

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων**

**ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ e-TRAVEL SITES**

**Γεώργιος Κουρνιώτης**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

**Ιανουάριος 2010**

*Αφιερώνεται σε όσους πίστεψαν σε μένα και βοήθησαν στην  
προσπάθεια μου, ιδιαίτερα δε σε όλη την οικογένεια μου που μου  
συμπαραστάθηκε όσο και όπως μπορούσε*

## Περίληψη

Ένα από τα σπουδαιότερα θέματα στο σχεδιασμό γενικά αλλά και στο σχεδιασμό ιστοχώρων ειδικότερα, είναι η επαναχρησιμοποίηση της υπάρχουσας σχεδιαστικής εμπειρίας ώστε να μην είναι ανάγκη να ανακαλύπτουμε τον τροχό σε κάθε νέα σχεδιαστική προσπάθεια. Έχοντας αυτόν το σκοπό η παρούσα εργασία ξεκίνησε με τη μελέτη της υπάρχουσας κατάστασης των e-travel sites στο Διαδίκτυο και στη συνέχεια επικεντρώθηκε στη δημιουργία μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών που να βοηθά στο σχεδιασμό της αρχικής σελίδας ιστοχώρων που αφορούν αλυσίδες ξενοδοχείων. Πρώτα μελετήσαμε την πορεία ανάπτυξης της χρήσης των σχεδιαστικών χναριών και των γλωσσών τους, κυρίως στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου – υπολογιστή. Έπειτα προχωρήσαμε σε μία ευρεία έρευνα στο Διαδίκτυο και στην υπάρχουσα βιβλιογραφία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν τα επεξεργασθήκαμε και τα στοιχεία στα οποία καταλήξαμε, μας οδήγησαν στη επιλογή των λειτουργιών που εντάξαμε στην προτεινόμενη λύση και εν συνεχεία, στη διαμόρφωση ενός συνόλου σχετιζόμενων σχεδιαστικών χναριών για το σχεδιασμό της ζητούμενης αρχικής σελίδας. Κάποια από τα προτεινόμενα σχεδιαστικά χνάρια είναι παραλλαγές χναριών που έχουν ήδη προταθεί από άλλους ερευνητές όπως ο Welie και υπάρχουν στο Διαδίκτυο ή στη βιβλιογραφία, ενώ τα υπόλοιπα προτείνονται από εμάς. Όλα τα προτεινόμενα σχεδιαστικά χνάρια παρουσιάζονται συνοπτικά (thumbnails). Στο τέλος, γίνεται μια σοβαρή προσπάθεια αξιολόγησης, της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών που προέκυψε σαν αποτέλεσμα της προσπάθειας μας και παρατίθενται προτάσεις για μελλοντικές επεκτάσεις της έρευνας που ξεκίνησε με την παρούσα εργασία.

**Λέξεις κλειδιά:** Σχεδιαστικά χνάρια, Γλώσσες σχεδιαστικών χναριών, Αρχική σελίδα ιστοχώρου, Αλυσίδες ξενοδοχείων

## **Abstract**

One of the key issues in design generally and in designing sites in particular, is the reuse of existing designing experience, so that we do not have to reinvent the wheel with every design effort. In this context, this paper began by studying the existing situation in e-travel sites on the Internet and then focused on the creation of a pattern language that would help designing the homepages of hotel chains' sites. First, we studied the development of use of design patterns and their language, mainly in the area of human-computer interaction. We then proceeded to a broad review of the Internet and the current literature. We processed the results and the data we came up with led us to select the functions we introduced in the proposed solution and to formulate a set of related patterns for the design of the homepage. Some of the proposed patterns are variations of patterns already proposed by other researchers, such as Welie, available on the Internet or in the literature, while the other patterns were proposed by us. All proposed design patterns are presented as thumbnails. Finally, a serious effort was made to evaluate the pattern language that was the outcome of our efforts and proposals are given for future expansion of the research that began with this paper.

**Key words:** Design patters, pattern languages, homepage, hotel chains.

## Ευχαριστίες

Θερμές ευχαριστίες εκφράζω στον Αναπληρωτή Καθηγητή κ. Συμεών Ρετάλη για την επίβλεψη και τη βοήθεια που μου παρείχε, σε κάθε επίπεδο, για την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλονται στον Διδάκτορα κ. Πέτρο Γεωργακάκη για τις σημαντικές και εύστοχες παρατηρήσεις του κατά τη διάρκεια της συγγραφής αυτής της εργασίας καθώς και για την εμπλοκή του στη διαδικασία της αξιολόγησης της.

Ευχαριστώ όσους συναδέλφους στο σχολείο μου, στο γραφείο εκπαίδευσης, στη νομαρχία Αθήνας, και στο συμβούλιο εκπαιδευτικών αδειών με διευκόλυναν, ο καθένας από το πόστο του και όσο μπορούσαν, στη δύσκολη αυτή προσπάθεια που κατέβαλα. Εντελώς ιδιαίτερα ευχαριστώ την συνάδελφο μου κα Αντωνάκου Παρασκευή για την πολύτιμη βοήθεια της.

Τέλος, αλλά όλως ιδιαιτέρως και με όλη μου τη καρδιά, εκφράζω την ευγνωμοσύνη μου σε όλη την οικογένεια μου ξεκινώντας από τη γυναίκα και τα παιδιά μου μέχρι τους γονείς μας, τον αδελφό μου και τον αδελφό της γυναίκας μου με τη γυναίκα του, για την αμέριστη συμπαράσταση, υποστήριξη και βοήθειά τους σε όλη τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών μου.

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	i
Abstract .....	ii
Ευχαριστίες .....	iii
Περιεχόμενα .....	iv
Κατάλογος Σχετιζόμενων Σχεδιαστικών Χναριών .....	vii
Κατάλογος Πινάκων .....	viii
Κατάλογος Σχημάτων .....	x
Κατάλογος Σχεδίων .....	xi
Κατάλογος Εικόνων .....	xii
1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ Εισαγωγή.....	1
1.1 Τρέχουσα κατάσταση των e-travel sites και πως μπορεί να βελτιωθεί .....	1
1.2 Σκοπός της παρούσας εργασίας .....	6
1.3 Δομή της παρούσας εργασίας .....	7
2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ Μία κριτική ματιά στα Σχεδιαστικά Χνάρια και την Ιστορία τους .....	10
2.1 Εισαγωγή.....	10
2.2 Το πεδίο εφαρμογής των σχεδιαστικών χναριών.....	11
2.2.1 Γενικά σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού .....	11
2.2.2 Σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού διεπαφών .....	11
2.2.3 Σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης .....	12
2.3 Μια σύντομη ιστορία των σχεδιαστικών χναριών .....	12
2.3.1 Η συνεισφορά του Christopher Alexander .....	12
2.3.2 Γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού.....	15
2.3.3 Σχεδιαστικά χνάρια στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή .....	16
2.4 Τι είναι ένα σχεδιαστικό χνάρι; .....	18
2.4.1 Χαρακτηριστικά των σχεδιαστικών χναριών.....	20
2.4.2 Προσδιορισμός των σχεδιαστικών χναριών.....	28
2.4.3 Η παρουσίαση των σχεδιαστικών χναριών .....	32
2.4.4 Σχεδιαστικά χνάρια, οδηγίες, και αξιώσεις.....	35
2.5 Τι είναι μία γλώσσα σχεδιαστικών χναριών; .....	43
2.5.1 Γλώσσες και κατάλογοι σχεδιαστικών χναριών .....	43
2.5.2 Η οργάνωση των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών .....	45
2.5.3 Απόψεις για την Συσχέτιση (Generativity) .....	48
2.6 Πως χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών.....	50
2.6.1 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια στο Συμμετοχικό Σχεδιασμό.....	51
2.6.2 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Τεχνικό Λεξικό.....	53
2.6.3 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Οργανωτική Μνήμη.....	54
2.6.4 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Lingua Franca (γλώσσα κατανοητή από όλους) .....	56
2.6.5 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Λογική Σχεδιασμού .....	58
2.7 Αξίες και σχεδιαστικά χνάρια .....	61

2.7.1	Οι ιδιότητες που ελέγχονται για να προσδιοριστούν τα σχεδιαστικά χνάρια .....	62
2.7.2	Αξίες κατά την επιλογή και την αιτιολόγηση μεμονωμένων σχεδιαστικών χναριών.....	65
2.7.3	Αξίες στη διαδικασία ανάπτυξης σχεδιαστικών χναριών .....	67
2.7.4	Αξίες στη διαδικασία χρησιμοποίησης σχεδιαστικών χναριών .....	70
2.8	Ορισμός και τρόπος παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια .....	71
2.8.1	Ορισμός για τα σχεδιαστικά χνάρια.....	71
2.8.2	Τρόπος παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια .....	71
3ο	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Μέθοδος εξαγωγής Σχεδιαστικών Χναριών Αλυσίδων Ξενοδοχείων.....	74
3.1	Ανάλυση υπαρχόντων ιστοχώρων .....	74
3.2	Αξιοποίηση διαθέσιμων σχεδιαστικών χναριών.....	122
3.2.1	HOMEPAGE CONTENTS .....	122
3.2.2	PAGE TEMPLATE.....	124
3.2.3	LOGO .....	125
3.2.4	UP-FRONT VALUE PROPOSITION .....	125
3.2.5	LANGUAGE SELECTOR.....	125
3.2.6	FOOTER BAR.....	126
3.2.7	FIND A HOTEL.....	126
3.2.8	COUNTRY\CITY SELECTOR.....	127
3.2.9	AVAILABILITY.....	127
3.2.10	DATE SELECTOR.....	128
3.2.11	RESERVATION MANAGEMENT .....	128
3.2.12	RIGHT VERTICAL TABLE .....	128
3.2.13	NAVIGATION BAR.....	129
3.3	Νέα σχεδιαστικά Χνάρια απαραίτητα για την προτεινόμενη λύση .....	130
3.3.1	MEMBERS .....	130
3.3.2	MISCELLANEOUS AREA .....	130
3.3.3	UPPER HORIZONTAL TABLE .....	131
3.3.4	LEFT VERTICAL TABLE .....	131
3.3.5	LOWER HORIZONTAL TABLE.....	132
4ο	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η Γλώσσα Σχεδιαστικών Χναριών για την Αρχική Σελίδα Αλυσίδων Ξενοδοχείων .....	134
4.1	Συσχετισμοί μεταξύ Σχεδιαστικών Χναριών για Αρχική Σελίδα Αλυσίδων Ξενοδοχείων.....	134
4.2	Παρουσίαση των σχεδιαστικών χναριών.....	135
5ο	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Συμπεράσματα – Επεκτάσεις.....	175
5.1	Επισκόπηση.....	175
5.2	Αξιολόγηση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ].....	178
5.2.1	Αξιολόγηση της διαδικασίας ανάπτυξης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών .....	178
5.2.2	Αξιολόγηση της ύπαρξης των πλεονεκτημάτων των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στη δική μας γλώσσα. ....	182
5.2.3	Αξιολόγηση του βαθμού ομοιότητας των ιστοσελίδων της έρευνάς μας με τη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] .....	186

5.2.3.1 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο .....	187
5.2.3.2 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς τη γενική εμφάνιση .....	197
5.2.3.3 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο και τη γενική εμφάνιση (γενική συμφωνία) .....	213
5.2.3.4 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το πρότυπο εμφάνισης (Template) .....	220
5.2.3.5 Συμπεράσματα από τις συγκρίσεις που επιχειρήθηκαν .....	234
5.2.4 Τελικό συμπέρασμα από την προσπάθεια αξιολόγησης της γλώσσας σχεδιαστικών χαραιών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] .....	235
5.3 Μελλοντικές επεκτάσεις .....	237
Βιβλιογραφικές Αναφορές .....	239
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Αιτιολόγηση της σχεδιαστικής απόφασης για συνύπαρξη των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στη γλώσσα σχεδιαστικών χαραιών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] .....	263
Περιγραφή Διαδικασίας και Διευκρινίσεις .....	263
Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε .....	267
Πίνακες και σχεδιαγράμματα .....	267
Συμπεράσματα .....	275
Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε .....	276
Πίνακες και σχεδιαγράμματα .....	276
Συμπεράσματα .....	282
Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε .....	283
Πίνακες και σχεδιαγράμματα .....	283
Συμπεράσματα .....	289
Γενικά Συμπεράσματα .....	290



## Κατάλογος Σχετιζόμενων Σχεδιαστικών Χναριών

Σχεδιαστικό Χνάρι [1]	HOMEPAGE CONTENTS .....	152
Σχεδιαστικό Χνάρι [2]	PAGE TEMPLATE .....	154
Σχεδιαστικό Χνάρι [3]	FIND A HOTEL .....	156
Σχεδιαστικό Χνάρι [4]	AVAILABILITY .....	157
Σχεδιαστικό Χνάρι [5]	RESERVATION MANAGEMENT .....	159
Σχεδιαστικό Χνάρι [6]	LEFT VERTICAL TABLE .....	160
Σχεδιαστικό Χνάρι [7]	RIGHT VERTICAL TABLE .....	162
Σχεδιαστικό Χνάρι [8]	UPPER HORIZONTAL TABLE .....	164
Σχεδιαστικό Χνάρι [9]	LOWER HORIZONTAL TABLE .....	165
Σχεδιαστικό Χνάρι [10]	MISCELLANEOUS AREA .....	166
Σχεδιαστικό Χνάρι [11]	FOOTER BAR .....	167
Σχεδιαστικό Χνάρι [12]	NAVIGATION BAR .....	168
Σχεδιαστικό Χνάρι [13]	COUNTRY\CITY SELECTOR .....	169
Σχεδιαστικό Χνάρι [14]	DATE SELECTOR .....	170
Σχεδιαστικό Χνάρι [15]	LOGO .....	171
Σχεδιαστικό Χνάρι [16]	UP-FRONT VALUE PROPOSITION .....	172
Σχεδιαστικό Χνάρι [17]	LANGUAGE SELECTOR .....	173
Σχεδιαστικό Χνάρι [18]	MEMBERS .....	174

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 2.1 Μια σύγκριση των διαφορετικών απόψεων που υπάρχουν για τα ουσιαστικά χαρακτηριστικά των σχεδιαστικών χυαριών. Dearden & Finlay (2006).....	25
Πίνακας 2.2 Μορφές Σχεδιαστικής Καθοδήγησης και Πτυχές που καλύπτουν ...	39
Πίνακας 3.1 Επεξηγήσεις Συνδυασμών Αρχικών Γραμμάτων που δείχνουν τη θέση κάθε λειτουργίας στην αρχική σελίδα.....	78
Πίνακας 3.2 Πίνακας της 1 <sup>ης</sup> ομάδας λειτουργιών .....	79
Πίνακας 3.3 Πίνακας της 2ης ομάδας λειτουργιών.....	86
Πίνακας 3.4 Πίνακας Αντιστοιχίας Γενικών Θέσεων με Αναλυτικές Θέσεις.....	93
Πίνακας 3.5 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα 1 <sup>ης</sup> Ομάδας λειτουργιών.....	94
Πίνακας 3.6 Το πλήθος των ξενοδοχειακών ιστοχώρων που δεν περιείχαν τις λειτουργίες της 1 <sup>ης</sup> ομάδας ανά λειτουργία.....	98
Πίνακας 3.7 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα 2 <sup>ης</sup> Ομάδας λειτουργιών.....	99
Πίνακας 3.8 Το πλήθος των ξενοδοχειακών ιστοχώρων που δεν περιείχαν τις λειτουργίες της 2 <sup>ης</sup> ομάδας ανά λειτουργία.....	103
Πίνακας 3.9 Οι Συχνότερα Εμφανιζόμενες Γενικές Θέσεις των Λειτουργιών... ..	106
Πίνακας 3.10 Γενικές Θέσεις ανά Ξενοδοχείο και Λειτουργία.....	108
Πίνακας 3.11 Πίνακας Ύπαρξης των Συχνότερα Εμφανιζόμενων Γενικών Θέσεων ανά Ξενοδοχείο και Λειτουργία.....	115
Πίνακας 5.1 Πίνακας πλήθους επιλεγμένων λειτουργιών και ποσοστού επί του συνόλου που υπάρχουν σε κάθε αρχική σελίδα της έρευνάς μας.....	188
Πίνακας 5.2 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10%.....	195
Πίνακας 5.3 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20%.....	195
Πίνακας 5.4 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25%.....	195
Πίνακας 5.5 Πίνακας βαθμού συμφωνίας των αρχικών σελίδων της έρευνας μας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς τη γενική εμφάνιση.....	200
Πίνακας 5.6 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10%. ..	211
Πίνακας 5.7 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20%. ..	211
Πίνακας 5.8 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25%. ..	211
Πίνακας 5.9 Πίνακας βαθμού γενικής συμφωνίας των αρχικών σελίδων της έρευνας μας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ].....	213
Πίνακας 5.10 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10% .....	218
Πίνακας 5.11 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20% .....	218
Πίνακας 5.12 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25% .....	218

Πίνακας 5.13 Πίνακας ταξινόμησης των αρχικών σελίδων της έρευνας μας κατά το πρότυπο εμφάνισης τους (Template).....	221
Πίνακας 5.14 Πίνακας πλήθους και ποσοστού των αρχικών σελίδων της έρευνας μας ανά πρότυπο εμφάνισης .....	232
Πίνακας Παραρτήματος 1 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση .....	267
Πίνακας Παραρτήματος 2 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των λειτουργιών Find a Hotel και Διαθεσιμότητα .....	274
Πίνακας Παραρτήματος 3 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών.....	274
Πίνακας Παραρτήματος 4 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση.....	276
Πίνακας Παραρτήματος 5 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των λειτουργιών Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων.....	281
Πίνακας Παραρτήματος 6 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών.....	281
Πίνακας Παραρτήματος 7 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Find a Hotel Διαθεσιμότητα, και Διαχείριση Κρατήσεων και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση.....	283
Πίνακας Παραρτήματος 8 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων.....	288
Πίνακας Παραρτήματος 9 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών.....	288

## Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 4.1 Γραφική παρουσίαση της προτεινόμενης λύσης .....	141
Σχήμα 4.2 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Homepage contents στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	152
Σχήμα 4.3 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Page template στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	154
Σχήμα 4.5 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Availability στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	157
Σχήμα 4.6 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Reservations management στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	159
Σχήμα 4.7 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Left Vertical Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	160
Σχήμα 4.8 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Right Vertical Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	162
Σχήμα 4.9 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Upper Horizontal Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	164
Σχήμα 4.10 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Lower Horizontal Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	165
Σχήμα 4.11 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Miscellaneous area στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	166
Σχήμα 4.12 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Footer Bar στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	167
Σχήμα 4.13 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Navigation Bar στο Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	168
Σχήμα 4.14 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Country\City Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	169
Σχήμα 4.15 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Date Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	170
Σχήμα 4.16 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Logo στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	171
Σχήμα 4.17 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Up-front value proposition στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	172
Σχήμα 4.18 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Language Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	173
Σχήμα 4.19 Χρήση του σχεδιαστικού χταριού Members στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου» .....	174

## Κατάλογος Σχεδίων

Σχέδιο 2.1. Παράδειγμα εμφάνισης της δομής ενός σχεδιαστικού χταριού σύμφωνα με το DTD σε PLML (Fincher, 2003).....	34
Σχέδιο 2.2 Σχέσεις μεταξύ των βασικών στοιχείων ενός σχεδιαστικού χταριού (Meszaros & Doble, 1998).....	72
Σχέδιο 4.1 Συσχετισμοί μεταξύ σχεδιαστικών χταριών.....	134
Σχέδιο 4.2 Σχεδιαστικό χτάρι περιχομένου ιστοσελίδας.....	144
Σχέδιο 4.3 Σχεδιαστικά χτάρια Παρουσίασης και Χωροθέτησης Περιχομένου Ιστοσελίδας στο πρότυπο (template) της λύσης.....	146
Σχέδιο 4.4 Σχεδιαστικά χτάρια Χωροθέτησης Περιχομένου Ιστοσελίδας στη γραφική παρουσίαση της λύσης.....	147
Σχέδιο 4.5. Σχετιζόμενα χτάρια με το σχεδιαστικό χτάρι X2.1: UPPER HORIZONTAL TABLE.....	149
Σχέδιο 4.6 Σχετιζόμενα χτάρια με το σχεδιαστικό χτάρι X2.2: LOWER HORIZONTAL TABLE.....	150
Σχέδιο 4.7 Σχετιζόμενα χτάρια με το σχεδιαστικό χτάρι X2.3: LEFT VERTICAL TABLE.....	151
Σχέδιο 5.1 Αντιστοίχιση λειτουργιών με τα περιεχόμενά τους, όπως αυτά παρουσιάζονται στη γραφική μορφή της λύσης.....	177

## Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 4.1 Παράδειγμα για την προτεινόμενη λύση από την διεύθυνση <a href="http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/">http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/</a> .....	142
Εικόνα 4.2 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Homepage contents από τη διεύθυνση <a href="http://www.bestwestern.com/index.asp">http://www.bestwestern.com/index.asp</a> .....	153
Εικόνα 4.3 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Page template από την διεύθυνση <a href="http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/">http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/</a> .....	155
Εικόνα 4.4 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι από τη διεύθυνση <a href="http://www.solmelia.com/home.htm">http://www.solmelia.com/home.htm</a> .....	156
Εικόνα 4.5 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Availability από τη διεύθυνση <a href="http://www.solmelia.com/home.htm">http://www.solmelia.com/home.htm</a> .....	157
Εικόνα 4.6 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Reservations management από τη διεύθυνση <a href="http://www.okura.com/">http://www.okura.com/</a> .....	159
Εικόνα 4.7 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Left Vertical Table από τη διεύθυνση <a href="http://www.solmelia.com/home.htm">http://www.solmelia.com/home.htm</a> .....	161
Εικόνα 4.8 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Right Vertical Table από τη διεύθυνση <a href="http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml">http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml</a> .....	163
Εικόνα 4.9 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Upper Horizontal Table από τη διεύθυνση <a href="http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml">http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml</a> .....	164
Εικόνα 4.10 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Lower Horizontal Table από τη διεύθυνση <a href="http://www.viphotels.com/en/Default.aspx?sfopl=true">http://www.viphotels.com/en/Default.aspx?sfopl=true</a> .....	165
Εικόνα 4.11 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Miscellaneous area από τη διεύθυνση <a href="http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/">http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/</a> .....	166
Εικόνα 4.12 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Footer Bar από τη διεύθυνση <a href="http://www.loewshotels.com/en/Default.aspx">http://www.loewshotels.com/en/Default.aspx</a> .....	167
Εικόνα 4.13 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Navigation Bar από τη διεύθυνση <a href="http://www.solmelia.com/home.htm">http://www.solmelia.com/home.htm</a> .....	168
Εικόνα 4.14 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Country\City Selector από τη διεύθυνση <a href="http://www.solmelia.com/home.htm">http://www.solmelia.com/home.htm</a> .....	169
Εικόνα 4.15 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Date Selector από τη διεύθυνση <a href="http://www.countryinns.com/">http://www.countryinns.com/</a> .....	170
Εικόνα 4.16 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Logo από τη διεύθυνση <a href="http://www.ichotelsgroup.com/h/d/sb/1/en/home">http://www.ichotelsgroup.com/h/d/sb/1/en/home</a> .....	171
Εικόνα 4.17 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Up-front value proposition από τη διεύθυνση <a href="http://www.daysinn.com/DaysInn/control/home">http://www.daysinn.com/DaysInn/control/home</a> .....	172
Εικόνα 4.18 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Language Selector από τη διεύθυνση <a href="http://www.greatsmallhotels.com/">http://www.greatsmallhotels.com/</a> .....	173
Εικόνα 4.19 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Members από τη διεύθυνση <a href="http://www.regenthotels.com/reg/home/index.html">http://www.regenthotels.com/reg/home/index.html</a> .....	174

# 1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

## Εισαγωγή

### 1.1 Τρέχουσα κατάσταση των e-travel sites και πως μπορεί να βελτιωθεί

Η εισαγωγή του Διαδικτύου στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και ο πολλαπλασιασμός, από τότε, των τεχνολογιών Ιστού έχει αλλάξει εντυπωσιακά τον τρόπο του επιχειρείν στην τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία. Η προσαρμογή και η στρατηγική χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας (ΤΠΕ), συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce), έχουν γίνει απαραίτητα (Buhalis, 1998).

Οι καινοτόμες τουριστικές και ταξιδιωτικές επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο αναγνωρίζουν τη στρατηγική σημασία της ύπαρξης μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας και την χρησιμοποίηση των δυνατοτήτων του Διαδικτύου, για τη πραγματοποίηση των επιχειρησιακών συναλλαγών και τη λειτουργία του μάρκετινγκ (Buhalis, 2000b). Λόγω της φύσης της, που είναι στενά συνυφασμένη με την πληροφορία (information-intensive), η τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία μπορεί να ωφεληθεί πολύ από τη χρήση του Διαδικτύου. Η δυνατότητα χρησιμοποίησης κάποιας από τις υπάρχουσες διαδικτυακές πλατφόρμες προσφέρει στις τουριστικές και ταξιδιωτικές εταιρίες νέες ευκαιρίες για να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των πελατών τους και να κερδίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με την παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (Buhalis, 1998, Buhalis, 2004, Panagiotarakis και λοιποί, 2004). Η αδιάκοπη παροχή αυτών των υπηρεσιών στους πελάτες γίνεται ιδιαίτερα ζωτικής σημασίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου ο ανταγωνιστής είναι ακριβώς «ένα κλικ» μακριά (Sterne, 1996, Sivadas και λοιποί, 1998, Grewal και λοιποί, 2003, Constantinides, 2004). Οι επιχειρήσεις πρέπει να προσπαθούν συνεχώς ώστε να κρατούν τους πελάτες τους όσο το δυνατόν πιο ικανοποιημένους, γι' αυτό και η έννοια της ικανοποίησης πελατών είναι πολύ σημαντική (Rust & Lemon, 2001, Pitt και λοιποί, 2002, Walsh & Godfrey, 2000).

Ο ρόλος ενός ιστοχώρου στο Διαδίκτυο έχει αλλάξει, από μια απλή ένδειξη παρουσίας στον Παγκόσμιο Ιστό (World Wide Web, WWW), σε ένα ζωτικής σημασίας εργαλείο μάρκετινγκ και επικοινωνίας με τους πελάτες. Σήμερα, ένας ιστοχώρος αντιπροσωπεύει μια νέα πλατφόρμα για την αλληλεπίδραση των πελατών (Bradshaw and Brush, 2001, Pitt και λοιποί, 2002, Zineldin, 2000). Δεδομένου ότι ο αριθμός των ιστοχώρων συνεχίζει να αυξάνεται με εκρηκτικό ρυθμό, ο τρόπος που αυτοί προσελκύουν τους πελάτες, θα γίνεται όλο και περισσότερο κρίσιμος για την επιβίωση των επιχειρήσεων που τους χρησιμοποιούν (Wan, 2002).

Προτείνεται και θεωρείται επιτακτικό για τη τουριστική βιομηχανία, να χρησιμοποιήσει τις ΤΠΕ, δεδομένου ότι, όπως υποστηρίζει και ο Buhalis (1998): «οι πληροφορίες είναι η πηγή ενέργειας της τουριστικής βιομηχανίας». Όσον αφορά τον Παγκόσμιο Ιστό ως ιδιαίτερη ΤΠΕ, οι καταναλωτές τον χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο ως πηγή πληροφοριών για ταξίδια. Προγραμματίζουν, αναζητούν, αγοράζουν και τροποποιούν ταξίδια, τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες στο Διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας ολοένα και περισσότερο αυτό το μέσο (Buhalis, 1998, Morrison και λοιποί, 2001, Wang και λοιποί, 2002).

Οι διαπιστώσεις που ισχύουν για το σύνολο της τουριστικής και ταξιδιωτικής βιομηχανίας, ισχύουν φυσικά και για τον κλάδο των ξενοδοχείων, που αποτελεί ένα σημαντικό υποσύνολο της. Σήμερα, όλο και περισσότερο, γίνεται φανερό ότι η σωστή διαχείριση της δυνατότητας επικοινωνίας με τον πελάτη μέσω του Διαδικτύου είναι κρίσιμη για την επιβίωση, καταρχήν, μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, πολύ δε περισσότερο για την μεσοπρόθεσμη αλλά και την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της. Αυτό συμβαίνει γιατί όλο και περισσότεροι καταναλωτές τουριστικών προϊόντων και κυρίως οι νέοι, είναι πεπειραμένοι στη χρήση των ΤΠΕ, υποψιασμένοι για το πώς πρέπει να παρέχονται οι υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να έχουν υψηλές απαιτήσεις (Mattila, 2004). Η απόφαση για ένα ταξίδι είναι μια ιδιαίτερα σύνθετη διαδικασία, που επηρεάζεται έντονα από τα κίνητρα που έχει ο κάθε πελάτης. Ειδικά μάλιστα, αν η διοργάνωση του ταξιδιού γίνει με τη βοήθεια των ΤΠΕ, η εμπειρία στη χρήση τους αποβαίνει ένας ιδιαίτερα καθοριστικός παράγοντας (Wöber & Gretzel, 2000).



Ότι ισχύει για όλο τον κλάδο των ξενοδοχείων ισχύει ακόμα περισσότερο για τα μεγάλα ξενοδοχεία και τις αλυσίδες ξενοδοχείων τα οποία απευθύνονται γενικά είτε σε πελάτες με υψηλότερο εισόδημα και επίπεδο μόρφωσης από το μέσο όρο, άρα και περισσότερο απαιτητικούς, είτε σε πελάτες από διάφορα μέρη του κόσμου που τους είναι πιο εύκολο να προσεγγίσουν αυτού του είδους τις επιχειρήσεις μέσω Διαδικτύου. Και οι δύο κατηγορίες προφανώς ελκύονται από μια ηλεκτρονική παρουσία που να συνάδει με τις απαιτήσεις τους.

Εδώ τίθεται το ερώτημα: ποιες είναι οι κινήσεις που κάνουν τα ξενοδοχεία για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των καιρών; Πως φιλοτεχνούν την ηλεκτρονική τους εικόνα (ιστοχώρος) ώστε αυτή να είναι ελκυστική στον εν δυνάμει πελάτη που θα την επισκεφθεί;

Από διάφορες έρευνες φαίνεται ότι η απόδοση των ιστοχώρων είναι καλύτερη μεταξύ των πολυτελών ξενοδοχείων και λιγότερο καλή στα οικονομικά και στα μεσαίου κόστους (Chung & Law 2003), ενώ αυτή των αλυσίδων ξενοδοχείων είναι σημαντικά καλύτερη από των ανεξάρτητων ξενοδοχείων (Yeung & Law, 2004). Επίσης βρέθηκε ότι τα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα ξενοδοχεία όπως και αυτά που ανήκουν σε αλυσίδες κάνουν καλύτερη χρήση του Διαδικτύου συγκρινόμενα με τα υπόλοιπα. (Hashim & Murphy, 2007). Όμως γενικά, στο ηλεκτρονικό εμπόριο, οι επιχειρήσεις τείνουν να μην χρησιμοποιούν τον Ιστό και τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα με βέλτιστο τρόπο (Feinberg και λοιποί, 2002). Αυτό ισχύει επίσης για τις επιχειρήσεις στη βιομηχανία τουρισμού (Nysveen & Lexhagen, 2001, Buhalis & Main, 1998). Ειδικότερα τέλος, διάφορες έρευνες σχετικά με τις πρακτικές μάρκετινγκ που ακολουθούν ξενοδοχεία πολυτελείας, από διάφορα μέρη του κόσμου, στις ιστοσελίδες τους, έδειξαν ότι αυτά δεν επωφελούνται από το μέγιστο των δυνατοτήτων του Διαδικτύου. (Baloglu & Pekcan, 2006, Wan, 2002, Sigala, 2001).

Όπως προκύπτει από τα προηγούμενα, αν και οι ιστοχώροι των μεγάλων ξενοδοχείων και των αλυσίδων ξενοδοχείων παρουσιάζουν υψηλότερη απόδοση από τους ιστοχώρους άλλων κατηγοριών ξενοδοχείων, υπάρχουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης. Η απόδοση ενός ιστοχώρου, και φυσικά όχι μόνο ξενοδοχείου, εξαρτάται από το σωστό σχεδιασμό του. Από αυτό εξαρτάται η επίτευξη του βασικού στόχου των επιχειρήσεων, που είναι να προσελκύσουν έναν

πελάτη, με τον οποίο μπορούν έκτοτε να συνεχίσουν τη συνεργασία τους (Khalifa & Shen, 2005), αν φυσικά καταφέρουν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις του.

Σημαντικό είναι να τονίσουμε ότι ο σωστός σχεδιασμός είναι και οικονομικά κρίσιμος για μια επιχείρηση, γιατί ειδάλλως μπορεί να αντιμετωπίσει τον κίνδυνο να ξοδεύει σημαντικά ποσά, σε δαπανηρές λύσεις βασισμένες στο Διαδίκτυο χωρίς να διασφαλίζεται με κάποιον τρόπο η απόδοση της επένδυση της (Kuttainen και λοιποί, 2005). Επίσης υπολογίζεται ότι στα έργα στα οποία δεν χρησιμοποιείται αξιολόγηση ευχρηστίας από τα αρχικά στάδια ανάπτυξής τους, δαπανάται τελικά πλέον του 13% έως και 46% του προϋπολογισμού για διόρθωση του σχεδιασμού σε ένα πιο προχωρημένο στάδιο (UsabilityByDesign.COM, 2002).

Όμως ο σωστός σχεδιασμός, δηλαδή ο σχεδιασμός φιλικών προς το χρήστη (εύχρηστων (usable)), τουριστικών και ταξιδιωτικών ιστοχώρων (άρα και ιστοχώρων ξενοδοχείων), δεν είναι ένας εύκολος στόχος και απαιτεί πολλή προσπάθεια. Το αντικείμενο αυτό δεν έχει μελετηθεί εκτενώς, και έτσι ο σχεδιασμός γίνεται συνήθως βάσει αυθαίρετων υποθέσεων που βασίζονται στην «κοινή λογική» (Chaang-Iuan & Yi-Ling, 2007). Γίνεται κατανοητό ότι γι' αυτόν το λόγο, δεν υπάρχει καμία συναίνεση στο τι είναι αυτό που καθιστά έναν τουριστικό και ταξιδιωτικό ιστοχώρο αποτελεσματικό (Susser και Ariga, 2005) και δεν έχει οριστεί κανένα τυποποιημένο κριτήριο για την αξιολόγηση τέτοιων ιστοχώρων (Roney & Ozturan, 2006). Εντούτοις, όπως επισημαίνουν και οι Retalis, Georgakakis & Siassiakos (2008):

«Ακόμα και ένα πρώτο βλέμμα σε μερικούς ιστοχώρους αυτής της κατηγορίας, αποκαλύπτει ότι προσφέρουν υπηρεσίες με έναν υψηλό βαθμό ομοιότητας (π.χ. on-line κράτηση για αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, ενοικίαση αυτοκινήτων, κ.λπ.), παρά τις διαφορές τους στην αρχιτεκτονική, τις τεχνικές προδιαγραφές και τους πόρους λογισμικού που χρησιμοποιούν. Είναι φυσικά εμφανές ότι μερικές σχεδιαστικές αποφάσεις για σχεδόν ίδιες ή παρόμοιες υπηρεσίες είναι πολύ καλύτερες σε κάποιους ιστοχώρους απ' ό,τι σε άλλους.»

Κατά συνέπεια, υπάρχει μια καλά τεκμηριωμένη ανάγκη για την ανάπτυξη και την διάδοση ορθών πρακτικών σχεδιασμού υπό τη μορφή οδηγιών σχεδιασμού (design guidelines) ή/και σχεδιαστικών χναριών (design patterns) για τους τουριστικούς και ταξιδιωτικούς ιστοχώρους ώστε οι υπεύθυνοι ανάπτυξης και να μην εφευρίσκουν συνεχώς τον τροχό από την αρχή, αλλά και να μπορούν να προωθούν λύσεις που θα προσφέρουν θετικές εμπειρίες στους χρήστες (Dix και λοιποί, 2003), μέσω της αύξησης της αποτελεσματικότητας του σχεδιασμού τους από την σκοπιά της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (human-computer interaction (HCI)) (Georgiakakis & Retalis, 2005). Όμως παρόλη τη χρησιμότητα των οδηγιών σχεδιασμού (design guidelines) και των σχεδιαστικών χναριών (design patterns), η διαδικασία εύρεσης ή ανακάλυψης τους είναι πάρα πολύ δύσκολη (Retalis και λοιποί, 2008). Για παράδειγμα, λίγα μόνο άρθρα έχουν εμφανιστεί στη βιβλιογραφία, τα οποία να πραγματεύονται μεθόδους που να οδηγούν στην κατασκευή σχεδιαστικών χναριών (design patterns). Οι περισσότεροι ερευνητές είτε εστιάζουν στον τρόπο καταγραφής ενός σχεδιαστικού χναριού όταν αυτό προσδιοριστεί (π.χ. Meszaros & Doble, 1998), είτε δίνουν μόνο κάποια γενικά στοιχεία, για τον τρόπο που μπορεί κανείς να αρχίσει να κατασκευάζει τέτοια χνάρια (π.χ. Lea, 2001, Vlissides, 1996, Cunningham, 1994) και να τα αξιολογεί με τη βοήθεια της διαδικασίας της καθοδήγησης (shepherding) (Harrison 1999).

Όπως αναφέρθηκε, ο σκοπός του σωστού σχεδιασμού είναι να προσελκύσει τον πελάτη, γεγονός που επιτυγχάνεται με τη καλή έως άριστη εντύπωση, που αυτός αποκομίζει από την διάδρασή του με τον ιστοχώρο. Όμως αυτό που πρώτα θα δει ο πελάτης και πρέπει να τον προσελκύσει, είναι η αρχική σελίδα του ιστοχώρου (homepage). Ο σχεδιασμός αυτής της σελίδας είναι πολύ κρίσιμος όχι μόνο γιατί την βλέπουν από 10 μέχρι 1000+ φορές περισσότερο από τις άλλες σελίδες του ιστοχώρου, αλλά και γιατί πρέπει να δώσει την εντύπωση μιας ξεχωριστής εμπειρίας στον πελάτη ώστε να συνεχίσει την επίσκεψη του στον συγκεκριμένο ιστοχώρο (van Duyne και λοιποί, 2003). Γι' αυτό το λόγο η αρχική σελίδα κάθε ιστοχώρου, έχει μια πολύ σημαντική και κρίσιμη συνεισφορά, στη συνολική εντύπωση που αυτός προκαλεί, στους χρήστες που τον επισκέπτονται (Lee, Cai & O'Leary, 2006).

## 1.2 Σκοπός της παρούσας εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να συμβάλει στο σωστό σχεδιασμό της αρχικής σελίδας ιστοχώρων (homepage) που αφορούν αλυσίδες ξενοδοχείων, εισάγοντας μία σχεδιαστική πρόταση που να μεγιστοποιεί τα οφέλη που απορρέουν από τη χρήση αυτής της ιστοσελίδας.

Διάφοροι ερευνητές στην προσπάθεια τους να υποβοηθήσουν την επίτευξη σωστού σχεδιασμού σε διάφορα επιστημονικά πεδία και φυσικά στο πεδίο της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, έχουν προτείνει τη χρησιμοποίηση διαφόρων μορφών σχεδιαστικής καθοδήγησης, πέρα από τις σχεδιαστικές οδηγίες και τα σχεδιαστικά χνάρια που αναφέρθηκαν προηγουμένως, μέσω των οποίων προσπαθούν να διευκολύνουν τον εκάστοτε σχεδιαστή να πετύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Στη εργασία μας θα γίνει, σε επόμενο κεφάλαιο, εκτενής σύγκριση μεταξύ των διάφορων μορφών σχεδιαστικής καθοδήγησης που βασίζεται στη σύγκριση που περιέχεται στην εργασία των Dearden & Finlay (2006). Εδώ θα περιοριστούμε να αναφέρουμε ότι με βάση τα αποτελέσματα αυτής της σύγκρισης και τη γνώμη του Borchers (2001a), που είναι ότι:

«Τα σχεδιαστικά χνάρια βελτιώνουν τους οδηγούς ύφους (style guides), τις οδηγίες (guidelines), και τα πρότυπα (standards) μέσω του συνυπολογισμού υπάρχοντων παραδειγμάτων που περιέχονται στη δομή τους, της οξυδερκούς εξήγησης όχι μόνο της λύσης, αλλά και του πλαισίου εφαρμογής αυτής της λύσης, καθώς και του δομημένου τρόπου με τον οποίο τα σχεδιαστικά χνάρια είναι ενσωματωμένα στην ιεραρχία μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών»,

η επιλογή μας, για τη μορφή σχεδιαστικής καθοδήγησης που θα χρησιμοποιήσουμε για να αποτυπώσουμε τη σχεδιαστική μας πρόταση, είναι τα σχεδιαστικά χνάρια.

Επομένως, ο σωστός σχεδιασμός της αρχικής σελίδας ιστοχώρων (homepage) που αφορούν αλυσίδες ξενοδοχείων, θα επιτυγχάνεται μέσω ενός σχεδιαστικού χναριού. Το χνάρι αυτό θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σαν σημείο αναφοράς και από τους σχεδιαστές ιστοσελίδων αυτού του είδους, σαν βάση ανάπτυξης για τον σχεδιασμό τους, προσαρμόζοντας

πιθανώς τα επί μέρους στοιχεία του στις δεδομένες συνθήκες, χωρίς να διακινδυνεύουν ούτε οι μεν ούτε οι δε να βρεθούν μπροστά σε μη δόκιμες λύσεις.

Το σχεδιαστικό χνάρι που προτείνεται θα έχει τη μορφή ενός συνόλου επί μέρους σχεδιαστικών χναριών. Παρουσιάζουμε δηλαδή το σχεδιαστικό χνάρι «Αρχική Σελίδα Αλυσίδας Ξενοδοχείων» που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως «μάκρο»-χνάρι, δηλαδή ένα σχεδιαστικό χνάρι που συναθροίζει διάφορα άλλα σχετιζόμενα σχεδιαστικά χνάρια. Η ιδέα ενός σχεδιαστικού «μάκρο»-χναριού που συναθροίζει διάφορα άλλα σχεδιαστικά χνάρια συναντάται επίσης στον van Duyne και τους συνεργάτες του (2003), καθώς και στον van Welie (2002-2008). Κατά συνέπεια, αυτό το σχεδιαστικό «μάκρο»-χνάρι συσχετίζεται με διάφορα άλλα χνάρια, ορισμένα από τα οποία είναι είτε ίδια είτε μικρές παραλλαγές χναριών που προτείνονται από ερευνητές όπως ο van Welie, ενώ τα υπόλοιπα είναι καινούρια. Όλα τα σχετιζόμενα χνάρια παρουσιάζονται με συνοπτική μορφή (thumbnails).

Ο τρόπος που δημιουργείται το «μάκρο»-χνάρι αυτό, από άλλα σχετιζόμενα χνάρια, δείχνει να οδηγεί και στον ορισμό της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών που δίνουν οι Dearden & Finlay (2006):

«Μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών είναι μια συλλογή σχεδιαστικών χναριών που είναι οργανωμένα με έναν τρόπο που να δίνει νόημα στη γλώσσα».

Θα δικαιούμαστε λοιπόν με βάση αυτόν τον ορισμό να πούμε ότι η πρόταση μας οδηγεί σε μία γλώσσα σχεδιαστικών χναριών.

Τελικά το περιεχόμενο της πρότασης μας θα βασιστεί τόσο στις προτάσεις της βιβλιογραφίας όσο και στην παρατήρηση σχετικών ιστοσελίδων ώστε να χρησιμοποιηθεί το απόσταγμα των ορθών σχεδιαστικών πρακτικών.

### **1.3 Δομή της παρούσας εργασίας**

Η παρούσα εργασία σκοπό έχει όπως αναφέρθηκε ήδη, να προτείνει μία λύση στο πρόβλημα του σχεδιασμού της αρχικής σελίδας ιστοχώρων που ανήκουν σε αλυσίδες ξενοδοχείων. Τα μέσα και ο τρόπος που αυτό επιτυγχάνεται καθώς και η

τελική λύση αναπτύσσονται στα τέσσερα κεφάλαια της εργασίας που ακολουθούν, δηλαδή από το 2<sup>ο</sup> έως το 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο.

Στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο, που είναι εισαγωγικό, γίνεται μια ιστορική αναδρομή που αρχίζει με την εμφάνιση των σχεδιαστικών χναριών και ακολουθεί την πορεία τους στον κόσμο του σχεδιασμού μέχρι σήμερα. Σε αυτή την ιστορική αναδρομή γίνεται λόγος για τις διάφορες χρήσεις τους, τους ορισμούς που δόθηκαν γι' αυτά, τα χαρακτηριστικά που υποστηρίχθηκε ότι τα διαφοροποιούν από άλλες μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης, τις αξίες που περιλαμβάνουν, τους διάφορους τρόπους παρουσίασης τους, τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών και μια γενική επισκόπηση των διαφορετικών πεδίων όπου χρησιμοποιήθηκαν. Το κεφάλαιο αυτό καταλήγει με τον ορισμό και τον τρόπο παρουσίασης των σχεδιαστικών χναριών που θα χρησιμοποιηθούν σε αυτή την εργασία.

Στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο περιγράφεται ο τρόπος που προέκυψαν τα περιεχόμενα της λύσης που προτείνουμε μέσω δύο ερευνών: μιας αρχικής αναγνωριστικής του πεδίου και μιας δεύτερης πολύ εκτενέστερης σε αρχικές σελίδες ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων αλλά και της μελέτης της σχετικής βιβλιογραφίας. Ο τρόπος αυτός συνίσταται στη δημιουργία ενός καταλόγου λειτουργιών των οποίων η θέση προσδιορίστηκε σε κάθε ιστοσελίδα. Όσων λειτουργιών οι εμφανίσεις υπερέβησαν το ποσοστό του 50%, στις αρχικές σελίδες που συμμετείχαν στην δεύτερη έρευνα, συμπεριλήφθησαν στον τελικό κατάλογο, μαζί με τρεις που προκρίθηκαν γιατί η ύπαρξη τους υποστηρίζεται από την βιβλιογραφία.

Με τη χρήση των αποτελεσμάτων της έρευνας και των υπάρχοντων χναριών σε Διαδίκτυο και βιβλιογραφία καταλήξαμε σε 13 σχεδιαστικά χνάρια που βασίζονται σε ήδη υπάρχοντα. Για να καλύψουμε τις σχεδιαστικές ανάγκες που προέκυψαν από την έρευνα και τη μελέτη της βιβλιογραφίας αλλά δεν καλύφθηκαν από την προηγούμενη διαδικασία, προτείναμε και άλλα πέντε πρωτότυπα σχεδιαστικά χνάρια.

Στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο περιγράφεται αναλυτικά η γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που προτείνουμε σαν λύση στο σχεδιαστικό μας πρόβλημα. Επίσης παρουσιάζεται η σχέση της με τα σχετιζόμενα σχεδιαστικά χνάρια αλλά και οι

σχέσεις αυτών των χναριών μεταξύ τους. Η περιγραφή της λύσης περιλαμβάνει όλα τα στάδια παρουσίασης ενός σχεδιαστικού χναριού που είναι τα παρακάτω:

- ◆ Όνομα
- ◆ Πλαίσιο
- ◆ Πρόβλημα
- ◆ Δυνάμεις
- ◆ Λύση
- ◆ Αιτιολογία
- ◆ Γραφική παρουσίαση λύσης
- ◆ Παράδειγμα
- ◆ Σχετιζόμενα χνάρια
- ◆ Παρουσίαση σχετιζόμενων χναριών

Στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο δίνονται, η επισκόπηση του συνόλου της εργασίας, η αξιολόγηση της λύσης στην οποία καταλήξαμε από διάφορες απόψεις, τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε μέσω αυτής της αξιολόγησης καθώς και οι μελλοντικές επεκτάσεις που μπορούν να γίνουν, χρησιμοποιώντας σαν εφαλτήριο τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την παρούσα εργασία.

Τέλος στο παράρτημα της εργασίας μας παρατίθεται η πλήρης αιτιολόγηση της σχεδιαστικής μας απόφασης για τη χωρική συνύπαρξη τριών εκ των βασικών λειτουργιών στην προτεινόμενη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών.

## 2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

### Μία κριτική ματιά στα Σχεδιαστικά

### Χνάρια και την Ιστορία τους

#### 2.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών προσελκύουν αυξανόμενο ενδιαφέρον στο πεδίο της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (human-computer interaction (HCI)) γεγονός που οφείλεται στις δυνατότητες που παρουσιάζουν στην καταγραφή και στην μετάδοση της σχεδιαστικής γνώσης καθώς και στην υποστήριξη της σχεδιαστικής διαδικασίας. Τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών αναπτύσσονται συνεχώς και αγγίζουν ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερόντων του πεδίου της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, όπως ο σχεδιασμός Διαδικτυακών εφαρμογών (Web design) (Graham, 2003; van Duyne, Landay & Hong, 2003), τα υπερκείμενα και τα υπερμέσα (hypertext and hypermedia) (Nanard, Nanard & Kahn, 1998; Rossi, Lyardet & Schwabe, 1999; Rossi, Schwaber & Garrido, 1997; Rossi, Schwabe, & Lyardet, 2000), ο σχεδιασμός παιχνιδιών (games design) (Bjork & Holopainen, 2004), κ.α. Με βάση τα παραδείγματα που αναφέρθηκαν και την περιγραφή, στην προηγούμενη ενότητα, του αντικειμένου αυτής της μελέτης, γίνεται κατανοητό ότι το αποτέλεσμα της εμπίπτει στο πεδίο ενδιαφέροντος της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή.

Για να εξετάσουμε το τι είναι σχεδιαστικά χνάρια, θα ξεκινήσουμε με την περιγραφή του πεδίου εφαρμογής των σχεδιαστικών χναριών που μας ενδιαφέρει. Παρουσιάζουμε έπειτα μια σύντομη ιστορία των σχεδιαστικών χναριών, αρχίζοντας με την εισαγωγή της έννοιας από τον Alexander στην αρχιτεκτονική, συνεχίζουμε μέσω της εργασίας που έχει γίνει στην τεχνολογία λογισμικού, και τελειώνουμε με την εκτίμηση του ρόλου των σχεδιαστικών χναριών στο πεδίο της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, για να τοποθετήσουμε αυτό το ρόλο στο ιστορικό του πλαίσιο. Στη συνέχεια εξετάζουμε διαφορετικές ερμηνείες της έννοιας του σχεδιαστικού χναριού, διαφορετικές ιδέες για τη φύση των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, διαφορετικές προσεγγίσεις στον τρόπο χρήσης των



σχεδιαστικών χναριών μέσα στη σχεδιαστική διαδικασία και διαφορετικές ιδέες για το ρόλο των αξιών που περικλείουν, στο σχεδιασμό που υποστηρίζεται από σχεδιαστικά χνάρια, πριν προτείνουμε, τελικά, έναν ορισμό γι' αυτά αλλά και ένα τρόπο παρουσίασης τους.

## **2.2 Το πεδίο εφαρμογής των σχεδιαστικών χναριών**

Όπως ήδη αναφέρθηκε το αποτέλεσμα αυτής της μελέτης εμπίπτει στο πεδίο της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Συνεπώς, θα εστιάσουμε κυρίως στα σχεδιαστικά χνάρια και τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών που διαπραγματεύονται ζητήματα σχεδιασμού αλληλεπιδράσεων και διεπαφών. Υπάρχει όμως και ένας σημαντικός αριθμός σχεδιαστικών χναριών από άλλες περιοχές (π.χ., τεχνολογία λογισμικού και οργανωτικός σχεδιασμός) που μπορεί να έχει σχέση με τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ ανθρώπων και υπολογιστών. Για να αποφύγουμε να επεκτείνουμε το πεδίο της έρευνας μας πέρα από κάποια πρακτικά όρια, καθορίζουμε τρεις ευρείες κατηγορίες σχεδιαστικών χναριών σχετικών με το λογισμικό (Dearden & Finlay, 2006), που παρουσιάζονται στη συνέχεια:

### **2.2.1 Γενικά σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού**

Σε αυτή την περίπτωση ένα πρόβλημα ορίζεται από την άποψη των επιθυμητών ιδιοτήτων της εσωτερικής δομής και της συμπεριφοράς του λογισμικού και η λύση δηλώνεται με προτάσεις που γίνονται σε μορφή δομών κώδικα. Η πλειοψηφία των σχεδιαστικών χναριών των Gamma, Helm, Johnson, & Vlissides (1995) ανήκουν σε αυτήν την κατηγορία.

### **2.2.2 Σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού διεπαφών**

Σε αυτή την περίπτωση ένα πρόβλημα ορίζεται στην περιοχή των επιθυμητών αλληλεπιδραστικών συμπεριφορών και η λύση δηλώνεται με προτάσεις που γίνονται σε μορφή δομών κώδικα. Τα παραδείγματα γι' αυτή την κατηγορία περιλαμβάνουν: σχεδιαστικά χνάρια για την εφαρμογή συστημάτων που ακολουθούν μια προσομοίωση «εργαλείων και υλικών» (Riehle & Zullighoven, 1995), σχεδιαστικά χνάρια για την εφαρμογή σε συστήματα σύνθεσης ψηφιακού ήχου (Judkins & Gill, 2000), σχεδιαστικά χνάρια για τα συστήματα πρακτόρων

ηλεκτρονικού εμπορίου (Weiss, 2001), σχεδιαστικά χνάρια για κινητές υπηρεσίες (Roth, 2002) κ.α..

### **2.2.3 Σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης**

Σε αυτή την περίπτωση ένα πρόβλημα ορίζεται στην περιοχή των ζητημάτων ανθρώπινης αλληλεπίδρασης, και η λύση δηλώνεται σαν μια προτεινόμενη αλληλεπιδραστική συμπεριφορά. Ένα καλό παράδειγμα σε αυτήν την κατηγορία είναι η συλλογή σχεδιαστικών χναριών της Tidwell (1998, 1999a), που συμπεριλαμβάνει σχεδιαστικά χνάρια όπως το Go Back to a Safe Place, που υποστηρίζει την παροχή στους χρήστες ενός ξεκάθਾਰου τρόπου που θα επιτρέπει σε ένα σύστημα να επιστρέψει σε μια γνωστή κατάσταση, όπως είναι η αρχική σελίδα ενός ιστοχώρου.

Με βάση αυτούς τους ορισμούς και λαμβάνοντας υπόψη τον στόχο της εργασίας μας, θα ασχοληθούμε πρώτιστα με τα «σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης» και σε μικρότερη έκταση με τα «σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού διεπαφών». Για να θέσουμε το πλαίσιο που θέλουμε, είναι απαραίτητο να εξεταστούν και άλλες πηγές, ιδιαίτερα από την τεχνολογία λογισμικού και την αρχιτεκτονική. Η χρήση αυτών των πηγών θα γίνεται με σκοπό την γενικότερη θεώρηση των σχεδιαστικών χναριών και τη διαμόρφωση μιας σφαιρικής αντίληψης για το ρόλο τους στο σχεδιασμό. Αυτές οι πηγές που προέρχονται από τομέες εκτός του τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, όπως π.χ. η συνολική εργασία του Alexander και των συνεργατών του για την ανάπτυξη των σχεδιαστικών χναριών στην αρχιτεκτονική, θα λαμβάνονται υπόψη και για να τοποθετηθούν τα σχεδιαστικά χνάρια που αναφέρονται στην αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή στο κατάλληλο ιστορικό πλαίσιο.

## **2.3 Μια σύντομη ιστορία των σχεδιαστικών χναριών**

### **2.3.1 Η συνεισφορά του Christopher Alexander**

Τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών εισήχθησαν αρχικά στην αρχιτεκτονική από την εργασία του Christopher Alexander και των συνεργατών του. Στο τομέα του, οι προτάσεις του αμφισβητήθηκαν (Dovey, 1990

Saunders, 2002), αλλά προκάλεσαν και την προσοχή, τόσο του κοινού όσο και των ειδικών, όχι μόνο στην αρχιτεκτονική (Gabriel, 1996b, King, 1993, Saunders, 2002), αλλά και σε διάφορα άλλα επιστημονικά πεδία.

Στο πρώιμο έργο του που συνοψίστηκε στο *Notes on the Synthesis of Form* (Alexander, 1964), ο Alexander πρότεινε μια συστημική προσέγγιση στα αρχιτεκτονικά σχεδιαστικά προβλήματα. Η προσέγγιση περιλαμβάνει την αναλυτική αποσύνθεση του προβλήματος σε επί μέρους προβλήματα, που το κάθε ένα χαρακτηρίζεται από ένα σύνολο ανταγωνιστικών δυνάμεων. Με την επίλυση των δυνάμεων σε κάθε επί μέρους πρόβλημα, και τη σύνθεση των επί μέρους λύσεων, ο αρχιτέκτονας παράγει μια λύση στο αρχικό συνολικό πρόβλημα. Στην ίδια εργασία ο Alexander εξέτασε επίσης τη δυνατότητα να λύνονται τέτοιου είδους προβλήματα μέσω υπολογιστών.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου από τα μέσα της δεκαετίας του '60 μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '70, ο Alexander άρχισε να αμφιβάλει για τις προτάσεις που είχε διατυπώσει στο *Notes on the Synthesis of Form*. Από τα μέσα της δεκαετίας του '70 μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του '80, αυτός και οι συνεργάτες του προχωρούν σε μια νέα προσέγγιση στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Ο Grabow (1983), στη βιογραφία του Alexander, περιγράφει τις αλλαγές στη σκέψη του κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου ως «μετατόπιση παραδείγματος (paradigm shift)». Η νέα προσέγγιση, που επικεντρώνεται στην έννοια των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, περιγράφεται σε μία σειρά βιβλίων όπως το *The Timeless Way of Building* (Alexander, 1979), το *A Pattern Language* (Alexander και λοιποί, 1977), το *The Oregon Experiment* (Alexander και λοιποί, 1975), το *Linz Café/Das Kafe Linz* (Alexander, 1982), το *The Production of Houses* (Alexander και λοιποί, 1985), και το *A New Theory of Urban Design* (Alexander και λοιποί, 1987). Τα βιβλία αυτά δημοσιεύθηκαν ως σειρά, και τους δίνονται ξεκάθαροι αριθμοί τόμου, οι οποίοι δεν αντιστοιχούν με τη χρονολογική σειρά δημοσίευσής τους. Ο τόμος 1 της σειράς (*The Timeless Way of Building*) καθορίζει την άποψη του Alexander για το πώς τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών εξελίσσονται, και το πώς πρέπει να χρησιμοποιούνται στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Ο τόμος 2 (*A Pattern Language*) προσφέρει ένα παράδειγμα γλώσσας σχεδιαστικών χναριών. Ο

καθένας από τους άλλους τέσσερις τόμους της σειράς περιέχει μια περιπτωσιολογική μελέτη, στην οποία εφαρμόζεται η προσέγγιση για το σχεδιασμό, που προτείνεται από τον Alexander και βασίζεται στα σχεδιαστικά χνάρια.

Στη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών, ο Alexander χρησιμοποίησε ένα συγκεκριμένο τρόπο παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια. Για να επεξηγήσουμε αυτό τον τρόπο και να δώσουμε περαιτέρω διευκρινήσεις, θα παρουσιάσουμε ένα από τα χνάρια του. Κάθε σχεδιαστικό χνάρι του Alexander αρχίζει με το όνομα του και τον αριθμό αναφοράς του (π.χ., Light on Two Sides of Every Room, σχέδιο 159). Το όνομα είναι συνοπτικό και ενδεικτικό του χναριού, αλλά όχι παραπλανητικό. Ακολουθείται από μια εικόνα (στη περίπτωση του Alexander μια φωτογραφία) που παρουσιάζει ένα παράδειγμα εφαρμογής του χναριού και μια σύντομη παράγραφο, που θέτει το πλαίσιο χρήσης του και συμπεριλαμβάνει τα ονόματα των σχεδιαστικών χναριών στα οποία αυτό συνεισφέρει. Το πρόβλημα που προσπαθεί να επιλύσει το σχεδιαστικό χνάρι, δηλώνεται αμέσως μετά. Στην περίπτωση του Light on Two Sides of Every Room, το πρόβλημα είναι το ακόλουθο:

Όταν έχουν επιλογή, οι άνθρωποι πηγαίνουν πάντα σε εκείνα τα δωμάτια που φωτίζονται από δύο πλευρές, και αφήνουν αχρησιμοποίητα και κενά τα δωμάτια που φωτίζονται μόνο από μια πλευρά. (Alexander και λοιποί, 1977, σχέδιο 159)

Αυτή η συνοπτική δήλωση του προβλήματος ακολουθείται από μια λεπτομερή συζήτηση και μια αιτιολογία. Εδώ συμπεριλαμβάνονται το εμπειρικό υπόβαθρο, τα στοιχεία (το κίνητρο για το σχεδιαστικό χνάρι) και οι «δυνάμεις» που συμμετέχουν στην ανάλυση του προβλήματος. Η λύση που αναφέρεται σε αυτή την περίπτωση είναι η εξής:

Τοποθετήστε κάθε δωμάτιο έτσι ώστε έξω από δύο τουλάχιστον από τις πλευρές του να υπάρχει υπαίθριος χώρος. Ανοίξτε έπειτα παράθυρα στους τοίχους που βλέπουν σε αυτούς τους υπαίθριους χώρους έτσι ώστε το φυσικό φως να εισέρχεται στο κάθε δωμάτιο από περισσότερες από μια κατευθύνσεις. (Alexander και λοιποί, 1977, σχέδιο 159)

Το σχεδιαστικό χνάρι περιλαμβάνει έπειτα ένα διάγραμμα, που επεξηγεί τη λύση, και μια παράγραφο που δείχνει πώς αυτό το χνάρι συνδέεται με άλλα «χαμηλότερα» χνάρια, στη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών, τα οποία είναι εκείνα που συνεισφέρουν στη δημιουργία του.

Ο τρόπος παρουσίασης του Alexander έχει υιοθετηθεί από ορισμένους, αλλά όχι από όλους, τους συγγραφείς που ασχολούνται με τα σχεδιαστικά χνάρια σε άλλους τομείς. Μια σύνοψη των εναλλακτικών τρόπων παρουσίασης, που έχουν προταθεί, υπάρχει στο Pattern Gallery της Fincher (2000b).

### **2.3.2 Γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού**

Προς το τέλος της δεκαετίας του '80 και τις αρχές της δεκαετίας του '90, οι ερευνητές στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού ερευνούσαν τρόπους για να επαναχρησιμοποιήσουν την υπάρχουσα σχεδιαστική γνώση. Παραδείγματος χάριν, ο Coplien (1992) ερεύνησε τις ιδιωματικές μορφές του κώδικα της C++, οι Wirfs-Brock, Vlissides, Cunningham, Johnson, και Bollette (1991) εξέτασαν το σχεδιασμό πλαισίων που υποστήριζαν την αποτελεσματική επαναχρησιμοποίηση κώδικα. Ο Garlan σε συνεργασία με διάφορους άλλους ερευνητές ασχολήθηκαν με θέματα όπως η δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης των τυπικών προδιαγραφών για μια οικογένεια προϊόντων (Garlan & Delisle, 1990), αλλά και με τις γενικές αρχιτεκτονικές λογισμικού που θα μπορούσαν να εξειδικευθούν ώστε να γίνουν συμβατές με συγκεκριμένες εφαρμογές (Galan & Notkin, 1991, Garlan & Shaw, 1993). Η έννοια των «σχεδιαστικών χναριών» που εισήγαγε ο Alexander, επισημάνθηκε στα πλαίσια αυτής της έρευνας από διάφορους ερευνητές (Anderson, 1993, Anderson, Coad, & Mayfield, 1994, Beck & Cunningham, 1987, Coad, 1992, Coad & Mayfield, 1993, Gamma, Helm, Johnson & Vlissides, 1993). Η πρώτη διάσκεψη σχετικά με τις «Γλώσσες Σχεδιαστικών Χναριών στον Προγραμματισμό» (Pattern Languages of Programming) (PLoP) έγινε τον Αύγουστο του 1994 (Coplien & Schmidt, 1995). Από τότε, οι διασκέψεις PLoP γίνονται κάθε χρόνο (Harrison, Foote, & Rohnert, 1999 Martin, Reihle, & Buschmann, 1997, PLoP, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, Vlissides, Coplien, & Kerth, 1996). Άλλες σειρές διασκέψεων, που ερευνούν τις γλώσσες

σχεδιαστικών χναριών στην τεχνολογία λογισμικού, έχουν επίσης καθιερωθεί (π.χ., το EuroPLoP στην Ευρώπη, το ChiliPLoP στην Αριζόνα, και το KoalaPLoP στην Αυστραλασία). Άλλο ένα σημαντικό ορόσημο σε αυτή τη διαδρομή ήταν η δημοσίευση του βιβλίου *Design patterns: Elements of reusable object-oriented software*, από τους Gamma, Helm, Johnson, & Vlissides (1995), που αναφέρονται συχνά και ως «συμμορία των τεσσάρων» (Gang of Four, GoF). Το πόνημα της GoF παραμένει ένα από τα βιβλία με τις καλύτερες πωλήσεις στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού.

### **2.3.3 Σχεδιαστικά χνάρια στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή**

Στις πρώιμες εργασίες της τεχνολογίας λογισμικού για τα σχεδιαστικά χνάρια συμπεριλαμβάνονται και λύσεις για σχεδιασμό λογισμικού που αφορά τη διεπαφή του χρήστη. Ο Gamma και οι συνεργάτες του (1993, 1995) είναι μέσα σε αυτούς, που συμπεριλαμβάνουν τέτοιου είδους σχεδιαστικά χνάρια στα βιβλία τους. Τα πρακτικά της πρώτης συνεδρίασης του PLoP αρχίζουν με δύο έγγραφα που παρουσιάζουν το πρώτο ένα σχεδιαστικό χνάρι απλής αλληλεπίδρασης (Adams, 1995) και το δεύτερο μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών με τέσσερα σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν μια προσομοίωση «εργαλείων και υλικών» για τη διεπαφή του χρήστη και επτά σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού διεπαφής που βοηθούν να εφαρμοστούν τέτοιες διεπαφές (Riehle & Zullighoven, 1995).

Στα πρακτικά της τρίτης συνεδρίασης (Martin και λοιποί, 1997), τα σχεδιαστικά χνάρια για τη διεπαφή του χρήστη αναγνωρίστηκαν ως ιδιαίτερος τομέας ενδιαφέροντος και τους αφιερώθηκε ένα χωριστό «μέρος» των πρακτικών, παρά το ότι αντιπροσωπεύτηκαν από μία μόνο εργασία (Bradac & Fletcher, 1997). Στην τέταρτη συνεδρίαση, τέσσερις εργασίες ομαδοποιήθηκαν στα πρακτικά σαν σχετικές με τα «σχεδιαστικά χνάρια της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή» (δείτε Harrison και λοιποί, 1999). Το 1998 (PLoP, 1998) οι διοργανωτές ομαδοποίησαν τα έγγραφα χρησιμοποιώντας τίτλους τμημάτων που λήφθηκαν από το βιβλίο *A Pattern Language*, με την πλειοψηφία των σχεδιαστικών χναριών αλληλεπίδρασης να εμφανίζονται στο κομμάτι «Zen

View» (σχέδιο 134 Alexander και λοιποί, 1977). Οκτώ από τις εργασίες στη διάσκεψη του 1998 περιλαμβάνουν σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης ή σχεδιαστικά χνάρια λογισμικού διεπαφών. Το 1999 (PLoP, 1999), τέσσερα έγγραφα που αντιμετωπίζουν ζητήματα διεπαφής του χρήστη εμφανίζονται σε μια ομάδα μαζί με δύο σχεδιαστικά χνάρια που ενδιαφέρονται πρώτιστα για ζητήματα απόδοσης δικτύων. Τα τελευταία χρόνια στα PLoP έχει περιληφθεί μόνο ένας μικρός αριθμός παραδειγμάτων σχεδιαστικών χναριών αλληλεπίδρασης.

Ενώ ο αριθμός σχεδιαστικών χναριών αλληλεπίδρασης και σχεδιαστικών χναριών λογισμικού διεπαφών που εμφανιζόταν στα PLoP μειωνόταν, το ενδιαφέρον για τα σχεδιαστικά χνάρια στις συνεδριάσεις της κοινότητας της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή αυξανόταν. Οι συναντήσεις εργασίας που ασχολούνται με χνάρια που αφορούν την αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή έχουν καθιερωθεί σαν εκδηλώσεις και επαναλαμβάνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα (Bayle και λοιποί, 1998, Fincher και λοιποί, 2003, Griffiths, Pemberton, Borchers, & Stork, 2000, Schümmer, Borchers, Thomas, & Zdun, 2004, van Welie, Mullet & McInerney 2002). Τα σχεδιαστικά χνάρια αποτέλεσαν επίσης ένα από τα θέματα συζήτησης στη συνεδρίαση του Usability Professionals Association το 1999 (Granlund & Lafreniere, 1999a), και στο Interact το 1999 (Griffiths, Pemberton, & Borchers, 1999). Επιτροπές συνεδρίασαν γι' αυτό το θέμα στη CHI το 2001 (Borchers & Thomas, 2001) και στο IHM-HCI το 2001 (Griffiths & Pemberton, 2001). Μια πρώτη αναφορά για τα σχεδιαστικά χνάρια, στις κύριες πηγές του τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, γίνεται από τους Norman και Draper (1986) και τον Norman (1988), αλλά σε καμία από αυτές τις περιπτώσεις δεν ερευνήθηκε, με λεπτομέρεια η πιθανή χρήση των σχεδιαστικών χναριών. Πιο πρόσφατα, άρθρα που διαπραγματεύονται τη χρήση των σχεδιαστικών χναριών έχουν δημοσιευθεί σε ποικίλα φόρουμ συμπεριλαμβανομένων των DIS (Erickson, 2000a), ECSCW (Martin, Rodden, Rouncefield, Sommerville, & Viller, 2001), CHI (Dearden, Finlay, Allgar, & McManus, 2002a), PDC (Dearden, Finlay, Allgar, & McManus, 2002b, Schuler, 2002), HCI (Finlay, Allgar, Dearden, & McManus, 2002) και ACM Hypertext conferences (Nanard και λοιποί, 1998, Rossi και λοιποί, 1997).

Διάφορες γλώσσες σχεδιαστικών χναριών αλληλεπίδρασης έχουν δημοσιευθεί επίσης με μορφή βιβλίων, συμπεριλαμβανομένων των τριπλών γλωσσών του Borchers για την ανάπτυξη διαλογικών εκθεμάτων (Borchers, 2001a), της Γλώσσας Σχεδιασμού Ιστοχώρων (van Duyne και λοιποί, 2003) και της γλώσσας του Graham (Graham, 2003) για την ευχρηστία του Ιστού. Έχουν επίσης δημοσιευθεί και πολύ περισσότερες συλλογές χναριών βασισμένων στο WEB (π.χ., Laakso, 2003, Tidwell, 1998, 1999a, 2003, van Welie, 2002-2008). Όλες αυτές οι εξελίξεις επαληθεύουν τις προσδοκίες των συμμετεχόντων στις αρχικές συνεδριάσεις του PLoP. Για παράδειγμα οι Johnson και Cunningham (1995) στην εισαγωγή τους στα πρακτικά της πρώτης διάσκεψης, κατέγραψαν την προσδοκία τους που ήταν η εξής: «η κοινότητα του PLoP μεγαλώνοντας και ωριμάζοντας κάποια στιγμή θα διασπαστεί από μόνη της σε τομείς που αντιστοιχούν στους παραδοσιακούς τομείς ενδιαφέροντος».

Μετά από αυτή την σύντομη ιστορική ανασκόπηση συνεχίζουμε με το θεμελιώδες ζήτημα του τι είναι ένα σχεδιαστικό χνάρι.

## **2.4 Τι είναι ένα σχεδιαστικό χνάρι;**

Η συζήτηση για το τι είναι ένα σχεδιαστικό χνάρι έχει προκαλέσει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και πολλές συζητήσεις στους τομείς της τεχνολογίας λογισμικού και της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Ο Lea (1994) σημείωσε ότι ο Alexander δεν προτείνει κανέναν συγκεκριμένο ορισμό. Ο Alexander μπορεί να μην προτείνει έναν συγκεκριμένο ορισμό, προσφέρει όμως πολλές διαφορετικές περιγραφές των σχεδιαστικών χναριών, που κάθε μια τους αξιοποιείται από διαφορετικούς ερευνητές. Ο Coad (1992) υπογράμμισε την ιδέα των σχεδιαστικών χναριών που προκύπτουν από τις επαναλήψεις στη ανθρώπινη συμπεριφορά, αναφέροντας την παρατήρηση του Alexander ότι «ο χαρακτήρας της κάθε θέσης δίνεται από ορισμένα σχεδιαστικά χνάρια που περιγράφουν γεγονότα που επαναλαμβάνονται εκεί» (Alexander, 1979, όπως αναφέρεται από τον Coad, 1992). Οι Gabriel (1996b), Denning και Dargan (1996), Cline (1996), Johnson και Cunningham (1995), και Borchers (2001a) επίσης έδωσαν έμφαση σε αυτήν την άποψη που θεωρεί τα σχεδιαστικά χνάρια ως περιγραφή επαναλαμβανόμενων φαινομένων ή δομών που πρέπει να παρατηρηθούν και να ανακαλυφθούν. Το Pointer project (Martin και λοιποί, 2001, Martin, και λοιποί,



2002) συλλαμβάνει ακριβώς τέτοια επαναλαμβανόμενα φαινόμενα, επισύροντας την προσοχή στα παραδείγματα κοινών αλληλεπιδράσεων που προέκυψαν από εθνογραφικές μελέτες.

Μια εναλλακτική άποψη δίνει έμφαση στα σχεδιαστικά χνάρια ως τεχνουργήματα (artefacts) για τη ρητή παρουσίαση σχεδιαστικής καθοδήγησης. Ο Gamma και οι συνεργάτες του (1995) αναφέρουν από τον Alexander τα εξής: «κάθε σχεδιαστικό χνάρι περιγράφει ένα πρόβλημα ... και έπειτα περιγράφει τον πυρήνα της λύσης». Ο Beck και οι συνεργάτες του (1996) περιγράφουν τα σχεδιαστικά χνάρια ως «ιδιαιτέρη μορφή πεζογραφίας» ενώ ο Borchers (2001b) περιέγραψε τα σχεδιαστικά χνάρια σαν «προπάντων, ένα διδακτικό μέσο για τους αναγνώστες». Οι Schmidt, Fayad και Johnson (1996) και οι Astrachan, Berry, Cox και Mitchener (1998) υποστηρίζουν μια παρόμοια άποψη.

Για τον Alexander, δεν υπάρχει καμία αντίφαση μεταξύ αυτών των απόψεων. Στο *The Timeless Way of Building*, ο Alexander (1979) θεωρεί τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών θεμελιώδεις για την οργάνωση των κατασκευών, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι, «τίποτα δεν γίνεται χωρίς μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που υπάρχει στο μυαλό του κατασκευαστή και το αποτέλεσμα που προκύπτει από ένα σχέδιο, η πρωτοτυπία του ή η κοινοτυπία του, προέρχεται επίσης από αυτή τη συγκεκριμένη γλώσσα». Αργότερα, υποστήριξε ότι «σε μια εποχή που οι γλώσσες δεν κυκλοφορούν ευρέως ... είναι απαραίτητο να έρθουν τα σχεδιαστικά χνάρια στην επιφάνεια... έτσι ώστε να μπορούν να κυκλοφορήσουν μεταξύ των ενδιαφερομένων με ένα νέο τρόπο ξεκάθαρο αντί υπαινικτικό και να συζητηθούν δημόσια» (Alexander, 1979). Η προσπάθειά του να εξηγήσει τα σχεδιαστικά χνάρια δίνει την αφορμή για τη δημιουργία μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών (Alexander και λοιποί, 1977). Ως εκ τούτου, για τον Alexander, οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών είναι και ένας θεωρητικός απολογισμός της οργάνωσης του δομημένου περιβάλλοντος, αλλά και τεχνουργήματα σχεδιασμένα με συγκεκριμένο τρόπο, των οποίων ο σκοπός περιλαμβάνει την αναζωογόνηση της δημόσιας συμμετοχής στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό και της συζήτησης σχετικά με αυτόν.

Στους τομείς της τεχνολογίας λογισμικού και της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή αναγνωρίζεται γενικά, ότι ένα σχεδιαστικό χνάρι είναι μια δομημένη

περιγραφή του αμετάβλητου πυρήνα<sup>1</sup> της λύσης ενός επαναλαμβανόμενου προβλήματος, που απεικονίζει την προσανατολισμένη στο πρόβλημα προσέγγιση του Alexander. Εντούτοις, μια τέτοια προσέγγιση δεν είναι καθολική. Μια διάκριση μπορεί να γίνει μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών, που επικεντρώνονται σε ένα πρόβλημα και μια αποδεδειγμένη λύση, και των σχεδιαστικών χναριών δραστηριότητας, τα οποία παρέχουν απλά μια περιγραφή τέτοιων σχεδιαστικών χναριών που υπάρχουν ήδη (Bayle και λοιποί, 1998). Παραδείγματος χάριν, τα σχεδιαστικά χνάρια που αναπτύχθηκαν στο Pointer project (Martin και λοιποί, 2001 Martin και λοιποί, 2002), και επιδιώκουν να συνοψίσουν τα συμπεράσματα από τις εθνογραφικές μελέτες, μπορεί να τα δει κανείς ως «σχεδιαστικά χνάρια δραστηριότητας» σε όρους του Bayle και των συνεργατών του.

#### **2.4.1 Χαρακτηριστικά των σχεδιαστικών χναριών**

Διάφοροι ερευνητές επιχειρηματολογούν γύρω από τα χαρακτηριστικά που θεωρούν ότι πρέπει να έχει ένα σχεδιαστικό χνάρι και γύρω από το τι το διακρίνει από άλλες σχεδιαστικές συμβουλές. Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) βεβαιώνουν ότι τα σχεδιαστικά χνάρια είναι άξια προσοχής επειδή βασίζονται σε παραδείγματα, διευκολύνουν πολλαπλά επίπεδα αφαίρεσης, γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ των φυσικών και κοινωνικών πτυχών του σχεδιασμού και μπορούν να αναπτυχθούν αποσπασματικά. Η Fincher (1999) επίσης προσδιορίζει ως σημαντική τη σύλληψη της πρακτικής και της αφαίρεσης που εμπεριέχεται στα χνάρια, αλλά προσθέτει αρχές οργάνωσης που της επιτρέπουν να συσχετίζει σχεδιαστικά χνάρια μεταξύ τους με τέτοιο τρόπο ώστε να υποβοηθείται ο σχεδιασμός. Με αυτό τον τρόπο προκύπτει ένα σύστημα αξιών που ενσωματώνεται στα σχεδιαστικά χνάρια μαζί με ένα ιδιαίτερο τρόπο παρουσίασης τους.

Ίσως η περιεκτικότερη προσπάθεια να χαρακτηριστούν τα σχεδιαστικά χνάρια προκύπτει από τη βιβλιογραφία της τεχνολογίας λογισμικού. Οι Winn και Calder

---

<sup>1</sup> Πρέπει να σημειωθεί ότι ο όρος αμετάβλητος πυρήνας αναφέρεται εδώ σε ένα σύνολο κοινών χαρακτηριστικών της συνιστώμενης λύσης. Η λύση, όμως, θα πρέπει να προσαρμόζεται στις συγκεκριμένες περιστάσεις (πλαίσιο) που εφαρμόζεται. Ως εκ τούτου, υπάρχει μεταβλητότητα στον τρόπο που η λύση παρουσιάζεται σε διαφορετικές εφαρμογές, αλλά το σχεδιαστικό χνάρι περιγράφει τον αμετάβλητο πυρήνα των λύσεων στο (επαναλαμβανόμενο) πρόβλημα.

(2002) πρότειναν εννέα ουσιαστικά χαρακτηριστικά για τα σχεδιαστικά χνάρια, μερικά από τα οποία απεικονίζουν ιδιότητες που προσδιορίζονται και από προηγούμενους ερευνητές. Στη συνέχεια συνοψίζουμε τα χαρακτηριστικά που αναφέρουν οι Winn και Calder.

1. Ένα σχεδιαστικό χνάρι υπονοεί ένα τεχνούργημα: Ένα σχεδιαστικό χνάρι πρέπει να παρέχει μια υψηλότερου επιπέδου εικόνα της μορφής του τεχνουργήματος που περιγράφει. Η επίπτωση που προκύπτει είναι ότι τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να υποστηρίζουν το σχεδιασμό κάποιου αντικειμένου.
2. Ένα σχεδιαστικό χνάρι γεφυρώνει πολλά επίπεδα αφαίρεσης: Ένα σχεδιαστικό χνάρι παρέχει σχεδιαστικές πληροφορίες σε διαφορετικά επίπεδα αφαίρεσης. Οι Winn και Calder επισημαίνουν ότι τα σχεδιαστικά χνάρια στην τεχνολογία λογισμικού περιλαμβάνουν δείγματα κώδικα αλλά και διαγράμματα δομών.
3. Ένα σχεδιαστικό χνάρι περιλαμβάνει την αιτιολογία του: Είναι και λειτουργικό και μη λειτουργικό. Ένα σχεδιαστικό χνάρι πρέπει να περιλαμβάνει μια εξήγηση που να δικαιολογεί την επιλογή αυτής της λύσης, αλλά και να περιλαμβάνει τους συμβιβασμούς (trade-offs) που θεωρήθηκαν απαραίτητοι.
4. Ένα σχεδιαστικό χνάρι είναι εμφανές μέσα στη λύση: Πρέπει δηλαδή να μπορεί κανείς να δει το σχεδιαστικό χνάρι που έχει χρησιμοποιηθεί μέσα στο τελικό τεχνούργημα, από τον τρόπο που αυτό συνδέεται με τη σχεδιαστική διαδικασία και με τη κατασκευή του τεχνουργήματος. Γενικά, δεν είναι δυνατό, με την επιθεώρηση ενός κομματιού λογισμικού, να προσδιοριστεί εάν μια ιδιαίτερη αναπτυξιακή διαδικασία χρησιμοποιήθηκε στην παραγωγή του. Αντίθετα, εάν ένα σχεδιαστικό χνάρι τεχνολογίας λογισμικού έχει χρησιμοποιηθεί, η δομή του θα είναι εμφανής στον κώδικα.
5. Ένα σχεδιαστικό χνάρι συλλαμβάνει τα κρίσιμα σημεία (hot spots) των συστημάτων: Τα κρίσιμα αυτά σημεία είναι σημεία μέσα σε ένα σύστημα λογισμικού που πρέπει να είναι ανοικτά στις αλλαγές που

προκύπτουν, καθώς το σύστημα εξελίσσεται και προσαρμόζεται σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, όπου οι απαιτήσεις τροποποιούνται συνεχώς. Προσδιορίζοντας τις σταθερές του σωστού σχεδιασμού, τα σχεδιαστικά χνάρια δίνουν επίσης έμφαση σε στοιχεία σχεδιασμού που πρέπει να είναι ανοικτά σε αλλαγές και να βοηθούν με αυτό τον τρόπο στη διαχείριση της αλληλεπίδρασης μεταξύ σταθερότητας και αλλαγής.

