Neapolis University

HEPHAESTUS Repository **http://hephaestus.nup.ac.cy**

Department of Economics and Business Master (MSc) in Digital Marketing

2024-01

þÿ • - µ Â ¤ µ Ç ½ ¿ » ¿ ³ ¯ µ Â , È · Æ ¹ ± º - Â
þÿ À » ± Ä Æ Ì Á ¼ µ Â º ± ¹ Ä ¿ Å Á ¹ Ã ¼ Ì Â .
þÿ ± À Ì È µ ¹ Â Ä É ½ • » » ® ½ É ½ Ä ¿ Å Á ¹

þÿ œ ¯ Ç ¿ Â , ™ É ¬ ½ ½ · Â

þÿ œ µ Ä ± À Ä Å Ç ¹ ± º Ì Á Ì ³ Á ± ¼ ¼ ± ¨ · Æ ¹ ± º Ì œ ¬ Á º µ Ä ¹ ½ ³ º , £ Ç ¿ » ® Ÿ ¹ º ¿ ½ ¿ ¼ ¹ º Î ½ • À ¹ Ã
þÿ " ¹ ¿ ¯ º · Ã · Â , ± ½ µ À ¹ Ã Ä ® ¼ ¹ ¿ • µ ¬ À ¿ » ¹ Â ¬ Æ ¿ Å

http://hdl.handle.net/11728/12798

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ)

Νέες Τεχνολογίες, ψηφιακές πλατφόρμες και τουρισμός. Οι απόψεις των Ελλήνων τουριστών

Μίχος Ιωάννης

Ιανουάριος, 2024

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ)

Νέες Τεχνολογίες, ψηφιακές πλατφόρμες και τουρισμός. Οι απόψεις των Ελλήνων τουριστών

Διπλωματική Εργασία η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ (Εξ Αποστάσεως) στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφος

Μίχος Ιωάννης

Ιανουάριος, 2024

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Μίχος Ιωάννης, 2024. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Πανεπιστημίου Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραιτήτως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Ο Μίχος Ιωάννης, γνωρίζοντας τις συνέπειες της λογοκλοπής, δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα εργασία με τίτλο «*Νέες Τεχνολογίες, ψηφιακές πλατφόρμες και τουρισμός. Οι απόψεις των Ελλήνων τουριστών»,* αποτελεί προϊόν αυστηρά προσωπικής εργασίας και όλες οι πηγές που έχω χρησιμοποιήσει, έχουν δηλωθεί κατάλληλα στις βιβλιογραφικές παραπομπές και αναφορές. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Ο Δηλών

Μίχος Ιωάννης

Περίληψη

Η παρούσα διατριβή αναδεικνύει την αξία και τις προκλήσεις των καινοτόμων τεχνολογιών, όπως η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) και η Εικονική Πραγματικότητα (VR), στον τομέα του τουρισμού, εστιάζοντας στην ελληνική αγορά και τους Έλληνες τουρίστες. Οι κύριοι στόχοι της εστιάζονται στην κατανόηση και ανάλυση των προτιμήσεων και συμπεριφορών των Ελλήνων τουριστών σε σχέση με τις σύγχρονες τεχνολογίες και την εφαρμογή τους στον τομέα του Digital Marketing τουρισμού. Χρησιμοποιεί, ως σημεία αναφοράς ενσωμάτωσης των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, τις δημοφιλείς ψηφιακές τουριστικές πλατφόρμες Airbnb, Booking και TripAdvisor.

Τα πρωτογενή στοιχεία συγκεντρωθήκαν από εκατόν εξήντα πέντε (165) Έλληνες τουρίστες, που ταξιδεύουν τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, με τη βοήθεια κατάλληλου δομημένου ερωτηματολογίου, που καλύπτει το επίπεδο των γνώσεων, των αντιλήψεων και των στάσεων των Ελλήνων τουριστών σχετικά με τις νέες τεχνολογίες και τη συνεισφορά τους στο Digital Marketing στον τουριστικό κλάδο, καθώς και το βαθμό ικανοποίησης τους από τη χρήση των νέων τεχνολογιών.

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε, για την εξυπηρέτηση των σκοπών της έρευνας, είναι η εφαρμογή μεθόδων περιγραφικής στατιστικής για την ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων που συλλέχθηκαν. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε και διανεμήθηκε με τη βοήθεια της εφαρμογής Google Forms και τα πρωτογενή δεδομένα επεξεργάστηκαν με τη βοήθεια του Excel και της εφαρμογής SPSS της IBM.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώθηκε ότι η πλειοψηφία του δείγματος, γνωρίζει τις επιλεγείσες πλατφόρμες. Παρόλα αυτά δεν χρησιμοποιεί ή χρησιμοποιεί λίγο την πλατφόρμα TripAdvisor (53%) και του Airbnb (57%), ενώ από μέτρια έως πάρα πολύ χρησιμοποιεί της Booking. Όσον αφορά τη συνεισφορά των καινοτόμων τεχνολογιών του Digital Marketing στον τουριστικό τομέα, η πλειοψηφία γνωρίζει σε ικανοποιητικό βαθμό τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα, καθώς και τη σημαντική συνεισφορά των νέων τεχνολογιών στον τουριστικό τομέα.

Λέξεις κλειδιά: Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Τουριστικές πλατφόρμες, Τεχνητή νοημοσύνη, Εικονική Πραγματικότητα, Έλληνες τουρίστες

Abstract

This thesis highlights the value and challenges of innovative technologies, such as Artificial Intelligence (AI) and Virtual Reality (VR), in the tourism sector, focusing on the Greek market and Greek tourists. Its main objectives focus on understanding and analyzing the preferences and behaviors of Greek tourists in relation to modern technologies and their application in the field of Digital Tourism Marketing. It uses, as reference points for integrating new information and communication technologies, the popular digital tourism platforms Airbnb, Booking and TripAdvisor.

The primary data were collected from one hundred and sixty-five (165) Greek tourists, traveling both in Greece and abroad, with the help of an appropriate structured questionnaire, covering the level of knowledge, perceptions and attitudes of Greek tourists regarding new technologies and their contribution to Digital Marketing in the tourism industry, as well as their degree of satisfaction with the use of new technologies.

The methodology applied, to serve the purposes of the research, is the application of descriptive statistical methods for the analysis of the primary data collected. The questionnaire was created and distributed with the help of the Google Forms application and the raw data was processed with the help of Excel and IBM's SPSS application.

The results of the survey found that the majority of the sample is aware of the selected platforms. However, it doesn't or barely uses TripAdvisor (53%) and Airbnb (57%), while moderately to very much it uses Booking. Regarding the contribution of innovative digital marketing technologies to the tourism sector, the majority are well aware of the advantages, disadvantages, as well as the significant contribution of new technologies to the tourism sector.

Keywords: Digital Marketing, Tourism platforms, Artificial Intelligence, Virtual Reality, Greek tourists