποιος να διανέμει CD-ROM, DVD-ROM ή μονάδες USB σε μία εμπορική έκθεση με υλικά μάρκετινγκ τα οποία έχουν σχεδιαστεί ως περιεχόμενο web-δηλαδή ως υπερσυνδεδεμένο κείμενο, το οποίο μπορεί να προβληθεί σε ένα πρόγραμμα περιήγησης, χωρίς όμως να εμπλέκεται στη διαδικασία ένας διακομιστής web. Μπορεί επίσης να θέλει κάποιος να συμπεριλάβει εγχειρίδια οδηγιών σε μορφή HTML σε αφαιρούμενα μέσα για τους σπουδαστές ενός εκπαιδευτικού σεμιναρίου. Αυτά είναι μόνο δύο παραδείγματα του πως μπορούν να χρησιμοποιηθούν σελίδες HTML σε σενάρια δημοσίευσης, στα οποία δεν εμπλέκεται το Internet(Lemay & Colburn, 2011).

Αυτή η διαδικασία ονομάζεται επίσης δημιουργία τοπικών site-ακόμα κι αν δεν χρησιμοποιείται διακομιστής web, όλο αυτό το περιεχόμενο υπερκειμένου εξακολουθεί να ονομάζεται site. Ο όρος τοπικό χρησιμοποιείται εδώ επειδή τα αρχεία κάποιου προσπελούνται τοπικά και όχι εξ αποστάσεως (μέσω ενός διακομιστή web).

---

## 4 ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

### 4.1 Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ JOOMLA

Το Joomla είναι μια πλατφόρμα ανοιχτού κώδικα στην οποία μπορούν να δημιουργηθούν τοποθεσίες Web και εφαρμογές. Πρόκειται για ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) το οποίο συνδέει τον ιστότοπό σας με μια βάση δεδομένων MySQLi, MySQL ή PostgreSQL, προκειμένου να διευκολυνθεί η διαχείριση περιεχομένου και η παράδοση τόσο του διαχειριστή τοποθεσίας όσο και του επισκέπτη.

Το κύριο μέλημα της Joomla είναι η χρηστικότητα και η δυνατότητα επέκτασης από την αρχική κυκλοφορία του το 2005. Λόγω αυτού, το έργο έχει λάβει πολλά βραβεία, συμπεριλαμβανομένου και του τριπλού αποδέκτη του βραβείου PACKT Open Source Content Management System.

Το Joomla είναι μια εντελώς δωρεάν λύση ανοικτού κώδικα που διατίθεται σε όλους με την επιθυμία να δημιουργηθούν δυναμικές και ισχυρές τοποθεσίες για διάφορους σκοπούς. Το Joomla έχει αξιοποιηθεί από μερικά από τα πιο αναγνωρίσιμα brands του Ιστού, όπως το Harvard, το iHor και το MTV. Είναι ικανός να εκτελεί εργασίες που κυμαίνονται από εταιρικές ιστοσελίδες και ιστολόγια έως κοινωνικά δίκτυα και ηλεκτρονικό εμπόριο.

Το Joomla υποστηρίζεται από μια μεγάλη και ενεργή κοινότητα προγραμματιστών. Με χιλιάδες διαθέσιμες μοναδικές και χρήσιμες επεκτάσεις και πρότυπα, αυτή τη στιγμή είναι μία από τις μεγαλύτερες διαθέσιμες πλατφόρμες κατασκευής ενιαίων κτιρίων. Είναι αυτή η απίστευτη κοινοτική προσπάθεια που κάνει το Joomla μια μεγάλη επιλογή για τους προγραμματιστές που ψάχνουν για μια ενιαία πλατφόρμα με την οποία μπορούν να λάβουν ενεργή υποστήριξη από τους συναδέλφους τους.

Είναι σημαντικό να μην σκεφτόμαστε το Joomla όχι ως μια περιορισμένη πλατφόρμα πάνω στην οποία κατασκευάζεται ένας συγκεκριμένος τύπος ιστότοπου, αλλά ένα εύρωστο σύνολο εργαλείων που καθιστά δυνατή τη σύνδεση των επισκεπτών με δεδομένα με διάφορους τρόπους. Το εκτεταμένο σύνολο ολοκληρωμένων τεχνολογιών της Joomla εξουσιοδοτεί τους διαχειριστές τοποθεσιών και τους προγραμματιστές να καινοτομούν πολύ πέρα από τα όρια μιας απλής ιστοσελίδας.

Το Joomla έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με πολλούς από τους ανταγωνιστές του. Εκτός από το γεγονός ότι είναι πλήρως λειτουργικό CMS, είναι εύκολο να μάθει, να εγκαθίσταται γρήγορα και να είναι ανέξοδες.

Το Joomla είναι απολύτως δωρεάν. Είναι 100% δωρεάν για χρήση, ανεξάρτητα από την εφαρμογή. Αυτό οφείλεται, εν μέρει, στις μη εταιρικές ρίζες και στη δομή υποστήριξης που βασίζεται σε εθελοντές. Όλοι όσοι συμβάλλουν στην ανάπτυξή του, το κάνουν από το πάθος να δημιουργήσουν κάτι που πραγματικά ανταποκρίνεται στις ανάγκες τόσο μεγάλων όσο και μικρών.



Από την ίδρυσή του το 2005, το Joomla! έχει εξελιχθεί με την πάροδο των χρόνων και το τελικό αποτέλεσμα είναι ένα από τα πιο ισχυρά και πλούσια σε χαρακτηριστικά CMS, τα οποία κατεβάζουν εκατομμύρια χρήστες. Όπως λένε, είναι πραγματικά ένα CMS που βασίζεται στην κοινότητα, τρέχει από και για την κοινότητα! Για οποιοδήποτε έργο ανοιχτού κώδικα, όπως συμβαίνει με το Joomla!, η υποστήριξη από τα μέλη της κοινότητας είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την εμμονή και τη βιωσιμότητα του έργου.

Το Joomla! είναι κατασκευασμένο χρησιμοποιώντας μερικές από τις πιο διαδεδομένες τεχνολογίες ιστού όπως PHP, MySQL και Apache. Τούτου λεχθέντος, δεν περιορίζεται μόνο στις προαναφερθείσες τεχνολογίες - υποστηρίζει επίσης άλλες δημοφιλείς βάσεις δεδομένων και διακομιστές web. Μπορείτε να επιλέξετε είτε SQL Server είτε PostgreSQL αντί της μηχανής βάσης δεδομένων MySQL αν προτιμάτε να το κάνετε. Από την άλλη πλευρά, η Microsoft IIS και η NGINX είναι υποψήφιοι για την επιλογή του web server μαζί με το Apache.

Για προγραμματιστές, το Joomla! είναι κατασκευασμένο χρησιμοποιώντας το μοτίβο σχεδιασμού MVC, ένα δημοφιλές πρότυπο που χρησιμοποιείται ήδη από πολλά άλλα πλαίσια. Αν και η συζήτηση για το μοτίβο σχεδιασμού της MVC είναι κάτι εκτός του πεδίου αυτού του φροντιστηρίου, παρέχει ένα διαχωρισμό των ανησυχιών, επιτρέποντας έτσι στον κύριο του έργου να επικεντρωθεί περισσότερο στην ανάπτυξη αντί να ανησυχεί για το πώς θα φαινόταν στο front-end.

Δεν αποτελεί έκπληξη ότι η τελευταία σημαντική έκδοση του Joomla! ανταποκρίνεται out of the box και στις mobile εκδόσεις, καθώς είναι αδύνατο σήμερα να το αγνοήσουμε αυτό και θα μπορούσε να είναι δαπανηρό για οποιοδήποτε πλαίσιο που το έπραξε. Από γράφοντας αυτό, το Joomla! Το 3.4.x υποστηρίζει την έκδοση PHP 5.5+ αλλά όχι την PHP 7.

Η λίστα που ακολουθεί υπογραμμίζει μερικά από τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία μεταφέρονται με το πυρήνα Joomla!:

- Ø out-of-the-box δυνατότητες διαχείρισης περιεχομένου
- Ø οργάνωση του περιεχομένου με ένθετο επίπεδο κατηγοριών
- Ø έκδοση και προσθήκη ετικετών περιεχομένου
- Ø διαχείριση μέσων
- Ø διαχείριση χρηστών
- Ø ισχυρό σύστημα ελέγχου λίστας πρόσβασης (ACL)
- Ø έξυπνη λειτουργία αναζήτησης για αναζήτηση ελεύθερου κειμένου σε ολόκληρο τον ιστότοπο
- Ø RSS Feeds
- Ø πολύγλωσσες λειτουργίες
- Ø φιλική προς το χρήστη και φιλική προς το περιβάλλον διεπαφή.

---

## 4.2 Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ DRUPAL

Το Drupal είναι δωρεάν λογισμικό ανοιχτού κώδικα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άτομα ή ομάδες χρηστών - ακόμη και εκείνων που δεν διαθέτουν τεχνικές δεξιότητες - για να δημιουργούν εύκολα και να διαχειρίζονται πολλούς τύπους ιστοτόπων. Η εφαρμογή περιλαμβάνει μια πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου και ένα πλαίσιο ανάπτυξης.

Οι τύποι ιστότοπων για τους οποίους μπορεί να χρησιμοποιηθεί το Drupal περιλαμβάνουν:

- Ø blogs
- Ø προσωπικές ή εταιρικές τοποθεσίες Web
- Ø πύλες
- Ø φόρουμ
- Ø ιστότοπους ηλεκτρονικού εμπορίου
- Ø intranets
- Ø τους καταλόγους πόρων
- Ø ιστοσελίδες κοινωνικών δικτύων.

Το Drupal γράφεται στη γλώσσα προγραμματισμού PHP. Το λογισμικό είναι έτοιμο για χρήση κατά τη λήψη και επίσης περιλαμβάνει ένα πρόγραμμα εγκατάστασης με βάση το Web και προσθέτει μονάδες. Το λογισμικό υποστηρίζει τη διαχείριση περιεχομένου, τη συγγραφική συγγραφή, τα ενημερωτικά δελτία, τα podcasts, τις γκαλερί εικόνων, τη δικτύωση μεταξύ ομότιμων χρηστών, τις μεταφορτώσεις / λήψεις αρχείων και άλλα.

Το Drupal ξεκίνησε ως σύστημα ανακοινώσεων που αναπτύχθηκε από την Dries Buytaert στην Ολλανδία και έγινε έργο Open Source το 2001. Κατά την ίδρυση του αρχικού ιστοτόπου Drop.org, η Buytaert ήθελε να καλέσει το site "dorp" ("village" στα Ολλανδικά) αλλά έκανε ένα τυπογραφικό λάθος κατά τον έλεγχο του ονόματος τομέα και αποφάσισε ότι η τροποποιημένη μορφή ακουγόταν καλύτερα (το Drupal είναι μια μεταγραφή του ολλανδικού "druppel" που σημαίνει σταγονίδια). Το Drupal έχει κατεβεί πάνω από ένα εκατομμύριο φορές και είναι το επίκεντρο μιας μεγάλης αναπτυξιακής κοινότητας.

## 4.3 Η ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ WORDPRESS

Οι άνθρωποι συχνά κάνουν το λάθος να ταξινομήσουν το WordPress ως απλά μια πλατφόρμα blogging. Παρόλο που αυτό ήταν αληθινό στο παρελθόν, το WordPress εξελίχθηκε μέσα από τα χρόνια σε ένα ευέλικτο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Παρόλο που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το WordPress για να δημιουργήσετε ένα απλό ιστολόγιο, τώρα σας επιτρέπει επίσης να δημιουργήσετε πλήρως λειτουργικούς ιστότοπους και εφαρμογές για κινητά.

Το καλύτερο μέρος για το WordPress είναι ότι είναι εύκολο στη χρήση και αρκετά ευέλικτο για σχεδόν τίποτα. Αυτός είναι ο κύριος λόγος για τον οποίο το WordPress έχει αυξηθεί τόσο πολύ στη δημοτικότητα. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα, το WordPress αποτελεί το 22,5% όλων των ιστότοπων στο Διαδίκτυο.

Λόγω των ισχυρών χαρακτηριστικών της, πολλά από τα κορυφαία εμπορικά σήματα χρησιμοποιούν το WordPress για να τροφοδοτούν τις ιστοσελίδες τους, συμπεριλαμβανομένων αλλά χωρίς να περιορίζονται σε αυτά: Time Magazine, Google, Facebook, Sony, Disney, LinkedIn, New York Times, CNN, eBay κ.α.

