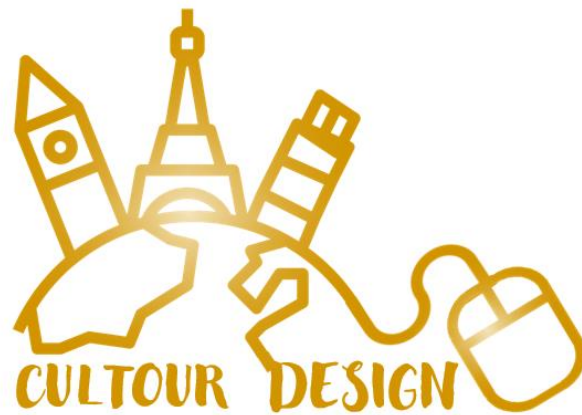


# Εγχειρίδιο - Εφαρμογή του Ψηφιακού Σχεδιασμού στον Πολιτιστικό Τουρισμό: Μελέτες περίπτωσης για έναν επιτυχημένο Ψηφιακό Τουριστικό Οδηγό



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν. **Αριθμός έργου:** 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461

IRSIÉ

INCDT

7/11/2022

## ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΩΝ

Εκδοχή	Ημερομηνία	Συγγραφέας	Περιγραφή	Ενέργεια	Σελίδες
1.0	11/02/2022	HEARTHANDS SOLUTIONS	Δημιουργία	C	10
1.1		IRSIE	Επεξεργασία	I	27
1.2		INCDT	Επεξεργασία	I	27

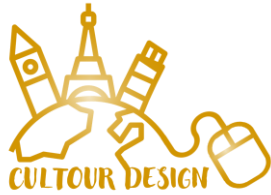
(\*) Ενέργεια: C = Δημιουργία, I = Εισαγωγή, U = Ενημέρωση, R = Αντικατάσταση, D = Διαγραφή

## ΑΝΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΕΓΓΡΑΦΑ

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΙΚΟ	Αναφορά	Τίτλος
1	2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461	Πρόταση CULTOUR DESIGN
2		

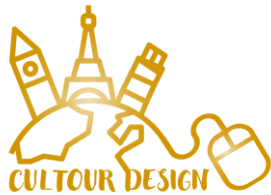
## ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΑ ΕΓΓΡΑΦΑ

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΙΚΟ	Αναφορά	Τίτλος
1	P1/T1.1	Οδηγός για τον ψηφιακό πολιτιστικό τουρισμό και το πλαίσιο ικανοτήτων
2		



## Πίνακας περιεχομένων

1. Εισαγωγή.....	3
1.1 Μαθησιακά Αποτελέσματα .....	3
1.2 Λέξεις κλειδιά .....	3
1.3 Εκτιμώμενος χρόνος καθίσματος .....	3
1.4 Γλωσσάριο όρων.....	4
2. Εφαρμογή του Ψηφιακού Σχεδιασμού στον Πολιτιστικό Τουρισμό: Μελέτες περίπτωσης για έναν επιτυχημένο Ψηφιακό Τουριστικό Οδηγό.....	5
2.1 Κύριο περιεχόμενο .....	5
Εισαγωγή – εννοιολόγηση βασικών ορισμών – από τον «ψηφιακό τουρισμό» στον «ψηφιακό τουριστικό οδηγό».....	5
Ο ψηφιακός οδηγός ως μέρος του ψηφιακού τουρισμού.....	14
Μελέτες περιπτώσεων σχετικά με τον ψηφιακό τουρισμό στην Πολωνία - διαφορετικά επίπεδα.....	15
2.2 Πρόσθετοι πόροι .....	23
3. Αξιολόγηση.....	24
3.1 Αξιολόγηση Γνώσης.....	24
3.2 Αξιολόγηση δεξιοτήτων .....	26
4. Αναφορές .....	27



## 1. Εισαγωγή

Ο κύριος στόχος αυτής της έκδοσης είναι να παρουσιάσει μια κατανόηση της έννοιας του ψηφιακού τουρισμού, ιδιαίτερα του ψηφιακού οδηγού ως νέας τάσης και της ουσίας και του πεδίου εξέλιξής της, και στη συνέχεια να επεξηγήσει τις θεωρητικές θεωρήσεις με ενδιαφέρουσες μελέτες περιπτώσεων σε διαφορετικά επίπεδα αντίληψης. Η επιλογή των περιπτώσιολογικών μελετών ήταν σκόπιμη, δηλαδή παρουσιάστηκαν διάφορα εποικοδομητικά παραδείγματα δραστηριοτήτων που αφορούν τον τουριστικό τομέα και τις βιομηχανίες που τον απαρτίζουν στο πλαίσιο του ψηφιακού τουρισμού που εφαρμόζεται στην Πολωνία σε διαφορετικά επίπεδα δραστηριότητας.

### 1.1 Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μετά την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, θα είστε σε θέση να:

- Έχουν βασικές γνώσεις ψηφιακού σχεδιασμού και σχεδιαστικής σκέψης και επιπλέον συγκεκριμένα στοιχεία ψηφιακής καθοδήγησης,
- Αναγνωρίζουν πώς μπορούν να εφαρμοστούν οι αρχές του ψηφιακού σχεδιασμού για τη βιομηχανία του Πολιτιστικού Τουρισμού,
- Να είστε σε θέση να δημιουργήσετε μια νέα ιστορία επιτυχίας κάνοντας τις νέες ψηφιακές ιδέες πράξη,
- Προετοιμάστε το δικό σας όραμα για το πώς μπορείτε να παρουσιάσετε την πόλη ή την περιοχή σε πιθανούς επισκέπτες χρησιμοποιώντας ψηφιακή καθοδήγηση,
- Συζητήστε ποιοι είναι οι λόγοι ανάπτυξης της ψηφιακής καθοδήγησης και ποιες είναι οι τάσεις που συνδέονται με αυτήν την προσέγγιση.

### 1.2 Λέξεις κλειδιά

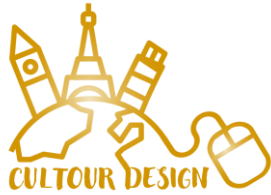
Ψηφιακός σχεδιασμός, ψηφιακή καθοδήγηση, πολιτιστικός τουρισμός, Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού, Περιφερειακός Οργανισμός Τουρισμού

### 1.3 Εκτιμώμενος χρόνος καθίσματος

- 2 ώρες για να διαβάσετε το κύριο περιεχόμενο
- 2 ώρες για να διαβάσετε τις πρόσθετες πηγές
- 1 ώρα για την ολοκλήρωση της αξιολόγησης

## 1.4 Γλωσσάριο όρων

- **Ψηφιακός σχεδιασμός:** είναι ένας τύπος οπτικής επικοινωνίας που παρουσιάζει πληροφορίες ή ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μέσω μιας ψηφιακής διεπαφής. Με απλά λόγια, είναι γραφικός σχεδιασμός ειδικά σχεδιασμένος για χρήση σε υπολογιστές. (<https://99designs.com/blog/web-digital/digital-design/>)
- **Ψηφιακή καθοδήγηση:** θα πρέπει να νοείται κάθε είδους δραστηριότητες που επιτρέπουν την εικονική εξερεύνηση προορισμών - πόλεων, περιφερειών, αλλά και συγκεκριμένων τουριστικών εγκαταστάσεων - από τουριστικά αξιοθέατα έως στοιχεία ανάπτυξης - όπως ξενοδοχεία.
- **Ψηφιακός τουρισμός:** είναι η χρήση κυβερνητικών και ιδιωτικών ταξιδιωτικών ιστότοπων και τηλεφωνικών εφαρμογών για τον προγραμματισμό και την αγορά ταξιδιών, καθώς και για την υποστήριξη της τουριστικής εμπειρίας μέσω εκπαίδευσης, δραστηριοτήτων και πόρων (Benyon et al, 2014).
- **Ηλεκτρονικός τουρισμός (e-tourism):**Είναι μια μορφή τουρισμού όπου χρησιμοποιούνται συχνά εικονικά κανάλια όπως ιστότοποι και εφαρμογές έξυπνων τηλεφώνων, ειδικά στις εμπορικές σχέσεις μεταξύ τουριστών και τουριστικών επιχειρήσεων (Murat Ödemiş, 2022).
- **Παιχνιδοποίηση:** επιτρέπει σε έναν τουρίστα να συν-δημιουργήσει εμπειρίες δημιουργώντας θετικά συναισθήματα (π.χ. ευημερία) και δέσμευση αξιοποιώντας ψυχολογικές ανάγκες: αυτονομία, ικανότητα και συνάφεια, όπως η επιθυμία να είναι μέρος της κοινότητας (Aebli, 2019).
- **Τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ):**Είναι η γενική ονομασία των τεχνολογικών εργαλείων που παρέχουν πρόσβαση σε εικονικούς διαύλους, όπως το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν κάνει αισθητές τις βαθιές επιπτώσεις τους σε πολλούς τομείς, ιδίως στον τομέα του τουρισμού, και σε άλλους παράγοντες διευκόλυνσης της ζωής τους. Murat Ödemiş, 2022).



## 2. Εφαρμογή του Ψηφιακού Σχεδιασμού στον Πολιτιστικό Τουρισμό: Μελέτες περίπτωσης για έναν επιτυχημένο Ψηφιακό Τουριστικό Οδηγό

### 2.1 Κύριο περιεχόμενο

#### Εισαγωγή – εννοιολόγηση βασικών ορισμών – από τον «ψηφιακό τουρισμό» στον «ψηφιακό τουριστικό οδηγό»

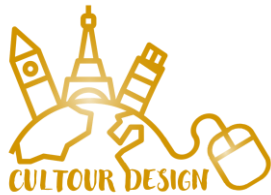
Για να συζητήσουμε βαθύτερα σχετικά με το θέμα αυτού του εγχειριδίου - έτσι Ψηφιακός Τουριστικός Οδηγός πρέπει να ξεκινήσουμε με ευρύτερη προοπτική. Ως εκ τούτου, προτείνεται αρχικά να οριστεί η έννοια του ψηφιακού τουρισμού εν γένει, προκειμένου να παρασχεθεί ένα πλαίσιο για περαιτέρω προβληματισμούς και επιπλέον – κύριο θέμα ο ψηφιακός σχεδιασμός στον πολιτιστικό τουρισμό. Ας ξεκινήσουμε με σύντομη εννοιολόγηση και εξηγώντας διαφορετικές έννοιες των πιο σημαντικών ορισμών!

