



Διαδικτυακό  
μάθημα: Πλαίσια για  
τον μελλοντικό  
τουρισμό

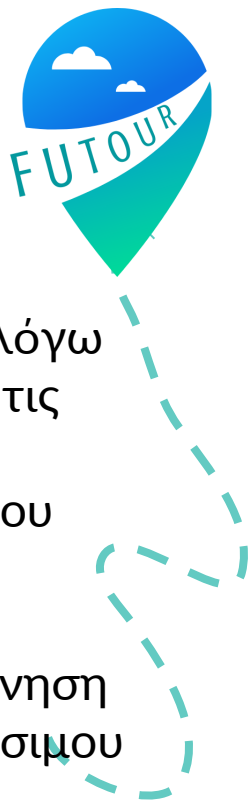
2021-2-DE02-KA220-VET-000048785



# Τουρισμός μετά το Covid-19

Μονάδα 1

# Πλαίσιο και πεδίο εφαρμογής της Μονάδας



- Η ενότητα 1 θα καλύψει την κρίση της τουριστικής βιομηχανίας λόγω του Covid-19 και τον αντίκτυπο του τελευταίου στις αλλαγές και τις εξελίξεις στον κλάδο.
- Θα μάθετε επίσης για τις τάσεις, τις προκλήσεις και τις ανάγκες του τομέα.
- Επιπλέον, θα εξοικειωθείτε με καλές πρακτικές
- Η Μονάδα θα εμβαθύνει στην πρόταση λύσεων για την επανεκκίνηση και την ανάκαμψη του τουρισμού, δηλαδή του ψηφιακού και βιώσιμου τουρισμού.
- Θα δοθεί το τελικό μήνυμα
- Θα διατεθεί χρόνος για συζήτηση και δραστηριότητες.

# Π'ΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜ'ΕΝΩΝ

01

## Τουρισμός και Covid-19

Τουρισμός πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το Covid-19, προκλήσεις, μετασχηματισμοί, επιπτώσεις, συνέπειες

02

## Επανεκκίνηση του τουρισμού

Ψηφιοποίηση και προώθηση της βιωσιμότητας

03

## Δραστηριότητες

Προκαλώντας τη διατήρηση της γνώσης και την κριτική σκέψη σας





# Τουρισμός και Covid-19

# Τουρισμός και Covid-19

## Τουρισμός κατά τη διάρκεια του Covid-19 pick

- **COVID-19 Επιπτώσεις:** Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετώπισε σοβαρή ανακοπή λόγω της πανδημίας.
- **Οικονομική ύφεση:** Σημαντικές απώλειες σε αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία και συναφείς τομείς.
- **Διστακτικότητα ταξιδιωτών:** Κίνδυνοι για την υγεία και καραντίνας απέτρεψαν τον τουρισμό.
- **Προσαρμοστικά μέτρα:** Μετατόπιση σε εικονικές περιηγήσεις και ενισχυμένα πρωτόκολλα υγιεινής.



-73%

International tourist arrivals



Loss in export revenues from international tourism

US\$ 1.3 trillion



International tourism could plunge to levels of 1990s



Estimated loss in global GDP over US\$ 2.5 trillion



Loss of international tourist arrivals 1 billion



100-120 million direct tourism jobs at risk

## Αργή ανάκαμψη του τουρισμού

**Περιφερειακές ανισότητες:** Η Ευρώπη και η Αμερική είδαν ένα τουριστικό κύμα το 2021, αλλά παρέμειναν 63% κάτω από τα προ της πανδημίας επίπεδα.

- **2022 Rebound:** Ο διεθνής τουρισμός έφτασε το 62% των προ της πανδημίας επιπέδων τους πρώτους 9 μήνες.
- **Αξιοσημείωτη ανάπτυξη:** τουρίστες ταξίδεψαν διεθνώς το 2022, σημειώνοντας αύξηση 133% από το 2021.
- **Συνεχιζόμενη πανδημία:** 19
- **Γεωπολιτικές εντάσεις:** στην Ουκρανία
- **Ανάγκη της βιομηχανίας:** Οι ενδιαφερόμενοι για τον τουρισμό πρέπει να παραμείνουν προσαρμοστικοί, προετοιμάζοντας τόσο τις ευκαιρίες όσο και τις προκλήσεις.



