



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΕΡΓΑΣΙΑ

Να βρείτε ένα άρθρο που έχει δημοσιευθεί σε επιστημονικό περιοδικό, που έχει CiteScore και στις λέξεις κλειδιά του να έχει τη λέξη e-shop ή e-commerce ή ecommerce και να έχει σχέση με αγορές από ηλεκτρονικό κατάστημα και να αφορά αποκλειστικά τον τουρισμό.

Στη συνέχεια να γίνει καταγραφή (ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ) στην εργασία σας στα ελληνικά:

- A. Ο τίτλος του άρθρου
- B. Ενεργός σύνδεσμος που να οδηγεί στο άρθρο
- Γ. Το citescore του περιοδικού και η λέξη κλειδί που χρησιμοποιήθηκε στην αναζήτηση του
- Δ. 1. Τι προσπαθεί να βρει το άρθρο.
- 2. Τη μεθοδολογία έρευνας του άρθρου.
- 3. Τα ερωτήματα που θέτει.
- 4. Τα αποτελέσματα που έχει βρει.
- 5. Τα συμπεράσματα του.
- 6. Δικές σας σκέψεις-ιδέες προτάσεις σχετικά με την έρευνα.

ΕΚΠΟΝΗΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ
ΤΖΗΚΑ ΕΛΕΝΗ, MD2436

ΠΡΟΣ ΤΟΝ
Επίκουρο Καθηγητή Αντωνόπουλο Νίκο

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών μου για την απόκτηση

Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών που απονέμει το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας.

Κεφαλονιά 2025

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΠΕΡΙΛΗΨΗ</u>	1
<u>Α. ΤΙΤΛΟΣ ΑΡΘΡΟΥ</u>	2
<u>Β. ΕΝΕΡΓΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΡΘΡΟΥ</u>	2
<u>Γ. SITESCORE ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΚΑΙ ΛΕΞΗ ΚΛΕΙΔΙ</u>	2
<u>Δ. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΘΡΟΥ</u>	4
<u>1. ΤΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙ ΝΑ ΒΡΕΙ ΤΟ ΑΡΘΡΟ</u>	4
<u>2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ</u>	4
<u>3. ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ</u>	5
<u>4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</u>	5
<u>5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</u>	5
<u>6. ΣΚΕΨΕΙΣ – ΙΔΕΕΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ</u>	6

Εισαγωγή – Περίληψη Άρθρου

Για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκε το άρθρο **Construction of Tourism E-Commerce Platform Based on Artificial Intelligence Algorithm** (Yin, Xiaoyin & He, Jiangnan του 2022) του περιοδικού **Computational Intelligence and Neuroscience** μετά από αναζήτηση σε σχέση με e-commerce και τουρισμό.

Το άρθρο παρουσιάζει μια ενδιαφέρουσα ιδέα, αλλά λόγω **αναξιοπιστίας των δεδομένων**, η έρευνα **δεν μπορεί να θεωρηθεί έγκυρη**. Εάν διορθωθούν τα παραπάνω προβλήματα, η μελέτη θα μπορούσε να έχει σημαντική επιστημονική αξία.

Στα τέλη του 20ού αιώνα, η **ταχεία ανάπτυξη του διαδικτύου** οδήγησε στην εξάπλωση του **ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)**, το οποίο άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ταξιδεύουν και οργανώνουν τα ταξίδια τους.

Ένα από τα μεγαλύτερα **πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου** είναι η **άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες και δεδομένα**, επιτρέποντας στους ταξιδιώτες να σχεδιάζουν πιο εύκολα τα ταξίδια τους. Παρόλα αυτά, το **ηλεκτρονικό εμπόριο στον τουρισμό** δεν έχει αναπτυχθεί στον ίδιο βαθμό με άλλους τομείς. Για να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα, η έρευνα αυτή εστιάζει στη **δημιουργία μιας τουριστικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας** που βασίζεται σε **αλγορίθμους τεχνητής νοημοσύνης** και σύγχρονες τεχνολογίες όπως τα **Υπολογιστικά νέφη (Cloud Computing)**, την **Ανάλυση μεγάλων δεδομένων (Big Data Analysis)** και τους **Αλγόριθμους μηχανικής μάθησης** όπως **K-Means Clustering**.

