



ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
(Master in Business Administration)
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΙΤΛΟΣ: Ταξιδιωτικός οδηγός για την πόλη της Αθήνας

Επιβλέπων Καθηγητής: «Ψαρομίλιγκος Ιωάννης»

Παναγούλης Χρήστος

Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018

Πρόλογος

Η ενασχόληση μου με τον τουρισμό ξεκίνησε το 2007, όταν ήμουν ακόμα φοιτητής του τμήματος ηλεκτρολογίας, της σχολής τεχνολογικών εφαρμογών του ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ, σύντομα συνειδητοποίησα δυο πράγματα, πρώτον ότι δεν υπήρχε επαγγελματικός προσανατολισμός στο λύκειο και δεύτερον ότι τελικά δεν ήθελα να γίνω ηλεκτρολόγος μηχανικός αν και πήρα το πτυχίο μου.

Ξεκίνησα με την πώληση και τη συνοδεία εκδρομικών πακέτων που απευθύνονταν σε νεανικό κοινό, ηλικιών 18-30 ετών, σε συνδυασμό με τη δουλειά στο ταξιδιωτικό γραφείο στο οποίο ξεκίνησα να εργάζομαι, κάτι που συνέχισα να κάνω με μεγάλο ενθουσιασμό μέχρι το 2015, οπότε αποφάσισα να παραμείνω μεν στον ίδιο επαγγελματικό χώρο, αλλά έπρεπε δε να κάνω το επόμενο βήμα, να ασχοληθώ με κάτι μεγαλύτερο. Στην Ελλάδα λοιπόν κατά την άποψή μου, στο χώρο αυτό, αξίζει να ασχοληθείς με τον εισερχόμενο τουρισμό, στον οποίο δραστηριοποιούμαι από τον Ιανουάριο του 2017, επίσης με μεγάλο πάθος και ενθουσιασμό, παρά τις μεγάλες δυσκολίες και απαιτήσεις που αντιμετωπίζω.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως σκοπό τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού ταξιδιωτικού οδηγού για την πόλη της Αθήνας, με στόχο στο μέλλον να εντάσσονται σε αυτόν συνεχώς νέοι προορισμοί της Ελληνικής επικράτειας.

Η βασική ιδέα προέρχεται από το γεγονός ότι την Αθήνα επισκέπτονται, εκτός από τα οργανωμένα γκρουπ από όλο τον κόσμο, πάρα πολλοί μεμονωμένοι τουρίστες, κυρίως από της Ευρωπαϊκές χώρες και την Αμερική, αλλά και από την Ασία. Οι επισκέπτες αυτοί έχουν επιθυμίες και απορίες, θέλουν να δουν και να ζήσουν όσο περισσότερες εμπειρίες μπορούν, να μετακινηθούν, να διασκεδάσουν και φυσικά το μέσον από το οποίο θα αντλήσουν τις πληροφορίες για να καλύψουν τις ανάγκες αυτές είναι το διαδίκτυο.

Με την δημιουργία της σελίδας αυτής θα δίνετε η δυνατότητα στον επισκέπτη να βρει συγκεκριμένες πληροφορίες, που θα τον διευκολύνουν από την άφιξή του στο αεροδρόμιο την πρώτη ημέρα μέχρι την επιστροφή του σε αυτό την τελευταία. Παράλληλα θα μπορεί να αγοράζει υπηρεσίες, όπως διάφορες εκδρομές και να οργανώσει δραστηριότητες για όλες τις ημέρες παραμονής του στην Αθήνα.

Στόχος μου είναι ο τουρίστας να μπορεί να ζήσει την εμπειρία της επίσκεψης του στην Ελλάδα στο μέγιστο βαθμό, συνεργαζόμενος με επαγγελματίες φερέγγυους και αξιόπιστους, η δημιουργία των θετικότερων αναμνήσεων και εμπειριών, με

αποτέλεσμα τη διάδοση τους μέσω του word of mouth, το οποίο είναι για εμένα το ζητούμενο.

Summary

My purpose in the present paper is to create a travel guide for the city of Athens with aim to include information for the whole Greece in the near future. Also our guide will include the ability to book all the needed services from the first to the last day of your visit in Greece.

Δομή εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία χωρίζεται σε πέντε στάδια, το πρώτο αφορά έρευνα σχετική με τα αριθμητικά και οικονομικά δεδομένα που αφορούν τον παγκόσμιο και κυρίως των Ελληνικό τουρισμό. Το δεύτερο σχετίζεται με την έρευνα και ανάλυση άλλων ίδιων ή παρόμοιων προσεγγίσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Ακολούθως στο τρίτο στάδιο γίνεται η ανάλυση αναγκών του προτεινόμενου συστήματος και η δημιουργία προδιαγραφών αυτού. Στο τέταρτο στάδιο θα παρουσιασθεί η σχεδίαση της εφαρμογής και θα υλοποιηθεί η προτεινόμενη εφαρμογή με βάση τον σχεδιασμό που έχει γίνει, σε open source πλατφόρμα και τέλος στο πέμπτο στάδιο θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα και θα γίνει η αξιολόγηση της.

Περιεχόμενα

Πρόλογος

Περίληψη

Summary

Δομή εργασίας

Κεφάλαιο 1

Τουρισμός και ορισμοί

1.1 Εισαγωγή

1.2 Ο παγκόσμιος τουρισμός

1.3 Βασική διάκριση των ειδών τουρισμού

1.4 Κορυφαίοι προορισμοί παγκοσμίως

1.5 Ελληνικός τουρισμός-στατιστικά στοιχεία

1.5.1 Ο Τουρισμός ως Δραστηριότητα στην Ελλάδα

1.5.2 Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών

Κεφάλαιο 2

Μελέτη και ανάλυση του ανταγωνισμού

2.1 Έρευνα και χρήση λέξεων κλειδιά

2.2 Εύρεση και ανάλυση παρόμοιων προσεγγίσεων

2.3 Συμπεράσματα

Κεφάλαιο 3

Ανάλυση των αναγκών και δημιουργία προδιαγραφών του συστήματος

3.1 Ανάλυση των αναγκών του συστήματος

3.2 Λειτουργικές απαιτήσεις του συστήματος

3.3 Μη λειτουργικές απαιτήσεις του συστήματος

3.4 Διαβάθμιση του συστήματος

3.5 Οι χρήστες του συστήματος

3.6 Υποσύστημα

Κεφάλαιο 4

Η ιστοσελίδα experiencegreece.com

1 Παρουσίαση της ιστοσελίδας

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα και αξιολόγηση

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο το οποίο παρατηρείται εδώ και χιλιάδες χρόνια, σίγουρα όχι με την μορφή που εμείς το γνωρίζουμε και το μελετούμε σήμερα, αλλά δεν μπορεί να αμφισβητηθεί το γεγονός πως ένα είδος τουρισμού ήταν οι συμμετοχή στα μυστήρια που λάμβαναν χώρα σε διάφορα σημεία της Ελλάδας κατά τους κλασικούς χρόνους, καθώς επίσης οι Ολυμπιακοί αγώνες μπορούν να συμπεριληφθούν σε αυτό που ονομάζουμε αθλητικό τουρισμό.

Συμπεραίνουμε λοιπόν την ανάγκη των ανθρώπων να συμμετέχουν σε κοινωνικές δραστηριότητες, να διαφοροποιούν την καθημερινότητα τους, διακρίνουμε την περιέργεια τους να ανακαλύπτουν νέους τρόπους ζωής, διαφορετικούς από αυτούς που ξέρουν, να ερευνήσουν τις συνήθειες, και τα φυσικά τοπία που υπάρχουν σε άλλες περιοχές από αυτές που ζουν. Η ανάγκη αυτή και η περιέργεια της ανθρώπινης φύσης κατά την άποψη μου ήταν η γενεσιουργός αιτία του τουρισμού.

Πάνω στην ανάγκη αυτή και με σκοπό το κέρδος αναπτύχθηκε ένα προϊόν το οποίο ανθεί στις μέρες μας και για το οποίο οι ερευνητές έχουν προσπαθήσει να προσδώσουν ένα ορισμό αλλά ο κάθε ένας εξετάζοντας διαφορετικές οπτικές του φαινομένου, όμως εξετάζοντας τη βιβλιογραφία θα διαπιστώσουμε πως το κοινό συμπέρασμα είναι πως πρόκειται για ένα κοινωνικό, διεθνές φαινόμενο που έχει ως στόχο την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών του ατόμου, όπως αυτές της αναψυχής, της ανάπαυσης και της επαγγελματικής διερεύνησης.

Ας δούμε μερικές προσεγγίσεις του όρου τουρισμός:

Σύμφωνα με τους Hunziger & Krapf (1942), το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και της παραμονής των ξένων σε ένα μέρος διαφορετικό από την μόνιμη κατοικία τους και χωρίς στόχο την κερδοφορία ονομάζεται τουρισμός.

Σύμφωνα με τον Matley (1976), τουρισμός είναι ένα ταξίδι αναψυχής το οποίο περιλαμβάνει το δυναμικό του στοιχείο, την μετάβαση μεταξύ των προορισμών και το στατικό στοιχείο, δηλαδή τις δραστηριότητες στον τελικό προορισμό.

Τέλος, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των εικοσιτεσσάρων ωρών

που όμως δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.α.

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

Τους τουρίστες: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

Τους εκδρομείς: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

Υπάρχουν δυο κύριοι λόγοι για τους οποίους κάποιος ταξιδεύει, ο πρώτος είναι για επαγγελματικούς ή επιχειρηματικούς και ο δεύτερος για ανάπαυση-αναψυχή ή επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς.

Ο τουρισμός σαν προϊόν περιλαμβάνει υλικά αγαθά όπως φαγητό κτλ. Αλλά και άυλες υπηρεσίες όπως η διαμονή, η μεταφορά, η ψυχαγωγία κτλ.

Τα στοιχεία που αποτελούν και διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν είναι τα εξής, ο προορισμός, η πρόσβαση σε αυτόν, οι υποδομές και η τιμή.

Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει πολλούς κλάδους οι οποίοι συνδέονται με τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, χωρίς όμως να εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τουρισμό για την επιβίωση τους. Η ζήτηση και η προσφορά του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιούνται σε ένα σύνολο πρωτογενών, δευτερογενών και τριτογενών βιομηχανιών και υπηρεσιών του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

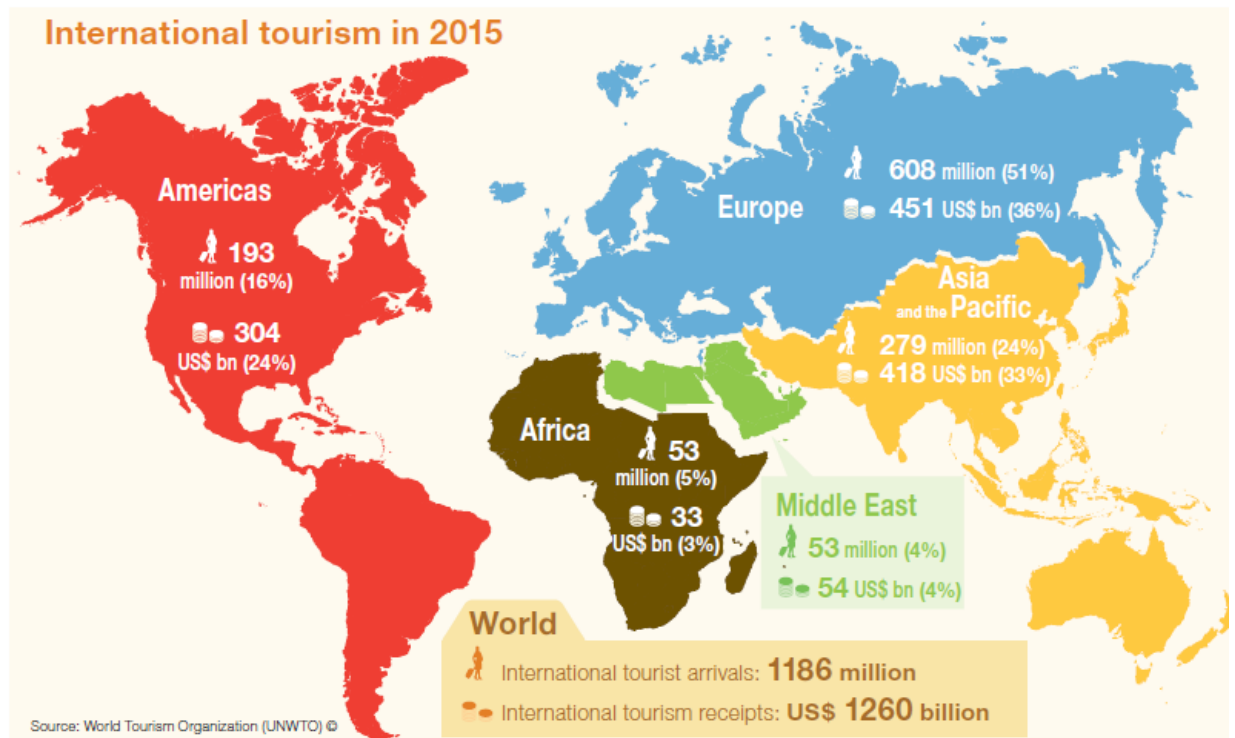
(Lickorish,2004)

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ



Πηγή: Lickorish (2004) Μια εισαγωγή στον τουρισμό

1.2 Ο παγκόσμιος τουρισμός



Σύμφωνα με την έκθεση του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού το 2016, η τουριστική βιομηχανία κινείται ανοδικά από το 1950 μέχρι σήμερα, χωρίς βέβαια να λείπουν περίοδοι στασιμότητας ή πτώσης της κίνησης κατά διαστήματα. Οι αφίξεις τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο, έχουν αυξηθεί από το 1950 που ήταν 25 εκατομμύρια, σε 278 εκατομμύρια το 1980, 674 εκατομμύρια το 2000 και τέλος 1186 εκατομμύρια το 2015.

Αντίστοιχα τα έσοδα που καταγράφηκαν στους προορισμούς κινούνται αυξητικά και ανέρχονται σε 2 δισεκατομμύρια δολάρια το 1950, 104 δισεκατομμύρια δολάρια το 1980, 495 δισεκατομμύρια δολάρια το 2000 και τέλος 1260 δισεκατομμύρια δολάρια το 2015.

	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	13/12	14/13	15*/14
International tourist arrivals (overnight visitors)														Change (%)					
Million	435	527	674	809	911	928	892	950	994	1,040	1,088	1,134	1,186				4.6	4.2	4.6
Index (2008=100)						100	96	102	107	112	117	122	128						
International tourism receipts														Current price (%)			Constant price (%)		
Local currencies														8.4	7.3	5.5	5.9	5.1	4.4
Index (2008=100) (constant price)						100	95	101	106	110	116	122	128						
US\$ billion	271	415	495	706	896	987	905	986	1,104	1,146	1,241	1,309	1,260	8.2	5.5	-3.8	6.7	3.9	-3.9
Euro billion	213	317	536	568	654	671	649	744	793	892	934	986	1,136	4.7	5.5	15.2	3.3	5.1	15.2

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2016)

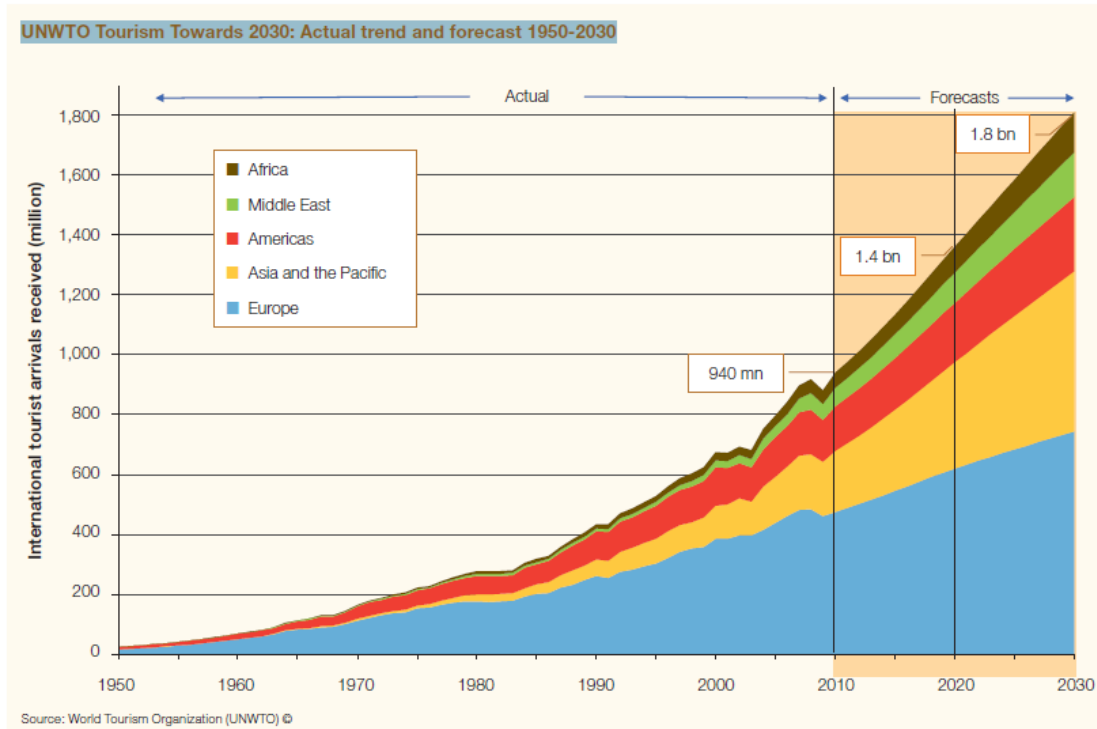
Παράλληλα αποτελεί κύρια κατηγορία των διεθνών μεταφορών, με τα έσοδα να ανέρχονται σε 211 δισεκατομμύρια δολάρια, από τις μεταφορές των εισερχόμενων επιβατών παγκοσμίως, ανεβάζοντας την συνολική αξία των τουριστικών εσόδων σε 1,5 τρισεκατομμύρια δολάρια.

Στη κατηγορία των παγκόσμιων εξαγωγών κατατάσσεται στην τρίτη θέση, μετά τα καύσιμα και τα χημικά, ενώ παράλληλα βρίσκεται ψηλότερα συγκριτικά με τα τρόφιμα και την βιομηχανία κίνησης (μηχανές, αυτοκίνητα), ενώ αξίζει να σημειωθεί πως σε πολλές χώρες ο τουρισμός αποτελεί το πρώτο τομέα εξαγωγών.

Όλα τα παραπάνω έρχονται να επιβεβαιώσουν οι αριθμοί, καθώς ο παγκόσμιος τουρισμός αποτέλεσε το 7% των εξαγωγών σε αγαθά και υπηρεσίες το 2016, κινούμενος αυξητικά καθώς το 2014 αποτελούσε το 6% και συνεχίζει να αυξάνεται ταχύτερα από το παγκόσμιο εμπόριο τα τελευταία 4 χρόνια.

Παράλληλα η πρόβλεψη του UNWTO δείχνει συνέχιση του αυξητικού ρυθμού των αφίξεων και των εισπράξεων με ρυθμό ανάπτυξης 3,5%-4,5% το χρόνο μέχρι το 2030. Και ειδικότερα σε νέους προορισμούς η προβλέψει φτάνει σε ανάπτυξη 4,4% ετησίως, ενώ στους κλασικούς προορισμούς το 2,2% ετησίως.

Πιο συγκεκριμένα αναμένεται μεταξύ 2010-2030 να φτάσουμε το 1,8 δισεκατομμύρια αφίξεις.



Στο σημείο αυτό αξίζει επίσης να παρατηρήσουμε ποιοι λαοί ξοδεύουν περισσότερα χρήματα όταν ταξιδεύουν. Με την πρώτη θέση να κατέχεται με μεγάλη διαφορά από τους Κινέζους τουρίστες.

Rank	International tourism expenditure ¹ (US\$ billion)		Local currencies change (%)		Market share (%)	Population (million)	Expenditure per capita (US\$)	International departures (million)			
	2014	2015*	14/13	15*/14	2015*	2015	2015*	Series	2014	2015	
1	China	234.7	292.2	n/a	26.2	23.2	1,375	213	VD	116.6	127.9
2	United States	105.5	112.9	7.6	7.0	9.0	322	351	TD	68.2	73.5
3	Germany	93.3	77.5	2.1	-0.6	6.2	82	946	TD	83.0	..
4	United Kingdom	62.6	63.3	3.5	8.9	5.0	65	972	TD	58.4	64.2
5	France	48.7	38.4	15.4	-5.6	3.0	64	598	TD	28.2	..
6	Russian Federation	50.4	34.9	13.7	10.0	2.8	146	239	VD	45.9	36.8
7	Canada	33.8	29.4	3.3	0.6	2.3	36	820	TD	33.5	32.3
8	Korea (ROK)	23.2	25.0	3.0	15.6	2.0	51	493	VD	16.1	19.3
9	Italy	28.8	24.4	6.9	1.4	1.9	61	402	TD	27.2	27.5
10	Australia	26.4	23.5	-1.3	6.9	1.9	24	978	VD	9.1	9.5

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2016)

¹ Note that due to changes in methodology China substantially revised its international tourism expenditure series upwards for 2015 and retrospectively for 2014, while the United States revised its series downwards from 2013 on.

1.3 Βασική Διάκριση των ειδών τουρισμού

Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, τα διαφορετικά είδη τουρισμού διακρίνονται σε:

- Εγχώριο, αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν μέσα σε αυτή.
- Εξερχόμενο, αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε προορισμό εκτός της χώρας τους.
- Εισερχόμενο, αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια άλλη.

1.4 Κορυφαίοι προορισμοί παγκοσμίως

Οι τέσσερις κορυφαίοι προορισμοί στον κόσμο είναι η Γαλλία, η Αμερική, η Ισπανία και η Κίνα, τόσο σε αριθμό αφίξεων όσο και σε αριθμό εσόδων, ενώ αξιοσημείωτη θέση ως προς τα έσοδα έχει και Ταϊλάνδη. Η χώρα μας δεν βρίσκεται ούτε στην πρώτη δεκάδα, παρά την εντύπωση που μπορεί να έχουμε σαν κοινωνία.

Παρατηρούμε επίσης στον παρακάτω πίνακα πως οι Η.Π.Α ενώ είναι δεύτερες στην κατάταξη των αφίξεων, κατέχουν την πρώτη θέση στις εισπράξεις από τους εισερχόμενους τουρίστες, ενώ αξιοσημείωτη είναι και η δεύτερη θέση της Κίνας σε επίπεδο εισπράξεων, σε αντίθεση με την τέταρτη θέση που κατέχει στις αφίξεις.

International tourist arrivals						International tourism receipts ¹							
Rank	Series	(million)		Change (%)		US\$				Local currencies			
		2014	2015*	14/13	15*/14	(billion)		Change (%)		Change (%)			
Rank		2014	2015*	14/13	15*/14	2014	2015*	14/13	15*/14	14/13	15*/14		
1	France	TF	83.7	84.5	0.1	0.9	191.3	204.5	7.8	6.9	7.8	6.9	
2	United States	TF	75.0	77.5	7.2	3.3	105.4	114.1	n/a	8.3	n/a	9.8	
3	Spain	TF	64.9	68.2	7.0	5.0	65.1	56.5	3.9	-13.2	3.9	4.0	
4	China	TF	55.6	56.9	-0.1	2.3	58.1	45.9	2.8	-21.0	2.8	-5.4	
5	Italy	TF	48.6	50.7	1.8	4.4	46.5	45.5	11.8	-2.3	6.2	5.2	
6	Turkey	TF	39.8	39.5	5.3	-0.8	38.4	44.6	-8.0	16.0	-2.7	22.0	
7	Germany	TCE	33.0	35.0	4.6	6.0	45.5	39.4	3.6	-13.3	3.6	3.8	
8	United Kingdom	TF	32.6	34.4	5.0	5.6	43.3	36.9	4.9	-14.9	4.9	1.9	
9	Mexico	TF	29.3	32.1	21.5	9.4	38.4	36.2	-1.4	-5.8	-1.5	-5.8	
10	Russian Federation	TF	29.8	31.3	5.3	5.0	42.6	31.3	-1.1	-26.4	-1.1	-26.5	

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

(Data as collected by UNWTO, July 2016)

¹ Note that China, the United States and the United Kingdom substantially revised their international tourism receipts series upwards for 2015 and retrospectively for some previous years, due to changes in methodology.

(Tourism & Unwto 2016)

1.5 Ελληνικός τουρισμός-στατιστικά στοιχεία

Πριν παρουσιασθούν τα στοιχεία που αφορούν τον Ελληνικό τουρισμό θεωρώ πολύ σημαντικό να αποτυπωθεί η άποψη που έχουν οι πολίτες των κυριότερων χωρών που επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους, για το λόγο αυτό θα ξεκινήσω την ανάλυση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την πιο πρόσφατη έρευνα του ΣΕΤΕ, η οποία αφορά την αντίληψη της εικόνας Ελλάδας.

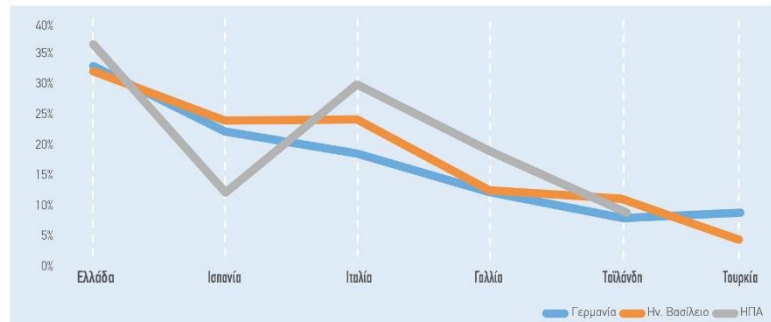
Λαμβάνοντας υπόψη σημαντικούς εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι ενδέχεται να επηρεάσουν την επικείμενη τουριστική περίοδο, το ΣΕΤΕ Intelligence διεξήγαγε, από τις 21.01.2016 έως τις 25.01.2016, έρευνα αντίληψης για την εικόνα της Ελλάδας στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ. Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία Censuswide, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν τη χώρα μας. Οι ερωτηθέντες απάντησαν στις εξής ερωτήσεις:

1. Που θα θέλατε να πάτε διακοπές το 2016;

Η Ελλάδα παραμένει ένας ιδιαίτερα επιθυμητός προορισμός, σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές της.

Που θα θέλατε να πάτε διακοπές το 2016;

Ένας στους τρεις συμμετέχοντες από Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία και ΗΠΑ δήλωσαν ότι θα ήθελαν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα για τις διακοπές τους, το 2016.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2016 από την Censuswide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν επισκεφτεί ή επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η Censuswide συμμορφώνεται από τους κανόνες και αποσκαλεί μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: 

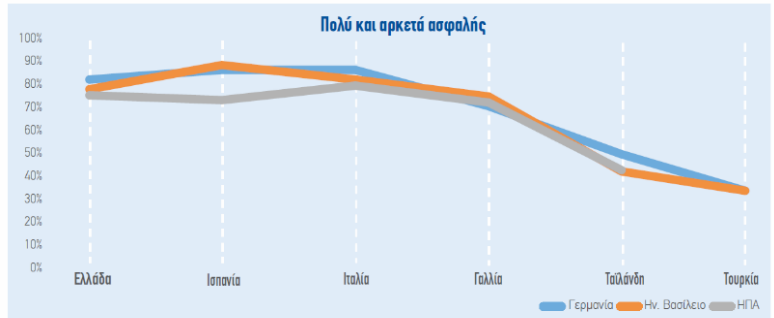


2. Πόσο ασφαλείς νοιώθετε στους ακόλουθους προορισμούς;


Το 73% -80% των ερωτηθέντων θεωρούν την Ελλάδα ασφαλή προορισμό, ποσοστό οριακά χαμηλότερο από της Ισπανίας και Ιταλίας, σημαντικά όμως υψηλότερο από το αντίστοιχο της Γαλλίας και σχεδόν διπλάσιο από της Τουρκίας.

Πόσο ασφαλείς νοιώθετε στους ακόλουθους προορισμούς

73% με 80% των συμμετεχόντων αισθάνονται ασφαλείς να επισκεφθούν την Ελλάδα.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2015 από την Censuwide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν επισκεφτεί ή επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η Censuwide συμμορφώνεται από τους κανόνες και απαιτήσεις μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: 

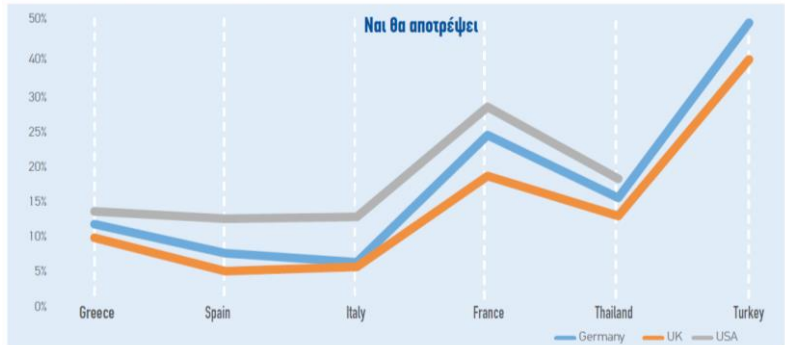


3. Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα σας αποτρέψουν να ταξιδέψετε στο μέλλον σε οποιαδήποτε από τις παρακάτω χώρες;


Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις δεν επηρεάζουν την απόφαση περίπου του 90% των ερωτηθέντων να επισκεφθούν την χώρα μας, ενώ επηρεάζουν αρνητικά έναν στους τέσσερεις να επισκεφθεί την Γαλλία και έναν στους δύο να επισκεφθεί την Τουρκία.

Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα σας αποτρέψουν να ταξιδέψετε στο μέλλον σε οποιαδήποτε από τις παρακάτω χώρες;

Μόνο το 10% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα τους αποτρέψουν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2015 από την Censuwide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν επισκεφτεί ή επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η Censuwide συμμορφώνεται από τους κανόνες και απαιτήσεις μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: 

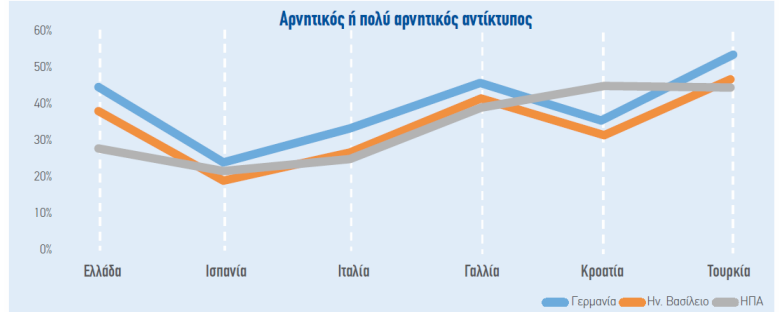


4. Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση πώς έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις σας όσον αφορά στα ταξίδια σας στις ακόλουθες χώρες;


Το προσφυγικό ζήτημα επηρεάζει την εικόνα σχεδόν του 40% των μελλοντικών επισκεπτών της χώρας μας, σημαντικά υψηλότερο από Ισπανία και Ιταλία, χαμηλότερο όμως από Τουρκία.

Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση πώς έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις σας όσον αφορά στα ταξίδια σας στις ακόλουθες χώρες;

Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση επηρεάζει σημαντικά τις ταξιδιωτικές αντιλήψεις. Η Ελλάδα έχει επηρεαστεί λιγότερο σε σχέση με την Τουρκία, αλλά περισσότερο σε σχέση με την Ιταλία και την Ισπανία.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2016 από την Censuwide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν επισκεφτεί ή επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η Censuwide συμμορφώνεται από τους κανόνες και οπισθοκαλεί μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: 



Συμπέρασμα:

Σύμφωνα με την μελέτη που υλοποίησε η Censuwide για το SETE Intelligence, η εικόνα της Ελλάδας στην Μ. Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ παραμένει ιδιαίτερα θετική όσον αφορά στην ελκυστικότητα και στην ασφάλεια του προορισμού, που εφόσον διατηρηθεί, ενισχύει τις προοπτικές της φετινής τουριστικής περιόδου. Είναι αναγκαίο να ολοκληρωθεί το ταχύτερο και ομαλά η αξιολόγηση ώστε να εκκινήσει η διαδικασία σταθεροποίησης της οικονομίας. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι είναι απαραίτητο η Κυβέρνηση και η Τοπική Αυτοδιοίκηση να λύσουν άμεσα και αποτελεσματικά τις προκλήσεις του προσφυγικού ζητήματος και να ανταποκριθούν στις δεσμεύσεις που έχουν αναλάβει έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς την υποδοχή, απογραφή και διαχείριση των προσφυγικών ροών. Πρέπει με κάθε μέσο να εξασφαλιστεί ότι δεν θα διακυβευθεί η συμμετοχή της χώρας στην συνθήκη Σένγκεν, δεν θα αλλοιωθεί η καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών, δεν θα πληγεί η οικονομία και η απασχόληση και δεν θα επηρεαστεί η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και η ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

(Sete Intelligence 2016)

Η παραπάνω έρευνα έρχεται να αποδείξει πόσο ευνοημένοι είμαστε από τις γεωπολιτικές εξελίξεις γύρω μας. Η ασφάλεια της χώρας μας λόγω της παντελούς απουσίας τρομοκρατικών χτυπημάτων έχει φέρει σε δεύτερη μοίρα την αβεβαιότητα λόγω της οικονομικής κρίσης. Είναι μια ευκαιρία που μας παρουσιάζεται, χωρίς να έχουμε προσπαθήσει ιδιαίτερα, συστηματικά και με σχέδιο, να καθιερωθούμε ως κυρίαρχος προορισμός στην Μεσόγειο. Για να γίνει αυτό όμως χρειάζεται σχέδιο, επαγγελματισμός και στοχευμένες ενέργειες σε μορφές τουρισμού που δεν έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα στη χώρα μας.

1.5.1 Ο Τουρισμός ως Δραστηριότητα στην Ελλάδα

Λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά, λόγω και της πρωτοκαθεδρίας του τουρισμού «Ήλιος & Θάλασσα», ο τουρισμός αποτελεί εποχιακή δραστηριότητα με επακόλουθο την επιβάρυνση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων τους μήνες αιχμής και αχρηστίας τους τους χειμερινούς μήνες. Επιπλέον, η εποχιακή δραστηριότητα συνεπάγεται την εποχιακή απασχόληση με επακόλουθο την μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αστάθεια του εισοδήματός τους αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές.

Στο σημείο αυτό αξίζει να μελετήσουμε την έρευνα της τράπεζας της Ελλάδος, στην οποία παρουσιάζονται όχι μόνο οι θετικές συνέπειες αλλά και οι αρνητικές επιπτώσεις καθώς επίσης και οι κίνδυνοι που μπορούν να προκύψουν σε βάθος χρόνου λόγω της κλιματικής αλλαγής, αλλά και της εποχικότητας αυτού. Παράλληλα γίνονται πολύ σοβαρές προτάσεις προκειμένου να αποσοβηθούν όλα τα παραπάνω.

Σύμφωνα με την τράπεζα της Ελλάδος:

Παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, λόγω της υψηλής συμμετοχής του στο ΑΕΠ της χώρας (15,5% για το 2010) και της ακόμη υψηλότερης στην απασχόληση (19% για το 2010). Επίσης πολύ σημαντικός είναι ο ρόλος του τουρισμού στην κάλυψη σημαντικού μέρους του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας, ρόλος ο οποίος είναι εξαιρετικά σημαντικός ιδιαίτερα στην παρούσα περίοδο. Από την άλλη μεριά, όμως, ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα, με κυριότερα τον εποχικό και γεωγραφικό συγκεντρωτισμό του προσφερόμενου προϊόντος και την πολύ αργή προσαρμογή στις νέες συνθήκες, τόσο από την πλευρά της ζήτησης όσο και του περιφερειακού ανταγωνισμού. Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι η κλιματική αλλαγή θα οξύνει αυτά ακριβώς τα διαχρονικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού ιδιαίτερα προς το τέλος του αιώνα. Η μελέτη εξέτασε τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στη ζήτηση, χρησιμοποιώντας τον δείκτη τουριστικής ευφορίας (Tourism Climate Index (TCI)), και στα κόστη λειτουργίας των τουριστικών μονάδων.

Ο TCI συνδυάζει κλιματικές μεταβλητές, όπως θερμοκρασία, υγρασία κλπ, σε έναν ενιαίο δείκτη, σχεδιασμένο ώστε να αποτιμά την καταλληλότητα των κλιματικών συνθηκών, ώστε να υποστηρίζονται υπαίθριες τουριστικές δραστηριότητες σε μία περιοχή. Χρησιμοποιώντας τις εκτιμήσεις των κλιματικών δεδομένων της ερευνητικής ομάδας κλιματικών δεδομένων του ΚΕΦΑΚ, υπολογίστηκε ο TCI ανά δεκαετία, για το χρονικό διάστημα 2010-2100, ανά εποχή, για όλη την επικράτεια και κατά γεωγραφική περιφέρεια.

Από την ανάλυση των δεδομένων σε ετήσια βάση και σε επίπεδο επικράτειας προκύπτει ότι μετά από μια μικρή κάμψη κατά τις πρώτες τρεις δεκαετίες, οι αφίξεις αυξάνονται σημαντικά, φτάνοντας τις 10 εκατομμύρια επιπλέον αφίξεις ετησίως, ποσοστό της τάξης του

25% των συνολικών αφίξεων, για τη δεκαετία 2091-2100. Δυστυχώς η ανάλυση των δεδομένων σε εποχικό και περιφερειακό επίπεδο αποδεικνύει ότι τα παραπάνω αποτελέσματα είναι παραπλανητικά, καθώς οι κύριοι τουριστικοί προορισμοί της χώρας θα υποστούν σημαντικές μειώσεις στις αφίξεις κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, περίοδο κορύφωσης της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος. Για παράδειγμα, για τους θερινούς μήνες της δεκαετίας 2091-2100, εκτιμάται μείωση των εισπράξεων κατά €370 και €280 εκατ./έτος για την Κρήτη και τα Δωδεκάνησα αντίστοιχα. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι, λόγω ελλείψεως δεδομένων, δεν έχουν ληφθεί υπόψη οι επιπτώσεις στις αφίξεις λόγω μετακίνησης του διεθνούς τουριστικού ρεύματος κυρίως προς τις βόρειες χώρες, των οποίων οι κλιματολογικές συνθήκες αναμένεται να βελτιωθούν σημαντικά.

Η μελέτη εκτίμησε επίσης τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στα κόστη λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων. Λόγω της μεγάλης αβεβαιότητας και της έλλειψης ασφαλών δεδομένων δεν επιχειρήθηκε να εκτιμηθεί η επίπτωση στα πάγια και τις υποδομές. Οι επιπτώσεις στα λειτουργικά κόστη συμπεριλαμβάνουν την αύξηση κατανάλωσης ενέργειας, την αύξηση του ρυθμού απόσβεσης, τα κόστη μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, τα αυξημένα κόστη συντήρησης και την αύξηση των ασφαλίσεων. Η συνολική αύξηση του κόστους λειτουργίας λόγω των αναγκαίων προσαρμογών στην κλιματική αλλαγή, εκτιμάται σε €70-€90 εκατ./έτος (5-7% του κόστους λειτουργίας) προς το τέλος του αιώνα.

Εάν συνυπολογιστεί η μείωση των εσόδων και η αύξηση των λειτουργικών εξόδων, οι επιπτώσεις στα ετήσια κέρδη του κλάδου αναμένεται να είναι καθοριστικής σημασίας για τη βιωσιμότητα πολλών εγκαταστάσεων.

Οι αρνητικές αυτές επιπτώσεις μπορεί να μετριαστούν ή ακόμη και να ανατραπούν, καθώς ο δείκτης τουριστικής εφορίας βελτιώνεται σημαντικά την άνοιξη και το φθινόπωρο. Στην περίπτωση της Κρήτης, η βελτίωση του δείκτη τις δύο αυτές εποχές είναι ικανή να ανατρέψει τις ζημιές του καλοκαιριού της δεκαετίας 2091-2100, οδηγώντας σε αύξηση των εσόδων κατά €200 εκατ. σε ετήσια βάση. Αντίστοιχα στην περίπτωση των Δωδεκανήσων η μείωση των εσόδων περιορίζεται στα €150 εκατ. σε ετήσια βάση.

Τα θετικά αυτά αποτελέσματα βασίζονται στην υπόθεση ότι θα πραγματοποιηθούν οι αναμενόμενες αφίξεις τουριστών κατά την άνοιξη και το φθινόπωρο. Κάτι τέτοιο όμως προϋποθέτει την υπέρβαση θεσμικών παραγόντων οι οποίοι περιορίζουν το χρόνο άφιξης των τουριστών κατά κύριο λόγο στους καλοκαιρινούς μήνες (σχολικές διακοπές, άδειες εργαζομένων) και οι οποίοι συνδιαμορφώνουν, από κοινού με το κατάλληλο κλίμα, τα μεγέθη και την εποχικότητα των αφίξεων. Η υπέρβαση αυτή προϋποθέτει τον εντοπισμό νέων στοχευμένων τουριστικών αγορών (συνταξιούχοι, weekend breaks, επαγγελματικός και συνεδριακός τουρισμός) οι οποίες δεν υπόκεινται στους ανωτέρω περιορισμούς και, βέβαια, την επανατοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην αντίληψη των καταναλωτών-τουριστών καθώς και, το κυριότερο, των διεθνών τουριστικών πρακτόρων.

Παρότι η πολυπλοκότητα του εγχειρήματος δεν επιτρέπει την εκτίμηση των συνολικών επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής στον ελληνικό τουρισμό, τα αποτελέσματα της μελέτης καταδεικνύουν την αναγκαιότητα ανάληψης πρωτοβουλιών με σκοπό τη μείωση της εποχικότητας, και τη διασπορά του τουριστικού προϊόντος σε μεγαλύτερο μέρος της

επικράτειας. Οι στόχοι αυτοί μπορεί να επιτευχθούν με τη συνεργασία της πολιτείας και των εκπροσώπων του κλάδου μέσα από τον μακροχρόνιο στρατηγικό σχεδιασμό του ελληνικού τουρισμού. Μεταξύ άλλων θα πρέπει να αναδειχθούν τα πλούσια φυσικά χαρακτηριστικά των διάφορων περιοχών της χώρας που παραμένουν ανεκμετάλλευτα, να προωθηθούν ήπιες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, να δοθεί έμφαση στην προσέλκυση νέων στοχευμένων ομάδων τουριστών και να ληφθούν μέτρα μετριασμού του περιβαλλοντικού αποτυπώματος λειτουργίας των τουριστικών μονάδων.

1.5.2 Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) και της ΤτΕ (Τράπεζα της Ελλάδος), το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε 17.919.581 τουρίστες, μονίμους κατοίκους άλλων χωρών («Μη Κάτοικοι»), και εισέπραξε € 11,7 δις. Από αυτούς, 69% ήρθε αεροπορικώς - που παραδοσιακά αποτελεί τον κύριο τρόπο μετάβασης των τουριστών από το εξωτερικό στην Ελλάδα, 27% οδικώς και 5% δια θαλάσσης.

Σε σχέση με την εποχικότητα, αυτή παρατηρείται έντονη, με 61% των εσόδων και 56% των αφίξεων να πραγματοποιούνται το 3ο τρίμηνο του έτους, 36% και 38% αντίστοιχα το 2ο και 4ο τρίμηνο συνολικά, και μόλις 3% και 6% αντίστοιχα κατά το 1ο.

Τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της ΤτΕ δεν περιλαμβάνουν τους επιβάτες κρουαζιέρας, εκτός από αυτούς που τελειώνουν την κρουαζιέρα τους στην Ελλάδα και αναχωρούν από κάποιο ελληνικό αεροδρόμιο ή λιμάνι. Το ποσοστό των επιβατών αυτών είναι πολύ μικρό. Προκειμένου, συνεπώς, να καταγραφεί και η κίνηση των επιβατών κρουαζιέρας και οι εισπράξεις από αυτούς, η ΤτΕ εκπονεί και την Έρευνα Κρουαζιέρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας αυτής, το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 2,4 εκ. τουρίστες κρουαζιέρας και εισέπραξε € 445 εκ.

Ενώ κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2015 οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό αυξήθηκαν κατά 7.1%, σε σύγκριση με αυτές τις αντίστοιχης περιόδου του 2014.

Το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων προέρχεται από χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης (87%) κινούμενο αυξητικά κατά 6,4% συγκριτικά με το 2014, επίσης αυξητικά κινούνται η Αμερική και η Ασία με αξιοσημείωτη συμβολή της Τουρκίας με ποσοστό 4,9%, την ώρα μάλιστα που αγορές όπως αυτές της Ρωσίας και της Σερβίας κινήθηκαν πτωτικά.

(ΕΛ.ΣΤΑ.Τ 2015)

Παρακάτω θα δούμε πιο αναλυτικά την πορεία των αφίξεων στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια και πως αυτές επηρέασαν σημαντικά οικονομικά μεγέθη.

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης / Arrivals of non-residents by country of origin							
Χώρες προέλευσης	Countries of Origin	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Χώρες Ευρωζώνης	Eurozone	6,147,475	6,621,686	5,903,155	6,383,764	7,478,417	8,209,394
Γερμανία	Germany	2,038,871	2,240,481	2,108,787	2,267,546	2,459,228	2,810,350
Γαλλία	France	868,346	1,149,388	977,376	1,152,217	1,463,157	1,522,100
Ιταλία	Italy	843,613	938,232	848,073	964,314	1,117,712	1,355,327
Ολλανδία	Netherlands	528,157	560,723	478,483	580,867	657,339	639,108
Βέλγιο	Belgium	339,836	432,625	326,937	344,554	409,198	482,524
Κύπρος	Cyprus	574,764	439,757	424,827	399,008	448,342	470,091
Λουπές	Others	953,888	860,480	738,672	675,258	923,442	929,894
Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης	EU countries outside Eurozone	4,239,748	4,076,328	3,888,754	4,141,462	5,771,042	6,764,812
Ηνωμένο Βασίλειο	United Kingdom	1,802,203	1,758,093	1,920,794	1,846,333	2,089,529	2,397,169
Πολωνία	Poland	402,170	450,618	254,682	385,474	588,712	754,402
Ρουμανία	Romania	257,939	223,699	230,396	278,873	543,360	540,289
Σουηδία	Sweden	281,069	333,906	319,756	368,834	337,771	351,573
Τσεχία	Czech Republic	294,936	309,062	289,034	286,974	347,624	436,703
Βουλγαρία	Bulgaria	664,389	686,209	599,110	691,874	1,534,565	1,900,642
Λουπές	Others	537,042	314,741	274,982	283,100	329,483	384,034
Λοιπές Χώρες Ευρώπης	Other European Countries	2,888,739	3,953,500	4,059,155	5,253,171	6,227,590	5,741,458
Ρωσία	Russia	451,239	738,927	874,787	1,352,901	1,250,174	512,789
Αλβανία	Albania	242,083	411,245	469,213	504,809	488,099	491,381
Ελβετία	Switzerland	274,418	361,405	299,619	346,518	377,077	391,249
Σερβία	Serbia	706,635	692,059	620,450	778,765	985,661	727,831
ΠΓΔΜ*	FYROM*	-	-	-	-	2,346,580	3,023,059
Λουπές	Others	1,214,364	1,749,864	1,795,086	2,270,178	779,999	595,149
Λοιπές Χώρες	Other Countries	1,731,528	1,775,733	1,666,558	2,141,183	2,556,414	2,883,791
Τουρκία	Turkey	561,198	552,090	602,306	831,113	976,758	1,153,046
Ισραήλ	Israel	197,159	226,110	207,711	212,466	197,009	115,868
ΗΠΑ	USA	498,301	484,708	373,831	466,520	591,853	750,250
Καναδάς	Canada	113,358	142,287	102,694	186,701	145,720	182,299
Αυστραλία	Australia	108,088	115,902	117,852	129,112	183,080	183,165
Λουπές	Others	253,424	254,636	262,164	315,271	461,993	499,163
Σύνολο αφίξεων**	Total arrivals**	15,007,490	16,427,247	15,517,622	17,919,580	22,033,462	23,599,455

Πηγή: Τράπεζας της Ελλάδας / Source: Bank of Greece

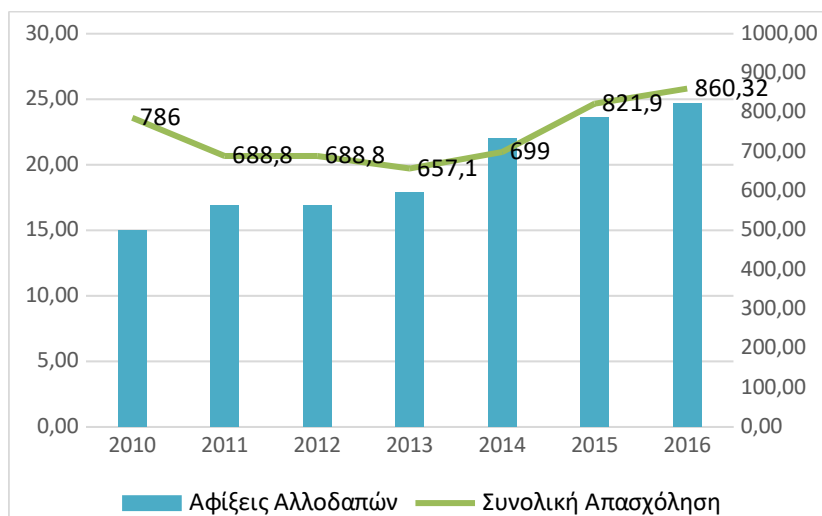
Μέση διάρκεια παραμονής ανά χώρα προέλευσης / Average length of stay by country of origin							
Χώρες προέλευσης	Countries of Origin	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Χώρες Ευρωζώνης	Eurozone	11.1	11.1	11.0	11.1	10.6	10.0
Αυστρία	Austria	10.4	10.7	10.0	10.2	10.1	9.6
Βέλγιο	Belgium	9.3	9.3	9.9	9.6	9.2	9.5
Γαλλία	France	10.6	10.0	9.9	9.9	9.9	9.5
Γερμανία	Germany	12.0	12.8	12.8	12.8	12.3	11.2
Ισπανία	Spain	7.7	8.5	7.7	10.2	7.9	8.2
Ιταλία	Italy	9.6	9.8	9.3	9.4	9.2	8.8
Κύπρος	Cyprus	14.6	13.1	12.7	12.5	11.1	10.6
Ολλανδία	Netherlands	10.9	10.5	10.8	11.2	10.4	10.5
Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης	EU countries outside Eurozone	8.7	8.4	8.7	8.4	7.7	7.5
Δανία	Denmark	8.9	8.4	9.2	8.9	8.4	8.9
Ηνωμένο Βασίλειο	United Kingdom	10.4	10.0	10.3	10.1	9.8	9.9
Ρουμανία	Romania	7.9	8.8	7.7	7.4	7.2	7.6
Σουηδία	Sweden	9.3	9.4	8.8	9.4	9.3	9.1
Τσεχία	Czech Republic	9.9	10.0	9.6	9.4	8.4	8.1
Λοιπές Χώρες	Other Countries	7.6	7.5	7.3	7.4	7.0	6.1
Αλβανία	Albania	3.2	4.2	4.4	4.5	3.8	3.9
Αυστραλία	Australia	12.4	12.7	10.6	12.8	12.7	11.2
Ελβετία	Switzerland	11.1	10.2	10.4	10.3	9.6	9.9
ΗΠΑ	USA	12.6	12.0	12.5	12.2	11.5	11.4
Καναδάς	Canada	12.6	11.9	14.8	14.6	13.7	13.0
Ρωσία	Russia	10.7	10.7	10.9	10.6	10.5	10.7
Σύνολο Έρευνας Συνόρων**	Total Border Survey**	9.3	9.2	9.1	8.9	8.4	7.8

Πηγή: Τράπεζας της Ελλάδας / Source: Bank of Greece

Παρατηρούμε από τους πίνακες ότι παρά την κρίση στις σχέσεις μας με την Γερμανία και την Ε.Ε, τόσο οι Γερμανοί τουρίστες, κινούνται αυξητικά από το 2010 μέχρι σήμερα, κατέχοντας την πρώτη θέση σε σύνολο αφίξεων ανά χώρα, όσο και οι Ευρωπαίοι πολίτες σαν σύνολο αποτελούν σχεδόν το 50% των συνολικών τουριστικών αφίξεων. Καθίσταται εύκολο να συμπεράνουμε πως η παραμονή στη Ε.Ε και την ζώνη Σενγκεν είναι απαραίτητες για την συνέχιση της θετικής πορείας του κλάδου, παράλληλα αξίζει να σημειωθεί ότι ο μέσος όρος των διανυκτερεύσεων κινήθηκε πτωτικά από το 2013 και έπειτα, ίσως επηρεασμένος από την παγκόσμια οικονομική κρίση και την μείωση των εισοδημάτων.

Στους παρακάτω πίνακες θα παρατηρήσουμε τις αφίξεις και πως αυτές επηρεάζουν διάφορα μεγέθη.

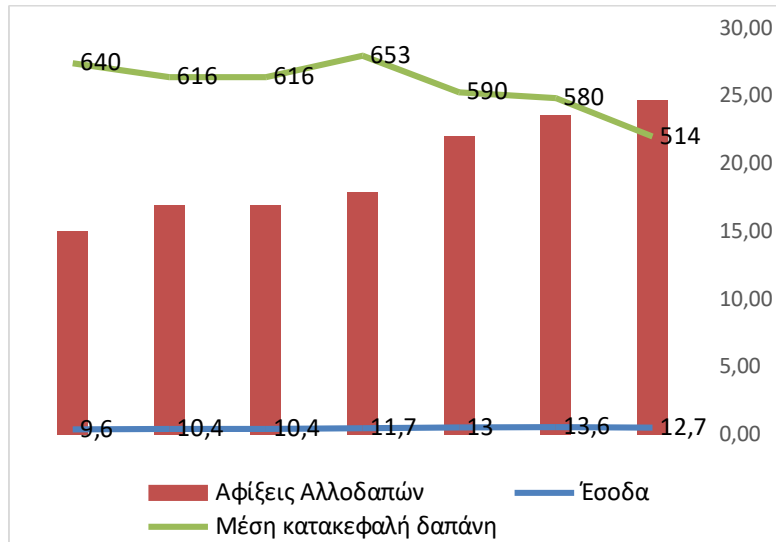
Αφίξεις (σε εκατομμύρια) ως προς την συνολική απασχόληση σε χιλιάδες:



Πηγή: ΣΕΤΕ, <http://sete.gr/el>

Είναι φανερό πως η αύξηση του αριθμού των τουριστών συνεπήρε και τον αριθμό των απασχολούμενων, όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι το φαινόμενο είναι εποχιακό.

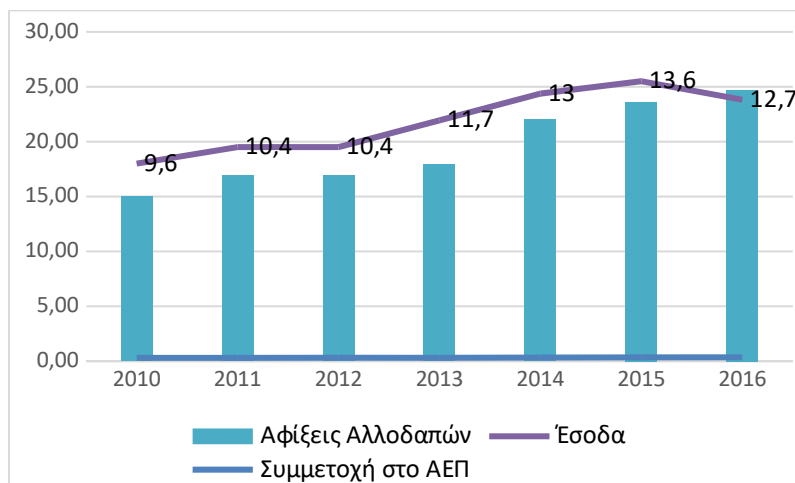
Αφίξεις (σε εκατομμύρια) ως προς τα έσοδα (δισ. €) και την κεφαλή δαπάνη (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας):



Πηγή: ΣΕΤΕ, <http://sete.gr/el>

Δυστυχώς για τα έσοδα δεν έχουν ανάλογη πορεία με αυτή των αφίξεων γεγονός που πιθανόν να οφείλεται στην αύξηση των all inclusive πακέτων, ή στην μείωση της κατά κεφαλή δαπάνης, ή πολύ πιθανό και στην φοροδιαφυγή.