# Επανεκκίνηση του τουρισμού

# Αναζωογόνηση της τουριστικής προσφοράς



- 1. Επανασχεδιασμένη τουριστική προσφορά:** Προσαρμογή σε νέες προτιμήσεις, όπως τοπικές και υπαίθριες εμπειρίες.
- 2. Λειτουργική αναμόρφωση:** Αγκαλιάζοντας την ψηφιοποίηση για εξορθολογισμένες υπηρεσίες.
- 3. Τεχνητή Νοημοσύνη:** VR για βελτιωμένες εμπειρίες επισκεπτών.
- 4. Συναισθηματική δέσμευση:** Εστίαση στην αυθεντική και πολιτιστική εμπάθυση.
- 5. Ενισχυμένα πρωτόκολλα υγείας:** Εφαρμογή αυστηρών μέτρων ασφαλείας
- 6. Προσαρμοστική διαχείριση εταιρειών:** Εκπαίδευση και χρήση καινοτόμων εργαλείων εξ αποστάσεως.

Η ταξιδιωτική βιομηχανία στρέφεται προς την ασφάλεια, την τεχνολογία και τον εμπλουτισμό των εμπειριών στη μετα-πανδημική εποχή.



# Υγεία και ασφάλεια

- 1. Επαγγελματική υγιεινή:** Ενισχυμένος καθαρισμός με τεχνολογία UV, φίλτρα HEPA και απολυμαντικά επαγγελματικού επιπέδου.
- 2. Ασφάλεια τροφίμων:** Αυστηρά πρωτόκολλα από την προμήθεια έως το σερβίρισμα.
- 3. Εξοπλισμός ατομικής προστασίας (ΜΑΠ):** Διαθεσιμότητα масκών, απολυμαντικών και γαντιών.
- 4. Πρωτόκολλα κοινωνικής αποστασιοποίησης:** Συστήματα προηγμένων κρατήσεων και χωροθετημένων θέσεων.
- 5. Τήρηση κυβερνητικών κατευθυντήριων γραμμών: +**
- 6. Διαφανής επικοινωνία:** Πληροφορίες ασφαλείας σε πραγματικό χρόνο μέσω εφαρμογών και ψηφιακών πινάκων.
- 7. Διαχείριση δεδομένων και CRM:** κρυπτογράφηση δεδομένων και κανόνες απορρήτου.



# Διαχείριση εταιρείας

- 1. Νέοι ηγετικοί ρόλοι:** για τη διασφάλιση των προτύπων υγείας.
- 2. Εξειδικευμένη κατάρτιση:** Διαχείριση κρίσεων για αυξημένη ασφάλεια, όπως συμβαίνει στις αεροπορικές εταιρείες.
- 3. Μάρκετινγκ με γνώμονα την ασφάλεια:** Εκστρατείες όπως αυτές στις Μαλδίβες που δίνουν έμφαση σε απομονωμένες εμπειρίες.
- 4. Επικαιροποιημένα εγχειρίδια λειτουργίας:** με τα θεματικά πάρκα να βελτιστοποιούν τη διαχείριση του πλήθους.
- 5. Ενισχυμένη ανθεκτικότητα:** με τουριστικά γραφεία που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη.



# Τομή στον τομέα: Ψηφιοποίηση



- **Παράγοντες οδήγησης:** Οι προσδοκίες των καταναλωτών για απρόσκοπτες διαδικτυακές εμπειρίες, σε συνδυασμό με τεχνολογικές εξελίξεις όπως η εικονική πραγματικότητα, έχουν εγκαινιάσει μια νέα εποχή ψηφιακού τουρισμού.
- **Οφέλη:** και συνεχής συνδεσιμότητα με τους τουρίστες μέσω κινητών πλατφορμών. Πλατφόρμες όπως η Expedia προσφέρουν ολοκληρωμένες τουριστικές εμπειρίες.
- **Ροή πληροφοριών:** Συστήματα όπως τα Παγκόσμια Συστήματα Κρατήσεων (GRS) επιτρέπουν άμεσες κρατήσεις και ολοκληρωμένες παροχές υπηρεσιών.
- **Προκλήσεις:** ενώ οι αυξημένες διαδικτυακές υπηρεσίες αναδεικνύουν την ανάγκη για ισχυρά μέτρα κυβερνοασφάλειας.