Η έρευνα αναλύει τη διαφορά μεταξύ **παραδοσιακών και σύγχρονων τουριστικών πλατφορμών** και προτείνει μεθόδους για τη **βελτιστοποίηση της διαχείρισης και της εμπειρίας των χρηστών**. Η πλατφόρμα που προτείνεται βασίζεται σε **έξυπνη ανάλυση δεδομένων**, βοηθώντας τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς να μειώσουν το κόστος τους και να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών τους. Τα **αποτελέσματα των πειραμάτων** δείχνουν ότι η χρήση της πλατφόρμας αυτής **αυξάνει τον αριθμό των επισκεπτών κατά 3,54% και την οικονομική απόδοση των τουριστικών προορισμών κατά 4,2%**. Η υιοθέτηση έξυπνων τεχνολογιών και τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να οδηγήσει σε μια **πιο αποδοτική, εξατομικευμένη και βιώσιμη τουριστική βιομηχανία**.

A. Τίτλος Άρθρου

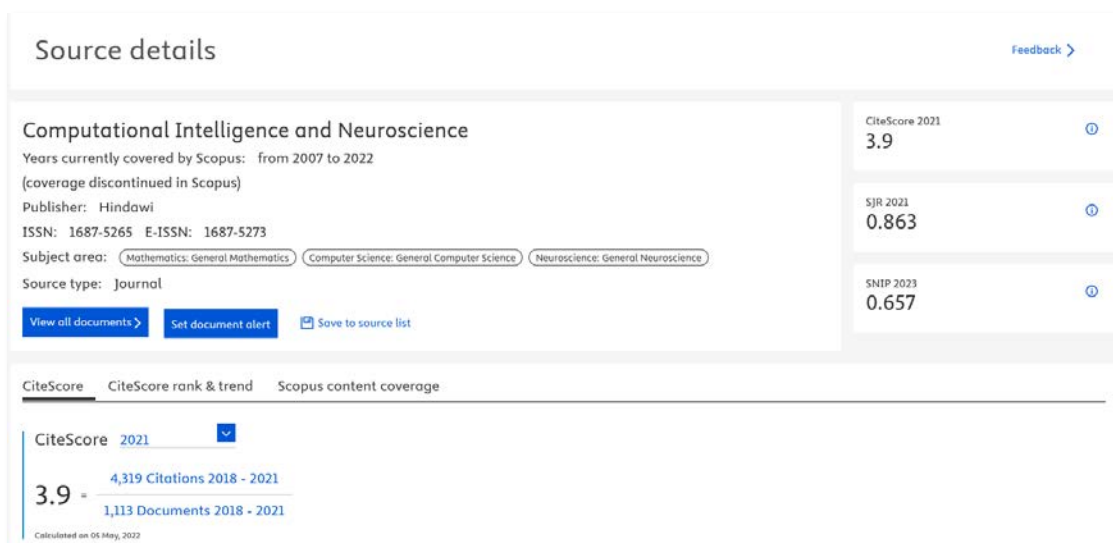
- Construction of Tourism E-Commerce Platform Based on Artificial Intelligence Algorithm (EN)
- Κατασκευή Πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τον Κλάδο του Τουρισμού Βασισμένη σε Αλγόριθμο Τεχνητής Νοημοσύνης (EL)

