

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**



ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ ΤΕΡΕΖΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΣΤΕΙΑΚΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ





Η Επιχειρηματική και Οικονομική Διάσταση των Δεδομένων Μεγάλης Κλίμακας

★ **Πρόταση χρησιμοποίησης big data από την
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας
Για την βελτιστοποίηση τουριστικών αποδόσεων**

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ BIG DATA 5Vs

Volume
Όγκος

Velocity
Ταχύτητα

Variety
Ποικιλομορφία

Veracity
Ορθότητα

Value
Αξία

ΟΡΙΣΜΟΣ BIG DATA

**Μεγάλου όγκου, ταχύτητας και ποικιλομορφίας πληροφορίες που απαιτούν αποδοτικές και καινοτόμες μορφές επεξεργασίας
Με στόχο να συμβάλουν στην αύξηση της διορατικότητας**

*M. A. Beyer and D. Laney
The Importance of "Big Data"*

Εννοιολογική
ασάφεια

Εμπόδια στην
έρευνα

❖ I – Information

❖ T – Technology

❖ M- Methods

❖ P - Impacts

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ

- **Παράγεται πολύ περισσότερη πληροφορία από αυτή που καταναλώνεται**
- **Υπάρχει απευθείας επικοινωνία των καταναλωτών σε βάρος του εταιρικού ελέγχου**
- **Κυριαρχία των ΗΠΑ στην παραγωγή πληροφορίας**
- **Αυξανόμενος ρόλος των video – τέλος ηγεμονίας του κειμένου**
- **Η υπολογιστική ικανότητα των πληροφοριών είναι 3 φορές περισσότερη από την ικανότητα αποθήκευσης**

**Ψηφιακό
σύμπαν**

**2013 4.4ZB
2020 44ZB**

**Ραγδαία
Αύξηση
Δεδομένων**

**Connecting
Things**

**2013 7%
2020 15%**

**2013 18%
2020 27%**

**Κινούμενα
Συνδ.Αντικ.**

1. Αξιολόγηση Εταιρικών Απαιτήσεων

- S.M.A.R.T. - KPI'S – Κόστος

2. Προσδιορισμός δεδομένων

- Εσωτερικές πηγές (Πληροφοριακά συστήματα)
- Εξωτερικές πηγές (Ιδιώτες αγορές, προμηθευτές, Internet)

3. Απόκτηση δεδομένων και Φιλτράρισμα

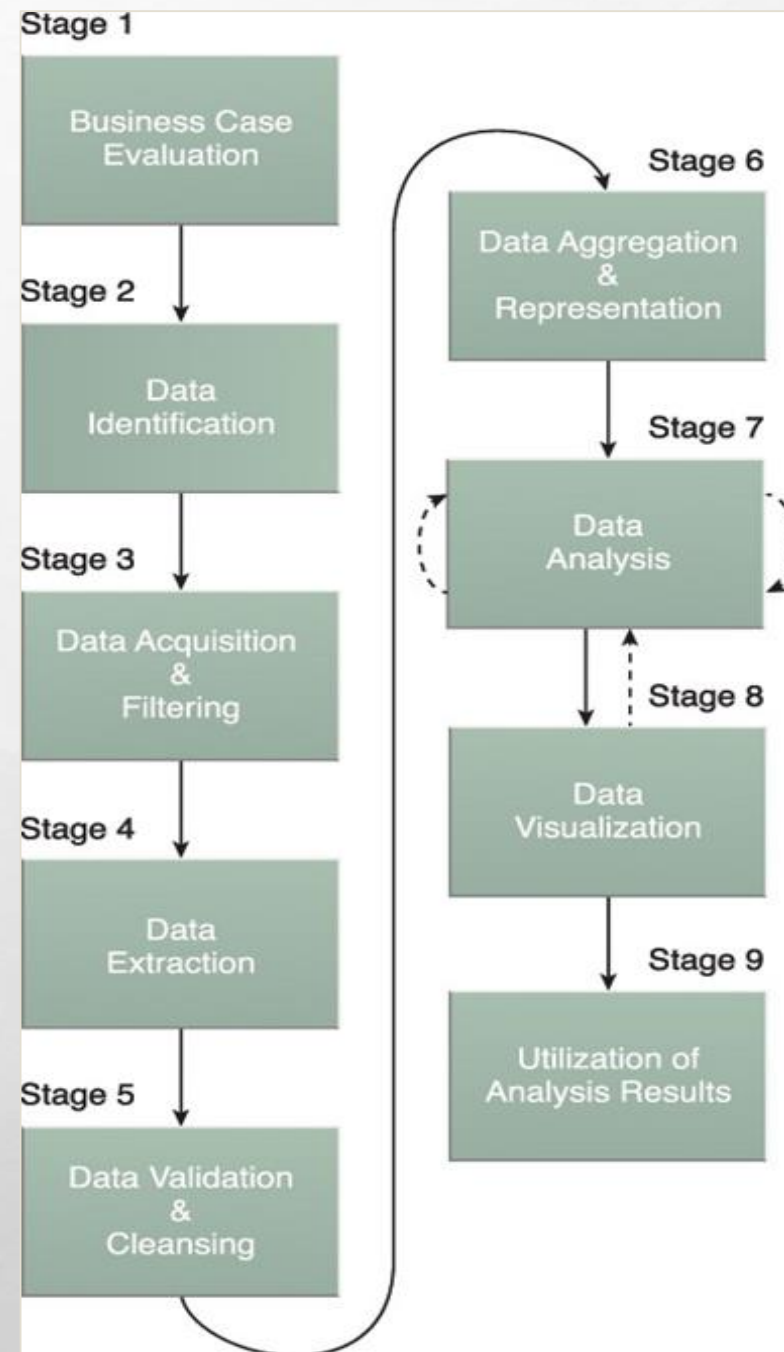
- Ανάλογα από πού έρχονται απαιτούν διεργασίες
- Διατήρηση όλων των δεδομένων για διάφορες αναφορές

4. Εξαγωγή Δεδομένων

- Εξόρυξη και μετατροπή δεδομένων

5. Επικύρωση δεδομένων και Καθαρισμός

- Εφαρμογή κανόνων επικύρωσης



6. Συνάθροιση και Παρουσίαση Δεδομένων

- Ενσωμάτωση πολλών συνόλων δεδομένων

7. Ανάλυση Δεδομένων

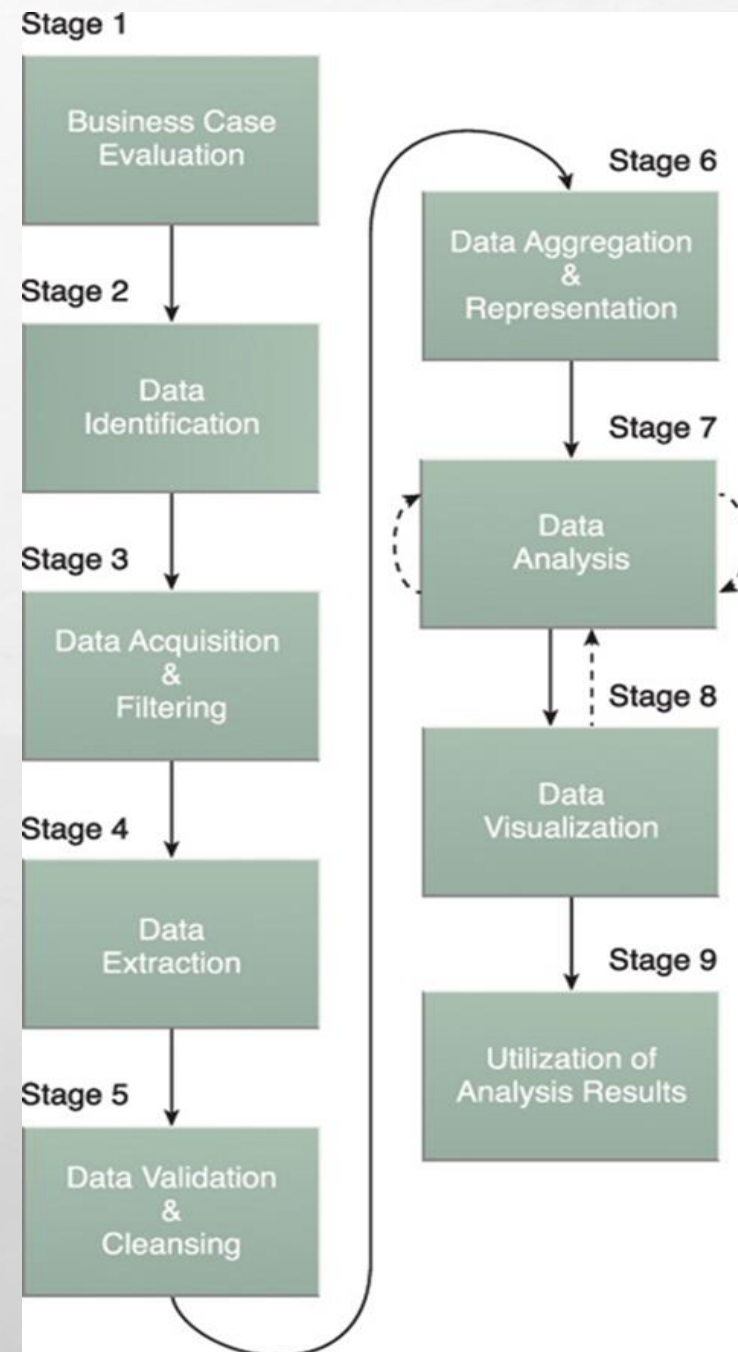
- Απλές αναζητήσεις έως στατιστικές αναλύσεις με
- Χρησιμοποίηση μαθηματικών μοντέλων κ.α.

