

Γιώργος Σ. Ατσαλάκης
Ειδικότητα: Τεχνολογική Πρόβλεψη
Αναπληρωτής Καθηγητής
στη Σχολή Μηχανικών Παραγωγής
και Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

Γιώργος Ατσαλάκης

«Πώς το ChatGPT μεταμορφώνει τον τουρισμό»

Από την αναζήτηση πληροφοριών στη συνδημιουργία ταξιδιωτικών εμπειριών

Η τουριστική βιομηχανία έχει βιώσει πολλές τεχνολογικές μεταβάσεις. Το διαδίκτυο μετέφερε την αναζήτηση ταξιδιωτικών πληροφοριών από τα έντυπα στα ηλεκτρονικά μέσα. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες έδωσαν τη δυνατότητα άμεσης σύγκρισης τιμών και κρατήσεων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετέτρεψαν κάθε ταξιδιώτη σε παραγωγό περιεχομένου, ενώ τα κινητά τηλέφωνα, οι ψηφιακοί χάρτες, οι εφαρμογές και οι ηλεκτρονικές αξιολογήσεις δημιούργησαν το οικοσύστημα του «έξυπνου τουρισμού».

Η εμφάνιση, όμως, του ChatGPT και των άλλων εφαρμογών παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης δεν αποτελεί απλώς ακόμη μία τεχνολογική αναβάθμιση. Μεταβάλλει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι φαντάζονται, σχεδιάζουν, αγοράζουν, βιώνουν και τελικά θυμούνται ένα ταξίδι.

Μέχρι πρόσφατα, οι ψηφιακές τουριστικές υπηρεσίες απαντούσαν κυρίως στο ερώτημα: «Ποια διαθέσιμη επιλογή ταιριάζει περισσότερο στον ταξιδιώτη;». Το ChatGPT μπορεί να προχωρήσει ένα βήμα παραπέρα και να απαντήσει: «Ποια ταξιδιωτική εμπειρία μπορούμε να δημιουργήσουμε μαζί;».

Αυτή είναι η ουσιαστική αλλαγή. Η τεχνητή νοημοσύνη δεν περιορίζεται πλέον στην ταξινόμηση πληροφοριών και στην αυτοματοποίηση ενεργειών. Παράγει προτάσεις, αφηγήσεις, εικόνες, διαδρομές και εναλλακτικά σενάρια. Συνομιλεί με τον ταξιδιώτη, προσαρμόζεται στις απαντήσεις του και μπορεί, υπό προϋποθέσεις, να προβλέψει ανάγκες που ο ίδιος δεν έχει ακόμη διατυπώσει.

Ένα νέο «γνωστικό επίπεδο» στον έξυπνο τουρισμό

Ο Juan Luis Nicolau, στο επιστημονικό άρθρο του *When ChatGPT Designs Your Trip: How GenAI Adds a Cognitive Layer to Smart Tourism*, υποστηρίζει ότι η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη προσθέτει ένα νέο «γνωστικό επίπεδο» στα ψηφιακά οικοσυστήματα του τουρισμού. Δεν επεξεργάζεται απλώς δεδομένα, αλλά προσομοιώνει στοιχεία ανθρώπινης επικοινωνίας, ερμηνείας, δημιουργικότητας και συλλογισμού.

Ο Nicolau διακρίνει τρεις θεμελιώδεις μεταβάσεις:

- Από την ανάκτηση πληροφοριών στην παραγωγή περιεχομένου.
- Από την εξατομίκευση στη συνδημιουργία της εμπειρίας.
- Από τα αντιδραστικά συστήματα στον προληπτικό και προβλεπτικό σχεδιασμό.

Η διάκριση αυτή είναι κρίσιμη. Μια παραδοσιακή ταξιδιωτική πλατφόρμα εμφανίζει, για παράδειγμα, τα διαθέσιμα ξενοδοχεία στα Χανιά με βάση την τιμή, την τοποθεσία και τη βαθμολογία τους. Το ChatGPT μπορεί να σχεδιάσει ένα ολοκληρωμένο πενθήμερο ταξίδι για μια οικογένεια με μικρά παιδιά, λαμβάνοντας υπόψη τον καιρό, τις αποστάσεις, τις ώρες ξεκούρασης, τις διατροφικές προτιμήσεις, το ύψος του προϋπολογισμού και την επιθυμία αποφυγής περιοχών με μεγάλη τουριστική συμφόρηση.

