

# Έλεγχος δεδομένων: Μια εργαλειοθήκη για τουριστικούς προορισμούς



# Αυτή η εργαλειοθήκη ετοιμάστηκε για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή - DG GROW από



Smart Tourism Destinations | SI2.843962

## Συγγραφείς

Βασικοί συνεργάτες έργου: Giovanna Galasso (Intellera Consulting), Costanza Bersani (Intellera Consulting), Tommaso Messina (Intellera Consulting), Alberto Venditti (Intellera Consulting)

Ανεξάρτητοι ειδικοί: 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

Φεβρουάριος 2023

Αυτό το περιεχόμενο είναι μόνο για σκοπούς γενικής πληροφόρησης και δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται ως υποκατάστατο για διαβούλευση με επαγγελματίες συμβούλους.

Παρόλο που έχουμε κάνει κάθε δυνατή προσπάθεια για να διασφαλίσουμε ότι οι πληροφορίες που περιέχονται στο παρόν έγγραφο έχουν αποκτηθεί από αξιόπιστες πηγές, η PwC, η Intellera Consulting, η CARSA και το Πανεπιστήμιο της Μάλαγα δεν ευθύνονται για τα όποια λάθη ή παραλείψεις ή για τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη χρήση αυτών των πληροφοριών. Όλες οι πληροφορίες στο παρόν έγγραφο παρέχονται «ως έχουν», χωρίς εγγύηση πληρότητας, ακρίβειας, επικαιρότητας ή των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τη χρήση αυτών των πληροφοριών και χωρίς εγγύηση οποιουδήποτε είδους, ρητή ή σιωπηρή, συμπεριλαμβανομένων, αλλά χωρίς περιορισμό, εγγυήσεων απόδοσης, εμπορευσιμότητας και καταλληλότητας για συγκεκριμένο σκοπό.

Σε καμία περίπτωση δεν θα φέρουν ευθύνη η PwC, η Intellera Consulting, η CARSA και το Πανεπιστήμιο της Μάλαγα, οι σχετιζόμενες εταιρίες ή επιχειρήσεις, ή οι συνεργάτες, αντιπρόσωποι ή υπάλληλοί τους, προς εσάς ή οποιονδήποτε άλλον για την όποια απόφαση ή ενέργεια που λαμβάνεται βάσει των πληροφοριών σε αυτό το έγγραφο ή για τις όποιες επακόλουθες, ειδικές ή παρόμοιες ζημιές, ακόμη κι εάν έχουν ενημερωθεί για την πιθανότητα τέτοιων ζημιών.

Το έργο έχει χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο πλαίσιο της σύμβασης υπηρεσιών του πιλοτικού προγράμματος «Smart Tourism Destinations» – GROW-2020-OP-0014 – Αριθμός SI2.843962

Οι πληροφορίες και οι απόψεις που εκτίθενται στο παρόν έγγραφο είναι εκείνες του(των) συγγραφέα(-ων) και δεν αντανακλούν απαραίτητα την επίσημη γνώμη της Επιτροπής. Η Επιτροπή δεν εγγυάται την ακρίβεια των δεδομένων που περιλαμβάνονται στην παρούσα μελέτη. Ούτε η Επιτροπή ούτε οποιονδήποτε άτομο που ενεργεί εκ μέρους της Επιτροπής δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνο για τη χρήση των πληροφοριών που περιέχονται στο παρόν.

Επιτρέπεται η αντιγραφή υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή.

Υπεύθυνη διαχείριση είναι  
η Ευρωπαϊκή Επιτροπή







# Πώς να χρησιμοποιήσετε αυτή την εργαλειοθήκη: το ταξίδι σας προς τον έξυπνο τουρισμό

## Από τη διερεύνηση στην εφαρμογή μιας προσέγγισης έξυπνου τουρισμού

Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού που οδηγεί σε μια προσέγγιση έξυπνου τουρισμού, η εργαλειοθήκη προσδιορίζει τέσσερα βασικά βήματα, από τη διερεύνηση του έξυπνου τουρισμού ως έννοια μέχρι την πραγματική εφαρμογή του.

