

ES turizmo vietovių duomenų vadovas



Šį dokumentą Europos Komisijai (Vidaus rinkos, pramonės, verslumo ir MVĮ generaliniam direktoratui) parengė



Pažangiojo turizmo vietovės

SI2.843962

2022 m. liepa

Europos Komisijai, Vidaus rinkos, pramonės, verslumo ir MVĮ generaliniam direktoratui pristato „PwC EU Services EESV“, „Intellera Consulting“, CARSA ir Malagos Universitetas

Šis turinys skirtas tik bendro pobūdžio informacijai ir neturėtų pakeisti konsultacijų su profesionaliais konsultantais.

Nors dėjome visas pastangas, kad užtikrintume, jog šiame dokumente pateikta informacija būtų gauta iš patikimų šaltinių, PwC, „Intellera Consulting“, CARSA ir Malagos universitetas neprisiima atsakomybės nei už klaidas ar praleidimus, nei už rezultatus, gautus naudojantis šia informacija. Visa šiame dokumente pateikta informacija pateikiama tokia, kokia yra, be jokių garantijų dėl jos išsamumo, tikslumo, pateikimo laiku ar šią informaciją naudojant gaunamų rezultatų ir be jokių kitų aiškių ar numanomų garantijų, įskaitant garantijas dėl įvykdymo, tinkamumo prekybai ir konkrečiam tikslui, jomis neapsiribojant.

„PwC“, „Intellera Consulting“, CARSA ir Malagos universitetas, su juo susijusios bendrijos ar akcinės bendrovės arba jų partneriai, agentai ar darbuotojai jokiais atvejais neatsako jums ar kitiems asmenims už jokių sprendimų ar veiksmus, grindžiamus šiame dokumente pateikta informacija, ir už jokių netiesioginių, specialiųjų ar panašius nuostolius, neatsižvelgiant į tai, kad jie gali būti informuoti apie jų galimybes.

Projektą finansavo Europos Komisija pagal paslaugų sutarties bandomąjį projektą „Pažangiojo turizmo vietovės“ – GROW-2020-OP-0014 – Nr. SI2.843962

Šiame dokumente pateikta autoriaus (-ių) informacija ir nuomonės, kuri nebūtinai atspindi oficialią Komisijos nuomonę. Komisija negarantuoja į šį tyrimą įtrauktų duomenų tikslumo. Nei Komisija, nei joks Komisijos vardu veikiantis asmuo negali būti laikomas atsakingu už šiame leidinyje pateiktos informacijos naudojimą.

Leidžiama dauginti, nurodžius šaltinį.

Valdo Europos Komisija



Kam skirtas šis vadovas

Visame pasaulyje į turizmo vietas nuolat investuojama ir kuriamos naujos strategijos siekiant padidinti jų patrauklumą potencialiems lankytojams ir geriau valdyti turizmo srautus. Šiuo tikslu daugelis vietovių valdymo organizacijų (VVO) nusprendė siekti pažangiosios vietovės statuso skatindamos inovacijas ir duomenimis grindžiamų sprendimų diegimą, kad pagerintų savo ir vietos suinteresuotųjų subjektų pasiūlą ir verslo struktūrą, plėtodamos naujas ir tvaresnes turizmo formas ir kartu plėsdamos savo požiūrį į „vietovės valdymą“. Dažnai tai atliekama kuriant sinergiją su platesnėmis „išmaniųjų miestų“ programomis, pvz., dalijantis technologijomis, kurios iš pradžių buvo naudojamos tik judumo tikslais, pritaikant jas konkrečioms turizmo tikslams ir kuriant masto ekonomiją, arba užmezgant ilgalaikes partnerystes su privačiuoju sektoriumi.

Šiuo požiūriu 2020 m. pandemijos protrūkis paspartino skaitmeninimo procesą ir naujų idėjų bei iniciatyvų, dažnai grindžiamų pažangiuoju duomenų tvarkymu, kūrimą. Beveik visuose sektoriuose ir pramonėje tapo būtina remti įmones ir užtikrinti jų administravimo ir veiklos tęstinumą greitai priimant skaitmeninius sprendimus ir taikant duomenimis grindžiamus metodus.

Todėl šiandien Europoje ir už jos ribų vis daugėja vietovių, kuriose sėkmingai žengiama link pažangiojo turizmo.

Tolesniuose puslapiuose pateikiama svarbiausia informacija apie pagrindinius aspektus, susijusius su pažangiojo turizmo sprendimų, kurie remiasi geresniu duomenų valdymu, įgyvendinimu. Tikslas – pasidalyti esminėmis žiniomis ir supratimu padedant nuo dabartinių pasaulyje stebimų visuotinių turizmo tendencijų ir turizmo ekosistemoje teikiamų duomenų rūšių, baigiant iššūkiais, kurie kyla įgyvendinant duomenimis grindžiamus turizmo valdymo metodus. Be to, šiame dokumente pateikti keli įgyvendinami praktiniai pasiūlymai, grindžiamų pažangiojo turizmo geriausia praktika, taip pat atsižvelgiant į 2020 m. pandemijos sukeltus pokyčius ir iššūkius.

Todėl šis turizmo vietovių duomenų vadovas gali būti naudingas bet kuriai vietai, kurioje norima tobulinti duomenų rinkimo ir naudojimo turizmo tikslais būdus ir, tikėtina, jis gali tapti įkvėpimo šaltiniu miestams, šalims ar regionams, nekantraujantiems įgyvendinti siekį tapti pažangiojo turizmo vieta.

Turinys



Pažangaus turizmo sąvoka ir pagrindinės apibrėžtys..... 2



Pagrindinės turizmo sektoriaus tendencijos..... 3



Turizmo duomenų rūšys..... 6



Pagrindiniai iššūkiai ES turizmo ekosistemoje..... 9



Kaip tapti pažangia. Turizmo vietovių kelias..... 11

Apie projektą

Projektą „Išmaniojo turizmo vietovės“ (paslaugų sutartis SI2.843962, 2021–2023 m.) finansuoja Europos Komisija – Vidaus rinkos, pramonės, verslumo ir MVĮ generaliniam direktoratui (DG GROW) ir valdo „PwC EU Services“, „Intellera Consulting“ ir Malagos Universitetas. Šio projekto tikslas – remti ES turizmo vietas kelyje link žaliosios ir skaitmeninės pertvarkos, kuria siekiama pagerinti pažangų ir tvarų turizmo valdymą ES pasitelkus duomenų suvaldymą, kuris suprantamas kaip gebėjimas rinkti, analizuoti ir pakartotinai naudoti turizmo duomenis pagal nuoseklų strateginį planą.





Pažangiojo turizmo sąvoka

Pažangiosios turizmo vietovės sąvoka

Pažangioji turizmo vietovė apibrėžiama kaip vietovė, kurioje įvairūs suinteresuotieji subjektai, kurių veiklą galiausiai koordinuoja Vietovių valdymo organizacija, palengvina prieigą prie turizmo ir apgyvendinimo ir svetingumo produktų, paslaugų, erdvių ir patirties, pasitelkdami IRT grindžiamus novatoriškus sprendimus, kuriais užtikrinamas tvarus ir prieinamas turizmas ir visapusiškai išnaudojamas jos kultūros paveldas ir kūrybiškumas. Tam būtina spręsti su vietos gyventojų gyvenimo kokybe susijusius klausimus ir ją gerinti, nes tvarus socialinis ir ekonominis vystymasis jiems naudingas, ir jie aktyviai dalyvauja toje vietovėje puoselėjamoje skaitmeninėje kultūroje.

Pažangiojo turizmo idėja kilo iš išmaniojo miesto koncepcijos. Išmaniajam miestui būdingas plautus informacinių technologijų paplitimas ir masinis jų naudojimas siekiant optimizuoti išteklius, užtikrinti veiksmingą ir sąžiningą

valdymą, tvarumą ir gyvenimo kokybę, taikant tai įvairiose srityse, pvz., susijusiose su judumu, gyvenimu, žmonėmis, valdymu, ekonomika ir aplinka. Šis pažangus požiūris taikomas ir turizmo vietovėms. Iš tiesų, turizmo sektoriuje plačiai diegiami išmanieji sprendimai, atsižvelgiant į turizmo svarbą tiek miesto, tiek kaimo vietovėse, paslaugų, teikiamų turistams ir gyventojams, papildomumą ir besiformuojančių technologijų potencialą turizmo ekosistemoje.

Kaip teigia Europos Komisija, pažangusis turizmas „reaguoja į naujus iššūkius ir poreikius sparčiai kintančiame sektoriuje, įskaitant skaitmeninių priemonių, produktų ir paslaugų raidą, lygias galimybes ir galimybes visiems lankytojams, tvarų vietos teritorijos vystymąsi ir paramą kūrybos pramonei, vietos talentams ir paveldui“.



Pagrindinės sąvokos



Turizmo duomenų tvarkymas

Gebėjimas rinkti, kuruoti ir pakartotinai naudoti turizmo duomenis pagal nuoseklų strateginį planą. Tikslas – padėti žmonėms ir organizacijoms priimti sprendimus ir atlikti veiksmus, padidinančius naudą organizacijai.



Vietovių valdymo organizacija (VVO)

Organizacija, kuri koordinuoja daug turizmo ekosistemos sudedamųjų dalių ir atsižvelgdama į gyventojų ir suinteresuotųjų subjektų interesus bei gerovę prisideda prie kryptingų plėtros. VVO gali teikti lankytojams skirtas paslaugas ir reikiamos struktūros informaciją, siekdama kuo demokratiškiau parduoti vietovę.