Εάν ο ταξιδιώτης προσθέσει ότι ενδιαφέρεται για την κρητική γαστρονομία αλλά δεν θέλει ένα υπερβολικά πιεστικό πρόγραμμα, το σύστημα μπορεί να αναδιαμορφώσει ολόκληρο το ταξίδι. Η σχέση ανθρώπου και μηχανής γίνεται διαλογική, επαναληπτική και δημιουργική.

Η συγκεκριμένη προσέγγιση συμβαδίζει και με την ανάλυση του ΟΟΣΑ για την τεχνητή νοημοσύνη στον τουρισμό. Ο Οργανισμός αναγνωρίζει ότι η τεχνολογία μπορεί να δημιουργήσει περισσότερο εξατομικευμένες εμπειρίες, να βελτιώσει τη λειτουργία των επιχειρήσεων και να υποστηρίξει τη βιώσιμη ανάπτυξη, επισημαίνοντας παράλληλα την ανάγκη προστασίας των προσωπικών δεδομένων, των καταναλωτών και των εργαζομένων. (Nicolau, 2025, OECD, 2024).

Ο προσωπικός ταξιδιωτικός σύμβουλος

Η πρώτη μεγάλη επίδραση του ChatGPT εμφανίζεται πριν ακόμη αρχίσει το ταξίδι. Η παραδοσιακή αναζήτηση απαιτεί από τον χρήστη να επισκέπτεται διαδοχικά ιστοσελίδες, να διαβάζει αξιολογήσεις, να συγκρίνει τιμές, να υπολογίζει αποστάσεις και να συνδυάζει πληροφορίες από διαφορετικές πηγές.

Η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη συμπυκνώνει μεγάλο μέρος αυτής της διαδικασίας σε μία συνομιλία. Ο ταξιδιώτης μπορεί να ζητήσει:

«Σχεδίασε ένα επταήμερο ταξίδι στην Κρήτη για δύο άτομα, με προϋπολογισμό 1.800 ευρώ, έμφαση στη γαστρονομία και τις ήσυχες παραλίες, χωρίς οδήγηση περισσότερο από μιάμιση ώρα την ημέρα».

Το σύστημα μπορεί να μετατρέψει αυτή την περιγραφή σε ημερήσιο πρόγραμμα, να προτείνει περιοχές διαμονής, να υπολογίσει ενδεικτικό κόστος, να προετοιμάσει λίστα αποσκευών και να παρουσιάσει εναλλακτικές σε περίπτωση κακοκαιρίας. Αν έχει πρόσβαση σε αξιόπιστα, επικαιροποιημένα δεδομένα και κατάλληλα εργαλεία, μπορεί επίσης να συγκρίνει πραγματικές επιλογές και να βοηθήσει στην ολοκλήρωση των κρατήσεων.

Η χρησιμότητα είναι ιδιαίτερα μεγάλη για ταξιδιώτες με ειδικές απαιτήσεις: άτομα με αναπηρίες, ηλικιωμένους, οικογένειες, ταξιδιώτες με αλλεργίες ή περιορισμούς διατροφής και επισκέπτες που δεν γνωρίζουν τη γλώσσα του προορισμού. Το ChatGPT μπορεί να μεταφράζει πληροφορίες, να απλοποιεί σύνθετες οδηγίες και να προσαρμόζει τον τρόπο παρουσίασής τους στις γνωστικές ή αισθητηριακές ανάγκες του χρήστη.

Με τον τρόπο αυτό, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να συμβάλει σε έναν περισσότερο προσβάσιμο και συμπεριληπτικό τουρισμό. Η δυνατότητα, όμως, αυτή εξαρτάται από την ακρίβεια των δεδομένων. Μια λανθασμένη πληροφορία για την προσβασιμότητα ενός καταλύματος δεν αποτελεί απλώς τεχνικό σφάλμα· μπορεί να ακυρώσει ολόκληρη την εμπειρία ενός ταξιδιώτη.