Αξίζει λοιπόν να ξεκινήσουμε με τη λέξη DIGITAL DESIGN που περιέχεται στον κύριο τίτλο του έργου. Σύμφωνα με τον πολύ διαισθητικό ορισμό, ο ψηφιακός σχεδιασμός είναι ένας τύπος οπτικής επικοινωνίας που παρουσιάζει πληροφορίες ή ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μέσω μιας ψηφιακής διεπαφής. Με απλά λόγια, είναι γραφικός σχεδιασμός ειδικά κατασκευασμένος για χρήση σε υπολογιστές (<https://99designs.com/blog/web-digital/digital-design/>). Σε ένα άλλο σημείο μπορούμε να βρούμε ότι "Ο ψηφιακός σχεδιασμός είναι ένας γενικός όρος που είναι πιο επίκαιρος τώρα από ποτέ. Με απλά λόγια, κάθε είδους σχέδιο που εμφανίζεται σε ψηφιακή μορφή (σε εφαρμογή ή ιστότοπο), και όχι σε έντυπη μορφή (σε φυσική σελίδα), θεωρείται ψηφιακός σχεδιασμός" (<https://www.springboard.com/blog/design/digital-design/>).

Επιπλέον, αξίζει να σταματήσουμε στον ορισμό του τίτλου Πολιτιστικός Τουρισμός, ως μια πολύ ευρύχωρη έννοια που επιτρέπει την ερμηνεία σε διαφορετικά πλαίσια. Από αυτή την άποψη, το πολωνικό επιστημονικό περιοδικό "Turystyka kulturowa" παρουσίασε την εξέλιξη της κατανόησης παραθέτοντας ορισμούς από διάφορους συγγραφείς (<http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/178/163>):



- ✓ (Medlik): (Αυτό είναι) "τουρισμός με πολιτιστικά κίνητρα, όπως ταξίδια σε μέρη καλλιτεχνικής και ιστορικής αξίας, επισκέψεις σε μουσεία και γκαλερί, ταξίδια που πραγματοποιούνται για συμμετοχή σε καλλιτεχνικές παραστάσεις και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις" [Medlik, 1995, σελ. 81-82]
- ✓ (Marczak): «Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει κυρίως επισκέψεις σε τόπους υψηλών αξιών που σχετίζονται με τον τουρισμό και την ιστορία και συνιστούν την ανθρώπινη πολιτιστική κληρονομιά. Ως εκ τούτου, περιλαμβάνει επισκέψεις σε ορόσημα αρχιτεκτονικής, αρχαιολογικούς χώρους, χώρους που σχετίζονται με διάσημους ανθρώπους, καλλιτεχνικές εκθέσεις, γκαλερί τέχνης κ.λπ.». [Marczak, 2000, σελ. 47]
- ✓ (ΠΟΕ: 1985) Ο λεγόμενος «στενός» ορισμός: (Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει) «μετακινήσεις προσώπων για ουσιαστικά πολιτιστικά κίνητρα, όπως εκπαιδευτικές περιηγήσεις, παραστατικές τέχνες και πολιτιστικές περιηγήσεις, ταξίδια σε φεστιβάλ και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, επισκέψεις σε χώρους και μνημεία, ταξίδια για μελέτη της φύσης, της λαογραφίας ή της τέχνης και προσκυνήματα.
- ✓ (ΑΤΛΑΣ: 1996): Εννοιολογικός Ορισμός: «(Πολιτιστικός τουρισμός είναι) Η μετακίνηση των προσώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον συνήθη τόπο διαμονής τους, με σκοπό τη συλλογή νέων πληροφοριών και εμπειριών για την ικανοποίηση των πολιτιστικών τους αναγκών.
- ✓ Τεχνικός ορισμός: (πολιτιστικός τουρισμός): όλες οι μετακινήσεις προσώπων προς συγκεκριμένα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, τέχνες και δράματα εκτός του συνήθους τόπου διαμονής τους"
- ✓ (Dreyer): «(...) Ο όρος πολιτιστικός τουρισμός σημαίνει κάθε ταξίδι που επικεντρώνεται στον (ευρέως κατανοητό) «πολιτισμό». Ως εκ τούτου, ο όρος αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο (νέο) τμήμα του τουρισμού. Οι εκπαιδευτικές και εκπαιδευτικές εκδρομές αποτελούν ειδικές μορφές σε αυτό το τμήμα» [Dreyer, 2000, σελ. 21].
- ✓ (Barbier): Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια που έχουν ως κύριο κίνητρο την πολιτιστική κληρονομιά. Η κληρονομιά νοείται εδώ με δύο τρόπους: 1) στενά καθορισμένη κληρονομιά, δηλαδή ορόσημα και έργα τέχνης - ο πολιτισμός με αυτή την έννοια συνδέεται αυστηρά με τη γενική ιστορία και την ιστορία των τεχνών. 2) ευρέως κατανοητή κληρονομιά που περιλαμβάνει στοιχεία όπως: καθημερινή ζωή, επιστήμη και τεχνολογία (εργοστάσια, μηχανήματα), γεωγραφικό περιβάλλον (τοπία και ερμηνεία τους, μέθοδοι αξιοποίησης χώρων στο παρελθόν και σήμερα), λογοτεχνία αφιερωμένη σε διάφορες περιοχές, κουζίνα που αντιμετωπίζεται ως τέχνη ζωής κ.λπ. [Barbier B., 2005, σ. 96].
- ✓ (Kowalczyk: στενή έκδοση): «Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα σύνολο συμπεριφορών τουριστών που συνδέονται με το αυθεντικό ενδιαφέρον τους για την πολιτιστική κληρονομιά (ιστορικοί χώροι, λαογραφία, τόποι που συνδέονται με σημαντικά γεγονότα κ.λπ.) και με τη συμμετοχή τους στην ευρέως κατανοητή σύγχρονη πολιτιστική ζωή» [Kowalczyk, 2008, σελ.13].
- ✓ (Kowalczyk: ευρεία / καθολική έκδοση): «Με την ευρεία του έννοια, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως κάθε είδους συμπεριφορά των τουριστών, δεδομένου ότι οι υποκείμενες ανάγκες και προτιμήσεις προκύπτουν πάντα από την προετοιμασία της πολιτιστικής φύσης (π.χ.



το σύστημα αξιών του τουρίστα), ανεξάρτητα από το αν αυτές οι συμπεριφορές είναι συνέπεια του ενδιαφέροντος των τουριστών για τα λεγόμενα πολιτιστικά αγαθά ή άλλα είδη τουριστικών (π.χ. φυσικά) περιουσιακά στοιχεία». [Kowalczyk, 2008, σελ.14].

Πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτός ο Ψηφιακός Σχεδιασμός στην περίπτωση του τουρισμού, ειδικά των διαφόρων μορφών πολιτιστικού τουρισμού που αναφέρονται επίσης στο θέμα του έργου; Σύμφωνα με την Mercer Design (παράδειγμα επαγγελματικής εταιρείας που είναι υπεύθυνη για αυτά τα θέματα) - είναι σημαντικό "να συνεργαστούμε στενά με τις ταξιδιωτικές εταιρείες για να βοηθήσουμε στο σχεδιασμό εταιρικών ταυτοτήτων, φυλλαδίων, ιστότοπων και διαδικτυακών προωθήσεων. Είναι ζωτικής σημασίας στο πλαίσιο των πραγματικών τάσεων και της ευαισθητοποίησης - πόσο σημαντικά είναι τα οπτικά συναρπαστικά μηνύματα για τον ταξιδιωτικό τομέα και πώς να προετοιμαστούν προσφέρουν μια εξαιρετικά δημιουργική και γρήγορη ανάκαμψη σε όλα τα έργα. Στην πράξη, αυτός ο ψηφιακός σχεδιασμός θα χρησιμοποιηθεί κατά την προετοιμασία στοιχείων όπως:

- Λογότυπα για ταξιδιωτικές εταιρείες
- Εταιρική Ταυτότητα για ταξίδια
- Σχεδιασμός φυλλαδίου για ταξίδια και τουρισμό
- Ανταποκρίσιμες ιστοσελίδες
- Ανάπτυξη εφαρμογών
- Δοκιμές χρηστών

Σύμφωνα με τους συγγραφείς, ο όρος ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ στο πλαίσιο του τουρισμού θα πρέπει να χρησιμοποιείται ευρέως, καθώς όλες οι δραστηριότητες στοχεύουν στη σωστή παρουσίαση προσφορών, υπηρεσιών, στην προώθηση τόπων και περιοχών και αξιοθέατων με τη χρήση σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων και τεχνικών, με ιδιαίτερη προσοχή στην αναγνωσιμότητα του μηνύματος και την καινοτομία του. Ως εκ τούτου, αξίζει να υπενθυμίσουμε περαιτέρω ορισμούς - συμπεριλαμβανομένου του ψηφιακού τουρισμού και της ψηφιακής καθοδήγησης.

Ο όρος «ψηφιακός τουρισμός» δεν είναι ο συνηθέστερος όρος στις ξένες και εγχώριες σπουδές σύμφωνα με τη βιβλιογραφία. Στην πράξη, ο ψηφιακός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες και τις δράσεις που συνδέονται με την οργάνωση, τη διαχείριση και ακόμη και την απόλαυση της ταξιδιωτικής εμπειρίας.