Το WordPress είναι ένα έργο κοινότητας ανοικτού πηγαίου κώδικα, όπου δεκάδες χιλιάδες ταλαντούχοι άνθρωποι έχουν συνεισφέρει ώστε να το καταστήσουν ένα εξαιρετικό λογισμικό που είναι σήμερα. Υπάρχει μια κεντρική ομάδα προγραμματιστών που οδηγούν στην ανάπτυξη του έργου, αλλά ο καθένας μπορεί να συμβάλλει σε επιδιορθώσεις, να αναφέρει σφάλματα, να προτείνει χαρακτηριστικά κλπ. Επιπλέον, οι ηγέτες του έργου αλλάζουν από τη μια εκδοχή στην άλλη. Αν εμπλακεί κανείς στην κοινότητα, τότε μπορεί εύκολα να γίνει βασικός συνεργάτης του WordPress.

Η φιλοσοφία της κίνησης λογισμικού ανοιχτού κώδικα είναι ότι το λογισμικό δεν είναι όπως άλλα απτά προϊόντα. Μόλις δημιουργηθεί ένα λογισμικό, μπορεί να αντιγραφεί πολλές φορές με μικρό κόστος. Ας πάρουμε το παράδειγμα ενός εργοστασίου παιχνιδιών. Κάθε κατασκευασμένο παιχνίδι έχει διαφορετικά μέρη και το κάθε μέρος έχει κόστος. Το κόστος κατασκευής αυτών των εξαρτημάτων μπορεί να υπολογιστεί από το εργοστάσιο για να αποφασίσει ένα εύλογο περιθώριο κέρδους για το προϊόν. Από την άλλη πλευρά, το κόστος δημιουργίας λογισμικού και δημιουργίας αντιγράφων δεν είναι το ίδιο. Ορισμένες ομάδες πιστεύουν ότι με κάθε αντίγραφο που πωλείται, το περιθώριο κέρδους του λογισμικού γίνεται πιο άδικο.

Τα δύο κύρια κερδοφόρα μέρη κάθε λογισμικού ανοιχτού κώδικα είναι προϊόντα ή υπηρεσίες που βασίζονται στο ίδιο λογισμικό ανοιχτού κώδικα.

Οι άνθρωποι συχνά μπερδεύουν το WordPress με το WordPress.com. Το WordPress (συχνά αναφέρεται σε αυτοματοποιημένο WordPress ή WordPress.org) είναι μια δωρεάν πλατφόρμα blogging.

#### **4.4 TO WOOCOMMERCE**

Το WooCommerce είναι το πιο δημοφιλές plugin open source e-commerce για την WordPress που ξεκίνησε στις 27 Σεπτεμβρίου 2011. Το WooCommerce είναι σχεδιασμένο για τις μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις για εμπόριο online με χρήση της WordPress.

Το WooCommerce αναπτύχθηκε από την WooThemes που προσέλαβε τον Mike Jolley και τον Jay Koster, προγραμματιστές στην Jigowatt, για να εργαστούν σε ένα fork από την Jigoshop, που τελικά αποτέλεσε το WooCommerce. Τον Αύγουστο του 2014, 381.187 sites (ή 17.77% των online ιστοτόπων ηλεκτρονικού εμπορίου) τροφοδοτούταν από το WooCommerce, κάνοντας το WooCommerce την πλέον χρησιμοποιούμενη λύση ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο, με περισσότερα από 4 εκατομμύρια downloads (MacDonald, 2014).

Το WooCommerce (το πιο δημοφιλές WordPress plugin για το ηλεκτρονικό εμπόριο) έχει εγκατασταθεί από πάνω από 380.000 online λιανοπωλητές. Χρησιμοποιείται από έναν αριθμό από ιστοσελίδες υψηλής επισκεψιμότητας, μεταξύ των οποίων είναι το Internet Systems Consortium και Small Press Expo. Για την 1η

---

εβδομάδα του Αυγούστου 2014 τα δεδομένα Quantcast που συγκεντρώνονται από το Builtwith Treands, για το WooCommerce Τάσεις έδειξαν ότι έτρεχε σε 17,77% των sites online ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ουσιαστικά, με WooThemes WooCommerce είναι απλώς άλλο ένα δωρεάν plugin για την WordPress. Ξεκίνησε στα τέλη Σεπτεμβρίου του 2011, ένα σημαντικό κομμάτι της WooCommerce υποστηρίζει πλέον το ολοένα και αυξανόμενο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο διαθέτει πάνω από 1,6 εκατομμύρια λήψεις από όλο τον κόσμο (MacDonald, 2014).

Η open-source πλατφόρμα παρέχει στους χρήστες μια εμπειρία με εκτεταμένα χαρακτηριστικά και είναι εξαιρετικά φιλική προς το χρήστη, καθιστώντας την ιδανική για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου ώστε να πάρουν μια ιδέα για online επιχείρηση με έναν τρόπο που είναι ευκολονόητος, και δεν κοστίζει.

Δεν υπάρχει καμία έλλειψη της υψηλής ποιότητας ηλεκτρονικού εμπορίου CMS που είναι σήμερα σε προσφορά, γεγονός που συντελεί στο να βοηθήσει τους εμπόρους να πωλούν online εύκολα και καινοτόμα. Τις περισσότερες φορές, το μόνο μειονέκτημα είναι ότι όλα έρχονται σε μια τιμή εκτός από το WooCommerce.

Το WooCommerce είναι εντελώς δωρεάν για download. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι είναι ελεύθερο και ανοικτού κώδικα, το WooCommerce προσφέρει εκτεταμένες δυνατότητες, ενώ επίσης είναι εξαιρετικά ευέλικτο, τόσο εκ φύσης, όσο και μέσω των επιπλέον επεκτάσεων.

Ίσως ένα από τα μεγαλύτερα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου WooCommerce για τους νεοεισερχόμενους, είναι ότι οι έμποροι που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα μπορούν να έχουν μεγάλη ευελιξία με τα προϊόντα τους, χωρίς να χρειάζεται να γνωρίζουν πάρα πολλά για την τεχνική πλευρά των πραγμάτων.

Τα προϊόντα μπορούν να ταξινομηθούν, να τους δωθούν τιμές πώλησης, ανεξάρτητα χαρακτηριστικά, και πολλά άλλα. Επιπλέον, τα καταστήματα WooCommerce είναι σε θέση να πωλούν φυσικά, εικονικά, downloadable και ακόμη εξωτερικά προϊόντα (MacDonald, 2014).

Το WooCommerce δεν επιβάλλει στους χρήστες να πάνε πέρα από τη ζώνη άνεσης τους κατά το στήσιμο του online καταστήματός τους, αλλά ταυτόχρονα, ανοίγει εύκολα την πόρτα για κάτι περισσότερο από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Για παράδειγμα, οι χρήστες μπορούν να στήσουν ένα πλήρως λειτουργικό κατάστημα WooCommerce μέσα σε μια επαγγελματική ιστοσελίδα, μαζί με ένα ολοκληρωμένο blog. Όλες αυτές οι διαστάσεις μιας επιχείρησης με online παρουσία αξιοποιούνται ως ένα σημείο, και παρουσίασε άψογα μαζί, και όλα αυτά χάρη στην ύπαρξη της πλατφόρμας WooCommerce με βάση την WordPress.

Μιλώντας για την WordPress, το εξαιρετικά δημοφιλές CMS υποστηρίζει πάνω από 51% από τις κορυφαίες εκατομμύρια ιστοσελίδες που υπάρχουν σήμερα, και έτσι θα ήταν δίκαιο να πούμε ότι πολλά ξεκινήματα ηλεκτρονικού εμπορίου προτιμούν την χρήση της WordPress, για απλούστερα έργα.

Με το WooCommerce να είναι ένα plugin της WordPress, οι παλαιοί χρήστες της πλατφόρμας, θα επωφεληθούν από το να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν την διασύνδεση με το φιλικό προς το χρήστη WordPress. Αυτό το είδος της οικειότητας,

όταν στήνεται ένα online κατάστημα θα μπορούσε εύκολα να εξοικονομήσει χρόνο και σύγχυση, ενισχύοντας παράλληλα τη δημιουργικότητα.

Επί του παρόντος, οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε 39 διαφορετικά θέματα του WooCommerce - πολλά από τα οποία είναι δωρεάν, μέσω του WooThemes Store. Όταν έχει επιλεγεί ένα θέμα, μπορεί κανείς να το επεξεργαστεί αλλάζοντας τα προκαθορισμένα στυλ CSS και χρωματικά θέματα, κάνοντας μικροαλλαγές και πειραματίζοντας με τα ειδικά χαρακτηριστικά που προσφέρει κάθε θέμα (MacDonald, 2014).

Αν η WooCommerce είναι μια ελεύθερη, φιλική προς το χρήστη πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου, δεν θα πρέπει να αφήσει κανείς να τον ξεγελάσει στην σκέψη ότι δεν είναι μια επαγγελματική λύση σε online κατάστημα.

Ενσωματωμένη στην πλατφόρμα, μπορεί να βρεθεί λεπτομερή παρακολούθηση των παραγγελιών και εργαλεία δέσμευσης του πελάτη, τα οποία επιτρέπουν στους εμπόρους να προβάλουν προηγούμενες και ανοιχτές παραγγελίες, ενημέρωση κατάστασης παράδοσης, ισχύουσες εκπτώσεις και ούτω καθεξής. Στην πραγματικότητα, οι φορολογικές ρυθμίσεις, η διαχείριση των αποθεμάτων, οι επιλογές αποστολής, οι κωδικοί κουπονιών και λίγο πολύ ό, τι άλλο χρειάζεται κανείς για μια επαγγελματική εγκατάσταση ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι μέρος της WooCommerce.

Ένα εργαλείο πυρήνα που χρησιμοποιείται από κάθε ιδιοκτήτη ιστοσελίδας είναι το εργαλείο analytics. Πολλά ξεκινήματα ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να μην γνωρίζουν πώς να εφαρμόζουν ένα σύστημα ανάλυσης στην ιστοσελίδα τους, η δεν γνωρίζουν ποια στατιστικά χρειάζονται συγκεκριμένη ανάλυσή. Ευτυχώς, το WooCommerce καλύπτει τέτοιου τύπου εμπόρους (MacDonald, 2014).

Το ενσωματωμένο σύστημα analytics κάνει ένα ευρύ φάσμα των στατιστικών πεντακάθαρο. Σχήματα όπως οι συνολικές πωλήσεις, οι πωλήσεις με βάση την ημερομηνία, ο μέσος όρος παραγγελιών, τα ατομικά στατιστικά στοιχεία των πελατών και πολλά άλλα παρουσιάζονται όλα τακτοποιημένα μέσω γραφημάτων, χωρίς ο χρήστης να χρειαστεί να εγκαταλείψει το πάνελ διαχειριστή. Είναι τόσο εύκολο.

Το WooCommerce έχει τη δυνατότητα να βοηθήσει κάθε επίδοξο online έμπορο που έχει συστήσει το online κατάστημα, να το λειτουργήσει εύκολα και επαγγελματικά. Υπάρχουν εκατοντάδες διαθέσιμες επεκτάσεις του WooCommerce, μερικές από τις οποίες είναι δωρεάν, και μερικές από τις οποίες απαιτούν πληρωμή. Από αυτές τις επεκτάσεις, μπορεί κανείς να βρει λογιστικές εφαρμογές, πύλες πληρωμής, την υποβολή εκθέσεων και περισσότερες (MacDonald, 2014).

Τέλος, ένας από τους καλύτερους λόγους για τους οποίους το WooCommerce είναι ιδανικό για ξεκινήματα, είναι εξαιτίας των ίδιων των WooThemes.

Τα WooThemes έχουν ένα θαυμάσιο ιστορικό στο να είναι μια αξιόπιστη και εξαιρετικά επαγγελματική λύση τόσο σχετικά με τα προϊόντα, καθώς και με το σύστημα υποστήριξής.

---

## 4.5 TO UBERCART

Το Ubercart είναι η πιο δημοφιλής πλατφόρμα της Drupal e-Commerce για τις εμπορικές ιστοσελίδες. Υλοποιεί όλα όσα χρειάζεται κανείς για να αρχίσει να πωλεί τα προϊόντα του online. Web Developers από όλες τις κλίμακες δεξιοτήτων μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για να υποστηρίξουν μια ποικιλία από E-Commerce επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των φυσικών αγαθών, ψηφιακών λήψεων, ή ακόμα και συνδρομών των υπηρεσιών τιμολόγησης.