6. Ένα σχεδιαστικό χνάρι είναι μέρος μιας γλώσσας: Τα σχεδιαστικά χνάρια συσχετίζονται με άλλα σχεδιαστικά χνάρια και όλα μαζί δημιουργούν μια γλώσσα, μέσω της οποίας βοηθούν στη ανάλυση πολύπλοκων προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη σχεδίαση συστημάτων.
7. Ένα σχεδιαστικό χνάρι επικυρώνεται μέσω της χρήσης του: Η ύπαρξη σχεδιαστικών χναριών μπορεί να τεκμηριωθεί μόνο μέσω αποδείξεων της ύπαρξής τους στα πραγματικά τεχνουργήματα και της συμβολής τους στο σχεδιασμό. Αν και αυτό το χαρακτηριστικό είναι παρόμοιο με το 4, υπάρχει μια λεπτή διαφορά που τα διακρίνει. Εδώ η έμφαση δίνεται στα στοιχεία που απαιτούνται για να ελέγξουν την ύπαρξη ενός σχεδιαστικού χναριού. Η διαπίστωση της ύπαρξης ενός χναριού, απαιτεί το χνάρι αυτό να ανακαλυφθεί σε μια σειρά επιτυχημένων σχεδιασμών συστημάτων.
8. Ένα σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται σε ένα επιστημονικό πεδίο (domain): Τα σχεδιαστικά χνάρια συνδέονται με συγκεκριμένα επιστημονικά πεδία και δεν έχουν κανένα νόημα έξω από αυτά. Τα σχεδιαστικά χνάρια που προέρχονται από διαφορετικά πεδία δεν πρέπει να αναμένεται να δουλέψουν σωστά μαζί. Η συζήτηση για σχεδιαστικά χνάρια χωρίς εκτίμηση των πεδίων στα οποία στηρίζονται είναι πιθανό να προκαλέσει μεγάλη σύγχυση.
9. Ένα σχεδιαστικό χνάρι συλλαμβάνει μια σημαντική ιδέα (big idea): Τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να εστιάζουν σε βασικά και δύσκολα προβλήματα μέσα σε ένα επιστημονικό πεδίο. Δεν δικαιολογεί κάθε σχεδιαστικό πρόβλημα και ένα σχεδιαστικό χνάρι.

Όσον αφορά τον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή έχει συζητηθεί και ένας αριθμός από άλλα χαρακτηριστικά. Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) έθιξαν διάφορα επιπρόσθετα σημεία. Τα παρακάτω είναι τα πιο σπουδαία:

10. Τα σχεδιαστικά χνάρια υποστηρίζουν μια «Lingua-franca» (γλώσσα κατανοητή από όλους): Τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να διευκολύνουν συζητήσεις με ανθρώπους που δεν είναι ειδικοί στο συγκεκριμένο επιστημονικό πεδίο. Σε αντίθεση με τις ανησυχίες που εκφράζονται από ερευνητές του τομέα της τεχνολογίας λογισμικού, τα σχεδιαστικά χνάρια στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή πρέπει να είναι προσιτά και κατανοητά από τους τελικούς χρήστες.
11. Διαφορετικά σχεδιαστικά χνάρια εξετάζουν προβλήματα σε διαφορετικές κλίμακες: Μερικά σχεδιαστικά χνάρια, στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, εξετάζουν ζητήματα υψηλού επιπέδου όπως η επιχειρησιακή διαδικασία, ενώ άλλα εξετάζουν τις χαμηλού επιπέδου λεπτομέρειες της κατασκευής γραφικής διεπαφής των χρηστών, όπως είναι ο τρόπος εμφάνισης των πινάκων.
12. Τα σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζουν σχεδιαστικές αξίες: Τα σχεδιαστικά χνάρια δεν είναι ουδέτερα, αλλά ρητά (ξεκάθαρα) απεικονίζουν κάποιες σχεδιαστικές αξίες. Η επιλογή των σχεδιαστικών χναριών και η καταγραφή τους είναι δραστηριότητες με ιδιαίτερη αξία, που απεικονίζουν τις προτεραιότητες και τα κίνητρα του συγγραφέα.
13. Τα σχεδιαστικά χνάρια συλλαμβάνουν την σχεδιαστική πρακτική: Τα σχεδιαστικά χνάρια προέρχονται από την τρέχουσα πρακτική, και όχι από θεωρητικές ή εννοιολογικές προτάσεις. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι παρόμοιο με τα χαρακτηριστικά 4 και 7 των Winn και Calder αλλά εδώ η έμφαση δίνεται στις διαδικασίες ταυτοποίησης και ανάπτυξης των σχεδιαστικών χναριών.

Ο επόμενος πίνακας (Πίνακας 2.1) συγκρίνει τη θέση των Winn και Calder με αυτές άλλων ερευνητών που ασχολούνται με τον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή και αναφέρονται στη φύση των σχεδιαστικών χναριών. Σε

αυτόν τον πίνακα δείχνουμε μια άμεση συμφωνία με κάποιο χαρακτηριστικό της θέσης των Winn και Calder χρησιμοποιώντας ένα τσεκάρισμα (✓) και μια υπονοούμενη (έμμεση) συμφωνία (π.χ. μέσω της χρήσης σχεδιαστικών χγαριών) με ένα λατινικό ερωτηματικό (?).

**Πίνακας 2.1 Μια σύγκριση των διαφορετικών απόψεων που υπάρχουν για τα ουσιαστικά χαρακτηριστικά των σχεδιαστικών χναριών.  
Dearden & Finlay (2006).**

Χαρακτηριστικά	Winn & Calder, 2002	Bayle και λοιποί, 1998	van Welie και λοιποί, 2000	Granlund και λοιποί, 2001	Borchers, 2000	Finlay και λοιποί, 2002	Fincher & Utting, 2002	Erickson, 2000a	van Duyne και λοιποί, 2003	Tidwell, 1998 1999a,
1. Ένα σχεδιαστικό χνάρι υπονοεί ένα τεχνούργημα	✓		?	?	✓	?	?	?	✓	?
2. Ένα σχεδιαστικό χνάρι γεφυρώνει πολλά επίπεδα αφαίρεσης	✓						?		?	
3. Ένα σχεδιαστικό χνάρι περιλαμβάνει την αιτιολογία του	✓	?	✓	?	✓	?	?	?	✓	?
4. Ένα σχεδιαστικό χνάρι είναι προφανές σε μια λύση	✓									
5. Ένα σχεδιαστικό χνάρι συλλαμβάνει τα κρίσιμα σημεία των συστημάτων	✓									
6. Ένα σχεδιαστικό χνάρι είναι μέρος μιας γλώσσας	✓		?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	?
7. Ένα σχεδιαστικό χνάρι επικυρώνεται μέσω της χρήσης του	✓	?	✓	?		✓		?		✓

Χαρακτηριστικά	Winn & Calder, 2002	Bayle και λοιποί, 1998	van Welie και λοιποί, 2000	Granlund και λοιποί, 2001	Borchers, 2000	Finlay και λοιποί, 2002	Fincher & Utting, 2002	Erickson, 2000a	van Duyne και λοιποί, 2003	Tidwell, 1998 1999a,
8. Ένα σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται σε ένα επιστημονικό πεδίο	✓	?	?	✓	✓	?		✓	✓	
9. Ένα σχεδιαστικό χνάρι συλλαμβάνει μια ιδέα (big idea)	✓						✓			
10. Τα σχεδιαστικά χνάρια υποστηρίζουν μια «Lingua-franca»		✓	?	?	✓	✓	✓	✓	?	✓
11. Διαφορετικά σχεδιαστικά χνάρια εξετάζουν προβλήματα σε διαφορετικές κλίμακες		✓	✓	✓	✓	?	?	✓	✓	✓
12. Τα σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζουν σχεδιαστικές αξίες		✓	?		✓	✓	✓	✓	?	✓
13. Τα σχεδιαστικά χνάρια συλλαμβάνουν την σχεδιαστική πρακτική		✓	✓	?	?	?	✓		✓	?



Ο πίνακας 2.1 δείχνει τα κρίσιμα στοιχεία της συζήτησης σχετικά με το θεμελιώδες ζήτημα για το ποια χαρακτηριστικά πρέπει να έχει ένα σχεδιαστικό χνάρι και, σε έναν βαθμό, απεικονίζει την ποικιλομορφία των θεωρητικών και φιλοσοφικών προσεγγίσεων για τη φύση των σχεδιαστικών χναριών. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, ο Alexander είδε τα σχεδιαστικά χνάρια και ως θεωρητικό απολογισμό του δομημένου περιβάλλοντος και ως κατασκευασμένα τεχνουργήματα για την υποστήριξη του σχεδιασμού. Με τον ίδιο τρόπο, μερικοί ερευνητές ενδιαφέρονται πρώτιστα για τα σχεδιαστικά χνάρια ως ένα μέσο για τη σύλληψη και το διαμοιρασμό σχεδιαστικών γνώσεων και αξιών. Το προηγούμενο ισχύει με την προϋπόθεση ότι τα τεκμηριωμένα σχεδιαστικά χνάρια συλλαμβάνουν την πραγματική, επιτυχή και παρατηρήσιμη σχεδιαστική πρακτική. Άλλοι βλέπουν τα σχεδιαστικά χνάρια πρώτιστα ως προσιτή μορφή σχεδιαστικής καθοδήγησης και εστιάζουν ιδιαίτερα στα σχεδιαστικά χνάρια που έχουν άμεση εφαρμογή και όπου, σε μερικές περιπτώσεις, αυτή η εφαρμογή μπορεί να αυτοματοποιηθεί.

Μερικές από τις απαιτήσεις που καθορίζονται από τους Winn και Calder δεν θεωρούνται σημαντικές στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (π.χ., το ζήτημα των κρίσιμων σημείων στα συστήματα). Άλλες, όπως τα επίπεδα αφαίρεσης μέσα σε ένα σχεδιαστικό χνάρι, ίσως υπονοούνται με τόσο προφανή τρόπο, από τη γενική λύση και τα συγκεκριμένα παραδείγματα, ώστε να μην χρειάζεται να δηλωθούν ρητά από τους ερευνητές αυτού του τομέα. Με τον ίδιο τρόπο πολλοί ερευνητές, του τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, υπονοούν την εστίαση στο σχεδιασμό ενός τεχνουργήματος μέσω του συνυπολογισμού εννοιών όπως η κατασκευή και η συσχέτιση (generativity), αν και δεν το αναφέρουν ρητά. Παρόλα αυτά είναι σαφές ότι υπάρχει μια γενική συμφωνία μέσα στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή ότι:

- τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να επιτρέπουν την επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών ομάδων.
- οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών είναι περισσότερο σημαντικές από τα απλά σχεδιαστικά χνάρια.
- τα σχεδιαστικά χνάρια εξετάζουν τα προβλήματα σε διαφορετικά επίπεδα.

και

➤ τα σχεδιαστικά χνάρια περιλαμβάνουν θέματα αξιών.

#### 2.4.2 Προσδιορισμός των σχεδιαστικών χναριών

Όπως έχουμε δει, ένα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των σχεδιαστικών χναριών είναι ότι απορρέουν από την πρακτική περισσότερο παρά από τη θεωρία. Στο *The Timeless Way of Building*, ο Alexander (1979) περιέγραψε μια διαδικασία που αρχίζει με την εύρεση θέσεων, που παρουσιάζουν αυτό που ο ίδιος ονομάζει «ποιότητα χωρίς όνομα». Στη συνέχεια προσπαθεί να προσδιορίσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που συντελούν στην επιτυχία της σχεδιαστικής λύσης που επέλεξε και επιδιώκει να προσδιορίσει τις βασικές «σταθερές» που είναι κοινές για όλες τις καλά σχεδιασμένες λύσεις που έχουν δοθεί στο συγκεκριμένο σχεδιαστικό πρόβλημα και δεν παρουσιάζονται στις κακοσχεδιασμένες λύσεις. Όμως το να αποστάξει κανείς από την καθημερινή εμπειρία το μέρος εκείνο, που είναι κοινό σε όλες τις ορθές λύσεις ενός προβλήματος, είναι το δυσκολότερο μέρος της εύρεσης ενός καλού σχεδιαστικού χναριού (Retalis και λοιποί, 2006). Όπως τονίζουν ο Alexander και οι συνεργάτες του (1977): «Το έργο της εύρεσης ή της ανακάλυψης ενός τέτοιου αμετάβλητου κοινού μέρους σε όλες τις ορθές λύσεις ενός προβλήματος είναι πάρα πολύ δύσκολο. Είναι τουλάχιστον τόσο δύσκολο όσο και οποιοδήποτε πρόβλημα της θεωρητικής φυσικής».

Μεταξύ των ερευνητών της τεχνολογίας λογισμικού υπάρχει συμφωνία, ότι τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει περισσότερο να ανακαλυφθούν με αναφορά στις υπάρχουσες σχεδιαστικές λύσεις, παρά να κατασκευαστούν από βασικές αρχές. Ο Coad (1992) θεωρεί ότι «τα σχεδιαστικά χνάρια ανακαλύπτονται μέσα από δοκιμές, λάθη και παρατήρηση». Οι Coad & Mayfield (1993) βάσισαν την «ανακάλυψη» σχεδιαστικών χναριών στην εμπειρία. Οι Gabriel (1996b) και Meszaros (1996) χρησιμοποίησαν και οι δύο, τη μεταφορική έννοια της «εξόρυξης» των σχεδιαστικών χναριών (pattern mining) από τις υπάρχουσες σχεδιαστικές λύσεις. Η έννοια αυτή έχει χρησιμοποιηθεί στις συναντήσεις εργασίας που είχαν σαν θέμα τα σχεδιαστικά χνάρια που αφορούν την αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή (van Welie και λοιποί, 2002). Πολλά από

τα σχεδιαστικά χνάρια που προσφέρονται από τους Tidwell (1998, 1999a), van Welie (2002-2008) και την ομάδα Brighton Usability Group (2003) είναι σαφώς βασισμένα στις παρατηρήσεις των συνηθισμένων σχεδιαστικών λύσεων. Ο Retalis και οι συνεργάτες του (2006) αναφέρουν ότι οι πιο ενδιαφέρουσες εργασίες γύρω από τις διαδικασίες προσδιορισμού και παραγωγής σχεδιαστικών χναριών (pattern mining), που είναι απαραίτητες για να κατασκευαστεί ένα σχεδιαστικό χνάρι, έχουν γίνει από τον Baggetun και τους συνεργάτες του (2004) και τον Kreimeier (2002).

Η εξόρυξη σχεδιαστικών χναριών αρχίζει με τον προσδιορισμό της ορθής πρακτικής. Εντούτοις, δεν είναι αρκετά απλό να συλλάβει κανείς την ορθή πρακτική σε θέματα που αφορούν τον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Η εξόρυξη σχεδιαστικών χναριών απαιτεί τη σύλληψη της πρακτικής που είναι και ορθή και σημαντική (Fincher & Utting, 2002). Τα σχεδιαστικά χνάρια δεν προορίζονται για να δηλώσουν προφανείς λύσεις σε τετριμμένα προβλήματα ή να καλύψουν κάθε πιθανή σχεδιαστική απόφαση, αλλά για να συλλάβουν τις «σημαντικές ιδέες» (Winn & Calder, 2002). Ένα σχεδιαστικό χνάρι πρέπει να συλλάβει την ουσία του σχεδιασμού έτσι που να μπορεί να ενημερώσει ακόμη και έναν πεπειραμένο σχεδιαστή, εξηγώντας όχι μόνο πώς μπορεί να λυθεί ένα πρόβλημα, αλλά και γιατί μια σχεδιαστική επιλογή είναι κατάλληλη για ένα ιδιαίτερο πλαίσιο εφαρμογής. Η Fincher (2000a) υποστήριξε ότι η διαδικασία προσδιορισμού σχεδιαστικών χναριών που να αφορούν την αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή, μπορεί να περιπλεχθεί από τα υψηλά επίπεδα πολυπλοκότητας και εξάρτησης της αλληλεπίδρασης από το πλαίσιο εφαρμογής. Παραδείγματος χάριν, συγκεκριμένοι σχεδιασμοί (αλλά και σχεδιαστικά χνάρια) μπορούν να είναι κατάλληλα σε ένα πολιτιστικό περιβάλλον, αλλά όχι σε ένα άλλο (Hall, Lawson, & Minocha, 2003). Άλλα σχεδιαστικά στοιχεία μπορούν να είναι σχετικά μόνο στα πλαίσια ενός ιδιαίτερου «γένους» (genre). Αυτά τα προβλήματα δεν εμφανίζονται μόνο στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, ούτε είναι αξεπέραστα. Ο Alexander αλλά και άλλοι συνάδελφοι του αρχιτέκτονες (Alexander, 1979, King, 1993) θεωρούν ότι σε διαφορετικά πολιτιστικά περιβάλλοντα πρέπει να αναπτυχθούν και να επεκταθούν γλώσσες αρχιτεκτονικών σχεδιαστικών χναριών που να είναι

κατάλληλες γι αυτά. Ο Hall και οι συνεργάτες του (2003) πρότειναν να περιλαμβάνονται δηλώσεις συσχετισμού με το πολιτιστικό υπόβαθρο μέσα στο «πλαίσιο» του κάθε χναριού. Ο Walldius (2001) απέδειξε πώς τα σχεδιαστικά χνάρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να περιγράψουν το ιδιαίτερο «ύφος» κάθε ταινίας. Ο van Duynne και οι συνεργάτες του (2003) χρησιμοποίησαν την ιδέα του «είδους των ιστοχώρων», ως αρχή οργάνωσης μέσα στη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που πρότειναν για το σχεδιασμό Διαδικτυακών εφαρμογών.

Ένα στοιχείο που είναι ίσως μοναδικό στα σχεδιαστικά χνάρια που αφορούν την αλληλεπίδραση, είναι η ανάγκη να περιληφθεί σε αυτά, η έννοια της προσωρινότητας (Barfield και λοιποί, 1994, Borchers, 2001a). Αντίθετα απ' ότι συμβαίνει στην αρχιτεκτονική, στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή εξετάζεται ένα τεχνούργημα για το οποίο ο χρόνος είναι σημαντικός, γι αυτό και είναι υποχρεωτικό, τα πλαίσια εφαρμογής των προβλημάτων αλληλεπίδρασης και οι λύσεις σε αυτά, να είναι περισσότερο δυναμικά παρά στατικά. Ένα σχεδιαστικό χνάρι πρέπει επομένως να είναι σε θέση να συλλάβει αυτές τις χρονικές πτυχές. Το σχεδιαστικό χνάρι της Tidwell (1999a) Step by Step Instructions, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν παράδειγμα που εξηγεί αυτό το ζήτημα. Το συγκεκριμένο σχεδιαστικό χνάρι εξετάζει ένα πλαίσιο εφαρμογής στο οποίο:

Ένας χρήστης πρέπει να εκτελέσει μια σύνθετη αποστολή, έχοντας περιορισμένο χρόνο, γνώση, προσοχή, ή χώρο. Εναλλακτικά, η φύση της αποστολής μπορεί να είναι βηματική (βήμα-βήμα) και δεν έχει νόημα να παρουσιαστούν από την αρχή, στο χρήστη, όλες οι δυνατότητες δράσης.

Η λύση που προτείνεται για το σχεδιαστικό χνάρι είναι:

Οδηγήστε το χρήστη να εκτελέσει την αποστολή κάνοντας ένα βήμα κάθε φορά, δίνοντας του πολύ σαφείς οδηγίες σε κάθε βήμα. Χρησιμοποιήστε τις οπτικές ομοιότητες που υπάρχουν σε όλα τα βήματα, π.χ., την τυπογραφία και τον τρόπο παρουσίασης, για να διατηρήσετε έναν ρυθμό σε όλη την αποστολή. Κάνετε κάθε βήμα κεντρικό σημείο στο οπτικό πεδίο του χρήστη. Εάν απαιτείται κάποια πληροφορία από το χρήστη,

ζητήστε την με απλούς όρους και με συντομία. Με αυτό τον τρόπο μπορείτε να διατηρήσετε καλύτερα την αίσθηση ροής που έχει ο χρήστης για το σύνολο αυτής της βηματικής διαδικασίας.

Η Tidwell επεξηγεί αυτήν την λύση μέσα από ένα απλό διάγραμμα που αποτελείται από κύκλους και βέλη και αντιπροσωπεύει το χρονικό/διαδοχικό χαρακτήρα των βημάτων. Είναι σαφές ότι το σχεδιαστικό χνάρι της Tidwell στηρίζεται στη κατανόηση του διαγράμματος σαν μια σειρά καταστάσεων της διεπαφής του χρήστη και ενός τρόπου πλοήγησης που παρεμβάλλεται μεταξύ των καταστάσεων. Η χρήση εναλλακτικών μέσων (π.χ. βίντεο) έχει προταθεί για να επεξηγεί τις διαλογικές λύσεις που βασίζονται στο χρόνο (Borchers, 2000a). Αλλά παραμένει το θεμελιώδες ζήτημα που είναι: να περιληφθεί στην επεξήγηση, οποιαδήποτε μορφή κι αν έχει αυτή, η αληθινή αλληλεπίδραση και όχι απλά στιγμιότυπα της εμφάνισης ή της συμπεριφοράς.

Όμως, αφ' ενός τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να περιλάβουν την έννοια της προσωρινότητας, αφ' ετέρου να ενσωματώσουν μια διαχρονική ποιότητα, παρουσιάζοντας μια λύση που να ισχύει ανεξάρτητα από κάποια ιδιαίτερη πλατφόρμα ή την τρέχουσα τεχνολογία. Αυτό είναι αναμφισβήτητα μια αδυναμία σε πολλά τρέχοντα σχεδιαστικά χνάρια αλληλεπίδρασης, τα οποία είναι έντονα βασισμένα σε ένα ιδιαίτερο και τρέχον παράδειγμα διεπαφής του χρήστη (π.χ. γραφικές διεπαφές του χρήστη). Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) πρότείνουν τα σχεδιαστικά χνάρια που αντιμετωπίζουν ζητήματα αλληλεπίδρασης σε ένα «υψηλό επίπεδο» αφαίρεσης, να μπορούν να είναι ανεξάρτητα από το χρόνο, αλλά τα σχεδιαστικά χνάρια που είναι πιο κοντά στη λεπτομέρεια του σχεδιασμού της αλληλεπίδρασης ίσως πρέπει, απαραίτητα, να απεικονίζουν τα τρέχοντα παραδείγματα. Η Common Ground Language της Tidwell (1998, 1999a) περιλαμβάνει παραδείγματα και των δύο τύπων. Το σχεδιαστικό χνάρι Go Back to a Safe Place ισχύει εξίσου σε υπολογιστικά συστήματα γραφείου, σε κινητά τηλέφωνα, σε προσωπικούς υπολογιστές παλάμης (PDAs) και σε συστήματα ελέγχου πτήσης αεροσκαφών. Είναι μάλιστα πιθανό να είναι σχετικό με οποιοδήποτε διαλογικό σύστημα θα επινοηθεί στο μέλλον, ενώ το Stack of Working Surfaces απεικονίζει πολύ καθαρά τις τρέχουσες μορφές αλληλεπίδρασης, που βασίζονται στα παραθυρικά περιβάλλοντα.

Η έλλειψη ποικιλίας καλών παραδειγμάτων και η ανωριμότητα του σχεδιαστικού πεδίου της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, σε σύγκριση με αυτό της αρχιτεκτονικής, μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία σχεδιαστικών χναριών που θα βασίζονται σε πιο αδύναμα παραδείγματα από ότι απαιτείται (Fincher, 2002). Πολλά «σχεδιαστικά χνάρια» αλληλεπίδρασης μπορούν να επικριθούν ότι στηρίζονται και αξιοποιούν την κοινή πρακτική μάλλον, παρά την ορθή πρακτική που είναι απαραίτητη για την εξόρυξη σχεδιαστικών χναριών (Dearden & Finlay, 2006).

#### **2.4.3 Η παρουσίαση των σχεδιαστικών χναριών**

Η Fincher (1999) έδειξε ότι ο προσδιορισμός της ορθής πρακτικής είναι το «μικρότερο μέρος του επιτεύγματος» στην ανάπτυξη των σχεδιαστικών χναριών. Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) σημείωσαν ότι είναι σχετικά εύκολο να παρατηρηθούν τα φαινόμενα στον κόσμο αλλά δυσκολότερο είναι να χρησιμοποιηθούν αυτές οι παρατηρήσεις για να αναπτυχθούν και να εξηγηθούν τα ορθά σχεδιαστικά χνάρια. Για να είναι χρήσιμα τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να παρουσιάζουν ένα επίπεδο αφαίρεσης της ορθής πρακτικής που να έχει νόημα. Οι διατυπώσεις που είναι πάρα πολύ αφηρημένες συνήθως δεν είναι πρακτικές για σχεδιαστική χρήση σε πραγματικές συνθήκες, ενώ εκείνες που είναι πάρα πολύ συγκεκριμένες είναι δύσκολο να επαναχρησιμοποιηθούν σε νέα σενάρια (Dearden & Finlay, 2006). Οι Fincher και Utting (2002) σύγκριναν την αφαίρεση στα σχεδιαστικά χνάρια με την ορθή μέθοδο διδασκαλίας η οποία πρέπει να διευκολύνει την κατανόηση των αρχών που ενσωματώνονται σε συγκεκριμένα παραδείγματα που χρησιμοποιεί, με σκοπό να προσδιορισθεί το τι είναι σημαντικό και τι όχι σε αυτά τα παραδείγματα. Οι Winn και Calder (2002) υποστήριζαν ότι τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να παρουσιάζουν τη γνώση σε κλιμακούμενα επίπεδα αφαίρεσης (graduating levels of abstraction).

Η προσοχή που δίνεται στα σχεδιαστικά χνάρια σαν μια ευδιάκριτη μορφή σχεδιαστικής καθοδήγησης, έχει οδηγήσει σε συζητήσεις για το περιεχόμενο και τη δομή των σχεδιαστικών χναριών. Ο εισηγητής της έννοιας των σχεδιαστικών χναριών, ο Alexander (1977), προτείνει την παρουσίαση των σχεδιαστικών

χναριών με ένα συγκεκριμένο κειμενικό και τυπογραφικό τρόπο παρουσίασης που αποτελείται από τα ακόλουθα στοιχεία:

- ◆ Όνομα: Ένα όνομα, συνοπτικό και ενδεικτικό, για το σχεδιαστικό χνάρι.
- ◆ Παράδειγμα: Ένα παράδειγμα εφαρμογής του χναριού.
- ◆ Πλαίσιο: Ένα πλαίσιο για το σχεδιαστικό πρόβλημα.
- ◆ Πρόβλημα: Περιγραφή του προβλήματος.
- ◆ Αιτιολογία: Μια αιτιολογία για την επιλογή του σχεδιαστικού χναριού.
- ◆ Δυνάμεις: Δυνάμεις, οι οποίες συνδέονται με το πρόβλημα και απαιτούν ανάλυση.
- ◆ Λύση: Μια τουλάχιστο γνωστή λύση, που έχει αποδειχθεί ορθή στην πράξη.
- ◆ Διάγραμμα: Διάγραμμα που επεξηγεί τη λύση
- ◆ Σχετιζόμενα χνάρια: Σχεδιαστικά χνάρια που συνεισφέρουν σε αυτό που περιγράφεται.

Στην τεχνολογία λογισμικού, μια σειρά από εναλλακτικά σχήματα εμφανίζονται από τους Beck και Cunningham (1987), Coad (1992), Beck (1994), Beck και Johnson (1994), Gamma και λοιποί (1995), και Fowler (1997). Οι Meszaros και Doble (1998) παρουσίασαν μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που χρησιμοποιείται στην αποτύπωση των ίδιων των χναριών, προτείνοντας συγκεκριμένους τρόπους παρουσίασης. Οι Sharp, Manns, και Eckstein (2003) αναφέρθηκαν στο πως θα έπρεπε να τροποποιηθεί ο τρόπος παρουσίασης των σχεδιαστικών χναριών, ώστε να υποστηρίξει την εκπαίδευση στην επιστήμη της πληροφορικής και να ταιριάζει καλύτερα με τις ανάγκες του συγκεκριμένου ακροατηρίου.

Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, εναλλακτικοί τρόποι παρουσίασης έχουν ακολουθηθεί από τους Tidwell (1998, 1999a), Borchers (2001a), van Welie, van der Veer, και Eliëns (2000), Martin και λοιποί (2001, 2002), van Duyne και λοιποί (2003), και Tidwell (2003). Μερικοί από αυτούς (π.χ. ο Borchers, 2001a) ακολουθούν την εμφάνιση και τη στοιχειοθεσία που προτείνονται στο *A Pattern Language*, χρησιμοποιώντας, παραδείγματος χάριν, έντονους χαρακτήρες για να δώσουν έμφαση στα βασικά τμήματα του «προβλήματος» και της «λύσης» και χωρίζοντας το κείμενο που περιγράφει τη θέση του χναριού στη γλώσσα, από το κυρίως μέρος της παρουσίασης του, με τη

χρησιμοποίηση τριών διαμαντιών. Άλλοι (π.χ. η Tidwell, 1998, 1999a), ακολουθώντας τον τρόπο παρουσίασης του Gamma και των συνεργατών του (1995), χρησιμοποιούν μια σειρά συγκεκριμένων τίτλων. Στην περίπτωση της Tidwell οι τίτλοι που χρησιμοποιούνται είναι Παραδείγματα, Πλαίσιο, Πρόβλημα, Δυνάμεις, Λύση, Προκύπτων Πλαίσιο και Σημειώσεις. Κάποιοι άλλοι αντιπροσωπεύουν μία τάση απομάκρυνσης από όλες τις προηγούμενες μορφές παρουσίασης (π.χ. οι Martin και λοιποί 2001, 2002, Tidwell, 2003, van Duyne και λοιποί, 2003). Αντιπροσωπευτικά παραδείγματα μορφών παρουσίασης των σχεδιαστικών χναριών αλληλεπίδρασης έχουν συλλεχθεί στο Pattern Gallery της Fincher (2000b). Διάφορες προσπάθειες έχουν γίνει για να προσδιοριστούν τα κοινά στοιχεία και να τυποποιηθούν με κάποιο τρόπο. Τέτοιες προσπάθειες είναι, για παράδειγμα, του Griffiths και των συνεργατών του (1999), αλλά και η γλώσσα PLML γλωσσικής σήμανσης σχεδιαστικών χναριών, που αναπτύχθηκε στη διάσκεψη του CHI το 2003 (Fincher, 2003). Από τότε διάφορες συλλογές σχεδιαστικών χναριών, έχουν γίνει συμβατές με την PLML. Σε αυτές συμπεριλαμβάνεται και η συλλογή του van Welie (2002-2008). Ένα παράδειγμα του Document Type Definition, (DTD) για την PLML δίνεται στο σχέδιο 2.1.

**Σχέδιο 2.1. Παράδειγμα εμφάνισης της δομής ενός σχεδιαστικού χναριού σύμφωνα με το DTD σε PLML (Fincher, 2003)**

PLML v1.1

```
<!ELEMENT pattern (name?, alias*, illustration?, problem?, context?, forces?,  
solution?, synopsis?, diagram?, evidence?, confidence?, literature?,  
implementation?, related-patterns?, pattern-link*, management?)>
```

```
<!ATTLIST pattern patternID CDATA #REQUIRED>
```

```
<!ELEMENT name (#PCDATA)>
```

```
<!ELEMENT alias (#PCDATA)>
```

```
<!ELEMENT illustration ANY>
```

```
<!ELEMENT problem (#PCDATA)>
```

```
<!ELEMENT context ANY>
```

```
<!ELEMENT forces ANY>
```

```
<!ELEMENT solution ANY>
```



<!ELEMENT synopsis (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT diagram ANY>  
 <!ELEMENT evidence (example\*, rationale?)>  
 <!ELEMENT example ANY>  
 <!ELEMENT rationale ANY>  
 <!ELEMENT confidence (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT literature ANY>  
 <!ELEMENT implementation ANY>  
 <!ELEMENT related-patterns ANY>  
 <!ELEMENT pattern-link EMPTY>  
 <!ATTLIST pattern-link  
 type CDATA #REQUIRED  
 patternID CDATA #REQUIRED  
 collection CDATA #REQUIRED  
 label CDATA #REQUIRED>  
 <!ELEMENT management (author?, credits?, creation-date?, last-modified?,  
 revision-number?)>  
 <!ELEMENT author (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT credits (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT creation-date (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT last-modified (#PCDATA)>  
 <!ELEMENT revision-number (#PCDATA)>

O Dearden και οι συνεργάτες του (2002a, 2002b), όπως και ο Finlay και οι  
 δικοί του (2002), έδωσαν έμφαση στον υψηλό βαθμό δυσκολίας που προκαλείται  
 από τους διαφορετικούς τρόπους παρουσίασης των σχεδιαστικών χναριών, των  
 συντομευμένων σχεδιαστικών χναριών συμπεριλαμβανομένων, όταν γίνεται  
 προσπάθεια να τα χρησιμοποιήσουμε σε πρακτικές σχεδιαστικές εφαρμογές.

#### 2.4.4 Σχεδιαστικά χναρια, οδηγίες, και αξιώσεις

Οι υποστηρικτές των σχεδιαστικών χναριών που δραστηριοποιούνται στον  
 τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, έχουν επιδιώξει συχνά να  
 δείξουν ότι υπάρχουν σαφείς διαφορές μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών και των

άλλων μορφών σχεδιαστικής καθοδήγησης. Έτσι ο Borchers (2001a), όπως έχει ήδη αναφερθεί, θεωρεί ότι τα σχεδιαστικά χνάρια βελτιώνουν τους οδηγούς ύφους (style guides), τις οδηγίες (guidelines), και τα πρότυπα (standards) και αναφέρει πάνω σε αυτό:

«Τα σχεδιαστικά χνάρια βελτιώνουν τους οδηγούς ύφους (style guides), τις οδηγίες (guidelines), και τα πρότυπα (standards) μέσω του συνυπολογισμού υπαρχόντων παραδειγμάτων που περιέχονται στη δομή τους, της οξυδερκούς εξήγησης όχι μόνο της λύσης, αλλά και του πλαισίου εφαρμογής αυτής της λύσης, καθώς και του δομημένου τρόπου με τον οποίο τα σχεδιαστικά χνάρια είναι ενσωματωμένα στην ιεραρχία μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών».

Τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει επίσης να συγκριθούν και με άλλες προσπάθειες να επαναχρησιμοποιηθεί η σχεδιαστική γνώση, όπως οι «αξιώσεις»(claims)<sup>2</sup> (Sutcliffe, 2000 Sutcliffe & Carroll, 1999). Για να εξετάσουμε τα επιχειρήματα υπέρ ή κατά κάθε μορφής σχεδιασμού, πρέπει να διευκρινίσουμε τόσο τις μορφές που θα συζητηθούν, όσο και τις διαφορές που έχουν μεταξύ τους. Εκτός των σχεδιαστικών χναριών, μπορούμε να διακρίνουμε τις ακόλουθες μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης (Dearden & Finlay, 2006):

1. **Οδηγοί ύφους** (Style guides), οι οποίοι είναι συγκεκριμένοι για ένα περιβάλλον ή μια ομαδοποίηση προϊόντων (π.χ., πρόγραμμα GNOME, 2003, Microsoft Corporation, 2003).
2. **Γενικές οδηγίες** (General guidelines), που εφαρμόζονται σε μια σειρά από συστήματα (π.χ. Smith & Mosier, 1986).
3. **Πρότυπα** (Standards), τα οποία μπορεί να μοιάζουν με τις οδηγίες, αλλά έχουν υιοθετηθεί από κάποια επίσημη αρχή (π.χ. Οργάνωση Διεθνών Προτύπων [ISO], n.d.).

---

<sup>2</sup> Η διεύθυνση [http://www.co.umist.ac.uk/hci\\_design/appc.htm](http://www.co.umist.ac.uk/hci_design/appc.htm), προσφέρει μια προσέγγιση στην παρουσίαση των αξιώσεων. Στη διεύθυνση <http://ucs.ist.psu.edu> μπορούν να αναζητηθούν παραδείγματα για τις αξιώσεις στα πλαίσια διάφορων προγραμμάτων (π.χ., <http://ucs.ist.psu.edu/dbitemview.asp?id=43&section=Garden-com\Activity+Design\Rationale>)

4. **Αξιώσεις** (Claims), οι οποίες ενσωματώνουν και θεωρητική επιχειρηματολογία και συγκεκριμένα επεξηγηματικά παραδείγματα (Sutcliffe, 2001 Sutcliffe & Carroll, 1999)
5. **Ευρετικά Κριτήρια** (Heuristics), τα οποία είναι γενικές δηλώσεις των επιθυμητών ιδιοτήτων (π.χ. Nielsen, 1994).

Αρκετές διαφορετικές πτυχές των σχεδιαστικών χναριών και των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών έχουν προταθεί για να χρησιμοποιηθούν, έτσι ώστε να γίνει δυνατή η διάκριση μεταξύ αυτών και των υπολοίπων μορφών σχεδιαστικής καθοδήγησης. Οι σημαντικότερες από αυτές τις πτυχές σημειώνονται από τον van Welie και τους συνεργάτες του (2000), τον Borchers (2001a), την Fincher (2000a) και το Brighton Usability Group (2003) και είναι οι ακόλουθες:

1. Το επίπεδο αφαίρεσης στο οποίο προσφέρεται η καθοδήγηση.
2. Η στήριξη των σχεδιαστικών χναριών σε υπάρχοντα παραδείγματα σχεδιασμού, με άλλα λόγια τη «σύλληψη της ορθής πρακτικής.»
3. Η δήλωση του προβλήματος που εξετάζεται από ένα σχεδιαστικό χνάρι.
4. Η συζήτηση του πλαισίου εντός του οποίου ένα σχεδιαστικό χνάρι πρέπει να εφαρμοστεί.
5. Η παροχή ενισχυτικής αιτιολογίας για το σχεδιαστικό χνάρι.
6. Η οργάνωση των σχεδιαστικών χναριών σε γλώσσες σχεδιαστικών χναριών.
7. Η ενσωμάτωση ηθικής (ethics) ή αξιών στην επιλογή και την οργάνωση των σχεδιαστικών χναριών.

Για λόγους οικονομίας της συζήτησης σημειώνουμε ότι, σύμφωνα με τους Dearden & Finlay (2006), τα πρότυπα δεν είναι μια ευδιάκριτη μορφή καθοδήγησης, αλλά διακρίνονται από την αρχή που τα υιοθετεί. Πράγματι, τα συνηθέστερα χρησιμοποιούμενα πρότυπα στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (ISO n.d.) περιλαμβάνουν πολλά τμήματα που παρουσιάζονται ως οδηγίες (αναφέρονται ως «αρχές» ή «συστάσεις» μέσα στα πρότυπα). Μπορούμε λοιπόν να ισχυριστούμε ότι έχουμε τέσσερις διακριτές μορφές καθοδήγησης εκτός των σχεδιαστικών χναριών. Ως εκ τούτου, μπορούμε

να προσδιορίσουμε 28 (4 μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης  $\times$  7 πτυχές) διαφορετικούς ισχυρισμούς. Παραδείγματος χάριν «τα αλληλεπιδραστικά σχεδιαστικά χνάρια διαφέρουν από τα ευρετικά κριτήρια επειδή τα σχεδιαστικά χνάρια στηρίζονται σε συγκεκριμένα παραδείγματα».

Ο πίνακας 2.2 παρουσιάζει αυτούς τους ισχυρισμούς χρησιμοποιώντας ένα τσεκάρισμα (✓) για ναδειχθεί ότι μια μορφή σχεδιαστικής καθοδήγησης καλύπτει πλήρως μία πτυχή, ένα (X) για ναδειχθεί ότι δεν την καλύπτει και ένα τσεκάρισμα με ερωτηματικό (✓;) για ναδειχθεί μερική κάλυψη ή κάλυψη με διαφορετικό τρόπο.

**Πίνακας 2.2 Μορφές Σχεδιαστικής Καθοδήγησης και Πτυχές που καλύπτουν**

Μορφές Σχεδιαστικής Καθοδήγησης (Μ.Σ.Κ.)	Σχεδιαστικά Χνάρια	Αξιώσεις	Γενικές Οδηγίες	Οδηγοί Ύφους	Ευρετικά Κριτήρια
Πτυχές Μ.Σ.Κ.					
Ποικίλα Επίπεδα Αφαίρεσης	✓	✓	✓;	X	X
Στήριξη σε Υπάρχοντα Παραδείγματα Σχεδιασμού	✓	✓	✓;	X	X
Δήλωση του Προβλήματος	✓	X	X	X	X
Συζήτηση του Πλαισίου Εφαρμογής	✓	✓;	✓;	X	X
Παροχή Ενισχυτικής Αιτιολογίας	✓	✓	✓	X	X
Οργάνωση σε Γλώσσες ή Συνδέσεις μεταξύ στοιχείων	✓	✓	✓;	✓;	X
Ενσωμάτωση Ηθικής (Ethics) ή Αξιών	✓	✓;	✓;	✓;	✓;

Εξετάζοντας αυτούς τους ισχυρισμούς είναι σαφές ότι τα σχεδιαστικά χνάρια διαφέρουν και από τους οδηγούς ύφους (επειδή τα σχεδιαστικά χνάρια στοχεύουν να δώσουν λύσεις ανεξάρτητα από τα ιδιαίτερα περιβάλλοντα εφαρμογής και από τις ιδιαίτερες λεπτομέρειες απόδοσης της διεπαφής του χρήστη, αλλά παρουσιάζουν και το πλαίσιο εφαρμογής στο οποίο ισχύουν), και από τα ευρετικά κριτήρια (επειδή τα σχεδιαστικά χνάρια προσδιορίζουν συγκεκριμένες λύσεις, το πλαίσιο της εφαρμογής τους και υποστηρίζονται από μια αιτιολογία). Εντούτοις, όπως φαίνεται, είναι δυσκολότερο να διακριθούν τα σχεδιαστικά χνάρια από τις οδηγίες (π.χ., ISO n.d., Smith & Mosier, 1986) και τις αξιώσεις (Sutcliffe, 2001, Sutcliffe & Carroll, 1999).

Στη συνέχεια αναφέρονται αναλυτικά οι ομοιότητες και οι διαφορές που μπορούν να προσδιοριστούν μεταξύ σχεδιαστικών χναριών, οδηγιών και αξιώσεων (Dearden & Finlay, 2006):

1. **Επίπεδο αφαίρεσης:** Τα σχεδιαστικά χνάρια όπως και οι οδηγίες, αλλά και οι αξιώσεις, μπορούν να δηλωθούν σε ποικίλα επίπεδα αφαίρεσης. Μερικά σχεδιαστικά χνάρια αντιμετωπίζουν τα ζητήματα σε παρόμοιο επίπεδο λεπτομέρειας με τα χαρακτηριστικά παραδείγματα των οδηγιών. Παραδείγματος χάριν, το σχεδιαστικό χνάρι The Shield (van Welie και λοιποί, 2000) είναι συγκρίσιμο με την αρχή 3.3 του ISO 9241-10 (ISO n.d.). Εντούτοις, η οργάνωση των οδηγιών γύρω από ιδιαίτερες μορφές αλληλεπίδρασης (π.χ., «εισαγωγή δεδομένων», «πλήρωση φόρμας» ή «επιλογή από μενού») μπορεί να οδηγήσει σε οδηγίες που εξετάζουν τις ιδιαίτερες λεπτομέρειες της αλληλεπίδρασης (π.χ., η ρύθμιση των επιλογών μέσα στα μενού). Αντίθετα, τα σχεδιαστικά χνάρια που αφορούν την αλληλεπίδραση μπορούν να εξετάζουν τέτοια ζητήματα σε υψηλότερη κλίμακα. Σαν παραδείγματα, δείτε τα Step-by-Step Instructions (Tidwell, 1998, 1999a), Easy Handover (Borchers, 2001a), ή το Recommendation Community (van Duyne και λοιποί, 2003). Οι αξιώσεις μπορούν επίσης να περιγράψουν τέτοια, υψηλότερης κλίμακας, σχεδιαστικά ζητήματα.
2. **Χρήση παραδειγμάτων:** Τα σχεδιαστικά χνάρια όπως και οι οδηγίες αλλά και οι αξιώσεις, περιλαμβάνουν παραδείγματα. Όμως ενώ τα

παραδείγματα στις οδηγίες διατυπώνονται συνήθως γενικά (π.χ., «φανταστείτε μια αίτηση που...» Smith & Mosier, 1986), στα σχεδιαστικά χνάρια και στις αξιώσεις αναφέρονται σε συγκεκριμένα εφαρμοσμένα συστήματα. Υπάρχει μια μικρή διαφορά στη χρήση των παραδειγμάτων μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών και των αξιώσεων. Τα σχεδιαστικά χνάρια υπογραμμίζουν τη στήριξη τους σε πολλαπλά παραδείγματα επιτυχών σχεδιασμών, ενώ οι αξιώσεις υπογραμμίζουν ότι στηρίζονται στη θεωρία. Μια θεωρία «παρακινεί» μια αξίωση (Sutcliffe & Carroll, 1999), και η αξίωση «εξηγεί» το σχεδιασμό ενός συγκεκριμένου τεχνουργήματος. Ο Sutcliffe (2000) θεωρεί ότι ένα σχεδιαστικό χνάρι μπορεί να είναι ένας «γενικός σχεδιασμός» για μια αξίωση.

3. **Δήλωση του προβλήματος:** Ούτε οι οδηγίες ούτε οι αξιώσεις δεν περιλαμβάνουν στη δομή τους τη δήλωση, με κάποιο τρόπο, του συγκεκριμένου προβλήματος που προσπαθούν να εξετάσουν.
4. **Πλαίσιο εφαρμογής:** Μερικές οδηγίες περιλαμβάνουν «εξαιρέσεις» για να προσδιορίσουν τις καταστάσεις όπου δεν πρέπει να εφαρμοστούν, αλλά αυτό δεν απαιτείται σε όλες τις περιπτώσεις. Οι αξιώσεις περιλαμβάνουν ένα συγκεκριμένο σενάριο, στο οποίο χρησιμοποιείται ένα ιδιαίτερο τεχνούργημα που υποδεικνύει τη χρήση ενός «πλαισίου εφαρμογής», μέσα στο οποίο η αξίωση εμφανίζεται έγκυρη. Αντίθετα, τα σχεδιαστικά χνάρια στοχεύουν στο να χαρακτηρίσουν ένα σύνολο πιθανών πλαισίων εφαρμογής, μέσα στα οποία οι ιδιαίτερες σχεδιαστικές συμβουλές πρέπει να ακολουθηθούν. Ως εκ τούτου το «πλαίσιο εφαρμογής» σε ένα σχεδιαστικό χνάρι μπορεί να γενικευθεί πέρα από το «πλαίσιο εφαρμογής» που υποδεικνύεται σε μεμονωμένες αξιώσεις.
5. **Ενισχυτική αιτιολογία:** Και οι τρεις μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης που συγκρίνουμε εδώ, παρέχουν κάποια ενισχυτική αιτιολογία που βασίζεται τόσο σε στοιχειώδη έρευνα όσο και σε υπάρχουσα βιβλιογραφία. Η παρουσίαση αυτής της αιτιολογίας είναι πιο συνοπτική στις οδηγίες των Smith και Mosier απ' ό τι συμβαίνει με τα τυπικά σχεδιαστικά χνάρια (π.χ., Borchers, 2001a, van Welie et al, 2000). Ο ISO 9241 (ISO n.d.) δεν περιλαμβάνει αναφορές στη βιβλιογραφία για κάθε

οδηγία ξεχωριστά, παρέχοντας αντί γι' αυτό μια γενική βιβλιογραφία για όλες τις οδηγίες.

6. **Συνδέσεις μεταξύ στοιχείων:** Η χρήση παραπομπών μεταξύ των στοιχείων είναι κοινή για τις οδηγίες, τις αξιώσεις, και τα σχεδιαστικά χνάρια. Εντούτοις, ενώ οι οδηγίες περιλαμβάνουν μόνο περιστασιακές παραπομπές, τόσο τα σχεδιαστικά χνάρια όσο και οι αξιώσεις υπογραμμίζουν την οργάνωση και την αλληλεξάρτηση των στοιχείων.
7. **Ενσωμάτωση αξιών:** Μέχρι ένα σημείο μπορούμε να ισχυριστούμε ότι και οι οδηγίες και οι αξιώσεις, και τα σχεδιαστικά χνάρια ενσωματώνουν σχεδιαστικές αξίες. Εντούτοις στις οδηγίες και τις αξιώσεις αυτές οι αξίες υπονοούνται, ενώ τα σχεδιαστικά χνάρια στοχεύουν να τις καταστήσουν ξεκάθαρες (Bayle και λοιποί, 1998) και στο επίπεδο του κάθε μεμονωμένου σχεδιαστικού χναριού, αλλά και στον τρόπο που αυτές οι αξίες συντελούν στην εξόρυξη σχεδιαστικών χναριών (Fincher & Utting, 2002).

Συμπερασματικά, τα σχεδιαστικά χνάρια είναι δυνητικά γενικότερα από τα υπάρχοντα παραδείγματα οδηγιών, χρησιμοποιούν πιο συγκεκριμένα παραδείγματα, περιλαμβάνουν τη δήλωση του προβλήματος που εξετάζουν, καθορίζουν σκόπιμα το πλαίσιο εφαρμογής τους, και απεικονίζουν ρητά τις ιδιαίτερες σχεδιαστικές αξίες. Τα σχεδιαστικά χνάρια μπορούν να διακριθούν από τις αξιώσεις από το ότι περιλαμβάνουν τη δήλωση του προβλήματος που εξετάζουν, την απαίτηση για πολλαπλά παραδείγματα, την επεξεργασία του πλαισίου εφαρμογής τους, και την αναγνώριση ότι ένα σχεδιαστικό χνάρι απεικονίζει ρητά επιλεγμένες σχεδιαστικές αξίες. Από αυτή τη σύγκριση προκύπτει ότι η ανάλυση των αξιώσεων μπορεί να είναι μια καρποφόρος προσέγγιση για τον προσδιορισμό σχεδιαστικών χναριών, αλλά μπορεί να υπάρξει μια δυσαρμονία μεταξύ της «θεωρητικής και εμπειρικής» στήριξης των αξιώσεων και της «βασισμένης σε αξίες» προσέγγισης των σχεδιαστικών χναριών (Dearden & Finlay, 2006).



## 2.5 Τι είναι μία γλώσσα σχεδιαστικών χναριών;

Στις εργασίες του ο Alexander ενδιαφέρθηκε όχι μόνο στα μεμονωμένα σχεδιαστικά χνάρια, αλλά και στην έννοια των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών. Μεμονωμένα, τα σχεδιαστικά χνάρια είναι, στην καλύτερη περίπτωση, «ασυσχέτιστες καλές ιδέες» (Alexander, 1996). Εντούτοις, συνδυασμένα σε μια γλώσσα, τα σχεδιαστικά χνάρια παρέχουν συνεπή υποστήριξη για την παραγωγή σχεδιαστικών λύσεων. Σε αυτό το τμήμα εξετάζουμε τι σημαίνει αυτό.

### 2.5.1 Γλώσσες και κατάλογοι σχεδιαστικών χναριών

Στο *A Pattern Language* (Alexander και λοιποί, 1977) υπάρχουν δύο μορφές οργάνωσης των σχεδιαστικών χναριών που είναι εύκολο να διακριθούν. Τα σχεδιαστικά χνάρια συλλέγονται σε σύνολα σύμφωνα με επίπεδα φυσικής κλίμακας (π.χ., το πρώτο τμήμα των γλωσσών ασχολείται με το μέγεθος και τη διασπορά των οικισμών και των πόλεων, ενώ τα επόμενα τμήματα εξετάζουν τις μικρότερες μονάδες όπως οι γειτονιές, οι συστάδες των σπιτιών, αλλά και μεμονωμένα δωμάτια). Επιπλέον, τα σχεδιαστικά χνάρια διαμορφώνουν ένα δίκτυο, όπου κάθε σχεδιαστικό χνάρι περιέχει αναφορές για τα σχεδιαστικά χνάρια που θέτουν το πλαίσιο εφαρμογής του (δηλ., σχεδιαστικά χνάρια που έχουν ήδη χρησιμοποιηθεί ή επιλεγεί) και αναφορές για τα σχεδιαστικά χνάρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να βοηθήσουν στη πραγματοποίηση του τρέχοντος σχεδιαστικού χναριού. Παραδείγματος χάριν, το σχεδιαστικό χνάρι *Street Café* αρχίζει με τη συζήτηση σχεδιαστικών χναριών όπως τα, *Identifiable Neighborhood*, *Activity Nodes*, και *Small Public Squares*, που παρέχουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα ενταχθεί ένα τέτοιο καφέ και τελειώνει κατευθύνοντας τον αναγνώστη στα σχεδιαστικά χνάρια που βοηθούν στη δημιουργία του, όπως τα *creating an Opening to the Street*, *making the terrace double as A Place to Wait* και *using Different Chairs*. Αυτή η κατευθυνόμενη δικτυακή δομή φανερώνει την αναλογία που θέτει ο Alexander με τους κανόνες παραγωγής μιας γραμματικής (Alexander, 1979).

Αντίθετα, ο Gamma και οι συνεργάτες του (1995) περιέγραψαν τις προσπάθειές τους σαν ένα κατάλογο σχεδιαστικών χναριών που έχουν μερικές αλληλεξαρτήσεις, αλλά δεν διαμόρφωσαν μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών με

την έννοια που της δίνει ο Alexander. Αυτοί ταξινόμησαν τα σχεδιαστικά τους χνάρια σύμφωνα με την περιοχή ενδιαφέροντος τους. Παράδειγμα είναι περιοχές όπως: δημιουργία αντικειμένων, δόμηση συστημάτων λογισμικού, δυναμική συμπεριφορά συστημάτων κ.α.. Άλλοι ερευνητές που έχουν χρησιμοποιήσει σχήματα ταξινόμησης για να οργανώσουν συλλογές σχεδιαστικών χναριών είναι οι Kendall, Murali Krishna, Pathak, και Suresh (1998), Roth (2002), Mahemoff και Johnston (1998), και Hussey και Mahemoff (1999). Σε μία από τις πρώτες συναντήσεις εργασίας για το Object Oriented Programming Systems, Languages and Architectures (OOPSLA) τα σχεδιαστικά χνάρια αποτέλεσαν ένα από τα σημαντικά θέματα. Οι συμμετέχοντες σε αυτήν ενδιαφέρθηκαν για τη δημιουργία ενός «εγχειριδίου για τους αρχιτέκτονες λογισμικού» (Anderson, 1993). Οι Coplien και Schmidt (1995) αναφέρθηκαν στη διάκριση μεταξύ γλωσσών και καταλόγων σχεδιαστικών χναριών, και κατέληξαν ότι:

«Είναι πιθανόν οι κατάλογοι σχεδιαστικών χναριών ... να δώσουν την μεγαλύτερη ώθηση στην ανάπτυξη λογισμικού που θα βασίζεται στα σχεδιαστικά χνάρια, στη διάρκεια των επόμενων λίγων ετών. Φαίνεται ότι η δημιουργία περιεκτικών γλωσσών σχεδιαστικών χναριών ... θα είναι περισσότερο μία πρόκληση για το μέλλον.»

Ο Gamma και οι συνεργάτες του (1995) εξέφρασαν την ελπίδα να εξελιχθεί ο κατάλογός τους και να οργανωθεί σε γλώσσα, καθώς θα συλλέγονται όλο και περισσότερα σχετικά σχεδιαστικά χνάρια.

Μερικοί ερευνητές στην τεχνολογία λογισμικού έχουν εφαρμόσει τις έννοιες της βελτίωσης (refinement) και της εξειδίκευσης (specialization) για να εξετάσουν τις σχέσεις μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών (π.χ., δείτε τους Agerbo και Cornils, 1998, Mikkonnen, 1998, Tahara, Ohsuga, και Honiden, 1999 και Yacoub και Ammar, 1998). Μια παρόμοια προσέγγιση για τα αλληλεπιδραστικά σχεδιαστικά χνάρια προτείνεται από τον Mullet (2002), που προτείνει τρεις πιθανές σχέσεις μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών, δηλαδή: κληρονομικότητα (derivation), όπου ένα σχεδιαστικό χνάρι κληρονομεί στοιχεία από ένα άλλο υψηλότερου επιπέδου, συσσώρευση (aggregation), όπου ένα σχεδιαστικό χνάρι περιλαμβάνεται μέσα σε ένα άλλο και σύνδεση (association) όπου ένα

σχεδιαστικό χνάρι χρησιμοποιεί ένα άλλο. Οι van Welie και van de Veer (2003) πρότειναν ένα παρόμοιο σύνολο σχέσεων μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών.

Διάφορες συλλογές σχεδιαστικών χναριών παρουσιάζονται χρησιμοποιώντας μια προσέγγιση βασισμένη σε επίπεδα, με διαφορετικά σύνολα σχεδιαστικών χναριών να απευθύνονται σε διαφορετικά «επίπεδα» ενός σχεδιαστικού προβλήματος. Παραδείγματος χάριν, ο Tahara και οι συνεργάτες του (1999) δημιουργούν σχεδιαστικά χνάρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μακρο-αρχιτεκτονικό επίπεδο, μικρο-αρχιτεκτονικό επίπεδο, και τελικά σε επίπεδο αντικειμένων για το σχεδιασμό συστημάτων πρακτόρων. Ο Paternò (2000) πρότεινε τα «σχεδιαστικά χνάρια στόχου», που τα περιέγραψε στις σημειώσεις του ConcurTaskTrees, τα οποία συνδέονται στη συνέχεια με «αρχιτεκτονικά σχεδιαστικά χνάρια» που έχουν σχέση με το λογισμικό και περιγράφονται από τις διαμορφώσεις επαναχρησιμοποιήσιμων αλληλεπιδραστικών τμημάτων που αποκαλούνται «interactors». Οι Granlund, Lafreniere, και Carr (2001) πρότειναν αλληλεπιδραστικά σχεδιαστικά χνάρια που εξυπηρετούν διάφορα επίπεδα, όπως αυτό του «επιχειρησιακού πεδίου», της «επιχειρησιακής διαδικασίας», του «στόχου», του «εννοιολογικού σχεδιασμού», και του «σχεδιασμού».

### **2.5.2 Η οργάνωση των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών**

Ενώ η πλειοψηφία των εργασιών που παρουσιάστηκαν στις διασκέψεις PLoP είχαν τη μορφή μεμονωμένων σχεδιαστικών χναριών ή συλλογών σχεδιαστικών χναριών, έχουν παρουσιαστεί και διάφορες δικτυωμένες γλώσσες. Για παραδείγματα βλέπε Johnson (1992), Dyson και Anderson (1997), Hanmer (2000), Richardson (2001) και Buschmann (2001). Δικτυωμένες γλώσσες σχεδιαστικών χναριών για λογισμικό διεπαφής περιλαμβάνονται στις εργασίες των Riehle και Zullighoven (1995), Bradac και Fletcher (1997), Towell (1998), Coldewey (1998), Judkins και Gill (2000), Marick (2000), και Berczuk, Appleton, και Cabrera (2000). Η εργασία που είναι γενικά αποδεκτή ως η πρώτη εφαρμογή των σχεδιαστικών χναριών στην τεχνολογία λογισμικού ανήκει στους Beck και Cunningham (1987) και είναι μια δικτυωμένη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών για το σχεδιασμό εφαρμογών βασισμένων σε παραθυρικά περιβάλλοντα. Οι Richardson (2001) και Hanmer (2000) χρησιμοποιούν μια σχέση μεταξύ των

σχεδιαστικών χναριών, που κάνει δυνατή την δημιουργία προηγούμενων σχεδιαστικών χναριών από τα πιο πρόσφατα. Ο Buschmann (2001) επέλεξε τον όρο «ολοκληρώνει» για να εκφράσει μία σχέση μεταξύ σχεδιαστικών χναριών. Αυτή η σχέση στην οποία ένα σχεδιαστικό χνάρι «ολοκληρώνει» ένα άλλο σε μια υψηλότερη κλίμακα είναι εμφανής και στα γραπτά του Alexander, ιδιαίτερα στο *A New Theory of Urban Design* (Alexander και λοιποί, 1987). Τα σχεδιαστικά χνάρια της Tidwell (1998, 1999a), που χρησιμοποιούνται στον αλληλεπιδραστικό σχεδιασμό, είναι δικτυωμένα με παρόμοιο τρόπο. Ο Borchers (2001a) έδωσε τρία παραδείγματα δικτυωμένων γλωσσών σχεδιαστικών χναριών ένα για τη δημιουργία μουσικής μπλουζ, ένα για τον αλληλεπιδραστικό σχεδιασμό εκθεμάτων πολυμέσων και ένα για τον σχεδιασμό λογισμικού διεπαφής για εκθέματα πολυμέσων. Ο van Duyne και οι συνεργάτες του (2003) έδωσαν και αυτοί, μια δικτυωμένη «γλώσσα» για το σχεδιασμό ιστοχώρων στο Διαδίκτυο.

Η Fincher, σε συνεργασία με άλλους ερευνητές, επέστησαν την προσοχή στο ζήτημα της εύρεσης μιας κατάλληλης «οργανωτικής αρχής» για τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών που αναπτύσσονται για να εξυπηρετήσουν ανάγκες του τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (Fincher, 2002, Fincher & Utting, 2002, Fincher & Windsor, 2000). Οι Fincher και Windsor (2000) πρότειναν τέσσερις προϋποθέσεις που πρέπει να ικανοποιεί η οργανωτική αρχή μίας γλώσσα σχεδιαστικών χναριών. Αυτές είναι οι παρακάτω:

1. Πρέπει να παρέχει μία ταξινόμια που να επιτρέπει στο χρήστη να βρίσκει σχεδιαστικά χνάρια.
2. Πρέπει να επιτρέπει στους χρήστες να βρίσκουν τα σχετικά ή τα πιο κοντινά, με ένα δεδομένο σχεδιαστικό χνάρι, χνάρια.
3. Πρέπει να επιτρέπει στο χρήστη να αξιολογεί το πρόβλημα από διαφορετικές σκοπιές  
και τέλος
4. Πρέπει να είναι επιτρέπει τις συσχετίσεις μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών, δίνοντας με αυτό τον τρόπο στους χρήστες τη δυνατότητα να αναπτύσσουν νέες λύσεις.

Η δύο σταδίων οργανωτική αρχή που προτείνουν εστιάζει περισσότερο στις σχεδιαστικές δραστηριότητες και τα φυσικά χαρακτηριστικά των στοιχείων

διεπαφής παρά στις δραστηριότητες χρήσης. Αυτή η εστίαση είναι παρόμοια με αυτήν άλλων συλλογών όπως της Tidwell (1998, 1999a). Ο van Duynne και οι συνεργάτες του (2003) ομαδοποίησαν τα σχεδιαστικά χνάρια τους, που χρησιμοποιούνται στο σχεδιασμό Διαδικτυακών εφαρμογών, ώστε να εξετάσουν διαφορετικές σχεδιαστικές πτυχές, αρχίζοντας με το «είδος των ιστοχώρων» και εξετάζοντας έπειτα ζητήματα όπως «το γράψιμο και η διαχείριση του περιεχομένου», και «η δυνατότητα να γίνει η αναζήτηση μέσα στους ιστοχώρους γρήγορη και σχετική με τα ζητούμενα». Οι van Welie και van de Veer (2003) πρότειναν, για τα σχεδιαστικά χνάρια, μια δομή πολυεπίπεδη, συγγενή με τα είδη των ιστοχώρων του van Duynne και των συνεργατών του. Αυτή η δομή παρέχει και έναν μηχανισμό για την ομαδοποίηση των σχεδιαστικών χναριών, αλλά δεν είναι σαφής ο τρόπος με τον οποίο καθορίζονται οι σχέσεις, μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών, από αυτόν το μηχανισμό.

Όλες αυτές οι προτάσεις παρέχουν έναν τρόπο ταξινόμησης μιας συλλογής σχεδιαστικών χναριών, αλλά δεν υποστηρίζουν ενεργά τη διαδικασία εύρεσης νέων σχεδιαστικών χναριών. Αυτού του τύπου η οργάνωση δεν μπορεί να προβλέψει την ύπαρξη κάποιων χναριών που λείπουν. Η Fincher (2002) την αντιπαρέβαλε με τη χρήση τρόπων οργάνωσης σε άλλα επιστημονικά πεδία, ειδικότερα στη χημεία, όπου ο περιοδικός πίνακας διευκόλυνε την ανακάλυψη άγνωστων στοιχείων, επειδή η δομή της οργάνωσης φώτισε «τα χάσματα» όπου αυτά τα άγνωστα στοιχεία θα μπορούσαν να ταιριάζουν. Η ίδια υποστηρίζει ότι η οργάνωση των σχεδιαστικών χναριών του αλληλεπιδραστικού σχεδιασμού με βάση τα φυσικά στοιχεία ή τις κοινές χρήσεις είναι αυθαίρετη, ενώ τα σχεδιαστικά χνάρια του Alexander οργανώνονται από τη «ιδιαίτερη ποιότητα της σχέσης μεταξύ του φυσικού και ψυχοκοινωνικού χώρου». Τα πρώτα θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως μια κατασκευή, ενώ τα τελευταία περιλαμβάνουν μια σαφή δομική αρχή. Τέλος πάλι η Fincher (2003) θεωρεί ότι οι Γνωστικές Διαστάσεις (Cognitive Dimensions) των Blackwell & Green (2003), ίσως θα μπορούσαν να υποστηρίξουν μια τέτοια δομική αρχή για τα σχεδιαστικά χνάρια του αλληλεπιδραστικού σχεδιασμού.

### 2.5.3 Απόψεις για την Συσχέτιση (Generativity)

Μια βασική παράμετρος που διακρίνει τις συλλογές σχεδιαστικών χναριών από τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών είναι η ιδέα της συσχέτισης (generativity). Στο *The Timeless Way of Building*, ο Alexander επικαλείται ρητά τη σύγκριση με παραγωγικές γραμματικές (Alexander, 1979). Μια ανάγνωση της οργάνωσης που προτείνει στο *A Pattern Language* (Alexander και λοιποί, 1977), κάνει σαφή την ιδέα της παραγωγής σχεδίων μέσω της υπονοούμενης αλληλουχίας αποφάσεων, που προκύπτει από το γεγονός ότι διασχίζει κανείς, κατά την ανάγνωση, ένα δίκτυο αλληλοσυνδεδεμένων σχεδιαστικών χναριών. Αυτή η αντίληψη είναι σύμφωνη με την περιγραφή των περιπτώσιολογικών μελετών του Alexander στα *The Oregon Experiment* και *The Production of Houses* (Alexander και λοιποί, 1975, 1985).

Στην τεχνολογία λογισμικού, διάφοροι ερευνητές έχουν επιδιώξει να μιμηθούν αυτήν την ιδέα μιας παραγωγικής γλώσσας. Οι Beck και Cunningham (1987) θεωρούν ότι μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών βοηθά τους σχεδιαστές να υποβάλουν και να απαντήσουν τη σωστή ερώτηση στη σωστή στιγμή (δηλ. η γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μπουν στη σειρά οι σχεδιαστικές αποφάσεις). Ο Beck (1994), ο Lea (1994) και οι Tahara, Toshiba, Ohsuga, και Honiden (2001), προτείνουν επίσης μια παρόμοια χρήση της γλώσσας. Η ιδέα της σύνδεσης των σχεδιαστικών χναριών με μια σχέση, μέσω της οποίας τα πιο πρόσφατα σχεδιαστικά χνάρια επιτρέπουν την πραγματοποίηση των προηγούμενων, είναι προφανής στις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών τόσο στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού όσο και στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή (δείτε π.χ., Aarsten, Brugali, & Menga, 1996, Dyson & Anderson, 1997). Η έννοια της σχέσης «επιτρέπει» ή «ολοκληρώνει» μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών (Buschmann, 2001, Hanmer, 2000, Richardson, 2001), είναι σύμφωνη με αυτήν την αντίληψη της «συσχέτισης», υπό την έννοια ότι ένα υψηλότερου επιπέδου σχεδιαστικό χνάρι υπονοεί τη χρήση των σχεδιαστικών χναριών χαμηλότερων επιπέδων που κάνουν δυνατή τη δημιουργία του. Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, ο Borchers (2001a) πρότεινε αυτήν την έννοια της παραγωγικής αλληλουχίας των σχεδιαστικών αποφάσεων, η οποία υιοθετείται επίσης από τον Finlay και τους συνεργάτες του (2002) αλλά και

τους Fincher και Windsor (2000). Αυτοί οι τελευταίοι υποστηρίζουν την έννοια της παραγωγικής αλληλουχίας των σχεδιαστικών αποφάσεων, ενσωματώνοντας τη διαδικασία σχεδιασμού στη δομή οργάνωσης που προτείνουν, για τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών.

Εντούτοις, αυτός δεν είναι ο μόνος τρόπος που ο όρος της συσχέτισης (*generativity*) έχει συζητηθεί στους τομείς της τεχνολογίας λογισμικού και της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Ο Gabriel (1996a) εξέφρασε την άποψη, ότι και τα μεμονωμένα σχεδιαστικά χνάρια μπορούν να θεωρηθούν ότι συσχετίζονται, επειδή χρησιμοποιούνται περισσότερο για να δώσουν έμμεσες συμβουλές για αυτά που πρέπει να γίνουν ώστε να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, παρά απλά για να δηλώσουν ότι το αποτέλεσμα αυτό είναι το επιθυμητό. Ο ίδιος δίνει ένα παράδειγμα στο οποίο περιγράφει στον ίδιο του τον εαυτό, πως «να ακολουθήσει κατευθείαν» όταν χτυπά μια μπάλα του τένις. Αυτή η συμβουλή είναι έμμεση και δεν επικεντρώνεται στο αποτέλεσμα του κτυπήματος της μπάλας. Αντί γι' αυτό δείχνει μια συγκεκριμένη πρακτική δράση που θα επιτύχει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ο Lea (1994) επίσης υπογραμμίζει αυτήν την αντίληψη της συσχέτισης (*generativity*), όπως και οι Mahemoff και Johnston (1998).

Οι Beck και Johnson (1994) πρότειναν τη χρησιμοποίηση των σχεδιαστικών χναριών για να κατασκευάσουν μια πληρέστερη σχεδιαστική λογική για ένα ολόκληρο σύστημα, κάτι ανάλογο με μια μαθηματική απόδειξη. Σε αυτήν την αναλογία, τα σχεδιαστικά χνάρια αντιστοιχούν στα αξιώματα (ή στα θεωρήματα) του σχεδιαστικού χώρου. Αυτή η προσέγγιση είναι παρόμοια με την αντίληψη του Thimbleby (1990) για τις «Generative Usability Engineering Principles» που διευκρινίζουν τους περιορισμούς στους επιτρεπτούς σχεδιασμούς ώστε να εξασφαλίσουν ότι τα σχέδια που προκύπτουν έχουν τις επιθυμητές ιδιότητες. Αυτό μπορεί επίσης να είναι σύμφωνο με την αναλογία που προτείνει ο Alexander μεταξύ των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών και των γραμματικών του Chomsky, αλλά και με την προσέγγιση της έννοιας των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών του Alexander και των συνεργατών του (1987) στο *A New Theory of Urban Design* και στο *Notes on the Synthesis of Form* (Alexander, 1964), που και

στα δύο, μπορεί να ερμηνευθεί ως μορφή σχεδιασμού που λαμβάνει υπόψη συγκεκριμένους περιορισμούς.

Μια άλλη αντίληψη για τη «συσχέτιση» που συζητείται στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, είναι η ιδέα της παραγωγής ενός χώρου επιλογής εναλλακτικών σχεδιαστικών χναριών από τα οποία η ομάδα σχεδιασμού πρέπει να επιλέξει (Dearden & Harrison, 1997, Lane, 1990, MacLean και λοιποί, 1991). Μερικές συλλογές σχεδιαστικών χναριών προσφέρουν στον αναγνώστη μια επιλογή από εναλλακτικές λύσεις σε ένα πρόβλημα σχεδιασμού, από τις οποίες κάποια πρέπει να επιλεγεί, με βάση συγκεκριμένες ιδιότητες του επιστημονικού πεδίου. Για παραδείγματα στην τεχνολογία λογισμικού δείτε: McKenney (1996), Dyson και Anderson (1997), Sandu (2001), Tahara και λοιποί (1999, 2001), Mai και de Champlain (2001), Souza, Matwin, και Jarkowicz (2002). Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή ένα παράδειγμα είναι τα εναλλακτικά σχεδιαστικά χνάρια Tiled Working Surface και Stack of Working Surfaces, που αναφέρει η Tidwell (1998, 1999a).

## **2.6 Πως χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών**

Ο Alexander και οι συνεργάτες του περιγράφουν σε τέσσερα βιβλία διάφορα πειράματα στα οποία εφαρμόζουν αρχιτεκτονικό σχεδιασμό που βασίζεται σε σχεδιαστικά χνάρια (Alexander και λοιποί, 1975, Alexander και λοιποί, 1985, Alexander, 1982, Alexander και λοιποί, 1987).

Στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού, αν και πολλά σχεδιαστικά χνάρια, συλλογές σχεδιαστικών χναριών, και γλώσσες σχεδιαστικών χναριών έχουν δημοσιευθεί, δεν έχει υπάρξει ανάλογο ενδιαφέρον για τις πρακτικές πτυχές της χρησιμοποίησης σχεδιαστικών χναριών. Ο Beck και οι συνεργάτες του. (1996) αναφέρθηκαν σε μια συζήτηση, που έγινε κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου και συνέκρινε εμπειρίες διάφορων οργανισμών λογισμικού και οι Fraser, Beck, Booch, Johnson, και Orpdyke (1997) αναφέρθηκαν στο εάν τα πλαίσια εφαρμογής και τα σχεδιαστικά χνάρια μειώνουν πραγματικά τις σχεδιαστικές δαπάνες. Δεν έχει βρεθεί ούτε μία δημοσιευμένη μελέτη οποιουδήποτε τύπου, στην οποία να



χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά χνάρια στην πράξη και να αφορά τον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού (Dearden & Finlay, 2006).

Ομοίως, στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, λίγοι ερευνητές έχουν ασχοληθεί με τις πρακτικές λεπτομέρειες της χρησιμοποίησης των σχεδιαστικών χναριών σε έργα σχεδιασμού (π.χ. van Welie και λοιποί, 2000). Ο Borchers (2001a) διαπραγματεύθηκε το πώς τα σχεδιαστικά χνάρια μπορούν να εφαρμοστούν στα διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής του σχεδιασμού που έχει στόχο την ευχρηστία (usability engineering lifecycle) που προτείνει ο Nielsen (1993), και αναφέρει ότι τα σχεδιαστικά χνάρια χρησιμοποιήθηκαν από διάφορες ομάδες σχεδιασμού στην ανάπτυξη μουσικών εκθεμάτων, αλλά δεν αναφέρει ακριβείς λεπτομέρειες της σχεδιαστικής δραστηριότητας. Ο Windsor (2000) περιέγραψε τη χρησιμοποίηση σχεδιαστικών χναριών για να συλλάβει τις σχεδιαστικές αρχές συγκεκριμένων έργων. Το Participatory Patterns Project (Dearden και λοιποί 2002a, 2002b, Finlay και λοιποί, 2002) αναφέρεται σε προσομοιωμένες σχεδιαστικές ασκήσεις που υποστηρίζονται από σχεδιαστικά χνάρια. Ο Borchers (2002) αναφέρθηκε στη χρήση σχεδιαστικών χναριών για τη διδασκαλία του αλληλεπιδραστικού σχεδιασμού. Ο Chung και οι συνεργάτες του (2004) περιέγραψαν μια εμπειρική αξιολόγηση της χρήσης σχεδιαστικών χναριών, που την θεωρούν την πρώτη, ελεγχόμενη από σχεδιαστές, εμπειρική μελέτη της χρήσης τους. Σε αυτό το τμήμα εξετάζουμε λεπτομερέστερα τις προτεινόμενες χρήσεις των αλληλεπιδραστικών σχεδιαστικών χναριών.

### **2.6.1 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια στο Συμμετοχικό Σχεδιασμό**

Ο Alexander υποστήριξε ότι η συμμετοχή των χρηστών στο σχεδιασμό είναι ουσιαστική για την επιτυχημένη δόμηση. Όπως έγραψε: «είναι ουσιαστικά αδύνατο να οικοδομηθεί ένα κτήριο που να προσαρμόζεται καλά στις ανάγκες των χρηστών του, εάν οι άνθρωποι που είναι οι πραγματικοί χρήστες του δεν το σχεδιάσουν οι ίδιοι» (Alexander και λοιποί, 1975). Η γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που πρότεινε προοριζόταν να επιτρέψει στους χρήστες, να σχεδιάζουν ενεργά και άμεσα τους χώρους διαβίωσης και εργασίας τους. Αυτό θα γινόταν, εν μέρει, με την παροχή μιας γλώσσας κατανοητής και από αυτούς και από τους «αρχιτέκτονες-κατασκευαστές», με την οποία θα μπορούσαν να ανταλλάσσουν

προτάσεις και να συζητούν τις ιδέες τους. Ένα σημαντικό πρακτικό στοιχείο αυτής της χρήσης είναι η ονομασία των σχεδιαστικών χναριών με ονόματα που να έχουν νόημα. Στη γλώσσα του Alexander τα ονόματα των σχεδιαστικών χναριών (χωρίς να αναφέρονται λεπτομέρειες) είναι επαρκή για να διευκολύνουν αυτήν τη συζήτηση. Παρόμοια έμφαση στην ανάγκη να αναπτυχθεί μια διαμοιραζόμενη γλώσσα, είναι προφανής στις εργασίες που αφορούν τον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή και αναφέρονται στο συμμετοχικό σχεδιασμό (Ehn & Kyng, 1991, Ehn & Sjogren, 1991, O'Neill, 1998). Ο King (1993) επισημαίνει ότι μια κοινότητα που χρησιμοποιεί μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών στην αρχιτεκτονική, είναι πιθανό να εξελίξει και να αναπτύξει τη δική της ξεχωριστή γλώσσα ή διάλεκτο σχεδιαστικών χναριών.

Διάφοροι ερευνητές που δραστηριοποιούνται στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή έχουν αναγνωρίσει αυτήν την εστίαση σε συμμετοχικές διαδικασίες. Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) θεωρούν το συμμετοχικό σχεδιασμό ως μια πιθανή εφαρμογή για τις γλώσσες σχεδιαστικών χναριών. Ο Borchers (2001a) επίσης ανέφερε το συμμετοχικό σχεδιασμό ως μία τέτοια δυνατότητα. Στο Participatory Patterns Project (Dearden και λοιποί 2002a, 2002b, Finlay και λοιποί 2002) ερευνήθηκαν τρόποι για να συνδυαστούν οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών με άλλες τεχνικές που χρησιμοποιούνται στο συμμετοχικό αλληλεπιδραστικό σχεδιασμό και κατέληξαν ότι αυτή η προσέγγιση υπόσχεται πολλά.

Μια παραλλαγή αυτού του συνδυασμού είναι η χρήση των σχεδιαστικών χναριών σε συνδυασμό με τη προτυποποίηση, που αναφέρεται στην εργασία των Lin και Landay (2002), οι οποίοι πρότειναν να ενσωματωθούν σχεδιαστικά χνάρια σε ένα περιβάλλον σχεδιασμού με σκίτσα, επιτρέποντας στους σχεδιαστές να σύρουν και να τοποθετούν (drag and drop) σχεδιαστικά χνάρια στα σκίτσα τους, ώστε να τα προσαρμόζουν για να καλύψουν τοπικές απαιτήσεις. Αν και αυτή η προσέγγιση προορίζεται για πεπειραμένους σχεδιαστές, είναι σαφής η δυνατότητα εφαρμογής της στο συμμετοχικό σχεδιασμό, ώστε να υποστηριχθούν τα αρχικά στάδια της προτυποποίησης με τη χρήση σχεδιαστικών χναριών.

## 2.6.2 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Τεχνικό Λεξικό

Πολλοί ερευνητές στην τεχνολογία λογισμικού προτάσσουν τη χρήση των ονομάτων των σχεδιαστικών χναριών, σαν ένα είδος τεχνικού λεξικού για την υποστήριξη σχεδιαστικών συζητήσεων. Παραδείγματος χάριν, ο Schmidt (1995) θεωρεί ότι η γνώση των σχεδιαστικών χναριών «βοηθά τους εμπειρογνώμονες να τεκμηριώνουν, να αιτιολογούν και να συζητούν συστηματικά για περίπλοκες αρχιτεκτονικές έννοιες». Ο Cline (1996) υποστήριξε ότι τα σχεδιαστικά χνάρια παρέχουν ένα «τυποποιημένο λεξιλόγιο» μεταξύ των υπεύθυνων για την ανάπτυξη. Ο Meszaros (στο Beck και λοιποί, 1996) υποστήριξε μια παρόμοια άποψη. Αυτό το τυποποιημένο λεξιλόγιο μπορεί επίσης να ωφελήσει στην τεκμηρίωση του σχεδιασμού, επειδή το όνομα ενός σχεδιαστικού χναριού μπορεί να είναι επαρκές, σε μερικά πλαίσια εφαρμογής, για να εξηγηθεί ένα σύνθετο σχέδιο. Οι Du και England (2001) πρότειναν να επεκταθεί η User Action Notation των Hartson, Siochi, & Hix, (1990) με αναφορές σε σχεδιαστικά χνάρια για να παραχθούν πιο συνοπτικές προδιαγραφές σχεδιασμού.

