

# Овладяване на данните: инструментарий за туристически дестинации



# Този инструментариум е подготвен за Европейската комисия – Генерална дирекция „Вътрешен пазар, промишленост, предприемачество и МСП“ (GROW) от



Smart Tourism Destinations | SI2.843962

## Автори

Основни партньори по проекта: Giovanna Galasso (Intellera Consulting), Costanza Bersani (Intellera Consulting), Tommaso Messina (Intellera Consulting), Alberto Venditti (Intellera Consulting)

Независими експерти: Dario Bertocchi, Estrella Diaz Sanchez, Tomáš Gajdošík, Stefan Hartman, Mirko Lalli, Dagmar Lund-Durlacher, María Dolores Ordóñez Martínez, Kristian Sievers, Marianna Sigala, Urška Starc-Peceny

февруари 2023 г..

Това съдържание е само за обща информация и не трябва да се използва като заместител на консултация с професионални съветници.

Въпреки че сме положили всички усилия да гарантираме, че информацията, съдържаща се в този документ, е получена от надеждни източници, PwC, Intellera Consulting, CARSA и Университета на Малага не носят отговорност за никакви грешки или пропуски или за резултатите, получени от използването на тази информация. Цялата информация в този документ се предоставя „каквато е“, без гаранция за пълнота, точност, навременност или за резултатите, получени от използването на тази информация, и без гаранция от какъвто и да е вид, изрична или подразбираща се, включително, но не само гаранции за изпълнение, продаваемост и годност за конкретна цел.

В никакъв случай PwC, Intellera Consulting, CARSA и Университетът на Малага, свързаните с тях партньорства или корпорации, или техните партньори, агенти или служители няма да бъдат отговорни пред вас или който и да е друг за каквото и да е взето решение или действие, предприето в зависимост от информацията в този документ, или за всякакви последващи, специални или подобни щети, дори ако сме уведомени за възможността от такива щети.

Проектът е получил финансиране от Европейската комисия по пилотен проект за договор за услуги „Smart Tourism Destinations“ (Интелигентни туристически дестинации) – GROW-2020-OP-0014 – Номер SI2.843962

Информацията и възгледите, изложени в този документ, са на автора(ите) и не отразяват непременно официалното становище на Комисията. Комисията не гарантира точността на данните, включени в това проучване. Нито Комисията, нито което и да е лице, действащо от името на Комисията, не носи отговорност за начина на използване на информацията, съдържаща се тук.

Възпроизвеждането е разрешено при посочване на източника.

Управлявано от  
Европейската комисия







## Как се използва инструментариумът: вашето пътуване към интелигентния туризъм

### От изследване до прилагане на интелигентен туристически подход

По пътя, водещ до интелигентен туристически подход, инструментариумът идентифицира четири основни стъпки, от изследването на интелигентния туризъм като концепция до конкретното му прилагане.

Фигурата по-долу предоставя кратка визуализация на това пътуване, от първа до четвърта стъпка, и указания в полето по-долу за това как да използвате този инструментариум и къде да намерите подходяща информация, насоки и съвети.

В допълнение към насоките и съветите, свързани с тези четири стъпки, инструментариумът включва заключителна глава, посветена на партньорствата, управлявани от данни.

и сътрудничество между публични и частни организации. Това е пресичаща се тема, преплетена както с разработването на пътна карта, така и с нейното изпълнение.

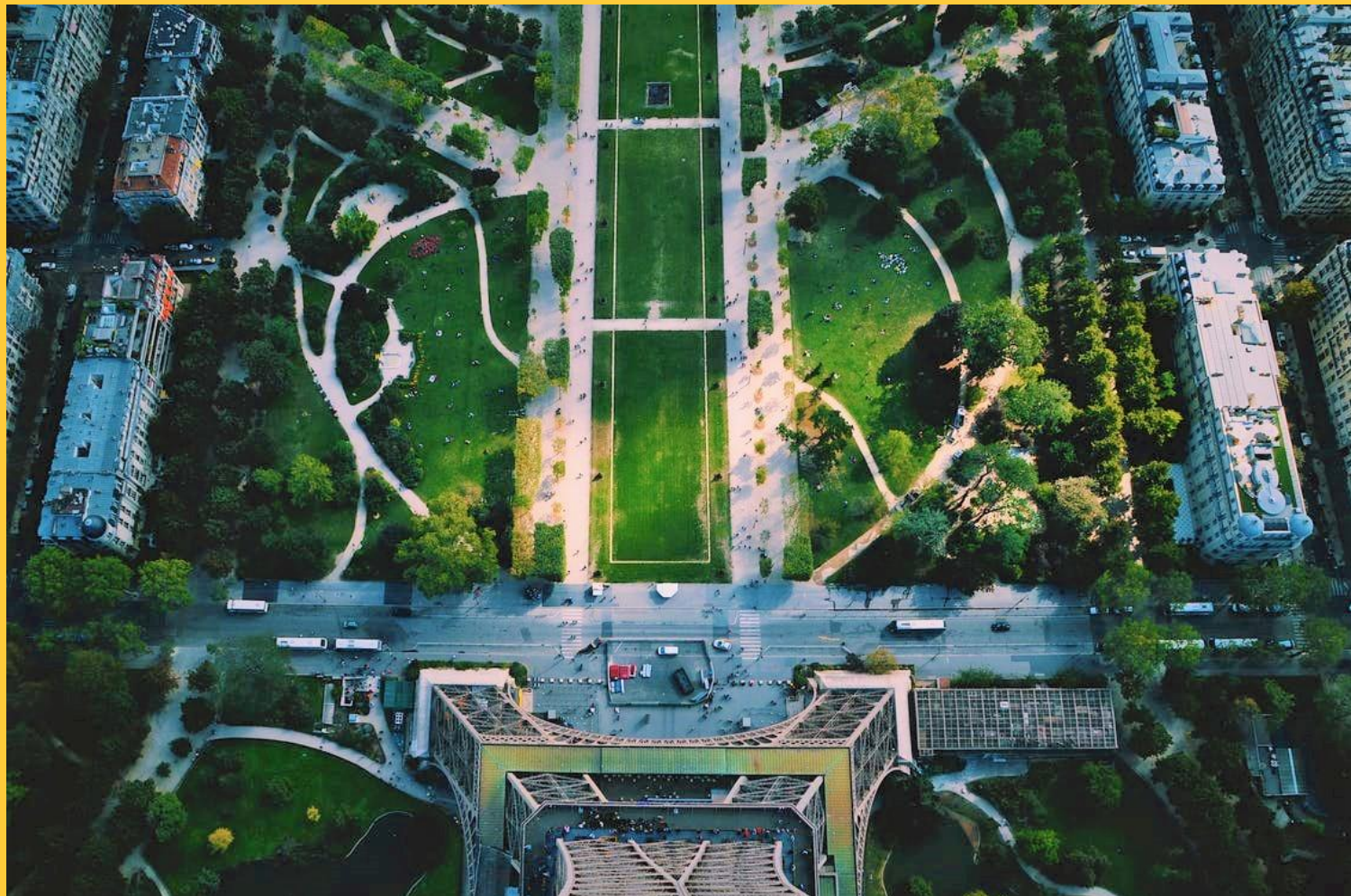
Като цяло инструментариумът се фокусира главно върху предоставянето на насоки за стъпки 2 и 3, свързани с оценката на зрелостта на интелигентния туризъм и разработването на пътна карта. Допълнителни материали, разработени в контекста на проекта, по-специално по отношение на стъпка 4, ще бъдат предоставени на уебсайта на проекта Smart Tourism Destinations.

Периодично преглеждайте своя статус, като започвате отново от стъпка

1



Ако търсите подкрепа за допълнителни насоки, материали и инструменти за това как да приложите своята пътна карта и да укрепите своя подход към интелигентния туризъм, препоръчваме да следите разделите [цифрова библиотека](#) и [вебинари](#) на уебсайта на проекта „Smart Tourism Destinations“, където можете да разгледате материалите, разработени и предоставени чрез нашия проект, специално насочени към подпомагане на интелигентните туристически дестинации по време на вашето пътуване.



## Съдържание



**Стъпка 1: Изследване на подхода към интелигентния туризъм..... 3**



**Стъпка 2: Оценка на вашата готовност и зрялост по отношение на интелигентния туризъм.....4**



**Стъпка 3: Разработване на пътна карта към интелигентния туризъм.....7**

Стратегия и управление..... 9

Събиране и управление на данни..... 10

Човешки капитал и умения..... 12

Предаване на знания..... 13

Управление на екосистемата..... 14



**Партньорства, управлявани от данни, между публични и частни участници.....15**

### За проекта

Проектът „Smart Tourism Destinations“ (Договор за услуги SI2.843962, 2021-2023) се финансира от Европейската комисия – Генерална дирекция „Вътрешен пазар, промишленост, предприемачество и МСП“ (DG GROW) и се управлява от PwC EU Services, Intellera Consulting, CARSA и Университета на Малага. Целта на проекта е да подкрепи дестинациите в ЕС по пътя им към зелен и цифров преход, насочен към подобряване на интелигентното и устойчиво управление на туризма в ЕС чрез управление на данни, разбирано като способност за събиране, анализиране и повторно използване на туристически данни в съответствие с последователен стратегически план.







# Стъпка 1: Изследване на подхода към интелигентния туризъм

## Защо да се интересувам от възприемане на подход към интелигентния туризъм?

Интелигентният туризъм може да бъде движеща сила за иновации и важен фактор за конкурентоспособност, устойчиво развитие, качество на живот и стабилност на туристическите дестинации.