8. Οπτικοποίηση Δεδομένων

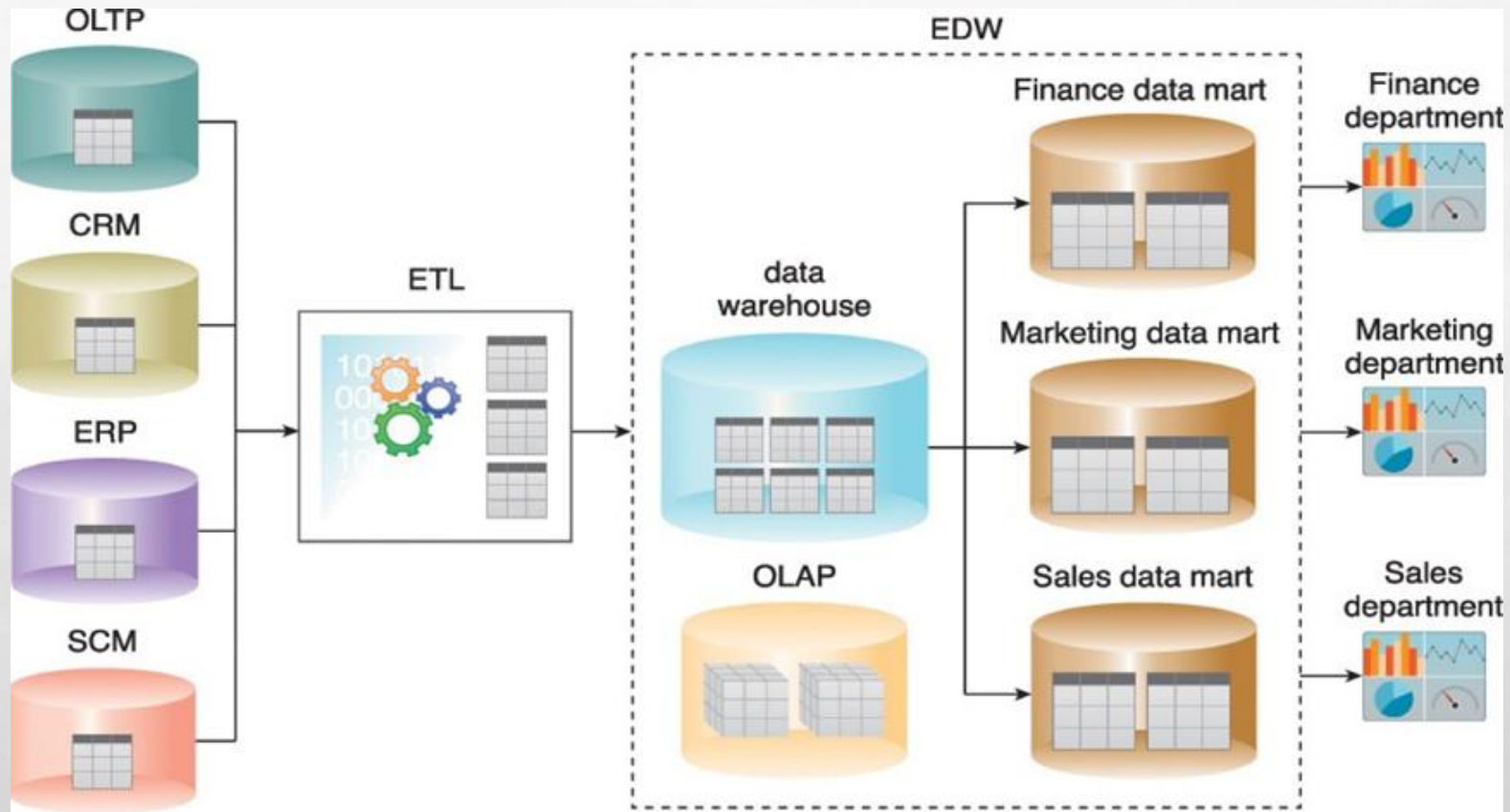
- Σωστή απεικόνιση για την καλύτερη ερμηνεία

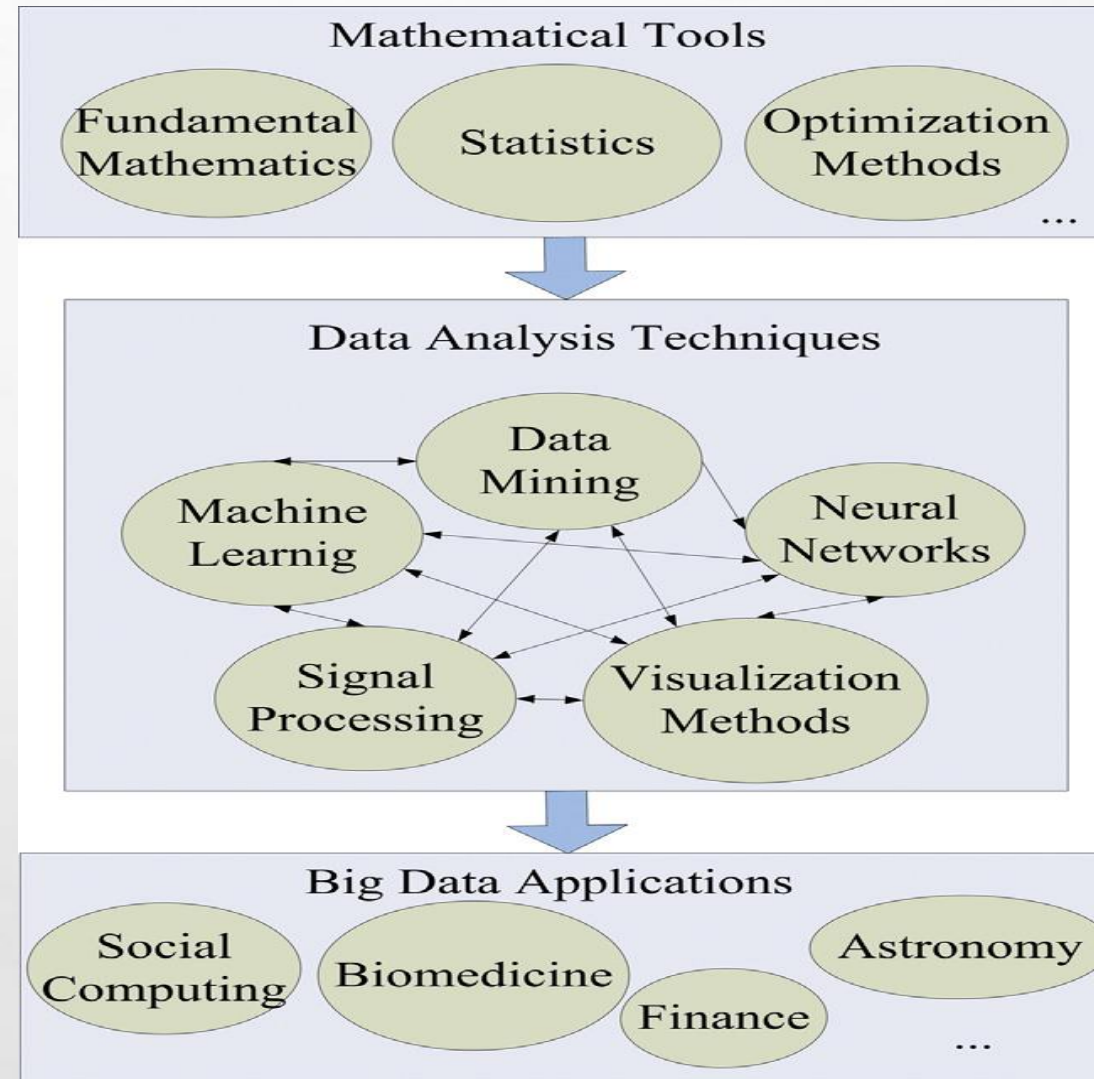
9. Αξιοποίηση των Αναλύσεων

- Για την ενίσχυση και βελτίωση συμπεριφορών και επιδόσεων
- Για τη βελτίωση των επιχειρησιακών διαδικασιών
- Για ειδοποιήσεις (alerts)



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ





ΕΡΓΑΛΕΙΑ

- **BATCH PROCESSING TOOLS – ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΣΜΗΣ**

Big Data tools based on batch processing.