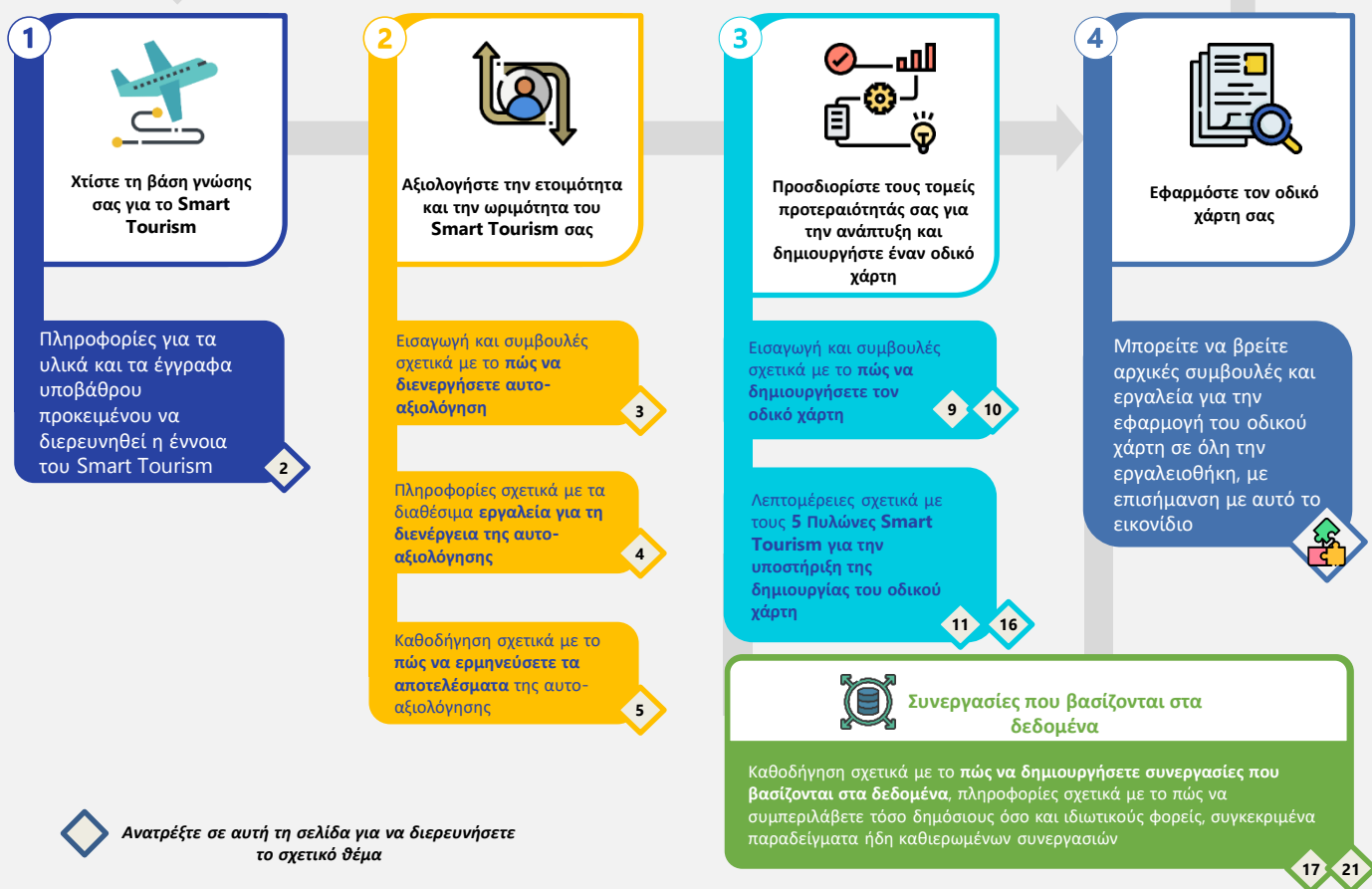
Το παρακάτω σχήμα παρέχει μια συνοπτική απεικόνιση αυτού του ταξιδιού, από το βήμα ένα έως το τέσσερα και υποδείξεις στο παρακάτω πλαίσιο σχετικά με το πώς να χρησιμοποιήσετε αυτή την εργαλειοθήκη και πού να βρείτε σχετικές πληροφορίες, καθοδήγηση και συμβουλές.