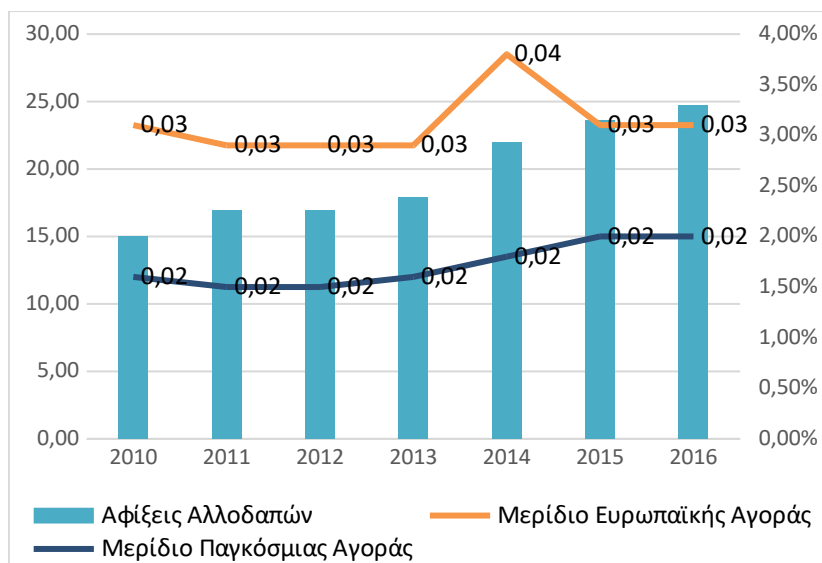
Αφίξεις (σε εκατομμύρια) ως προς τα έσοδα (δισ. €) και την συμμετοχή των εσόδων στο ΑΕΠ (%)



Πηγή: ΣΕΤΕ, <http://sete.gr/el>

Παρατηρείται στο παραπάνω διάγραμμα το εξής παράδοξο, ενώ ο αριθμός των αφίξεων αυξάνεται τα έσοδα μειώνονται, αλλά το ποσοστό συμμετοχής των εσόδων στο ΑΕΠ αυξάνει. Αυτό οφείλεται πιθανότατα στη συρρίκνωση της Ελληνικής οικονομίας στην οποία τα έσοδα από τον τουρισμό αν και μειώνονται αυξάνουν το ποσοστό συμμετοχής τους στο ΑΕΠ μιας και ο Τουρισμός είναι από τις λίγες σταθερές πηγές εσόδων.

Αφίξεις (σε εκατομμύρια) ως προς το μερίδιο στην παγκόσμια και Ευρωπαϊκή αγορά



Πηγή: ΣΕΤΕ, <http://sete.gr/el>

Είναι γεγονός πως το μερίδιο μας στην τόσο στην παγκόσμια αγορά όσο και στην Ευρωπαϊκή είναι πάρα πολύ χαμηλό και αυτό οφείλεται στην εποχικότητα του προϊόντος μας. Καθώς σύμφωνα με την έρευνα του ΣΕΤΕ,2016 το 56% των αφίξεων γίνεται σε δυο μήνες και το 70% των κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές.

Αναλύοντας τους παραπάνω πίνακες και σε συνδυασμό με τα στοιχεία των εσόδων όπως αυτά προκύπτουν από των ΣΕΤΕ μπορούμε να εξάγουμε τα εξής συμπεράσματα:

Είναι εμφανής η ανάγκη να ξεφύγουμε από το μοντέλο ήλιος και θάλασσα, το οποίο περιορίζει την ανάπτυξη του προϊόντος μας τόσο χρονικά όσο και αριθμητικά. Η πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας πρέπει να προβληθεί σε μεγαλύτερο βαθμό, με στόχο την ανάπτυξη περισσότερων προορισμών, παράλληλα πρέπει να προάγουμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο ορειβατικός, σπηλαιολογικός, αναρριχητικός, περιπατητικός-φυσιολατρικός, ιστορικός, θρησκευτικός κ.ο.κ, μορφές οι οποίες βρίσκονται σε νηπιακό στάδιο στην Ελλάδα. Για να καταφέρουμε να αυξήσουμε να αυξήσουμε το μερίδιο αγοράς μας τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, πρέπει να επεκτείνουμε την τουριστική

μας περίοδο και να εμπλουτίσουμε το τουριστικό μας προϊόν με περισσότερους προορισμούς.

Από την άλλη μεριά ο ελληνικός τουρισμός παρέμεινε ανεπηρέαστος από την ανασφάλεια και αστάθεια που προκάλεσε τόσο η οικονομική όσο και η πολιτική κρίση στην Ελλάδα, αυτό συνέβη για δυο κυρίως λόγους, πρώτον ανταγωνιστικές ως προς το τουριστικό προϊόν χώρες όπως η Τουρκία, η Αίγυπτος, η Λιβύη, αντιμετωπίζουν πολύ σοβαρές πολιτικές εξελίξεις, εμφυλίους πολέμους, απόπειρες πραξικοπημάτων και κυρίως τρομοκρατικά χτυπήματα. Στην ίδια κατηγορία μπορούμε να εντάξουμε και την Γαλλία, την Ισπανία και την Ιταλία λόγω τις ύπαρξης τρομοκρατικών χτυπημάτων ή απειλής για ενδεχόμενο χτύπημα. Δεύτερον, παρά την φορολογική επιβάρυνση των επιχειρήσεων σε όλα τα επίπεδα, αύξηση ΦΠΑ, ΕΝΦΙΑ, προκαταβολή φόρων, κτλ. οι μισθοί κινούνται πτωτικά και η φοροδιαφυγή ανθεί, με αποτέλεσμα να παραμένουμε οικονομικότερος προορισμός από τους αντίστοιχους βασικούς μας ανταγωνιστές εντός της Ευρωπαϊκής ένωσης στο κομμάτι που αφορά τον εποχιακό τουρισμό και το μοντέλο ήλιος θάλασσα. Δίνουμε λοιπόν την δυνατότητα στους μεγάλους tour operators να έχουν ένα συνδυασμό χαμηλών τιμών, χαμηλού κόστους διαβίωσης στον προορισμό και προφανώς μεγάλο περιθώριο κέρδους.

Τέλος στο κομμάτι των αφίξεων θα ήθελα να παρατηρήσω την απουσία σε σημαντικό βαθμό των χωρών της Ασίας και ιδιαίτερα των ανερχόμενων οικονομικά δυνάμεων όπως η Κίνα και Ινδία, θεωρώ πως στις αναφερθείσες χώρες πρέπει να επικεντρωθεί ένα κομμάτι της προσπάθειας μας για προσέλκυση τουριστών, καθώς υπάρχει μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης και κέρδους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

Μελέτη και ανάλυση του ανταγωνισμού

2.1 Έρευνα και χρήση λέξεων κλειδιά

Ο σχεδιασμός του ταξιδιωτικού οδηγού της Αθήνας με δυνατότητα πώλησης υπηρεσιών ξεκινάει με την έρευνα σε λέξεις κλειδιά και την ανάλυση των αποτελεσμάτων κατόπιν ακολουθεί η αναζήτηση παρόμοιων προσεγγίσεων στο χώρο του διαδικτύου.

Η αναζήτηση των ανταγωνιστικών σελίδων γίνεται μέσω της χρήσης πολλών και διαφορετικώς λέξεων κλειδιά, σε διαφορετικές εκδοχές της google, η οποία θεωρείτε η βασικότερη και πιο αξιόπιστη μηχανή αναζήτησης, πιο συγκεκριμένα οι λέξεις κλειδιά εφαρμόστηκαν στα, google.gr, google.com, google.co.uk, google.it και στο google.de. Στόχος της αναζήτησης ήταν αρχικά να διαπιστωθεί αν υπάρχουν Ελληνικές προσπάθειες προς την κατεύθυνση αυτή, σε τι επίπεδο βρίσκονται αυτές, αν βγαίνουν ψηλά στα οργανικά αποτελέσματα, σε ποια key words και τέλος αν αφορούν μόνο πηγές πληροφόρησης ή δίνεται και η δυνατότητα αγοράς υπηρεσιών. Τα αποτελέσματα που μελετήθηκαν και ελήφθησαν υπόψιν εμφανίζονταν στα οργανικά αποτελέσματα στις θέσεις 1 έως 9 και δεν είναι μόνο Ελληνικές σελίδες, τα ταξιδιωτικά γραφεία δεν συμπεριλαμβάνονται επίσης στην έρευνα μας καθώς είναι άλλο το αντικείμενο τους και ο στόχος τους.

Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν οι παρακάτω:

1. activities in Athens
2. Athens Greek guide
3. Athens guide 2017
4. Athens guide
5. Athens metro
6. Athens sightseeing
7. Athens tours
8. best places to eat in Athens
9. Greece holidays 2017
10. holiday in Greece tips
11. how to move around in Athens
12. info about Athens Greece
13. information's about Athens Greece
14. things to do in Athens
15. Vacation in Greece
16. Visiting Athens
17. athen tours (google.de)
18. tour Athens (google.it)

Από την εκτεταμένη που έρευνα πραγματοποιήθηκε σε τρεις διαφορετικές χρονικές περιόδους, η πρώτη τον Απρίλιο- Μάιο και η δεύτερη τον Ιούλιο- Αύγουστο και η Τρίτη το Σεπτέμβριο του 2017, τα αποτελέσματα διαφοροποιούνται όπως είναι φυσικό σε πολύ μεγάλο βαθμό, καθώς στην δεύτερη φάση της έρευνας, που πραγματοποιήθηκε στην υψηλή περίοδο ζήτησης παρατηρήθηκε μεγάλη διαφημιστική δραστηριότητα από ιστοσελίδες, όπως η viator.com, expedia, likealocalguide.com, visitacity.com. Πρόκειται για εταιρείες παγκοσμίου βεληνεκούς με παρουσία σε όλες σχεδόν τις πόλεις του κόσμου, με τουριστικό ενδιαφέρον. Έχουν λοιπόν το πλεονέκτημα να τις γνωρίζει ο χρήστης από πιθανά προηγούμενα ταξίδια από τα οποία αν έχει μείνει ικανοποιημένος είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα τις εμπιστευθεί εκ νέου, επιπλέον οι εταιρείες αυτές διαθέτουν σημαντικά ποσά για την διαφήμισή τους, διαθέτουν επίσης και ισχυρό brand name, αυτό καθιστά δύσκολο να τις ανταγωνιστεί ένας Ελληνικός οδηγός. Τέλος στην περίπτωση της expedia και τις trip advisor ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να κλείσει κατάλυμα στον προορισμό της επιλογής του, γεγονός που δίνει πλεονέκτημα στις πλατφόρμες αυτές να του πουλήσουν οποιαδήποτε επιπλέον υπηρεσία. Όλα τα παραπάνω έχουν σαν συνέπεια οι Ελληνικές σελίδες να μην εμφανίζονται ψηλά στα οργανικά και καθόλου στα διαφημιζόμενα αποτελέσματα της google.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας τέθηκε το εξής ερώτημα, ο επικείμενος επισκέπτης θα κλίσει την υπηρεσία πριν έρθει στην Ελλάδα ή μετά την άφιξή του. Για αυτό το λόγο η αναζήτηση των αποτελεσμάτων έγινε σε εκδοχές τις γερμανικής, τις Αγγλικής και Ιταλικής έκδοσης της google. Από την έρευνα που έγινε διαπιστώθηκε πως διαφορετικά αποτελέσματα εμφανίζονται αν στην google.de κάνουμε την αναζήτηση στα Αγγλικά και διαφορετικά αν την κάνουμε στα Γερμανικά ανάλογα λοιπόν με την αναζήτηση καθορίζεται και το αποτέλεσμα. Προφανώς στις λέξεις που έχουν στοχεύσει οι μεγάλες εταιρίες του χώρου, όπως η booking και η TripAdvisor είναι πάρα πολύ δύσκολο να τις ανταγωνιστεί ένας ταξιδιωτικός οδηγός.

2.2 Εύρεση και ανάλυση παρόμοιων προσεγγίσεων

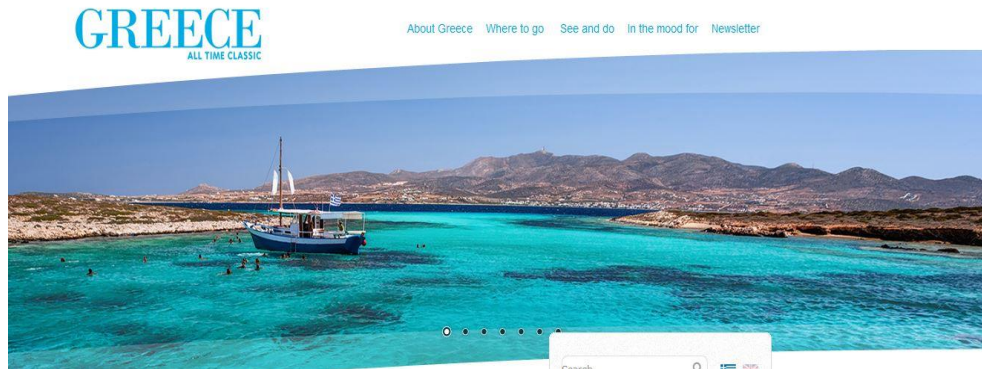
Στην προηγούμενη ενότητα πραγματοποιήθηκε μια εκτεταμένη έρευνα και παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αυτής.

Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων που εξετάζονται υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά, ας δούμε όμως πιο αναλυτικά.

Οι ιστοσελίδες που μελετήθηκαν χωρίζονται σε δυο κατηγορίες, σε αυτές που είναι κυρίως ενημερωτικού χαρακτήρα και παραπέμπουν τους επισκέπτες μέσω συνδέσμων σε άλλες σελίδες για αγορά υπηρεσιών ή δεν περιλαμβάνουν καθόλου πωλήσεις και σε αυτές που έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα, πέραν των πληροφοριών δηλαδή, πωλούν και υπηρεσίες.

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Θα ξεκινήσω με την ανάλυση των σελίδων ενημερωτικού χαρακτήρα ας δούμε πως είναι δομημένες :



Ιστοσελίδα: <http://www.visitgreece.gr/>



Ιστοσελίδα: <http://www.visitgreece.gr/>

Στην αρχική σελίδα επάνω δεξιά υπάρχει ένα κεντρικό μενού το οποίο χωρίζεται σε υποκατηγορίες, δίνοντας τη δυνατότητα στο χρήστη να οργανώσει τη σκέψη του και να ξεκινήσει να ψάχνει, περιλαμβάνει γενικές πληροφορίες για την Ελλάδα, μέρη που μπορεί να επισκεφθεί, πράγματα που μπορεί να κάνει, επίσης χωρίζει τις δραστηριότητες ανάλογα με τον τύπο και τη διάθεση κάθε επισκέπτη στην κατηγορία on the mood, τέλος εμφανίζει την επιλογή εγγραφής στο news letter. Παρατηρούμε επίσης ότι οι έντονες εικόνες από την Ελλάδα κατέχουν σημαντική θέση στην αρχική οθόνη, προκειμένου να παροτρύνουν και να πείσουν ότι αξίζει να επισκεφθείς τα εικονιζόμενα μέρη. Ενώ το βίντεο μας παραπέμπει στο κανάλι της σελίδας στο youtube.



visitgreece.gr highlights

UNESCO World Heritage Sites
Explore the treasures made by man and nature over the centuries. Let yourselves be seduced by discovering 18 unique monuments and sites.
[Read more...](#)

Argosaronic Islands
Small Gems Scattered Over the Sea
Aigina, Agkistri, Spetses, Hydra, Poros, Salamina and the peninsula of Methana are delightful destinations close to Athens. Take a cruise to explore them.
A heavenly ideal!

Top 10 Greece
Download before your trip
Here is a collection of our TOP 10 leaflets to assist your travel journey. Keep in mind our useful travel tips and rest assured you won't miss a thing while visiting different destinations in Greece!
[Download here...](#)

Vineyards of Attica
The Birthplace of Retsina Wine
Feel the sweet euphoria of wine and learn all about the varieties that grow here, by taking a tour around the numerous wineries open to the public.
Let's pay them a visit!

explore Greece by interest

- Culture
- Touring
- Activities
- Meetings
- Leisure
- Gastronomy
- Religious
- City Break

useful info

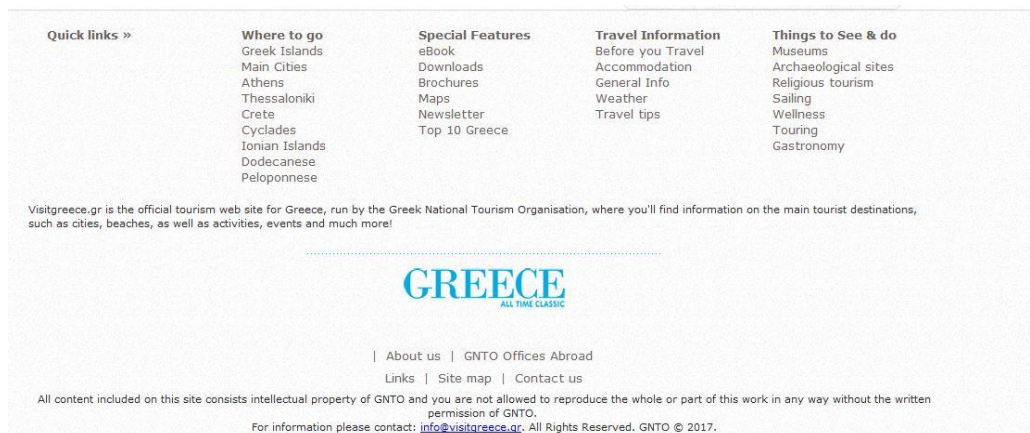
- Sea Routes
- Travelling to Greece
- Passports & Visas
- Travel Tips
- A.I.A. E.I. Venizelos
- Health & Safety
- Weather
- Calendar

explore Greece by region



Ιστοσελίδα: <http://www.visitgreece.gr/>

Κατεβαίνοντας πιο κάτω στην αρχική σελίδα εξατομικεύει τις επιλογές που έχουμε προτείνοντας μας να εξερευνήσουμε τον προορισμό ανάλογα με το ενδιαφέρον του κάθε χρήστη, μας παρέχει ταξιδιωτικές πληροφορίες όπως τα δρομολόγια των πλοίων, τα ταξιδιωτικά μας έγγραφα κ.α, ενώ παράλληλα μας παρουσιάζει κάποιες προτάσεις τις σελίδας σχετικά με τα καλύτερα μέρη που μπορεί κάποιος να βρει. Αξιοσημείωτη είναι λειτουργία του χάρτη που υπάρχει στο δεξί μέρος της οθόνης, πρόκειται για έναν ενεργό χάρτη της Ελλάδας με το όνομα της κάθε περιφέρειας. Αν ο χρήστης επιλέξει οποιαδήποτε περιφέρεια αυτόματα τον μεταφέρει σε επόμενη σελίδα με πληροφορίες και δραστηριότητες αποκλειστικά για την περιοχή που έχει επιλέξει.



Quick links »

- Where to go
 - Greek Islands
 - Main Cities
 - Athens
 - Thessaloniki
 - Crete
 - Cyclades
 - Ionian Islands
 - Dodecanese
 - Peloponnese
- Special Features
 - eBook
 - Downloads
 - Brochures
 - Maps
 - Newsletter
 - Top 10 Greece
- Travel Information
 - Before you Travel
 - Accommodation
 - General Info
 - Weather
 - Travel tips
- Things to See & do
 - Museums
 - Archaeological sites
 - Religious tourism
 - Sailing
 - Wellness
 - Touring
 - Gastronomy

Visitgreece.gr is the official tourism web site for Greece, run by the Greek National Tourism Organisation, where you'll find information on the main tourist destinations, such as cities, beaches, as well as activities, events and much more!

GREECE
ALL TIME CLASSIC

| About us | GNT0 Offices Abroad
Links | Site map | Contact us

All content included on this site consists intellectual property of GNT0 and you are not allowed to reproduce the whole or part of this work in any way without the written permission of GNT0.
For information please contact: info@visitgreece.gr. All Rights Reserved. GNT0 © 2017.

Ιστοσελίδα: <http://www.visitgreece.gr/>

Στο τέλος της αρχικής σελίδας μας δίνει πληροφορίες για την σελίδα, η οποία είναι η επίσημη του ΕΟΤ.

Στα τεχνικά χαρακτηριστικά της σελίδας πρέπει να αναφερθεί πως το πλαϊνό μενού πληροφοριών παρατηρείτε σε όλες τις υποσέλιδες, οι έντονες εικόνες κυριαρχούν χωρίς καμία πληροφορία, banner, ή μενού να τις καλύπτει.


Σε όποια ενότητα και αν επιλέξει ο χρήστης να εισέλθει, υπάρχει ένα εισαγωγικό κείμενο και κατόπιν ακολουθούν οι επιλογές ανά περιφέρεια τις Ελλάδος.

Πρόκειται για μια αρκετά καλή προσέγγιση με εύκολη και κατανοητή διάρθρωση που παρέχει χρήσιμες πληροφορίες στον επισκέπτη.

Home / See and do / Touring / Caving

Caving

Tweet: [G+](#) [Pinterest](#)



Exploring **caves** in Greece is a unique adventure that offers explorers the opportunity to acquire and to enrich their knowledge with the essentials of geology, paleontology, anthropology, hydrology, topography, physics, biology and archeology. Greek caves are among the **most beautiful in the world**. Visitors are enthralled with the splendors of the geological formations, the subterranean waters, the colors that are out of this world and the sounds of the earth.

Many Greek caves have been explored and quite a few of these have been exploited and are now open to the public. There are still many caves that have not been fully explored, nor exploited. Tours of these caves are carried out but only under certain conditions, and of course with the necessary license.

- Download Banners
- Download Wallpapers
- Download Guides
- Download Brochures
- Download Maps
- Sign up to our newsletter

explore Greece by interest

- Culture
- Leisure
- Touring
- Gastronomy
- Activities
- Religious
- Meetings
- City Break

useful info

- Sea Routes
- A.I.A. El. Venizelos
- Travelling to Greece
- Health & Safety
- Passports & Visas
- Weather
- Travel Tips

Results

ACHAIA	Nereidotrypa Cave
AETOLOAKARNANIA	Cyclopes Cave, The Great Kleisoura Gorge
ARGOLIDA	Argolida Gorges
ATTICA	Agia Sofia Cave, Bekiri Cave, Cave of Euripides, Davellis cave, Lagkada Gorge
CHANIA	Arkoudiotissa Cave, Zoures and Charakas Caves
CORFU (KERKYRA)	Grava Gardikiou, Ipepanti Sea Cave, Trypa tou Pelaou
CYCLADES	Black Cave, Chivaldolimni Cave, Chrysospilia, Georgitsis Cave, Koutala Cave
DODECANESE	Aghios Ioannis Cave, Apokalipsi Cave, Aspri Petra Cave, Charkadio Cave, Deskalio Cave, EllinoKamara Cave, Ghalazio Cave, Kefala Cave, Poseidonas Cave, Selsi Cave
DRAMA	Aggitis cave
EVIA	Caves (Evia), Charakas Gorge
HALKIDIKI	Petrelona Cave
HERAKLION	Caves in Heraklion Prefecture, Ellithya Cave, Kameron Cave, Viannos Gorge
IMATHIA	Imathia Caves

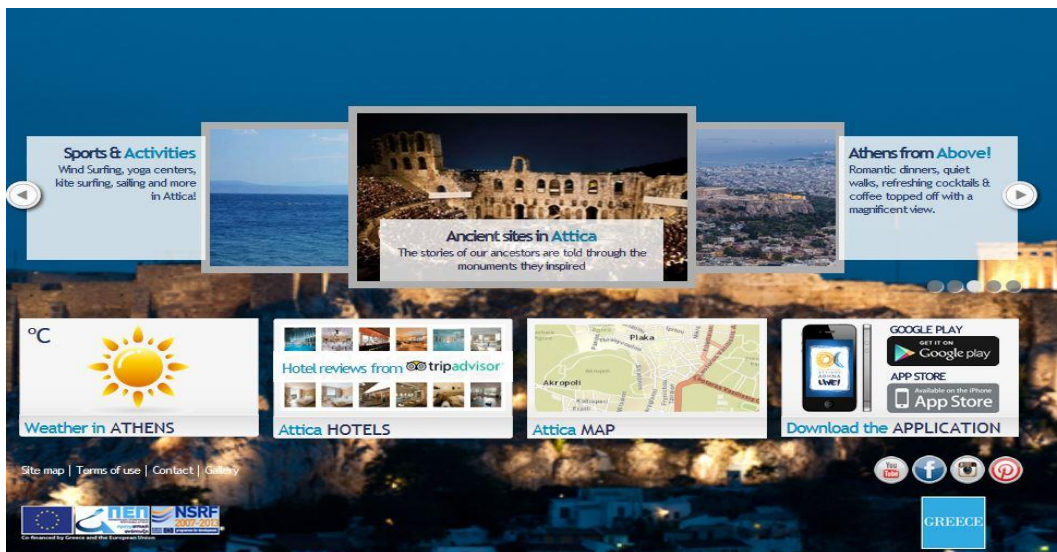
Ιστοσελίδα: <http://www.visitgreece.gr/>

Η επόμενη σελίδα είναι η www.athensattica.gr, θα δούμε τη δομή της και θα αναλύσουμε την εμπειρία περιήγησης σε αυτή.



Ιστοσελίδα: <http://www.athensattica.gr/en/>

Και σε αυτή την περίπτωση βλέπουμε ένα μενού στην αρχική σελίδα το οποίο χωρίζει πρακτικά τις πληροφορίες σε ενότητες, πριν το ταξίδι, κατά την άφιξη, μας προτείνει να προσχεδιάσουμε (plan in advance), κατόπιν μας δίνει πρόσβαση στους χάρτες και τέλος μπορούμε να δούμε ποια πολιτιστικά γεγονότα θα είναι σε εξέλιξη την περίοδο που θα είναι ο επισκέπτης στην Αθήνα (Athens Live).



Ιστοσελίδα: <http://www.athensattica.gr/en/>

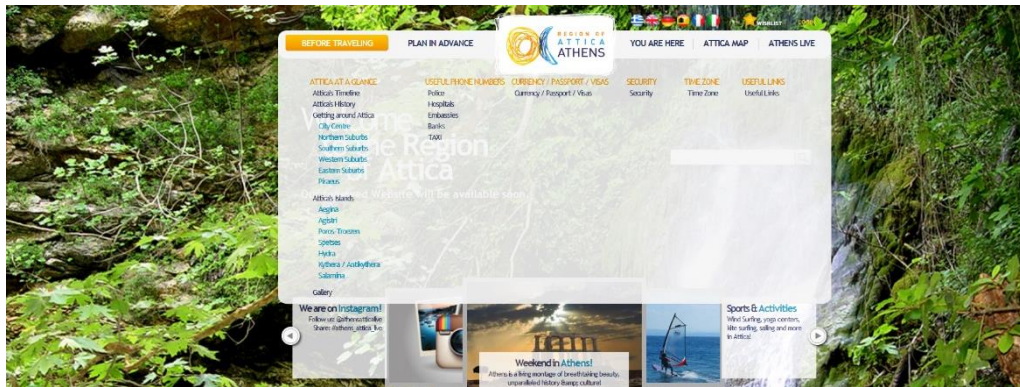
Στο τέλος της αρχικής σελίδας υπάρχει ένα μενού στο οποίο εμφανίζονται διάφορες πληροφορίες σχετικά με σημεία της πόλης ή γεγονότα σε αυτή, επίσης μας δίνει την πρόσβαση στην πρόβλεψη του καιρού, προτείνει ξενοδοχεία στην πόλη, μας προτρέπει να κατεβάσουμε την εφαρμογή στο κινητό μας.

Πρέπει να παρατηρήσω πως στην περίπτωση αυτής της ιστοσελίδας πως οι έντονες φωτογραφίες σε όλη την έκταση της οθόνης σε συνδυασμό με τα έντονα χρώματα, αρχικά κουράζουν το μάτι και ακολούθως δεν διευκολύνουν την ύπαρξη πρόσθετων πληροφοριών ή μενού στην αρχική σελίδα μιας και η πληροφορία θα χανόταν. Όπως θα δούμε παρακάτω αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ύπαρξη ενός τεράστιου μενού σε κάθε ενότητα το οποίο σε κάποιες περιπτώσεις για να εμφανιστεί ολόκληρο

χρειάζεται να κυλίσουμε προς τα κάτω στην σελίδα, με συνέπεια να χάνονται οι πληροφορίες που υπάρχουν στο κάτω μέρος.



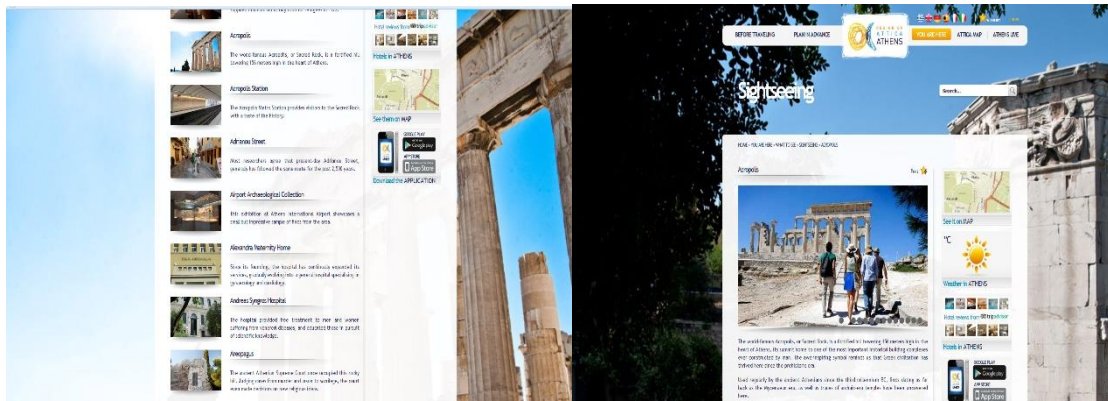
Ιστοσελίδα: <http://www.athensattica.gr/en/>



Ιστοσελίδα: <http://www.athensattica.gr/en/>

Την ίδια λογική ακολουθεί και κατά την είσοδο του χρήστη σε κάποια από της υποκατηγορίες, αρκετός ανεκμετάλλετος χώρος που θα μπορούσε να φιλοξενήσει κομμάτια του αρχικού μενού. Στην κατηγορία sightseeing στην οποία εισήλθαμε παρουσιάζονται στον επισκέπτη σημεία της πόλης μεταξύ των οποίων η Ακρόπολη αλλά και το νοσοκομείο Ανδρέα Συγγρού ή το γενικό νοσοκομείο Αλεξάνδρα τα οποία δεν έχουν καμία σχέση με τα αξιοθέατα της Αθήνας. Η δομή των κατηγοριών είναι αυθαίρετη με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση και πιθανότατα ο επισκέπτης να εγκαταλείψει τη σελίδα.