Τρέχοντα Χαρακτηριστικά (Hodgdon, 2013):

- Ø Παραμετροποιήσιμος κατάλογος προϊόντων περιλαμβάνει σελίδες του καταλόγου και ένα μπλοκ που εμφανίζει κατηγορίες προϊόντων.
- Ø Ευέλικτο σύστημα δημιουργίας προϊόντων με κατηγορίες προϊόντων.
- Ø Υποστήριξη πολλαπλών εικόνων προϊόντος.
- Ø Ευέλικτα χαρακτηριστικά προϊόντος του συστήματος.
- Ø Βασική παρακολούθηση των επιπέδων των αποθεμάτων του προϊόντος.
- Ø Χαρακτηριστικά του προϊόντος για να προστεθούν λήψεις αρχείων, προαγωγές ρόλων, και περισσότερα προϊόντα.
- Ø Ενιαία σελίδα ταμείου.
- Ø Αυτόματη δημιουργία λογαριασμού (ανώνυμο checkout).
- Ø Απλή επεξεργασία παραγγελιών (με τη ροή εργασίας για την αυτοματοποιημένη επεξεργασία των παραγγελιών).
- Ø Απλή δημιουργία παραγγελίας και επεξεργασίας.
- Ø Ολοκληρωμένο σύστημα πληρωμών που λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ των αποδεκτών μεθόδων πληρωμής (επιταγές, πιστωτικές κάρτες, εντολή αγοράς, κ.λπ.) και των πυλών πληρωμής (CyberSource, Authorize.net, PayPal, κλπ).
- Ø Εισαγωγική αποστολή και εκπλήρωση, συμπεριλαμβανομένης της ενσωμάτωσης με την UPS, FedEx, USPS.
- Ø Πωλήσεις, προϊόν, και εκθέσεις των πελατών.
- Ø Καταγραφή δραστηριότητας.

Το Ubercart είναι πιστοποιημένο από το PayPal και ενσωματώνει το πρότυπο των PayPal Πληρωμών ιστοσελίδων, Πληρωμές Ιστοσελίδας Pro και Express Checkout.

Είναι κανείς υπεύθυνος να διασφαλίσει τους εμπόρους και τους πελάτες ότι προστατεύονται από την απάτη. Για περισσότερες πληροφορίες, υπάρχει το λευκό χαρτί Drupal PCI σχετικά με την συμμόρφωση του ηλεκτρονικού εμπορίου από εμπειρογνώμονες ασφαλείας (Hodgdon, 2013).

Υποστήριξη & Issue Tracking

Το Ubercart διατηρεί ένα προσαρμοσμένο φόρουμ υποστήριξης στην ιστοσελίδα της κοινότητας. Μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα αυτή για υποστήριξη, εγκατάσταση, αναφορές σφαλμάτων, και επίδειξη των Ubercart sites.

- Ø Οδηγίες εγκατάστασης
- Ø Για αρχάριους εκμάθηση μέσω βίντεο
- Ø Φόρουμ Ubercart υποστήριξης και ανάπτυξης

Εκτός από τα φόρουμ, και τα μέλη της κοινότητας συνομιλούν συχνά στο irc.freenode.net και στο # drupal-Ubercart. Εάν κανείς έχει μια γρήγορη ερώτηση ή θέλει να συζητήσει σχετικά με την ανάπτυξη, μπορεί να το πραγματοποιήσει και εκεί (Hodgdon, 2013).

## 4.6 ΤΟ J2STORE

Το J2store είναι μια εύκολη επέκταση της Joomla σχετική με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Είναι συμβατό τόσο με Joomla 2.5 όσο και με 3.x. Με το J2store, είναι γρήγορο και εύκολο να προσθέσει κανείς προϊόντα. Μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει τα στοιχεία όπως τα προϊόντα. Όταν προσθέτει ένα στοιχείο, μπορεί κανείς να προσθέσει την τιμή, τους φόρους, το απόθεμα και πολλά άλλα (Dexter & Landry, 2012).

Μπορεί κανείς να στήσει ένα online κατάστημα joomla σε λιγότερο από 10 λεπτά. Με πλήρη έλεγχο πλοήγησης, το περιεχόμενο και το σχεδιασμό σελίδων του δικτυακού τόπου, η διαχείριση του online καταστήματος γίνεται ευκολότερη.

Μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει εικόνες, γκαλερί εικόνων, συστήματα σχολίων και μια σειρά από άλλα εργαλεία που επεκτείνουν τις λειτουργίες στοιχείων του Joomla.

Μπορεί κανείς μέσω της συγκεκριμένης πλατφόρμας να πωλεί διάφορα είδη t-shirts ή εικόνες ή αρχεία PDF, ή μουσικά άλμπουμ ή λογισμικό. Μπορεί να πάρει ακόμη και το κείμενο εισαγωγής, την ημερομηνία και την ώρα εισόδου, επιτρέποντας στους πελάτες να επιλέξουν διαφορετικούς συνδυασμούς (Dexter & Landry, 2012).

Το J2store έρχεται με ισχυρές επιλογές που καθιστά τόσο εύκολη την πώληση ψηφιακών προϊόντων και φυσικών προϊόντων.

Μπορεί κανείς να δώσει κωδικούς κουπονιών στους πελάτες και να μεγιστοποιήσει τις πωλήσεις του online joomla καταστήματος του. Μπορεί να φροντίσει να διαθέσει μια έκπτωση με βάση το ποσοστό των πωλήσεων ή ένα σταθερό ποσό. Μπορεί επίσης να διαθέσει εκπτώσεις με βάση την ποσότητα των πελατών. Ή απλά να προσφέρει στους πελάτες ειδική τιμή. Όλα αυτά είναι δυνατά με τον J2store.

Επίσης μπορεί κανείς να προσθέσει μια γεωγραφική ζώνη με βάση τους φορολογικούς κανόνες. Μπορεί να έχει διαφορετικούς φορολογικούς συντελεστές για διαφορετικές καταστάσεις. Μπορεί να εφαρμόσει ένα πρότυπο πλήρως συμβατό με την ευρωπαϊκή φορολογική δομή.

Υπάρχει η δυνατότητα οι πωλήσεις να μην υπερβούν το απόθεμα. Η προσθήκη στο κατάστημα ελέγχου των αποθεμάτων το κάνει αποτελεσματικό αυτό. Όταν το απόθεμα των προϊόντων έχει τερματίσει εμφανίζεται στην οθόνη το μήνυμα out of stock. Παρέχεται ένα απλό χαρακτηριστικό ελέγχου των αποθεμάτων στο J2store που είναι εύκολο να δημιουργηθεί και να το διαχειριστεί κανείς. Μπορεί, επίσης, να επιτρέψει στους πελάτες να παραγγείλουν προϊόντα σε backorder (Dexter & Landry, 2012).

---

Μπορεί κανείς να προσθέσει πολλαπλές μεθόδους αποστολής. Μπορεί επίσης να προσθέσει ιδιότητες αποστολής με βάση το βάρος, και την ποσότητα. Μπορεί επίσης να επιτρέπει στους πελάτες δωρεάν αποστολή για παραγγελία ελάχιστης τιμής. Το J2store δίνει πολλαπλές δυνατότητες διαχείρισης των αποστολών

Το J2store ανταποκρίνεται στην επιχείρηση καθώς χρησιμοποιεί το πλαίσιο Bootstrap του Twitter. Έτσι, οι πελάτες μπορούν να προσθέσουν προϊόντα και να ολοκληρώσουν την παραγγελία από οποιαδήποτε συσκευή. Το J2store για την εκκίνηση χρησιμοποιεί το μητρικό bootstrap που περιλαμβάνονται στην Joomla 3 (Dexter & Landry, 2012).

Μπορεί κανείς να διαχειριστεί τις παραγγελίες του εύκολα και γρήγορα. Η εκτύπωση των τιμολογίων γίνεται με ένα μόνο κλικ. Μπορεί επίσης να πάρει κανείς τις τελευταίες εντολές και στατιστικές στο ταμπλό του J2store.

Με το J2store, η όλη διαδικασία checkout είναι ανώδυνη και χρησιμοποιεί την τεχνολογία Ajax που μεταβιβάζει τους πελάτες βήμα προς βήμα χωρίς ανανέωση της σελίδας. Οι πελάτες μπορούν να δώσουν τις παραγγελίες γρήγορα και με αυτοπεποίθηση.

Υποστηρίζει πολλαπλές πύλες πληρωμής. Υποστηρίζει PayPal, authorize.net, PayPal Payflow Pro, Ogone, πληρωμές DIBS, ιδανικό για ccavenue, WorldPay, securetrading, EBS, SagePay και περισσότερα (Dexter & Landry, 2012).



## **5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ**

### **5.1 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Σαν γλώσσα προγραμματισμού θα χρησιμοποιηθεί η php γιατί είναι ευκολότερη στην χρήση και στην δημιουργία δυναμικών σελίδων καθώς και διασυνδέεται με πολλά συστήματα βάσεων δεδομένων. Η καλύτερη γνώση και εξοικείωση με την php σε σχέση με άλλες γλώσσες προγραμματισμού μας έκανε να την επιλέξουμε. Επίσης έγινε χρήση της γλώσσας html για την ανάπτυξη της ιστοσελίδας καθώς και της γλώσσας Javascript. Με την εγκατάσταση του προγράμματος XAMPP Control Panel έχουμε πρόσβαση στο σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων phpmyadmin που θα το χρησιμοποιήσουμε για την δημιουργία της βάσης δεδομένων μας τύπου MySQL.

### **5.2 ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Ένα πολύ σημαντικό θέμα που αφορά όλους όσους σχεδιάζουν μια Ιστοσελίδα είναι το περιεχόμενό της, αλλά προπάντων και ζωτικής σημασίας είναι η δομή της. Ο σχεδιασμός του περιεχομένου είναι ένα κρίσιμο σημείο το οποίο πρέπει να προσεχτεί από την αρχή της δημιουργίας μιας Ιστοσελίδας, διότι η οποιαδήποτε απόφαση θα είναι καθοριστικής σημασίας. Η οποιαδήποτε διαφοροποίηση στο μέλλον θα πολλαπλασιάσει το κόστος, καθώς θα απαιτηθούν σημαντικά περισσότερες ανθρωποώρες.

Είναι απαραίτητο ακόμη να υπάρχει καλός βαθμός ασφάλειας για την ιστοσελίδα από επιθέσεις στο σύστημα. Ακόμα, ο διαχειριστής θα έχει κάποιον προσωπικό κωδικό για να διαχειρίζεται όλες τις λειτουργίες του συστήματος. Για την υλοποίηση του συστήματος θα χρησιμοποιηθεί ένας προσωπικός υπολογιστής και ένας server για την παροχή υπηρεσιών αποθήκευσης. Θα χρησιμοποιηθεί βάση δεδομένων για καταχώρηση των κρατήσεων και ένα Browser που θα ενημερώνει τον ιδιοκτήτη σχετικά με τις κρατήσεις.

### **5.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ**

Η ιστοσελίδα χρησιμοποιεί στοιχεία Javascript, jQuery, CSS3 και Ajax.

Πρόσθετα δικτύου

Η σελίδα φιλοξενεί αρχεία pdf και ως εκ τούτου είναι αναγκαία η εγκατάσταση του Adobe Reader με κατάλληλο πρόσθετο για το πρόγραμμα πλοήγησης δικτύου που χρησιμοποιείται.

---

## Ανάλυση οθόνης

Η ιστοσελίδα σχεδιάστηκε για ορθή λειτουργία με ελάχιστη ανάλυση οθόνης 1280x720 pixels και ελάχιστο βάθος χρωμάτων 16bit. Η προτεινόμενη ανάλυση οθόνης είναι 1920x1080 pixels με βάθος χρωμάτων 32bit, σε οθόνη υψηλής ευκρίνειας HD1080i με ενεργοποιημένο φίλτρο ClearType για καλύτερη ανάγνωση κειμένων.

## 5.4 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ – ΚΩΔΙΚΑΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ

Η γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε για την ανάπτυξη της παρούσας εφαρμογής ήταν η php και η τεχνολογία η JavaScript. Ο κώδικας συνεγράφη στο Notepad++ ενώ χρησιμοποιήθηκε ως default browser για τον έλεγχο της εικόνας και της λειτουργικότητας της ιστοσελίδας το Google Chrome.