Εκτός από την καθοδήγηση και τις συμβουλές σχετικά με αυτά τα τέσσερα βήματα, η εργαλειοθήκη περιλαμβάνει ένα τελευταίο κεφάλαιο αφιερωμένο στις συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα

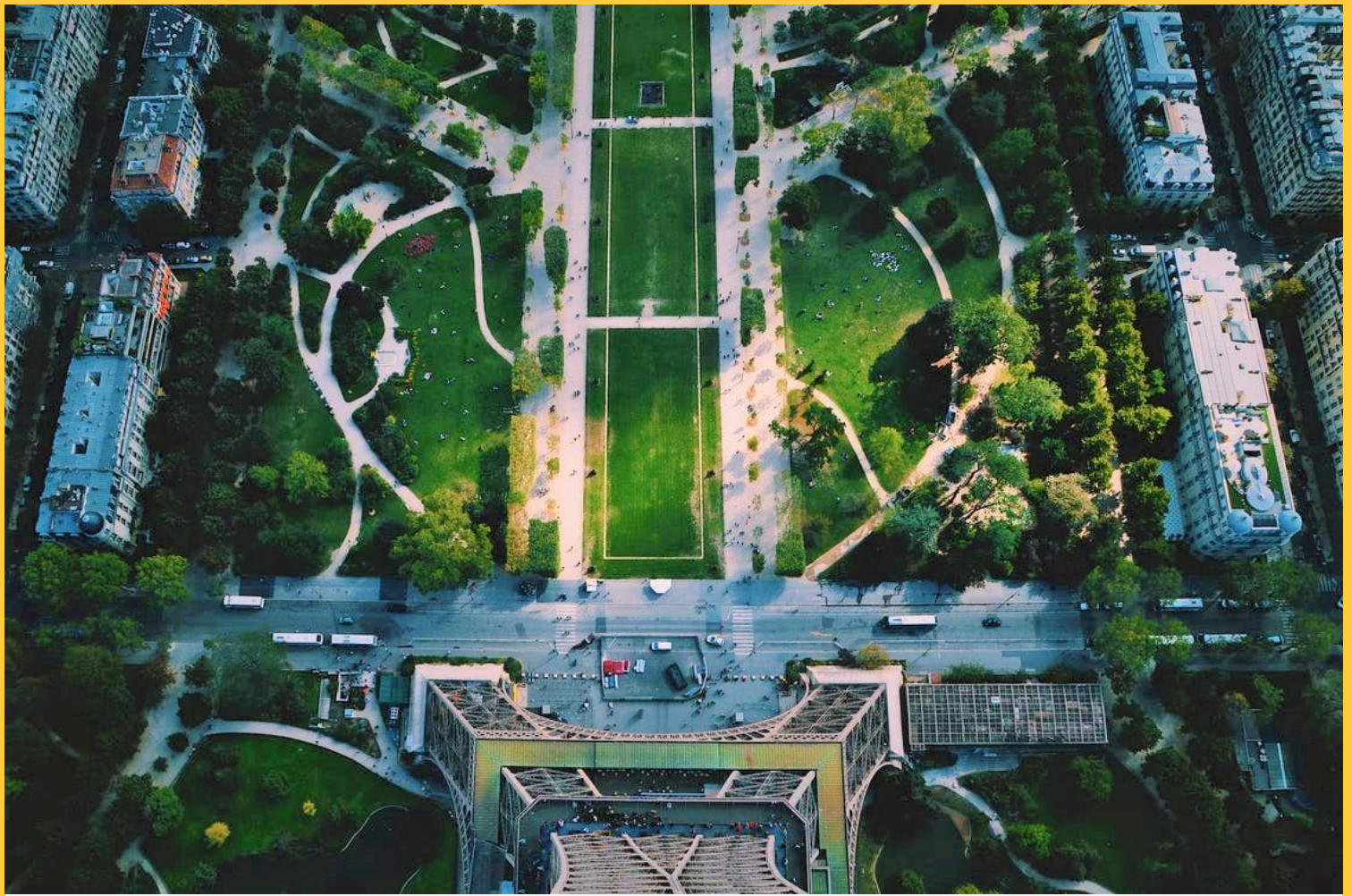
και τη συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών. Πρόκειται για ένα εγκάρσιο θέμα, συυφασμένο τόσο με την ανάπτυξη ενός οδικού χάρτη όσο και με την εφαρμογή του.