Превръщането в интелигентна туристическа дестинация не трябва да се разглежда като крайна цел, а по-скоро като възможност и ефективно средство за насърчаване на благосъстоянието на местните общности, повишаване на конкурентоспособността на туристическия сектор и път към устойчиво и стабилно развитие.

Много дестинации по света вече са възприели подход за интелигентен туризъм и въздействието на пандемията от COVID-19 допълнително подчерта необходимостта секторът да стане по-стабилен.

Подходът към интелигентен туризъм дава възможност на дестинациите да постигнат тези цели с помощта на технологии, иновации и сътрудничество.

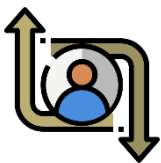
## Къде мога да науча повече за интелигентния туризъм?

За да научите повече за основните идеи, възможности и предизвикателства на интелигентния туризъм, можете да прочетете **Ръководството на ЕС за данни за интелигентни туристически дестинации**. Това е по-кратко въведение, което може да ви помогне да започнете изграждането на база знания.

Ако вече сте запознати с концепцията за интелигентен туризъм и искате да научите повече за най-актуалните постижения в тази сфера, прогнозираните тенденции и добрите практики, можете да прочетете **проучването „Овладеяване на данните за туризма“**. Това е по-всеобхватно проучване, включващо анализ на добри практики, случаи на сътрудничество и списък с препоръки.



Можете да намерите ръководството и проучването, достъпни за изтегляне на [уебсайта на проекта „Smart Tourism Destinations“](#), където ще намерите и допълнителни ресурси и информация за интелигентния туризъм заедно с последните актуализации по проекта. Тези документи ще бъдат публикувани от ЕК, включително превод на ръководството на всички официални езици на Европейския съюз.



## Стъпка 2: Оценка на вашата готовност и зрялост по отношение на интелигентния туризъм

### Целта и ползите от извършването на самооценка

Извършването на първоначална самооценка предоставя на дестинациите преглед на техните нива на зрялост в различните ключови стълбове, които позволяват и поддържат приемането на подход към интелигентен туризъм. Първоначалната самооценка може да осигури основата за разработването на пътна карта за еволюцията на дестинацията към интелигентна дестинация. Също така позволява и сравнение с други подобни дестинации.

Дестинациите трябва да разглеждат оценката и пътната карта като ефективни и взаимосвързани инструменти за създаване на рамка за измерване въз основа на техните стратегически цели и механизми за управление. В действителност, подходящите и измерими показатели могат да помогнат и за оценка на въздействието на туризма и да разработят критерии за бъдещо развитие на туризма.

И накрая, редовните самооценки, извършвани на годишна основа, могат да позволят на дестинацията да наблюдава напредъка, да преразглежда политиките, да определя цели или механизми за подкрепа и да предоставя интегрирана информация. Такива оценки също така спомагат за улесняване на междусекторния диалог относно устойчивото развитие на туризма и насърчават координирано вземане на решения, приложими на местно ниво (UNWTO, 2018 г.). Освен това статистическите рамки могат да свързват източници на данни и създатели на данни. Такива рамки са важни, тъй като източниците на данни – както и теми относно политиките, стремежите и целите – могат да се променят с течение на времето, докато такива рамки гарантират, че данните могат да бъдат смислено свързани с политиката.



#### Допълнителни ресурси

- UNWTO: [„Към статистическа рамка за измерване на устойчивостта на туризма“](#)
- [Информационно табло на ЕС в областта на туризма](#)

### Съвети и насоки относно извършването на самооценка

Тук по-долу можете да намерите списък с оперативни съвети и насоки за провеждане на самооценка за зрялост на интелигентния туризъм. На следващата страница на този инструментариум ще намерите информация за онлайн инструмент, който можете да използвате за извършване на самооценка, докато насоки за това как да тълкувате резултатите са представени на страница 3.

1

Препоръчваме да се запознаете с **ключовите концепции относно интелигентния туризъм**. Можете да намерите полезни материали за изграждане на вашата база знания в раздел 1 на този инструментариум и на уебсайта на проекта.

2

**Ангажирайте ключови заинтересовани страни**, за да оцените техните интереси, да разработите обща визия и да използвате знанията им. По този начин самият процес на оценяване може да допринесе за съвместно обучение, мобилизиране на участието на заинтересованите страни и насърчаване на вземането на решения на местно ниво. Помислете за организиране на фокус група във вашите офиси, провеждане на индивидуални интервюта или просто добавяне на самооценката към дневния ред на съществуващи работни групи, които обединяват вашите заинтересовани страни.

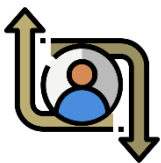
3

За някои дестинации може да е необходимо да се **определи географският регион**, където се прилага инструментът за оценка, като се обсъди кои области да бъдат включени и защо са стигнали до това решение. Тази стъпка за определяне на географския обхват е от решаващо значение за дейностите по събиране на данни.

4

**Съберете необходимите данни и информация** за самооценката. Може да разгледате доклади от организации за управление на дестинации (DMO), други асоциации и органи на дестинацията, документи от разработчици на проекти, годишни доклади от туристически компании, научни изследвания, маркетингови и промоционални материали за дестинацията и съществуващи проучвания на туристи, жители и местни туристически предприятия.

В заключение препоръчваме да отделите достатъчно време на тази фаза. В зависимост от местоположението, обхвата и наличността на данни, типичният процес на оценка и събирането на данни **може да отнеме до 10 дни!**



## Стъпка 2: Оценка на вашата готовност и зрялост по отношение на интелигентния туризъм

### Какъв инструмент мога да използвам за извършване на самооценка за интелигентен туризъм?

За да извършите своята самооценка, можете да използвате **въпросника и онлайн инструмента**, разработени в контекста на проекта „Smart Tourism Destinations“.

Това ще осигури съответствие между въпросите и резултатите от самооценката и аналитичната рамка и допълнителната информация, предоставени в този инструментариум. Онлайн самооценката е достъпна чрез нашия уебсайт на проекта по дестинации, избрани да участват в проекта от самото начало. Обратната връзка и информацията от тези дестинации ще позволят по-нататъшно усъвършенстване и подобряване на модела. Инструментът може да е достъпен за всички заинтересовани дестинации в бъдеще. Междувременно, в случай че искате да стартирате въпросника офлайн, можете да намерите пълния списък с въпроси, публично достъпен на нашия уебсайт.

#### Структура на въпросника

Структурата и въпросите на самооценката са тясно свързани със съдържанието на инструментариума и с петте стълба, изграждащи нашия подход към интелигентен туризъм.

Освен това оценката включва набор от общи въпроси относно типологията на вашата дестинация, размера и общите характеристики. Тези въпроси са предоставени, за да ви помогнат да разсъждавате върху своя конкретен контекст.

#### Ключови функции на онлайн инструмента

Онлайн инструментът включва обяснителни текстове и ресурси и позволява на потребителите да регистрират акаунт, така че да можете да запазвате своите отговори, като същевременно гарантирате защита на данните.

В края на оценката се генерира автоматичен отчет, който се изпраща на потребителите по имейл. Този отчет ви предоставя първоначални препоръки как да проследите своите резултати и индикация за вашето ниво на зрялост по всеки стълб и на общо ниво.

#### Резултатите от самооценката

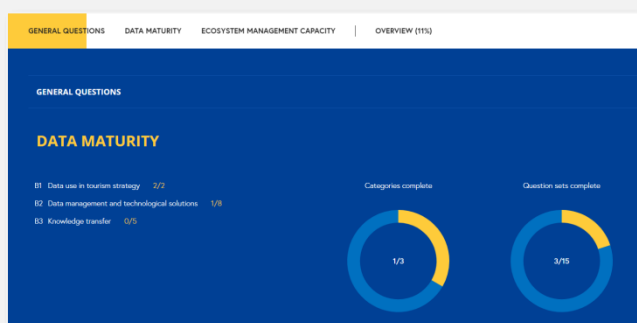
Автоматичният отчет, генериран от онлайн инструмента, ще включва:

- графична визуализация на общия ви резултат за зрялост;
- вашите резултати за зрялост по всеки стълб, по скала от три етапа;
- обобщение на вашите отговори и първоначални препоръки за подобряване по всеки въпрос

Можете да намерите повече информация за това как да тълкувате резултатите си на следващата страница.



