



Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη Επιχειρήσεων
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΟ

ΘΕΜΑ: Αξιολόγηση ιστοσελίδων χιονοδρομικών κέντρων

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ: Αναστάσιος Οικονομίδης

Ελένη Ζαφείρκου

MBAEX0819

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	2
2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ	5
3. ΕΜΦΑΝΙΣΗ	9
4. ΕΥΧΡΗΣΤΙΑ	10
5. ΔΙΑΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	11
6. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	12
7. ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	13
8. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	134
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	136

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το εύρος, ο όγκος και η εύκολη πρόσβαση έχουν καταστήσει τα τελευταία χρόνια το διαδικτύου εξαιρετικά δημοφιλές όχι μόνο στα άτομα αλλά και στις επιχειρήσεις που επενδύουν μικρά ή και μεγαλύτερα κεφάλαια στο να στήσουν μια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο με κίνητρα που ποικίλουν από την απλή διαφημιστική προβολή, την πελατειακή υποστήριξη, την ηλεκτρονική ανταλλαγή πληροφοριών ή ακόμη και τις πωλήσεις μέσω internet (Schmidt, Bauerly, Liu and Sridharam, 2003) . Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας θα μελετήσουμε 10 ιστοσελίδες χιονοδρομικών κέντρων από όλο τον κόσμο. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονίσουμε ότι ο σκοπός μας δεν είναι η αξιολόγηση των υπηρεσιών που προσφέρουν τα κέντρα αυτά αλλά των ιστοσελίδων τους στο διαδίκτυο.

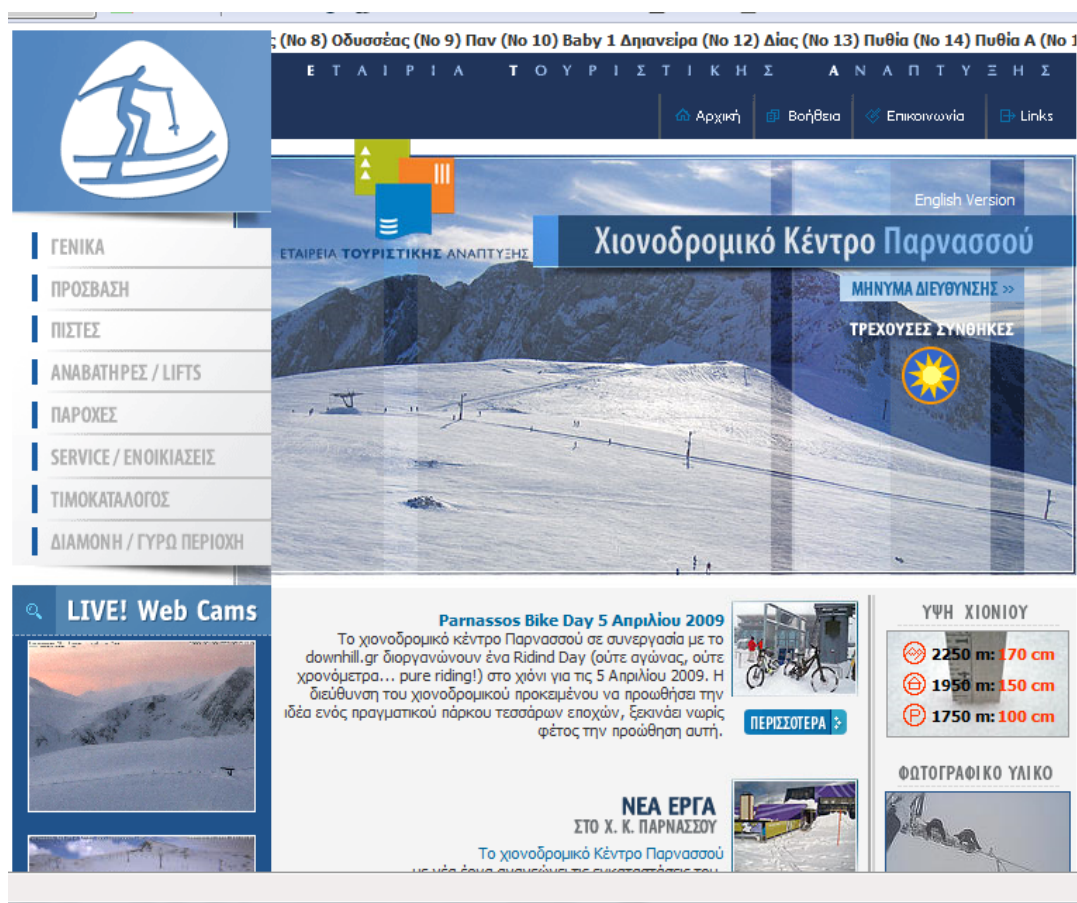
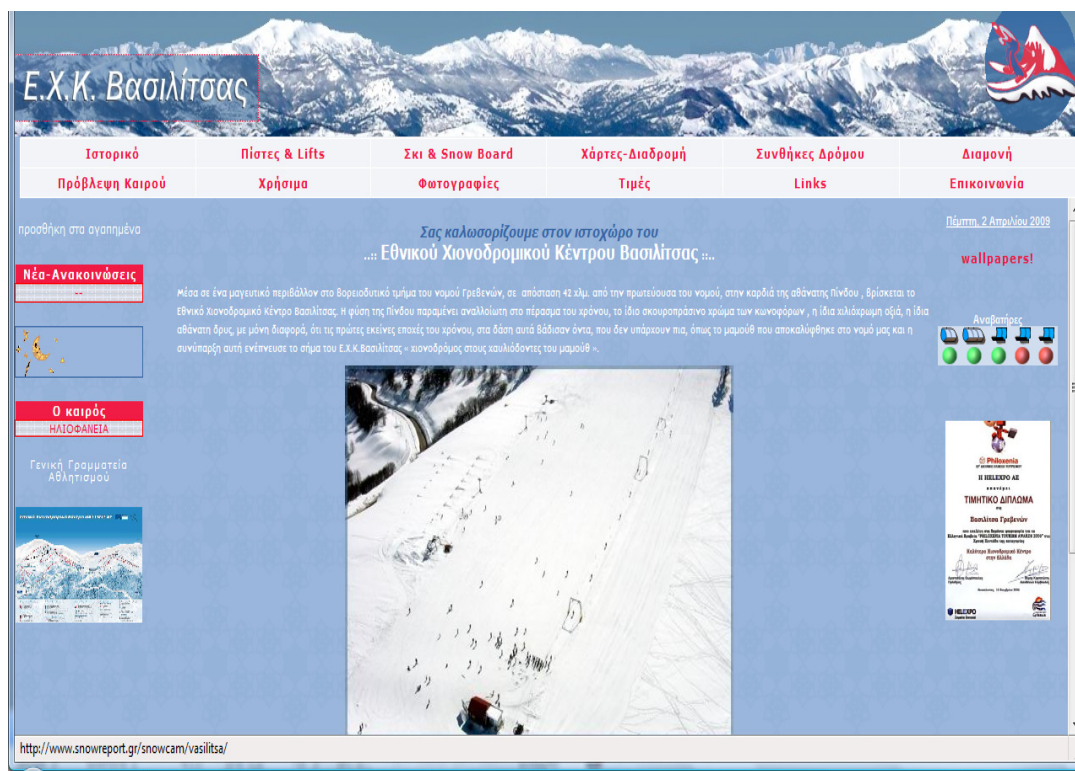
1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