Συνολικά, η εργαλειοθήκη εστιάζει κυρίως στην παροχή καθοδήγησης για τα βήματα 2 και 3 σχετικά με την αξιολόγηση του επιπέδου ωριμότητας του έξυπνου τουρισμού και την ανάπτυξη ενός οδικού χάρτη. Επιπλέον υλικά, τα οποία αναπτύχθηκαν στο πλαίσιο του έργου, συγκεκριμένα σχετικά με το βήμα 4, θα γίνουν διαθέσιμα στον ιστότοπο του έργου Smart Tourism Destinations.

Ελέγξτε περιοδικά την κατάστασή σας ξεκινώντας ξανά από το βήμα 1



Εάν αναζητάτε υποστήριξη για επιπλέον καθοδήγηση, υλικά και εργαλεία σχετικά με το πώς να εφαρμόσετε τον οδικό χάρτη σας και να ενισχύσετε την προσέγγιση έξυπνου τουρισμού σας, σας συνιστούμε να παρακολουθείτε τις ενότητες για την [ψηφιακή βιβλιοθήκη](#) και τα [διαδικτυακά σεμινάρια](#) του ιστότοπου του έργου Smart Tourism Destinations, όπου μπορείτε να συμβουλευτείτε τα υλικά που δημιουργούνται και γίνονται διαθέσιμα μέσω του έργου μας, τα οποία στοχεύουν ειδικά στην υποστήριξη του Smart Tourism Destinations κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.



## Πίνακας περιεχομένων



**Βήμα 1: Διερεύνηση της προσέγγισης Smart Tourism..... 3**



**Βήμα 2: Αξιολόγηση της ετοιμότητας και ωριμότητας του Smart Tourism σας..... 4**



**Βήμα 3: Δημιουργία οδικού χάρτη προς το Smart Tourism.....7**

Στρατηγική και διακυβέρνηση.....	9
Συλλογή και διαχείριση δεδομένων.....	10
Ανθρώπινο κεφάλαιο και δεξιότητες.....	12
Μετάδοση γνώσης.....	13
Διαχείριση οικοσυστήματος.....	14



**Συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων.....15**

### Σχετικά με το έργο

Το έργο «Smart Tourism Destinations» (Σύμβαση υπηρεσιών SI2.843962, 2021-2023) χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή – Γενική Διεύθυνση Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ (DG GROW) και το διαχειρίζονται η PwC EU Services, η Intellera Consulting, η CARSA και το Πανεπιστήμιο της Μάλαγα. Σκοπός του έργου είναι η υποστήριξη των προορισμών στην ΕΕ στην πορεία τους προς μια πράσινη και ψηφιακή μετάβαση με στόχο τη βελτίωση της έξυπνης και αειφόρου διαχείρισης τουρισμού στην ΕΕ μέσω του ελέγχου δεδομένων, που γίνεται κατανοητή ως η ικανότητα συλλογής, ανάλυσης και εκ νέου χρήσης τουριστικών δεδομένων σύμφωνα με ένα συνεκτικό στρατηγικό σχέδιο.