Можете да получите достъп до онлайн инструмента за самооценка и да разгледате въпросника чрез следната връзка: <https://smartrtourismdestinations.eu/digital-library/>

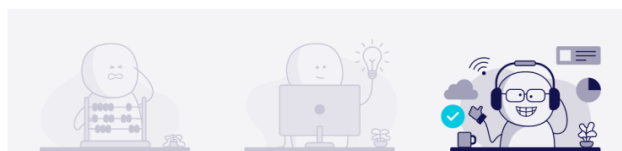


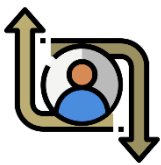
Общ преглед на попълнените въпроси

Графична илюстрация на резултатите за зрялост по специфична тема

#### 3.2 DATA MATURITY

##### 3.2.1 Data use in tourism strategy





## Стъпка 2: Оценка на вашата готовност и зрялост по отношение на интелигентния туризъм

### Как да тълкувам своите резултати?

Резултатите от самооценката дават представа за това къде са позиционирани дестинациите, като се имат предвид трите основни етапа на зрялост на интелигентния туризъм. Всеки етап съответства на нарастващ набор от капацитет и ресурси, които прогресивно позволяват на дестинациите да разширяват своите цели и дейности. Тук по-долу предоставяме кратко описание на трите етапа на зрялост, които можете да идентифицирате чрез самооценката:

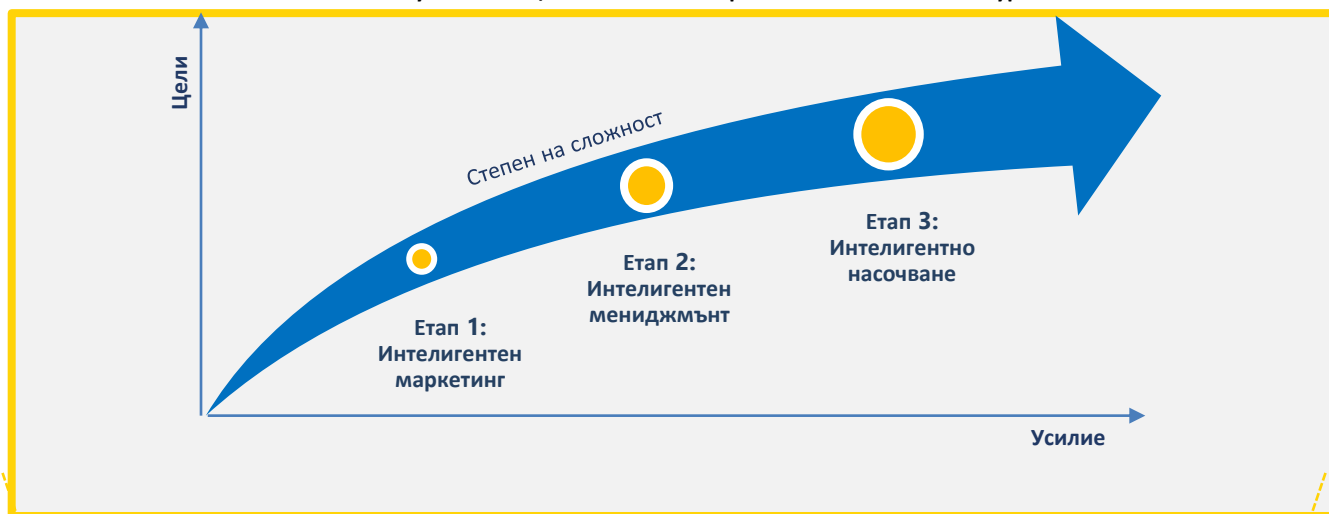
- **Етап 1 – Интелигентен маркетинг:** при ниски нива на зрялост дестинациите трябва да се съсредоточат върху използването на данни за увеличаване на обема на посетителите, насърчаване на икономическото развитие чрез маркетинг, промоция и брендиране.
- **Етап 2 – Интелигентен мениджмънт:** по-голямата зрялост позволява на дестинациите да проучват мнение и да вземат решения относно стойността на туризма, функциите за управление на тълпата и проактивно разпръскване на потоци от посетители във времето и пространството.

- **Етап 3 – Интелигентно насочване:** повечето зрели дестинации могат да се възползват от подхода към интелигентния туризъм, за да използват туризма отговорно, да направят дестинациите по-добри места за живеене за жителите и по-гостоприемни за туристите. По този начин се насърчава участието и сътрудничеството на заинтересованите страни, както и разработването на нови модели на управление.

Самооценката ще помогне на дестинациите да оценят своето ниво на зрялост и да обмислят кои сфери да подобрят и кои цели и дейности вече може да са на разположение.

Резултатите от самооценката ще дадат и представа за това как дестинацията се представя спрямо всеки от петте стълба, съставляващи нашия подход към интелигентния туризъм, илюстриран по-долу.

3-те етапа и увеличаващата се степен на зрялост в интелигентния туризъм



5-те стълба в основата на подхода към интелигентния туризъм и определяне на зрелостта в интелигентния туризъм на дестинацията







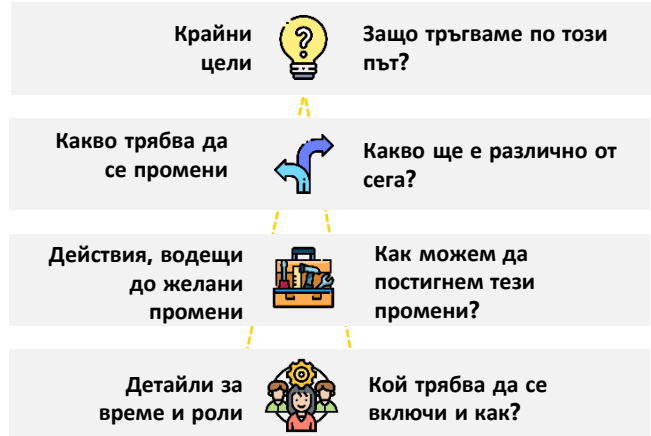
# Стъпка 3: Разработване на пътна карта към интелигентния туризъм

## Представяне на пътната карта

Като минимум пътната карта трябва да включва:

- Набор **цели**, които могат да бъдат допълнително детайлизирани и разбити на по-малки цели;
- За всяка цел **описание на необходимите промени** за достигане на тези цели в сравнение със сегашната ситуация;
- За всяка идентифицирана промяна списък с **действия**, които могат да бъдат приложени за поразждане на тези промени;
- Най-накрая **подробности за времето, ролите и отговорностите** за прилагане на действията.

Тези различни елементи могат да бъдат визуализирани като прогресивните отговори на въпросите „защо“, „какво“ и накрая „как/кой“.



## Съвети и насоки за разработване на пътна карта

При разработване на пътна карта започвате отгоре, задавате целите си и след това тръгвате надолу стъпка по стъпка. Всеки път, когато добавяте нови елементи към пътната карта, се препоръчва да прегледате и предишните, за да осигурите цялостна съгласуваност. Тук по-долу можете да намерите някои първоначални съвети как да разработите всеки елемент, съставляващ пътната карта.



### Крайни цели

- **Мечтайте смело:** Не се страхувайте да включите амбициозни цели, можете да ги разбиете допълнително, докато разработвате пътната карта. Тези цели ще ви дадат стратегическа насока и могат да ви помогнат да ангажирате заинтересовани страни и да спечелите политическо одобрение.
- **Разграничете краткосрочните, средносрочните и дългосрочните цели** Една балансирана пътна карта ще включва много малко дългосрочни цели – дори само една – и относително по-широк набор от краткосрочни и средносрочни цели.
- **Вдъхновете се от инструментариума:** Прочетете този инструментариум, за да почерпите вдъхновение за това какво може да се направи чрез възприемане на интелигентен подход към туризма и за идентифициране на целите!



### Какво трябва да се промени

- **Използвайте петте стълба на подхода към интелигентен туризъм, за да определите какво трябва да се промени**, за да постигнете желаните цели. Това ще ви помогне да разбиете целите си и да определите приоритетни сфери на действие.
- **Възползвайте се от резултатите от самооценката**, докато мислите за необходимите промени. Самооценката ще ви помогне да оцените нивото си на зрялост за всеки стълб, като подчертава къде имате място за подобрение и улеснява идентифицирането на приоритетни сфери на действие. Не забравяйте обаче, че искате да се подобрите, за да постигнете целите си, а не просто да работите по-интелигентно!



### Действия и инструменти

- **Оценете и приоритизирайте потенциални действия въз основа на тяхната осъществимост, устойчивост и желателност.** След като имате дълъг списък с потенциални действия, тези три критерия могат да ви помогнат да идентифицирате приоритетни действия, които ще имат по-голямо въздействие, ще доведат до по-малко рискове и ще имат по-широка подкрепа от заинтересованите страни.
- **Вдъхновете се от инструментариума и потърсете допълнителни ресурси на уебсайта на нашия проект:** следващите страници включват примери за ресурси и инструменти, които можете да използвате, за да подсилите своя подход към интелигентния туризъм по всеки стълб. Допълнителни материали ще бъдат предоставени на уебсайта на проекта „Smart Tourism Destinations“, включително регистрация на уебинари и ресурси, използвани по време на проекта.



### Време и роли

**Погледнете както във, така и извън вашата организация:** когато определяте роли и отговорности, не забравяйте да отразите както вашите ресурси, така и възможния принос на вашите заинтересовани страни. Една добре дефинирана пътна карта може да ви помогне да убедите други организации да участват и да допринесат за нейното изпълнение!



## Стъпка 3: Разработване на пътна карта към интелигентния туризъм

### Пример за първа пътна карта от високо ниво

Таблицата по-долу предоставя пример за първа чернова на пътна карта на дестинацията относно картографирането на необходимите промени. Таблицата **картографира съществуващата и бъдещата ситуация** въз основа на петте стълба на нашия подход към интелигентен туризъм.

Заради този пример си представихме, че целта на дестинацията е да намали сезонността на туризма и да подобри въздействието на туризма върху общността, като възприеме интелигентни туристически решения и подходи. Тази съществуваща ситуация е картографирана чрез **резултатите от самооценката**. Бъдещата ситуация е разработена въз основа на **анализа на необходимите промени** за постигане на желаната(ите) цел(и).



Таблицата предоставя **просто и ефективно обобщение на приоритетните сфери на действие на дестинацията**. След като сферите за подобрене са ясни, дестинацията може да започне да мисли за действията и инициативите, необходими за постигане на нейните цели и подробности за изпълнението.