Turizmo prieinamumas

Turizmo ir kelionių prieinamumas visiems žmonėms, neatsižvelgiant į jų amžių, socialines sąlygas ar bet kokią – laikiną ar nuolatinę – negalią. Apima prieinamumą fizinėje aplinkoje, taip pat transporto, informacijos ir ryšių bei kitos infrastruktūros ir paslaugų prieinamumą.



Atvirieji duomenys

Informacija, kurią surinko, parengė arba už kurią sumokėjo viešasis subjektas, kurią galima nemokamai pakartotinai naudoti bet kokių tikslų. Ji grindžiama pagrindiniais vidaus rinkos ramsčiais: laisvu duomenų srautu, skaidrumu ir sąžininga konkurencija.



Kelionių žvalgybos informacija

Kelionių žvalgybos informacijos integravimas į pasaulinę ir dabartinę duomenų analizę, kad ją būtų galima remtis turizmo sektoriaus sprendimų priėmimo procese. Tikslas – sumažinti neapibrėžtumą naudojant informaciją, gautą iš daugelio duomenų šaltinių, net ir realiuoju laiku.



Turizmo tvarumas

Turizmo ekosistemos gebėjimas išsaugoti ir atkurti savo gamtos, socialinius ir ekonominius bei kultūrinius išteklius, prisidėti prie vietos bendruomenių gerovės, mažinti paklausos sezoniskumą, riboti su turizmu susijusios veiklos poveikį aplinkai, remti prieinamumą ir gerinti darbo vietų turizmo sektoriuje kokybę.



Turizmo ekosistemos

Įvairūs turizmo sektoriuje dalyvaujantys suinteresuotieji subjektai. Jie apima ne tik viešojo administravimo subjektus ir privačias įmones, bet ir inovacijų laboratorijas (centrus), universitetus ir mokslinių tyrimų centrus, inovacijų spartinimo įstaigas (inkubatorius) ir vietos gyventojus.



Išmanioji aplinka

Siekiant užtikrinti tvarų išteklių naudojimo efektyvumą ir naudojantis sudėtingais duomenimis suteikti naujų įžvalgų apie operacijas įmonėms ir jų suinteresuotiesiems subjektams, pažangioje aplinkoje naudojamos aplinkos technologijos (jutikliai, telekomunikacijų tinklai, daiktų internetas ir dirbtinis intelektas).



Pagrindinės turizmo sektoriaus tendencijos

Trys visuotinės duomenų naudojimo turizmui prognozavimo tendencijos

Vykstant socialiniams–demografiniams, kultūriniais, technologiniams, aplinkos ir politiniams pokyčiams, kurie turi įtakos visoms visuomenės sritims, turistams teikiama paslaugų prasme pažangiosios vietovės nuolat tobulėja. Planuojant turizmo plėtros strategijas, ypač mėginant taikyti pažangaus turizmo metodus, dėl kurių būtina investuoti ne tik į technologijas, bet ir į kultūrinius pokyčius VVO ir visoje turizmo ekosistemoje, kad būtų galima pereiti nuo 3S turizmo („jūra, smėlis ir smėlis“, angl. „sea, sand, and sand“) iki 3E turizmo („švietimas, pramogos ir patirtis“, angl. „education, entertainment, and experience“), svarbiausia yra žinoti ir suprasti šiuos turizmo sektoriaus pokyčius.

Turizmo sektoriuje skirtingais laikotarpiais – trumpalaikėje (iki 2024 m.), vidutinėje (iki 2030 m.) ir ilgalaikėje perspektyvoje (iki 2050 m.) – galima stebėti ir numatyti įvairių tendencijų. Tas tendencijas galima suskirstyti į tris toliau nurodytas visuotines tendencijų kategorijas, t. y.:

- technologijų pažanga;
- socialiniai ir demografiniai pokyčiai;
- darnus vystymasis ir aplinkos neutralumas.

Su šiomis trimis kategorijomis susiję politinės ir reglamentavimo aplinkos pokyčiai ir juos taip pat reikia atidžiai apsvarstyti.



Pagrindinės tendencijos, turinčios įtakos turizmo sektoriui

Socialiniai – demografiniai pokyčiai



Gyventojų senėjimas ir nuolat **augantis skaitmeninio raštingumo lygis** – tai dvi demografinės tendencijos, tiesioginiai darančios įtaką turizmo sektoriui.

- Polinkis palaikyti ryšį
- Pirkimo procesų pokyčiai
- Skaitmenines technologijas puikiai išmanantys asmenys taps pagrindiniais pažangiojo turizmo vartotojais
- Populiarėjantis mokymosi visą gyvenimą
- Gyventojų senėjimas

Technologijų pažanga



Augant junglumui ir skirstomosioms infrastruktūroms **skaitmeninė transformacija tampa vis prieinamesnė ir apčiuopiamesnė. Pagrindinis** daugumos šių jėgų **variklis yra duomenys.**

- Didieji duomenys
- Rekomendavimo sistemos
- Debesijos kompiuterija
- Papildyta realybė
- Dirbtinis intelektas
- Daiktų interneto jutikliai ir raida
- Kibernetinis saugumas ir blokų grandinė
- Metavisata
- Robotika turizmui

Darnus vystymasis



Tikimasi, kad šios jėgos, kurios veikė dar prieš COVID-19 krizę, paskatins pokyčius siekiant **įtraukesnės, ekonomiškai ir ekologiškai tvaresnės ekonomikos.**

- Atsakingas turizmas
- Auganti dalijimosi ekonomika
- Prieinamas ir įtraukus turizmas
- Nauji verslo modeliai ir atsinaujinantis turizmas



Pagrindinės turizmo sektoriaus tendencijos

1 visuotinės tendencija. Technologijų pažanga

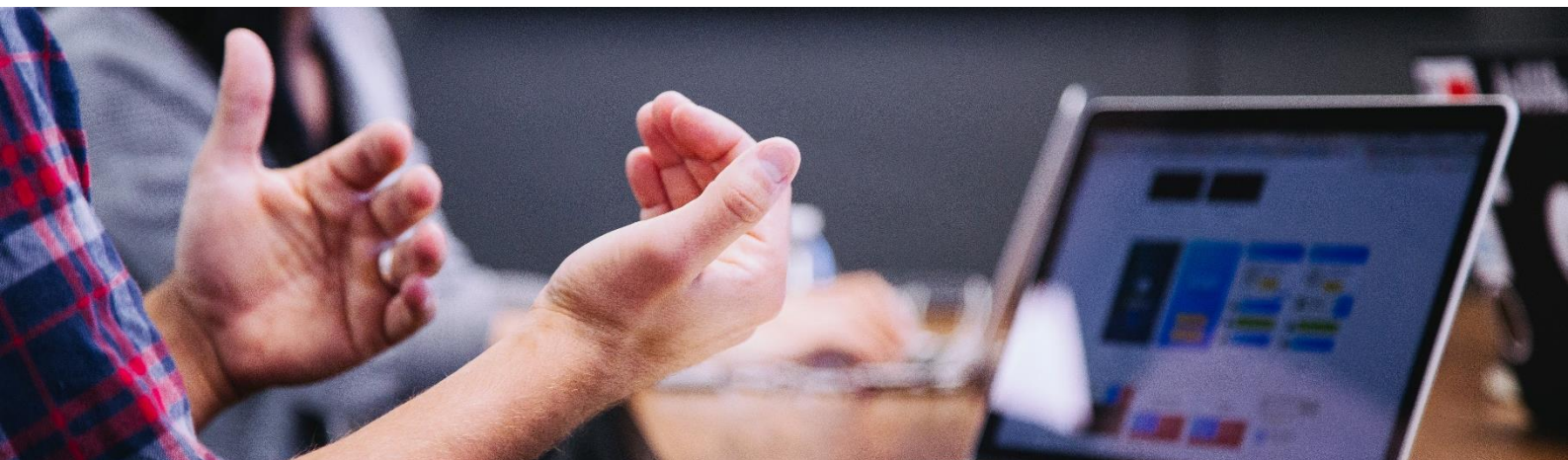
Europos turizmo sektoriuje skaitmeninė transformacija jau vyksta skirtingais tempais, o dėl junglumo ir skirstomosios infrastruktūros augimo ši transformacija tampa vis prieinamesnė ir apčiuopiamesnė. Kadangi organizacijų pasirengimo lygiai ir poreikiai skiriasi, technologinės pažangos tendencijos kiekvienoje vietovėje atveria skirtingas galimybes. Jau yra plačiai paplitę debesija grindžiami ir didžiųjų duomenų sprendimai, naudojami renkant kelionių informaciją ir (prognozuojant) priimant sprendimus, kurie palaikomi atitinkamos vietovės teritorijoje išdėstant vis daugiau jutiklių, dažnai su išmaniuoju miestu susijusių sprendimų aplinkoje. Tuo pačiu metu ir kiti sprendimai tampa vis brandesni ir per kitą dešimtmetį jie bus paruošti rinkai ir turizmo reikmėms. Tokių sprendimų pavyzdžiai – papildytos realybės taikomosios programos, patobulinta dalijimosi duomenimis infrastruktūra, pvz., duomenų erdvės, ir blokų grandinėmis grindžiamos sertifikavimo sistemos. Galiausiai, didelis postūmis metavisatos srityje yra pirmaujančių technologijų rinkos dalyvių investicijos į mokslinius tyrimus ir technologinę plėtrą, kurios subrandintos žadės daug įdomių pritaikymo būdų turizmo sektoriuje.