# Βήμα 1: Διερεύνηση της προσέγγισης Smart Tourism

## Γιατί θα πρέπει να ενδιαφερόμαι να υιοθετήσω μια Προσέγγιση Smart Tourism;

Το Smart Tourism μπορεί να είναι κινητήρια δύναμη για την καινοτομία και σημαντικός παράγοντας ανταγωνιστικότητας, αειφόρου ανάπτυξης, ποιότητας ζωής και ανθεκτικότητας των τουριστικών προορισμών.

Ο χαρακτηρισμός ως προορισμός Smart Tourism δεν θα πρέπει να θεωρείται απώτερος στόχος, αλλά καλύτερα μια ευκαιρία κι ένας αποτελεσματικός τρόπος για την προώθηση της ευημερίας των τοπικών κοινοτήτων, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα και την επίτευξη αειφόρου και ανθεκτικής ανάπτυξης.

Πολλοί προορισμοί σε όλο τον κόσμο έχουν ήδη υιοθετήσει μια Προσέγγιση Smart Tourism και ο αντίκτυπος της πανδημίας της COVID-19 έχει τονίσει περαιτέρω την ανάγκη να γίνει ο τομέας πιο ανθεκτικός.

Μια προσέγγιση Smart Tourism ενδυναμώνει τους προορισμούς προκειμένου να επιτύχουν αυτούς τους στόχους με τη βοήθεια της τεχνολογίας, της καινοτομίας και της συνεργασίας.

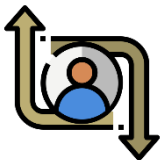
## Πού μπορώ να μάθω περισσότερα για το Smart Tourism;

Για να μάθετε περισσότερα για τις βασικές ιδέες, ευκαιρίες και προκλήσεις του έξυπνου τουρισμού, μπορείτε να διαβάσετε τον **Οδηγό της ΕΕ για Δεδομένα για το Smart Tourism Destinations**. Πρόκειται για μια σύντομη εισαγωγή, η οποία μπορεί να σας βοηθήσει να αρχίσετε να δημιουργείτε τη βάση γνώσεών σας.

Εάν είστε ήδη εξοικειωμένοι με την έννοια του έξυπνου τουρισμού και θέλετε να μάθετε περισσότερα για τις υπερσύγχρονες, προβλεπόμενες τάσεις και τις καλές πρακτικές, μπορείτε να διαβάσετε τη **Μελέτη για τον έλεγχο δεδομένων για τον τουρισμό**. Πρόκειται για μια πιο ολοκληρωμένη μελέτη, η οποία περιλαμβάνει την ανάλυση των καλών πρακτικών, των περιπτώσεων συνεργασίας και έναν κατάλογο συστάσεων.



Μπορείτε να βρείτε τον Οδηγό και τη Μελέτη, διαθέσιμα για λήψη στον [ιστότοπο του έργου Smart Tourism Destinations](#), όπου μπορείτε επίσης να βρείτε επιπλέον πόρους και πληροφορίες για το Smart Tourism μαζί με τις τελευταίες ενημερώσεις για το έργο. Αυτά τα έγγραφα θα δημοσιευτούν από την ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης της μετάφρασης του Οδηγού σε όλες τις επίσημες γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



## Βήμα 2: Αξιολόγηση της ετοιμότητας και της ωριμότητας του Smart Tourism σας

### Ο σκοπός και τα οφέλη της διενέργειας αυτο-αξιολόγησης

Η διενέργεια μιας αρχικής αυτο-αξιολόγησης προσφέρει στους προορισμούς μια επισκόπηση των επιπέδων ωριμότητας στους διάφορους βασικούς πυλώνες, η οποία διευκολύνει και διατηρεί την υιοθέτηση μιας προσέγγισης **Smart Tourism**. Μια αρχική αυτο-αξιολόγηση μπορεί να θέσει τις βάσεις για τη δημιουργία ενός **οδικού χάρτη** για την εξέλιξη του προορισμού σε έξυπνο προορισμό. Επίσης επιτρέπει τη σύγκριση με άλλους παρόμοιους προορισμούς.