Σύμφωνα με διαφορετικούς συγγραφείς, ο ψηφιακός τουρισμός μπορεί να γίνει κατανοητός με διαφορετικούς τρόπους, ανάλογα με το πλαίσιο και τις συνθήκες του ευρύτερου περιβάλλοντος (αντλώντας από την ονοματολογία της συστημικής προσέγγισης) – αυτό που παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα (διάγραμμα 1), προερχόμενο από ένα από τα επιστημονικά άρθρα.

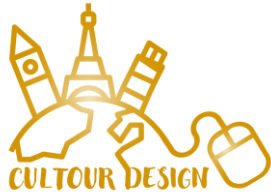
Definition of the term-concept	Year, Authors
<b><i>digital tourism</i></b>	
the convergence between the physical and digital worlds, supported by sensors that collect data resulting from the interaction of tourists and the environment;	2018, Julio Navío-Marco et al. [11]
the online purchase of ready-made tours formed by tour operators; development and implementation of mobile applications, including for tourists;	2019, Cherevichko T.V. et al. [35]
the online purchase of ready-made tours formed by tour operators; development and implementation of mobile applications, including for tourists;	
the digitalization of amateur tours through the creation of online schools for novice travelers, and others.	
the formation of a digital sector of the tourism economy;	2019, Voronkova L.P. [40]
a new type of tourism, which is often associated with e-tourism, developing in the vastness of the virtual world;	
includes the formation of a new type of tourism and a new type of tourist – "digital tourist"	

Διάγραμμα 1. Διαφορετικές έννοιες του όρου-έννοιας "ψηφιακός τουρισμός"

Πηγή: <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>

Ως εκ τούτου, ο «ψηφιακός τουρισμός» χρησιμοποιεί όλα τα εργαλεία του ψηφιακού μετασχηματισμού για να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο ταξιδεύουμε και τον τρόπο λειτουργίας του ίδιου του τομέα. Όπως και άλλοι τομείς, έτσι και εδώ, ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει αλλάξει εντελώς και συνεχίζει να αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο ταξιδεύουμε.

Η ισχύς αυτού του τομέα και το ακόμη αναπτυσσόμενο δυναμικό επιβεβαιώνεται εξάλλου από στοιχεία και στατιστικές (<https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>):



- Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που διεξήγαγε το Διεθνές Χρηματιστήριο του Μιλάνου, το 2022 ο τομέας αυξήθηκε κατά 43%, αντιπροσωπεύοντας μια πραγματική επιχείρηση οδήγησης.
- Σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Ψηφιακή Καινοτομία στον Τουρισμό, η ανάπτυξη αυτή επηρεάστηκε ιδιαίτερα το 2021 από τον ψηφιακό τουρισμό, ο οποίος σημείωσε αύξηση 55% σε σχέση με το 2020 Αυτό είναι ένα ακόμη πιο αξιοσημείωτο αποτέλεσμα αν λάβουμε υπόψη το +1% των συναλλαγών που καταγράφηκαν από επίσημα κανάλια την ίδια περίοδο. Αυτό σημαίνει ότι ο ψηφιακός τουρισμός έχει σημαντική οικονομική σημασία, μεταξύ άλλων υπό το πρίσμα του γεγονότος ότι το διαδίκτυο και οι ψηφιακές λύσεις, εν γένει, καθίστανται όλο και πιο συναφείς και ευρέως διαδεδομένες σε αυτόν τον τομέα.

Υπάρχουν περαιτέρω στατιστικά στοιχεία που μπορούν να επιβεβαιώσουν ότι πολλά ταξίδια κρατήθηκαν μέσω ιστότοπου ή smartphone χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση.

Ο ψηφιακός τουρισμός αντιπροσωπεύει επίσης μια νέα προσέγγιση στο είδος της εμπειρίας που μπορούν να προσφέρουν οι επαγγελματίες του τομέα στους τουρίστες.

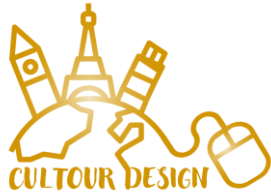
Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι εκτός από την τυπική έννοια του ψηφιακού τουρισμού, υπάρχουν και άλλοι σχετικοί όροι που αξίζει επίσης να προσδιοριστούν. Ανάλογα με την εννοιολόγηση που έγινε νωρίτερα, αυτές θα παρουσιαστούν με τη μορφή πίνακα που λαμβάνεται από μία από τις μελέτες πηγής για λόγους αναγνωσιμότητας (διάγραμμα 2).

<i>Definition of the term-concept</i>	Year, Authors
<b><i>intelligent tourism</i></b>	
means being able to change its state or action in response to varying situations, differing requirements, and previous experiences, which means that intelligence can generate appropriate results based on different needs, different states and different historic experiences;	2017, Yu. Li et al. [9]
focuses on a technical capability offering more convenient and efficient services (including tangible products) to the users;	2017, Yu. Li et al. [9]
<b><i>m-tourism</i></b>	
type of e-tourism using mobile technologies;	2013, Moshnyaga E.V. [29]
<b><i>virtual tourism</i></b>	
a promising means of promoting a particular destination, which gives the tourist an opportunity to get acquainted with the cultural, historical, recreational opportunities of the places of visit and choose the most interesting objects and activities for themselves;	2018, Kleyman A.A., Babanchikova O.A. [41]
understood as a newly emerging electronic entertainment system	2019, Voronkova L.P. [40]
<b><i>digital free tourism (DFT)</i></b>	
tourist spaces in which the Internet or mobile signals are either absent or the use of digital technologies is controlled;	2018, Jing Li et al. [7]
characterized by a lack of or severely limited access to ICTs;	

Διάγραμμα 2. Διαφορετικές σημασίες όρων-εννοιών που συνδέονται με τον «ψηφιακό τουρισμό»

Πηγή: <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>

Στην πραγματικότητα, ο αντίκτυπος της ψηφιακής τεχνολογίας, ιδιαίτερα στον τομέα του Τουρισμού, είναι αδιαμφισβήτητος και συχνά θεωρείται κινητήρια δύναμη καινοτομίας στον τομέα (Dexeus 2019; Νόμος, Buhalis και Cobanoğlu 2014). Η ψηφιακή τεχνολογία όχι μόνο επιτρέπει τη βελτίωση της προσαρμογής των πελατών και την προστιθέμενη αξία για τον ταξιδιώτη, ιδίως όσον αφορά τον προγραμματισμό του ταξιδιού, τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, τον επιτόπιο προσανατολισμό, αλλά και τη βελτίωση της εμπειρίας σε ορισμένες ρυθμίσεις υπηρεσιών και προορισμών και, τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, την ανταλλαγή εμπειριών με άλλους. Αυτός ο αυξανόμενος ρόλος της τεχνολογίας στην ταξιδιωτική εμπειρία,

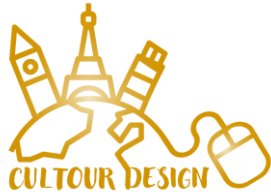


πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι, έχει «φέρει επανάσταση» στον Τουρισμό (Dexeus 2019). Επιπλέον, η ψηφιακή τεχνολογία συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη και ανταγωνιστικότερη οργάνωση των τουριστικών προϊόντων που θα πρέπει να νοούνται ως σύνθετες, ολοκληρωμένες ευκαιρίες εμπειρίας, με τη συμμετοχή ποικίλων οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών φορέων και πόρων (Framke 2002).

Υπάρχει επίσης προσέγγιση σύμφωνα με την οποία ο ψηφιακός τουρισμός συνδέεται με την αυξανόμενη τάση της παιχνιδοποίησης. Ο ψηφιακός τουρισμός επιτρέπει στους «ταξιδιώτες» να αναδημιουργήσουν όλες τις εμπειρίες και τα συναισθήματα της εξερεύνησης του πραγματικού κόσμου, με τη μικρή διαφορά ότι κάθε επικό ταξίδι πραγματοποιείται σε ψηφιακή διάσταση. Είναι η διασταύρωση μεταξύ του τουρισμού όπως τον γνωρίζουμε – ή τον έχουμε γνωρίσει – και του gaming. Επειδή με την πάροδο του χρόνου, τα κάποτε προφανή όρια μεταξύ του τι είναι «πραγματικό» και τι δεν είναι έχουν σταδιακά διαβρωθεί από τις εξελίξεις στην τεχνολογία. Αυτές οι αλλαγές έχουν δημιουργήσει έναν γενναίο νέο κόσμο – έναν κόσμο που είναι απελευθερωμένος από τους νόμους με τους οποίους είμαστε εξοικειωμένοι και ορίζεται από ατελείωτες δυνατότητες. Η συγκίνηση που παίρνετε όταν κατεβαίνετε από ένα αεροπλάνο ή η βουή της εξερεύνησης κάπου εντελώς νέου δεν είναι πλέον αποκλειστικό προνόμιο των καλοβαλμένων παραθεριστών. Αντ' αυτού, ο ψηφιακός τουρισμός προσφέρει έναν πρωτοποριακό και συναρπαστικό νέο τρόπο ταξιδιού.

Ενδιαφέρουσα άποψη για τον ψηφιακό τουρισμό προέρχεται επίσης από ένα άλλο άρθρο από το οποίο αξίζει να υπενθυμίσουμε τα ακόλουθα συμπεράσματα (<https://www.daytranslations.com/blog/digital-tourism-travel>):

- Ο ψηφιακός τουρισμός οδηγεί τους ταξιδιώτες σε ένα διαφορετικό είδος τουριστικής εμπειρίας. Είναι μια ψηφιακή υποστήριξη που παρέχεται στους ταξιδιώτες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την ταξιδιωτική δραστηριότητα. Οι υπηρεσίες ψηφιακού τουρισμού ποικίλλουν. Θα μπορούσε να παρέχει συστάσεις για την εξεύρεση του κατάλληλου καταλύματος που θα βοηθήσει τον ταξιδιώτη να σχεδιάσει το δρομολόγιο. Θα μπορούσε επίσης να είναι μια εφαρμογή που μπορούν να εγκαταστήσουν στα κινητά τους τηλέφωνα για να χρησιμεύσουν ως κινητός ξεναγός. Θα μπορούσε επίσης να είναι η δυνατότητα εξερεύνησης όλων των φωτογραφιών διακοπών που τράβηξε ο ταξιδιώτης μόλις φτάσει στο σπίτι.