B. Ενεργός Σύνδεσμος Άρθρου

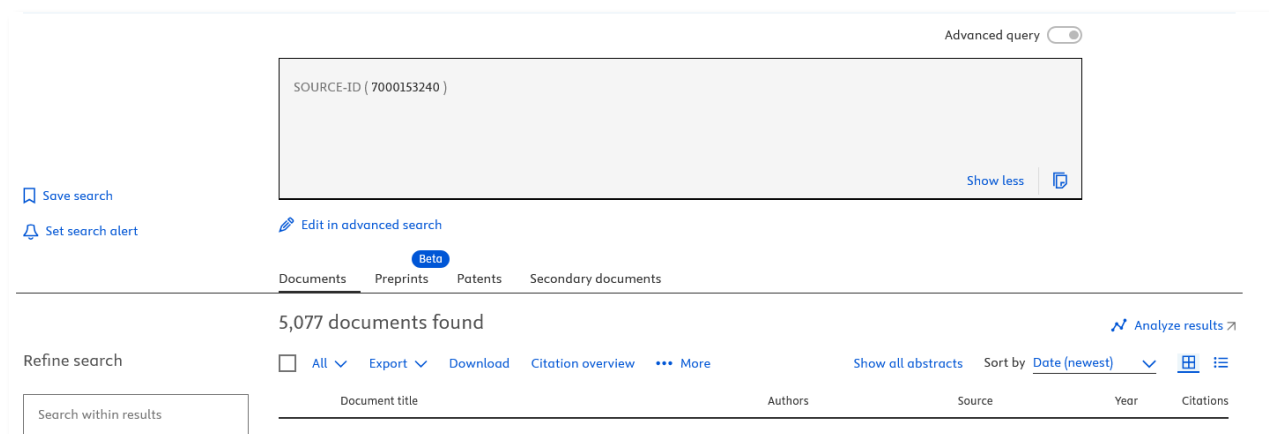
- Σύνδεσμος Άρθρου: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/5558011>
- Σύνδεσμος Scopus: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85132275469&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=e4bf8a48c366e14737c2741ef4118405&sot=a&sdt=sisr&s=SOURCE-ID+%287000153240%29&sl=22&sessionSearchId=e4bf8a48c366e14737c2741ef4118405>
- Σύνδεσμος Περιοδικού: <https://www.scopus.com/sourceid/7000153240?origin=resultslist>

Γ. SiteScore Περιοδικού και Λέξη Κλειδί

Το περιοδικό είναι το Computational Intelligence and Neuroscience με SiteScore 3.9 (2021)^{-εικ.1} με 5077 δημοσιευμένα άρθρα.^{-εικ.2}