Šiomis aplinkybėmis trumpuoju laikotarpiu galima pastebėti, kad 5G ir 6G judriojo ryšio tinklai atliks pagrindinį vaidmenį tenkinant didėjančią tinklų spartos, aprėpties ir kokybės paklausą, taip pat palaikant didelius duomenų kiekius ir debesija grindžiamus sprendimus, į kuriuos patenka vis daugiau duomenų rinkinių, kuriuos sukuria jutikliai ir daiktų interneto taikomosios programos. Didžiųjų duomenų sprendimai jau naudojami keliose turizmo vietovėse, kuriose jie padeda priimti sprendimus. Tikimasi, kad augant supratimui apie dalijimosi duomenimis ir bendrų standartų priėmimo naudą jų svarba didės. Turizmo vietovės trumpuoju laikotarpiu taip pat turės išplėsti savo gebėjimą tvarkyti duomenis, surinktus taikant savanoriško duomenų rinkimo ir rekomendacijų teikimo sistemas. Tokie duomenys (paprastai surenkami naudojantis internetinėmis formomis arba signaliniais žiniatinklio indikatoriais, susisiekančiais su turizmo taikomosiomis programomis) yra labai svarbūs

kuriant prognozavimo ir elgsenos modelius, grindžiamus naudotojų profiliais, taip pat teikiant individualiems poreikiams pritaikytas rekomendacijas. Vidutinės trukmės laikotarpiu vykstant dabartinių technologijų raidai ir kartu struktūriškai diegiant naujas technologijas, kurios jau pasiekė būtiną brandos etapą, pažangusis turizmas taps labiau įmanomas ir prieinamas ir VVO, ir galutiniams vartotojams. Pvz., daiktų internetas pasieks naują plėtros etapą ne tik dėl to, kad jutiklių, prietaisų ir susijusios programinės įrangos kaina palaipsniui mažėja, bet ir dėl didesnio susijusių sistemų papildomumo ir sąveikumo. Šiomis aplinkybėmis didesnis duomenų sąveikumas ir patikimesnis duomenų privatumas ir saugumas paskatins plačiai dalytis duomenimis ir pakartotinai juos naudoti. Kibernetinis saugumas taps vis svarbesnis ir turizmo vietovėms, ir vartotojams, o technologinių sprendimų teikėjai turės prisitaikyti prie naujų reguliavimo apribojimų ir gairių. Be to, tikimasi, kad tolesnė mašinų mokymosi ir neuroninių tinklų plėtra atvers kitų technologijų potencialą ir turizmo sektoriuje. Kaip pavyzdį galima paminėti papildytąją realybę (PR), kuri šiuo metu daugiausia susijusi tik su žaidimų sektoriumi, tačiau kurią galima puikiai pritaikyti ir turizmo sektoriuje, kad būtų galima pasiūlyti vis labiau įtraukiančius ir dinamiškesnius potyrius.

Ilgalaikėje perspektyvoje lygiagretus duomenų sąveikos, dirbtinio intelekto sprendimų ir didelių duomenų kiekių apdorojimo galimybių plėtojimas suteiks galimybę užtikrinti tikslesnį ir efektyvesnį turizmo valdymą ir sklandžią ir asmeniniams poreikiams pritaikytą turizmo patirtį. Blokų grandine pagrįsti sprendimai gali padidinti duomenų ir informacinių sistemų saugumą ir skaidrumą. Metarealybė pasiūlys įtraukiančio švietimo ir pramogų galimybių. Patobulintos duomenų saugumo sistemos kartu su pažangesne ir visa apimančia reguliavimo sistema padės plačiai turistų gyvenime įdiegti biometrines ir atpažinimo sistemas. Be to, tikimasi, kad tam tikrą poveikį turizmo paslaugų ir svetingumo sektoriui turės ir robotikos plėtra kartu su dirbtiniu intelektu savarankiškam judėjimui ar kalbos apdorojimui užtikrinti.

Ilgalaikėje perspektyvoje konsjeržo ir registratūros funkcijas





Pagrindinės turizmo sektoriaus tendencijos

galėtų atlikti pokalbių ir kiti robotai, o pagalba, pvz., riboto judumo turistams galėtų būti teikiama per robotus ar autonomines transporto priemonių sistemas.

2 visuotinė tendencija. Socialiniai – demografiniai pokyčiai

Gyventojų senėjimas ir nuolat augantis skaitmeninio raštingumo lygis – tai dvi ateinančių 30 metų demografinės tendencijos. Kalbant apie senėjančią visuomenę, numatoma, kad ateinančiais dešimtmečiais vyresnio amžiaus žmonių dalis, palyginti su visu pasaulio gyventojų skaičiumi, gerokai padidės. Į šias tendencijas reikia atsižvelgti tiek tikslinių turistų, tiek darbo rinkos požiūriu. Pvz., šiandien penkios pirmosios kartos – tai gimusieji per „kūdikių bumą“, t. y., 1946–1964 m. X karta – gimusieji 1965–1980 m., tūkstantmečio karta – gimusieji 1981–1996 m. ir, galiausiai, Z karta, kuri apima gimusiuosius 1997–2012 m. laikotarpį.

„Kūdikių bumo“ karta artimiausiais dešimtmečiais taps seniausia tikslinė grupe, kur turės didžiausias galimybes išlaikyti, tačiau vidutiniškai prastesnius skaitmeninius įgūdžius, palyginti su kitais turistais. Jiems palaipsniui reikės įvairių individualiems poreikiams pritaikytų turizmo paslaugų, grindžiamų sveikatos ir kultūrinio turizmo deriniu, kuris atitiks jų sveikatos poreikius ir kultūrinius įpročius. Z ir Y kartos iki 2050 m. taps jaunais suaugusiais, ir jie turės mažesnes išlaidų galimybes, nei jų tėvai. Vis dėlto, kalbant apie skaitmeninį raštingumą, šioms kartoms priklausantys asmenys visą gyvenimą bus visapusiškai naudosis skaitmeninėmis technologijomis. Tūkstantmečio kartos atstovai, kurie kartu laikomi skaitmenines technologijas puikiai išmanantys asmenimis, taps pagrindiniais pažangiojo turizmo vartotojais, tačiau jiems reikės mažiau išlaidų reikalaujančių sprendimų. Turizmo produktų ir paslaugų pirkimo procesas taip pat keičiasi, nes vis daugiau asmenų naudojasi internetinėmis, o ne kelionių agentūrų paslaugomis. Šios kartos taip pat atstovaus naujiems darbuotojams ir siūlys naujų kompetencijų, kurias reikės pritraukti pasitelkus skaitmenines įdarbinimo strategijas.

Todėl socialinių ir demografinių tendencijų prasme trumpuoju laikotarpiu didės polinkis ir poreikis išlikti „prisijungus“ ir naudotis skaitmeninėmis paslaugomis bei produktais. Tai bus atliekama nepaisant didėjančio vidutinio skaitmeninių technologijų puikiai neišmanančių asmenų amžiaus. Mokymasis visą gyvenimą siekiant ugdyti ir nuolat tobulinti įgūdžius (taip pat ir mažesnio skaitmeninio raštingumo gyventojų segmentuose) neabejotinai yra šiai tendencijai palankus aspektas, kurį reikia atidžiai stebėti. Vidutinės trukmės laikotarpiu bus stebima didesnė įtaka, daugiausia dėl to, kad skaitmenines technologijas puikiai išmanantys asmenys taps vienu iš pagrindinių turistinių segmentų. Jų augimas kartu su skaitmenines technologijas išmanančiais Z ir Y kartų asmenimis lems elgesio pokyčius, dėl kurių atsiradus labiau įtraukiančių ir tarpusavyje susijusių virtualių paslaugų poreikis, taip pat struktūriniai turizmo paslaugų pirkimo proceso, kuris vis taps labiau „modulinis“ ir pritaikomas,

pokyčius. Ilgalaikeje perspektyvoje skaitmenines technologijas puikiai išmanantys asmenys, kaip anai, tūkstantmečio ir alfa kartos atstovai, taps pagrindiniais išmaniojo turizmo vartotojais, ir tai dar labiau skatins pažangesnio ir skaitmeninio turizmo pasiūlą. Y karta, o ypač X karta taps vyresniais suaugusiais, kurie reikalaus pažangiojo turizmo paslaugų, apimančių ir sveikatos, ir kultūrinį turizmą.

3 visuotinė tendencija. Darnus vystymasis ir aplinkos neutralumas

Tvarumas ir aplinkos neutralumas tampa labai svarbūs ir turizmo sektoriuje. Turistai vis geriau suvokia ir atsargiai vertina savo pasirinkimo poveikį. VVO, įmonės ir net didelės turizmo sektoriaus įmonės taip pat kuria įtraukesnes, atsakingas ir aplinkai poveikio nedarančias socialines inovacijas, skirtas ir gyventojams, ir turistams. Tai apima ne tik su aplinkos ir paveldo vietų, bet ir vietos istorinio verslo ir ekonominės veiklos išsaugojimu ir teritorijų bei išteklių atkūrimu susijusius aspektus. Atsižvelgiant į tai, į turizmo rinką bus aktyviai įtraukti nauji verslo modeliai, visapusiškai naudojantis naujomis informacinėmis ir ryšių technologijomis. Bendra tendencija supaprastins galutinių naudotojų galimybę keisti produktais ir paslaugomis už tradicinių modelių ribų, taip sukuriant tarpusavio santykius. Ši tendencija grindžiama nuolat augančiu interneto prieinamumu ir junglumu – reiškiniu, kurio sparta po 2020 m. pandemijos protrūkio padidėjo. Skaitmeninimas iš esmės pakeitė daugelį nusistovėjusių su turizmu susijusių verslo modelių. Ši tendencija išliks daugelyje sričių nuo judumo, apgyvendinimo užsakymo ir dalijimosi iki atostogų būsto nuomos. Tam reikės daugiau pastangų teisėkūros ir reguliavimo srityje, taip pat peržiūrėti dabartines kokybės kontrolės ir apmokestinimo sistemas.