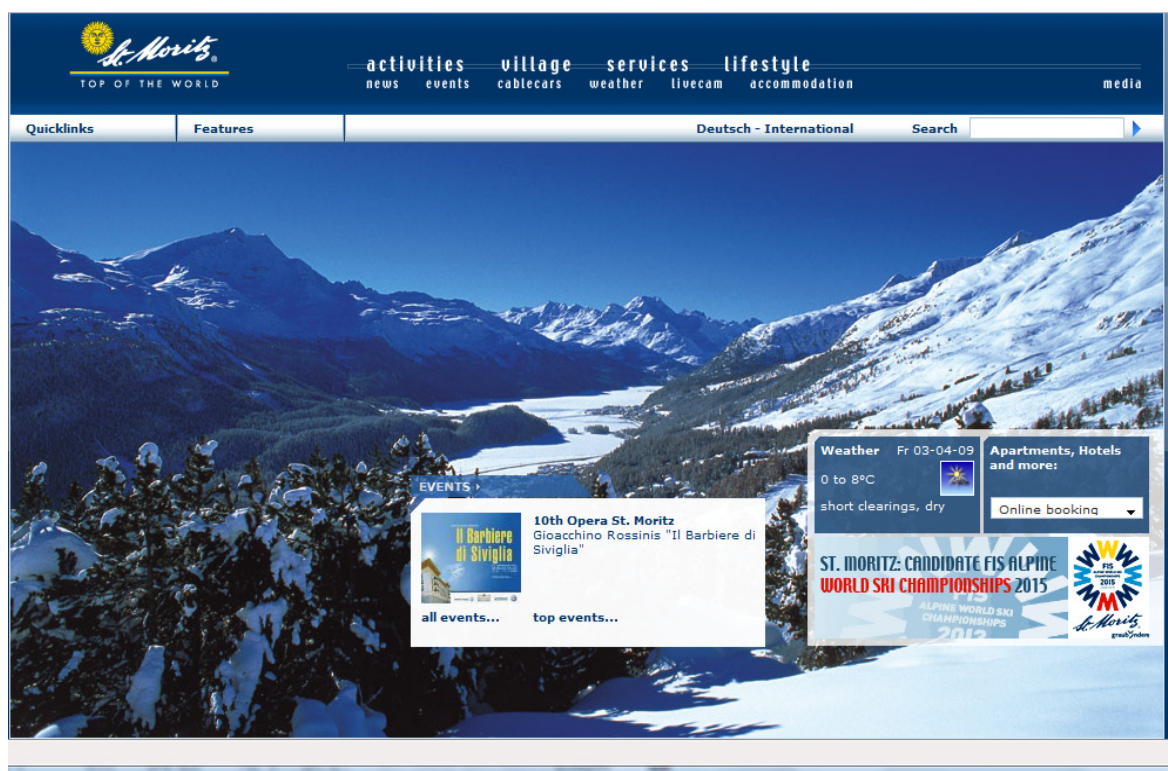
Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν ιστοσελίδες από τον παγκόσμιο ιστό. Η επιλογή των ιστοσελίδων ωστόσο δεν ήταν τυχαία. Τα βασικά κριτήρια για την επιλογή των ιστοσελίδων ήταν 3 :

- ❖ Να περιλαμβάνονται ιστοσελίδες από την Σκανδιναβία και την Αμερική που φημίζονται για τις καλοσχεδιασμένες ιστοσελίδες τους
- ❖ Να περιλαμβάνονται σελίδες από την Κεντρική Ευρώπη που φημίζεται για τα μεγάλα χιονοδρομικά της κέντρα
- ❖ Και φυσικά να περιλαμβάνονται ιστοσελίδες από την Ελλάδα έτσι ώστε να μπορέσουμε να βγάλουμε συμπεράσματα που αφορούν την χώρα μας και ενδεχομένως να κάνουμε τις προτάσεις μας.

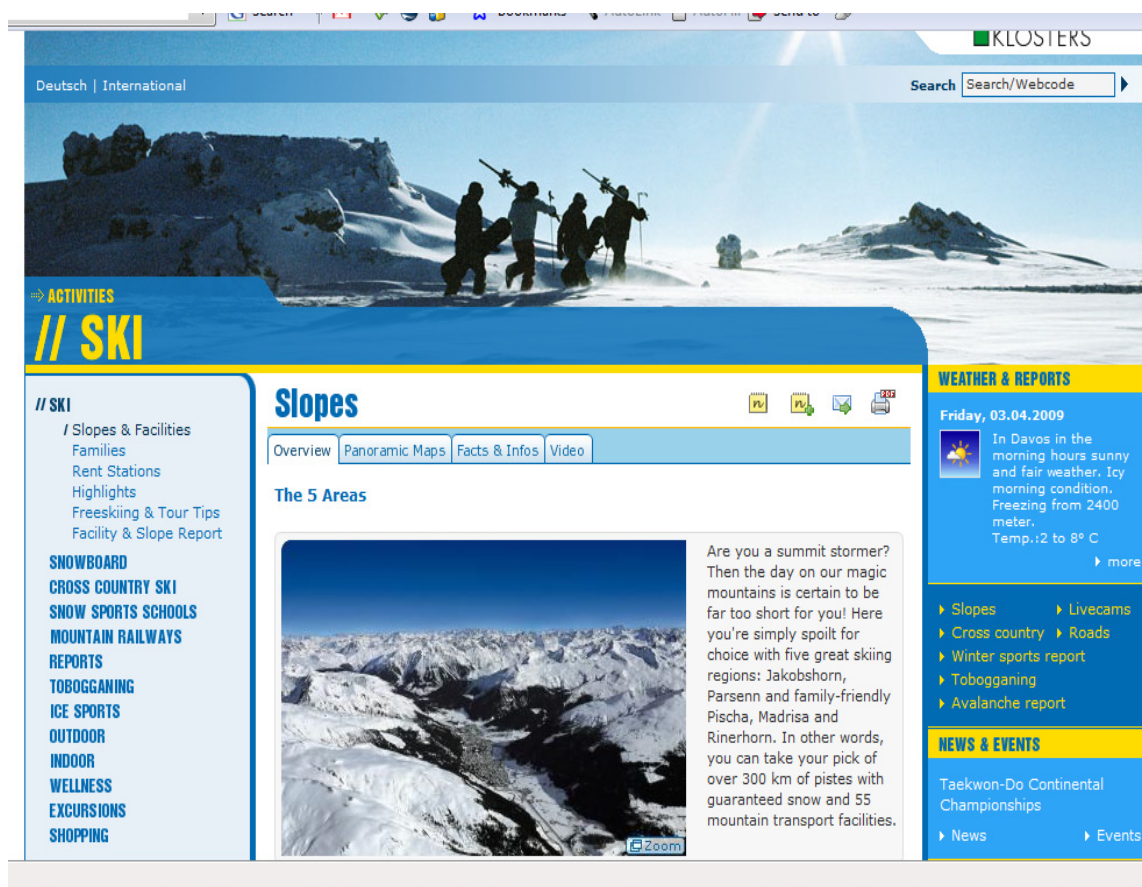
Για την αξιολόγηση των δεδομένων ακολουθήθηκε η ομαδοποίηση του Οικονομίδη (Pallas and Economides, 2008) και περιλαμβάνει τους τομείς περιεχόμενο, παρουσίαση, ευχρηστία, διαλογικότητα και επικοινωνία, ηλεκτρονικές υπηρεσίες και τεχνικά χαρακτηριστικά.