Name	Specified Use	Advantage
Apache Hadoop	Infrastructure and platform	High scalability, reliability, completeness
Dryad	Infrastructure and platform	High performance distributed execution engine, good programmability
Apache Mahout	Machine learning algorithms in business	Good maturity
Jaspersoft BI Suite	Business intelligence software	Cost-effective, self-service BI at scale
Pentaho Business Analytics	Business analytics platform	Robustness, scalability, flexibility in knowledge discovery
Skytree Server	Machine learning and advanced analytics	Process massive datasets accurately at high speeds
Tableau	Data visualization, Business analytics,	Faster, smart, fit, beautiful and ease of use dashboards
Karmasphere Studio and Analyst	Big Data Workspace	Collaborative and standards-based unconstrained analytics and self service
Talend Open Studio	Data management and application integration	Easy-to-use, eclipse-based graphical environment

Πηγή : Chen P., Zhang Y., Data intensive applications, challenges, techniques and technologies: A survey of Big Data

ΕΡΓΑΛΕΙΑ

- **STREAM PROCESSING TOOLS – ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΡΟΗΣ**

Big Data tools based on stream processing.

Name	Specified use	Advantages
Storm	Realtime computation system	Scalable, fault-tolerant, and is easy to set up and operate
S4	Processing continuous unbounded streams of data	Proven, distributed, scalable, fault-tolerant, pluggable platform
SQLstream s-Server	Sensor, M2M, and telematics applications	SQL-based, real-time streaming Big Data platform
Splunk	Collect and harness machine data	Fast and easy to use, dynamic environments, scales from laptop to datacenter
Apache Kafka	Distributed publish-subscribe messaging system	High-throughput stream of immutable activity data
SAP Hana	Platform for real-time business	Fast in-memory computing and realtime analytic

Πηγή : Chen P., Zhang Y., Data intensive applications, challenges, techniques and technologies: A survey of Big Data

ΕΡΓΑΛΕΙΑ

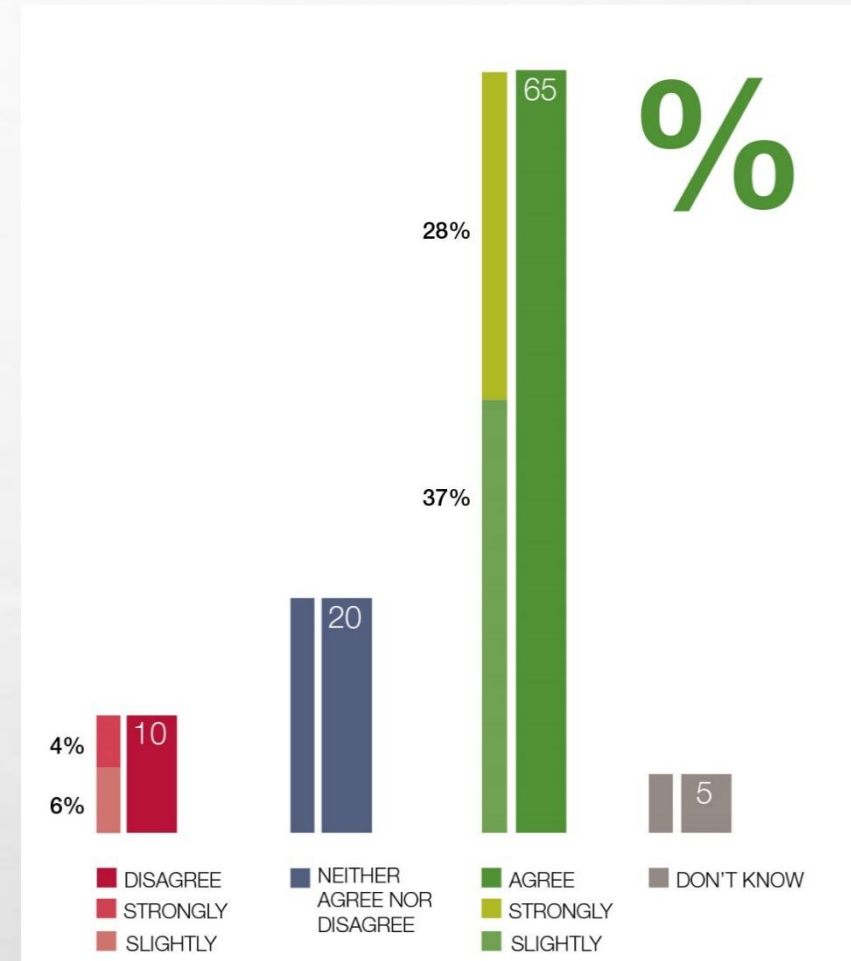
- **INTERACTIVE ANALYSIS TOOLS – ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ**

GOOGLE DREMEL

APACHE DRILL

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

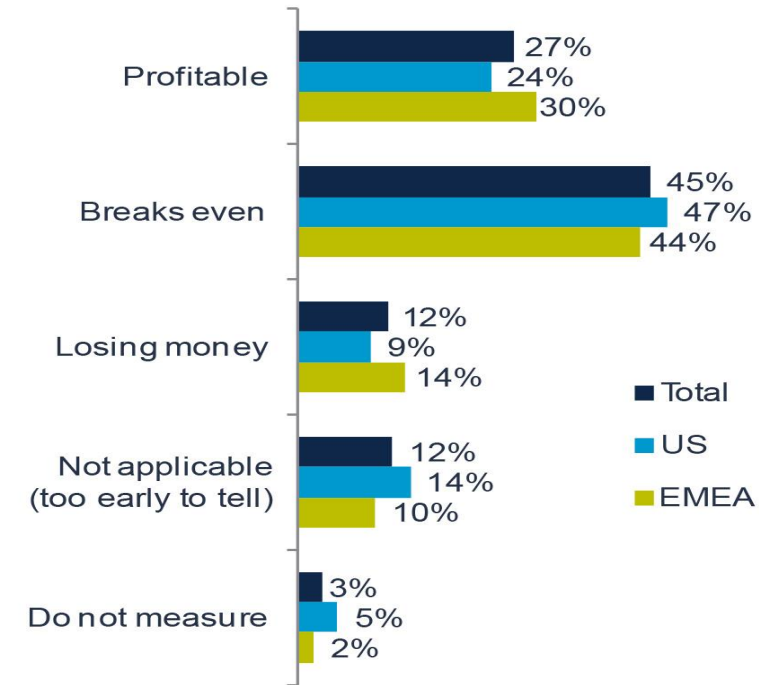
**Τα 2/3 των επιχειρήσεων κινδυνεύουν να
καταστούν μη ανταγωνιστικές εάν δεν
υιοθετήσουν τεχνικές ανάλυσης Big Data**



ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ BIG DATA

1. **27% ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΚΕΡΔΟΣ**
2. **45% ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΤΟ ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ**

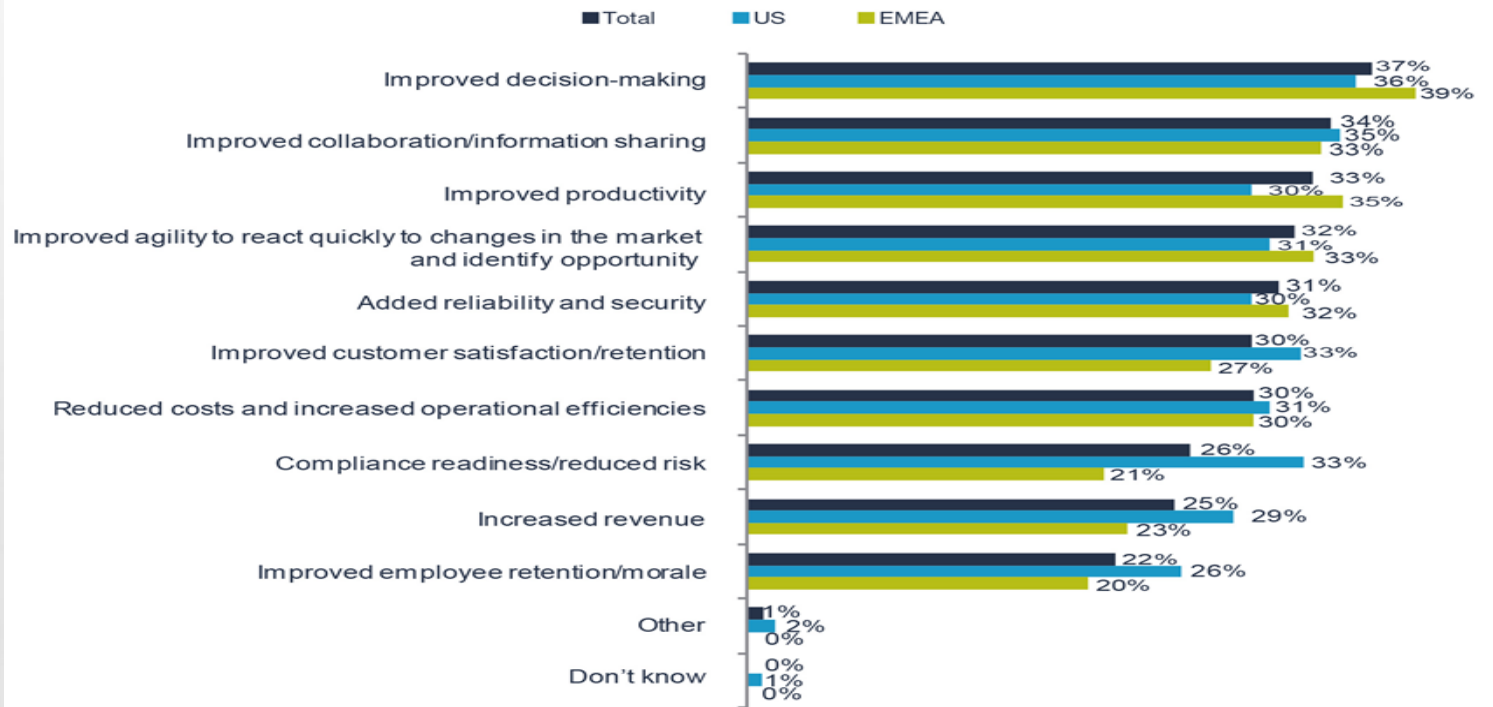
Figure 1: How would you describe the profitability of your organization's Big Data initiatives to date?



ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ BIG DATA

1. Βελτίωση αποφάσεων 37%
2. Βελτίωση συνεργασίας 34%
3. Καλύτερη αποδοτικότητα 33%

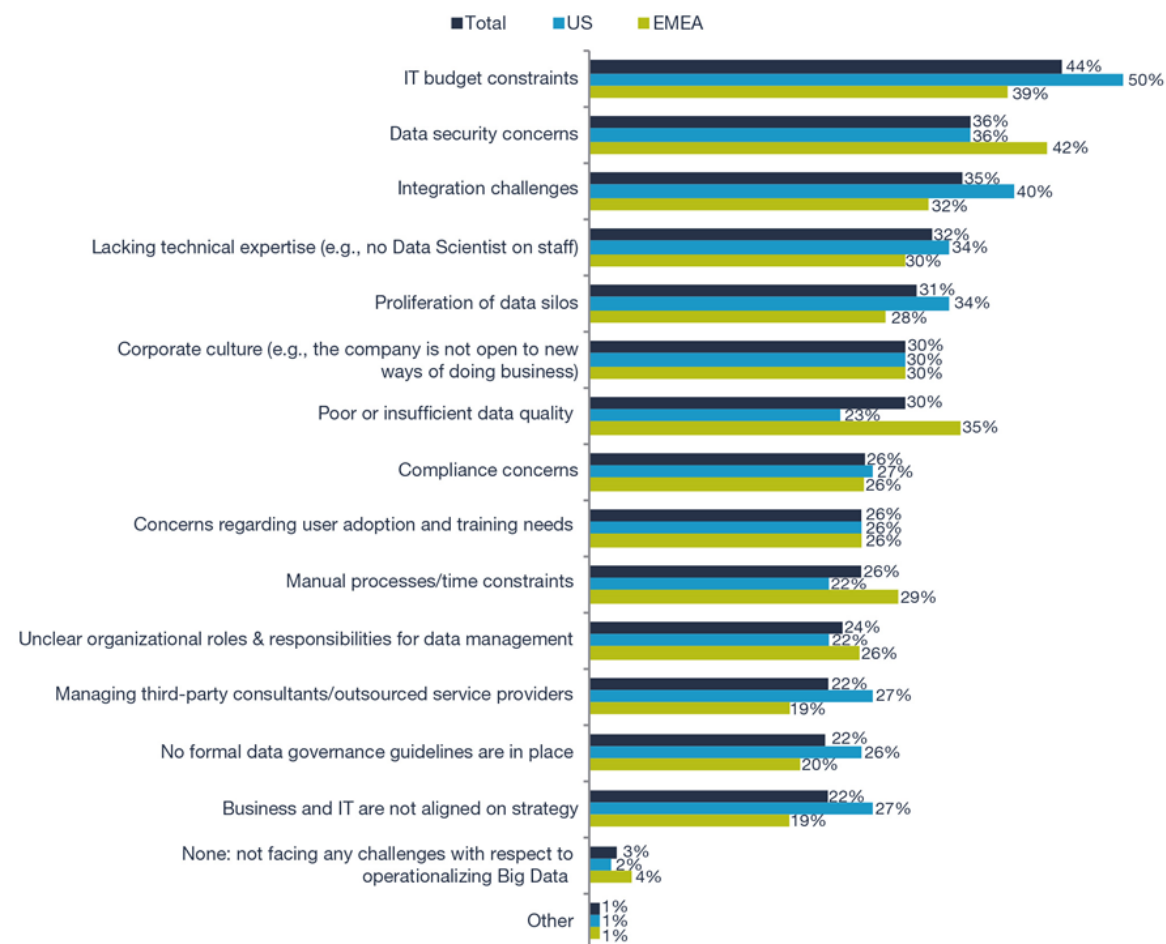
Figure 5: Which of the following benefits has your organization achieved to date as a result of Big Data initiatives? (Respondents could select all that applied)



ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

1. BUDGET 44%
2. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 36%
3. ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΜΕ ΥΠΑΡΧΟΝΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ 35%
4. ΕΛΛΕΙΨΗ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ 32%

Figure 3: What are your organization's top challenges with respect to operationalizing Big Data and turning it into a trusted business asset? (Up to ten challenges selected)



Base: Total 210; US 100; EMEA 110

Road to Big Data

Accelerate your path to success

- 1. Υπερπήδηση των εμποδίων**
- 2. Ενσωμάτωση με υπάρχοντα συστήματα**
- 3. Εξειδικευμένα στελέχη**
- 4. Μέγεθος εταιρείας**



Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας



τουρισμός

- 1. Ο ρόλος της ΠΚΜ στον τουρισμό**
- 2. Οι στόχοι της ΠΚΜ για τον τουρισμό**
- 3. Το τουριστικό προϊόν της ΠΚΜ**
- 4. Η οργανωσιακή της δομή σχετικά με τον τουρισμό**

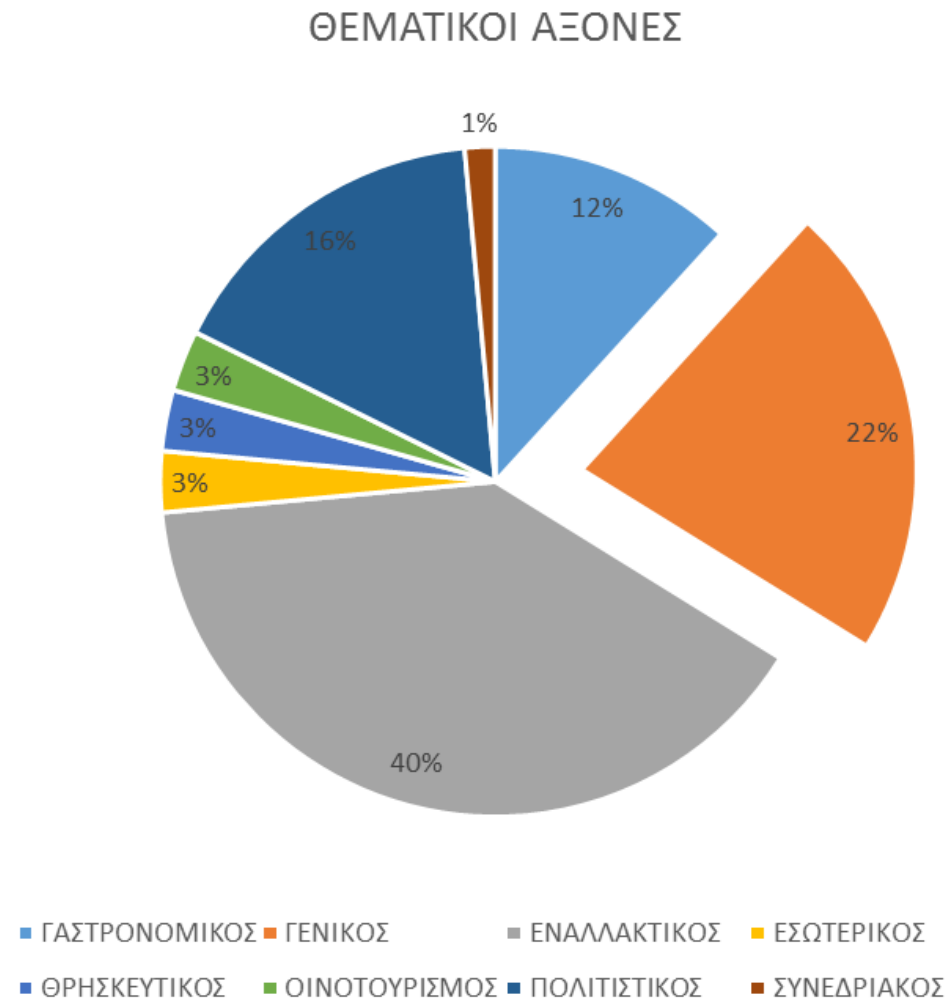
ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΓΙΝΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΚΜ

ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ																															
	FAM TRIP			WORKSHOP			ΔΙΑΦ.ΚΑΜΠΑΝΙΑ			ΤΟΥΡ.ΕΚΘΕΣΗ			ΕΚΔΗΛΩΣΗ			ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ			ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ			ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ			ΣΥΝΕΔΡΙΟ			ΦΕΣΤΙΒΑΛ			
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	
ΑΓΓΛΙΑ											1																				1
ΑΡΜΕΝΙΑ																		1													1
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ											1	1																			2
ΓΑΛΛΙΑ											1																				1
ΓΕΡΜΑΝΙΑ											1	1	1									1									4
ΓΕΩΡΓΙΑ																		1				2									3
ΕΛΛΑΔΑ	1	4					2	1		3	2	1	2	7	2			1		1	2							1			29
ΙΣΠΑΝΙΑ											1																				1
ΙΣΡΑΗΛ											1																				1
ΙΤΑΛΙΑ										1	3				1																5
ΜΟΛΔΑΒΙΑ					1																										1
ΠΑΝΤΟΥ								2								1															3
ΠΟΛΩΝΙΑ											1																				1
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ					1																					1					2
ΡΟΥΜΑΝΙΑ										1		1																			2
ΡΩΣΙΑ										1	1	1																			3
ΣΕΡΒΙΑ										1	1	1		1																	4
ΣΟΥΗΔΙΑ										1	1	1																			3
ΣΥΝΟΛΑ	1	4	0	0	2	0	2	3	0	8	15	7	3	8	3	1	0	0	0	3	0	1	5	0	0	1	0	0	1	0	68
	5			2			5			30			14			1			3			6			1			1			68

τουρισμός

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 78%**

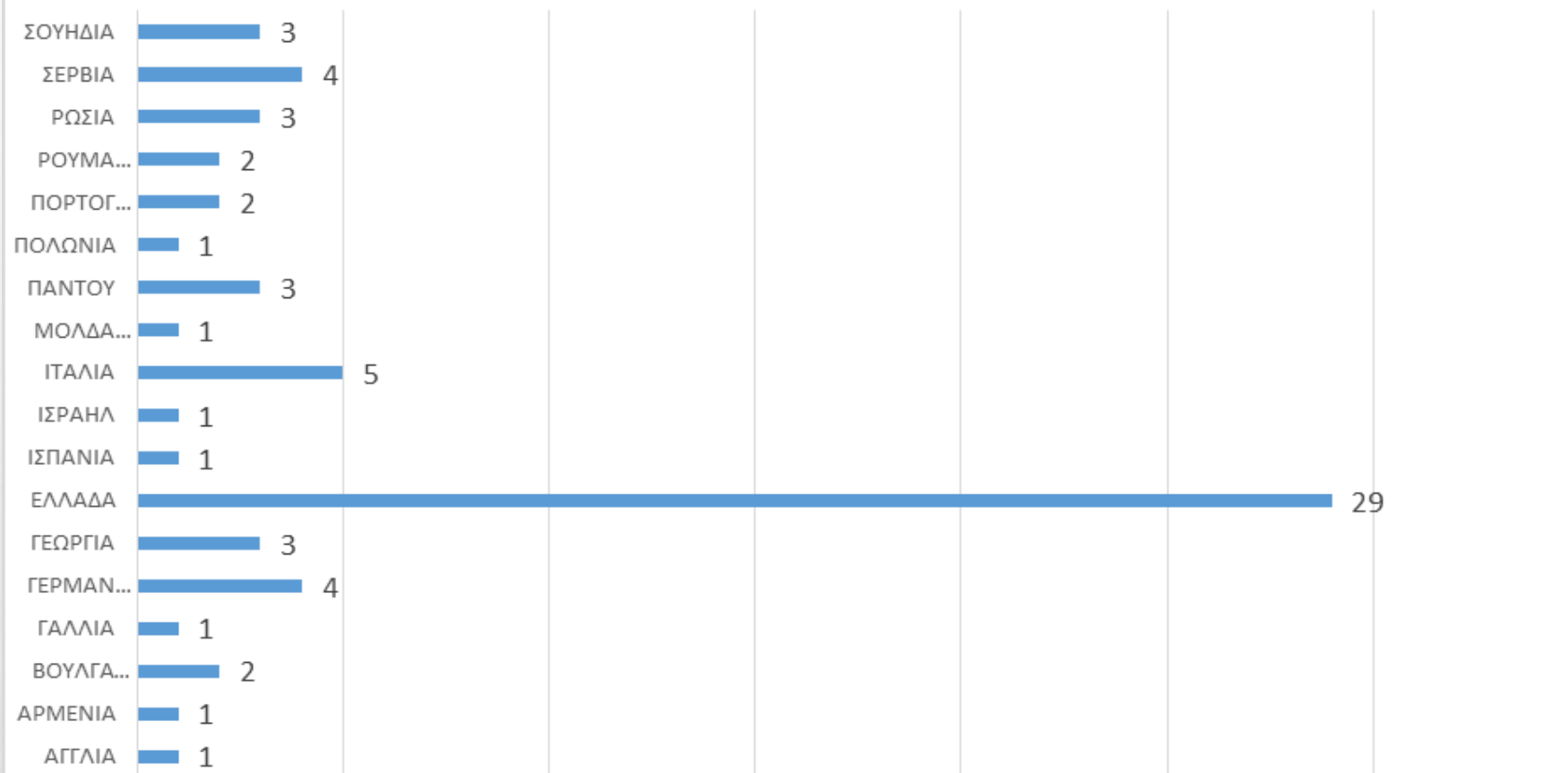
**Ήλιος &
ΘΑΛΑΣΣΑ 22%**



τουρισμός

ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ

ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ



τουρισμός

ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



Δράσεις σε ηλεκτρονικό περιβάλλον 4%

ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

★ τουρισμού

ΦΟΡΕΙΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Εγχώριοι

- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)
- ΕΛΣΤΑΤ
- ΥΠΑ
- ΙΟΒΕ Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος- ΞΕΕ
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)
- Ινστιτούτο Εργασίας ΙΝΕ της ΓΣΕΕ

Διεθνείς

- UNWTO – U.N. World Tourism Organization
- ETC, European Travel Commission
- WTTC – To World Travel & Tourism Council

τουρισμού

ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

- **Ξενοδοχειακό Δυναμικό**
- **Αφίξεις**
- **Διανυκτερεύσεις**
- **Δαπάνες**
- **Συμβολή στο ΑΕΠ**
- **Απασχόληση στον τουριστικό κλάδο**

τουρισμού

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	839.356	950.758	998.519	1.134.627	1.222.426	1.345.235	
Αφίξεις ημεδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα	1.118.831	1.052.183	869.948	904.121	936.001	1.046.867	
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	4.327.859	4.925.659	5.161.144	5.484.542	5.850.424	5.909.053	
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	2.720.221	2.501.961	1.972.636	1.990.614	2.074.872	2.285.342	
Πληρότητα	44,40%	29,30%	42,20%	43,40%	44,40%	45,60%	
Αριθμός Δωματίων	44.900	44.954	44.936	44.022	44.978	44.938	45.414
	Παραλιακά	Παραλιακά	Παραλιακά	Παραλιακά	Παραλιακά	Παραλιακά	Παραλιακά
	33.793	33.652	33.587	32.792	33.698	33.776	34.163
	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά	Όχι παραλιακά
	11.107	11.302	11.349	11.230	11.280	11.162	11.251
Επισκέψεις σε μουσεία	130.820	133.752	231.968	311.601	465.487	541.193	638.855
Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους	124.987	141.944	197.814	310.823	351.211	350.106	340.854
Διακινηθέντες κατά την αποβίβαση σε λιμάνια				404.710	423.683	417.451	
Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις σε Θεσσαλονίκη	1.133.704	1.251.433	1.307.537	1.351.378	1.569.814	1.556.788	1.625.800
Εσωτερικές Αεροπορικές Αφίξεις σε Θεσσαλονίκη	809.869	712.390	679.977	655.359	888.459	1.097.676	1.109.598

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ

- **Δημοσιεύονται αργά**
- **Δεν είναι αξιόπιστοι**
- **Δεν αφορούν συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές π.χ. Περιφέρειες**
- **Ίδιοι για πολλά χρόνια – ποσοτικοί**

τουρισμού

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΚΜ

- **Επαναλαμβανόμενες**
- **Συγκεκριμένοι, περιορισμένοι πόροι**
- **Προτεραιότητα σε κλασικές μεθόδους προβολής & προώθησης**
- **Μη εκμετάλλευση των ηλεκτρονικών εργαλείων marketing**

τουρισμού

BIG DATA TOURISM PKM

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ



DIGITAL IS KEY

ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ?