Заедно с резултатите от самооценката, следващите страници ще ви помогнат да създадете подобна таблица. На следващите страници, за всеки стълб ще откриете:

- таблица, представяща **общ преглед на все по-амбициозните цели и характеристики**, организирани по подтеми и ниво на зрялост. Например, под стълба, посветен на данните, ще намерите препратка към подтемата за източници на данни, с кратко описание на все по-зрелите употреби на източници на данни. Можете да използвате тези таблици, за да проверите дали има някаква конкретна подтема, върху която ще трябва да работите, за да постигнете целите си, като същевременно имате предвид резултатите от самооценката, за да видите докъде сте стигнали.
- набор от **първоначални съвети и ресурси**, от които можете да се вдъхновите за действията, които трябва да бъдат изпълнени и които да ви помогнат да мислите конкретно за всеки стълб.



Пример за чернова на пътна карта за дестинация, картографиране на съществуващата и бъдещата ситуация, като се започне от резултатите от самооценката и се определят приоритетни сфери на действие

		ЕТАП 1: „Интелигентен маркетинг“	ЕТАП 2: „Интелигентен мениджмънт“	ЕТАП 3: „Интелигентно насочване“
		 <i>Все по-амбициозни цели</i>		
<b>Ключови стълбове на интелигентния туризъм</b>	1. Стратегия и управление		X	→
	2. Събиране и управление на данни, възприети технологични решения	X	→	
	3. Човешки капитал и умения		X	→
	4. Предаване на знания		X	
	5. Управление на екосистемата и партньорства	X		→

x – сегашна ситуация     – бъдеща ситуация

# Разработване на пътна карта: Стратегия и управление

## 1. Стратегия и управление

За да се постигне по-добра стратегия и управление, трябва да се вземат под внимание интелигентни решения, насочени към събиране и анализ на данни, като се предоставят знания на дестинациите и по този начин се спомага за преодоляване на предизвикателствата, пред които често се изправят туристическите дестинации. Фокусът върху икономическото развитие може да бъде разширен, за да включва устойчиво развитие, отговорно използване на ресурсите, напредък в качеството на живот и повишаване на благосъстоянието на заинтересованите страни и местната общност. Следователно данните се считат за инструмент за наблюдение на напредъка към целите и предоставяне на насоки за стратегически корекции.

Таблицата по-долу представя общ преглед на ключовите атрибути на интелигентната туристическа стратегия и управление през трите етапа на зрялост. За всички стълбове се следва еднакъв подход.



Тук можете да намерите първоначални съвети и ресурси за преминаване от един етап към друг:

- **Сътрудничеството** със заинтересованите страни е от решаващо значение за съвместното създаване на споделен туризъм и стратегия за управление на данни. Проектът Valmiera+ Interreg предоставя примери за процеса, ползите и въздействието на споделената стратегия. Повече информация е налична [ТУК](#) и [ТУК](#) (описание и уебинар).

- За да **идентифицирате** ключовите участници, които да участват в съвместното създаване на стратегията, отидете на страница 14 от този инструментариум, фокусирана върху стълба за управление на екосистемата.
- За да се възползвате от **по-интегриран подход** към **управлението на туризма**, можете да проверите какво прави [NECSTour](#), за да създаде връзка между регионалните и по-широките европейски нива на управление като ЕП, ЕК и Комитета на регионите.
- Когато търсите съвет за **идентифициране на индикатори** за наблюдение на стратегията на дадена дестинация, можете да започнете от [списъка с индикатори за интелигентен туризъм](#), разработен от проекта на Interreg [HERIT-DATA](#). Моделът за въздействие върху туризма (ТИМ) – разработен от инициативата Туризъм 4.0 – също идентифицира над 300 индикатора, намерете повече информация [ТУК](#).
- Друг отличен източник, предоставящ вдъхновение за индикатори и за насочване на политиките и стратегиите в туризма, е [Информационното табло на ЕС в областта на туризма](#). Стартирано през октомври 2022 г. от ЕК, то предоставя достъп до статистически данни и показатели, свързани с политиките за туризма, като подпомага дестинациите и обществените органи при проследяване на напредъка им в зеления и цифров преход. Предлагаме ви също така да се консултирате с [инструментариума на Европейската система за туристически показатели \(ETIS\)](#), винаги разработван от ЕК.



	ЕТАП 1: „Интелигентен маркетинг“	ЕТАП 2: „Интелигентен мениджмънт“	ЕТАП 3: „Интелигентно насочване“
<b>ФОКУС</b> върху общия подход към туризма	Маркетинг	Маркетинг, мениджмънт	Маркетинг, мениджмънт, улесняване на сътрудничеството, споделяне на знания
<b>ЦЕЛИ</b> на общия подход към туризма	Икономическо развитие	Устойчиво развитие	Регенеративен туризъм
<b>ПРИОРИТЕТНА СФЕРА</b> на събиране на данни	Планиране и резервиране	Планиране, резервиране и престой Управление на туристически потоци и впечатления на туристите	Подкрепа на изживяването на туристите през цялото пътуване Управление на ресурсите на дестинацията Благосъстояние на жителите и общностите Иновация на продукти и услуги
<b>СТРАТЕГИЯ</b> на общия подход към туризма	Привличане на посетители, фокус върху обема	Управление на заинтересовани страни, фокус върху качеството Ефективно използване на ресурсите	Добавена стойност за фирми, жители и туристи Фокус върху стойността и съвместно създаване на преживявания Разпределение на посетителите във времето и пространството Подобряване на дестинацията за жители и туристи Подобряване на благосъстоянието на общността
<b>Стратегия за управление на данните</b>	Ограничено стратегическо значение, оставено на отделни лица, предимно за докладване	Съществува осведоменост за данните. Налице е все по-разпространено разбиране за стойността на данните и стратегията за управление на данни	Осъзнаването на данните е вездесъщо. Данните се считат за критични при вземане на решения. Стратегията за управление на данни е съобразена точно с тази цел. Съществуват сътрудничества за управление на данните.
<b>Индикатори</b>	Количествен – фокусиран върху туристите (брой туристи, средна продължителност на престоя,...)	Качествен – фокусиран върху туристите и фирмите (удовлетворение)	Фокусиран върху качеството на изживяване, живот и представяне Управление на капацитета Използване и допълване на ресурсите



# Разработване на пътна карта: Събиране на данни и управление

## 2. Събиране на данни и управление

Първото критично изискване е да има **информация за туристите и тяхното поведение**. След като разберат характеристиките на туристите, дестинациите могат да изградят маркетингови стратегии, както и да подобрят управлението на своите дестинации.

Въпросът е къде да се намери тази информация. По-традиционните източници на данни включват национална и местна статистика и полеви или електронни проучвания. Тези източници на данни се използват, тъй като са удобни и лесни за анализ. Тъй като тези източници предоставят предимно статична информация, този подход сега често се допълва с хибридни решения, **интегриращи различни цифрови източници**.

Допълнителни източници на данни може да идват от социални медии, устройства, сензори, информация за транзакции и много други. В допълнение към данните, идващи **от страна на търсенето**, дестинациите могат да допълнят своята стратегия за данни с информация и данни, идващи от частния бизнес и от **страна на предлагането**. Водещият принцип зад интегрирането на различни източници на данни е признаването, че **всичко е свързано с туризма и данните са навсякъде**.

Следователно дестинациите трябва непрекъснато да търсят нови набори от данни – дори от „неочевидни“ източници (напр. магазини за търговия на дребно, полиция, обществен транспорт, управление на отпадъците и данни за времето, проучвания, интервюта и т.н.). Това не налага непременно работа със сложни данни, въпреки че с нарастването на зрелостта на дестинацията ще имате възможност да преминете от малки данни към по-сложни данни и към **данни в реално време**.

Това също така ще позволи да се премине от **описателно** използване на данни към използване на информация за **диагностициране** на случващото се и **прогнозиране** на бъдещото развитие.

Възприемането на интелигентен туризъм и подход, управляван от данните, също ще подпомогне дестинациите да се подготвят за бъдещо технологично развитие. Една обещаваща ключова технология за туристическия сектор е **метавселената**, като някои пилотни експерименти вече са в ход. Тъй като технологията постепенно ще навлезе на пазара, по-зрелите в дигитално отношение дестинации ще бъдат готови да се възползват от възможността, предлагана от метавселената, за да подобрят достъпността, да предложат фигитални изживявания и да подобрят своето предложение.