Ο Cline (1996), ο Schmidt (1995), και οι Astrachan και Wallingford (1998) πρότειναν να χρησιμοποιηθούν σχεδιαστικά χνάρια ώστε οι αρχάριοι σχεδιαστές να εκπαιδεύονται στο σωστό σχεδιασμό λογισμικού και να ενσωματώνονται ευκολότερα σε ομάδες σχεδιασμού. Ο Astrachan και οι συνεργάτες του (1998) υποστήριξαν ότι τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να αποτελούν βασικό μέρος της ύλης των προπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών της επιστήμης της πληροφορικής. Η ρητή παρουσίαση του περιεχομένου των σχεδιαστικών χναριών μπορεί επίσης να διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ ομάδων ανάπτυξης (Schmidt, 1995). Οι Goldfedder και Rising (1996) πρότειναν τη χρήση σχεδιαστικών χναριών για την ενημέρωση σχεδιαστικών αναθεωρήσεων και για την ενίσχυση της τεκμηρίωσης.

Η χρήση των σχεδιαστικών χναριών σαν εκπαιδευτικό εργαλείο εμφανίζεται και στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Μία από τις πιο πρώιμες δημοσιεύσεις που αφορούν τη χρήση σχεδιαστικών χναριών σε αυτόν τον τομέα εστιάζει στη χρήση σχεδιαστικών χναριών σε ένα πρόγραμμα σπουδών αλληλεπιδραστικού σχεδιασμού (Barfield και λοιποί, 1994). Ο Borchers (2002) προτείνει δύο τρόπους για τη χρήση σχεδιαστικών χναριών σε ένα πρόγραμμα

σπουδών: πρώτον, σαν εργαλείο για να παρουσιάσει τη σχεδιαστική γνώση, που υπάρχει στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, στους σπουδαστές και δεύτερον, σαν μεθοδολογία για την υποστήριξη του σχεδιασμού. Ο ίδιος διαπιστώνει ότι σύμφωνα με την εμπειρία που αποκόμισε και οι δύο τρόποι χρήσης μπορούν να είναι επιτυχείς, αλλά και οι σπουδαστές μπορούν να κατανοήσουν την έννοια των σχεδιαστικών χναριών. Ο Seffah (2003) και οι Sharp, Manns, και Eckstein (2003) πήγαν αυτό το θέμα ένα βήμα παραπέρα με την υποβολή προτάσεων για τη χρήση παιδαγωγικών χναριών σε σειρές μαθημάτων σχεδιασμού. Οι ίδιοι πρότειναν να γίνεται η διδασκαλία του αλληλεπιδραστικού σχεδιασμού με τη χρήση σχεδιαστικών χναριών.

Ο Cline (1996) υποστήριξε αυτούς τους τρόπους χρήσης των σχεδιαστικών χναριών, αλλά πρότεινε επιπλέον να χρησιμοποιούνται για να εισάγουν σχεδιαστικές δομές. Ο ίδιος ανέφερε ότι όπου χρησιμοποιείται αυτός ο δυναμικός τρόπος σχεδιασμού, οι σχεδιαστές πρέπει να εφαρμόζουν έναν «υψηλού επιπέδου συνδυασμό των σχεδιαστικών χναριών» για να προσδιορίσουν ποια σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να χρησιμοποιηθούν. Τέλος καταλήγει ότι «τα σχεδιαστικά χνάρια πρέπει να είναι μέρος μια συνεχούς και απαραίτητης αναδρομής σε ένα βιβλίο, πράγμα απολύτως απαράδεκτο σε κρίσιμες καταστάσεις που απαιτούν γρήγορες αποφάσεις». Οι Goldfedder και Rising (1996) και οι Buschmann, Meunier, Rohnert, Sommerlad, και Stal (1996) εξέφρασαν μια παρόμοια ανησυχία, υποστηρίζοντας ότι ο χρόνος για να βρεθεί ένα σχεδιαστικό χνάρι αυξάνεται, όσο περισσότερα από αυτά δημοσιεύονται. Αυτή η κατάσταση ίσως δείχνει ότι οι σχεδιαστές θα πρέπει να ψάχνουν σε μια βάση δεδομένων σχεδιαστικών χναριών, για να βρουν κάποιο χνάρι που να ταιριάζει στα προβλήματα που τους απασχολούν. Είναι όμως αυτό μια πρακτική λύση στη ζέουσα πραγματικότητα των έργων ανάπτυξης λογισμικού; Το θέμα είναι ανοικτό προς συζήτηση. Σίγουρα όμως τέτοιοι πόροι είναι χρήσιμοι σε σπουδαστές και επαγγελματίες, που επιδιώκουν να βελτιώσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους.

### **2.6.3 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Οργανωτική Μνήμη**

Τόσο στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή όσο και στον τομέα της τεχνολογίας λογισμικού, έχουν υπάρξει κάποιες εργασίες που

αναφέρονται στη χρήση σχεδιαστικών χναριών ως τμήμα μιας οργανωτικής μνήμης. Ο Beck και οι συνεργάτες του (1996) αναφέρθηκαν σε προσπάθειες που έγιναν, μέσα σε συγκεκριμένους οργανισμούς, τόσο για να χρησιμοποιήσουν, όσο και για να αναπτύξουν σχεδιαστικά χνάρια που σχετίζονται με τα πεδία δραστηριοποίησης αυτών των οργανισμών. Οι May και Taylor (2003) πρότειναν τη χρήση σχεδιαστικών χναριών σαν εργαλείο για τη διαχείριση οργανωτικής γνώσης. Όσον αφορά τον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, ο Henniger (2001) πρότεινε μια διαδικασία, όπου κάθε έργο ανάπτυξης θα αρχίζει με αναζήτηση σε μια αποθηκευτική μνήμη, με σκοπό να επιλεγούν και να ανακτηθούν σχεδιαστικά χνάρια (και οδηγίες), που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στο έργο. Τα σχετικά σχεδιαστικά χνάρια προσδιορίζονται από ένα σύστημα βασισμένο σε κανόνες που ελέγχουν αν τα σχεδιαστικά χνάρια και οι οδηγίες ταιριάζουν με τα χαρακτηριστικά του έργου (π.χ., πληθυσμοί χρηστών, στόχοι, GUI εργαλεία κ.α.). Τα επιλεγμένα σχεδιαστικά χνάρια περνούν έπειτα στο χώρο του έργου για να εκτιμηθεί η χρησιμότητά τους. Στο τέλος του έργου οποιοδήποτε σχεδιαστικό χνάρι έχει χρησιμοποιηθεί, επανεκτιμάται και μπορεί να αναθεωρηθεί και να ενημερωθεί σύμφωνα με την εμπειρία που αποκτήθηκε. Ο Granlund και οι συνεργάτες του (2001), επίσης προτείνουν να ενημερώνονται τα σχεδιαστικά χνάρια, με βάση τις εμπειρίες που αποκτώνται από ένα έργο. Οι προτάσεις του Alexander και των συνεργατών του (1975) για τη διαχείριση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών στο *The Oregon Experiment*, περιλαμβάνουν μια ετήσια δημόσια αναθεώρηση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών, κάτι που μπορεί επίσης να αντιμετωπιστεί σαν μια μορφή οργανωτικής εκμάθησης.

Αυτό το πλαίσιο της οργανωτικής μνήμης έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη ενός αριθμού εργαλείων για την υποστήριξη της σύνταξης σχεδιαστικών χναριών και γλωσσών σχεδιαστικών χναριών. Ο Borchers (2001a) περιέγραψε τις απαιτήσεις για το PET, ένα «Pattern Editing Tool». Ο Schuler (2002) και άλλοι συνάδελφοι του αναπτύσσουν ένα, σε απευθείας σύνδεση (on line), περιβάλλον υποβολής και συζήτησης σχεδιαστικών χναριών, με σκοπό την καταγραφή τους μέσω «ζωντανής επικοινωνίας». Αυτό το περιβάλλον επιτρέπει στους συμμετέχοντες να συντάσσουν και να υποβάλλουν τα σχεδιαστικά τους χνάρια, και επίσης τους

επιτρέπει να βλέπουν τα σχεδιαστικά χνάρια που έχουν ήδη υποβληθεί και να τα αναθεωρούν.

Μερικοί ερευνητές έχουν εντυφίσει σε θέματα που αφορούν τόσο στην ενσωμάτωση σχεδιαστικών χναριών λογισμικού σε εργαλεία ανάπτυξης, όσο και στην εφαρμογή τους ως συστατικών των γλωσσών προγραμματισμού (δείτε, π.χ., Agerbo & Cornils, 1998, Chambers, Harrison, & Vlissides, 2000, Mapelsden, Hosking, & Grundy, 2002, Meijler, Demeyer, & Engel, 1997). Το ίδιο έχει προταθεί επίσης στον αλληλεπιδραστικό σχεδιασμό από τους Lin & Landay (2002) και τους Molina, Torres & Pastor (2003). Μπορεί κάποιος να αντιπαρατάξει στα παραπάνω, ότι τέτοιου είδους προσπάθειες ενσωματώνουν μόνο το μέρος της «λύσης» ενός σχεδιαστικού χναριού, αλλά δεν παρέχουν συμβουλές στους σχεδιαστές λογισμικού για το πότε πρέπει να το χρησιμοποιούν. Οι Leacock, Malone, και Wheeler (2005) περιέγραψαν την δημιουργία μιας βιβλιοθήκης που περιέχει αλληλεπιδραστικά σχεδιαστικά χνάρια στο Yahoo!. Σε αυτήν ελπίζουν να προσθέσουν κομμάτια κώδικα, που να μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν από τους υπεύθυνους για την ανάπτυξη, ώστε να παράγουν συστήματα τα οποία να συμμορφώνονται με τα εγκεκριμένα σχεδιαστικά χνάρια.

#### **2.6.4 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Lingua Franca (γλώσσα κατανοητή από όλους)**

Ο Crocker (στο Beck και λοιποί, 1996) και ο Beck (1994) αναφέρθηκαν και οι δύο, στην χρησιμοποίηση των σχεδιαστικών χναριών για την υποστήριξη της επικοινωνίας μεταξύ των σχεδιαστών που είναι αρμόδιοι για τον καθορισμό της γενικής αρχιτεκτονικής ενός συστήματος και των σχεδιαστών που είναι αρμόδιοι για το λογισμικό εφαρμογών. Ο Schmidt (1996) πρότεινε τη χρήση σχεδιαστικών χναριών για να εξηγούνται αρχιτεκτονικά σχεδιαστικά ζητήματα σε διευθυντικά στελέχη. Ο Fowler (1997) πρότεινε τη χρήση των σχεδιαστικών χναριών του από αναλυτές απαιτήσεων, πελάτες και εμπειρογνώμονες, που θα συνεργάζονται με σκοπό να αναπτυχθούν ειδικά πρότυπα για συγκεκριμένα έργα.

Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, ο Erickson (2000a) επίσης πρότεινε να χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά χνάρια, σαν μια «lingua

franca» για την υποστήριξη και την ενίσχυση της επικοινωνίας για το σχεδιασμό, υποστηρίζοντας ιδιαίτερα τη χρήση σχεδιαστικών χναριών ώστε να βοηθηθούν οι χρήστες να εμπλακούν στις σχεδιαστικές διαδικασίες. Ο Granlund και οι συνεργάτες του (2001) πρότειναν μια διαδικασία σχεδιασμού τεσσάρων φάσεων που είναι: ο καθορισμός του συστήματος, η σκιαγράφηση του χρήστη και η ανάλυση του στόχου, το εννοιολογικό σχέδιο, και ο «σχεδιασμός». Σε κάθε φάση, τα σχεδιαστικά χνάρια χρησιμοποιούνται ως αρχέτυπα για να αρχίσουν σχεδιαστικές συζητήσεις με τους χρήστες και τους πελάτες. Ο Borchers (2001a) ανέφερε τη χρήση τριών χωριστών γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, που απευθύνονται σε διαφορετικές πτυχές του σχεδιασμού ενός πολυμεσικού εκθέματος, δηλαδή στο σχεδιασμό και την εκτέλεση ενός κομματιού μουσικής μπλουζ, στο σχεδιασμό της αλληλεπίδραση των χρηστών με το έκθεμα, και στο σχεδιασμό του λογισμικού που θα αξιοποιήσει τις μουσικές ικανότητες σύνθεσης του εκθέματος. Ο Borchers θεωρεί ότι επειδή οι σχεδιαστές είναι εξοικειωμένοι με τη μορφή των σχεδιαστικών χναριών, από τη χρήση τους σε κάθε μια από αυτές τις διαφορετικές σχεδιαστικές πτυχές, μπορούν περισσότερο εύκολα να μοιραστούν τις σχεδιαστικές τους σκέψεις, ανεξάρτητα από την πτυχή του προβλήματος που είχαν ασχοληθεί. Ο Martin και οι συνεργάτες του. (2001, 2002) χρησιμοποίησαν χνάρια (αν και όχι σχεδιαστικά χνάρια) για να παρουσιάσουν συμπεράσματα από εθνογραφικές μελέτες, σε μια μορφή που ίσως θα έπρεπε να εφαρμοστεί και από τους σχεδιαστές λογισμικού. Οι Fernandez, Holmer, Rubart, και Schummer (2002) εξέφρασαν την ελπίδα ότι τα σχεδιαστικά χνάρια τους θα βελτιώσουν την επικοινωνία μεταξύ των μελών των ομάδων ανάπτυξης, μεταξύ των ομάδων ανάπτυξης και των τελικών χρηστών, και μεταξύ των τελικών χρηστών. Οι Denning και Dargan κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών θα μπορούσε να παρέχει «μια μέθοδο απεικόνισης από τις ανθρώπινες ενέργειες στις λειτουργίες του λογισμικού, με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητή στους πελάτες, τους σχεδιαστές και τους μηχανικούς ταυτόχρονα» (Denning & Dargan, 1996). Στο Participatory Patterns Project, τα σχεδιαστικά χνάρια χρησιμοποιούνται για να διευκολύνουν την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών και των σχεδιαστών ιστοχώρων (Dearden και λοιποί, 2002, Finlay και λοιποί, 2002).

### 2.6.5 Τα Σχεδιαστικά Χνάρια ως Λογική Σχεδιασμού

Όπως σημειώσαμε στη συζήτηση για την «συσχέτιση» (generativity), υπάρχει μια ποικιλία αντιλήψεων για τις σημασιολογικές σχέσεις μεταξύ των σχεδιαστικών χναριών, των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, και των σχεδίων που παράγονται από τα σχεδιαστικά χνάρια. Υπάρχει γενική συμφωνία πάνω στο θέμα της παροχής από τα σχεδιαστικά χνάρια κάποιων αρχών για συγκεκριμένες σχεδιαστικές αποφάσεις, αλλά η προτεινόμενη (ή υπονοούμενη) δομή αυτών των αρχών διαφέρει μεταξύ των ερευνητών.

Κάθε ένα από τα σχεδιαστικά χνάρια του Alexander διαπραγματεύεται τα ζητήματα που περιβάλλουν το πρόβλημα που εξετάζει και εξηγεί γιατί η επιλεγμένη λύση είναι επιθυμητή. Ο Cline (1996) υποστήριξε ότι τα σχεδιαστικά χνάρια μπορούν να παρέχουν στους μηχανικούς λογισμικού σχεδιαστικά στοιχεία που περιέχουν «ευνόητους συμβιβασμούς (well-understood trade-offs)». Σε κάθε ένα από τα σχεδιαστικά χνάρια του Gamma και των συνεργατών του (1995) περιλαμβάνεται και η αναφορά των συμβιβασμών (trade-offs) των σχετικών με την επιλογή και τη χρησιμοποίησή τους. Επιπλέον, για μερικά από αυτά (π.χ. το Factory Method), μέσα στο τμήμα που αφορά στην «εφαρμογή» τους, προσφέρονται εναλλακτικές σχεδιαστικές επιλογές μαζί με συμβουλές που υποστηρίζουν την επιλογή κάποιας από αυτές.

Αντίθετα απ' ό,τι υποστηρίζει ο Alexander στο έργο του, μερικές γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στην τεχνολογία λογισμικού προσφέρουν εναλλακτικά σχεδιαστικά χνάρια για παρόμοια προβλήματα, που είναι όμως σχεδιασμένα για διαφορετικά πλαίσια εφαρμογής (π.χ., Adams και λοιποί, 1996, Dyson & Anderson, 1997, Mai & de Champlain, 2001, McKenney, 1996, Sandu, 2001). Ο Fowler (1997) προτίμησε να προσφέρει πολλαπλούς τρόπους αντιμετώπισης ενός προβλήματος μέσα σε ένα μόνο σχεδιαστικό χνάρι. Ο Tahara και οι συνεργάτες του (2001) καθόρισαν το πλαίσιο στο οποίο κάθε ένα από τα σχεδιαστικά τους χνάρια πρέπει να εφαρμοστεί χρησιμοποιώντας ένα κοινό σύνολο καθοριστικών ιδιοτήτων. Ο Souza και οι συνεργάτες του (2002) υιοθέτησαν μια παρόμοια μέθοδο. Ο Corlien (1998) χρησιμοποίησε πίνακες για να συσχετίσει την επιλογή συγκεκριμένων σχεδιαστικών χναριών με αναλύσεις κοινών στοιχείων και μεταβλητών σχέσεων μέσα σε ένα επιστημονικό πεδίο. Αυτός ο τύπος γλώσσας



δίνει τη δυνατότητα χρήσης σχεδιαστικών χναριών σε συνδυασμό με στοιχεία σχεδιαστικής λογικής όπως Ερωτήσεις (Questions), Επιλογές (Options), και Κριτήρια (Criteria) (QOC), (MacLean και λοιποί, 1991). Σε έναν τέτοιο συνδυασμό, τα ίδια τα σχεδιαστικά χνάρια θα μπορούσαν να γίνουν επαναχρησιμοποιήσιμα στοιχεία αυτής της λογικής.

Ο Fowler (1997) προτείνει να χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά του χνάρια ώστε να εισηγούνται επιλογές για ένα σχέδιο. Κάθε επιλογή μπορεί να γίνει αποδεκτή, να τροποποιηθεί, ή να απορριφθεί. Εντούτοις, όταν ένα σχεδιαστικό χνάρι τροποποιείται ή απορρίπτεται, η αιτιολόγηση για την απόφαση αυτή πρέπει να καταγραφεί ως τμήμα της σχεδιαστικής λογικής. Παρόλα αυτά, μέχρι σήμερα, δεν έγινε δυνατό να βρεθεί οποιαδήποτε δημοσιευμένη εργασία, που να επιδεικνύει πώς μια τέτοια σχεδιαστική λογική θα μπορούσε να ακολουθηθεί ή να παρουσιαστεί (Dearden & Finlay, 2006).

Οι Beck και Johnson (1994) σε αναλογία με την αξιωματική μαθηματική απόδειξη πρότειναν μια πληρέστερη λογική, που συνδέει όλες τις σχεδιαστικές αποφάσεις. Μια τέτοια ερμηνεία θα απαιτούσε μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών με τα χνάρια που την αποτελούν να συσχετίζονται, υπό την ακριβή έννοια που σε μία γραμματική συσχετίζονται τα στοιχεία που την αποτελούν. Κάθε ένα από τα σχεδιαστικά χνάρια των Beck και Johnson περιλαμβάνει ένα τμήμα «προϋποθέσεων» που περιορίζει το πεδίο εφαρμογής του χναριού (π.χ., «γράφετε ένα πρόγραμμα που ζωντανεύει μια οπτική απεικόνιση σε πραγματικό χρόνο, πιθανώς σε απάντηση δεδομένων που εισάγονται από το χρήστη» Beck & Johnson, 1994). Ως εκ τούτου, σε αυτήν την θεώρηση, η σχεδιαστική λογική θα μπορούσε να είναι μια απόδειξη ότι η γλώσσα σχεδιαστικών χναριών (το σύνολο των αξιωμάτων) συνεπάγεται την πρόταση ότι το προσδιορισμένο πλαίσιο εφαρμογής (ή οποιοδήποτε πλαίσιο που ταιριάζει στις απαραίτητες προϋποθέσεις) υπονοεί την επιλογή του σχεδίου που διαλέξαμε. Αυτό το παράδειγμα δίνει έμφαση στο γεγονός ότι το πλαίσιο εφαρμογής ενός σχεδιαστικού χναριού αποτελείται από δύο διαφορετικά μέρη. Αφενός, υπάρχει ένα μέρος του πλαισίου που καθορίζεται από τη θέση του σχεδιαστικού χναριού στη γλώσσα, αφετέρου, ένα άλλο μέρος του πλαισίου αναφέρεται στη φύση του περιβάλλοντος στο οποίο

το σχεδιαστικό χνάρι πρόκειται να εφαρμοστεί, δηλαδή στις προϋποθέσεις που τίθενται κατά την εφαρμογή του.

Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, οι εργασίες των διάφορων ερευνητών απεικονίζουν τις διαφορετικές αντιλήψεις της σχεδιαστικής λογικής που αναφέραμε παραπάνω. Οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών, που χρησιμοποιούν συνδέσμους για να συσχετίσουν τα χνάρια μεταξύ τους και βασίζονται στην ενεργοποίηση τους ανάλογα με την περίπτωση, ώστε να παραχθεί ένα σχέδιο, είναι σύμφωνες με την ιδέα της αναλογίας με μια μαθηματική απόδειξη των Beck και Johnson (1994) (δείτε Borchers, 2001a, Bradac & Fletcher, 1997, Coldewey, 1998, Dearden και λοιποί, 2002a, 2002b, Finlay και λοιποί, 2002, Judkins & Gill, 2000, Marick, 2000, Riehle & Zullighoven, 1995, Towell, 1998). Εντούτοις, αυτά τα παραδείγματα δεν διευκρινίζουν τις πρόσθετες λεπτομέρειες, που αφορούν το πλαίσιο εφαρμογής του κάθε σχεδιαστικού χναριού. Μάλλον υπονοείται ότι ο σχεδιαστής πρέπει να πάρει μια αρχική απόφαση για το εάν η γλώσσα, που θέλει να χρησιμοποιήσει, είναι σχετική με το θέμα του. Αν θεωρήσει ότι είναι σχετική, η εγκυρότητά της και η σωστή της εφαρμογή του παρέχουν τη λογική για το σχέδιο που θα προκύψει (Dearden & Finlay, 2006). Η Tidwell (1998, 1999a) δίνει μια γλώσσα που χρησιμοποιεί συσχετισμούς μεταξύ των χναριών της, στην οποία περιλαμβάνονται μερικά σχεδιαστικά χνάρια, που αντιπροσωπεύουν ευδιάκριτες εναλλακτικές λύσεις για παρόμοια προβλήματα (π.χ. τα Tiled Working Surface και Stack of Working Surfaces). Εντούτοις, δεν διευκρινίζει λεπτομερώς τον τρόπο που μπορεί κανείς να επιλέξει μεταξύ αυτών των εναλλακτικών λύσεων. Ο van Duynne και οι συνεργάτες του (2003) έδωσαν μερικά εναλλακτικά σχεδιαστικά χνάρια (π.χ., το Fixed Width Screen Size και το Variable Width Screen Size) που συνοδεύονται από κείμενα, που διαπραγματεύονται την επιλογή της κατάλληλης εναλλακτικής λύσης ανάλογα με το πλαίσιο εφαρμογής. Αυτό θα επέτρεπε μια μορφή λογικής πιο κοντά στην προσέγγιση των Beck και Johnson (1994).

Συλλογές και κατάλογοι σχεδιαστικών χναριών (βλ. Henniger, 2001, van Welie, 2002-2008) δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στο συνδυασμό σχεδιαστικών χναριών, ώστε μέσα από αυτόν το συνδυασμό να προκύψει η ζητούμενη

σχεδιαστική λογική. Η προσέγγιση του Granlund και των συνεργατών του (2001) υπογραμμίζει επίσης τη λογική που προκύπτει από τη σύγκριση των πλαισίων εφαρμογής των σχεδιαστικών χναριών με τους όρους ενός συγκεκριμένου έργου. Αυτή η προσέγγιση είναι παρόμοια με του Fowler (1997). Οι Mahemoff και Johnston (1998) και οι Hussey και Mahemoff (1999) αρχίζουν με μια ανάλυση διαστάσεων σχετικών με την ευχρηστία, η οποία είναι παρόμοια με την προσέγγιση του Tahara και των συνεργατών του (1999), αλλά δεν προχωρούν περαιτέρω για να ορίσουν μια διαδικασία για τη χρήση των σχεδιαστικών χναριών.

Ο Windsor (2000) θεώρησε τη χρήση σχεδιαστικών χναριών σαν ένα ξεκάθαρο μηχανισμό, για την καταγραφή και την οργάνωση της σχεδιαστικής λογικής, στα έργα στα οποία εφαρμόζεται αλληλεπιδραστικός σχεδιασμός.

## **2.7 Αξίες και σχεδιαστικά χνάρια**

Η έννοια της «γλώσσας σχεδιασμού» είναι πολύ γνωστή και καλά θεμελιωμένη με τη μορφή μιας συλλογής στοιχείων που χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν ένα ομοιογενές σχεδιαστικό ύφος (Rheinfrank & Eveson, 1996). Ο Alexander όμως με την εργασία του επιδιώκει σαφώς περισσότερα από μια απλή συνέπεια στο σχεδιαστικό ύφος. Γι' αυτόν τα σχεδιαστικά χνάρια, στο *A Pattern Language*, υποστηρίζουν μια ανθρωπιστική αρχιτεκτονική, η οποία οδηγεί σε περιβάλλοντα, που αυτός τα περιγράφει σαν «ζωντανά». Στην κεντρική ομιλία του στο ετήσιο συνέδριο του OOPSLA το 1996, ο Alexander επιστράτην προσοχή στο «ηθικό συστατικό» που το θεωρεί κομβικό για τη σωστή χρήση των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στην αρχιτεκτονική.

«Στην αρχιτεκτονική γλώσσα σχεδιαστικών χναριών υπάρχει στη ρίζα κάθε θέματος και πίσω από όλα τα θέματα, ένα σταθερό ενδιαφέρον για το ποια είναι η σωστή απάντηση στην ερώτηση: κάτω από ποιες συνθήκες μπορεί να θεωρηθεί καλό ένα περιβάλλον;» (Alexander, 1996).

Οι προηγούμενες επισημάνσεις και η αναφορά σε προηγούμενες ενότητες των εννοιών των σχεδιαστικών αξιών και της ορθής σχεδιαστικής πρακτικής, μας οδηγούν στο επόμενο ζήτημα που τίθεται. Το ζήτημα αυτό μπορεί να εκφραστεί με το ερώτημα: ποια είναι η θέση των αξιών στα σχεδιαστικά χνάρια και στις

γλώσσες σχεδιαστικών χναριών που χρησιμοποιούνται στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή; Για να απαντήσουμε στην κρίσιμη αυτή ερώτηση θα εξετάσουμε θέματα αξιών που εμφανίζονται στα σχεδιαστικά χνάρια με διάφορους τρόπους, συμπεριλαμβανομένων και των παρακάτω (Dearden & Finlay, 2006):

- Οι βασικές ιδιότητες που ελέγχονται κατά την προσπάθεια να προσδιοριστεί η «καλή» (ορθή) σχεδιαστική πρακτική από την οποία μπορούν να ανακαλυφθούν σχεδιαστικά χνάρια.
- Η επιλογή μεμονωμένων σχεδιαστικών χναριών και η αιτιολογία που δίνεται γι' αυτά.
- Οι διαδικασίες μέσω των οποίων καταγράφονται και αναπτύσσονται τα σχεδιαστικά χνάρια.
- Ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα σχεδιαστικά χνάρια.

Αμέσως μετά εξετάζουμε λεπτομερώς αυτές τις περιπτώσεις.

### **2.7.1 Οι ιδιότητες που ελέγχονται για να προσδιοριστούν τα σχεδιαστικά χνάρια**

Ο Alexander στα έργα του αναφέρεται, πολλές φορές και επί μακρόν, στην «Ποιότητα Χωρίς Όνομα» (The Quality Without a Name, QWaN). Χρησιμοποιεί αυτήν την «ποιότητα» για να διακρίνει τους χώρους και τα κτήρια που είναι «ζωντανά» από τους αρνητικούς ή «νεκρούς» χώρους. Τα σχεδιαστικά του χνάρια επιλέγονται για να επιτρέψουν το σχεδιασμό τέτοιων «ζωντανών» χώρων. Η διαδικασία που χρησιμοποιεί για τον καθορισμό χώρων με αυτήν την «ποιότητα» είναι βασισμένη στην προσωπική παρατήρηση, αλλά ο ίδιος υποστηρίζει ότι η «ποιότητα» είναι αντικειμενική και εμπειρική. Για να υποστηρίξει αυτήν την δήλωση αναφέρει ότι:

Όταν οι άνθρωποι δοκιμάζουν χώρους, που είτε έχουν είτε δεν έχουν αυτή την ποιότητα, οι απόψεις που διατυπώνουν σχετικά με την παρουσία ή την απουσία της παρουσιάζουν ένα υψηλό βαθμό συμφωνίας.

Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως αξίωση αξιοπιστίας αυτής της «ποιότητας», αν και ο Alexander δεν την ποσοτικοποιεί ούτε παρέχει οποιαδήποτε άλλα στοιχεία γι'

αυτή. Αυτό που γίνεται προφανές είναι η ολιστική φύση της «ποιότητας» που αναζητά ο Alexander. Ο Dovey (1990) θεωρεί ότι:

Τα σχεδιαστικά χνάρια προέρχονται από το ζωντανό κόσμο (lebenswelt) της καθημερινής εμπειρίας και κερδίζουν τη αξία τους, εάν έχουν κάποια αξία, όχι με το να αποδειχθούν εμπειρικά σωστά, αλλά παρουσιάζοντας μας μία άμεση σύνδεση μεταξύ του σχεδιαστικού χναριού και της εμπειρίας μας για το δομημένο περιβάλλον.

Στην τεχνολογία λογισμικού, ο Gabriel (1996a) ανέπτυξε την ιδέα του κώδικα που είναι καλά τεκμηριωμένος (habitable) έτσι ώστε να διευκολύνει εκείνους που ασχολούνται με την καθημερινή συντήρηση ενός συστήματος. Εξετάζει και τελικά απορρίπτει τις έννοιες, «ζωντανός, ολόκληρος, άνετος, ελεύθερος, ακριβής, δίχως εγωισμό και αιώνιος», αλλά αναγνωρίζει ότι «δεν μπορώ ακόμα να σας πω τι είναι αυτή η ποιότητα, αλλά μπορώ να σας πω μερικά πράγματα για το λογισμικό που την περιέχει». Ο Gamma και οι συνεργάτες του (1995) και ο Cline (1996) έδωσαν έμφαση στο σχεδιασμό λογισμικού που είναι εύκολο να επαναχρησιμοποιηθεί, σε συστήματα σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι δεκτικά σε ορισμένους τύπους αλλαγών, που είναι πιθανό να καταστούν απαραίτητες καθώς οι απαιτήσεις εξελίσσονται. Οι Winn και Calder (2002) την περιέγραψαν ως προσδιορισμό των «κρίσιμων σημείων» ενός συστήματος (ξεχωρίζοντας τις πτυχές του συστήματος που πρέπει να παραμένουν αμετάβλητες από εκείνες που πρέπει να επιτρέπεται να αλλάζουν). Άλλοι δίνουν έμφαση στη σαφήνεια της επικοινωνίας τόσο μεταξύ των ομάδων ανάπτυξης λογισμικού, όσο και μεταξύ των ομάδων ανάπτυξης και των ομάδων συντήρησης (π.χ., δείτε τους Beck και λοιποί, 1996, Cline, 1996, Schmidt, 1995). Οι Beck και Meszaros, στις συνεισφορές τους στην εργασία του Beck και των συνεργατών του (1996), την περιέγραψαν και οι δύο, σαν μια προσπάθεια να εξοικονομηθεί χρόνος κατά το σχεδιασμό του λογισμικού. Βέβαια ο Meszaros το προσδιορίζει περαιτέρω, υποστηρίζοντας ότι τα σχεδιαστικά χνάρια βοηθούν ώστε «οι λιγότερο πεπειραμένοι σχεδιαστές να παράγουν γρηγορότερα σωστά σχέδια». Η Tidwell (1999b) επέκρινε τους μηχανικούς λογισμικού, επειδή επικεντρώνονται σε «τεχνικές» αξίες περισσότερο και αποτυγχάνουν να εφαρμόσουν αξίες που να

σχετίζονται με την εμπειρία που αποκτούν οι χρήστες από τη χρήση του λογισμικού.

Η σημασία των σχεδιαστικών αξιών αναγνωρίστηκε νωρίς στην ανάπτυξη των σχεδιαστικών χαρακτηριστικών που εντάσσονται στο πεδίο της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) που αναφέρθηκαν σε αυτό το ζήτημα. Μερικοί ερευνητές έχουν επιδιώξει να προσδιορίσουν μια έννοια, που να αντιστοιχεί με την «ποιότητα χωρίς όνομα» στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Μια τέτοια έννοια προτάθηκε στη συνάντηση εργασίας ChiliPLoP του 1999 (Borchers 2000b, Borchers 2001a) και ήταν η «διαφάνεια» (transparency), ο Pemberton πρότεινε τη «δέσμευση» (engaging) (Pemberton, 2000), ο van Welie και οι συνεργάτες του (2000) πρότειναν σαν ικανοποιητική την έννοια της «ευχρηστίας» (usability). Ο Christiansen (2005) πρότεινε την «επιβεβαίωση ικανότητας» (competence affirmation), ο Finlay και οι συνεργάτες του (2002) συνέκριναν τη «ποιότητα χωρίς όνομα» με την έννοια της «πληρότητας» του Maslow (Maslow, 1970), η οποία ενσωματώνει μια αίσθηση ενότητας και ολοκλήρωσης ως ουσιαστικό συστατικό της αυτο-ενεργοποίησης (self-actualisation). Εντούτοις, καμία από αυτές τις προτάσεις δεν καλύπτει πλήρως αυτό που ο Alexander εννοούσε όταν δήλωνε ότι η «ποιότητα» είναι η ουσία της ζωντανής ύπαρξης.

Δεν είναι παράξενο το ότι είναι δύσκολο να συμφωνηθεί μια κατάλληλη έννοια που να αντιστοιχεί στη «ποιότητα χωρίς όνομα», δεδομένου του ολιστικού και εμπειρικού χαρακτήρα που της αποδίδεται από την εργασία του Alexander. Είναι αμφισβητήσιμο εάν η «ποιότητα» μπορεί, έστω, να υπάρξει στον τεχνολογικό σχεδιασμό, εάν πρέπει να επιδιωχθεί ή εάν υπάρχουν άλλες ιδιότητες (π.χ., ευχρηστία, αποδοχή, δέσμευση), που μπορούν να είναι πιο κατάλληλες, σαν αποτελέσματα της χρήσης των αλληλεπιδραστικών σχεδιαστικών χαρακτηριστικών. Βεβαίως, στο επίπεδο των στοιχείων που αποτελούν μία διεπαφή, η ευχρηστία μπορεί να είναι περισσότερο επιθυμητή. Το τι είναι θεμελιώδες στην ποιότητα του λογισμικού αμφισβητείται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό, απ' ότι το τι είναι θεμελιώδες στην αρχιτεκτονική, πράγμα που επιτείνει τις δυσκολίες που υπάρχουν στον προσδιορισμό μιας έννοιας που να αντιστοιχεί στη «ποιότητα χωρίς όνομα» του Alexander. Εντούτοις, είναι πολύτιμο να ερευνηθεί τι σημαίνει

«ζωντανό» στα πλαίσια του τεχνολογικού σχεδιασμού. Βεβαίως ιδιότητες του ζωντανού κόσμου όπως το πλαίσιο εφαρμογής, η συνειδητοποίηση και η προσαρμοστικότητα, έχουν ερευνηθεί στον τεχνολογικό σχεδιασμό. Ενώ όμως, όταν μιλάμε θεωρητικά, αυτές οι ιδιότητες κρίνονται επιθυμητές, οι κατάλληλες «τεχνολογικές» ερμηνείες αυτών των ιδιοτήτων παραμένουν αόριστες. Η έννοια της «ποιότητας» αποδεικνύεται ιδιαίτερα σχετική όταν εξετάζουμε σχεδιαστικά χνάρια σε πιο υψηλό επίπεδο από εκείνο των συγκεκριμένων στοιχείων που αποτελούν τις διεπαφές. Τέτοια υψηλού επιπέδου σχεδιαστικά χνάρια είναι, παραδείγματος χάριν, αυτά που περιγράφουν πώς, πότε κι ακόμα αν πρέπει να επεκταθεί η τεχνολογία. Υπάρχουν μάλλον λίγα παραδείγματα σχεδιαστικών χναριών σε αυτό το επίπεδο, με τα σχεδιαστικά χνάρια του Schuler (2002), για τη «ζωντανή επικοινωνία», να είναι τα πιο σχετικά.

Εντούτοις, οι Fincher και Utting (2002) επέμειναν ότι τα σχεδιαστικά χνάρια και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών, πρέπει να ενσωματώνουν αξίες, δεδομένου ότι υποστηρίζουν ιδιαίτερες σχεδιαστικές ιδέες, που επιδιώκεται να γίνουν παράδειγμα προς μίμηση. Ως εκ τούτου, όλη η προσπάθεια για ανάπτυξη των σχεδιαστικών χναριών και των γλωσσών τους, προκαλεί τους επαγγελματίες και τους ερευνητές που δραστηριοποιούνται στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, να επανεξετάσουν τα συστήματα αξιών που χρησιμοποιούν.

### **2.7.2 Αξίες κατά την επιλογή και την αιτιολόγηση μεμονωμένων σχεδιαστικών χναριών**

Όπως η πληροφόρηση για τη διαδικασία της επιλογής «καλών» (ορθών) σχεδιασμών από τους οποίους μπορούν να προσδιοριστούν σχεδιαστικά χνάρια, έτσι και μεμονωμένα σχεδιαστικά χνάρια που επιλέγονται και οι αιτιολογίες που παρέχονται γι' αυτά, βοηθούν να γίνουν φανερές οι σχεδιαστικές αξίες που υποστηρίζονται από τους συντάκτες τους. Παραδείγματος χάριν, ο Alexander περιλαμβάνει σχεδιαστικά χνάρια όπως το Old People Everywhere (40) και το Four Storey Limit (21) που απεικονίζουν σαφώς τις ιδιαίτερες σχεδιαστικές αξίες που αναπτύσσουν οι κοινότητες κατά την επαφή τους με το περιβάλλον.

Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, τα σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζουν επίσης τις αξίες και τις προτεραιότητες των συντακτών τους. Παράδειγμα είναι τα σχεδιαστικά χνάρια του Borchers, Attract-Engage-Deliver και Easy Handover, που και τα δύο απεικονίζουν την αξία της αποδοτικότητας, από την άποψη της ροής των ανθρώπων μέσα σε μία έκθεση. Η περίπτωση του πρώτου χναριού αφορά την προοπτική που ο χορηγός ή ο διοργανωτής μιας έκθεσης βλέπει το θέμα. Άρα ο κρίσιμος παράγοντας είναι, σε αυτή την περίπτωση, η επιθυμία να μεγιστοποιηθεί ο αριθμός των ανθρώπων που θα λάβουν το μήνυμα που επιδιώκεται να σταλεί μέσω της έκθεσης. Το δεύτερο χνάρι επίσης αφορά την αποδοτικότητα αλλά έχει μια ελαφρώς διαφορετική εστίαση από το προηγούμενο. Το χνάρι αυτό απεικονίζει τις ανάγκες του χρήστη στο επίπεδο της δοσοληψίας, συνήθως γρήγορης, που γίνεται κατά τη διάρκεια μιας έκθεσης. Ο van Duyne και οι συνεργάτες του (2003) περιλαμβάνουν στην εργασία τους μια ομάδα έξι σχεδιαστικών χναριών που χρησιμοποιούνται για την «Οικοδόμηση Εμπιστοσύνης και Αξιοπιστίας» (Building Trust and Credibility). Αυτά τα σχεδιαστικά χνάρια εστιάζουν στον τρόπο με τον οποίο οι σχεδιαστές μπορούν να δημιουργήσουν Διαδικτυακές εφαρμογές που να προκαλούν μια αίσθηση εμπιστοσύνης. Εντούτοις, η προτεραιότητα που δίνεται με τη χρήση τους, είναι στην καθιέρωση αξιοπιστίας μέσω της εξωτερικής εμφάνισης και των ρητών δηλώσεων εμπιστοσύνης, χωρίς να γίνεται οποιαδήποτε προσπάθεια να εξεταστεί η πραγματική συμπεριφορά (αξιόπιστη ή μη) του οργανισμού που βρίσκεται πίσω από τον ιστοχώρο.

Οι αξίες, μέσα από την επιλογή και την αιτιολογία των σχεδιαστικών χναριών, απεικονίζονται στην παρουσίαση τους σε διαφορετικά επίπεδα, τα οποία παρέχουν ένα πλαίσιο εφαρμογής, που βασίζεται σε αξίες, ακόμη και όπου τα σχεδιαστικά χνάρια δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν άμεσα. Ο Alexander περιλαμβάνει σχεδιαστικά χνάρια για μια σειρά επιπέδων σχεδιασμού. Ξεκινά από την περιφερειακή και τη συνολική ανάπτυξη των πόλεων και μέσω του τοπικού σχεδιασμού τους φτάνει μέχρι το σχεδιασμό γειτονιών, κτηρίων, και εσωτερικών χώρων. Σαφώς και κάθε δυνητικός χρήστης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί όλα αυτά τα σχεδιαστικά χνάρια. Οι ιδιοκτήτες σπιτιών μπορούν να χρησιμοποιήσουν μόνο σχεδιαστικά



χνάρια εσωτερικού χώρου και περιορισμένο αριθμό από αρχιτεκτονικά σχεδιαστικά χνάρια, ενώ οι αρχιτέκτονες, οι κατασκευαστές, και οι αρμόδιοι για το σχεδιασμό της πόλης θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν άμεσα σχεδιαστικά χνάρια για τα κτίρια και τις γειτονιές. Σχετικά λίγοι, από τους συμμετέχοντες στη διαδικασία, θα είναι σε θέση να κάνουν άμεση χρήση σχεδιαστικών χναριών υψηλοτάτου επιπέδου (π.χ., το Independent Regions). Σίγουρα ο Alexander θα υποστήριζε ότι κάθε τέτοια ανάπτυξη συνεισφέρει ένα κομμάτι σε αυτά τα σφαιρικά (γενικά) χνάρια. Παρόλα αυτά, τα γενικά σχεδιαστικά χνάρια δεν είναι χωρίς σημασία. Αντίθετα είναι σημαντικά, δεδομένου ότι εκφράζουν τις αξίες που υποστηρίζουν την άποψη των δημιουργών για την αρχιτεκτονική ανάπτυξη, παρέχοντας το πλαίσιο για την εφαρμογή σχεδιαστικών χναριών χαμηλότερου επιπέδου.

Στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, δεν έχει γίνει μέχρι τώρα μεγάλη προσπάθεια για τη δημιουργία υψηλού επιπέδου σχεδιαστικών χναριών σαν αυτά που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Ίσως η πιο σχετική εργασία είναι το Public Sphere Project που υποστηρίζεται από τους Computer Professionals for Social Responsibility (Schuler, 2002). Εντούτοις είναι εύκολο να δούμε τη συσχέτιση μεταξύ τύπων περιβαλλόντων, φιλοσοφιών και κλιμάκων ανάπτυξης, με συγκεκριμένες αρχές που πολλοί ερευνητές και επαγγελματίες θα επιθυμούσαν να προωθήσουν στον αλληλεπιδραστικό σχεδιασμό.

### **2.7.3 Αξίες στη διαδικασία ανάπτυξης σχεδιαστικών χναριών**

Στο βιβλίο του *The Timeless Way of Building*, ο Alexander (1979) περιέγραψε την εξέλιξη των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, ως κοινωνική διαδικασία που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη συμμετοχή των χρηστών, τόσο στη χρησιμοποίηση της γλώσσας, όσο και στη συζήτηση για την εξέλιξη της. Το ίδιο κρίσιμη είναι η χρήση των κτηρίων που παράγονται μέσω αυτής της γλώσσας αλλά και η ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των χρηστών για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που παρουσιάζουν αυτά τα κτίρια. Ειδικότερα ο Alexander θεωρεί ότι η επαγγελματικοποίηση της συζήτησης γύρω από το σχεδιασμό, οδηγεί τους ανθρώπους «να χάνουν την εμπιστοσύνη στην κρίση τους» αναφορικά με το ποια σχέδια τους είναι χρήσιμα. Από το βιβλίο *The Oregon*

*Experiment*, είναι προφανές ότι ο Alexander και οι συνεργάτες του (1975) ανέμεναν ότι συγκεκριμένες κοινότητες θα προσάρμοζαν υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια ώστε να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες ανάγκες τους αλλά και ότι θα δημιουργούσαν σχεδιαστικά χνάρια και γλώσσες σχεδιαστικών χναριών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για να τις αντιμετωπίσουν. Ο King (1993) επίσης αναφέρθηκε στην ανάπτυξη συγκεκριμένων γλωσσών μέσα σε συγκεκριμένες κοινότητες. Αυτή η άποψη της εξέλιξης μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών ως κοινωνική διαδικασία μπορεί να συγκριθεί με έννοιες όπως η κοινότητα λόγου (speech community) (Wynn & Novick, 1995), ή η οικολογία γένους (genre ecology) (Erickson, 2000b).

Στην τεχνολογία λογισμικού, μια συγκεκριμένη πρακτική, αυτή των «συναντήσεων εργασίας μεταξύ δημιουργών» και της «καθοδήγησης» (shepherding) έχει εξελιχθεί για να υποστηρίξει την ανάπτυξη σχεδιαστικών χναριών και γλωσσών σχεδιαστικών χναριών. Κάθε συνάντηση εργασίας έχει έναν «καθοδηγητή», που ενεργεί ως πρόεδρος και διευκολύνει τις διεργασίες μεταξύ των συμμετεχόντων, καθώς συνεργάζεται με τους συντάκτες διαφόρων εγγράφων, ώστε να προετοιμαστεί αρχικά ένα κοινό έγγραφο, που στη συνέχεια θα παρουσιαστεί στη συνάντηση εργασίας. Εκεί, οι συμμετέχοντες συζητούν το έγγραφο, αλλά ο συντάκτης (ή οι συντάκτες) δεν μπορούν να σχολιάσουν. Ο ρόλος τους είναι, μόνο, να ακούν τη συζήτηση που γίνεται. Μετά από τη συζήτηση, ο συντάκτης (ή οι συντάκτες) ολοκληρώνουν το έγγραφο παίρνοντας υπόψη τα σχόλια των συμμετεχόντων και στη συνέχεια το έγγραφο δημοσιεύεται (Buschmann, Johnson, και λοιποί, 1996 Coplien, 2001 Kafura, Lavender, & Schmidt, 1995). Μια κρίσιμη παράμετρος σε αυτήν την διαδικασία είναι να εξασφαλιστεί ότι τα σχόλια θα είναι πάντα εποικοδομητικά και καλοπροαίρετα, με το διορισμένο «καθοδηγητή» να έχει την ευθύνη, για να υπάρχει η σωστή ατμόσφαιρα μεταξύ των συμμετεχόντων.

Υπάρχουν κάποια στοιχεία παρόμοιων συναντήσεων εργασίας για τη δημιουργία σχεδιαστικών χναριών που να αφορούν την αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή. Ο Borchers (2001a), παραδείγματος χάριν, περιγράφει πώς ένα σχεδιαστικό χνάρι τροποποιήθηκε κατά τη διάρκεια μιας τέτοιας συνάντησης πριν συμπεριληφθεί τελικά στη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που

δημοσιεύτηκε μετά το τέλος της συνάντησης. Ο Schümmer και οι συνεργάτες του (2004) συμπεριλαμβάνουν στην εργασία τους, εκτός της διαδικασίας τροποποίησης και την πρακτική της καθοδήγησης. Ενώ όμως στις συναντήσεις εργασίας των δημιουργών υπογραμμίζεται ότι η δημιουργία σχεδιαστικών χναριών είναι μία επαγγελματική, αν και ανώριμη, δραστηριότητα, στο Participatory Patterns Project (Dearden και λοιποί, 2002a, 2002b, Finlay και λοιποί, 2002) αναφέρεται ότι η χρήση των σχεδιαστικών χναριών σε συμμετοχικό πλαίσιο, επέτρεψε στους χρήστες να κριτικάρουν και να κάνουν προτάσεις για αλλαγές στα σχεδιαστικά χνάρια. Αυτό δείχνει ότι το όραμα του Alexander για χρήστες που να κατέχουν και να εξελίσσουν τις δικές τους γλώσσες, μπορεί να διευκολυνθεί από τη χρήση συμμετοχικών πρακτικών.

Ένα άλλο γεγονός που έχει εμποδίσει την ανάπτυξη γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, ιδιαίτερα στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, είναι ότι οι ερευνητές που ενδιαφέρονται για το θέμα δεν επικοινωνούν μεταξύ τους. Ο Bayle και οι συνεργάτες του (1998) αναγνώρισαν ότι η ανάπτυξη γλωσσών σχεδιαστικών χναριών πρέπει να είναι μια κοινή προσπάθεια, όμως η πίεση του ανταγωνισμού μέσα στο ευρύτερο ερευνητικό πλαίσιο δεν βοηθά σε μια τέτοια συνεταιριστική προσέγγιση. Αυτός ο ανταγωνισμός αντί να οδηγήσει σε κοινές προσπάθειες, έχει οδηγήσει σε ανταγωνιστικές φωνές και μεμονωμένες (και συχνά επαναλαμβανόμενες) προσπάθειες. Διάφορες κινήσεις που έγιναν και συνεχίζουν να γίνονται, για την ανάπτυξη ενός κοινού σχήματος XML για σχεδιαστικά χνάρια (Fincher, 2003) και τη διαθεσιμότητα των βασισμένων στον Ιστό (Web-based) συστημάτων επικοινωνίας, ώστε να επιτρέψουν τη σε απευθείας σύνδεση (on line) συνεργασία, στην προσπάθεια τεκμηρίωσης και διανομής των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών (π.χ., van Welie, 2002-2008), είναι ίσως το πιο ελπιδοφόρο βήμα προς ένα συνεπέστερο διαμοιρασμό των αποτελεσμάτων που προκύπτουν, από τις προσπάθειες ανάπτυξης σχεδιαστικών χναριών.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα ο Schuler (2002) και άλλοι συνάδελφοι του αναπτύσσουν ένα, σε απευθείας σύνδεση (on line), περιβάλλον υποβολής και συζήτησης σχεδιαστικών χναριών, με σκοπό την καταγραφή τους μέσω «ζωντανής επικοινωνίας». Αυτό το περιβάλλον επιτρέπει

στους συμμετέχοντες να συντάσσουν και να υποβάλλουν τα σχεδιαστικά τους χνάρια, και επίσης τους επιτρέπει να βλέπουν τα σχεδιαστικά χνάρια που έχουν ήδη υποβληθεί και να τα αναθεωρούν. Ελπίζεται ότι αυτό το περιβάλλον θα υποστηρίξει στο μέλλον μια συνεργατική διαδικασία, μέσω της οποίας οι συμμετέχοντες θα μπορούν να επιλέγουν και να αναπτύσσουν σχεδιαστικά χνάρια, κινούμενοι προς την κατεύθυνση της δημιουργίας μιας συνεπούς γλώσσας σχεδιαστικών χναριών.

#### **2.7.4 Αξίες στη διαδικασία χρησιμοποίησης σχεδιαστικών χναριών**

Η χρήση από τον Alexander σχεδιαστικών χναριών, για να υποστηρίξει το συμμετοχικό σχεδιασμό, καθοδηγείται (εν μέρει) από ένα σύστημα αξιών που έχει σαν ουσιαστικά συστατικά, τόσο τον τοπικό έλεγχο του σχεδιασμού, όσο και την εξάρτηση του από το πλαίσιο εφαρμογής. Στα βιβλία *The Linz Café* (Alexander, 1982) και *A New Theory of Urban Design* (Alexander και λοιποί, 1987) αναφέρεται η σημασία της λήψης αποφάσεων στον χώρο κατασκευής όπως και η σημασία του να λαμβάνεται υπόψη το περιβάλλον πλαίσιο. Στα *The Oregon Experiment* και *The Production of Houses* ο Alexander και οι συνεργάτες του (1975, 1985) υπογράμμισαν τη σπουδαιότητα της χρήσης σχεδιαστικών χναριών από μια κοινότητα ώστε να έχει τη δυνατότητα να σχεδιάζει ότι της είναι απαραίτητο. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι: στις καταστάσεις που περιγράφονται στα βιβλία του Alexander, τα ήδη υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια δεν θεωρούνται απόλυτες σχεδιαστικές οδηγίες, αλλά μάλλον οδηγίες που πρέπει να ερμηνευθούν τοπικά και να είναι ανοικτές στην πρόκληση των προσαρμογών σε τοπικό επίπεδο.

Από τις έρευνες που αφορούν το συμμετοχικό σχεδιασμό στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή γίνεται σαφής η τάση για την αντιμετώπιση των χρηστών σαν ενεργών συμμετεχόντων και όχι σαν παθητικών «υποκειμένων». Τονίζεται επίσης η σημασία του τοπικού πλαισίου εφαρμογής στο σχεδιασμό συστημάτων (Dearden & Finlay, 2006). Όπως συζητήθηκε και στην προηγούμενη ενότητα, στα πλαίσια του Participatory Patterns Project (Dearden και λοιποί 2002a, 2002b, Finlay και λοιποί 2002) έχουν διεξαχθεί μερικές αρχικές έρευνες σχετικά με αυτά τα θέματα. Τα αποτελέσματα από αυτές

τις έρευνες δείχνουν, ότι υπάρχει περίπτωση, οι χρήστες να αποδώσουν αδικαιολόγητα μεγάλη βαρύτητα στις συμβουλές που τους παρουσιάζονται με τη μορφή σχεδιαστικών χναριών (Dearden και λοιποί, 2002b). Για να αποφευχθεί αυτό, προτείνεται, από τους ερευνητές, η ενθάρρυνση της κατοχής και της ανάπτυξης των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών από τους χρήστες.

## **2.8 Ορισμός και τρόπος παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια**

### **2.8.1 Ορισμός για τα σχεδιαστικά χνάρια**

Από τις αναφορές που προηγήθηκαν μπορούμε να καταλήξουμε σε ένα πιθανό επαρκή ορισμό:

**Ορισμός:** Ένα σχεδιαστικό χνάρι μπορεί να οριστεί ως μια δομημένη περιγραφή του αμετάβλητου πυρήνα των ορθών λύσεων, που δίνονται σε ένα επαναλαμβανόμενο πρόβλημα. Ο τρόπος όμως που ο πυρήνας αυτός χρησιμοποιείται, για να προκύψει η συνιστώμενη, κάθε φορά, λύση, προσαρμόζεται στο συγκεκριμένο πλαίσιο εφαρμογής της.

**Σχόλιο 1.** Από την πρώτη πρόταση του ορισμού φαίνεται ξεκάθαρα ότι το σχεδιαστικό χνάρι περιγράφει τον αμετάβλητο κοινό πυρήνα των λύσεων στο (επαναλαμβανόμενο) πρόβλημα. Η έννοια του όρου αμετάβλητος αναφέρεται εδώ σε ένα σύνολο κοινών χαρακτηριστικών που πρέπει να έχουν οι συνιστώμενες λύσεις.

**Σχόλιο 2.** Η δεύτερη πρόταση του ορισμού τονίζει τον τρόπο χρήσης ενός σχεδιαστικού χναριού, που θα πρέπει να προσαρμόζεται στις συγκεκριμένες περιστάσεις (πλαίσιο) που εφαρμόζεται. Σαν αποτέλεσμα, υπάρχει μεταβλητότητα στον τρόπο που η λύση, που προτείνει το σχεδιαστικό χνάρι, παρουσιάζεται σε διαφορετικές εφαρμογές.

### **2.8.2 Τρόπος παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια**

Το σχεδιαστικό χνάρι που θα παρουσιάσουμε ανήκει σαφώς στο πεδίο της Αλληλεπίδρασης Ανθρώπου Υπολογιστή (CHI), αφού αφορά το σχεδιασμό της πρώτης σελίδας ενός ξενοδοχειακού ιστοχώρου. Γι' αυτό το λόγο, στον τρόπο

παρουσίασης που προκρίναμε, δίνεται έμφαση στη γραφική παρουσίαση της λύσης, που δίνει το σχεδιαστικό χνάρι στο πρόβλημα το οποίο καλείται να αντιμετωπίσει.

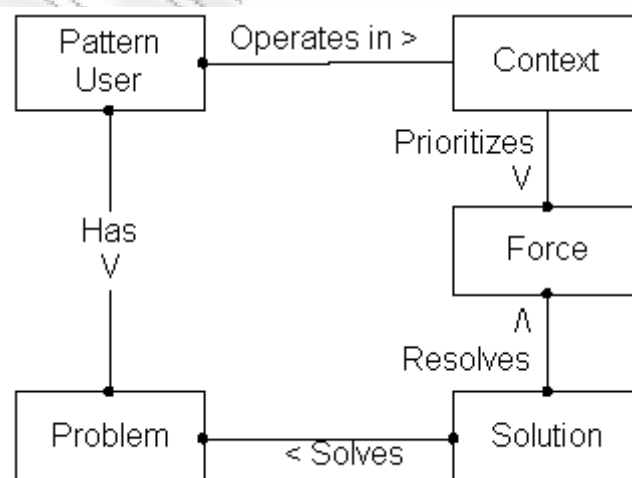
Όπως αναφέρθηκε ήδη, το χνάρι αυτό θα έχει τη μορφή ενός συνόλου επί μέρους σχεδιαστικών χναριών, δηλαδή θα είναι ένα μακροχνάρι ή μία γλώσσα σχεδιαστικών χναριών. Έτσι στον τρόπο παρουσίασης τονίζεται η σχέση του με τα χνάρια που το αποτελούν και τα χνάρια αυτά παρουσιάζονται με συνοπτικό τρόπο.

Λαμβάνοντας υπόψη τα όσα αναφέρθηκαν, ο τρόπος παρουσίασης θα διαμορφωθεί, με βάση αυτόν που εισηγήθηκε ο Alexander, ως εξής:

### Τρόπος Παρουσίασης (Format)

- ◆ **Όνομα:** Ένα όνομα, συνοπτικό και ενδεικτικό, για το σχεδιαστικό χνάρι.
- ◆ **Πλαίσιο:** Ένα πλαίσιο εφαρμογής για το σχεδιαστικό πρόβλημα..
- ◆ **Πρόβλημα:** Περιγραφή του προβλήματος.
- ◆ **Δυνάμεις:** Δυνάμεις, οι οποίες συνδέονται με το πρόβλημα και απαιτούν ανάλυση. (Οι συχνά αντιφατικές θεωρήσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή μιας λύσης σε ένα πρόβλημα (Meszaros & Doble, 1998))
- ◆ **Λύση:** Περιγραφή της λύσης που προτείνεται.

Σχέδιο 2.2 Σχέσεις μεταξύ των βασικών στοιχείων ενός σχεδιαστικού χναριού (Meszaros & Doble, 1998)



- ◆ **Αιτιολογία:** Αιτιολόγηση που επεξηγεί την επιλογή της συγκεκριμένης λύσης.
- ◆ **Γραφική παρουσίαση λύσης:** Παρουσιάζεται η λύση που περιγράψαμε σε γραφική μορφή.
- ◆ **Παράδειγμα:** Ένα παράδειγμα εφαρμογής του χναριού.
- ◆ **Σχετιζόμενα χνάρια:** Αναφέρονται τα σχεδιαστικά χνάρια που συνεισφέρουν στο χνάρι που περιγράφεται και οι σχέσεις που τα συνδέουν.
- ◆ **Παρουσίαση σχετιζόμενων χναριών:** Συνοπτική παρουσίαση των σχετιζόμενων χναριών (thumbnails).

**Σχόλιο.** Η γραφική παρουσίαση λύσης δείχνει πως θα φαίνεται το χνάρι όταν χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή μιας αρχικής σελίδας αλυσίδας ξενοδοχείων στο Διαδίκτυο.

## 3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

### Μέθοδος εξαγωγής Σχεδιαστικών Χναριών Αλυσίδων Ξενοδοχείων

#### 3.1 Ανάλυση υπαρχόντων ιστοχώρων

Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι να προτείνει μια λύση για το σωστό σχεδιασμό της αρχικής σελίδας αλυσίδων ξενοδοχείων μέσω μίας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών. Όπως αναφέρθηκε τα σχεδιαστικά χνάγια πρέπει να «εξορυχτούν» από τις υπάρχουσες σχεδιαστικές λύσεις. Γι' αυτό το λόγο έπρεπε να δούμε τι είδους λύσεις έχουν δοθεί στο σχεδιασμό αρχικών σελίδων του είδους αυτού στο Διαδίκτυο.

Για να μπορέσουμε να αντιληφθούμε τι συμβαίνει στον κόσμο του Διαδικτύου, αναλύσαμε τα περιεχόμενα των αρχικών σελίδων υπαρχόντων ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων στο Διαδίκτυο, μέσω μίας εκτεταμένης έρευνας που περιέλαβε την εξέταση αρχικών σελίδων 153 ιστοχώρων ή ομάδων ιστοχώρων αυτού του είδους. Σαν ομάδα ιστοχώρων θεωρούμε ιστοχώρους που ακολουθούσαν παρόμοιο, με πολύ μικρές αποκλίσεις, σχεδιασμό για τις αρχικές τους σελίδες.

Τα περιεχόμενα της κάθε αρχικής σελίδας αναλύθηκε σε επί μέρους λειτουργίες και οι λειτουργίες αυτές χωρίστηκαν σε δύο ομάδες.

Στην πρώτη ομάδα συμπεριλήφθηκαν οι λειτουργίες που είχαν προκύψει από τη μελέτη της βιβλιογραφίας και των σχετικών σχεδιαστικών χναριών για τις γενικές λειτουργίες που πρέπει να έχει μια αρχική σελίδα ενός ιστοχώρου και από μια προκαταρκτική έρευνα σε 15 περίπου ξενοδοχειακούς ιστοχώρους όπως οι: Hilton, Holliday Inn, Divani Caravel, Sofitel, Novotel, Intercontinental, Sheraton, Club Med, Porto Carras, Sunny Resort, Grand Hotel des Iles Borromees, Capsis Hotel& Resort, Starhotels, Aqua Sol και Ledra Marriott που είχε προηγηθεί της κύριας. Οι λειτουργίες αυτές είναι οι:

- About Us
- Contact Us



- Faq
- Site Map
- Newsletter
- Offers
- Εκδηλώσεις
- News
- Εργασία
- Breadcrumbs
- Privacy Policy
- Κατασκευαστής Ιστοχώρου.
- Find a Hotel
- Διαθεσιμότητα

Στην δεύτερη ομάδα συμπεριλήφθηκαν επιπλέον λειτουργίες που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της κύριας έρευνας και είναι οι:

- Διαχείριση Κρατήσεων
- Security
- Terms & Conditions
- Μέλη
- Partners
- Συνεργάτες
- Press
- Hotel Directory
- Rss
- Brand
- Franchise
- Affiliate

Για όλες τις παραπάνω λειτουργίες καταγράφηκε η θέση της ιστοσελίδας που εμφανίζονται και έτσι προέκυψαν πίνακες που δείχνουν, σε ποια θέση εμφανίζεται η κάθε λειτουργία σε κάθε αρχική σελίδα ξενοδοχειακού ιστοχώρου.

Επειδή στους πίνακες που ακολουθούν κάποιες από τις λειτουργίες αναφέρονται με συντομογραφίες και η θέση τους στην ιστοσελίδα με συνδυασμούς αρχικών γραμμάτων των λέξεων που δείχνουν αυτή τη θέση, δίνονται, πριν τους πίνακες, διευκρινίσεις που βοηθούν στην κατανόηση και τη μελέτη τους.

- Διευκρινίσεις για τις συντομογραφίες που χρησιμοποιούνται στις επικεφαλίδες των στηλών των πινάκων που ακολουθούν:
  - **BREADCR:** Breadcrumbs δηλαδή αν υπάρχει αυτός ο τρόπος πλοήγησης.
  - **PR. POL.:** Privacy Policy. Η πολιτική της εταιρίας για την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων του χρήστη.
  - **ΚΑΤ. ΙΣΤ.:** Κατασκευαστής Ιστοχώρου.
  - **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ:** Διαχείριση Κρατήσεων.
  - **TERMS&CON:** Terms & Conditions. Οι όροι και οι προϋποθέσεις για να χρησιμοποιηθεί το υλικό που περιέχεται στον ιστοχώρο.
  - **HOTEL DIR:** Hotel Directory. Η δυνατότητα να δούμε όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας συγκεντρωτικά.
- Διευκρινίσεις για το συνδυασμό αρχικών γραμμάτων λέξεων που χρησιμοποιούνται ώστε να δείχνουν τις θέσεις των λειτουργιών στην ιστοσελίδα:
  - **H:** Header.
  - **F:** Footer.
  - **U:** Up που σημαίνει οριζόντιο μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
  - **L:** Left που σημαίνει κάθετο μενού στο αριστερό μέρος της σελίδας.
  - **D:** Down που σημαίνει οριζόντιο μενού στο κάτω μέρος της σελίδας πάνω από το Footer.
  - **R:** Right που σημαίνει κάθετο μενού στο δεξιό μέρος της σελίδας.
  - **LP:** Left Page που σημαίνει στο αριστερό μέρος της σελίδας εκτός μενού.
  - **RP:** Right Page που σημαίνει στο δεξιό μέρος της σελίδας εκτός μενού.

- **URESERV:** Η επιλογή στην οποία αναφερόμαστε βρίσκεται στο οριζόντιο πάνω μενού μέσα στην επιλογή Reservation. Χρησιμοποιήθηκε μόνο μία φορά.
- **RH:** Right Header που σημαίνει μενού στο δεξιό μέρος του Header.
- **LH:** Left Header που σημαίνει μενού στο αριστερό μέρος του Header.
- **MP:** Middle Page που σημαίνει στη μέση της σελίδας εκτός μενού.
- **U1:** Up1 που σημαίνει το πρώτο από δύο οριζόντια μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
- **U2:** Up2 που σημαίνει το δεύτερο από δύο οριζόντια μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
- **M:** Middle που σημαίνει οριζόντιο μενού στη μέση της σελίδας ή κάθετο μενού μεταξύ Left και Right.
- **LF:** Left Footer που σημαίνει μενού στο αριστερό μέρος του Footer.
- **MF:** Middle Footer που σημαίνει μενού στο κεντρικό μέρος του Footer.
- **L or R:** Η επιλογή βρίσκεται σε κάθετο μενού αριστερά ή δεξιά. Χρησιμοποιείται σε Αλυσίδες ξενοδοχείων με κοινό σχεδιασμό αλλά με αυτή τη διαφορά.
- **F1:** Footer1 που σημαίνει το πρώτο από δύο οριζόντια μενού στο Footer.
- **F2:** Footer2 που σημαίνει το δεύτερο από δύο οριζόντια μενού στο Footer.
- **P:** Page που σημαίνει μέσα στη σελίδα εκτός μενού.
- **UP:** Upper Page που σημαίνει μέσα στη σελίδα κάτω ακριβώς από το οριζόντιο μενού Up. Χρησιμοποιήθηκε μόνο μία φορά.

Συνοπτικά οι συνδυασμοί αρχικών γραμμών λέξεων που χρησιμοποιούνται ώστε να δείχνουν τις θέσεις των λειτουργιών επεξηγούνται στο παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 3.1 Επεξηγήσεις Συνδυασμών Αρχικών Γραμμάτων που δείχνουν τη θέση κάθε λειτουργίας στην αρχική σελίδα**

<b>Συνδυασμοί Αρχικών Γραμμάτων</b>	<b>Επεξηγήσεις</b>
<b>H</b>	<b>H(eader)</b>
<b>F</b>	<b>F(ooter)</b>
<b>U</b>	<b>U(p)</b>
<b>L</b>	<b>L(ef)t</b>
<b>D</b>	<b>D(own)</b>
<b>R</b>	<b>R(ight)</b>
<b>LP</b>	<b>L(ef)t P(age)</b>
<b>RP</b>	<b>R(ight) P(age)</b>
<b>URESERV</b>	<b>U(p) with RESERV(ation)</b>
<b>RH</b>	<b>R(ight) H(eader)</b>
<b>LH</b>	<b>L(ef)t H(eader)</b>
<b>MP</b>	<b>M(iddle) P(age)</b>
<b>U1</b>	<b>U(p)1</b>
<b>U2</b>	<b>U(p)2</b>
<b>M</b>	<b>M(iddle)</b>
<b>LF</b>	<b>L(ef)t F(ooter)</b>
<b>MF</b>	<b>M(iddle) F(ooter)</b>
<b>L or R</b>	<b>L(ef)t or R(ight)</b>
<b>F1</b>	<b>F(ooter)1</b>
<b>F2</b>	<b>F(ooter)2</b>
<b>P</b>	<b>P(age)</b>
<b>UP</b>	<b>U(pp)er P(age)</b>

Πίνακας 3.2 Πίνακας της 1<sup>ης</sup> ομάδας λειτουργιών

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	ΚΑΤ. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
ABBA	H	F			H	U	U		F		F		L,U	L
AC	D	D		F	D,R	U	D		D				U	R
ACC-Nifos	H	H	H			LP							L,U	L
ACCOR	F	U		F		RP	H		F		F		L,U	L,H
ADAM'S MARK	F	F		F		URESERV	U		F		F	F	U	L
AFFINIA	F	H,F				U	U		F		F			L
AMERICINN	F	U		F	L	U	U				F	F	L	L
AMERISUITES	U	F		F							F		U	L
ARCOTEL	U				R				U,F				U	RH
ASTON	U	F		F	D	U					F		U,R	R
BARCELO	D	D				U,F	U		D		F		L,U,F	L,F
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN -HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 -TRAVELODGE - WINGATE	RH	RH		F		U			F				U	L
BENCHMARK	U,F	F			D	D	U	D	U,F		F			
BEST INNS - COUNTRY HEARTH		L,F				U					F	F		L
BEST VALUE INN	U,F	U,F		F		U,F							L	
BEST WESTERN	F	L		F	F	U,F			F		F		L	L
BOSCOLO	F	H		F	H	U	U						L	L
BRISAS	U	U,F				U	U				F		L	L,U

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
CAESAR PARK	U				RP	U							L	L
CAMINO REAL	U,F	L,U				U,F,L		U,F					L	L
CANDLEWOOD	F					U					F		MP	MP,U
CHARMING	F	H		H	R	U	U	U		U	F		U	R
CHOICE ALL BRANDS	F			F	MP	U1			F		F		L,U1	L
CLASSIC INTER		U						L					U	
CLUBHOUSE		L				L						F		
COAST	F	U		F			U	F	F		F	F	U	L,U
COASTAL	L	L			L				L		F		L,R	
CONCORDE	U,F	U				U	U							L
CONRAD	U			D	D	R	U	R			D		U	L
COUNTRY INNS - RADISSON	D	UP,D		F		RP	U,RP		D		F		L	L
CRESTWOOD					R	H,U,D,F			U				P	R,H
CROSSLAND - STUDIO PLUS	U,F	U		F		U,F		H,R	F		F		U	L
DAN HOTELS	H	H				U,R	U	U		U		F	U	L
DE VERE	H	F		F		H	U		F,MP	H		F	H,U,MP	R,H
DELTA HOTELS	F	F		F		P			F		F		R,U	R,U
DESIGN HOTELS	F	RH			P				F		F		R	M
DESTINATION HOT.	F			F		U,R	U		F		F		L	
DORINT HOTELS	F	F				U			F	MP	F		U	R
DRURY HOTELS	U,F	U				U,F					F		U	L,U
EL CID	H,F	F			R	M	U,F				F		M	
EXECUTIVE	H,F	H,F		H,F		H,U,F	F						H,F	H,R
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	U,F	F	MP	F		U,F		H	F		F		U	L
FAIRMONT	U	F		F	R		U		F		F		U	R

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΓΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
HOTELS														
FIESTAMERICANA	H,U			H		U							H	L
FLAG CHOICE	H,F	H,F		H,F		U								L
FOUR POINTS	U					P	D		D,F1		F1		P	P
FOUR SEASONS	F	RH		F		L	L		F	H	F		RH,L,LF	RH
GHA	U1,F	U2		U1,F		U1					F		U1	L
GOLDEN TULIP	U	U	D	D	RP	U	U	P	D				U	R
GRAND BAY BEACH	U,F	U,F										F		R
GRAND HERITAGE	U,F	U							U				P	R
GRAND TRADITION	U	U											U	
GREAT HOTELS	D,F	F	F		H	U,MP		U,R				F	U	L
GUESTHOUSE INTER	M	M		F		M			F		F		L	L
HARDAGE GROUP	U	U		F		M	U				F	F	M	L
HARRAH'S	D	H		F		H			D	U				L
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	F			F		R	U	L	F		F		L	L
HIST. HOTEL OF AMER.	L	H				H	L	MP			F		H	L,H
HOTEL GOUVERNEUR	F	F		F		H		F	F		F	F	H,R	
HotelIREZ	U,D	F		F							F		R	R
HOTUSA	D	H,D		H,D	R			R	R				R	MP
HYATT - SUMMERFIELD	F			F		U,MP	U		F	U	F		L,U	L,U

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
HYATT VACATION	MP	F	F			R					F		M	
IAN SCHRAGER	R	R											P	
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	U				RP	U	U						MP	MP
INTERCONTINENTAL	D					U	D						R,D	MP,U
JAMESON INN	F	H,F				R		R	F,R					L,U
JOIE DE VIVRE	F	F		F	F	F	U,L		F		F		F	M,H
JUMEIRAH	U,F	F	F	F	F	L,P	L		F		F		L	U
K HOTELS	F	U1,F				U2							L,U1	
KEMPINSKI	L	H		F	H,R	L,D	L		H				R,L	R,H
KEYTEL	H	H		F				H,P	R	U			L	
KIMPTON	D	F		F		U,P	U		D		F		U	U
KSL RESORTS		D			F		D				F		H,F	H
LA QUINTA	U			F	R	U,P			F		F		L	L,U
LE MERIDIEN	D					H,P	D		D,F		F		H	M
LEADING HOTELS OF THE WORLD	LF				H	U,R	LF		LF		MF		U,L,R	R
LEXINGTON	H,F	F			F	H,F							L	LH
LOEWS	L,F	F		F		L	L		F		F		L	L
LUXE	F	U		F	R	U	U		F		F	F	R	R
MACDONALD	H	H		F		U,L	U	H			F		U,L	L
MANDARIN ORIENTAL	F	U		F		U	D		F		F		M	U,M
MARCO POLO	F	F		F		L	U		F		F		R	MP
MARITIM	H	H		H	R	U	U						L	L,U
MARRIOTT ALL BRANDS	F	F		H		U	U	L			F		L or R,U	L or R,U



HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
MASTER INN		M,F		F		M,F						F	L,H	L
MILLENIUM COPTHORN	F	F	F	F		U,M	U,M	U,M			F		H,P	P
MORGANS	H	H		F		P	H		H		F		LH	
MOVENPICK	U	U		U	RP	MP		RP	U		F		U	L
NEW OTANI HOTELS	F	F		F		R					F	F	L	L
NH HOTELES		F				U,RP	U	LP	F		F		L,U	L,U
NOBLE HOUSE	F	H			H		U		F					
NORLANDIA	H	H		H		H						F	L	L
NOVOTEL		H,F		F	R	H,P			F				R,U	R,U
OBEROI	H	F		F		U,R			F	M			U,MP	R,H,U
OKURA	F	H		F		U		MP			F		U	L,U
OMNI	F	U		F		U,R	U				F		U	R
OUTRIGGER	F	F		F	F	U,F					F		U	R,U
THE DOYLE COLLEC.	U			F		U	U		F	MP	F		H,U,R	M
PAN PACIFIC	F	R		F	R	U	U	L			F		R,U	R
PARK INN	D	D		F		U,P			D		F		L	L,U
PREFERRED ALL BRANDS	M	D		D	R	U,M		U			D		D,R	R
PRIMA HOTEL		L		F	H	R		L	L		F		L	L
RAFFLES	U	H		F		U	U		F		F		H	R
RED LION	F	F		F		P			F		F		R,H	R,H
RED ROOF	H	F	H,F	F		H,R			F		F		H	U
REGAL	H,F	H		F	P	U			H		F		L	P
REGENT	U	F					U		F		F		U	U
RELAIS & CHATEAUX	F	F		F	P	U			D		F		L,U	L,U
RENDEZVOUS	H	F		F		RP					F		U,LP	RP

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
RIHGA ROYAL HOTELS	LP	U		H									R	MP,U
RINGHOTELS	U	H			H	L	L		U			F	R	R
RITZ-CARLTON CLUB		F		F					F		F		U	
RITZ-CARLTON HOTEL		F		F		L	U		F		F		P	U
ROCK RESORTS	F	F		F		H,P	U		F		F	F	U	P
ROMANTIK HOTELS	L	H,F	H,F	H,F	L	D	D	H,F	L				U,R	R,U
PLEASANT HOTELS	U,F	U,F											U	
ROSEWOOD	U	U		F					F					
RYDGES	U,D	F		H	F	U,D	U,D	P	F		F		L	L,U,D
SCANDIC	U			F	F	U	U			M	F		L,U	L
SHANGRI-LA	F	H,F		F	F	F			F		F		H,U	
SHERATON	D					U,P	D		D,F		F		R	L
SHILO INNS	U					U					F		L	L,U
SIERRA HOTEL	F	D		F		U	U				F		L	L,U
SMALL LUXURY HOTEL	U	F		F	R	U							L	L
SOFITEL		F		F		U	U				F		L	L
SOL MELIA	F	H,F			L	U	U		F		F		L	L
SONESTA COLLECTION	U	H		H	L	R,MP	U	MP			F		L	L
SORAT HOTELS	U	U			L	L			U					L,U
STAMFORD	F	U		F	RP	U	L		F		F		U	MP
STARHOTELS	M	M		F	M	M	M	M	M		F		M	M
STARWOOD	D	D				M			D,F					L
SUPERCLUBS	F	H	F	H	F	U	U	U	F		F		U	L

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREA DCR	PR. POL.	KAT. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ
SUPRANATIONAL	U	U											U	L,U
SUTTON PLACE		U			L	P	U	F	F		F	F	U	L
SWALLOW	H	H		F	L	R,L	L			H	F		L	R
SWISSOTEL	F	F		F		P			F		F		U	R
TAJ	U	U									F			
THISTLE	F	F		F	D	U,P	U		F		F		U,R	R
TOKYU	F	F,L	F,L					P			F		R	M
TOP INTERNATIONAL	U,F	U,F		F		U,F	U,F	P					R	R
TRAVELODGE AUSTRALIA	U,F	H			R		U,F		U,F		H		U	R
TRAVELODGE UK	U,F	F		F		L,U		U	F		F		M	M
UTELL	U	U		F							F		D	L
VAGABOND INN	U,F	U		F	P	U,P,F			F				L,U	L,U
VILLAGE HOTELS	H	H		H,F	D	U		U	H		F		U,R	R,U
VIP HOTELS	F	H,F	H	H		U,P	U		F		F	F	U,R	L,U
W HOTELS	D			D		U	U		D,F		F		U	L
WARWICK	M	U		F		U	U		U		F	F	R	R
WESTIN	D					U,R	D		D,F		F		U,L	U,L
WESTMARK	F	F				F	F		F		F		U	L
WORLDHOTELS	F	F	F	F	R	U,R		F	F				U	L
WYNDHAM	F	H		F	H,F	L,R	L,R		F		F		L	R

Πίνακας 3.3 Πίνακας της 2ης ομάδας λειτουργιών

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
ABBA	R			H	F	H						
AC	U						D	F				
ACC-Nifos	H											
ACCOR		F		F	F	H			F	F,P		F
ADAM'S MARK			F				F					
AFFINIA	U		F	H	F		F	U				
AMERICINN	L	F	F			U	F				F	
AMERISUITES						F				L		
ARCOTEL							U,F	U				
ASTON	R					U						
BARCELO		D	D	L,U	D			F		D		
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 -TRAVELODGE - WINGATE	L,U		F	R,H						D	F	
BENCHMARK							F	U				
BEST INNS- COUNTRY HEARTH			F					U		L	F	
BEST VALUE INN	U			L,F		F	F	F			U	
BEST WESTERN	L,U		F	H		F	F	F				F
BOSCOLO			F		F			L				
BRISAS				U		U	U	D				

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
CAESAR PARK	U			U						F		
CAMINO REAL				L,F								
CANDLEWOOD	U		F	L,H			F	F		D		F
CHARMING	R			R	F		U				F	
CHOICE ALL BRANDS	U2	F	F	U2		U1	F			H	F	F
CLASSIC INTER CLUBHOUSE				L				U,L				
COAST	L,U		F	H		F					F	
COASTAL							L,R	L,R				
CONCORDE	L,U		F		F	F	F	U				
CONRAD	U		D	MP						F		
COUNTRY INNS - RADISSON	U,L		F	L,H		D			D	RP,D	D	
CRESTWOOD	R							U,D,F		R		
CROSSLAND - STUDIO PLUS	L,H	F		H,L		F	H	F		R,F		
DAN HOTELS				L	H			D				
DE VERE			F					H	F	F		
DELTA HOTELS							F	MP				
DESIGN HOTELS		F	F	RH,M	M	F	F				R	
DESTINATION HOT.				R,F			F					
DORINT HOTELS			F	U			U	U				
DRURY HOTELS	L,U		F	F				U,F				
EL CID				H,F			F	U,R,F	R			
EXECUTIVE				H,F								
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	H	F		H,L		F	H	F		D,F		
FAIRMONT HOTELS	R		F	U,R		U	F		R			F