Τέλος για την βαθμολόγηση των ιστοσελίδων χρησιμοποιήθηκε μια συνεχής κλίμακα από 0-5. Παρακάτω παρατίθενται οι αρχικές σελίδες των χιονοδρομικών κέντρων που έχουν επιλεγεί.

ΕΙΚΟΝΑ 1 www.parnassos-ski.grΕΙΚΟΝΑ 2 www.vasilitsa.com



EIKONA 3 www.stmoritz.ch



EIKONA 4 www.davos.ch

DOLOMITI SUPERSKI
wonderful times

SEARCH > it · de · eng · ru · cz · pl · es

WELCOME TO THE MOST BEAUTIFUL MOUNTAINS IN THE WORLD

VIDEO FOTO SKIMAP

- 1 Cortina d'Ampezzo
- 2 Kronplatz
- 3 Alta Badia
- 4 Val Gardena/Alpe di Siusi
- 5 Val di Fassa/Carezza
- 6 Arabba/Marmolada
- 7 Alta Pusteria
- 8 Valle di Fiemme/Obereggen
- 9 S. Martino di Castrozza/Passo Rolle
- 10 Valle Isarco
- 11 Trepall-Moena/S. Pellegrino/Falcade
- 12 Civetta

HOME SKI REGION SKI & MORE SKIPASS OFFERS BOOK YOUR HOLIDAY INFO CONTACT 02/04/2009- 21:39:11

DOLOMITISUPER SNOWFALL

In the Dolomiti Superski resort fell about 20-40 cm of new snow. Those are great conditions to spend Easter in the snow of the Dolomites. The special offers DolomitiSuperKids and DolomitiSuperSun are valid until April 14 and respectively until April 19 in the open ski resorts. [more...](#)

DOLOMITISUPERWEATHER

Thanks to the Alps situated on the north side, the area of the Dolomites is protected from Central-European weather fronts enabling the Dolomiti Superski resorts to enjoy particularly good weather; in the Dolomites the sun shines 8 days out of 10. [more...](#)

Temperatures Summits Valley
1°C 7°C

Weather > Snow > Slopes >

WEBCAM

SKIMAP
SKIROUTENPLANNER
DAILY-SKI-TIMES CHECK
MOBILE SERVICES
COMMUNITY
NEWSLETTER
E-mail, sms, mms

perski.com/3874.pdf?ccode=en-US

EIKONA 5 www.dolomitisuperski.com

La Molina

CATALA | CASTELLANO | ENGLISH PRESS | CUSTOMER SERVICE | ON-SLOPE SAFETY | DISABLED ACCESS | LINKS

GIVE SNOW TV ONLINE

La Molina Latest News

03.04.09

04.04.09

24.03.09 WALKS ON TANDEM SKI

04.04.09

04.04.09 4-5.04.09 FERIA VIVE LATINOMERICA

04.04.09

13.04.09

15.04.09

16.04.09 16-19.04.09 SITC - BARCELONA

18.04.09

La Molina Bookingcenter
You do your RESERVE NOW!!
It reserves your SKI PASSES

Read www.lamolina.com

EIKONA 6 www.lamolina.com

Chamonix valley official website

Thursday April 2nd - 19:27

CHAMONIX MONT-BLANC

English version

» Homepage
» Discover Chamonix
» Access and map's
» Accommodation
» Lifts
» Ski and snowboard
» Cross country skiing
» Hikes
» Mountaineering
» Sports activities
» Entertainment and events
» Dining and going out
» Children
» Tourism and disability
» FAQ
» Photo gallery
» Videos
» Directory

Weather
+3°C / +13°C morning afternoon
Mainly: cloudy - fairly mild in the afternoon
Sunrise : 7:11 - Sunset : 20:00

March, April, May ... 300% Chamonix Mont-Blanc

YOU'LL FIND WHAT YOU'RE LOOKING FOR IN CHAMONIX MONT-BLANC...

100% ski & board: excellent snow conditions, sunny terraces, a variety of ski terrain and exceptional off-piste...
100% relaxation: panoramas to take your breath away, a beautiful town, gourmet restaurants, Spa and health centres...
100% promotion: take advantage of our special holiday offers and come see for yourselves !

- Consult our "White Week" package offers
- Consult the promotional offers proposed by our resort partners : stay for skiers or non-skier stay

SPECIAL OFFER END OF SEASON
1 €
the 2nd day (consecutive) on the Mont-Blanc Unlimited pass
from 13/04/09 - see all conditions

Corsica in Chamonix

FROM 17TH TO 19TH APRIL
Music, films, exhibitions, food tasting - Corsican produce...
The "Ile de Beauté" as it is so affectionately known receives a warm welcome in Chamonix for this Corsican Festival!

» Programme

17th Piolets d'Or

THE 24TH AND 25TH APRIL
The Golden Ice-Axe Award celebrates

Cham' today
» Road conditions
» Lifts
» Snow report
» Webcam

Book your stay

Activities

Eco-tourism
» Chamonix goes green
» free public transport
» car-sharing

Partners
CHAMONIX

Downloads
» Transport timetable

dumontblanc.fr/pages/forfaits_promo_2009_gb.html

EIKONA 7 www.lamolina.com

Search | Mail | Internet | Downloads | Bookmarks | AutoLink | AutoFill | Send to | Settings

Winter in Geilo | Summer in Geilo
Choose language: English | Norsk

Geilo now: Forecast by yr.no

Webcam:

Precipitation 24hrs: 0.0 mm

Temp: 2 °C

Snow depth: 85 cm

→ Forecast from yr.no → Snow report
→ Weather history → Freshly groomed trails
→ Weather station → Open ski lifts

Visitgeilo.com | Ski | Activities | Attractions | Accommodation | Geilo menu | Shopping | Conference | Getting here

Last Minute

Book packages online!