Vidutinės trukmės laikotarpiu didelę turizmo paslaugų vartotojų rinkos dalį sudarys skaitmeniniai klajokliai ir laisvai samdomi darbuotojai. Šis rinkos segmentas tikriausiai ieškos pigių skrydžių ir funkcionalių patalpų bei paslaugų, kad galėtų netrukdomai užsiimti profesine veikla ir kuo geriau pasinaudoti papildomu darbo laiku. Todėl pagrindiniais tokio pobūdžio turizmo pasiūlos aspektais tampa galingas skaitmeninis ryšys ir veiksmingas judumas, be to, jame reikės įvertinti ryšį su gyventojais. Kadangi kai kuriose pažangiojo turizmo vietovėse tai jau vyksta, naujieji turistai yra labiau linkę bendradarbiauti su vietos gyventojais, mėgautis „autentiška“ patirtimi, kuri daro mažesnę poveikį aplinkai, ir skatinti vietos tradicijų ir nematerialiojo kultūros paveldo atkūrimą. Sėkmingos pažangiojo turizmo vietovės gebės pritraukti atsakingus turistus, pažadėdamos daryti teigiamą poveikį, o turizmas savo ruožtu prisidės prie jų aplinkos, kultūrinės – socialinių ir ekonominių išteklių. Tikimasi, kad ilgainiui pirmiau minėtos tendencijos peraugės į įtrauktesnę ir tvaresnę dalijimosi ekonomiką, kurią paskatins tūkstantmečio kartos ir jaunesnių asmenų elgesys ir įsitikinimai aplinkosaugos ir ekonomikos srityse.



Turizmo duomenų rūšys

Kaip turizme naudojami duomenys?

Veiksmingai ir efektyviai naudojantis duomenimis atsiranda daug galimybių ir turizmo vietovėse, ir įmonėse gerinti turizmo paslaugas. Pvz., turizmo vietovėje galima naudotis vietos socialiniuose tinkluose bendrinama informacija kuriant individualiems poreikiams pritaikytas rinkodaros kampanijas, arba įmonė gali naudoti istorinius apsilankymų duomenis, kad galėtų veiksmingiau prognozuoti turistų paklausą ir planuoti veiklą.

Viso pasaulio valdžios institucijos ir privačiojo sektoriaus subjektai vis dažniau naudoja išmaniuosius duomenis turizmui. Pvz., vis daugiau apgyvendinimo užsakymo platformų sujungia ir analizuoja įvairių rūšių duomenis ir šaltinius, kad atskiriems paslaugų teikėjams rekomenduotų optimalią apgyvendinimo paslaugų kainą. Tai atitinka bendrą tendenciją kurti duomenų rinkinius ir duomenų analizės modelius, grindžiamus duomenų sąveikumu ir standartiniais formatais, kurie suteikia galimybę analizuoti tokius duomenų kiekius, kokius analizuoti net vos prieš keletą metų atrodė neįmanoma, pvz., derinant duomenis apie būsto

charakteristikas (jo dydį, įrangą, kambarių skaičių), aplinką (greta esančių patrauklių objektų skaičių, atstumą iki miesto centro), užsakymo metų laiką ir planuojamus renginius (sezoną, valstybines šventes, festivalius ir t. t.), orų prognozes, netoliese esančių gyvenamųjų patalpų prieinamumą ir kainodarą ir naudotojų veiklą (paieškas, filtravimo prioritetus, reitingus ir apžvalgas).

Siekiant visiškai suprasti įvairių duomenų šaltinių naudojimo galimybes, labai svarbu sudaryti turizmo ekosistemos žemėlį ir nustatyti:

- tikslą, kuriuo galima rinkti ir analizuoti turizmo duomenis;
- visus pagrindinius suinteresuotuosius subjektus ir galimus duomenų naudotojus ir teikėjus;
- prieinamas duomenų rūšis ir pagrindinius duomenų šaltinius, iš kurių gaunami nustatyti duomenų rinkiniai.

Tai trys aspektai, pagal kuriuos nustatomi galimi duomenų šaltiniai ir didelės vertės duomenų rinkiniai, kuriuos turizmo vietovės dažnai jau turi, tačiau nėra visiškai susipažinusios su galimybėmis, kurias būtų galima atverti juos naudojant.



Duomenų naudotojų rūšys

Turizmo duomenų prieinamumas ir naudojimas gali būti naudingas visos turizmo ekosistemos dalyviams: jie gali patobulinti savo strategijas, optimizuoti veiklą ir pagerinti pasiūlą tiek viešajame, tiek privačiame sektoriuje. Pagal veiklą ir verslo pobūdį pagrindiniai duomenų naudotojai, kurie tuo pačiu gali būti duomenų rengėjai arba tarpininkai, skirstomi į tris pagrindines grupes.



Turizmo vietovės ir valdžios institucijos

Šią duomenų naudotojų kategoriją sudaro įvairūs subjektai – nuo daugiapakopio viešojo administravimo institucijų (miestų tarybų, savivaldybių, regioninių tarybų, nacionalinių agentūrų ir t. t.) iki aukštojo mokslo institucijų, tyrinėtojų ir kultūros paveldo objektų. Pastebėta, kad kai kuriais atvejais turizmo vietovės suvienija pastangas, užmegzdamas partnerystes (net ir tarpvalstybinių lygmeniu), siekdamas bendradarbiauti įgyvendinant bendrus projektus ir strategines iniciatyvas, turizmo pramonei remti. Didesnėse šalyse, kuriose yra regioninės administracijos, jos kartais taiko visą regiono turizmo ekosistemą apimančias strategijas, kad sujungtų turistus, turizmo operatorius ir vietos valdžios institucijas.



Privatusis sektorius – turizmo pramonė

Paslaugų turizmo sektoriuje teikimo srityje specializuojasi daug privačių subjektų. Dauguma įmonių, kurios naudoja duomenimis, yra stambios atostogų būsto nuomos paslaugų teikėjos ir turistinės metapaieškos sistemos (pvz., garsiosios „Airbnb“, „Booking“, „TripAdvisor“, „Kayak“, „Skyscanner“) ir didelės viešbučių grupės, taip pat susitikimų, iniciatyvų, konferencijų ir parodų rengimo (MICE), mažmeninės prekybos, transporto ir pramogų sektoriaus dalyviai, kurie veikia kaip atitinkami turizmo sektoriaus suinteresuotieji subjektai. Be to, vis daugiau IT ir programinės įrangos bendrovių teikia su turizmu susijusias, duomenimis grindžiamas ir duomenų analizės paslaugas, skirtas kelionių žvalgybos ir turizmo vietovių valdymui optimizuoti.



Privatusis sektorius – kita

Tarp šių turizmo ekosistemos duomenų naudotojų yra ir privačių įmonių, kurios nėra tiesiogiai susijusios su turizmo sektoriumi, bet gali įsigyti arba parengti didelės vertės duomenų rinkinius. Tai visų pirma telekomunikacijų įmonės, kurios renka ir analizuoja savo naudotojų duomenis iš SIM kortelių, taip pat socialinių tinklų, laikydamosi BDAR reglamento reikalavimų ir neperžengdamos jame nustatytų ribų. Tokių subjektų surinkti duomenys paprastai parduodami įvairių sektorių, įskaitant turizmą, veiklos vykdytojams.



Turizmo duomenų rūšys

Duomenų naudojimo tikslų sritys

Tikslų sritys yra tai, ko siekiama naudojant duomenis. Turizmo vietovės, norinčios padidinti savo duomenų rinkimo pajėgumus ir nustatyti pagrindinius didelės vertės duomenų rinkinius, turi aiškiai suprasti, kokių galutinių duomenų rinkimo ir analizės pastangų bus imtasi. Bendrąja prasme įvairius duomenų naudojimo turizmui atvejus galima suskirstyti į keturias pagrindines sritis.



Tobulinti sąveiką ir bendradarbiavimą su turistais

Pirmasis duomenų naudojimo tikslas – plėtoti turizmo paslaugas, kurios **vis labiau pritaikytos individualiems poreikiams ir grindžiamos didesne sąveika su klientu ir (arba) galutiniu naudotoju**. Taip yra dėl bendros tendencijos, kurią lemia naujos technologijos ir duomenų analizės metodai, suteikiantys galimybę optimizuoti paslaugas ir prisitaikyti prie kliento. Šiais laikais turistai tikisi vis daugiau personalizavimo ir galimybės pritaikyti savo patirtį, ir tai tampa jų pasitenkinimą lemiančiu parametru, taip pat ir vertinant suvokiamą turizmo vietovės kokybę.



Vykdyti rinkos tyrimus ir informuoti apie sprendimų priėmimą

Antroji duomenų paskirties sritis yra susijusi su **rinkos analizės ir sprendimų priėmimo tobulinimu**, kuriam reikalingas didesnis duomenų prieinamumas ir geresni turizmo vietovių duomenų analizės pajėgumai. Ir privačiojo, ir viešojo sektoriaus subjektai renka duomenis, tačiau jiems taip pat reikalingi duomenys, kad jie galėtų nustatyti savo verslo strategijas ir valdyti turizmo vietovės teritoriją ir turizmo srautus. Valdžios institucijos dažnai turi informacijos apie lankytojų sąveiką su vietos tarnybomis, pvz., apie vietos judumą (pvz., oro, kituose uostuose ir t. t.), arba duomenis apie prieigą prie paveldo objektų, o privatus subjektai renka daug komercinių duomenų (apie pirkimą interneto svetainėse arba naudojantis kreditinėmis kortelėmis) ir net duomenų apie elgseną.