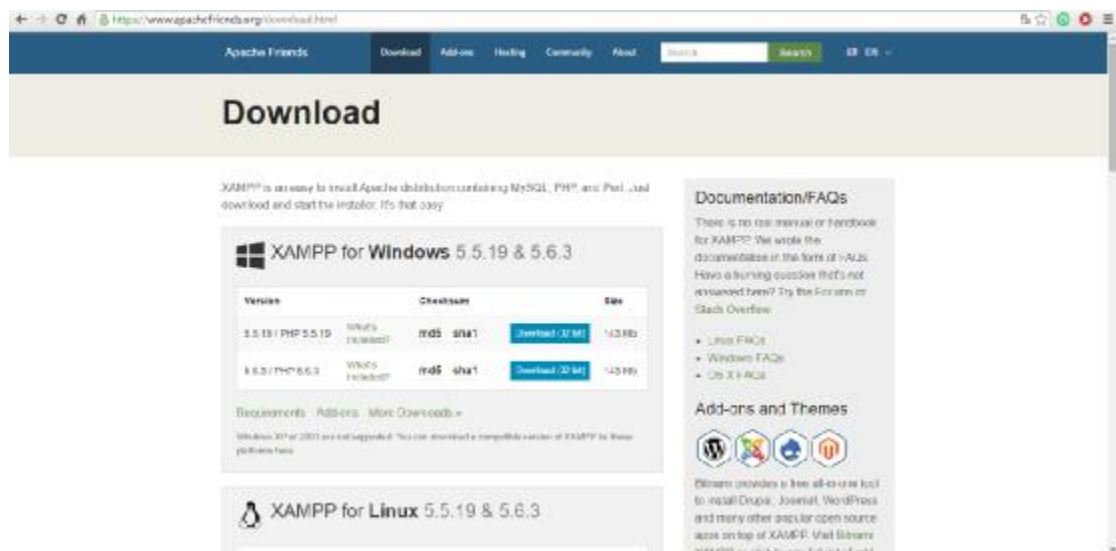
Το πρώτο βήμα για την κατασκευή του διαδικτυακού κόμβου είναι να κάνουμε λήψη του πακέτου λογισμικού που θα εξυπηρετεί και εξυπηρετεί την ιστοσελίδα – κόμβο που επιχειρούμε να δημιουργήσουμε. Ας αναφερθεί εδώ ότι η όλη απόπειρα κατασκευής του διαδικτυακού κόμβου ενημέρωσης γίνεται σε υπολογιστή που έχεις ως λειτουργικό τους τα Windows 8 -64 bit. Η μνήμη RAM του υπολογιστή είναι στα 4 GB και ο επεξεργαστής του στα 1,6 GHz. Το XAMPP είναι ένα ελεύθερο λογισμικό το οποίο περιέχει ένα εξυπηρετητή ιστοσελίδων το οποίο μπορεί να εξυπηρετεί και δυναμικές ιστοσελίδες τεχνολογίας PHP/MySQL. Είναι ανεξάρτητο πλατφόρμας και τρέχει σε Microsoft Windows, Linux, Solaris, και Mac OS X και χρησιμοποιείται ως πλατφόρμα για την σχεδίαση και ανάπτυξη ιστοσελίδων με την τεχνολογίες όπως PHP, JSP και Servlets. Το XAMPP προϋποθέτει μόνο τα λογισμικά συμπίεσης αρχείων zip, tar, 7z ή exe κατά την διάρκεια της εγκατάστασης. Το XAMPP έχει δυνατότητα αναβάθμισης σε νέες εκδόσεις του εξυπηρετητή ιστοσελίδων http Apache, της βάσης δεδομένων MySQL, της γλώσσας PHP και Perl. Το XAMPP συμπεριλαμβάνει επίσης τα πακέτα OpenSSL και το phpMyAdmin.

Επίσης οι σχεδιαστές του XAMPP προόριζαν το λογισμικό ως εργαλείο ανάπτυξης και δοκιμής ιστοσελίδων τοπικά στον υπολογιστή χωρίς να είναι απαραίτητη η σύνδεση στο διαδίκτυο. Για να είναι δυνατή η χρήση του, πολλές σημαντικές λειτουργίες ασφάλειας έχουν απενεργοποιηθεί. Στην πράξη το XAMPP ορισμένες φορές χρησιμοποιείται και για την φιλοξενία ιστοσελίδων. Υπάρχει ειδικό εργαλείο το οποίο περιέχεται στο XAMPP για την προστασία με κωδικό των σημαντικών μερών. Το XAMPP υποστηρίζει την δημιουργία και διαχείριση βάσεων δεδομένων τύπου MySQL και SQLite. Όταν το XAMPP εγκατασταθεί στον τοπικό υπολογιστή διαχειρίζεται τον localhost ως ένα απομακρυσμένο κόμβο, ο οποίος συνδέεται με το πρωτόκολλο μεταφοράς αρχείων FTP. Η σύνδεση στον localhost μέσω του FTP. Το XAMPP με άλλα λόγια ένα χρήσιμο βοήθημα που μας δίνει την δυνατότητα να κάνουμε τον υπολογιστή μας ένα web server και όχι μόνο. Το XAMPP για Windows περιέχει:

Ø Apache 2.2.2

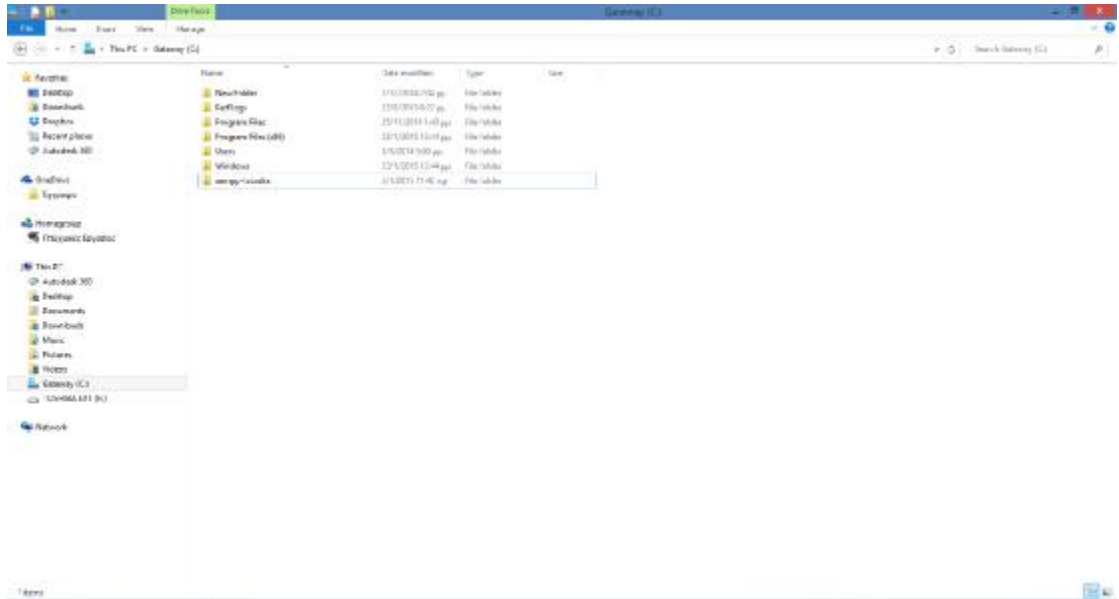
- Ø MySQL 5.0.21
- Ø PHP 5.1.4 + PHP 4.4.2-pl1 + PEAR
- Ø PHP-Switch win32 1.0
- Ø XAMPP Control Version 2.3
- Ø XAMPP Security 1.0
- Ø SQLite 2.8.15
- Ø OpenSSL 0.9.8b
- Ø phpMyAdmin 2.8.1
- Ø ADOdb 4.80
- Ø Mercury Mail Transport System v4.01b
- Ø FileZilla FTP Server 0.9.16c
- Ø Webalizer 2.01-10
- Ø Zend Optimizer 3.0.0

Πρώτα λοιπόν συνδεόμαστε στην ιστοσελίδα: <https://www.apachefriends.org/download.html>. Μέσω της συγκεκριμένης ιστοσελίδας κάνουμε λήψη τον XAMPP για Windows, όπως φαίνεται στο πρώτο πλαίσιο επιλογής.



**Εικόνα 12. Ιστοσελίδα λήψης του XAMPP**

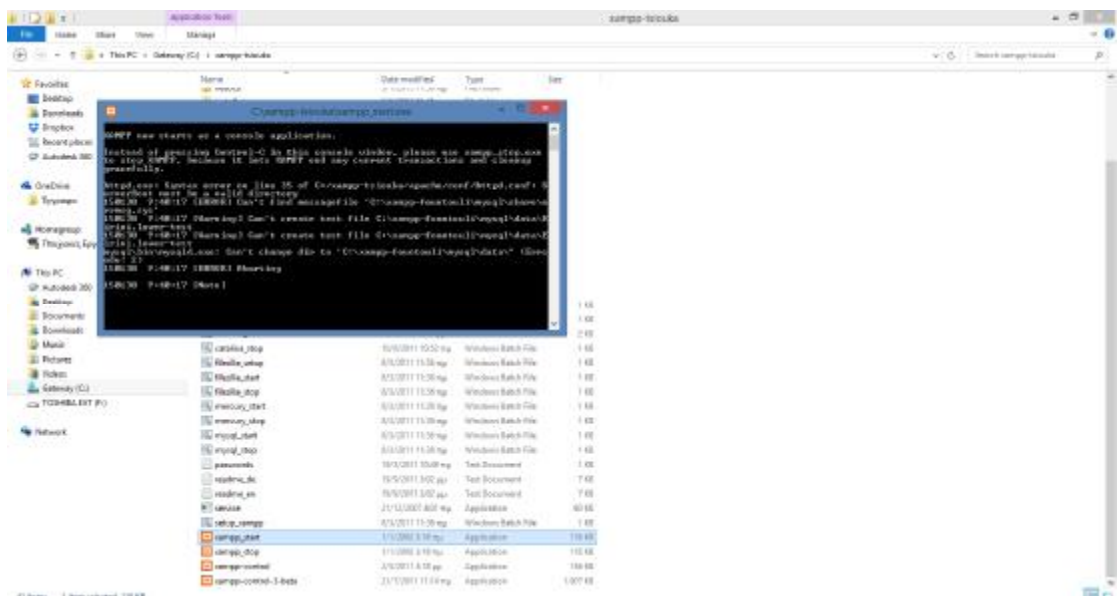
Το επόμενο βήμα για τον σταδιακό σχεδιασμό της ιστοσελίδας είναι η αποσυμπίεση του αρχείου .zip που μόλις κάναμε λήψη. Καλό θα ήταν το συγκεκριμένο αρχείο να αποσυμπιεστεί σε έναν τομέα του υπολογιστή μας όπου η μνήμη επαρκεί για να υποστηρίξει το έργο μας. Έτσι λοιπόν, πρώτος στόχος μας είναι να αποσυμπιεστεί το αρχείο στον τομέα C του υπολογιστή μας. Η εικόνα του φακέλου είναι όπως φαίνεται παρακάτω:



Εικόνα 13. Αποσυμπίεση αρχείου .zip του XAMPP στον τομέα C

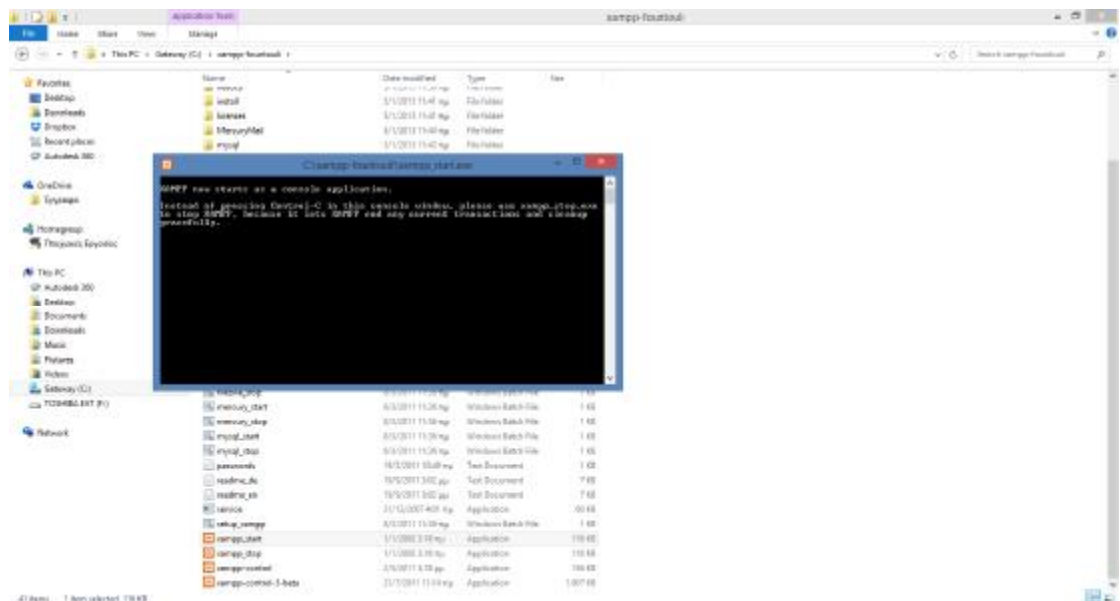
Θα πρέπει πριν «τρέξουμε» τον XAMPP να διασφαλίσουμε ότι δεν υπάρχει κάποιο πρόγραμμα όπως για παράδειγμα το Skype που να τρέχει παράλληλα διότι δεν θα επιτρέψει στον XAMPP να λειτουργήσει σωστά ή και καθόλου με αποτέλεσμα να μην μπορούμε να προχωρήσουμε στην ιστοσελίδα. Έχοντας λοιπόν κάνει την αποσυμπίεση του αρχείου, εισαγόμαστε στον φάκελο και βρίσκουμε το αρχείο εφαρμογής steup\_xampp.bat όπου και ολοκληρώνει το setup για να συνεχίσουμε με το πρώτο βήμα της έναρξης της διαχείρισης βρίσκοντας το αρχείο xampp\_start.exe και εκκινώντας το.