# Πεδίο εφαρμογής του ψηφιακού τουρισμού

## Γιατί ψηφιακός τουρισμός

- **Καινοτόμες εμπειρίες:** όπως τα αρχαία εκθέματα του Βρετανικού Μουσείου.
- **Εξατομικευμένες περιπέτειες:** Οι πλατφόρμες τεχνητής νοημοσύνης, όπως το TripAdvisor, κάνουν εξατομικευμένες προτάσεις ταξιδιών, βελτιώνοντας την ταξιδιωτική εμπειρία.
- **Αποτελεσματικός προγραμματισμός:** Πλατφόρμες όπως η Skyscanner προσφέρουν διαφανείς κρατήσεις, βελτιστοποιώντας τον προγραμματισμό ταξιδιών.
- **Επιχειρηματική εξέλιξη:** μοντέλα όπως η Airbnb εισάγουν ανταλλαγές από ομότιμους σε ομότιμους, υποστηριζόμενες από συστήματα ελέγχου διαθεσιμότητας σε πραγματικό χρόνο.
- **Ψηφιακή στρατηγική των DMOs:** #SeeAustralia, χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες για μεγαλύτερη εμβέλεια.

## Μηχανισμοί που τροφοδοτούν τον ψηφιακό τουρισμό

- **Ζωντανή παρουσίαση:** Τα πλούσια σε μέσα ενημέρωσης ταξιδιωτικά blogs και πλατφόρμες όπως το Pinterest λειτουργούν ως σύγχρονα ταξιδιωτικά φυλλάδια.
- **Ενισχυμένη επικοινωνία:** Οι ταξιδιωτικές επιρροές στο Twitter και το Instagram διαμορφώνουν τις ταξιδιωτικές τάσεις, προσφέροντας πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο.
- **Στρατηγική διαδικτυακή ορατότητα:** SEO και SEM οδηγούν στην παγκόσμια αναγνώριση. Οι Μαλδίβες, για παράδειγμα, απέκτησαν δημοτικότητα με έξυπνες ψηφιακές στρατηγικές.
- **Εκσυγχρονισμός πωλήσεων:** Οι τεχνολογίες blockchain υπόσχονται διαφανείς συναλλαγές.
- **Προσεγγίσεις με επίκεντρο τα δεδομένα:** Ξενοδοχεία και αεροπορικές εταιρείες αξιοποιούν την ανάλυση δεδομένων για στοχευμένο μάρκετινγκ.

# Ψηφιακή εξέλιξη στον τουρισμό μετά το Covid

- 1. Αυτοματοποίηση και ρομποτική:** Αεροδρόμια όπως το Haneda του Τόκιο χρησιμοποιούν ρομπότ για εργασίες όπως ο καθαρισμός και η καθοδήγηση των επιβατών, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα.
- 2. Ψηφιακές πλατφόρμες:** Εργαλεία όπως το TripIt προσφέρουν ενημερώσεις ασφαλείας σε πραγματικό χρόνο, αναμορφώνοντας τη διαχείριση δρομολογίων.
- 3. Τεχνητή νοημοσύνη στο μάρκετινγκ:** π.χ. Google Analytics.
- 4. Εικονική πραγματικότητα (VR):** Προορισμοί όπως η Νέα Ζηλανδία προσφέρουν εμπειρίες εικονικής πραγματικότητας, επηρεάζοντας τις μελλοντικές ταξιδιωτικές επιλογές.
- 5. Ψηφιακές λύσεις υγείας:** Εφαρμογές όπως το CommonPass διασφαλίζουν ότι οι ταξιδιώτες πληρούν τις απαιτήσεις υγείας με ψηφιακά διαβατήρια υγείας.
- 6. Προσαρμοσμένες εμπειρίες:** Πλατφόρμες όπως η Airbnb Experiences επιτρέπουν επιμελημένα ταξίδια, από μαθήματα μαγειρικής στο Παρίσι μέχρι αποδράσεις στο Μπαλί.
- 7. Οικολογικός τουρισμός:** Ψηφιακές πλατφόρμες όπως το Ecobnb προωθούν βιώσιμες διαμονές, δίνοντας έμφαση σε καταλύματα με επίκεντρο τη φύση.
- 8. Μέτρα κυβερνοασφάλειας:** Με την αύξηση των ψηφιακών λειτουργιών, εργαλεία όπως το Norton προστατεύουν από πιθανές απειλές.

