

תיירות דיגיטלית

(5 יח"ל)

תיירות וטכנולוגיה, תיירות חכמה,

שיווק דיגיטלי בתיירות,

תיירות בת קיימא ודיגיטציה

תכנון תיירותי

מטרות התנהגותיות

1. התלמיד יוכל לנתח ולדון בגורמים אשר מאיצים/ מעכבים את האימוץ של דיגיטציה בארגוני תיירות/ עסקי תיירות.
2. התלמיד יפתח תוכנית התערבות לקידום תיירות דיגיטלית, תוך יישום ארגז הכלים אשר נרכש ביחידת הלימוד.
3. התלמיד יתכנן ויפתח הצעה להגברת הדיגיטליות של יעד תיירותי תוך סינתזה של מספר כלי תיירות חכמה.
4. התלמיד יוכל ליישם את הידע הנלמד בתחום השיווק הדיגיטלי, לתכנן פעילות שיווק דיגיטלית, ולפתור אתגרים שיווקיים באמצעות כלי שיווק דיגיטלי.
5. התלמיד יצליח ליצור קמפיין לשיווק דיגיטלי המשלב בין רכיבים שיווקיים שונים, ממזג טכניקות שיווקיות שונות, ומותאם להזדמנויות ואילוצים הקיימים בשוק התיירות.
6. התלמיד יכיר את השימוש בטכנולוגיות AR ו-VR בעולם התיירות ואת התועלות העיקריות מהשימוש בהן.
7. התלמיד יוכל לחקור אפליקציות ופתרונות ביעדי תיירות אשר עושים שימוש בטכנולוגיות AR ו-VR, ולדון בתפקידן בהגברת הערך למבקר.
8. התלמיד יוכל לפתח שימושים חדשים ויצירתיים לכלי AR ו-VR בעולם התיירות.
9. התלמיד יוכל להציע ולהמציא רעיונות חדשים לחברות הזנק בתחום הטרואל טק.
10. התלמידים יעשו שימוש במספר כלים טכנולוגיים ודיגיטליים קיימים לצורך מתן פתרונות לקידום הקיימות ביעדי תיירות.
11. התלמידים יוכלו להציע שימוש חדשני בכלים טכנולוגיים ודיגיטליים לצורך קידום קיימות אקולוגית, חברתית וכלכלית.
12. הכרות עם גורמי מפתח אשר מקדמים אימוץ והטמעה של תיירות דיגיטלית.
13. התלמיד יכיר בחשיבות נושא הקיימות בפיתוח תיירותי קיים ועתידי, והתפקיד של כלים טכנולוגיים ודיגיטליים בקידום הקיימות.

תכנית הלימודים

א. תיירות וטכנולוגיה

1. Robots & Bots - כיצד בוטים יכולים לסייע לתיירים? הטכנולוגיה החדשה מלווה את התייר עוד מרגע ההחלטה על היציאה לחופשה, דרך בחירת היעד, הזמנת המלונות והאטרקציות, התאמה אישית, טיפול בבעיות, ואף החוויה התיירותית במלון על ידי בל בויס, מלצרים ופקידי קבלה רובוטיים, ועד תהליך המשוב לאחר חזרת התייר לביתו ([Howazit](#)).

2. Blockchain - טכנולוגיית בלוקצ'יין, השימושים הקיימים והפוטנציאלים של הטכנולוגיה בענפי התיירות השונים, תפקיד הטכנולוגיה בביצוע הזמנות ורכישות, ניהול זהות דיגיטלית (digital passport), תשלום וארנקים דיגיטליים. כיצד הטכנולוגיה יכולה לסייע בהקטנת הסיכון של הונאה ותקיפות סייבר? (Amadeus) (Emmanuel Fragnière, 2022) (2017)

3. Digital commerce - המסחר המקוון אפשר את התפתחותן של OTAs - סוכנויות הנסיעות האינטרנטיות ששינו את עולם התיירות מהקצה אל הקצה עד כדי שינוי דפוסי התנהגות צרכני התיירות, תדירות הנסיעות לחו"ל, קלות הזמנת הטיסות והנגשת עולם התעופה והמלונאות למגוון רחב של גילאים וקהלים (Buhalis & Aditya, 2013). שחקני המפתח בעולם ה-OTAs והאופן שבו מסחר מקוון מאפשר למגוון עסקי תיירות לפתח מנועים חדשים לשיווק ומכירות ולפנייה עבור קהלי יעד חדשים.