Offerings with a minimum 50 percent discount on lift tickets and accommodation.

See you in Geilo!

Hide description

Last minute!

Booking

Plan and book your visit now.

→ Accommodation
→ Activities
→ Package deals
→ Lift Tickets

Select the type of accommodation:
☒ Hotels and Mountain Lodges
☐ Cabin, Apartment, Camping

Arrival: 02.04.2009

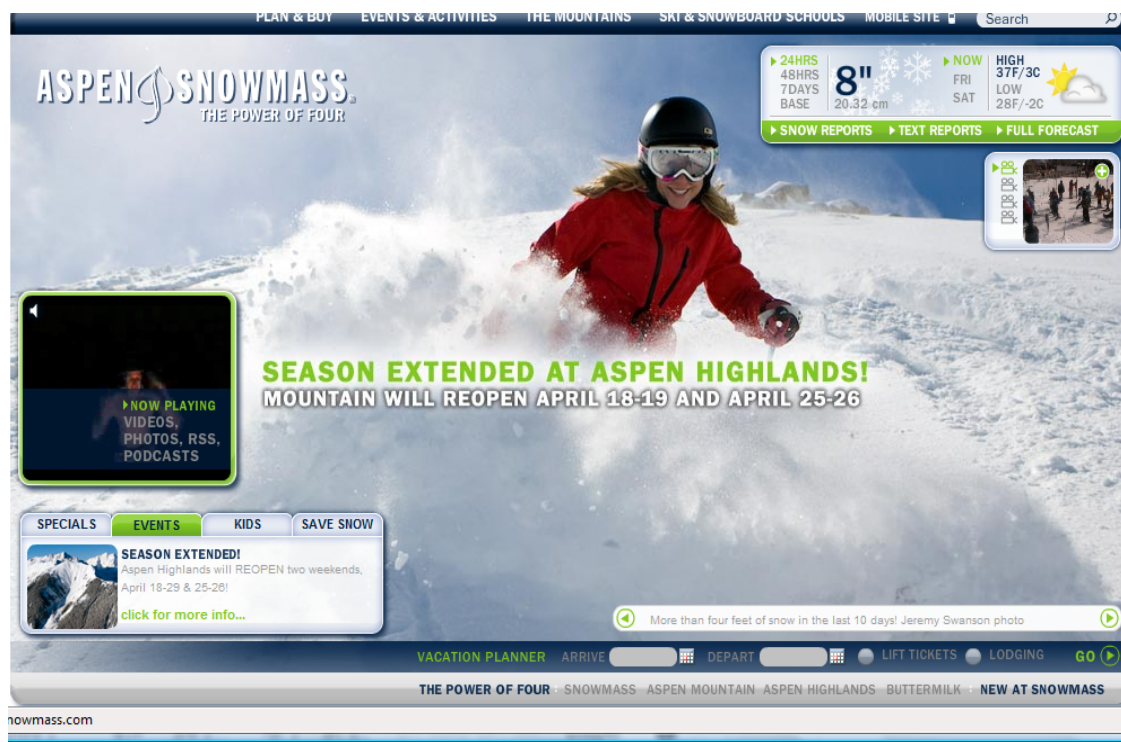
Departure: 03.04.2009

→ SEARCH AVAILABILITY

Last minute in March & April in Dr.Holms

Last minute rate - midweek and weekends, in March and April. Rate includes bed and breakfast. Enjoy come down at Dr.Holms

EIKONA 8 www.geilo.no



EIKONA 9 www.aspensnowmass.com



EIKONA 10 www.apexresort.com

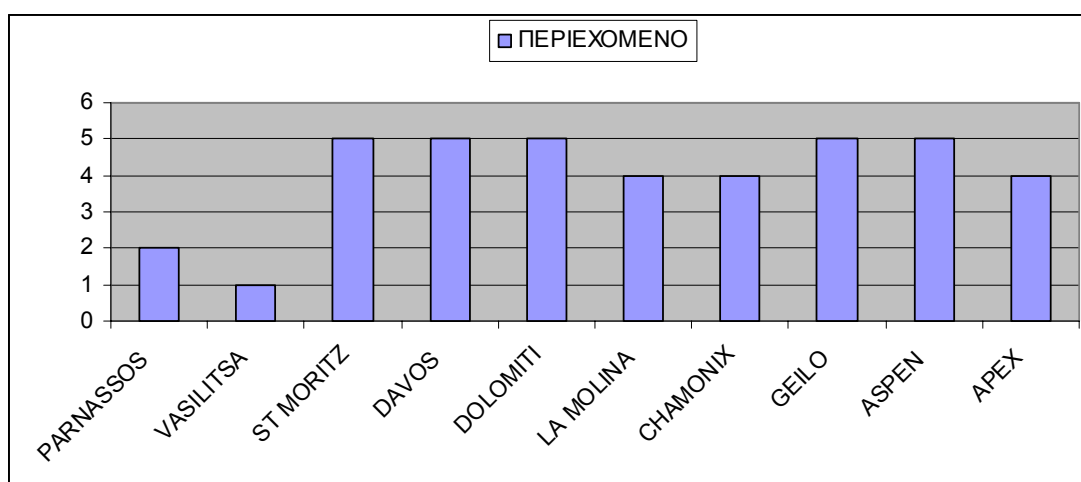
2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Εξαιτίας της φύσης των χιονοδρομικών υπηρεσιών, όλες ανεξαιρέτως οι ιστοσελίδες παρέχουν άμεση ενημέρωση για τις επικρατούσες καιρικές συνθήκες αλλά και την πρόγνωση του καιρού των επόμενων ημερών, είτε μέσω μετεωρολογικών σταθμών που βρίσκονται πάνω στα κέντρα είτε με links με ιστοσελίδες που ειδικεύονται στο θέμα. Επίσης κάποιες ιστοσελίδες παρέχουν στο κοινό ενημερωτικό δελτίο για την κατάσταση του χιονιού στις πίστες καθώς και ποιοι αναβατήρες και πίστες βρίσκονται σε λειτουργία. Επιπλέον στην ιστοσελίδα του Davos υπάρχει σχετικό link που ενημερώνει τους σκιέρ για επικείμενες χιονοστιβάδες.