Αν δεν ακολουθήσουμε την παραπάνω διαδικασία διακόπτοντας την λειτουργία των προαναφερθέντων τύπων προγραμμάτων το αποτέλεσμα που θα πάρουμε κάνοντας enter στην εφαρμογή είναι το ακόλουθο:



Εικόνα 14. Το xampp\_start δεν μπορεί να εκκινήσει

Αν όμως έχουμε διακόψει την λειτουργία των προγραμμάτων αυτών, κάνοντας enter στην εφαρμογή αυτό που βλέπουμε είναι το ακόλουθο:



Εικόνα 15. Το xampp\_start έχει πλέον εκκινήσει την λειτουργία του

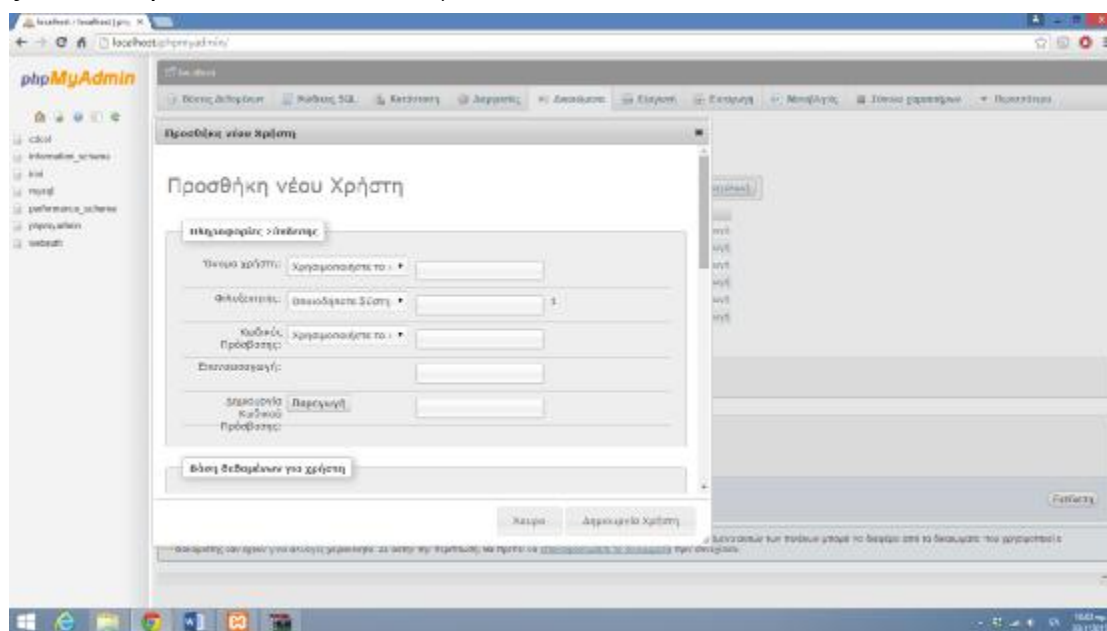
Αφού εκκινηθεί η λειτουργία του XAMPP δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση να κάνουμε κλείσιμο αλλά μείωση του παραθύρου ώστε να συνεχίζει να τρέχει στο παρασκήνιο. Το επόμενο βήμα είναι η εισαγωγή στον localhost στην διαχείριση του server για να δημιουργήσουμε έναν νέο λογαριασμό διαχειριστή και να παραχωρήσουμε τα αντίστοιχα δικαιώματα.



Εικόνα 16. Η σελίδα της διαχείρισης phpMyAdmin

Για να δημιουργήσουμε έναν νέο λογαριασμό αυτό που κάνουμε σε κάθε περίπτωση είναι να κάνουμε κλικ στην καρτέλα Δικαιώματα. Εδώ παρατηρούμε τους χρήστες και τα αντίστοιχα δικαιώματα τους. Για να εισαχθούμε και εμείς ως χρήστες

κάνουμε κλικ στην επιλογή προσθήκη νέου Χρήστη. Βλέπουμε λοιπόν να εμφανίζεται το παρακάτω πλαίσιο διαλόγου.



Εικόνα 17. Πλαίσιο διαλόγου δημιουργίας νέου χρήστη στο phpMyAdmin

Κάνοντας scroll down στο πλαίσιο διαλόγου ορίζουμε τα δικαιώματα που θέλουμε να έχουμε ως χρήστης κλικάροντας την «Επιλογή όλων». Αυτό μας δίνει πλήρη προνόμια στην διαχείριση της ιστοσελίδας που είναι απολύτως απαραίτητα για να συνεχίσουμε με το έργο μας. Έχοντας ολοκληρώσει την συμπλήρωση των username και password αλλά και την παραχώρηση δικαιωμάτων χρήσης πλέον στην λίστα των χρηστών παρουσιάζεται η ονομασία που θέσαμε ως χρήστες. Παράλληλα δημιουργούμε και μια νέα βάση δεδομένων στην οποία δίνουμε πλήρη δικαιώματα.

Ας σημειωθεί εδώ ότι μπορεί κανείς να εισέλθει στο σύστημα μετά την εγγραφή του τόσο από το συγκεκριμένο Tab όσο και από την αρχική σελίδα όπου κάτω ακριβώς από το menu υπάρχει δυνατότητα εισαγωγής των στοιχείων για Login. Από το Global Configuration ορίζουμε το μήνυμα που θα εμφανίζεται όταν η σελίδα βρίσκεται εκτός λειτουργίας, μέσω του Custom Message στα Site Settings.

Όσον αφορά στην κατασκευή tab για τις κρατήσεις του ξενοδοχείου δημιουργούμε μια νέα κατηγορία μέσω της οποίας ορίζουμε την φόρμα που επιθυμούμε. Στην φόρμα ορίζουμε τα επιθυμητά πεδία με κουμπί τελικής υποβολής. Έχουμε λοιπόν ολοκληρώσει την κατασκευή της ιστοσελίδας της οποίας η τελική εικόνα δεν παρουσιάζει κενά και είναι πλέον εύκολα διαχειρίσιμη και επισκέψιμη τόσο από τον ίδιο τον διαχειριστή, όσο και από τα μέλη αλλά και τους επισκέπτες της ιστοσελίδας.

Πάλι από το tab Menus, πάμε πλέον στην υποκαρτέλα Main Menu. Εδώ βλέπουμε τα επιμέρους στοιχεία του Menu γνωστά και ως Menu Items. Εδώ διαγράφουμε ότι δεν μας χρειάζεται και κρατούμε ότι μας είναι απαραίτητο τελικά έχοντας δημιουργήσει κάποια νέα Tabs για το Main Menu.

Πάμε τώρα να προσδιορίσουμε το περιεχόμενο της αρχικής σελίδας που θέλουμε πάμε στην καρτέλα Content και στο Article Manager. Εδώ δημιουργούμε

ένα νέο Article με θέμα «Καλωσήρθατε στο Ξενοδοχείο Panorama». Πριν την διαχείριση του περιεχομένου στο subtab Categories δημιουργούμε μια νέα κατηγορία κειμένου που την ονομάζουμε «Εισαγωγικές σελίδες». Στην διαχείριση λοιπόν του article παρατηρούμε τα ακόλουθα πλαίσια τα οποία και συμπληρώνουμε κατάλληλα και κλικάρουμε Save & Close: Ας αναφερθεί εδώ πριν προχωρήσουμε παρακάτω ότι το banner, τροποποιήθηκε ε την βοήθεια του Photoshop. Η original εικόνα του banner τροποποιήθηκε ως προς την ονομασία της σε logo.png. Αυτή η νέα εικόνα πλέον ορίστηκε να είναι το νέο banner της ιστοσελίδας μας με την χρήση του προγράμματος Notepad++ με την βοήθεια του οποίου κάναμε τροποποιήσεις στο CSS.

Οι περισσότερες ιδιότητες των στοιχείων είναι ζεύγη ονομάτων και τιμών, τα οποία διαχωρίζονται με ένα «=» και γράφονται μέσα στην ετικέτα εκκίνησης ενός στοιχείου, μετά το όνομα του στοιχείου. Η τιμή μπορεί να περικλείεται σε μονά ή διπλά εισαγωγικά, παρότι τιμές που αποτελούνται από συγκεκριμένους χαρακτήρες μπορούν να γράφονται χωρίς εισαγωγικά στην HTML, αλλά όχι στην XHTML. Το να μένουν οι τιμές των ιδιοτήτων χωρίς εισαγωγικά θεωρείται ανασφαλές. Εκτός από τις ιδιότητες που γράφονται ως ζεύγη ονομάτων και τιμών, υπάρχουν και μερικές οι οποίες επηρεάζουν το στοιχείο απλά με την παρουσία τους μέσα στην ετικέτα εκκίνησης, όπως η ιδιότητα ismap του στοιχείου img.

Υπάρχουν και μερικές κοινές ιδιότητες οι οποίες εμφανίζονται σε πολλά στοιχεία:

Η ιδιότητα id παρέχει ένα αναγνωριστικό για ένα στοιχείο το οποίο είναι μοναδικό σε ολόκληρο το έγγραφο. Χρησιμοποιείται για να ταυτοποιεί το στοιχείο ώστε τα CSS να μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο που αυτό εμφανίζεται, καθώς και τα σενάρια μπορούν να αλλάξουν, να μετακινήσουν ή να διαγράψουν τα περιεχόμενα ή την εμφάνισή του. Ακόμα, αν ένα id προστεθεί στο URL μιας σελίδας, παρέχει ένα μοναδικό αναγνωριστικό για ένα τμήμα της σελίδας.

Η ιδιότητα class παρέχει τη δυνατότητα ταξινόμησης παρόμοιων αντικειμένων στην ίδια κλάση. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να αποδώσει κάποια σημασία στο στοιχείο ή για σκοπούς εμφάνισης. Για παράδειγμα, ένα έγγραφο HTML μπορεί να χρησιμοποιεί την επισήμανση class="notation" σε μερικά στοιχεία για να ξεχωρίσει από το υπόλοιπο κείμενο του εγγράφου. Κατά την εμφάνιση του εγγράφου, αυτά τα στοιχεία μπορεί -για παράδειγμα- να εμφανίζονται όλα μαζί στο τέλος της σελίδας ως υποσημειώσεις, άσχετα με τη θέση που εμφανίζονται μέσα στον κώδικα. Επίσης, οι ιδιότητες class χρησιμοποιούνται σημασιολογικά στα microformat. Ένα στοιχείο μπορεί να έχει πολλαπλές κλάσεις, για παράδειγμα το class="notation important" βάζει το στοιχείο τόσο στην κλάση «notation» όσο και στην «important». Η ιδιότητα style εφαρμόζει στυλ εμφάνισης σε συγκεκριμένα στοιχεία. Θεωρείται καλύτερη τακτική να χρησιμοποιούνται οι ιδιότητες id ή class ώστε να επιλέγεται το στοιχείο μέσα σε ένα CSS, αλλά μερικές φορές μπορεί να είναι πιο απλό να ανατεθούν style κατευθείαν στο στοιχείο.

Η ιδιότητα title προσθέτει μια εξήγηση στο στοιχείο στο οποίο εφαρμόζεται. Στους περισσότερους browser αυτή η ιδιότητα εμφανίζεται ως αναδυόμενο παράθυρο βοήθειας. Η ιδιότητα lang ταυτοποιεί τη φυσική γλώσσα των περιεχομένων του στοιχείου, η οποία μπορεί να είναι διαφορετική από το υπόλοιπο έγγραφο.