# Καλές πρακτικές ψηφιακού τουρισμού

## Τεχνολογίες ΗΜΙ (ΑΙ και VR) στον τουρισμό του Βιετνάμ

- Οι τεχνολογίες ΗΜΙ (ΑΙ και VR) διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διασφάλιση της ασφάλειας και στην παροχή ενσυναίσθητης, εξατομικευμένης φροντίδας στην τουριστική βιομηχανία του Βιετνάμ.
- Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης και της εικονικής πραγματικότητας σε διαδραστικές συσκευές ανθρώπου-μηχανής βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών, οδηγώντας σε μεγαλύτερη ικανοποίηση και αφοσίωση των τουριστών.
- Οι τεχνολογίες αυτές συμβάλλουν σε κοινωνικές καινοτομίες, βιώσιμες υπηρεσίες, δημιουργούν εξελιγμένες εμπειρίες για όλους τους συμμετέχοντες.

## Ευκαιρίες στον τουρισμό της Πορτογαλίας

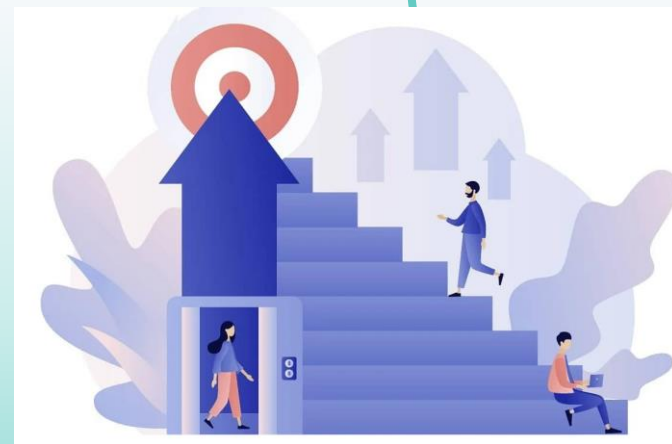
Η Πορτογαλία διαθέτει ευκαιρίες στον τομέα του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της υψηλής ποιότητας υγειονομικής ανταπόκρισης, των επιλογών βιώσιμου τουρισμού, της αύξησης του τουρισμού από εύπορους ηλικιωμένους πληθυσμούς και της επιτάχυνσης της ψηφιοποίησης των τουριστικών δραστηριοτήτων.

# Πώς να προσαρμοστείτε γρήγορα στην περίοδο μετά το COVID-19

Ο τουρισμός θα πρέπει να αντανakλά τις βαθιές αντιλήψεις που απορρέουν από τις αποκλίσεις στην ψυχολογία και τις συμπεριφορές των καταναλωτών και να αναδιαμορφώνει και να αλλάζει τις τακτικές μάρκετινγκ που εφαρμόζει, καθώς και τις εταιρικές στρατηγικές του.

## Επανακατάρτιση και αναβάθμιση των δεξιοτήτων του τομέα/ευκαιρίες απασχόλησης στον ψηφιακό τουρισμό

- 1. Εξέλιξη της εργασίας:** Ενώ η αυτοματοποίηση μπορεί να αντικαταστήσει τους παραδοσιακούς ρόλους, νέες ευκαιρίες αναδύονται στην τεχνητή νοημοσύνη, τα μεγάλα δεδομένα και τη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου.
  - 2. Ενίσχυση δεξιοτήτων:** Η συνεχής κατάρτιση στο ψηφιακό μάρκετινγκ, την ανάλυση δεδομένων και τις εικονικές εμπειρίες είναι ζωτικής σημασίας για να παραμείνετε επίκαιροι.
- **Προκλήσεις:** Η μετάβαση αντιμετωπίζει εμπόδια όπως η αντίσταση στην αλλαγή, το κόστος των επενδύσεων και οι ανησυχίες για την ασφάλεια των δεδομένων.
  - **Στρατηγικές:** Επενδύστε στη σωστή τεχνολογική υποδομή, δημιουργήστε τεχνολογικές συνεργασίες και συλλέξτε συνεχώς ανατροφοδότηση από τους πελάτες για να βελτιώσετε τις ψηφιακές προσφορές.