- **ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**
- **ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΣΕΤΕ, ΥΠΑ, ΕΛΣΤΑΤ)**
- **ΑΠΟ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΠΙ ΠΛΗΡΩΜΗ (ΚΗΘΕΜΑ)**
- **ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΠΟΥ ΚΑΝΕΙ**



ΔΕΔΟΜΕΝΑ

- 100 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ 7 ΝΟΜΟΥΣ ΤΗΣ ΠΚΜ
- ΣΕ 3 ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ (BING, YAHOO, GOOGLE)
- ΜΕ ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΡΥΤΗΘΝ 3.4

ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ ΜΕ ΤΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ LINKS ΑΝΑ ΜΗΧΑΝΗ ΑΝΑΖΗΤΗΤΗΣ					
Νομός	Σημείο Ελληνικά	Σημείο Λατινικά	bing	yahoo	google
Ημαθία	Ημαθία	imathia	61.300	59.800	2.640.000
Ημαθία	Άλσος Αγίου Νικολάου	saint Nikolas imathia	935	293.000	44.500
Ημαθία	Όρος Βέρμιο	bermio mountain imathia	24	186.000	13.400
Ημαθία	Σέλι	seli imathia	3.180	7.420	14.900
Ημαθία	3-5 Πηγάδια	3-5 pigadia imathia	3.930	1.360.000.000	14.400
Ημαθία	Αλιάκμονας	aliakmonas imathia	2.560	2.540	6.040
Χαλκιδική	Φεστιβάλ Κασσάδρας	festival of kassandra Halkidiki	13.000	129.000	34.900
Χαλκιδική	Φεστιβάλ του Σάνη	sani festival Halkidiki	12.900	377.000	89.600
ΣΥΝΟΛΑ			25.729.768	1.560.604.053	90.064.677

Google™



DREAMING



SHARING



PLANNING



EXPERIENCING



BOOKING

**CLICK
TO FIND
OUT MORE**

Έμπνευση

Οργάνωση

Κράτηση

Εμπειρία

Ανάμνηση

12345

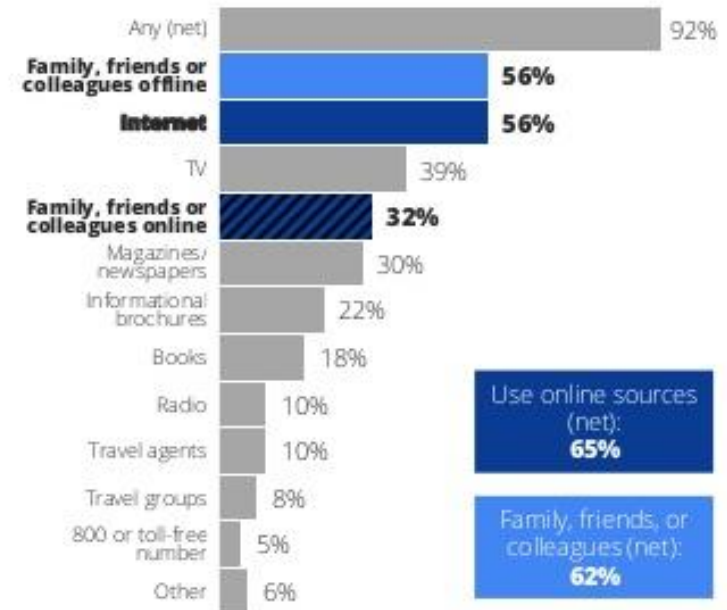
THE
FIVE
STAGES
OF TRAVEL

Google

Friends/family and online sources are critical in travel inspiration



Sources of inspiration (Leisure Travel)



Base: Personal Quota (n=3500)

Q6D: Which of the following sources typically **inspire you** to start thinking about your **personal or leisure trips**? (Select ALL that apply)

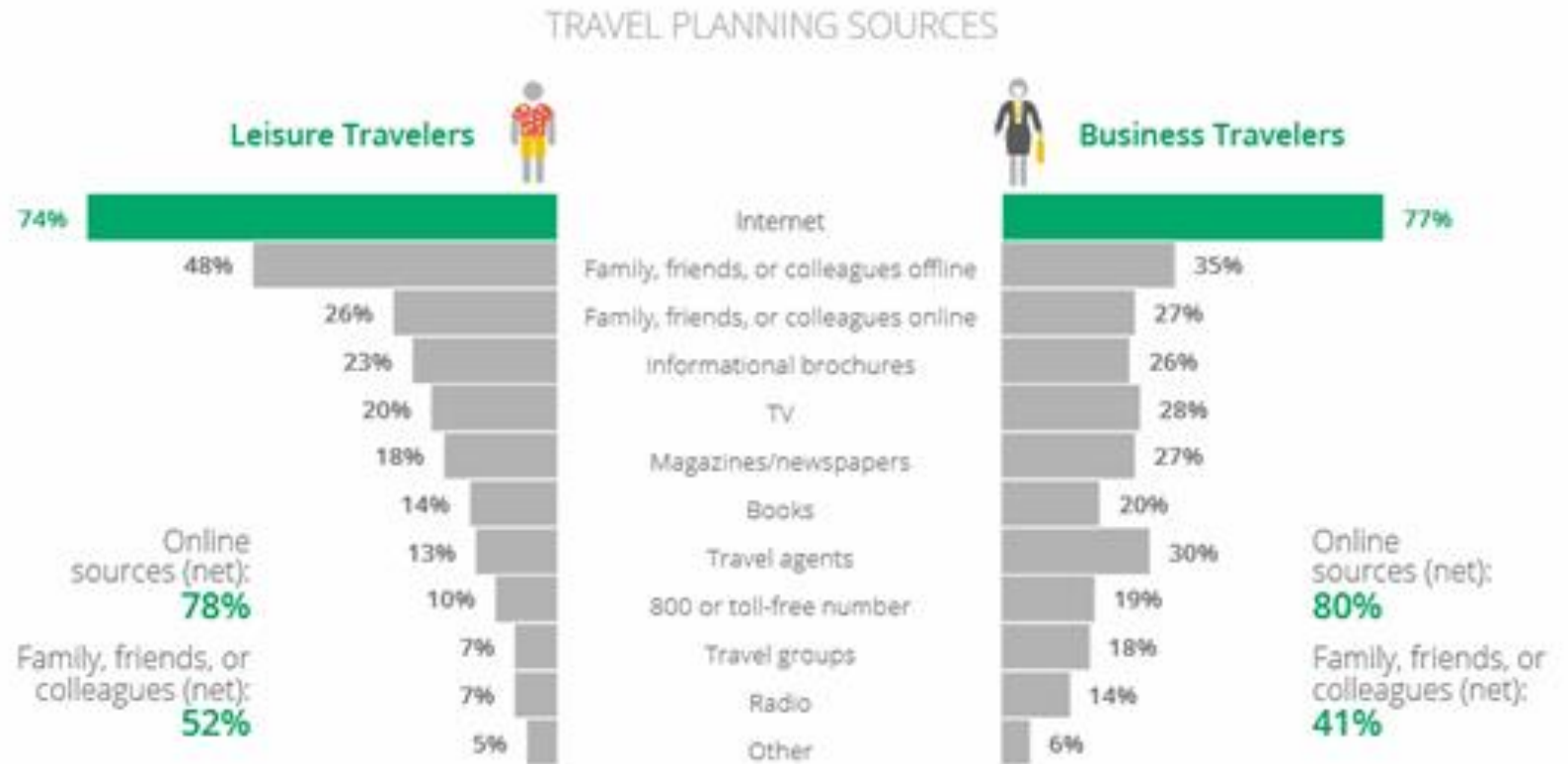
Source: Google Travel Study, June 2014, Ipsos MediaCT

Google Confidential and Proprietary


8







Έμπνευση από ηλεκτρονικές πηγές 92%

The internet is the top source for both leisure and business travel planning



Οργάνωση από ηλεκτρονικές πηγές 79%

Leisure travelers **research and book** across devices, regardless of category 

		Research		Booking	
		Computer/ Tablet	Smartphone	Computer/ Tablet	Smartphone
Car rental		82%	26%	75%	20%
Air travel		89%	23%	85%	15%
Lodging		85%	26%	77%	19%
Cruises		76%	29%	72%	25%
Vacation packages		80%	26%	76%	21%
Other travel		75%	22%	65%	15%