Tobulinti turizmo paslaugų planavimą ir teikimą

Duomenys, suteikiantys galimybę geriau suprasti (ir galbūt prognozuoti) turizmo modelius, taip pat gali padėti **pagerinti bendrą turizmo ekosistemos veiksmingumą ir konkurencingumą**, užtikrinant tikslų planavimą ir išteklių paskirstymą. Turizmo duomenų šaltinių, teikiančių aktualių įžvalgų apie turistų srautus ir pasirinkimus, skaičiaus padidėjimas gali padėti laiku nustatyti pokyčius, dėl kurių reikia perplanuoti veiklą (pvz., renginių laiką, specialius pasiūlymus ir (arba) akcijas, nemokamą prieigą prie muziejų ir kt.) arba įgyvendinti materialinių ar žmogiškųjų išteklių dislokavimo planavimo pakeitimus (pvz., dėl informacijos punktuose, oro uostuose, parduotuvėse ir pan. reikalingo personalo).



Didinti vietovės tvarumą ir prieinamumą

Patobulinta duomenų analizė ir valdymas taip pat gali pagerinti turizmo sektoriaus ir turizmo vietovės aplinkos ryšį, ir tai darys teigiamą poveikį plačiai visuomenei. Pvz., tai gali pagerinti pažeidžiamų ar socialiai remtinų grupių turizmo patirtį, pvz., plėtojant konkrečias paslaugas arba suteikti galimybę lengviau naudotis teikiamomis paslaugomis, taip pat padėti geriau valdyti turizmo srautus siekiant didinti vietos gyventojų gerovę arba mažinti turizmo našą miesto ir gamtos aplinkai. Bendro turizmo ekosistemos veiksmingumo didinimas taikant pažangius sprendimus taip pat gali padidinti bendrą skaidrumą ir vietos bendruomenių įtrauktį.

Geroji patirtis



Tobulinti turizmo paslaugų planavimą ir teikimą

Naudojantis Dubrovniko lankytojų stebėjimo paslauga galima stebėti Dubrovniko senamiestyje šiuo metu esančių žmonių skaičių ir lankytojų srautus. Remdamosi šia informacija miesto valdžios institucijos gali priimti pažangesnius ir tinkamiau informacija pagrįstus sprendimus.



Vykdyti rinkos tyrimus ir informuoti apie sprendimų priėmimą

Naudodamasis turizmo žvalgybos sistema (TŽS), Valensijos miestas pateikia išsamių įžvalgų ir duomenų apie miesto turizmo sektorių. TŽS yra nuolat atnaujinama ir suteikia partneriams ir suinteresuotiesiems subjektams galimybę optimizuoti savo procesus ir sprendimus pagal susijusius duomenis.



Turizmo duomenų rūšys

Duomenų rūšys ir šaltiniai

Naudingus didelės vertės duomenų rinkinius, kuriuos reikia sujungti, galima gauti iš įvairių šaltinių. Turizmo vietovėms prieinamos informacijos spektras nuolat auga – nuo viešai renkamų iki privačių ir tiesiogiai turistų teikiamų duomenų. Be to, duomenys gali būti struktūrizuoti arba nestruktūrizuoti, todėl jų analizė tampa sudėtingesnė, o duomenų rinkiniai gali labai skirtis savo dydžiu. Turėti aiškų vaizdą apie visas galimas duomenų rūšis ir šaltinius turizmo ekosistemoje yra labai svarbu dedant pastangas tvarkyti prioritetinius duomenis ir kurti sėkmingiausias strategijas.



Naudotojų sukurti duomenys

Tekstinė medžiaga

Nuotraukos

Vartotojų sukurtas turinys (angl. user-generated content, UGC) – tai duomenys, kuriuos teikia patys turistai arba kai kuriais atvejais vietos gyventojai. UGC gali būti skirstomas į dvi pagrindines kategorijas: tekstinę informaciją ir nuotraukas. Tekstinė informacija sudaryta iš atsiliepimų, kuriais turistai dalijasi apie savo patirtį, pvz., apžvalgų, įrašų, tinklaraščių straipsnių arba apklausose pateiktos informacijos. Kita vertus, turistai paprastai į socialinius tinklus įkelia nuotraukų ir kartu pateikia įvairios papildomos informacijos, pvz., nurodo vietą, laiką ir žymes. Vartotojų sukurti duomenys, surinkti naudojantis socialine žiniasklaida, tampa itin svarbus siekiant nustatyti ir prognozuoti turistų pasirinkimus ir pageidavimus. Šiose platformose pateikiama milijonai turistų apžvalgų ir tiesioginių atsiliepimų, taip pat prognozavimo algoritmai.



Sandorių duomenys

Žiniatinklio paieška ir tinklalapių lankymas

Vartotojų kortelių operacijos

Kadangi daugelyje sričių – nuo parduvotvių iki viešojo transporto, apgyvendinimo ir turizmo vietų – populiarėja atsiskaitymo negrynaisiais pinigais sprendimai, gaunama labai daug su turizmu susijusių komercinių duomenų. Tie duomenys sukuriama sudarant kiekvieną sandorį, įskaitant operacijas ir veiklą turizmo rinkoje, taip pat etape prieš apsilankymą. Šis duomenų šaltinis dar skirstomas į tris kategorijas: tai interneto paieškų ir turistų apsilankymų tinklalapiuose duomenys, internetinių užsakymų ir pirkimo duomenys ir vartotojų kortelių (įskaitant kreditines, atlyginimų, mokėjimo korteles ir kt.) duomenys.



Įrenginio duomenys

GPS, tarptinklinis ryšys, „Bluetooth“, meteorologiniai duomenys, belaidis ryšys

Išmanusis miestas (tarša, eismas, atliekos ir kt.)

Plačiai paplitę išmaniojo miesto sprendimai, grindžiami pažangiu viešųjų erdvių stebėjimu per tankų prietaisų ir jutiklių, įskaitant palydovus, tinklą, sudarė sąlygas atlikti su turizmu susijusius vertinimus ir rinkti duomenis. Įrenginio duomenis galima suskirstyti į dvi kategorijas: prietaisų ir jutiklių surinkti duomenys, kuriais galima sekti judesius (įskaitant GPS, mobiliojo tarptinklinio ryšio, „Bluetooth“, RFID, WIFI ir meteorologinius duomenis), ir išmaniųjų miestų įrenginių ir jutiklių surinktus duomenis, kurie gali būti naudojami platesniais tikslais, įskaitant turizmo valdymą (pvz., eismo jutiklių, oro kokybės, viešojo transporto, interneto prieigos ir kt. duomenis).



Kiti duomenys

Verslo informacija (restoranai, viešbučiai ir kt.)

Statistikos duomenys

Didelės vertės duomenys gali būti gaunami ir iš kitų šaltinių, įskaitant privačių įmonių duomenų rinkinius (pvz., duomenys apie oro linijų keleivių skaičių, duomenys apie laisvas viešbučių vietas, duomenys apie restoranų rezervacijas ir kt.), statistiką (pvz., valdžios institucijų paskelbtus duomenų rinkinius) ir su tam tikromis aplinkybėmis susijusią informaciją, tai yra, visą informaciją apie tam tikrą turizmo vietovę, kuri gali būti naudojama turizmo paslaugoms (pvz. informaciją apie vietos istoriją, kurią galima panaudoti kuriant virtualios realybės patirtį, kurioje turistai gali tyrinėti turizmo vietovę praeityje).

Geroji patirtis



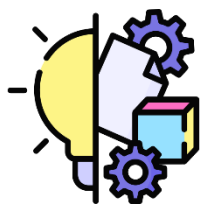
Naudotojų sukurti duomenys

„Benidorm“ turizmo fondas renka **naudotojų kuriamus duomenis** iš 3 šaltinių: „Benilovers“, nuomonės formuotojų ir turinio kūrėjų. Šie duomenys leidžia veiksmingai susisiekti su turistais ir didinti naudotojų dalyvavimą. Sukurtas turinys taip pat yra labai vertingas ir naudingas kitiems naudotojams.



Kiti duomenys: Atvirieji duomenys

Išmanusis Dublinas skatina atvirųjų duomenų kultūrą, kurioje teikiama informacija apie įvairią veiklą visame regione, taip didinant skaidrumą ir atskaitomybę piliečiams, darbuotojų duomenų raštingumo lygį ir remiant įrodymais grindžiamą sprendimų priėmimą.



Pagrindiniai iššūkiai ES turizmo ekosistemoje

Šeši pagrindiniai iššūkiai valdant turizmo duomenis

Igyvendinant pažangiajame turizme naudojamus duomenimis grindžiamus metodus kyla keletas iššūkių. Tuos iššūkius būtina žinoti ir į juos atsižvelgti parengiant jų sprendimo strategijas. Žodis „iššūkiai“ reiškia ne tik išimtinai su duomenų analizės sritimi susijusius aspektus, pvz., technologijų įdiegimą ir susijusią infrastruktūrą bei duomenų formatus, bet ir norminius aspektus, susijusius su duomenų privatumu

ir duomenų tvarkymu, taip pat „žmogiškuosius“ aspektus, pvz., turistų ir turizmo darbuotojų skaitmeninį raštingumą arba gebėjimą į dalijimosi duomenimis iniciatyvas įtraukti kuo daugiau suinteresuotųjų subjektų. Todėl, siekianti sėkmingai valdyti duomenis, labai svarbu kiekvienoje vietovėje suvokti pagrindines duomenimis grindžiamo turizmo problemas.