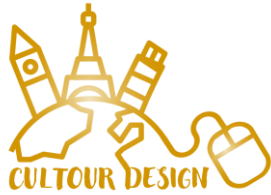


- Ο ψηφιακός τουρισμός δεν είναι μια νέα έννοια και έχει ήδη εισέλθει στις διαδικτυακές δραστηριότητες πολλών ανθρώπων. Εξετάζουν επίσης προτάσεις και κριτικές σε ιστότοπους όπως το TripAdvisor, το Orbitz και η Expedia. Μερικοί είναι ιστότοποι διαχείρισης ταξιδιών όπως το TripIt και το Kayak. Άλλοι ιστότοποι επιτρέπουν στους ταξιδιώτες να συγκρίνουν τιμές και να κάνουν κράτηση πτήσεων και ξενοδοχείων όπως το Google Flights, το Priceline.com, το Booking.com και το Hotels.com.
- Ο ψηφιακός τουρισμός παρέχει έναν τεχνολογικά καθοδηγούμενο τρόπο έρευνας και σχεδιασμού, καθώς και εμπειρίας των ταξιδιών διακοπών τους. Οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό θα πρέπει να επενδύσουν στην ψηφιακή παρουσία. Δεν είναι πλέον βιώσιμο να μην βλέπετε στο διαδίκτυο, αν και η ψηφιακή σας παρουσία θα πρέπει να μελετηθεί με σαφήνεια. Θα πρέπει να είναι δημιουργικό, έξυπνο, συναρπαστικό και πειστικό.

**Με βάση το περιεχόμενο μέχρι στιγμής, μπορεί επομένως να συναχθεί ότι η έννοια του ψηφιακού τουρισμού είναι, αφενός, σχετικά ευρεία και, αφετέρου, απίστευτα δυναμική - στο πλαίσιο, μεταξύ άλλων, της συνεχιζόμενης τεχνολογικής αλλαγής, όπου σχεδόν κάθε εβδομάδα εκπλησσόμαστε από καινοτομίες και νέα μοντέλα εξοπλισμού.**

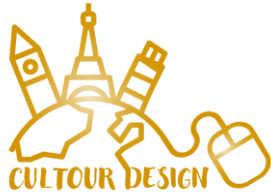
Φαίνεται ότι ο τίτλος του όρου ψηφιακή καθοδήγηση θα είναι πιο στενά συνδεδεμένος με έναν άλλο ενδιαφέροντα όρο, δηλαδή τον εικονικό τουρισμό. Αυτή είναι επίσης μια ευρεία έννοια και, ακολουθώντας προηγούμενες έννοιες, αξίζει να παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά στοιχεία της σε μορφή κουκκίδας (<https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/virtual-tourism>)

- Ο εικονικός τουρισμός παρουσιάζει στους θεατές μια καθηλωτική εμπειρία μιας δραστηριότητας, τοποθεσίας ή προορισμού μέσω της χρήσης της τεχνολογίας.
- Υπάρχουν τόνοι διαφορετικών τύπων προσφορών εικονικού τουρισμού, αλλά συνήθως υπάρχει ένας συνδυασμός εικονικής πραγματικότητας, στατικών εικόνων, βίντεο, ήχου, αφήγησης, διαδραστικότητας και άλλων μορφών πολυμέσων για να παρέχει μια εμπειρία ενός προορισμού που ένας χρήστης δεν μπορεί να περάσει μόνο από εικόνες ή ιστότοπους.
- Οι θεατές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε περιεχόμενο εικονικού τουρισμού χρησιμοποιώντας ακουστικά εικονικής πραγματικότητας για την πιο καθηλωτική εμπειρία, αλλά συνήθως μπορούν επίσης να δουν το περιεχόμενο σε έναν κανονικό υπολογιστή ή ακόμα και σε μια κινητή συσκευή.



- Επειδή οι θεατές μπορούν να βιώσουν δραστηριότητες, τοποθεσίες και προορισμούς από την άνεση του σπιτιού τους, υπάρχουν πολλά σαφή οφέλη για τον εικονικό τουρισμό. Το πιο προφανές από αυτά τα οφέλη είναι ότι οι θεατές μπορούν να δουν και να βιώσουν έναν προορισμό χωρίς να ταξιδέψουν σε αυτόν, πράγμα που σημαίνει ότι δεν περιορίζονται από τις διαθέσιμες πτήσεις, την ταξιδιωτική εφοδιαστική, τις ανησυχίες για την ασφάλεια και το αν οι προορισμοί είναι ανοιχτοί. Δεν χρειάζεται καν να σκεφτούν τις ζώνες ώρας ή τις καιρικές συνθήκες.
- Το άλλο τεράστιο όφελος για τους θεατές είναι το κόστος. Ο εικονικός τουρισμός καθιστά τους προορισμούς προσβάσιμους σε εκατομμύρια ανθρώπους που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να αντέξουν οικονομικά να ταξιδέψουν σε αυτούς. Οι θεατές αγκαλιάζουν την άνοδο των προορισμών εικονικού τουρισμού και την αυξανόμενη ποιότητα και διαθεσιμότητα της τεχνολογίας εικονικής πραγματικότητας για να δουν και να βιώσουν πράγματα που ποτέ δεν θεωρούσαν δυνατά.
- Για τα ξενοδοχεία και τους προορισμούς, το σαφές όφελος είναι η δυνατότητα να παραμείνουν στην κορυφή του μυαλού των δυνητικών πελατών και να επισημάνουν μια τοποθεσία, παροχές και προσφορές. Οι θεατές που έχουν βιώσει ένα ξενοδοχείο ή μια τοποθεσία μέσω εικονικού τουρισμού είναι πιο πιθανό να κάνουν κράτηση για μελλοντική διαμονή και θα περιμένουν με ανυπομονησία να βιώσουν τη δραστηριότητα στον «πραγματικό κόσμο».
- Υπάρχουν επίσης μεγάλες ευκαιρίες μάρκετινγκ που προσφέρονται από την τεχνολογία εικονικού τουρισμού. Οι πιθανοί επισκέπτες μπορούν να δουν μια προβολή 360 μοιρών ενός καταλύματος και των παροχών του, αντί για τις επίπεδες εικόνες σε ένα φυλλάδιο ή έναν ιστότοπο. Η εμπειρία μιας επιχείρησης με αυτόν τον τρόπο αυξάνει τις πιθανότητες που οι θεατές θα θέλουν να επισκεφθούν στο μέλλον και σημαίνει ότι μπορούν εύκολα να μοιραστούν τις εικονικές προσφορές με τους φίλους και την οικογένειά τους.

**Συμπερασματικά, λοιπόν, είναι η τελική πρόταση ότι ο όρος ψηφιακή καθοδήγηση θα πρέπει να νοείται ως κάθε είδους δραστηριότητες που επιτρέπουν την εικονική εξερεύνηση προορισμών - πόλεων, περιφερειών, αλλά και συγκεκριμένων τουριστικών εγκαταστάσεων - από τουριστικά αξιοθέατα έως στοιχεία ανάπτυξης - όπως ξενοδοχεία. Φαίνεται επίσης σωστό να αντιλαμβανόμαστε τον ψηφιακό τουρισμό ευρέως στο πλαίσιο των λεγόμενων ταξιδιωτικών σταδίων - φάσεων της αλυσίδας αξίας του τουρισμού.**



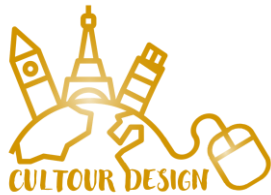
## Ο ψηφιακός οδηγός ως μέρος του ψηφιακού τουρισμού

Επομένως, τα εργαλεία και οι λύσεις ψηφιακού τουρισμού μπορούν να εφαρμοστούν σε κάθε μία από τις φάσεις, από τη φάση του ονείρου και της προετοιμασίας, που σχετίζονται με την αγορά μιας δεδομένης υπηρεσίας, μέσω της φάσης υλοποίησης, έως τη στιγμή μετά το τέλος του ταξιδιού. Σε πρώτη φάση, ο ψηφιακός τουρισμός θα σχετίζεται με τη γνωριμία με έναν δυνητικό προορισμό και την εμπειρία των ποιοτήτων και των αξιοθέατων ενός τόπου, και στην περίπτωση των ξενοδοχείων, π.χ. των στοιχείων υποδομής, πιο ρεαλιστικά από ό, τι μόνο μέσω εικόνων. Στην πραγματική φάση του ταξιδιού, οι λύσεις ψηφιακού τουρισμού μπορούν να επεκτείνουν το περιεχόμενο που διερευνάται και ίσως να δώσουν την ώθηση για την ανακάλυψη νέων, προηγουμένως μη προγραμματισμένων αξιοθέατων κατά τη διάρκεια μιας διαμονής σε μια συγκεκριμένη πόλη ή περιοχή. Τέλος, στην τελική φάση - μετά το πραγματικό ταξίδι, η χρήση ψηφιακών τουριστικών εργαλείων μπορεί, σε προσωπικό επίπεδο, να επιτρέψει μια εικονική, κάπως νοσταλγική επιστροφή στα μέρη που επισκέπτεστε. Ταυτόχρονα, ο ψηφιακός τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εικονικό αναμνηστικό του ταξιδιού και ακόμη και ως κίνητρο για άλλους να ενδιαφερθούν για το θέμα.