Το ταξίδι συνεχίζει να σχεδιάζεται κατά τη διάρκειά του

Η δεύτερη σημαντική αλλαγή είναι ότι ο σχεδιασμός δεν ολοκληρώνεται πλέον πριν από την αναχώρηση. Το πρόγραμμα μπορεί να αναπροσαρμόζεται συνεχώς.

Εάν μια παραλία είναι υπερβολικά πολυσύχναστη, εάν αλλάξει ο καιρός ή εάν ο επισκέπτης αισθάνεται κουρασμένος, ένας ψηφιακός ταξιδιωτικός βοηθός μπορεί να προτείνει μια κοντινότερη δραστηριότητα. Μπορεί να αντικαταστήσει μια ορεινή διαδρομή με μια επίσκεψη σε μουσείο, να εντοπίσει μια ήσυχη επιλογή φαγητού ή να αναδιατάξει το πρόγραμμα ώστε να περιοριστούν οι περιττές μετακινήσεις.

Το ChatGPT μπορεί ακόμη να λειτουργήσει ως ψηφιακός ξεναγός. Ο επισκέπτης μπορεί να φωτογραφίσει ένα μνημείο και να ζητήσει πληροφορίες, να μάθει την ιστορία μιας τοπικής συνταγής ή να ζητήσει μετάφραση μιας πινακίδας. Η πληροφορία μπορεί να προσαρμοστεί στο επίπεδο γνώσεων και στα ενδιαφέροντά του: διαφορετικά για ένα παιδί, διαφορετικά για έναν ιστορικό και διαφορετικά για έναν επισκέπτη που θέλει μόνο μια σύντομη περιγραφή.

Έτσι, το τουριστικό προϊόν παύει να είναι απολύτως προκαθορισμένο. Εξελίσσεται σε μια δυναμική εμπειρία που μεταβάλλεται μαζί με τον ταξιδιώτη.

Η μεταμόρφωση των τουριστικών επιχειρήσε-

ων

Για τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, τα τουριστικά γραφεία και τις επιχειρήσεις δραστηριοτήτων, το ChatGPT μπορεί να αποτελέσει ταυτόχρονα εργαλείο παραγωγικότητας, εξυπηρέτησης και μάρκετινγκ.

Οι συνηθέστερες εφαρμογές περιλαμβάνουν:

- Αυτόματη και πολύγλωσση απάντηση σε ερωτήματα πελατών.
- Δημιουργία περιγραφών δωματίων, δραστηριοτήτων και προορισμών.
- Προσωποποιημένες προτάσεις αναβάθμισης ή πρόσθετων υπηρεσιών.
- Σύνταξη απαντήσεων σε ηλεκτρονικές αξιολογήσεις.
- Ανάλυση σχολίων για τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων προβλημάτων.
- Υποστήριξη στη διαμόρφωση τιμών και στην πρόβλεψη της ζήτησης.
- Εκπαίδευση προσωπικού και δημιουργία λειτουργικών οδηγιών.
- Προετοιμασία στοχευμένων διαφημιστικών εκστρατειών.

Μια μικρή ξενοδοχειακή μονάδα, η οποία δεν διαθέτει οργανωμένο τμήμα μάρκετινγκ, μπορεί να παράγει περιεχόμενο σε πολλές γλώσσες και να απαντά ταχύτερα στους πελάτες της. Ένα εστιατόριο μπορεί να μεταφράζει τον κατάλογό του, να παρουσιάζει σωστά τα αλλεργιογόνα και να προσαρμόζει την επικοινωνία του σε διαφορετικές αγορές. Ένας οργανισμός διαχείρισης προορισμού μπορεί να αναλύει μεγάλο όγκο ερωτήσεων και αξιολογήσεων για να κατανοήσει καλύτερα τι αναζητούν οι επισκέπτες.

Το μεγαλύτερο όφελος δεν είναι απαραιτήτως η μείωση του προσωπικού. Είναι η μείωση του χρόνου που αφιερώνεται σε επαναλαμβανόμενες εργασίες, ώστε οι άνθρωποι να ασχολούνται περισσότερο με όσα έχουν πραγματική αξία: την προσωπική φιλοξενία, την επίλυση σύνθετων προβλημάτων, τη δημιουργία σχέσεων και την κατανόηση των συναισθημάτων του πελάτη.