Patys duomenys



Turizmo duomenų nevienalytiškumas



Technologijos ir energija



Turistų požiūris ir skaitmeninis raštingumas



Privatumas



Žmogaus ir dirbtinis intelektas



Valdymas

1 pagrindinis iššūkis. Patys duomenys

Pagrindiniai iššūkiai, su kuriais susiduriama naudojant duomenis turizmui, yra gerai žinomi pačių duomenų neatsižvelgiant į jų taikymo sektorių keliami iššūkiai. Apibūdinant duomenis, ypač didžiuosius duomenis, dažnai daroma nuoroda į vadinamuosius „V“ kriterijus:

- pirma, kad duomenys būtų vertingi, jie turi būti didelės **apimties** (angl. **volume**). Tačiau didieji duomenų rinkiniai paprastai būna brangūs ir jiems sukurti reikia daug laiko;
- antra, duomenims taip pat būtinas **greitis** (angl. **velocity**) – jie turi būti greitai sukuriami ir apdorojami, o šie procesai taip pat yra labai brangūs;
- trečia, duomenys paprastai gaunami iš **įvairių** šaltinių (angl. **variety of sources**) ir įvairiais formatais, todėl reikia daug pastangų juos standartizuoti ir suderinti;
- ketvirta, duomenims būtinas **tikrumas** (angl. **veracity**) – akivaizdu, kad jie turi būti patikimi, tikslūs ir prasmingi.

Norint užtikrinti visų šių „V“ kriterijų įgyvendinimą, reikalingi specialūs gebėjimai ir pažangios technologijos. Susiskaidžiusiose pramonės šakose, pvz., turizme, kuriame paprastai veikia labai mažos įmonės, didelės investicijos, kurių reikia duomenims panaudoti ir vertei kurti, gali būti ypač brangu ir sunkiai įgyvendinama.

2 pagrindinis iššūkis. Duomenų nevienarūšiškumas

Atrodo, kad gerai žinomos problemos, susijusios su duomenų (didelių jų kiekių) naudojimu, iškilo ir įgyvendinant naujausias iniciatyvas, kuriomis siekiama sukurti turizmo platformas ir dalijimosi duomenimis erdves tarptautiniu, nacionaliniu ir vietos lygmenimis. Jiems iš tiesų būdingas bendras tarpusavio ryšio, bendrų formatų, standartų (pvz., semantinių) ir sąveikumo protokolų trūkumas. Tai apriboja galimybę visiškai išnaudoti duomenų vertę įgyvendinant kelionių

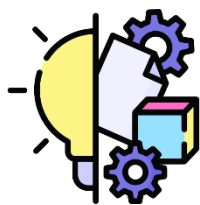
vietovių valdymą ir tvarius turizmo plėtros metodus, taip pat galimybę suinteresuotosioms šalims sujungti duomenis iš skirtingų šaltinių ir gauti įžvalgų, kurias būtų galima panaudoti politikos ir verslo sprendimų priėmimo procesuose. Be to, turizmo duomenų rinkinių susiskaidymas yra viena iš pagrindinių priežasčių, dėl kurių Europos Komisija neseniai investavo į bendras Europos duomenų erdves įvairiose strateginėse srityse, įskaitant turizmą.

3 pagrindinis iššūkis. Technologijos ir energija

Kitas svarbus iššūkis – visiems išmaniesiems sprendimams funkcionuoti reikalinga informacinių ir ryšių infrastruktūra, sistemų ir įrenginių ekosistema. Šiai informacinei struktūrai plėtoti reikia didelių turizmo vietovių ir įmonių investicijų. Nors ji jau gali būti įdiegta didesnėse vietovėse, kuriose viešojo administravimo institucijos paprastai jau yra finansavusios tam tikrą skaičių atitinkamų išmaniųjų miestų projektų, mažesnėse vietovėse kyla skaitmeninės atskirties rizika. Šis iššūkis yra glaudžiai susijęs su prieigos prie energijos klausimu: kad infostruktūra veiktų, visoms suinteresuotosioms šalims – įskaitant vietoves, įmones ir pačius turistus – turi būti užtikrinta nuolatinė prieiga prie energijos, ir tai tampa iššūkiu ir techninio įvykdymo, ir tvarumo tikslų prasme.

4 pagrindinis iššūkis. Turistų požiūris ir skaitmeninis raštingumas

Pažangiojo turizmo sprendimai neabejotinai turi didžiulį potencialą pasiūlyti turistams vis daugiau individualizuotų ir kartu kuriamų potyrių. Tačiau ne visi turistai gali teikti pirmenybę tokiai pažangiajai, o ne tradiciškesnei patirčiai. Iš tiesų, kad būtų galima sąveikauti ir dalyvauti, pažangiojo turizmo sprendimams reikia daug pastangų, taip pat kyla kognityvinės perkrovos rizika. Kitaip tariant, vis labiau elektroniniais ryšiais grindžiamame pasaulyje turistai gali ieškoti būtent galimybės nutraukti ryšį, atsijungti



Pagrindiniai iššūkiai ES turizmo ekosistemoje

ir keliaudami iš naujo atrasti autentiškumą. Dėl šios priežasties kitas svarbus iššūkis – užtikrinti, kad pažangųjį turizmą galima būtų pritaikyti įvairiems turistams, kad jie galėtų naudotis technologijomis, ir išvengti bet kokių neigiamų IRT pasekmių turizmo patirčiai (šis reiškinys kartais vadinamas „e-lienation“). Be to, pernelyg pasikliaunant technologijomis taip pat kyla problemų dėl skirtingo turistų skaitmeninio raštingumo lygio, todėl turistai, neturintys reikiamų kompetencijų ar įrenginių, rizikuoja likti be ypač išmanių potyrių.

5 pagrindinis iššūkis. Privatumas

Daugelis pažangiojo turizmo sprendimų siekiant įgyti įvairesnės patirties yra grindžiami nuolatinio turistų asmens duomenų rinkimu ir naudojimu. Iš tiesų, dėl asmens duomenų turizmo paslaugas galima pritaikyti prie asmeninių pageidavimų (pvz., siūlyti galimybę maitintis pagal mitybos reikalavimus), buvimo vietos (pvz., įspėti apie svarbius netoliese įvykusius įvykius) ir laiko (pvz., siūlyti alternatyvius maršrutus pagal realiuoju laiku nustatomas oro sąlygas). Nors Europos piliečiai tikrai rūpinasi privatumu, ypač įsigaliojus Bendrajam duomenų apsaugos reglamentui (BDAR), turistus paprastai yra lengviau įtikinti dalytis savo asmens duomenimis, nei įprastomis sąlygomis gyvenančius asmenis. Pvz., turistai gali taikomojoje programoje pateikti savo duomenis, jei tai yra būtina prieigos prie interneto sąlyga, arba gali nebesirūpinti privatumu, naudodamasis pramogų ir interaktyvią patirtį siūlančia programėle. Plataus masto asmens duomenų rinkimas ir tvarkymas turizmo srityje (taip pat atsižvelgiant į tai, kad duomenų subjektai dažnai nesuvokia savo asmens duomenų vertės ir negali derėtis dėl jų teikimo) kelia didelį susirūpinimą dėl privatumo, ypač dėl elektroninio stebėjimo ir profiliavimo siekiant nustatyti mikroobjektus.

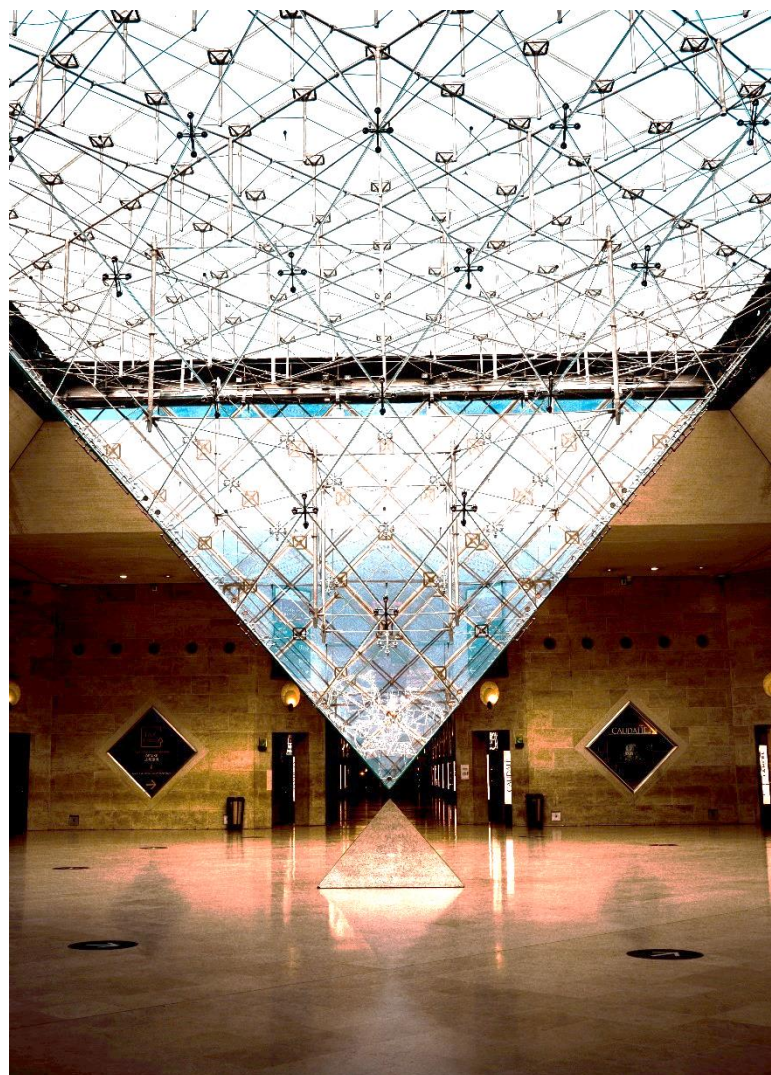
6 pagrindinis iššūkis. Žmogaus ir dirbtinis intelektas