# Αντιμετώπιση της ψηφιακής ηθικής, της προστασίας δεδομένων και της προστασίας των καταναλωτών



# Οικοδόμηση ασφάλειας και εμπιστοσύνης



- **Ρομποτοποίηση για καθαριότητα:** Παράδειγμα: Χρησιμοποιήστε ρομπότ με φώτα UV-C για την απολύμανση χώρων, εξασφαλίζοντας σχολαστική καθαριότητα. Παράδειγμα: Οι τεχνολογίες έξυπνων δωματίων της Hilton για ελέγχους χωρίς επαφή.
- **Εκστρατείες διαφάνειας:** Προώθηση παρασκηνιακών διαδικασιών καθαρισμού, ανάδειξη πιστοποιήσεων όπως το "Clean & Safe". Παράδειγμα: Ευρωπαϊκοί προορισμοί που παρουσιάζουν πιστοποιημένες εγκαταστάσεις.
- **Δέσμευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Χρησιμοποιήστε hashtags (#SafeTravels, #CleanStay) και συνεργαστείτε με φορείς επιρροής για να ενισχύσετε τα μέτρα ασφαλείας. Παράδειγμα: Οι εκστρατείες επιρροής του Dubai Tourism που τονίζουν τα αυστηρά μέτρα ασφαλείας.

# Βιώσιμη ανάπτυξη



**Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας:** π.χ. το Brando Resort έχει σχεδόν 100% ανανεώσιμη ενέργεια.

**Μείωση των αποβλήτων με γνώμονα την τεχνολογία:** χρησιμοποιήστε τεχνητή νοημοσύνη όπως το Winnow για την παρακολούθηση και τη μείωση των αποβλήτων της κουζίνας μέσω της πρόβλεψης της κατανάλωσης τροφίμων.

**Ελαχιστοποίηση της χρήσης πλαστικού:** π.χ. η παγκόσμια κατάργηση των μικρών πλαστικών μπουκαλιών από τη Marriott.

**Ενίσχυση του τοπικού τουρισμού:** Προωθήστε λιγότερο γνωστά αξιοθέατα και δώστε κίνητρα για ταξίδια εκτός εποχής, όπως το "Albergo Diffuso" της Ιταλίας που αναζωογονεί ιστορικά χωριά.



# μεταμορφώνουν τη φιλοξενία και τον τουρισμό



1. **Αυτοματοποίηση και ψηφιοποίηση- π.χ.**, αυτοματοποιημένο check-in στα αεροδρόμια, ψηφιακά μενού εστιατορίων.
2. **Έξυπνες παροχές: π.χ.** χάρτες με δυνατότητα AR και διαδραστικές ψηφιακές οθόνες σε τουριστικά σημεία.
3. **Τεχνολογίες αναγνώρισης: π.χ.**, αναγνώριση προσώπου για την επιβίβαση και την είσοδο σε εκδηλώσεις.
4. **Ενοποιημένες λύσεις πληρωμών: π.χ.**, πλατφόρμες όπως το Apple Pay για απρόσκοπτες συναλλαγές.
5. **Εξατομικευμένες εμπειρίες: π.χ.**, εξατομικευμένα ταξιδιωτικά δρομολόγια βάσει τεχνητής νοημοσύνης.

# Καινοτομίες που αναζωογονούν την τουριστική βιομηχανία

- **Εκσυγχρονισμένες κρατήσεις:** π.χ., η μηχανή συστάσεων της *Expedia*.
- **Βυθιστικές εμπειρίες:** π.χ., η VR ξενάγηση της *Μόνα Λίζα του Λούβρου*.
- **Έξυπνο μάρκετινγκ:** π.χ., προσαρμοστικές προωθητικές ενέργειες της *Airbnb*.
- **Ενίσχυση της ζήτησης:** "*SingapoRediscovered Vouchers*" της Σιγκαπούρης.