4. הכנת ענף התיירות לעידן הטכנולוגי

4.1 תהליך הדיגיטציה של עסקי תיירות - מה יתרונות הדיגיטציה? כיצד עסק תיירותי יכול לרתום את הטכנולוגיה הקיימת לצרכיו מהפך החוויתי, כלכלי, עסקי ועוד.

4.2 חסמים, מגבלות והזדמנויות – כיום קיימת הבנה עמוקה לגבי חשיבות הטכנולוגיה בעסקים בכלל ובעסקי תיירות בפרט. מכיוון ולא כל העסקים נולדו שווים, בין אם מבחינה גיאוגרפית, כלכלית, או פוליטית, כניסת הטכנולוגיה לעולם התיירות עומדת בפני אתגרים שונים ומגוונים, עליהם העסק מוכרח להתגבר על מנת להגיע לשגשוג ומקסום הרווחים.

4.3 גורמי מפתח בתהליך – על מנת להטמיע טכנולוגיה בעסקי תיירות יש צורך להתייחס למאפייני העסק, מידת הנגישות לטכנולוגיה, עזרה חיצונית, מידע ועוד, יכולת ניהולית ועסקית, אוריינות דיגיטלית, מיקום ומעמד סוציו אקונומי של העסק וסביבתו.

4.4 מעבר לתיירות דיגיטלית - ניתוח ההבדלים בין עסק תיירות דיגיטלי לעומת עסק תיירות קלאסי, מה הערך המוסף של הכנסת תהליכים דיגיטליים לעסקים קלאסיים? כיצד דיגיטציה יכולה לעזור בהתמודדות עם אתגרי התיירות הנפוצים - איסוף וניתוח מידע על השוק, שיווק וניהול מכירות, אינטראקציה ומעורבות לקוח, מודל עסקי וערוצי רווח, פיתוח מוצרים וחוויות, ניהול מבקרים, תפעול ועוד.

4.5 אפשרוטרנספורמציה דיגיטלית - כיצד ניתן לאפשר שינוי? קידום ויצירת סביבה המאפשרת

שימוש בטכנולוגיה על ידי הטמעת מודלים עסקיים חדשים ועידוד החדשנות בחברה.

4.6 מודלים עסקיים להעצמת הדיגיטציה בעסקי תיירות

- הטמעה פנימית - מודל אנכי משולב, "מחזיקים צמוד" את יחסי הלקוחות שלהם ומכירים אותם טוב, אוספים ומנתחים נתונים בתוך הערוצים הקיימים, מציעים מוצרים מרובים, שרשרת הערך שלהם משולבת בתוך הפעילות.
- מערכות רב צדדיות - מערכות חיצוניות אשר אוספות ומשתפות נתונים כדי לשפר את חווית הלקוח, מציעים בעיקר אופציות של Plug & play או מוצרי צד שלישי (Airbnb, Booking, etc).
- מוצרים מודולריים/ ספקים - מוצרי צד שלישי אשר מציעים השלמה דיגיטלית לפעילות. דוגמאות כוללות מוצרים משלימים ל-Airbnb, כגון שירותי קונסיירז' חיצוניים, הזמנת סיורים, שירותי מזון ומשקאות וכדומה.
- Re-Sellers - חברות חיצוניות אשר מספקות מוצרים ושירותי Plug and Play. דוגמאות הינן חבילות משלימות כגון השכרת רכב או לינה המוצעות בתום הקניה באתר חברת תעופה.
- אסטרטגיות ופעולות מצד גופי הממשל במדינות ה-OECD לצורך קידום דיגיטציה
- התווית דפוסי חשיבה דיגיטליים אצל עסקי תיירות קטנים ובינוניים. בין היתר, באמצעות ימי עיון, קורסים פיזיים/ מקוונים, הכשרות לעסקי תיירות ועוד.
- הצבת מובילי דעת בתחום התיירות החדשנית ויזמים בעמדות מפתח שיובילו את המהפך הדיגיטלי בתחום תוך שיתוף פעולה עם אינקובטורים ואקסלרטורים, תוך עידוד כניסת משקיעים וקרנות הון סיכון למדינה.
- עידוד החדשנות הדיגיטלית דרך מנגנוני מימון שיתופיים, תוכניות משיכת כישרונות ומתן מומחיות באמצעות אקסלרטורים וחממות.
- הקמת חממת חדשנות מרכזית בתחום התיירות שתרכז ותקדם את תחום החדשנות בתיירות במדינה.
- שימוש בטכנולוגיות ברמה הממשלתית לעידוד וקידום העסקים המקומיים, לדוגמא, מיקוד התוכן שמגיע מעסקים קטנים דרך שימוש ב-AI ולמידת מכונה.
- מתן תמריצים כלכליים לעסקים קטנים ובינוניים המשתמשים בטכנולוגיה, כמו גם עידוד עסקים והגברת הפרסום הדיגיטלי בתחום.