Овладеяване на данните: инструментариум за туристически дестинации

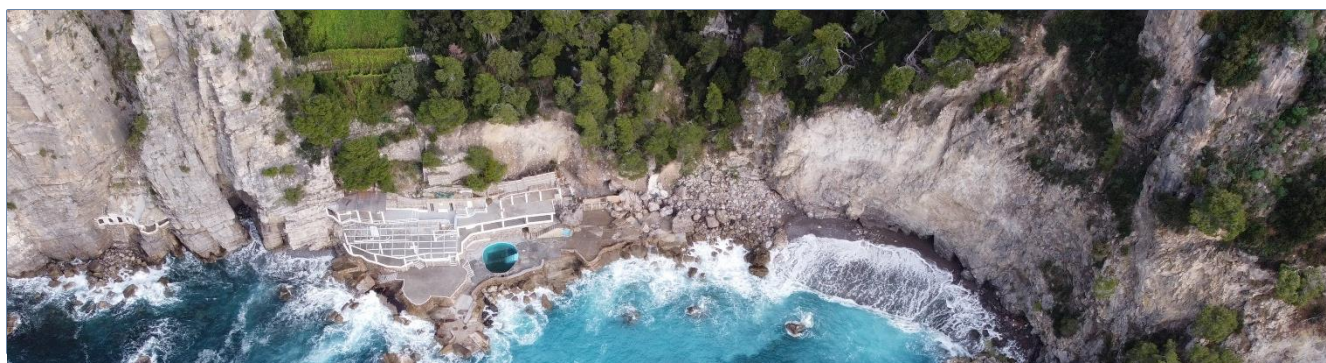


Тук по-долу можете да намерите някои съвети и ресурси за преминаване от един етап към друг:

- Тъй като започвате да събирате и съхранявате все повече и повече данни на все по-често, ще трябва да потърсите **доставчици на облачно съхранение**, които трябва да спазват **регламента на ЕС относно свободното движение на нелични данни**, тъй като той определя всички законови изисквания, които доставчиците на облачно съхранение трябва да спазват, за да предоставят данни на потребителите в ЕС. Можете да се запознаете и да проучите ключовите стълбове на регламента, като започнете от тази [веб страница](#).
- Ако се интересувате от проучване на потенциални приложения за **данни от наблюдението на Земята**, можете да намерите изобилие от свободни набори от данни, казуси, материали за обучение и възможности за финансиране и работа в мрежа, предлагани от [Европейската космическа агенция](#), както за по-малко, така и за по-зрели дестинации. Ако данните от наблюдението на земята са нещо ново за вас, можете да започнете [тук](#).
- Ако желаете да развивате още повече иновации и да **вградите виртуална реалност и облачни технологии** за **събиране** и споделяне на **данни в реално време** за демографски данни, движение и транспортна инфраструктура, както и данни за околната среда относно климата, качеството на въздуха и шума, можете да разгледате какво направи [град Рен](#), като създаде **цифров близък** на самия град.
- С нарастването на вашата дестинация може да се наложи да създадете системи за **непрекъснато събиране на данни**, за да наблюдавате и анализирате как се държат туристите, когато посещават вашата дестинация. С тази цел можете да разгледате решението за **интелигентно управление на туризма**, възприето от град Ниймеген, Нидерландия, за контролиране на туристическите потоци към града. Научете повече за тази инициатива [тук](#).
- Ако трябва да внедрите базирани на **API** решения, за да се потопите дълбоко в туристическите данни, можете да погледнете **SDI4Apps**, финансиран от ЕС проект, насочен към изграждане на облачна рамка с отворен API за интегриране на данни. Вижте най-значимите резултати и приложение на SDI4APP в туристическата индустрия [тук](#). Прочетете окончателния доклад за проекта, като щракнете [тук](#).
- Ако трябва да съберете информация и данни относно възприемането на жителите за туризма, помислете за разработване на **ад-хок проучвания** или по-сложни **консултативни процеси** чрез фокус групи и граждански срещи. [Тук](#) можете да намерите пример как град Бордо се консултира със своите жители. Проучванията също са отлична отправна точка за събиране на обратна връзка от посетителите.
- ЕК инвестира в развитието на **пространство за туристически данни**, с цел да осигури достъп до повече висококачествени данни от различни източници за дестинации и предприятия. Докато все още е в начален стадий, не забравяйте да следите бъдещите развития [тук](#).

# Разработване на пътна карта: Събиране на данни и управление

	ЕТАП 1: „Маркетинг на дестинацията“	ЕТАП 2: „Мениджмънт на дестинацията“	ЕТАП 3: „Насочване на дестинацията“
<b>Подход към данните и цялостен резултат</b>	Опишете („поглед назад“): какво се случва?	Диагностицирайте („поглед навътре“): защо се случват нещата?	Предскажете и инструктирайте (насочвайте) („поглед напред“): Насочване в реално време на потоците посетители, „Интелигентни градове, интелигентни региони“, AI, ML
<b>Специфични резултати от данните</b>	Разберете характеристиките на посетителя Разберете текущите пазари Идентифицирайте нови пазари Измерете изпълнението на маркетинг дейностите	Разберете поведението на посетителя Стратегическо планиране	Насочвайте/влияйте на поведението на посетителя в реално време Подкрепяйте и насърчавайте ангажираността на посетителите за съвместно създаване на стойност
<b>Разчитане на данните/доверие в данните</b>	Данните като възможност, но с ограничено стратегическо значение (добре е да ги имаш), оставени на отделни лица, предимно за докладване	Данните като актив (трябва да ги имаш)	Данните като ресурс (данните са горивото на новата икономика) Данните като незаменими (не можеш без тях)
<b>Източници на данни</b>	Данни от националната статистика, писма, билети, проучвания	+ вътрешни данни от заинтересовани страни, уебсайт, социални медии (UGC данни)	+ данни от устройства (GSM, GPS, WiFi, BLE, скенери), сензори и транзакции (данни за резервации, данни за кредитни карти)
<b>Методологии за събиране на данни</b>	Ад-хок, ретроспективно	Редовно, предимно ретроспективно Реактивно	В реално време, непрекъснато Проактивно и реактивно
<b>Използване и включване на данните</b>	Използвайте собствени, вътрешни данни и отворени данни	Използвайте данни от доставчици за обогатяване и допълване на собствени данни и отворени данни	Непрекъснато търсете нови набори от данни от неочевидни източници Споделяйте собствени данни – данни с отворен код Формирайте сътрудничество за споделяне на данни
<b>Притежание на данните</b>	Индивидуално и двустранно	Мрежово притежание	Интегрирано (отворено) притежание
<b>Управление на данните</b>	Данните са структурирани в силози, управлението на данни и политиките са отделени и не са формално дефинирани	Данните се съхраняват в някакво хранилище, някои данни са твърде големи, за да се управляват със съществуващата инфраструктура	Данните се съхраняват централно, могат лесно да се споделят, специално внимание на качеството на данните, сигурността и поверителността
<b>Тип контакт с посетител</b>	Изпращане на информация	Взаимодействие	Диалог Съвместно създаване
<b>Фокус във връзката с „пътването на клиента“</b>	Вдъхновение и информиране	Резервиране и изживявания (в съответствие с фазата на вдъхновяване и информиране)	Изживяване, споделяне/оценка



# Разработване на пътна карта: Човешки капитал и умения

## 3. Човешки капитал и умения

Човешкият капитал и уменията са ключов актив за туристическите дестинации, които имат за цел да възприемат интелигентен подход. Първо, ограничена група от лидери вероятно ще поеме инициативата, работейки като „шампиони на данни“. След като извлече първоначални ползи, екипът (потенциално в множество организации) може да нарасне и да се развие в по-постоянна структура, в крайна сметка ръководена от главен информационен директор (CIO), наблюдаващ всички дейности.

В този контекст мениджърите на дестинации, работещи с анализ на данни, трябва да бъдат подкрепяни от анализатори на данни и/или инженери. За да бъдат проактивни, мениджърите на дестинации трябва да могат да използват или да имат достъп до **прогнозни**, както и **предписващи анализи**. Последните изискват участието на учен по данни, способен да се занимава с извличане на данни и базирани на изкуствен интелект алгоритми.

Дестинациите обаче може да имат проблеми с относително малки бюджети и ограничен брой служители. **Тяното сътрудничество с университети и центрове за иновации** може да помогне на дестинациите да намалят дефицита, като си сътрудничат за изпълнението на аналитични и сложни задачи. [CITUR](#) и [Algarve Smart Destination](#) са два примера за това как дестинации, изследователски центрове и център за иновации могат да работят заедно за насърчаване на цифровизацията и подкрепа на интелигентния туризъм.

Финансова подкрепа може да бъде предоставена от национални и международни организации, включително от фондове за иновации, редовни туристически програми, но също и вътрешни и външни фондове, насочени към повишаване на квалификацията на персонала. Всъщност няколко инициативи на ЕС подкрепят развитието и подобряването на професионалните умения в туризма и подкрепят цифровия преход. Ако искате да научите повече по тази тема, предлагаме да започнете, като разгледате специалната уеб страница на ЕК относно уменията за туристическия сектор и относно [Цифровия компас](#), визията на ЕК за подкрепа на цифровия преход на Европа.



Тук по-долу можете да намерите някои избрани съвети и ресурси, които могат да ви помогнат да преминете от един етап към друг:

- Ако планирате да разширите екипа си и се нуждаете от подкрепа при описанието на профила на длъжността или ако търсите специфичен набор от умения и искате да знаете кои профили трябва да търсите, можете да започнете, като се консултирате с [класификацията на ESCO](#), разработена от ЕК. Можете да се консултирате и да навигирате в класификацията по професии (напр. анализатор на данни), както и по умения и компетенции (напр. извличане на данни).
- Ако търсите възможности за обучение и финансиране, свързани с цифрови умения, препоръчваме да се консултирате с платформата ЕК [Цифрови умения и работни места](#). Платформата включва раздели за [обучение](#), [финансиране](#) и [кариера](#), както и [общност](#), към която можете да се присъедините, за да се свържете с други организации, да споделяте практики и да популяризирате своите инициативи.
- Ако искате да разберете по-добре цялостната дигитална грамотност на вашите служители и желаете да подкрепите тях и вашите заинтересовани страни при проучването на тези теми, можете да помислите за насърчаване на използването на [инструмента за самооценка на дигиталната компетентност](#), разработен от инициативата „Акселератор за цифрови умения“. Инструментът предоставя на хората персонализирана радарна диаграма, описваща техните настоящи силни и слаби страни и е свързана с ресурси и материали за обучение.
- Ако искате да съберете повече информация за това как да насърчите сътрудничеството между публични и частни организации, за да поемете конкретни ангажименти за [повишаване на квалификацията и преквалификация](#) на служителите също и в туризма, разгледайте [Пакта за умения](#), едно от водещите действия на [Европейската програма за умения](#).