Από τις προβλέψεις της ζήτησης στον προληπτικό σχεδιασμό

Η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη μπορεί επίσης να ενισχύσει την πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης. Τα παραδοσιακά μοντέλα χρησιμοποιούν ιστορικά στοιχεία αφίξεων, κρατήσεων, τιμών, πληρότητας και εποχικότητας. Τα σύγχρονα συστήματα μπορούν να συνδυάζουν αυτά τα δεδομένα με αναζητήσεις στο διαδίκτυο, ειδήσεις, αεροπορικές συνδέσεις, αξιολογήσεις, καιρικά φαινόμενα, γεωπολιτικές εξελίξεις και ανάλυση συναισθήματος.

Το ChatGPT δεν πρέπει να θεωρείται από μόνο του υποκατάστατο ενός στατιστικού ή οικονομετρικού υποδείγματος. Μπορεί, όμως, να λειτουργεί ως διεπαφή ανάμεσα στον υπεύθυνο λήψης αποφάσεων και στα αναλυτικά μοντέλα. Μπορεί να εξηγεί τα αποτελέσματα, να παράγει εναλλακτικά σενάρια και να μεταφράζει τις προβλέψεις σε συγκεκριμένες ενέργειες.

Για παράδειγμα, μια επιχείρηση μπορεί να μη χρειάζεται απλώς την πρόβλεψη ότι η ζήτηση θα μειωθεί κατά 8%. Χρειάζεται να γνωρίζει ποιες αγορές επηρεάζονται, ποια τμήματα πελατών παραμένουν ανθεκτικά, ποιες τιμές πρέπει να αναπροσαρμοστούν και ποιο μήνυμα θα ήταν αποτελεσματικότερο. Σε αυτό ακριβώς το σημείο η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη συνδέει την πρόβλεψη με την επιχειρησιακή απόφαση.

Η νέα μάχη για την ορατότητα των προορισμών

Η διάδοση των ψηφιακών ταξιδιωτικών βοηθών δημιουργεί και μια βαθύτερη αλλαγή: η επιλογή του προορισμού ενδέχεται να πραγματοποιείται όλο και περισσότερο μέσα σε μια συνομιλία με τεχνητή νοημοσύνη και λιγότερο μέσω μιας παραδοσιακής μηχανής αναζήτησης.

Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι προορισμοί δεν θα ανταγωνίζονται μόνο για μια υψηλή θέση στα αποτελέσματα αναζήτησης. Θα ανταγωνίζονται για το αν θα συμπεριληφθούν στις απαντήσεις και στις προτάσεις των συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης.

Η ποιότητα, η σαφήνεια, η συνέπεια και η δομή της διαθέσιμης ψηφιακής πληροφορίας αποκτούν μεγαλύτερη σημασία. Ένας προορισμός με ενημερωμένα δεδομένα για μετακινήσεις, ωράρια, προσβασιμότητα, πολιτιστικές δραστηριότητες και τοπικές επιχειρήσεις θα μπορεί να εκπροσωπείται ακριβέστερα. Αντίθετα, ένας προορισμός με αποσπασματική ή παρωχημένη διαδικτυακή παρουσία κινδυνεύει να παραμένει «αόρατος» στις προτάσεις των νέων συστημάτων.

Παράλληλα, συγκεντρώνεται σημαντική διαμεσολαβητική δύναμη στις πλατφόρμες που ελέγχουν τα μοντέλα, τα δεδομένα και τις διεπαφές. Εάν ένας ταξιδιώτης λαμβάνει μία σύντομη λίστα τριών επιλογών αντί να εξετάζει εκατοντάδες αποτελέσματα, η τεχνολογία που καταρτίζει αυτή τη λίστα αποκτά καθοριστική επιρροή στη διανομή της τουριστικής ζήτησης.

Αυθεντικότητα ή συνθετική τελειότητα;

Ο τουρισμός βασίζεται στην αυθεντικότητα, στην τοπική ταυτότητα και στην ανθρώπινη αφήγηση. Η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να ενισχύσει αυτά τα στοιχεία, αλλά και να τα αποδυναμώσει.