Αναφορικά με τη γλώσσα που χρησιμοποιούν τα sites αρνητική εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι τα χιονοδρομικά κέντρα Παρνασσού και Βασιλίτσας είναι στημένα μόνο στα ελληνικά σε αντίθεση με τα υπόλοιπα sites που έχουν και άλλες εκδόσεις σε δημοφιλείς γλώσσες (γερμανικά, γαλλικά, ιταλικά) ενώ δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να κατεβάσει πληροφοριακό υλικό σε γλώσσες όπως τα κινέζικα ή τα ρώσικα. Τέλος έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι αν και ο Καναδάς είναι μια χώρα που χαρακτηρίζεται από τη διγλωσσία, η ιστοσελίδα του χιονοδρομικού κέντρου Apex είναι γραμμένη μόνο στα αγγλικά.

Αξίζει ακόμη να σημειώσουμε ότι 2 χιονοδρομικά κέντρα (Apex, Geilo) έχουν ξεχωριστή έκδοση για καλοκαιρινές δραστηριότητες.

Παρακάτω παρατίθεται διάγραμμα με τη βαθμολογία του κάθε χιονοδρομικού κέντρου.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 Περιεχόμενο

3. ΕΜΦΑΝΙΣΗ

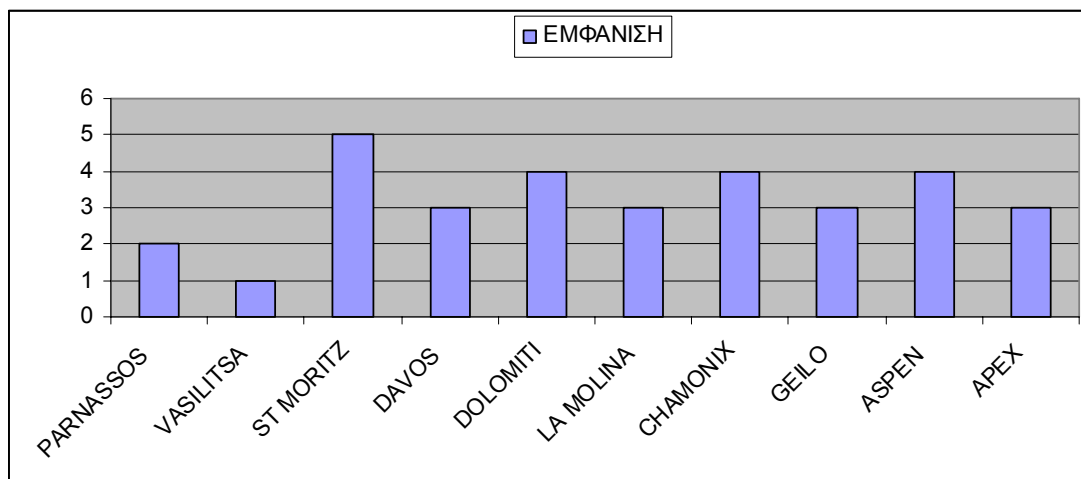
Η εμφάνιση μιας ιστοσελίδας μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο καθώς σε κάποιες περιπτώσεις επηρεάζει τον επισκέπτη περισσότερο από τον παράγοντα ευχρηστία (Hartman, Sutcliffe and De Angeli, 2007). Εξάλλου αποτελούν την πρώτη επαφή του πελάτη με την εταιρία ή την υπηρεσία και προδιαθέτει τον επισκέπτη θετικά ή αρνητικά. Ωστόσο το κομμάτι αυτό είναι το πλέον χρονοβόρο και ακριβό και χρειάζεται η επέμβαση ειδικών. Δεδομένου λοιπόν ότι πολλές φορές η καλή εμφάνιση συγχέεται με την αξιοπιστία της ίδιας της επιχείρησης, καταλαβαίνουμε πόσο πιο καθοριστικός είναι ρόλος της (Robins and Holmes, 2008).

Σχετικά με την εμφάνιση παρατηρούμε μια ομοιομορφία καθώς σε όλα τα sites χρησιμοποιούνται τα ίδια ψυχρά χρώματα άσπρο, γρι, γαλάζιο που παραπέμπουν στα χρώματα του χιονισμένου τοπίου, ενώ σε μερικά υπάρχουν και κάποιες κόκκινες πινελιές για να δώσουν ζωντάνια στην εικόνα.

Δυστυχώς σε κανένα απολύτως site δεν υπάρχει δυνατότητα διαμόρφωσης της σελίδας ανάλογα με τις προτιμήσεις του χρήστη (personalization) και φυσικά δεν υπάρχουν ειδικές ρυθμίσεις έτσι ώστε να είναι προσιτό σε άτομα με ειδικές ανάγκες (παρόλο που κάποια από τα χιονοδρομικά κέντρα παρέχουν ειδικές υπηρεσίες για τη διευκόλυνση αυτών των ατόμων).

Επίσης θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι εξαιρετικά σημαντική και στο σημείο αυτό οφείλουμε να παραδεχτούμε ότι μόνο στην ιστοσελίδα του Παρνασσού εντοπίστηκαν κάποια ορθογραφικά λάθη, στο βαθμό βέβαια που η γράφουσα είναι σε θέση να ελέγξει τα αντίστοιχα στοιχεία στα ξένα sites.

Τέλος σε ό,τι αφορά τη χρήση γραφικών και εικόνων όλα τα sites είναι εμπλουτισμένα με φωτογραφίες και video για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Επίσης υπάρχουν παντού web cameras που δίνουν την αίσθηση της αμεσότητας.