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
FIESTAMERICANA	U			U		U				F		
FLAG CHOICE	M		F	F	M	M		F		H		F
FOUR POINTS	U		F1	U,H,F1		D		F1		F2		F1
FOUR SEASONS			F	L			F	F	F			
GHA			F			U1				D,F		
GOLDEN TULIP	R		D		F	D	D	D	F			
GRAND BAY BEACH								R				
GRAND HERITAGE				U								
GRAND TRADITION											U	
GREAT HOTELS	R		F				F		F	D		
GUESTHOUSE INTER	M										F	
HARDAGE GROUP	M	F		RP								
HARRAH'S	R,H	F	F	U,RP						D,P		
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	L,U		F	H			F			D	F	
HIST. HOTEL OF AMER.		F		L,D			H					
HOTEL GOUVERNEUR		F	F	H	F							
HotelIREZ			F				U,D			U,R,D,F	U,D,F	
HOTUSA						D				F	D	
HYATT - SUMMERFIELD	L,U	F	F	H,U	R	F	F			L		
HYATT VACATION			F	L, MP								
IAN SCHRAGER							R					

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	MP			L,H				U		F		
INTERCONTINENTAL			F	H				U,D		F		
JAMESON INN	L,U					F				MP		
JOIE DE VIVRE	H			U			F	M				
JUMEIRAH	U		F	H,U		F	F		H			
K HOTELS						U2	U1				U2,F	
KEMPINSKI	H		F	L	L		H			L,R,F		
KEYTEL			F	R				H				
KIMPTON	U		F	U			D	F				
KSL RESORTS			F			D	D	R				
LA QUINTA	U		F	R			F	F			F	
LE MERIDIEN	H		F	H,D		D		F		D,F		F
LEADING HOTELS OF THE WORLD	H		MF	H	LF		LF	LF		MF		LF
LEXINGTON				R,F			F					
LOEWS	H		F	H,L			F					
LUXE	R		F			U	F	LP			F	
MACDONALD				H,U								H
MANDARIN ORIENTAL	U		F		F		F	F				
MARCO POLO	MP			U	U,MP		F	U				
MARITIM				L			H	U				
MARRIOTT ALL BRANDS	H		F	M,H	F	F				F		F
MASTERS INN								M,F				
MILLENIUM COPTHORN	P		F		U	P		F				
MORGANS	F		F									

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
MOVENPICK	L	F	F			U						
NEW OTANI HOTELS	L			H	H							
NH HOTELES	L	F	F	H	D	U,F	F	F				
NOBLE HOUSE						F	F	U				
NORLANDIA						H		H				
NOVOTEL	R		F	H		F	F	F		F	F	F
OBEROI	U		F				F			F		
OKURA	L,U		F	U,R	F		F					F
OMNI			F	H		F	F			R,F		
OUTRIGGER	U					F	F			F		
THE DOYLE COLECT.	H		F	H	F		F	F				F
PAN PACIFIC	R		F	U			F			R,F		
PARK INN	U		F	H,R		D			D	R,F		
PREFERRED ALL BRANDS	U,D	F		M	R,D		M,D	D		F	D	
PRIMA HOTEL	L							L				
RAFFLES	R	F		U		F	F					
RED LION	H		F	H,U	D	F					F	
RED ROOF				H,R								
REGAL	P							L				
REGENT	U		F	H,U		F	F	P				
RELAIS & CHATEAUX	L	F	F	D	D	D	D					
RENDEZVOUS				H,LP	LP					RP		
RIHGA ROYAL HOTELS					F			R				
RINGHOTELS	R			U	U	L	H			D		
RITZ-CARLTON CLUB			F	H,U	F		F	F				



HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
RITZ-CARLTON HOTEL			F	U	F	F	F	P	F			
ROCK RESORTS					F	F	F	P	F			
ROMANTIK HOTELS				L,U	L		L					
PLEASANT HOTELS										D,F		
ROSEWOOD							U					
RYDGES	L,U,D			R				U,D				
SCANDIC	L	F	F	U,L								F
SHANGRI-LA		F	F	H,F			F	H,U		D		
SHERATON	U		F	H,F		D		F		F		F
SHILO INNS	U		F	U	L	F	U			L	F	
SIERRA HOTEL	U,D		F			D						
SMALL LUXURY HOTEL	L		F	L,U		F						
SOFITEL	L		F	U,F	F	F	F				F	F
SOL MELIA	L			U,R		H	F			D		
SONESTA COLLECTION	L		F	L		D	D	H	MP			
SORAT HOTELS	L,U		F				U	L,D				
STAMFORD	U	F		L		L				RP		
STARHOTELS	M			M	M		M					
STARWOOD			F	F		D		F		F,P		
SUPERCLUBS				U	R	U			F	R		
SUPRANATIONAL	U			U								
SUTTON PLACE				M,L								
SWALLOW	L		F					H,L		F,R		
SWISSOTEL	R	F	F	F			F	H				
TAJ				D	D			U,D		D		
THISTLE	H		F	H,U			F					F
TOKYU	M			H,L								

HOTELS	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
TOP INTERNATIONAL	U,F			P			U,F	D		P,F		
TRAVELODGE AUS/LIA										F		
TRAVELODGE UK	R		F	H,R			F	M				
UTELL	U		F			U,P	U				U,P	
VAGABOND INN	U,F			R	F			F		F	F	
VILLAGE HOTELS	H		F	U						F		
VIP HOTELS			F			F	F					
W HOTELS	D		F	H,F		D		F		F		F
WARWICK	R					M		M			M	
WESTIN	U		F	H,D,F		D		F		F		F
WESTMARK			F	F				U				
WORLDHOTELS	H			H,P	F,R		F					
WYNDHAM	R,L		F	H		F				F	F	F

Από αυτούς τους πίνακες που αναφέρουν αναλυτικά την θέση κάθε λειτουργίας στη αρχική σελίδα ενός ξενοδοχείου προέκυψαν χρήσιμες πληροφορίες όπως σε πόσους ιστοχώρους δεν εμφανίζεται κάποια από τις λειτουργίες αλλά και γενικές θέσεις για κάθε λειτουργία. Οι γενικές αυτές θέσεις είναι οι ακόλουθες και περιλαμβάνουν:

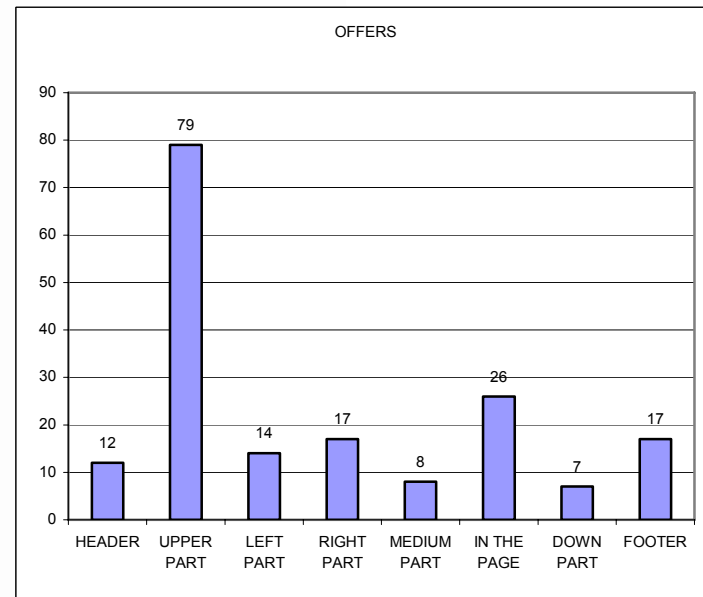
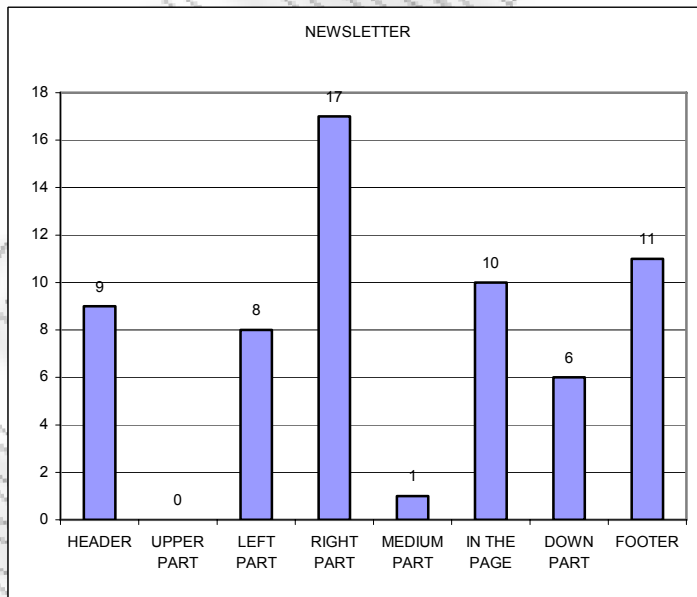
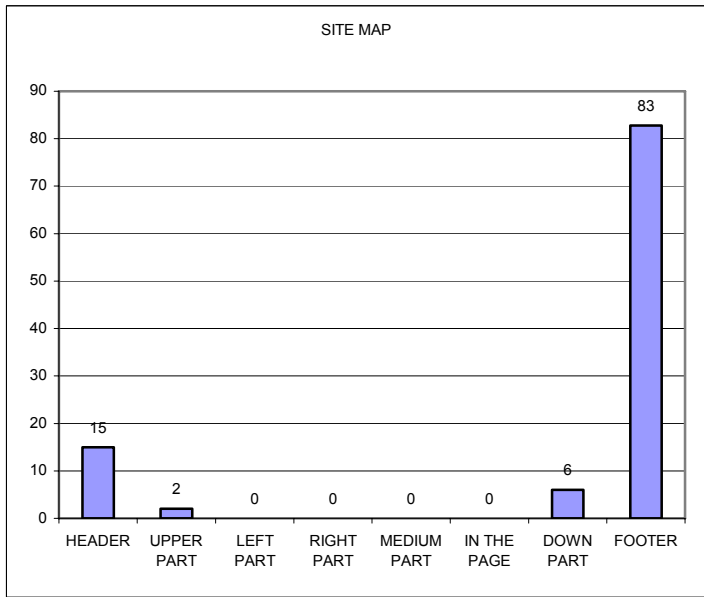
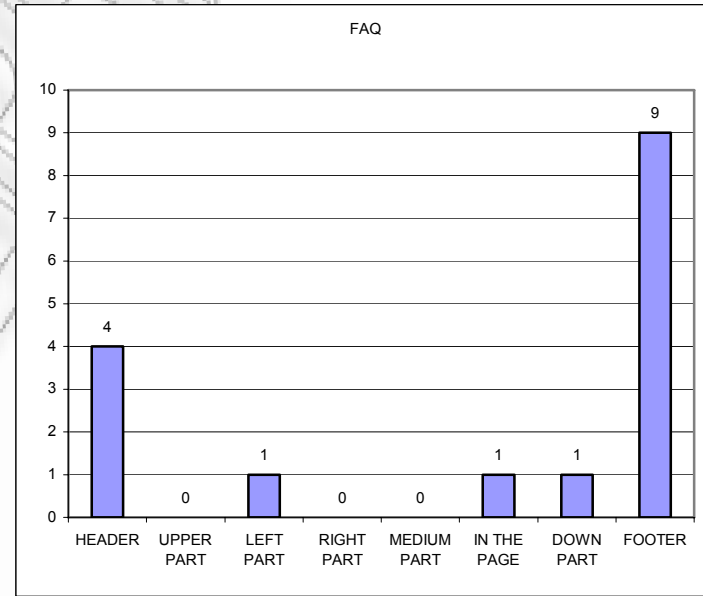
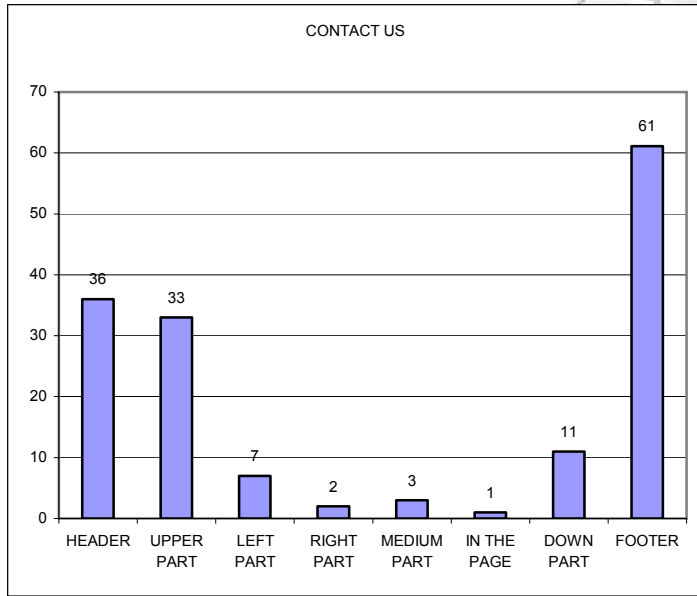
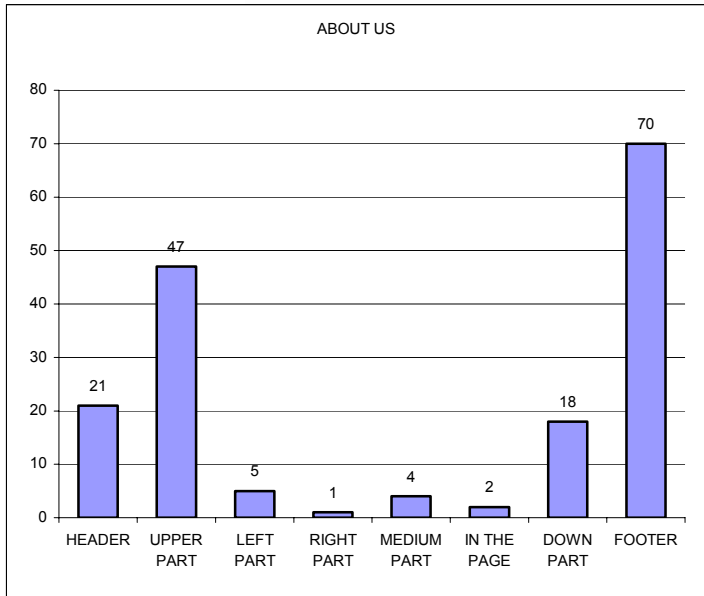
**Πίνακας 3.4 Πίνακας Αντιστοιχίας Γενικών Θέσεων με Αναλυτικές Θέσεις**

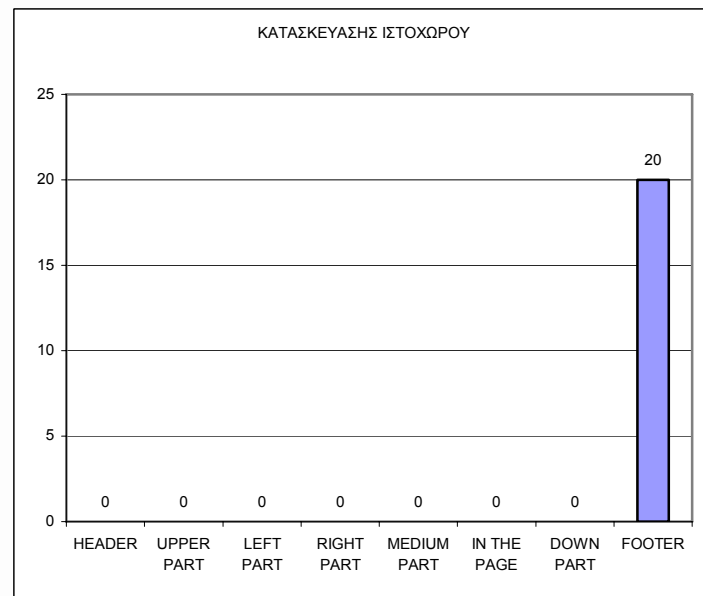
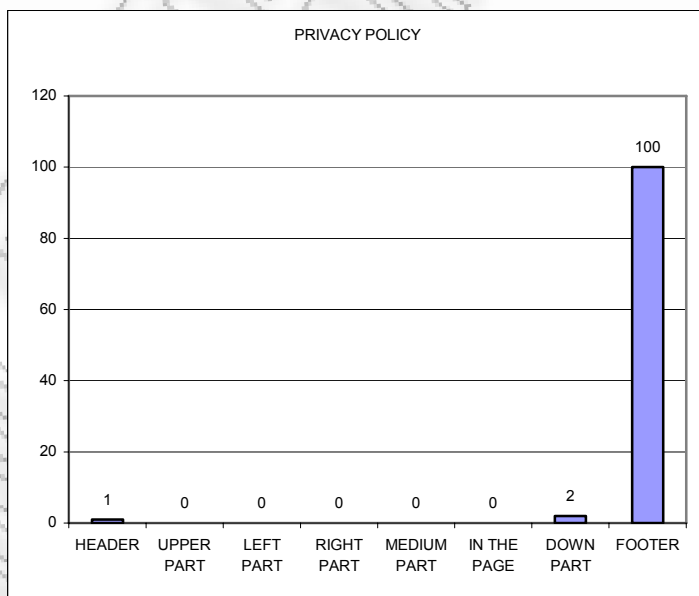
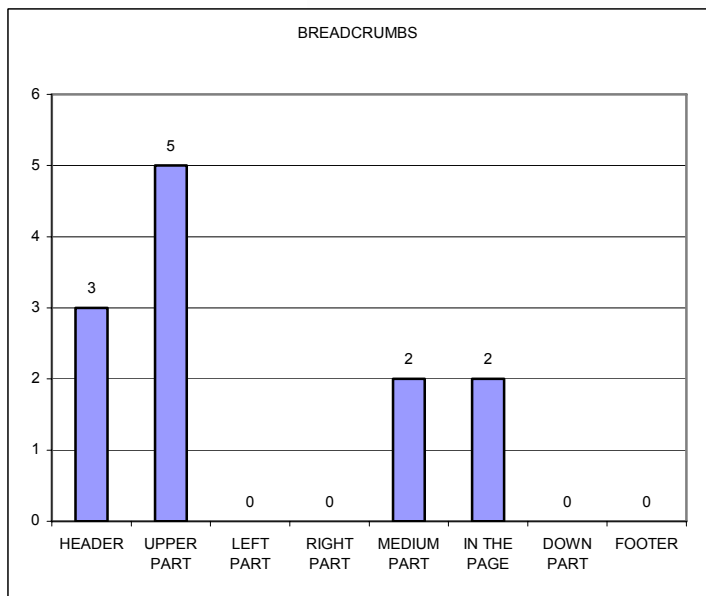
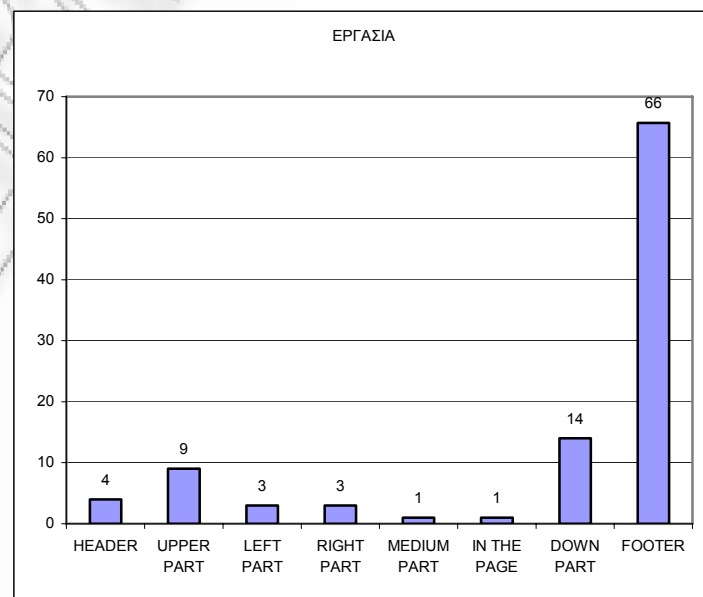
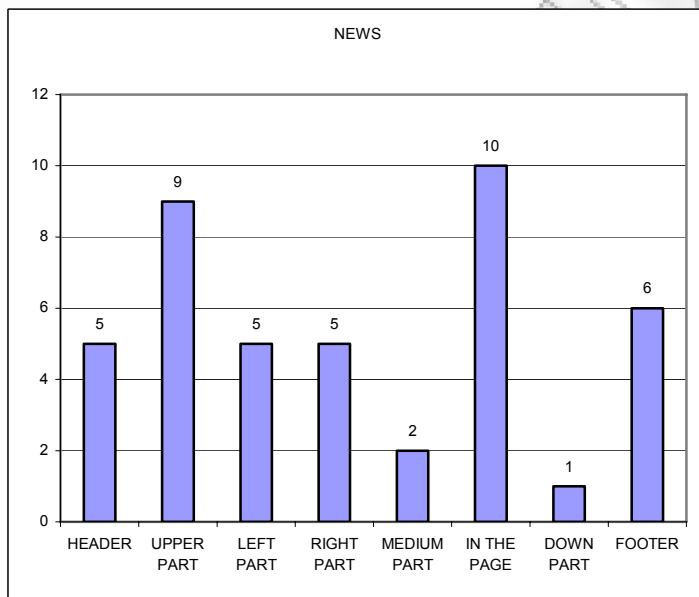
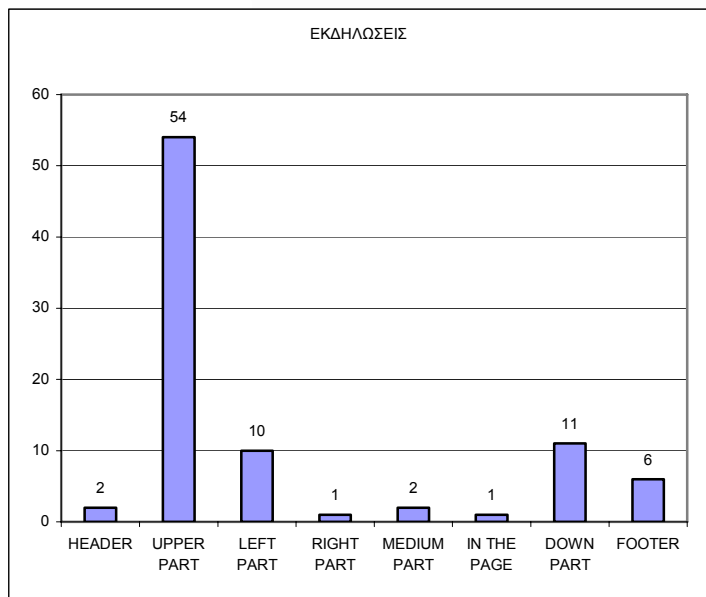
<b>Γενικές Θέσεις</b>	<b>Αναλυτικές Θέσεις</b>
<b>HEADER</b>	<b>H, RH, LH</b>
<b>UPPER PART</b>	<b>U, U1, U2, URESERV</b>
<b>LEFT PART</b>	<b>L</b>
<b>RIGHT PART</b>	<b>R</b>
<b>MEDIUM PART</b>	<b>M</b>
<b>IN THE PAGE</b>	<b>P, LP, RP, MP, UP</b>
<b>DOWN PART</b>	<b>D</b>
<b>FOOTER</b>	<b>F, F1, F2, LF, RF</b>

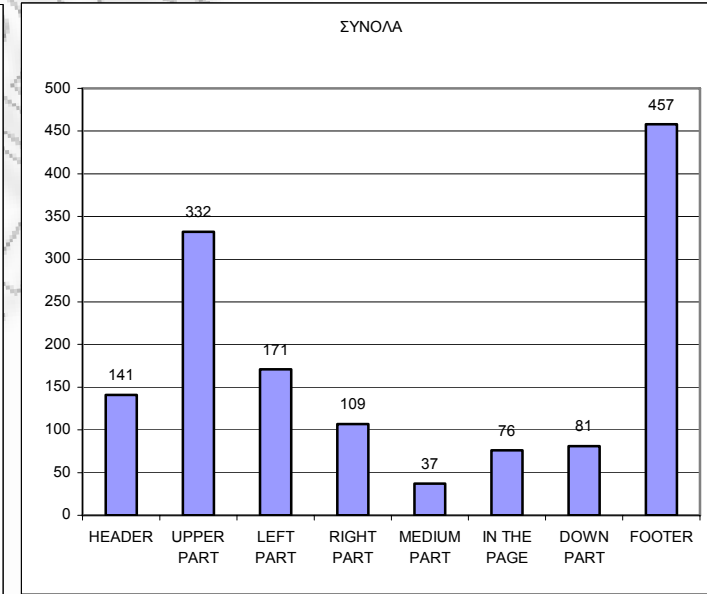
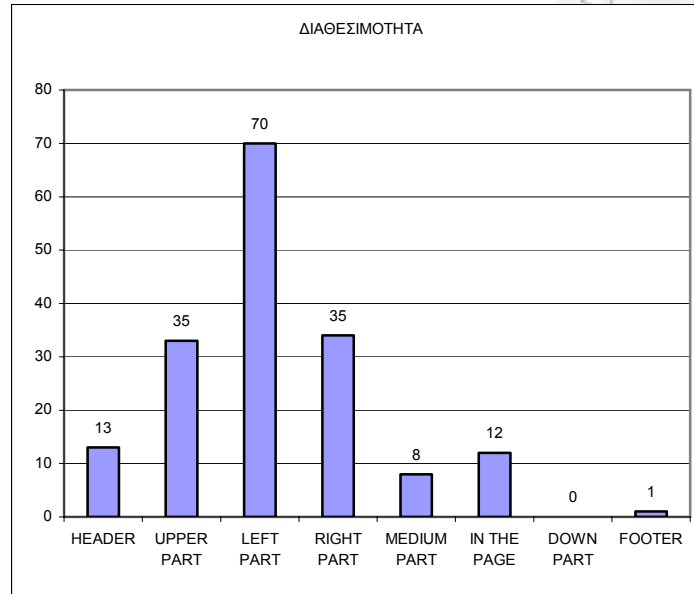
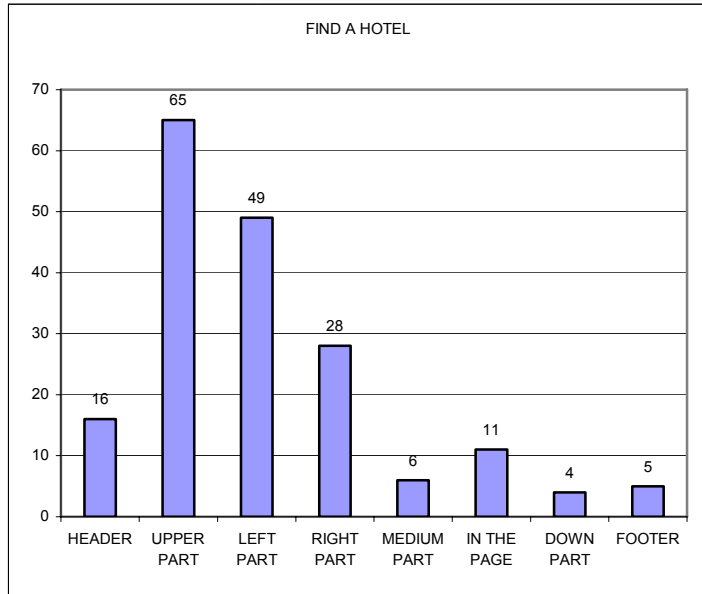
Με τη χρήση αυτών των γενικών θέσεων καταλήξαμε στους επόμενους συγκεντρωτικούς πίνακες που δίνουν χρήσιμες πληροφορίες όπως σε ποια περιοχή της ιστοσελίδας εμφανίζεται συχνότερα μια λειτουργία. Έπειτα με αυτές τις πληροφορίες δημιουργήθηκαν σχεδιαγράμματα για την καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση τους.

Πίνακας 3.5 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα 1<sup>ης</sup> Ομάδας λειτουργιών

	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREAD CRUMBS	PRIVACY POLICY	ΚΑΤ. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΣΥΝΟΛΑ
HEADER	21	36	4	15	9	12	2	5	4	3	1	0	16	13	141
UPPER PART	47	33	0	2	0	79	54	9	9	5	0	0	65	35	338
LEFT PART	5	7	1	0	8	14	10	5	3	0	0	0	49	70	172
RIGHT PART	1	2	0	0	17	17	1	5	3	0	0	0	28	35	109
MEDIUM PART	4	3	0	0	1	8	2	2	1	2	0	0	6	8	37
IN THE PAGE	2	1	1	0	10	26	1	10	1	2	0	0	11	12	77
DOWN PART	18	11	1	6	6	7	11	1	14	0	2	0	4	0	81
FOOTER	70	61	9	83	11	17	6	6	66	0	100	20	5	1	457
ΣΥΝΟΛΑ	168	154	16	106	62	180	87	43	101	12	103	20	183	174	

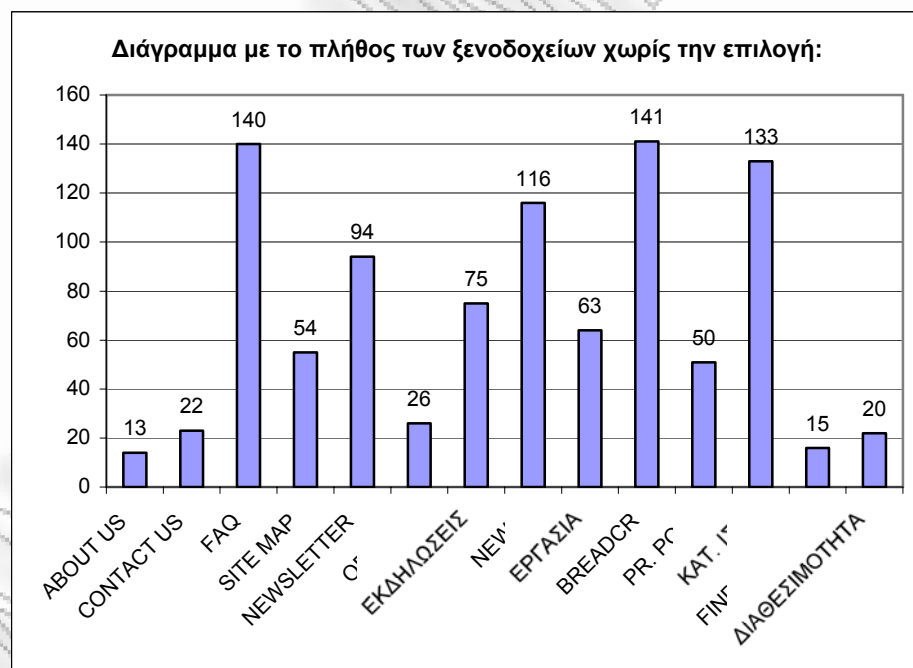






Πίνακας 3.6 Το πλήθος των ξενοδοχειακών ιστοχώρων που δεν περιείχαν τις λειτουργίες της 1<sup>ης</sup> ομάδας ανά λειτουργία

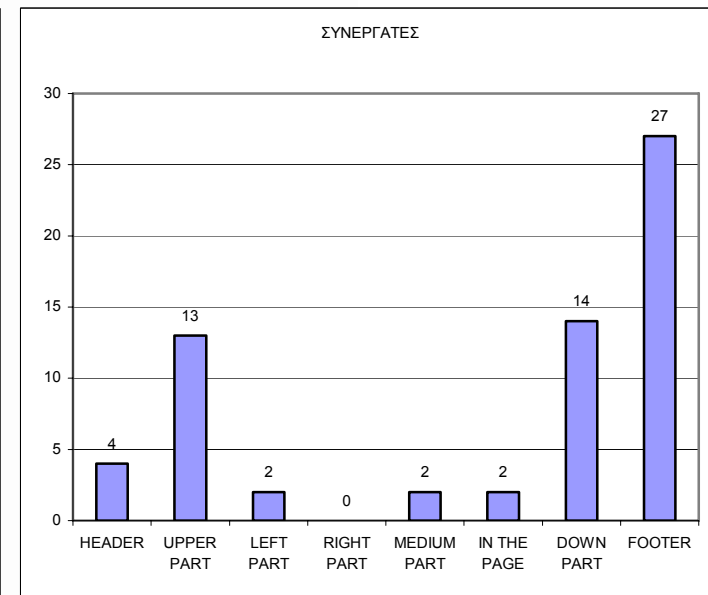
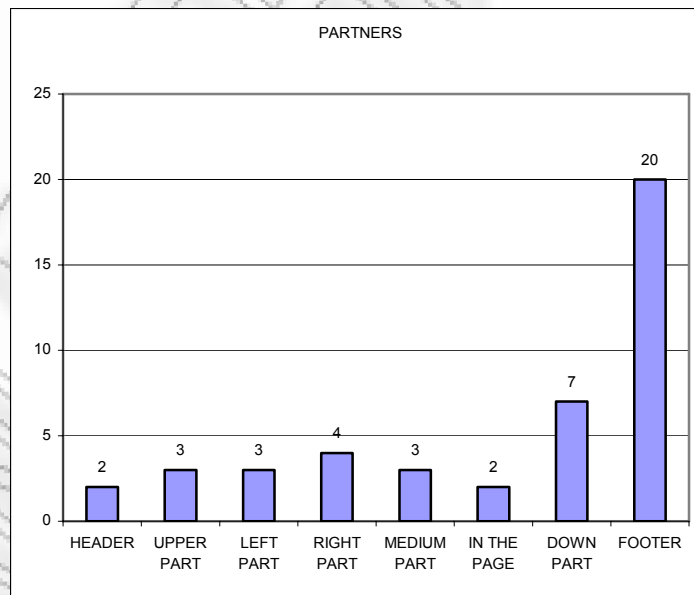
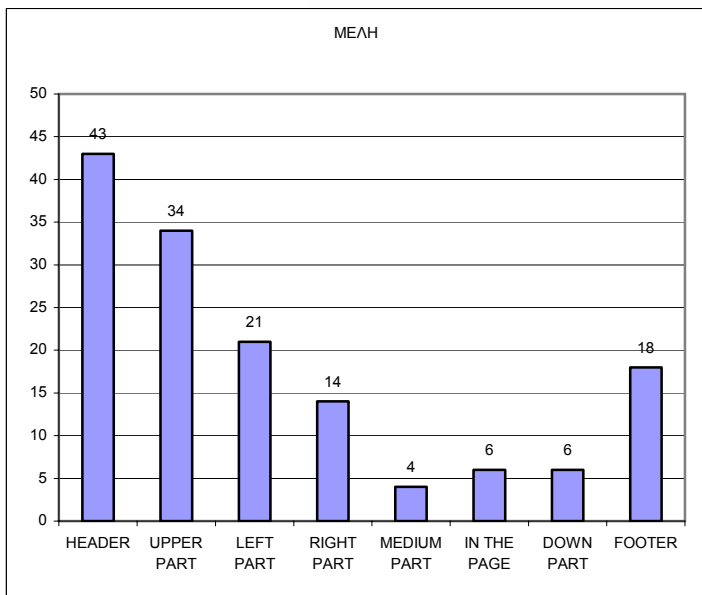
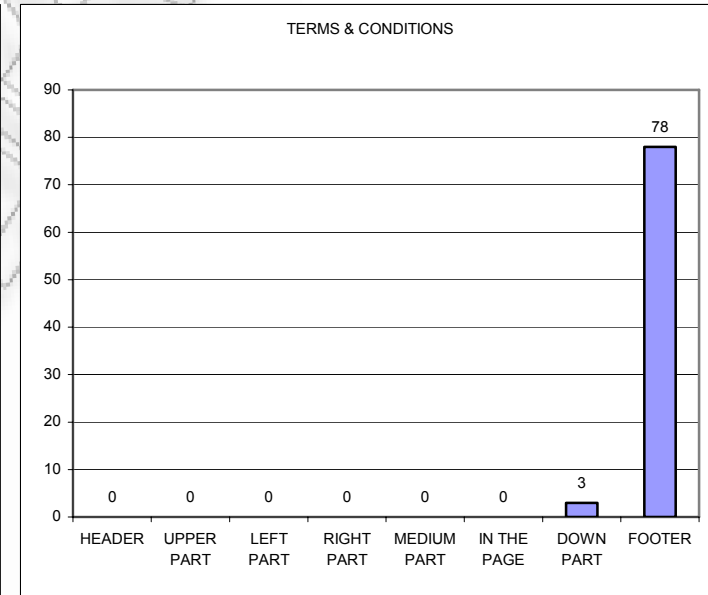
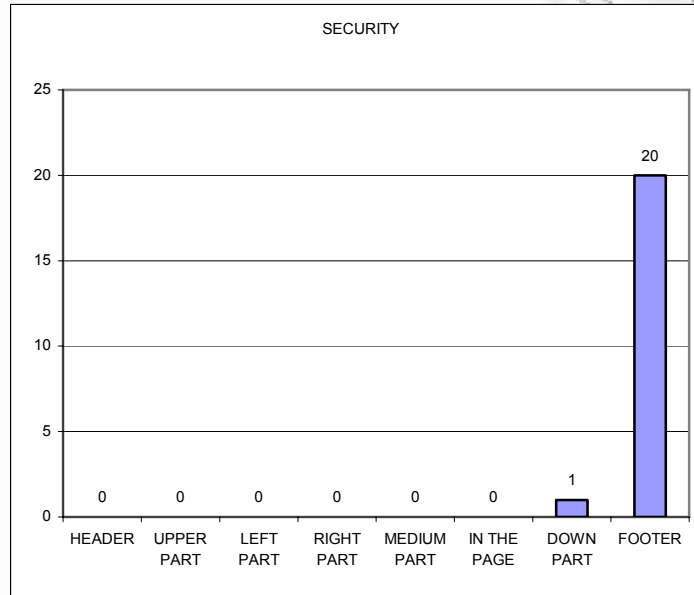
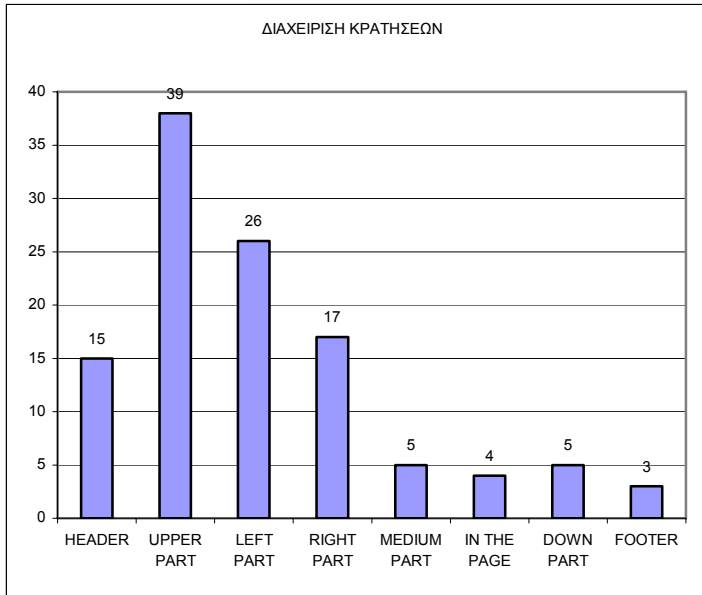
	ABOUT US	CONTACT US	FAQ	SITE MAP	NEWS LETTER	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	NEWS	ΕΡΓΑΣΙΑ	BREAD CRUMBS	PRIVACY POLICY	ΚΑΤ. ΙΣΤ.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ
<b>ΚΕΝΑ ΑΠΟ 153 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ</b>	13	22	140	54	94	26	75	116	63	141	50	133	15	20

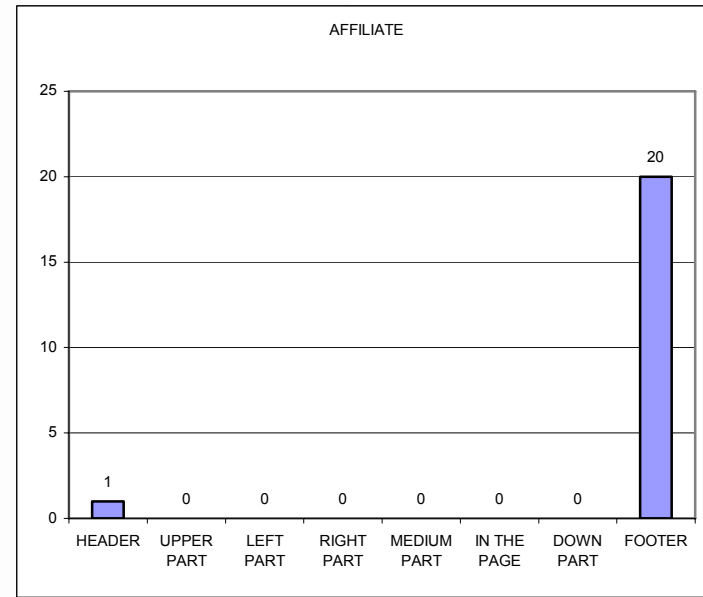
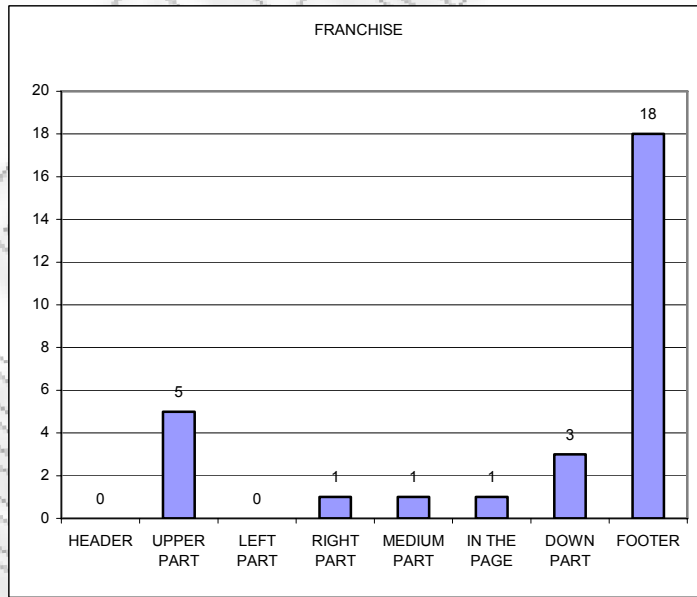
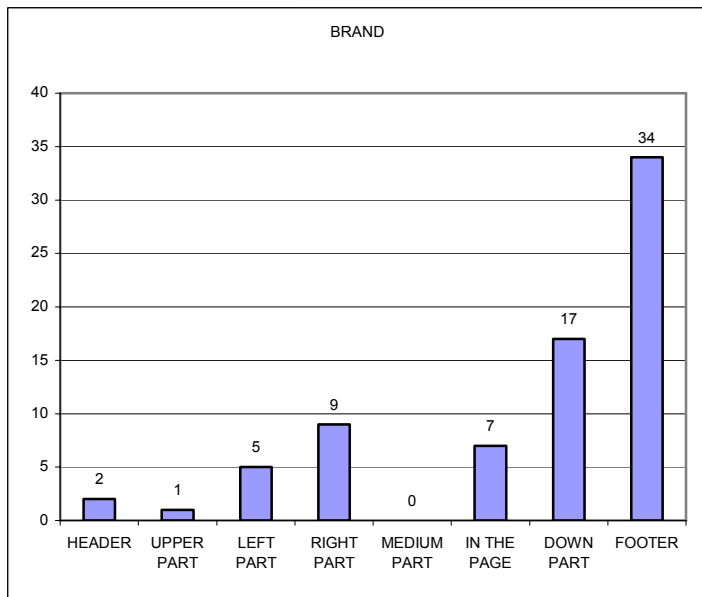
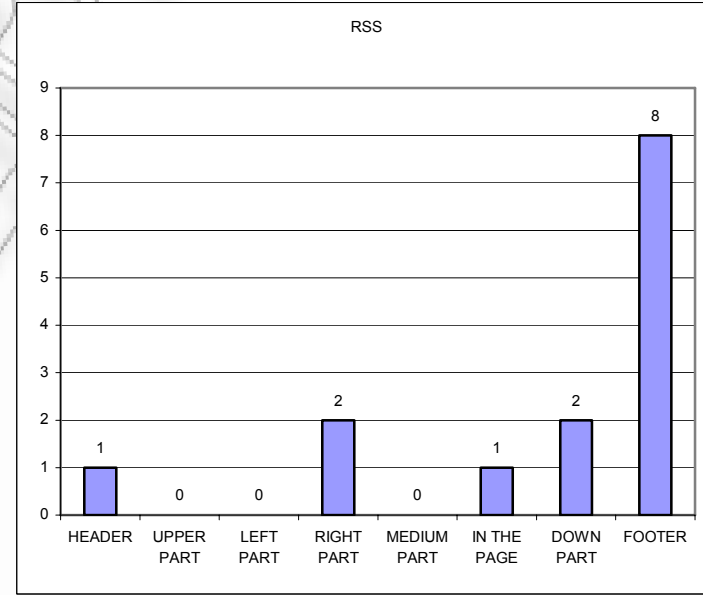
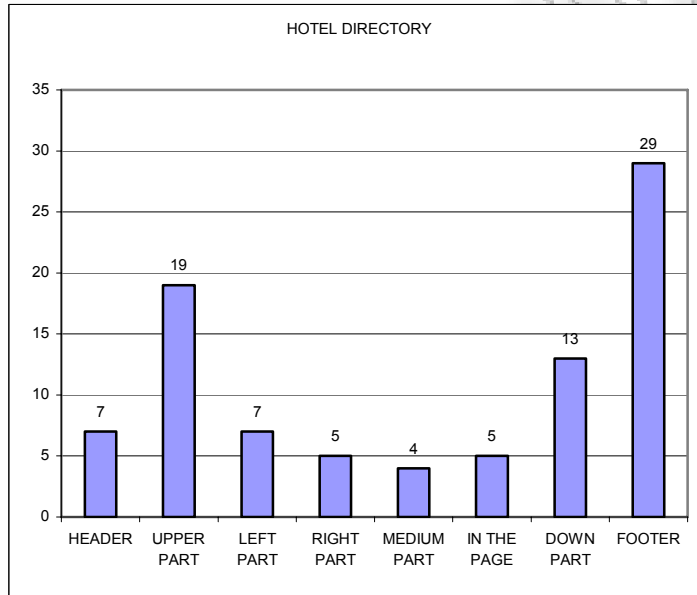
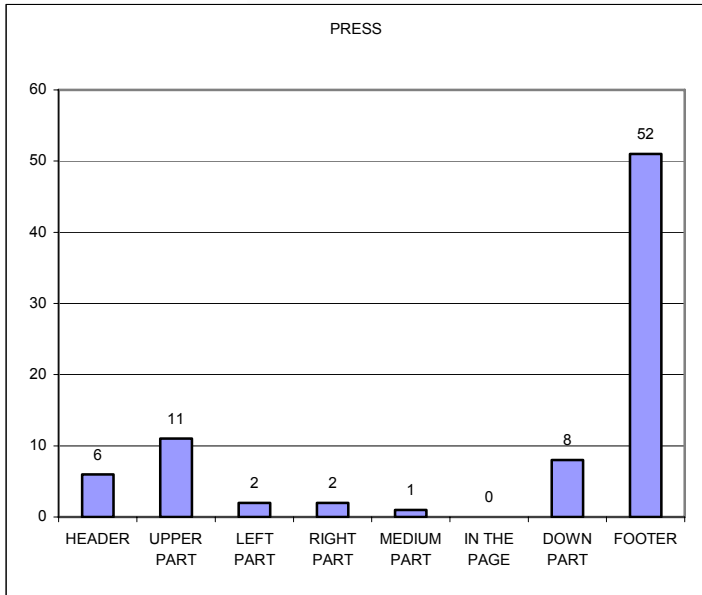


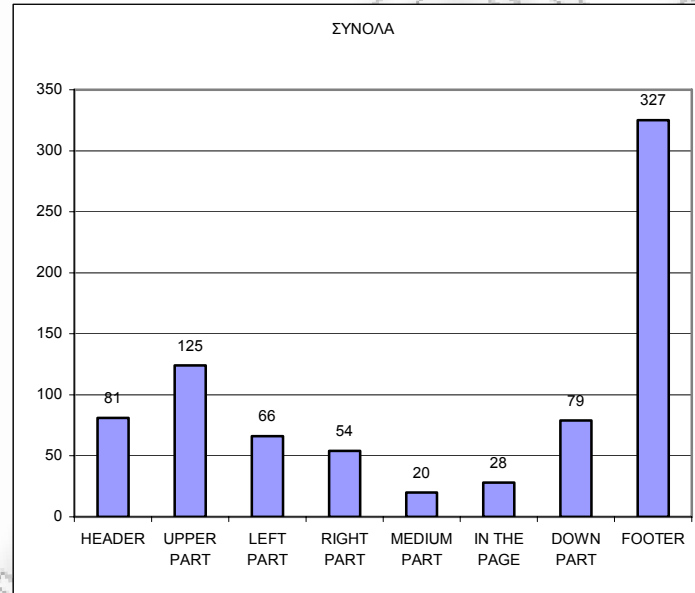


Πίνακας 3.7 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα 2<sup>ης</sup> Ομάδας λειτουργιών

	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE	ΣΥΝΟΛΑ
HEADER	15	0	0	43	2	4	6	7	1	2	0	1	81
UPPER PART	39	0	0	34	3	13	11	19	0	1	5	0	125
LEFT PART	26	0	0	21	3	2	2	7	0	5	0	0	66
RIGHT PART	17	0	0	14	4	0	2	5	2	9	1	0	54
MEDIUM PART	5	0	0	4	3	2	1	4	0	0	1	0	20
IN THE PAGE	4	0	0	6	2	2	0	5	1	7	1	0	28
DOWN PART	5	1	3	6	7	14	8	13	2	17	3	0	79
FOOTER	3	20	78	18	20	27	52	29	8	34	18	20	327
ΣΥΝΟΛΑ	114	21	81	146	44	64	82	89	14	75	29	21	

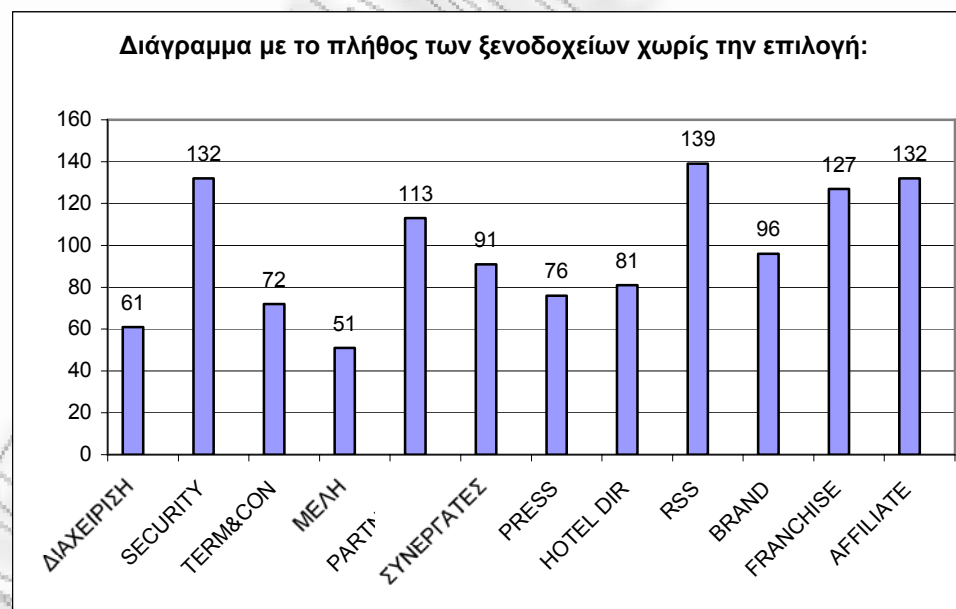






Πίνακας 3.8 Το πλήθος των ξενοδοχειακών ιστοχώρων που δεν περιείχαν τις λειτουργίες της 2<sup>ης</sup> ομάδας ανά λειτουργία

	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	SECURITY	TERM&CON	ΜΕΛΗ	PARTNERS	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	PRESS	HOTEL DIR	RSS	BRAND	FRANCHISE	AFFILIATE
ΚΕΝΑ ΑΠΟ 153 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	60	132	72	51	113	91	75	81	139	96	127	132



Τελικά από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν οι λειτουργίες που εμφανίζονται πιο συχνά στις αρχικές σελίδες των ξενοδοχειακών ιστοχώρων. Οι λειτουργίες που προκρίθηκαν για να ενταχθούν στη λύση που επεξεργαστήκαμε είναι αυτές που η συχνότητα εμφάνισής τους υπερβαίνει το 50% των ιστοχώρων που αναλύθηκαν και είναι οι:

- **About Us** (140 εμφανίσεις σε 153 Αρχικές Σελίδες) ή ποσοστό 91,50%
- **Find a Hotel** (139/153) ή ποσοστό 90,85%
- **Διαθεσιμότητα** (133/153) ή ποσοστό 86,93%
- **Contact Us** (131/153) ή ποσοστό 85,62%
- **Offers** (127/153) ή ποσοστό 83,01%
- **Privacy Policy** (103/153) ή ποσοστό 67,32%
- **Μέλη** (102/153) ή ποσοστό 66,67%
- **Site Map** (99/153) ή ποσοστό 64,71%
- **Διαχείριση Κρατήσεων** (93/153) ή ποσοστό 60,78%
- **Εργασία** (90/153) ή ποσοστό 58,82%
- **Terms & Conditions** (81/153) ή ποσοστό 52,94%
- **Εκδηλώσεις** (78/153) ή ποσοστό 50,98%
- **Press** (78/153) ή ποσοστό 50,98%

Από τις υπόλοιπες λειτουργίες επιλέχθηκε για ένταξη μία ακόμη που η ύπαρξη της υποστηρίζεται από υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια και τη βιβλιογραφία και είναι η:

- **News** (Νέα της Επιχείρησης) γιατί στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] που βρίσκεται στη διεύθυνση:  
<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID= homepage> (van Welie, 2002-2008) αναφέρεται ρητά ότι: «Η αρχική σελίδα είναι το μέρος απ' όπου οι χρήστες ενημερώνονται για ότι είναι καινούριο, ότι συμβαίνει, νέες προσφορές και ούτω καθεξής».

Εκτός των λειτουργιών που συμπεριλαμβάνονται στην έρευνα δύο ακόμη λειτουργίες εντάχθηκαν στην ομάδα των λειτουργιών που περιλήφθηκαν στο σχεδιασμό της λύσης:

Η πρώτη γιατί η ύπαρξη της υποστηρίζεται ως πολύ σημαντική σε ιστοχώρους που απευθύνονται σε διεθνές κοινό, τέτοιοι είναι βέβαιοι και οι ξενοδοχειακοί ιστοχώροι, από υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια και τη βιβλιογραφία και είναι η:

- **Language Selector** (Επιλογέας Γλώσσας) γιατί στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] στην λειτουργία **Entrance** (Είσοδος), που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage> (van Welie 2002-2008), αναφέρεται ρητά ότι: «Σε διεθνείς ιστοχώρους η ύπαρξη ενός επιλογέα γλώσσας στην αρχική σελίδα είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο». Επίσης στο σχεδιαστικό χνάρι [D10: INTERNATIONALIZED AND LOCALIZED CONTENT] του van Duyne και των συνεργατών του (2003) αναφέρεται ότι: «Το Διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο μέσο αλλά πολλοί ιστοχώροι δεν κάνουν τίποτα για το διεθνές κοινό... Για την εξυπηρέτηση αυτού του κοινού χρειάζεται η υποστήριξη διαφορετικών γλωσσών».

Και η δεύτερη γιατί είναι σημαντικό στοιχείο στη γνωστοποίηση στο χρήστη του σκοπού και της ταυτότητας του ιστοχώρου και είναι η:

- **Logo** (Λογότυπο) γιατί στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] στην λειτουργία **Introduction** (Εισαγωγή), που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage> (van Welie 2002-2008), αναφέρεται ρητά ότι: «Η λειτουργία αυτή συνδέεται με τη γνωστοποίηση στο χρήστη του σκοπού και της ταυτότητας του ιστοχώρου... Η ταυτότητα μπορεί να προβληθεί με την εμφάνιση του λογότυπου της επιχείρησης». Παρόμοιους ισχυρισμούς διατυπώνουν στα σχεδιαστικά χνάρια τους [E1: SITE BRANDING] και [I3: CLEAR FIRST READ] ο van Duyne και οι συνεργάτες του (2003). Επίσης κατά τη διάρκεια της έρευνας διαπιστώθηκε ότι σε κάθε αρχική ιστοσελίδα ξενοδοχειακής επιχείρησης υπήρχε απαραίτητως και το λογότυπο της.

Για κάθε μία από τις 13 λειτουργίες που προκρίναμε λόγω συχνότητας εμφανίσεων, για να συμμετέχουν στη λύση που προτείνουμε, παίρνουμε τη γενική θέση που εμφανίζεται συχνότερα και με αυτόν τον τρόπο προκύπτει ο παρακάτω πίνακας:

**Πίνακας 3.9 Οι Συχνότερα Εμφανιζόμενες Γενικές Θέσεις των Λειτουργιών**

ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY
FOOTER (F)	FOOTER (F)	FOOTER (F)	UPPER PART (U)	UPPER PART (U)	FOOTER (F)	FOOTER (F)

FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CONDITIONS	ΜΕΛΗ	PRESS
LEFT PART (L)	LEFT PART (L)	LEFT PART (L)	FOOTER (F)	HEADER (H)	FOOTER (F)

Στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας τους αρχικούς αναλυτικούς πίνακες, δημιουργούμε ένα πίνακα που περιέχει όλα τα ξενοδοχεία και τις αναλυτικές θέσεις που βρίσκονται μόνο οι 13 επιλεγμένες λειτουργίες. Σε όποιο κελί του πίνακα υπάρχει αναλυτική θέση, είτε μόνη της είτε σε συνδυασμό με άλλες, που αντιστοιχεί στη γενική του προηγούμενου πίνακα (με βάση τον πίνακα 3.3), αντικαθιστούμε το περιεχόμενο του κελιού με την αντίστοιχη γενική θέση. Αν η αναλυτική θέση δεν αντιστοιχεί στη γενική του προηγούμενου πίνακα την αφήνουμε ως έχει. Με αυτό τον τρόπο προκύπτει ο επόμενος πίνακας 3.9.

Από τον πίνακα 3.9 δημιουργούμε ένα νέο πίνακα που περιέχει για όλα τα ξενοδοχεία την τιμή (1) αν έχουν, ή την τιμή (0) αν δεν έχουν, κάθε μία από τις 13 λειτουργίες, που είχαμε προκρίνει, στις πιο συχνές γενικές θέσεις. Παράδειγμα: Για την επιλογή About us, σε κάθε ξενοδοχείο, έχουμε την τιμή (1) αν η επιλογή βρίσκεται στο Footer ή την τιμή (0) αν δεν βρίσκεται εκεί.

Στο νέο αυτόν πίνακα δημιουργούμε μία στήλη συνόλων όπου αθροίζονται όλες οι σωστές εμφανίσεις κατά ξενοδοχείο. Τέλος ταξινομούμε τον πίνακα σύμφωνα με τον αριθμό των σωστών εμφανίσεων που υπάρχουν στη στήλη των συνόλων.

Με αυτό τον τρόπο μπορούμε να συγκεντρώσουμε τις ιστοσελίδες που έχουν τις λειτουργίες που μας ενδιαφέρουν στις θέσεις που εμφανίζονται πιο συχνά στην έρευνα μας. Έτσι μπορούμε να έχουμε εύκολα και γρήγορα τις ιστοσελίδες με τις



λειτουργίες που επιλέξαμε στην πλέον συχνή θέση. Αυτό το γεγονός μας επέτρεψε να βρίσκουμε ευκολότερα και γρηγορότερα παραδείγματα για τα σχεδιαστικά χνάρια που χρειάστηκε να φτιάξουμε για τη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που είναι και η πρόταση στην οποία καταλήξαμε αλλά και να προτείνουμε τις πιο δόκιμες λύσεις για το σχεδιασμό της.

Από όλη αυτή τη διαδικασία εξαιρέσαμε τις λειτουργίες News, Language Locator και Logo. Την πρώτη, γιατί εμφανίζεται σε διάφορες θέσεις με μικρή διαφορά συχνότητας εμφάνισης για κάθε θέση, γεγονός που θα δημιουργούσε πρόβλημα στην τελική κατάταξη των ξενοδοχείων χωρίς αντίστοιχο όφελος. Βέβαια, στην τελική μας πρόταση την τοποθετήσαμε στην περιοχή με την μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης. Τη δεύτερη, γιατί αποφασίσαμε να ακολουθήσουμε, για τη θέση της, την πρόταση που υπάρχει στο σχεδιαστικό χνάρι [LANGUAGE SELECTOR] του van Welie (2002-2008), που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=language-selector>.

Την τρίτη (Logo), γιατί υπάρχει σε κάθε ιστοσελίδα και έτσι δεν διαφοροποιεί τα αποτελέσματα της κατάταξης των ξενοδοχείων και επιπλέον στη συντριπτική πλειοψηφία των ιστοχώρων τους αυτή είναι τοποθετημένη στην αριστερή πάνω γωνία της αρχικής τους σελίδας

Πίνακας 3.10 Γενικές Θέσεις ανά Ξενοδοχείο και Λειτουργία

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
ABBA	H	F		U	U	F	F	L	L	R		H	
AC	D	D	F	U	D	D		U	R	U			D
ACC-Nifos	H	H		LP				L	L	H			
ACCOR	F	U	F	RP	H	F	F	L	L			F	
ADAM'S MARK	F	F	F	URESERV	U	F	F	U	L		F		F
AFFINIA	F	F		U	U	F	F		L	U	F	H	F
AMERICINN	F	U	F	U	U		F	L	L	L	F		F
AMERISUITES	U	F	F				F	U	L				
ARCOTEL	U					U		U	RH				F
ASTON	U	F	F	U			F	U	R	R			
BARCELO	D	D		U	U	D	F	L	L		D	L,U	
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE - WINGATE	RH	RH	F	U		F		U	L	L	F	H	
BENCHMARK	F	F		D	U	U	F						F
BEST INNS - COUNTRY HEARTH		F		U			F		L		F		
BEST VALUE INN	F	F	F	U				L		U		L,F	F
BEST WESTERN	F	L	F	U		F	F	L	L	L	F	H	F
BOSCOLO	F	H	F	U	U			L	L		F		
BRISAS	U	F		U	U		F	L	L			U	U

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
CAESAR PARK	U			U				L	L	U		U	
CAMINO REAL	F	L,U		U				L	L			L,F	
CANDLEWOOD	F			U			F	MP	MP,U	U	F	H	F
CHARMING	F	H	H	U	U		F	U	R	R		R	U
CHOICE ALL BRANDS	F		F	U		F	F	L	L	U2	F	U2	F
CLASSIC INTER		U						U				L	
CLUBHOUSE		L		L									
COAST	F	U	F		U	F	F	U	L	L	F	H	
COASTAL	L	L				L	F	L					L,R
CONCORDE	F	U		U	U				L	L	F		F
CONRAD	U		D	R	U		D	U	L	U	D	MP	
COUNTRY INNS - RADISSON	D	UP,D	F	RP	U	D	F	L	L	L	F	H	
CRESTWOOD				U		U		P	R,H	R			
CROSSLAND - STUDIO PLUS	F	U	F	U		F	F	U	L	L		H	H
DAN HOTELS	H	H		U	U			U	L			L	
DE VERE	H	F	F	H	U	F		U	R,H		F		
DELTA HOTELS	F	F	F	P		F	F	R,U	R,U	U			
DESIGN HOTELS	F	RH				F	F	R	M		F	RH,M	F
DESTINATION HOT.	F		F	U	U	F	F	L				R,F	F
DORINT HOTELS	F	F		U		F	F	U	R		F	U	U
DRURY HOTELS	F	U		U			F	U	L	L	F	F	
EL CID	F	F		M	U		F	M				H	F
EXECUTIVE	F	F	F	U	F			H,F	H,R			H	

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	F	F	F	U		F	F	U	L	H		H	H
FAIRMONT HOTELS	U	F	F		U	F	F	U	R	R	F	U,R	F
FIESTAMERICANA	H,U		H	U				H	L	U		U	
FLAG CHOICE	F	F	F	U					L	M	F	F	
FOUR POINTS	U			P	D	F	F	P	P	U	F	H	
FOUR SEASONS	F	RH	F	L	L	F	F	L	RH		F	L	F
GHA	F	U2	F	U			F	U	L		F		
GOLDEN TULIP	U	U	D	U	U	D		U	R	R	D		D
GRAND BAY BEACH	F	F							R				
GRAND HERITAGE	F	U				U		P	R			U	
GRAND TRADITION	U	U						U					
GREAT HOTELS	F	F		U				U	L	R	F		F
GUESTHOUSE INTER	M	M	F	M		F	F	L	L	M			
HARDAGE GROUP	U	U	F	M	U		F	M	L	M		RP	
HARRAH'S	D	H	F	H		D			L	R,H	F	U,RP	
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	F		F	U	U	F	F	L	L	L	F	H	F
HIST. HOTEL OF AMER.	L	H		H	L		F	H	L			L,D	H
HOTEL GOUVERNEUR	F	F	F	H		F	F	H,R			F	H	
HotelREZ	U,D	F	F				F	R	R		F		U,D
HOTUSA	D	H,D	H,D			R		R	MP				
HYATT -	U		F	U	U	F	F	L	L	L	F	H	F

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
SUMMERFIELD													
HYATT VACATION	MP	F		R			F	M			F	L, MP	
IAN SCHRAGER	R	R						P					R
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	U			U	U			MP	MP	MP		H	
INTERCONTINENTAL	D			U	D			R,D	MP,U		F	H	
JAMESON INN	F	F		R		F			L	L			
JOIE DE VIVRE	F	F	F	F	U	F	F	F	M,H	H		U	F
JUMEIRAH	F	F	F	L,P	L	F	F	L	U	U	F	H	F
K HOTELS	F	F		U				L					U1
KEMPINSKI	L	H	F	L,D	L	H		L	R,H	H	F	L	H
KEYTEL	H	H	F			R		L			F	R	
KIMPTON	D	F	F	U	U	D	F	U	U	U	F	U	D
KSL RESORTS		D			D		F	H,F	H		F		D
LA QUINTA	U		F	U		F	F	L	L	U	F	R	F
LE MERIDIEN	D			H	D	F	F	H	M	H	F	H	
LEADING HOTELS OF THE WORLD	LF			U	LF	F	F	L	R	H	MF	H	LF
LEXINGTON	F	F		H,F				L	LH			R,F	F
LOEWS	F	F	F	L	L	F	F	L	L	H	F	H	F
LUXE	F	U	F	U	U	F	F	R	R	R	F		F
MACDONALD	H	H	F	U	U		F	L	L			H	
MANDARIN ORIENTAL	F	U	F	U	D	F	F	M	U,M	U	F		F
MARCO POLO	F	F	F	L	U	F	F	R	MP	MP		U	F
MARITIM	H	H	H	U	U			L	L			L	H

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
MARRIOTT ALL BRANDS	F	F	H	U	U		F	L	L	H	F	H	
MASTER INN		F	F	M,F				L	L				
MILLENIUM COPTHORN	F	F	F	U	U		F	H,P	P	P	F		
MORGANS	H	H	F	P	H	H	F	H		F	F		F
MOVENPICK	U	U	U	MP		U	F	U	L	L	F		
NEW OTANI HOTELS	F	F	F	R			F	L	L	L		H	
NH HOTELES		F		U	U	F	F	L,U	L	L	F	H	F
NOBLE HOUSE	F	H			U	F							F
NORLANDIA	H	H	H	H				L	L				
NOVOTEL		F	F	H,P		F		U	R,U	R	F	H	F
OBEROI	H	F	F	U		F		U	R,H,U	U	F		F
OKURA	F	H	F	U			F	U	L	L	F	U,R	F
OMNI	F	U	F	U	U		F	U	R		F	H	F
OUTRIGGER	F	F	F	U			F	U	R,U	U			F
THE DOYLE COLLEC.	U		F	U	U	F	F	U	M	H	F	H	F
PAN PACIFIC	F	R	F	U	U		F	U	R	R	F	U	F
PARK INN	D	D	F	U		D	F	L	L	U	F	H	
PREFERRED ALL BRANDS	M	D	D	U			D	D,R	R	U,D		M	M,D
PRIMA HOTEL		L	F	R		L	F	L	L	L			
RAFFLES	U	H	F	U	U	F	F	H	R	R		U	F
RED LION	F	F	F	P		F	F	R,H	R,H	H	F	H	
RED ROOF	H	F	F	H,R		F	F	H	U			H	
REGAL	F	H	F	U		H	F	L	P	P			

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
REGENT	U	F			U	F	F	U	U	U	F	H	F
RELAIS & CHATEAUX	F	F	F	U		D	F	L	L	L	F	D	D
RENDEZVOUS	H	F	F	RP			F	U	RP			H	
RIHGA ROYAL HOTELS	LP	U	H					R	MP,U				
RINGHOTELS	U	H		L	L	U		R	R	R		U	H
RITZ-CARLTON CLUB		F	F			F	F	U			F	H	F
RITZ-CARLTON HOTEL		F	F	L	U	F	F	P	U		F	U	F
ROCK RESORTS	F	F	F	H,P	U	F	F	U	P				F
ROMANTIK HOTELS	L	F	F	D	D	L		U	R,U			L,U	L
PLEASANT HOTELS	F	F						U					
ROSEWOOD	U	U	F			F							U
RYDGES	U,D	F	H	U	U	F	F	L	L	L		R	
SCANDIC	U		F	U	U		F	L	L	L	F	U,L	
SHANGRI-LA	F	F	F	F		F	F	H,U			F	H	F
SHERATON	D			U	D	F	F	R	L	U	F	H	
SHILO INNS	U			U			F	L	L	U	F	U	U
SIERRA HOTEL	F	D	F	U	U		F	L	L	U,D	F		
SMALL LUXURY HOTEL	U	F	F	U				L	L	L	F	L,U	
SOFITEL		F	F	U	U		F	L	L	L	F	U,F	F
SOL MELIA	F	F		U	U	F	F	L	L	L		U,R	F
SONESTA COLLECTION	U	H	H	R,MP	U		F	L	L	L	F	L	D
SORAT HOTELS	U	U		L		U			L	L	F		U
STAMFORD	F	U	F	U	L	F	F	U	MP	U		L	

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS
STARHOTELS	M	M	F	M	M	M	F	M	M	M		M	M
STARWOOD	D	D		M		F			L		F	F	
SUPERCLUBS	F	H	H	U	U	F	F	U	L			U	
SUPRANATIONAL	U	U						U	L	U		U	
SUTTON PLACE		U		P	U	F	F	U	L			M,L	
SWALLOW	H	H	F	R,L	L		F	L	R	L	F		
SWISSOTEL	F	F	F	P		F	F	U	R	R	F	F	F
TAJ	U	U					F					D	
THISTLE	F	F	F	U	U	F	F	U,R	R	H	F	H	F
TOKYU	F	F					F	R	M	M		H	
TOP INTERNATIONAL	F	F	F	U	U			R	R	U,F		P	F
TRAVELODGE AUS/LIA	F	H			U	F	H	U	R				
TRAVELODGE UK	F	F	F	U		F	F	M	M	R	F	H	F
UTELL	U	U	F				F	D	L	U	F		U
VAGABOND INN	F	U	F	U		F		L	L	U,F		R	
VILLAGE HOTELS	H	H	F	U		H	F	U,R	R,U	H	F	U	
VIP HOTELS	F	F	H	U	U	F	F	U,R	L		F		F
W HOTELS	D		D	U	U	F	F	U	L	D	F	H	
WARWICK	M	U	F	U	U	U	F	R	R	R			
WESTIN	D			U	D	F	F	L	L	U	F	H	
WESTMARK	F	F		F	F	F	F	U	L		F	F	
WORLDHOTELS	F	F	F	U		F		U	L	H		H	F
WYNDHAM	F	H	F	L,R	L,R	F	F	L	R	L	F	H	



**Πίνακας 3.11 Πίνακας Ύπαρξης των Συχνότερα Εμφανιζόμενων Γενικών Θέσεων ανά Ξενοδοχείο και Λειτουργία**

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
BEST WESTERN	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	11
HYATT - SUMMERFIELD	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
AFFINIA	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	10
LOEWS	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	10
NH HOTELES	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	10
SOFITEL	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	10
SOL MELIA	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	10
THISTLE	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	10
ADAM'S MARK	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	9
AMERICINN	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	9
CHOICE ALL BRANDS	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	9
COAST	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	9
JUMEIRAH	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	9
MARRIOTT ALL BRANDS	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	9
RELAIS & CHATEAUX	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	9
TRAVELODGE UK	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	9
VIP HOTELS	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	9
ABBA	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	8
COUNTRY INNS -	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
<b>RADISSON</b>														
<b>CROSSLAND - STUDIO PLUS</b>	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	8
<b>DESTINATION HOT.</b>	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	8
<b>EXTENDED STAY - HOMESTEAD</b>	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	8
<b>LA QUINTA</b>	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	8
<b>LUXE</b>	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	8
<b>NEW OTANI HOTELS</b>	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	8
<b>OKURA</b>	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	8
<b>OMNI</b>	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	8
<b>PAN PACIFIC</b>	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	8
<b>SUTTON PLACE</b>	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	8
<b>SCANDIC</b>	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	8
<b>SHANGRI-LA</b>	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	8
<b>SIERRA HOTEL</b>	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	8
<b>WORLDHOTELS</b>	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	8
<b>WYNDHAM</b>	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	8
<b>BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN -HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 -TRAVELODGE - WINGATE</b>	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	7
<b>BOSCOLO</b>	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	7
<b>CONCORDE</b>	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	7

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
FAIRMONT HOTELS	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	7
FOUR SEASONS	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	7
HOTEL GOUVERNEUR	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	7
JOIE DE VIVRE	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	7
MACDONALD	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	7
MANDARIN ORIENTAL	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	7
MARCO POLO	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	7
MILLENIUM COPTHORN	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	7
PARK INN	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	7
PLEASANT HOTELS	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	7
RED LION	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	7
REGENT	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	7
RITZ-CARLTON CLUB	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	7
RITZ-CARLTON HOTEL	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	7
ROCK RESORTS	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	7
SMALL LUXURY HOTEL	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	7
TAJ	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	7
W HOTELS	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	7
WESTIN	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	7
ACCOR	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	6
BEST VALUE INN	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	6
BRISAS	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	6
CANDLEWOOD	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	6

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
DELTA HOTELS	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	6
DORINT HOTELS	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	6
DRURY HOTELS	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	6
EL CID	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	6
FLAG CHOICE	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	6
GHA	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	6
GREAT HOTELS	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	6
KIMPTON	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	6
NOVOTEL	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	6
OBEROI	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	6
OUTRIGGER	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	6
RAFFLES	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	6
SHERATON	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	6
SONESTA COLLECTION	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	6
SUPERCLUBS	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	6
TOP INTERNATIONAL	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6
VAGABOND INN	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	6
WESTMARK	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	6
BARCELO	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	5
BENCHMARK	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	5
BEST INNS - COUNTRY HEARTH	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	5
DE VERE	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	5
DESIGN HOTELS	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	5
EXECUTIVE	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
GUESTHOUSE INTER	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	5
JAMESON INN	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	5

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
LEADING HOTELS OF THE WORLD	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	5
PRIMA HOTEL	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	5
RED ROOF	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	5
REGAL	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5
SHILO INNS	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	5
STAMFORD	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	5
SWISSOTEL	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	5
AMERISUITES	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	4
ASTON	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4
CAMINO REAL	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4
CHARMING	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4
FOUR POINTS	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	4
HARDAGE GROUP	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4
HotelREZ	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	4
K HOTELS	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	4
LE MERIDIEN	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	4
LEXINGTON	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	4
MARITIM	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	4
MASTER INN	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4
MORGANS	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	4
MOVENPICK	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	4
NOBLE HOUSE	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	4
RENDEZVOUS	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	4
SWALLOW	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	4
TOKYU	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	4
UTELL	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	4
VILLAGE HOTELS	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	4
WARWICK	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4
CAESAR PARK	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	3
DAN HOTELS	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	3

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
HARRAH'S	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	3
HYATT VACATION	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	3
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3
INTERCONTINENTAL	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	3
KEMPINSKI	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	3
KEYTEL	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	3
SORAT HOTELS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	3
STARWOOD	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	3
TRAVELODGE AUS/LIA	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
AC	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
ACC-Nifos	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
COASTAL	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
CONRAD	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2
FIESTAMERICANA	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
GOLDEN TULIP	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
GRAND BAY BEACH	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
HIST. HOTEL OF AMER.	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
KSL RESORTS	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
NORLANDIA	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
ROMANTIK HOTELS	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
ROSEWOOD	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
RYDGES	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PRIVACY POLICY	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ
STARHOTELS	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
ARCOTEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
CRESTWOOD	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
GRAND HERITAGE	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PREFERRED ALL BRANDS	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
SUPRANATIONAL	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
THE DOYLE COLLEC.	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
CLASSIC INTER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CLUBHOUSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GRAND TRADITION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HOTUSA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IAN SCHRAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RIHGA ROYAL HOTELS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RINGHOTELS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## 3.2 Αξιοποίηση διαθέσιμων σχεδιαστικών χναριών

Τα σχεδιαστικά χνάρια που είναι διαθέσιμα σε καταλόγους και γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στο Διαδίκτυο και στην βιβλιογραφία αξιοποιήθηκαν για τη δημιουργία των παρακάτω σχεδιαστικών χναριών τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για την δημιουργία της προτεινόμενης λύσης στο σχεδιαστικό μας πρόβλημα.

### 3.2.1 HOMEPAGE CONTENTS

Η αρχική σελίδα (Homepage) μιας αλυσίδας ξενοδοχείων πρέπει να επιτελεί κάποιες βασικές λειτουργίες όπως και όλες οι αρχικές σελίδες στο Διαδίκτυο. Οι βασικές αυτές λειτουργίες είναι: η **Εισαγωγή**, η **Είσοδος**, και οι **Ανακοινώσεις** και αναφέρονται στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage> (van Welie, 2002-2008). Σύμφωνα με αυτό το σχεδιαστικό χνάρι, το σχεδιαστικό χνάρι [C1: HOMEPAGE PORTAL] του van Duynе και των συνεργατών του (2003) και της ανάλυσης των υπάρχοντων ιστοχώρων που προηγήθηκε, κάθε λειτουργία πρέπει να περιέχει τα παρακάτω:

- **Εισαγωγή:** Η λειτουργία αυτή συνδέεται με τη γνωστοποίηση στο χρήστη του σκοπού και της ταυτότητας του ιστοχώρου. Οι χρήστες πρέπει να ξέρουν σχεδόν αμέσως το αντικείμενο του ιστοχώρου και ποιος είναι πίσω από αυτόν. Αυτό γίνεται μέσω της παρουσίασης της αλυσίδας από διαφημιστικό βίντεο ή ανάλογων εικόνων, με το λογότυπο της και πιθανόν με ένα μήνυμα που δίνει το στίγμα της. Τέλος εκτός από τα προαναφερθέντα υπάρχουν: η επιλογή About us που είναι μια άλλη πτυχή της γνωστοποίησης της ταυτότητας και δίνει πληροφορίες για την επιχείρηση, αλλά και άλλες χρήσιμες πληροφορίες όπως: τρόποι επικοινωνίας (Contact us), η δήλωση της πολιτικής προστασίας των προσωπικών δεδομένων του χρήστη από την επιχείρηση (Privacy Policy), οι όροι και οι προϋποθέσεις για να χρησιμοποιηθεί το υλικό που περιέχεται στον ιστοχώρο (Terms & Conditions) και τέλος η ενημέρωση για τα προνόμια που απολαμβάνει ένα μέλος και η δυνατότητα εγγραφής



(My Hotel ή Club Hotel, όπου Hotel ένα όνομα της αρεσκείας του κατόχου της ιστοσελίδας αλλά και Join now ή Register).

- **Είσοδος:** Γενικά οι χρήστες σπάνια βρίσκουν ότι χρειάζονται στην αρχική σελίδα. Επομένως, ο κύριος τρόπος πλοήγησης στον ιστοχώρο πρέπει να παρουσιάζεται σαφώς. Στη δική μας περίπτωση αυτό γίνεται μέσω του οριζόντιου πίνακα επιλογών (Navigation Bar). Επειδή η δική μας ιστοσελίδα αφορά ξενοδοχεία το κύριο ζητούμενο είναι να κάνουμε κράτηση. Γι αυτό ο κύριος τρόπος εισόδου γίνεται αφού πρώτα να επιλέξουμε το ξενοδοχείο που μας ενδιαφέρει. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση μίας φόρμας που περιέχει τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες για να επιλεγεί το ξενοδοχείο. Στη συνέχεια υπάρχει και η φόρμα για να ελεγχθεί η διαθεσιμότητα στο επιλεγμένο ξενοδοχείο και να γίνει η κράτηση. Η δεύτερη αυτή φόρμα συμπληρώνεται προαιρετικά. Επίσης υπάρχει και διαδικασία διαχείρισης κρατήσεων για όσους το επιθυμούν, που περιλαμβάνει δυνατότητα να δει, να τροποποιήσει ή να ακυρώσει κάποιος κρατήσεις που έχει ήδη κάνει. Ένας άλλος τρόπος εισόδου είναι μέσω της επιλογής Sign In ή Login που αφορά μόνο τα μέλη. Επειδή τα ξενοδοχεία συναλλάσσονται με διεθνές κοινό ένας γλωσσικός επιλογέας είναι απαραίτητος. Τέλος είναι διαθέσιμος ένας αναλυτικός χάρτης με τα περιεχόμενα του ιστοχώρου (Sitemap).
- **Ανακοινώσεις:** Όπως σε όλες τις επιχειρήσεις έτσι και στα ξενοδοχεία, διάφορα πράγματα συμβαίνουν και οι ιστοχώροι αλλάζουν. Η αρχική σελίδα είναι το μέρος απ' όπου οι χρήστες ενημερώνονται για ότι είναι καινούριο, ότι συμβαίνει, νέες προσφορές και ούτω καθεξής. Στην περίπτωση μας υπάρχει η δυνατότητα οι ενδιαφερόμενοι να πληροφορηθούν: τις προσφορές (Special Offers), τους τύπους των εκδηλώσεων που διοργανώνονται (γάμοι, συνέδρια κ.α.) (Meetings & Events), τα νέα της επιχείρησης, τις καταχωρήσεις γι' αυτή στον τύπο (Press), αλλά και τις ανακοινώσεις για προσφορά εργασίας (Careers).