Ένα σύστημα μπορεί να παρουσιάσει την ιστορία ενός τόπου με ελκυστικό τρόπο, να αναδείξει λιγότερο γνωστές παραδόσεις και να προσαρμόσει την αφήγηση στο πολιτισμικό υπόβαθρο του επισκέπτη. Μπορεί, όμως, να παράγει μια εξιδανικευμένη και στερεοτυπική εικόνα, όπου όλοι οι ελληνικοί προορισμοί παρουσιάζονται με τα ίδια λευκά σπίτια, τα ίδια ηλιοβασιλέματα και την ίδια κατασκευασμένη «μεσογειακή αυθεντικότητα».

Όσο αυξάνεται το συνθετικό περιεχόμενο, τόσο δυσκολότερο γίνεται να διακρίνει ο ταξιδιώτης τι είναι πραγματικό, τι έχει υποστεί επεξεργασία και τι έχει δημιουργηθεί πλήρως από μηχανή. Το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα σοβαρό στις φωτογραφίες καταλυμάτων, στις περιγραφές, στις αξιολογήσεις και στις παρουσιάσεις δραστηριοτήτων.

Η υπερβολικά τέλεια ψηφιακή εικόνα μπορεί να αυξήσει τις κρατήσεις βραχυπρόθεσμα, αλλά δημιουργεί προσδοκίες που ο πραγματικός προορισμός αδυνατεί να ικανοποιήσει. Η απόσταση ανάμεσα στην υπόσχεση και στην πραγματική εμπειρία υπονομεύει την εμπιστοσύνη.

Οι αξιολογήσεις στην εποχή του ChatGPT

Οι ηλεκτρονικές αξιολογήσεις αποτελούν θεμελιώδη μηχανισμό εμπιστοσύνης στον τουρισμό. Όταν, όμως, οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν το ChatGPT για να συντάξουν τα σχόλιά τους και οι επιχειρήσεις για να απαντήσουν, το όριο ανάμεσα στην ανθρώπινη και στη συνθετική επικοινωνία γίνεται δυσδιάκριτο.

Η χρήση τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση της διατύπωσης μιας πραγματικής εμπειρίας δεν είναι κατ' ανάγκην προβληματική. Μπορεί να βοηθήσει έναν επισκέπτη να εκφραστεί σε μια ξένη γλώσσα. Διαφορετική είναι η περίπτωση της παραγωγής πλαστών αξιολογήσεων ή της δημοσίευσης σχολίων για υπηρεσίες που ο συντάκτης δεν χρησιμοποίησε ποτέ.

Η μελέτη του Nicolau επισημαίνει ότι οι συνθετικές αξιολογήσεις, παρότι συχνά είναι γλωσσικά αρτιότερες και συναισθηματικά ουδέτερες, μπορεί να θεωρούνται λιγότερο αξιόπιστες από το αυθεντικό περιεχόμενο των χρηστών. Το μέλλον των πλατφορμών αξιολογήσεων θα εξαρτηθεί, επομένως, από τη δυνατότητά τους να επαληθεύουν την πραγματική κατανάλωση, να επισημαίνουν το περιεχόμενο που έχει παραχθεί από τεχνητή νοημοσύνη και να προστατεύουν την ακεραιότητα του συστήματος.

Η εργασία δεν εξαφανίζεται, αλλά αλλάζει

Η τεχνητή νοημοσύνη θα αυτοματοποιήσει μέρος της τουριστικής εργασίας, ιδιαίτερα εργασίες που είναι επαναλαμβανόμενες, βασίζονται σε τυποποιημένη πληροφορία ή εκτελούνται αποκλειστικά μέσω ψηφιακών καναλιών. Ορισμένες διοικητικές, επικοινωνιακές και μεσαίου επιπέδου δημιουργικές θέσεις θα δεχθούν πίεση.