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ



Ιστοσελίδα: <http://www.athensattica.gr/en/you-are-here/what-to-see/sightseeing>

Ο παρακάτω ταξιδιωτικοί οδηγοί επίσης δεν είναι ένα παραδείγματα καλής δουλειά, ας παρατηρήσουμε το στήσιμο τους :

Athens Greece

HOME HISTORY ACROPOLIS MONUMENTS PICTURES MUSEUMS NIGHTLIFE ENTERTAINMENT SHOPPING ACCOMMODATION TOURISM



Athens Guide

The history of Athens begins more than 3000 years ago when during the prehistoric times its first inhabitants created their first settlement on the rock of Acropolis. It took hundreds of years until the sacred rock of Acropolis find its glory during the golden age of Pericles 495 - 429 BC with the construction of most of its Monuments like the Parthenon by the famous architects Iktinos and Kallikrates and the Sculptor Phidias. During those thousands of years Athens went through times of Glory and times of decline. Finally became the Capital of Greece in 1834 mostly for its location and historical importance.

Since then Athens grew to the city we know today, an important financial European capital that hosted the last Olympic games with a great success. The infrastructure of Athens has been developed very fast within the last 10 years with new highways, a new airport, new metro lines, a new tram line, a new railway the Proastiakos rail, huge shopping centres, stadiums and sport centres and the port of Piraeus has been developed to one of the most important ports in the Mediterranean.

Hotel in Downtown Athens - Near Metro Station & Sites
Athens Tiare Hotel

Newly renovated and redesigned rooms and suites.
Book your Athens Hotel today!

Due to this new infrastructure and the quick access by rail ,metro and car a kind of disurbanisation has began in Athens as many Athenians prefer to live out side of the city centre in suburbs and areas that a few years ago were holiday resorts. Athens has very good transport services, the visitor can use the bus, trolley tram or the metro and of course taxi. Since the distances to most of the main sights of Athens are not far, walking is a good idea and a good way to get to know Athens. Of course you will not be able to see Athens within one or two days unless you want to get some pictures of the Acropolis and pack for the Greek islands, but Athens has a lot of attractions that someone will need at least one week or more. there are many museums in Athens like the

Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.org/>



Beaches

There are numerous beaches in Athens and in the peninsula of Attica. All of the beaches of Athens are well organised . Most popular are the beaches in Vouliagmeni, Varkiza, Kavouri, Glyfada. Alimos is the nearest to the centre of Athens. All of those beaches are in the coast line of the south suburbs of Athens and you can get there by tram (until Voula) or by bus. On the east coast of Attica there are many sea resorts very popular among the Athenians with nice beaches, to name a few, Marathon, Rafina, Nea Makri, Agios Andreas, Porto Rafti, Loutsas and Sounio at the southernmost peak of Attica.



Eating out

For food in Athens you are in the right place, all kind of restaurants with local, international and ethnic cuisine, grill houses, Greek souvlaki shops, pizzerias, hamburger, you name it, are to be found everywhere in Athens. For fish food you should try the fish taverns in the area of Piraeus at Peiraiki and Tourkolimano. Along the Poseidonos avenue at the coast there are numerous restaurants, bars, taverns and live music clubs.



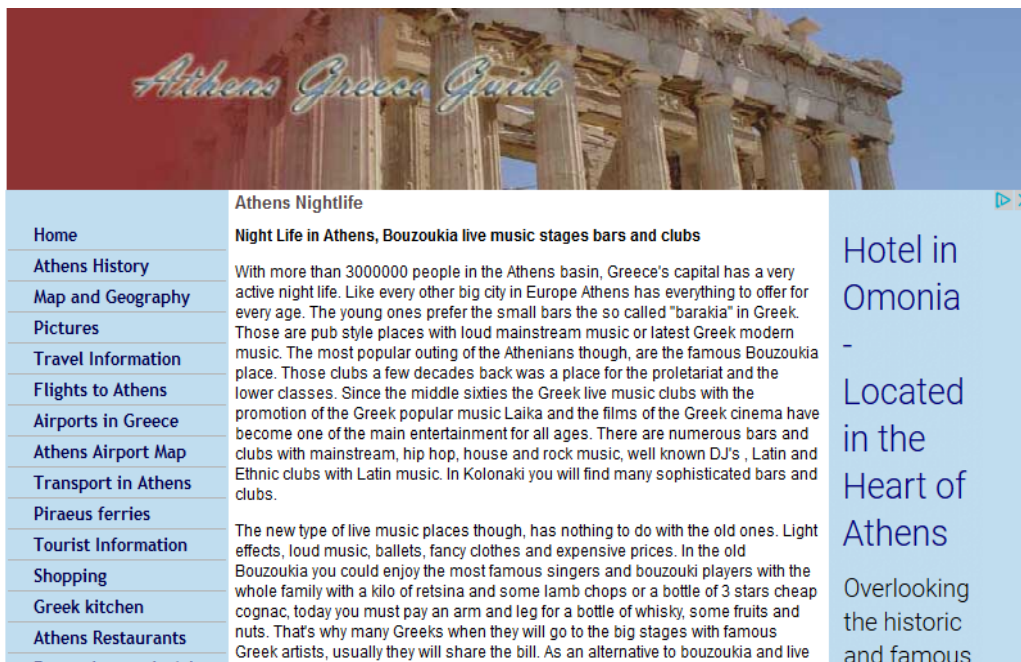
Shopping

Athens is a paradise for shopping, all kind of shops are to be found in the most famous shopping areas of Athens the Ermou street, Aiolou street and in the area of Kolonaki. For books and music instruments the Solonos and Academias street. Many shops are on the two main streets that heading to the Parliament square Panepistimiou and Stadiou. But the most famous market place for the tourist is Monastiraki and the flea market. Worth of a visit is the Athens market at Athinas street and the small shops at Evrypidou street.

Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.org/>

Η αρχική σελίδα σε ένα λευκό φόντο με πολύ μικρή γραμματοσειρά και ατελείωτο κείμενο, επίσης οι σύνδεσμοι στο τέλος της αρχικής σελίδας δεν είναι ενεργοί, δεν παραπέμπουν δηλαδή σε επιπλέον πληροφορίες.

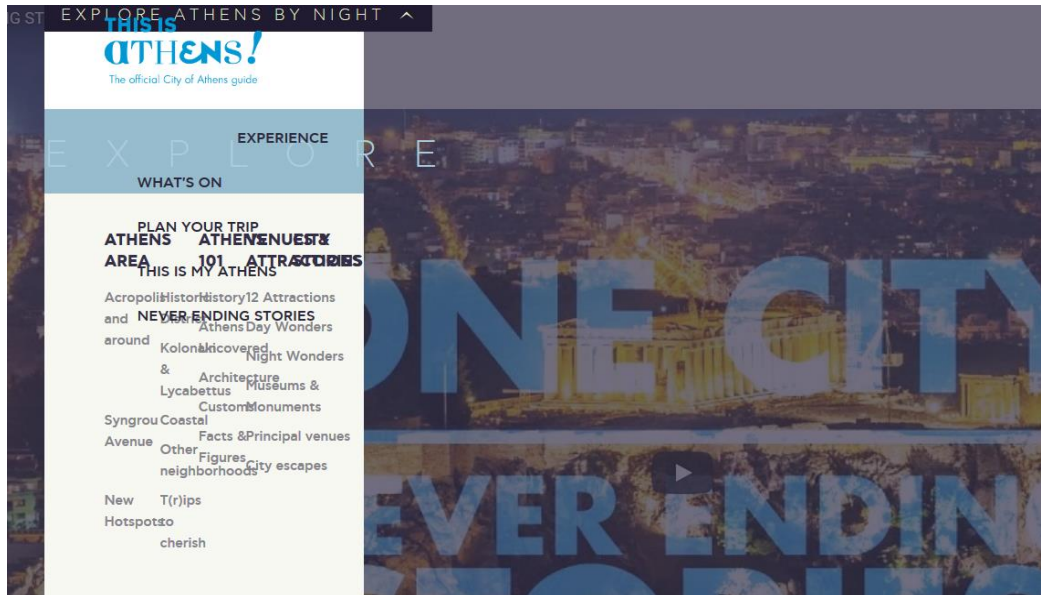
Η ύπαρξη ενός κεντρικού μενού υπάρχει και εδώ, με την διαφορά ότι κάθε σύνδεσμο σε μεταφέρει σε μια επόμενη σελίδα που κυρίως έχει κείμενο και πληροφορίες οι οποίες δεν είναι ανανεωμένες. Παρατηρούμε ακόμα ότι το αρχικό μενού δεν υπάρχει πλέον στην κορυφή της σελίδας αλλά στο πλάι αριστερά.



The screenshot shows the 'Athens Greece Guide' website. The main content area is titled 'Athens Nightlife' and contains text about the city's vibrant night life, mentioning bouzoukia, bars, and clubs. A sidebar on the right lists various categories like 'Hotel in Omonia', 'Located in the Heart of Athens', and 'Overlooking the historic and famous'. A navigation menu is visible on the left side of the page.

Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.org/>

Η επόμενη σελίδα έχει τίτλο this is Athens, <http://www.thisisathens.org/>

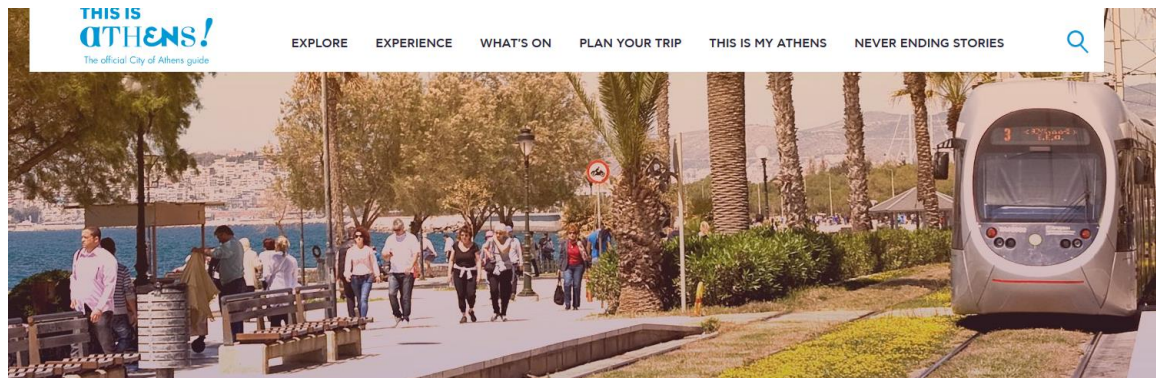


Ιστοσελίδα: <http://www.thisisathens.org/>

Η αρχική της σελίδα είναι τελείως λάθος σημείνη το μενού ανοίγει πάνω στις ενότητες, η φωτογραφία που έχει ως φόντο καλύπτει το μενού και δεν είναι δυνατό να διακρίνουμε τίποτα.



Ιστοσελίδα: <http://www.thisisathens.org/>



Home / Plan your trip / Getting Around / Public Transport

PUBLIC TRANSPORT



The Athens public transportation network offers you a wide variety of routes, combining many different means, namely the metro, railway, buses, trolleybuses and trams. With a 1,40€ ticket you can move around using one or more means of transport within 1 hour and 10 minutes. You can buy tickets from all metro and train stations as well as from the kiosks on the streets. Alternatively, you can inquire about day or 3 day & 5 day passes that offer public transport at a discounted rate.

Ιστοσελίδα: <http://www.thisisathens.org/>

Παρά την κακή δομή της πρώτης σελίδας που είναι πιθανό να μην οδηγήσει σε περεταίρω περιήγηση, η σελίδες των ενότητων έχουν καλύτερη δομή καθαρή εικόνα και χρήσιμες πληροφορίες που βοηθούν τον επισκέπτη.

Η τελευταία περίπτωση ταξιδιωτικού οδηγού είναι αρκετά ιδιαίτερη και αξίζει να την δούμε, καθώς βγαίνει πρώτη στην αναζήτηση της λέξης κλειδί Athens guide, και είναι πιθανό να έχει αρκετούς επισκέπτες που αναζητούν πληροφορίες για την πόλη και τις επιλογές τους σε αυτήν.


Μελετώντας την δομή της μπορεί ο επισκέπτης να μην ενθουσιαστεί από το στυλ και τις φωτογραφίες ή το design της σελίδας, δίνει όμως πολύ ξεκάθαρα την πληροφορία για τις δραστηριότητες και τη θεματολογία της κάθε ενότητας, διευκολύνει τον επισκέπτη να ψάξει και να βρει αυτό που επιθυμεί.



[Greece Travel Guide](#)
[Athensguide](#)
[Greek Island Guide](#)
[Lesvos](#)
[Hotels of Greece](#)
[Turkey](#)
[Paris](#)

Athens Survival Guide







This is the index page for my Athens Survival Guide. It will give you the tools to survive and thrive in Athens, Greece and enable you to have as much fun as I do and feel as comfortable as if you have been here before. You can read about hotels, restaurants, archaeological sites, nightlife, beaches and day-trips to nearby islands and beaches and towns on the mainland. My Athens Guide may not be as high tech as some of the other travel sites but I think you will find it to be the most fun to use and probably find it to be at least as helpful as the popular guide books, except this is free. You can print out the pages you need and when you are done with them leave them for others to find. It also looks pretty good on hand held devices. I created this website in 1995 and I update it continuously. Use the menu below that will lead you to the various sub-menus on this page. This site is entirely hand-made and contains no cookies or sneaky pop-ups or tricks that make you click on something you don't want. I have put ads at the bottom of the pages to not be a distraction and only ads for my own pages or businesses I know and trust. By supporting them you not only support me, but you will probably have a safer and happier trip to Greece.



Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.com/>

Basic Athens Information

This section will get you started. It includes practical information like arriving at Venizelos Airport and getting into the city, to finding hotels in the best areas of Athens where you can walk to all the sites. It also includes recommended travel agents, using the metro and finding a good restaurant as well as the major reasons you are in Athens, which include the Acropolis, the museums and the most important archaeological sites as well as nightlife. Some of the important pages are duplicated in other sections as well.

 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">When To Go</p>	 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">Getting to Athens</p>	 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">Arrival in Athens</p>
 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">Hotels in Athens</p>	 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">Travel Agents in Athens</p>	 <p style="font-size: x-small; color: #0056b3;">Athens Restaurants</p>

Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.com/>

Παρατηρείται μια διαφοροποίηση συγκριτικά με όλες τις προηγούμενες σελίδες που εξετάσαμε, εδώ δεν υπάρχει ένα κεντρικό μενού μέσα από το οποίο γίνεται η αναζήτηση, αλλά υπάρχουν κουτάκια ενεργών συνδέσμων που το αντικαθιστούν. Μπορεί λοιπόν ο χρήστης ξεκάθαρα και εύκολα να επιλέξει αυτό που ψάχνει.

Μπαίνοντας στις υποσελίδες διαπιστώνουμε πως ο συντάκτης δίνει σωστές οδηγίες και πληροφορίες σχετικά με τον κάθε χώρο και κάνει χρήση ενεργών συνδέσμων που οδηγούν σε αναλυτικότερη παρουσίαση των χώρων, της ιστορίας τους και του τρόπου πρόσβασης σε αυτούς.

Top 10 Things to Do in Athens

G+

In answer to all those who have e-mailed me to ask what they should not miss while in Athens I have put together my own Top-10 list of the most important sites and things to do and see in the city. They may not be everybody's Top-10 and I may have cheated a little and squeezed a few more than 10 places in, but that is the nature of Athens. There are few cities in the world with more to see.



1) The Parthenon

Even if you don't care about archaeology or the fact that if it were not for the ancient Greeks you might be living in a far less civilized way, you can't come to Athens and not visit the Acropolis and see the Parthenon. Yes I know that there are actually Athenians who have never climbed the steps to see one of the wonders of the ancient world, the reason millions of people come to their city, the spectacular building that symbolizes some of the highest achievements of mankind. But that's no excuse. If you do nothing else on



Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.com/>

[Greece Travel Guide](#) | [Athensguide](#) | [Greek Island Guide](#) | [Lexvos](#) | [Hotels of Greece](#) | [Turkey](#) | [Paris](#)

The National Archaeology Museum of Athens

Booking.com [Click Here to Find Hotels in Athens with Photos, Descriptions and Guest Reviews and Help Support this Guide](#)



A Visit to see some of the Archaeological Treasures of Ancient Greece in the National Museum

Before the Athens 2004 Olympics we were among the first people to visit the newly renovated National Archaeological Museum. It was really a treat to see the ancient statues, pottery, jewelry, weapons and utensils in their new improved surroundings. Since then they have opened another wing and have hundreds if not thousands of other artifacts on display. This page will give you an idea of what is in store for you at the National Museum of Athens, one of the best, if not the best archaeology museums in the world. This should be on your list of places not to miss while in Athens, Greece. Be sure to see the Antikithira device, an ancient computer, which was on display elsewhere when I took these photos. For hours and directions to the museum visit the [Athens Museums Page](#)

Click on the first photo and begin your tour.

				
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Ιστοσελίδα: <http://www.athensguide.com/>

Παρά την αρχική εντύπωση που μπορεί να προκαλεί ο συγκεκριμένος οδηγός, πρόκειται για μία λεπτομερή δουλειά με σωστή ροή πληροφοριών και κατανοητή δομή. Ο χρήστης της σελίδας μπορεί να βρει εύκολα την πληροφορία για αυτό που επιθυμεί ή ψάχνει.

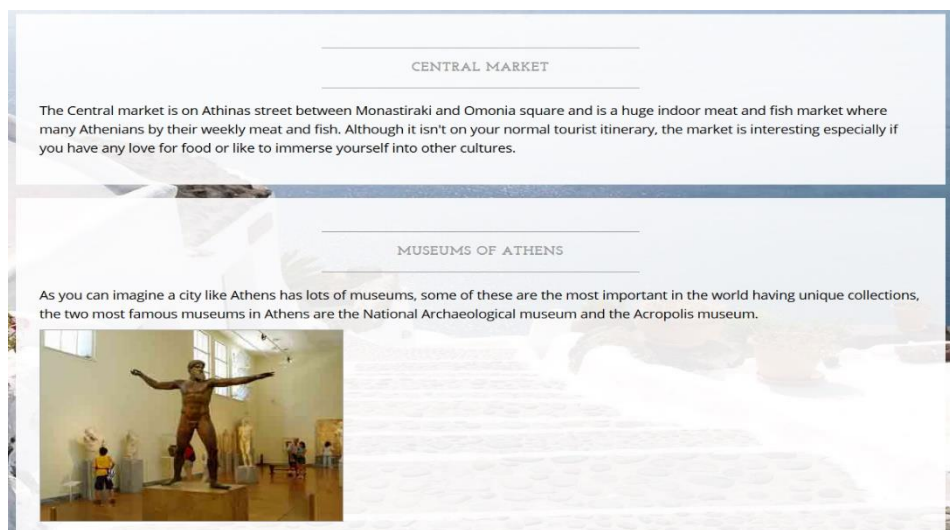
Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Τέλος θα δούμε μια πολύ απλή προσέγγιση ταξιδιωτικού οδηγού χωρίς ιδιαίτερη προσπάθεια. Λίγες φωτογραφίες και πληροφορίες χωρίς συγκεκριμένη κατανομή και λογική. Το μενού δεν εμφανίζεται με την μορφή κατηγοριών αλλά η κάθε ξεχωριστή ενότητα παρουσιάζεται ως αυτόνομη χωρίς περαιτέρω επιλογές.



Ιστοσελίδα: <http://www.athens-greece-guide.com/index.htm>

Χαρακτηριστικό παράδειγμα λανθασμένου στησίματος καθώς το κείμενο δεν είναι στοιχισμένο με τις φωτογραφίες, ο επισκέπτης αφού επιλέξει μια ενότητα από το αρχικό μενού, μεταφέρεται σε αυτήν και ακολουθεί κείμενο με λίγες πληροφορίες.



Ιστοσελίδα: <http://www.athens-greece-guide.com/index.htm>

[Homepage](#) | [Athens](#) | [Peloponnese](#) | [Epirus](#) | [Cyclades](#) | [Saronic Gulf](#) | [Ionian Islands](#) | [Ancient sites](#) | [Contacts](#)

The Weather in Greece



The Parthenon on the Acropolis of Athens.

Weather in Greece.

The table below gives you some statistics of the average weather in Athens through out the year.

Average temperatures in Greece

Month Average	Min Temp Average	Max Temp Average	Average Sunlight (hours)	Average Rainfall in mm
January	7 C	13 C	4	62 mm
February	7 C	14 C	5	38 mm
March	8 C	16 C	6	38 mm
April	12 C	20 C	8	23 mm
May	16 C	26 C	9	23 mm
June	20 C	30 C	11	15 mm
July	23 C	34 C	12	4 mm
August	23 C	33 C	12	6 mm
September	19 C	29 C	19	15 mm
October	15 C	24 C	7	50 mm
November	12 C	19 C	5	55 mm
December	9 C	15 C	4	70 mm

Ιστοσελίδα: <http://www.athens-greece-guide.com/index.htm>

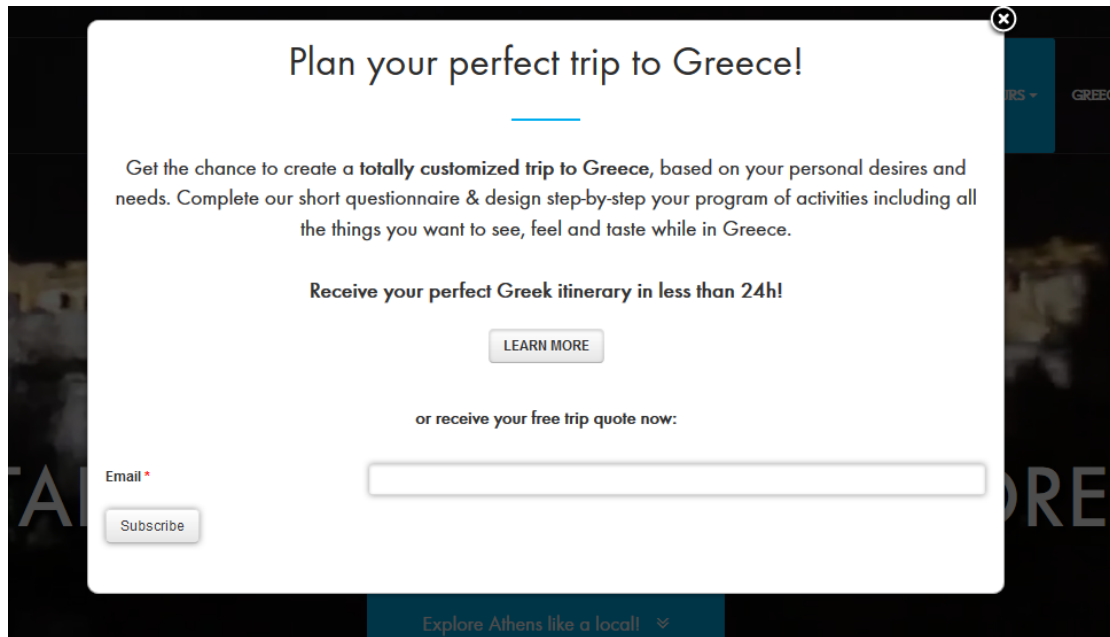
Αν κάποιος θέλει να ενημερωθεί από την συγκεκριμένη σελίδα για τον καιρό δεν θα δει μια πρόβλεψη του καιρού μέσω κάποιου συνδέσμου, αλλά θα βρεθεί σε μια σελίδα με μια αυθαίρετη προσέγγιση για τον καιρό στην Ελλάδα.

Σε όλες τις επιλογές που παρουσιάζονται στο αρχικό μενού ακολουθείται η ίδια λογική, εισέρχεται ο επισκέπτης στην σελίδα, ακολουθεί κείμενο με μερικές φωτογραφίες χωρίς επιπλέον επιλογές ή προτάσεις όπως είδαμε σε προηγούμενους ταξιδιωτικούς οδηγούς.

Στην συνέχεια της έρευνάς μας θα μελετήσουμε τις περιπτώσεις των ταξιδιωτικών οδηγών μέσω των οποίων ο χρήστης μπορεί να αγοράσει και υπηρεσίες, όπως ξεναγήσεις, μονοήμερες ή πολύ ήμερες εκδρομές, κ.α.

Η συγκεκριμένη ενότητα είναι ένα πολύ βασικό κομμάτι της παρούσας διπλωματικής εργασία καθώς κάτι παρόμοιο αλλά διαφοροποιημένο θα προσπαθήσω να υλοποιήσω, επομένως η μελέτη παρόμοιων εγχειρημάτων θα με βοηθήσει να αποφύγω λάθη που πιθανός έχουν γίνει αλλά και να αντλήσω έξυπνες ιδέες που θα έχουν εφαρμοστεί, επιπλέον μέσα από τη μελέτη του ανταγωνισμού μπορεί να βρεθεί το σημείο διαφοροποίησης.

Θα ξεκινήσω την έρευνα με την περίπτωση μιας Ελληνικής προσπάθειας, πρόκειται για την σελίδα [Greekingme.com](https://www.greeking.me/) : <https://www.greeking.me/>, η οποία εντάχθηκε στο πρόγραμμα egg ως καινοτόμος ιδέα. Εισερχόμενος στην σελίδα ανοίγει ένα αναδυόμενο παράθυρο το οποίο σε προτρέπει να φτιάξεις ένα πρόγραμμα εξατομικευμένο και πέρα από τα συνηθισμένα.



Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Πατώντας στο κουμπί "LEARN MORE" μας μεταφέρει σε ένα μενού στο οποίο συμπληρώνουμε στοιχεία σχετικά με την άφιξή μας, την διάρκεια του ταξιδιού κτλ.

A travel experience for you & you only

As a modern traveler, you want to live an authentic, **like-a-local experience**, to avoid the tourist traps and enjoy the **real vibe** of Greece. By choosing a tailored travel experience, you can create a customized trip based on your desires and needs. We will step-by-step design your program of activities including all the things you want to see, feel and taste while in Greece.

1 Travel Information 2 Personality 3 Places 4 Final info Next >

About you & your trip

Before we start, let us know you better.

How many people are travelling?

Are there any children under 12?

Date of your arrival?

How many days are you going to stay?

Are you visiting Athens for the 1st time? Yes No

Do you need airport / port transfer?

Do you need accommodation? If yes, what kind?

Is English ok for you? Yes No

If no, please specify language:

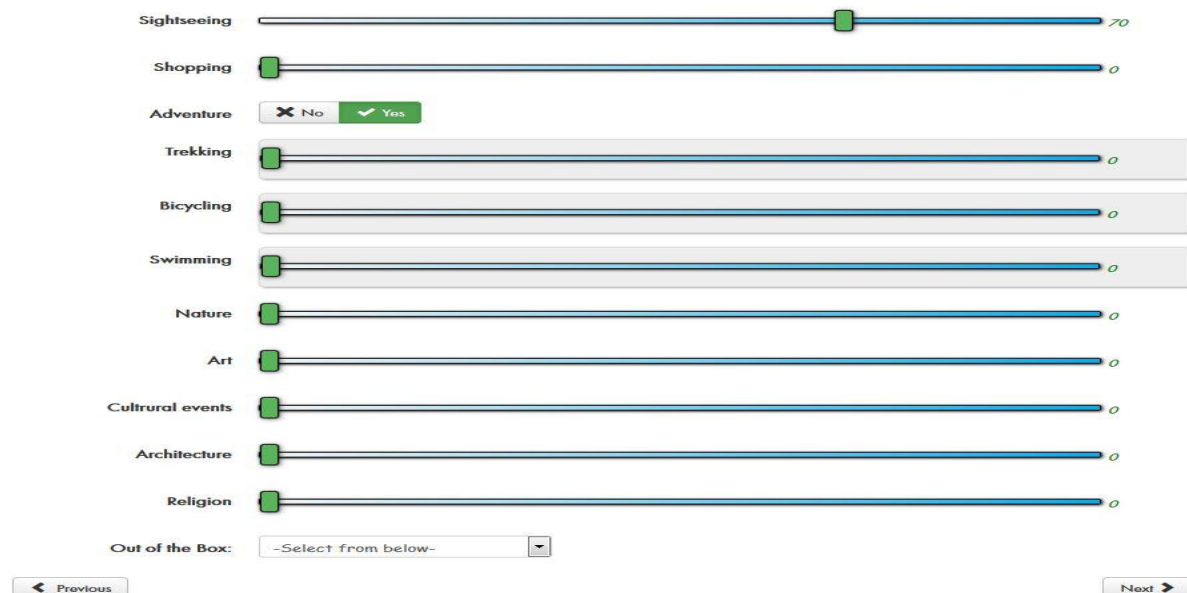
Next >

Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Στην επόμενη σελίδα γίνεται μια βαθμονόμηση των προτιμήσεων μας σχετική με το τι θέλουμε να δούμε, αν θέλουμε μια ποιο περιπετειώδη εμπειρία κ.τ.λ. Η ίδια λογική ακολουθείται μέχρι το τελικό στάδιο και την υποβολή του αιτήματος.

