**Interessentanalyse**

**Turister**

Turisterne har er en interessent i projektet, da det er dem projektet retter sig imod, det er dem der skal anvende ruteplanlægningen, til at forbedre deres ferie og derfor vil de være interesseret i at det fungere så godt som muligt. Turisterne er blevet delt ind i tre mindre grupper, hvor nogle af interesserne ikke er ens.

**Storbyturister**

Storbysturister er en væsentlig interessent i projektet, da en turist i en storby ofte vil se en masse ting. Hvis turisterne ikke planlægger hvad det er, de vil se, kan turisterne meget nemt glemme at få besøgt nogle af de seværdigheder, de ville se. Det kan skyldes, at turisterne vælger at gå en meget lang rute, og derved finder andre ting som de vælger at bruge deres tid på, eller at de simpelthen bare ikke kan finde vej til den attraktion de nu ønsker at se. Et ruteplanlægningsværktøj vil derfor være interessent for storbyturister, da det kan være med til at planlægge den helt rigtige ferie, hvor turisterne kommer til at besøge alle de attraktioner, de ønsker at besøge.

**Statsejede/privatejede attraktioner**

Statsejede attraktioner er en interessent i projektet, da staten ønsker, at der skal flere penge ind i landet. Hvis der er turister i et land, vil staten være interesseret i at få turisterne til at se og prøve så mange attraktioner der er i landet som muligt. På den måde vil der være flere penge til landet.

De privatejede attraktioner vil ligeledes være en interessent i projektet, da private ejere ønsker at tjene så meget som muligt.

Her vil et ruteplanlægningsværktøj kunne hjælpe turister med at se nogle af de attraktioner der er i landet, hvis man fx havde en top 5 over de attraktionerne der er i landet, eller i den by man besøger.

**Handel**

Handel er også en interessent i projektet, da kendte brands som fx Adidas, Louis Vuitton, McDonald’s og lignende gerne vil tiltrække flere kunder. Ved at implementere disse adresser i et ruteplanlægningsværktøj, kan det tiltrække nysgerrige turrister, og derved øge forretningernes omsætning.

Dette kan dog komme til at gå udover de mindre forretninger i byerne, da der er en chance for, at de vil blive besøgt mindre, eftersom mange turister ikke nødvendigvis kender de mindre forretninger.

**Transport**

**Offentlig transport**

Transport er en interessent i projektet, da der i samarbejde med staten, vil være mulighed for at planlægge ruter der foregår i en anden by end den turisterne er i, ved hjælp af offentlig transport. Dette vil være med til at øge den statslige indkomst, og derfor er staten en interessent.

**Taxaselskaber**

Et andet transportmiddel, som er en interessent, er taxaselskaberne. Hvis ruterne i et ruteplanlægningsværktøj bliver planlagt efter offentlig transport, vil taxaselskaberne miste potentielle kunder, og de skal derfor finde andre metoder for at få nye kunder.

**Turistkontoret**

Turistkontoret er også en interessent i projektet, da deres job er at servicere turister og hjælpe dem med at finde vej til diverse attraktioner. Et ruteplanlægningsværktøj kan potentielt udgøre en risiko for at der bliver mindre at lave i et turistkontor og derfor medføre nogle fyrringer. På den anden side kan det også hjælpe turister med at få hjælp, når nu turistkontoret har lukket, eller hvis der er for lange køer.

**Guide-bureauer/pakkerejser**

De forskellige guide-bureauer der sælger pakkerejser med guide og lignende, er også en interessent i projektet. Disse bureauer vil være imod et ruteplanlægningsværktøj, da det kan fratage dem nogle potentielle kunder, og derved sænke guide-bureauernes indkomst.

**Interessentanalysen - Prioriteringen**

**Gidsler**

Gidslerne i projektet, altså de interessenter med en vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse, er de stats-/privatejede attraktioner, de større butikker, storbyturisterne og den offentlige transport.

Disse interessenter er gidsler, da det uden deres interesse, vil være meget svært, at lave et ruteplanlægningsværktøj, der opfylder det turisterne har brug for. Grunden til at deres indflydelse på projektet ikke er stor, skyldes at adresserne ligger på nettet, så det er forholdsvist nemt at finde adresserne til attraktioner, butikker etc. uden deres hjælp. Grunden til at turisterne er gidsler, skyldes, at de ikke har meget indflydelse i projektet, de skal blot anvende ruteplanlægningsværktøjet.

**Ressourcepersoner**

Ressourcepersonerne i projektet, altså de interessenter med en vigtig aktiv medvirken og stor indflydelse, er turistkontoret.

Turistkontoret i dette projekt er ressourceperson, da de har rigtig mange informationer om turister, og hvad turisterne gerne vil se. Derudover kan de have idéer til hvad der skal indgå i gruppens program, for at det vil være mest optimalt for turisterne.

**Ekstern**

De eksterne i projektet, altså de interessenter med en mindre vigtig aktiv medvirken og lille indflydelse, er de små butikker, taxaselskaber og guide-bureauer.

Disse interessenter er på en måde ”offerene” ved projektet. De har ikke særlig meget at skulle have sagt, og de har stort set ingen indflydelse på projektet, men projektet har en indflydelse på dem, og deres indkomst.

**Grå eminence**

Den grå eminence i projektet, altså de interessenter med en mindre vigtig aktiv medvirken og stor indflydelse, er Google Maps.

Google medvirker ikke i projektet aktivt, men Google har en meget stor indflydelse på projektet, idet ruteplanlægningsværktøjet skal køre gennem Google Maps.