Παράλληλα, θα δημιουργηθούν νέες ανάγκες: έλεγχος της ακρίβειας του περιεχομένου, εκπαίδευση των συστημάτων, διαχείριση δεδομένων, σχεδιασμός αυτοματοποιημένων ροών, προστασία προσωπικών δεδομένων και επίβλεψη της ψηφιακής εμπειρίας.

Το ζητούμενο δεν είναι μόνο να γνωρίζουν οι εργαζόμενοι πώς να χρησιμοποιούν το ChatGPT. Χρειάζονται τρεις κατηγορίες δεξιοτήτων:

1.Ψηφιακές και αναλυτικές δεξιότητες, ώστε να κατανοούν τις δυνατότητες και τους περιορισμούς της τεχνολογίας.

2.Κριτική ικανότητα, ώστε να ελέγχουν πληροφορίες, να εντοπίζουν σφάλματα και να αποφεύγουν την τυφλή αποδοχή των απαντήσεων.

3.Ανθρώπινες και κοινωνικές δεξιότητες, όπως ενσυναίσθηση, πολιτισμική ευαισθησία, δημιουργικότητα και διαχείριση απρόβλεπτων καταστάσεων.

Στον τουρισμό, η τεχνολογία μπορεί να αυτοματοποιήσει την πληροφορία, όχι όμως εύκολα την αυθεντική φροντίδα. Η φιλοξενία παραμένει ανθρώπινη σχέση.

Κίνδυνοι, παραπληροφόρηση και ευθύνη

Το ChatGPT μπορεί να παράγει πειστικές αλλά λανθασμένες απαντήσεις. Ένα ανύπαρκτο δρομολόγιο, ένα λανθασμένο ωράριο μουσείου ή μια ανακριβής πληροφορία για συνθήκες ασφαλείας μπορεί να προκαλέσει σημαντική ταλαιπωρία. Σε περιόδους φυσικών καταστροφών, πυρκαγιών ή άλλων κρίσεων, η ανακρίβεια μπορεί να γίνει επικίνδυνη.

Για τον λόγο αυτό, πρέπει να υπάρχει σαφής διάκριση ανάμεσα:

- Στη δημιουργική πρόταση, όπου επιτρέπεται μεγαλύτερος βαθμός ευελιξίας.
- Στην πρακτική πληροφορία, η οποία πρέπει να επαληθεύεται.
- Στην κρίσιμη πληροφορία ασφαλείας, η οποία πρέπει να προέρχεται από επίσημες και επικαιροποιημένες πηγές.

Ο ΟΟΣΑ τονίζει ότι η αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στον τουρισμό απαιτεί ισχυρή προστασία δεδομένων και καταναλωτών, ανάπτυξη δεξιοτήτων, πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην τεχνολογία και αξιόπιστες δομές διακυβέρνησης. Το ζητούμενο δεν είναι να ανακοπεί η καινοτομία, αλλά να καταστεί

ασφαλής και κοινωνικά ωφέλιμη.

Η βιωσιμότητα έχει δύο όψεις

Η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να υποστηρίξει έναν περισσότερο βιώσιμο τουρισμό. Μπορεί να προτείνει διαδρομές με λιγότερες μετακινήσεις, δημόσιες συγκοινωνίες, τοπικές επιχειρήσεις, πιστοποιημένα καταλύματα και δραστηριότητες εκτός των ήδη κορεσμένων περιοχών. Μπορεί να κατευθύνει μέρος της ζήτησης σε λιγότερο γνωστούς προορισμούς ή σε περιόδους χαμηλότερης επισκεψιμότητας.

Μπορεί ακόμη να ενθαρρύνει τον αργό τουρισμό, τη μεγαλύτερη παραμονή, τη βαθύτερη γνωριμία με τον τόπο και την υποστήριξη της τοπικής παραγωγής. Η πρόσφατη έκθεση του ΟΟΣΑ για τις τουριστικές πολιτικές επισημαίνει ότι η εξάπλωση της παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης καθιστά αναγκαία τη συνέχιση του ψηφιακού μετασχηματισμού, χωρίς να αφήνονται πίσω οι μικρές επιχειρήσεις και οι τοπικοί προορισμοί. (OECD Tourism Trends and Policies 2026).