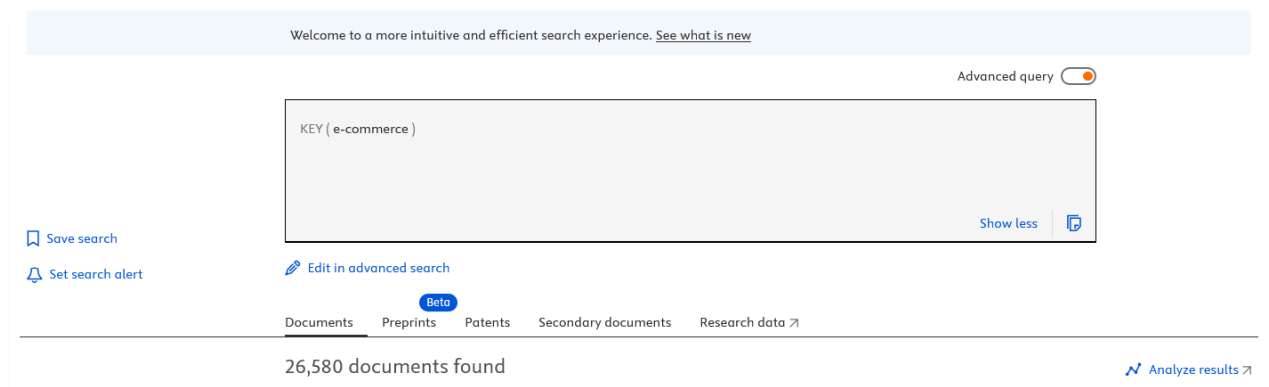


Εικόνα 1



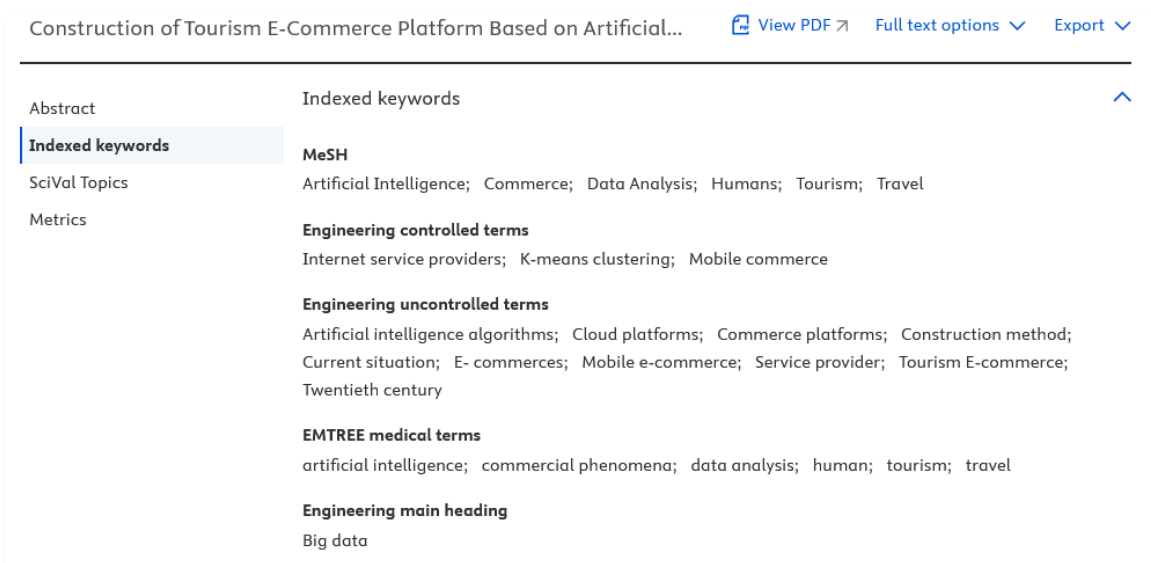
Εικόνα 2

Η λέξη κλειδί που χρησιμοποιήθηκε είναι E-commerce και έφερε 26580 αποτελέσματα άρθρων στην αναζήτηση.^{-εικ.3}



Εικόνα 3

Οι λέξεις κλειδιά του άρθρου αποτυπώνονται στην εικόνα 4



Εικόνα 4

Δ. Ανάλυση Άρθρου

1. Τι προσπαθεί να βρει το άρθρο.

Το προαναφερθέν άρθρο επικεντρώνεται στη δημιουργία μιας **πλατφόρμας τουριστικού ηλεκτρονικού εμπορίου** που βασίζεται στην **τεχνητή νοημοσύνη (AI)**. Η βασική ιδέα είναι να αντιμετωπίσει τις ελλείψεις που υπάρχουν στις υπάρχουσες τουριστικές πλατφόρμες και να προσφέρει **εξατομικευμένες υπηρεσίες** στους χρήστες, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες όπως: **Μεγάλα δεδομένα (Big Data)** για την κατανόηση των προτιμήσεων των ταξιδιωτών, **Αλγόριθμους AI** για τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας τουριστών και τουριστικών επιχειρήσεων και **Υπολογιστικό νέφος (Cloud Computing)** για την αποθήκευση και επεξεργασία δεδομένων σε πραγματικό χρόνο.

Η έρευνα προσπαθεί να βελτιώσει τη λειτουργία των τουριστικών πλατφορμών, ώστε να ενισχυθεί η εμπειρία των ταξιδιωτών μέσω **προσωποποιημένων προτάσεων** (όπως προτεινόμενες διαδρομές και αξιοθέατα). Ο επόμενος στόχος είναι να **αυξηθούν τα έσοδα** των τουριστικών επιχειρήσεων με τη χρήση έξυπνων στρατηγικών διαχείρισης ενώ ταυτόχρονα να μειωθούν οι **λειτουργικές δυσκολίες** των επιχειρήσεων τουρισμού που χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα προώθησης και πώλησης υπηρεσιών. Το άρθρο προσπαθεί να καταδείξει ότι η ενσωμάτωση **τεχνητής νοημοσύνης** στις τουριστικές πλατφόρμες μπορεί να οδηγήσει σε **βελτιστοποιημένες και αποδοτικές υπηρεσίες**, τόσο για τους ταξιδιώτες όσο και για τους φορείς του τουρισμού.