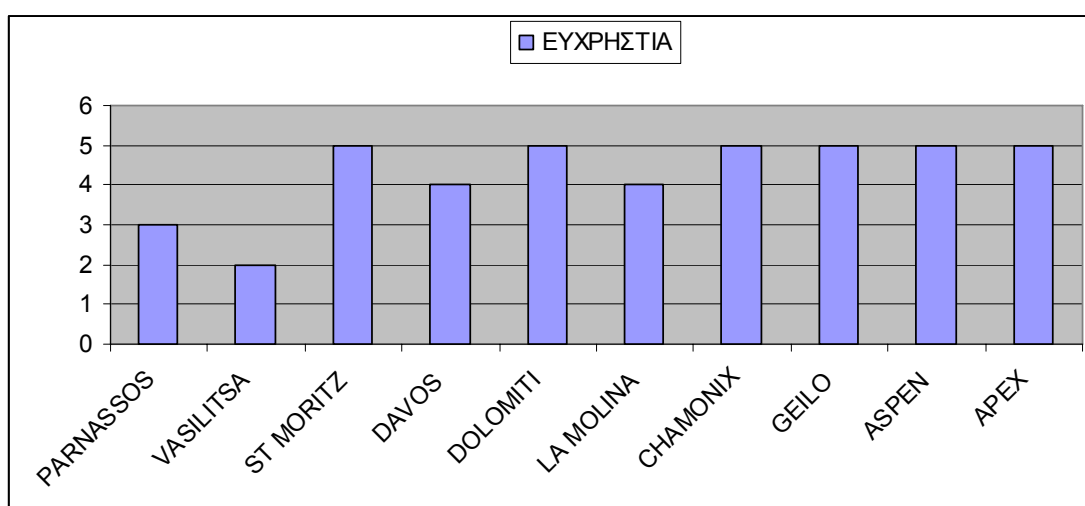


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 Εμφάνιση

4. ΕΥΧΡΗΣΤΙΑ

Ο βαθμός ευχρηστίας ενός site παίζει επίσης καθοριστικό ρόλο για τον χρήστη και για αυτό θα πρέπει μια καλοσχεδιασμένη ιστοσελίδα να είναι πάνω απ όλα εύχρηστη. Ωστόσο προκύπτει το εύλογο ερώτημα ποια είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά που καθιστούν ένα site εύχρηστο (Batra and Bishu, 2007). Δεδομένου ότι οι εφαρμογές λογισμικού είναι από τη φύση τους ένα εξαιρετικά περίπλοκο αντικείμενο που απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό με διαφορετικά ενδιαφέροντα και ικανότητες, είναι δύσκολο για τους σχεδιαστές ιστοσελίδων να γνωρίζουν επακριβώς ποια είναι τα χαρακτηριστικά που θα κάνουν την ιστοσελίδα πιο ελκυστική και προσιτή. Συχνά οι εταιρίες που προσφέρουν υπηρεσίες λογισμικού είναι περιορισμένες με αποτέλεσμα οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις να μην έχουν μεγάλα περιθώρια επιλογής (Huang and Post, 2004). Έτσι λοιπόν η αξιολόγηση της ευχρηστίας ενός site είναι το πιο δύσκολο μετρήσιμο μέγεθος που στηρίζεται σε καθαρά υποκειμενικούς παράγοντες του χρήστη που σχετίζονται με την κουλτούρα, τις προσωπικές προτιμήσεις, τις προκαταλήψεις, το βαθμό ανάπτυξης της κοινωνία όπου είναι ενταγμένος, την οικονομική του κατάσταση και την προσβασιμότητα στο Internet (King, 2008). Στην δική μας περίπτωση των χιονοδρομικών κέντρων, μπορούμε να πούμε ότι σε γενικές γραμμές είναι μάλλον φιλικά προς το χρήστη. Η πλοήγηση ήταν εύκολη και σχεδόν σε όλα τα sites υπήρχε μηχανή αναζήτησης καθώς και άμεση πρόσβαση στην κεντρική σελίδα. Επίσης χρησιμοποιώντας τη μηχανή αναζήτησης Google, τα sites των εν λόγω χιονοδρομικών κέντρων είναι τα πρώτα στην λίστα των επιλογών

επομένως είναι πολύ εύκολο για τον ενδιαφερόμενο να τα εντοπίσει. Εντοπίστηκαν μόνο δύο περιπτώσεις όπου τα συνημμένα videos δεν άνοιγαν. Η πρώτη περίπτωση ήταν στην ιστοσελίδα του χιονοδρομικού κέντρου Βασιλίτσας όπου το video είχε αποσυρθεί (αν και υπήρχε ακόμη το σχετικό εικονίδιο) και η δεύτερη στους Δολομίτες όπου δεν έτρεχε το video αλλά ακουγόταν μόνο η μουσική. Παρά όμως αυτή την ατέλεια η εν λόγω ιστοσελίδα βαθμολογήθηκε με άριστα καθώς κατά τα άλλα λειτουργούσε άψογα. Τέλος όπως έχουμε ήδη αναφέρει σε καμία ιστοσελίδα δεν δίνεται η δυνατότητα διαμόρφωσης ανάλογα με τις προτιμήσεις του χρήστη. Παρακάτω μπορούμε να δούμε το διάγραμμα που αναπαριστά γραφικά τη βαθμολογία της κάθε ιστοσελίδας.



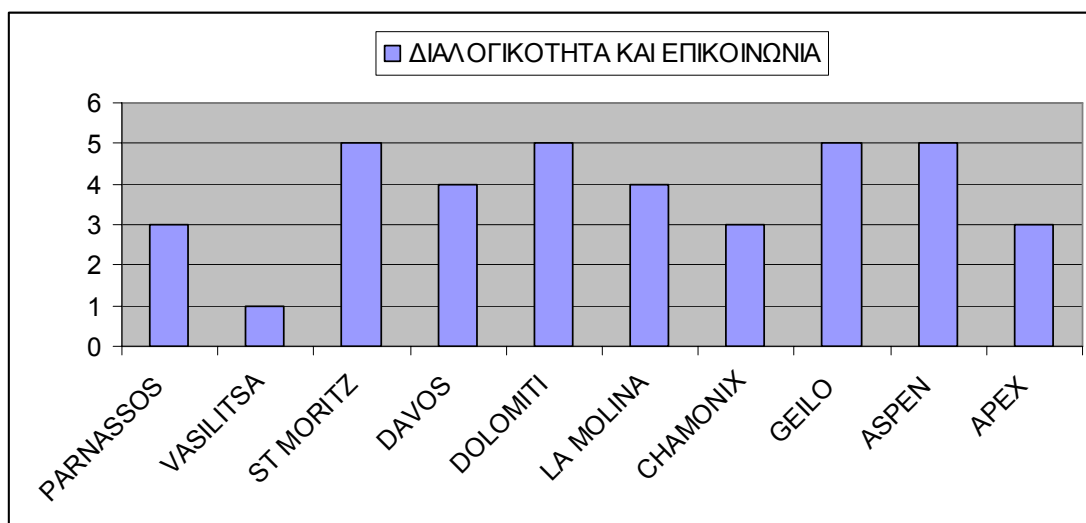
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 Ευχρηστία

5. ΔΙΑΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας αξιολόγησης μια ιστοσελίδας είναι οι δυνατότητες που παρέχει στον χρήστη για επικοινωνία. Αυτή η επικοινωνία μπορεί να επιτευχθεί είτε με σύγχρονα (chat, τηλέφωνο, βιντεοκλήση) είτε με ασύγχρονα (e-mail, sms, τηλεϊδοποίηση) μέσα (Pallas and Economides, 2008).