Υπάρχει, ωστόσο, και η άλλη πλευρά. Η λειτουργία των μεγάλων μοντέλων απαιτεί εκτεταμένες υπολογιστικές υποδομές και σημαντική κατανάλωση ενέργειας. Συνεπώς, η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης δεν είναι περιβαλλοντικά ουδέτερη. Ο κλάδος πρέπει να αξιολογεί εάν το περιβαλλοντικό όφελος μιας εφαρμογής υπερβαίνει το ενεργειακό κόστος της και να αποφεύγει την άσκοπη παραγωγή τεράστιου όγκου ψηφιακού περιεχομένου.

Προς ένα νέο τουριστικό μοντέλο

Το ChatGPT μεταμορφώνει τον τουρισμό επειδή αλλάζει τον ίδιο τον μηχανισμό λήψης αποφάσεων. Ο ταξιδιώτης δεν αναζητεί απλώς πληροφορίες. Συνομιλεί με ένα σύστημα που συγκεντρώνει επιλογές, εξηγεί, συγκρίνει, προτείνει και συνδημιουργεί.

Για τις επιχειρήσεις, η νέα εποχή δεν θα κριθεί από το αν χρησιμοποιούν ή όχι τεχνητή νοημοσύνη. Θα κριθεί από το πώς τη χρησιμοποιούν. Η απλή αυτοματοποίηση απαντήσεων και η μαζική παραγωγή διαφημιστικού περιεχομένου μπορούν εύκολα να αντιγραφούν από όλους. Δεν αποτελούν διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Πλεονέκτημα θα αποκτήσουν οι επιχειρήσεις που θα συνδυάσουν:

- Ποιοτικά και επικαιροποιημένα δεδομένα.
- Αυθεντικό τοπικό περιεχόμενο.
- Προσεκτικά σχεδιασμένη εξατομίκευση.
- Ανθρώπινη επίβλεψη και λογοδοσία.
- Προστασία των προσωπικών δεδομένων.
- Εκπαίδευση του προσωπικού.
- Διαφάνεια απέναντι στον πελάτη.
- Ισχυρή ανθρώπινη φιλοξενία.

Το ίδιο ισχύει και για τους προορισμούς. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει μια περιοχή να κατανοήσει τη ζήτηση, να διαχειριστεί καλύτερα τις τουριστικές ροές, να προβάλει λιγότερο γνωστές εμπειρίες και να ενισχύσει τη βιωσιμότητα. Μπορεί, όμως, επίσης να αναπαράγει στερεότυπα, να συγκεντρώσει τη ζήτηση στα ήδη δημοφιλή σημεία και να καταστήσει τους προορισμούς περισσότερο εξαρτημένους από διεθνείς τεχνολογικές πλατφόρμες.

Η πραγματική πρόκληση, επομένως, δεν είναι τεχνολογική αλλά θεσμική, επιχειρηματική και ανθρώπινη: ποιος ελέγχει τα δεδομένα, ποιος καθορίζει τις προτάσεις, ποιος ευθύνεται για τα λάθη και ποιος τελικά ωφελείται από τη νέα οικονομία της τεχνητής νοημοσύνης.

Το ChatGPT δεν θα αντικαταστήσει το ταξίδι. Δεν μπορεί να αναπαράγει την αίσθηση ενός τόπου, την ανθρώπινη επαφή, τη γεύση ενός τοπικού πιάτου ή την αυθόρμητη ανακάλυψη. Μπορεί, όμως, να επηρεάσει αποφασιστικά το πού θα πάμε, τι θα περιμένουμε, τι θα επιλέξουμε και πώς θα ερμηνεύσουμε την εμπειρία μας.

Το μέλλον του τουρισμού, συνεπώς, δεν θα είναι αποκλειστικά ανθρώπινο ούτε αποκλειστικά αυτοματοποιημένο. Θα είναι ένα υβριδικό οικοσύστημα στο οποίο άνθρωποι και μηχανές θα συνδημιουργούν ταξιδιωτικές εμπειρίες. Η επιτυχία του θα εξαρτηθεί από το εάν η τεχνητή νοημοσύνη χρησιμοποιηθεί για να ενισχύσει την ανθρώπινη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των τόπων — και όχι για να τις αντικαταστήσει.