Επιπλέον, από επιχειρησιακή άποψη μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι ο ψηφιακός τουρισμός είναι μια μορφή επίσκεψης σε μια περιοχή / τοποθεσία, η οποία, χάρη στη χρήση των τελευταίων τεχνολογιών πληροφορικής, καθιστά δυνατή την προσέγγιση ενός ευρύτερου κοινού που, για ορισμένους λόγους, δεν μπορεί να επιλέξει μια παραδοσιακή μορφή επίσκεψης. Ένας ψηφιακός οδηγός μπορεί να είναι, για παράδειγμα, μέρος ενός παραδοσιακού μουσείου με τη μορφή ιστότοπου, μεταξύ άλλων, ή μια ανεξάρτητη μορφή που λειτουργεί μόνο στον κυβερνοχώρο.

Σε αυτό το σημείο, αξίζει επομένως να τονιστεί ότι ο πρωταρχικός στόχος αυτής της εργασίας είναι να επικαλεστεί σχετικά παραδείγματα που απεικονίζουν τις διάφορες διαστάσεις της ψηφιακής καθοδήγησης.

Το πρώτο στάδιο της ερευνητικής διαδικασίας που διεξήχθη ήταν η αναζήτηση βιβλιογραφίας, κυρίως άρθρων, μελετών και διαδικτυακού υλικού σχετικά με το επιλεγμένο θεματικό πεδίο, ακολουθούμενη από την ανάπτυξη συγκεκριμένων μελετών περίπτωσης, χρησιμοποιώντας ποιοτικές μεθόδους,



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



συμπεριλαμβανομένης της παρατήρησης των συμμετεχόντων, που σχετίζονται με τη συμμετοχή των συγγραφέων σε διάφορα τουριστικά έργα,

Η επιλογή των περιπτώσιολογικών μελετών ήταν σκόπιμη, δηλαδή αναφέρθηκαν διάφορα εποικοδομητικά παραδείγματα δραστηριοτήτων που αφορούν τον τουριστικό τομέα και τις βιομηχανίες που τον απαρτίζουν στο πλαίσιο του ψηφιακού τουρισμού που εφαρμόζεται στην Πολωνία σε διαφορετικά επίπεδα δραστηριότητας:

- εθνική – λειτουργία ψηφιακών καναλιών του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού – Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού
- περιφερειακός και τοπικός – (στην πολωνική διοικητική ορολογία - το επίπεδο των βοΐβοδάτων) – ο Περιφερειακός Οργανισμός Τουρισμού της Μαζοβίας και έργα που υλοποιήθηκαν, μεταξύ άλλων, κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID

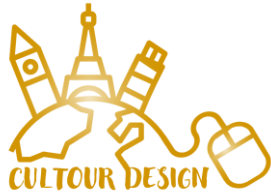
## Μελέτες περιπτώσεων σχετικά με τον ψηφιακό τουρισμό στην Πολωνία - διαφορετικά επίπεδα

### **ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ: POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA/ΠΟΛΩΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού - που εκτελεί τα καθήκοντα που καθορίζονται στον νόμο περί του πολωνικού οργανισμού τουρισμού - αναλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες (<https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/podstawowe-informacje/zadania-pot>):

- προωθεί την Πολωνία ως χώρα ελκυστική για τους τουρίστες - σύγχρονη, με υψηλά πρότυπα υπηρεσιών και ευνοϊκές τιμές. Οι δραστηριότητες για την προώθηση και την ανάπτυξη του πολωνικού τουρισμού πραγματοποιούνται τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.
- διοργανώνει εθνικά περίπτερα στις μεγαλύτερες εγχώριες και ξένες τουριστικές εκθέσεις, όπου οι εκθέτες περιλαμβάνουν εκπροσώπους της τουριστικής βιομηχανίας και της τοπικής αυτοδιοίκησης.
- καλεί ξένους δημοσιογράφους και ταξιδιωτικούς πράκτορες να πραγματοποιήσουν επισκέψεις μελέτης προκειμένου να παρουσιάσουν την Πολωνία ως χώρα ελκυστική για τους τουρίστες, γεγονός που αντικατοπτρίζεται σε άρθρα σχετικά με την Πολωνία και προσφορές ταξιδιών στη χώρα μας.
- συνεργάζεται με περιφερειακούς και τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς για την αύξηση του ενδιαφέροντος για πολωνικές πόλεις, περιφέρειες, τουριστικά προϊόντα μεταξύ εγχώριων και ξένων τουριστών. Η συνεργασία περιλαμβάνει σεμινάρια, εκπαιδεύσεις, καθώς και εκδηλώσεις προώθησης.





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

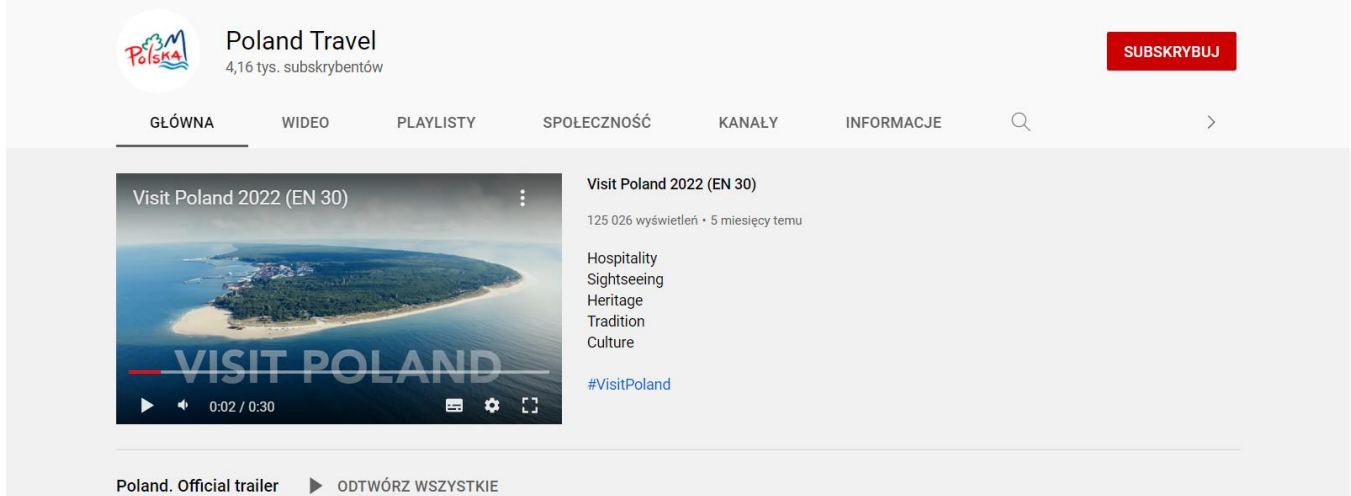


- δημοσιεύει υλικό για την Πολωνία σε 12 γλώσσες, το οποίο προωθεί τον ενεργό τουρισμό, τον επιχειρηματικό τουρισμό, τον ιαματικό τουρισμό, τις τρέχουσες τουριστικές αξίες των πόλεων και των περιφερειών, συμπεριλαμβανομένων των μνημείων της UNESCO, καθώς και άλλα αξιοπερίεργα που μπορεί να ενδιαφέρουν έναν δυνητικό τουρίστα.
- αναλύει τις τάσεις στον παγκόσμιο τουρισμό σε συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς που ασχολούνται με αυτόν τον τομέα, γεγονός που επιτρέπει τον καθορισμό προτεραιοτήτων στον πολωνικό τουρισμό.
- αναπτύσσει τις δραστηριότητες του Γραφείου Συνεδρίων και Συνεδρίων, στόχος του οποίου είναι η αύξηση της δημοτικότητας του επιχειρηματικού τουρισμού, ο οποίος ευδοκιμεί παγκοσμίως·
- λειτουργεί το Διαδικτυακό Σύστημα Τουριστικών Πληροφοριών (ISIT).

Ο Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού ασχολείται με την προώθηση της Πολωνίας ως ελκυστικού τουριστικού προορισμού στην Πολωνία και στο εξωτερικό. Κάθε χρόνο το ΡΟΤ είναι υπεύθυνο για παρουσιάσεις στις μεγαλύτερες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις στην Ευρώπη και στον κόσμο. Ωστόσο, εκτός από τη συμμετοχή σε πραγματικές εκδηλώσεις και την πρόσωπο με πρόσωπο προώθηση, οι δραστηριότητες του ΡΤΟ που πραγματοποιούνται ψηφιακά - στο πλαίσιο του τίτλου της ψηφιακής καθοδήγησης - είναι πολύ σημαντικές.

Πρώτα απ' όλα αξίζει να αναφερθεί η παρουσία του ΡΤΟ σε μέσα ενημέρωσης όπως το You Tube, όπου το κανάλι POLAND TRAVEL - #Visit Πολωνία - λειτουργεί πολύ καλά.