Turizmo sektoriaus darbuotojų kvalifikacija vidutiniškai būna žemesnė nei visų dirbančių ES gyventojų – iki 25 proc. iš jų yra žemos kvalifikacijos. Be to, sektorių veikia daro struktūrinių inovacijų trūkumas, nors IRT turizmo srityje yra visur, o turizmo patirtis vis labiau priklauso nuo išmaniosios įrangos. Dėl COVID-19 pandemijos įgūdžių trūksta dar labiau, nes didelė dalis darbuotojų 2020 m. negalėjo įsidarbinti ir 2021 m. persikėlė į kitus sektorius, o nauji darbuotojai iš kitų sektorių dažnai nebūna lygiavertės kvalifikacijos. Be to, dėl pandemijos prireikė naujų kompetencijų, pvz., dėl sanitarinių priežasčių atsirado poreikis naudotis skaitmeniniais įrankiais. Kad būtų galima pasinaudoti technologijų ir duomenų teikiama nauda ir pagerinti turizmo patirtį, ypač kvalifikuotų duomenų ekspertų pavidalu, be vidutinio – žemo turizmo darbuotojo kvalifikacijos lygio reikalingas ir specializuotas žmogaus intelektas. Atsižvelgiant į tai, kad technologijų pažanga, pvz., dirbtinis intelektas, atvers dar didesni duomenų naudojimo potencialą,

vis aiškiau, kad būtina pritraukti išmanančius darbuotojus. Iš tiesų numatoma, kad dirbtinis intelektas bus ypač trikdanti ir sudėtinga technologija, nes sprendžiant galimo neigiamo turistų ir turizmo darbuotojų požiūrio į dirbtinį intelektą problemą prireiks didelių technologinių investicijų, pokyčių valdymo veiksmų, ir kils jau minėtas kvalifikuotos darbo jėgos poreikis.

7 pagrindinis iššūkis. Valdymas ir bendradarbiavimas

Galiausiai sėkmingos pažangiojo turizmo strategijos daro įtaką bendriems susijusių suinteresuotųjų subjektų interesams ir ištekliams, kadangi taip išnaudojamos ir kuriamos naujos sinergijos. Tam reikia, kad bent jau pakankamai daug suinteresuotųjų subjektų suvoktų pažangiojo turizmo naudą ir galimybes, kad jie pasitikėtų vieni kitais ir susitartų dėl įgaliojimų, taip pat bendradarbiautų kurdami aktyvią ir įtraukią pažangiojo turizmo ekosistemą. Užtikrinti sklandų bendradarbiavimą, dalytis duomenimis, nustatyti bendrus ketinimus ir apibrėžti atsakomybę – tai pagrindinis iššūkis VVO žengiant link pažangiojo turizmo.





Kaip tapti pažangia. Turizmo vietovių kelias

Kaip pasiruošti ir tapti pažangia vietove?

Vietovės, norinčios tapti pažangiojo turizmo vietovėmis arba tobulėti, turi apsvarstyti galimybę taikyti daugialypį kelionių vietovių valdymo metodą. Pagal šį metodą turi būti nustatytos konkrečios strategijos ir veiksmingi valdymo modeliai, identifiukuoti duomenų šaltiniai ir susiję duomenų rinkiniai, taikomos strategijos, kuriomis siekiama tobulinti pačių vietovių aplinkos tvarumą, pagrindines technologijas ir infrastruktūrą, taip pat įgūdžius ir politiką, skirtą turizmo ekosistemos verslininkams ir įmonėms.



Strategija

Labai svarbi parengiamoji veikla – pažangiojo turizmo duomenų strategijos ir susijusio vykdymo plano rengimas. Nustačius aiškiai pažangiojo turizmo plėtros kryptį lengviau išsamiai apibrėžti ir kuo geriau suderinti daugelį aspektų – nuo technologijų iki įgūdžių ir finansų. Be to, ši strategija skatina politikos veiksmų nuoseklumą ir tęstinumą, kad būtų išvengta bet kokių galimų politinės ir administracinės aplinkos pokyčių. Ši strategija turėtų būti pritaikyta prie vietovės poreikių ir todėl turėtų būti grindžiama pradinio įsivertinimu, siekiant suprasti dabartines stipriąsias puses ir tobulintinas sritis. VVO ar kitiems strategijai vadovaujantiems dalyviams patartina laikytis dalyvaujamojo požiūrio, įtraukiant daug suinteresuotųjų šalių, pradedant nuo skirtingų politikos departamentų pačioje vietovėje, ir baigiant vietos įmonėmis, asociacijomis ir piliečiais. Kai bus aiškūs pagrindiniai tikslai ir uždaviniai, strategijoje turėtų būti nustatyti geriausi tinkami prioritetai didelių vertės duomenų rinkiniai, kurie turi būti patikimi ir prieinami, taip pat vietovės poreikiai, susiję su technologine infrastruktūra, išteklių tobulinimu ir finansiniais ištekliais.

Be to, veiksmingoje pažangiojo turizmo vietovių plėtros strategijoje turi būti:

- aiškiai nustatytos tikslinės turizmo grupės, dėl kurių turi būti kuriami individualiems poreikiams pritaikyti vertės pasiūlymai ir kurios turi būti įtrauktos atsižvelgiant į duomenis;
- duomenimis grindžiamas sprendimų priėmimo procesas struktūriškai integruojamas į visą politikos ciklą;
- gerinamas turizmo vietovių prieinamumas ir tvarumas, atsižvelgiant į gyventojų gyvenimo kokybę.

Valdymas

Pažangioji vietovė turi būti valdoma taip, kad būtų užtikrintas veiksmingas duomenų tvarkymas ir skatinamos palankios sąlygos įdiegti naujus priimtus sprendimus. Kalbant apie duomenų valdymą, planuojant ir įgyvendinant visus pažangiojo turizmo veiksmus, įskaitant tikslų nustatymą ir jų pasiekimo vertinimą, reikėtų paskirti konkretų funkcinių subjektą – departamentą ar pareigūną. Šis funkcinis subjektas privalo turėti įgūdžių ir ekspertinių žinių, kad galėtų suprasti technines, komercines, teises, politines ir socialines duomenų tvarkymo pasekmes. Norint sukurti palankią aplinką, reikia įtraukti visą turizmo ekosistemą, kad atsirastų sinergijai ir masto ekonomija. Suinteresuotieji subjektai apima

Norint tapti pažangia vietove reikalingas visapusiškas požiūris



ne tik administraciją ir įmones, bet ir inovacijų laboratorijas (centrus), mokslinių tyrimų centrus ir inovacijų spartinimo centrus ir (arba) inkubatorius. Be to, konkretiems turizmo sektoriaus, pvz., bendrų dalijimosi duomenimis standartų kūrimo arba įvairių duomenų šaltinių integravimo, klausimams spręsti turėtų būti kuriamos sektorių bandomosios aplinkos ir viešojo bei privataus sektorių partnerystės. Taip pat reikėtų sutelkti sistemingas pastangas kurti suinteresuotųjų subjektų dalijimosi duomenimis kultūrą, kurią galima remti tikslingai formuojant politiką (pvz., skatinant dalijimosi duomenimis tarp verslo subjektų, taip pat tarp verslo subjektų ir vyriausybės arba užtikrinant, kad pirmenybė būtų teikiama privatumo ir konfidencialumo taisyklėms), reguliavimo įpareigojimais užtikrinant minimalų bendradarbiavimo lygį (pvz., konkrečių temų ir sektorių atvirusius duomenis). Be to, siekiant išplėsti įsipareigojusių ir suinteresuotųjų subjektų ratą, labai svarbu skleisti informaciją apie sėkmingą dalijimosi duomenimis patirtį ir ją skatinti.

Įgūdžiai

Norint pritaikyti pažangią turizmo paradigmą valdant turizmo vietas, reikia derinti įgūdžius ir kultūrinius pokyčius VVO ir, apskritai, visoje turizmo ekosistemoje.



Kaip tapti pažangia. Turizmo vietovių kelias

Kiek tai susiję su įgūdžių tobulinimu, siekiant vykdyti duomenimis ir informacija grindžiamą politiką, dabartiniams darbuotojams reikia suteikti reikiamų žinių ir įgūdžių, kad jie suprastų, kaip jų veikla persipina su duomenų tvarkymo veikla. Galėtų būti organizuojami mokymo ciklai, informacinės sesijos, ir viduje platinami rekomendaciniai dokumentai. Be šių veiklų, mokymasis iš kolegų ir su kitomis turizmo vietovėmis bendradarbiaujant rengiami internetiniai seminarai gali būti vertinga priemonė ne tik žinioms ir įgūdžiams perduoti, bet būtiniems kultūriniais pokyčiams, kuriuos darbuotojai ir pareigūnai turės įgyvendinti siekiant vidaus duomenimis grindžiamos darbo kultūros, skatinti.

Be to, reikėtų įtraukti įvairių specializacijų asmenis, kurie padės turizmo vietai valdyti, analizuoti ir vizualizuoti duomenis ir turės specifinių techninių įgūdžių. Šių specializacijų asmenis galima samdyti arba pasitelkti plėtojant partnerystę su privačiomis ar mokslinių tyrimų įstaigomis, kurios galėtų suteikti reikiamos kompetencijos specialistų ir tuo pačiu pasinaudoti turizmo vieta kaip tyrimų ir naujų sprendimų kūrimo bandymų vieta.