2. Μεθοδολογία έρευνας του άρθρου.

Αναλύοντας τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, παρατηρούμε ότι χρησιμοποιείται μια **πολυδιάστατη προσέγγιση** για την κατασκευή και ανάλυση της πλατφόρμας, βασιζόμενη σε διαφορετικές τεχνολογίες όπως μπορούμε να δούμε ακολούθως:

Ανάλυση Μεγάλων Δεδομένων (Big Data Analysis): Η έρευνα εξετάζει πώς τα δεδομένα που συλλέγονται από τους χρήστες μπορούν να αναλυθούν για να παρέχουν βελτιωμένες υπηρεσίες. Χρησιμοποιώντας αλγόριθμους εξόρυξης δεδομένων (**Data Mining**) προσπαθεί να κατανοήσει τις ανάγκες των ταξιδιωτών.

Αλγόριθμοι Τεχνητής Νοημοσύνης: Χρησιμοποιούνται τεχνικές **K-Means Clustering** για την κατηγοριοποίηση των ταξιδιωτών ανάλογα με τις προτιμήσεις τους.

Αλγόριθμοι προτάσεων (Recommendation Algorithms) βοηθούν στη δημιουργία εξατομικευμένων προτάσεων διαμονής, μετακινήσεων και αξιοθέατων.

Σύγκριση Παραδοσιακών και Σύγχρονων Πλατφορμών: Αναλύεται η δομή και λειτουργία παραδοσιακών cloud-based τουριστικών πλατφορμών, ενώ ταυτόχρονα προσεγγίζεται πειραματική εφαρμογή της προτεινόμενης πλατφόρμας για να συγκριθεί η απόδοσή της με τις υπάρχουσες λύσεις.

Ανάλυση Δεδομένων από τον Τουριστικό Κλάδο: Για την αξιολόγηση της πλατφόρμας, χρησιμοποιούνται δεδομένα από ετήσιες εκθέσεις και στατιστικές υπηρεσίες τουρισμού. Χρησιμοποιείται το **λογισμικό SPSS** για στατιστική ανάλυση της σχέσης μεταξύ τουριστικής κίνησης και εσόδων.

Το άρθρο εφαρμόζει ένα **πειραματικό τεστ** όπου μετράται η επίδραση της πλατφόρμας στην αύξηση των τουριστών και στα οικονομικά οφέλη. Τα αποτελέσματα υποστηρίζουν ότι η πλατφόρμα συμβάλλει σε αύξηση **3,54% στους επισκέπτες** και **4,2% στην τουριστική οικονομία**.

3. Ερωτήματα που θέτει.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που καλείται να απαντήσει η έρευνα όπως αποτυπώνονται στο άρθρο είναι τα ακόλουθα:

Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να βελτιώσει την εμπειρία του ταξιδιώτη;

Ποιες τεχνολογίες είναι οι πιο αποτελεσματικές για την ανάπτυξη τουριστικών πλατφορμών;

Πώς μπορεί η ανάλυση δεδομένων να προβλέψει τις ανάγκες των τουριστών;

Τι αντίκτυπο έχει η εφαρμογή της πλατφόρμας στα έσοδα των τουριστικών επιχειρήσεων;

4. Τα αποτελέσματα που έχει βρει.