**Απευθείας σύνδεσμος:** <https://www.youtube.com/@polandtravel>



Poland Travel  
4,16 tys. subskrybentów

GLÓWNA WIDEO PLAYLISTY SPOŁECZNOŚĆ KANAŁY INFORMACJE

Visit Poland 2022 (EN 30)  
125 026 wyświetleń · 5 miesięcy temu

Hospitality  
Sightseeing  
Heritage  
Tradition  
Culture

#VisitPoland

Poland. Official trailer ▶ ODTWÓRZ WSZYSTKIE

Διάγραμμα 1. Πολωνία Ταξιδιωτικό προφίλ στο YouTube – γενική άποψη  
Πηγή: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

Αξίζει να σημειωθεί ότι από την πρώτη στιγμή - από την είσοδό μας στην κεντρική σελίδα στο YouTube - μας περιμένει ένα επίσημο τρέιλερ - μια ταινία που μας καλεί να γνωρίσουμε την Πολωνία γενικότερα. Είναι μια απίστευτη εντύπωση και ακριβώς το πλεονέκτημα των ψηφιακών εργαλείων καθοδήγησης ότι στο σύντομο χρονικό διάστημα που χρειάζεται για να το δούμε - 30 δευτερόλεπτα - έχουμε μια γεύση από τα σημαντικότερα αξιοθέατα και περιουσιακά στοιχεία της Πολωνίας, τόσο τον φυσικό όσο και τον πολιτιστικό της πλούτο. Αυτό το παράδειγμα ταιριάζει πραγματικά με τα ζητήματα που αναφέρθηκαν ήδη στην εισαγωγή σχετικά με τις σημερινές τάσεις στον τουρισμό - συμπεριλαμβανομένης της οικοδόμησης εμπειρίας. Σε αυτό το τρέιλερ βασίζονται στη συνήχηση πέντε χαρακτηριστικών της πολωνικότητας: Φιλοξενία, Αξιοθέατα, Κληρονομιά, Παράδοση, Πολιτισμός.

**Poland Travel**  
4,16 tys. subskrybentów

GLÓWNA WIDEO **PLAYLISTY** SPOŁECZNOŚĆ KANAŁY INFORMACJE

Utworzone playlisty SORTUJ WEDŁUG


Διάγραμμα 2. Πολωνία Ταξιδιωτικό προφίλ στο YouTube - διαφορετικές λίστες αναπαραγωγής  
Πηγή: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

Περαιτέρω στοιχεία της πύλης You Tube του PTO είναι εξίσου ενδιαφέροντα και παρέχουν μια πιο λεπτομερή εικόνα για την Πολωνία, μέσω μεμονωμένων θεματικών και γλωσσικών λιστών αναπαραγωγής. Η λίστα αναπαραγωγής με τίτλο "Best in Poland" είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτη. Το τρέχον περιεχόμενό του είναι 25 ταινίες που παρουσιάζουν επιλεγμένα τουριστικά αξιοθέατα και στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς από διάφορα μέρη της Πολωνίας - τόσο πόλεις όσο και περιφέρειες. Πρόκειται για χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, πρώην βιομηχανικούς χώρους - σήμερα πολιτιστικά αξιοποιημένους, αλλά και σύγχρονες μουσειακές έννοιες, όπως ήδη αναφέρθηκε - ενισχύοντας την τουριστική εμπειρία που τόσο επιθυμητή σήμερα. Η επιλογή ταινιών που παρουσιάζουν μέρη είναι επίσης σκόπιμη - καθώς σε αυτά τα συγκεκριμένα αξιοθέατα έχουν απονεμηθεί πιστοποιητικά για τα καλύτερα τουριστικά προϊόντα στην Πολωνία τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο διαγωνισμού που διοργανώνει ο Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού. Αποτελεί λοιπόν εγγύηση ότι στο πλαίσιο της ψηφιακής ξενάγησης συναντάμε εξαιρετικούς τόπους, που σήμερα αναφέρονται ως highlights.

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των δράσεων ψηφιακής καθοδήγησης του ΕΠΤ, αξίζει να αναφερθεί το παράδειγμα της θεματικής καμπάνιας που υλοποιήθηκε τα προηγούμενα χρόνια με τίτλο «Έλα να βρεις την ιστορία σου». Ήταν τα τελευταία χρόνια η μεγαλύτερη διαφημιστική καμπάνια, στην οποία το μέρος ήταν το σποτ "Poland - Feel Invited", που παρουσιάστηκε σε διάφορες τοποθεσίες στο Λονδίνο, για παράδειγμα στους σταθμούς Charing Cross, Kings Cross και London Bridge.

Η κύρια ιδέα της εκστρατείας διατηρήθηκε - συνεχίζουμε να δείχνουμε την Πολωνία μέσα από τα μάτια ενός επισκέπτη τουρίστα, συνιστώντας διαμονή στη χώρα μας. Η έρευνα καταναλωτών που διεξήχθη μέχρι στιγμής για λογαριασμό του ΡΤΟ κατά το προηγούμενο στάδιο της εκστρατείας έδειξε ότι η σύσταση είναι μια ισχυρή ιδέα, επιτρέποντας στον παραλήπτη της διαφήμισης να ταυτιστεί με τον πρωταγωνιστή της.

Η Πολωνία στις εικόνες "παραμυθιού" στην ύπαιθρο στο Λονδίνο και στο περίπτερο του Πολωνικού Οργανισμού Τουρισμού στην έκθεση είναι μια γοητευτική και πολύχρωμη χώρα, που διεγείρει τη φαντασία και μεταφέρει τον παραλήπτη σε έναν κόσμο φαντασίας.



Poland - come and find your story

15 tys. wyświetleń · 8 lat temu

Poland Travel

Find your own fairy-tale, and discover some magical places in Poland. Discover 16 unforgettable tourist attractions.

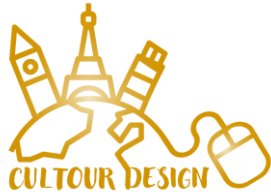
Angielski

Σχήμα 3. Πολωνία Ταξιδιωτικό προφίλ στο YouTube – θεματική καμπάνια "Ελάτε να βρείτε την ιστορία σας"

Πηγή: <https://www.youtube.com/@polandtravel>

**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ: MAZOWIECKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA/ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΑΖΟΒΙΑΣ**

Ο Περιφερειακός Οργανισμός Τουρισμού Μαζοβίας (MROT) είναι ένας μη κυβερνητικός οργανισμός επιφορτισμένος με την προώθηση των περιουσιακών στοιχείων, των αξιοθέατων και των τουριστικών



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



προϊόντων της Βαρσοβίας και της Μαζοβίας. Είναι πρεσβευτής του τουρισμού της Μαζοβίας. Ως οργανισμός, δημιουργεί μια φυσική πλατφόρμα για την υλοποίηση κοινών έργων των μελών του. Το MROT διαθέτει μια πλήρη βάση γνώσεων για την τουριστική κίνηση και τα αξιοθέατα της Μαζονία, καθώς και τις τάσεις που είναι σημαντικές για την ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων. Οι τοπικές κυβερνήσεις, οι επιχειρηματίες, τα πολιτιστικά ιδρύματα και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και του πολιτισμού στη Μαζονία ανήκουν στην ένωση. Το MROT έχει σήμερα περισσότερα από 100 μέλη.

Απευθύνεται στους κατοίκους της πρωτεύουσας με την τουριστική προσφορά της περιοχής, ενημερώνοντάς τους για ευκαιρίες αναψυχής και αναψυχής στη Μαζονία. Μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού, ενισχύει την τοπική οικονομία της Μαζοβίας και συμβάλλει στην ποιότητα ζωής των κατοίκων της. Με τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες και τις γνώσεις του, το MROT υποστηρίζει τοπικούς οργανισμούς, τοπικές κυβερνήσεις και επιχειρηματίες που εργάζονται για την ανάπτυξη του τουρισμού και την προώθηση της τουριστικής ελκυστικότητας της υποπεριοχής τους. Σε εθνική κλίμακα, ο οργανισμός προωθεί τις πιο πολύτιμες δραστηριότητες στον τομέα του πολιτισμού και του τουρισμού που αναλαμβάνονται στη Βαρσοβία και τη Μαζοβία.

Ένα από τα πιο δημοφιλή έργα τα τελευταία χρόνια που σχεδιάστηκε, διαχειρίζεται και προωθείται από το MROT ονομάζεται FASHION MAZOVIA (Moda na Mazowsze – στην προέλευση). Στο πλαίσιο του έργου, ο Περιφερειακός Οργανισμός Τουρισμού Μαζοβίας διεξάγει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

(α) διαχειρίζεται την ιστοσελίδα [www.modanamazowsze.pl](http://www.modanamazowsze.pl),

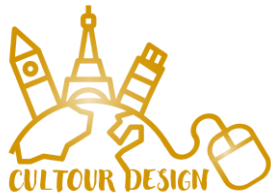
β) διατηρεί προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: fb / modanamazowsze

fb/dziejesienamazowsze και [instagram/modanamazowsze](https://www.instagram.com/modanamazowsze),

γ) εκδίδει το τουριστικό περιοδικό Fashion for Mazovia,

(δ) διαχειρίζεται το κανάλι YouTube/ModanaMazowsze.tv,

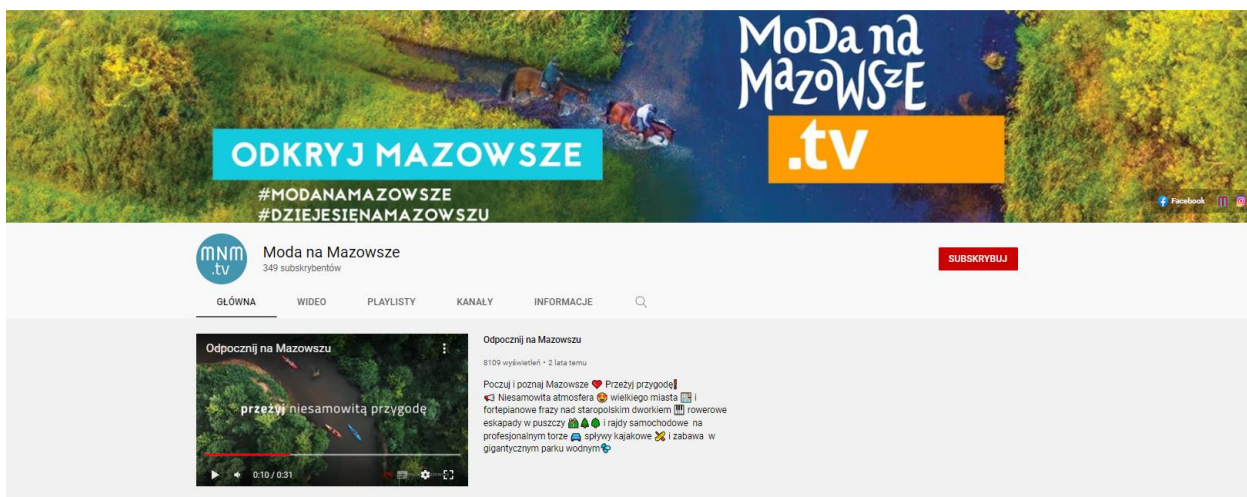
ε) διαχειρίζεται το περιφερειακό ημερολόγιο πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



στ) παράγει μια σειρά τηλεοπτικών προγραμμάτων με τίτλο Dzieje się na Mazowszu και Moda na Mazowsze.