Duomenys

Kiekviena turizmo vietovė teikia atitinkamą su konkrečiomis aplinkybėmis susijusią informaciją arba statistiką apie supančią aplinką, kuri gali būti lengvai pasiekama ir laisvai prieinama kaip atvirieji duomenys. Sukurtų ir surenkamų duomenų, kurie galėtų būti naudingi ir turizmo tikslais, yra daug – nuo informacijos apie gyventojus, ekonomiką ir užimtumą, aplinką iki kultūros įstaigų ir paveldo, transporto ir švietimo – ir dažnai neišnaudojamas visas jų potencialas.

Šiomis aplinkybėmis, atsižvelgdamos į ketinimus, įgaliojimus ir išteklius, kuriais galima naudotis pereinant prie duomenimis grindžiamos turizmo politikos formavimo, VVO turėtų skatinti sudaryti visų galimų vidaus duomenų šaltinių žemėlapi, pirmiausia mėgindama atverti vidaus „duomenų skrynią“ ir tada nuosekliai ir lengvai apdorojamu formatu pateikti juos kaip atvirusius duomenis platesnei ekosistemai. Siekiant pagerinti galimybę pakartotinai naudoti ir palyginti duomenis ir informaciją, taip pat skatinti technologijų ir duomenimis

grindžiamų inovacijų diegimą, reikia užtikrinti sąveikumą ir standartizaciją.

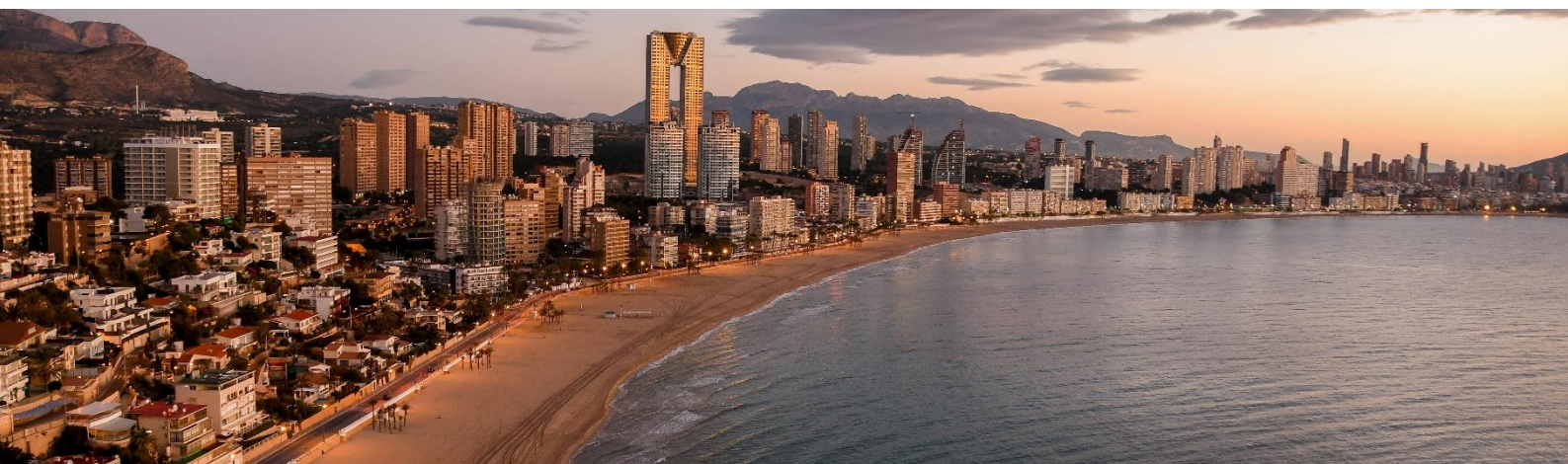
Be to, tarp pažangiojo turizmo strategijos aspektų, susijusių su duomenimis, turėtų būti galimybė gauti išorės duomenų ir jais papildyti vidinius duomenis. Taip gauti duomenys bus kuo išsamesni, ir apims ir vidines, ir išorines žinias, taip pat praktinę patirtį. Todėl norint įsigyti tokių duomenų arba užmegzti abipusiai naudingą partnerystę reikėtų nustatyti atitinkamų didelės vertės duomenų rinkinių išorės ir (arba) privačius savininkus.

Be to, turizmo vietovėse turėtų būti įgyvendinamas bent pirmasis kiekybinių ir kokybinių rodiklių rinkinys, kurį galima palaipsniui plėsti arba tobulinti, ir kuris turi apimti bent pagrindines sritis, pvz., suinteresuotųjų subjektų skaitmeninio lygį, turizmo vietovių įtrauktį ir prieinamumą, socialinį, ekonominį ir aplinkosauginį tvarumą. Siekiant nuolat stebėti pažangiojo turizmo veiklą, įvertinti jos pažangą ir rezultatus, reikėtų naudoti rodiklius, kuriais būtų galima remtis atliekant tolesnius veiksmus.

Nuo pradinio duomenų rinkimo ir tvarkymo veiklos planavimo reikėtų atsižvelgti į duomenų privatumo ir saugumo nuostatas, kad įgyvendinimo etape būtų išvengta bet kokių trūkumų. Be to, siekiant užtikrinti pagrindinių teisinės sistemos normų (pvz., BDAR) laikymąsi, reikėtų apsvastyti ir konkrečius aspektus, susijusius su tarpvalstybiniu dalijimusi duomenimis ir jų mainais.

Infrastruktūra ir technologijos

Duomenimis grindžiami sprendimai turi būti paremti didelio poveikio technologijomis, kurios sudaro sąlygas sukurti duomenų srautus ir analizuoti duomenis. Turizmo vietovės turėtų investuoti į keičiamo mastelio IT architektūrą supaprastindamos viešųjų pirkimų procedūras, kad būtų pasirengusios technologijų, įskaitant atvirojo kodo ir patentuotos programinės įrangos, plėtrai. IT sprendimai turėtų atitikti skirtingus įvairių vidaus suinteresuotųjų subjektų tikslus (pvz., sprendimus priimančius asmenis gali dominti vizualizavimo ir modeliavimo priemonės, duomenų analitikams gali prireikti duomenų integravimo priemonių ir t. t.).





Kaip tapti pažangia. Turizmo vietovių kelias

Naudodamiesi atvirosiomis programomis, bendrais žodynais ir standartais, tretieji asmenys įgyja galimybę naudotis duomenimis (taip pat ir pakartotinai), pvz., per atvirųjų programų sąsajas. Privačioms įmonėms suteikus prieigą prie atvirųjų duomenų, skatinama skaitmeninė transformacija ir naujovės, taip pat sumažinamos sąnaudos ir įžvelgiama rizika (nes privatus verslas prisiima naujų sprendimų kūrimo sąnaudas ir riziką), ypač atsižvelgiant į ribotus išteklius.

Be to, viešieji ir privatieji subjektai vis daugiau investuoja į decentralizuotus dalijimosi duomenimis sprendimus, pvz., duomenų erdves, kurie gali būti naudingi visai ekosistemai ir žymiai sumažinti prieigos kliūtis ir išlaidas techninei įrangai. Pradėjus duomenų standartizavimą ir bendradarbiavimą, pvz., naudojant atvirų programų sąsajas, trumpalaikėje perspektyvoje gali būti lengviau pereiti prie naujų formų duomenų rinkimo.

Verslumas ir verslas

VVO ir privačiojo sektoriaus bendradarbiavimo skatinimas yra esminis pažangaus turizmo strategijos aspektas. Viena vertus, VVO turi nustatyti strateginius partnerius, kurie gali vykdyti pagrindinių duomenų analizę ir kelionių žvalgybos tarnybas, kurių paslaugos gali padėti formuoti politiką ir valdyti turizmo vietas.

Kita vertus, VVO turėtų bendradarbiauti ir su kitais dalyviais, remiančiais inovacijas ekosistemoje (pvz., inovacijų fondais, skaitmeninių inovacijų centrais ir kt.), kad būtų sukurta pagalbinė turizmo verslo modelių, vertės grandinių ir ekosistemų skaitmeninimo sistema, apimanti visus privačius subjektus, įskaitant smulkias vietas įmones, MVĮ ir individualią veiklą vykdančius ir (arba) laisvai samdomus specialistus.

Konkretūs veiksmai, atliekami siekiant remti skaitmeninę transformaciją ir plačiai taikyti duomenimis pagrįstus metodus, gali būti:

- konkrečios politikos priemonės, kuriomis remiami kelionių technologijų inkubatoriai, spartinimo centrai, mentorystės užsiėmimai ir kitos su technologijomis nesusijusios iniciatyvos (pvz., turizmo tinklai);
- reguliavimo sistemų peržiūra ir atnaujinimas skatinant sąžiningą konkurenciją ir inovacijas;
- paskatos ir finansinė ir (arba) pirkimo parama turizmo subjektams, sudarant sąlygas įsigyti didelio poveikio skaitmenines technologijas, įrankius ir verslo sprendimus;
- tradicinių ir skaitmenines technologijas puikiai išmanančių įmonių bendradarbiavimo skatinimas ir (arba) stiprinimas skatinant dalytis žiniomis;
- investavimas į didelės spartos plačiajuostį ryšį ir kitą svarbią skaitmeninę infrastruktūrą ir prieigos prie aukšto lygio turizmo įmonių ir lankytojų palengvinimas;
- informuotumo didinimo kampanijų, kuriose dalijamasi žiniomis apie galimą skaitmeninimo ir duomenimis grindžiamo požiūrio į pažangųjį turizmą naudą, rengimas.





ES turizmo vietovių duomenų vadovas

Pažangiojo turizmo vietovės

SI2.843962

2022 m. liepa



Valdo Europos Komisija

Norėdami gauti daugiau informacijos apie šį vadovą, kreipkitės į:

„Intellera Consulting“

asocijuotąją partnerę Giovanna Galasso

giovanna.galasso@intelleraconsulting.com