### 3.2.2 PAGE TEMPLATE

Η εμφάνιση της ιστοσελίδας, τα περιεχόμενα της οποίας περιγράψαμε στο προηγούμενο χνάρι, ακολουθεί τις προτάσεις του van Duynne και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται στα σχεδιαστικά χνάρια [D1: PAGE TEMPLATES] και [L3: USE SEPARATE TABLES]. Η ιστοσελίδα ακολουθεί ένα σχεδιαστικό μοντέλο που βασίζεται στον ορισμό τεσσάρων διαφορετικών περιοχών (πίνακες) για την εξυπηρέτηση των αναγκών που προκύπτουν. Το όνομα της κάθε περιοχής (πίνακα) δίνεται από τη θέση που καλύπτει στη ιστοσελίδα και τα περιεχόμενα τους, ανά περιοχή, είναι τα εξής:

- **Πάνω Οριζόντιος Πίνακας (Upper Horizontal Table)** που περιλαμβάνει το λογότυπο που αφορά την ξενοδοχειακή επιχείρηση, πιθανόν ένα μήνυμα που δίνει το στίγμα της, τη δυνατότητα να επιλεγεί η γλώσσα παρουσίασης και τέλος την επιλογή εισόδου για τα μέλη και πληροφορίες για τις επιπλέον λειτουργίες που τους παρέχονται. Επίσης περιλαμβάνει πληροφορίες για προσφορές που τρέχουν, για εκδηλώσεις που μπορούν να διοργανωθούν, για το κύκλωμα κρατήσεων και τη δυνατότητα επιστροφής στην αρχική σελίδα.
- **Αριστερός Κάθετος Πίνακας (Left Vertical Table)** που περιλαμβάνει τις επιλογές που εξυπηρετούν το κύκλωμα των κρατήσεων.
- **Δεξιός Κάθετος Πίνακας (Right Vertical Table)** που περιλαμβάνει διαφημιστικά video ή εικόνες που αφορούν την ξενοδοχειακή επιχείρηση.
- **Κάτω Οριζόντιος Πίνακας (Lower Horizontal Table)** που περιλαμβάνει πληροφορίες, ανακοινώσεις και ειδήσεις για την ξενοδοχειακή επιχείρηση, χρήσιμες στον χρήστη, πληροφορίες για τον ιστοχώρο της καθώς και οτιδήποτε άλλο θα ήθελε η επιχείρηση να προβάλλει ή να προωθήσει ιδιαίτερα.

Αφού καθορίσαμε τα γενικά σχεδιαστικά χνάρια περιεχομένου και παρουσίασης της πρότασης μας, ας δούμε αναλυτικά τα περιεχόμενα της, των οποίων ο τρόπος που εμφανίζονται αλλά και η θέση τους στην ιστοσελίδα, καθορίζονται από επί μέρους σχεδιαστικά χνάρια, τα οποία βασίζονται σε

υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια διαθέσιμα σε καταλόγους και γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στο Διαδίκτυο και την βιβλιογραφία:

### 3.2.3 LOGO

Το λογότυπο της ξενοδοχειακής επιχείρησης εμφανίζεται στο πάνω αριστερό μέρος της ιστοσελίδας ώστε να είναι το πρώτο πράγμα που θα δει ο χρήστης της ιστοσελίδας σύμφωνα με τα σχεδιαστικά χνάρια [E1: SITE BRANDING] και [I3: CLEAR FIRST READ] του van Duyne και των συνεργατών του (2003), αλλά και όσα αναφέρονται στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] στη λειτουργία **Introduction** (Εισαγωγή) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage> (van Welie, 2002-2008). Επίσης το λογότυπο χρησιμοποιείται και σαν σύνδεσμος για την αρχική σελίδα σύμφωνα με το σχεδιαστικό χνάρι [HOME LINK] που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=home> (van Welie, 2002-2008).

Κατά τη διάρκεια της έρευνας διαπιστώθηκε ότι σε κάθε αρχική ιστοσελίδα ξενοδοχειακής επιχείρησης υπήρχε το λογότυπο της τοποθετημένο, στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων, στο επάνω αριστερό μέρος της ιστοσελίδας και χρησιμοποιείτο και σαν σύνδεσμος με την αρχική σελίδα.

### 3.2.4 UP-FRONT VALUE PROPOSITION

Επειδή η αρχική σελίδα πρέπει να δίνει με έμφαση το στίγμα της ξενοδοχειακής επιχείρησης, ένα μήνυμα που το τονίζει μπορεί να χρησιμοποιηθεί δίπλα ή πολύ κοντά με το λογότυπο της, σύμφωνα με το σχεδιαστικό χνάρι [C2: UP-FRONT VALUE PROPOSITION] του van Duyne και των συνεργατών του (2003).

### 3.2.5 LANGUAGE SELECTOR

Για την επιλογή της γλώσσας παρουσίασης του ιστοχώρου και το σημείο που θα εμφανίζεται, πράγμα που γίνεται στο πάνω δεξί άκρο της ιστοσελίδας, ακολουθούμε το σχεδιαστικό χνάρι [LANGUAGE SELECTOR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=language-selector>

### 3.2.6 FOOTER BAR

Το συγκεκριμένο χνάρι καταλαμβάνει το κάτω μέρος της ιστοσελίδας και είναι ένας οριζόντιος πίνακας επιλογών (μενού), υπό μορφή μπάρας, και περιλαμβάνει πληροφορίες, για την ξενοδοχειακή επιχείρηση και τον ιστοχώρο της, σύμφωνα με αυτά που προτείνονται στο σχεδιαστικό χνάρι [A7: VALUABLE COMPANY SITES] του van Duyne και των συνεργατών του (2003) και στο σχεδιαστικό χνάρι [FOOTER BAR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση: <http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=footer-bar>

Στα περιεχόμενα του συγκεκριμένου χναριού περιλαμβάνονται η επιλογή About us που δίνει πληροφορίες για την επιχείρηση, η δήλωση της πολιτικής προστασίας των προσωπικών δεδομένων του χρήστη (Privacy Policy), οι όροι και οι προϋποθέσεις για να χρησιμοποιηθεί το υλικό που περιέχεται στον ιστοχώρο (Terms & Conditions) και ένας αναλυτικός χάρτης με τα περιεχόμενα του ιστοχώρου (Sitemap). Επίσης οι τρόποι επικοινωνίας με την επιχείρηση (Contact us), οι καταχωρήσεις γι' αυτή στον τύπο (Press), αλλά και οι ανακοινώσεις για προσφορά εργασίας (Careers).

Η ύπαρξη όλων αυτών των επιλογών υποστηρίζεται από τα αποτελέσματα της έρευνας μας όπως και το ότι οι επιλογές αυτές εμφανίζονται στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας. Ειδικά η ύπαρξη της επιλογής Privacy Policy καθώς και η εμφάνιση της στο κάτω μέρος της σελίδας υποστηρίζεται και από το σχεδιαστικό χνάρι [E4: PRIVACY POLICY] του van Duyne και των συνεργατών του (2003).

### 3.2.7 FIND A HOTEL

Στην περίπτωση αλυσίδων ξενοδοχείων, στις οποίες αναφερόμαστε εδώ, για να φτάσουμε σε επίπεδο κράτησης πρέπει πρώτα να επιλέξουμε το ξενοδοχείο που μας ενδιαφέρει. Η ανάγκη ύπαρξης μιας τέτοιας λειτουργίας προκύπτει από την έρευνα μας με ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό. Από τις διαθέσιμες λύσεις που εμφανίστηκαν κατά την έρευνα μας και τις γενικές αρχές για το σχεδιασμό λειτουργιών ανίχνευσης σε ιστοχώρους, όπως εκφράζονται από τα σχεδιαστικά χνάρια [J1: SEARCH ACTION MODULE] και [J2: STRAIGHTFORWARD SEARCH FORMS] του van Duyne και των συνεργατών του (2003), προκρίθηκε η χρήση μίας φόρμας που περιέχει τον καλύτερο συνδυασμό των πληροφοριών που είναι απαραίτητες

για να επιλεγεί ένα ξενοδοχείο. Η δε θέση που καταλαμβάνει στην ιστοσελίδα, επιλέχθηκε και για να βρίσκεται στην ίδια περιοχή της ιστοσελίδας με τον έλεγχο διαθεσιμότητας δωματίων (Διαθεσιμότητα) με τον οποίο συνδέεται άμεσα (δες Παράρτημα), αλλά και γιατί είναι η δεύτερη σε αριθμό εμφανίσεων στην έρευνα μας. Η θέση με τον μεγαλύτερο αριθμό εμφανίσεων καλύπτεται στο σχεδιαστικό χνάρι [NAVIGATION BAR]. Μία σχετική πρόταση, που αναφέρεται στην ανάγκη του χρήστη να επιλέξει ένα συγκεκριμένο αντικείμενο ανάμεσα σε πολλά, υπάρχει στο σχεδιαστικό χνάρι [ADVANCED SEARCH] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=advanced-search>

### **3.2.8 COUNTRY\CITY SELECTOR**

Όταν ένας χρήστης θέλει να επιλέξει τη χώρα στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο που αναζητά, χρησιμοποιεί έναν επιλογέα χώρας. Μετά μπορεί να επιλέξει αν θέλει, με τον ίδιο τρόπο και την πόλη όπου βρίσκεται το ξενοδοχείο που αναζητά. Σε κάθε μία από τις δύο περιπτώσεις που αναφέραμε ο επιλογέας ακολουθεί τα προτεινόμενα από το σχεδιαστικό χνάρι [COUNTRY SELECTOR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=country-selector>

### **3.2.9 AVAILABILITY**

Στην αρχική σελίδα ο έλεγχος διαθεσιμότητας δωματίων (availability) γίνεται προαιρετικά, δηλαδή μόνο αν το θέλει ο χρήστης, μετά την επιλογή των αναγκαίων κριτηρίων στη διαδικασία εύρεσης ξενοδοχείου (Find a Hotel). Η ανάγκη ύπαρξης μιας τέτοιας λειτουργίας προκύπτει από την έρευνα μας με ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό. Από τις διαθέσιμες λύσεις που εμφανίστηκαν κατά την έρευνα μας προκρίθηκε η χρήση μίας φόρμας που περιέχει ένα συνδυασμό πληροφοριών που επιτρέπει την ασφαλή απάντηση στις απαιτήσεις του χρήστη. Σε κάθε περίπτωση λαμβάνονται υπόψη και οι γενικές αρχές για το σχεδιασμό λειτουργιών ανίχνευσης σε ιστοχώρους, όπως εκφράζονται από τα σχεδιαστικά χνάρια [J1: SEARCH ACTION MODULE] και [J2: STRAIGHTFORWARD SEARCH FORMS] του van Duyne και των συνεργατών του (2003). Η θέση που καταλαμβάνει αυτό το χνάρι στην ιστοσελίδα, επιλέχθηκε τόσο γιατί είναι αυτή που πιο συχνά

συναντήσαμε κατά την έρευνα όσο και για να βρίσκεται στην ίδια περιοχή της ιστοσελίδας με τη διαδικασία εύρεσης ξενοδοχείου (Find a Hotel), με την οποία συνδέεται άμεσα (δες Παράρτημα). Μία σχετική πρόταση, που αναφέρεται στην ανάγκη του χρήστη να μπορεί να κάνει κράτηση για μια πτήση, ένα δωμάτιο σε ξενοδοχείο, ένα αυτοκίνητο κ.α. υπάρχει στο σχεδιαστικό χνάρι [BOOKING] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=booking>

### **3.2.10 DATE SELECTOR**

Όταν ένας χρήστης επιλέγει ημερομηνίες για να ελέγξει τη διαθεσιμότητα του ξενοδοχείου χρησιμοποιεί ένα επιλογέα ημερομηνιών που ακολουθεί τα προτεινόμενα από το σχεδιαστικό χνάρι [DATE SELECTOR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=date-selector>

### **3.2.11 RESERVATION MANAGEMENT**

Κάθε χρήστης που έχει κάνει μία κράτηση μπορεί να χρειαστεί να την δει, να την τροποποιήσει ή να την ακυρώσει. Η ύπαρξη μιας λειτουργίας που να καλύπτει αυτές τις ανάγκες υποστηρίζεται από την έρευνα μας (Διαχείριση Κρατήσεων), όπως και η τοποθέτηση της μαζί με τον έλεγχο διαθεσιμότητας. Αυτός ο τρόπος τοποθέτησης προκρίθηκε για να μπορεί ο χρήστης να εντοπίσει εύκολα τη συγκεκριμένη λειτουργία. Η ύπαρξη λειτουργίας ακύρωσης ή τροποποίησης μιας κράτησης υποστηρίζεται και από το σχεδιαστικό χνάρι [F9: EASY RETURNS] του van Duyne και των συνεργατών του (2003).

### **3.2.12 RIGHT VERTICAL TABLE**

Το χνάρι αυτό καταλαμβάνει το κεντρικό και δεξιό μέρος του μεσαίου τμήματος της ιστοσελίδας (σαν μεσαίο τμήμα νοείται ο χώρος ανάμεσα στους δύο οριζόντιους πίνακες που έχουν οριστεί στο χνάρι [PAGE TEMPLATE]) και περιέχει διαφημιστικά Video ή ανάλογες εικόνες που προβάλλονται εδώ με σκοπό να δώσουν στο χρήστη, μαζί με το λογότυπο και το μήνυμα για το στίγμα της ξενοδοχειακής επιχείρησης, ένα ξεκάθαρο σημείο αναφοράς με την πρώτη ματιά,

σύμφωνα με το σχεδιαστικό χνάρι [I3: CLEAR FIRST READ] του van Duyne και των συνεργατών του (2003).

### 3.2.13 NAVIGATION BAR

Το χνάρι αυτό έχει τη μορφή οριζόντιου πίνακα επιλογών (μενού), υπό μορφή μπάρας, και χρησιμεύει, όπως υποδηλώνει και το όνομα του, για να δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να βρει συγκεντρωμένες σε ένα μέρος όλες τις κύριες λειτουργίες της ιστοσελίδας. Τα στοιχεία που αποτελούν τα περιεχόμενα αυτού του χναριού είναι τα:

- Home: Σύνδεσμος για την αρχική σελίδα που υπάρχει σε αυτό το σημείο σε πολλές ιστοσελίδες. Επίσης προτείνεται η χρησιμοποίηση του με αυτό τον τρόπο από το σχεδιαστικό χνάρι [HOME LINK] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:  
<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=home>
- Find & Reserve: Αφορά τη δυνατότητα εύρεσης ξενοδοχείων και το κύκλωμα των κρατήσεων. Η τοποθέτηση του και σε αυτό το σημείο προκύπτει από την έρευνα μας όπου πολλές ιστοσελίδες δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουμε το συγκεκριμένο κύκλωμα και από αυτό το σημείο.
- Special Offers: Αφορά τις προσφορές και η τοποθέτηση του σε αυτό το σημείο υποστηρίζεται ιδιαίτερα από το αποτέλεσμα της έρευνας που κάναμε.
- Meetings & Events: Αφορά τις εκδηλώσεις που μπορούν να διοργανωθούν και η τοποθέτηση του σε αυτό το σημείο υποστηρίζεται ιδιαίτερα από το αποτέλεσμα της έρευνας που κάναμε.
- Members: Οδηγεί στο κύκλωμα των μελών όπως αυτό περιγράφεται στο αντίστοιχο χνάρι. Η τοποθέτηση του σε αυτό το σημείο προκύπτει από την έρευνα μας όπου πολλές ιστοσελίδες δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουμε το συγκεκριμένο κύκλωμα και από αυτό το σημείο.

Η χρησιμοποίηση μιας τέτοιας μπάρας, στο πάνω μέρος μιας ιστοσελίδας, με τις κύριες επιλογές που έχει ο χρήστης προτείνεται και από τα σχεδιαστικά χνάρια, [K2 NAVIGATION BAR] του van Duyne και των συνεργατών του (2003) και

[MAIN NAVIGATION] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση: <http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=main-navigation>

### **3.3 Νέα σχεδιαστικά Χνάρια απαραίτητα για την προτεινόμενη λύση**

#### **3.3.1 MEMBERS**

Το σχεδιαστικό χνάρι με το όνομα [MEMBERS] αναφέρεται στη δυνατότητα που δίνεται στο χρήστη της ιστοσελίδας να γίνει μέλος μίας ομάδας ανθρώπων στους οποίους η ξενοδοχειακή επιχείρηση παραχωρεί κάποια ιδιαίτερα προνόμια. Αν ο χρήστης είναι ήδη μέλος μπορεί να κάνει χρήση των προνομίων του επιλέγοντας την κατάλληλη επιλογή (Sign In ή Login). Αν όχι μπορεί να ενημερωθεί για τα προνόμια, επιλέγοντας μία άλλη επιλογή, και να αποφασίσει αν θέλει να εγγραφεί στην ομάδα ή όχι (My Hotel ή Club Hotel, όπου Hotel ένα όνομα της αρεσκείας του κατόχου της ιστοσελίδας, ή ακόμη Join now αλλά και Register).

Η ύπαρξη αυτής της λειτουργίας υποστηρίζεται ισχυρά από τα αποτελέσματα της έρευνας που κάναμε. Από αυτή προέκυψε επίσης ότι η θέση της είναι στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας.

#### **3.3.2 MISCELLANEOUS AREA**

Η περιοχή που καλύπτει αυτό το χνάρι βρίσκεται κάτω από τους δύο κάθετους πίνακες και πάνω από το [FOOTER BAR] και μπορεί να περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα. Βέβαια η διαμόρφωση της συγκεκριμένης περιοχής δεν είναι σταθερή και μπορεί να αλλάζει ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν κάθε φορά. Δηλαδή μπορεί να έχουμε πολλά νέα και καθόλου προσφορές ή εκδηλώσεις για μία χρονική περίοδο, αλλά και το αντίθετο για μια άλλη χρονική περίοδο.



### 3.3.3 UPPER HORIZONTAL TABLE

Το σχεδιαστικό χνάρι που περιγράφουμε εδώ ορίζει το τι θα εμφανίζεται και σε ποιο σημείο στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας (πάνω από τους δύο κάθετους πίνακες που έχουν οριστεί στο χνάρι [PAGE TEMPLATE]). Οι λειτουργίες που περιέχονται σε αυτό το χνάρι είναι οι εξής:

- Logo: Λογότυπο της επιχείρησης στο πάνω αριστερό μέρος του χναριού.
- Up-Front Value Proposition: Είναι ένα μήνυμα που δίνει με έμφαση το στίγμα της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Βρίσκεται δίπλα στο Logo.
- Members Management: Αποτελείται από τις δύο επιλογές που περιγράφονται στο χνάρι [MEMBERS]. Βρίσκεται δίπλα στο Language Selector
- Language Selector: Επιλογέας γλώσσας παρουσίασης του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Στο πάνω δεξιό μέρος του χναριού.
- Home: Σύνδεσμος για την αρχική σελίδα.
- Find & Reserve: Αφορά τη δυνατότητα εύρεσης ξενοδοχείων και το κύκλωμα των κρατήσεων
- Special Offers: Αφορά τις προσφορές.
- Meetings & Events: Αφορά τις εκδηλώσεις που μπορούν να διοργανωθούν.
- Members: Οδηγεί στο κύκλωμα των μελών όπως αυτό περιγράφηκε στο ομώνυμο χνάρι.

Οι 5 τελευταίες λειτουργίες δηλαδή οι: Home, Find & Reserve, Special Offers, Meetings & Events και Members βρίσκονται στο κάτω μέρος του χναριού σε οριζόντιο πίνακα επιλογών (μενού) και περιέχονται στο χνάρι [NAVIGATION BAR].

### 3.3.4 LEFT VERTICAL TABLE

Το σχεδιαστικό χνάρι που περιγράφουμε εδώ ορίζει το τι θα εμφανίζεται στο αριστερό μέρος του μεσαίου τμήματος της ιστοσελίδας (σαν μεσαίο τμήμα νοείται ο χώρος ανάμεσα στους δύο οριζόντιους πίνακες που έχουν οριστεί στο χνάρι [PAGE TEMPLATE]). Οι λειτουργίες που περιέχονται σε αυτό το χνάρι είναι οι εξής:

- Find a Hotel: Αφορά την εύρεση του ξενοδοχείου ή των ξενοδοχείων που επιθυμεί ο χρήστης. Βρίσκεται στο πάνω μέρος του χναριού.
- Availability: Αφορά την εύρεση διαθέσιμων δωματίων στα επιλεγμένα ξενοδοχεία. Βρίσκεται στη μέση του χναριού κάτω ακριβώς από το Find a Hotel.
- Reservation Management: Αφορά τη διαχείριση των κρατήσεων που ήδη υπάρχουν. Βρίσκεται στο κάτω μέρος του χναριού κάτω ακριβώς από το Availability.

Η συνύπαρξη και των τριών αυτών λειτουργιών στο μέρος της ιστοσελίδας που καλύπτει αυτό το σχεδιαστικό χνάρι, πέρα από την εννοιολογική τους συνάφεια, υποστηρίζεται και από μία επιπλέον επεξεργασία των στοιχείων της έρευνας μας που παρουσιάζεται στο Παράρτημα της εργασίας αυτής.

### 3.3.5 LOWER HORIZONTAL TABLE

Το σχεδιαστικό χνάρι που περιγράφουμε εδώ ορίζει το τι θα εμφανίζεται και σε ποιο σημείο στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας (κάτω από τους δύο κάθετους πίνακες που έχουν οριστεί στο χνάρι [PAGE TEMPLATE]). Το χνάρι αυτό χωρίζεται σε δύο μέρη: το πάνω και το κάτω.

Στο πάνω μέρος περιλαμβάνονται: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά οι προσφορές και οι εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα, σύνδεσμοι με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα. Η θέση των περιεχομένων αυτής της περιοχής δεν είναι σταθερή αλλά διαφοροποιείται ανάλογα με τις ανάγκες κάθε επιχείρησης αλλά και τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Στο κάτω μέρος περιλαμβάνονται οι λειτουργίες:

- About us: Δίνει πληροφορίες για την επιχείρηση.
- Privacy Policy: Δηλώνει την πολιτική προστασία των προσωπικών δεδομένων του χρήστη
- Terms & Conditions: Δηλώνει τους όρους και τις προϋποθέσεις για να χρησιμοποιηθεί το υλικό που περιέχεται στον ιστοχώρο.

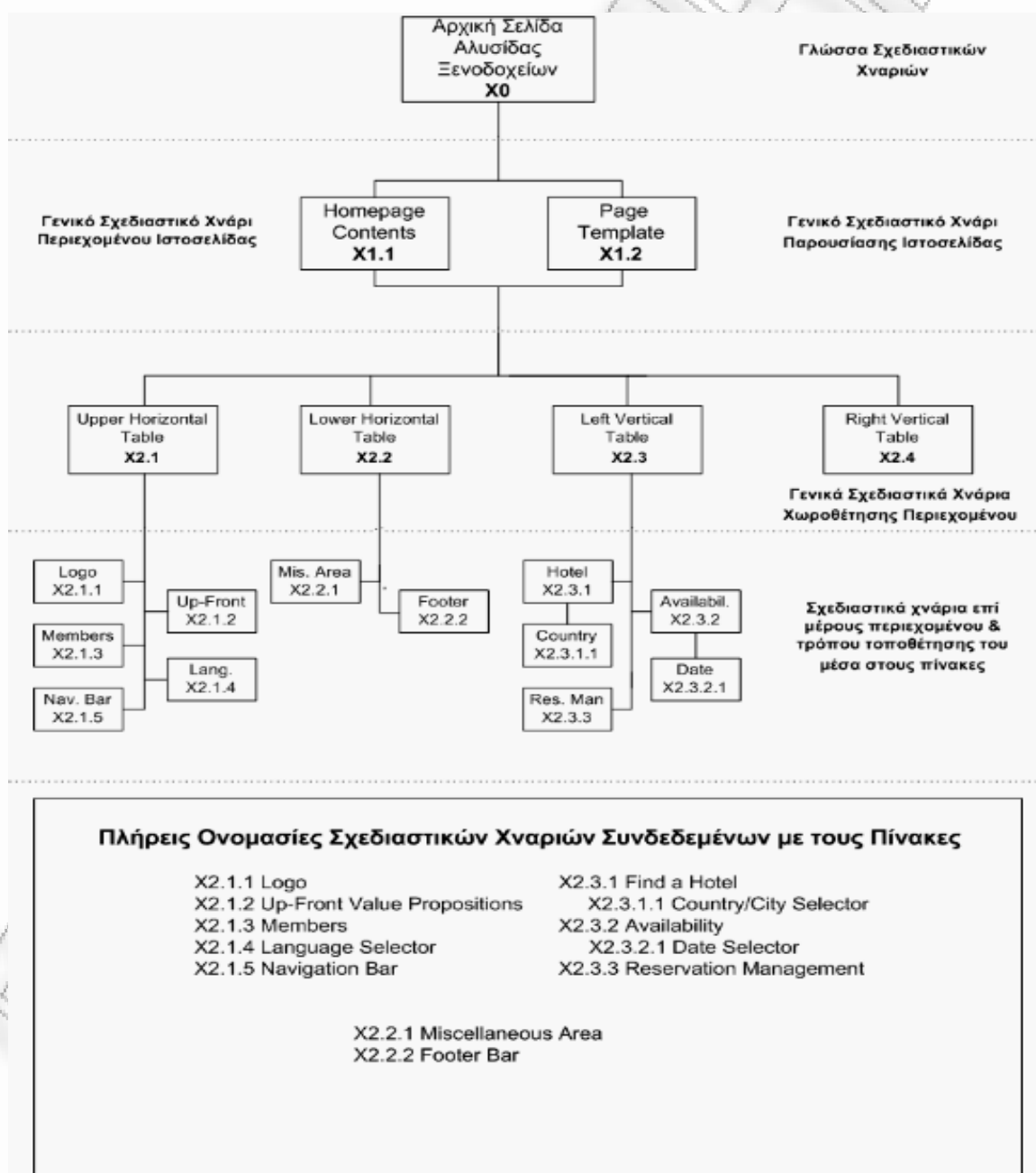
- Sitemap: Ένας αναλυτικός χάρτης με τα περιεχόμενα του ιστοχώρου.
- Contact us: Δίνει τους τρόπους επικοινωνίας με την επιχείρηση.
- Press: Περιέχονται οι καταχωρήσεις για την επιχείρηση στον τύπο.
- Careers: Περιέχει ανακοινώσεις για προσφορά εργασίας.

Όλες αυτές οι λειτουργίες βρίσκονται σε οριζόντιο πίνακα επιλογών (μενού) και περιέχονται στο χνάρι [FOOTER BAR].

## 4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

### Η Γλώσσα Σχεδιαστικών Χναριών για την Αρχική Σελίδα Αλυσίδων Ξενοδοχείων

#### 4.1 Συσχετισμοί μεταξύ Σχεδιαστικών Χναριών για Αρχική Σελίδα Αλυσίδων Ξενοδοχείων



Σχέδιο 4.1 Συσχετισμοί μεταξύ σχεδιαστικών χναριών

## 4.2 Παρουσίαση των σχεδιαστικών χαρακτῆρων

**Όνομα:** Αρχική σελίδα αλυσίδας ξενοδοχείων

### Πλαίσιο

Το πλαίσιο εφαρμογής της λύσης που προτείνουμε καθορίζεται από τα χαρακτηριστικά του Διαδικτύου και των εφαρμογών του, το περιβάλλον λειτουργίας και τις απαιτήσεις των αλυσίδων ξενοδοχείων καθώς και τις απαιτήσεις των χρηστών – πελατών των ξενοδοχειακών ιστοχώρων.

Ο χώρος του Διαδικτύου είναι χώρος υψηλής κινητικότητας και ανταγωνισμού. Οι χρήστες κινούνται από τον ένα ιστοχώρο στον άλλο με σκοπό να βρουν είτε την πιο αξιόπιστη πληροφορία είτε την καλύτερη προσφερόμενη υπηρεσία ή προϊόν και πάντα στην πιο συμφέρουσα τιμή. Η πλοήγηση αυτή είναι ακόμη πιο ελκυστική αφού γίνεται από οπουδήποτε υπάρχει Η/Υ συνδεδεμένος με το Διαδίκτυο αλλά τώρα πια ακόμη και από το κινητό τηλέφωνο. Οι πελάτες που επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο για την επιλογή ξενοδοχείου, ιδίως σε μεγάλες μονάδες ή αλυσίδες, είναι είτε από αυτούς με υψηλότερο εισόδημα και επίπεδο μόρφωσης από το μέσο όρο είτε από διάφορα μέρη του κόσμου οι οποίοι διευκολύνονται από αυτόν τον τρόπο επιλογής και μπορούμε να πούμε σχεδόν με βεβαιότητα ότι είναι πεπειραμένοι στη χρήση του Διαδικτύου, υποψιασμένοι για το πώς πρέπει να παρέχονται οι υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να είναι και περισσότερο απαιτητικοί. Σε αυτό συντελεί και το γεγονός ότι οι υπηρεσίες των ξενοδοχείων είτε χρησιμοποιούνται για διασκέδαση είτε για επαγγελματικούς λόγους, πρέπει να παρέχονται στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο, επειδή σχετίζονται με χρονικές περιόδους τις οποίες ο χρήστης των υπηρεσιών συνδέει με υψηλές προσδοκίες.

Ο μεγάλος όγκος της πληροφορίας και η πληθώρα ομοειδών ιστοχώρων περιορίζει το χρόνο που ο χρήστης διαθέτει στον κάθε ιστοχώρο και αναγκάζει τις επιχειρήσεις γενικά και τις ξενοδοχειακές στην περίπτωση μας, να αναζητούν τον καλύτερο τρόπο για να προσελκύσουν τους χρήστες και να τους κρατήσουν στο δικό τους εικονικό χώρο, με τελικό σκοπό να πεισθούν να προβούν σε κάποια συναλλαγή, δηλαδή να γίνουν πελάτες τους. Επιπλέον οι επιχειρήσεις

προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των χρηστών, με τέτοιο τρόπο, ώστε να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες τους όχι μόνο μία φορά αλλά και πάλι αν και όταν τις χρειαστούν στο μέλλον. Όλη αυτή η προσπάθεια γίνεται ξέροντας ότι αν αποτύχουν οι ανταγωνιστές περιμένουν, όχι πια πίσω από την επόμενη ή τη μεθεπόμενη γωνία, αλλά μόλις ένα «κλικ» του ποντικιού μακριά. Οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν αυτά τα χαρακτηριστικά στον υπερθετικό βαθμό καθώς η ικανοποίηση του πελάτη, η χρήση της πληροφορίας και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους βρίσκονται στο κέντρο της λειτουργίας τους και είναι κρίσιμοι παράγοντες τόσο για την επιβίωση όσο και για την ανάπτυξή τους.

Τέλος η πώληση μέσω Διαδικτύου εμποδίζει την άμεση ανθρώπινη επικοινωνία κατά τη διάρκεια των συναλλαγών γεγονός που αφαιρεί από τις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να βασιστούν σε αυτή για να επηρεάσουν τους πελάτες. Επειδή ο παράγοντας αυτός είναι κρίσιμος για τις συναλλαγές που συντελούνται στον πραγματικό κόσμο, η έλλειψη του στον εικονικό κόσμο πρέπει να αναπληρωθεί με άλλους τρόπους, όπως είναι ο κατάλληλος σχεδιασμός μιας ιστοσελίδας.

### **Πρόβλημα**

Με ποιο τρόπο θα μπορούσε να σχεδιαστεί μια αρχική σελίδα ιστοχώρου αλυσίδας ξενοδοχείων, ώστε ένας χρήστης του Διαδικτύου, που θα βρεθεί σε αυτή να αποφασίσει, με τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια, αν η συγκεκριμένη ξενοδοχειακή επιχείρηση ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του και του παρέχει τα εχέγγυα για να προχωρήσει σε κράτηση;

### **Δυνάμεις**

- Οι χρήστες του Διαδικτύου συνήθως δεν αφιερώνουν πολύ χρόνο σε μία πρώτη σελίδα ενός ιστοχώρου πριν αποφασίσουν αν θα συνεχίσουν την περιήγηση στον ιστοχώρο ή όχι.
- Οι χρήστες του Διαδικτύου, πολλές φορές, έχουν μόνο λίγο χρόνο να επενδύσουν στη μελέτη μιας ιστοσελίδας.
- Οι χρήστες του Διαδικτύου θέλουν γρήγορα να ενημερωθούν για το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας.

- Οι χρήστες του Διαδικτύου θέλουν να διαμορφώσουν σύντομα μια πλήρη εικόνα για το τι προσφέρεται σε έναν ιστοχώρο.
- Οι χρήστες του Διαδικτύου, όπως και κάθε πελάτης, θέλουν να αισθάνονται σίγουροι για την επιλογή που κάνουν.
- Δεν μπορεί το σχεδιαστικό αποτέλεσμα να ικανοποιεί όλους τους ανθρώπους σε όλες τις περιπτώσεις.
- Άνθρωποι με διαφορετικές εμπειρίες και από διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα απαιτούν διαφορετική ποσότητα και ποιότητα πληροφοριών.
- Οι άνθρωποι μπερδεύονται, αγχώνονται, απελίζονται και τελικά τα παρατούν όταν η προσπάθεια που πρέπει να καταβάλουν για να αποκτήσουν αυτό που θέλουν είναι πολύ μεγάλη.
- Οι άνθρωποι θέλουν να νοιώθουν ασφάλεια και ικανοποίηση από τη συνεργασία και τις συναλλαγές τους με μία επιχείρηση.
- Οι άνθρωποι όταν νιώσουν ότι εξαπατήθηκαν σε μία συναλλαγή τους ή ότι διαψεύστηκαν οι προσδοκίες τους, σπάνια επανέρχονται για μια καινούργια συναλλαγή.
- Οι ανταγωνιστές στο Διαδίκτυο είναι μόνο «ένα κλικ» μακριά.
- Οι κάτοχοι ενός ιστοχώρου θέλουν να περάσουν το μήνυμά τους σε όσους περισσότερους χρήστες μπορούν.
- Οι επιχειρήσεις απαιτούν να έχουν απτά αποτελέσματα από τη χρήση των ιστοχώρων τους.
- Οι σχεδιαστές ιστοσελίδων θέλουν να αισθάνονται σίγουροι ότι οι σχεδιαστικές τους επιλογές είναι δοκιμασμένες και θα έχουν το αποτέλεσμα που επιθυμούν.
- Τόσο οι κάτοχοι όσο και οι σχεδιαστές ενός ιστοχώρου επιθυμούν να πετύχουν το βέλτιστο αποτέλεσμα, με το ελάχιστο δυνατό κόστος και μέσα στα συμφωνημένα χρονικά πλαίσια.
- Ο όγκος της παρεχόμενης πληροφορίας στο Διαδίκτυο είναι τεράστιος.

- Ένα απλό και ξεκάθαρο μήνυμα είναι αναμενόμενο να γίνει σωστά αντιληπτό και να προσελκύσει τους χρήστες άρα και να τους ενθαρρύνει να συνεχίσουν την προσπάθεια τους.
- Τα σύνθετα και τα αντικρουόμενα μηνύματα κουράζουν και αποθαρρύνουν τους χρήστες από τη συνέχιση της προσπάθειας τους.

### **Λύση**

Η [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] θεωρούμε ότι πρέπει να περιλαμβάνει τις παρακάτω λειτουργίες:

- Παρουσίαση (Προβάλλεται η εικόνα της επιχείρησης)
- Πληροφορίες για την επιχείρηση
- Πληροφορίες για το τι προσφέρει η επιχείρηση στους πελάτες
- Διευκολύνσεις (Επιπλέον δυνατότητες που διευκολύνουν το χρήστη)
- Πλοήγηση (Δυνατότητες πλοήγησης μέσα στον ιστοχώρο)
- Κράτηση ( Διαδικασίες που βοηθούν στην διαχείριση μίας κράτησης)

### **Αιτιολογία**

Η σχεδιαστική γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] παρέχει ένα υπόδειγμα σωστού σχεδιασμού που επιτρέπει να καλυφθούν οι ανάγκες τόσο του χρήστη που θα βρεθεί σε μία αρχική σελίδα ξενοδοχειακού ιστοχώρου όσο και της επιχείρησης που προβάλλεται μέσω αυτής. Γι' αυτό το λόγο οι λειτουργίες που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα καλύπτουν τις ανάγκες και των δύο πλευρών.

Η επιχείρηση θέλει να προβάλει ένα θετικό και ελκυστικό πρόσωπο ώστε να προσελκύσει το χρήστη και παράλληλα να του προσφέρει όλες τις πληροφορίες και τις διευκολύνσεις που αυτός χρειάζεται χωρίς όμως να υπερφορτώσει την ιστοσελίδα με άχρηστες πληροφορίες και να την κάνει αποθητική. Τέλος χρειάζεται ένα ξεκάθαρο δρόμο που θα οδηγήσει το χρήστη να πραγματοποιήσει την κράτηση στο ξενοδοχείο που επιθυμεί, αλλά και να τον διευκολύνει αν θελήσει, να τη δει, να την τροποποιήσει ή να την ακυρώσει.



Ο χρήστης από την πλευρά του θέλει να νοιώσει άνεση, εμπιστοσύνη και να πειστεί ότι η συγκεκριμένη ιστοσελίδα του προσφέρει κάτι το ιδιαίτερο που τον αφορά. Γι' αυτό χρειάζεται πληροφορίες για την επιχείρηση, τις προσφορές της και τον ιστοχώρο της, έχοντας μάλιστα τη δυνατότητα να τα δει όλα αυτά σε γλώσσα που να του είναι οικεία και να την καταλαβαίνει. Τέλος αν όλα τα προηγούμενα συμβούν θέλει να βρει και να διεκπεραιώσει εύκολα τη διαδικασία μιας κράτησης. Επίσης θέλει να μπορεί να βρει εύκολα τις κρατήσεις που έχει κάνει, να τις δει, να τις αλλάξει αλλά και να τις ακυρώσει αν χρειαστεί.

Σαν αποτέλεσμα των όσων περιγράφηκαν, οι λειτουργίες που αναφέρθηκαν για την αρχική σελίδα ξενοδοχείου αναλύονται ως εξής:


- Παρουσίαση (Προβάλλεται η εικόνα της επιχείρησης)
  - Logo (Λογότυπο της επιχείρησης)
  - Up-Front Value Proposition (Μήνυμα συνοπτικό και ξεκάθαρο που να δίνει το στίγμα της επιχείρησης)
  - Διαφημιστικά video ή εικόνες που προβάλλονται στην κεντρικό και δεξιό μέρος του μεσαίου τμήματος της ιστοσελίδας.
- Πληροφορίες για την επιχείρηση
  - About us.
  - Contact us.
  - Privacy Policy
  - Terms & Conditions
  - News (Νέα της Επιχείρησης)
  - Press
  - Careers
- Πληροφορίες για το τι προσφέρει η επιχείρηση στους πελάτες
  - Special Offers
  - Meetings & Events
  - Παρουσίαση των νέων της επιχείρησης, αναλυτικά των προσφορών και των εκδηλώσεων στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμων με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που

συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θεμάτων που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα

- My Hotel
- Members
- Διευκολύνσεις (Επιπλέον δυνατότητες που διευκολύνουν το χρήστη)
  - Language Selector
  - Sign In
  - Members
- Πλοήγηση (Δυνατότητες πλοήγησης μέσα στον ιστοχώρο)
  - Home
  - Sitemap
- Κράτηση ( Διαδικασίες που βοηθούν στην κράτηση ή στην διαχείριση της)
  - Availability
  - Find a Hotel
  - View/Modify/Cancel Reservations (Διαχείριση κρατήσεων)
  - Find & Reserve

## Γραφική παρουσίαση λύσης

Μια γραφική παρουσίαση της προτεινόμενης λύσης δίνεται εδώ:

		Sign In   My Hotel   English Français Deutsch Ελληνικά											
		<b>Up-Front Value Proposition</b>											
HOME		FIND & RESERVE		SPECIAL OFFERS		MEETINGS & EVENTS		MEMBERS					
<b>FIND A HOTEL</b>		<p>Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες.</p>											
COUNTRY:													
<input type="text"/>													
CITY:													
<input type="text"/>													
<b>AVAILABILITY (OPTIONAL)</b>													
CHECK-IN DATE													
<input type="text"/>													
CHECK-OUT DATE													
<input type="text"/>													
NUMBER OF ROOMS													
<input type="text"/>													
NUMBER OF ADULTS													
<input type="text"/>													
NUMBER OF CHILDREN													
<input type="text"/>													
<b>SEARCH</b>													
<a href="#">MORE OPTIONS</a>													
<a href="#">VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS</a>													
<p>Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.</p>													
ABOUT US		PRIVACY POLICY		TERMS & CONDITIONS		SITE MAP		CONTACT US		CAREERS		PRESS	

Σχήμα 4.1 Γραφική παρουσίαση της προτεινόμενης λύσης

## Παράδειγμα

Ένα παράδειγμα ιστοσελίδας που συμφωνεί με το σχεδιαστικό χνάρι που προτείνουμε δίνεται εδώ:

The image shows a screenshot of the Hyatt Summerfield Suites website. At the top, there is a navigation bar with links for "Sign In", "Join", "Customer Service", and "Visit Hyatt.com". Below this is a blue banner with navigation links: "rates & reservations", "hotel locations", "special offers", "groups & tours", "about us", and "hyatt gold passport".

The main content area is divided into several sections:

- find a hotel:** A search form with fields for "Location (City, State, Country or Hotel Name)", "Search by Hyatt Brand" (set to "Hyatt Summerfield Suites"), "Check-in Date" (Oct 2009), "Check-out Date" (Oct 2009), "Adults per room" (1), "Children per room" (0), "Number of rooms" (1), and "Rate Type" (Best Available Rate). There are buttons for "CHECK AVAILABILITY", "Redeem Gold Passport", "Redeem Gift Certificates", "Modify Existing Reservations", and "Add Flight and/or Car".
- Hotel Images:** Two photographs showing a man and a child sitting on a sofa, and a woman and child sitting on a bed.
- Promotional Banners:** Four banners with the text: "More Comfort", "More Connection", "More Style Enjoy contemporary comfort take a tour →", and "More Like Home".
- BlackBerry Promotion:** A banner with the text "We're giving away free\* BlackBerry® Smartphones" and an image of several smartphones.
- Experience Hyatt® hospitality at Hyatt Summerfield Suites™:** A section with the text "All Hyatt Summerfield Suites hotels are smoke-free." and "Discover the all-suite hotel that not only knows you, it knows what you want. Namely, the things that make you feel right at home – a full kitchen, free high-speed internet, plus a complimentary full breakfast each morning and Evening Social, Monday through Thursday. Most importantly, you'll find helpful staff who will get to know you and make your stay more relaxing and productive. Hyatt Summerfield Suites. Welcome to more™".
- Take a Tour:** A section with the text "Welcome to More™" and "Inside Hyatt Summerfield Suites".
- Free\* BlackBerry® Smartphone:** A section with the text "With new 2-year plan or upgrade or renewal. See order page for complete details." and an image of three smartphones.
- Choose Your Reward:** A section with the text "THE NEXT BIG THING. HOW BIG IS UP TO YOU." and "Earn Unlimited Free Nights or Bonus Points. October 1, 2009 - January 31, 2010." and an image of a reward card.

At the bottom, there is a blue footer bar with links for "Development Info", "Employment", "Security and Safety", "Press Room", "Privacy Policy - Your Privacy Rights", "Terms & Conditions", and "Site Map".

Εικόνα 4.1 Παράδειγμα για την προτεινόμενη λύση από την διεύθυνση

<http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/>

## Σχετιζόμενα χνάρια

HOMEPAGE CONTENTS, PAGE TEMPLATE, FIND A HOTEL, AVAILABILITY, RESERVATION MANAGEMENT, LEFT VERTICAL TABLE, RIGHT VERTICAL TABLE, UPPER HORIZONTAL TABLE, LOWER HORIZONTAL TABLE, MISCELLANEOUS AREA, FOOTER BAR, NAVIGATION BAR, COUNTRY\CITY SELECTOR, DATE SELECTOR, LOGO, UP-FRONT VALUE PROPOSITION, LANGUAGE SELECTOR, MEMBERS

Όπως φαίνεται και από το σχήμα που αναφέρεται στους συσχετισμούς μεταξύ σχεδιαστικών χναριών για την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] (Σχέδιο 4.1) όλη αυτή η πρόταση μπορεί να ειπωθεί σαν μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που περιλαμβάνει πολλά σχετιζόμενα σχεδιαστικά χνάρια. Τα ανεξάρτητα χνάρια αποτελούν τις δομικές μονάδες για το σχηματισμό του σχεδιαστικού χναριού [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ].

Το πρώτο σχετιζόμενο χνάρι, [HOMEPAGE CONTENTS], καθορίζει τα περιεχόμενα της πρότασης μας όπως φαίνεται και στο επόμενο σχέδιο:

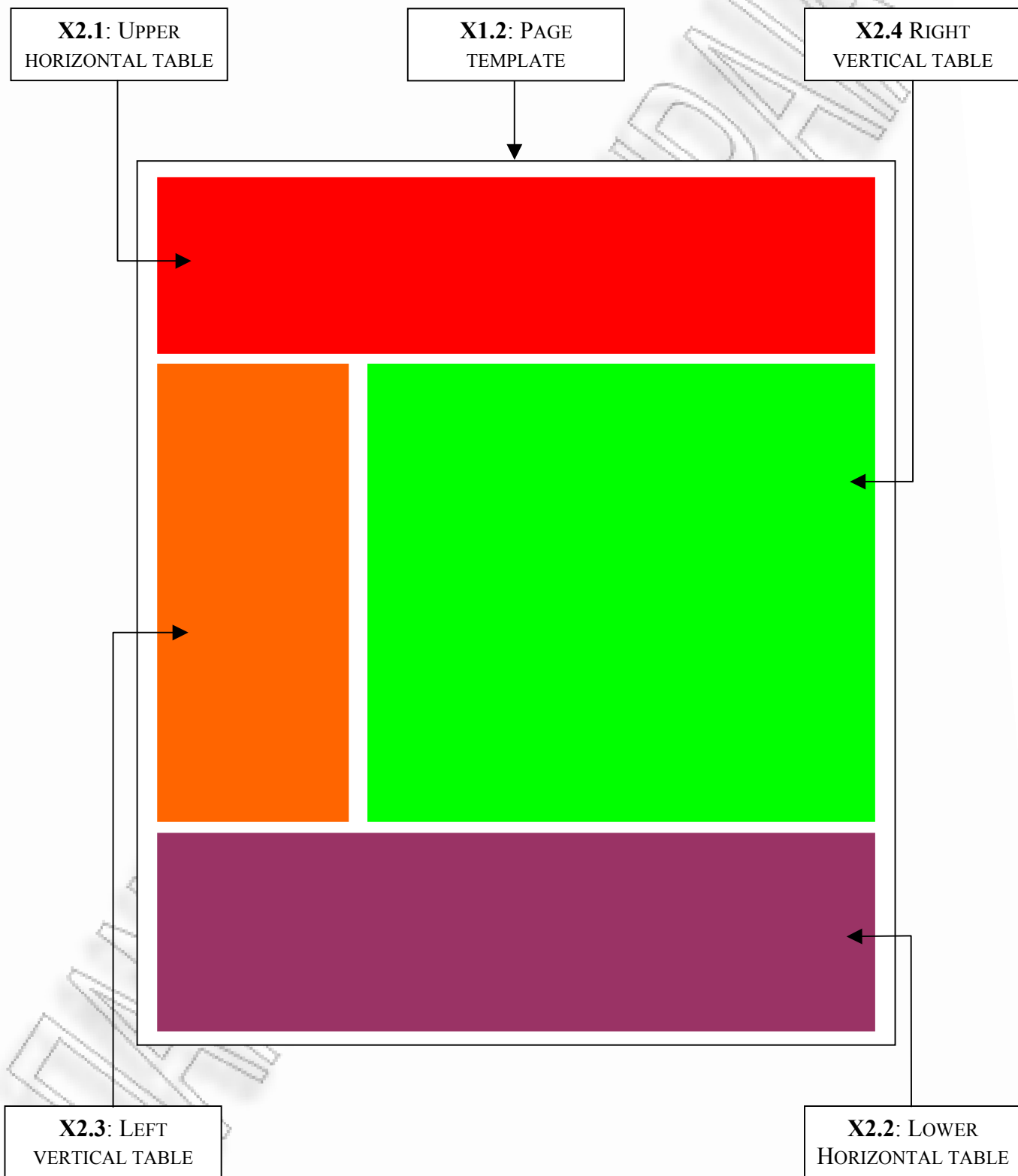
## X1.1: HOMEPAGE CONTENTS

Sign In   My Hotel   English Français Deutsch Ελληνικά								
LOGO	Up-Front Value Proposition							
HOME	FIND & RESERVE							
<table border="1"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <b>FIND A HOTEL</b>            COUNTRY:  <input type="text"/> ▼            CITY:  <input type="text"/> ▼         </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;">           Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες.         </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <b>AVAILABILITY (OPTIONAL)</b>            CHECK-IN DATE   <input type="text"/>            CHECK-OUT DATE   <input type="text"/>            NUMBER OF ROOMS <input type="text"/> ▼            NUMBER OF ADULTS <input type="text"/> ▼            NUMBER OF CHILDREN <input type="text"/> ▼  <input type="button" value="SEARCH"/>  <a href="#">MORE OPTIONS</a> </td> <td style="padding: 5px; vertical-align: top;">           Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.         </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 5px; text-align: center;">VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS</td> </tr> </table>		<b>FIND A HOTEL</b> COUNTRY: <input type="text"/> ▼ CITY: <input type="text"/> ▼	Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες.	<b>AVAILABILITY (OPTIONAL)</b> CHECK-IN DATE <input type="text"/> CHECK-OUT DATE <input type="text"/> NUMBER OF ROOMS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF ADULTS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF CHILDREN <input type="text"/> ▼ <input type="button" value="SEARCH"/> <a href="#">MORE OPTIONS</a>	Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.	VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS		
<b>FIND A HOTEL</b> COUNTRY: <input type="text"/> ▼ CITY: <input type="text"/> ▼	Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες.							
<b>AVAILABILITY (OPTIONAL)</b> CHECK-IN DATE <input type="text"/> CHECK-OUT DATE <input type="text"/> NUMBER OF ROOMS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF ADULTS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF CHILDREN <input type="text"/> ▼ <input type="button" value="SEARCH"/> <a href="#">MORE OPTIONS</a>	Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.							
VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS								
SPECIAL OFFERS	MEETINGS & EVENTS							
MEMBERS								
<table border="1"> <tr> <td style="padding: 5px;">ABOUT US</td> <td style="padding: 5px;">PRIVACY POLICY</td> <td style="padding: 5px;">TERMS &amp; CONDITIONS</td> <td style="padding: 5px;">SITE MAP</td> <td style="padding: 5px;">CONTACT US</td> <td style="padding: 5px;">CAREERS</td> <td style="padding: 5px;">PRESS</td> </tr> </table>		ABOUT US	PRIVACY POLICY	TERMS & CONDITIONS	SITE MAP	CONTACT US	CAREERS	PRESS
ABOUT US	PRIVACY POLICY	TERMS & CONDITIONS	SITE MAP	CONTACT US	CAREERS	PRESS		

Σχέδιο 4.2 Σχεδιαστικό χνάρι περιεχομένου ιστοσελίδας

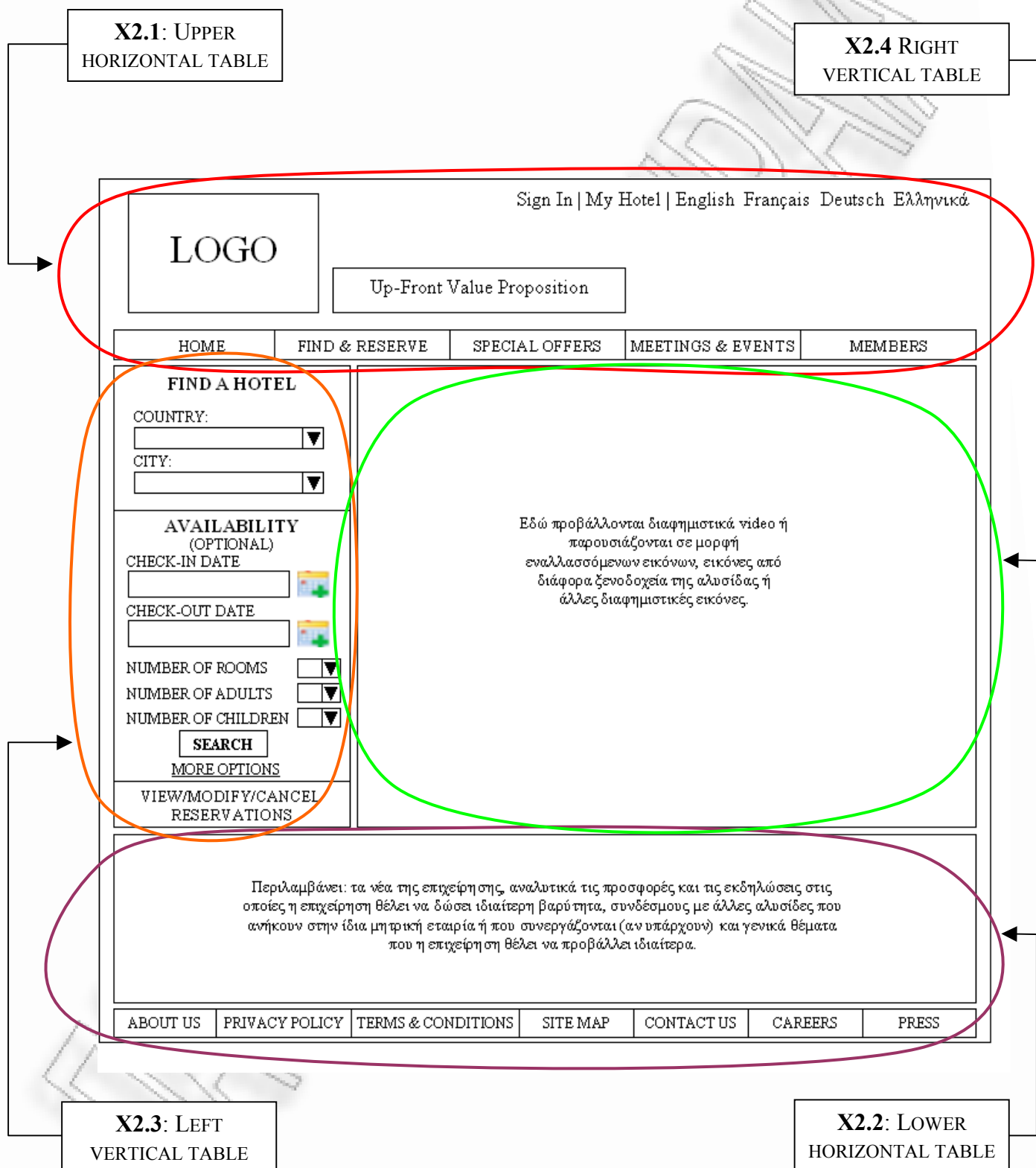
Στη συνέχεια ένα δεύτερο σχετιζόμενο χνάρι, το [PAGE TEMPLATE], καθορίζει τον τρόπο που θα παρουσιαστούν τα περιεχόμενα δημιουργώντας ένα πρότυπο. Κάθε μέρος του προτύπου παρουσίασης που ορίσαμε (template) και έχει τη μορφή πίνακα, γίνεται ένα σχεδιαστικό χνάρι που καθορίζει το περιεχόμενο που θα εμφανιστεί στο συγκεκριμένο μέρος της ιστοσελίδας και τον τρόπο παρουσίασης. Τα χνάρια που προκύπτουν είναι τα: [UPPER HORIZONTAL TABLE] και [LOWER HORIZONTAL TABLE] για το πάνω και κάτω μέρος της ιστοσελίδας και τα [LEFT VERTICAL TABLE] και [RIGHT VERTICAL TABLE] για το αριστερό και δεξιό μέρος του κεντρικού τμήματος της ιστοσελίδας αντιστοίχως. Σε αυτά τα τελευταία τέσσερα χνάρια, επειδή τοποθετούν το περιεχόμενο στη σωστή του θέση, δίνουμε το γενικό όνομα συσχετιζόμενα χνάρια χωροθέτησης

Ο τρόπος που τα σχεδιαστικά χνάρια χωροθέτησης απεικονίζονται, τόσο στο πρότυπο της λύσης που δημιουργεί το σχετιζόμενο χνάρι [PAGE TEMPLATE], όσο και στη γραφική παρουσίαση της λύσης, παρουσιάζεται στα δύο επόμενα σχέδια:



**Σχέδιο 4.3 Σχεδιαστικά χάρια Παρουσίασης και Χωροθέτησης Περιεχομένου Ιστοσελίδας στο πρότυπο (template) της λύσης**



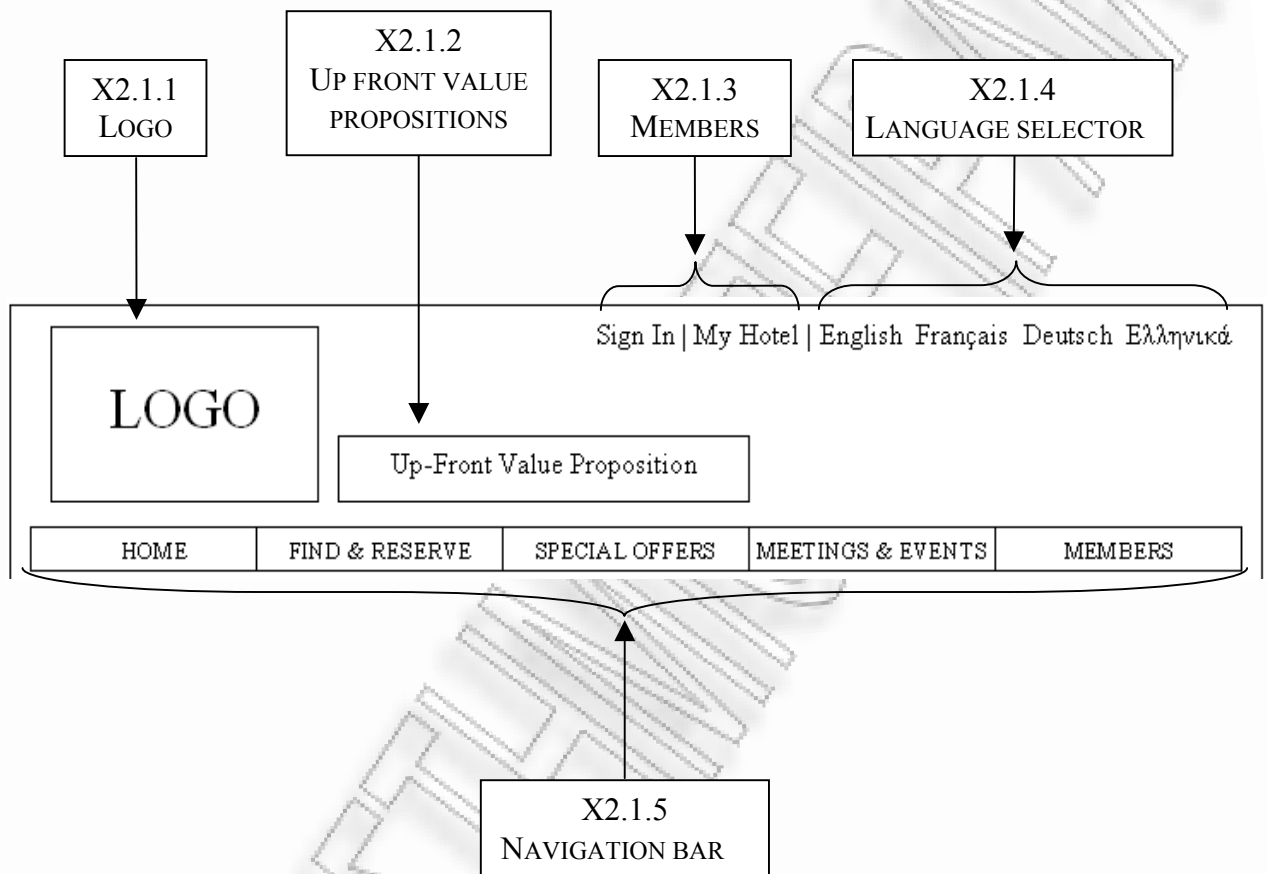


Σχέδιο 4.4 Σχεδιαστικά χάρια Χωροθέτησης Περιεχομένου Ιστοσελίδας στη γραφική παρουσίαση της λύσης

Το περιεχόμενο του κάθε πίνακα εκτός του [RIGHT VERTICAL TABLE] αναλύεται σε επί μέρους σχετιζόμενα χνάρια που καθορίζουν το πώς και το πού θα τοποθετηθεί το περιεχόμενο που αντιστοιχεί σε κάθε πίνακα. Έτσι λοιπόν σε κάθε σχεδιαστικό χνάρι, με τη μορφή πίνακα, συνεισφέρουν συγκεκριμένα χνάρια όπως φαίνεται στη συνέχεια:

- Στο χνάρι [UPPER HORIZONTAL TABLE] συνεισφέρουν τα χνάρια:
  - [LOGO] που δίνει το λογότυπο της επιχείρησης.
  - [UP-FRONT VALUE PROPOSITION] που επιτρέπει στην επιχείρηση να στείλει, στους χρήστες, ένα μήνυμα συνοπτικό και ξεκάθαρο που να δίνει το στίγμα της.
  - [LANGUAGE SELECTOR] που επιτρέπει, στο χρήστη, να επιλέξει την γλώσσα στην οποία θα εμφανιστεί η ιστοσελίδα.
  - [MEMBERS] που επιτρέπει τόσο την εγγραφή ενός χρήστη σαν μέλος όσο και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που έχει σαν μέλος και την ενημέρωση του γι' αυτές.
  - [NAVIGATION BAR] που χρησιμεύει για να δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να βρει συγκεντρωμένες σε ένα μέρος όλες τις κύριες λειτουργίες της ιστοσελίδας.

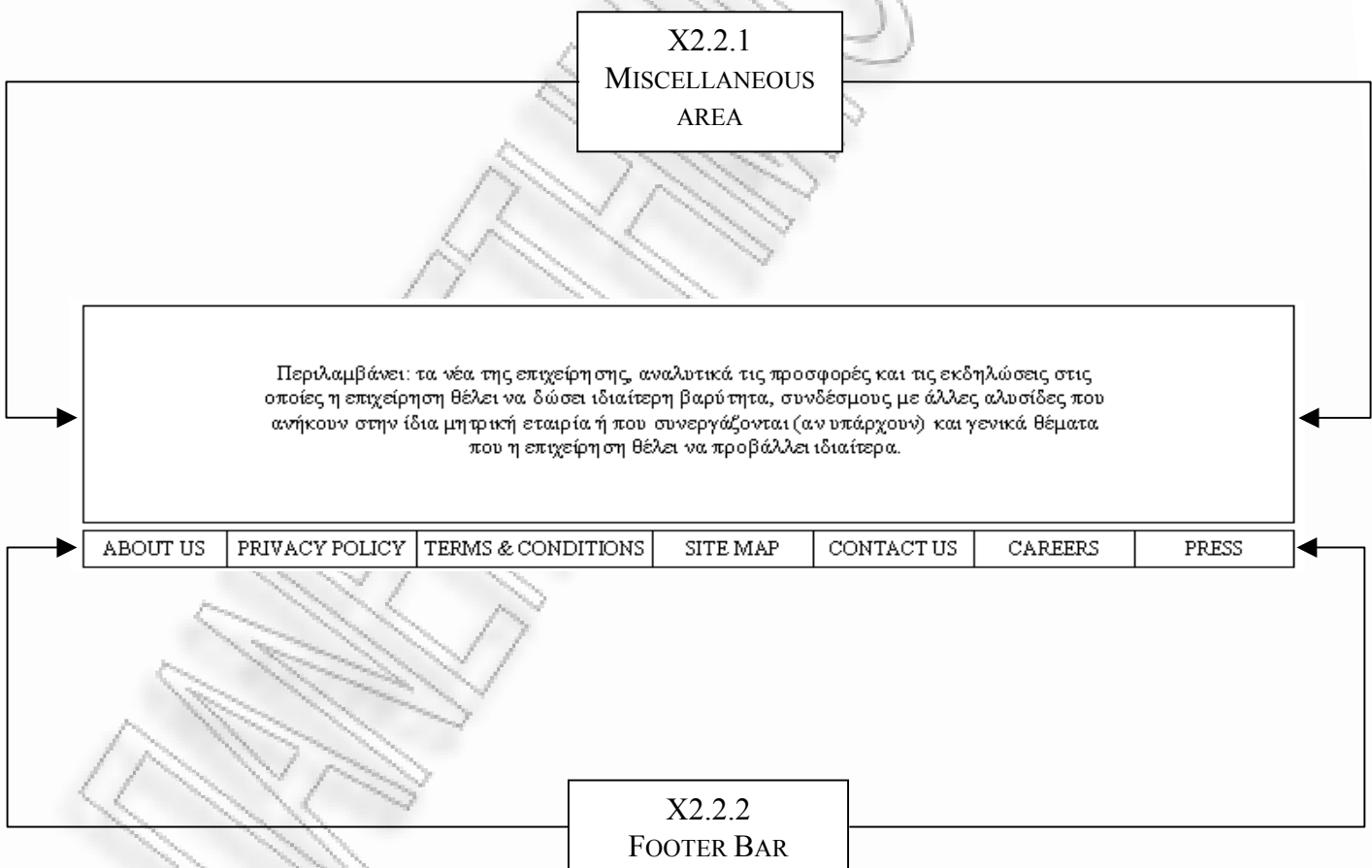
Ο τρόπος που τα παραπάνω σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζονται στη γραφική παρουσίαση της λύσης παρουσιάζεται στο επόμενο σχέδιο:



**Σχέδιο 4.5. Σχετιζόμενα χάρια με το σχεδιαστικό χάρη X2.1: UPPER HORIZONTAL TABLE**

- Στο χνάρι [LOWER HORIZONTAL TABLE] συνεισφέρουν τα χνάρια:
  - [MISCELLANEOUS AREA] που καταλαμβάνει το πάνω μέρος του πίνακα και μπορεί να περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα
  - [FOOTER BAR] που καταλαμβάνει το κάτω μέρος του πίνακα και περιλαμβάνει πληροφορίες, για την ξενοδοχειακή επιχείρηση και τον ιστοχώρο της.

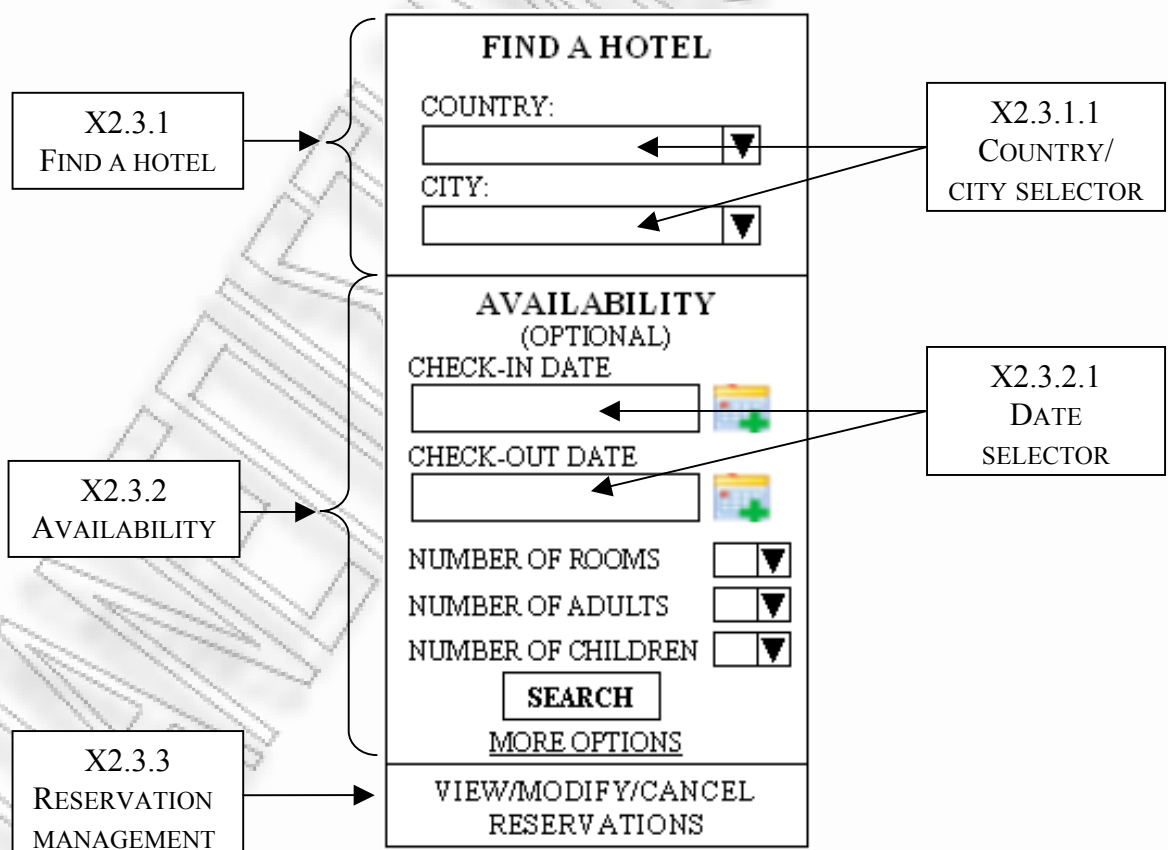
Ο τρόπος που τα παραπάνω σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζονται στη γραφική παρουσίαση της λύσης παρουσιάζεται στο επόμενο σχέδιο:



**Σχέδιο 4.6 Σχετιζόμενα χνάρια με το σχεδιαστικό χνάρι X2.2: LOWER HORIZONTAL TABLE**

- Στο χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE] συνεισφέρουν τα χνάρια:
  - [FIND A HOTEL] που επιτρέπει στο χρήστη να επιλέξει το ξενοδοχείο που τον ενδιαφέρει. Στο χνάρι αυτό συνεισφέρει το σχεδιαστικό χνάρι [COUNTRY\CITY SELECTOR] που επιτρέπει την εύκολη επιλογή χώρας και πόλης.
  - [AVAILABILITY], όπου γίνεται ο έλεγχος διαθεσιμότητας δωματίων για τα ξενοδοχεία που επέλεξε ο χρήστης. Στο χνάρι αυτό συνεισφέρει το σχεδιαστικό χνάρι [DATE SELECTOR] που επιτρέπει την εύκολη επιλογή ημερομηνιών άφιξης και αναχώρησης από το χρήστη.
  - [RESERVATION MANAGEMENT] που επιτρέπει στο χρήστη να διαχειριστεί τις κρατήσεις που έχει ήδη κάνει.

Ο τρόπος με τον οποίο τα παραπάνω σχεδιαστικά χνάρια απεικονίζονται στη γραφική παρουσίαση της λύσης παρουσιάζεται στο επόμενο σχέδιο:



**Σχέδιο 4.7 Σχετιζόμενα χνάρια με το σχεδιαστικό χνάρι X2.3: LEFT VERTICAL**

TABLE



## Συνοπτική παρουσίαση σχετιζόμενων χναριών (Thumbnails)

### Σχεδιαστικό Χνάρι [1] HOMEPAGE CONTENTS

#### ΟΝΟΜΑ: HOMEPAGE CONTENTS

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Ποια πρέπει να είναι τα περιεχόμενα της αρχικής ιστοσελίδας ενός ξενοδοχειακού ιστοχώρου, ώστε να μπορεί να επιτελεί όλες τις λειτουργίες που είναι απαραίτητες, για μια τέτοιου τύπου ιστοσελίδα, με τον καλύτερο τρόπο;

**ΛΥΣΗ:** Προτείνουμε, η αρχική ιστοσελίδα να περιέχει συγκεκριμένες λειτουργίες, που προκύπτουν από διάφορες πηγές (βιβλιογραφία, έρευνα στο Διαδίκτυο, υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια) και θα της επιτρέπουν να επιτελεί το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε με τον καλύτερο τρόπο.

Sign In   My Hotel   English Français Deutsch Ελληνικά						
LOGO	Up-Front Value Proposition					
HOME	FIND & RESERVE	SPECIAL OFFERS	MEETINGS & EVENTS	MEMBERS		
<b>FIND A HOTEL</b> COUNTRY: <input type="text"/> ▼ CITY: <input type="text"/> ▼	Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες.					
<b>AVAILABILITY (OPTIONAL)</b> CHECK-IN DATE <input type="text"/>  CHECK-OUT DATE <input type="text"/>  NUMBER OF ROOMS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF ADULTS <input type="text"/> ▼ NUMBER OF CHILDREN <input type="text"/> ▼ <b>SEARCH</b> <a href="#">MORE OPTIONS</a>						
<a href="#">VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS</a>						
Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.						
<a href="#">ABOUT US</a>	<a href="#">PRIVACY POLICY</a>	<a href="#">TERMS &amp; CONDITIONS</a>	<a href="#">SITE MAP</a>	<a href="#">CONTACT US</a>	<a href="#">CAREERS</a>	<a href="#">PRESS</a>

**Σχήμα 4.2 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Homepage contents στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»**

## ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

The image shows a screenshot of the Best Western website homepage. At the top left is the Best Western logo. To its right is the text "Welcome to bestwestern.com®". Further right are links for "View Text Only", "Customer Service", "Rewards Program", "Gift Card", and "Groups & Meetings". Below these is a "My Profile" section with fields for "Email or Member" and "Password", and buttons for "SIGN IN", "Forgot Password", "Email Now", and "Create Password". A navigation bar contains buttons for "HOME", "FIND A HOTEL", "CHECK RESERVATIONS", "TRIP PLANNER", "SPECIAL OFFERS", and "PACKAGES". The main content area is divided into several sections: "Find a Hotel" with search filters for City, State, Country, and dates; "My Reservations"; a large image of a hotel lobby; "Business Plus" with a photo of two men; "Contact Us" with a phone number; "Sign-Up for Special Offers" with an email field; and several promotional banners including "4X the Rewards!" and "Buy a \$100 Travel Card & earn a \$10 Gift Card". At the bottom, there are social media icons for Travel Blog, Twitter, Facebook, YouTube, Mobile, and Knock Knock, along with a search bar and a footer with various site links.

Εικόνα 4.2 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Homepage contents από τη διεύθυνση <http://www.bestwestern.com/index.asp>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στα σχεδιαστικά χνάρια [C1: HOMEPAGE PORTAL] του van Duyne και των συνεργατών του (2003) και [HOMEPAGE] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση: <http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [2] PAGE TEMPLATE

### ΟΝΟΜΑ: PAGE TEMPLATE

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Με ποιο τρόπο θα διαχειριστούμε την εμφάνιση των περιεχομένων της αρχικής ιστοσελίδας ενός ξενοδοχειακού ιστοχώρου ώστε να έχουμε το καλύτερο αποτέλεσμα;

**ΛΥΣΗ:** Η ιστοσελίδα χωρίζεται σε διαφορετικές περιοχές (πίνακες) για την σωστή εξυπηρέτηση των αναγκών που προκύπτουν.

The wireframe shows a hotel website layout with the following sections:

- Header (Red):** Contains a "LOGO" placeholder, a "Sign In | My Hotel | English Français Deutsch Ελληνικά" navigation bar, and an "Up-Front Value Proposition" box.
- Navigation (Red):** A horizontal menu with links: HOME, FIND & RESERVE, SPECIAL OFFERS, MEETINGS & EVENTS, MEMBERS.
- Search Section (Orange):** Includes "FIND A HOTEL" with dropdowns for "COUNTRY:" and "CITY:", "AVAILABILITY (OPTIONAL)" with "CHECK-IN DATE" and "CHECK-OUT DATE" fields, and dropdowns for "NUMBER OF ROOMS", "NUMBER OF ADULTS", and "NUMBER OF CHILDREN". It also features a "SEARCH" button, "MORE OPTIONS", and "VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS" links.
- Main Content Area (Green):** A large central area containing text: "Εδώ προβάλλονται διαφημιστικά video ή παρουσιάζονται σε μορφή εναλλασσόμενων εικόνων, εικόνες από διάφορα ξενοδοχεία της αλυσίδας ή άλλες διαφημιστικές εικόνες."
- Footer (Purple):** Contains text: "Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα."
- Footer Navigation (Purple):** A horizontal menu with links: ABOUT US, PRIVACY POLICY, TERMS & CONDITIONS, SITE MAP, CONTACT US, CAREERS, PRESS.

**Σχήμα 4.3 Χρήση του σχεδιαστικού χαριού Page template στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»**



## ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

The screenshot displays the Hyatt Summerfield Suites website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Sign in', 'Join', 'Customer Service', and 'Visit Hyatt.com'. Below this is a secondary navigation bar with links for 'rates & reservations', 'hotel locations', 'special offers', 'groups & tours', 'about us', and 'hyatt gold passport'. The main content area is divided into several sections:

- find a hotel:** A search form with fields for 'Location (City, State, Country or Hotel Name)', 'Search by Hyatt Brand' (set to 'Hyatt Summerfield Suites'), 'Check-in Date' (Oct 2009, 23), 'Check-out Date' (Oct 2009, 24), 'Special Offer Code', and 'Group/Corporate #'. It also includes dropdowns for 'Adults per room' (1), 'Children per room' (0), 'Number of rooms' (1), and 'Rate Type' (Best Available Rate). A 'CHECK AVAILABILITY' button is present, along with links to 'Redeem Gold Passport', 'Redeem Gift Certificates', 'Modify Existing Reservations', and 'Add Flight and/or Car'.
- Hotel Room Image:** A large image of a hotel room with a green tint. Below the image are four buttons: 'More Comfort', 'More Connection', 'More Style Enjoy contemporary comfort take a tour →', and 'More Like Home'.
- Promotional Banners:**
  - 'We're giving away free\* BlackBerry® Smartphones' with an image of several smartphones.
  - 'Experience Hyatt® hospitality at Hyatt Summerfield Suites™' with a sub-headline 'All Hyatt Summerfield Suites hotels are smoke-free.' and a paragraph describing the hotel's amenities.
  - 'Take a Tour' with a 'Welcome to More™' sub-headline and the text 'inside Hyatt Summerfield Suites'.
  - 'Free\* BlackBerry® Smartphone' with an image of three smartphones and the text 'With new 2-year plan or upgrade or renewal. See order page for complete details.'
  - 'Choose Your Reward' with the sub-headline 'THE NEXT BIG THING. HOW BIG IS UP TO YOU.' and the text 'Earn Unlimited Free Nights or Bonus Points. October 1, 2009 - January 31, 2010.'
- Footer:** A blue bar with links for 'Development info', 'Employment', 'Security and Safety', 'Press Room', 'Privacy Policy - Your Privacy Rights', 'Terms & Conditions', and 'Site Map'.

Εικόνα 4.3 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Page template από την διεύθυνση <http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/>

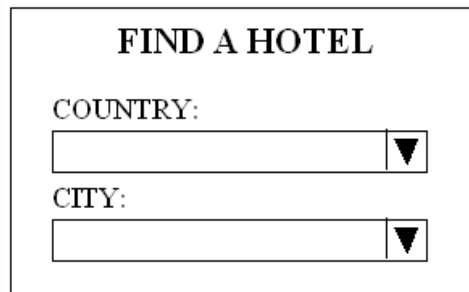
**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στις προτάσεις του van Dyne και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται στα σχεδιαστικά χνάρια [D1: PAGE TEMPLATES] και [L3: USE SEPARATE TABLES].

### Σχεδιαστικό Χνάρι [3] FIND A HOTEL

**ΟΝΟΜΑ:** FIND A HOTEL

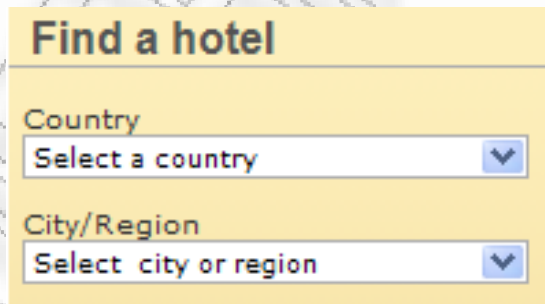
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να εντοπίσουν κάποιο από τα ξενοδοχεία της αλυσίδας.

**ΛΥΣΗ:** Δίνουμε στους χρήστες την δυνατότητα να ψάξουν τα διαθέσιμα ξενοδοχεία επιλέγοντας μέσω των κριτηρίων εντοπισμού που τους παρέχονται.



Σχήμα 4.4 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Find a Hotel στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



Εικόνα 4.4 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Find a Hotel από τη διεύθυνση <http://www.solmelia.com/home.htm>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο σχεδιαστικό χνάρι [ADVANCED SEARCH] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

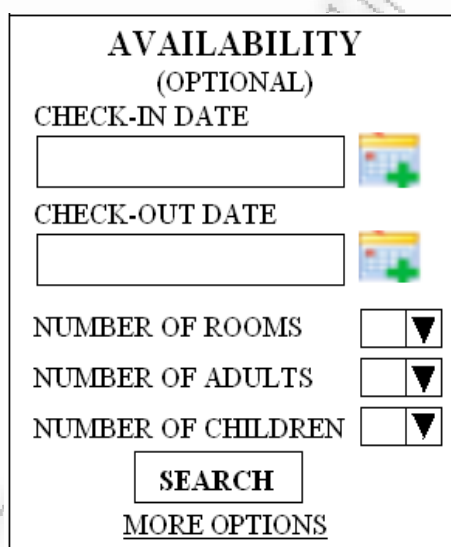
<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=advanced-search>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [4] AVAILABILITY

**ΟΝΟΜΑ:** AVAILABILITY

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να ελέγξουν αν υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια στα ξενοδοχεία της αλυσίδας που αναζητούν.