Όπως συνέβη και με το κανάλι You Tube του PTO, το MROT έχει επίσης μια πολύ εκτεταμένη βάση περιεχομένου βίντεο. Λειτουργεί με την κοινή ονομασία - διπλή, να το πω έτσι - "Dzieje się na Mazowszu" και "Moda na Mazowsze". Ιδιαίτερη αξία έχουν οι επιμέρους playlists, οι οποίες επιτρέπουν πολύ καλή προετοιμασία για θεματικά ταξίδια, ενώ ταυτόχρονα τα βίντεο που περιέχονται σε αυτές μπορούν να έχουν και εκπαιδευτική και προωθητική αξία. Η πανδημία COVID-19 είχε ως αποτέλεσμα ότι, από την άνοιξη του 2020 και μετά, οι δραστηριότητες του MROT, που συνήθως πραγματοποιούνται σε μεγάλο βαθμό σε εξωτερικούς χώρους (με τη μορφή εκδηλώσεων, πικνίκ, εκπαιδευτικών περιηγήσεων κ.λπ.) έπρεπε να μειωθούν στο ελάχιστο και... εξαιρετικά γρήγορα να μεταφερθεί στην εικονική σφαίρα. Εκ των υστέρων, μπορούμε να πούμε ότι αυτό επιτεύχθηκε πολύ εποικοδομητικά και αποτελεσματικά. Οι θεματικές λίστες αναπαραγωγής που δημιουργήθηκαν εκείνη την εποχή - όπως "Ακολουθώντας τους θρύλους της Mazovia", "Διαβάζοντας τις ιστορίες της Mazovia" ή, τέλος, "Γεύσεις της Mazovia" - μπορούν να έχουν ένα πολύ ευρύ φάσμα εφαρμογών και να ενδιαφέρουν πολλά πιθανά ακροατήρια, συμπεριλαμβανομένου του επιπέδου της σχολικής ή πανεπιστημιακής εκπαίδευσης.

The screenshot shows the YouTube channel 'Moda na Mazowsze' with 349 subscribers. The 'PLAYLISTY' tab is selected, displaying a grid of 9 playlists. Each playlist card includes a thumbnail, a title, a video count, and a 'WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ' button.

Playlist Title	Video Count
Moda na Mazowsze	8
Dzieje się na Mazowszu	27
Mazowiecka wieś zaprasza	51
Śladami legend Mazowsza	24
Smaki Mazowsza	2
Historia Mazowsza	9
Wielka Przygoda	5
Czytamy baśnie Mazowsza	7
Rozmowy OnLine	22

Διάγραμμα 4. Προφίλ του Περιφερειακού Οργανισμού Τουρισμού Μαζοβίας στο YouTube και σε διαφορετικές λίστες αναπαραγωγής

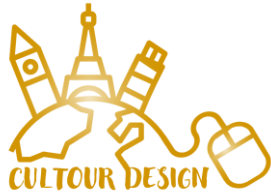
Πηγή: <https://www.youtube.com/modanamazowsze>

Συμπερασματικά, ελπίζουμε να έχουμε επιτύχει τον στόχο μας να απεικονίσουμε την πολυπλοκότητα του ψηφιακού τουρισμού μέσα από διάφορα παραδείγματα. Ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα είναι η πεποίθηση ότι τα εργαλεία ψηφιακού τουρισμού μπορούν να είναι κρίσιμα και επικοινωνιακά σε κάθε φάση ενός ταξιδιού - είτε πρόκειται για την προετοιμασία, την πραγματική συμμετοχή ή την ολοκλήρωση, ενώ ταυτόχρονα σχεδιάζουν την επόμενη δραστηριότητα. Ταυτόχρονα, φαίνεται ότι, όπως και στα 4Ps του μάρκετινγκ τα 5Ps - δηλαδή οι άνθρωποι - είναι το κλειδί, το ίδιο το εργαλείο και οι ψηφιακές φόρμες χρειάζονται τους σωστούς εμπνευστές και διαχειριστές.

## 2.2 Πρόσθετοι πόροι

A/A	Τίτλος πόρου	Τύπος πόρου	Σύνδεση
1	Επιστημονικό άρθρο – «Από τον Ηλεκτρονικό Τουρισμό στον Ψηφιακό Τουρισμό». Ορολογική ανασκόπηση	Επιστημονικό άρθρο διαθέσιμο στο διαδίκτυο	<a href="https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf">https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf</a>
2	Επιστημονικό άρθρο – «Ο ψηφιακός τουρισμός ως βασικός παράγοντας ανάπτυξης της οικονομίας»	Επιστημονικό άρθρο διαθέσιμο στο διαδίκτυο	<a href="https://www.researchgate.net/publication/326496875_Digital_tourism_as_a_key_factor_in_the_development_of_the_economy">https://www.researchgate.net/publication/326496875_Digital_tourism_as_a_key_factor_in_the_development_of_the_economy</a>
3	Επιστημονικό άρθρο – «Παρουσία και ψηφιακός τουρισμός»	Επιστημονικό άρθρο διαθέσιμο στο διαδίκτυο	<a href="https://www.researchgate.net/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism">https://www.researchgate.net/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism</a>
4	Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού	Ιστοσελίδα του PTO	<a href="http://www.pot.gov.pl">www.pot.gov.pl</a>
5	Περιφερειακός Οργανισμός Τουρισμού Μαζοβίας	Ιστοσελίδα του MROT	<a href="http://www.mrot.pl">www.mrot.pl</a>





## 3. Αξιολόγηση

### 3.1 Αξιολόγηση Γνώσης

Ερώτηση 1 (σωστό/λάθος): Η ψηφιακή καθοδήγηση συνδέεται πρωτίστως με τη δύναμη της τεχνολογίας και όλες τις λύσεις ΤΠΕ.

**[ΑΛΗΘΕΣ]** [ΛΑΘΟΣ]

Ερώτηση 2 (πολλαπλής επιλογής): Στην πράξη, ο ψηφιακός σχεδιασμός θα χρησιμοποιηθεί κατά την προετοιμασία στοιχείων όπως:

**[Λογότυπα για ταξιδιωτικές εταιρείες]** [ηλεκτρονική αγορά] [άρθρα ιστότοπου] **[ανάπτυξη εφαρμογών]**

Ερώτηση 3 (σωστό/λάθος): Σύμφωνα με τους Julio Navio-Marco et al. (2018), ο ψηφιακός τουρισμός είναι ένας νέος τύπος τουρισμού, ο οποίος συχνά συνδέεται με τον ηλεκτρονικό τουρισμό που αναπτύσσεται στην απεραντοσύνη του εικονικού κόσμου.

**[ΑΛΗΘΕΣ]** [ΛΑΘΟΣ]

Ερώτηση 4 (σωστές πολλαπλές απαντήσεις): Στον τομέα του τουρισμού, η ψηφιακή τεχνολογία επιτρέπει:

**[βελτιωμένη προσαρμογή των πελατών και προστιθέμενη αξία για τον ταξιδιώτη]** **[βελτίωση της εμπειρίας σε ορισμένες ρυθμίσεις υπηρεσιών και προορισμών]** [δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και διασφάλιση περιβαλλοντικά βιώσιμης] [συμβιβασμός της οικονομικής ανάπτυξης, της βελτίωσης των μέσων διαβίωσης και της κοινωνικής ένταξης]

Ερώτηση 5 (ορθές πολλαπλές απαντήσεις): Ο Πολωνικός Οργανισμός Τουρισμού αναλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

**[διοργανώνει εθνικά περίπτερα στις μεγαλύτερες εγχώριες και ξένες εκθέσεις τουρισμού]** **[προώθηση]** της συμβολής του τουρισμού στη μείωση της φτώχειας και την ανάπτυξη] [διευκόλυνση της ανταλλαγής ερευνών] [αναλύει τις τάσεις στον παγκόσμιο τουρισμό]

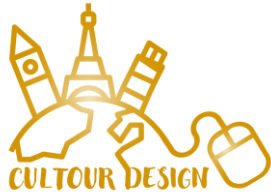
Ερώτηση 6 (σωστές πολλαπλές απαντήσεις): Ο ψηφιακός τουρισμός είναι ένας ισχυρός τομέας, σύμφωνα με τα ακόλουθα στατιστικά στοιχεία:

[πολλά ταξίδια κλείστηκαν μέσω ανθρώπινης παρέμβασης] [το 2021 σημείωσε μείωση 55% σε σύγκριση με το 2020] **[το 2022 ο τομέας αυξήθηκε κατά 43%]** **[το διαδίκτυο και οι ψηφιακές λύσεις γίνονται όλο και πιο σχετικές και διαδεδομένες σε αυτόν τον τομέα]**

Ερώτηση 7 (σωστές πολλαπλές απαντήσεις): Χαρακτηριστικά στοιχεία εικονικού τουρισμού είναι:

[παρέχουν καλά έσοδα για τον προορισμό υποδοχής] [περιλαμβάνει περιορισμένη κοινωνική αλληλεπίδραση] **[μια καθηλωτική εμπειρία μιας δραστηριότητας, τοποθεσίας ή προορισμού μέσω της χρήσης της τεχνολογίας]** **[προβολή 360 μοιρών ενός καταλύματος και των παροχών του]**

Ερώτηση 8 (αντιστοίχιση): Αντιστοιχίστε τους όρους με τους ορισμούς τους.