	ЕТАП 1: „Маркетинг на дестинацията“	ЕТАП 2: „Мениджмънт на дестинацията“	ЕТАП 3: „Насочване на дестинацията“
Лидерство	Индивидуални „шампиони на данни“	Малки екипи от „шампиони на данни“	Главен информационен директор (CIO)
Работни места	Маркетинг мениджър с функция за анализ на данни	Анализатор на данни / инженер по данни + бизнес анализатор	Анализатор на данни + инженер по данни + учен по данни + бизнес анализатор + заинтересована страна – мениджър за сътрудничеството
Умения	Основни познания за цифровизацията Описателен анализ Администратор	Прогнозен анализ Мениджър	Предписателен анализ Трансформиращи лидерски умения Отговорни и етични лидерски умения
Капацитет	Сравнително малък бюджет, ограничен брой служители на пълен работен ден	Сравнително среден бюджет, среден брой служители на пълен работен ден	Сравнително голям бюджет, голям брой служители на пълен работен ден



# Разработване на пътна карта: Предаване на знания

## 4. Предаване на знания

Предаването на знания и съвместното вземане на решения между заинтересованите страни са от решаващо значение за конкурентоспособността на дестинацията. Статичните отчети като информационни листове и списания могат да бъдат ценни канали за започване на споделянето на данни, информация и знания със заинтересованите страни. Въпреки това, тези видове доклади не са надеждни източници, тъй като правят решенията по-скоро реактивни, отколкото проактивни. За да се даде възможност за проактивни и подходящи решения, базирани на анализ на данни, **визуализирането на данни чрез интерактивни табла за управление** е от основно значение. Следователно **обработката на данни** трябва да се основава на **обработка и анализ в реално време**. Принципът на споделяне на знания в интелигентна дестинация означава използване на отворени данни за стимулиране на предаването на знания и предоставяне на табла за управление в реално време за заинтересованите страни в дестинацията, като впоследствие се създават възможности за съвместно вземане на решения.

Тъй като източниците на събиране на данни са различни, собствениците на данни също са различни един от друг. Освен това сензорите, вградени в средата на дестинацията, имат различни притежатели на данни дори в рамките на една и съща дестинация (напр. магазини, полиция). Затова е необходим обмен на данни. За да обменят данни в туристическите дестинации, всички заинтересовани страни трябва да бъдат динамично свързани чрез технологични платформи, поддържащи инициативи за отворени данни (Бухалис и др., 2015). Налице е обаче слабо желание за споделяне на данни, тъй като заинтересованите страни в дестинацията се страхуват от злоупотреба с техните данни и не желаят да си сътрудничат поради липса на доверие или обща визия. В това отношение технологията трябва да предлага по-добри инструменти за сътрудничество и споделяне на знания. Средите с отворени данни също трябва да гарантират прозрачност при споделянето на знания.



Тук по-долу можете да намерите някои съвети и ресурси за преминаване от един етап към друг:

- Ако вече сте идентифицирали ценни набори от данни, които да се използват и споделят, но все още търсите **цифрова платформа, където да събирате, управлявате, анализирате, визуализирате и споделяте тези данни**, можете да започнете, като проучите възможностите, предлагани от [Snap4city](#), платформа с отворен код, която ви позволява да разработвате табла за управление и IoT приложения. Платформата също така включва обучения и обширна документация от други казуси, като [контролната зала на Флоренция Smart City](#).
- Ако едно от ключовите предизвикателства, пред които сте изправени и бихте искали да го подобрите, е по отношение на **регулирането на споделянето на данни**, можете да прочетете [инструментариума за споделяне на данни](#), разработен от проекта DataPitch Хоризонт 2020, който включва допълнителна основна информация, примерни казуси, както и ресурси и стъпки, за да ви помогне да реализирате споделянето на данни.
- Ако искате да създадете **цифрова платформа за събиране, хармонизиране и разпространение на анонимизирани данни**, насочени към създаване на знания и информиране на процесите на вземане на решения, свързани с развитието на туризма, за да подобрите конкурентоспособността на дестинацията, може да разгледате инициативата, насърчавана от Община Гьотеборг и нейния [Център за знания](#).
- Ако имате нужда от **SaaS** и **IaaS** услуги, базирани на облак, [SWIPO](#) предлага широка гама от доставчици, които са в съответствие с Кодекса за поведение на SWIPO. Намерете най-актуален списък на доставчиците [тук](#).



	ЕТАП 1: „Интелигентен маркетинг“	ЕТАП 2: „Интелигентен мениджмънт“	ЕТАП 3: „Интелигентно насочване“
Докладване на данни: Разпространение на информация за усвояване на знания	Статични доклади като информационни листове, списания.	Табла/BI, базирани на непрекъснат приток на данни	Прозрения в реално време, базирани на автоматизирано и непрекъснато наблюдение
Политика за споделяне	Ограничено желание за споделяне (страх от злоупотреба с данни)	Споделяне на данни между партньори	Среда с отворени данни
Типове споделяне на знания	Споделяне на ограничена информация	Споделяне на изрично знание	Споделяне на мълчаливо знание
Модели на договаряне	Публично-частни партньорства	Споделена собственост	Кооперативи на платформи
Цели на споделянето на данни	Управление на жалби / рецензии на клиенти Проучване на пазара	Обслужване на клиентите Динамично ценообразуване Подобряване на процеса	Персонализиране на обслужването на клиентите и взаимодействия Разработване на нова услуга – иновация Впечатления и ангажиране на клиентите Бизнес модел и стратегическа иновация

# Разработване на пътна карта: Управление на екосистемата и партньорства

## 5. Управление на екосистемата и партньорства

Интелигентните дестинации могат да се разглеждат като мрежи от свързани заинтересовани страни, между които съществуват няколко връзки. Интелигентният подход създава възможности за по-добро сътрудничество, като насърчава споделянето на знания и данни и предоставя обща визия.

Една организация за управление на дестинацията (DMO) трябва да може да разрешава конфликти, да насърчава заинтересованите страни в дестинацията да си сътрудничат и по този начин да гарантира стабилност на дестинацията. **DMO** трябва да се превърнат от маркетингови организации във **водещи организации за управление на дестинации**, с адекватна структура за управление на различни заинтересовани страни. Следователно тяхната работа трябва да включва функции за управление на заинтересованите страни, разработване на туристически продукти и споделяне на знания. За тази цел и за проактивно преследване на тези цели **интелигентните DMO биха могли също да се превърнат в центрове за данни и организации** за извличане на данни, отговорни за насърчаването и управлението на използването и споделянето на данни в екосистемата. По-специално, в по-малко зрели дестинации, DMO могат да играят ключова роля в насърчаването и започването на разговор относно използването на данни.

Освен това интелигентните дестинации трябва да създават интелигентни туристически екосистеми, способни да привлекат хора да ги откриват, живеят и правят бизнес в тях. Дестинациите трябва да работят с жителите и туристите, за да разберат технологичните предложения, както и проблемите с поверителността. Чрез напреднали технологии (напр. смартфони и носими устройства), както и социални медии, както жителите, така и туристите могат да се ангажират и да изживеят дестинацията по нов начин.

Осигуряването на обучение и подкрепа на жителите за разбиране и използване на информацията и новите технологии може да бъде първата стъпка за включването им в съвместното създаване на интелигентни решения за дестинацията. Освен това туристите станали по-опитни, взискателни и активни. Те не трябва да бъдат изолирани в ограничена зона от знания за туристическата дестинация (Фан и др., 2019); въпреки това, като използват технологии и споделят данни, те трябва да станат сътворци на своето изживяване.



Тук по-долу можете да намерите някои съвети и ресурси за преминаване от един етап към друг:

- Ако трябва да изградите **екосистема от данни**, за да определите участниците, участващи в туризма, и инфраструктурите, необходими за управление на такава екосистема, обмислете използването на **системи за картографиране на данни**. Ефективно решение представлява разработеният от **ODI** инструмент, наличен [ТУК](#).
- Ако трябва да **увеличите и подобрите взаимодействието на вашата дестинация със заинтересованите страни**, можете да прочетете препоръките, предоставени от Европейската комисия в документа [„Създаване на устойчиви екосистеми от данни“](#), който също включва съвети как да поставите заинтересованите страни в центъра.
- При определяне на **структура на интелигентно управление**, не забравяйте да постигнете съгласие със заинтересованите страни относно ясни отговорности и роли. Примери за различни решения могат да включват създаването на местна туристическа обсерватория или център за знания. Можете да прочетете повече за това как да създадете обсерватория [ТУК](#).