---

Κάθε ένα από τα `<li><a href="#">Item1</a></li>` είναι ένα από τα στοιχεία του μενού και το # αντιπροσωπεύει την ιστοσελίδα στην οποία δρομολογεί καθένα κουτάκι του μενού. Το Navtop ορίζει το μενού. Αυτό φαίνεται και στις υπόλοιπες υποσελίδες.

```
1. <div id="navtop" class="row">
2.     <div class="g12">
3.         <ul class="right">
4.             <li><a href="#">Item1</a></li>
5.             <li><a href="#">Item2</a></li>
6.             <li><a href="#">Item3</a></li>
7.             <li><a href="#">Item4</a></li>
```

Εδώ αντιπροσωπεύεται το κείμενο που έχουμε γράψει. Ανάλογα με το αν έχουμε βάλει στοιχείο παραγράφου ή επικεφαλίδας βλέπουμε να γράφεται Heading ή Paragraph.

```
8.     <div id="main" class="g6">
9.         <h2>Heading2</h2>
10.        <p>Paragraph</p>
11.        <h3>Heading3</h3>
12.    </div>
13.
14.        <div id="sidebar-two" class="g3">
15.            <h4>Heading4</h4>
16.        </div>
17.    </div>
18.
19.        <div id="footer" class="row">
20.            <div class="g12">
21.                <p>Paragraph</p>
22.            </div>
23.        </div>
```

Στην σελίδα εικόνες εδώ είναι το πλαίσιο της εφαρμογής που ανεβάζουμε τις εικόνες που δείχνει. Αν δούμε και παρακάτω τον κώδικα θα δούμε να αναφέρονται Εικόνα 1, Εικόνα 2, κ.λπ. είναι οι εικόνες που ανεβάσαμε.

```
24. <body id="jsn-master" class="jsn-textstyle-business jsn-color-image jsn-direction-ltr jsn-
desktop jsn-joomla-25 jsn-com-imageshow jsn-view-show jsn-layout-default jsn-itemid-493">
```

Εδώ φαίνεται η καρτέλα Επικοινωνία.

```
25. <link rel="stylesheet" href="/Επικοινωνία_files/style.css" type="text/css">
```

Εδώ έχουμε όλα τα στοιχεία των πλαισίων στην καρτέλα επικοινωνία:

```
26. <body id="jsn-master" class="jsn-textstyle-business jsn-color-image jsn-direction-ltr jsn-
desktop jsn-joomla-25 jsn-com-contact jsn-view-contact jsn-itemid-469">
```

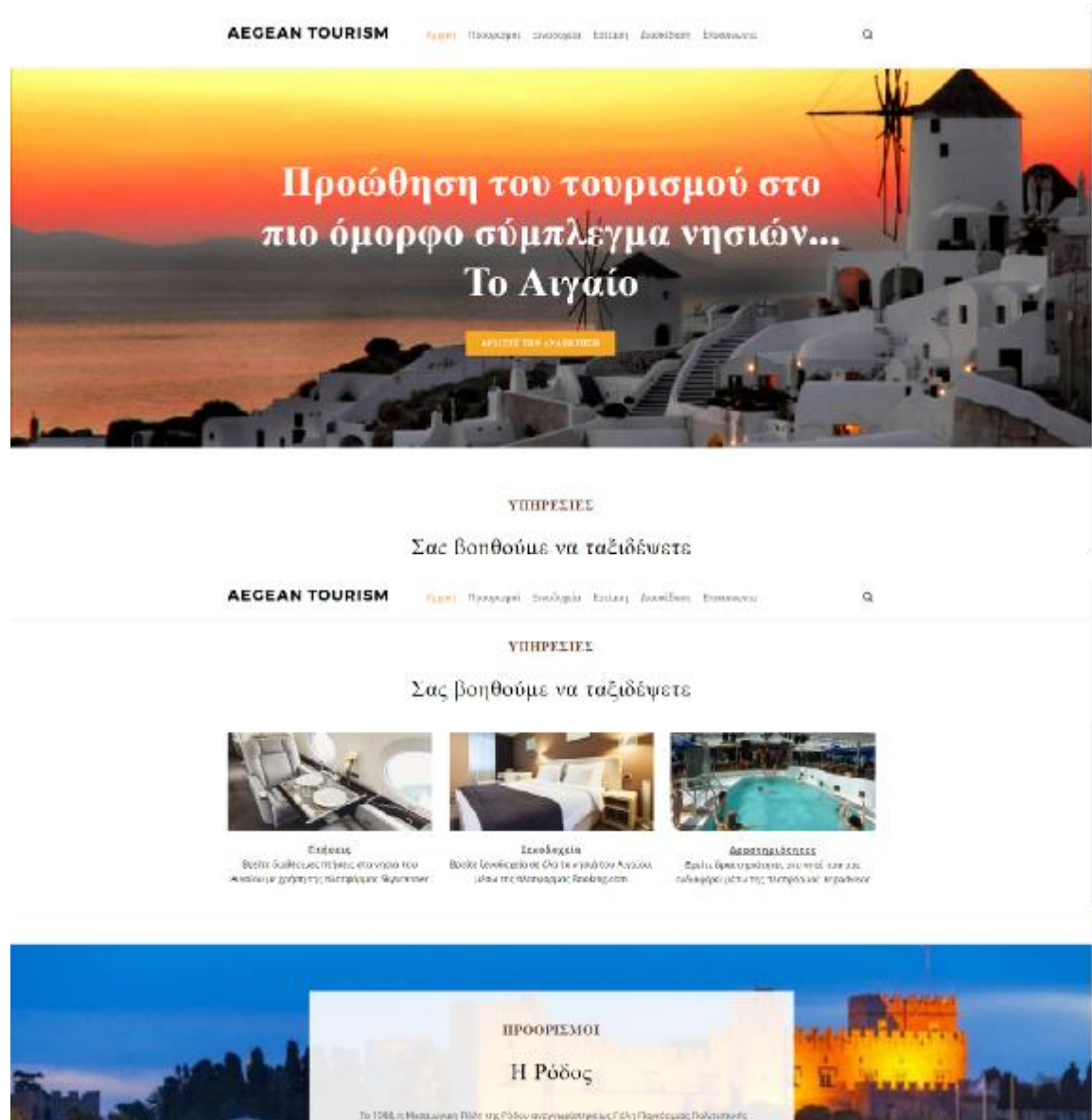


## 5.5 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

Στόχος της παρούσας εργασίας ήταν η κατασκευή μιας ιστοσελίδας για την προώθηση του τουρισμού του Αιγαίου. Στα πλαίσια της κατασκευής αυτής σχεδιάστηκε ένα διάγραμμα βάσει του οποίου προέκυψαν οι υποσελίδες που θα εμπεριείχε η συγκεκριμένη ιστοσελίδα:

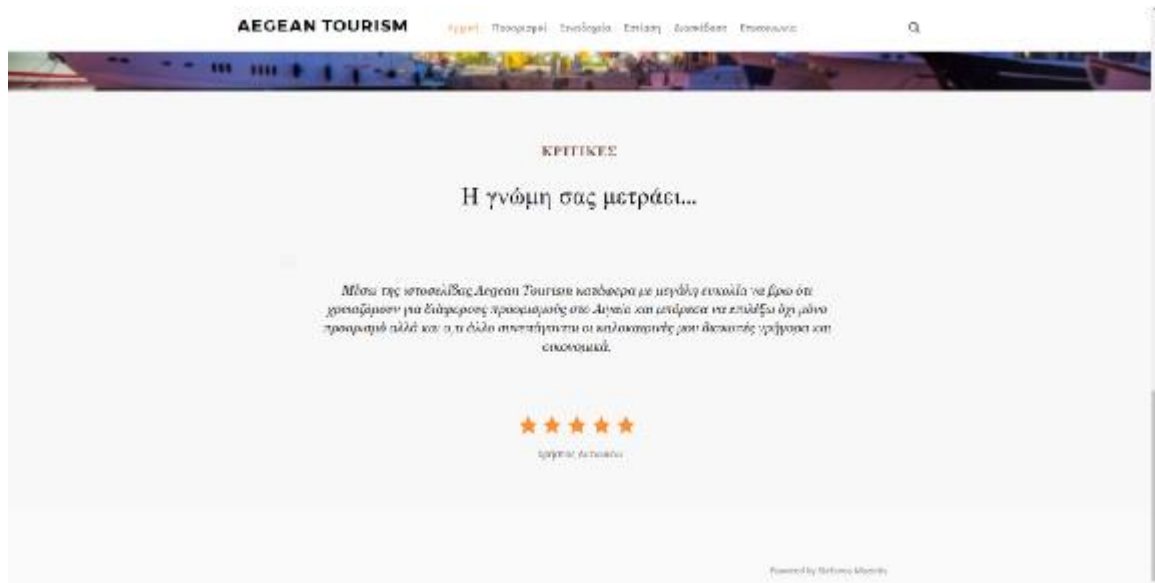
- Ø Αρχική
- Ø Προορισμοί
- Ø Ξενοδοχεία
- Ø Εστίαση
- Ø Διασκέδαση
- Ø Επικοινωνία

Στην αρχική σελίδα συμπεριλαμβάνονται κάποιες αρχικές πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχονται στην ιστοσελίδα αλλά και προτάσεις από τον ίδιο τον κατασκευαστή ο οποίος σημειώνεται στο Footer της ιστοσελίδας.





Σημαντική είναι επίσης και η παρουσίαση των Reviews των επισκεπτών της ιστοσελίδας που παρουσιάζεται στο τμήμα που προηγείται του Footer. Η σελίδα διαθέτει υπερσυνδέσμους σε κουμπιά που οδηγούν είτε σε εξωτερικά Links είτε σε σημεία εντός της κατασκευής της ιστοσελίδας.



Αξίζει να αναφερθεί ότι σε όλες τις σελίδες εντός της συγκεκριμένης ιστοσελίδας η λωρίδα του μενού και του λογότυπου εμπεριέχει και πλαίσιο για αναζήτηση ώστε να κάνει το έργο των επισκεπτών ακόμη πιο εύκολο εντός της σελίδας. Η συγκεκριμένη λωρίδα είναι Pinned on top δηλαδή καρφιτωμένη στην κορυφή και συνεπώς ακόμη και στην περίπτωση που ο επισκέπτης κάνει scroll down εξακολουθεί να εμφανίζεται στην κορυφή του browser ώστε αν επιθυμεί να αλλάξει μενού να μην πρέπει και πάλι να βρεθεί στην κορυφή της σελίδας.





### Κυκλάδες

Ονομαζόμενες επίσημα Κυκλάδες, ονομάζονται ορεινιστικά νησιά της ανατολικής Αιγαίου Πλάγας, στις οποίες ανήκουν τα παρακάτω νησιά: Μήκος, Κιάφις, Πάρος, Τήλος, Νάξος, Ρήος, Αμοργός, Τήλος, Καΐκος, Μύκονος, Σύρος, Θήρα ή Σαντορίνη, Σίφνος, Σίπρος, Σαντορίνη, Ανάθη, Κίμωλος, Αστύραρος, Φοίνικανδρας, Μαρμαρίνος, Ιερακίδα, Τήλος, Πόρτοκασι, Νάξος, Ψήρα, Δωδεκάνησα, Θήρα, Αγιονήσιος, Αιολοκονισός, Σχορδοκί, Ροδη, Κουρουνήσι, Κόβη, Πόρτοκασι και Αίγιος. Ηράκλειο για να είναι Γεωγραφικό που είναι οικόσιτο για τη μεσογειακή χλωρίδα, τα κρητικά είδη, για τους μουσειακούς, αρχαιολογικούς και τα κρητικά αειθέρα που είναι. Ανεβαίνει από τον ήλιο.



### Δωδεκάνησα

Τα Δωδεκάνησα αποτελούνται από δώδεκα νησιά και νησίδες, ταξινομημένα στην Ήπειρο, την Κρήνη και τα μεσοκρητικά παράλια. Το πιο ιστορικά σημαντικό νησί είναι η Ρόδος, εκτός από βίβλικη είναι και η Κως και η Πάρος. Τα υπόλοιπα νησιά είναι η Λέσβος, η Χάλκιμος, η Κάρπαιθος, η Χάλκιμος, η Πάρος, η Νάξος, η Τήλος, η Ήρα και η Καστοριά. Μερικοί νησίδες είναι: Τήλος, Αιολοκονισός, Σχορδοκί και Αιολοκονισός. Ο συνολικός πληθυσμός των Δωδεκάνησων είναι 190.077 κάτοικοι, η πληθυσμιακή πυκνότητα 245,235 πληθυσμιακή χιλιόμετρα. Τα νησιά είναι των Δωδεκάνησων είναι τα Δωδεκάνησα της νησιωτικής Ελλάδας. Η ιστορία που γίνεται στις βόρειες ακτές, τα νησιά της Ήπειρου και Δωδεκάνησων, αποτελείται από: Ηρόδοτος, ο γεωγραφικός θεοσκόπος Κόβης νησί, η μεσοκρητική και διακοσμική, τόσο από την αρχαία παράδοση όσο και από την 5. αιώνα π.Χ. Η ιστορία της Δωδεκάνησων είναι ότι είναι η πρώτη η οποία έγινε η Δωδεκάνηση με την ύλη.

Έχοντας κάνει την βασική παρουσίαση των νησιών πλέον είναι επόμενο να προχωρήσει ο επισκέπτης στην αναζήτηση χώρου διαμονής, εστίασης και διασκέδασης. Το ακριβώς επόμενο τμήμα της συγκεκριμένης σελίδας συνδέει με υπερσυνδέσμους μέσω των εικόνων, των επισκέπτη στην σελίδα που παρουσιάζονται διάφορα ξενοδοχεία, εστιατόρια αλλά και café – bar στα νησιά του Αιγαίου με τις τοποθεσίες και τα στοιχεία επικοινωνίας.



### Αργοσαρωνικός

Κατά την ιστορία και τις θρησκευτικές απόψεις της Γαλιονησίαν, βρισκόταν τα παράλια του νησιού στην Αργοσαρωνική Κόλπος. Είναι η μεγαλύτερη περιοχή που περιλαμβάνει τον Ιονικό κόλπο, του Αργολικού κόλπου και την ολόκληρη Αργολική από.