# Προώθηση διαφορετικών θεμάτων/ Δημιουργία εμπειρίας

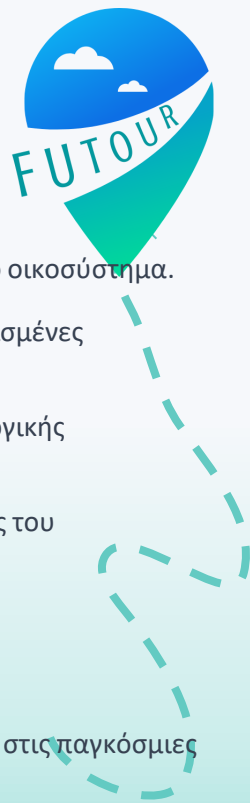
- Οι ατομικές εμπειρίες εκτιμώνται ιδιαίτερα από τους τουρίστες, υπερτερούν των τιμών.
- Οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών μπορούν να αποκτήσουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα παρέχοντας εξαιρετικές εμπειρίες.
- Οι αξιομνημόνευτες εμπειρίες διαμορφώνουν μελλοντικές προοπτικές και δράσεις με βάση τις αναμνήσεις των πελατών.
- Οι ποικίλες μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός περιπέτειας, ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο διατροφικός τουρισμός, συμβάλλουν στη δημιουργία μοναδικών και αξέχαστων εμπειριών.



# Διαμόρφωση ενός ψηφιακού οικοσυστήματος για έξυπνες εμπειρίες


- **Ψηφιακό οικοσύστημα για τον τουρισμό:** Triplt για την ενοποίηση και εξατομίκευση των εμπειριών των ταξιδιωτών.
- **Εργαλεία κοινοτικής δέσμευσης:** Πλατφόρμες όπως το Couchsurfing προωθούν τις αλληλεπιδράσεις και τις γνώσεις των ταξιδιωτών.
- **Ο ρόλος των DMO:** Οι οργανισμοί όπως ο Ολλανδικός Οργανισμός Τουρισμού υπερασπίζονται την ψηφιακή ενσωμάτωση, προβάλλοντας απρόσκοπτα τα τοπικά αξιοθέατα.

# Συμπέρασμα



- 1. Ολιστική προσέγγιση:** Συνεργασία με τις τοπικές κοινότητες, τις κυβερνήσεις και τις επιχειρήσεις για ένα ανθεκτικό τουριστικό οικοσύστημα.
- 2. Εστίαση στους εργαζόμενους:** Προτεραιότητα στη διαχείριση των εργαζομένων και την εσωτερική επικοινωνία για εξορθολογισμένες λειτουργίες και προσαρμοστικότητα.
- 3. Ψηφιακός μετασχηματισμός:** Επενδύστε σε ψηφιακά εργαλεία για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και της λειτουργικής αποδοτικότητας.
- 4. Υποστηρίξτε το τοπικό:** Ενίσχυση των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων για τη διατήρηση της κουλτούρας και της ταυτότητας του προορισμού.
- 5. Καινοτόμες εμπειρίες:** Σε μια κορεσμένη αγορά, προσφέρετε μοναδικές και αξέχαστες εμπειρίες για διαφοροποίηση.
- 6. Βάθος πάνω από την έλξη:** Δημιουργήστε μοναδικές αφηγήσεις και σπεσιαλιτέ.
- 7. Προσαρμοσμένες λύσεις:** Προσαρμόστε τις λύσεις με βάση τις περιφερειακές αποχρώσεις, αλλά παραμείνετε προσαρμόσιμοι στις παγκόσμιες τάσεις.
- 8. Παγκόσμια επιρροή:** Παρακολούθηση των παγκόσμιων γεγονότων και τάσεων, εξασφαλίζοντας προσαρμοστικότητα και ετοιμότητα στις στρατηγικές.
- 9. Βιώσιμος επαναπροσδιορισμός:** Αδράξτε τις προκλήσεις ως ευκαιρίες για να κατευθύνετε τον τουρισμό προς μια βιώσιμη κατεύθυνση.
- 10. Επενδύσεις τεχνολογίας:** Αγκαλιάστε την τεχνολογία για βιώσιμη ανάπτυξη και εμπλουτισμένες εμπειρίες επισκεπτών.