Στην περίπτωση των χιονοδρομικών κέντρων αξίζει να σημειώσουμε κάποιες αξιόλογες προσπάθειες όπως για παράδειγμα στο Geilo όπου λειτουργεί τηλεφωνική γραμμή εξυπηρέτησης και υπάλληλοι σε όλο το 24ωρο και σε συνεργασία με τουριστικά γραφεία έχουν ως αποστολή να διευκολύνουν τον επισκέπτη του

χιονοδρομικού κέντρου. Επίσης στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα υπάρχει πάντα στο τέλος υπό μορφή υπομνήματος η ηλεκτρονική διεύθυνση όπου ο επισκέπτης μπορεί να υποβάλλει ερωτήσεις. Επιπλέον στην ιστοσελίδα του Aspen λειτουργεί live chat 16 ώρες το 24ωρο, στα sites Dolomites και Saint Moritz υπάρχει blog ενώ μόνο στο Chamonix υπάρχει ερωτηματολόγιο αξιολόγησης του ίδιου του site κι όχι μόνο των υπηρεσιών του χιονοδρομικού κέντρου.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4 Διαλογικότητα και επικοινωνία

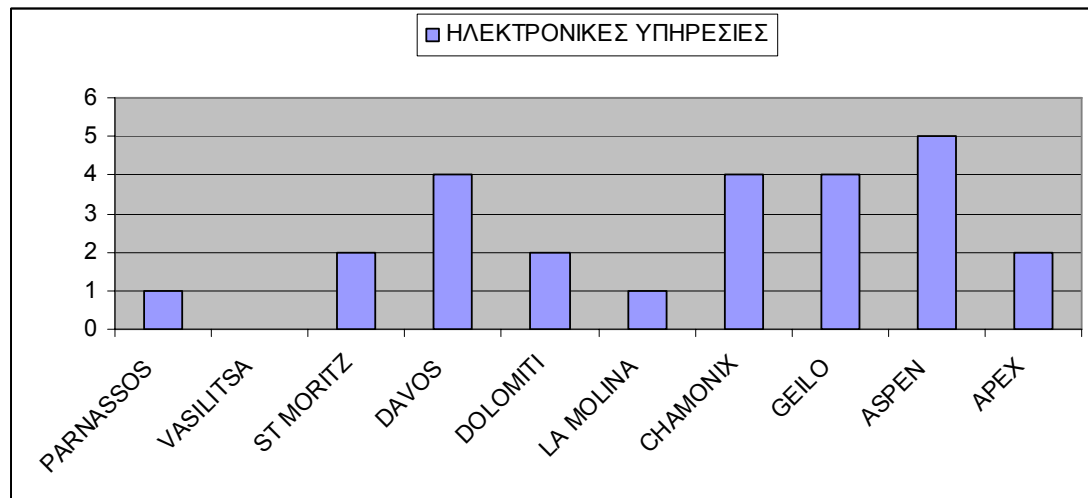
6. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Άλλη μια σημαντική παράμετρος στην αξιολόγηση ιστοσελίδων είναι οι προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες καθώς είναι ιδιαίτερα βολικό για τον χρήστη να μπορεί να παρακολουθεί επικείμενες εκδηλώσεις να κάνει on line αγορές ή ακόμη και να προγραμματίζει τις χειμερινές διακοπές (Pallas and Economides, 2008).

Από τα χιονοδρομικά κέντρα εκείνο που πραγματικά ξεχωρίζει είναι του Aspen όπου ο χρήστης πραγματικά έχει μια πληθώρα ηλεκτρονικών υπηρεσιών που σχετίζονται με την ηλεκτρονική αγορά εισιτηρίων για τους αναβατήρες, εξοπλισμού, αναμνηστικών, να κάνει κράτηση σε ξενοδοχεία αλλά και εστιατόρια. Επιπλέον είναι διαθέσιμο ημερολόγιο δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων και διαδραστικός χάρτης.

Επίσης στο site του Davos μπορεί κανείς να βρει e-cards, screensavers και ηλεκτρονικά παιχνίδια. Έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι στο site των Δολομιτών και

του Saint Moritz που μέχρι στιγμής ήταν μια πολύ καλές ιστοσελίδες, η μόνη διαθέσιμη υπηρεσία είναι το on line booking.

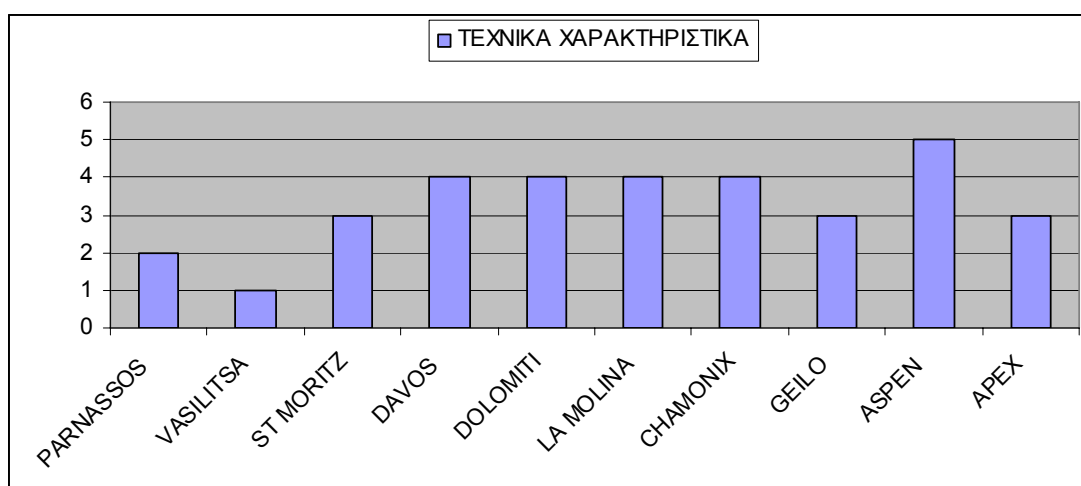


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5 Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

7. ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Σε ό,τι αφορά τα τεχνικά χαρακτηριστικά, οι παράμετροι που αξιολογούνται είναι Η αξιοπιστία (πόσο ενημερωμένο είναι το site σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα), η ταχύτητα (πόσο γρήγορα «τρέχει» το site), η συμβατότητα (να μη χρειάζεται ειδικό software) και η τήρηση απορρήτου (Pallas and Economides, 2008).