Όρος 1 Πολιτιστικός τουρισμός: περιλαμβάνει «μετακινήσεις προσώπων για κυρίως πολιτιστικά κίνητρα, όπως εκπαιδευτικές περιηγήσεις, παραστατικές τέχνες και πολιτιστικές περιηγήσεις, ταξίδια σε φεστιβάλ και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, επισκέψεις σε χώρους και μνημεία, ταξίδια για μελέτη της φύσης, της λαογραφίας ή της τέχνης και προσκυνήματα».

Όρος 2 Ψηφιακός τουρισμός: περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες και δράσεις που συνδέονται με την οργάνωση, τη διαχείριση και ακόμη και την απόλαυση της ταξιδιωτικής εμπειρίας.

Όρος 3 Ευφυής τουρισμός: επικεντρώνεται σε μια τεχνική ικανότητα που προσφέρει πιο βολικές και αποτελεσματικές υπηρεσίες (συμπεριλαμβανομένων των υλικών προϊόντων) στους χρήστες

Όρος 4 M-τουρισμός: τύπος ηλεκτρονικού τουρισμού με χρήση κινητής τεχνολογίας

Όρος 5 Εικονικός τουρισμός: νοείται ως ένα νεοεμφανιζόμενο ηλεκτρονικό σύστημα ψυχαγωγίας

Ερώτηση 9 (αντιστοίχιση): Ταιριάξτε τις έννοιες με τις εξηγήσεις τους.

Έννοια 1 Ψηφιακός ελεύθερος τουρισμός: τουριστικοί χώροι στους οποίους είτε απουσιάζουν τα σήματα του διαδικτύου ή της κινητής τηλεφωνίας είτε ελέγχεται η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών.

Έννοια 2 Ψηφιακός σχεδιασμός: είναι ένας τύπος οπτικής επικοινωνίας που παρουσιάζει πληροφορίες ή ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μέσω μιας ψηφιακής διεπαφής.

Έννοια 3 Παιχνιδοποίηση: είναι η διασταύρωση μεταξύ του τουρισμού όπως τον γνωρίζουμε – ή τον έχουμε γνωρίσει – και του παιχνιδιού

Έννοια 4 Ψηφιακή τεχνολογία: συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη και ανταγωνιστικότερη οργάνωση των τουριστικών προϊόντων που θα πρέπει να νοούνται ως πολύπλοκες, ολοκληρωμένες ευκαιρίες εμπειρίας, με τη συμμετοχή ποικίλων οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών φορέων και πόρων.

Έννοια 5 Ψηφιακή καθοδήγηση: θα πρέπει να νοείται κάθε είδους δραστηριότητες που επιτρέπουν την εικονική εξερεύνηση προορισμών - πόλεων, περιφερειών, αλλά και συγκεκριμένων τουριστικών εγκαταστάσεων - από τουριστικά αξιοθέατα έως στοιχεία ανάπτυξης - όπως ξενοδοχεία.

Ερώτηση 10 (αντιστοίχιση): Αντιστοιχίστε τα προβλήματα με τις λύσεις τους.

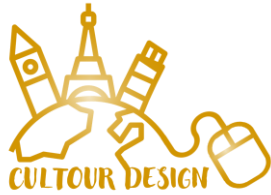
Πρόβλημα 1 Θέλω να ετοιμάσω ένα λογότυπο για την ταξιδιωτική μου εταιρεία: στο πλαίσιο των πραγματικών τάσεων και της ευαισθητοποίησης είναι ζωτικής σημασίας να χρησιμοποιήσω ψηφιακό σχεδιασμό.

Πρόβλημα 2 Βελτίωση της διαδικασίας επίσκεψης σε τουριστικά αξιοθέατα, ψυχαγωγία και διασφάλιση της αφοσίωσης των επισκεπτών και παροχή στους διαχειριστές τουριστικών αξιοθέατων ενός εργαλείου για την αύξηση του ενδιαφέροντος για λιγότερο δημοφιλείς παραστάσεις και εκδηλώσεις: η παιχνιδοποίηση είναι η κύρια τάση να επηρεάζεται η ψηφιακή τουριστική επικοινωνία.

Πρόβλημα 3 Θέλω να συγκρίνω τιμές και να κλείσω πτήσεις και ξενοδοχεία: Χρησιμοποιήστε τις Πτήσεις Google, Priceline.com, Booking.com και Hotels.com

Πρόβλημα 4 Θέλω να έχω πρόσβαση σε ένα περιεχόμενο εικονικού τουρισμού: χρησιμοποιήστε ένα ακουστικό εικονικής πραγματικότητας για την πιο συναρπαστική εμπειρία ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορείτε να δείτε το περιεχόμενο σε έναν κανονικό υπολογιστή ή ακόμα και σε μια κινητή συσκευή.

Πρόβλημα 5 Θέλω να προσελκύσω πολλά δυνητικά ακροατήρια, συμπεριλαμβανομένου του επιπέδου της σχολικής ή πανεπιστημιακής εκπαίδευσης: ατομικές λίστες αναπαραγωγής, οι οποίες επιτρέπουν πολύ καλή προετοιμασία για θεματικά ταξίδια, ενώ ταυτόχρονα τα βίντεο που περιέχονται σε αυτές μπορούν επίσης να έχουν εκπαιδευτική και διαφημιστική αξία.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



### 3.2 Αξιολόγηση δεξιοτήτων

*Σήμερα, ο ψηφιακός τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προώθηση δυνητικών προορισμών - πόλεων και περιφερειών ή αυτόνομων αξιοθέατων. Είναι εξαιρετικά σημαντικό το περιεχόμενο που παρουσιάζεται να είναι σε θέση να ενθαρρύνει τα ενδιαφερόμενα μέρη να επισκεφθούν. Σκεφτείτε λοιπόν ποιες πληροφορίες θα θέλατε να μεταφέρετε σε σύντομο χρονικό διάστημα - τη μορφή ενός βίντεο 30 δευτερολέπτων - και γίνετε υπεύθυνοι για την προώθηση της δικής σας ή άλλης επιλεγμένης πόλης. Δημιουργήστε ένα σενάριο εργασίας για μια τέτοια παρουσίαση, λαμβάνοντας επίσης υπόψη ποια υλικά και τοπία θέλετε να χρησιμοποιήσετε.*



## 4. Αναφορές

- Armin Mikos κατά Rohrscheidt (2008). *Πολιτιστικός Τουρισμός – σχετικά με τον ορισμό*. Ανακτήθηκε από το Turystyka Kulturowa: <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/178/163>
- David Benyon, Aaron Quigley, Brian O'Keefe, Giuseppe Riva (2014). *Παρουσία και ψηφιακός τουρισμός*. Ανακτήθηκε από το AI & SOCIETY: [https://www.researchgate.net/publication/251051913\\_Presence\\_and\\_digital\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism)
- Licia Calvi, Jessika Weber-Sabil, Daniel Asmar, Xavi Socías Perez (2022). *Ένα πλαίσιο για τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών σε ψηφιακές παραγωγές για τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς*. Ανακτήθηκε από το Multimodal Technol. Interac.: <https://doi.org/10.3390/>
- Maria Giovina Pasca, Maria Francesca Renzi, Laura Di Pietro, Roberta Guglielmetti Mugion (2021). *Παιχνιδοποίηση στην έρευνα για τον τουρισμό και τη φιλοξενία στην εποχή των ψηφιακών πλατφορμών: μια συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση*. Ανακτήθηκε από το Emerald: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTP-05-2020-0094/full/html>
- Murat Ödemis (2022). *Έξυπνοι τουριστικοί προορισμοί: Μια βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με τους αιτούντες στους τουριστικούς προορισμούς της Τουρκίας*. Ανακτήθηκε από το ICI Global Publisher of Timely Knowledge: <https://www.igi-global.com/chapter/smart-tourism-destinations/296190>
- Noble Kalish, Ethan Campbell, Isabel Morales, Sirgo Melissa, Bazakas-Chamberlain (2020, 6 Μαρτίου). *Ηλεκτρονικός Τουρισμός. Μια μελέτη σχετικά με την καθολική εμπειρία χρήση*. Ανακτήθηκε από το Πολυτεχνικό Ινστιτούτο του Worcester: [https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-030520-154955/unrestricted/Final\\_Report\\_E-Tourism.pdf](https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-030520-154955/unrestricted/Final_Report_E-Tourism.pdf)
- Όλγα Κονόνοβα, Ντιμίτρι Προκούντιν, Έλενα Τουπίκινα (2020). *Από τον ηλεκτρονικό τουρισμό στον ψηφιακό τουρισμό». Ορολογική ανασκόπηση*. Ανακτήθηκε από τα ΠΡΑΚΤΙΚΑ του CEUR WORKSHOP: <https://ceur-ws.org/Vol-2784/rpaper13.pdf>
- Putri Malum Godiva Situmorang, Rulianda Purnomo Wibowo, Fadli Fauzi (2019). *Η επίδραση της εφαρμογής του γραφιστικού σχεδιασμού στο ψηφιακό μάρκετινγκ στις πωλήσεις προϊόντων σε ταξιδιωτικές εταιρείες*. Ανακτήθηκε από το Atlantis Press: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icoi-19/125919315>
- Ζέλιου Βλαντιμίροφ (2016). *Υιοθέτηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν από μικρές τουριστικές επιχειρήσεις και σκιώδεις οικονομικές πρακτικές*. Ανακτήθηκε από το ICI Global Publisher of Timely Knowledge: <https://www.igi-global.com/chapter/e-business-adoption-by-small-tourism-firms-and-shadow-economic-practices/148987>