# Δραστηριότητες για τους μαθητές



# Παρακολουθώντας ένα βίντεο

- Ένα βίντεο που ετοίμασε το Κοινοβούλιο της ΕΕ - Η Ευρώπη είναι ο πιο δημοφιλής τουριστικός προορισμός στον κόσμο και το Κοινοβούλιο της ΕΕ ζητά να εκπονηθεί ένα σχέδιο για να γίνει ο τουρισμός μετά την Κοβίντ-19 πιο πράσινος και πιο βιώσιμος.
- Το μέλλον του τουρισμού - βιώσιμος, υπεύθυνος, έξυπνος
- Παρακολουθήστε το [\\_https://www.youtube.com/watch?v=8HCOjH6egdk](https://www.youtube.com/watch?v=8HCOjH6egdk)

Με βάση το παραπάνω βίντεο, απαντήστε στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Πώς μπορούν να γίνουν οι μεταφορές/μετακινήσεις κατά τη διάρκεια του τουρισμού βιώσιμες;
- Γιατί απαιτούνται κοινές δράσεις από διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς;
- Τι είναι το tourism Ecolabel

Ομαδική συζήτηση περίπου 20 λεπτά

# Μελέτη περίπτωσης

Η Ann και ο Florian είναι ένα νεόνυμφο ζευγάρι και θέλουν να περάσουν έναν αξέχαστο και δραστήριο μήνα του μέλιτος.

Είναι ακτιβιστές του κλίματος, γι' αυτό και είναι πολύ σχολαστικοί στην επιλογή των ταξιδιωτικών πρακτόρων, βλέποντας τα κανάλια τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και παρατηρώντας την παρουσία και τη βαθμολογία τους στο διαδίκτυο.

Σχεδιάζουν να κάνουν εσωτερικό τουρισμό και σκέφτονται τον οινοτουρισμό.



# Μελέτη περίπτωσης: Η εργασία σας



Παρακαλώ, προσδιορίστε τι πρέπει να τους προσφέρετε ως τουριστικοί φορείς για να τους προσελκύσετε

- Ας υποθέσουμε ότι είστε ο οικοδεσπότης. Τι πρέπει να έχετε/να εξασφαλίσετε για να κλείσουν δωμάτιο στον ξενώνα σας.
- Ας υποθέσουμε ότι είστε μια καφετέρια. Ποια κριτήρια/υπηρεσίες πρέπει να παρέχετε για να σας επισκεφθούν;
- Ας υποθέσουμε ότι είστε ιδιοκτήτης αμπελώνα. Τι θα έπρεπε να έχετε κάνει για να μάθουν για εσάς και να σας επιλέξουν;
- Ας υποθέσουμε ότι είστε τουριστικός πράκτορας που προσφέρει εκδρομές για γευσιγνωσία κρασιού. Ποιες θα είναι οι προσφορές σας; Τι μεταφορικά μέσα θα προσφέρετε;

Για κάθε πτυχή πρέπει να δημιουργηθεί συζήτηση σε μικρές ομάδες και στη συνέχεια να γίνει αναφορά και συζήτηση σε όλη την τάξη. (Περίπου 20 λεπτά)



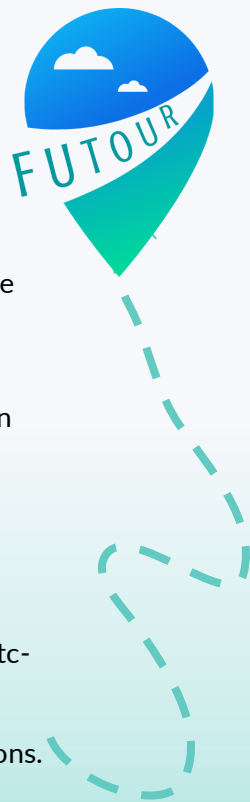
# Διαβάστε το άρθρο

- Διαβάστε τις πρώτες 4 σελίδες του άρθρου "Digital Entrepreneurship and Creative Industries in Tourism: A Research Agenda", το οποίο αποσκοπεί στον εντοπισμό των βασικών παραγόντων και διαστάσεων στην υιοθέτηση της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και των δημιουργικών βιομηχανιών στον τουρισμό
- Ο σύνδεσμος: <https://www.mdpi.com/2227-7099/10/7/167>

Με βάση τις γνώσεις που παρέχονται από τις ενότητες που διαβάσατε στο άρθρο, παρακαλώ, καλύψτε τις ακόλουθες ερωτήσεις:

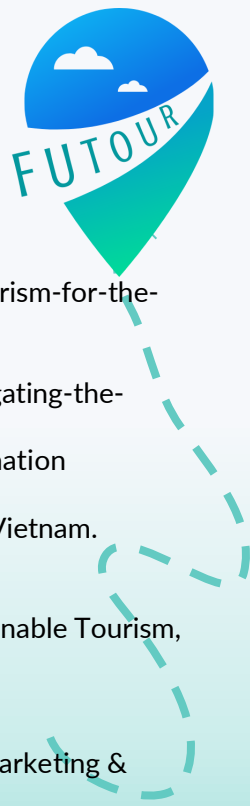
- Πώς μπορείτε να ενισχύσετε την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και να αξιοποιήσετε τις ευκαιρίες
- Τι είναι οι δημιουργικές βιομηχανίες και πώς συνδέονται με τον τουρισμό; Γιατί μπορούν να γίνουν δημοφιλείς;
- Γιατί ο δημιουργικός τουρισμός αφορά την παραγωγή και τη συμπαραγωγή εμπειριών;

# Αναφορές



- Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2022). Food, Drink and Tourism: From Terroir to Gastronomy. Channel View Publications.
- Buhalis, D., & Leung, R. (Eds.). (2023). Information and Communication Technologies in Tourism 2023: Proceedings of the International Conference in Dubai, UAE, January 23-26, 2023. Springer.
- Deloitte. (2023). Global Travel and Hospitality Outlook 2023: Reshaping the Industry for the Future. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-travel-hospitality-outlook.html>
- Dias, Á., & Machado, C. (2022). Rebuilding tourism after the COVID-19 pandemic: The case of Portugal. Current Issues in Tourism, 1-18.
- DMO Tourism Futures Taskforce. (2022). Tourism Beyond 2022: A Framework for Recovery. Retrieved from <https://www.destinationmarketing.org/sites/default/files/2022-04/DMO%20Tourism%20Futures%20Taskforce%20Report%20Final.pdf>
- Dredge, D., & Gyimóthy, S. (Eds.). (2023). Tourism and Digital Transformation: Impacts and Challenges. Channel View Publications.
- European Travel Commission (ETC). (2023). Quarterly Report on European Tourism: Q4/2022. Retrieved from <https://etc-corporate.org/quarterly-report-on-european-tourism/>
- European Data Protection Supervisor
- Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2022). Robots in hospitality and tourism: Applications, implications, and future research directions. Journal of Travel Research, 00472875211066262.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2023). Smart tourism: Foundations and developments. In Information and Communication Technologies in Tourism 2023 (pp. 1-10). Springer.
- Liu, Z., Li, X., & Liang, X. (2022). Designing persuasive tourist experiences: A framework for destination marketers. Journal of Destination Marketing & Management, 20, 100713.

# Αναφορές



- McKinsey & Company. (2022). Rethinking travel and tourism for the post-COVID-19 world. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/rethinking-travel-and-tourism-for-the-post-covid-19-world>
- McKinsey & Company. (2023). Travel and Tourism After COVID-19: Navigating the Path to Recovery. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/travel-and-tourism-after-covid-19-navigating-the-path-to-recovery>
- Meng, B., Hall, C. M., & Scott, D. (2022). Co-creating experiential tourism products: Opportunities and challenges for destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 00472875221103366.
- Nguyen, H. T. H., & Nguyen, T. H. (2022). The potential of virtual reality in enhancing tourist experiences: A case study of Vietnam. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 29(1), 21-33.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2023). Sustainable tourism transitions: A roadmap for transformation. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(1), 1-19.
- The World Bank. (2022). Tourism Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19). Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/brief/covid-19-tourism-policy-responses>
- Wang, D., & Xiang, Z. (2022). Smart tourism destinations: Enhancing destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100667. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100667
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2022). Digital transformation in the travel industry: A review and synthesis. *Journal of Travel Research*, 00472875221080714.
- Zhang, J., & Xie, P. F. (2022). Tourism recovery and resilience in the post-COVID era: A comparative study of China and Europe. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 100719. doi: 10.1016/j.jdmm.2021.100719
- Zhang, Y., Li, X., & Zhang, X. (2022). How robot technology improves the perceived service quality in the hospitality industry: A study of hotel guests' experience. *Journal of Travel Research*, 00472875221124468.
- .

# ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!

Έχετε ερωτήσεις;



Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συντακτών και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για αυτές.