Το Αργοσαρωνικό είναι ο Γόρτυς, η Τολοκίνα, οι Σπυριούς και η Ψήρα. Το νησί του Αργοσαρωνικού είναι από τα νησιά που περιλαμβάνει στην Αιολοκονισός και αποτελεί γοργό και κίτρινο ορεινό, όπως τα νησιά της νησιωτικής Ελλάδας και οι νησίδες που περιλαμβάνονται στην Αιολοκονισός.

Το Αργοσαρωνικό είναι νησί που περιλαμβάνει τα νησιά, με ορεινιστική περιοχή, Ήρα, Κόβη, Αιολοκονισός, Αιολοκονισός, Αιολοκονισός, Αιολοκονισός και τα νησιά της Αιολοκονισός. Η ιστορία που γίνεται στις βόρειες ακτές, τα νησιά της Ήπειρου και Δωδεκάνησων, αποτελείται από: Ηρόδοτος, ο γεωγραφικός θεοσκόπος Κόβης νησί, η μεσοκρητική και διακοσμική, τόσο από την αρχαία παράδοση όσο και από την 5. αιώνα π.Χ. Η ιστορία της Δωδεκάνησων είναι ότι είναι η πρώτη η οποία έγινε η Δωδεκάνηση με την ύλη.



Εδώ αξίζει να αναφέρουμε ότι οι πληροφορίες αντλήθηκαν από το Tripadvisor και είναι ενδεικτικά καθώς μια πλήρης λίστα όλων των επιχειρήσεων σε όλα τα νησιά του Αιγαίου θα ήταν υπερβολικά χρονοβόρα αλλά και θα δυσχέραινε την πρόσβαση και την αναζήτηση των επισκεπτών στην ιστοσελίδα.



Στην σελίδα των Ξενοδοχείων, της Εστίασης και της Διασκέδασης, όπως προαναφέρθηκε παρουσιάζεται λίστα ενδεικτικών επιχειρήσεων σε κάθε περίπτωση με τα στοιχεία επικοινωνίας.



**Thirea Suites**

Όια

Κλείστε τα μόνια σας και αφήστε το ροχαλιτό σας να σας κοιμάσει... Απέλιξη το Αιγαίο ηλιόλουστο και απαλό στις αμυγδαλιές...

2295027545, Γραφ. 2295007598

**Loizos Stylish Residences**

**Ilias Pension by Kastanis group**

Καρόλιος

Η Διεύθυνση του οικοδομήσιου θαλάσσιου και θαλάσσιου 2, 3 ή 4 σπάζων στο Ψαλίδιο στη καλύτερη λίμνη του Αιγαίου...

2295071277, 2295071067, Φαξ: 2295071277

639805992

**Cavos Bay**

Καρόλιος

Το Cavos Bay βρίσκεται στο γραφικό κέντρο του Αιγαίου στην βόρεια ακτή της Χαλκίδας...

22750719843

**Foinikas Studios**

Μύκκος

Ηρα μόνια μετρούσε την τοποθεσία του. Μία για να σε απελευθερώσει από το ήλιο και να σε κάνει το καλύτερο ξενοδοχείο...

2251582383

6346194274

**Myconian Ambassador**

Πλάκας Ραλάς

Το Myconian Ambassador προσφέρει ένα μοναδικό και εξαιρετικό στέγαστρο για τους τουρίστες που θέλουν να περάσουν...

2296024166

**Lesvos Inn**

Καρόλιος

Το Lesvos Inn είναι ένα πολυκατοικητικό ξενοδοχείο με κεντρική αίθουσα, με υπέροχες θέψεις με μοναδική όψη...

2271071781-4



**Ο Κήπος**

Πάρος

Στις όμορφες κηφισίδες του Κήπου, συνάει κορυφαία ελληνικά, νέα, βοτανικά, μαγειρικά, θαυμάσια...

**Τζιτζιφιιά**

Πατήστε

**Θεοφάνης**

Αθήνη

Η ιστορία της κρημινικής τζιτζιφιάς ξεκινάει στην τοπική κλασική πρόβα και φέρνει στο φως το αριστοκρατικό αίσθημα, την...

**Το Σουβλάκι του Πεπέ**

Πατήστε

Καθώς και ξεκινάει από την παρόμοια και απλά είναι το μοναδικό σουβλάκι του Πεπέ...

**Κούνηλασ Ψαροταβέρνα**

Κρήνη - Μυκόνος

Είναι το πρώτο ψαροταβέρνα που οργανώθηκε στα μαρίσια της πόλης της Κρήνης, Μυκόνος, βρέχεται...

**Classico**

Κρήνη

Το Classico Ψαροταβέρνα, με κλασική πρόβα και το αριστοκρατικό αίσθημα, ξεκινάει από την Κρήνη...

**Αγκίστρι Ταβέρνα - Café - Εστιατόριο**

Πατήστε

Το Αγκίστρι Ταβέρνα, είναι στην παρόμοια, Πάρος, 60 μέτρα από το λιμάνι και από το 1954 έχει κληρονομήσει το αίσθημα...



Δείτε λίστα με τα **Cafe' - Bar**  
στο Αιγαίο

**Ηρώων Cafe**

Κεφαλονήσιος

Το καφέ Ηρώων στη Νύμφα της Σκότσας έχει κάθε δυνατή καινοτομία το αγαπημένο σας σκέτο εσπρέσο. Προσέχουμε παραβόλες...

223202100

6974641382

**Cavo Paradiso**

Μυκονήσιος

**Leon Bar Kea**

Κέα

Το καφέ Leon Bar Kea είναι το αγαπημένο μπαρ της Κέας.

444144097

**Super Paradise Mykonos**

Μυκονήσιος

Το Super Paradise Mykonos είναι ο καλύτερος κεντρικός κέντρο της Μυκόνου. Είναι ένα δέλεο από τις πιο όμορφες και καλύτερες που υπάρχουν...

226623003

**Cavos**

Κεφαλονήσιος

Το Cavos είναι διάσημο όχι μόνο για το θαυμάσιο παραβόλες και τις λεγόμενες που προσφέρει, αλλά και για την υπέροχη...

2232033112

**Αυλή Bar Restaurant**

Αίγινα

Η Αυλή είναι το πιο δημοφιλές παραβόλες στην Αίγινα. Ήδη για 20 χρόνια είναι το σημείο συγκέντρωσης για κτήσιους...

2297126458, Fax: 2297022390

**Askeli**

Πάρος

Επίσης καλωσορίζουμε στην μαγευτική Πάρο, τη γη που κερδίζει όμορφους και υπέροχους στιγμιαίους τομείς του Ήλιου...

2296262085

6973172946

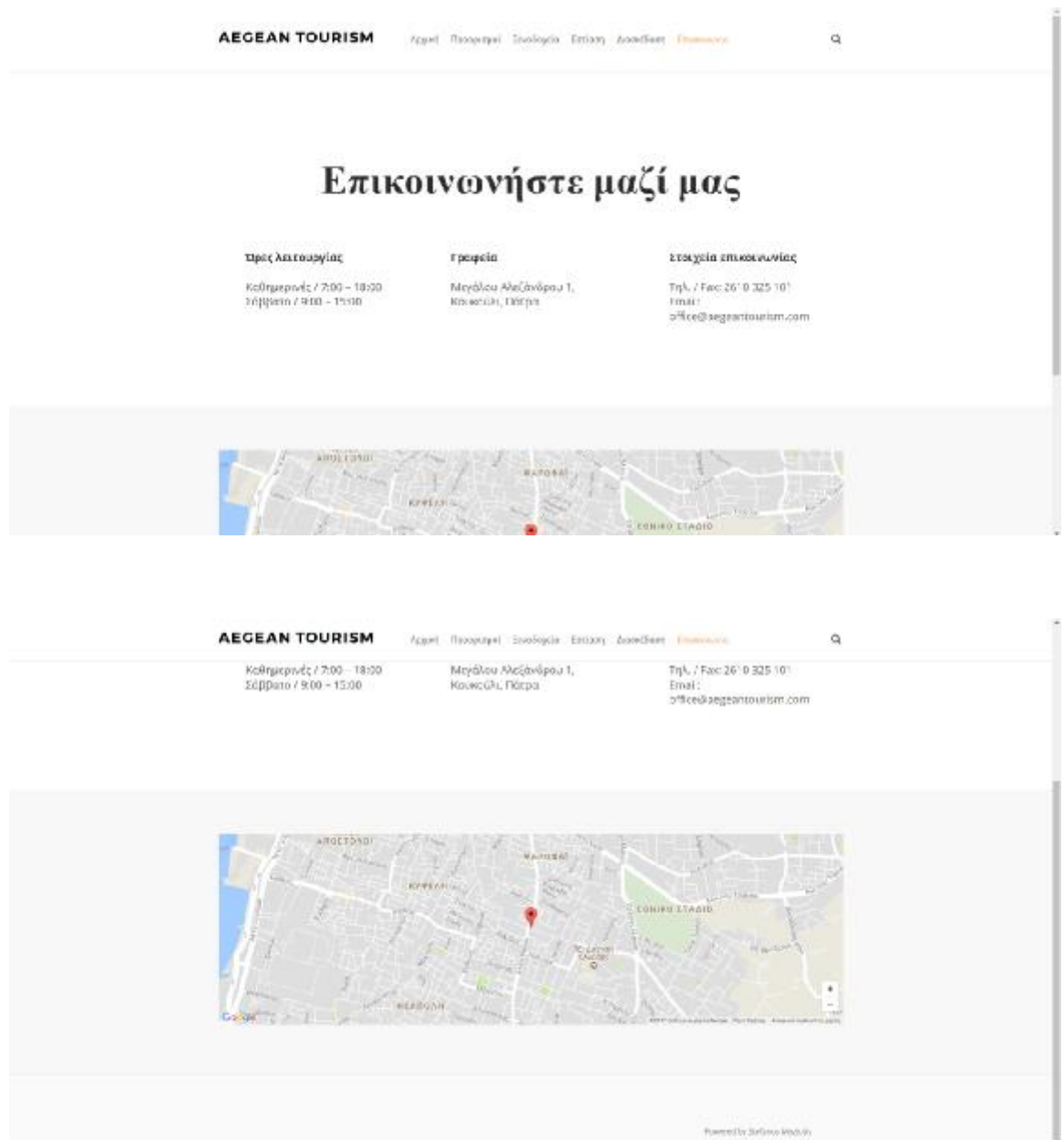
**Kanali**

Πάρος

Τέλος, στην σελίδα της Επικοινωνίας, παρουσιάζεται ένα ενδεικτικό ωράριο καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας (θεωρητικά) του κατασκευαστή τη ιστοσελίδας. Για λόγους διαφύλαξης της ιδιωτικότητας και λόγω του ότι αναφερόμαστε σε μια πειραματική διαδικασία που εκπονείται στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής



εργασίας, ως διεύθυνση αλλά και τηλεφωνικός αριθμός ορίστηκαν τα στοιχεία επικοινωνίας του ΤΕΙ Πάτρας.



Πραγματοποιήθηκε μια full screen παραγωγή ιστοσελίδας. Το CSS της ιστοσελίδας παρουσιάζεται αναλυτικά στο παράρτημα.

---

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Είναι εύκολα παρατηρήσιμο πως οι περισσότερες απαιτήσεις υλοποιήθηκαν με εξαίρεση κάποιες δευτερεύουσες. Η μη υλοποίηση τους συνδέεται με την έλλειψη χρόνου και στη χαμηλή προτεραιότητα τους σε σχέση με τις υπόλοιπες.

Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα κατασκευάστηκε με πολύ σεβασμό προς το περιεχόμενο αλλά και προς τους βασικούς στόχους της πτυχιακής εργασίας. Συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε τεχνολογία JavaScript και γλώσσα php. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι προέκυψε μια ιστοσελίδα πλήρως λειτουργική που ωστόσο μπορεί να επιδεχθεί βελτιώσεις ιδίως ως προς το γραφικό – γραφιστικό της αποτέλεσμα.

Η ιστοσελίδα διαχείρισης κρατήσεων λειτουργεί πολύ καλά. Ωστόσο, ορισμένα μελλοντικά έργα μπορεί να γίνουν στο υπάρχον σύστημα:

- Προσθήκη ενός SSL συστήματος ασφάλειας. Θα ήταν χρήσιμο να χρησιμοποιηθεί το πρωτόκολλο SSL στην ιστοσελίδα μας για την προστασία των δεδομένων της από υποκλοπή από τρίτους.
- Προσθήκη ενός δωματίου συνομιλίας με την πύλη. Αυτή η συνομιλία μπορεί να υλοποιηθεί χρησιμοποιώντας την Java Applet τεχνολογία.
- Εισαγωγή συστήματος πληρωμών με την χρήση πιστωτικών καρτών. Θα ήταν ευχάριστο και ουσιαστικά πιο εύκολο οι χρήστες να κάνουν την κράτηση τους και να χρησιμοποιούν την δική τους πιστωτική κάρτα για την πληρωμή.

