

Δρ. Ατσαλάκη Ιωάννα
Διδάκτορας του Πολυτεχνείου Κρήτης στο τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης (2022)

Ιωάννα Ατσαλάκη

Η σημασία του Smart Tourism: προς ένα βιώσιμο, ανταγωνιστικό και ανθρωποκεντρικό τουριστικό μοντέλο

Ο τουρισμός εισέρχεται σε μια περίοδο βαθιάς μεταμόρφωσης. Η κλιματική αλλαγή, η υπερσυγκέντρωση επισκεπτών, οι γεωπολιτικές αναταράξεις, η έλλειψη εργατικού δυναμικού και οι μεταβαλλόμενες προσδοκίες των ταξιδιωτών υποχρεώνουν επιχειρήσεις και προορισμούς να αναζητήσουν νέους τρόπους οργάνωσης. Σε αυτό το περιβάλλον, ο «έξυπνος τουρισμός» —Smart Tourism— δεν αποτελεί απλώς μια ακόμη μορφή ψηφιοποίησης. Αντιπροσωπεύει ένα νέο μοντέλο διαχείρισης, στο οποίο τα δεδομένα, η τεχνολογία, η βιωσιμότητα, η προσβασιμότητα και η συνεργασία συνδυάζονται για τη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη και της ποιότητας ζωής των κατοίκων.

Σύμφωνα με τον ορισμό που προωθεί η UN Tourism, ένας έξυπνος προορισμός διαθέτει ολοκληρωμένη στρατηγική για την τεχνολογία, την καινοτομία, τη βιωσιμότητα, την προσβασιμότητα και τη συμπερίληψη σε ολόκληρο τον ταξιδιωτικό κύκλο: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψη. Αντίστοιχα, η ευρωπαϊκή προσέγγιση στηρίζεται σε τέσσερις βασικούς άξονες: προσβασιμότητα, βιωσιμότητα, ψηφιοποίηση, καθώς και πολιτιστική κληρονομιά και δημιουργικότητα. Επομένως, ο Smart Tourism δεν ταυτίζεται με την εγκατάσταση εφαρμογών ή έξυπνων αισθητήρων. Προϋποθέτει μια συνολική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζεται, παράγεται και διοικείται το τουριστικό προϊόν (UN Tourism, European Commission).

Από τον μαζικό στον ευφυώς διαχειριζόμενο τουρισμό

Το παραδοσιακό τουριστικό μοντέλο βασίστηκε στην αύξηση των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και των εσόδων. Όμως η αριθμητική μεγέθυνση δεν εγγυάται πάντοτε αντίστοιχη οικονομική ή κοινωνική ωφέλεια. Ένας προορισμός μπορεί να υποδέχεται περισσότερους επισκέπτες, αλλά ταυτόχρονα να αντιμετωπίζει συμφόρηση, πίεση στις υποδομές, αύξηση των ενοικίων, κατανάλωση φυσικών πόρων και υποβάθμιση της καθημερινότητας των κατοίκων.

Ο έξυπνος τουρισμός μετατοπίζει το ενδιαφέρον από την απλή αύξηση των αφίξεων στη βελτιστοποίηση της συνολικής αξίας που δημιουργεί ο τουρισμός. Το ζητούμενο δεν είναι μόνο πόσοι επισκέπτες φτάνουν σε έναν προορισμό, αλλά πότε έρχονται, πόσο παραμένουν, πού κινούνται, πόσο δαπανούν, ποιες τοπικές επιχειρήσεις υποστηρίζουν και ποιο περιβαλλοντικό αποτύπωμα αφήνουν.

Με τη χρήση δεδομένων από κρατήσεις, μεταφορές, κινητές συσκευές, αισθητήρες, ηλεκτρονικές πληρωμές και ψηφιακές αξιολογήσεις, οι αρμόδιοι φορείς μπορούν να αποκτήσουν ακριβέστερη εικόνα της ζήτησης. Η ανάλυση αυτών των δεδομένων επιτρέπει την πρόβλεψη των περιόδων αιχμής, την καλύτερη διαχείριση της κυκλοφορίας και την ανακατεύθυνση επισκεπτών προς λιγότερο κορεσμένες περιοχές.

