

## Trajnostni turizem v dobi digitalizacije in umetne inteligence: kako ju uporabiti v podjetju

Trajnostni turizem danes ni več zgolj koncept ali marketinška oznaka, temveč postaja konkreten način delovanja turističnih podjetij. Hkrati digitalizacija in umetna inteligenca (UI) bistveno spreminjata način upravljanja gostov, virov in storitev. Ključno vprašanje zato ni več, ali ju uporabiti, temveč kako ju smiselno vključiti v vsakodnevno poslovanje.

V turizmu ima tehnologija vrednost predvsem takrat, ko podpira tri cilje: zmanjšanje vpliva na okolje, izboljšanje izkušnje obiskovalcev in večjo učinkovitost poslovanja. Digitalizacija omogoča boljše upravljanje turističnih tokov in virov – od optimizacije mobilnosti in zmanjševanja nepotrebnih poti do boljšega razporejanja obiskovalcev in manjše porabe energije. Sama po sebi še ni trajnostna; trajnostna postane šele takrat, ko rešuje konkretne izzive, kot so preobremenjene lokacije, odpadki ali neučinkoviti procesi.

Pomembno vlogo ima tudi umetna inteligenca, ki omogoča analizo podatkov in avtomatizacijo odločanja. V praksi to pomeni natančnejše napovedovanje obiska, boljše upravljanje gneče, personalizacijo ponudbe ter optimizacijo cen in zasedenosti. Za podjetnika to pomeni, da lahko z manj viri doseže boljše rezultate, kar je neposredno povezano s trajnostnim pristopom.

Največja vrednost digitalizacije in UI se pokaže v konkretnih rešitvah. Podjetja lahko z uvedbo digitalnih sistemov za rezervacijo terminov ali z uporabo aplikacij za usmerjanje obiskovalcev razbremenijo najbolj obremenjene točke in izboljšajo izkušnjo gostov. Digitalni vodiči, QR rešitve in interaktivni zasloni nadomeščajo tiskane materiale, zmanjšujejo odpadke in omogočajo bolj prilagojeno interpretacijo vsebin. Umetna inteligenca omogoča tudi personalizacijo ponudbe, pri kateri gostje prejemajo predloge aktivnosti, prilagojene njihovim interesom in načinu potovanja. Tako jim lahko sistem priporoča doživetja, ki so hkrati privlačna in trajnostna, na primer raziskovanje tematskih poti (kolesarskih, pohodniških, romarskih ali učnih) ali okušanje lokalne kulinarike. Na ta način se obiskovalce usmerja k bolj odgovornemu ravnanju, hkrati pa se krepi lokalno gospodarstvo in kakovost njihove izkušnje.

Velik potencial je tudi pri optimizaciji virov. Pametni sistemi za upravljanje energije, senzorji in analitika omogočajo zmanjševanje porabe vode in energije, kar hkrati znižuje stroške in zmanjšuje okoljski odtis. Digitalne platforme pa omogočajo povezovanje ponudnikov v skupne produkte, kar povečuje dodano vrednost in spodbuja daljše bivanje gostov. Pomemben vidik je tudi komunikacija trajnosti: gostje vse bolj pričakujejo konkretne in preverljive informacije, zato transparentni podatki, digitalni prikaz certifikatov in jasna razlaga trajnostnih praks povečujejo zaupanje.

Pri uvajanju tehnologije podjetja pogosto naredijo napako, ker izhajajo iz orodij namesto iz problemov. V praksi so najbolj učinkovite enostavne rešitve, kot so rezervacijski sistemi, osnovna analitika, digitalni vodiči ali preprosti AI-podprti komunikacijski sistemi. Ključna znanja zato niso tehnična, temveč sposobnost razumevanja podatkov, povezovanja storitev in razumevanja trajnostnih principov.

Največje priložnosti se skrivajo v tem, da podjetniki povežejo lokalno ponudbo z digitalnimi orodji, jo nadgradijo s trajnostnim pristopom in prilagodijo posameznemu gostu. Ključno je tudi sodelovanje med različnimi ponudniki, saj gostje ne iščejo posameznih storitev, temveč celovito izkušnjo. Podjetja, ki bodo znala te elemente smiselno povezati, bodo lažje izstopala na trgu in si zagotovila konkurenčno prednost.

Digitalizacija in umetna inteligenca nista cilj, temveč orodje. Njuna prava vrednost v trajnostnem turizmu se pokaže takrat, ko pomagata reševati konkretne izzive in izboljšujeta tako poslovanje kot izkušnjo obiskovalcev. Za podjetnike to pomeni premik od vlaganja v infrastrukturo k vlaganju v podatke, storitve in povezovanje – in prav tam se danes ustvarja največja dodana vrednost.

#### Viri in dodatno digitalno gradivo

- European Commission (2025): Progress towards a green and digital tourism – Stocktaking report  
[https://transport.ec.europa.eu/news-events/news/progress-towards-green-and-digital-tourism-commission-publishes-stocktaking-report-2025-05-28\\_en](https://transport.ec.europa.eu/news-events/news/progress-towards-green-and-digital-tourism-commission-publishes-stocktaking-report-2025-05-28_en)
- UNWTO (2018): *Tourism and Culture Synergies*  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>
- UNWTO (2019): *Global Report on Cultural Routes and Itineraries*  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420261>
- OECD (2009): *The Impact of Culture on Tourism*  
<https://www.oecd.org/cfe/tourism/the-impact-of-culture-on-tourism-9789264040731-en.htm>
- Council of Europe: *Cultural Routes Programme*  
<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>
- Strategija slovenskega turizma 2022–2028  
<Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>

Pripravila:

Brigita Drevenšek

SPOT Svetovanje Podravje

Znanstveno-raziskovalno središče Bistra Ptuj,