Traveler personality

What type of traveler are you? Move the bar to show us how much you like each of the following categories.



The form consists of several horizontal sliders for different travel categories. The 'Sightseeing' slider is set to 70. Other sliders for Shopping, Adventure, Trekking, Bicycling, Swimming, Nature, Art, Cultural events, Architecture, and Religion are all set to 0. There are 'No' and 'Yes' buttons for the Adventure category. At the bottom, there is a dropdown menu labeled 'Out of the Box:' with the text '-Select from below-'. Navigation buttons for 'Previous' and 'Next' are also present.

Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>



Tailored

A travel experience for you & you only

As a modern traveler, you want to live an authentic, like-a-local experience, to avoid the tourist traps and enjoy the real vibe of Greece. By choosing a tailored travel experience, you can create a customized trip based on your desires and needs. We will step-by-step design your program of activities including all the things you want to see, feel and taste while in Greece.



The form is part of a multi-step process. The current step is 'Final info'. It includes a text area for 'Anything else we should know?' and several required fields: 'Your name *', 'Participant ages *', 'Your e-mail address *', and 'Your Country *'. Red error messages indicate that these fields are required or contain invalid information. A 'Submit' button is located at the bottom right. Navigation buttons for 'Previous' and 'Submit' are also present.

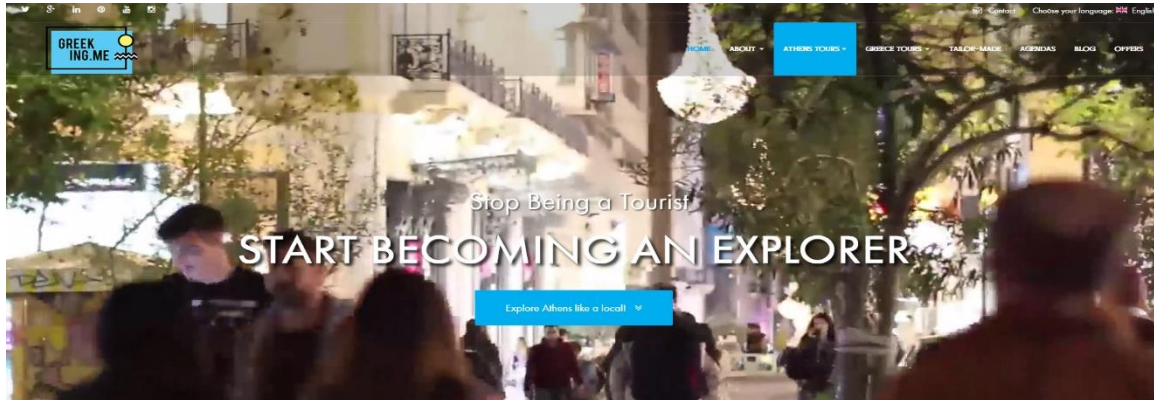
Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Είναι μια πάρα πολύ ωραία ιδέα, πρωτότυπη και προσαρμοσμένη στην διαφορετική ανάγκη του κάθε επισκέπτη.

Παρακάτω θα δούμε την διάρθρωση της αρχικής σελίδας, στην οποία την θέση της φωτογραφίας στην αρχική οθόνη κατέχει ένα βίντεο με διάφορες εικόνες από την

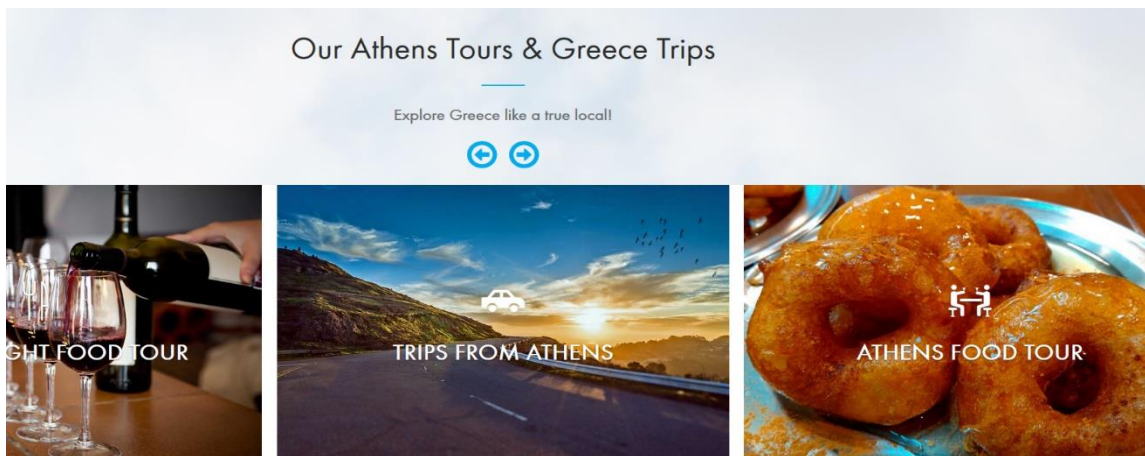
Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Αθήνα και την πλάκα. Το μενού παρουσιάζεται στην αρχική σελίδα με απλή και κατανοητή λογική στην κατηγοριοποίηση. Αξιοσημείωτη είναι η παρουσία της ενότητας “tour reviews”, αλλά και του blog., τόσο για λόγους πληροφόρησης αλλά και για τεχνικούς λόγους που θα αναλυθούν παρακάτω.



Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Η συνέχεια της πρώτης σελίδας επίσης με ξεκάθαρη στόχευση, προτείνει στον επισκέπτη διάφορες δράσεις προκειμένου να βιώσει την εμπειρία όσο πιο αυθεντικά γίνεται.

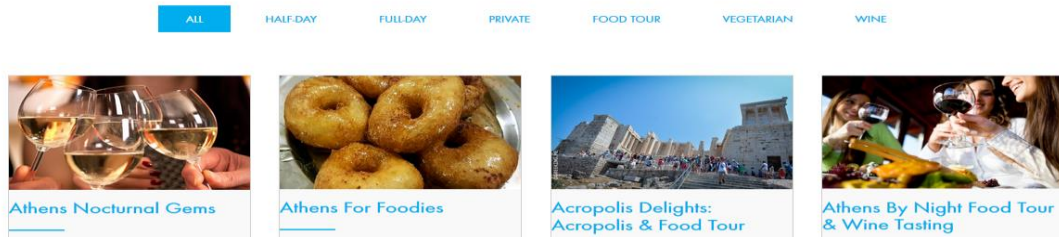


Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Εισερχόμενος ο χρήστης σε κάποια ενότητα θα βρει διάφορες επιλογές χωρισμένες σε χρονική διάρκεια και όχι όλες μαζί σε μια σελίδα αναμειγμένες ακαθόριστα.



Explore the long culinary tradition of Greece by tasting & cooking the most delicious recipes!



Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Τέλος πολύ σημαντική είναι η παρουσία τόσο του Blog, το οποίο βοηθάει μεν στην ενημέρωση των χρηστών, ανεβάζει δε την σελίδα σε υψηλότερες θέσεις στα οργανικά αποτελέσματα της google, όσο και της ενότητας Tour reviews μέσω της οποίας οι χρήστες ενημερώνονται για την άποψη και την εμπειρία προηγούμενων ταξιδιωτών, είναι πολύ πιθανό λοιπόν να εμπιστευθούν κάποιο από τα προτεινόμενα πακέτα, επίσης πολύ σημαντική για την αξιοπιστία της σελίδας και την διασφάλιση των συναλλαγών είναι η συνεργασία με φερέγγυες εταιρίες όπως τονίζεται στο τέλος της σελίδας.



Thursday, 07 September 2017 14:31

A guide to the Stavros Niarchos Foundation Cultural Centre



Blog Live Search

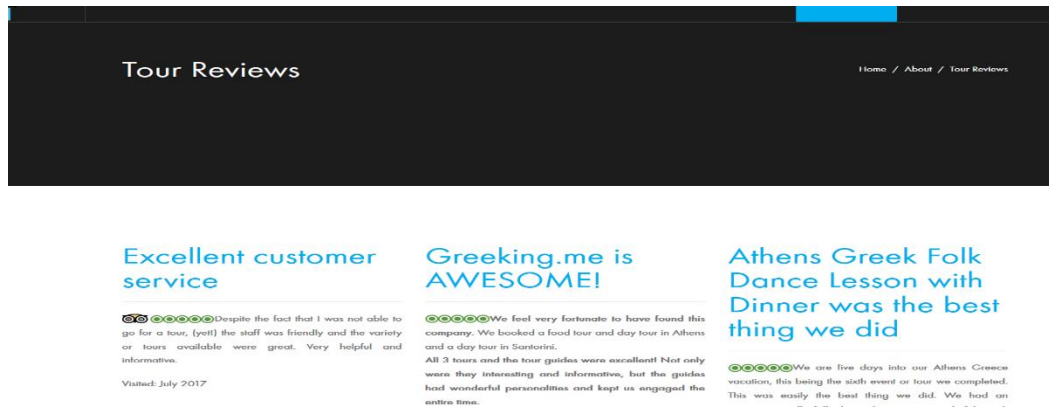
Enter a keyword...

Blog Categories

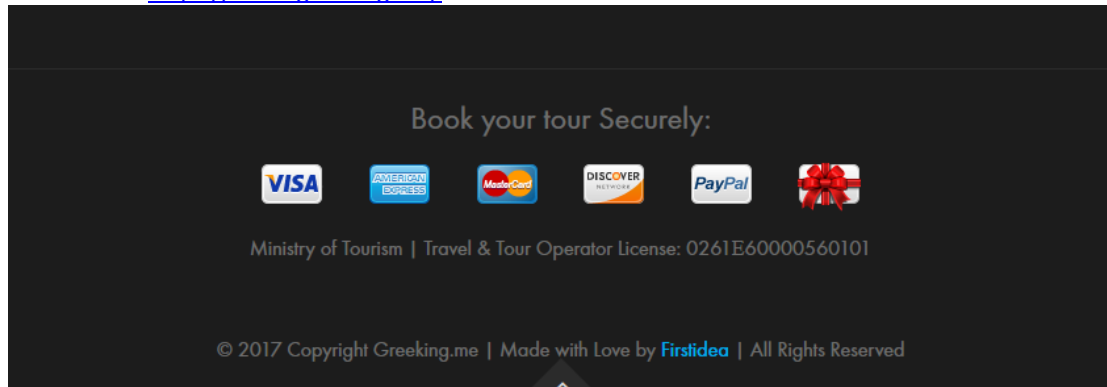
Blog (1)

Visiting Athens (32)

Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

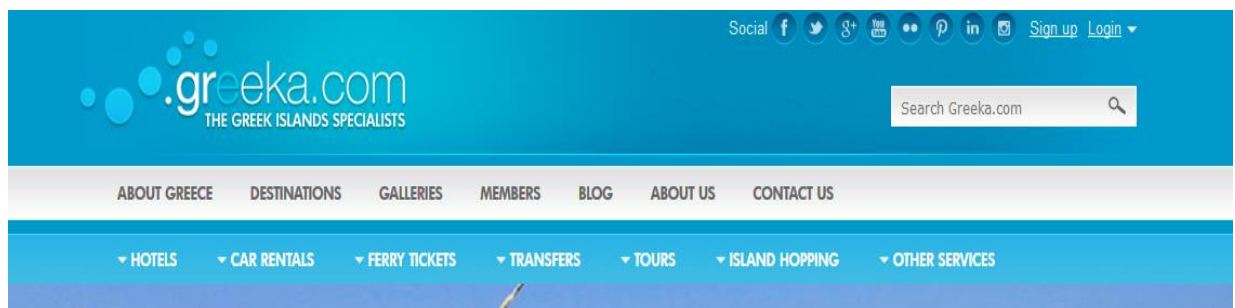


Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>



Ιστοσελίδα: <https://www.greeking.me/>

Ο επόμενος ταξιδιωτικός οδηγός είναι επίσης μια Ελληνική προσπάθεια, που έχει δώσει περισσότερη έμφαση στο ενημερωτικό κομμάτι. Πρόκειται για το Greka.com <http://www.greka.com/>




Ιστοσελίδα: <http://www.greka.com/>

Από τις σελίδες που έχουμε εξετάσει μέχρι τώρα, αλλά και αυτές που θα μελετηθούν παρακάτω θεωρώ πως ο συγκεκριμένος οδηγός έχει το πιο πλήρες μενού στην αρχική σελίδα, καθώς χωρίζει τις ενότητες σε δυο επίπεδα, το πρώτο αφορά πληροφορίες σχετικά με την Ελλάδα, τους προορισμούς, φωτογραφίες, blog και το δεύτερο αφορά την αγορά η αγορά υπηρεσιών, η οποία περιλαμβάνει από ξενοδοχεία μέχρι ενοικιάσεις σκαφών. Σε μια πολύ απλή και κατανοητή κατηγοριοποίηση που διευκολύνει το χρήστη να βρει αυτό που θέλει.

[ABOUT GREECE](#) [DESTINATIONS](#) [GALLERIES](#) [MEMBERS](#) [BLOG](#) [ABOUT US](#) [CONTACT US](#)

[HOTELS](#) [CAR RENTALS](#) [FERRY TICKETS](#) [TRANSFERS](#) [TOURS](#) [ISLAND HOPPING](#) [OTHER SERVICES](#)

Other services in Greece & the Greek Islands



We offer a large range of **travel services** in order to make your holiday an unforgettable experience. We can customize your travel according to your needs. We are a certified company by the Greek National Tourism Organization.

Why book with us?

- ✓ We are licensed by the Greek National Tourism Organization.
- ✓ Immediate support via phone or mail.
- ✓ We organize the vacations of thousands of tourists every year.

[Hotels' offers](#)

[Cruises](#)

[Self drive tours](#)

[Weddings](#)

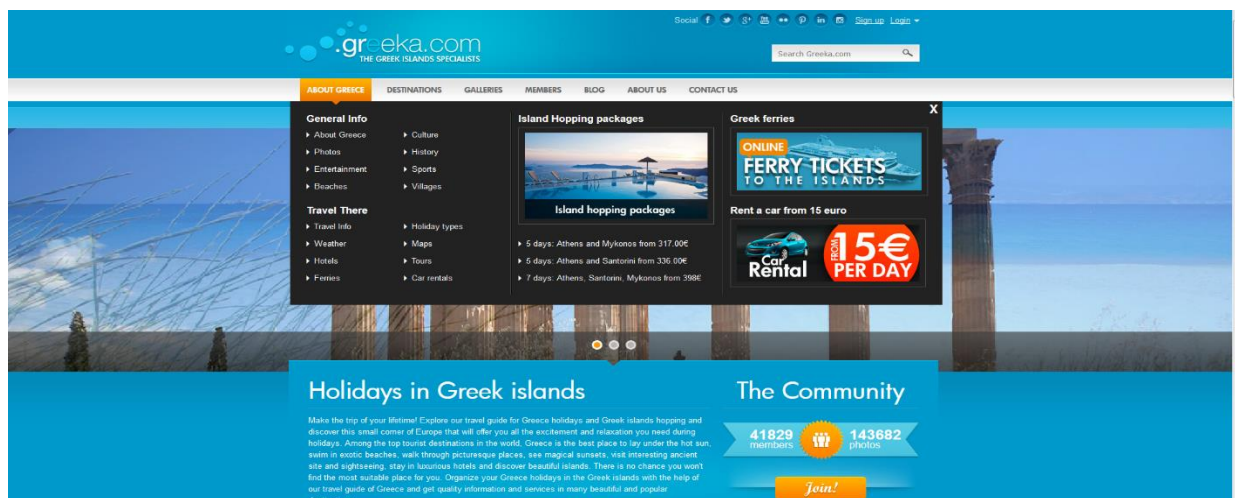
[Tailor made travel](#)

[Yacht rentals](#)

[Incentive travel](#)

[Honeymoon](#)

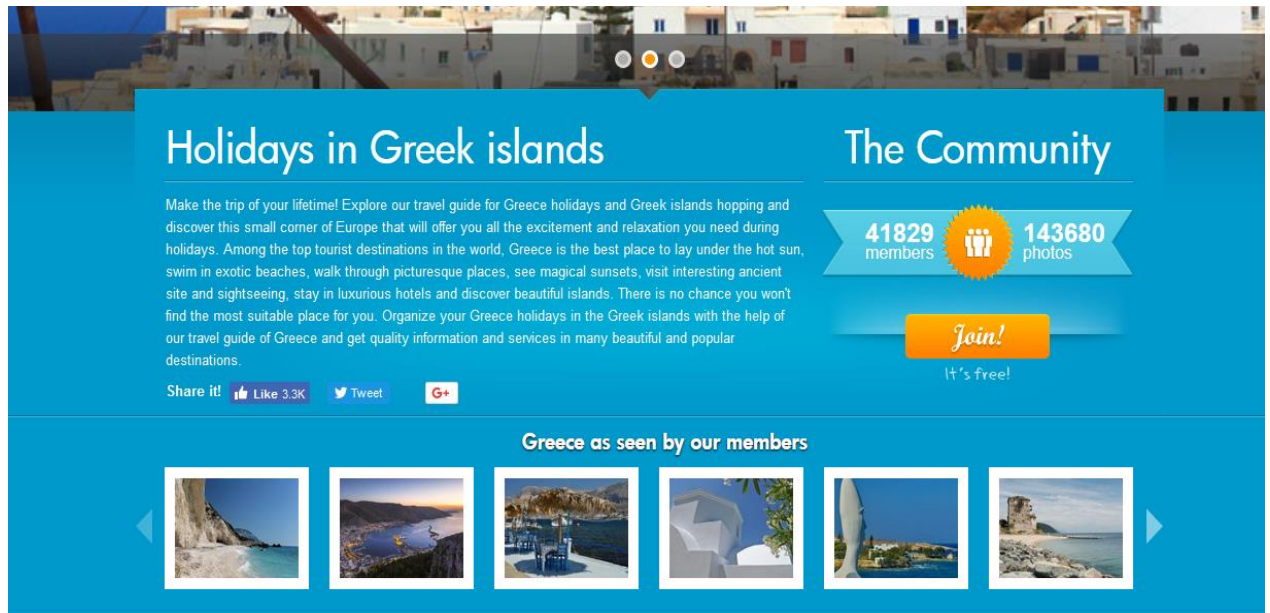
Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/>



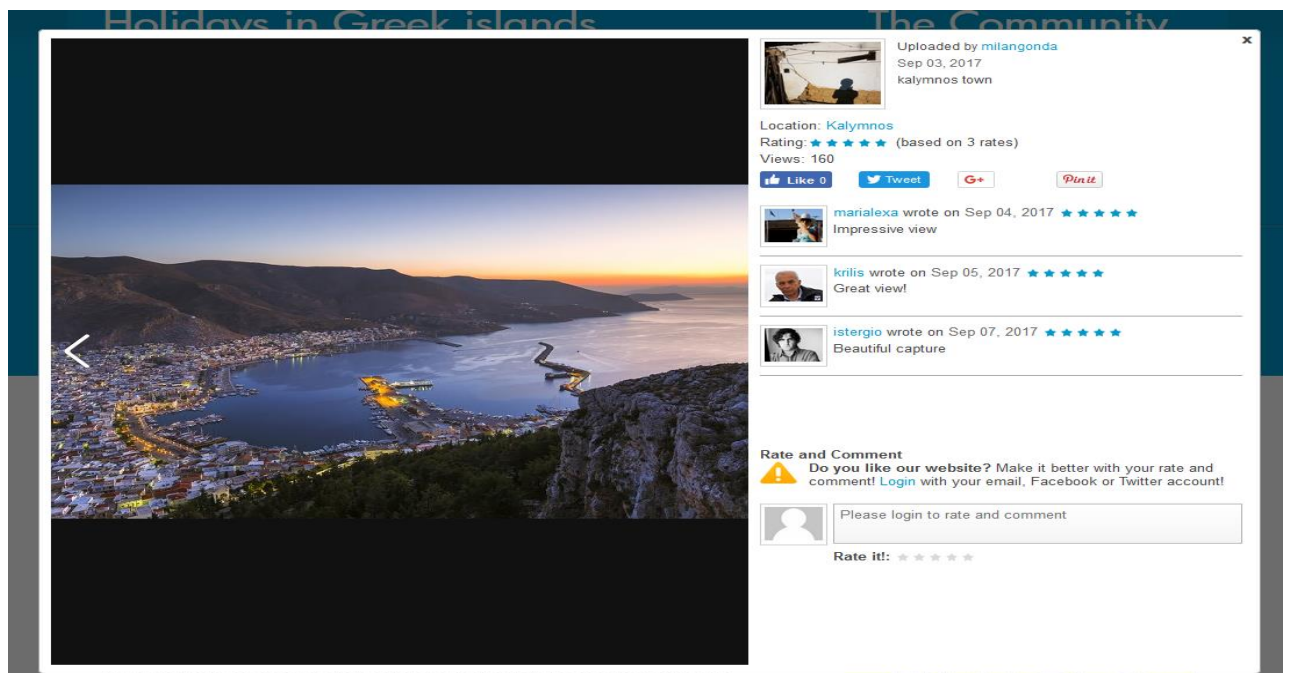
The screenshot shows the homepage of greeka.com. The navigation menu includes: ABOUT GREECE, DESTINATIONS, GALLERIES, MEMBERS, BLOG, ABOUT US, CONTACT US. There is a search bar and social media icons. The main content area features several promotional banners: 'Island hopping packages' with a price of 5 days Athens and Mykonos from 317,00€, 'Greek ferries' with 'ONLINE FERRY TICKETS TO THE ISLANDS', and 'Car Rental' with 'Rent a car from 15 euro' and '5€ PER DAY'. Below these are sections for 'Holidays in Greek islands' and 'The Community' which displays 41829 members and 143882 photos.

Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/>

Στην συνέχεια δίνεται η πληροφορία ότι η σελίδα έχει 41829 μέλη τα οποία έχουν ανεβάσει ένα μεγάλο αριθμό φωτογραφιών, οι οποίες παρουσιάζονται ακριβώς από κάτω στην ενότητα “Greece as seen by our members” , εκεί εκτός από το φωτογραφικό υλικό υπάρχουν κριτικές των μελών για τα μέρη που επισκέφθηκαν. Το κομμάτι αυτό δεν το έχουμε συναντήσει σε κανέναν άλλο ταξιδιωτικό οδηγό στην αρχική σελίδα ούτε υπό αυτή τη μορφή. Η ύπαρξη του όμως προσδίδει κύρος και δημιουργεί εμπιστοσύνη στον επισκέπτη. Τέλος εκτός από τους κλασικούς προορισμούς εδώ υπάρχουν φωτογραφίες από ποικίλα Ελληνικά νησιά τα οποία αξίζει να προωθηθούν πέραν των κλασικών προορισμών.



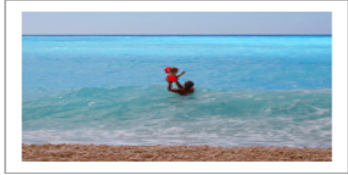
Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/>



Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/>

Εισερχόμενος ο χρήστης σε μια από τις ενότητες της σελίδας βρίσει άμεσα τις πληροφορίες που αναζητά, οι οποίες είναι τοποθετημένες με εμφανέστατο τρόπο και όχι κρυμμένες σε κάποιο υπομενού. Παρακάτω θα δούμε την δομή της σελίδας στην ενότητα "About Greece/travel info".

Who travels there?



The country attracts in average **16-18 millions of tourists every year**, while in record years this number may reach 20 million tourists. Visitors in Greece cover all categories and ages. There are families with kids searching for a relaxing beach destination, couples or honeymooners on romantic holidays, teenagers and youth looking for long party nights or history lovers on archaeological tours. In every case, a trip to Greece is a dream come true for everyone. The natural beauty, the reviving sun light and the rich culture open an entire new

world to visitors. Even celebrities travel in Greece in summer, while many of them have holiday homes in the Greek islands.

Preparing your travel

Information you need to know before organizing your Greece travel:

- ▶ [Passports & Visas](#)
- ▶ [Greek Tourism Offices](#)
- ▶ [101 list of things to know](#)
- ▶ [Travel formalities](#)
- ▶ [Health](#)
- ▶ [Pdf travel guides](#)
- ▶ [Embassies](#)
- ▶ [Money](#)

How to get there?

The [transportation](#) for your holidays in Greece is something you should not worry about, as this is one of the most easy-to-reach destinations.

Get there by plane: Obviously the fastest and easiest way to travel to Greece is by plane, especially if you live in Europe. Many international air companies have regular flights to Athens and in tourist season there are many [flights](#) to Greek islands.

Get there by ferry: There are [ferry companies](#) operating between Italy and Greece all year round. Particularly there are ferries from Trieste, Venice, Ancona, Bari and Brindisi in Italy to Patra, Igoumenitsa, Corfu and Kefalonia in Greece, facilitating European visitors who want to come to Greece with their car.

- ▶ [Greece accommodation](#)
- ▶ [Ferries](#)
- ▶ [Cars](#)
- ▶ [Flights](#)
- ▶ [Trains](#)
- ▶ [Transfers](#)
- ▶ [Airports](#)
- ▶ [Buses \(Ktel\)](#)
- ▶ [Conferences](#)

Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/greece-travel/>

Αξίζει να παρατηρήσουμε εδώ πως η σελίδα χρησιμοποιεί τον κενό χώρο για να διαφημίσει δικές της υπηρεσίες με σχετικά banners τα οποία μεταφέρουν το χρήστη απευθείας στην αναφερόμενη σελίδα αγοράς της υπηρεσίας,

Travel guide to 90 destinations



Our Greece travel guide will help you organize your holidays in some of the most beautiful Greek islands and mainland destinations. We propose travel guides to many popular destinations with photos, best beach resorts, interesting sightseeing and local activities. Do you not know where to go? Find your [Destinations by area](#) or select your holiday location from the list.

Select your destination:

Don't know where to go?

You will find below some sections that can help you find destinations according to your criteria. Alternatively, you can browse our travel guides for 90 [Greek islands](#) and [mainland destinations](#), with photos, reviews and many information about sightseeing and beaches.

Best islands



Application: Location finder!



Best beaches in Greece



Holiday by themes



Our Services



Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/>

Τελειώνοντας την ανάλυση για τον συγκεκριμένο οδηγό, θα ήθελα να επισημάνω την προσπάθεια δημιουργίας εμπιστοσύνης προς τη σελίδα, προβάλλοντας τόσο τους πιθανούς τρόπους πληρωμής σε συνεργασία με αξιόπιστες εταιρείες, όσο και την διασφάλιση των συναλλαγών σε αυτήν.

1 day cruise in the Greek Islands with Greeka

[→ Send your request](#)

▶ [Who is Greeka](#) ▶ [Read Reviews](#) about the quality of our travel services.



Accepted Payments



Secured Server by

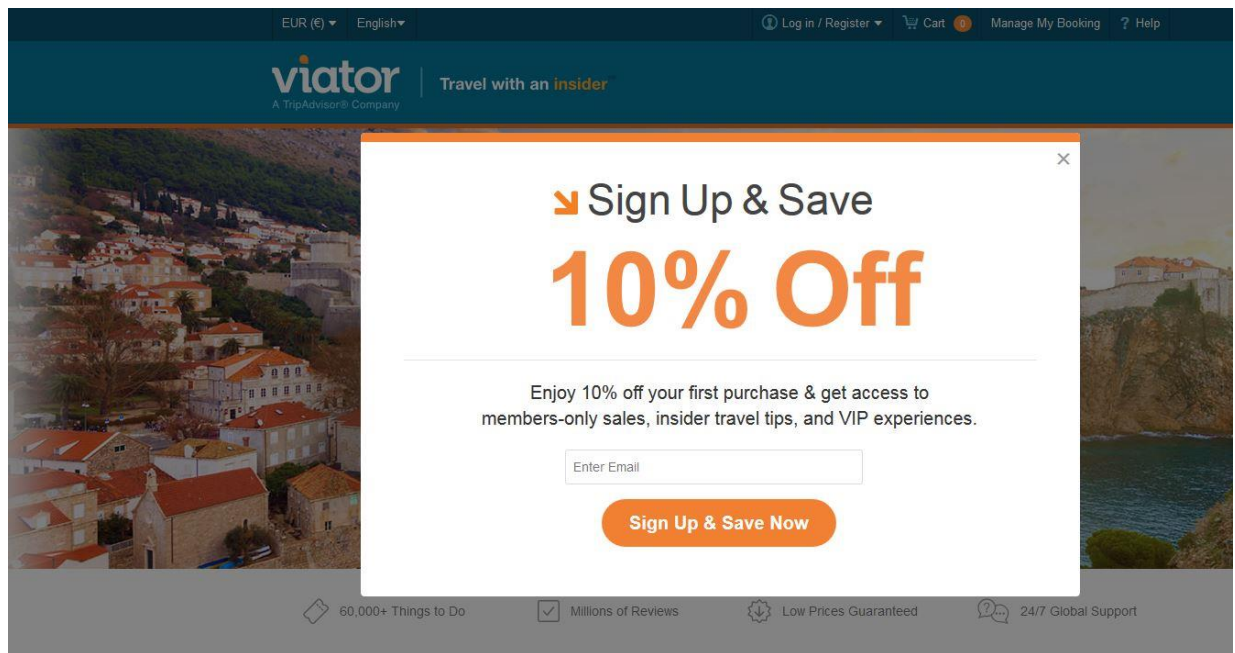


Why booking with us?