Καλύτερη εμπειρία για τον ταξιδιώτη

Η σημαντικότερη άμεση επίδραση του Smart Tourism αφορά την ποιότητα της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Ο σύγχρονος επισκέπτης επιθυμεί άμεση, αξιόπιστη και εξατομικευμένη πληροφόρηση. Θέλει να γνωρίζει σε πραγματικό χρόνο τα δρομολόγια, τις καιρικές συνθήκες, την επισκεψιμότητα ενός αξιοθέατου, τις διαθέσιμες δραστηριότητες και τις επιλογές μετακίνησης.

Μέσω εφαρμογών, ψηφιακών βοηθών και συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης, ο ταξιδιώτης μπορεί να λαμβάνει προτάσεις ανάλογα με τον χρόνο, τον προϋπολογισμό, την ηλικία, τη φυσική του κατάσταση και τα ενδιαφέροντά του. Ένα ταξιδιωτικό πρόγραμμα μπορεί να αναπροσαρμόζεται όταν αλλάξει ο καιρός, όταν ένας χώρος είναι υπερβολικά πολυσύχναστος ή όταν προκύψει καθυστέρηση στις μετακινήσεις.

Η εξατομίκευση αυτή δεν περιορίζεται στην ευκολία. Μπορεί να εμπλουτίσει ουσιαστικά την εμπειρία, φέρνοντας τον επισκέπτη σε επαφή με τοπικές επιχειρήσεις, πολιτιστικές διαδρομές, μικρούς παραγωγούς και λιγότερο γνωστά αξιοθέατα. Έτσι, η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα ανάμεσα στον ταξιδιώτη και στην τοπική ταυτότητα.

Ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων

Ο Smart Tourism είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του ευρωπαϊκού τουριστικού οικοσυστήματος. Ένα μικρό ξενοδοχείο μπορεί να χρησιμοποιεί αυτοματοποιημένα συστήματα για κρατήσεις, πολύγλωσση επικοινωνία, πρόβλεψη πληρότητας και δυναμική τιμολόγηση. Ένα εστιατόριο μπορεί να διαχειρίζεται ηλεκτρονικές παραγγελίες, αποθέματα, αλλεργιογόνα και αξιολογήσεις πελατών. Ένα τουριστικό γραφείο μπορεί να δημιουργεί εξατομικευμένες προτάσεις και να παρακολουθεί σε πραγματικό χρόνο τη διαθεσιμότητα υπηρεσιών.

Η σωστή χρήση της τεχνητής νοημοσύνης μπορεί επίσης να βελτιώσει την πρόβλεψη της ζήτησης, τον σχεδιασμό του προσωπικού και την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών εκστρατειών. Η επιχείρηση δεν χρειάζεται πλέον να βασίζεται αποκλειστικά στην εμπειρική εκτίμηση ή στα δεδομένα της προηγούμενης χρονιάς. Μπορεί να ενσωματώνει πληροφορίες για τις αεροπορικές συνδέσεις, τις διαδικτυακές αναζητήσεις, τις τιμές των ανταγωνιστών και τις διεθνείς εξελίξεις.

Ο ΟΟΣΑ επισημαίνει ότι η ψηφιοποίηση προσφέρει στις τουριστικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δυνατότητες πρόσβασης σε νέες αγορές, ανάπτυξης νέων προϊόντων και αναβάθμισης της θέσης τους στις διεθνείς αλυσίδες αξίας. Ωστόσο, απαιτούνται επενδύσεις σε δεξιότητες, τεχνική υποστήριξη και ψηφιακές υποδομές, ώστε η τεχνολογική μετάβαση να μην ωφελήσει αποκλειστικά τις μεγάλες επιχειρήσεις (OECD).

Βιωσιμότητα και διαχείριση των τουριστικών ροών

Η βιωσιμότητα αποτελεί κεντρική διάσταση του έξυπνου τουρισμού. Μέσω αισθητήρων και συστημάτων παρακολούθησης μπορούν να καταγράφονται η κατανάλωση νερού και ενέργειας, η παραγωγή αποβλήτων, η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η επιβάρυνση ευαίσθητων οικοσυστημάτων. Οι πληροφορίες αυτές επιτρέπουν τη λήψη έγκαιρων μέτρων και την αντικατάσταση της αποσπασματικής αντίδρασης με προληπτικό σχεδιασμό.