**ΛΥΣΗ:** Δίνουμε στους χρήστες την δυνατότητα να ελέγξουν τη διαθεσιμότητα στα ξενοδοχεία που θα επιλεγούν χρησιμοποιώντας κατάλληλα κριτήρια.

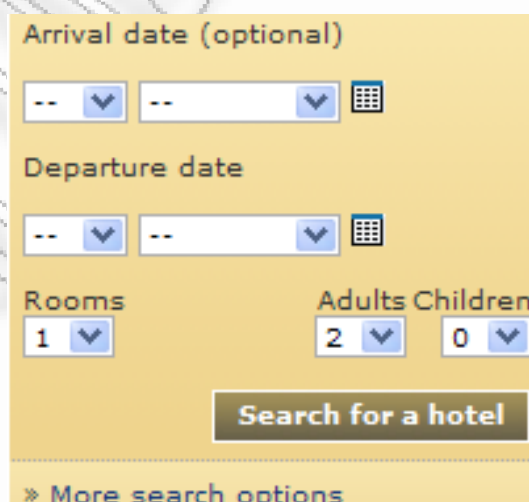


The screenshot shows a search form titled "AVAILABILITY (OPTIONAL)". It contains the following fields and controls:

- CHECK-IN DATE: A text input field with a calendar icon to its right.
- CHECK-OUT DATE: A text input field with a calendar icon to its right.
- NUMBER OF ROOMS: A dropdown menu.
- NUMBER OF ADULTS: A dropdown menu.
- NUMBER OF CHILDREN: A dropdown menu.
- A "SEARCH" button.
- A "MORE OPTIONS" link.

Σχήμα 4.5 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Availability στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



The screenshot shows a search form with a yellow background. It contains the following fields and controls:

- Arrival date (optional): A date selection field with a calendar icon.
- Departure date: A date selection field with a calendar icon.
- Rooms: A dropdown menu with the value "1" selected.
- Adults: A dropdown menu with the value "2" selected.
- Children: A dropdown menu with the value "0" selected.
- A "Search for a hotel" button.
- A "More search options" link.

Εικόνα 4.5 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Availability από τη διεύθυνση <http://www.solmelia.com/home.htm>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο σχεδιαστικό χνάρι [BOOKING] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

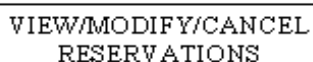
<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=booking>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [5] RESERVATION MANAGEMENT

**ΟΝΟΜΑ:** RESERVATION MANAGEMENT

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να δουν, να αλλάξουν ή να ακυρώσουν, να διαχειριστούν γενικά, τις κρατήσεις που έχουν κάνει.

**ΛΥΣΗ:** Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να προβούν στις παραπάνω ενέργειες με κατάλληλη επιλογή.



VIEW/MODIFY/CANCEL  
RESERVATIONS

**Σχήμα 4.6** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Reservations management στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.6** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Reservations management από τη διεύθυνση <http://www.okura.com/>



**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στις προτάσεις του van Dyne και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται στο σχεδιαστικό χνάρι [F9: EASY RETURNS].

## Σχεδιαστικό Χνάρι [6] LEFT VERTICAL TABLE

### ΟΝΟΜΑ: LEFT VERTICAL TABLE

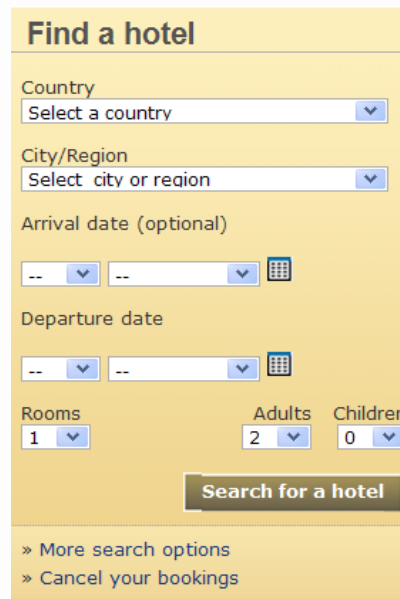
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Τι θα προβλέπει ο σχεδιασμός του αριστερού μέρους του κεντρικού τμήματος μιας ξενοδοχειακής ιστοσελίδας ώστε ο χρήστης να προχωρήσει στη διαδικασία κράτησης στο ξενοδοχείο που επιθυμεί ή στην ακύρωση/τροποποίηση της με τέτοιο τρόπο ώστε να αποκομίσει την καλύτερη δυνατή εντύπωση;

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε, για τους χρήστες, ένα χώρο που συγκεντρώνει τη διαδικασία εύρεσης ξενοδοχείου, τον έλεγχο διαθεσιμότητας δωματίων και τη διαχείριση κρατήσεων.

FIND A HOTEL	
COUNTRY:	<input type="text"/>
CITY:	<input type="text"/>
AVAILABILITY (OPTIONAL)	
CHECK-IN DATE	<input type="text"/> 
CHECK-OUT DATE	<input type="text"/> 
NUMBER OF ROOMS	<input type="text"/> ▼
NUMBER OF ADULTS	<input type="text"/> ▼
NUMBER OF CHILDREN	<input type="text"/> ▼
<input type="button" value="SEARCH"/>	
<a href="#">MORE OPTIONS</a>	
<a href="#">VIEW/MODIFY/CANCEL RESERVATIONS</a>	

**Σχήμα 4.7** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Left Vertical Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



The image shows a search form titled "Find a hotel" with a yellow background. The form is organized into a left vertical table layout. It includes the following fields and controls:

- Country:** A dropdown menu with the text "Select a country".
- City/Region:** A dropdown menu with the text "Select city or region".
- Arrival date (optional):** Two dropdown menus for day and month, followed by a calendar icon.
- Departure date:** Two dropdown menus for day and month, followed by a calendar icon.
- Rooms:** A dropdown menu with the value "1".
- Adults:** A dropdown menu with the value "2".
- Children:** A dropdown menu with the value "0".
- Search button:** A dark button labeled "Search for a hotel".
- Footer:** Two links: "» More search options" and "» Cancel your bookings".

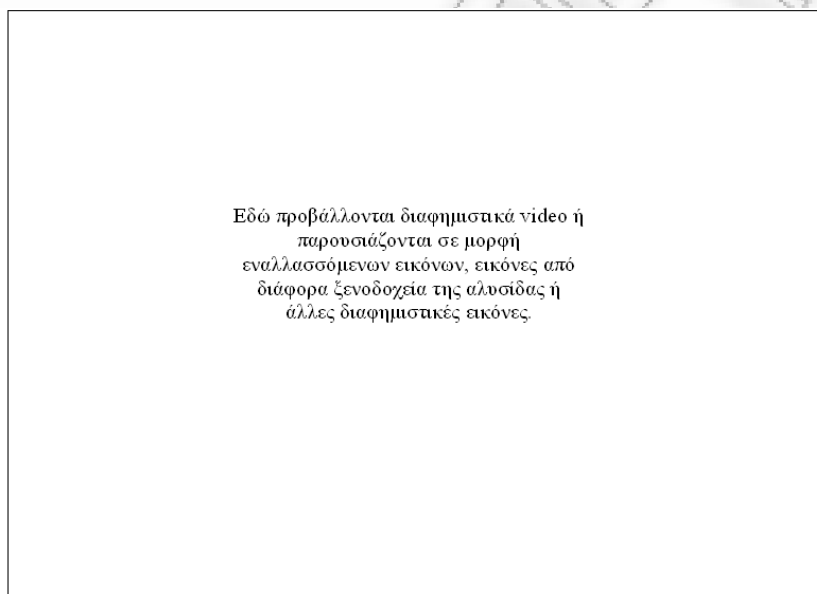
**Εικόνα 4.7 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Left Vertical Table από τη διεύθυνση <http://www.solmelia.com/home.htm>**

## Σχεδιαστικό Χνάρι [7] RIGHT VERTICAL TABLE

### ΟΝΟΜΑ: RIGHT VERTICAL TABLE

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Τι θα προβλέπει ο σχεδιασμός του κεντρικού μέρους μιας ξενοδοχειακής ιστοσελίδας ώστε ο χρήστης να αποκομίσει χρήσιμες πληροφορίες και την καλύτερη δυνατή εντύπωση;

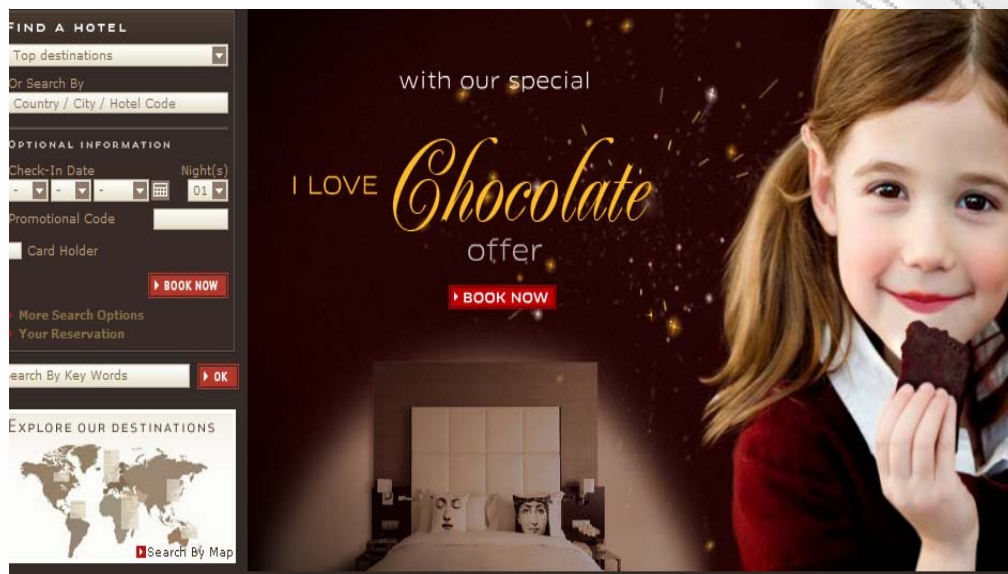
**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο όπου προβάλλονται διαφημιστικά video ή εικόνες.



**Σχήμα 4.8 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Right Vertical Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»**



## ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:



Εικόνα 4.8 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Right Vertical Table από τη διεύθυνση <http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml>

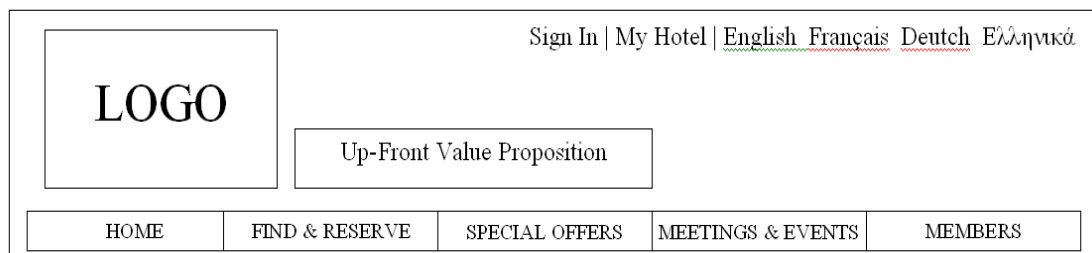
**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στις προτάσεις του van Dyne και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται στο σχεδιαστικό χνάρι [13: CLEAR FIRST READ].

## Σχεδιαστικό Χνάρι [8] UPPER HORIZONTAL TABLE

**ΟΝΟΜΑ:** UPPER HORIZONTAL TABLE

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Τι θα προβλέπει ο σχεδιασμός του ανώτερου μέρους μιας ξενοδοχειακής ιστοσελίδας ώστε ο χρήστης να αποκομίσει μια συνολικά θετική εντύπωση για το ποια είναι και του τι παρέχει η επιχείρηση;

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο όπου προβάλλεται δυναμικά η εικόνα της εταιρίας καθώς και οι δυνατότητες που παρέχονται στο χρήστη.



**Σχήμα 4.9** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Upper Horizontal Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.9** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Upper Horizontal Table από τη διεύθυνση <http://www.sofitel.com/gb/home/index.shtml>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [9] LOWER HORIZONTAL TABLE

### ΟΝΟΜΑ: LOWER HORIZONTAL TABLE

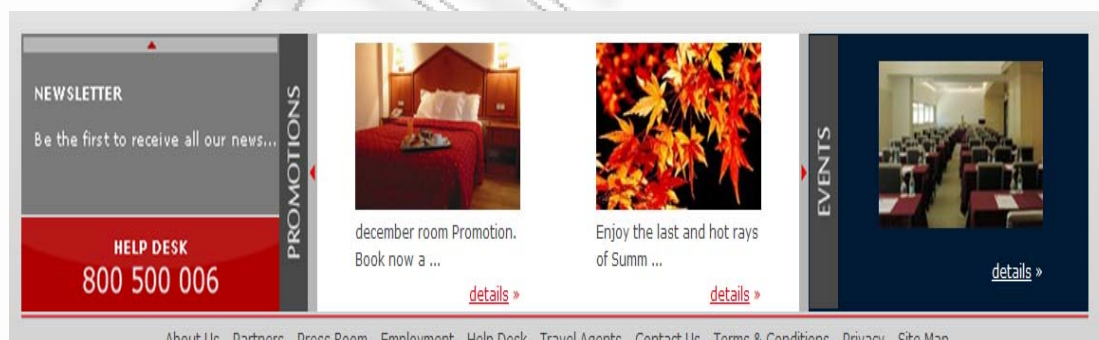
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Τι θα προβλέπει ο σχεδιασμός του κατώτερου μέρους μιας ξενοδοχειακής ιστοσελίδας ώστε ο χρήστης να αποκομίσει χρήσιμες πληροφορίες για το ποια είναι και τι του παρέχει η εταιρία και ταυτόχρονα την καλύτερη δυνατή εντύπωση;

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο όπου προβάλλεται δυναμικά η εικόνα της εταιρίας καθώς και οι δυνατότητες που παρέχονται στο χρήστη.

Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.						
ABOUT US	PRIVACY POLICY	TERMS & CONDITIONS	SITE MAP	CONTACT US	CAREERS	PRESS

Σχήμα 4.10 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Lower Horizontal Table στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:



Εικόνα 4.10 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Lower Horizontal Table από τη διεύθυνση <http://www.viphotels.com/en/Default.aspx?sfopl=true>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [10] MISCELLANEOUS AREA

### ΟΝΟΜΑ: MISCELLANEOUS AREA

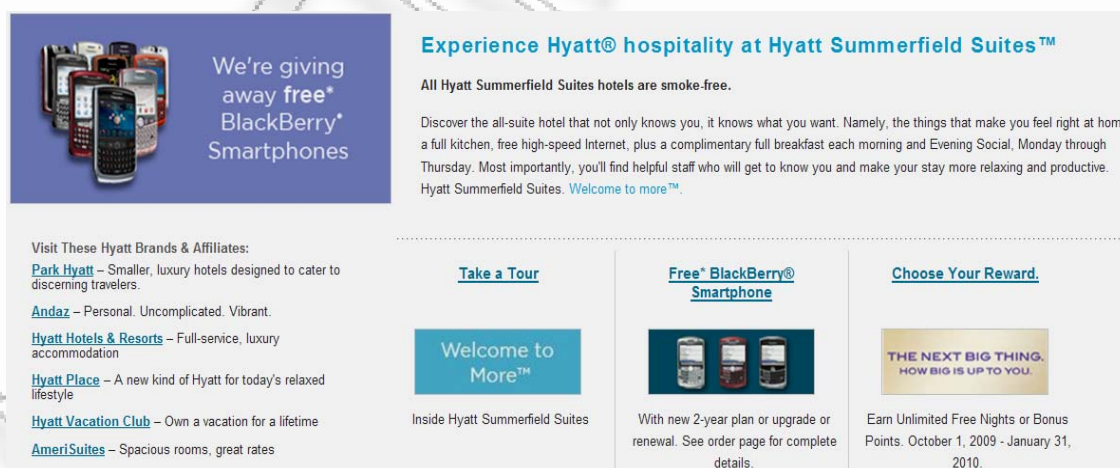
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι επιχειρήσεις χρειάζονται ένα τρόπο για να ενημερώνουν τους χρήστες και να προβάλλουν ότι θεωρούν σημαντικό και χρήσιμο.

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο πάνω από το Footer Bar, όπου η κάθε επιχείρηση μπορεί να παρουσιάσει ότι θεωρεί σημαντικό και χρήσιμο ενημερώνοντας με αυτόν τον τρόπο τους χρήστες.

Περιλαμβάνει: τα νέα της επιχείρησης, αναλυτικά τις προσφορές και τις εκδηλώσεις στις οποίες η επιχείρηση θέλει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα, συνδέσμους με άλλες αλυσίδες που ανήκουν στην ίδια μητρική εταιρία ή που συνεργάζονται (αν υπάρχουν) και γενικά θέματα που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει ιδιαίτερα.

### Σχήμα 4.11 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Miscellaneous area στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

#### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:



**Experience Hyatt® hospitality at Hyatt Summerfield Suites™**

All Hyatt Summerfield Suites hotels are smoke-free.

Discover the all-suite hotel that not only knows you, it knows what you want. Namely, the things that make you feel right at home: a full kitchen, free high-speed Internet, plus a complimentary full breakfast each morning and Evening Social, Monday through Thursday. Most importantly, you'll find helpful staff who will get to know you and make your stay more relaxing and productive. Hyatt Summerfield Suites. [Welcome to more™](#).

Visit These Hyatt Brands & Affiliates:

- [Park Hyatt](#) – Smaller, luxury hotels designed to cater to discerning travelers.
- [Andaz](#) – Personal. Uncomplicated. Vibrant.
- [Hyatt Hotels & Resorts](#) – Full-service, luxury accommodation
- [Hyatt Place](#) – A new kind of Hyatt for today's relaxed lifestyle
- [Hyatt Vacation Club](#) – Own a vacation for a lifetime
- [AmeriSuites](#) – Spacious rooms, great rates

[Take a Tour](#)

**Welcome to More™**

Inside Hyatt Summerfield Suites

[Free\\* BlackBerry® Smartphone](#)

With new 2-year plan or upgrade or renewal. See order page for complete details.

[Choose Your Reward.](#)

**THE NEXT BIG THING. HOW BIG IS UP TO YOU.**

Earn Unlimited Free Nights or Bonus Points. October 1, 2009 - January 31, 2010.

### Εικόνα 4.11 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Miscellaneous area από τη διεύθυνση <http://www.hyatt.com/hyatt/summerfield/>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [11] FOOTER BAR

### ΟΝΟΜΑ: FOOTER BAR

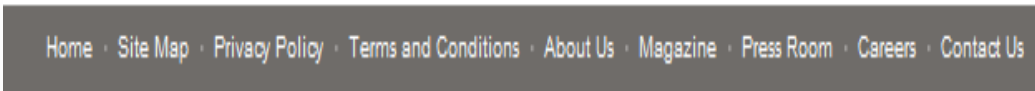
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Τι θα προβλέπει ο σχεδιασμός του κατώτατου μέρους μιας ξενοδοχειακής ιστοσελίδας ώστε ο χρήστης να αποκομίσει χρήσιμες πληροφορίες και την καλύτερη δυνατή εντύπωση;

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο όπου, με μορφή οριζόντιου πίνακα επιλογών (μενού), εμφανίζονται πληροφορίες για την ξενοδοχειακή επιχείρηση και τον ιστοχώρο της.

ABOUT US	PRIVACY POLICY	TERMS & CONDITIONS	SITE MAP	CONTACT US	CAREERS	PRESS
----------	----------------	--------------------	----------	------------	---------	-------

**Σχήμα 4.12 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Footer Bar στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»**

### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:



Home · Site Map · Privacy Policy · Terms and Conditions · About Us · Magazine · Press Room · Careers · Contact Us

**Εικόνα 4.12 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Footer Bar από τη διεύθυνση <http://www.loewshotels.com/en/Default.aspx>**

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο σχεδιαστικό χνάρι [FOOTER BAR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=footer-bar>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [12] NAVIGATION BAR

**ΟΝΟΜΑ:** NAVIGATION BAR

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες χρειάζονται ένα τρόπο για να βρύνσκουν αυτό που θέλουν.

**ΛΥΣΗ:** Δημιουργούμε ένα χώρο όπου, με μορφή οριζόντιου πίνακα επιλογών (μενού), εμφανίζονται όλες τις κύριες επιλογές της ιστοσελίδας.

HOME	FIND & RESERVE	SPECIAL OFFERS	MEETINGS & EVENTS	MEMBERS
------	----------------	----------------	-------------------	---------

**Σχήμα 4.13 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Navigation Bar στο Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»**

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**

Home	Find & Book Hotels	Special Offers	Meetings & events	Mas Rewards
------	--------------------	----------------	-------------------	-------------

**Εικόνα 4.13 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Navigation Bar από τη διεύθυνση <http://www.solmelia.com/home.htm>**

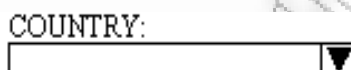
**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στα σχεδιαστικά χνάρια [K2 NAVIGATION BAR] του van Duyne και των συνεργατών του (2003) και [MAIN NAVIGATION] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση: <http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=main-navigation>

### Σχεδιαστικό Χνάρι [13] COUNTRY\CITY SELECTOR

**ΟΝΟΜΑ:** COUNTRY\CITY SELECTOR

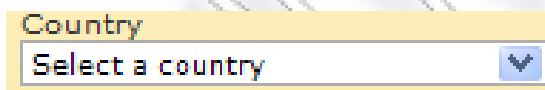
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να επιλέξουν τη χώρα ή την πόλη που βρίσκεται το ξενοδοχείο που ψάχνουν.

**ΛΥΣΗ:** Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να επιλέξουν χώρα ή πόλη με ένα κατάλληλο επιλογή.

A screenshot showing the text 'COUNTRY:' followed by a rectangular dropdown menu with a small downward-pointing arrow on the right side.

**Σχήμα 4.14** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Country\City Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**

A screenshot of a web form element. It features a yellow header with the word 'Country' in blue. Below it is a white dropdown menu containing the text 'Select a country' and a blue downward-pointing arrow on the right.

**Εικόνα 4.14** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Country\City Selector από τη διεύθυνση <http://www.solmelia.com/home.htm>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο σχεδιαστικό χνάρι [COUNTRY SELECTOR] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=country-selector>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [14] DATE SELECTOR

**ΟΝΟΜΑ:** DATE SELECTOR

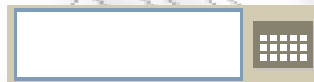
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να επιλέξουν την ημερομηνία που θα κάνουν την κράτηση.

**ΛΥΣΗ:** Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να επιλέξουν ημερομηνία με ένα κατάλληλο επιλογή.



**Σχήμα 4.15** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Date Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.15** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Date Selector από τη διεύθυνση <http://www.countryinns.com/>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο αντίστοιχο χνάρι του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=date-selector>



## Σχεδιαστικό Χνάρι [15] LOGO

**ΟΝΟΜΑ:** LOGO

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να ξέρουν σε ποιας επιχείρησης τον ιστοχώρο βρίσκονται.

**ΛΥΣΗ:** Εμφανίζουμε το λογότυπο της επιχείρησης με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι το πρώτο πράγμα που θα προσέξει ο χρήστης όταν μπαίνει στην ιστοσελίδα.



**Σχήμα 4.16** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Logo στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.16** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Logo από τη διεύθυνση <http://www.ichotelsgroup.com/h/d/sb/1/en/home>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στις προτάσεις του van Duyne και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται στα σχεδιαστικά χνάρια [E1: SITE BRANDING] και [I3: CLEAR FIRST READ] και σε όσα αναφέρονται για τη λειτουργία Introduction στο σχεδιαστικό χνάρι [HOMEPAGE] του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση:

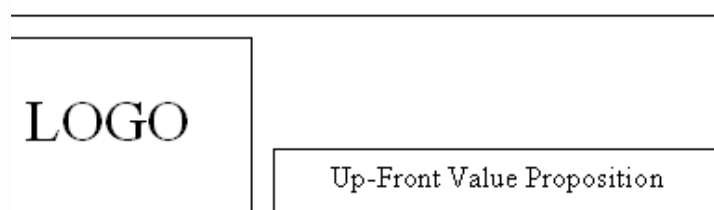
<http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=homepage>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [16] UP-FRONT VALUE PROPOSITION

**ΟΝΟΜΑ:** UP-FRONT VALUE PROPOSITION

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι επιχειρήσεις θέλουν να δώσουν με έμφαση το στίγμα τους με πολλούς τρόπους.

**ΛΥΣΗ:** Εμφανίζουμε μήνυμα, σε σημείο πρώτης ανάγνωσης, που δηλώνει εμφατικά το στίγμα της επιχείρησης.



**Σχήμα 4.17** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Up-front value proposition στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.17** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Up-front value proposition από τη διεύθυνση <http://www.daysinn.com/DaysInn/control/home>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στις προτάσεις του van Duynе και των συνεργατών του (2003) που περιέχονται το σχεδιαστικό χνάρι [C2: UP-FRONT VALUE PROPOSITION].

## Σχεδιαστικό Χνάρι [17] LANGUAGE SELECTOR

**ΟΝΟΜΑ:** LANGUAGE SELECTOR

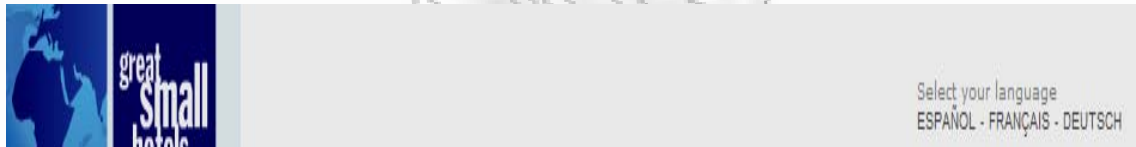
**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να μπορούν να επιλέξουν να δουν τα περιεχόμενα της ιστοσελίδας στην γλώσσα που προτιμούν.

**ΛΥΣΗ:** Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να επιλέξουν γλώσσα, με έναν επιλογέα που αναφέρει τα ονόματα των γλωσσών όπως αυτά χρησιμοποιούνται από τους χρήστες που τις έχουν σαν μητρική γλώσσα.

English Français Deutsch Ελληνικά

**Σχήμα 4.18** Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Language Selector στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**



**Εικόνα 4.18** Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Language Selector από τη διεύθυνση <http://www.greatsmallhotels.com/>

**ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:** Αυτό το σχεδιαστικό χνάρι στηρίζεται στο αντίστοιχο χνάρι του van Welie (2002-2008) που βρίσκεται στη διεύθυνση: <http://www.welie.com/patterns/showPattern.php?patternID=language-selector>

## Σχεδιαστικό Χνάρι [18] MEMBERS

### ΟΝΟΜΑ: MEMBERS

**ΠΡΟΒΛΗΜΑ:** Οι χρήστες θέλουν να ξέρουν γιατί τους συμφέρει να γίνουν μέλη σε μια ομάδα με ιδιαίτερα προνόμια που προσφέρει μία ξενοδοχειακή επιχείρηση, αλλά θέλουν και ένα τρόπο για να εγγραφούν. Τέλος, αν είναι μέλη, χρειάζονται και ένα τρόπο για να αξιοποιούν τα προνόμια που έχουν.

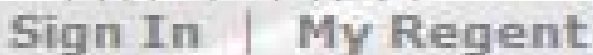
**ΛΥΣΗ:** Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες που είναι μέλη να κάνουν χρήση των προνομίων τους και σε όσους δεν είναι μέλη να ενημερωθούν για τα προνόμια που απολαμβάνουν τα μέλη και αν θέλουν να εγγραφούν.

---

Sign In | My Hotel

Σχήμα 4.19 Χρήση του σχεδιαστικού χναριού Members στο «Αρχική Σελίδα Ξενοδοχείου»

### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

A screenshot of a button with the text "Sign In | My Regent" in a bold, sans-serif font. The button has a light gray background and a thin border.

Εικόνα 4.19 Παράδειγμα για το σχεδιαστικό χνάρι Members από τη διεύθυνση <http://www.regenthotels.com/reg/home/index.html>

## 5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

### Συμπεράσματα – Επεκτάσεις

#### 5.1 Επισκόπηση

Ο σκοπός αυτής της εργασίας ήταν να δοθεί μία σχεδιαστική λύση, με τη μορφή γλώσσας σχεδιαστικών χναριών, για τη δημιουργία αρχικής σελίδας αλυσίδων ξενοδοχείων ώστε να υπάρχει ένα σημείο αναφοράς για τη δημιουργία τους από τούδε και στο εξής, σε ένα χώρο όπου συνήθως κυριαρχεί ο σχεδιασμός που βασίζεται σε αυθαίρετες υποθέσεις που χρησιμοποιούν την «κοινή λογική» (Chaang-Iuan & Yi-Ling, 2007).

Επειδή λοιπόν η συνεχής ενασχόληση των σχεδιαστών αυτού του τύπου των ιστοχώρων, με την αέναη απάντηση των ίδιων ερωτήσεων και την επίλυση των ίδιων προβλημάτων, είναι σαν να ανακαλύπτουμε συνεχώς τον τροχό, καταθέτουμε την πρόταση μας που βασίζεται στην μελέτη της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, στην αξιοποίηση ήδη υπάρχοντων σχεδιαστικών χναριών αλλά και της υπάρχουσας σχεδιαστικής εμπειρίας μέσω δύο ερευνών ξενοδοχειακών ιστοχώρων. Μίας αναγνωριστικής που προηγήθηκε και μίας πολύ πιο εκτεταμένης που ακολούθησε.

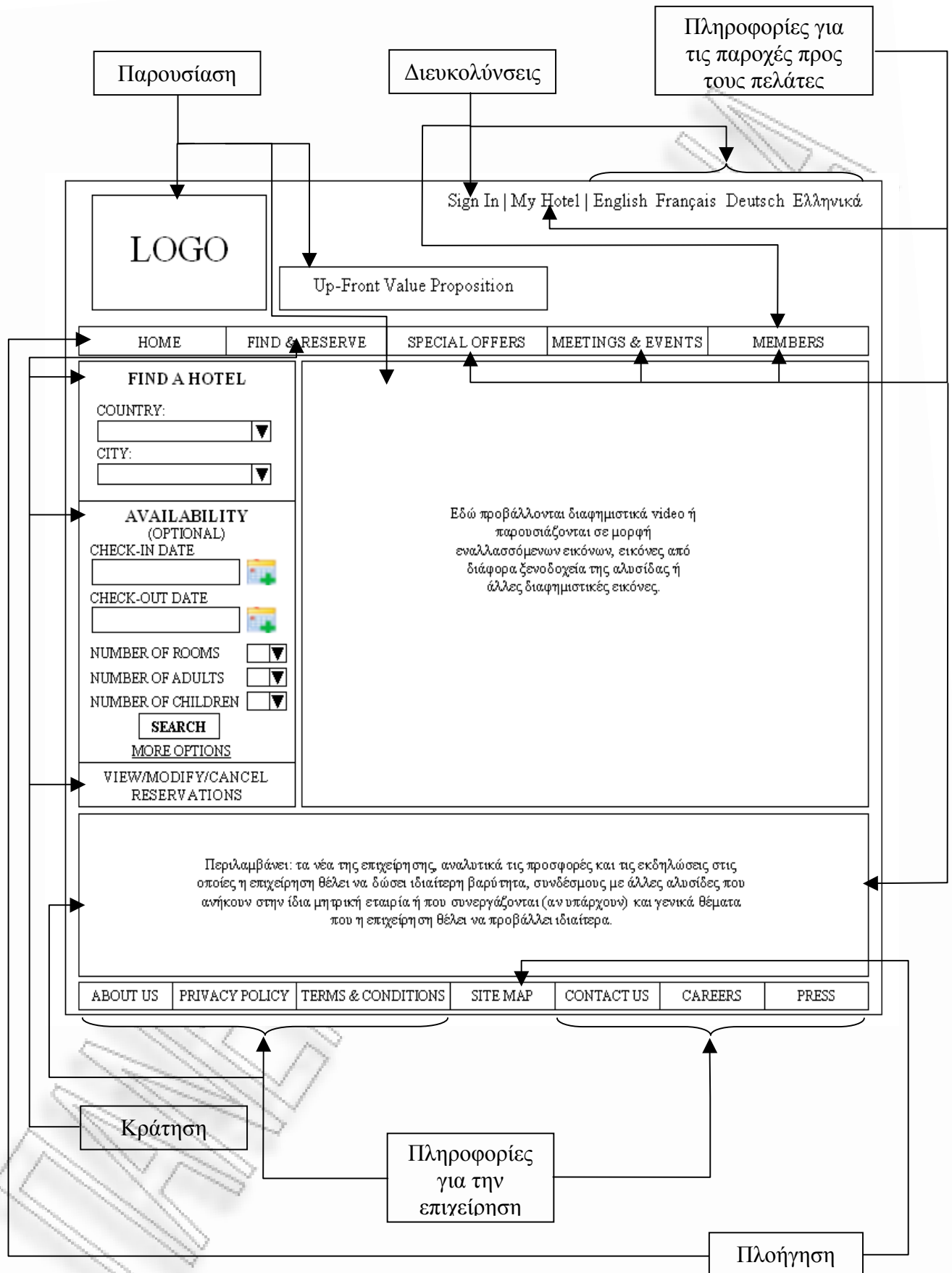
Από την βιβλιογραφία, όσον αφορά το είδος των ιστοχώρων, μελετήθηκαν κυρίως συγγράμματα που έχουν σχέση με τους ξενοδοχειακούς ιστοχώρους. Προκειμένου όμως να διαμορφωθεί ένα πλήρες πλαίσιο μελετήθηκαν και ανάλογες μελέτες για τους ταξιδιωτικούς ιστοχώρους γενικά αλλά και άλλες που αφορούν τη αξιολόγηση ιστοχώρων που αναφέρονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce). Εκτεταμένη όμως χρήση της βιβλιογραφίας έγινε και για να καθορίσουμε τον τρόπο παρουσίασης της πρότασης μας, δηλαδή για τα σχεδιαστικά χνάρια, αλλά και για να αιτιολογήσουμε την απόφασή μας να τα προτιμήσουμε από τις άλλες μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης. Από το σύνολο της μελέτης της βιβλιογραφίας προέκυψαν στοιχεία που ελήφθησαν υπόψη στη πρόταση μας αλλά διαμορφώθηκε και ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο κινηθήκαμε.

Όλα αυτά επανεκτιμήθηκαν και συμπληρώθηκαν από τα στοιχεία που προέκυψαν από τις δύο έρευνες που κάναμε και περιλάμβαναν η μεν πρώτη, που

ήταν αναγνωριστική του πεδίου, την αξιολόγηση των αρχικών σελίδων από 15 ξενοδοχειακούς ιστοχώρους, η δε δεύτερη, πολύ πιο εκτεταμένη, την αξιολόγηση των αρχικών σελίδων από 153 ξενοδοχειακούς ιστοχώρους ή ομάδες ιστοχώρων.

Τέλος τα αποτελέσματα αυτά σε συνδυασμό με ήδη υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια αξιοποιήθηκαν για την κατασκευή νέων σχεδιαστικών χναριών που χρησιμοποιήθηκαν για να προκύψει η τελική μας πρόταση.

Οι λειτουργίες που κάλυψε η προτεινόμενη λύση της σχεδιαστικής γλώσσας [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] και το τι περιλαμβάνουν αυτές, περιγράφονται στην αιτιολογία της. Στο σχήμα που ακολουθεί (Σχήμα 5.1) εμφανίζονται οι λειτουργίες αυτές αντιστοιχισμένες με τα περιεχόμενά τους, όπως αυτά παρουσιάζονται στη γραφική μορφή της λύσης:



**Σχέδιο 5.1 Αντιστοίχιση λειτουργιών με τα περιεχόμενά τους, όπως αυτά παρουσιάζονται στη γραφική μορφή της λύσης**

## **5.2 Αξιολόγηση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]**

Για να είμαστε σίγουροι για την ποιότητα του αποτελέσματος της προσπάθειας μας, που είναι η γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], πρέπει αυτό να αξιολογηθεί με ένα τρόπο που αντικειμενικά να πιστοποιεί την ποιότητα αυτή.

Αποφασίσαμε να αξιολογήσουμε τη γλώσσα μας με διάφορους τρόπους που αντανακλούν διαφορετικά επίπεδα αξιολόγησης. Οι τρόποι αξιολόγησης που επελέγησαν είναι οι εξής:

1. Αξιολόγηση της διαδικασίας ανάπτυξης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών.
2. Αξιολόγηση της ύπαρξης των πλεονεκτημάτων των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στη δική μας γλώσσα.
3. Αξιολόγηση του βαθμού ομοιότητας των ιστοσελίδων που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνα μας με τη γλώσσα μας.

Κάθε τρόπος αξιολόγησης αναπτύσσεται ξεχωριστά στις ενότητες που ακολουθούν.

### **5.2.1 Αξιολόγηση της διαδικασίας ανάπτυξης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών**

Τα κριτήρια για την αξιολόγηση της διαδικασίας ανάπτυξης μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών είναι σύμφωνα με τον Jyaratna (1997) τα ακόλουθα:

1. Πόσο καλά λειτούργησε η διαδικασία προσδιορισμού των σχεδιαστικών χναριών;
2. Πόσα σχεδιαστικά προβλήματα, που έχουν σχέση με τα e-travel sites, μπορούν να περιγραφούν με αυτή την γλώσσα σχεδιαστικών χναριών;
3. Μπορεί η παρουσίαση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών να γίνει κατανοητή χωρίς καμία περαιτέρω εξήγηση και κατά πόσο είναι η λειτουργία της ικανοποιητική;

Όσον αφορά τη δική μας γλώσσα σχεδιαστικών χναριών θα ελέγξουμε κάθε ένα από τα παραπάνω κριτήρια για να διαπιστώσουμε εάν ισχύουν γι' αυτή.



## 1<sup>ο</sup> Κριτήριο

Η διαδικασία προσδιορισμού των σχεδιαστικών χναριών που συμμετέχουν στη δημιουργία της γλώσσας [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] βασίστηκε σε τέσσερα σκέλη:

1. Στην ανάλυση των ήδη υπαρχόντων, στο Διαδίκτυο, αρχικών σελίδων ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων, μέσω της οποίας προσδιορίστηκαν, ανάμεσα σε όλες τις λειτουργίες που ανιχνεύθηκαν, εκείνες οι λειτουργίες που, με βάση τον αριθμό των αρχικών σελίδων που τις συναντήσαμε (πάνω από το 50% του συνόλου), αποφασίστηκε να περιληφθούν στη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], αλλά και την πιο συχνά εμφανιζόμενη θέση για κάθε επιλεγμένη λειτουργία. Με αυτό τον τρόπο προσδιορίστηκε κατά ένα μεγάλο ποσοστό η μορφή και το περιεχόμενο που πρέπει να έχει η ιστοσελίδα. Η διαδικασία περιγράφεται αναλυτικά στην ενότητα 3.1 Ανάλυση υπαρχόντων ιστοχώρων.
2. Εκτός από την ανάλυση των αρχικών σελίδων ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων που υπάρχουν στο Διαδίκτυο, βασιστήκαμε στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και σε υπάρχοντα σχεδιαστικά χνάρια για να συμπληρώσουμε τις λειτουργίες που θα πρέπει να περιέχονται στη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]. Η διαδικασία περιγράφεται αναλυτικά στις ενότητες 3.1 Ανάλυση υπαρχόντων ιστοχώρων και 3.2 Αξιοποίηση διαθέσιμων σχεδιαστικών χναριών.
3. Στην αξιοποίηση διαθέσιμων σχεδιαστικών Χναριών που είναι διαθέσιμα σε καταλόγους και γλώσσες σχεδιαστικών χναριών στο Διαδίκτυο και στην βιβλιογραφία για να δημιουργήσουμε σχεδιαστικά χνάρια που να καλύπτουν τα ευρήματα των δύο πρώτων σκελών. Η διαδικασία περιγράφεται αναλυτικά στην ενότητα 3.2 Αξιοποίηση διαθέσιμων σχεδιαστικών χναριών.
4. Στη δημιουργία νέων σχεδιαστικών χναριών απαραίτητων για την προτεινόμενη γλώσσα είτε για την κάλυψη λειτουργιών που η ύπαρξή τους ανιχνεύτηκε στα δύο πρώτα σκέλη αλλά δεν καλύφθηκε στο τρίτο είτε για την ομαδοποίηση και τη σωστή τοποθέτηση των λειτουργιών στο πλαίσιο της γλώσσας [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]. Η διαδικασία

περιγράφεται αναλυτικά στην ενότητα 3.3 Νέα σχεδιαστικά Χνάρια απαραίτητα για την προτεινόμενη λύση.

Από τα προαναφερθέντα γίνεται κατανοητό ότι για τον προσδιορισμό των σχεδιαστικών χναριών έγινε μεγάλη προσπάθεια να περιληφθούν τόσο η σχεδιαστική εμπειρία και οι σχεδιαστικές λύσεις που ήδη υπάρχουν κατατεθειμένες στους ιστοχώρους αλυσίδων ξενοδοχείων όσο και η εμπειρία των σχεδιαστικών λύσεων που είτε έχουν αναφερθεί στη βιβλιογραφία είτε έχουν ήδη αποκρυσταλλωθεί σε σχεδιαστικά χνάρια.

Όπου αυτό κρίθηκε απαραίτητο δημιουργήθηκαν νέα σχεδιαστικά χνάρια που καλύπτουν τις ανάγκες που δεν μπορούν να καλυφθούν με άλλο τρόπο. Εδώ πρέπει να αναφερθεί ότι η δημιουργία νέων σχεδιαστικών χναριών κρατήθηκε στα χαμηλότερα δυνατά επίπεδα ώστε να γίνει αξιοποίηση της υπάρχουσας εμπειρίας στο μέγιστο βαθμό. Αυτό επιτεύχθηκε επειδή η δημιουργία ενός νέου χναριού γινόταν μόνο στην περίπτωση που ήμασταν σίγουροι ότι τίποτα παραπλήσιο δεν υπήρχε είτε στην βιβλιογραφία είτε σε γλώσσες και καταλόγους σχεδιαστικών χναριών που είχαν καταχωρηθεί στο Διαδίκτυο.

Όλα τα παραπάνω οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η διαδικασία προσδιορισμού των σχεδιαστικών χναριών σχεδιάστηκε και εκτελέστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η αξιόπιστη λειτουργία της.

## **2<sup>ο</sup> Κριτήριο**

Η εργασία μας ξεκίνησε με μια γενική αποτίμηση της τρέχουσας κατάστασης των e-travel sites και των τρόπων που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στη βελτίωσή της για να επικεντρωθεί στη συνέχεια στη δημιουργία μιας γλώσσας σχεδιαστικών χναριών για το σχεδιασμό της αρχικής σελίδας των ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων. Η γλώσσα στην οποία καταλήξαμε οδηγεί στον ορθό σχεδιασμό της τόσο σημαντικής για τους ιστοχώρους αρχικής σελίδας βοηθώντας να αποφεύγονται στο μέλλον οι αυτοσχεδιασμοί και οι λανθασμένες αποφάσεις που κοστίζουν σε χρόνο και σε χρήμα.

Τα σχεδιαστικά προβλήματα που παρουσιάστηκαν αναλύθηκαν και η υπάρχουσα εμπειρία για την επίλυση τους εκτιμήθηκε και περιλήφθηκε, στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό, στις σχεδιαστικές μας προτάσεις που κατατέθηκαν με

τη μορφή σχεδιαστικών χναριών που συνεισφέρουν στη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ].

Τα ζητήματα των λειτουργιών που θα αποτελούσαν το περιεχόμενο της γλώσσας μας, της σωστής τους εμφάνισης μέσα στην αρχική σελίδα που δημιουργείται μέσω αυτής αλλά και του πρότυπου εμφάνισης που θα ακολουθούσαν γι' αυτή, επιλύθηκαν, όπως έχει ήδη αναφερθεί στη συζήτηση του κριτηρίου 1, με τον προσηφορότερο τρόπο.

Δικαιούμαστε λοιπόν να ισχυριστούμε, ότι όσον αφορά το θέμα του σχεδιασμού της αρχικής σελίδας ενός ιστοχώρου αλυσίδας ξενοδοχείων, που αντιμετωπίζεται με τη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], δεν υπάρχουν σκοτεινά σημεία που να μην καλύπτονται από αυτή. Κάθε σχεδιαστικό πρόβλημα που προέκυψε αντιμετωπίστηκε μέσω μιας σχεδιαστικής πρότασης που αποκρυσταλλώθηκε τελικά σε κάποιο από τα σχεδιαστικά χνάρια που συνεισφέρουν στη γλώσσα μας.

### **3<sup>ο</sup> Κριτήριο**

Η παρουσίαση της γλώσσας [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] βασίστηκε σε καλά τεκμηριωμένα πρότυπα περιγραφής σχεδιαστικών χναριών που έχουν επανειλημμένα χρησιμοποιηθεί με επιτυχία στην παρουσίαση σχεδιαστικών χναριών και γλωσσών σχεδιαστικών χναριών. Αυτό προκύπτει από τον τρόπο που καταλήξαμε στον τρόπο παρουσίασης που χρησιμοποιήθηκε για τη γλώσσα μας και περιγράφεται με περισσότερες λεπτομέρειες στην ενότητα 2.8.2 Τρόπος παρουσίασης για τα σχεδιαστικά χνάρια.

Αναλυτικότερα ο χρήστης της γλώσσας μπορεί εύκολα να δει τόσο το πρόβλημα στο οποίο δίνεται λύση από τη γλώσσα όσο και το πλαίσιο εφαρμογής του και τις δυνάμεις που συνδέονται με αυτό και επηρεάζουν την επιλογή της λύσης του. Έπειτα μπορεί να ενημερωθεί για τη λύση που δόθηκε στο πρόβλημα αλλά και την αιτιολογία για την επιλογή της λύσης που προκρίθηκε. Δίνεται κατόπιν μία γραφική απεικόνιση της λύσης ώστε ο ενδιαφερόμενος να σχηματίσει μια πιο πλήρη άποψη αλλά και ένα παράδειγμα εφαρμογής της γλώσσας στο σχεδιασμό της αρχικής σελίδας του ιστοχώρου μιας αλυσίδας ξενοδοχείων. Τέλος αναφέρονται τα σχεδιαστικά χνάρια που συνεισφέρουν στη γλώσσα (σχετιζόμενα

χνάρια), οι σχέσεις μεταξύ τους και παρέχεται συνοπτική παρουσίαση για κάθε σχετιζόμενο χνάρι (Βλέπε: Κεφάλαιο 4 Η Γλώσσα Σχεδιαστικών Χναριών για την Αρχική Σελίδα Αλυσίδων Ξενοδοχείων).

Καταλήγοντας μπορούμε ξεκάθαρα να ισχυριστούμε ότι η παρουσίαση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών μπορεί άνετα να γίνει κατανοητή χωρίς καμία περαιτέρω εξήγηση και ότι η λειτουργία της κρίνεται ικανοποιητική.

Αυτή μας η διαπίστωση υποστηρίζεται και από την γνώμη δύο εξεχόντων σχεδιαστών στον τομέα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, του Αναπληρωτή Καθηγητή κ. Συμεών Ρετάλη και του Διδάκτορα κ. Πέτρου Γεωργακάκη, που αξιολόγησαν την παρουσίαση της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] και την βρήκαν πλήρως κατανοητή και απόλυτα λειτουργική.

### **5.2.2 Αξιολόγηση της ύπαρξης των πλεονεκτημάτων των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στη δική μας γλώσσα.**

Για να αξιολογήσουμε τη δική μας γλώσσα σχεδιαστικών χναριών ως προς το αν καλύπτει ή όχι τα πλεονεκτήματα των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών πρέπει να διαπιστώσουμε ποια είναι αυτά τα πλεονεκτήματα. Σύμφωνα με τον Remy και τους συνεργάτες του (2009) τα πλεονεκτήματα αυτά είναι:

- **Lingua franca:** Οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών δημιουργούν μια κοινή γλώσσα που ενισχύει την επικοινωνία τόσο στα πεδία της έρευνας όσο και σε αυτά των εφαρμογών. Παρέχουν ένα λεξιλόγιο για τους μη ειδικούς ώστε να μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία σχεδιασμού.
- **Λύσεις εξαρτώμενες από το πλαίσιο εφαρμογής:** Οι σχεδιαστικές αποφάσεις συχνά εξαρτώνται από άλλες, προηγούμενες εκτιμήσεις. Μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών μπορεί να παρουσιαστεί σαν κατευθυνόμενος ακυκλικός γράφος (σχήμα 1). Τα σχεδιαστικά χνάρια προσφέρουν λύσεις σε σχεδιαστικές ερωτήσεις που προκύπτουν από το πλαίσιο εφαρμογής.
- **Αναγνωσιμότητα:** Τα σχεδιαστικά χνάρια γράφονται με μορφή κειμένου και εξηγούν την σχεδιαστική απόφαση στον αναγνώστη. Έχουν ένα συνεπή τρόπο παρουσίασης και ένα σαφές ύφος που καθιστά εύκολη την ανάγνωσή τους.

- **Διαφορετικά επίπεδα αφάιρησης:** Οι περισσότερες μορφές σχεδιαστικής καθοδήγησης επικεντρώνονται σε ένα επίπεδο αφάιρησης. Είτε ασχολούνται με μία ευρεία προοπτική του σχεδιαστικού προβλήματος ή επικεντρώνονται σε μία ιδιαίτερη σχεδιαστική πτυχή. Οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών επιτυγχάνουν και τα δύο: τα υψηλού επιπέδου σχεδιαστικά χνάρια χειρίζονται τα προβλήματα μεγάλης κλίμακας, ενώ άλλα σχεδιαστικά χνάρια εστιάζουν σε πιο λεπτομερή και συγκεκριμένα ζητήματα.
- **Συσχέτιση:** Τόσο τα σχεδιαστικά χνάρια όσο και οι γλώσσες σχεδιαστικών χναριών συσχετίζονται μεταξύ τους. Ο τρόπος και το ύφος της παρουσίασης τους δίνουν το έναυσμα για να αναπτυχθούν νέα σχεδιαστικά χνάρια και εναλλακτικές λύσεις.
- **Διδασκαλία:** Τα σχεδιαστικά χνάρια επικυρώνονται με στοιχεία από τη βιβλιογραφία, τις μελέτες, τα παραδείγματα ορθής σχεδιαστικής πρακτικής και τα παραδείγματα λανθασμένης σχεδιαστικής πρακτικής. Τελικά εξηγούν όχι μόνο τη λύση στον αναγνώστη αλλά και τους λόγους για τους οποίους η συγκεκριμένη λύση είναι η βέλτιστη.
- **Παραδείγματα:** Κάθε σχεδιαστικό χνάρι παρουσιάζει μία αιτιολογία και την υποστηρίζει με παραδείγματα εφαρμογής της λύσης από τον πραγματικό κόσμο.

Όσον αφορά τη δική μας γλώσσα σχεδιαστικών χναριών θα ελέγξουμε κάθε ένα από τα παραπάνω πλεονεκτήματα για να διαπιστώσουμε εάν καλύπτονται από αυτή.

- **Lingua franca:** Η γλώσσα μας μπορεί να επιτελέσει αυτή τη λειτουργία γιατί τα ονόματα των σχεδιαστικών χναριών που επιλέξαμε μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη συνεννόηση μεταξύ των ειδικών αλλά και από τους μη ειδικούς χρήστες αφού το κάθε όνομα αποδίδει σε γενικές γραμμές το περιεχόμενο του. Με αυτόν τον τρόπο αν οι χρήστες της γλώσσας ειδικοί και μη ξέρουν σε τι αναφέρεται, μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν για να συνεννοηθούν σε σχεδιαστικά θέματα χωρίς περαιτέρω διευκρινίσεις. Παράδειγμα: Η χρήση του ονόματος [LEFT VERTICAL TABLE], αν ξέρουμε ότι αναφερόμαστε σε αρχική σελίδα αλυσίδας ξενοδοχείων, δεν μπορεί παρά να

σημαίνει το αριστερό μέρος της αρχικής σελίδας που το περιεχόμενό του αναπτύσσεται κάθετα (καθ' ύψος) και όχι οριζόντια (κατά πλάτος).

- **Λύσεις εξαρτώμενες από το πλαίσιο εφαρμογής:** Η λύση που προτείνουμε μέσω της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], εξαρτάται από το συγκεκριμένο πλαίσιο εφαρμογής της όπως αυτό έχει τεθεί στην ενότητα 4.2 Παρουσίαση των σχεδιαστικών χναριών (σελ.134) και απαντά στα σχεδιαστικά ερωτήματα που προκύπτουν από αυτό το πλαίσιο.
- **Αναγνωσιμότητα:** Η γλώσσα μας ακολουθεί ένα συνεπή και γενικά παραδεκτό τρόπο παρουσίασης και γραφής που εξασφαλίζει την αναγνωσιμότητα της. Για λεπτομέρειες βλέπε 4.2 Παρουσίαση των σχεδιαστικών χναριών.
- **Διαφορετικά επίπεδα αφαίρεσης:** Η γλώσσα μας υποστηρίζει διαφορετικά επίπεδα αφαίρεσης μια και αντιμετωπίζει το πρόβλημα του σχεδιασμού της αρχικής σελίδας αλυσίδας ξενοδοχείων συνολικά αλλά ταυτόχρονα επιλύει και τα επιμέρους σχεδιαστικά ζητήματα που προκύπτουν με τη χρήση των σχετιζόμενων σχεδιαστικών χναριών. Παράδειγμα: Το σχεδιαστικό χνάρι [PAGE TEMPLATE] (σελ. 154) δίνει μια γενική λύση για το πώς πρέπει να εμφανίζεται η αρχική σελίδα ενώ το χνάρι [DATE SELECTOR] (σελ. 170) δίνει λύση στο πως θα επιλεγεί σωστά μια ημερομηνία ζήτημα που είναι σαφώς μια λεπτομέρεια στον σύνολο της σχεδιαστικής λύσης που προτείνεται.
- **Συσχέτιση:** Τα σχεδιαστικά χνάρια που αποτελούν τη γλώσσα μας συσχετίζονται μεταξύ τους και ο τρόπος συσχέτισης τους φαίνεται στο σχήμα 4.1.
- **Διδασκαλία:** Όλα τα σχεδιαστικά χνάρια που συμμετέχουν στη δημιουργία της γλώσσας μας υποστηρίζονται από παραδείγματα αλλά και, όπου αυτό είναι δυνατόν, από σχετικές μελέτες και σχεδιαστικά χνάρια που υπάρχουν σε καταλόγους σχεδιαστικών χναριών. Με αυτόν τον τρόπο εξηγείται στον χρήστη η λύση που προτείνουμε αλλά εξηγείται και γιατί είναι η καλύτερη. Παράδειγμα: Το [NAVIGATION BAR] (σελ. 167) που στηρίζεται τόσο σε παράδειγμα που προέρχεται από αρχικές σελίδες αλυσίδων ξενοδοχείων στο

Διαδίκτυο όσο και στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και σε σχεδιαστικό χνάρι που υπάρχει ήδη.

- **Παραδείγματα:** Κάθε σχεδιαστικό χνάρι που συμμετέχει στη δημιουργία της γλώσσας μας υποστηρίζεται από παραδείγματα που προέρχονται από αρχικές σελίδες ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων. Παράδειγμα: Για παράδειγμα που αφορά τη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] βλέπε στη σελίδα 141.

Καταλήγοντας λοιπόν μπορούμε να ισχυριστούμε χωρίς επιφυλάξεις, ότι στην προτεινόμενη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], υπάρχουν όλα τα πλεονεκτήματα που πρέπει αυτή να έχει ως τέτοια.

### 5.2.3 Αξιολόγηση του βαθμού ομοιότητας των ιστοσελίδων της έρευνάς μας με τη γλώσσα [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]

Ένα ερώτημα που πρέπει να απαντηθεί με πειστικό τρόπο είναι το ακόλουθο: Αποτελεί η γλώσσα σχεδιαστικών χυαριών που προτείνουμε αξιόπιστη λύση για το σχεδιασμό της αρχικής σελίδας ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων; Για να απαντήσουμε πειστικά στο ερώτημα αυτό θα πρέπει να βασιστούμε σε στοιχεία που να υποστηρίζουν την τυχόν απάντηση μας. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι αυτά που προκύπτουν από την επεξεργασία των ευρημάτων της έρευνας που κάναμε στο Διαδίκτυο.

Για να αποκτήσουμε τα κατάλληλα στοιχεία συγκρίναμε την κάθε αρχική σελίδα που συμμετείχε στην έρευνα μας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο της και τη γενική της εμφάνιση. Με αυτόν τον τρόπο για κάθε αρχική σελίδα προέκυψαν δύο ποσοστά: ένα που έδειχνε τη συμφωνία της με το προτεινόμενο από εμάς περιεχόμενο και ένα δεύτερο που έδειχνε τη συμφωνία της με την προτεινόμενη από εμάς γενική εμφάνιση της ιστοσελίδας. Με βάση αυτά τα ποσοστά έγιναν πίνακες και διαγράμματα που δείχνουν τον αριθμό και το ποσοστό των αρχικών σελίδων που αντιστοιχούν σε κάθε ομάδα ποσοστών συμφωνίας. Οι ομάδες αυτές είναι ανά 10%, 20% και 25%. Στο τέλος γίνεται συνδυασμός των δύο αποτελεσμάτων και προκύπτει ένα συνολικό ποσοστό συμφωνίας που χαρακτηρίζει κάθε αρχική σελίδα. Και εδώ με βάση τα ποσοστά αυτά έγιναν πίνακες και διαγράμματα με τον ίδιο τρόπο όπως και προηγουμένως.

Στο τέλος, επιπλέον των προηγουμένων, δημιουργήσαμε και ένα πίνακα όπου περιγράφεται το πρότυπο εμφάνισης (Template) της κάθε αρχικής σελίδας και αν αυτό συμφωνεί με το δικό μας. Από αυτόν τον πίνακα προέκυψαν τα διαφορετικά πρότυπα εμφάνισης των αρχικών σελίδων αλλά και ο αριθμός και το ποσοστό τους επί του συνόλου που συμφωνούν με το κάθε ένα από αυτά.

Στη συνέχεια περιγράφονται αναλυτικά όλες οι ενέργειες μας κατά περίπτωση.



### 5.2.3.1 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο

Για να μπορέσουμε να κάνουμε τη σύγκριση αυτή, χρησιμοποιήσαμε τους αρχικούς αναλυτικούς πίνακες που προέκυψαν από την έρευνα μας και δημιουργήσαμε ένα πίνακα που περιέχει όλα τα ξενοδοχεία και τις αναλυτικές θέσεις που βρίσκονται μόνο οι 13 επιλεγμένες λειτουργίες και σε αυτόν προσθέσαμε δύο ακόμη στήλες. Η μία δείχνει πόσες λειτουργίες, από τις 13 επιλεγμένες, υπάρχουν σε κάθε ιστοσελίδα (ΣΥΝΟΛΑ) και η δεύτερη το ποσοστό που αντιπροσωπεύει αυτός ο αριθμός επί των 13 λειτουργιών (ΠΟΣΟΣΤΟ). Τέλος ταξινομήσαμε τον πίνακα σύμφωνα με τον αριθμό των εμφανίσεων που βρίσκεται στη στήλη των συνόλων.

Χρησιμοποιώντας τις δύο τελευταίες στήλες που προσθέσαμε, δημιουργήσαμε πίνακες που δείχνουν το πλήθος και το ποσοστό των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε κάθε ομάδα ποσοστών συμφωνίας. Ο πρώτος πίνακας χρησιμοποιεί ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 10%, ο δεύτερος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 20% και ο τρίτος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 25%. Μόνο στην τελευταία ομάδα των δύο πρώτων πινάκων το ποσοστό αλλάζει σε 30% και 40% αντίστοιχα γιατί ο αριθμός των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε αυτές τις ομάδες είναι πολύ μικρός.

Στη συνέχεια από τους πίνακες αυτούς δημιουργήσαμε διαγράμματα που μας βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν.

Διευκρινίσεις για τις συντομογραφίες που χρησιμοποιούνται στις επικεφαλίδες του πίνακα που ακολουθεί και για το συνδυασμό αρχικών γραμμικών λέξεων που χρησιμοποιούνται ώστε να δείχνουν τις θέσεις των λειτουργιών στην ιστοσελίδα, υπάρχουν στην ενότητα 3.1 Ανάλυση υπαρχόντων ιστοχώρων.

Πίνακας 5.1 Πίνακας πλήθους επιλεγμένων λειτουργιών και ποσοστού επί του συνόλου που υπάρχουν σε κάθε αρχική σελίδα της έρευνάς  
μας

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
JUMEIRAH	U,F	F	F	L,P	L	F	F	L	U	U	F	H,U	F	13	100%
KIMPTON	D	F	F	U,P	U	D	F	U	U	U	F	U	D	13	100%
LOEWS	L,F	F	F	L	L	F	F	L	L	H	F	H,L	F	13	100%
THISTLE	F	F	F	U,P	U	F	F	U,R	R	H	F	H,U	F	13	100%
BEST WESTERN	F	L	F	U,F		F	F	L	L	L,U	F	H	F	12	92%
COUNTRY INNS - RADISSON	D	UP,D	F	RP	U,RP	D	F	L	L	U,L	F	L,H		12	92%
FAIRMONT HOTELS	U	F	F		U	F	F	U	R	R	F	U,R	F	12	92%
FOUR SEASONS	F	RH	F	L	L	F	F	RH,L,LF	RH		F	L	F	12	92%
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	F		F	R	U	F	F	L	L	L,U	F	H	F	12	92%
HYATT - SUMMERFIELD	F		F	U,MP	U	F	F	L,U	L,U	L,U	F	H,U	F	12	92%
JOIE DE VIVRE	F	F	F	F	U,L	F	F	F	M,H	H		U	F	12	92%
KEMPINSKI	L	H	F	L,D	L	H		R,L	R,H	H	F	L	H	12	92%
LUXE	F	U	F	U	U	F	F	R	R	R	F		F	12	92%
MANDARIN ORIENTAL	F	U	F	U	D	F	F	M	U,M	U	F		F	12	92%
MARCO POLO	F	F	F	L	U	F	F	R	MP	MP		U	F	12	92%
PAN PACIFIC	F	R	F	U	U		F	R,U	R	R	F	U	F	12	92%
RAFFLES	U	H	F	U	U	F	F	H	R	R		U	F	12	92%
RELAIS & CHATEAUX	F	F	F	U		D	F	L,U	L,U	L	F	D	D	12	92%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
SONESTA COLLECTION	U	H	H	R,MP	U		F	L	L	L	F	L	D	12	92%
STARHOTELS	M	M	F	M	M	M	F	M	M	M		M	M	12	92%
SWISSOTEL	F	F	F	P		F	F	U	R	R	F	F	F	12	92%
THE DOYLE COLLECTION	U		F	U	U	F	F	H,U,R	M	H	F	H	F	12	92%
TRAVELODGE UK	U,F	F	F	L,U		F	F	M	M	R	F	H,R	F	12	92%
WYNDHAM	F	H	F	L,R	L,R	F	F	L	R	R,L	F	H		12	92%
ADAM'S MARK	F	F	F	URESERV	U	F	F	U	L		F		F	11	85%
AFFINIA	F	H,F		U	U	F	F		L	U	F	H	F	11	85%
AMERICINN	F	U	F	U	U		F	L	L	L	F		F	11	85%
CHARMING	F	H	H	U	U		F	U	R	R		R	U	11	85%
CHOICE ALL BRANDS	F		F	U1		F	F	L,U1	L	U2	F	U2	F	11	85%
COAST	F	U	F		U	F	F	U	L,U	L,U	F	H		11	85%
CROSSLAND - STUDIO PLUS	U,F	U	F	U,F		F	F	U	L	L,H		H,L	H	11	85%
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	U,F	F	F	U,F		F	F	U	L	H		H,L	H	11	85%
GOLDEN TULIP	U	U	D	U	U	D		U	R	R	D		D	11	85%
LA QUINTA	U		F	U,P		F	F	L	L,U	U	F	R	F	11	85%
LEADING HOTELS OF THE WORLD	LF			U,R	LF	LF	MF	U,L,R	R	H	MF	H	LF	11	85%
MARRIOTT ALL BRANDS	F	F	H	U	U		F	L or R,U	L or R,U	H	F	M,H		11	85%
MORGANS	H	H	F	P	H	H	F	LH		F	F		F	11	85%
NH HOTELES		F		U,RP	U	F	F	L,U	L,U	L	F	H	F	11	85%
OKURA	F	H	F	U			F	U	L,U	L,U	F	U,R	F	11	85%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
OMNI	F	U	F	U,R	U		F	U	R		F	H	F	11	85%
PARK INN	D	D	F	U,P		D	F	L	L,U	U	F	H,R		11	85%
RED LION	F	F	F	P		F	F	R,H	R,H	H	F	H,U		11	85%
REGENT	U	F			U	F	F	U	U	U	F	H,U	F	11	85%
RITZ-CARLTON HOTEL		F	F	L	U	F	F	P	U		F	U	F	11	85%
RYDGES	U,D	F	H	U,D	U,D	F	F	L	L,U,D	L,U,D		R		11	85%
SOFITEL		F	F	U	U		F	L	L	L	F	U,F	F	11	85%
SOL MELIA	F	H,F		U	U	F	F	L	L	L		U,R	F	11	85%
STAMFORD	F	U	F	U	L	F	F	U	MP	U		L		11	85%
VILLAGE HOTELS	H	H	H,F	U		H	F	U,R	R,U	H	F	U		11	85%
VIP HOTELS	F	H,F	H	U,P	U	F	F	U,R	L,U		F		F	11	85%
W HOTELS	D		D	U	U	D,F	F	U	L	D	F	H,F		11	85%
ABBA	H	F		U	U	F	F	L,U	L	R		H		10	77%
AC	D	D	F	U	D	D	F	U	R	U			D	10	77%
ACCOR	F	U	F	RP	H	F	F	L,U	L,H			F		10	77%
BARCELO	D	D		U,F	U	D	F	L,U,F	L,F		D	L,U		10	77%
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE - WINGATE	RH	RH	F	U		F		U	L	L,U	F	R,H		10	77%
CONRAD	U		D	R	U		D	U	L	U	D	MP		10	77%
DORINT HOTELS	F	F		U		F	F	U	R		F	U	U	10	77%
FOUR POINTS	U			P	D	D,F1	F1	P	P	U	F1	U,H,F1		10	77%
HARDAGE GROUP	U	U	F	M	U		F	M	L	M		RP		10	77%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
LE MERIDIEN	D			H,P	D	D,F	F	H	M	H	F	H,D		10	77%
MILLENIUM COPTHORNE	F	F	F	U,M	U,M		F	H,P	P	P	F			10	77%
MOVENPICK	U	U	U	MP		U	F	U	L	L	F			10	77%
NOVOTEL		H,F	F	H,P		F		R,U	R,U	R	F	H	F	10	77%
OBEROI	H	F	F	U,R		F		U,MP	R,H,U	U	F		F	10	77%
PREFERRED ALL BRANDS	M	D	D	U,M			D	D,R	R	U,D		M	M,D	10	77%
RINGHOTELS	U	H		L	L	U		R	R	R		U	H	10	77%
ROCK RESORTS	F	F	F	H,P	U	F	F	U	P				F	10	77%
ROMANTIK HOTELS	L	H,F	H,F	D	D	L		U,R	R,U			L,U	L	10	77%
SCANDIC	U		F	U	U		F	L,U	L	L	F	U,L		10	77%
SHANGRI-LA	F	H,F	F	F		F	F	H,U			F	H,F	F	10	77%
SHERATON	D			U,P	D	D,F	F	R	L	U	F	H,F		10	77%
SIERRA HOTEL	F	D	F	U	U		F	L	L,U	U,D	F			10	77%
SUPERCLUBS	F	H	H	U	U	F	F	U	L			U		10	77%
SWALLOW	H	H	F	R,L	L		F	L	R	L	F			10	77%
TOP INTERNATIONAL	U,F	U,F	F	U,F	U,F			R	R	U,F		P	U,F	10	77%
WARWICK	M	U	F	U	U	U	F	R	R	R				10	77%
WESTIN	D			U,R	D	D,F	F	U,L	U,L	U	F	H,D,F		10	77%
WESTMARK	F	F		F	F	F	F	U	L		F	F		10	77%
WORLDHOTELS	F	F	F	U,R		F		U	L	H		H,P	F	10	77%
BRISAS	U	U,F		U	U		F	L	L,U			U	U	9	69%
CANDLEWOOD	F			U			F	MP	MP,U	U	F	L,H	F	9	69%
DE VERE	H	F	F	H	U	F,MP		H,U,MP	R,H		F			9	69%
DELTA HOTELS	F	F	F	P		F	F	R,U	R,U				F	9	69%
DESIGN HOTELS	F	RH				F	F	R	M		F	RH,M	F	9	69%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
DESTINATION HOT.	F		F	U,R	U	F	F	L				R,F	F	9	69%
DRURY HOTELS	U,F	U		U,F			F	U	L,U	L,U	F	F		9	69%
GUESTHOUSE INTER	M	M	F	M		F	F	L	L	M				9	69%
HARRAH'S	D	H	F	H		D			L	R,H	F	U,RP		9	69%
HIST. HOTEL OF AMER.	L	H		H	L		F	H	L,H			L,D	H	9	69%
HOTEL GOUVERNEUR	F	F	F	H		F	F	H,R			F	H		9	69%
MACDONALD	H	H	F	U,L	U		F	U,L	L			H,U		9	69%
MARITIM	H	H	H	U	U			L	L,U			L	H	9	69%
NEW OTANI HOTELS	F	F	F	R			F	L	L	L		H		9	69%
OUTRIGGER	F	F	F	U,F			F	U	R,U	U			F	9	69%
RED ROOF	H	F	F	H,R		F	F	H	U			H,R		9	69%
REGAL	H,F	H	F	U		H	F	L	P	P				9	69%
SHILO INNS	U			U			F	L	L,U	U	F	U	U	9	69%
SMALL LUXURY HOTEL	U	F	F	U				L	L	L	F	L,U		9	69%
UTELL	U	U	F				F	D	L	U	F		U	9	69%
VAGABOND INN	U,F	U	F	U,P,F		F		L,U	L,U	U,F		R		9	69%
ASTON	U	F	F	U			F	U,R	R	R				8	62%
BEST VALUE INN	U,F	U,F	F	U,F				L		U		L,F	F	8	62%
BOSCOLO	F	H	F	U	U			L	L		F			8	62%
CONCORDE	U,F	U		U	U				L	L,U	F		F	8	62%
EL CID	H,F	F		M	U,F		F	M				H,F	F	8	62%
EXECUTIVE	H,F	H,F	H,F	H,U,F	F			H,F	H,R			H,F		8	62%
FLAG CHOICE	H,F	H,F	H,F	U					L	M	F	F		8	62%
GHA	U1,F	U2	U1,F	U1			F	U1	L		F			8	62%
GREAT HOTELS	D,F	F		U,MP				U	L	R	F		F	8	62%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
HotelREZ	U,D	F	F				F	R	R		F		U,D	8	62%
PRIMA HOTEL		L	F	R		L	F	L	L	L				8	62%
RENDEZVOUS	H	F	F	RP			F	U,LP	RP			H,LP		8	62%
RITZ-CARLTON CLUB		F	F			F	F	U			F	H,U	F	8	62%
SORAT HOTELS	U	U		L		U			L,U	L,U	F		U	8	62%
SUTTON PLACE		U		P	U	F	F	U	L			M,L		8	62%
BENCHMARK	U,F	F		D	U	U,F	F						F	7	54%
DAN HOTELS	H	H		U,R	U			U	L				L	7	54%
FIESTAMERICANA	H,U		H	U				H	L	U			U	7	54%
HYATT VACATION	MP	F		R			F	M			F	L,MP		7	54%
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	U			U	U			MP	MP	MP			L,H	7	54%
INTERCONTINENTAL	D			U	D			R,D	MP,U		F	H		7	54%
KEYTEL	H	H	F			R		L			F	R		7	54%
KSL RESORTS		D			D		F	H,F	H		F		D	7	54%
LEXINGTON	H,F	F		H,F				L	LH			R,F	F	7	54%
STARWOOD	D	D		M		D,F			L		F	F		7	54%
TOKYU	F	F,L					F	R	M	M			H,L	7	54%
TRAVELODGE AUS/LIA	U,F	H			U,F	U,F	H	U	R					7	54%
ACC-Nifos	H	H		LP				L,U	L	H				6	46%
AMERISUITES	U	F	F				F	U	L					6	46%
CAESAR PARK	U			U				L	L	U			U	6	46%
CAMINO REAL	U,F	L,U		U,F,L				L	L				L,F	6	46%
COASTAL	L	L				L	F	L,R					L,R	6	46%
GRAND HERITAGE	U,F	U				U		P	R				U	6	46%

HOTELS	ABOUT US	CONTACT US	SITE MAP	OFFERS	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΕΡΓΑΣΙΑ	PR. POL.	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	TERMS & CON	ΜΕΛΗ	PRESS	ΣΥΝΟΛΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
HOTUSA	D	H,D	H,D			R		R	MP					6	46%
JAMESON INN	F	H,F		R		F,R			L,U	L,U				6	46%
NORLANDIA	H	H	H	H				L	L					6	46%
SUPRANATIONAL	U	U						U	L,U	U		U		6	46%
ARCOTEL	U					U,F		U	RH				U,F	5	38%
BEST INNS - COUNTRY HEARTH		L,F		U			F		L		F			5	38%
CRESTWOOD				H,U,D,F		U		P	R,H	R				5	38%
K HOTELS	F	U1,F		U2				L,U1					U1	5	38%
MASTER INN		M,F	F	M,F				L,H	L					5	38%
NOBLE HOUSE	F	H			U	F							F	5	38%
RIHGA ROYAL HOTELS	LP	U	H					R	MP,U					5	38%
ROSEWOOD	U	U	F			F							U	5	38%
IAN SCHRAGER	R	R						P					R	4	31%
TAJ	U	U					F					D		4	31%
CLASSIC INTER		U						U				L		3	23%
GRAND BAY BEACH	U,F	U,F							R					3	23%
GRAND TRADITION	U	U						U						3	23%
PLEASANT HOTELS	U,F	U,F						U						3	23%
CLUBHOUSE		L		L										2	15%



**Πίνακας 5.2 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10%**

90%-100%	80%-90%	70%-80%	60%-70%	50%-60%	40%-50%	30%-40%	0%-30%	ΣΥΝΟΛΑ
24	27	29	36	12	10	10	5	153
16%	18%	19%	24%	8%	7%	7%	3%	100%

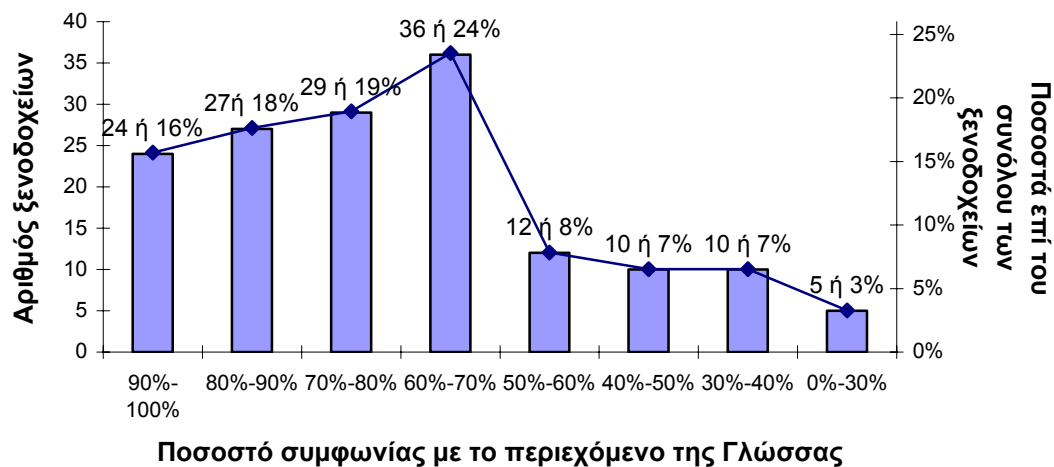
**Πίνακας 5.3 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20%**

80%-100%	60%-80%	40%-60%	0%-40%	ΣΥΝΟΛΟ
51	65	22	15	153
33%	42%	14%	10%	100%

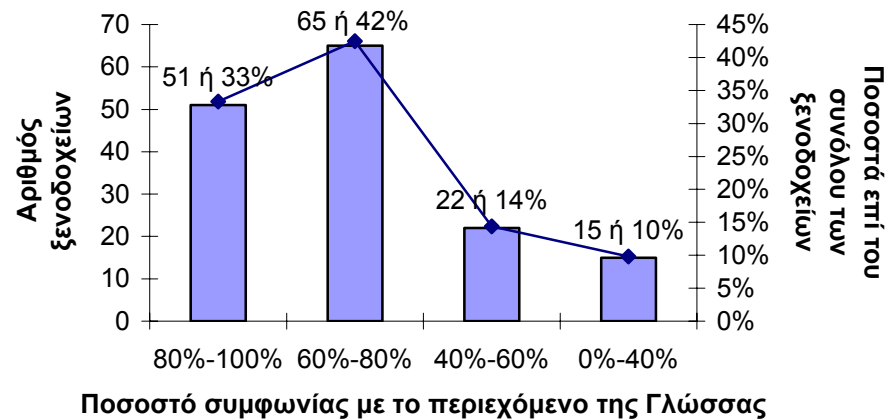
**Πίνακας 5.4 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς το περιεχόμενο και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25%**

75%-100%	50%-75%	25%-50%	0%-25%	ΣΥΝΟΛΑ
80	48	20	5	153
52%	31%	13%	3%	100%

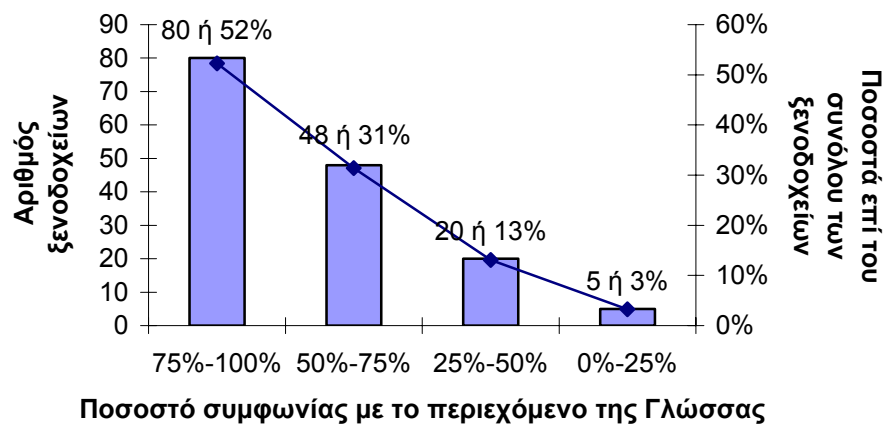
**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με το περιεχόμενο της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 10%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με το περιεχόμενο της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 20%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με το περιεχόμενο της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 25%**



### 5.2.3.2 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς τη γενική εμφάνιση

Για να μπορέσουμε να κάνουμε τη σύγκριση αυτή δημιουργήσαμε ένα καινούριο πίνακα που περιλαμβάνει τα παρακάτω στοιχεία με τη μορφή στηλών:

- **HOTELS:** Οι ονομασίες των αλυσίδων ξενοδοχείων.
- **ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ:** Πόσες από τις 13 επιλεγμένες λειτουργίες περιέχει η αντίστοιχη αρχική σελίδα.
- **ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ:** Σε πόσους διαφορετικούς πίνακες χωρίζεται το πρότυπο εμφάνισης (template) της αντίστοιχης αρχικής σελίδας.
- **ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ:** Περιγραφή του προτύπου εμφάνισης κάθε αρχικής σελίδας με βάση το πρότυπο της προτεινόμενης γλώσσας σχεδιαστικών χυαριών.
- **ΕΞΤΡΑ FOOTER:** Σημειώνει την ύπαρξη επιπλέον μενού στο footer εκτός από το προβλεπόμενο στη δική μας λύση.
- **ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ:** Δείχνει το βαθμό ομοιότητας της αντίστοιχης αρχικής σελίδας με τη δική μας πρόταση ως προς την γενική εμφάνιση. Ως προς αυτό το στοιχείο ταξινομούμε τον πίνακα που δημιουργήσαμε.

Το περιεχόμενο των δύο πρώτων στηλών προήλθε από τις στήλες με το αντίστοιχο περιεχόμενο του πίνακα που χρησιμοποιήσαμε στην σύγκριση του περιεχομένου. Το περιεχόμενο των στηλών ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ και ΕΞΤΡΑ FOOTER συμπληρώθηκε με παρατήρηση του περιεχομένου της κάθε αρχικής σελίδας ξεχωριστά.

Η στήλη ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ συμπληρώθηκε με παρατήρηση του περιεχομένου κάθε αρχικής σελίδας ξεχωριστά, λαμβάνοντας υπόψη ένα σύστημα αξιολόγησης που διαμορφώθηκε κατά την διάρκεια της παρατήρησης. Οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτό το σύστημα περιγράφονται παρακάτω:

- Κάθε πίνακας μιας αρχικής σελίδας δίνει ένα 25% ομοιότητας αν βρίσκεται στην ίδια θέση και περιέχει όλα τα στοιχεία που περιέχει και ένας από τους τέσσερις πίνακες που αποτελούν το πρότυπο μας.