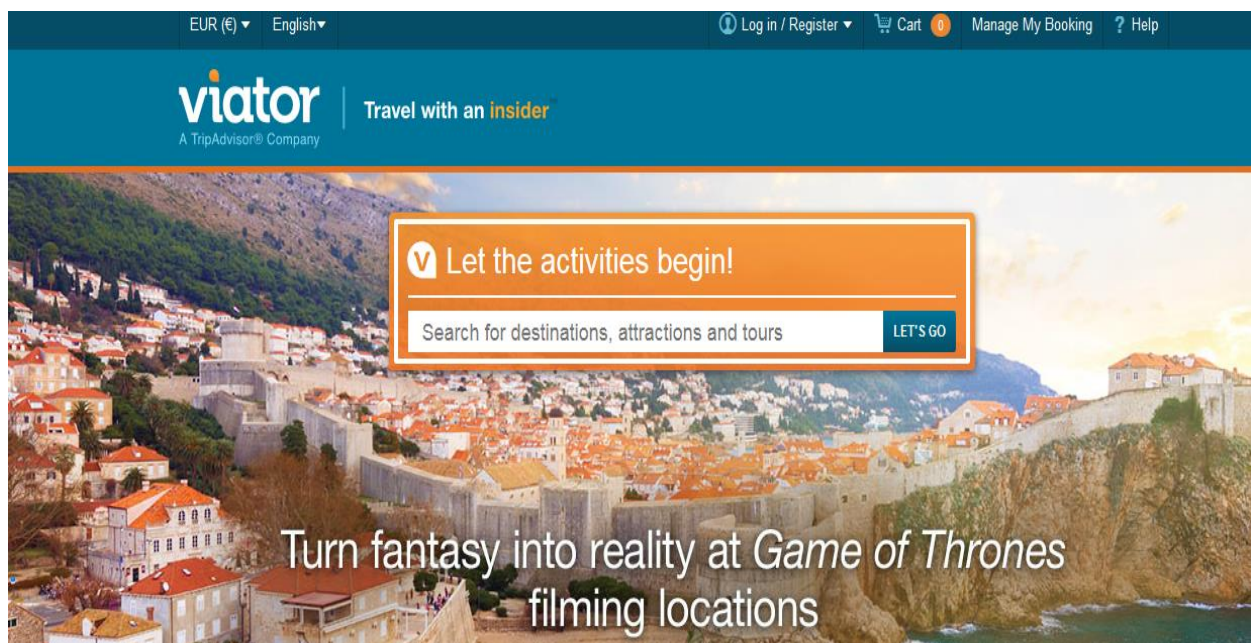
Ιστοσελίδα: <http://www.greeka.com/greece-cruises/hydra-poros-aegina-cruise.htm>

Στο τελευταίο κομμάτι αυτής της ενότητας θα δούμε την λογική των ξένων σελίδων που δρουν στην Ελληνική αγορά και μάλιστα επενδύοντας σημαντικά χρήματα στη διαφήμιση προκειμένου να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις των αποτελεσμάτων της google. Ας δούμε παρακάτω τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα.

Η σελίδα viator.com στην αρχική της εμφανίζει ένα μενού αναζήτησης της πόλης που πρόκειται να επισκεφθεί, για το χρήστη που μπαίνει απευθείας στη σελίδα, αφού πρώτα του έχει δώσει μια προσφορά έκπτωσης 10% προκειμένου να εγγραφεί μέλος. Κουπόνι προσφοράς παρατηρήθηκε μόνο κατά την περίοδο του Σεπτεμβρίου και όχι κατά τους μήνες του καλοκαιριού.



Ιστοσελίδα: <https://www.viator.com/>



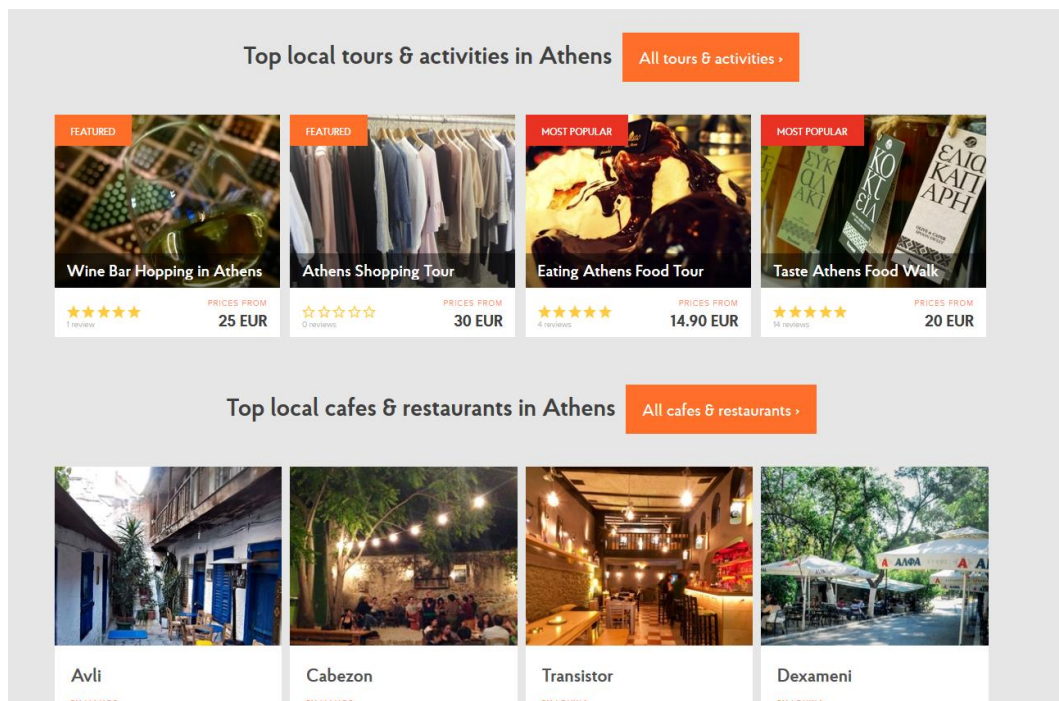
Ιστοσελίδα: <https://www.viator.com/>

Αντιθέτως σε περίπτωση που γίνει αναζήτηση στη google όπως για παράδειγμα με τις λέξεις κλειδιά "things to do in Athens", η σελίδα που θα επιλέξουμε μας προβάλλει απευθείας την πόλη που αναφέραμε και αμέσως μετά προβάλλει τις παρεχόμενες υπηρεσίες.



Ιστοσελίδα: <https://www.getyourguide.com>

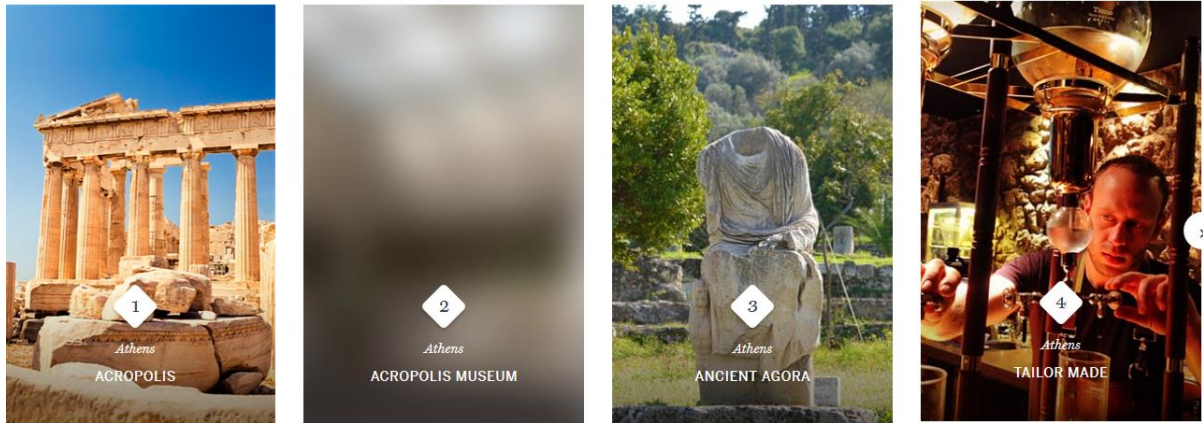
Αντίστοιχα η ίδια λογική συναντάται και στην σελίδα “ www.likealocalguide.com/athens”, στην αρχική σελίδα υπάρχει το μενού και παρακάτω στη σελίδα μας παρουσιάζει, με βάση την κριτική των χρηστών τις κορυφαίες επιλογές.



Ιστοσελίδα: <https://www.likealocalguide.com/athens>

Άλλη μία περίπτωση από την σελίδα www.lonelyplanet.com η οποία στην αρχική σελίδα παρουσιάζει τις επιλογές που έχει ο επισκέπτης.

Top experiences in Athens



Ιστοσελίδα: <https://www.lonelyplanet.com/greece/athens>

Αν ο χρήστης θελήσει να δει όλες τις επιλογές που έχει μεταφέρεται στη σελίδα με όλες τις υπηρεσίες. Εδώ υπάρχει η δυνατότητα κατηγοριοποίησης ανάλογα με τον τύπο δραστηριότητας, την ημερομηνία και το είδος της εμπειρίας που αυτός επιζητεί. Αξίζει να σημειώσουμε πως η σελίδα διαθέτει 344 δυνατές δραστηριότητες!

athens 344 activities found

Enter your dates to find available activities:

from

to

Check Availability

Categories

- Tours
- Activities
- Culinary & Nightlife

Destinations

- Greece

Languages

Duration

Services

Athens: The Acropolis Museum Admission Ticket
 ★★★★★ 39 Reviews **LIKELY TO SELL OUT**
 Visit the New Acropolis Museum, founded in 2009 to exhibit all major finds from the Sacred Rock and its foothills. Divided into 4 main galleries, the...
 ⌚ Duration: 2 hours From €7

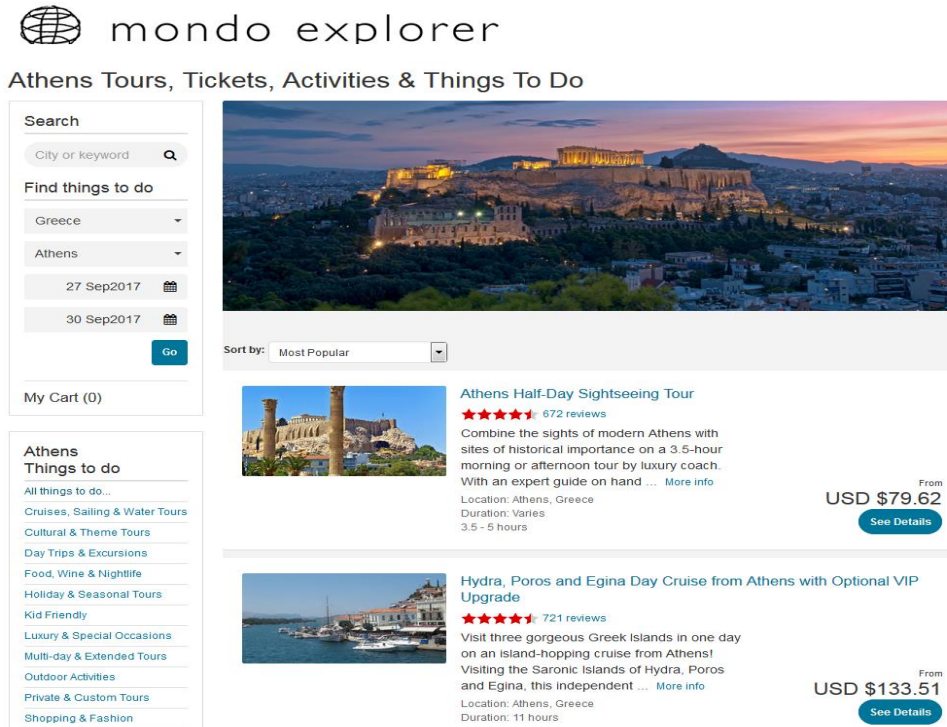
Athens: The Acropolis Entry Ticket and Welcome Walk
 ★★★★★ 24 Reviews **BESTSELLER**
 Take a short welcome walk from Monastiraki square, through the Plaka district, to the Acropolis of Athens! Get orientation and tips from a local and...
 ⌚ Duration: 30 minutes From €34

Athens, Piraeus and Beaches Hop-On Hop-Off Bus
 ★★★★★ 117 Reviews **BESTSELLER**
 Discover Athens, the Port of Piraeus and the beaches of the Athenian Riviera at your own pace with a hop-on and hop-off ticket for 5 different bus...
 ⌚ Duration: 2 days From €13

Athens: Acropolis Walking Tour
 ★★★★★ 165 Reviews **BESTSELLER**
 Visit the Athens Acropolis and explore the fascinating world of Ancient Greece on a 1.5-hour walking tour. Discover the UNESCO-listed archaeological...
 ⌚ Duration: 1.5 hours From €29

Ιστοσελίδα: <https://www.getyourguide.com/s/?q=athens>

Τέλος η σελίδα Mondo explorer, ακολουθεί μια διαφορετική λογική, ο χρήστης επιλέγει ημερομηνία και προορισμό και το μενού παρουσιάζεται αριστερά στην οθόνη. Ακόμα και αν επιλέξει να δει πληροφορίες για κάποιο μνημείο, το μενού παραμένει στη σελίδα και αμέσως κάτω από τις πληροφορίες παρουσιάζονται τα διάφορα πακέτα που υπάρχουν προ πώληση



mondo explorer

Athens Tours, Tickets, Activities & Things To Do

Search

City or keyword

Find things to do

Greece

Athens

27 Sep 2017

30 Sep 2017

Go

My Cart (0)

Athens Things to do

All things to do...

- Cruises, Sailing & Water Tours
- Cultural & Theme Tours
- Day Trips & Excursions
- Food, Wine & Nightlife
- Holiday & Seasonal Tours
- Kid Friendly
- Luxury & Special Occasions
- Multi-day & Extended Tours
- Outdoor Activities
- Private & Custom Tours
- Shopping & Fashion

Athens Half-Day Sightseeing Tour

★★★★★ 672 reviews

Combine the sights of modern Athens with sites of historical importance on a 3.5-hour morning or afternoon tour by luxury coach. With an expert guide on hand ... [More info](#)

Location: Athens, Greece
Duration: Varies
3.5 - 5 hours

From **USD \$79.62**

[See Details](#)

Hydra, Poros and Egina Day Cruise from Athens with Optional VIP Upgrade

★★★★★ 721 reviews

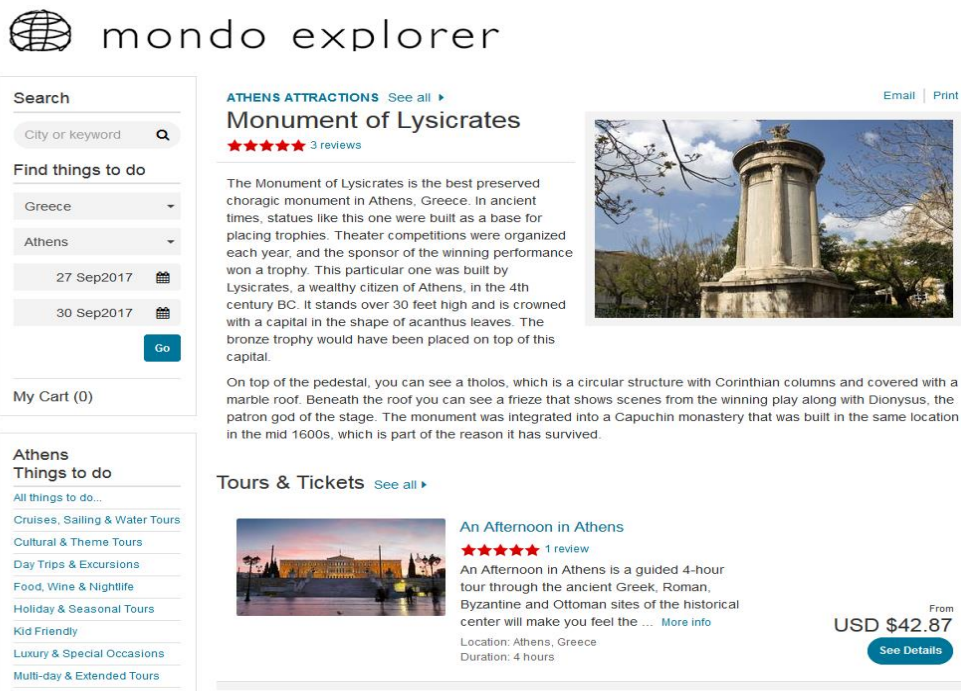
Visit three gorgeous Greek Islands in one day on an island-hopping cruise from Athens! Visiting the Saronic Islands of Hydra, Poros and Egina, this independent ... [More info](#)

Location: Athens, Greece
Duration: 11 hours

From **USD \$133.51**

[See Details](#)

Ιστοσελίδα: <https://www.partner.viator.com/en/7449/Athens/d496-ttd/from/27-09-2017/to/30-09-2017>



mondo explorer

Search

City or keyword

Find things to do

Greece

Athens

27 Sep 2017

30 Sep 2017

Go

My Cart (0)

Athens Things to do

All things to do...

- Cruises, Sailing & Water Tours
- Cultural & Theme Tours
- Day Trips & Excursions
- Food, Wine & Nightlife
- Holiday & Seasonal Tours
- Kid Friendly
- Luxury & Special Occasions
- Multi-day & Extended Tours

ATHENS ATTRACTIONS [See all](#)

Monument of Lysicrates

★★★★★ 3 reviews

The Monument of Lysicrates is the best preserved choragic monument in Athens, Greece. In ancient times, statues like this one were built as a base for placing trophies. Theater competitions were organized each year, and the sponsor of the winning performance won a trophy. This particular one was built by Lysicrates, a wealthy citizen of Athens, in the 4th century BC. It stands over 30 feet high and is crowned with a capital in the shape of acanthus leaves. The bronze trophy would have been placed on top of this capital.

On top of the pedestal, you can see a tholos, which is a circular structure with Corinthian columns and covered with a marble roof. Beneath the roof you can see a frieze that shows scenes from the winning play along with Dionysus, the patron god of the stage. The monument was integrated into a Capuchin monastery that was built in the same location in the mid 1600s, which is part of the reason it has survived.

[Email](#) | [Print](#)

Tours & Tickets [See all](#)

An Afternoon in Athens

★★★★★ 1 review

An Afternoon in Athens is a guided 4-hour tour through the ancient Greek, Roman, Byzantine and Ottoman sites of the historical center will make you feel the ... [More info](#)

Location: Athens, Greece
Duration: 4 hours

From **USD \$42.87**

[See Details](#)

Ιστοσελίδα: <https://www.partner.viator.com/en/7449/Athens-attractions/Monument-of-Lysicrates/d496-a21778>

2.3 Συμπεράσματα

Παρατηρήθηκε πως η λογική στο στήσιμο μιας σελίδας είναι παρόμοια στις περισσότερες περιπτώσεις, όμως υπάρχουν διαφοροποιήσεις που μπορούν να είναι ουσιαστικές και να σημάνουν τη διαφορά μεταξύ ανταγωνιστικών σελίδων.

Το κοινό γνώριμα όλων των εξετασθέντων ήταν η ύπαρξη ενός κεντρικού μενού, ανεξαρτήτως αν υπήρχε πώληση υπηρεσιών ή όχι, η κάθε αρχική κατηγορία χωρίζεται σε ενότητες αντίστοιχες με την ονομασία της. Στη συνέχεια της πρώτης σελίδας κάποιοι επέλεξαν να χρησιμοποιήσουν φωτογραφίες από σημεία της πόλης, κάποιοι άλλοι επέλεξαν βίντεο ή κινούμενη εικόνα, ενώ υπήρξαν και περιπτώσεις που υπήρχε μόνο κείμενο. Κατεβαίνοντας προς το τέλος της αρχικής παρατηρήθηκε διαφοροποίηση στο εξής, κάποιοι επιλέγουν να τονώσουν την αξιοπιστία της σελίδας, άλλοι επιλέγουν να εμφανίσουν την άποψη προηγούμενων χρηστών, ή να εμφανίσουν άρθρα από το blog που παρουσιάζουν την άποψη του κόσμου. Σίγουρα όμως στο τέλος της αρχικής σελίδας υπάρχει ένα πεδίο το οποίο προσπαθεί να δημιουργήσει το αίσθημα της εμπιστοσύνης ως προς την ασφάλεια των συναλλαγών, προβάλλοντας τη συνεργασία της σελίδας με αξιόπιστες εταιρείες του χώρου. Προχωρώντας στις επόμενες σελίδες και πάλι υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση στην προβολή των πληροφοριών ή στην ύπαρξη του μενού. Κάποιες σελίδες διατηρούν το μενού ενεργό στην κορυφή της σελίδας, αφήνοντας κενή την υπόλοιπη, άλλες πάλι το μεταφέρουν στο πλάι με την ύπαρξη και επιπλέον επιλογών, ή δεν εμφανίζουν καθόλου το μενού στη σελίδα, αλλά προβάλλουν επιλογές ταξιδιωτικών πακέτων ή ξενοδοχείων υπό μορφή διαφημιστικών banner που παραπέμπουν όμως στην ίδια τη σελίδα. Η κατηγοριοποίηση που υπάρχει σε όλες τις σελίδες δεν διαφοροποιείται σε μεγάλο βαθμό, η λογική είναι η εξής, Πληροφορίες σχετικά με τον προορισμό, ή πριν την άφιξη, όπως τρόποι μεταφοράς, ο καιρός, πληροφορίες σχετικά με τα ΜΜΜ πληροφορίες που αφορούν τις επιλογές σε φαγητό, ποτό ή εμπορικά καταστήματα, παρουσίαση των διάφορων εκδρομών, προτάσεις για τα διαφορετικά είδη τουρισμού και τέλος η οι τρόποι επικοινωνίας και το blog. Στην έρευνα που έγινε διαπίστωσα πως υπάρχουν πολλά διαφορετικά site που ασχολούνται με το αντικείμενο, είναι όμως λίγα αυτά που το κάνουν ολοκληρωμένα, να είναι ταυτόχρονα ταξιδιωτικός οδηγός με πληροφορίες και παράλληλα να έχουν τη δυνατότητα πώλησης υπηρεσιών. Για να σχηματίσω πλήρη και σωστή εικόνα γύρω από το αντικείμενο εξέτασα όλες τις περιπτώσεις.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι σελίδες που μελετήθηκαν κατά τις τρεις αυτές περιόδους.

Με πώληση υπηρεσιών	Κυρίως ενημερωτικού χαρακτήρα
http://www.greekguide.com/gr	http://www.visitgreece.gr
http://www.athensinfoguide.com	www.athensattica.gr
http://www.greeka.com	http://www.athens-greece-guide.com
www.getyourguide.com	http://www.athensguide.org
http://www.discovergreece.com	www.roughguides.com
www.trip2athens.com	http://www.thisisathens.org/

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

www.likealocalguide.com	
www.getyourguide.com	
http://www.mondoexplorer.com	
https://www.greeking.me/	
http://www.visitacity.com	
www.likealocalguide.com	
https://www.viator.com	
https://www.lonelyplanet.com/greece/athens	
https://www.alternativeathens.com/about-us/#our-story	
www.athensinfoguide.com	

Κεφάλαιο 3

Ανάλυση των αναγκών και δημιουργία προδιαγραφών του συστήματος

3.1 Ανάλυση των αναγκών του συστήματος

Ο ταξιδιωτικός οδηγός που θα δημιουργηθεί θα έχει ως στόχο την σωστή και έγκυρη ενημέρωση του επισκέπτη για ένα σύνολο ζητημάτων που επηρεάζουν και καθορίζουν την παραμονή του στην πόλη της Αθήνας.

Για το λόγο αυτό πρόκειται να κατασκευασθεί μια ιστοσελίδα στην οποία ο χρήστης θα μπορεί, εύκολα και γρήγορα, εισερχόμενος να βρει πληροφορίες που αφορούν, τη μετακίνηση του στην πόλη, την πρόβλεψη του καιρού, προτάσεις για φαγητό και διασκέδαση, πιθανές εκδρομές εκτός Αττικής, δραστηριότητες στην πόλη και τέλος όλες τις πληροφορίες σχετικά με τους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας, από τα οράρια, την πρόσβαση σε αυτούς, το κόστος εισόδου, την ιστορία τους, αλλά και την δυνατότητα ξενάγησης.

Ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να αναζητήσει τον τύπο διακοπών που θέλει ανάλογα με το τι ταιριάζει στην προσωπικότητα και τις συνήθειες του. Επίσης θα μπορεί να προχωρήσει σε κράτηση σε οποιαδήποτε από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, ενώ θα μπορεί να επικοινωνήσει με το διαχειριστή για επιπλέον πληροφορίες και διευκρινήσεις.

3.2 Λειτουργικές απαιτήσεις του συστήματος

1. Εισερχόμενος ο χρήστης στην αρχική σελίδα πρέπει να εμφανίζονται όλες οι φωτογραφίες και τα μενού επιλογών.
2. Ο επισκέπτης της σελίδας να μπορεί να βρει πληροφορίες που αφορούν την μετακίνηση του στην πόλη της Αθήνας με όλα τα μέσα, τα οράρια λειτουργίας και το κόστος μεταφοράς.
3. Να μπορεί ο χρήστης να κατεβάσει στο κινητό του τις πληροφορίες που αφορούν την μετακίνηση στην Αθήνα.
4. Να εμφανίζεται χάρτης με τον οποίο θα δίνονται πληροφορίες σχετικές με τη μετακίνηση σε οποιοδήποτε σημείο της Αθήνας.
5. Το σύστημα θα να δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να ενημερώνεται σχετικά με τον καιρό στην Ελλάδα.
6. Να μπορεί να βρει ο επισκέπτης πληροφορίες που αφορούν τα εστιατόρια της πόλης

7. Να υπάρχουν πληροφορίες σχετικά με τα θεάματα που μπορεί να παρακολουθήσει ο επισκέπτης στην Αθήνα αλλά και σε ιστορικούς χώρους εκτός Αθήνας.
8. Να υπάρχουν πληροφορίες σχετικά με τα σημαντικότερα μέρη για διασκέδαση, προτάσεις που αφορούν καφέ, ποτό αλλά και clubbing.
9. Να υπάρχουν πληροφορίες και δυνατότητα αγοράς για εκδρομές και δραστηριότητες μέσα στην πόλη κατηγοριοποιημένες ανάλογα με το είδος της κάθε επιλογής, sight seeing, walking tours, κτλ.
10. Να υπάρχουν πληροφορίες και δυνατότητα αγοράς για εκδρομές εκτός πόλης.
11. Να υπάρχουν πληροφορίες και δυνατότητα αγοράς για δραστηριότητες στην πόλη, extreme sports, cooking lessons, κτλ.
12. Να εμφανίζονται τα σχόλια, οι κριτικές και οι φωτογραφίες των μελών.
13. Ο χρήστης πρέπει να μπορεί να βρει πληροφορίες που αφορούν τους αρχαιολογικούς χώρους, ωράρια λειτουργίας, κόστος εισόδου, τρόπους πρόσβασης κτλ.
14. Να μπορεί ο χρήστης της σελίδας να βρει πληροφορίες αλλά να έχει και τη δυνατότητα να κάνει κράτηση σε επαγγελματία ξεναγό,
15. Να μπορεί ο επισκέπτης της σελίδας να αναζητήσει τον τύπο διακοπών που θέλει, ανάλογα με το τι ταιριάζει στην προσωπικότητα και τις συνήθειες του.
16. Να μπορεί να προχωρήσει σε κράτηση σε οποιαδήποτε από τις παρεχόμενες υπηρεσίες.
17. Πρέπει να υπάρχουν πληροφορίες για τα λιμάνια της Αττικής και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτά.
18. Πρέπει ο χρήστης να μπορεί να επικοινωνήσει με τους διαχειριστές της σελίδας μέσω email για οποιαδήποτε επιπλέον πληροφορία ή διευκρίνιση μπορεί να χρειάζεται.
19. Ο χρήστης να μπορεί να κατεβάσει τα αρχεία που επιτρέπονται στις επιμέρους ενότητες της ιστοσελίδας.
20. Ο χρήστης να μπορεί να κάνει κράτηση στις προσφερόμενες υπηρεσίες.
21. Οι τίτλοι των εικόνων είναι ενεργοί σύνδεσμοι, επιλέγοντας τους ο χρήστης μεταφέρεται στη σχετική σελίδα.