ב. תיירות חכמה

5. **שימוש בדיגיטציה** לשיפור החוויה באתרי תיירות עירוניים, על ידי הקמת תשתיות פיזיות ווירטואליות המאפשרות פעילות דיגיטלית בשטחים המוגדרים, כגון אנימציות, סימולציות, ייצוא תמונות למרחב העירוני, והעצמת התוכן ההיסטורי תרבותי של היעד.
 6. **ארנק עירוני** - חיבור ההיצע התיירותי העירוני (תחבורה, עסקי תיירות, עסקים תומכים, שירותים עירוניים) למערכת תשלום אחת אשר מאפשרת לתייר סליקה מהירה ונוחה בפלטפורמה ידידותית למשתמש ואשר נגישה במגוון שפות.
 7. **שירות לקוחות** - שימוש בבוטים למתן עזרה 24/7 לתייר עם מידע לגבי תחבורה, היצע תיירותי, שירותי תיירות זמינים, אירועים ופעילויות, ותמיכה במהלך הביקור.
 8. **יעד חכם ותיירות נגישה** - הנגשת מידע לכבדי שמיעה/ ראייה בדרך הנוחה להם דרך **מערכות התראה חכמות**, שיפור החוויה התיירותית לעיוור צבעים, מפות תיירותיות מתעדכנות בעלות מידע רלוונטי לנגישות האזור, **קידום Seamless Travel** גם אצל תיירים בעלי מוגבלויות, עם **מערכות הנגשה חכמות** ותקשורת מהירה ונוחה עם מפעילי התחבורה.
- יצירת סיורים וירטואליים שיאפשרו הנגשה דיגיטלית וגישה אל מוזיאונים ואטרקציות לבעלי מוגבלות מוטורית או אחרת.
 9. **יעד חכם ותיירות חכמה**
 - 9.1 עיר חכמה ויעד חכם - מהי עיר חכמה ומהו יעד חכם (Smart destination)? מה הופך יעד תיירות ליעד חכם? כיצד הטכנולוגיה מקדמת יעד תיירות להיות יעד חכם? מה המרכיבים של יעד כזה, וכיצד היות יעד חכם מקדם את חווית התייר, ניהול היעד, ודימוי היעד.
 - 9.2 הנגשת מידע למבקרים - הנגשת מידע לתיירים במרחב הציבורי, החל מקיוסק מידע דיגיטלי לשימוש עצמי, "ריהוט רחוב" המשמש כטאבלט לעוברים והשבים, וכלה בתחנות תחבורה ציבורית חכמות שבעזרת QR נותנות מידע נרחב לתיירים. שימוש באפליקציות להנגשת מידע למבקרים במגוון שפות ויצירת חיבור לעסקים מקומיים אשר מיועד להניע לרכישה מיידית.
- ג. שיווק דיגיטלי בתיירות
10. **פרסום דיגיטלי** - פרסום ככלי שיווקי, שיווק באמצעות באגרים, תוכן ממומן, פרסום סמוי באתרי אינטרנט, פרסונליזציה דיגיטלית.
 1. שיווק תיירות ברשתות חברתיות - שיווק בפייסבוק, שיווק באינסטגרם, ניהול קמפיין ממומן ברשתות חברתיות, קידום תוכן מבוסס גולשים (User generated content), יצירת תוכן המעורר מעורבות גולשים (Engagement), יצירת קהילה וניהול יחסים, ניהול ביצועים ביחס ליעדים כמותיים מדדים (Key performance indicators).
 2. שיווק תיירות ביו-טיוב - יצירת תוכן תיירותי ליו-טיוב, ניהול ערוץ יו-טיוב תיירותי, אופטימיזציה שיווקית של סרטונים.

3. ניהול דיגיטלי של מותגים - כיצד יש לנהל מותג תיירות באינטרנט? יצירת מותג תיירות בסביבה הדיגיטלית, ניהול מוניטין דיגיטלי עבור עסקי תיירות (Online reputation management/ online brand management), ניהול ביקורות גולשים ברשת, ניטור דימוי דיגיטלי, Online sentiment analysis.