Οι ψηφιακές εφαρμογές μπορούν να ενημερώνουν τους επισκέπτες για τον βαθμό συμφόρησης,

να προτείνουν εναλλακτικές διαδρομές και να κατανέμουν τη ζήτηση σε περισσότερες περιοχές και διαφορετικές εποχές. Ο ΟΟΣΑ σημειώνει ότι η τεχνητή νοημοσύνη και η προγνωστική ανάλυση μπορούν να συμβάλουν στον περιορισμό του υπερτουρισμού. Προειδοποιεί, όμως, ότι τα συστήματα συστάσεων ενδέχεται να επιδεινώσουν τη συγκέντρωση επισκεπτών, εάν προβάλλουν συνεχώς τα ίδια δημοφιλή σημεία (OECD Tourism Trends and Policies 2026).

Επομένως, ο έξυπνος τουρισμός δεν είναι αυτομάτως βιώσιμος. Η τεχνολογία πρέπει να χρησιμοποιείται με συγκεκριμένους περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς στόχους, διαφορετικά μπορεί απλώς να αυξήσει την ταχύτητα και την ένταση της τουριστικής κατανάλωσης.

Προσβασιμότητα και κοινωνική συμπερίληψη

Ένας πραγματικά έξυπνος προορισμός πρέπει να είναι προσβάσιμος σε όλους. Οι ψηφιακές υπηρεσίες μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για διαδρομές κατάλληλες για αναπηρικά αμαξίδια, ηχητική ξενάγηση για άτομα με προβλήματα όρασης, υπότιτλους και νοηματική γλώσσα, καθώς και απλοποιημένες οδηγίες για ηλικιωμένους ή άτομα με γνωστικές δυσκολίες.

Η προσβασιμότητα, ωστόσο, δεν μπορεί να εξαντλείται σε μια εφαρμογή. Χρειάζεται να συνοδεύεται από κατάλληλες υποδομές, προσβάσιμες μεταφορές και εκπαιδευμένο προσωπικό. Παράλληλα, πρέπει να διατηρούνται εναλλακτικοί τρόποι εξυπηρέτησης για όσους δεν διαθέτουν ψηφιακές δεξιότητες ή έξυπνη συσκευή. Διαφορετικά, ο Smart Tourism κινδυνεύει να δημιουργήσει νέες μορφές αποκλεισμού.

Η σημασία για την Ελλάδα

Για την Ελλάδα, ο έξυπνος τουρισμός έχει στρατηγική σημασία. Η υψηλή εποχικότητα, η γεωγραφική διασπορά των νησιών, η πίεση στους υδάτινους πόρους και η συγκέντρωση της ζήτησης σε λίγους γνωστούς προορισμούς καθιστούν αναγκαία μια περισσότερο ορθολογική διαχείριση.

Με ενιαίες πλατφόρμες δεδομένων, η χώρα θα μπορούσε να παρακολουθεί καλύτερα τις ροές, να συνδέει τις αεροπορικές και ακτοπλοϊκές μετακινήσεις, να ενισχύει λιγότερο γνωστές περιοχές και να προβλέπει τις ανάγκες σε ενέργεια, νερό και δημόσιες υπηρεσίες. Ιδιαίτερα στην Κρήτη, η σύνδεση του τουρισμού με την αγροδιατροφή, τον πολιτισμό, την ενδοχώρα και τις τοπικές εμπειρίες θα μπορούσε να αυξήσει την κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη και να διαχέει τα οφέλη πέρα από τις παραλιακές ζώνες.

Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται συνεργασία μεταξύ κράτους, περιφερειών, δήμων, πανεπιστημίων, οργανισμών διαχείρισης προορισμών και επιχειρήσεων. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει ότι η κοινή χρήση δεδομένων είναι κρίσιμη για την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητα και προωθεί τη δημιουργία ευρωπαϊκού χώρου δεδομένων για τον τουρισμό, με κοινά πρότυπα και κανόνες διακυβέρνησης (European Commission).