3.3 Μη λειτουργικές απαιτήσεις του συστήματος

1. Η σελίδα πρέπει να λειτουργεί 24/7, όλο το χρόνο.
2. Το σύστημα πρέπει να μπορεί να εξυπηρετεί πολλούς χρήστες ταυτόχρονα, τουλάχιστον 100.
3. Η ταχύτητα φόρτωσης της σελίδας πρέπει να είναι λιγότερη από 5 δευτερόλεπτα.
4. Το σύστημα μπορεί να αποθηκεύει τα στοιχεία των χρηστών που το έχουν επιλέξει, για μελλοντική επικοινωνία.
5. Το σύστημα μπορεί να λειτουργήσει με δυο γλώσσες, Αγγλικά και Ελληνικά.
6. Τα προσωπικά στοιχεία των πελατών πρέπει να προστατεύονται.
7. Οι συναλλαγές πρέπει να είναι διασφαλισμένες και να προστατεύονται από το σύστημα. συμπληρώνοντας
8. Το σύστημα να έχει τη δυνατότητα αναζήτησης με χρήση λέξεων κλειδιά.
9. Λειτουργία του συστήματος με τεχνικό SEO με στόχο την βελτιωμένη θέση της σελίδας στις μηχανές αναζήτησης. (Static key word-rich URL, headings customization, Title tag customization, meta tag customization).
10. Διασύνδεση της σελίδας με τις αντίστοιχες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
11. Το σύστημα πρέπει να υποστηρίζει την αποστολή news letter στους εγγεγραμμένους χρήστες,
12. Το σύστημα να παρέχει διαβαθμισμένη πρόσβαση ανάλογα με την ιδιότητα κάθε επισκέπτη. Administrator, Member, User, Visitor.
13. Σχόλια σε φωτογραφίες και κριτική σε υπηρεσίες θα μπορούν να κάνουν μόνο τα μέλη της σελίδας.
14. Το σύστημα να παρέχει πρόσβαση στα google analytics και ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν.
15. Η σελίδα πρέπει να μπορεί να εμφανίζεται σε κινητά και tablet και να εμφανίζεται στα λειτουργικά προγράμματα IOS & Android.

3.4 Διαβάθμιση συστήματος

Η πρόσβαση στη σελίδα και οι δυνατότητες παρεμβολής σε αυτήν χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες.

- 1) Απλός επισκέπτης, (visitor): Αναφέρεται σε όσους εισέρχονται για να αντλήσουν πληροφορίες ή να αγοράσουν υπηρεσίες χωρίς να επιθυμούν να εγγραφούν μέλη της σελίδας. Δεν έχουν την δυνατότητα σχολιασμού και εκπτώσεων που αφορούν τους εγγεγραμμένους χρήστες.
- 2) Εγγεγραμμένα μέλη, (members): Αναφέρεται σε εκείνους που εγγράφονται στην σελίδα συμπληρώνοντας τις αντίστοιχες φόρμες. Οι χρήστες αυτοί απολαμβάνουν αποκλειστικές εκπτώσεις, δυνατότητα σχολιασμού και

κριτικής των υπηρεσιών, μπορούν να ανεβάζουν φωτογραφίες και να λαμβάνουν news letters.

- 3) Συνεργάτες, (partners), Αναφέρεται σε όσους επαγγελματίες συνεργάζονται με τη σελίδα για διάφορους λόγους, όπως η διαφήμιση ή την πώληση υπηρεσιών.

3.5 Χρήστες του συστήματος:

1. Διασφαλισμένες από 1. Administrator: Πρόκειται διασφαλισμένες από για χρήστη με πλήρη δικαιώματα και δυνατότητα ελέγχου των λειτουργιών και των πληροφοριών του συστήματος, καθώς επίσης και των χρηστών του συστήματος συνολικά.
2. Editor: Πρόκειται για χρήστη με δυνατότητα παρέμβασης στα δημοσιευόμενα κείμενα και στην μορφή, σειρά, αλλά και τη θεματολογία με την οποία αυτά εμφανίζονται, τόσο στις επιμέρους ενότητες της σελίδας όσο και στο blog.
3. Author: Πρόκειται για χρήστη με αποκλειστική αρμοδιότητα την σύνταξη των κειμένων.

3.6 Υποσυστήματα:

1. Υποσύστημα κρατήσεων: Το σύστημα θα πρέπει να υποστηρίζει την κράτηση από τους επισκέπτες της σελίδας, είτε αυτοί είναι μέλη, είτε δεν είναι. Η κράτηση τους θα πρέπει να αποστέλλεται με email στον διαχειριστή της σελίδας.
2. Υποσύστημα Επικοινωνίας, το σύστημα θα πρέπει να υποστηρίζει τη δυνατότητα επικοινωνίας του χρήστη με τον διαχειριστή της σελίδας μέσω email για αποστολή τυχόν ερωτήσεων ή επιπλέον πληροφοριών χρειαστεί ο επισκέπτης.

Κεφάλαιο 4

1 Παρουσίαση της σελίδας

Η ιστοσελίδα xperiencegreece.com

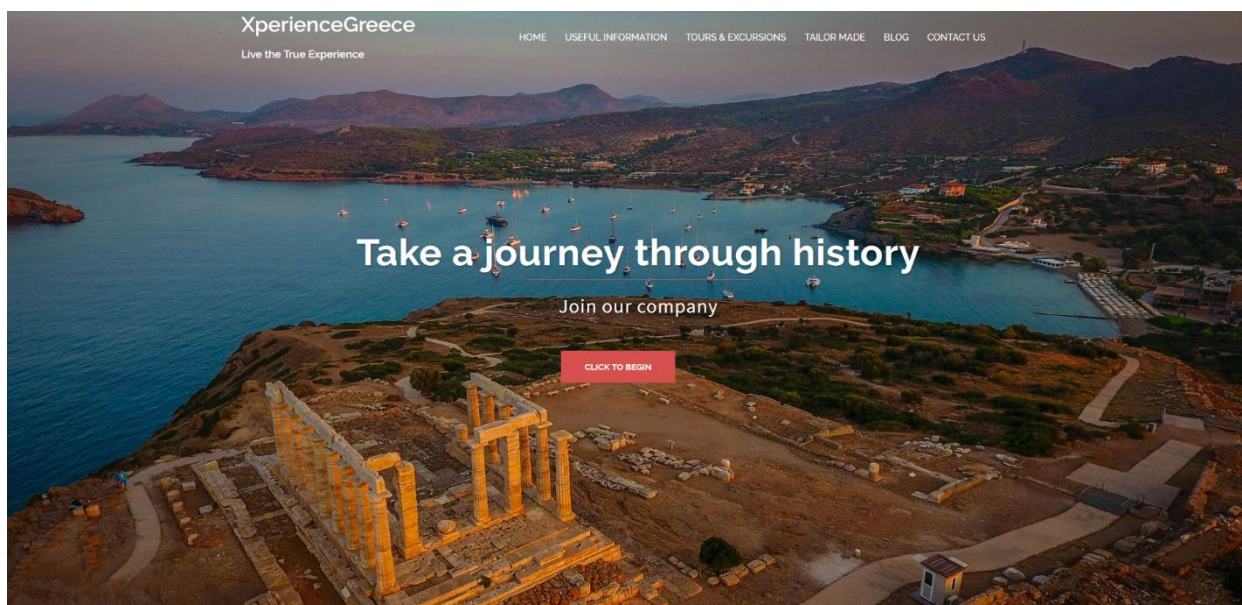
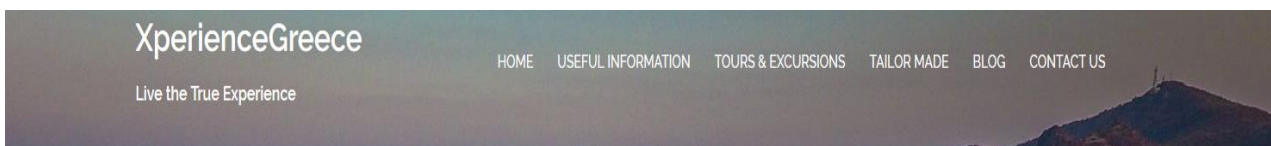
Η λογική στην οποία κινήθηκα για την κατασκευή της σελίδας ήταν ότι το ζητούμενο είναι ο χρήστης να βρίσκει γρήγορα και εύκολα την πληροφορία την οποία αναζητά.

Επίσης το μενού έπρεπε να είναι απλό και περιεκτικό με συγκεκριμένες κατευθύνσεις και πληροφορίες.

Δεν χρειάζονται έντονα χρώματα φόντου με κίνδυνο να χαθεί η πληροφορία, χρειάζονται όμως πολύ δυνατές και έντονες φωτογραφίες με σκοπό να προδιαθέσουν το χρήστη, αρχικά να εισέλθει στη σελίδα και κατόπιν να τον παροτρύνουν να επισκεφθεί τα μέρη που του προτείνουμε και φυσικά να αγοράσει τις υπηρεσίες που του προσφέρουμε.

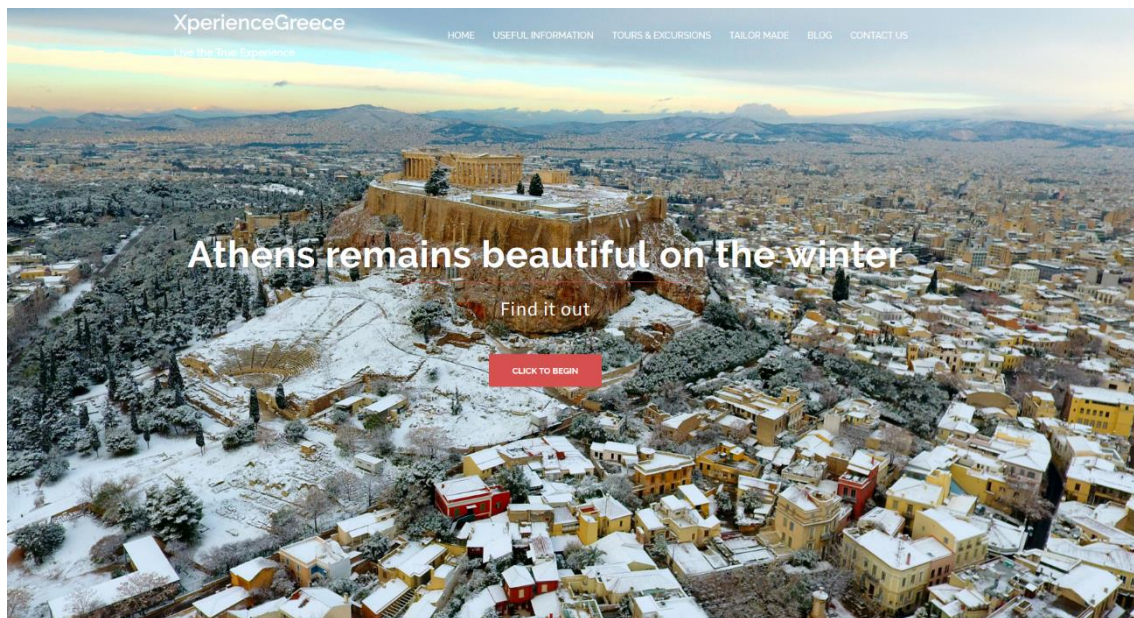
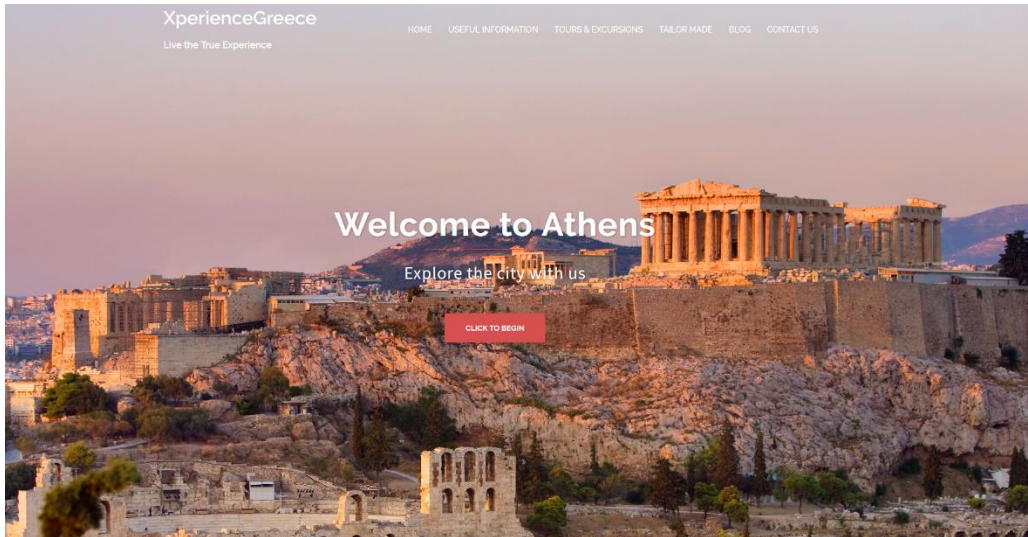
Τέλος ήταν πολύ σημαντικό η σελίδα να παρουσιάζεται το ίδιο ελκυστική από οποιοδήποτε μέσο και αν χρησιμοποιεί ο επισκέπτης, κινητό, tablet, ή σταθερό υπολογιστή.

Ας δούμε όμως βήμα βήμα την εμπειρία της περιήγησης στη σελίδα.



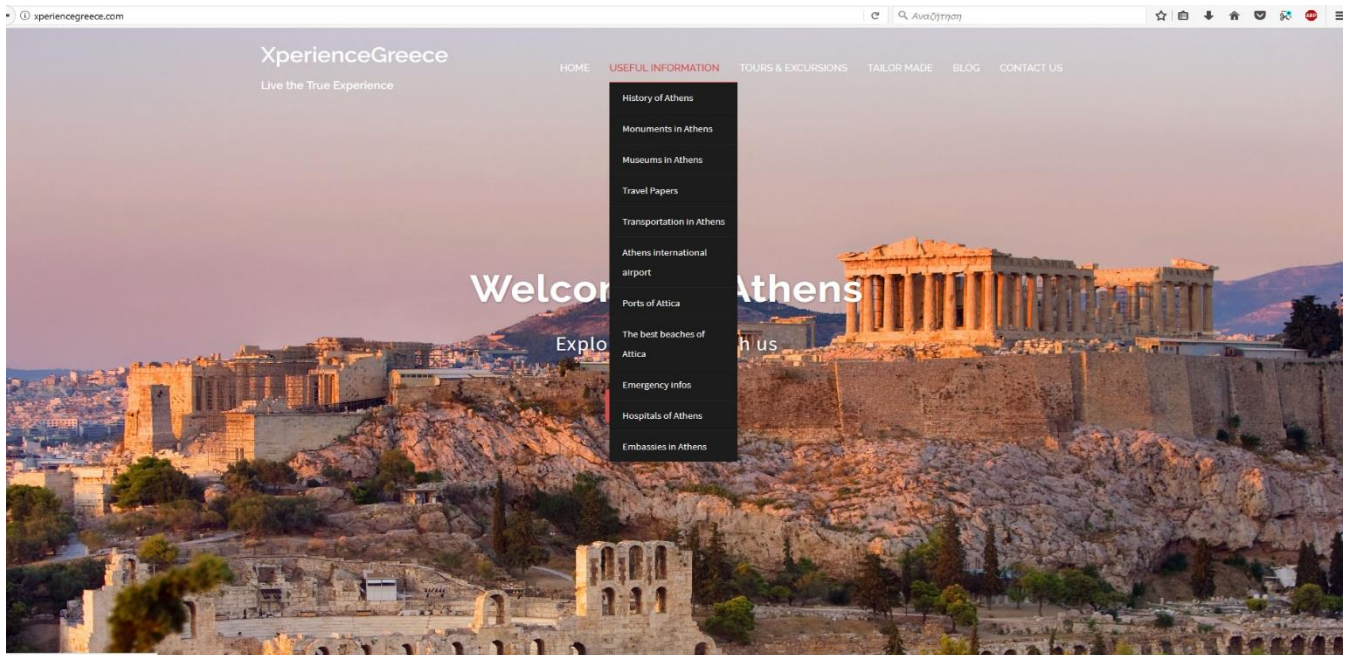
Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Κατά τη είσοδο στην αρχική σελίδα παρουσιάζονται δυο φωτογραφίες από την Αθήνα με βασικό φόντο την Ακρόπολη το σήμα κατατεθέν της πόλης, στην μία μάλιστα εμφανίζετε η πόλη χιονισμένη προκειμένου να δοθεί το μήνυμα ότι πρόκειται για έναν προορισμό που είναι το ίδιο όμορφος όλες τις εποχές του χρόνου και όχι μόνο το καλοκαίρι. Στην τρίτη φωτογραφία παρουσιάζεται ο ναός του Ποσειδώνα στο Σούνιο, με στόχο να δημιουργηθεί η αίσθηση πως ο προορισμός συνδυάζει τον ήλιο, την θάλασσα και την ιστορία σε ένα πακέτο.



Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Στις τρεις αυτές εικόνες εμφανίζονται τρία διαφορετικά μηνύματα που τονίζουν διαφορετικά πράγματα ανάλογα με το θέμα της εικόνας.



Το αρχικό μενού είναι πολύ απλό και κατατοπιστικό και όταν ανοίγει δεν κουράζει το μάτι και δεν χάνεται πάνω στην φωτογραφία. Ο χρήστης μπορεί να βρει όλες τις πληροφορίες που αναζητά στο πεδίο useful information, μπορεί να επιλέξει τις εκδρομές εντός Αττικής ή τις εκδρομές εκτός αυτής από το πεδίο tours and excursions, επιπλέον μπορεί συμπληρώνοντας ένα ερωτηματολόγιο να διαμορφώσει ένα πακέτο προσαρμοσμένο στις δικές του προτιμήσεις και ανάγκες από πεδίο tailor made, παράλληλα έχει την δυνατότητα να επισκεφθεί το Blog και να διαβάσει άρθρα σχετικά με την Αθήνα και τέλος μπορεί να επικοινωνήσει μαζί μας για οποιαδήποτε επιπλέον πληροφορία.



Κατεβαίνοντας προς τα κάτω στην αρχική σελίδα προτείνουμε τρία σημεία της πόλης που αξίζει να επισκεφθεί ο ταξιδιώτης.

WORTH TO SEE IN ATHENS

You can learn everything about Athens great history they way of life, the architecture and the habits of the people by visiting Athens museums.

THE ACROPOLIS OF ATHENS



SEE MORE

ARCHAEOLOGICAL MUSEUM



SEE MORE

NEW ACROPOLIS MUSEUM



SEE MORE

Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Χρησιμοποιήθηκαν καθαρές και ωραίες φωτογραφίες σε λευκό φόντο ώστε το μάτι να εστιάζει στην πληροφορία και έγινε χρήση call to action buttons τα οποία είναι ενεργά και οδηγούν στις σελίδες κάθε μουσείου ή αρχαιολογικού χώρου.

Στο πλάι της σελίδας υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης, επίσης προτείνουμε στο χρήστη να κλείσει την εκδρομή του άμεσα.

Search ...

WORTH TO SEE IN ATHENS

You can learn everything about Athens great history they way of life, the architecture and the habits of the people by visiting Athens museums.

BOOK NOW!

Cape Sounion and Temple of Poseidon-Sunset tour

Meteora Half-day Tour

THE ACROPOLIS OF ATHENS

ARCHAEOLOGICAL MUSEUM

NEW ACROPOLIS MUSEUM

Athens mythological tour

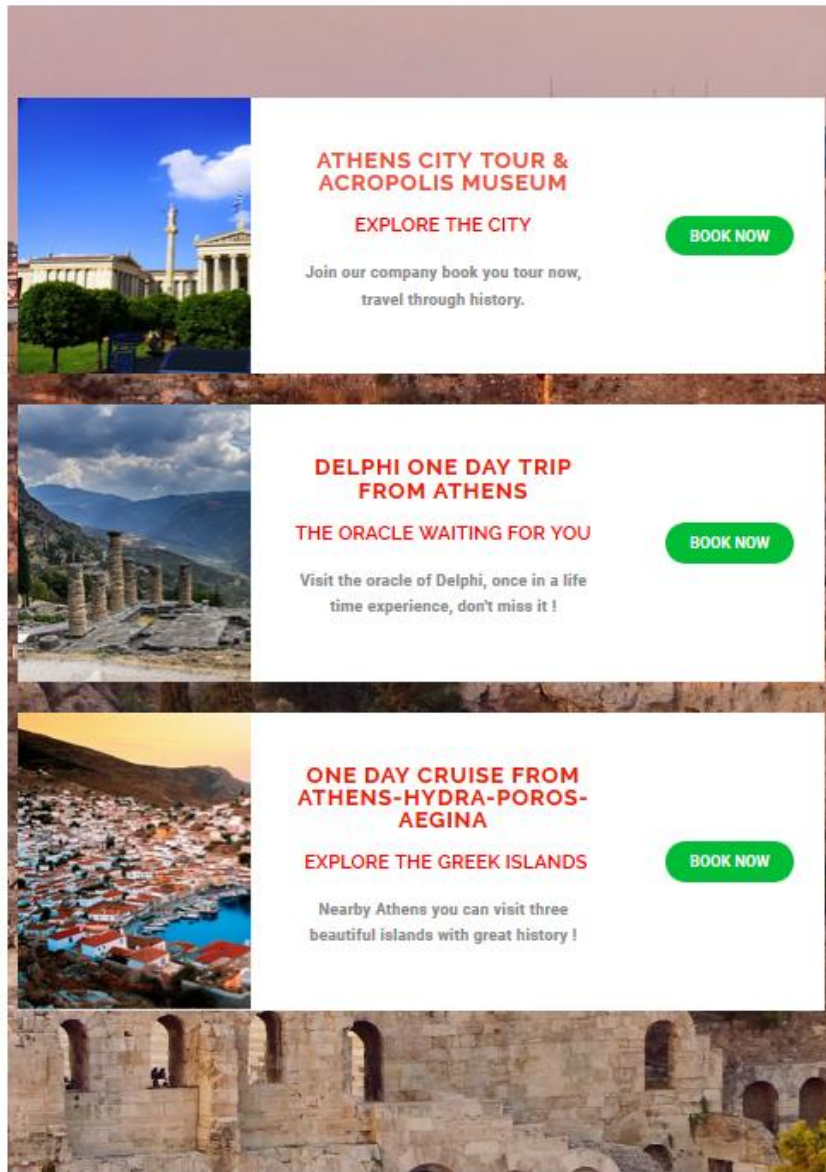
SEE MORE

SEE MORE

SEE MORE

Συνεχίζοντας στην αρχική σελίδα παρουσιάζουμε τρεις εκδρομές τις οποίες αξίζει κάποιος να αγοράσει. Η σελίδα συνεχίζει να είναι σε λευκό φόντο.

WORTH TO VISIT



ATHENS CITY TOUR & ACROPOLIS MUSEUM
EXPLORE THE CITY
Join our company book you tour now, travel through history.

DELPHI ONE DAY TRIP FROM ATHENS
THE ORACLE WAITING FOR YOU
Visit the oracle of Delphi, once in a life time experience, don't miss it !

ONE DAY CRUISE FROM ATHENS-HYDRA-POROS-AEGINA
EXPLORE THE GREEK ISLANDS
Nearby Athens you can visit three beautiful islands with great history !

Προχωρώντας προς το τέλος της αρχικής σελίδας παρουσιάζουμε στο χρήστη μερικές από τις ωραιότερες παραλίες τις Αττικής, ένα μήνυμα από το δημιουργό της σελίδας και την παρότρυνση να επικοινωνήσουν μαζί μας για οτιδήποτε χρειάζονται.

VISIT ATHENS REVIERA



Schinias Beach



Anavyssos Beach



Astir Beach



Love Cave Beach Porto Rafti



Cape Sunio



Lagonisi Beach



Vouliagmeni Lake



Vouliagmenis Lake

SEE MORE

XperienceGreece

Live the True Experience

HOME USEFUL INFORMATION TOURS & EXCURSIONS TAILOR MADE BLOG CONTACT US

SEE MORE

Our goal is to help you have the best experience in Greece. Our ten years experience in the tourist industry and our professionalism is a guaranty for your vacation.



Panagoulis Christos
Founder

ENJOY YOUR STAY AND
TRUST OUR TEAM

CONTACT US

BECOME A MEMBER AND
SHARE YOUR
EXPERIENCE!

JOIN US

Επίσης στην αρχική σελίδα προτείνουμε στους επισκέπτες να γίνουν μέλη της σελίδας μας και να μοιραστούν την εμπειρία τους με άλλους, στόχος μας είναι να σχολιάζουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες μας, να ανεβάζουν φωτογραφίες και να περιγράφουν την εμπειρία τους, προκειμένου να δημιουργείται το αίσθημα της ασφάλειας στους νέους επισκέπτες. Αξίζει εδώ να δούμε το αρχικό μενού εμφανίζεται καθ' όλη την περιήγηση στην αρχική σελίδα.

Επιλέγοντας μια από τις ενότητες του μενού όπως για παράδειγμα την Monuments in Athens ο χρήστης εισέρχεται στη σελίδα και το μενού εξακολουθεί να υπάρχει στην κορυφή της σελίδας ενώ παράλληλα παρουσιάζονται οι επιλογές που έχει μέσω ενός ενεργού slider το οποίο παρουσιάζει τις εικόνες του προορισμού και οδηγεί στην επιμέρους σελίδα. Το πλαϊνό μενού με τις προτάσεις για εκδρομές επίσης παραμένει σε όλες τις σελίδες.

XperienceGreece HOME USEFUL INFORMATION TOURS & EXCURSIONS TAILOR MADE BLOG CONTACT US
Live the True Experience

Monuments in Athens



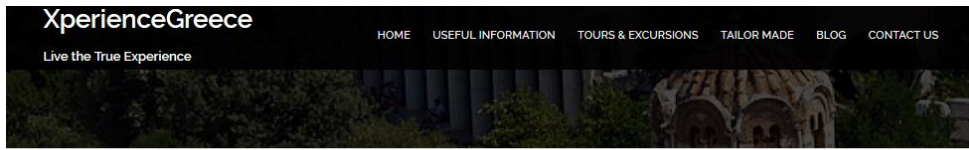
SEARCH

Search ...

BOOK NOW YOUR TOUR!



Εισερχόμενος στην επιμέρους σελίδα μπορεί ο επισκέπτης να βρει πληροφορίες που αφορούν την Ιστορία του χώρου που επισκέπτεται, το ωράριο λειτουργίας, την ακριβή τοποθεσία μέσω του χάρτη, την τιμή εισόδου και φωτογραφικό πλούσιο φωτογραφικό υλικό.



New Acropolis Museum

The monuments of the Acropolis have withstood the ravages of past centuries, both of ancient times and those of the Middle Ages. Until the 17th century, foreign travellers visiting the monuments depicted the classical buildings as being intact. This remained the case until the middle of the same century, when the Propylaea was blown up while being used as a gunpowder store. Thirty years later, the Ottoman occupiers dismantled the neighbouring Temple of Athena Nike to use its materials to strengthen the fortification of the Acropolis. The most fatal year, however, for the Acropolis, was 1687, when many of the building's architectural members were blown into the air and fell in heaps around the Hill of the Acropolis, caused by a bomb from the Venetian forces. Foreign visitors to the Acropolis would search through the rubble and take fragments of the fallen sculptures as their souvenirs. It was in the 19th century that Lord Elgin removed intact architectural sculptures from the frieze, the metopes and the pediments of the building.

[Read more](#)

SEARCH

Search ...

BOOK NOW YOUR TOUR!



See the map:

Opening hours

[Read more](#)



1. General admission fee: €5

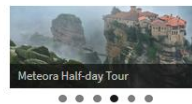
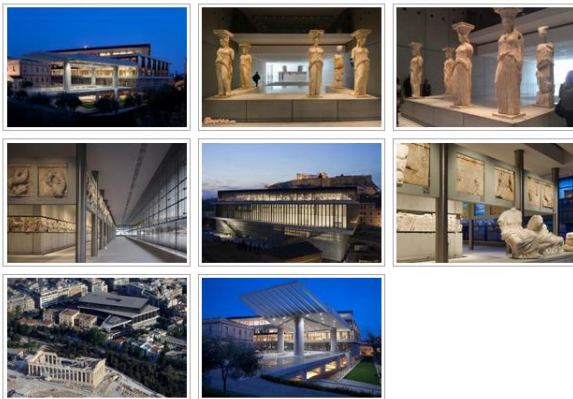
Free entry: 6 March (In Memory of Melina Mercouri), 25 March, 18 May (International Museum Day), 28 October

For visitor access to:

[Read more](#)

New Acropolis Museum

[Show slideshow]



Αντίστοιχα και στην ενότητα ports of Attica που ο επισκέπτης μπορεί να βρει όλες τις πληροφορίες για τα λιμάνια της Αττικής

Ports of Attica

The region of Attica has three main ports, from which you can depart for the Greek islands, for more informations please check below.