4. תיירות במציאות רבודה ובמציאות מדומה

4.1 מציאות רבודה Augmented reality : כיצד היא משמשת כיום באתרי תיירות? כיצד שימוש ב-AR מסייע לשיפור והעמקת החוויה התיירותית? כיצד ניתן לעשות שימוש ב-AR להעברת מידע על אתרי תיירות ועל ההיצע התיירותי במרחב? [האם AR תוכל להחליף את תפקיד מדריך התיירים ביעד?](#)

4.2 [גמפיפיקציה](#) - משחקיות של תוכן תיירותי והפיכת החוויה התיירותית במרחב למשחק חברתי/ [תחרותי](#) המעצים את החוויה תוך [שיתוף פעולה](#) עם גורמים שונים במרחב, הן במגזר הפרטי והן במגזר הציבורי, דרך שימוש באפליקציות וטכנולוגיית [AR](#) כגון.

4.3 מציאות מדומה Virtual reality : כיצד היא משמשת כיום באתרי תיירות? האם VR יהווה תהליך מקדים לביקור ביעד או יחליף אותו? השימוש ב-VR לפני הביקור ביעד לצורך בחירת יעד תיירות ([Try before you fly](#)) ולצורך בחירת המלון והתאמת הציפיות.

4.4 תפקיד של חזון המטאברס של פייסבוק (Metaverse) בעתיד עולם התיירות? כיצד העולם הוירטואלי החדש יוכל להשתלב בעולם התיירותי הקיים?

4.5 תיירות מורשת - העצמת החוויה באתרי מורשת, אתרים ארכיאולוגיים, מוזיאונים וכו'. שימוש במציאות מדומה ובמציאות רבודה ככלים ליצירת חיבור בין המבקר לאתר, להקים לחיים את העבר ולייצר חווית ביקור עשירה ומשמעותית (Guo, 2021).

- חווית מציאות מדומה "[מבט אל העבר](#)" בכותל המערבי
- חווית מציאות רבודה של "[הרפתקה בעכו](#)"
- סיור מציאות-וירטואלי באמצעות משקפי VR [במחנה ושוויץ](#)-[בירקנאו](#).

4.6 תיירות נגישה - כיצד כלי VR יכולים לסייע לאנשים בעלי מוגבלויות שונות לחוות יעדי תיירות? האם ניתן לערוך ביקור תיירותי מבלי לקום מהכיסא? האם ניתן להנגיש כל אתר לכל משתמש? האם שימוש ב-VR הופך את התיירות לשוויונית והוגנת יותר.

ד. תיירות בת קיימא ודיגיטציה

11. יעדי המפתח של האו"ם : ארגון האומות המאוחדות הציב 17 יעדי מפתח כאג'נדה עולמית לפיתוח בר קיימא לקראת שנת 2030. יעדי הקיימות הגלובליים ([Sustainable Development Goals](#)) מציעים גישה הוליסטית לאתגרים המרכזיים של האנושות וכוללים התייחסות למגוון נושאים חברתיים, כלכליים וסביבתיים. יחידה זו תתמקד בתרומת הדיגיטציה לתיירות בת קיימא ושימוש בכלים טכנולוגיים ליצירת עתיד תיירותי טוב יותר.

12. קיימות בתיירות, Sustainable Development Goals, שימוש ב-SDG בעולם התיירות, תיירות בת קיימא למען שמירה על משאבים עבור הדורות הבאים.

12.1 תיירות ירוקה דיגיטלית - אפליקציות לקידום אפשרויות תיור מקיימות, החל משימוש בתחבורה ציבורית/אופניים, וכלה בביקור באטרקציות המקדמות קיימות, הן אקולוגית (מסעדות, שטחים ירוקים ואטרקציות המקדמות אג'נדות ירוקות), הן חברתית (מפגש חברתי וקידום עמותות) והן כלכלית (עזרה לעסקים וחנויות מקומיים קטנים ובינוניים ועוד).

12.2 שימוש בכלים דיגיטליים לקידום קיימות אקולוגית.

12.3 יעילות אנרגטית - ארגון UNWTO הוציא ארגז כלים עבור בתי מלון העוזר להם לעקוב אחר הוצאת האנרגיה ומתן כלים לשיפור המצב, בין היתר באמצעות כלים טכנולוגיים. (UNWTO, 2022)

12.4 צמצום פליטות - בעקבות המודעות הגוברת למשבר האקלים ולנזק העצום לכדור הארץ אותו האדם גורם, בענף התיירות בכלל ובענף המלונאות בפרט החלו לתת דגש לנושאי קיימות אקולוגית, הפחתת פליטת גזי חממה ועוד.