- Αν ο πίνακας με το ίδιο περιεχόμενο βρίσκεται σε άλλη θέση π.χ. ο αριστερός πίνακας βρίσκεται δεξιά αφαιρούμε 12,5%. Η αφαίρεση γίνεται μόνο μία φορά δηλαδή αν η αλλαγή θέσης του ενός πίνακα συμπαρασύρει και έναν άλλο όπως για παράδειγμα αν ο αριστερός πάει δεξιά τότε αναγκαστικά και ο δεξιός θα πάει αριστερά αλλά μόνο 12,5% θα αφαιρεθούν από το βαθμό ομοιότητας και όχι 25%.
- Αν ένας πίνακας βρίσκεται στη θέση που πρέπει αλλά λείπει κάποιο μενού ή βρίσκεται σε άλλη θέση όπως π.χ. το footer, αφαιρείται από το βαθμό συμφωνίας ένα 6,5%, αν λείπει εντελώς, και ένα μικρότερο ποσοστό αν είναι σε άλλη θέση, ανάλογα με το ποια θέση είναι αυτή. Αν περιέχεται κάποιο επιπλέον στοιχείο τότε πάλι αφαιρείται ένα ποσοστό. Αν π.χ. το επιπλέον στοιχείο είναι μενού αφαιρείται ένα 6,5%.
- Αν ένας πίνακας είναι στη σωστή θέση αλλά με εντελώς άλλο περιεχόμενο αφαιρείται από το βαθμό συμφωνίας ποσοστό 12,5%.
- Αν υπάρχει στο πρότυπο μιας αρχικής σελίδας διαφορετικός αριθμός πινάκων ή ο ίδιος αριθμός με διαφορετική διάταξη τότε χρησιμοποιούμε την αντίστροφη πορεία και προσθέτουμε βαθμούς ομοιότητας για τους πίνακες ή τα στοιχεία τους που είναι στη σωστή θέση με τα ποσοστά που περιγράψαμε παραπάνω.
- Τέλος υπάρχει ένα ποσοστό που κυμαίνεται από +10% έως -10% που δίνεται στο βαθμό συμφωνίας της κάθε αρχικής σελίδας ανάλογα με την εντύπωση συμφωνίας, με την προτεινόμενη γλώσσα, που αυτή προκαλεί, ανεξάρτητα από τους παράγοντες που περιγράψαμε παραπάνω. Τέτοια παραδείγματα στοιχείων που επηρεάζουν τη συνολική εντύπωση, είναι η θέση του λογότυπου της αλυσίδας στην οποία ανήκει ο ιστοχώρος και το μέγεθος του κατώτερου πίνακα του προτύπου μας.

Το περιεχόμενο της στήλης ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ καταχωρήθηκε με συντομογραφίες και απλουστεύσεις ώστε να έχουμε τη δυνατόν μεγαλύτερη οικονομία χώρου. Εδώ σημειώνεται η έννοια κάθε τέτοιας καταχώρησης.

- **ο.δ.:** Το πρότυπο μιας αρχικής σελίδας είναι όπως το δικό μας.

- **Αρ.:** Αναφερόμαστε στον Αριστερό κάθετο πίνακα μιας αρχικής σελίδας στη θέση που στο δικό μας πρότυπο καλύπτεται από το σχετιζόμενο χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE]. Αν υπάρχουν πάνω από δύο κάθετοι πίνακες σε αυτό το τμήμα της ιστοσελίδας αναφερόμαστε στον πρώτο από αριστερά.
- **Δεξ.:** Αναφερόμαστε στον Δεξιό κάθετο πίνακα μιας αρχικής σελίδας στη θέση που στο δικό μας πρότυπο καλύπτεται από το σχετιζόμενο χνάρι [RIGHT VERTICAL TABLE]. Αν υπάρχουν πάνω από δύο κάθετοι πίνακες σε αυτό το τμήμα της ιστοσελίδας αναφερόμαστε στον πρώτο από δεξιά.
- **Κάτω:** Αναφερόμαστε στον κάτω οριζόντιο πίνακα της αρχικής σελίδας στη θέση που στο δικό μας πρότυπο καλύπτεται από το σχετιζόμενο χνάρι [lower horizontal table].
- **Πάνω:** Αναφερόμαστε στον πάνω οριζόντιο πίνακα της αρχικής σελίδας στη θέση που στο δικό μας πρότυπο καλύπτεται από το σχετιζόμενο χνάρι [UPPER HORIZONTAL TABLE].
- **Μεσαίος:** Αν σε μία αρχική σελίδα υπάρχουν τρεις κάθετοι πίνακες ο μεσαίος είναι αυτός στον οποίο αναφερόμαστε με αυτή την απλούστευση.
- **μικρός:** Ο πίνακας στον οποίο αναφερόμαστε έχει μικρότερο μέγεθος από το αναμενόμενο για την θέση που βρίσκεται.
- **πάνω:** Ο πίνακας στον οποίο αναφερόμαστε ξεκινά από το ανώτερο τμήμα της αρχικής σελίδας.
- **κάτω:** Ο πίνακας στον οποίο αναφερόμαστε φτάνει μέχρι ακριβώς πάνω από το footer. Σε μία ή δύο περιπτώσεις φτάνει και μέχρι το κατώτερο τμήμα της αρχικής σελίδας.
- **πάνω-κάτω:** Ο πίνακας στον οποίο αναφερόμαστε ξεκινά από το ανώτερο τμήμα της αρχικής σελίδας και φτάνει μέχρι ακριβώς πάνω από το footer.
- **Footer ξεγ.:** Το footer αποτελεί ένα ξεχωριστό πίνακα στο κάτω μέρος της αρχικής σελίδας.
- **Αρ.->Δεξ.:** Το περιεχόμενο του Αριστερού πίνακα έχει μεταφερθεί στον Δεξιό και το περιεχόμενο του Δεξιού στον αριστερό.

- **Έξτρα Δεξ.:** Έχει προστεθεί ένας πίνακας στο δεξιό μέρος του κεντρικού τμήματος του προτύπου.
- **Διαφορ. Περιεχ.:** Ο πίνακας ή το στοιχείο στο οποίο αναφερόμαστε έχει διαφορετικό περιεχόμενο από ότι στον αντίστοιχο πίνακα ή στοιχείο του δικού μας προτύπου.
- **Οριζόντια:** Οι πίνακες που αποτελούν το πρότυπο της συγκεκριμένης αρχικής σελίδας είναι τοποθετημένοι ο ένας κάτω από τον άλλο και ο κάθε ένας από αυτούς καλύπτει όλο το πλάτος της.

**Πίνακας 5.5 Πίνακας βαθμού συμφωνίας των αρχικών σελίδων της έρευνας μας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς τη γενική εμφάνιση**

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
AFFINIA	11	4	ο.δ.		100%
BEST WESTERN	12	4	ο.δ.		100%
CAESAR PARK	6	4	ο.δ.		100%
CONCORDE	8	4	ο.δ.		100%
HYATT - SUMMERFIELD	12	4	ο.δ.		100%
LEXINGTON	7	4	ο.δ.		100%
NH HOTELES	11	4	ο.δ.		100%
SOL MELIA	11	4	ο.δ.		100%
VIP HOTELS	11	4	ο.δ.		100%
AMERICINN	11	4	ο.δ.		90%
BARCELO	10	4	ο.δ.	Extra footer	90%
COAST	11	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ. και Πάνω		90%
COUNTRY INNS - RADISSON	12	4	ο.δ.	Extra footer	90%
DRURY HOTELS	9	4	ο.δ.		90%
FOUR SEASONS	12	4	ο.δ.	Extra footer	90%
SCANDIC	10	4	ο.δ.		90%
CROSSLAND - STUDIO PLUS	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.		87,50%
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.		87,50%
RELAIS & CHATEAUX	12	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.	Extra footer	87,50%
SHILO INNS	9	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.		87,50%
FAIRMONT HOTELS	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.		87,50%
LUXE	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.		87,50%
OMNI	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.		87,50%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
PAN PACIFIC	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.		87,50%
RAFFLES	12	4	Οριζόντια.		87,50%
HYATT VACATION	7	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.		85%
FIESTAMERICANA	7	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στο footer & Έξτρα μενού στον πάνω		85%
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	12	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στους Αρ., Δεξ.& footer.	Extra footer	85%
K HOTELS	5	4	ο.δ. Έξτρα μενού στον Πάνω		85%
SOFITEL	11	4	ο.δ. Κάτω πολύ μεγάλος	Extra footer	85%
AC	10	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ.	Extra footer	82,50%
SMALL LUXURY HOTEL	9	7	ο.δ. 3 πιν. ο.δ. Μετά 3 καθ. & footer ξεχ.		80%
MARITIM	9	5	ο.δ. Header ξεχ. Όχι footer		80%
ADAM'S MARK	11	4	ο.δ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα		80%
AMERISUITES	6	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ., Πάνω και Κάτω		80%
DE VERE	9	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ. Πάνω έξτρα μενού.		80%
DESTINATION HOT.	9	4	Οριζόντια.		80%
CHARMING	11	5	Έξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ, Δεξ. κάτω.		75%
GOLDEN TULIP	11	5	Έξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ.	Extra footer	75%
SWISSOTEL	12	5	Αρ.->Δεξ, Δεξ. κάτω. Footer ξεχ.		75%
THISTLE	13	5	ο.δ. Header ξεχ. Αρ.-> Δεξ.	Extra footer	75%
DELTA HOTELS	9	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.	Extra footer	75%
DORINT HOTELS	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Πάνω όχι ο.δ.		75%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
JOIE DE VIVRE	12	4	Οριζόντια.		75%
LEADING HOTELS OF THE WORLD	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.	Extra footer	75%
LOEWS	13	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Διαφορ. Περιεχ. Πάνω (όχι μενού)		75%
NOVOTEL	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ. μικρός.	Extra footer	75%
OBEROI	10	4	Οριζόντια.		75%
OUTRIGGER	9	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Ξετρα μενού στον Αρ. πίνακα	Extra footer	75%
PRIMA HOTEL	8	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ., Πάνω (όχι μενού)		75%
RYDGES	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Διαφορ. Περιεχ. στο footer. Ξετρα μενού στον Πάνω.		75%
UTELL	9	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ. Αρ., Δεξ Άνισοι.		75%
VAGABOND INN	9	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Footer ξεχ	Extra footer	75%
W HOTELS	11	4	ο.δ. Header ξεχ. Αρ.-> Δεξ.	Extra footer	75%
WORLDHOTELS	10	4	Οριζόντια.		75%
PARK INN	11	6	Ξετρα Δεξ. Δεξ. κάτω. Ξετρα μενού στον Μεσαίο. Footer ξεχ.	Extra footer	70%
SONESTA COLLECTION	12	6	Ξετρα Δεξ. Αρ., Δεξ. κάτω. Footer ξεχ.	Extra footer	70%
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN -HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 -TRAVELODGE - WINGATE	10	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Ξετρα μενού στον Πάνω.	Extra footer	70%
MOVENPICK	10	5	ο.δ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα Ξετρα μενού		70%



HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
			στον Πάνω. Footer ξεχ.		
SUPRANATIONAL	6	5	Εξτρα Δεξ. πίνακας. Όχι footer.		70%
ASTON	8	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα Εξτρα μενού στον Πάνω.		70%
WESTMARK	8	4	ο.δ. Πάνω, Αρ. Διαφορ. Περιέχ. Footer ξεχ.		67,50%
ACCOR	10	5	Εξτρα Δεξ. Δεξ., Αρ. μικροί	Extra footer	65%
LA QUINTA	11	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. Εξτρα μενού στον Πάνω.		65%
INTERCONTINENTAL	7	4	Οριζόντια.	Extra footer	65%
OKURA	11	4	Οριζόντια.		65%
THE DOYLE COLLECTION	12	4	Οριζόντια.		65%
WYNDHAM	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ., Αρ. κάτω & footer ξεχ.		65%
MORGANS	11	4	ο.δ. Αρ., Δεξ. κάτω. Footer ξεχ. & Διαφ. Περιεχ.		62,50%
FLAG CHOICE	8	5	ο.δ. Εξτρα οριζ. πίνακας. Δεξ. Διαφ. Περιεχ.	Extra footer	60%
GHA	8	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. Εξτρα μενού στον Πάνω. Όχι Μεσαίος ο.δ. Αρ. μικρός	Extra footer	60%
RED LION	11	5	Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω. Footer ξεχ. Πάνω Διαφ. Περιεχ.		60%
RITZ-CARLTON HOTEL	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Αρ., Κάτω Διαφ. Περιεχ.		60%
MARCO POLO	12	4	Οριζόντια.	Extra footer	60%
RINGHOTELS	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Πάνω, Κάτω Διαφ. Περιεχ.		60%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
			Όχι footer		
SHERATON	10	4	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός.	Extra footer	60%
JUMEIRAH	13	3	Οριζόντια.	Extra footer	60%
STARWOOD	7	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. Μόνο ο Αρ. ίδιος ο.δ. Footer ξεχ.	Extra footer	55%
BEST VALUE INN	8	5	Αρ. κάτω. Αρ, Δεξ Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.	Extra footer	55%
BOSCOLO	8	5	Αρ. πάνω-κάτω διακ. Πάνω, Κάτω δεν καλύπτουν όλη τη σελίδα. Footer ξεχ.		55%
TRAVELODGE UK	12	5	Εξτρα Δεξ. Αρ, Δεξ, Μεσαίος Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.		55%
RITZ-CARLTON CLUB	8	4	Οριζόντια.	Extra footer	55%
ROSEWOOD	5	3	Οριζόντια.		55%
CHOICE ALL BRANDS	11	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.		50%
DAN HOTELS	7	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω, Αρ. Διαφ. Περιεχ. Κάτω όχι ο.δ.	Extra footer	50%
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	7	5	Οριζόντια.	Extra footer	50%
KEMPINSKI	12	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω όχι ο.δ. Αρ.->Δεξ.		50%
SUTTON PLACE	8	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.		50%
TOP INTERNATIONAL	10	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω ο.δ. Αρ. ->Δεξ. Όχι footer ο.δ.		50%
BENCHMARK	7	4	Οριζόντια.		50%
DESIGN HOTELS	9	4	Οριζόντια.		50%
STARHOTELS	12	4	Πολύ ιδιαίτερος		50%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
			σχεδιασμός. Αρ.->Δεξ. Δεξ.πάνω- κάτω.Έξτρα μενού		
<b>KIMPTON</b>	13	3	Οριζόντια.		50%
<b>MANDARIN ORIENTAL</b>	12	3	Οριζόντια.	Extra footer	50%
<b>MARRIOTT ALL BRANDS</b>	11	3	Οριζόντια.	Extra footer	50%
<b>REGENT</b>	11	3	Οριζόντια.		50%
<b>JAMESON INN</b>	6	5	Έξτρα Δεξ. Δεξ., Αρ., Μεσαιος άνισοι. Footer ξεχ.		45%
<b>RIHGA ROYAL HOTELS</b>	5	5	Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω Δεξ., Κάτω Διαφ.Περιεχ. Όχι footer ο.δ.		45%
<b>SHANGRI-LA</b>	10	3	Οριζόντια.		45%
<b>GREAT HOTELS</b>	8	7	3 οριζόντιοι άνισοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Αρ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ. Footer ξεχ.	Extra footer	40%
<b>TOKYU</b>	7	7	3 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Δεξ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ. Footer ξεχ.		40%
<b>HARRAH'S</b>	9	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι άνισοι, μετά 2 κάθετοι άνισοι, μετά 2 ακόμη οριζόντιοι Πάνω όχι ο.δ. Κάτω ο.δ. Δεξ. με έξτρα μενού		40%
<b>MACDONALD</b>	9	6	2 οριζόντιοι άνισοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Πάνω με έξτρα μενού	Extra footer	40%
<b>REGAL</b>	9	6	2 οριζόντιοι		40%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
			μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω με έξτρα μενού.		
ABBA	10	5	Αρ. πάνω- κάτω & Διαφ. Περιεχ. Πάνω έξτρα μενού. Footer ξεχ.		40%
CAMINO REAL	6	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. όχι ο.δ.		40%
CLASSIC INTER	3	5	Αρ. πάνω- κάτω. Πάνω, Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ., όχι ο.δ.		40%
GRAND BAY BEACH	3	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Αρ.-> Δεξ. Footer ξεχ.		40%
HARDAGE GROUP	10	5	Αρ. πάνω- κάτω. Εξτρα μενού στο Δεξ. Πάνω Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.		40%
NEW OTANI HOTELS	9	5	Πάνω χωρίς μενού. Δεξ. κάτω. 2 οριζόντιοι δίπλα στον Δεξ. Footer ξεχ.		40%
RENDEZVOUS	8	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι. Footer ξεχ.	Extra footer	40%
ROMANTIK HOTELS	10	5	Εξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ. Αρ. κάτω. Εξτρα μενού στον Πάνω		40%
TRAVELODGE AUS/LIA	7	5	2 οριζόντιοι άνισοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Αρ.-> Δεξ. Αρ. κάτω. Footer ξεχ.		40%
VILLAGE HOTELS	11	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.	Extra footer	40%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
BEST INNS - COUNTRY HEARTH	5	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Πάνω, Δεξ. Διάφ. Περιέχ. Footer ξεχ.		40%
SIERRA HOTEL	10	4	Οριζόντια.	Extra footer	40%
TAJ	4	4	Οριζόντια.		40%
FOUR POINTS	10	3	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι και ένας κάθετος ανάμεσα τους.		40%
LE MERIDIEN	10	3	Οριζόντια.	Extra footer	40%
GRAND HERITAGE	6	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι με έξτρα μενού. Footer ξεχ. όχι ο.δ.		37,50%
HotelREZ	8	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι. Footer ξεχ.	Extra footer	35%
GUESTHOUSE INTER	9	5	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 4 οριζόντιοι και 1 κάθετος δεξιά των τεσσάρων. Footer ξεχ.		35%
KEYTEL	7	5	Εξτρα Δεξ. Αρ., Δεξ Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.		35%
MASTER INN	5	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω όχι ο.δ.		35%
CLUBHOUSE	2	4	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι. Πάνω όχι ο.δ. Αρ. όχι ο.δ.		35%
CRESTWOOD	5	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Αρ.κάτω. Αρ., Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Footer έξτρα μενού όχι ο.δ. Πάνω έξτρα μενού		35%
SORAT HOTELS	8	6	Πολύ		30%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
			Ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι, 1 πάνω, 1 κάτω. 4 κάθετοι ανάμεσα Οι 3 κάτω, ο Δεξ. πάνω -κάτω. Διαφ. Περιεχ.		
HOTUSA	6	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.	Extra footer	30%
SWALLOW	10	5	Αρ. κάτω. Header, footer ξεχ.		30%
CONRAD	10	4	Οριζόντια.		30%
NOBLE HOUSE	5	4	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός. Header, Footer ξεχ.		30%
EL CID	8	3	Οριζόντια.	Extra footer	30%
HIST. HOTEL OF AMER.	9	3	1 οριζόντιος μετά 2 κάθετοι. Αρ., Δεξ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ.		30%
HOTEL GOUVERNEUR	9	3	Οριζόντια.	Extra footer	30%
PLEASANT HOTELS	3	3	Οριζόντια αλλά και έξτρα σημεία αριστερά & δεξιά		30%
SUPERCLUBS	10	3	Οριζόντια.	Extra footer	30%
ACC-Nifos	6	6	Οριζόντια.		25%
STAMFORD	11	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω όχι ο.δ.	Extra footer	25%
WESTIN	10	6	Οριζόντια.		25%
MILLENIUМ COPTHORNE	10	5	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός. Footer ξεχ.	Extra footer	25%
WARWICK	10	5	Οριζόντια. Footer Ξεχ.		25%
BRISAS	9	3	Οριζόντια.		25%
GRAND TRADITION	3	2	Οριζόντια. Όχι Footer. Πάνω ο.δ.		25%
CANDLEWOOD	9	7	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός	Extra footer	20%

HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ	ΕΞΤΡΑ FOOTER	ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ
ARCOTEL	5	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Ο 2ος οριζόντιος μικρός		20%
ROCK RESORTS	10	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. Μόνο Πάνω και Footer έχουν σχέση με τους δικούς μου. Οι άλλοι διαφορετικοί.		20%
COASTAL	6	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα. Αρ. κάτω. Δεξ. πάνω. Μεσαίος Ανάμεσα Αρ., Δεξ. Footer ξεχ.		20%
EXECUTIVE	8	4	Οριζόντια. Πάνω εξτρα μενού	Extra footer	20%
RED ROOF	9	4	Οριζόντια.		20%
KSL RESORTS	7	3	Οριζόντια.		20%
NORLANDIA	6	3	1 οριζόντιος μετά 2 κάθετοι. Διαφ. Περιεχ. Όχι footer.		20%
PREFERRED ALL BRANDS	10	2	Οριζόντια.		20%
IAN SCHRAGER	4	3	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 κάθετοι αριστερά & δεξιά και 1 οριζόντιος ανάμεσα		15%

Στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας τη στήλη ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ του προηγούμενου πίνακα, δημιουργήσαμε πίνακες που δείχνουν το πλήθος και το ποσοστό των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε κάθε ομάδα ποσοστών συμφωνίας. Ο πρώτος πίνακας χρησιμοποιεί ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 10%, ο δεύτερος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 20% και ο τρίτος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 25%. Μόνο στην τελευταία ομάδα των δύο πρώτων πινάκων το ποσοστό αλλάζει σε 30% και 40% αντίστοιχα γιατί και ο αριθμός των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε αυτές τις ομάδες δεν είναι πολύ μεγάλος αλλά και τα αποτελέσματα που μας ενδιαφέρουν μπορούν να προκύψουν με συνδυασμό παρατηρήσεων και από τους τρεις πίνακες που προέκυψαν.

Τέλος από τους πίνακες αυτούς δημιουργήσαμε διαγράμματα που μας βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν.



**Πίνακας 5.6 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10%**

90%-100%	80%-90%	70%-80%	60%-70%	50%-60%	40%-50%	30%-40%	0%-30%	ΣΥΝΟΛΑ
17	21	23	16	19	22	18	17	153
10%	14%	16%	10%	12%	14%	12%	11%	100%

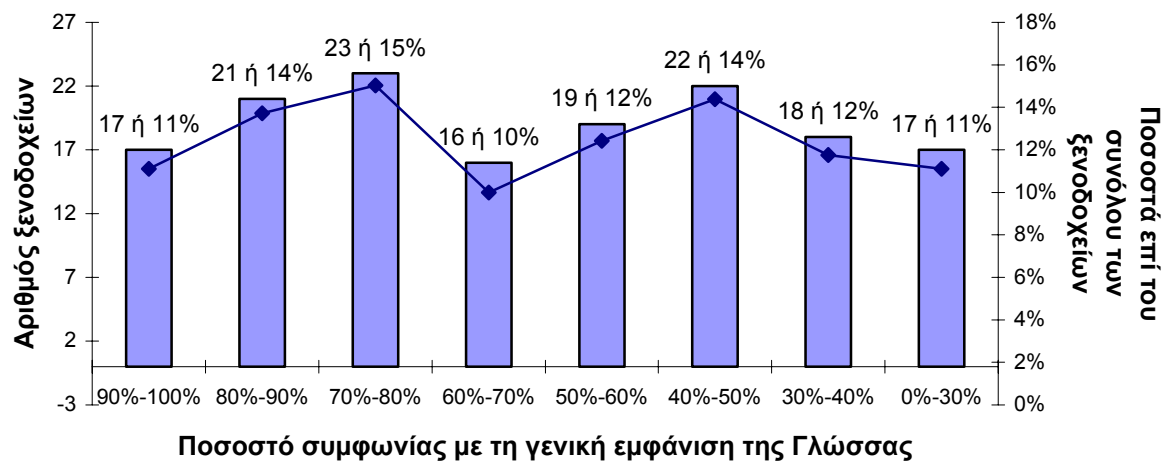
**Πίνακας 5.7 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20%**

80%-100%	60%-80%	40%-60%	0%-40%	ΣΥΝΟΛΟ
38	39	41	35	153
25%	25%	27%	23%	100%

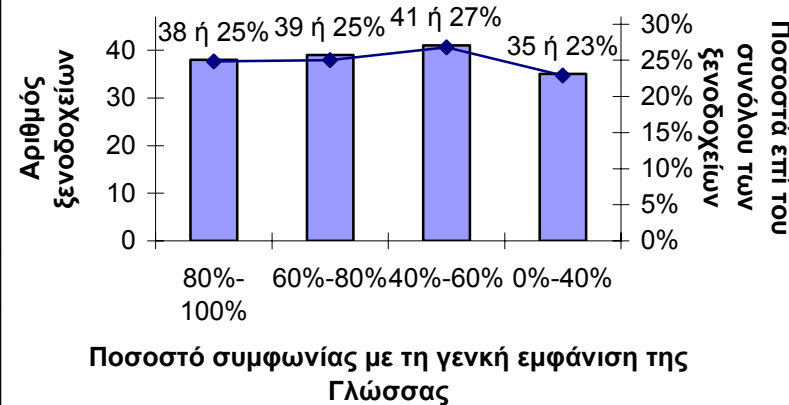
**Πίνακας 5.8 Πίνακας ποσοστού συμφωνίας ως προς τη γενική εμφάνιση και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25%**

75%-100%	50%-75%	25%-50%	0%-25%	ΣΥΝΟΛΑ
55	43	47	8	153
36%	28%	31%	5%	100%

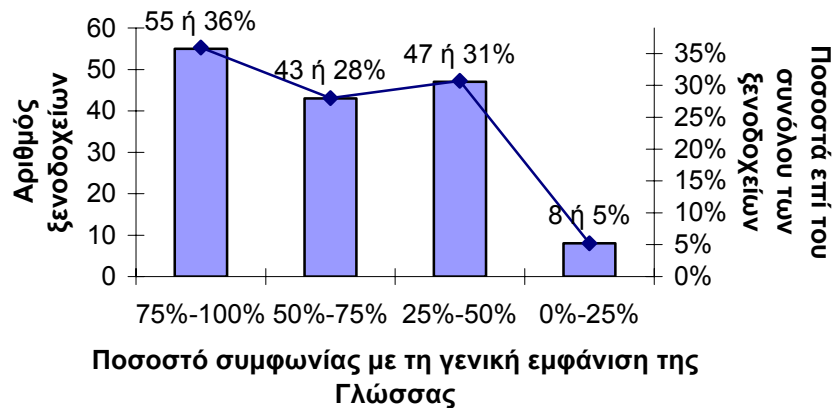
**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη γενική εμφάνιση της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 10%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη γενική εμφάνιση της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 20%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη γενική εμφάνιση της Γλώσσας σε ομαδοποίηση ανά 25%**



### 5.2.3.3 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο και τη γενική εμφάνιση (γενική συμφωνία)

Για να μπορέσουμε να κάνουμε την τελική σύγκριση που βασίζεται στις δύο προηγούμενες δημιουργήσαμε ένα πίνακα που περιέχει την τελευταία στήλη από κάθε έναν από τους προηγούμενους πίνακες και δείχνουν τη συμφωνία της κάθε αρχικής σελίδας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το περιεχόμενο και τη γενική εμφάνιση. Από αυτές τις δύο στήλες δημιουργούμε μία τρίτη που περιέχει το μέσο όρο τους και δείχνει το βαθμό γενικής συμφωνίας της κάθε αρχικής σελίδας με τη δική μας πρόταση και ταξινομήσαμε τον πίνακα ως προς αυτή.

**Πίνακας 5.9 Πίνακας βαθμού γενικής συμφωνίας των αρχικών σελίδων της έρευνας μας με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]**

HOTELS	ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΕ :		
	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ	ΕΜΦΑΝΙΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ
BEST WESTERN	92%	100%	96%
HYATT - SUMMERFIELD	92%	100%	96%
AFFINIA	85%	100%	92%
NH HOTELES	85%	100%	92%
SOL MELIA	85%	100%	92%
VIP HOTELS	85%	100%	92%
COUNTRY INNS - RADISSON	92%	90%	91%
FOUR SEASONS	92%	90%	91%
RELAIS & CHATEAUX	92%	87,50%	90%
LUXE	92%	87,50%	90%
FAIRMONT HOTELS	92%	87,50%	90%
RAFFLES	92%	87,50%	90%
HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	92%	85%	89%
LOEWS	100%	75%	88%
THISTLE	100%	75%	88%
AMERICINN	85%	90%	87%
COAST	85%	90%	87%
OMNI	85%	87,50%	86%
EXTENDED STAY - HOMESTEAD	85%	87,50%	86%
SOFITEL	85%	85%	85%
JOIE DE VIVRE	92%	75%	84%
SWISSOTEL	92%	75%	84%
SCANDIC	77%	90%	83%

HOTELS	ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΕ :		
	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ	ΕΜΦΑΝΙΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ
BARCELO	77%	90%	83%
ADAM'S MARK	85%	80%	82%
SONESTA COLLECTION	92%	70%	81%
CONCORDE	62%	100%	81%
JUMEIRAH	100%	60%	80%
W HOTELS	85%	75%	80%
LEADING HOTELS OF THE WORLD	85%	75%	80%
CHARMING	85%	75%	80%
GOLDEN TULIP	85%	75%	80%
AC	77%	82,50%	80%
DRURY HOTELS	69%	90%	80%
PAN PACIFIC	92%	87,50%	90%
WYNDHAM	92%	65%	79%
THE DOYLE COLLECTION	92%	65%	79%
PARK INN	85%	70%	77%
LEXINGTON	54%	100%	77%
MARCO POLO	92%	60%	76%
WORLDHOTELS	77%	75%	76%
NOVOTEL	77%	75%	76%
OBEROI	77%	75%	76%
KIMPTON	100%	50%	75%
CROSSLAND - STUDIO PLUS	85%	87,50%	86%
LA QUINTA	85%	65%	75%
OKURA	85%	65%	75%
RYDGES	85%	65%	75%
DESTINATION HOT.	69%	80%	75%
SMALL LUXURY HOTEL	69%	80%	75%
DE VERE	69%	80%	75%
MARITIM	69%	80%	75%
TRAVELODGE UK	92%	55%	74%
BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN -HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 -TRAVELODGE - WINGATE	77%	70%	73%
MOVENPICK	77%	70%	73%
CAESAR PARK	46%	100%	73%
RED LION	85%	60%	72%
RITZ-CARLTON HOTEL	85%	60%	72%
VAGABOND INN	69%	75%	72%
UTELL	69%	75%	72%
DELTA HOTELS	69%	75%	72%
MANDARIN ORIENTAL	92%	50%	71%
KEMPINSKI	92%	50%	71%

HOTELS	ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΕ :		
	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ	ΕΜΦΑΝΙΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ
STARHOTELS	92%	50%	71%
ACCOR	77%	65%	71%
OUTRIGGER	69%	75%	72%
HYATT VACATION	54%	85%	69%
FIESTAMERICANA	54%	85%	69%
SHERATON	77%	60%	68%
RINGHOTELS	77%	60%	68%
PRIMA HOTEL	62%	75%	68%
CHOICE ALL BRANDS	85%	50%	67%
MARRIOTT ALL BRANDS	85%	50%	67%
REGENT	85%	50%	67%
SHILO INNS	69%	87,50%	78%
ASTON	62%	70%	66%
WESTMARK	62%	67,50%	65%
DORINT HOTELS	77%	75%	76%
TOP INTERNATIONAL	77%	50%	63%
AMERISUITES	46%	80%	63%
VILLAGE HOTELS	85%	40%	62%
K HOTELS	38%	85%	62%
SHANGRI-LA	77%	45%	61%
FLAG CHOICE	62%	60%	61%
GHA	62%	60%	61%
DESIGN HOTELS	69%	50%	60%
INTERCONTINENTAL	54%	65%	59%
ABBA	77%	40%	58%
SIERRA HOTEL	77%	40%	58%
FOUR POINTS	77%	40%	58%
HARDAGE GROUP	77%	40%	58%
ROMANTIK HOTELS	77%	40%	58%
BOSCOLO	62%	55%	58%
RITZ-CARLTON CLUB	62%	55%	58%
BEST VALUE INN	62%	55%	58%
SUTTON PLACE	62%	50%	56%
STAMFORD	85%	25%	55%
MORGANS	85%	62,50%	74%
NEW OTANI HOTELS	69%	40%	55%
MACDONALD	69%	40%	55%
REGAL	69%	40%	55%
HARRAH'S	69%	40%	55%
STARWOOD	54%	55%	54%
SUPRANATIONAL	38%	70%	54%
SUPERCLUBS	77%	30%	53%
SWALLOW	77%	30%	53%
CONRAD	77%	30%	53%
GUESTHOUSE INTER	69%	35%	52%
BENCHMARK	54%	50%	52%
DAN HOTELS	54%	50%	52%

HOTELS	ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΕ :		
	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ	ΕΜΦΑΝΙΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ
IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	54%	50%	52%
MILLENIUM COPTHORNE	77%	25%	51%
WESTIN	77%	25%	51%
LE MERIDIEN	77%	40%	58%
WARWICK	77%	25%	51%
GREAT HOTELS	62%	40%	51%
RENDEZVOUS	62%	40%	51%
HOTEL GOUVERNEUR	69%	30%	50%
HIST. HOTEL OF AMER.	69%	30%	50%
ROCK RESORTS	77%	20%	48%
PREFERRED ALL BRANDS	77%	20%	48%
HoteIREZ	62%	35%	48%
BRISAS	69%	25%	47%
TOKYU	54%	40%	47%
TRAVELODGE AUS/LIA	54%	40%	47%
ROSEWOOD	38%	55%	47%
EL CID	62%	30%	46%
SORAT HOTELS	62%	30%	46%
JAMESON INN	46%	45%	46%
CANDLEWOOD	69%	20%	45%
RED ROOF	69%	20%	45%
KEYTEL	54%	35%	44%
CAMINO REAL	46%	40%	43%
GRAND HERITAGE	46%	37,50%	42%
RIHGA ROYAL HOTELS EXECUTIVE	38%	45%	42%
BEST INNS - COUNTRY HEARTH	62%	20%	41%
HOTUSA	38%	40%	39%
KSL RESORTS	46%	30%	38%
MASTER INN	54%	20%	37%
CRESTWOOD	38%	35%	37%
ACC-Nifos	38%	35%	37%
TAJ	46%	25%	36%
NOBLE HOUSE	31%	40%	35%
COASTAL	38%	30%	34%
NORLANDIA	46%	20%	33%
GRAND BAY BEACH	46%	20%	33%
CLASSIC INTER	23%	40%	32%
ARCOTEL	23%	40%	32%
PLEASANT HOTELS	38%	20%	29%
CLUBHOUSE	23%	30%	27%
GRAND TRADITION	15%	35%	25%
IAN SCHRAGER	23%	25%	24%
	31%	15%	23%

Στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας τη στήλη ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΕ ΣΥΝΟΛΟ του προηγούμενου πίνακα, δημιουργήσαμε πίνακες που δείχνουν το πλήθος και το ποσοστό των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε κάθε ομάδα ποσοστών συμφωνίας. Ο πρώτος πίνακας χρησιμοποιεί ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 10%, ο δεύτερος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 20% και ο τρίτος ομάδες με ποσοστό συμφωνίας το 25%. Μόνο στην τελευταία ομάδα των δύο πρώτων πινάκων το ποσοστό αλλάζει σε 30% και 40% αντίστοιχα γιατί τόσο ο αριθμός των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε αυτές τις ομάδες δεν είναι πολύ μεγάλος αλλά και τα αποτελέσματα που μας ενδιαφέρουν μπορούν να προκύψουν με συνδυασμό παρατηρήσεων και από τους τρεις πίνακες που προέκυψαν.

Τέλος από τους πίνακες αυτούς δημιουργήσαμε διαγράμματα που μας βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν.

**Πίνακας 5.10 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 10%**

90%-100%	80%-90%	70%-80%	60%-70%	50%-60%	40%-50%	30%-40%	0%-30%	ΣΥΝΟΛΑ
13	23	33	18	32	18	12	4	153
8%	15%	22%	12%	21%	12%	8%	3%	100%

**Πίνακας 5.11 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 20%**

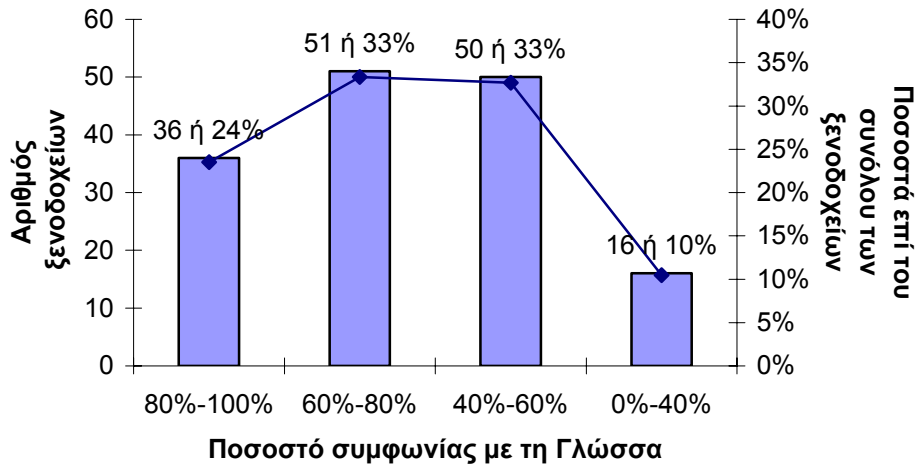
80%-100%	60%-80%	40%-60%	0%-40%	ΣΥΝΟΛΟ
36	51	50	16	153
24%	33%	33%	10%	100%

**Πίνακας 5.12 Πίνακας ποσοστού γενικής συμφωνίας και πλήθους των αρχικών σελίδων που ανήκουν σε ομάδες με εύρος το 25%**

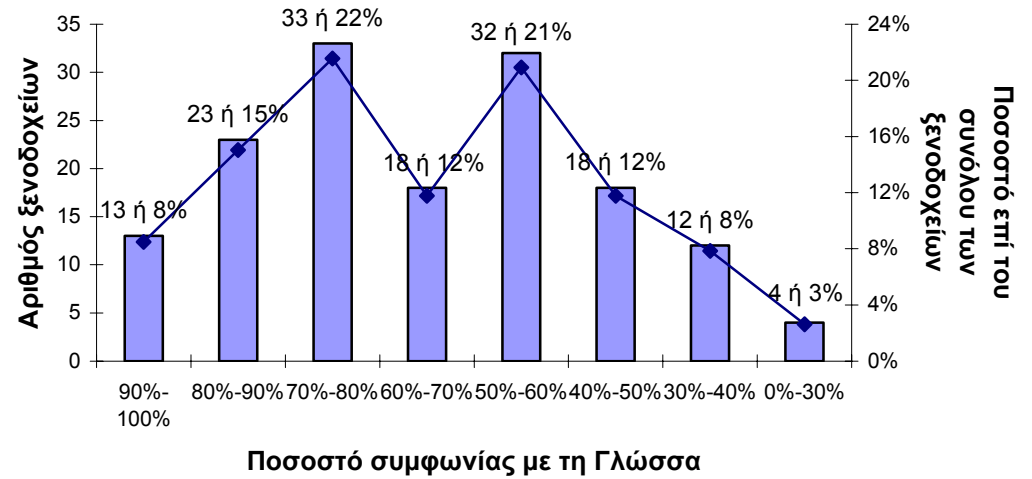
75%-100%	50%-75%	25%-50%	0%-25%	ΣΥΝΟΛΑ
54	65	33	1	153
35%	42%	22%	1%	100%



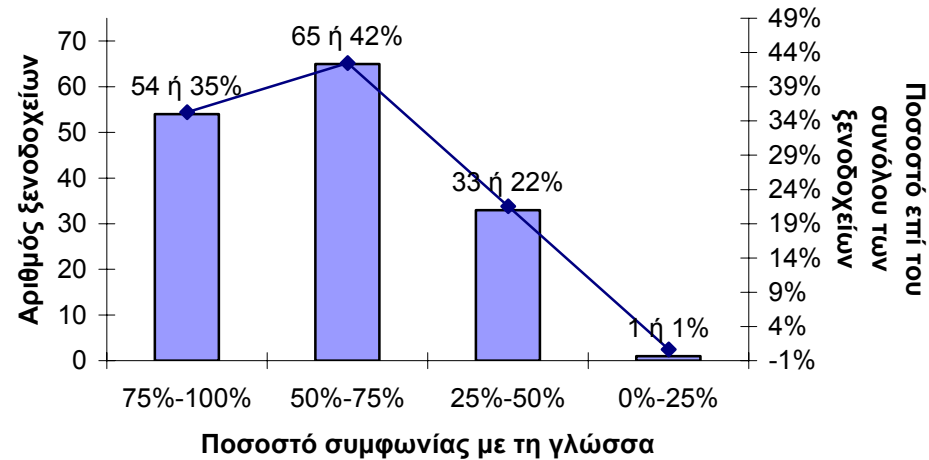
**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη Γλώσσα σε ομαδοποίηση ανά 20%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη Γλώσσα σε ομαδοποίηση ανά 10%**



**Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με τα ποσοστά συμφωνίας με τη Γλώσσα σε ομαδοποίηση ανά 25%**



#### 5.2.3.4 Σύγκριση αρχικών σελίδων ιστοχώρων, που συμμετείχαν στην έρευνα, με την [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] ως προς το πρότυπο εμφάνισης (Template)

Για να επιτύχουμε την τελευταία αυτή σύγκριση παίρνουμε από τον κύριο πίνακα της σύγκρισης ως προς την γενική εμφάνιση, τις τέσσερις πρώτες στήλες και προσθέτουμε μια στήλη με αύξουσα αρίθμηση, αφού πρώτα ταξινομήσουμε τα περιεχόμενα ως προς τη στήλη ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ. Για τη στήλη αυτή ισχύουν όσα αναφέρθηκαν για την αντίστοιχη στήλη του κύριου πίνακα της σύγκρισης ως προς την γενική εμφάνιση.

Κατόπιν από τον πίνακα που δημιουργήσαμε ξεχωρίσαμε 14 διαφορετικά πρότυπα εμφάνισης αρχικών σελίδων ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων και σε κάθε ένα από αυτά αντιστοιχίσαμε τον αριθμό των αρχικών σελίδων και το ποσοστό επί του συνόλου τους που συμφωνούν με το συγκεκριμένο πρότυπο. Για να θεωρήσουμε ότι υπάρχει ένα ξεχωριστό πρότυπο εμφάνισης θα έπρεπε τουλάχιστον δύο αρχικές σελίδες να ακολουθούν αυτό το πρότυπο εμφάνισης. Για όσες αρχικές σελίδες δεν συμφωνούσαν με κάποιο από τα πρότυπα που ξεχωρίσαμε δημιουργήσαμε μια δέκατη πέμπτη, ξεχωριστή κατηγορία και τις εντάξαμε όλες σε αυτή. Με αυτό τον τρόπο δημιουργήθηκε ένας συνοπτικός πίνακας που περιείχε τους αριθμούς και τα ποσοστά των αρχικών σελίδων που ακολουθούν είτε κάποιο από τα 14 διαφορετικά πρότυπα στα οποία ήδη αναφερθήκαμε είτε ανήκουν στην κατηγορία με πρότυπα εμφάνισης που δεν ανήκουν σε κάποια από τα 14 προηγούμενα.

Τέλος από αυτόν τον τελευταίο πίνακα δημιουργήσαμε ένα διάγραμμα που μας βοηθά στην καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν.

**Πίνακας 5.13 Πίνακας ταξινόμησης των αρχικών σελίδων της έρευνας μας  
κατά το πρότυπο εμφάνισης τους (Template)**

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
1	<b>NORLANDIA</b>	6	3	1 οριζόντιος μετά 2 κάθετοι Διαφ. Περιεχ. Όχι footer.
2	<b>HIST. HOTEL OF AMER.</b>	9	3	1 οριζόντιος μετά 2 κάθετοι. Αρ., Δεξ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ.
3	<b>TRAVELODGE AUS/LIA</b>	7	5	2 οριζόντιοι άνισοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Αρ.-> Δεξ. Αρ. κάτω. Footer ξεχ.
4	<b>GRAND HERITAGE</b>	6	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι με έξτρα μενού. Footer ξεχ. όχι ο.δ.
5	<b>SUTTON PLACE</b>	8	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.
6	<b>CHOICE ALL BRANDS</b>	11	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.
7	<b>VILLAGE HOTELS</b>	11	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.
8	<b>HOTUSA</b>	6	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ.
9	<b>MASTER INN</b>	5	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω όχι ο.δ.

<b>A/A</b>	<b>HOTELS</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ</b>	<b>ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ</b>
10	<b>GRAND BAY BEACH</b>	3	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι άνισοι. Αρ.-> Δεξ. Footer ξεχ.
11	<b>RENDEZVOUS</b>	8	5	2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι. Footer ξεχ.
12	<b>MACDONALD</b>	9	6	2 οριζόντιοι άνισοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Πάνω με έξτρα μενού
13	<b>ARCOTEL</b>	5	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Ο 2ος οριζόντιος μικρός
14	<b>REGAL</b>	9	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω με έξτρα μενού.
15	<b>STAMFORD</b>	11	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Footer ξεχ. Πάνω όχι ο.δ.
16	<b>HotelREZ</b>	8	6	2 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι. Footer ξεχ.
17	<b>TOKYU</b>	7	7	3 οριζόντιοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Δεξ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ. Footer ξεχ.
18	<b>GREAT HOTELS</b>	8	7	3 οριζόντιοι άνισοι μετά 3 κάθετοι άνισοι. Αρ. κάτω. Πάνω όχι ο.δ. Footer ξεχ.
19	<b>SHILO INNS</b>	9	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
20	RELAIS & CHATEAUX	12	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.
21	EXTENDED STAY - HOMESTEAD	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.
22	CROSSLAND - STUDIO PLUS	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.
23	HYATT VACATION	7	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ.
24	RITZ-CARLTON HOTEL	11	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Αρ., Κάτω Διαφ. Περιεχ.
25	BAYMONT - DAYS INN - HAWTHORN -HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE - WINGATE	10	5	Αρ. κάτω. Footer ξεχ. Έξτρα μενού στον Πάνω.
26	SWALLOW	10	5	Αρ. κάτω. Header, footer ξεχ.
27	BEST VALUE INN	8	5	Αρ. κάτω. Αρ, Δεξ Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.
28	ABBA	10	5	Αρ. πάνω- κάτω & Διαφ. Περιεχ. Πάνω έξτρα μενού. Footer ξεχ.
29	BOSCOLO	8	5	Αρ. πάνω- κάτω διακ. Πάνω, Κάτω δεν καλύπτουν όλη τη σελίδα. Footer ξεχ.
30	CLASSIC INTER	3	5	Αρ. πάνω- κάτω. Πάνω, Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ., όχι ο.δ.
31	HARDAGE GROUP	10	5	Αρ. πάνω- κάτω. Έξτρα μενού στο Δεξ. Πάνω Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.

<b>A/A</b>	<b>HOTELS</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ</b>	<b>ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ</b>
32	<b>RIHGA ROYAL HOTELS</b>	5	5	Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω Δεξ., Κάτω Διαφ.Περιεχ. Όχι footer ο.δ.
33	<b>SWISSOTEL</b>	12	5	Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω. Footer ξεχ.
34	<b>RED LION</b>	11	5	Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω. Footer ξεχ. Πάνω Διαφ. Περιεχ.
35	<b>NEW OTANI HOTELS</b>	9	5	Πάνω χωρίς μενού. Δεξ. κάτω. 2 οριζόντιοι δίπλα στον Δεξ. Footer ξεχ.
36	<b>PARK INN</b>	11	6	Εξτρα Δεξ. Δεξ. κάτω. Εξτρα μενού στον Μεσαίο. Footer ξεχ.
37	<b>SONESTA COLLECTION</b>	12	6	Εξτρα Δεξ. Αρ., Δεξ. κάτω. Footer ξεχ.
38	<b>GOLDEN TULIP</b>	11	5	Εξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ.
39	<b>SUPRANATIONAL</b>	6	5	Εξτρα Δεξ. πίνακας. Όχι footer.
40	<b>LA QUINTA</b>	11	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. Εξτρα μενού στον Πάνω.
41	<b>GHA</b>	8	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. Εξτρα μενού στον Πάνω. Όχι Μεσαίος ο.δ. Αρ. μικρός
42	<b>CAMINO REAL</b>	6	5	Εξτρα Δεξ. Footer ξεχ. όχι ο.δ.

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
43	TRAVELODGE UK	12	5	Εξτρα Δεξ. Αρ, Δεξ, Μεσαίος Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.
44	KEYTEL	7	5	Εξτρα Δεξ. Αρ., Δεξ Διαφ. Περιεχ. Footer ξεχ.
45	CHARMING	11	5	Εξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ. Δεξ. κάτω.
46	JAMESON INN	6	5	Εξτρα Δεξ. Δεξ., Αρ., Μεσαίος άνισοι. Footer ξεχ.
47	ACCOR	10	5	Εξτρα Δεξ. Δεξ., Αρ. μικροί
48	COASTAL	6	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα. Αρ. κάτω. Δεξ. πάνω. Μεσαίος Ανάμεσα Αρ., Δεξ. Footer ξεχ.
49	TOP INTERNATIONAL	10	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω ο.δ. Αρ. ->Δεξ. Όχι footer ο.δ.
50	KEMPINSKI	12	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω όχι ο.δ. Αρ.->Δεξ.
51	DAN HOTELS	7	5	Εξτρα Δεξ. Πάνω, Αρ. Διαφ. Περιεχ. Κάτω όχι ο.δ.
52	ROMANTIK HOTELS	10	5	Εξτρα Δεξ. Αρ.->Δεξ. Αρ. κάτω. Έξτρα μενού στον Πάνω
53	VIP HOTELS	11	4	ο.δ.
54	SOL MELIA	11	4	ο.δ.
55	NH HOTELES	11	4	ο.δ.
56	LEXINGTON	7	4	ο.δ.

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
57	HYATT - SUMMERFIELD	12	4	ο.δ.
58	CONCORDE	8	4	ο.δ.
59	CAESAR PARK	6	4	ο.δ.
60	BEST WESTERN	12	4	ο.δ.
61	AFFINIA	11	4	ο.δ.
62	FOUR SEASONS	12	4	ο.δ.
63	COUNTRY INNS - RADISSON	12	4	ο.δ.
64	BARCELO	10	4	ο.δ.
65	SCANDIC	10	4	ο.δ.
66	DRURY HOTELS	9	4	ο.δ.
67	AMERICINN	11	4	ο.δ.
68	SMALL LUXURY HOTEL	9	7	ο.δ. 3 πιν. ο.δ. Μετά 3 κάθ. & footer ξεχ.
69	W HOTELS	11	4	ο.δ. Header ξεχ. Αρ.-> Δεξ.
70	THISTLE	13	5	ο.δ. Header ξεχ. Αρ.-> Δεξ.
71	MARITIM	9	5	ο.δ. Header ξεχ. Όχι footer
72	FIESTAMERICANA	7	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στο footer & Έξτρα μενού στον πάνω
73	HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMWOOD	12	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ. και Δεξ.& footer
74	COAST	11	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ. και Πάνω
75	PRIMA HOTEL	8	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ., Πάνω (όχι μενού)
76	AMERISUITES	6	4	ο.δ. αλλά Διαφορ. Περιεχ. στον Αρ., Πάνω και Κάτω



A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
77	VAGABOND INN	9	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Footer ξεχ
78	LOEWS	13	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Διαφορ. Περιεχ. Πάνω (όχι μενού)
79	BEST INNS - COUNTRY HEARTH	5	4	ο.δ. Αρ. κάτω. Πάνω, Δεξ. Διάφ. Περιέχ. Footer ξεχ.
80	MORGANS	11	4	ο.δ. Αρ., Δεξ. κάτω. Footer ξεχ. & Διαφ. Περιεχ.
81	AC	10	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ.
82	UTELL	9	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ. Αρ., Δεξ Άνισοι.
83	DE VERE	9	4	ο.δ. Αρ.-> Δεξ. Πάνω έξτρα μενού.
84	OMNI	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
85	LUXE	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
86	FAIRMONT HOTELS	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
87	LEADING HOTELS OF THE WORLD	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
88	DELTA HOTELS	9	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
89	PAN PACIFIC	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ.
90	CRESTWOOD	5	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Αρ.κάτω. Αρ., Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Footer έξτρα μενού όχι ο.δ. Πάνω έξτρα μενού
91	DORINT HOTELS	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ. Διαφ. Περιεχ. Πάνω όχι ο.δ.
92	NOVOTEL	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ. μικρός.
93	WYNDHAM	12	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Δεξ., Αρ. κάτω & footer ξεχ.

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
94	<b>RYDGES</b>	11	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Διαφορ. Περιεχ. στο footer. Έξτρα μενού στον Πάνω.
95	<b>OUTRIGGER</b>	9	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Έξτρα μενού στον Αρ. πίνακα
96	<b>ASTON</b>	8	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα Έξτρα μενού στον Πάνω.
97	<b>RINGHOTELS</b>	10	4	ο.δ. Αρ.->Δεξ. Πάνω, Κάτω Διαφ.Περιεχ. Όχι footer
98	<b>K HOTELS</b>	5	4	ο.δ. Έξτρα μενού στον πάνω
99	<b>FLAG CHOICE</b>	8	5	ο.δ. Έξτρα οριζ. πίνακας. Δεξ. Διαφ. Περιεχ.
100	<b>SOFITEL</b>	11	4	ο.δ. Κάτω πολύ μεγάλος
101	<b>ADAM'S MARK</b>	11	4	ο.δ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα
102	<b>MOVENPICK</b>	10	5	ο.δ. Ο Κάτω δεν καλύπτει όλη τη σελίδα Έξτρα μενού στον Πάνω. Footer ξεχ.
103	<b>WESTMARK</b>	8	4	ο.δ. Πάνω, Αρ. Διαφορ. Περιεχ. Footer ξεχ.
104	<b>PREFERRED ALL BRANDS</b>	10	2	Οριζόντια.
105	<b>GRAND TRADITION</b>	3	2	Οριζόντια. Όχι Footer. Πάνω ο.δ.

A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
106	PLEASANT HOTELS	3	3	Οριζόντια αλλά και έξτρα σημεία αριστερά & δεξιά
107	JUMEIRAH	13	3	Οριζόντια.
108	ROSEWOOD	5	3	Οριζόντια.
109	MARRIOTT ALL BRANDS	11	3	Οριζόντια.
110	MANDARIN ORIENTAL	12	3	Οριζόντια.
111	REGENT	11	3	Οριζόντια.
112	KIMPTON	13	3	Οριζόντια.
113	SHANGRI-LA	10	3	Οριζόντια.
114	LE MERIDIEN	10	3	Οριζόντια.
115	SUPERCLUBS	10	3	Οριζόντια.
116	HOTEL GOUVERNEUR	9	3	Οριζόντια.
117	EL CID	8	3	Οριζόντια.
118	BRISAS	9	3	Οριζόντια.
119	KSL RESORTS	7	3	Οριζόντια.
120	RAFFLES	12	4	Οριζόντια.
121	DESTINATION HOT.	9	4	Οριζόντια.
122	WORLDHOTELS	10	4	Οριζόντια.
123	OBEROI	10	4	Οριζόντια.
124	JOIE DE VIVRE	12	4	Οριζόντια.
125	INTERCONTINENTAL	7	4	Οριζόντια.
126	OKURA	11	4	Οριζόντια.
127	THE DOYLE COLLETION	12	4	Οριζόντια.
128	MARCO POLO	12	4	Οριζόντια.
129	RITZ-CARLTON CLUB	8	4	Οριζόντια.
130	DESIGN HOTELS	9	4	Οριζόντια.
131	BENCHMARK	7	4	Οριζόντια.
132	SIERRA HOTEL	10	4	Οριζόντια.
133	TAJ	4	4	Οριζόντια.
134	CONRAD	10	4	Οριζόντια.
135	RED ROOF	9	4	Οριζόντια.
136	SHERATON	10	4	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός.
137	NOBLE HOUSE	5	4	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός. Header, Footer ξεχ.
138	EXECUTIVE	8	4	Οριζόντια. Πάνω έξτρα μενού
139	IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	7	5	Οριζόντια.
140	WARWICK	10	5	Οριζόντια. Footer Ξεχ.

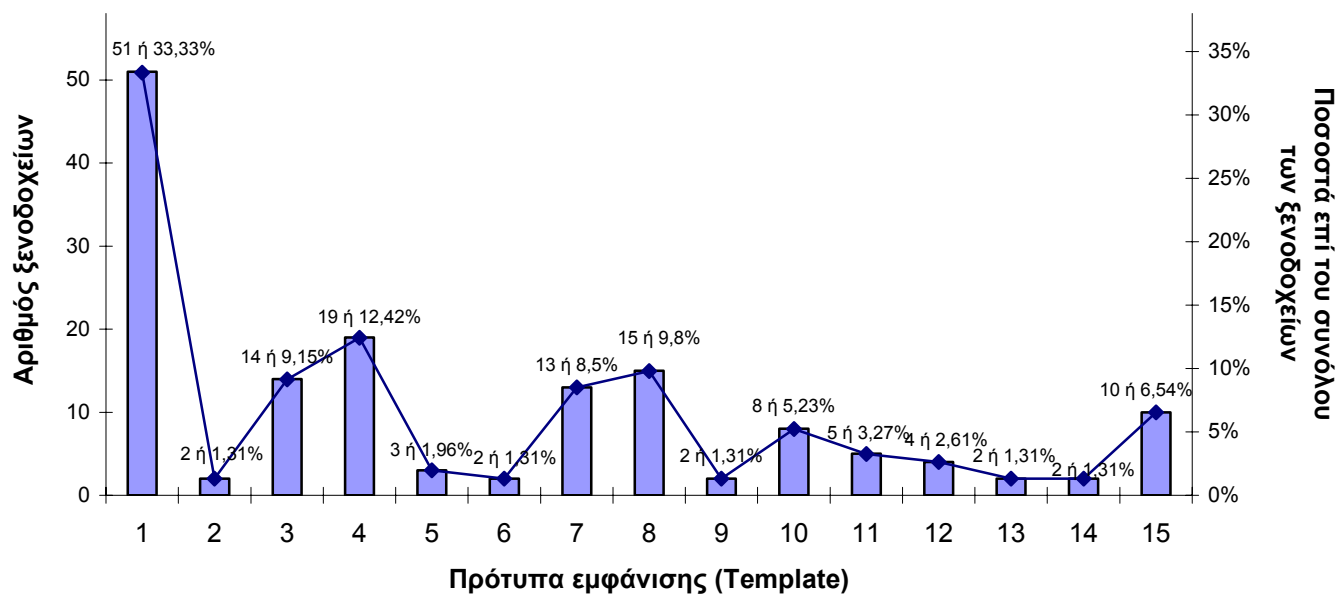
A/A	HOTELS	ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ
141	MILLENIUМ CΟΡTHORNE	10	5	Οριζόντια. Ο 3ος μικρός. Footer ξεχ.
142	ACC-Nifos	6	6	Οριζόντια.
143	WESTIN	10	6	Οριζόντια.
144	CANDLEWOOD	9	7	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός
145	IAN SCHRAGER	4	3	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 κάθετοι αριστερά & δεξιά και 1 οριζόντιος ανάμεσα
146	HARRAH'S	9	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι άνισοι, μετά 2 κάθετοι άνισοι, μετά 2 ακόμη οριζόντιοι Πάνω όχι ο.δ. Κάτω ο.δ. Δεξ. με έξτρα μενού
147	FOUR POINTS	10	3	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι και ένας κάθετος ανάμεσα τους.
148	CLUBHOUSE	2	4	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι μετά 2 κάθετοι. Πάνω όχι ο.δ. Αρ. όχι ο.δ.
149	SORAT HOTELS	8	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 2 οριζόντιοι, 1 πάνω, 1 κάτω. 4 κάθετοι ανάμεσα Οι 3 κάτω,ο Δεξ. πάνω -κάτω. Διαφ. Περιεχ.

<b>A/A</b>	<b>HOTELS</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ</b>	<b>ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ</b>
150	<b>GUESTHOUSE INTER</b>	9	5	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. 4 οριζόντιοι και 1 κάθετος δεξιά των τεσσάρων. Footer ξεχ.
151	<b>STARHOTELS</b>	12	4	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. Αρ.->Δεξ. Δεξ. πάνω- κάτω. Έξτρα μενού
152	<b>STARWOOD</b>	7	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. Μόνο ο Αρ. ίδιος ο.δ. Footer ξεχ.
153	<b>ROCK RESORTS</b>	10	6	Πολύ ιδιαίτερος σχεδιασμός. Μόνο Πάνω και Footer έχουν σχέση με τους δικούς μου. Οι άλλοι διαφορετικοί.

**Πίνακας 5.14 Πίνακας πλήθους και ποσοστού των αρχικών σελίδων της έρευνας μας ανά πρότυπο εμφάνισης**

1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°	13°	14°	15°
51 ο.δ. Δηλαδή με 1 οριζόντιο στην αρχή και μετά 2 κάθετους & με έναν ακόμη οριζόντιο στο τέλος (53-103).	2 με 2 οριζόντιους (104,105)	14 με 3 οριζόντιους (106-119)	19 με 4 οριζόντιους (120-138)	3 με 5 οριζόντιους (139-141)	2 με 6 οριζόντιους (142,143)	13 ο.δ. με Αρ. κάτω ή πάνω-κάτω. Footer ξεχ. (19-31)	15 ο.δ. συν έναν επιπλέον κάθετο ανάμεσα στους δύο οριζόντιους. (38-52)	2 ο.δ. συν έναν επιπλέον κάθετο ανάμεσα στους δύο οριζόντιους. Ένας πίνακας επιπλέον κάτω από το μεσαίο. (36,37)	8 με 2 οριζόντιους στην αρχή και μετά 2 κάθετους & με έναν ακόμη οριζόντιο στο τέλος (3-11)	5 με 2 οριζόντιους στην αρχή και μετά 3 κάθετους & με έναν ακόμη οριζόντιο στο τέλος (12-16)	4. 3 ο.δ. με Αρ.->Δεξ. & Δεξ. κάτω (32-34) και ένας (35) με ίδιο template αλλά Διαφ. Περιεχ. (32-35)	2 με 1 οριζόντιο μετά 2 κάθετους. (1,2)	2 με 3 οριζόντιους στην αρχή μετά 3 κάθετους & με έναν ακόμη οριζόντιο στο τέλος. (17,18)	10 με διάφορους ανεξάρτητους σχεδιασμούς (144-153)
51	2	14	19	3	2	13	15	2	8	5	4	2	2	10
33,33%	1,31%	9,15%	12,42%	1,96%	1,31%	8,50%	9,80%	1,31%	5,23%	3,27%	2,61%	1,31%	1,31%	6,54%

### Αριθμός ξενοδοχείων και Ποσοστά επί του συνόλου ανάλογα με το πρότυπο εμφάνισης της Αρχικής Σελίδας κάθε ιστοχώρου



### 5.2.3.5 Συμπεράσματα από τις συγκρίσεις που επιχειρήθηκαν

Από τις συγκρίσεις που επιχειρήθηκαν στις τέσσερις προηγούμενες ενότητες μπορούμε να βγάλουμε κάποια συμπεράσματα που συνοψίζονται στα παρακάτω:

Από την σύγκριση ως προς το περιεχόμενο βλέπουμε ότι ένα 33% των αρχικών σελίδων είναι συγκεντρωμένο στο ποσοστό συμφωνίας από 80% έως 100% και ένα 52% στο ποσοστό συμφωνίας από 75%-100% με την γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που προτείνουμε. Από τα αποτελέσματα αυτά φαίνεται ότι το περιεχόμενο που διαλέξαμε βρίσκεται στην πλειοψηφία των αρχικών σελίδων των ιστοχώρων που συμμετείχαν στην έρευνα μας.

Από τη σύγκριση ως προς τη γενική εμφάνιση βλέπουμε ότι το 64% των αρχικών σελίδων, δηλαδή 98 σελίδες, έχουν βαθμό συμφωνίας άνω του 50% με τη γλώσσα που προτείνουμε. Το ποσοστό αυτό, αν και είναι χαμηλότερο από αυτό της προηγούμενης σύγκρισης, δείχνει μια σαφή τάση των περισσότερων αρχικών σελίδων να μοιάζουν παρά να διαφέρουν με τη γλώσσα που προτείνουμε.

Από την τελική σύγκριση που προκύπτει από τις δύο προηγούμενες το 57% των αρχικών σελίδων έχουν ποσοστό συμφωνίας πάνω από 60% και το ποσοστό αυτό αυξάνεται σε 77% για ποσοστό συμφωνίας πάνω από 50%. Το ποσοστό αυτό δείχνει μια σαφή τάση των περισσότερων ιστοσελίδων να συμφωνούν ως προς το περιεχόμενο και τη γενική εμφάνιση με τη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που προτείνεται.

Από τη σύγκριση ως προς το πρότυπο εμφάνισης (template) είναι φανερό ότι το πρότυπο που επιλέξαμε είναι το πλέον διαδεδομένο αφού από μόνο του καλύπτει το 33,33% (51 αρχικές σελίδες) του συνόλου. Το αμέσως επόμενο πιο διαδεδομένο πρότυπο έχει ποσοστό αποδοχής μόλις 12,42% (19 αρχικές σελίδες).

Από τα αποτελέσματα του συνόλου των συγκρίσεων, όπως περιγράφηκαν προηγουμένως, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] αποτελεί μια ιδιαίτερα αξιόπιστη λύση για τον σχεδιασμό αρχικών σελίδων ιστοχώρων αλυσίδων ξενοδοχείων.



#### 5.2.4 Τελικό συμπέρασμα από την προσπάθεια αξιολόγησης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]

Στην ενότητα αυτή προσπαθήσαμε να αξιολογήσουμε τη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], όσο πιο αντικειμενικά γίνεται, χρησιμοποιώντας διάφορους τρόπους που αντανάκλουν διαφορετικά επίπεδα αξιολόγησης.

Για κάθε έναν από τους τρόπους αυτούς, βρέθηκαν ή δημιουργήθηκαν κριτήρια αξιολόγησης, σύμφωνα με τα οποία καταλήξαμε για το αν η γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] αξιολογείται θετικά ή όχι.

Υπενθυμίζεται ότι οι τρόποι αξιολόγησης που επελέγησαν είναι οι εξής:

1. Αξιολόγηση της διαδικασίας ανάπτυξης της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών.
2. Αξιολόγηση της ύπαρξης των πλεονεκτημάτων των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στη δική μας γλώσσα.
3. Αξιολόγηση του βαθμού ομοιότητας των ιστοσελίδων που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνα μας με τη γλώσσα μας.

Συνοπτικά τα αποτελέσματα για κάθε τρόπο αξιολόγησης, όπως προκύπτουν από τις αντίστοιχες ενότητες όπου έγινε η αξιολόγηση, ήταν τα εξής:

1. Η **διαδικασία ανάπτυξης** της γλώσσας σχεδιαστικών χναριών είναι απολύτως αξιόπιστη επειδή αποδείχθηκε ότι λειτούργησε σωστά η διαδικασία προσδιορισμού των σχεδιαστικών χναριών, δεν έμειναν αδιευκρίνιστα σχεδιαστικά προβλήματα όπου κι αν προέκυψαν, η παρουσίαση της γλώσσας είναι κατανοητή χωρίς να χρειάζονται περαιτέρω εξηγήσεις και η λειτουργία της είναι ικανοποιητική.
2. Η **ύπαρξη των πλεονεκτημάτων** των γλωσσών σχεδιαστικών χναριών στη γλώσσα σχεδιαστικών χναριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ], αποδείχθηκε πέρα από κάθε αμφιβολία.
3. Ο **βαθμός ομοιότητας** των αρχικών σελίδων, που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνά μας, με τη προτεινόμενη λύση είναι από υψηλός μέχρι πολύ υψηλός ανάλογα με τον τρόπο σύγκρισης που χρησιμοποιήθηκε κάθε φορά. Από τα

προαναφερθέντα προκύπτει αβίαστα το τελικό συμπέρασμα που είναι ότι: η γλώσσα σχεδιαστικών χυαριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ] είναι μια λύση αξιόπιστη με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά που μπορεί να καλύψει τις απαιτήσεις που προκύπτουν από το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε και είναι φυσικά ο σκοπός αυτής της εργασίας.

### 5.3 Μελλοντικές επεκτάσεις

Θεωρούμε ότι στο μέλλον η έρευνα, προκειμένου να αναπτυχθούν σχεδιαστικά χνάρια για το σωστό σχεδιασμό ξενοδοχειακών ιστοχώρων, πρέπει να επεκταθεί προς την κατεύθυνση της επέκτασης και της εμβάθυνσης της προτεινόμενης γλώσσας σχεδιαστικών χναριών.

Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος πρέπει η προτεινόμενη γλώσσα, που αφορά ξενοδοχειακούς ιστοχώρους αλυσίδων ξενοδοχείων, να επεκταθεί ώστε να καλύψει και το σχεδιασμό των υπολοίπων ιστοσελίδων αυτών των ιστοχώρων και μάλιστα αυτών που παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες στον αναφερόμενο κλάδο, όπως είναι για παράδειγμα η σελίδα παρουσίασης των αποτελεσμάτων του ελέγχου διαθεσιμότητας. Σκοπός θα είναι να καταλήξουμε σε μια γλώσσα που προτείνει μια πλήρη σχεδιαστική λύση για τους υπό μελέτη ιστοχώρους

Παράλληλα πρέπει να κινηθούμε προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, πιθανώς παραλλαγών της προτεινόμενης, που να αφορούν το σχεδιασμό ιστοχώρων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που δεν καλύπτονται στην παρούσα φάση, όπως είναι τα μεγάλα ανεξάρτητα ξενοδοχεία αλλά και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους. Σε αυτές τις περιπτώσεις η γλώσσα πρέπει ίσως να έχει κάπως διαφορετική μορφή, που θα δίνει έμφαση όχι τόσο στον πλούτο των εναλλακτικών επιλογών, όσο σε άλλα χαρακτηριστικά της επιχείρησης όπως π.χ. η πληρότητα των υπηρεσιών, η μοναδικότητα της θέσης ή η φιλική παροχή υπηρεσιών σε προσωπικό επίπεδο ανάλογα βέβαια με την εικόνα που η επιχείρηση θέλει να εδραιώσει μέσω του Διαδικτύου αλλά και των δυνατοτήτων που έχει η επιχείρηση.

Όταν επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι το επόμενο στάδιο θα πρέπει να είναι η ενοποίηση όλων των γλωσσών που θα προκύψουν για τους ξενοδοχειακούς ιστοχώρους ώστε να φθάσουμε να έχουμε μια ενιαία γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε κάθε περίπτωση σχεδιασμού ιστοχώρων αυτού του είδους.

Τέλος, για να επανέλθουμε στα θέματα των e-travel sites που συζητήθηκαν στην εισαγωγή, μια γλώσσα σχεδιαστικών χναριών που θα καλύπτει όλες τις

πτυχές αυτής της κατηγορίας ιστοχώρων, θα αποτελούσε το τελευταίο στάδιο ολοκλήρωσης αυτής της προσπάθειας.

Σε κάθε στάδιο, επιθυμητό είναι, τα σχεδιαστικά χνάρια που προκύπτουν, να τίθενται στην κρίση των ειδικών και των χρηστών, ώστε να αναδεικνύονται αδυναμίες και να προτείνονται βελτιώσεις, με σκοπό να επιτευχθεί στο τέλος το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Ο τελικός στόχος συνάδει και με το όραμα του πρώτου διδάξαντα τα σχεδιαστικά χνάρια Christopher Alexander, που υποστήριζε την ανάπτυξη γλωσσών σχεδιαστικών χναριών, που θα αντιμετώπιζαν τα σχεδιαστικά προβλήματα, από το υψηλότερο επίπεδο μέχρι το χαμηλότερο, με ένα ενιαίο τρόπο και με τη συμμετοχή των χρηστών στη διαδικασία της ανάπτυξης και αξιολόγησής τους.

## Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Aarsten, A., Brugali, D., & Menga, G. (1996). Designing Concurrent and Distributed Control Systems. *Communications of the ACM*, 39(10), 50–58.
- Adams, M., Coplien, J., Gamoke, R., Hanmer, R., Keeve, F., & Nicodemus K. (1996). Fault tolerant telecommunication system patterns. In J. M. Vlissides, J. O. Coplien, & N. L. Kerth (Eds.), *Pattern languages of program design* (Vol. 2, pp. 549–561). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Adams, S. (1995). Functionality ala carte. In J. Coplien & C. Schmidt (Eds.), *Pattern languages of program design* (pp. 1–8). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Agerbo, E., & Cornils, A. (1998). How to preserve the benefits of design patterns. In *Proceedings of OOPSLA '98, ACM SIGPLAN Notices* 33(10), 134–143.
- Alexander, C. (1964). *Notes on the synthesis of form*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Alexander, C. (1979). *The timeless way of building*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Alexander, C. (1982). *The linz café/das kafe linz*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Alexander, C. (1996). The origins of pattern theory, the future of the theory, and the generation of a living world. *Keynote address to the eleventh annual conference on object-oriented programming systems, languages, and applications*. October 6–10, San Jose, CA. Retrieved 20 June 2008 from <http://www.patternlanguage.com/archive/ieee/ieeetext.htm>
- Alexander, C., Davis, H., Martinez, J., & Corner, D. (1985). *The production of houses*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Alexander, C., Ishikawa, S., Silverstein, M., Jacobson, M., Fiksdahl-King, I., & Angel, S. (1977). *A pattern language*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Alexander, C., Neis, H., Anninou, A., & King, I. (1987). *A new theory of urban design*. Oxford, UK. Oxford University Press.

Alexander, C., Silverstein, M., Angel, S., Ishikawa, S., & Abrams, D. (1975). *The Oregon experiment*. Oxford, UK. Oxford University Press.

Anderson, B. (1993). Addendum to the proceedings of OOPSLA '92. Workshop report: Toward an architecture handbook. *OOPS Messenger*, 4(2), 109–113.

Anderson, B., Coad, P., & Mayfield, M. (1994). Addendum to the proceedings of OOPSLA '93. Workshop report: Patterns: Building blocks for object oriented architectures. *OOPS Messenger*, 5(2), 107–109.

Astrachan, O., Berry, G., Cox, L., & Mitchener, G. (1998). Design patterns: An essential component of CS curricula. *ACM SIGSCE Bulletin*, 30(1), 153–160.

Astrachan, O., & Wallingford, E. (1998). *Loop patterns*. Paper presented at PLoP '98. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions/P60.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions/P60.pdf)

Baggetun, R., Rusman, E., & Poggi, C. (2004). Design patterns for collaborative learning: From practice to theory and back. In L. Cantoni & C. McLoughlin (Eds.), *Proceedings of the World Conference on Educational multimedia, hypermedia and telecommunications*, AACE, Lugano, Switzerland (pp. 2493 – 2498).

Baloglu, S. and Pekcan, A.Y. (2006). The website design and internet site marketing practices of upscale and luxury hotels in Turkey. *Tourism Management*, 27(1): 171-176.

Barfield, L., Van Burgsteden, W., Lanfermeijer, R., Mulder, B., Ossewold, J., Rijken, D., & Wenger, P. (1994). Education: Interaction design. *ACM SIGCHI Bulletin* 26(3), 49–86.

Bayle, E., Bellamy, R., Casaday, G., Erickson, T., Fincher, S., Grinter, B., et al. (1998). Putting it all together: Towards a pattern language for interaction. *SIGCHI Bulletin*, 30(1), 17–33

Beck, K. (1994). Patterns and software development. *Dr Dobbs Journal*, 19(2), 18–23.

Beck, K., Coplien, J. O., Crocker, R., Dominick, L., Meszaros, G., Paulisch, F., et al. (1996). Industrial experience with design patterns. *Proceedings of the 18th International Conference on Software Engineering (ICSE 18)*. IEEE Computer Society, 103–114.

Beck, K., & Cunningham, W. (1987). *Using pattern languages for object-oriented programs* (Technical Report No. CR-87-43). Retrieved 20 June 2008, from <http://c2.com/doc/oopsla87.html>

Beck, K., & Johnson, R. (1994). Patterns generate architectures. In *Proceedings of the OO programming 8th European conference* (pp. 139–149). Berlin: Springer.

Berczuk, S., Appleton, B., & Cabrera, R. (2000). *Getting ready to work: Patterns for a developer's workspace*. Paper presented at PLoP 2000. Retrieved 20 June 2008, from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2k/proceedings/Berczuk/Berczuk.pdf>

Bjork, S., & Holopainen, J. (2004). *Patterns in game design*. Hingham, MA: Charles River Media

Blackwell, A., & Green, T. (2003). Notational systems—The cognitive dimensions of notations framework. In J. M. Carroll (Ed.), *HCI models, theories and frameworks: Toward a multidisciplinary science* (pp. 103–134). San Francisco: Morgan Kaufmann.

Borchers, J. (2000a). Interaction design patterns: Twelve theses. Position paper presented at the *Workshop on Pattern Languages for Interaction Design, CHI 2000 Conference on Human Factors in Computing Systems*, April 2–3, The Hague, Netherlands. Retrieved 20 June 2008, from [http://www.hcipatterns.org/tiki-download\\_file.php?fileId=22](http://www.hcipatterns.org/tiki-download_file.php?fileId=22)

Borchers, J. (2000b). CHI meets PLoP: An interaction patterns workshop. *SIGCHI Bulletin*, 32(1), 9–12.

Borchers, J. (2001a). *A pattern approach to interaction design*. Chichester, UK: Wiley.

Borchers J. (2002). Teaching HCI design patterns: Experience from two university courses. Position paper for Patterns in Practice workshop at CHI 2002, April 21–25, Minneapolis. Retrieved 20 June 2008, from [http://www.hcipatterns.org/tiki-download\\_file.php?fileId=19](http://www.hcipatterns.org/tiki-download_file.php?fileId=19)

Borchers, J. O., & Thomas, J. C. (2001). Patterns: what's in it for HCI? Panel Discussion. *CHI '01 extended abstracts on human factors in computer systems* (pp. 225–226). New York: ACM Press.

Bradac, M., & Fletcher, B. (1997). A pattern language for developing form style windows. In R. C. Martin, D. Riehl, & F. Buschmann (Eds.), *Pattern languages of program design* (Vol. 3, pp. 347–393). Reading, MA: Addison-Wesley.

Bradshaw, David & Brash, Colin (2001), “Managing Customer Relationships in the E-Business World: How to Personalise Computer Relationships for Increased Profitability”, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29, No. 12, pp. 520-529.

Brighton Usability Group. (2003). The Brighton Usability Patterns Collection. Retrieved 20 June 2008 from <http://www.cmis.brighton.ac.uk/research/patterns/home.html>

Buhalis, Dimitrios (1998), “Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry”, *Tourism Management*, 19, No. 5, pp. 409-421.

Buhalis, Dimitrios (2000b), “Tourism and Information Technologies: Past, Present and Future”, *Tourism Recreation Research*, 25, No. 1, pp. 41-58.

Buhalis, Dimitrios (2004), “eAirlines: Strategic and Tactical Use of ICTs in the Airline Industry”, *Information & Management*, 41, No. 7, pp. 805-825.

Buhalis, Dimitrios and Main, Hilary (1998), “Information Technology in Peripheral Small and Medium Hospitality Enterprises: Strategic Analysis and



Critical Factors”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10, No. 5, pp. 198-202.

Buschmann, F. (2001). A pattern language for distributed object computing.

Presented at *EuroPLoP 2001*. Retrieved 20 June 2008, from <http://hillside.net/patterns/EuroPLoP2001/papers/Buschmann.zip>

Buschmann, F., Johnson, R., Coplien, J., Rising, L., Delano, D., Gamma, E., et al. (1996). *How to hold a writers' workshop*, Written in preparation for *PLoP 1996*

Retrieved 20 June 2008, from <http://www.cs.wustl.edu/~schmidt/writersworkshop.html>

Buschmann, F., Meunier, R., Rohnert, H., Sommerlad, P., & Stal, M. (1996). *Pattern-oriented software architecture: a system of patterns*. New York: Wiley.

Chaang-Iuan H., Yi-Ling L. (2007). The development of an e-travel service quality scale, *Tourism Management*, Volume 28, Issue 6, December 2007, pages 1434-1449

Chambers, C., Harrison, B., & Vlissides, J. (2000). A debate on language and tool support for design patterns. In *Proceedings of the 27th ACM SIGPLAN-SIGACT symposium on Principles of programming languages* (pp. 277–289). New York: ACM Press.

Christiansen, E. (2005). Competence affirmation as a complementary quality of human–computer interaction. To be presented at *Quality, Values and Choice a workshop at CHI 2005*, Portland, OR, 1st–7th April. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.bath.ac.uk/~maspjaw/workshops/QVC/Papers/Christiansen.pdf>

Chung, E. S., Hong, J. I., Lin, J., Prabaker, M. K., Landay, J. A., & Lin, A. L. (2004). Development and evaluation of emerging design patterns for ubiquitous computing. In *Proceedings of DIS 2004* (pp. 233–242). New York: ACM Press.

Chung, T. and Law, R. (2003). Developing a performance indicator for hotel websites. *International Journal of Hospitality Management*, 22(1): 119-125.

Cline, M. P. (1996). The pros and cons of adopting and applying design patterns in the real world. *Communications of the ACM*, 39(10) 47–49.

Coad, P. (1992). Object-oriented patterns. *Communications of the ACM*, 35(9), 152–159.

Coad, P., & Mayfield, M. (1993). Addendum to the proceedings of OOPSLA '92. Workshop Report: Patterns. *OOPS Messenger*, 4(2), 93–95.

Coldewey J. (1998). User interface software. Presented at *PLoP '98*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions/P13.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions/P13.pdf)

Constantinides, Efthymios (2004), “Influencing the Online Consumer's Behaviour: the Web Experience”, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 14, No. 2, pp. 111-126.

Coplien, J. O. (1992). *Advanced C++ programming styles and idioms*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Coplien, J. O. (1998). *Multi-paradigm design for C++*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Coplien, J. O. (2001). *Writers workshop patterns*. Retrieved 20 June 2008, from <http://c2.com/cgi/wiki?WritersWorkshopPatterns>

Coplien, J., & Schmidt, D. (1995). *Pattern languages of program design*. Reading MA: Addison-Wesley.

Cunningham, W. (1994). Tips for writing pattern languages. Retrieved April 22, 2004, from <http://c2.com/cgi/wiki?TipsForWritingPatternLanguages>

Dearden A, Finlay, J., Allgar, E., & McManus, B. (2002a). Evaluating patterns in participatory design. In *Adjunct Proceedings of CHI 2002* (pp. 664–665). New York: ACM Press.