Base: Travel component included in personal trips in past six months and use device to access the Internet (floating)
 SCREEN 1: How have you researched each of the following trip components while planning the trips you took in the past 6 months?
 Base: Travel component included in personal trips in past 6 months and use device to access the Internet (floating)
 SCREEN 2: And, how have you booked each of the following trip components that were part of the trips you took in the past 6 months?
 (Select ALL that apply for each component) Source: Google Travel Study, June 2014, Ipsos MediaCT

thinkwithgoogle.com
 Google Confidential and Proprietary

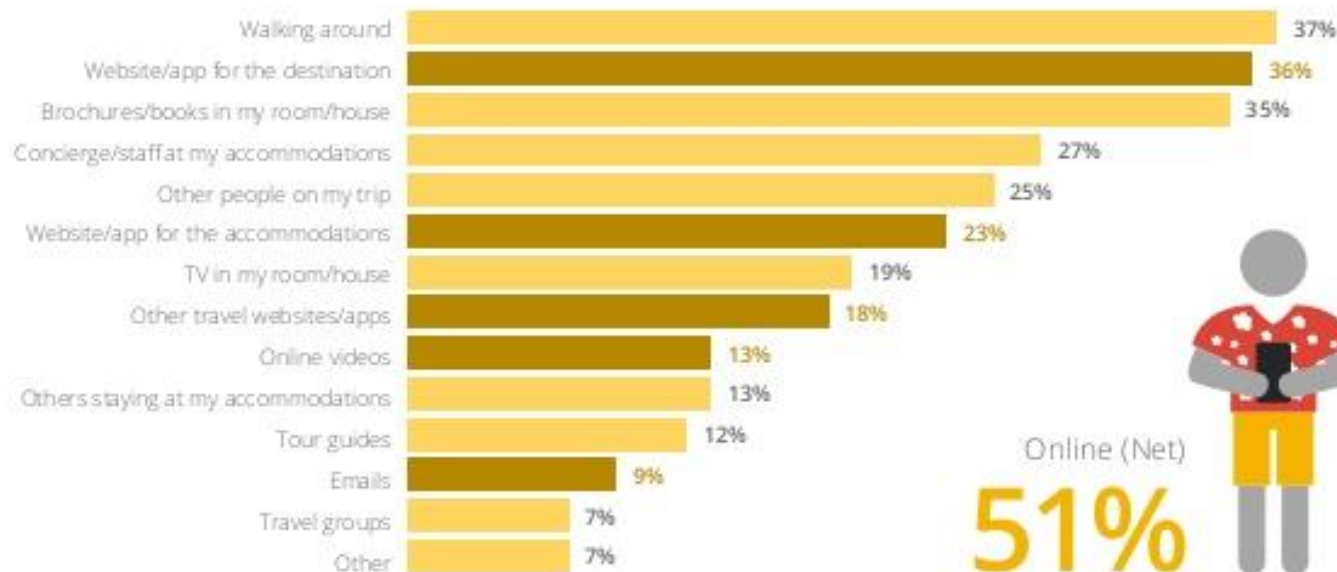
25

το 77% προχωράει σε κράτηση για διαμονή



To decide on activities once at their destinations, leisure travelers rely on a **mix of sources**

SOURCES USED FOR ACTIVITIES/EXCURSIONS



Base: Personal Quota (n=3500)

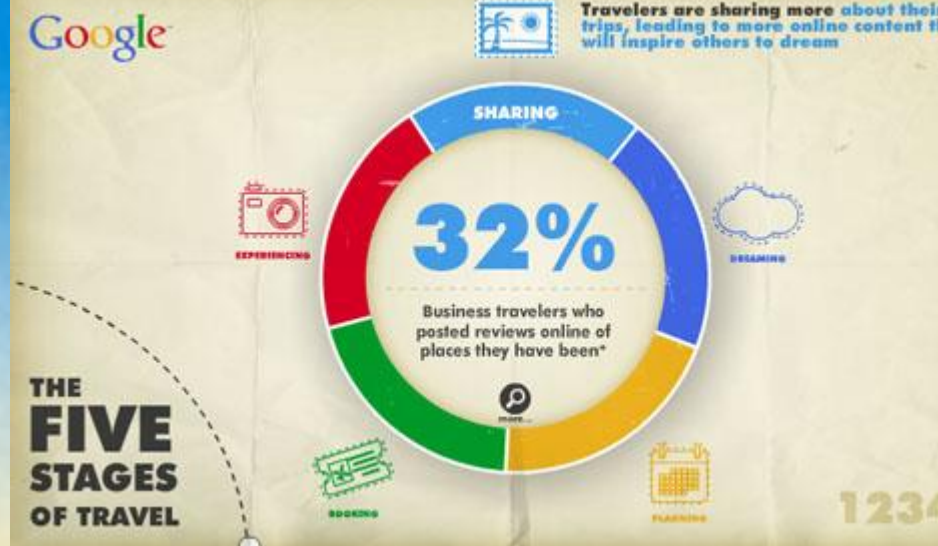
QD11: When you are on a personal or leisure trip, which sources do you typically use to decide on activities/excursions to participate in once you have arrived at your destination? (Select ALL that apply.)

thinkwithgoogle.com

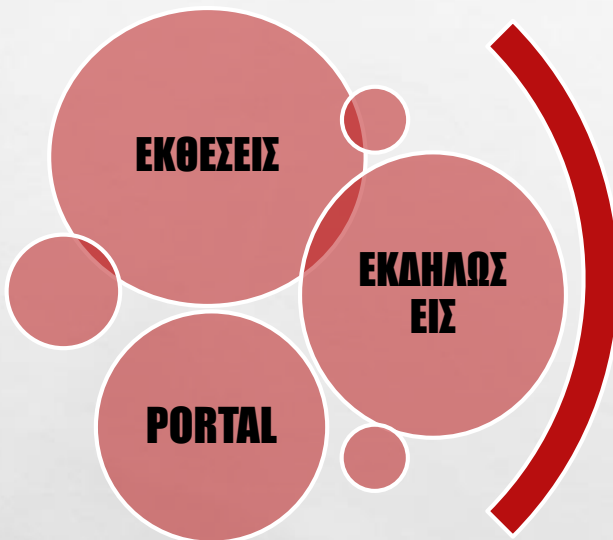
Google Confidential and Proprietary



A N A M N H Σ H

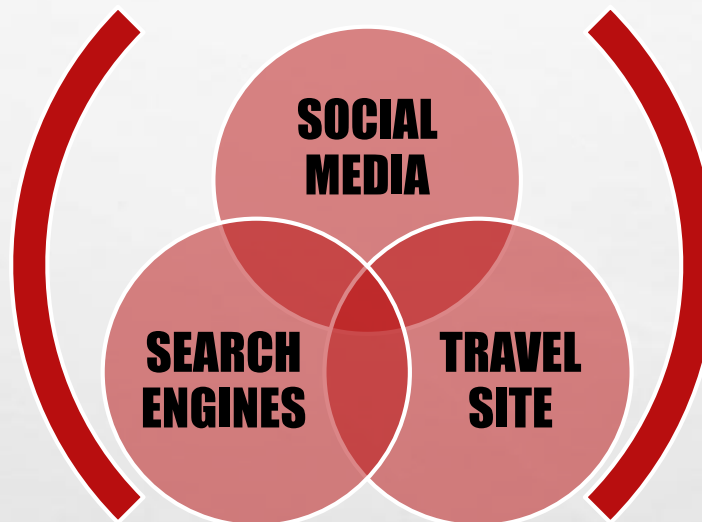


ΌΤΙ ΗΔΗ ΓΙΝΕΤΑΙ

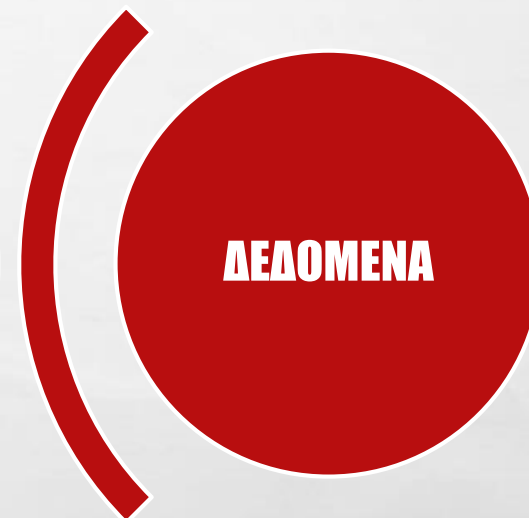


**ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ**

ΌΤΙ ΘΑ ΓΙΝΕΙ



**ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ**



BIG DATA TOURISM PKM

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

BIG DATA TOURISM PKM



Digital is key

ΜΕΤΡΗΣΗ ΠΗΓΗΣ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δείκτες

Αφίξεις/ Δαπάνη Ανά Πηγή
Διανυκτερεύσεις/ Δαπάνη Ανά Πηγή

Σκοπός : Αναγνωρίζουμε τις αποδοτικότερες πηγές τουρισμού

Τρόπος Καταγραφής: Μέσω των ξενοδοχειακών συγκροτημάτων της ΠΚΜ

Με ποιον τρόπο θα προσελκύσει τουρίστες;