○ מקרה בוחן: שימוש בחיישני IoT לחיסכון באנרגיה בבתי מלון.

12.5 ניהול מבקרים - איסוף נתונים לגבי ניהול מבקרים, ניהול מספר הכניסות וניטור התנהלות התיירים ביעד ככלים לניהול סביבתי. ניהול מושכל בעזרת מידע וכלי חישוב מתמטיים בעזרתם תהיה שליטה על כמות המבקרים ביעד למיקסום רווחי היעד תוך מניעת השפעה לרעה על הסביבה, הקהילה המקומית וחווית המבקר (Ali & Frew, 2014).

12.6 מחשבון פחמן - ניטור פליטות פחמן לטובת סביבה נקייה יותר הן למבקרים והן לקהילה המקומית (Ali & Frew, 2014).

12.7 תחבורה ירוקה - אפליקציות לתחבורה ירוקה ביעד המשלבת תחבורה ציבורית, תחבורה שיתופית, הליכה ברגל ואופניים, וחוסכת את השימוש ברכב פרטי.

13. שימוש בכלים דיגיטליים לקידום קיימות חברתית

13.1 שותפות עם הציבור - כלים דיגיטליים להכנסת האזרח "הפשוט" לשיח עם מקבלי ההחלטות התיירותיים, חיזוק הזהות הקהילתית וחיזוק שיתוף ציבור (Ali & Frew, 2014).

13.2 פיזור רווחי התיירות - הדיגיטציה מנגישה אזורים שבעבר לא היו מונגשים לקהל הרחב, ובהקשר זה שכונות העוני ("סלאם") של ברזיל והודו. לדוגמא: שכונת דרהבי, מומבאי, הודו, שבעזרת חברת התיירות Reality Tour and Travel נהפכה לאחת השכונות התיירותיות ביותר בעיר. הסיורים בשכונה הובילו אותה להיות השכונה המצולמת ביותר במומבאי ולקבל תשומת לב תיירותית ותקשורתית אשר מניעה תהליכי שינוי חברתי (Frenzel & Stephanie, 2015).

13.3 יצירת סיורים דיגיטליים בטכנולוגיית AR מזווית הראיה של תושבי העיר, במטרה להגביר את הרגישות התרבותית של המבקרים.

14. שימוש בכלים דיגיטליים לקידום קיימות כלכלית

14.1 מודלים לחיזוי תרומה כלכלית - תוכנה המשמשת לניטור ההשפעות הכלכליות של התיירות על ידי מתן מידע על הסוג וסכום ההוצאה (Ali & Frew, 2014).

14.2 כלכלה שיתופית - שימוש משאבים זמינים של הקהילה המקומית לצורך פיתוח מוצרים, שירותים וחוויות בתיירות. אלה כוללים בתים וחדרים פנויים (Airbnb), מכוניות (Uber, Blablacar), ועד זמן פנוי להעברת סדנאות, סיורים או ארוחות ביתיות (Airbnb experiences and EatWith).

14.3 כלכלה מקומית - אפליקציות ומדריכים דיגיטליים אשר מכוונים את התיירים אל עסקי תיירות מקומיים ולרכישת מוצרים של בעלי מלאכה מקומיים.

ה. תכנון תיירות

מטרות התנהגותיות

1. לבנות מסלול לפי בקשת לקוח
2. להכיר הסכם מארגן תיירות - מלון
3. להכיר את אתר האינטרנט של חברת "בן הרים"
4. להכיר הסכם מארגן תיירות - תחבורה ומדריך
5. לתמחר מסלול ל-F.I.T
6. לתמחר מסלול לקבוצה תוך הבנה מה הן הוצאות כלליות ומה הן הוצאות פרטניות
7. תמחור חבילות כוללות העברות - מלון - סיור רגולרי
8. תמחור חבילות כוללות העברות - מלון - רכב אשכול
9. לבנות הצעת מחיר הכוללת את כל המרכיבים
10. יכיר תוכנת מחשב ייעודית - Travel Booster