Αν θα μπορούσαν να προταθούν ορισμένες προοπτικές για το μέλλον, θα ήταν η ιστοσελίδα να εμπεριέχει ειδικό πλαίσιο απαιτήσεων των πελατών – επισκεπτών της επιχείρησης. Επιπλέον θα μπορούσε να υπάρχει πλήρης ενημέρωση των κοστολογίων ανά διάφορες περιόδους αλλά και τυχόν επιπλέον εξόδων που ενδέχεται να προκύψουν κατά την διαμονή ώστε να μην δημιουργηθούν παράπονα από τους πελάτες για τυχόν ελλιπή ενημέρωση. Επιπλέον θα μπορούσαν να προστεθούν εικόνες για κάθε δωμάτιο που δίνεται η δυνατότητα να κρατήσουν οι πελάτες για πιο πλήρη ενημέρωση.

Γενικά οι προοπτικές για το μέλλον αφορούν βελτιώσεις – προσθήκες οι οποίες προτείνονται για μια πιο πλήρη παρουσίαση της ιστοσελίδας. Πρόκειται για στοιχεία που προσθέτουν μεν χωρίς όταν θα λείπουν να μειώνουν την αισθητική αλλά και την αποτελεσματικότητα της βάσης δεδομένων της ιστοσελίδας.

Δυναμική ιστοσελίδα είναι μια ιστοσελίδα η οποία δημιουργείται δυναμικά την στιγμή της πρόσβασης σε αυτή ή την στιγμή που ο χρήστης αλληλεπιδρά με τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων. Οι δυναμικές ιστοσελίδες θεωρούνται δομικό στοιχείο της νέας γενιάς του παγκόσμιου ιστού (Web 2.0) όπου η πληροφορία διαμοιράζεται σε πολλαπλές ιστοσελίδες.

Η δυναμική ιστοσελίδα μπορεί να δημιουργείται δυναμικά από ένα σενάριο εντολών, το οποίο εκτελείται τοπικά στο πελάτη ή στον εξυπηρετητή ή και στον πελάτη και στον εξυπηρετητή.

Μια δυναμική ιστοσελίδα συνήθως δημιουργείται από ένα λογισμικό το οποίο τρέχει στον απομακρυσμένο εξυπηρετητή ιστοσελίδων. Ο χρήστης-πελάτης επισκέπτεται τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων ο οποίος δημιουργεί δυναμικά την ιστοσελίδα την οποία επιστρέφει σε μορφή HTML στον πελάτη. Τέτοιες τεχνολογίες για την δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων στον εξυπηρετητή είναι η τεχνολογίες ASP, ColdFusion, Perl, PHP, WebDNA και άλλες. Οι γλώσσες αυτές συνήθως (με εξαίρεση την ASP.NET και την JSP) χρησιμοποιούν ένα σενάριο εντολών CGI κατά την δυναμική δημιουργία των σελίδων.

## ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Αγγελή, Χ., (2005), Προγραμματισμός Web HTML4 & ASP, Εκδόσεις: Σύγχρονη Εκδοτική

Μαγκριώτη, Β., (2000), Οδηγός της HTML 4, Εκδόσεις: Γκιούρδας

Ρετάλης, Σ., Τσέλιος, Γ., (2003), Μαθήματα HTML: Από το απλό στο σύνθετο, Εκδόσεις: Καστανιώτη

Braubach, L., Briot, J., Thangarajah, J., (2010), Programming Multi-Agent Systems, Εκδόσεις: Springer

Castro, E., (2000), Εισαγωγή στην HTML 4 για τον παγκόσμιο ιστό, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος

Castro, E., (2003), Εισαγωγή στην HTML για τον παγκόσμιο ιστό, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος

Castro, E., Hyslop, B., (2013), HTML 5 και CSS 3, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος

Deek, F., McHugh, J., (2007), Open Source: Technology and Policy, Εκδόσεις: Cambridge University Press

Dexter, M., Landry, L., (2012), Joomla! Programming, Εκδόσεις: Addison-Wesley

Hatch, R., (2008), SaaS Architecture, Adoption and Monetization of SaaS Projects using Best Practice Service Strategy, Service Design, Service Transition, Service Operation and Continual Service Improvement Processes, Εκδόσεις: Emereo

Jamsa, K., (2013), Cloud Computing, Εκδόσεις: Jones & Bartlett Publishers

Lemay, L., Colburn, R., (2011), Πλήρες εγχειρίδιο της HTML και CSS, Εκδόσεις: Γκιούρδας

Sarkar, S., (2009), Joomla! E-Commerce with Virtuemart, Εκδόσεις: Packt Publishing

Shreves, R., (2013), Joomla! Bible, Εκδόσεις: John Wiley & Sons

Weber, S., (2009), The Success of Open Source, Εκδόσεις: Harvard University Press

Willard, W., (2008), Οδηγός της HTML, Εκδόσεις: Γκιούρδας

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ : ΚΩΔΙΚΑΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0"/>
</head>

<body class="header-page page-has-banner">

  <div class="wrapper">
    <div class="dusk-header">
      <div class="nav-wrap">
        <div class="dummy-nav">{ menu }</div>
        <div class="container">
          <button class="hamburger">
            <svg width="22" height="15" viewBox="0 0 22 15"
xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><g fill="currentColor" fill-
rule="evenodd"><path d="M20.308 2.256H1.128C.505 2.256 0 1.75 0 1.128 0
.505.505 0 1.128 0h19.18c.623 0 1.128.505 1.128 1.128 0 .623-.505 1.128-1.128
1.128zM20.308 8.462H1.128C.505 8.462 0 7.956 0 7.332c0-.622.505-1.127 1.128-
1.127h19.18c.623 0 1.128.505 1.128 1.128 0 .623-.505 1.13-1.128 1.13zM20.308
14.667H1.128c-.623 0-1.128-.505-1.128-1.13 0-.622.505-1.127 1.128-
1.127h19.18c.623 0 1.128.505 1.128 1.128 0 .624-.505 1.13-1.128
1.13z"/></g></svg>
            <span class="sr-only">Menu</span>
          </button>
          <div class="logo">{ logo }</div>
          <div class="nav desktop-nav">
            { menu }
            { search }
          </div>
          <div class="site-utils">
            <a href="#" class="search-toggle">
              <svg class="icon-search" width="20" height="20" viewBox="0 0 20
20" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><path d="M19.51 17.147l-4.344-4.345c-
.023-.023-.05-.04-.075-.06.856-1.297 1.355-2.85 1.355-4.52 0-4.54-3.68-8.222-8.222-
8.222S0 3.68 0 8.223c0 4.54 3.68 8.222 8.223 8.222 1.67 0 3.22-.5 4.518-
```

1.354.023.025.04.052.062.07614.345 4.345c.653.653 1.71.653 2.364 0 .653-.652.653-1.71 0-2.363zM8.224 13.595c-2.967 0-5.373-2.405-5.373-5.372S5.256 2.85 8.223 2.85c2.966 0 5.372 2.406 5.372 5.373s-2.406 5.372-5.372 5.372z" fill="currentColor" fill-rule="evenodd"/></svg>

<svg class="icon-close" width="20" height="20" viewBox="0 0 20 20" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><path d="M12.376 1017.13-7.13c.656-.657.656-1.72 0-2.378-.656-.656-1.72-.656-2.377 0L10 7.622 2.87.493C2.212-.164 1.15-.164.492c-.656.657-.656 1.72 0 2.377L7.622 101-7.13 7.13c-.656.656-.656 1.72 0 2.376.657.656 1.72.656 2.377 017.13-7.13 7.13 7.13c.656.656 1.72.656 2.376 0 .656-.656.656-1.72 0-2.377L12.376 10z" fill="currentColor" fill-rule="evenodd"/></svg>

</a>

<span class="header-login login-link">

{membership}

<svg width="21" height="22" viewBox="0 0 21 22" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><path d="M14.146 11.472C15.266 10.204 16 8.396 16 6.455 16 3.447 13.553 1 10.545 1 7.538 1 5.09 3.447 5.09 6.455c0 1.94.733 3.75 1.855 5.017C3.547 12.372 1 14.46 1 16.455v3.18C1 20.39 1.612 21 2.364 21h16.363c.752 0 1.364-.612 1.364-1.364v-3.18c0-1.997-2.546-4.083-5.944-4.984zm-3.6-9.563c2.506 0 4.545 2.038 4.545 4.545 0 3.092-2.166 5.91-4.545 5.91C8.167 12.364 6 9.546 6 6.454 6 3.948 8.04 1.91 10.545 1.91zm8.636 17.726c0 .25-.204.455-.455.455H2.364c-.25 0-.455-.203-.455-.454v-3.18c0-1.467 2.326-3.477 5.82-4.238.833.66 1.8 1.055 2.815 1.055s1.983-.395 2.817-1.055c3.493.76 5.82 2.77 5.82 4.237v3.18z" stroke-width="1.6" stroke="currentColor" fill="currentColor" fill-rule="evenodd"/></svg>

</span>

{minicart}

<script id="mini-cart-template" class="template-script" type="text/html">

<svg width="19" height="21" viewBox="0 0 19 21" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><g stroke="currentColor" stroke-width=".5" fill="currentColor" fill-rule="evenodd"><path d="M17.022 20.7H2.182c-.6 0-1.074-.474-1.074-1.076v-9.506c0-1.763 1.44-3.204 3.204-3.204h10.58c1.764 0 3.205 1.44 3.205 3.204v9.527c0 .58-.473 1.054-1.075 1.054zM3.258 18.547h12.688v-8.43c0-.58-.473-1.053-1.054-1.053H4.312c-.58 0-1.054.473-1.054 1.053v8.43z"/><path d="M6.42 11.602c-.603 0-1.076-.473-1.076-1.075V5.323c0-.603.473-1.076 1.075-1.076s1.075.473 1.075 1.076v5.204c0 .58-.473 1.075-1.076 1.076s1.075.473 1.075 1.075z"/><path d="M12.785 11.602c-.602 0-1.075-.473-1.075-1.075 0-1.162-.947-2.108-2.108-2.108-1.183 0-2.107.903-2.107 2.086 0 .603-.473 1.076-1.076 1.076-.603 0-1.076-.473-1.076-1.075 0-2.322 1.914-4.214 4.258-4.214 2.344 0 4.258 1.914 4.258 4.258 0 .58-.494 1.054-1.075 1.054z"/></g></svg>

<span class="price-wrap">

```

        <span data-content="subtotal"></span>
        <span></span>
    </span>
    <span class="item-count" data-content="count"></span>
    <span class="item-text" data-content="items"></span>
</script>
</div>
</div><!-- end container -->
</div>
</div><!-- end header -->
<div class="site-canvas">
    <div class="banner-wrap">
        {{#header}}
        <div class="container">
            <div class="banner">{content}</div>
        </div>
        {{/header}}
    </div><!-- end banner-wrap -->

    <div class="main-wrap">
        {{#sections}}
        <div class="container">{content}</div>
        {{/sections}}
    </div><!-- end main-wrap -->

    <div class="footer-wrap">
        <div class="container">
            <div class="footer">{footer}</div>
        </div><!-- end container -->
    </div><!-- end footer-wrap -->
    <div class="mini-cart-screen"></div>
</div>
</div>

<div class="nav mobile-nav">
    <button class="mobile-nav-toggle">
        <svg width="20" height="20" viewBox="0 0 20 20"
xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"><path d="M12.376 1017.13-7.13c.656-

```

```
.657.656-1.72 0-2.378-.656-.656-1.72-.656-2.377 0L10 7.622 2.87.493C2.212-.164
1.15-.164.49.492c-.656.657-.656 1.72 0 2.377L7.622 10l-7.13 7.13c-.656.656-.656
1.72 0 2.376.657.656 1.72.656 2.377 0l7.13-7.13 7.13 7.13c.656.656 1.72.656 2.376 0
.656-.656.656-1.72 0-2.377L12.376 10z" fill="currentColor" fill-
rule="evenodd"/></svg>
</button>
{ menu }
<li class="mobile-login wsite-menu-item-wrap"></li>

<script id="login-template" class="template-script" type="text/html">
  <span class="login-link wsite-menu-item" data-content="login"></span>
</script>
{ search }
</div>

<script src="/files/theme/plugins.js"></script>
<script src="/files/theme/jquery.pXuMenu.js"></script>
<script src="/files/theme/jquery.trend.js"></script>
<script src="/files/theme/jquery.revealer.js"></script>
<script src="/files/theme/jquery.loadTemplate.min.js"></script>
<script src="/files/theme/custom.js"></script>
</body>
</html>
```