Για αύξηση τουριστικής ροής

ΜΕΤΡΗΣΗ ΣΗΜΕΙΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Δείκτες

Δείκτης μεταβολής επισκεψιμότητας σημείου

Δείκτης μεταβολής εισπράξεων σημείου

Δείκτης μεταβολής αναγνωσιμότητας σημείου

Δείκτης μεταβολής αποδοχής σημείου

Σκοπός : Να ενισχύσει το 12μηνο τουρισμό - Να κατευθύνει τις τουριστικές ροές

Τρόπος καταγραφής : Μέσω ηλεκτρονικών πηγών με καταμέτρηση των αριθμών
fans, followers, likes, shares, comments, tweets, views,
subscriptions κ.α

Σε ποια σημεία θα στρέψει το ενδιαφέρον τους ;  **Για να εξυπηρετήσει το στόχο 12μηνης τουριστικής σεζόν**

ΜΕΤΡΗΣΗ ΕΝΤΥΠΩΣΕΩΝ

Δείκτες

Δείκτης εντυπώσεων

Αριθμός Άριστων, Πολύ Καλών, Μέτριων, Κακών, Πολύ Κακών Εντυπώσεων

Σκοπός – Στόχος: η αξιολόγηση από το 1 (ως πολύ κακή) μέχρι το 5 (ως άριστη) των εντυπώσεων.

Τρόπος καταγραφής : Μέσω ηλεκτρονικών πηγών με τη μέθοδο εξόρυξης γνώσης



Ποιες θα είναι οι θετικές ή αρνητικές εντυπώσεις τους ;



Για να τις χρησιμοποιήσει ανάλογα

ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ

Δείκτες

Μεταβολή ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά χώρα προέλευσης ταξιδιωτών

Μεταβολή ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά νομό

Μεταβολή ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά λόγο ταξιδιού

Σκοπός : Η ανάπτυξη υποδομών, Καλύτερη διάθεση πόρων

Τρόπος Καταγραφής δεδομένα από την τράπεζα της Ελλάδος. Η διαδικασία γίνεται ευκολότερη μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Τί ξόδεψαν και που ;



Για να ενισχυθεί τα επικερδή σημεία

ΔΕΙΚΤΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Δείκτες

Αριθμός ατόμων που εμπνεύστηκαν για ένα ταξίδι στην ΠΚΜ (ins)

Αριθμός ατόμων που οργανώνουν ταξίδι για την ΠΚΜ (org)

Αριθμός ατόμων που πραγματοποίησαν κρατήσεις διανομής (revR)

Αριθμός ατόμων που πραγματοποίησαν κρατήσεις μεταφοράς (revT)

Αριθμός τουριστών που κατά την διαμονή τους στην ΠΚΜ έκαναν κάποια ανάρτηση (exp)

Αριθμός τουριστών που μετά την αναχώρησή από την ΠΚΜ έκαναν κάποια ανάρτηση. (mem)

Συσχέτιση μεταξύ των παραπάνω δεικτών ins/org - org/revR - org/revT

Σκοπός : Οι συγκεκριμένοι δείκτες έχουν ως στόχο τον έλεγχο του κατά πόσο το μοντέλο μας δουλεύει καλά

Τρόπος καταγραφής : Από ηλεκτρονικές πηγές μέσω κατάλληλων εργαλείων

Για να ελέγχει εάν δουλεύει καλά το μοντέλο

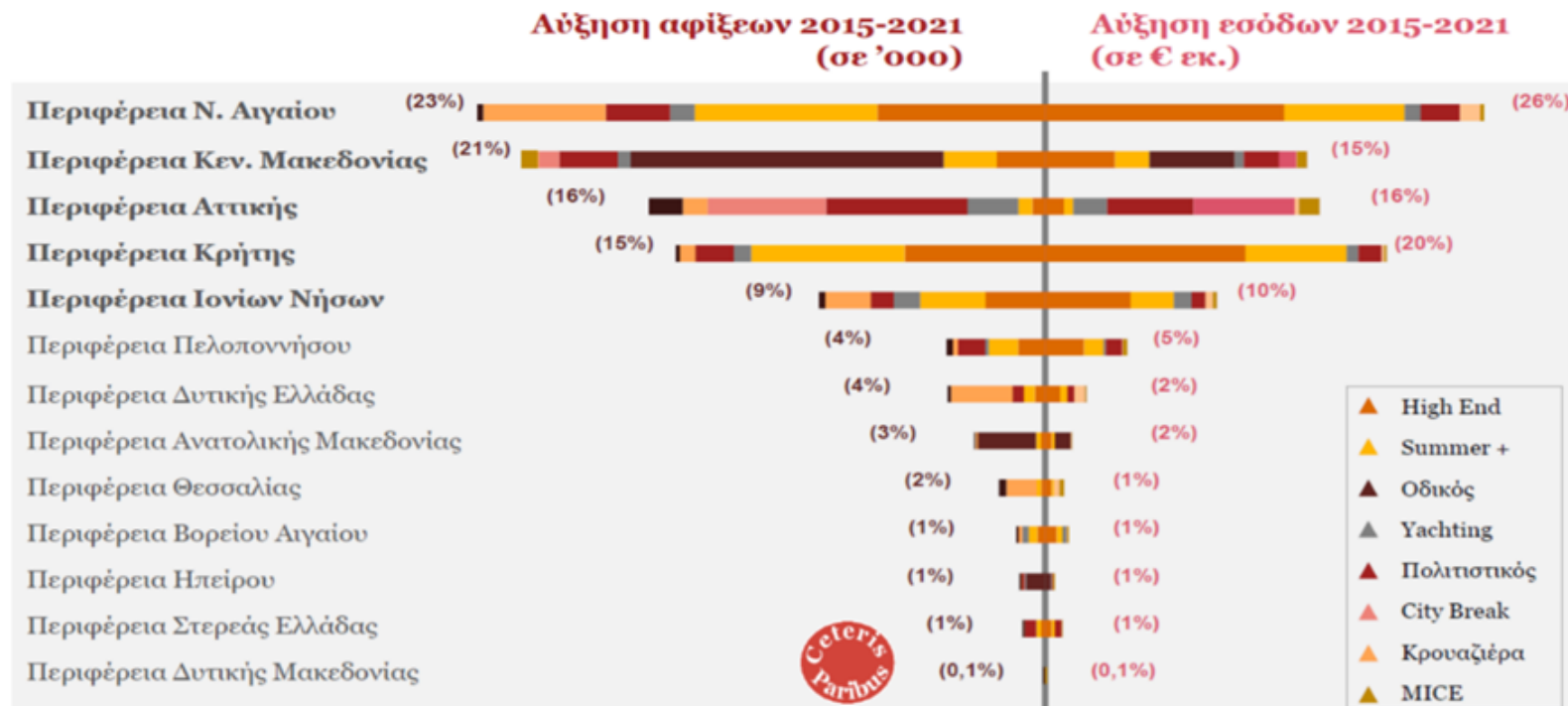
ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΕΠ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΕΠ ΣΕ ΕΚ (2012)	ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2012
ΚΡΗΤΗΣ	9.067	48%
Ν. ΑΙΓΑΙΟΥ	6.240	60%
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	3.402	49%
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	26.109	6% (1.5 ΔΙΣ)
ΑΤΤΙΚΗ	94.964	1%

ΣΕΤΕ



Η περιφερειακή ανάλυση αναδεικνύει ότι οι 5 τουριστικά ισχυρές περιφέρειες της χώρας έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά



Ποιοτικά χαρακτηριστικά:

1. Η Π.Κ.Μ. 2^η τουριστικά πιο ισχυρή Περιφέρεια την επόμενη 5ετία
2. Αναμένεται ιδιαίτερη ανάπτυξη του οδικού τουρισμού στην Π.Κ.Μ.
3. Οι επισκέπτες της Π.Κ.Μ. για πολιτιστικό τουρισμό αναμένεται να ξεπεράσουν αυτούς που έρχονται για τον ήλιο και τη θάλασσα
4. Ανάπτυξη του City Break και Yachting τουρισμού

ΠΟΙΟΙ ΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ



ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ, ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ, ΜΟΥΣΕΙΑ,
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΤΑΞΙΔΙΩΝ Κ.Α.**



ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ, ΑΝΑΨΥΧΗΣ, ΥΓΕΙΑΣ Κ.Α.

**ΤΑΞΙ, ΑΕΡΟΠΛΑΝΑ, ΠΛΟΙΑ, ΚΛΙΝΙΚΕΣ,
ΚΕΝΤΡΑ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ, ΕΜΠΟΡΙΚΑ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Κ.Α.**



ΠΟΛΙΤΕΣ

**ΕΡΓΑΣΙΑ, ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ, ΑΥΞΗΣΗ
ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ Κ.Α.**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