SEARCH

Search ...

BOOK NOW YOUR TOUR!



Piraeus port

Piraeus is the busiest and biggest port in Greece, the biggest port of Europe and the third biggest harbour in the world regarding the transportation of passengers. It serves almost 20 million passengers annually with destination the islands of the Aegean Sea, including Cyclades, Dodecanese, Eastern Aegean islands and Crete. Apart from the normal ferries, there are also catamarans, high speed boats and flying dolphins to the Saronic islands. Piraeus port is separated in three smaller ports: the central port, Marina Zeas and Mikrolimano. It is separated in gates for travellers' convenience, marked with the sign 'E' and the numbers 1-12.

Piraeus port map:

[Show slideshow]



How do I go to Piraeus:

From the center of Athens

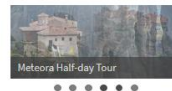
By taxi: Normally take about 30 minutes to go from Omonoia/ Syntagma (Athens centre) to Piraeus. The cost is approximately 20 euros during day time.

By Train: The green train line starts from Kifissia and goes to Piraeus, just across the train station is the entrance of the port. Ticket price on 2017 is 1,40 euros.

SEARCH

Search ...

BOOK NOW YOUR TOUR!



Διπλωματική εργασία, Παναγούλης Χρήστος, ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ

Εισερχόμενος πλέον ο χρήστης στην επιμέρους σελίδα που έχει επιλέξει όπως παρουσιάζεται παραπάνω θα βρει ένα σύνολο πληροφοριών, όπως χάρτη του λιμανιού, τρόπους πρόσβασης σε αυτό με όλα τα μέσα μεταφορά,

τις πύλες αναχώρησης, τους προορισμούς και με ειδική αναφορά στην δυνατότητα προσέγγισης του κεντρικού λιμανιού του Πειραιά από το αεροδρόμιο.

Transportation in Athens

Athens is connected to every destinations through the Athens International Airport, ports of Piraeus, Rafina and Lavrio, national railway network operated by TRAINOSE and, long-distance bus network KTEL. You can use the below means of transport in order to reach your destination.

The city transport system is extensive and inexpensive integrated public-transport network.

- City Buses
- Electric trolley-buses
- Athens Metro
- Athens Tram
- Athens Suburban railway.

[Check the time table for Athens transport](#)

Check here all the transport maps:

[Athens Urban Transport Network Map](#)

[METRO & TRAM Network Map](#)

[Linear METRO Network Map, Lines 1,2 & 3](#)

24 hours Lines

The Athens Urban Transport Organization in an ongoing effort to offer improved services to the traveling public created a basic network for the 24 hour service of the main city areas.

Operating Lines:

Η ίδια λογική ακολουθείτε σε όλες τις σελίδες όπως μπορούμε να δούμε παραπάνω στο Transportation in Athens, όπου ο χρήστης ενημερώνεται για τα διαθέσιμα μέσα, το ωράριο λειτουργίας, τους χάρτες των μέσων αυτών και έχει παράλληλα τη δυνατότητα να τους ανοίξει και να ενημερωθεί.

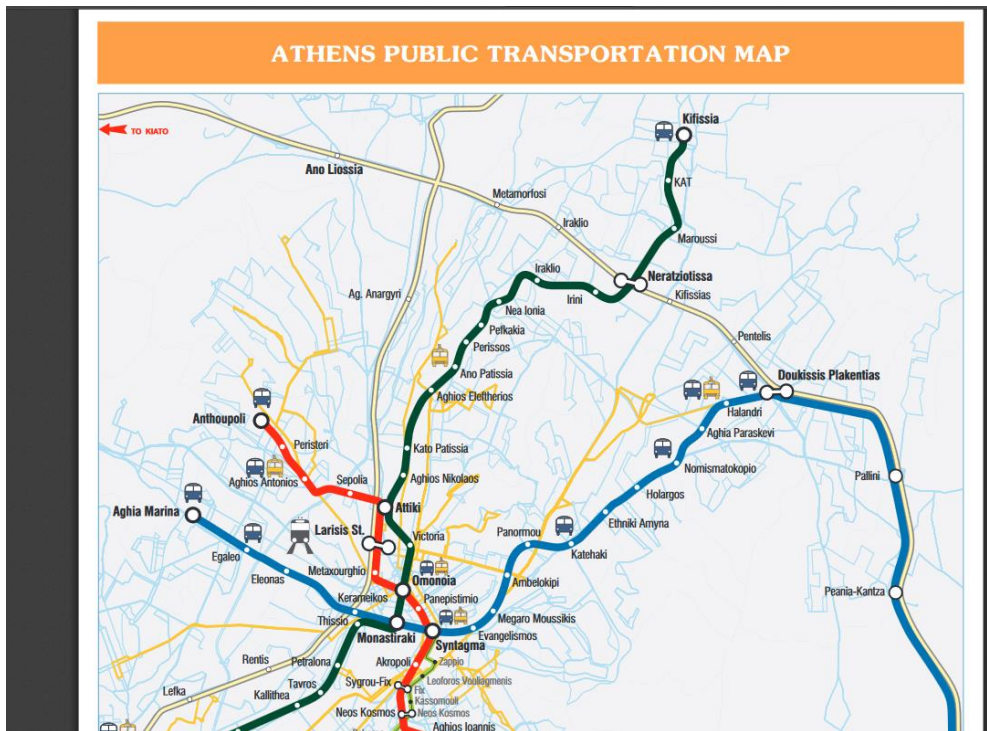
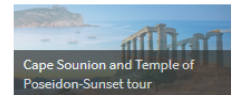
Time table for Athens transport

First & Last Train Departures

LINE 1							
DIRECTION TO KIFISSIA STATION				DIRECTION TO PIRAEUS STATION			
FROM (STATION NAME)	TIMETABLE			FROM (STATION NAME)	TIMETABLE		
	FIRST TRAIN	LAST TRAIN	LAST TRAIN (up to OMONIA St.)		FIRST TRAIN	LAST TRAIN	LAST TRAIN (up to OMONIA St.)
PIRAEUS	05:00	00:15	00:30	KIFISSIA	05:00	00:15	00:30
FALIRO	05:03	00:18	00:33	KAT	05:02	00:17	00:32
MOSCHATO	05:06	00:21	00:36	MAROUSI	05:04	00:19	00:34
KALLITHEA	05:09	00:24	00:39	NERATZIOTISSA	05:07	00:22	00:37
TAVROS	05:10	00:25	00:40	IRINI	05:09	00:24	00:39
PETRALONA	05:12	00:27	00:42	IRAKLIO	05:12	00:27	00:42

SEARCH

BOOK NOW YOUR TOUR!



Στις σελίδες που μπορεί ο χρήστης να αγοράσει μια εκδρομή στην Αθήνα ή και εκτός αυτής στους προορισμούς που προτείνονται, ο επισκέπτης θα βρει πληροφορίες για το πρόγραμμα, τα αξιοθέατα που θα επισκεφθεί την τιμή και ότι αυτή περιλαμβάνει ή δεν περιλαμβάνει.

XperienceGreece
HOME USEFUL INFORMATION TOURS & EXCURSIONS TAILOR MADE BLOG CONTACT US

Live the True Experience

Athens mythological tour

Enhance your experience of Athens on a 4-hour mythological tour of the ancient Greek city.

Alongside an entertaining guide, visit major landmarks like the Acropolis and the Olympian Zeus Temple and listen to the captivating myths that surround each landmark. Hear tales that combine myth, legend and historical fact, admire the morbid majesty of the ancient Keramikos cemetery, and gain valuable insight into the culture of modern and ancient Greece on this educational tour.

You will visit all the most emblematic sites of Ancient Athens, but also less known ones, rarely visited by tourists, yet which hide marvelous treasures.

Sites visited: The Acropolis (Parthenon, Theater of Dionysus, Temple of Athena Nike, Temple of Erechtheion, Sanctuary of Asclepius), Olympian Zeus Temple, Ancient Agora, Temple of Hephaestus, Ancient Keramikos Cemetery.

BOOK NOW ⇒

Price: €55 adult, €27 child

Inclusions:
Services of a Professional and licensed guide
All taxes

Exclusions:

SEARCH

BOOK NOW YOUR TOUR!



Cape Sounion and Temple of Poseidon-Sunset tour



Meteora Half-day Tour



Athens mythological tour

Πολύ σημαντικό ρόλο εδώ παίζει το call to action button με τίτλο BOOK NOW, από το οποίο ο χρήστης οδηγείται στο μενού κράτησης.

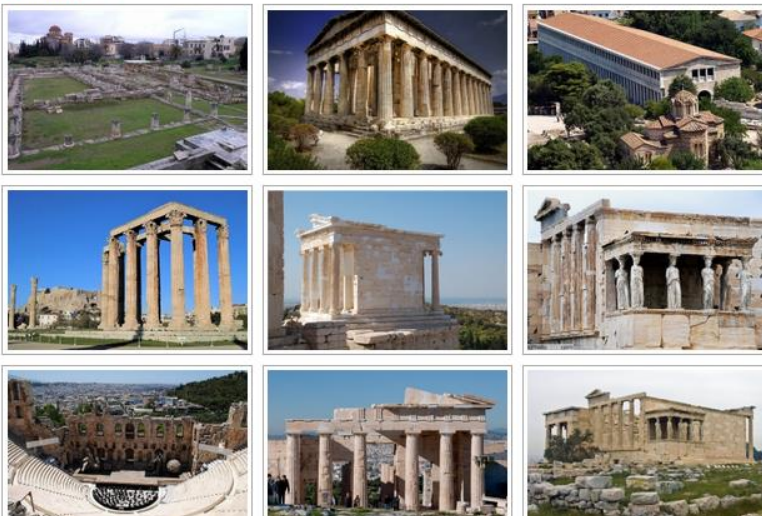
Cancellation Policy :

Cancellation at least 7 day(s) in advance of the scheduled departure, there is no cancellation fee.

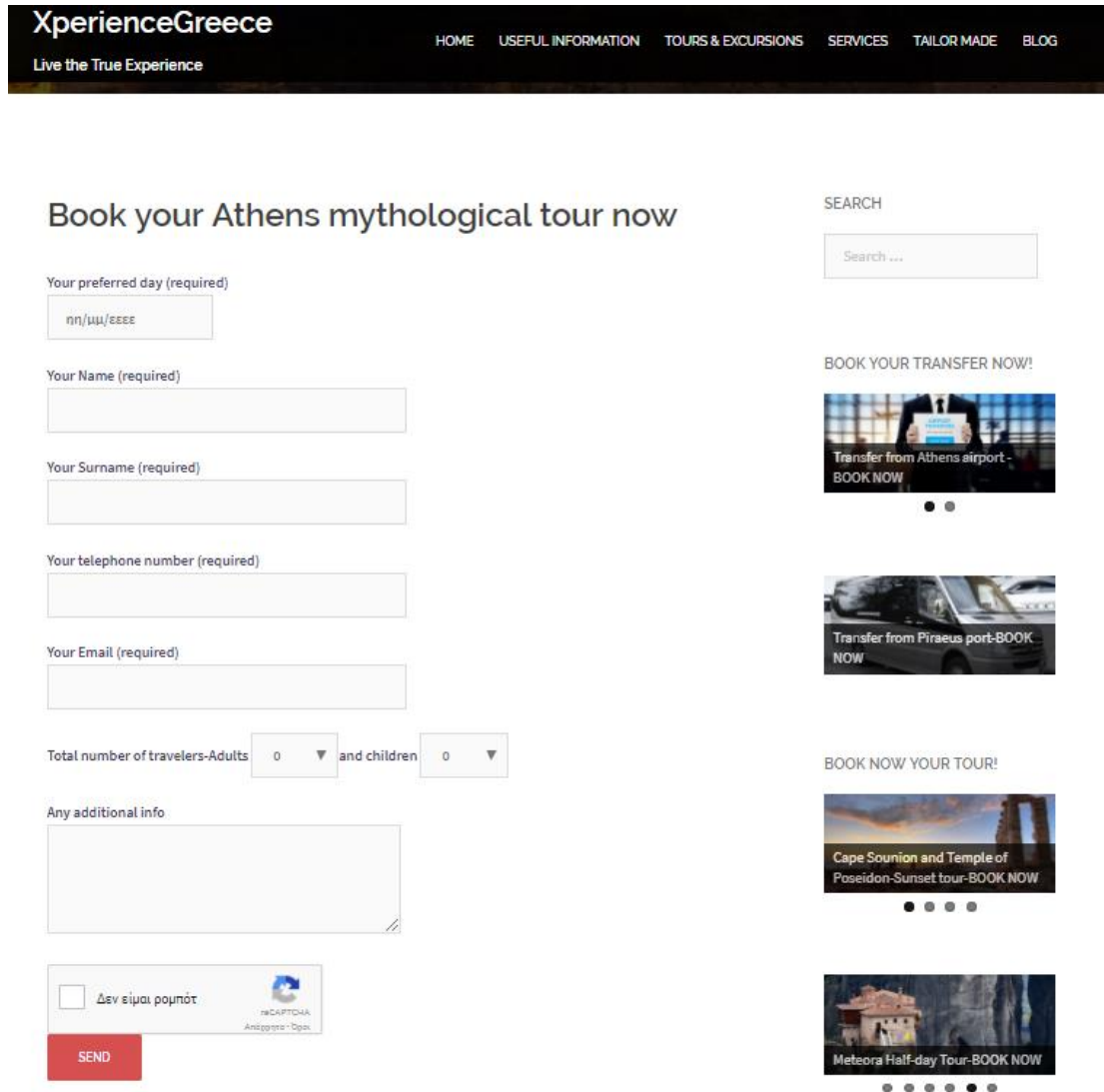
Cancellation between 3 and 6 day(s) in advance of the scheduled departure, there is a 50 percent cancellation fee.

Cancellation within 2 day(s) of the scheduled departure, there is a 100 percent cancellation fee.

[Show slideshow]



Στο μενού της κράτησης μπορεί να επιλέξει ο εισερχόμενος την εκδρομή της επιλογής του, συμπληρώνει τα στοιχεία του και των αριθμό ενηλίκων και παιδιών και έπειτα στέλνει το αίτημά του.



XperienceGreece
Live the True Experience

HOME USEFUL INFORMATION TOURS & EXCURSIONS SERVICES TAILOR MADE BLOG

Book your Athens mythological tour now

Your preferred day (required)
ηη/μμ/εεεε

Your Name (required)

Your Surname (required)

Your telephone number (required)

Your Email (required)

Total number of travelers-Adults 0 and children 0

Any additional info

Δεν είμαι ρομπότ

reCAPTCHA
Ανεξάρτητα Όραση

SEND

SEARCH
Search ...

BOOK YOUR TRANSFER NOW!

Transfer from Athens airport - BOOK NOW

Transfer from Piraeus port-BOOK NOW

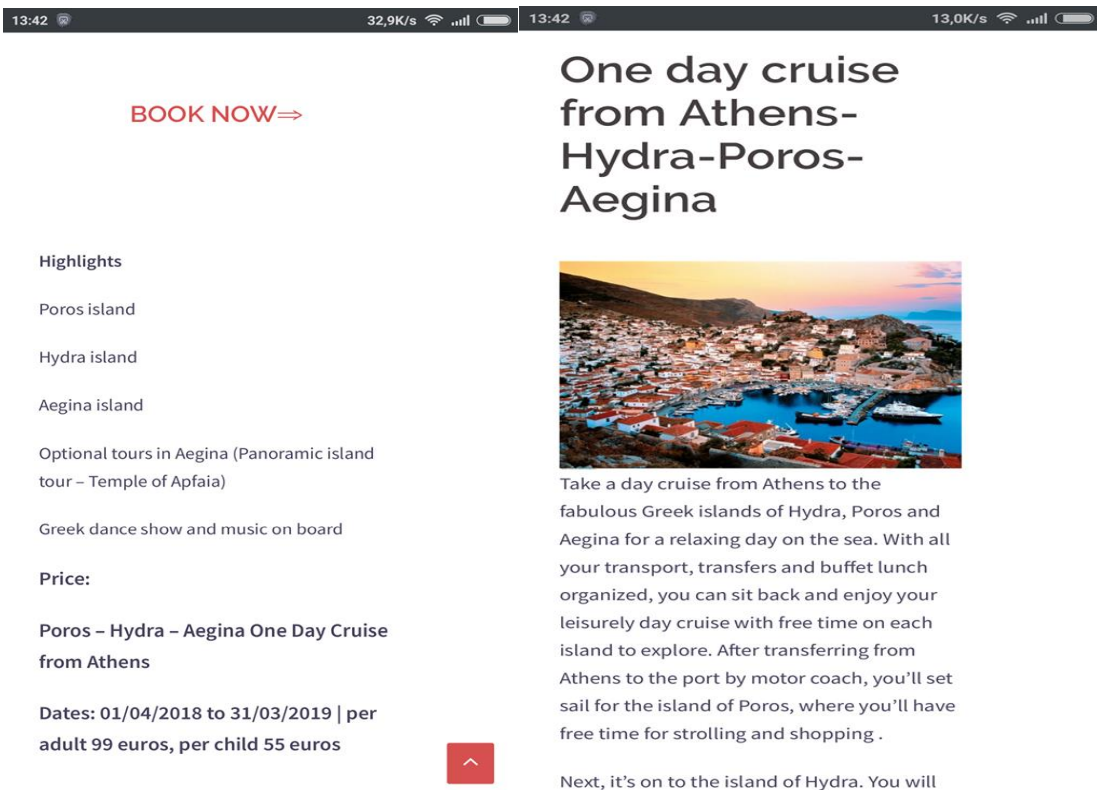
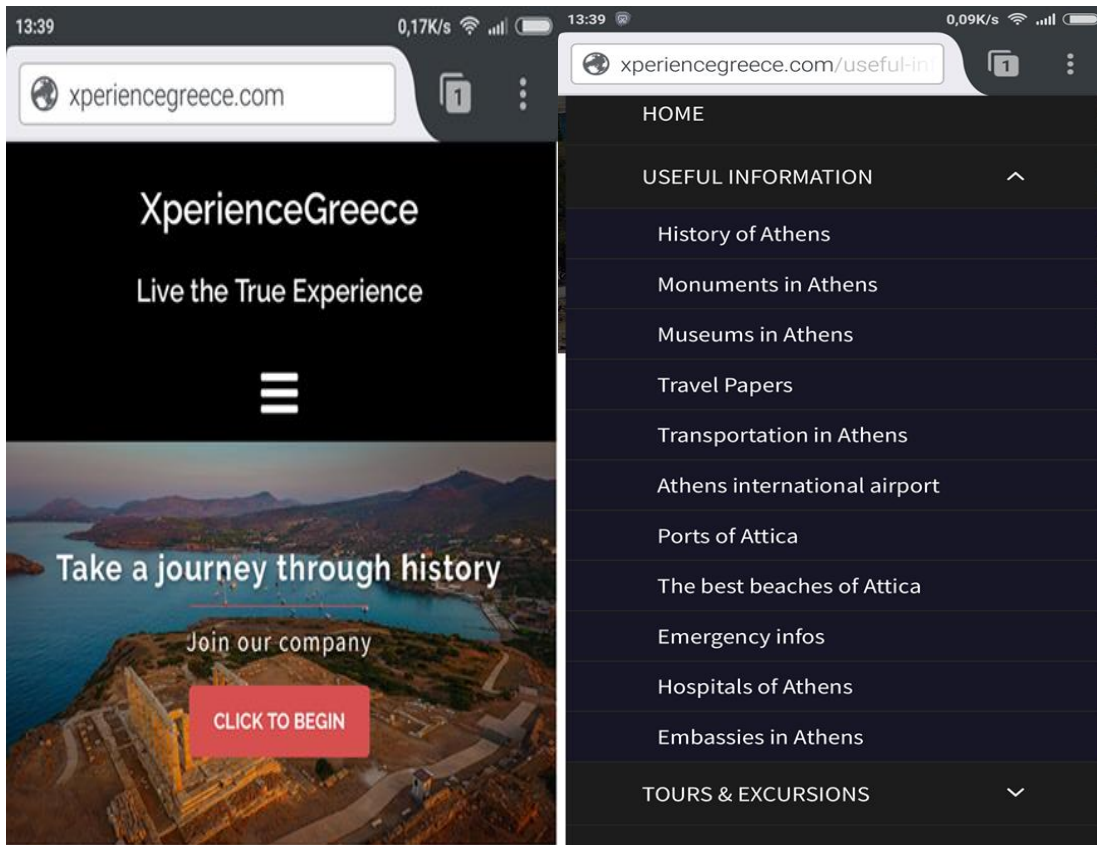
BOOK NOW YOUR TOUR!

Cape Sounion and Temple of Poseidon-Sunset tour-BOOK NOW

Metzora Half-day Tour-BOOK NOW

Ας παρατηρήσουμε ότι στο πλαϊνό μενού παραμένουν οι προτάσεις για κράτηση σε πακέτα εκδρομών που είναι διαθέσιμα.

Επίσης αξίζει να σημειώσουμε ότι το site είναι responsive, όπως θα δούμε παρακάτω. Δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην εμφάνιση των μενού και των σελίδων στην περίπτωση εισόδου από κινητό, μιας και είναι βέβαιο πως ο τουρίστας που φτάνει στον προορισμό του θα μπει στην σελίδα για να βρει πληροφορίες και κάνει κράτηση σε υπηρεσίες, από την συσκευή του και όχι από τον σταθερό υπολογιστή του.



Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα και αξιολόγηση

Για να διεκπεραιωθεί η συγκεκριμένη εργασία χρειάστηκε να γίνει εκτεταμένη έρευνα σε πολλούς τομείς του τουριστικού κλάδου.

Μελετήθηκαν δεδομένα και έρευνες που αφορούν τον παγκόσμιο τουρισμό και την πορεία του την τελευταία εικοσαετία, η οποία όπως παρουσιάζεται στην αρχή της εργασίας, κινείται ανοδικά και θα συνεχίσει να κινείται έτσι, τουλάχιστον μέχρι το 2030.

Το επόμενο στάδιο της έρευνας αφορούσε τον Ελληνικό τουρισμό, οποίος κινείται ανοδικά καθ' όλη την διάρκεια της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα και αγγίζοντας τα ανώτατα επίπεδα, σε αριθμό αφίξεων, συγκριτικά με τις δυνατότητες της χώρας και των υποδομών της. Αν λάβουμε σαν δεδομένο ότι το 70% των κλινών στην καλοκαιρινή σεζόν φιλοξενούνται σε τέσσερις προορισμούς. Τα συμπεράσματα που βγαίνουν από τα παραπάνω στοιχεία είναι ότι θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες προκειμένου να ξεπεράσουμε τον εποχιακό καλοκαιρινό τουρισμό και το μοντέλο ήλιος και θάλασσα, να αυξήσουμε τους δημοφιλείς προορισμούς της χώρας, να στοχεύσουμε σε νέες αγορές όπως αυτή της Ασίας και να προσελκύσουμε επισκέπτες από ένα ευρύ φάσμα μορφών τουρισμού, όπως παρουσιάζεται στην παρούσα εργασία. Αν ακολουθήσουμε αυτά τα βήματα θα μπορέσουμε να αυξήσουμε τον αριθμό των αφίξεων μας σε πολύ υψηλά επίπεδα και να εκμεταλλευτούμε την ευνοϊκή γεωπολιτική συγκυρία που μας παρουσιάζεται τα τελευταία χρόνια.

Το τελευταίο στάδιο της έρευνας αφορούσε το κομμάτι του διαδικτύου και τις προσπάθειες που υπάρχουν σε αυτό τόσο για την ενημέρωση των επισκεπτών όσο και για προσέλκυση πελατών που επισκέπτονται την πόλη της Αθήνας.

Ο αριθμός των σχετικών σελίδων με εξέπληξε, καθώς πριν την εκπόνηση της εργασίας αυτής δεν είχα φανταστεί τον μεγάλο αριθμό αυτών, είναι όμως δικαιολογημένος αν αναλογιστούμε τον όγκο των τουριστών στους οποίους απευθύνονται. Όμως από την έρευνα και την μελέτη αυτή διαπίστωσα πως υπάρχουν λίγες ιστοσελίδες που έχουν την ίδια προσέγγιση με την δική μου.

Οι περισσότεροι εξειδικεύονται σε έναν τομέα, ή στην παροχή πληροφοριών ή στην παροχή υπηρεσιών και αυτό είναι και το σημείο στο οποίο επικεντρώθηκαν οι προσπάθειες μου, να αποτελέσει ο ταξιδιωτικός οδηγός που δημιούργησα, την επιλογή τόσο αυτών που αναζητούν πληροφορίες όσο και αυτών που αναζητούν υπηρεσίες, το experiencegreece.com τα συνδυάζει και τα δυο με μια κουλτούρα

πλήρως αποξενωμένη από την κακή Ελληνική νοοτροπία της εκμετάλλευσης του τουρίστα, αλλά με αίσθημα φιλοξενίας, επαγγελματισμού και με την πεποίθηση πως πέρα από οποιαδήποτε ενέργεια marketing όσο στοχευμένη και αν είναι, οι θετικές εντυπώσεις, οι ευχάριστες αναμνήσεις, η θετική εικόνα που μπορούν να δημιουργήσουν οι άνθρωποι που θα συναντήσει και θα συνεργαστεί, είναι τα συστατικά αυτά που θα τον οδηγήσουν να μεταδώσει την εμπειρία του, να την μοιραστεί και με άλλους ανθρώπους και θα του δημιουργήσουν το συναισθηματικό δέσιμο ώστε να επισκεφθεί και να ανακαλύψει ξανά τα ίδια και νέα μέρη και να συναντήσει και να συνεργαστεί με τους ίδιους ανθρώπους, προκειμένου να ξανά ζήσει την ίδια, ή ίσως και καλύτερη εμπειρία από την προηγούμενη, στην Ελλάδα.

Το *experiencegreece* είναι ένας ταξιδιωτικός οδηγός που δίνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στον επισκέπτη με τρόπο εύκολο, απλό και κατανοητό, χωρίς να χρειάζεται να ψάξει πολύ και να δυσκολευτεί, ενώ του δίνεται η δυνατότητα να επιλέξει τον τρόπο με τον οποίο θα ήθελε να ζήσει την εμπειρία του μέσα από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οι οποίες όσο ο οδηγός θα εξελίσσεται, θα εξελίσσονται και θα αυξάνονται και αυτές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Hunziger W. & Krapf K. (1942), *“Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre”*, Zurich: Polygraphischer Verlag.

Matley I.M, (1976), *“The Geography of international Tourism”*, Washington: Association of American Geographers, pp. 1-76.

Αλέξης Χατζηδάκης, *Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015*, ΕΟΤ, Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα, 2015

Ηγουμενάκης, Ν.Γ., Κραβαρίτης, Κ.Ν. Τουρισμός. *Βασικές έννοιες*, Interbooks, Αθήνα, 2004

Καραγιάννης, Σ. και Έξαρχος, Γ. *Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική*, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Ηράκλειο, 2006

Λαγός Δ., *Τουριστική οικονομία*, Κριτική, Αθήνα, 2005

Μαντζουράνη, Κ. και Τζιφάκη, Χ., *Επιπτώσεις – Προοπτικές Εξέλιξης του Εναλλακτικού Τουρισμού στην Ελλάδα*, 2006

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑ.Τ.) www.statistics.gr

Πηγή: Υπουργείο Τουρισμού <http://www.mintour.gov.gr/Statistics/statistiki>

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος <http://www.bankofgreece.gr/>

Πηγή: ΕΟΤ, <http://www.gnto.gov.gr/el>

Πηγή: ΣΕΤΕ <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/>

<http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Πηγή: insete <http://www.insete.gr/el-gr/SETE-Intelligence>

Πηγή: Eurostat [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2014_\(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents\)_YB16.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Top_10_tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments,_2014_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents)_YB16.png)

Πηγή περιοδικό Fortune Greece: <http://www.fortunegreece.com/photo-gallery/top-touristiki-proorismi-tou-kosmou/#11>

<http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Google scholars: Lickorish, Leonard J. 2004 an introduction to tourism

https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=9HBZh2Lkm04C&oi=fnd&pg=PP2&dq=Lickorish,+Leonard+J.&ots=VOuQ3YyVXu&sig=oND9ODdDU0D67HjcyThEYQjrNjA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

UNWTO: <http://www2.unwto.org/>

World Bank: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>

Πηγή: <http://www.visitgreece.gr/>

Πηγή: <http://www.athensattica.gr/en/>

Πηγή: <http://www.athensguide.org/>

Πηγή: <http://www.thisisathens.org/>

Πηγή: <http://www.athensguide.com/>

Πηγή: <http://www.athens-greece-guide.com/index.htm>

Πηγή: <https://www.greeking.me/>

Πηγή: <http://www.greeka.com/>

Πηγή: <https://www.viator.com/>

Πηγή: <https://www.getyourguide.com>

Πηγή: <https://www.likealocalguide.com/athens>

Πηγή: <https://www.lonelyplanet.com/greece/athens>

Πηγή: <https://www.partner.viator.com/>