	ЕТАП 1: „Интелигентен маркетинг“	ЕТАП 2: „Интелигентен мениджмънт“	ЕТАП 3: „Интелигентно насочване“
<b>Маршрут 1 за организационна структура: Направи си сам</b>	Всяка организация сама по себе си, в рамките на собствен контрол и сфера на влияние	Организацията е част от временна/финансирана по проект мрежа или коалиция	Организацията е част от структурна/постоянна операционализирана „мрежа от знания“
<b>Организационна структура: партньорства/екосистеми (да го направим заедно)</b>	Ад-хок сътрудничество между ограничен брой заинтересовани лица.	Временна/финансирана от проекти мрежа или коалиция (напр. лаборатория за данни)	Структурна/постоянна операционализирана „верига на знанието“ (напр. център за данни, туристическа обсерватория)
<b>Ролята на DMO в управление на данните</b>	DMO като основен потребител на данни, свързани най-вече с маркетингови цели	DMO като спонсор на ад-хок / временни партньорства за данни	DMO като организация за извличане на данни с водеща роля в насърчаването и укрепването на структурните „вериги на знанието“
<b>Жители</b>	Пасивни	Участници с развитието на туризма	Свързани, креативни, активно ангажирани
<b>Туристи</b>	Изолирани в ограничена зона на знания за туристическата дестинация	Информирани за дестинацията и нейното предлагане	По-добре свързани, споделят данни, сътворци на впечатления Посланици за дестинацията



# Партньорства, управлявани от данни, между публични и частни участници

## Стойността на партньорствата, управлявани от данни

Различни автономни заинтересовани страни, както физически лица, така и организации, оперират в туристическите дестинации. Въпреки че тези участници може да са разнородни по отношение на тяхната работна среда, култура и цели, **всички те се възползват и допринасят за развитието на туристическата дестинация** и нейната повишена конкурентоспособност, устойчивост и стабилност.

За да се увеличи максимално развитието на дестинацията, **всички те трябва да имат стабилни взаимоотношения и да си сътрудничат конкретно при споделянето и разпространението на данни** – и тъй като данните се генерират и управляват предимно от частни участници, трябва да се обърне специално внимание на публично-частните партньорства. Според [Европейската комисия](#) (2022 г.) микропредприятията и МСП съставляват 99,8% от туристическите предприятия в ЕС. Предоставянето на стратегия за подкрепа за насочване към специфичните предизвикателства, пред които са изправени при споделянето на данни, може значително да разшири ползите за туристическата екосистема.

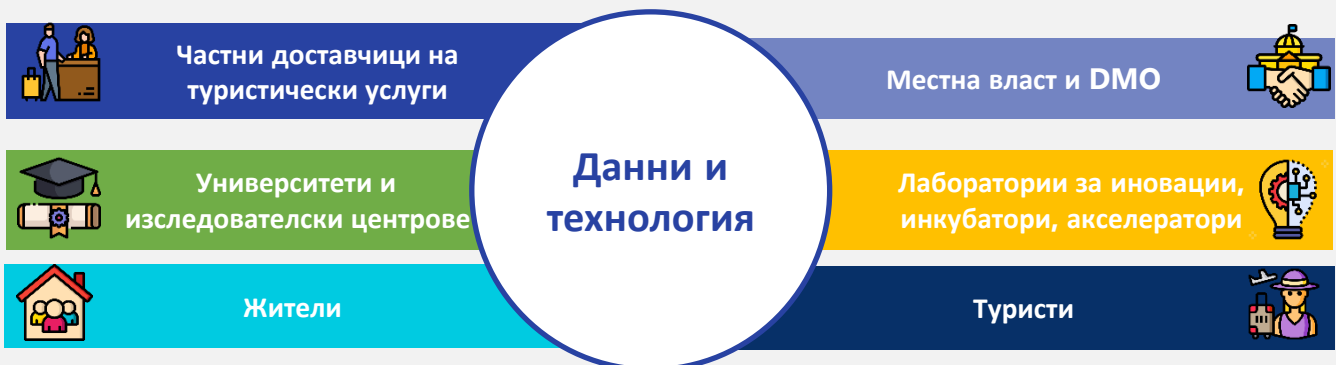
Наистина, публично-частните партньорства се превръщат в крайъгълен камък на механизмите за вземане на решения и основна формула за постигане на успешни политики. Като пример, [Програмата за градовете за ЕС](#) се фокусира върху конкретни приоритетни теми в рамките на специални 14 партньорства в усилията за подобряване на качеството на живот в градските райони.

В допълнение, насърчаването на капацитета за работа в мрежа и партньорство на DMO увеличава нейния авторитет и по този начин способността ѝ да управлява успешно.

Някои проучвания описват ролята на DMO в интелигентните дестинации като интелигентни хъбове, натоварени да поддържат отвореността на данните, да регулират поверителността на данните и да установяват партньорства. Тази демократизация на данните включва всички субекти от веригата на стойността на туризма със специален фокус в частния сектор, особено в МСП.

За да постигнат тази цел и да се превърнат в дестинация, управлявана от данни, туристическите мениджъри трябва **да се възползват от разнообразието от налични набори от данни**, като се фокусират както върху предлагането, така и върху търсенето на пазара (напр. [Пътуване в Литва](#)) Карето по-долу дава бегъл поглед върху информацията, която дадена дестинация може да използва, за да подобри своето туристическо предлагане и конкурентоспособност. Разбирането дали този вид информация е налична и кой е собственикът, помага на дестинациите да **идентифицират и приоритизират възможни съюзи**, да стартират работни групи и комисии и да увеличават обратната връзка и комуникационните дейности между публичния и частния сектор. Ключовите стъпки, които трябва да бъдат взети под внимание, за да се оцени и разбере потенциалната стойност на тези партньорства и правилното им приоритизиране, включват първоначално **картографиране на нуждите и ресурсите на екосистемата и картографиране на потенциално налични източници на данни**. Ако имате нужда от поддръжка за картографиране на вашата екосистема от данни, можете да започнете с [инструмента и ръководството за картографиране на екосистемата на данни](#), разработени от ODI.

## Централната роля на данните и различните заинтересовани страни в една интелигентна туристическа екосистема



Примери за източници на данни за партньорства

- **Данни за транзакции** (онлайн резервации и покупки, транзакции с потребителски кредитни карти). Те могат да предоставят тенденции в разходите и могат да се използват за събиране на тенденции и анализ на цели.
- **Данни от устройство** (GPS, мобилен роуминг, Bluetooth, RFID, Wi-Fi и данни за смарт градски устройства). Те могат да предоставят информация за поведението и движението на туристите и могат да се използват за разработване на все по-персонализирани услуги и насочване на ресурси към най-популярните места.
- **Набори от данни за частния бизнес** (данни за пътниците на авиокомпаниите, данни за свободни места в хотели, резервации в ресторанти, данни за наеми). Те могат да се използват за прогнозиране на търсенето и туристическите потоци и за анализ на целевите пазари.





# Партньорства, управлявани от данни, между публични и частни участници

## Целите на партньорствата, управлявани от данни

Основният импулс за партньорството е, че всички партньори ще се възползват от сътрудничеството. Всъщност партньорствата се формират по различни причини, като най-очевидните ползи от споделянето на данни са икономически. **Партньорствата могат да бъдат формирани за постигане на по-високи нива на ефективност или икономии от мащаба, за отваряне на пазари, които преди са били недостъпни, или просто за обединяване на ресурси – финансови и/или човешки.**

Конкретните цели на партньорствата могат да бъдат насочени към притежателите на данни, иноваторите, посредниците и/или обществото като цяло. ДМО могат да улеснят създаването на партньорства, като помагат на различните участници да идентифицират възможностите, предлагани от данните, и ги обединяват, за да постигнат обща стратегия.

Правилата на такива партньорства трябва да бъдат много ясни за частния сектор от самото начало,

за да се избегне генерирането на очаквания, които няма да бъдат изпълнени.

Твърде високите или подвеждащи очаквания могат да генерират разочарование сред партньорите, влошавайки качеството на сътрудничество и в по-лошите случаи прекратявайки отношенията между публични и частни субекти. Поради това е важно да се има предвид, че **трябва да бъдат изпълнени следните изисквания за успешно включване на частни участници:**

- Следва да се вземат предвид интересите на всички участници, като се гарантира, че подходящи и ценни данни могат да бъдат споделяни с частния сектор.
- Партньорствата трябва да допринесат за генерирането на нови бизнес модели.
- Партньорството трябва да позволи ускоряване на цифровизацията на сектора.

## Целите на партньорствата, управлявани от данни, по категория заинтересовани лица и тяхната мотивация да се присъединят



### ПРИТЕЖАТЕЛИ НА ДАННИ: организации, които предоставят данните в отношения за споделяне на данни

- Пестене на разходи и ефективност
- Решения на бизнес предизвикателства
- Достъп до талант
- Подобрена вътрешна структура на данните
- Разработка на продукти и услуги
- Отворена иновация
- Изследване на данни
- Повишено правно съответствие
- Развитие на умения



### ПОЛЗВАТЕЛИ НА ДАННИ: Организации, които използват данни, споделени от притежател на данни, за разработване на нови услуги

- Достъп до данни
- Развитие на умения
- Бизнес отношения с притежатели на данни
- Разработка на продукти и услуги
- Прозрения за нови пазари



### ПОСРЕДНИЦИ: Те играят роля в много отношения за споделяне на данни

- Предлагане на продаваем продукт/услуга
- Цели, специфични за организацията



### ОБЩЕСТВО

- По-добри продукти и услуги
- Повишена поверителност на данните
- Връзки с притежатели на данни

## Форми на споделяне на данни

Стойността на данните може да не бъде увеличена с един единствен случай на споделяне на данни. По-скоро споделянето на данни отключва така наречените големи вериги за стойност на данните, където големи количества данни се събират и обработват в няколко свързани стъпки. Това изисква установени рамки, в които данните могат да се споделят последователно. Тук по-долу предоставяме преглед на установените практики, които позволяват форма на споделяне на данни:

- **Общи данни:** Ресурси, които се съхраняват общо, достъпни за всички членове на дадена група (напр. [общи данни](#) или [общи данни за града](#) в Барселона).
- **Сътруднически данни:** Лични данни, които са от полза за обществото и които се споделят за социално благо (напр. [сътруднически данни](#)).