תכנית הלימודים

1. תפקידיו של מפעיל התיירות

2. תכנית מדף ל-FIT

2.1 סיורים רגולריים - מאפיינים

2.2 סיורי "רכב אשכול" - מאפיינים

2.3 תכנון ותמחור סיורים רגולריים

4.9 תכנון ותמחור סיורים ברכב אשכול

3. קריאה והבנת מחירון בתי מלון

3.1 היכרות עם הסכם מחירים בין המלון למארגן התיירות

3.2 הבחנה בין מאפייני מלונות באזורים גיאוגרפים שונים המושפעים מעונתיות המשליכה על המחיר

3.3 הבנה במושגים השונים המופיעים בהסכם : Family Plan, Confidential Tariff

3.4 הבחנה בין מחירים שונים לפי : אופי האורחים - קבוצה או בודדים, ארץ המוצא, מגזר ייחודי

3.5 יישום בתוכנת התיירות הייעודית - Travel Booster

4. תכנון תכנית לקבוצה ותמחורה

4.1 בניית מסלולים לקבוצות בעלות אופי ייחודי

4.2 הסכמים בין מארגן התיירות למוביל

4.3 שירותי תיירות נוספים : העברות משדה התעופה ואליו, אוטובוס צמוד, הסעדה,

כניסות לאתרים,

הדרכה ושונות

4.4 סוגיית ה-TL

4.5 תמחור תכנית לקבוצה

4.6 הכנת הצעת מחיר בעבור המארגן או הסוכן בחו"ל בתוכנת התיירות הייעודית –

טרוול בוסטר

- Aguirre, A., Zayas, A., Carmona, D. G., & Sanchez, J. A. (2022). Smart Tourism Destinations Really Make Sustainable Cities: Benidorm as a Case Study. *International Journal of Tourism Cities*, 1-19.
- Ali, A., & Frew, A. J. (2014). Technology Innovation and Applications in Sustainable Destination Development. *Information Technology & Tourism*, 265-290.
- Amadeus. (2017). *Blockchain: Harnessing its Potential in Travel - An Amadeus Innovation foresight paper*. Amadeus Innovation.
- Buhalis, D., & Aditya, A. (2013). Smart tourism destinations. *Information and communication technologies in tourism*, 553-564.
- Digital Tourism Think Tank. (2022, 10 18). *DTTT*. Retrieved from Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen Visitor Information Monitor: <https://worldtourismday.thinkdigital.travel/submissions/toerisme-veluwe-arnhem-nijmegen>
- Frenzel, F., & Stephanie, B. (2015). Making Slums into Attractions: The Role of Tour Guiding in the Slum Tourism Development in Kibera and Dharavi. *Tourism Review International*, 87-100.
- Guo, K., Fan, A., Lehto, X., & Day, J. (2021). Immersive digital tourism: the role of multisensory cues in digital museum experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Hawllitschek, F. (2019). In Blockchain we Trust: Consumer Trust Relationships in the Sharing Economy 2.0. *Perspectives on the Sharing Economy*, 148-155.
- ITTS. (2022, 10 18). *Startups Map*. Retrieved from Israeli TravelTech Startups: <https://www.itts.online/>
- Jiang, Y., Ritchie, B. W., & Verreynne, M.-L. (2021). Developing disaster resilience: A processual and reflective approach. *Tourism Management*, 1-15.
- Kalia, P., Mladenović, D., & Acevedo-Duque, Á. (2022). Decoding the Trends and the Emerging Research Directions of Digital Tourism in the Last Three Decades: A Bibliometric Analysis. *SAGE Open*, 12(4).
- Masseno, M. D., & Cristiana, S. (2018). Privacy and Data Protection Issues on Smart Tourism Destinations – A First Approach. *Ambient Intelligence and Smart Environments Volume 23: Intelligent Environments*, 298 - 307.
- OECD. (2020). Preparing tourism businesses for the digital future. In *OECD Tourism Trends and Policies 2020* (pp. 59-89). Paris: OECD Publishing.
- Skift. (2022, 10 18). *Mapping The Travel Tech Ecosystem: Skift Travel Tech 250*. Retrieved from Skift TravelTech: <https://skift.com/traveltech250/>

The European Capital of Smart Tourism. (2022). *Leading Examples of Smart Tourism Practices in Europe*. OECD.

UNWTO. (18 10 2022). *Hotel energy calculator - Supports the adoption of energy efficiency and renewable energy technologies*
אוחר מותך
United Nations World Tourism Organization: http://www.hes-unwto.org/hes_4/microsite/index.php?LangID

UNWTO. (2022, 10 18). *UNWTO Innovation Network*. Retrieved from United Nations World Tourism Organization Website:
<https://www.unwto.org/unwto-innovation-network>