Με την ολοκλήρωση της έρευνας τα αποτελέσματα που παρουσιάζει υποδεικνύουν **θετική επίδραση** από τη χρήση της προτεινόμενης πλατφόρμας και σε πιο συγκεκριμένα νούμερα, **αύξηση 3,54% στις επισκέψεις τουριστών** μετά την εισαγωγή της πλατφόρμας, **αύξηση 4,2% στα έσοδα** από τουριστικές δραστηριότητες και **βελτιωμένη εμπειρία χρήστη**, καθώς το 90% των χρηστών δήλωσαν ικανοποιημένοι από τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Προχωρώντας πιο κάτω όμως, θα αναλυθούν περισσότερο οι λόγοι της αμφισβήτησης της ακρίβειά τους.

5. Τα συμπεράσματα του.

Ολοκληρώνοντας την έρευνά τους οι Yin, Xiaoyin και He, Jiangnan τονίζουν την ανάγκη ενσωμάτωσης **τεχνητής νοημοσύνης** στις εκάστοτε πλατφόρμες τους, ώστε να προσφέρεται εξατομικευμένη εμπειρία. Στο κομμάτι βελτιστοποίησης διαχείρισης των πελατών είναι σημαντικό να υιοθετηθούν **τεχνολογίες cloud και big data**.

Καθώς η κερδοφορία και η βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ο κύριος στόχος, η χρήση **έξυπνης ανάλυσης δεδομένων** αποτελεί μονόδρομο. Επειδή όμως το άρθρο **αποσύρθηκε**, τα συμπεράσματά του δεν μπορούν να θεωρηθούν έγκυρα χωρίς περαιτέρω αξιολόγηση.

6. Δικές σας σκέψεις-ιδέες προτάσεις σχετικά με την έρευνα.

Σκέψεις & Προτάσεις

Η ιδέα της χρήσης της τεχνητής νοημοσύνης στον τουρισμό είναι πολύ ενδιαφέρουσα και θα μπορούσε πράγματι να βελτιώσει την εμπειρία των ταξιδιωτών και την αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Ωστόσο, για να είναι αξιόπιστη μια τέτοια έρευνα, πρέπει να παρουσιάζει σαφή μεθοδολογία, ρεαλιστικά δεδομένα και επαληθεύσιμα αποτελέσματα.

Μια πιο αυστηρή αξιολόγηση της εφαρμογής της πλατφόρμας, με τη χρήση πραγματικών δεδομένων και δοκιμών σε μεγαλύτερη κλίμακα, θα μπορούσε να προσδώσει αξιοπιστία στα ευρήματα.

Γιατί ανακλήθηκε (Retracted);

Το άρθρο ανακλήθηκε από τον εκδοτικό οίκο **Hindawi** λόγω ανησυχιών σχετικά με την **αξιοπιστία της έρευνας**. Σύμφωνα με την αναφορά ανάκλησης, εντοπίστηκαν τα εξής προβλήματα:

- **Ασυνέπειες στο περιεχόμενο** – Υπήρχαν ανακρίβειες στην περιγραφή της έρευνας και των δεδομένων.
- **Αναξιοπιστία των αποτελεσμάτων** – Οι συγγραφείς δεν παρείχαν επαρκείς αποδείξεις που να στηρίζουν τα πορίσματα της μελέτης.
- **Λανθασμένες αναφορές** – Χρησιμοποιήθηκαν ακατάλληλες ή παραπλανητικές βιβλιογραφικές πηγές.
- **Υποψία χειραγώγησης της διαδικασίας αξιολόγησης** – Υπήρχαν ενδείξεις ότι η διαδικασία κριτικής αξιολόγησης (peer-review) είχε παραβιαστεί.

Παρόλο που η ιδέα πίσω από το άρθρο είναι ενδιαφέρουσα και επίκαιρη, φαίνεται ότι τα δεδομένα και η μεθοδολογία δεν ήταν αξιόπιστα, οδηγώντας στην ανάκληση της δημοσίευσης. Εάν η έρευνα είχε διεξαχθεί με μεγαλύτερη ακρίβεια και διαφάνεια, θα μπορούσε να αποτελέσει μια σημαντική συμβολή στον τομέα του έξυπνου τουριστικού εμπορίου.