Dearden A, Finlay, J., Allgar, E., & McManus, B. (2002b). Using pattern languages in participatory design. In Binder, T., Gregory, J., & Wagner, I. (Eds.), *Proceedings of PDC 2002*. Palo Alto, CA: CPSR.

Dearden A, Finlay, J (2006). Pattern Languages in HCI: A Critical Review. In Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (Ed), *Human-Computer Interaction*, 21:1, (pp 49-102)

Dearden, A. M., & Harrison, M. D. (1997). Abstract models for HCI. *International Journal of Human-Computer Studies*, 46(1), 151–177.

Denning, P., & Dargan, P., (1996). Action centred design. In Winograd, T. (Ed.), *Bringing design to software* (pp. 105–120). New York: ACM Press.

Dix A., Finlay J., Abowd G., Beale R., (2003). *Human-Computer Interaction (3rd Edition)*. Prentice Hall

Dovey, K. (1990). The pattern language and its enemies. *Design Studies*, 11(1), 3–9

Du, M., & England, D. (2001). Temporal patterns for complex interaction design. In C. Johnson (Ed.), *Interactive systems: Design, specification, and verification, 8th international workshop, DSV-IS 2001, lecture notes in computer science 2220* (pp. 114–127). London: Springer.

Dyson, P., & Anderson, B. (1997). State patterns. In R. C. Martin, D. Riehl, & F. Buschmann (Eds.), *Pattern languages of program design* (Vol. 3, pp. 125–142). Reading, MA: Addison-Wesley.

Ehn, P., & Kyng, M., (1991). Cardboard computers: Mocking-it-up or hands-on the future. In J. Greenbaum & M. Kyng (Eds.), *Design at work* (pp. 169–196). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Ehn, P., & Sjogren, D. (1991). From system descriptions to scripts for action, In J. Greenbaum & M. Kyng (Eds.), *Design at work* (pp. 241–268). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Erickson, T. (2000a). Lingua francas for design: Sacred places and pattern languages. In *The Proceedings of DIS 2000* (pp. 357–368). August 17–19, Brooklyn. New York: ACM Press.

Erickson, T. (2000a). Lingua francas for design: Sacred places and pattern languages. In *The Proceedings of DIS 2000* (pp. 357–368). August 17–19, Brooklyn. New York: ACM Press

Erickson, T. (2000b). Making sense of computer-mediated communication (CMC): Conversations as genres, CMC systems as genre ecologies. In J. F. Nunamaker, Jr. and R. H. Sprague, Jr. (Eds.), *Proceedings of the thirty-third Hawaii international conference on systems science HICSS-33* (p. 3011). Piscataway, NJ: IEEE Press.

Feinberg, Richard A., Kadam, Rajesh, Hokama, Leigh and Kim, Iksuk (2002), “The State of Electronic Customer Relationship Management in Retailing”, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30, No. 10, pp. 470-481.

Fernández, A., Holmer, T., Rubart, J., & Schummer, T. (2002). Three groupware patterns from the activity awareness family. Presented at *EuroPLoP 2002*. Retrieved 20 June 2008, from [http://hillside.net/patterns/EuroPLoP2002/papers/Fernandez\\_Holmer\\_Rubart\\_Schummer.zip](http://hillside.net/patterns/EuroPLoP2002/papers/Fernandez_Holmer_Rubart_Schummer.zip)

Fincher, S. (1999). Analysis of design: An exploration of patterns and pattern languages for pedagogy. *Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching: Special Issue on Computer Science Education*, 18(3), 331–348.

Fincher, S. (2000a). “Capture of practice”: Is it obvious? *BCS HCI Group/IFIPWG13.2 Workshop on HCI Patterns*, November 2000. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.cs.kent.ac.uk/people/staff/saf/patterns/bcs.pdf>

Fincher, S. (2000b). The pattern gallery. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.cs.ukc.ac.uk/people/staff/saf/patterns/gallery.html>

Fincher, S. (2002). Patterns for HCI and cognitive dimensions: Two halves of the same story? In J. Kuljis, L. Baldwin, & R. Scoble. (Eds.), *Proceedings of the fourteenth annual workshop of the psychology of programming interest group* (pp.

156–172). Brunel University, UK, June 2002. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.ppig.org/papers/14th-fincher.pdf>

Fincher, S. (2003). *PLML: Pattern language markup language* Report of Workshop held at CHI September 2003, *Interfaces*, 56 (pp. 26–28). Swindon, England: British HCI Group.

Fincher, S., Finlay, J., Greene, S., Jones, L., Matchen, P., Thomas, J. et al. (2003). Perspectives on HCI patterns: Concepts and tools, *CHI '03 extended abstracts on Human factors in computer systems* (pp. 1044–1045) April 05–10, Ft. Lauderdale, FL.

Fincher, S., & Utting, I. (2002). Pedagogical patterns, their place in the genre. In *Proceedings of ITiCSE*. June 24th–26th Aarhus, Denmark: ACM Press.

Fincher, S., & Windsor, P. (2000). Why patterns are not enough: some suggestions concerning an organising principle for patterns of UI design, *CHI'2000 Workshop on Pattern Languages for Interaction Design: Building Momentum*. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.cs.kent.ac.uk/people/staff/saf/patterns/chi00.pdf>

Finlay, J., Allgar, E., Dearden, A., & McManus, B. (2002). Pattern languages in participatory design. In X. Faulkner, J. Finlay, & F. Detienne (Eds.), *People and computers XVI—Memorable yet Invisible, Proceedings of HCI2002* (pp. 159–174). London: Springer-Verlag.

Fowler, M. (1997). *Analysis patterns: Reusable object models*. Menlo Park, CA: Addison-Wesley.

Fraser, S., Beck, K., Booch, G., Johnson, R., & Opdyke, B. (1997). Beyond the hype: Do patterns and frameworks reduce discovery costs? *Proceedings of the 1997 ACM SIGPLAN conference on object-oriented programming systems, languages & applications (OOPSLA '97) SIGPLAN Notices*, 32(10) 342–344.

Gabriel R. (1996a). Introduction to *pattern languages of program design 2*. In J. M. Vlissides, J. O. Coplien, & N. L. Kerth (Eds.), *Pattern languages of program design* (Vol. 2). Reading, MA: Addison-Wesley.

Gabriel R. (1996b). *Patterns of software: Tales from the software community*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Gamma, E., Helm, R., Johnson, R., & Vlissides, J. (1993). Design patterns: Abstraction and reuse of object-oriented design. In *Proceedings of the 7th European OO programming conference ECOOP 93*, LNCS 707 (pp. 406–431). Berlin, Germany: Springer.

Gamma, E., Helm, R., Johnson, R., & Vlissides, J. (1995). *Design patterns: Elements of reusable object-oriented software*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Garlan, D., & Delisle, N. (1990). Formal specifications as reusable frameworks. In B. Bjorner, C. A. R. Hoare, & H. Langmaack. (Eds.), *VDM and Z: Formal methods in software development* (LNCS 428, pp. 150–163). New York: Springer-Verlag.

Garlan, D., & Notkin, D. (1991). Formalising design spaces: Implicit invocation mechanisms. In S. Prehn & W. J. Toetenel. (Eds.), *VDM '91: Formal software development methods* (LNCS 551, pp. 31–44). New York: Springer-Verlag.

Garlan, D., & Shaw, M. (1993). An introduction to software architecture. In V. Ambriola & G. Tortora. (Eds.), *Advances in software engineering and knowledge engineering*, Series on Software Engineering and Knowledge Engineering (Vol2, pp. 1–39). Singapore: World Scientific Publishing Company.

Georgiakakis P., Retalis S. (2005). “Demystifying the Asynchronous Network Supported Collaborative Learning Systems”, *International Journal of Computer Applications in Technology (IJCAT)*, special Issue on: Patterns for Collaborative Systems, 25, pages 116-127.

Goldfedder, B., & Rising, L. (1996). A training experience with patterns. *Communication of the ACM*, 39(10), 60–64.

Grabow, S. (1983). *Christopher Alexander. The search for a new paradigm in architecture*. Stocksfield, Northumberland, UK: Oriel Press.

Graham, I. (2003). *A pattern language for web usability*. London: Addison-Wesley.

Granlund, A., & Lafreniere, D. (1999). A pattern-supported approach to the user interface design process. *Workshop report, UPA '99 Usability Professionals' Association Conference*, June 29–July 2, Scottsdale, AZ. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.upassoc.org/conf99reg/ws6.shtml>

Granlund, A., Lafreniere, D., & Carr, D. A. (2001). PSA: A pattern supported approach to the user interface design process. In *Proceedings of HCI International 2001* (Vol. 1, pp. 282–286). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Grewal, Dhruv, Iyer, Gopalkrishnan R., Krishnan, R. and Sharma, Arun (2003), "The Internet and the Price-Value-Loyalty Chain", *Journal of Business Research*, 56, Issue 5, pp. 391-398.

Griffiths, R. N., & Pemberton, L. (2001). Patterns in human–computer interaction design (panel session) In J. Vanderdonckt, A. Blandford, & A. Derycke (Eds.), *Proceedings of IHM-HCI 2001* (Vol. II). Toulouse, France: Cepaduès-Éditions.

Griffiths, R., Pemberton, L., & Borchers, J. (1999). Usability pattern language: Creating a community. In S. Brewster, A. Cawsey, & G. Cockton (Eds.), *Human–computer interaction—Interact 99* (Vol. II, p. 135). Swindon, England: British Computer Society. Outputs from the workshop retrieved 20 June 2008, from <http://www.it.bton.ac.uk/staff/rng/UPLworkshop99>

Griffiths, R., Pemberton, L., Borchers, J., & Stork, A. (2000). Pattern languages for interaction design: Building momentum. *CHI2000 Extended Abstracts* (p. 363). New York: ACM Press.

Hall, P. A. V., Lawson, C. J., & Minocha, S. (2003). Design patterns as a guide to the cultural localisation of Software. In *Proceedings of the 5th international*

*workshop on internationalisation of products and systems* (pp. 79–88). 17th–19th July, Berlin.

Hanmer, R. S. (2000). Real time and resource overload language. Presented at *PloP 2000*. Retrieved 20 June 2008, from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2k/proceedings/Hanmer/Hanmer.pdf>

Harrison, N. (1999). *The Language of Shepherding: A Pattern Language for Shepherds and sheep*. 7th. Pattern Languages of Programs Conference August 13 to 16, 2000 Allerton Park Monticello, Illinois, USA Available at <http://hillside.net/patterns/EuroPLoP2001/shepherding.doc>

Harrison, N., Foote, B., & Rohnert, H. (Eds.) (1999). *Pattern Languages of Program Design 4*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Hartson, H. R., Siochi, A. C., & Hix, D. (1990). The UAN: A user-oriented representation for direct manipulation. *ACM Trans. on Information Systems*, 8(3), 181–203.

Hashim, H.N. and Murphy, J. (2007). Branding on the web: evolving domain name usage among Malaysian hotels. *Tourism Management*, 28(2): 621–624.

Henninger, S. (2001). An organisational learning method for applying usability guidelines and patterns. In M. R. Little & L. Nigay. (Eds.), *Engineering human–computer interaction* (LNCS 2254, pp. 141–156). Berlin, Germany: Springer.

Hussey, A., & Mahemoff, M. (1999). Safety-critical usability: Pattern-based reuse of successful design concepts. In M. McNicol (Ed.), *4th Australian Workshop on Industrial Experience with Safety Critical Systems and Software (SCS) 99* (pp. 19–34). Canberra, Australia: ACS.

International Standards Organisation. (n.d.). ISO International Standard 9241 (Ergonomic requirements for office work with visual display terminals) Retrieved 20 June 2008, from <http://www.iso.org>

Johnson, R. (1992). Documenting frameworks using patterns. In *Proceedings of OOPSLA '92* (pp. 63–76). New York: ACM Press.



Johnson, R., & Cunningham, W. (1995). Introduction. In J. Coplien & D. Schmidt (Eds.), *Pattern languages of program design*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Judkins, T.V., & Gill, C. D. G. (2000). Synthesizer a pattern language for designing digital modular synthesis software. Paper presented at *PLOP 2000*.

Retrieved 20 June 2008, from

<http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2k/proceedings/Judkins/Judkins.pdf>

Jyaratna, N. (1997). *Understanding and Evaluating Methodologies: NIMSAD A systemic framework*, McGraw Hill Book Company.

Kafura, D., Lavender, G., & Schmidt, D. (1995). Workshop on design patterns for concurrent, parallel and distributed object oriented systems. In *Addendum to the proceedings of OOPSLA '95, OOPS Messenger*, 6(4), 128–131.

Kendall E. A., Murali Krishna, P. V., Pathak, C. V., & Suresh, C. B. (1998). Patterns of intelligent and mobile agents. In *Proceedings of the Second International Conference on Autonomous Agents*, 92–99. New York: ACM Press.

Khalifa, Mohamed and Shen, Ning (2005), “Effects of Electronic Customer Relationship Management on Customer Satisfaction: A Temporal Model”. In: Proceeding of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'05) - Track 7, January 3-6, 2005, p. 171a.

King, I. (1993, August). Christopher Alexander and contemporary architecture. *Special issue of Architecture and Urbanism*.

Kreimeier, B. (2002). The case for game design patterns. Available from [http://www.gamasutra.com/features/20020313/kreimeier\\_03.htm](http://www.gamasutra.com/features/20020313/kreimeier_03.htm)

Kuttainen, Christer, Iliachenko, Elena & Salehi-Sangari, Esmail (2005). Pre-adoption customer satisfaction with tourism websites: conjoint analysis of electronic customer relationship management features. Presented at *The AM2005 Academy of Marketing Conference, Dublin, Ireland, July 4-7, 2005*.

Laakso, S. (2003). User interface design patterns. Retrieved from <http://www.cs.helsinki.fi/u/salaakso/patterns>

Lane, T. G. (1990). *Studying software architecture through design spaces and rules* (Technical Report CMU/ SEI-90-TR-18). Carnegie Mellon University Software Engineering Institute.

Lea, D. (1994). Christopher Alexander: An introduction for object-oriented designers, *Software Engineering Notes*, 19(1) 39–46.

Lea, D. (2001). How do I go about writing a pattern? Retrieved January, 2008, from <http://gee.cs.oswego.edu/dl/pd-FAQ/pd-FAQ.html#qwrite>

Leacock, M., Malone, E., & Wheeler C. (2005). *Implementing a pattern library in the real world: A Yahoo! case study*. Presented at the American Society for Information Science and Technology Information Architecture Summit, 3rd–7th March, Montréal, Québec, Canada. Retrieved 20 June 2008, from <http://leacock.com/patterns>

Lee, G., Cai, L.A. and O’Leary, J. T. (2006). [www.Branding.States.US](http://www.Branding.States.US): an analysis of brand-building elements in the US state tourism websites. *Tourism Management*, 27(5): 815–828.

Lin, J., & Landay, J. A. (2002). Damask: A tool for early-stage design and prototyping of multi-device user interfaces. In *Proceedings of The 8th International Conference on Distributed Multimedia Systems 2002 International Workshop on Visual Computing* (pp. 573–580). September 26–28, San Francisco, CA

Maclea, A., Young, R. M., Bellotti, V. M. E., & Moran, T. P. (1991). Questions, options & criteria: Elements of design space analysis. *Human–Computer Interaction*, 6(3 & 4) 201–250.

Mahemoff, M. J., & Johnston, L. J. (1998). Principles for a usability-oriented pattern language. In P. Calder & B. Thomas. (Eds.), *OZCHI '98 Proceedings* (pp. 132–139). Los Alamitos, CA: IEEE Press.

Mai, Y., & de Champlain, M. (2001). A pattern language to visitors. Presented at *PLoP 2001*. Retrieved 20 June 2008, from

[http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/PLoP2001/ymai0/PLoP2001\\_ymai0\\_1.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PLoP2001/ymai0/PLoP2001_ymai0_1.pdf)

Mapelsden, D. Hosking, J., & Grundy, J. (2002). Design pattern modelling and instantiation using DPML. In J. Noble & J. Potter. (Eds.), *Proceedings of the 40th international conference on technology of object-oriented languages and systems TOOLS Pacific 2002* (pp. 3–11). New York: ACM Press.

Marick, B. (2000). Using ring buffer logging to help find bugs. Presented at *PLoP 2000*. Retrieved 20 June 2008, from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2k/proceedings/Marick/Marick.pdf>

Martin, D., Rodden, T., Rouncefield, M., Sommerville, I., & Viller, S. (2001). Finding patterns in the fieldwork. In W. Prinz, M. Jarke, Y. Rogers, K. Schmidt, & V. Wulf. (Eds.), *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer Supported Cooperative Work* (pp. 39–58). Dordrecht, Netherlands: Kluwer.

Martin, D., Rouncefield, M., & Sommerville, I. (2002). Applying patterns of cooperative interaction to work (re)design: e-government and planning. In *Proceedings of CHI 2002* (pp. 235–242). New York: ACM Press.

Martin, D., Rodden, T., Rouncefield, M., Sommerville, I., & Viller, S. (2001). Finding patterns in the fieldwork. In W. Prinz, M. Jarke, Y. Rogers, K. Schmidt, & V. Wulf. (Eds.), *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer Supported Cooperative Work* (pp. 39–58). Dordrecht, Netherlands: Kluwer.

Martin, R. C., Riehle, D., & Buschmann, F. (Eds.). (1997). *Pattern languages of program design 3*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Maslow, A. (1970). *Motivation and personality* (3rd ed.). London: Harper & Row.

Mattila, Anna S. (2004), “Consumer Behaviour Research in Hospitality and Tourism Journals”, *International Journal of Hospitality Management*, 23, No. 5, pp. 449-457

May, D., & Taylor, P. (2003). Knowledge management with patterns, *Communications of the ACM*, 46(7) 94–99.

McKenney, P. E. (1996). Selecting locking primitives for parallel programming. *Communications of the ACM*, 39(10), 75–82.

Meijler, T., D., Demeyer, S., & Engel, R. (1997). Making design patterns explicit in FACE: A framework adaptive composition environment. In M. Jazayeri & H. Schauer. (Eds.), *Proceedings of the 6th European Software Engineering Conference* (pp. 94–110). New York: Springer-Verlag.

Meszaros, G. (1996). Patterns for decision making in architectural design. In *Addendum to the proceedings of OOPSLA '95 OOPS Messenger*, 6(4), 132–137.

Meszaros, G., & Doble, J. (1998). A pattern language for pattern writing. In R. C. Martin, D. Riehl, & F. Buschmann (Eds.), *Pattern languages of program design* (Vol. 3, pp. 529–574). Reading, MA: Addison-Wesley.

Microsoft Corporation. (2003). *Windows XP visual guidelines*. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.microsoft.com/hwdev/windowsxp/downloads>

Mikkonen, T. (1998). Formalising design patterns. In *Proceedings of the 20th international conference on software engineering*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.

Molina, P. J., Torres, I., & Pastor, O. (2003). *User interface patterns for object-oriented navigation upgrade IV*, 1. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.upgrade-cepis.org/issues/2003/1/up4=1Molina.pdf>

Morrison, Alastair M., Jing, Su, O'Leary Joseph T., Cai, Liping A. (2001), "Predicting Usage of the Internet for Travel Bookings: an Exploratory Study", *Information Technology & Tourism*, 4, No. 1, pp. 15-30.

Mullet, K. (2002). Structuring pattern languages to facilitate design. *CHI2002 Patterns in Practice: A Workshop for UI Designers* Retrieved 20 June 2008, from <http://www.welie.com/patterns/chi2002-workshop/Mullet.pdf>

Nanard, M., Nanard, J., & Kahn, P. (1998). Pushing reuse in hypermedia design: Golden rules, design patterns and constructive templates. In *Proceedings of the ninth ACM Conference on Hypertext* (pp. 11–20).

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. San Francisco: Morgan Kaufmann.

Nielsen, J. (1994). Heuristic evaluation. In J. Nielsen & R. L. Mack. (Eds.), *Usability inspection methods*, New York: Wiley.

Norman, D. (1988). *The psychology of everyday things*. New York: Basic Books.

Norman, D., & Draper, S. (Eds.). (1986). *User centered system design: New perspectives on human-computer interaction*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Nysveen, Herbjørn and Lexhagen, Maria (2001), "Swedish and Norwegian Tourism Websites: the Importance of Reservation Services and Value-Added Services", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1, No. 1, pp. 38-53.

O'Neill, E. (1998). *User-developer co-operation in software development. Building common ground and usable systems*, doctoral dissertation, Queen Mary & Westfield College, University of London.

Panagiotarakis, Nikos, Maglogiannis, Ilias and Kormentzas, George (2004), "Emerging Web-Based Services for Ship Travellers", *Information Technology & Tourism*, 7, No. 1, pp. 23-31.

Paternò, F. (2000). *Model-based design and evaluation of interactive applications*. Berlin: Springer-Verlag.

Pemberton, L. (2000). The promise of pattern languages for interaction design. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.it.bton.ac.uk/staff/lp22/HF2000.html>

Pitt, Leyland. F., Berthon, Pierre R., Watson, Richard T. and Zinkhan, George M. (2002), "The Internet and the Birth of Real Consumer Power", *Business Horizons*, 45, No. 4, pp. 7-14.

PLoP. (1998). *Proceedings of pattern languages of programs '98. Technical Report, WUCS-98-25*. Department of Computer Science, Washington University, WA. Retrieved 20 June 2008, from: [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions)

PLoP. (1999). *On-line proceedings of pattern languages of programs '99*. Retrieved 20 June 2008, from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop99/proceedings>

PLoP. (2000). *Proceedings of PLoP 2000*. Technical Report, WUCS-00-29, Department of Computer Science, Washington University, WA. Retrieved 20 June 2008, from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2k/proceedings/proceedings.html>

PLoP. (2001). *On-line proceedings of the 8th conference on pattern languages of programs*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/accepted-papers.html](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/accepted-papers.html)

PLoP. (2002). *On-line proceedings of the 9th conference on pattern languages of programs*. Retrieved from <http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2002/proceedings.html>

PLoP. (2003). *On-line proceedings of the 10th conference on pattern languages of program design*. Retrieved February 29, 2008, from <http://hillside.net/plop/plop2003/papers.html>

Remy, C., Weiss, M., Borchers, J. (2009). A Pattern Language for Interactive Surfaces in Collaborative Workspaces. Retrieved 23 December 2009, from <http://hci.rwth-aachen.de/materials/publications/remy2009.pdf>

Retalis, S., Georgiakakis, P., Dimitriadis, Y. (2006). Eliciting design patterns for e-learning systems, *Computer Science Education*, Volume 16, Issue 2 June 2006, pages 105 – 118

Retalis, S., Georgiakakis, P., & Siassiakos, K. (2008). Towards the creation of design guidelines for e-travel sites, 2nd international scientific conference on e-business in travel, tourism and hospitality, 14<sup>th</sup> March 2008, Athens, Greece

Rheinfrank, J., & Evenson, S. (1996). Design languages. In T. Winograd. (Ed.), *Bringing design to software* (pp. 63–80). New York: ACM Press.

Richardson, C. (2001). A pattern language for J2EE web component development. Presented at *PLoP 2001*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/PLoP2001/crichardson0/PLoP2001\\_crichardson0\\_3.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PLoP2001/crichardson0/PLoP2001_crichardson0_3.pdf)

Riehle, D., & Zullighoven, H. (1995). A pattern language for tool construction and integration based on the tools & materials metaphor. In J. Coplien & D. Schmidt (Eds.), *Pattern languages of program design* (pp. 9–42). Reading, MA: addison-Wesley.

Roney, S.A. and Ozturan, M. (2006). A content analysis of the web sites of Turkish travel agencies. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(1): 43-54

Rossi, G., Lyardet, F. D., & Schwabe, D. (1999). Developing hypermedia applications with methods and patterns. *ACM Computing Surveys*, 31(4es) Electronic Symposium on Hypertext and Hypermedia, December 1999.

Rossi, G., Schwabe, D., & Garrido, A. (1997). Design reuse in hypermedia applications development. In *Proceedings of the eighth ACM conference on hypertext* (pp. 57–66). New York: ACM Press.

Rossi, G., Schwabe, D., & Lyardet, F. (2000). User interface patterns for hypermedia applications. In *Proceedings of the working conference on advanced visual interfaces* (pp. 136–142). New York: ACM Press.

Roth, J. (2002). Patterns of mobile interaction *Personal and Ubiquitous Computing*, 6(4) 282–289. Sandu, D. (2001). Collection patterns. Presented at *PLoP2001*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/PLoP2001/dsandu0/PLoP2001\\_dsandu0\\_1.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PLoP2001/dsandu0/PLoP2001_dsandu0_1.pdf)

Rust, Roland and Lemon, Katherine N. (2001), “E-Service and the Consumer”, *International Journal of Electronic Commerce*, 5, No. 3, pp. 85-101.

Sandu, D. (2001). Collection patterns. Presented at *PLoP2001*. Retrieved 20 June 2008, from [http://](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PloP2001/dsandu0/PLoP2001_dsandu0_1.pdf)

[jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/PloP2001/dsandu0/PLoP2001\\_dsandu0\\_1.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PloP2001/dsandu0/PLoP2001_dsandu0_1.pdf)

Saunders, W. S. (2002, Winter/Spring). A pattern language. *Harvard Design Magazine*, 16, 74–78.

Schmidt, D. C. (1995). Using design patterns to develop reusable object-oriented communications software. *Communications of the ACM*, 38(10), 65–74.

Schmidt, D. C. (1996, December). Using design patterns to guide the development of reusable object-oriented software. *ACM Computing Surveys*, 28(4es).

Schmidt, D. C., Fayad, M., & Johnson, R. E. (1996). Editorial. *Communications of the ACM*, 39(10). *Special issue on Software Patterns*, 36–39.

Schuler, D. (2002). A pattern language for living communication. In T. Binder, J. Gregory, & I. Wagner (Eds.), *Proceedings of the participatory design conference 2002* (pp.51–62). Palo Alto, CA: CPSR Press.

Schümmer, T., Borchers, J., Thomas, J., & Zdun, U. (2004). Human–computer–human interaction patterns: A workshop on the human role in HCI patterns. In *CHI '04 extended abstracts on human factors in computer systems* (CD). Retrieved 20 June 2008, from <http://www.hcipatterns.org/CHI2004Workshop.htm>

Sharp, H, Manns, M. L., & Eckstein, J. (2003). Evolving pedagogical patterns: The work of the pedagogical patterns project. *Computer Science Education*, 13(4), 315–330.

Seffah, A. (2003). Learning the ropes: Human-centred design skills and patterns for software engineers' education. *Interactions*, X(5).

Sharp, H, Manns, M. L., & Eckstein, J. (2003). Evolving pedagogical patterns: The work of the pedagogical patterns project. *Computer Science Education*, 13(4), 315–330.



Sigala, M. (2001). Modeling e-marketing strategies: internet presence and exploitation of Greek hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Marketing*, 11(2/3): 83–97.

Sivadas, Eugene, Grewal, Rajdeep and Kellaris, James (1998), “The Internet as a Micro Marketing Tool: Targeting Consumers Through Preferences Revealed in Music Newsgroup Usage”, *Journal of Business Research*, 41, Issue 3, pp. 179-186.

Smith, S. L., & Mosier, J. N. (1986). *Guidelines for designing user interface software*. Mitre Corporation Report MTR9240, Mitre Corporation. Retrieved from <http://hcibib.org/sam>

Souza, J., Matwin, S., & Japkowicz, N. (2002). Evaluating data mining models: A pattern language. Presented at *PLoP 2002*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2002/final/PLoP2002\\_jtsouza0\\_1.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2002/final/PLoP2002_jtsouza0_1.pdf)

Sterne, Jim (1996), *Customer Service on the Internet: Building Relationships, Increasing Loyalty, and Staying Competitive*, 2<sup>nd</sup> Ed., New York: John Wiley and Sons.

Susser, B. and Ariga, T. (2004). Teaching e-commerce web page evaluation and design: a pilot study using tourism destination sites. *Computers & Education*, 47(4): 399–413.

Sutcliffe, A. (2000). On the effective use and reuse of HCI knowledge. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 7(2), 197–221.

Sutcliffe, A., & Carroll, J. M. (1999). Designing claims for reuse in interactive systems design. *International Journal of Human-computer Studies*, 50(3), 213–241.

Tahara, Y., Toshiba, N., Ohsuga, A., & Honiden, S. (2001). Agent system development method based on agent patterns. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes*, 26(3), 78–85.

Tahara , Y., Ohsuga , A., & Honiden, S. (1999). Secure and efficient mobile agent application reuse using patterns. *Proceedings of the 21st International Conference on Software Engineering* (pp. 356–367). Piscataway, NJ: IEEE Computer Society Press.

Thimbleby, H. (1990). *User interface design*. New York: ACM Press.

Tidwell, J. (1998). Interaction patterns. Presented at *PLoP 1998*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions/P29.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions/P29.pdf)

Tidwell, J. (1999a). *Common ground: A pattern language for human–computer interface design*. Retrieved 20 June 2008, from [http://www.mit.edu/~jtidwell/interaction\\_patterns.html](http://www.mit.edu/~jtidwell/interaction_patterns.html)

Tidwell, J. (1999b). *The gang of four are guilty*. Retrieved 20 June 2008, from [http://www.mit.edu/~jtidwell/gof\\_are\\_guilty.html](http://www.mit.edu/~jtidwell/gof_are_guilty.html)

Tidwell, J. (2003). *UI patterns and techniques*. Retrieved 20 June 2008, from <http://time-tripper.com/uipatterns/index.php>

Towell, D. (1998). Display maintenance. Presented at *PLoP 1998*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions/P15.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions/P15.pdf)

Usability by Design.COM (2002), eBusiness survey, March 2002, [http://www.usability.uk.com/resources\\_surveys.htm](http://www.usability.uk.com/resources_surveys.htm)

Van Duyne, Douglas, Landay, James and Hong, Jason (2003), *The Design of Sites*, 4<sup>th</sup> Ed., Boston: Addison – Wesley.

Van Welie, M. (2002–2008). *A Pattern Library for Interaction Design*. Retrieved 20 June 2008, from <http://www.welie.com/patterns/index.html>

Van Welie, M., Mullet, M., & McInerney, M. (2002). Patterns in practice: A workshop for UI designers. In *CHI '02 extended abstracts on human factors in computer systems* (pp.908–909). New York: ACM Press.

Van Welie, M., & van der Veer, G. (2003). Pattern languages in interaction design: Structure and organisation. In *Proceedings of interact '03* (pp. 527–534).

1–5 September, Zürich, Switzerland, Eds: Rauterberg, Menozzi, Wesson, Amsterdam, The Netherlands: IOS Press.

Van Welie, M., van der Veer, G. C., Eliëns, A. (2000). Patterns as tools for user interface design. In C. Farenc & J. Vanderdonckt. (Eds.), *Tools for working with guidelines* (pp. 313–324). London: Springer-Verlag.

Vlissides, J. (1996). *Pattern hatching: seven habits of successful pattern writers*. C++ Report, November/December 1996. Retrieved June 5, 2008 from <http://st-www.cs.uiuc.edu/users/patterns/papers/7habits.html>

Vlissides, J. M., Coplien, J. O., & Kerth, N. L. (Eds.). (1996). *Pattern languages of program design 2*. Reading, MA: Addison-Wesley

Walldius, Å. (2001). *Patterns of recollection: The documentary meets digital media*. Aura Förlag, Stockholm.

Walsh, John and Godfrey, Sue (2000), “The Internet: a New Era in Customer Service”, *European Management Journal*, 18, No. 1, pp. 85-92.

Wan, C. S. (2002), “The Websites of International Tourist Hotels and Tour Wholesalers in Taiwan”, *Tourism Management*, 23, No. 2, pp. 155-160.

Wang, Youcheng, Yu, Quaehee and Fesenmaier, Daniel R. (2002), “Defining the Virtual Tourist Community: Implications for Tourism Marketing”, *Tourism Management*, 23, No. 4, pp. 407-417.

Weiss, M. (2001). *Patterns for e-commerce agent architectures: Using agents as delegates*. Paper presented at *PLoP 2001*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted\\_submissions/PLoP2001/mweiss0/PLoP2001\\_mweiss0\\_2.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop2001/accepted_submissions/PLoP2001/mweiss0/PLoP2001_mweiss0_2.pdf)

Windsor, P. (2000). A project pattern language for user interface design. Presentation at *BCS HCI Group/IFIP WG 13.2 Workshop on HCI Patterns*, London, UK, November.

Winn, T & Calder, P. (2002, January/February). Is this a pattern? *IEEE Software*, 19(1), 59–66.

Wirfs-Brock, A., Vlissides, J., Cunningham, W., Johnson, R., & Bollette, L. (1991). Designing reusable designs (panel session): Experiences designing object oriented frameworks. In *Proceedings of OOPSLA / ECOOP 90, Addendum: systems, languages, and applications* (pp. 19–24). New York: ACM Press.

Wöber, K. W., & Gretzel, U. (2000). Tourism managers' adoption of marketing decision support systems. *Journal of Travel Research*, 39, 172–181.

Wynn, E., & Novick, D. G. (1995). Conversational conventions and participation in cross-functional design teams. In *Proceedings of COOCS, 95* (pp. 250–257). New York: ACM Press.

Yacoub, S. M., & Ammar, H. H. (1998). A pattern language of statecharts. Presented at *PLoP 1998*. Retrieved 20 June 2008, from [http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final\\_submissions/P22.pdf](http://jerry.cs.uiuc.edu/~plop/plop98/final_submissions/P22.pdf)

Yeung, T. A. and Law, R. (2004) Extending the modified heuristic usability evaluation technique to chain and independent hotel websites. *Hospitality Management*, 23(23): 307-313.

Zineldin, Mosad (2000), "Beyond Relationship Marketing: Technologicalship Marketing", *Marketing Intelligence & Planning*, 18, No. 1, pp. 9-23.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### **Αιτιολόγηση της σχεδιαστικής απόφασης για συνύπαρξη των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στη γλώσσα σχεδιαστικών χυαριών [ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ]**

#### **Περιγραφή Διαδικασίας και Διευκρινίσεις**

Η επιλογή μας να τοποθετήσουμε μαζί στο σχεδιαστικό χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE], τις λειτουργίες Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων που επιλέξαμε, μεταξύ άλλων λειτουργιών, μέσω της έρευνας που κάναμε στις αρχικές σελίδες των ιστοχώρων που ανήκουν σε αλυσίδες ξενοδοχείων, χρειάζεται περαιτέρω αιτιολόγηση ώστε να γίνει ξεκάθαρος ο λόγος της επιλογής μας αυτής.

Η διαδικασία που επιλέξαμε για να υποστηρίξουμε αυτή μας την επιλογή στηρίζεται στην αξιοποίηση των στοιχείων που συγκεντρώσαμε κατά τη διάρκεια της έρευνας μας. Γι αυτό το λόγο δημιουργήσαμε τρεις νέους πίνακες που περιέχουν:

- Ο πρώτος τα ξενοδοχεία στις αρχικές σελίδες των οποίων παρουσιάζονται ταυτόχρονα οι λειτουργίες Find a hotel και Διαθεσιμότητα καθώς και στήλες που μας δείχνουν αν οι λειτουργίες αυτές βρίσκονται στην ίδια θέση πάνω στην αρχική σελίδα του ιστοχώρου και αν ναι, σε ποια περιοχή της ιστοσελίδας βρίσκεται η θέση αυτή.
- Ο δεύτερος τα ξενοδοχεία στις αρχικές σελίδες των οποίων παρουσιάζονται ταυτόχρονα οι λειτουργίες Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων καθώς και στήλες που μας δείχνουν αν οι λειτουργίες αυτές βρίσκονται στην ίδια θέση πάνω στην αρχική σελίδα του ιστοχώρου και αν ναι, σε ποια περιοχή της ιστοσελίδας βρίσκεται η θέση αυτή.
- Και ο τρίτος τα ξενοδοχεία στις αρχικές σελίδες των οποίων παρουσιάζονται ταυτόχρονα και οι τρεις λειτουργίες δηλαδή οι Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων καθώς και στήλες που μας δείχνουν αν οι

λειτουργίες αυτές βρίσκονται στην ίδια θέση πάνω στην αρχική σελίδα του ιστοχώρου και αν ναι, σε ποια περιοχή της ιστοσελίδας βρίσκεται η θέση αυτή.

Από τα στοιχεία του κάθε πίνακα προέκυψαν σύνολα για κάθε στήλη που μας δίνουν το πλήθος των αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες στην ίδια θέση αλλά και το πλήθος αυτών που τις παρουσιάζουν ανά περιοχή εμφάνισης. Χρησιμοποιώντας τα σύνολα αυτά δημιουργήσαμε δύο ακόμη πίνακες με συγκεντρωτικά στοιχεία τα οποία ελέγχουμε για να καταλήξουμε αν αυτά υποστηρίζουν τη σχεδιαστική επιλογή που κάναμε.

Ο πρώτος πίνακας παρουσιάζει τον αριθμό των αρχικών σελίδων που εμφανίζουν στην ίδια θέση τις ελεγχόμενες λειτουργίες και το ποσοστό που αυτές αντιπροσωπεύουν επί του συνόλου των αρχικών σελίδων που περιέχουν τις λειτουργίες αυτές. Επίσης παρουσιάζεται ο αριθμός και το ποσοστό των ιστοσελίδων στις οποίες υπάρχουν όλες οι ελεγχόμενες λειτουργίες αλλά δεν εμφανίζονται στην ίδια θέση.

Ο δεύτερος πίνακας παρουσιάζει τον αριθμό των αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν στην ίδια θέση τις ελεγχόμενες λειτουργίες ανά περιοχή εμφάνισης και τα ποσοστά, επίσης ανά περιοχή εμφάνισης, επί του συνόλου των αρχικών σελίδων που περιέχουν τις λειτουργίες αυτές καθώς και επί του αριθμού των αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες αυτές στην ίδια θέση.

Τέλος κάθε ένας από τους δύο τελευταίους πίνακες συνοδεύεται από σχεδιάγραμμα για την καλύτερη κατανόηση και παρουσίαση του περιεχομένου του.

Ακολουθούν πληροφορίες και διευκρινήσεις για το περιεχόμενο των στηλών των πινάκων καθώς και για τις επικεφαλίδες που χρησιμοποιούμε σε αυτές.

➤ Γενική Διευκρίνιση:

- Όταν αναφερόμαστε σε στήλες λειτουργιών εννοούμε αυτές που έχουν σαν επικεφαλίδα μία από τις: FIND A HOTEL, ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ και ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ.

➤ Διευκρινίσεις για το συνδυασμό αρχικών γραμμάτων λέξεων ή συντομογραφιών που χρησιμοποιούνται στις επικεφαλίδες των στηλών των πινάκων που ακολουθούν αλλά και σαν περιεχόμενο των στηλών που αναφέρονται στις ελεγχόμενες λειτουργίες:

- **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ:** Αντιστοιχεί στη λειτουργία Διαχείριση Κρατήσεων (συναντάται μόνο σε επικεφαλίδα)
- **L:** Left που σημαίνει κάθετο μενού στο αριστερό μέρος της σελίδας.
- **R:** Right που σημαίνει κάθετο μενού στο δεξιό μέρος της σελίδας.
- **U:** Up που σημαίνει οριζόντιο μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
- **H:** Header.
- **M:** Middle που σημαίνει οριζόντιο μενού στη μέση της σελίδας ή κάθετο μενού μεταξύ Left και Right.
- **P:** Page που σημαίνει μέσα στη σελίδα εκτός μενού.
- **RH:** Right Header που σημαίνει μενού στο δεξιό μέρος του Header.
- **MP:** Middle Page που σημαίνει στη μέση της σελίδας εκτός μενού.

➤ Διευκρινίσεις για το συνδυασμό αρχικών γραμμάτων λέξεων που χρησιμοποιούνται μόνο σαν περιεχόμενο των στηλών που αναφέρονται στις ελεγχόμενες λειτουργίες:

- **D:** Down που σημαίνει οριζόντιο μενού στο κάτω μέρος της σελίδας πάνω από το Footer.
- **U1:** Up1 που σημαίνει το πρώτο από δύο οριζόντια μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
- **U2:** Up2 που σημαίνει το δεύτερο από δύο οριζόντια μενού στο επάνω μέρος της σελίδας κάτω από το Header.
- **L or R:** Η επιλογή βρίσκεται σε κάθετο μενού αριστερά ή δεξιά. Χρησιμοποιείται σε Αλυσίδες ξενοδοχείων με κοινό σχεδιασμό αλλά με αυτή τη διαφορά.
- **LP:** Left Page που σημαίνει στο αριστερό μέρος της σελίδας εκτός μενού.
- **RP:** Right Page που σημαίνει στο δεξιό μέρος της σελίδας εκτός μενού.
- **LH:** Left Header που σημαίνει μενού στο αριστερό μέρος του Header.

- Διευκρινίσεις για το περιεχόμενο των υπολοίπων στηλών εκτός από αυτές που αναφέρονται σε λειτουργίες:
  - Οι στήλες που έχουν σαν επικεφαλίδα μία από τις: ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ, L, R, U, H, M, P, RH, MP περιέχουν ή τον αριθμό 1 αν για την αρχική σελίδα στην οποία αναφερόμαστε κάθε φορά, οι ελεγχόμενες λειτουργίες βρίσκονται στην ίδια θέση, για την ομώνυμη στήλη, ή στην περιοχή εμφάνισης που αντιστοιχεί στην κάθε επικεφαλίδα για τις υπόλοιπες στήλες. Σε άλλη περίπτωση το περιεχόμενο της στήλης είναι το κενό.
  - Η στήλη ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ. ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ αναφέρεται στο αν υπάρχει μία περιοχή που να συμπίπτει η εμφάνιση των λειτουργιών που ελέγχονται (εμφανίζεται ο αριθμός 2) ή περισσότερες (εμφανίζεται ο αριθμός 3 ή ο αριθμός 4). Αν δεν υπάρχει τέτοια περιοχή τότε εμφανίζεται ο αριθμός 0. Η στήλη αυτή χρησιμοποιήθηκε για να γίνεται η επαλήθευση των συνόλων των άλλων στηλών βάσει του τύπου  $L+R+U+H+M+P+RH+MP = \text{ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ} + (\text{ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ} + \text{ΑΡ. ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ})$  που ισχύει μόνο για τη γραμμή των συνόλων. Στο πρώτο μέλος της εξίσωσης περιλαμβάνονται, για κάθε πίνακα, μόνο όσες από τις αναφερόμενες στήλες υπάρχουν σε αυτόν.



Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε

Πίνακες και σχεδιαγράμματα

Πίνακας Παραρτήματος 1 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση

A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H		RH
1	ABBA	L,U	L	1	1								2
2	AC	U	R										0
3	ACC-Nifos	L,U	L	1	1								2
4	ACCOR	L,U	L,H	1	1								2
5	ADAM'S MARK	U	L										0
6	AMERICINN	L	L	1	1								2
7	AMERISUITES	U	L										0
8	ARCOTEL	U	RH										0
9	ASTON	U,R	R	1		1							2
10	BARCELO	L,U,F	L,F	1	1								2
11	BAYMOND - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE -	U	L										0

A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H	RH		
	WINGATE													
12	BEST WESTERN	L	L	1	1									2
13	BOSCOLO	L	L	1	1									2
14	BRISAS	L	L,U	1	1									2
15	CAESAR PARK	L	L	1	1									2
16	CAMINO REAL	L	L	1	1									2
17	CANDLEWOOD	MP	MP,U	1				1						2
18	CHARMING	U	R											0
19	CHOICE ALL BRANDS	L,U1	L	1	1									2
20	COAST	U	L,U	1			1							2
21	CONRAD	U	L											0
22	COUNTRY INNS - RADISSON	L	L	1	1									2
23	CRESTWOOD	P	R,H											0
24	CROSSLAND - STUDIO PLUS	U	L											0
25	DAN HOTELS	U	L											0
26	DE VERE	H,U,MP	R,H	1							1			2
27	DELTA HOTELS	R,U	R,U	1		1	1							3
28	DESIGN HOTELS	R	M											0
29	DORINT HOTELS	U	R											0
30	DRURY HOTELS	U	L,U	1			1							2
31	EXECUTIVE	H,F	H,R	1							1			2
32	EXTENDED STAY - HOMESTEAD	U	L											0
33	FAIRMONT HOTELS	U	R											0

A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H	RH		
34	FIESTAMERICANA	H	L											0
35	FOUR POINTS	P	P	1					1					2
36	FOUR SEASONS	RH,L,LF	RH	1								1		2
37	GHA	U1	L											0
38	GOLDEN TULIP	U	R											0
39	GRAND HERITAGE	P	R											0
40	GREAT HOTELS	U	L											0
41	GUESTHOUSE INTER	L	L	1	1									2
42	HARDAGE GROUP	M	L											0
43	HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	L	L	1	1									2
44	HIST. HOTEL OF AMER.	H	L,H	1							1			2
45	HoteIREZ	R	R	1		1								2
46	HOTUSA	R	MP											0
47	HYATT - SUMMERFIELD	L,U	L,U	1	1		1							3
48	IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	MP	MP	1				1						2
49	INTERCONTINENTAL	R,D	MP,U											0
50	JOIE DE VIVRE	F	M,H											0
51	JUMEIRAH	L	U											0
52	KEMPINSKI	R,L	R,H	1		1								2

A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H		RH
53	KIMPTON	U	U	1			1						2
54	KSL RESORTS	H,F	H	1							1		2
55	LA QUINTA	L	L,U	1	1								2
56	LE MERIDIEN	H	M										0
57	LEADING HOTELS OF THE WORLD	U,L,R	R	1		1							2
58	LEXINGTON	L	LH										0
59	LOEWS	L	L	1	1								2
60	LUXE	R	R	1		1							2
61	MACDONALD	U,L	L	1	1								2
62	MANDARIN ORIENTAL	M	U,M	1						1			2
63	MARCO POLO	R	MP										0
64	MARITIM	L	L,U	1	1								2
65	MARRIOTT ALL BRANDS	L or R,U	L or R,U	1	1								2
66	MASTER INN	L,H	L	1	1								2
67	MILLENIUM COPTHORNE	H,P	P	1					1				2
68	MOVENPICK	U	L										0
69	NEW OTANI HOTELS	L	L	1	1								2
70	NH HOTELES	L,U	L,U	1	1								2
71	NORLANDIA	L	L	1	1								2
72	NOVOTEL	R,U	R,U	1		1	1						3
73	OBEROI	U,MP	R,H,U	1			1						2
74	OKURA	U	L,U	1			1						2
75	OMNI	U	R										0

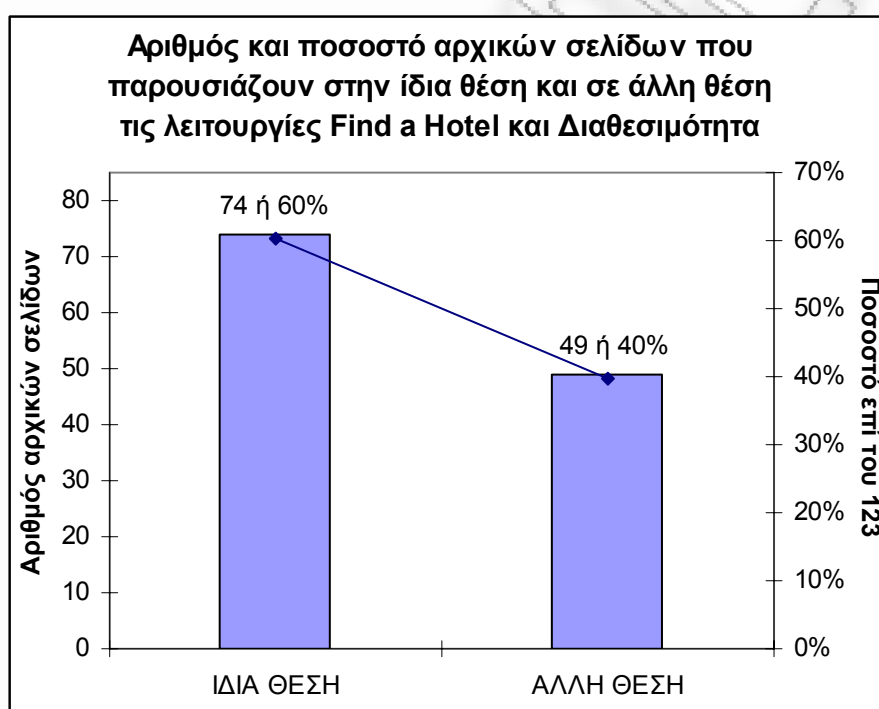
A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H		RH
76	OUTRIGGER	U	R,U	1			1						2
77	PAN PACIFIC	R,U	R	1		1							2
78	PARK INN	L	L,U	1	1								2
79	PREFERRED ALL BRANDS	D,R	R	1		1							2
80	PRIMA HOTEL	L	L	1	1								2
81	RAFFLES	H	R										0
82	RED LION	R,H	R,H	1		1					1		3
83	RED ROOF	H	U										0
84	REGAL	L	P										0
85	REGENT	U	U	1			1						2
86	RELAIS & CHATEAUX	L,U	L,U	1	1		1						3
87	RENDEZVOUS	U,LP	RP										0
88	RIHGA ROYAL HOTELS	R	MP,U										0
89	RINGHOTELS	R	R	1		1							2
90	RITZ-CARLTON HOTEL	P	U										0
91	ROCK RESORTS	U	P										0
92	ROMANTIK HOTELS	U,R	R,U	1		1	1						3
93	RYDGES	L	L,U,D	1	1								2
94	SATTON PLACE	U	L										0
95	SCANDIC	L,U	L	1	1								2
96	SHERATON	R	L										0
97	SHILO INNS	L	L,U	1	1								2
98	SIERRA HOTEL	L	L,U	1	1								2

A/A	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H		RH
99	SMALL LUXURY HOTEL	L	L	1	1								2
100	SOFITEL	L	L	1	1								2
101	SOL MELIA	L	L	1	1								2
102	SONESTA COLLECTION	L	L	1	1								2
103	STAMFORD	U	MP										0
104	STARHOTELS	M	M	1						1			2
105	SUPERCLUBS	U	L										0
106	SUPRANATIONAL	U	L,U	1			1						2
107	SWALLOW	L	R										0
108	SWISSOTEL	U	R										0
109	THE DOYLE COLLEC.	H,U,R	M										0
110	THISTLE	U,R	R	1		1							2
111	TOKYU	R	M										0
112	TOP INTERNATIONAL	R	R	1		1							2
113	TRAVELODGE AUS/LIA	U	R										0
114	TRAVELODGE UK	M	M	1						1			2
115	UTELL	D	L										0
116	VAGABOND INN	L,U	L,U	1	1		1						3
117	VILLAGE HOTELS	U,R	R,U	1		1	1						3
118	VIP HOTELS	U,R	L,U	1			1						2
119	W HOTELS	U	L										0
120	WARWICK	R	R	1		1							2
121	WESTIN	U,L	U,L	1	1		1						3

Α/Α	HOTELS	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H		RH
122	WORLDHOTELS	U	L										0
123	WYNDHAM	L	R										0
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>				<b>74</b>	<b>37</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>9</b>

**Πίνακας Παραρτήματος 2 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των λειτουργιών Find a Hotel και Διαθεσιμότητα**

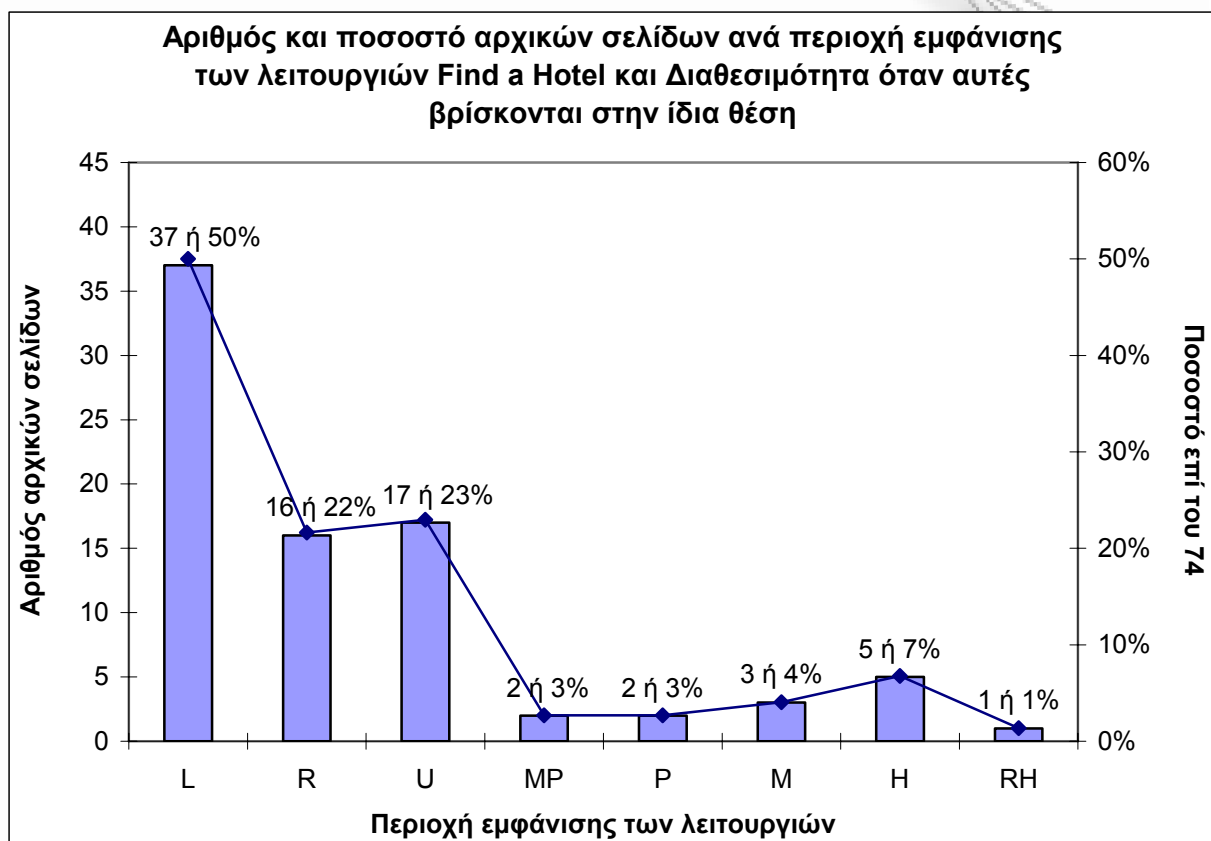
Περιοχή εμφάνισης	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΑΛΛΗ ΘΕΣΗ
Αρ. αρχικών σελίδων	74	49
Ποσοστά επί του 123	60%	40%



**Πίνακας Παραρτήματος 3 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών**

Περιοχή εμφάνισης	L	R	U	MP	P	M	H	RH
Αρ. αρχικών σελίδων	37	16	17	2	2	3	5	1
Ποσοστά επί του 74	50%	22%	23%	3%	3%	4%	7%	1%
Ποσοστά επί του 123	30%	13%	14%	2%	2%	2%	4%	1%





### Συμπεράσματα

Από τους προηγούμενους πίνακες φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι αρχικές σελίδες στις οποίες οι λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα εμφανίζονται στην ίδια θέση είναι κατά πολύ περισσότερες από αυτές στις οποίες η εμφάνιση στην ίδια θέση δεν συμβαίνει. Σε ποσοστά 60% έναντι μόλις 40% ή σε απόλυτους αριθμούς 74 έναντι 49 στις 123 αρχικές σελίδες που οι δύο αυτές λειτουργίες συνυπάρχουν ανεξάρτητα θέσης.

Επίσης η περιοχή εμφάνισης L(left) που αντιστοιχεί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE] είναι αυτή που εμφανίζεται συχνότερα από όλες τις άλλες.

Μπορούμε λοιπόν να συμπεράνουμε ότι οι λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα σωστά έχει επιλεγεί να εμφανίζονται μαζί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE].

Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε

Πίνακες και σχεδιαγράμματα

Πίνακας Παραρτήματος 4 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση

Α/Α	HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H	RH		
1	ABBA	L	R											0
2	AC	R	U											0
3	ACC-Nifos	L	H											0
4	AFFINIA	L	U											0
5	AMERICINN	L	L	1	1									2
6	ASTON	R	R	1		1								2
7	BAYMOND - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE - WINGATE	L	L,U	1	1									2
8	BEST WESTERN	L	L,U	1	1									2
9	CAESAR PARK	L	U											0
10	CANDLEWOOD	MP,U	U	1			1	1						2

Α/Α	HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H	RH		
11	CHARMING	R	R	1		1								2
12	CHOICE ALL BRANDS	L	U2											0
13	COAST	L,U	L,U	1	1		1							3
14	CONCORDE	L	L,U	1	1									2
15	CONRAD	L	U											0
16	COUNTRY INNS - RADISSON	L	U,L	1	1									2
17	CRESTWOOD	R,H	R	1		1								2
18	CROSSLAND - STUDIO PLUS	L	L,H	1	1									2
19	DRURY HOTELS	L,U	L,U	1	1		1							3
20	EXTENDED STAY - HOMESTEAD	L	H											0
21	FAIRMONT HOTELS	R	R	1		1								2
22	FIESTAMERICANA	L	U											0
23	FLAG CHOICE	L	M											0
24	FOUR POINTS	P	U											0
25	GOLDEN TULIP	R	R	1		1								2
26	GREAT HOTELS	L	R											0
27	GUESTHOUSE INTER	L	M											0
28	HARDAGE GROUP	L	M											0
29	HARRAH'S	L	R,H											0
30	HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	L	L,U	1	1									2

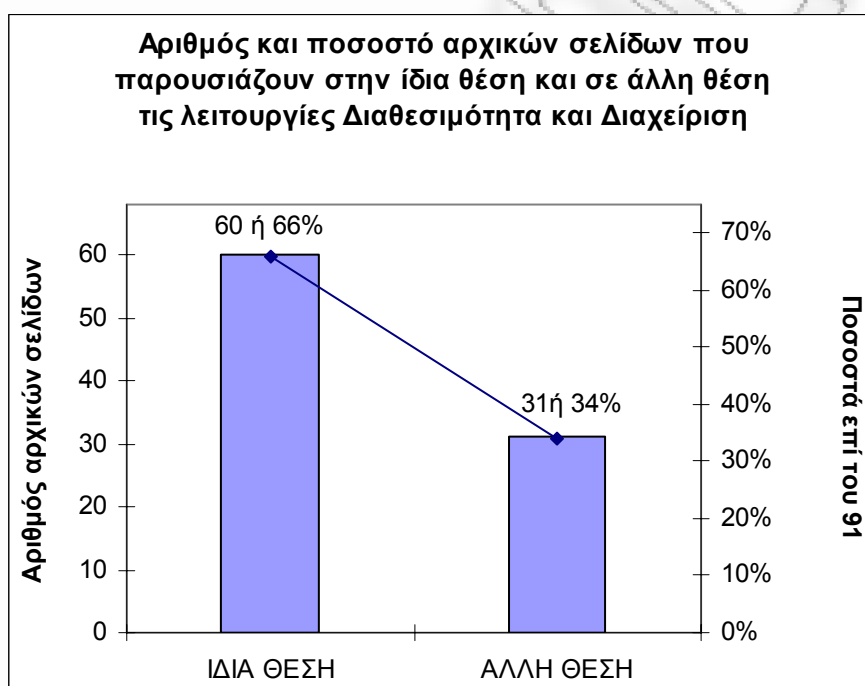
Α/Α	HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
					L	R	U	MP	P	M	H	RH		
31	HYATT - SUMMERFIELD	L,U	L,U	1	1									2
32	IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	MP	MP	1				1						2
33	JAMESON INN	L,U	L,U	1	1			1						3
34	JOIE DE VIVRE	M,H	H	1								1		2
35	JUMEIRAH	U	U	1				1						2
36	KEMPINSKI	R,H	H	1								1		2
37	KIMPTON	U	U	1				1						2
38	LA QUINTA	L,U	U	1				1						2
39	LE MERIDIEN	M	H											0
40	LEADING HOTELS OF THE WORLD	R	H											0
41	LOEWS	L	H											0
42	LUXE	R	R	1			1							2
43	MANDARIN ORIENTAL	U,M	U	1				1						2
44	MARCO POLO	MP	MP	1					1					2
45	MARRIOTT ALL BRANDS	L or R,U	H											0
46	MILLENIUM COPTHORNE	P	P	1						1				2
47	MOVENPICK	L	L	1	1									2
48	NEW OTANI HOTELS	L	L	1	1									2
49	NH HOTELES	L,U	L	1	1									2
50	NOVOTEL	R,U	R	1			1							2

Α/Α	HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ								ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ
					L	R	U	MP	P	M	H	RH	
51	OBEROI	R,H,U	U	1			1						2
52	OKURA	L,U	L,U	1	1		1						3
53	OUTRIGGER	R,U	U	1			1						2
54	PAN PACIFIC	R	R	1		1							2
55	PARK INN	L,U	U	1			1						2
56	PREFERRED ALL BRANDS	R	U,D										0
57	PRIMA HOTEL	L	L	1	1								2
58	RAFFLES	R	R	1		1							2
59	RED LION	R,H	H	1							1		2
60	REGAL	P	P	1					1				2
61	REGENT	U	U	1			1						2
62	RELAIS & CHATEAUX	L,U	L	1	1								2
63	RINGHOTELS	R	R	1		1							2
64	RYDGES	L,U,D	L,U,D	1	1		1					1	4
65	SCANDIC	L	L	1	1								2
66	SHERATON	L	U										0
67	SHILO INNS	L,U	U	1			1						2
68	SIERRA HOTEL	L,U	U,D	1			1						2
69	SMALL LUXURY HOTEL	L	L	1	1								2
70	SOFITEL	L	L	1	1								2
71	SOL MELIA	L	L	1	1								2
72	SONESTA COLLECTION	L	L	1	1								2
73	SORAT HOTELS	L,U	L,U	1	1		1						3

Α/Α	HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ		
					L	R	U	MP	P	M	H		RH	
74	STAMFORD	MP	U											0
75	STARHOTELS	M	M	1						1				2
76	SUPRANATIONAL	L,U	U	1			1							2
77	SWALLOW	R	L											0
78	SWISSOTEL	R	R	1		1								2
79	THE DOYLE COLLEC.	M	H											0
80	THISTLE	R	H											0
81	TOKYU	M	M	1						1				2
82	TOP INTERNATIONAL	R	U,F											0
83	TRAVELODGE UK	M	R											0
84	UTELL	L	U											0
85	VAGABOND INN	L,U	U,F	1			1							2
86	VILLAGE HOTELS	R,U	H											0
87	W HOTELS	L	D											0
88	WARWICK	R	R	1		1								2
89	WESTIN	U,L	U	1			1							2
90	WORLDHOTELS	L	H											0
91	WYNDHAM	R	R,L	1		1								2
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>				<b>60</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	

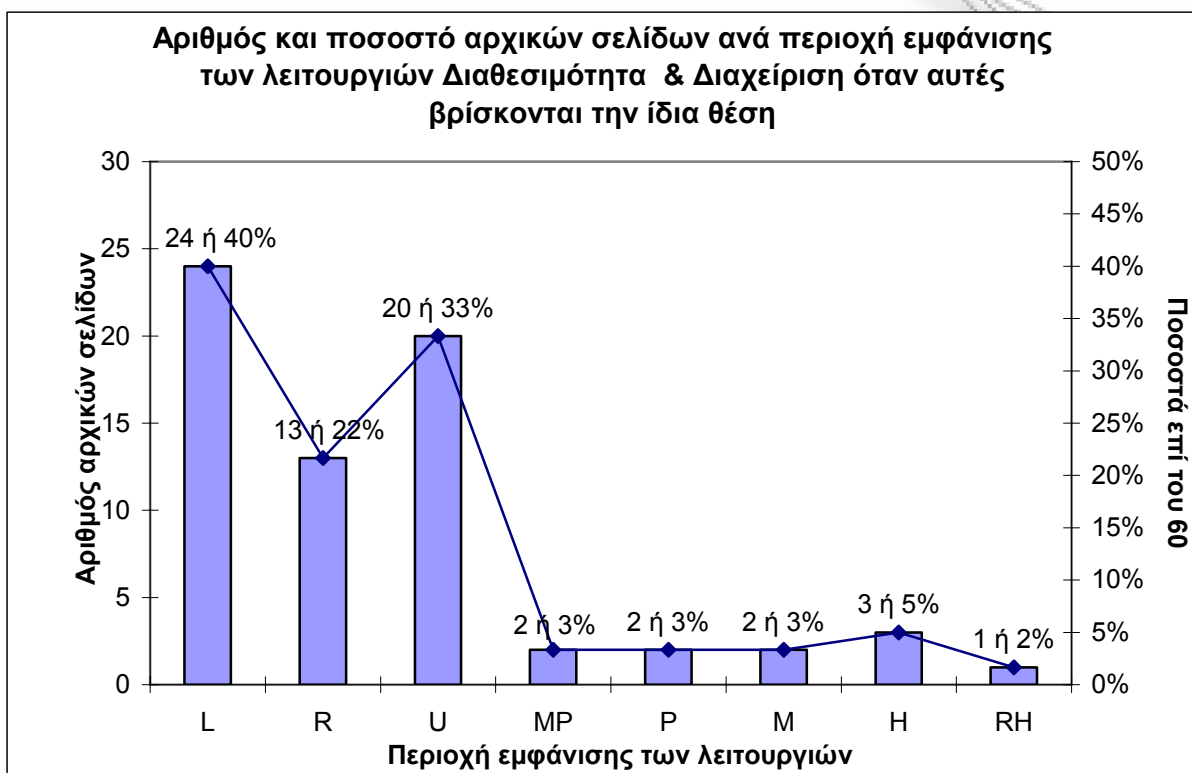
**Πίνακας Παραρτήματος 5 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των  
λειτουργιών Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων**

Περιοχή εμφάνισης	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΑΛΛΗ ΘΕΣΗ
Αρ. αρχικών σελίδων	60	31
Ποσοστά επί του 91	66%	34%



**Πίνακας Παραρτήματος 6 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel και Διαθεσιμότητα στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών**

Περιοχή εμφάνισης	L	R	U	MP	P	M	H	RH
Αρ. αρχικών σελίδων	24	13	20	2	2	2	3	1
Ποσοστά επί του 60	40%	22%	33%	3%	3%	3%	5%	2%
Ποσοστά επί του 91	26%	14%	22%	2%	2%	2%	3%	1%



### Συμπεράσματα

Από τους προηγούμενους πίνακες φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι αρχικές σελίδες στις οποίες οι λειτουργίες Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων εμφανίζονται στην ίδια θέση είναι κατά πολύ περισσότερες από αυτές στις οποίες η εμφάνιση στην ίδια θέση δεν συμβαίνει. Σε ποσοστά 66% έναντι μόλις 34% ή σε απόλυτους αριθμούς 60 έναντι 31 στις 91 αρχικές σελίδες που οι δύο αυτές λειτουργίες συνυπάρχουν ανεξάρτητα θέσης.

Επίσης η περιοχή εμφάνισης L(left) που αντιστοιχεί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE] είναι αυτή που εμφανίζεται συχνότερα από όλες τις άλλες.

Μπορούμε λοιπόν να συμπεράνουμε ότι οι λειτουργίες Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων σωστά έχει επιλεγεί να εμφανίζονται μαζί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE].



Έλεγχος εμφάνισης στην ίδια θέση των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων στις αρχικές σελίδες της έρευνας που διενεργήθηκε

Πίνακες και σχεδιαγράμματα

Πίνακας Παραρτήματος 7 Πίνακας αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν ή όχι στην ίδια θέση τις λειτουργίες Find a Hotel Διαθεσιμότητα, και Διαχείριση Κρατήσεων και εξειδίκευσης της περιοχής εμφάνισής τους εάν εμφανίζονται στην ίδια θέση

A/A	HOTEL	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ
						L	R	U	MP	P	M	H	
1	ABBA	L,U	L	R									0
2	AC	U	R	U									0
3	ACC-Nifos	L,U	L	H									0
4	AMERICINN	L	L	L	1	1							2
5	ASTON	U,R	R	R	1		1						2
6	BAYMOND - DAYS INN - HAWTHORN - HOWARD JOHNSON - KNIGHTS INN - MICROTEL - RAMADA - SUPER 8 - TRAVELODGE - WINGATE	U	L	L,U									0
7	BEST WESTERN	L	L	L,U	1	1							2
8	CAESAR PARK	L	L	U									0
9	CANDLEWOOD	MP	MP,U	U									0
10	CHARMING	U	R	R									0
11	CHOICE ALL BRANDS	L,U1	L	U2									0
12	COAST	U	L,U	L,U	1			1					2

A/A	HOTEL	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ
						L	R	U	MP	P	M	H	
13	CONRAD	U	L	U									0
14	COUNTRY INNS - RADISSON	L	L	U,L	1	1							2
15	CRESTWOOD	P	R,H	R									0
16	CROSSLAND - STUDIO PLUS	U	L	L,H									0
17	DRURY HOTELS	U	L,U	L,U	1			1					2
18	EXTENDED STAY - HOMESTEAD	U	L	H									0
19	FAIRMONT HOTELS	U	R	R									0
20	FIESTAMERICANA	H	L	U									0
21	FOUR POINTS	P	P	U									0
22	GOLDEN TULIP	U	R	R									0
23	GRAND BAY BEACH		R										0
24	GREAT HOTELS	U	L	R									0
25	GUESTHOUSE INTER	L	L	M									0
26	HARDAGE GROUP	M	L	M									0
27	HARRAH'S		L	R,H									0
28	HILTON -DOUBLE TREE - EMBASSY SUITES - HAMPTON - HOMEWOOD	L	L	L,U	1	1							2
29	HYATT - SUMMERFIELD	L,U	L,U	L,U	1	1		1					3
30	IHG-CROWNE PLAZA - HOLIDAY INN - STAYBRIDGE	MP	MP	MP	1				1				2
31	JOIE DE VIVRE	F	M,H	H									0

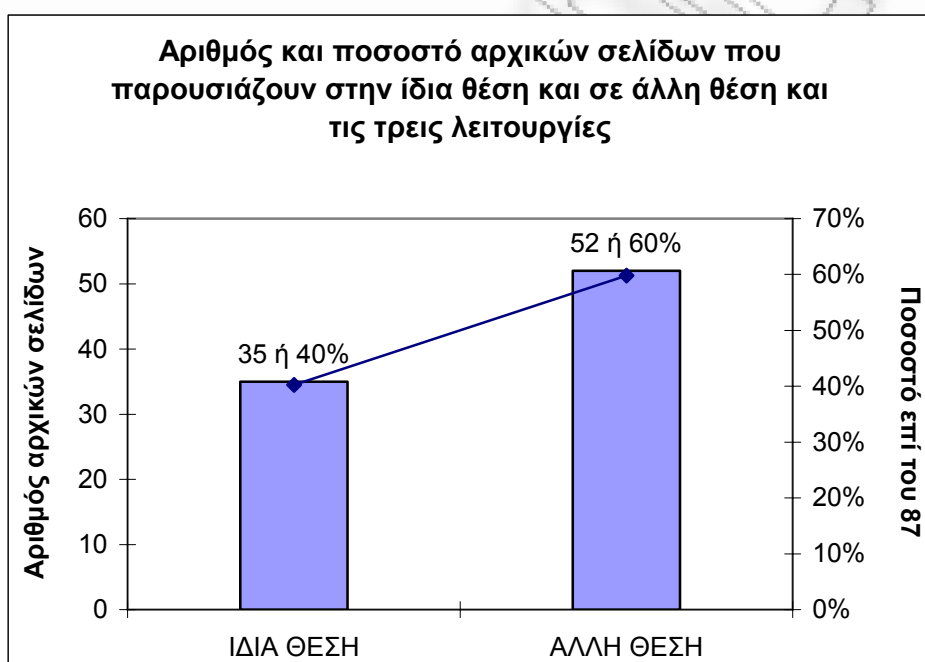
A/A	HOTEL	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ
						L	R	U	MP	P	M	H	
32	JUMEIRAH	L	U	U									0
33	KEMPINSKI	R,L	R,H	H									0
34	KIMPTON	U	U	U	1			1					2
35	LA QUINTA	L	L,U	U									0
36	LE MERIDIEN	H	M	H									0
37	LEADING HOTELS OF THE WORLD	U,L,R	R	H									0
38	LOEWS	L	L	H									0
39	LUXE	R	R	R	1		1						2
40	MANDARIN ORIENTAL	M	U,M	U									0
41	MARCO POLO	R	MP	MP									0
42	MARRIOTT ALL BRANDS	L or R,U	L or R,U	H									0
43	MILLENIUM COPTHORNE	H,P	P	P	1					1			2
44	MOVENPICK	U	L	L									0
45	NEW OTANI HOTELS	L	L	L	1	1							2
46	NH HOTELES	L,U	L,U	L	1	1							2
47	NOVOTEL	R,U	R,U	R	1		1						2
48	OBEROI	U,MP	R,H,U	U	1			1					2
49	OKURA	U	L,U	L,U	1			1					2
50	OUTRIGGER	U	R,U	U	1			1					2
51	THE DOYLE COLLEC.	H,U,R	M	H									0
52	PAN PACIFIC	R,U	R	R	1		1						2
53	PARK INN	L	L,U	U									0
54	PREFERRED ALL BRANDS	D,R	R	U,D									0

A/A	HOTEL	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ							ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
						L	R	U	MP	P	M	H		
55	PRIMA HOTEL	L	L	L	1	1								2
56	RAFFLES	H	R	R										0
57	RED LION	R,H	R,H	H	1							1		2
58	REGAL	L	P	P										0
59	REGENT	U	U	U	1			1						2
60	RELAIS & CHATEAUX	L,U	L,U	L	1	1								2
61	RINGHOTELS	R	R	R	1		1							2
62	RYDGES	L	L,U,D	L,U,D	1	1								2
63	SCANDIC	L,U	L	L	1	1								2
64	SHERATON	R	L	U										0
65	SHILO INNS	L	L,U	U										0
66	SIERRA HOTEL	L	L,U	U,D										0
67	SMALL LUXURY HOTEL	L	L	L	1	1								2
68	SOFITEL	L	L	L	1	1								2
69	SOL MELIA	L	L	L	1	1								2
70	SONESTA COLLECTION	L	L	L	1	1								2
71	STAMFORD	U	MP	U										0
72	STARHOTELS	M	M	M	1						1			2
73	SUPRANATIONAL	U	L,U	U	1			1						2
74	SWALLOW	L	R	L										0
75	SWISSOTEL	U	R	R										0
76	THISTLE	U,R	R	H										0
77	TOKYU	R	M	M										0
78	TOP INTERNATIONAL	R	R	U,F										0
79	TRAVELODGE UK	M	M	R										0

Α/Α	HOTEL	FIND A HOTEL	ΔΙΑΘΕΣΙ ΜΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΧΕΙ ΡΙΣΗ	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ						ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ + ΑΡ.ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΙΔΙΑΣ ΘΕΣΗΣ	
						L	R	U	MP	P	M		H
80	UTELL	D	L	U									0
81	VAGABOND INN	L,U	L,U	U,F	1			1					2
82	VILLAGE HOTELS	U,R	R,U	H									0
83	W HOTELS	U	L	D									0
84	WARWICK	R	R	R	1		1						2
85	WESTIN	U,L	U,L	U	1			1					2
86	WORLDHOTELS	U	L	H									0
87	WYNDHAM	L	R	R,L									0
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>					<b>35</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

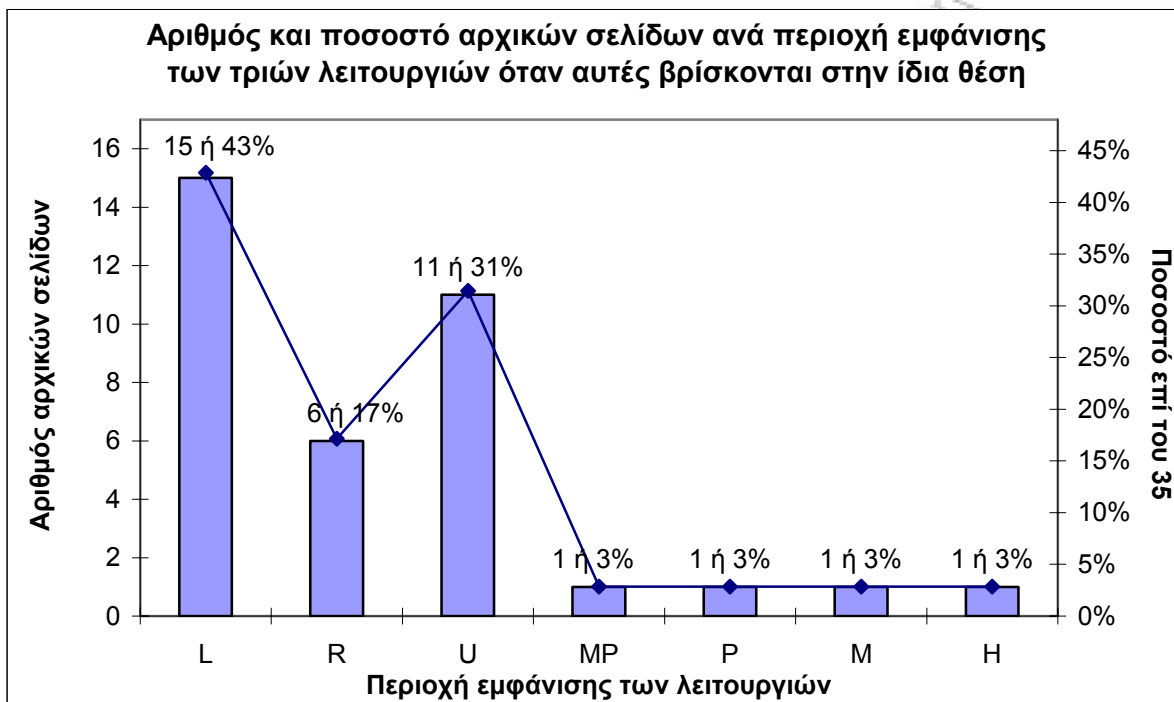
**Πίνακας Παραρτήματος 8 Πίνακας Ίδιας Θέσης / Άλλης Θέσης των λειτουργιών Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων**

Περιοχή εμφάνισης	ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ	ΑΛΛΗ ΘΕΣΗ
Αρ. αρχικών σελίδων	35	52
Ποσοστά επί του 87	40%	60%



**Πίνακας Παραρτήματος 9 Πίνακας αριθμού αρχικών σελίδων που παρουσιάζουν τις λειτουργίες Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση στην ίδια θέση ανά περιοχή εμφάνισης και αντίστοιχων ποσοστών**

Περιοχή εμφάνισης	L	R	U	MP	P	M	H
Αρ. αρχικών σελίδων	15	6	11	1	1	1	1
Ποσοστά επί του 35	43%	17%	31%	3%	3%	3%	3%
Ποσοστά επί του 87	17%	7%	13%	1%	1%	1%	1%



### Συμπεράσματα

Από τους προηγούμενους πίνακες φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι αρχικές σελίδες στις οποίες οι λειτουργίες Find a Hotel, Διαθεσιμότητα και Διαχείριση Κρατήσεων εμφανίζονται στην ίδια θέση είναι κατά πολύ λιγότερες από αυτές στις οποίες η εμφάνιση στην ίδια θέση δεν συμβαίνει. Σε ποσοστά 60% έναντι 40% ή σε απόλυτους αριθμούς 35 έναντι 52 στις 87 αρχικές σελίδες που οι τρεις αυτές λειτουργίες συνυπάρχουν ανεξάρτητα θέσης.

Όσον αφορά την περιοχή εμφάνισης των τριών λειτουργιών: μεταξύ των ιστοσελίδων στις οποίες οι τρεις λειτουργίες εμφανίζονται στην ίδια θέση, η L(eft), που αντιστοιχεί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE], είναι αυτή που εμφανίζεται συχνότερα από όλες τις άλλες.

Τα αποτελέσματα που έχουμε εδώ δεν υποστηρίζουν τη θέση μας για συνύπαρξη των τριών λειτουργιών. Το θέμα θα διευκρινιστεί στην ενότητα Γενικά Συμπεράσματα που ακολουθεί όπου θα συνυπολογίσουμε τα συμπεράσματα και των τριών ελέγχων που κάναμε.

## Γενικά Συμπεράσματα

Από τους προηγούμενους ελέγχους που διενεργήσαμε προέκυψε ένα πρόβλημα: Ενώ όταν ελέγχουμε τις λειτουργίες ανά δύο, όπως συνδέονται και εννοιολογικά, δηλαδή Find a Hotel με Διαθεσιμότητα και Διαθεσιμότητα με Διαχείριση Κρατήσεων έχουμε ισχυρή έως πολύ ισχυρή υποστήριξη της απόφασής μας να τις εμφανίσουμε μαζί στην ίδια θέση όταν ελέγχουμε την ταυτόχρονη εμφάνιση και των τριών δεν έχουμε το ίδιο αποτέλεσμα.

Τελικά η απόφαση μας ήταν να ακολουθήσουμε την εννοιολογική συνάφεια που υποστηρίζεται πολύ ισχυρά στην ανά δύο εμφάνιση. Όμως το λογικό αποτέλεσμα της κοινής εμφάνισης ανά δύο ήταν να εμφανιστούν και οι τρεις μαζί αφού στα ζευγάρια που αναφέραμε η λειτουργία Διαθεσιμότητα ήταν κοινή.

Όσον αφορά την περιοχή της κοινής εμφάνισης των λειτουργιών είτε σε ζεύγη είτε όλων μαζί, εκεί υπήρχε συμφωνία όλων των ελέγχων. Σε όλες τις περιπτώσεις η L(eft), που αντιστοιχεί στο σχεδιαστικό μας χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE], είναι αυτή που εμφανίζεται συχνότερα από όλες τις άλλες, μεταξύ των αρχικών σελίδων που περιέχουν όλες τις λειτουργίες που ελέγχονται κάθε φορά.

Φαίνεται λοιπόν, ξεκάθαρα κατά την άποψή μας, ότι η σχεδιαστική μας απόφαση να τοποθετήσουμε και τις τρεις αυτές λειτουργίες στο σχεδιαστικό χνάρι [LEFT VERTICAL TABLE] είναι σωστή και υποστηρίζεται από τα αποτελέσματα της διαδικασίας που μόλις περιγράψαμε.