Προϋποθέσεις και κίνδυνοι

Ο Smart Tourism συνοδεύεται από σοβαρές προκλήσεις. Η συλλογή δεδομένων δημιουργεί ζητήματα προστασίας της ιδιωτικότητας, κυβερνοασφάλειας και ιδιοκτησίας των πληροφοριών. Τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να αναπαράγουν προκαταλήψεις, να παρουσιάζουν ανακριβείς πληροφορίες ή να ευνοούν επιχειρήσεις με ισχυρότερη ψηφιακή παρουσία.

Υπάρχει επίσης ο κίνδυνος εξάρτησης από λίγες διεθνείς πλατφόρμες, οι οποίες ελέγχουν την πρόσβαση στη ζήτηση και απορροφούν σημαντικό μέρος της παραγόμενης αξίας. Για τον λόγο αυτό, οι προορισμοί χρειάζονται δικές τους αξιόπιστες υποδομές δεδομένων, διαλειτουργικά συστήματα και σαφείς κανόνες διαφάνειας.

Συμπέρασμα

Η πραγματική σημασία του Smart Tourism βρίσκεται στη δυνατότητά του να μετατρέψει τον τουρισμό από έναν τομέα μαζικής κατανάλωσης σε ένα ευφυές οικοσύστημα δημιουργίας αξίας. Μπορεί να βελτιώσει την εμπειρία του επισκέπτη, να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, να προστατεύσει τους φυσικούς πόρους και να συμβάλει στην ισόρροπη ανάπτυξη των προορισμών.

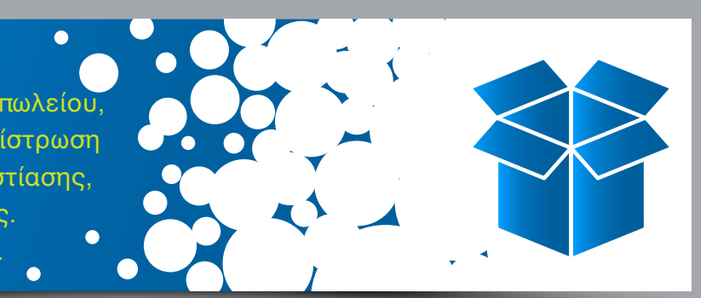
Η τεχνολογία, όμως, δεν αποτελεί αυτοσκοπό. Ένας προορισμός δεν γίνεται έξυπνος επειδή διαθέτει περισσότερες εφαρμογές, αλλά επειδή χρησιμοποιεί τη γνώση για να λαμβάνει καλύτερες αποφάσεις. Ο επιτυχημένος Smart Tourism θα είναι εκείνος που θα συνδυάσει την ψηφιακή καινοτομία με την ανθρώπινη φιλοξενία, τη βιωσιμότητα, την τοπική ταυτότητα και τη δίκαιη κατανομή των ωφελειών. Σε αυτή την ισορροπία βρίσκεται το μέλλον του τουρισμού — και ιδιαίτερα το μέλλον προορισμών όπως η Ελλάδα, οι οποίοι καλούνται να προστατεύσουν όσα τους καθιστούν μοναδικούς, ενώ ταυτόχρονα προσαρμόζονται στη νέα ψηφιακή εποχή.

Για την έντυπη επικοινωνία σας

ΕΝΤΥΠΟ
Κατάλογοι, βιβλία, περιοδικά, φυλλάδια, εφημερίδες, ειδικά εμπορικά έντυπα, ψηφιακή εκτύπωση σε όλων των ειδών τα υλικά, μηχανογραφικά έντυπα.



ΚΟΥΤΙ
Κουτιά ζαχαροπλαστείου, ψητοπωλείου, πίτσας, υδράντοχα με ειδική επίστρωση για άμεση επαφή με τρόφιμα εστίασης, ψυγείου και βαθειάς κατάψυξης. Κουτιά ποτών και αναψυκτικών.



ΠΟΤΗΡΙ
Χάρτινα ποτήρια με εκτύπωση λογότυπου ή προτυπωμένα, μονότοιχα η διπλότοιχα όλων των διατάσεων (4, 8, 12, 16 oz).



Ο σύγχρονος μηχανολογικός εξοπλισμός και η πολυετή εμπειρία μας, στο χώρο των εκτυπώσεων, μας δίνει τη δυνατότητα να προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις, προβολής και προώθησης, με την υψηλότερη ποιότητα παραγωγής στη χαμηλότερη τιμή.

www.cupcode.gr - info@cupcode.gr

cup code