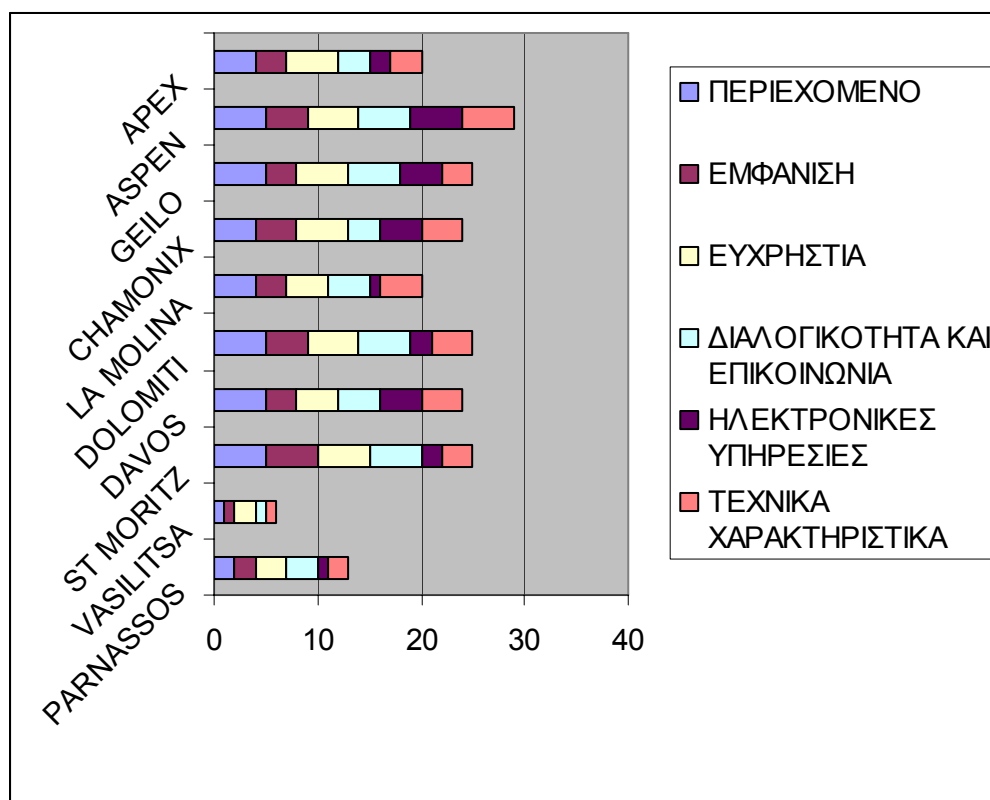
Όπως έχουμε ήδη αναφέρει όλα τα sites παρέχουν ενημερωμένο δελτίου καιρού και σε πολλές περιπτώσεις υπάρχει διαθέσιμο και ημερολόγιο δραστηριοτήτων. Αν και η ταχύτητα στις περισσότερες ιστοσελίδες ήταν μάλλον ικανοποιητική, σε κάποιες περιπτώσεις υπήρχαν «σπασμένες» σελίδες ή links που δεν άνοιγαν. Τέλος σε 4 μόνο sites υπήρχε δήλωση τήρησης απορρήτου (Davos, Dolomiti, Chamonix, La Molina) και μόνο στο Aspen υπάρχει πιστοποιητικό ασφαλείας για τις on line αγορές.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6 Τεχνικά Χαρακτηριστικά

8. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στο παρακάτω συγκριτικό διάγραμμα μπορούμε να δούμε τη συνολική βαθμολογία που έχει συγκεντρώσει κάθε χιονοδρομικό κέντρο.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7 Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα

Στο διάγραμμα αυτό παρατηρούμε ότι το χιονοδρομικό κέντρο του Aspen αναδεικνύεται ως το καλύτερο της παρούσας εργασίας. Μάλιστα με μια προσεκτικότερη ματιά θα διαπιστώσουμε μέχρι και το κριτήριο της διαλογικότητας συγκεντρώνει σχεδόν την ίδια βαθμολογία με τα άλλα τρία χιονοδρομικά κέντρα που έπονται βαθμολογικά (Saint Moritz, Dolomiti, Geilo) ενώ τα στοιχεία που του δίνουν το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων είναι η αρτιότητα των τεχνικών χαρακτηριστικών και η πληρότητα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του. Χάρη σε αυτές τις προηγμένες υπηρεσίες το Aspen καταφέρνει να ξεχωρίσει με μια διαφορά τεσσάρων μονάδων από τα υπόλοιπα.

Ένα τέτοιο site θα πρέπει να αποτελέσει παράδειγμα για τα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα που δυστυχώς όπως βλέπουμε από το διάγραμμα καταλαμβάνουν τις δύο τελευταίες θέσεις. Σε όλους πραγματικά τομείς αξιολόγησης θα πρέπει να γίνει πολλή δουλειά καθώς δεν υπάρχει ούτε ένας τομέας όπου τα εν λόγω sites συγκεντρώνουν βαθμολογία πάνω από τη βάση.

Ένας ακόμη τομέας που θα έπρεπε να προβληματίσει τους σχεδιαστές των ελληνικών sites σε συνεργασία με τους διαχειριστές των χιονοδρομικών κέντρων, είναι η αξιοποίηση του βουνού καθ όλη τη διάρκεια του έτους μέσα από προγράμματα εναλλακτικού τουρισμού και οικολογικών δραστηριοτήτων. Οι συγκεκριμένοι μάλιστα τομείς στη χώρα μας παρουσιάζουν εξαιρετικά μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης καθώς αφενός σήμερα βρίσκονται σε μηδενικό επίπεδο και αφετέρου τα ελληνικά βουνά ενδείκνυνται για τέτοιου είδους δραστηριότητες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Batra, S. and Bishu, R. **(2007)**, “Web Usability and Evaluation: Issues and Concerns”, *Usability and Internationalization*, Part I, HCII 2007, LNCS 4559, 243-249.
- Huang, A. and Post, G. **(2004)**, “Usability of Web-based systems – A comparison of two interaction approaches”, *Human Systems Management*, Vol. 23, No. 4, 193-201.
- Hartmann, J., Sutcliffe, A. and De Angeli, A. , **(2007)** “Investigating Attractiveness in Web User Interfaces”, Proc. CHI 2007, ACM Press, 387-396.
- King, J., **(2008)**, “Web Usability on an International Scale: A content Analysis”, A Master’s Paper for the M.S. in I.S. degree, 1-34.
- Pallas, J. and Economides, A. **(2008)**, “Evaluation of art museums’ web sites worldwide”, *Information Services & Use*, Vol. 28, No. 1, 45-57.
- Robins, D. and Holmes, J. **(2008)**, “Aesthetics and credibility in web site design”, *Information Processing and Management*, Vol.44, No. 1, 386-399.
- Schmidt, K., Bauerly, M., Liu, Y. and Sridharan, S. **(2003)**, Proc. of the 8th Annual International Conference on Industrial Engineering, 478-484.

ΠΗΓΕΣ

- www.apexresort.com
- www.aspensnowmass.com
- www.bigwhite.com
- www.chamonix.com
- www.davos.ch
- www.dolomitisuperski.com
- www.geilo.no
- www.lamolina.com
- www.parnassos-ski.gr
- www.stmoritz.ch
- www.vasilitsa.com