- **Пазар за данни:** Посреднически платформи или онлайн магазини, чрез които могат да се купуват или продават данни
- **Отворено достъпни данни:** Данни, които са лицензирани и достъпни за достъп, използване и споделяне от всеки за всякакви цели. Личните данни никога не може да са отворено достъпни данни (напр. [Европейски портал за данни](#), [Информация за регион Хелзинки](#) или [отворени данни Малта](#)).
- **Пространства за данни:** инициативи, насочени към осигуряване на достъп до данни. ЕК има за цел да стартира девет секторни европейски пространства за данни в съответствие с правилата и ценностите на ЕС. Тези пространства за данни ще бъдат взаимосвързани, предоставяйки големи възможности за достъп до данни на оператори, работещи в хоризонтален сектор като туризма. Пример за подобна инициатива на национално ниво е германското [Пространство за данни за мобилността](#).



# Партньорства, управлявани от данни, между публични и частни участници

## Видове партньорства

Партньорствата между различни заинтересовани страни могат да представляват няколко предизвикателства, свързани между другото с различни организационни култури и правни и бюрократични бариери. За да преодолеете тези предизвикателства, е важно да обмислите различни налични възможности за изграждане на партньорство и да изберете най-адекватната за участващите организации и вашите цели. За тази цел, неизчерпателен списък от **различни видове възможни партньорства** включва:

- **Консорциум/консорциуми** – обединяване на ресурси за получаване на изгода, която не биха могли да си позволят сами (напр. съвместни данни, съвместна технология, съвместни услуги).
- **Съвместни предприятия** – съвместен проект (обикновено носещ различни умения/ресурси), който преследва възможност, споделяйки рисковете, свързани с неговото развитие.
- **Стратегически съюзи** – обикновено по-дългосрочно споразумение за постигане на общи цели. Може да включва както по-малки, така и по-големи доставчици на услуги с допълнителни ресурси или експертиза. Нарича се „стратегически“, защото целите са от решаващо значение за цялостната стратегия за развитие на бизнеса/пазара на партньорите.
- **Съвместно събиране и използване на данни** – споразумение за събиране, обединяване и използване на данни на партньори. Това може да е добър модел за заинтересованите страни, които създават и използват данни за обществен достъп. Това може да бъде модел от един клас, при който доставчици на данни, като публични органи, работят заедно, или модел с множество заинтересовани страни, при който доставчиците на публични данни работят с доставчици на услуги, които управляват лични данни.

- **Организационни мрежи** – мултиорганизационен съюз, в който членовете на бизнеса си сътрудничат за постигане на общи цели.
- **Аутсорсинг** – възлагане на неосновни услуги на доставчици трети страни.

Поради значимостта на цифровизацията и новата икономика на данните, някои нови възникващи типологии си струва да бъдат споменати по-подробно:

- **Центрове за цифрови иновации (DIN):** DIN могат да приемат различни правни форми в зависимост от държавата/региона (напр. асоциация или консорциум). DIN обединяват публични и частни субекти, включително университети и изследователски центрове, за да **подкрепят цифровата трансформация на МСП и публичната администрация**.
- **Клъстери:** секторни или тематично фокусирани асоциации, които позволяват на публичните и частните субекти да си взаимодействат, насърчават иновациите и конкурентоспособността на определена индустрия. На европейско ниво Европейската платформа за клъстерно сътрудничество служи като център за знания по различни теми, като същевременно насърчава намирането на партньори сред организациите.

И накрая, можете да решите да обедините сили с други организации в контекста на безвъзмездна помощ и възможности за финансиране. Различните програми може да имат специфични изисквания. Ако търсите повече информация за това **как да подготвите предложение в Хоризонт Европа**, можете да започнете от [този вебинар](#) на Европейската комисия.

### Актуални мрежи и инициативи



- **Европейска столица на интелигентния туризъм:** ежегодното състезание „Европейска столица на интелигентния туризъм“ има за цел да идентифицира и подкрепи европейските постижения в интелигентния туризъм, като също така създава рамка за работа в мрежа и обмен на най-добри практики.
- **Предизвикателство дигитални градове:** „Предизвикателството дигитални градове“ има амбицията да направи градовете по-добри места за живеене. Можете да се вдъхновите и да се поучите от опита на над 40 града, включени в програмата.
- **Предизвикателство за интелигентни градове (ICC):** ICC подкрепя 136 града в използването на авангардни технологии, за да ръководят интелигентното, зелено и социално отговорно възстановяване. Проектът се фокусира и върху зеления и дигитален преход в туризма, което е едно от водещите тематични направления.
- **Испанска мрежа от интелигентни туристически дестинации:** насочена е към подобряване на конкурентоспособността на дестинациите и качеството на живот на гражданите въз основа на 5 оси: управление, иновации, технологии, достъпност и устойчивост.

### Информация за възможности-те за финансиране от ЕС

- **Ръководство за финансиране от ЕС за туризъм:** на тази страница можете да намерите информация и насоки относно възможностите за финансиране от ЕС за туристическия сектор, включително [въведение във финансирането и търговете от ЕС](#), актуализиран списък с отворени в момента покани за туризъм и много други.



# Партньорства, управлявани от данни, между публични и частни участници

## Обществени и иновационни поръчки

Обществените поръчки са правната форма, използвана от публичната администрация за закупуване на стоки и услуги. В областта на данните публичната администрация може да се нуждае от достъп до различни масиви от данни, които се продават на пазара и които могат да бъдат придобити чрез обществените поръчки. Въпреки това, когато е възможно, публичните администрации биха се възползвали от приоритизирането на печеливши партньорства за споделяне на данни или обществените поръчки, включително стоки (данни) и услуги (на специалисти по данни).

Въз основа на общите си стратегически цели и нужди, организацията трябва да изложи **стратегия за придобиване на външни данни**, извън доставката на единичен набор от данни, като определят ясни приоритети, оценяват разходите и ползите и наличните ресурси за закупуване на данни, върху които да работят и да се гарантира качеството на данните.

За публичните администрации, работещи в посока на подхода към интелигентния туризъм, привлекателен инструмент е **обществената поръчка за иновации**, която може да бъде под формата на придобиване на иновативни решения чрез обществена поръчка за услуги за научноизследователска и развойна дейност, обществена поръчка за новаторски решения, които все още не са налични или не съществуват на пазара, или закупуване на иновативни решения, които съществуват, но все още не са широко разпространени на пазара. За да научите повече за обществените поръчки за иновации, можете да се консултирате със следните материали:

- [Ръководство на ЕС за възлагане на обществените поръчки за иновации](#): достъпно на всички официални езици на ЕС и включващо практическа информация за това как да стартирате и развиете обществените поръчки за проекти за иновации
- [Инструментарий на EAFIP \(Европейска помощ за обществените поръчки за иновации\) за възлагане на обществените поръчки за иновации](#): онлайн ръководство с три модула, предоставящо подкрепа на политиките при разработването на стратегии и на доставчиците и техните правни отдели при прилагането на обществените поръчки за иновационни проекти.

## Как да се създадат условия за насърчаване на споделянето на данни и партньорствата

За дестинации, чиято екосистема е по-малко зряла по отношение на културата за споделяне на данни, опитът да се изградят необходимите партньорства може да представлява значително предизвикателство. В тези случаи става необходимо да се работи за създаване на условия, които ще насърчат по-структурирано споделяне на данни в бъдеще.

Възможните действия за създаване на култура на споделяне на данни и за насърчаване на участието на заинтересованите страни включват:

- **Оценяване и съобщаване на ползите** от използването на данни за дестинацията и за информиране на цикъла на политиката. Чрез повишаване на осведомеността за ползите, които носи вземането на решения, основано на доказателства, една дестинация ще насърчава култура на споделяне на данни, както вътрешно, така и външно.

- **Насърчаване на интереса** на заинтересованите страни чрез разпространение на добри практики и примери за интелигентни туристически решения
- **Създаване на специални среди** (напр. лаборатории за иновации, зони за иновации и т.н.), където различни организации – включително частни предприятия – могат да си сътрудничат за справяне с предизвикателствата в туризма. По-специално тестовата среда може да насърчи откриването и тестването на управлявани от данни решения. Препоръчителният подход е увеличаване на мащаба на стъпки от малки по размер проекти.
- **Изграждане на доверие** чрез демонстриране на ангажимента на дестинацията за **отговорно и етично използване на данни**. Това може да се постигне чрез приемане на общи практики – като спазване на Кодекса за поведение при споделяне на данни в туризма.
- **Водене с пример**, предоставяне на данни на трети страни чрез отворени API. Това допринася за създаването на управлявани от данни решения от частния бизнес, оформяйки условията за цифрова трансформация към иновации





**Овладяване на данните: инструментариум за  
туристически дестинации**

Smart Tourism Destinations

SI2.843962

февруари 2023 г.



Управлявано от  
Европейската комисия

За допълнителна информация относно този  
инструментариум се свържете с:

Intellera Consulting

Giovanna Galasso – Асоцииран партньор

[giovanna.galasso@intelleraconsulting.com](mailto:giovanna.galasso@intelleraconsulting.com)