Οι προορισμοί θα πρέπει να θεωρούν την αξιολόγηση και τον οδικό χάρτη ως αποτελεσματικά και συνυφασμένα εργαλεία για τη δημιουργία ενός πλαισίου μέτρησης βάσει των στρατηγικών τους στόχων και των μηχανισμών διακυβέρνησής τους. Πράγματι, οι κατάλληλοι και μετρήσιμοι δείκτες μπορούν επίσης να συμβάλλουν στην αξιολόγηση του αντικτύπου του τουρισμού και στη δημιουργία σημείων αναφοράς για τη μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού.

Τέλος, οι τακτικές αυτο-αξιολογήσεις, οι οποίες διενεργούνται σε ετήσια βάση, μπορούν να διευκολύνουν την παρακολούθηση της προόδου, την αναθεώρηση των πολιτικών, τον καθορισμό στόχων ή την υποστήριξη των μηχανισμών και να παρέχουν ολοκληρωμένες πληροφορίες για τον προορισμό. Αυτού του είδους οι αξιολογήσεις μπορούν επίσης να συμβάλλουν στη διευκόλυνση του διατομεακού διαλόγου σχετικά με την αιψφόρο τουριστική ανάπτυξη και στην προώθηση της συντονισμένης, τοπικής, σχετικής λήψης αποφάσεων (UNWTO, 2018). Επιπλέον, τα στατιστικά πλαίσια μπορούν να συνδέσουν πηγές δεδομένων και παραγωγούς δεδομένων. Αυτού του είδους τα πλαίσια είναι σημαντικά επειδή οι πηγές δεδομένων — καθώς και τα θέματα πολιτικής, οι φιλοδοξίες και οι στόχοι — ενδέχεται να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου, ενώ αυτά τα πλαίσια διασφαλίζουν ότι τα δεδομένα μπορούν να συνδέονται ουσιαστικά με την πολιτική.



Πρόσθετοι πόροι

- UNWTO: "[Towards a Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism](#)"
- [EU Tourism Dashboard](#)

### Συμβουλές και κατευθυντήριες οδηγίες σχετικά με το πώς να διενεργήσετε αυτο-αξιολόγηση

Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε έναν κατάλογο λειτουργικών συμβουλών και κατευθυντήριων οδηγιών σχετικά με το πώς να διενεργήσετε την αυτο-αξιολόγηση ωριμότητας Smart Tourism. Στην επόμενη σελίδα αυτής της εργαλειοθήκης, θα βρείτε πληροφορίες σε ένα online εργαλείο, το οποίο μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για τη διενέργεια της αυτο-αξιολόγησης, ενώ οι κατευθυντήριες οδηγίες για το πώς να ερμηνεύσετε τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στη σελίδα 3.

1

Βεβαιωθείτε ότι είστε **εξοικειωμένοι με τις βασικές έννοιες πίσω από το Smart Tourism**. Μπορείτε να βρείτε χρήσιμα υλικά για να δημιουργήσετε τη βάση γνώσεών σας στο τμήμα 1 αυτής της Εργαλειοθήκης και στον ιστότοπο του έργου.

2

**Συμπεριλάβετε τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη** προκειμένου να αξιολογήσετε τα ενδιαφερόντά τους, να δημιουργήσετε ένα κοινό όραμα και να χρησιμοποιήσετε τις γνώσεις τους. Με αυτό τον τρόπο, η ίδια η διαδικασία αξιολόγησης μπορεί επίσης να συνεισφέρει στη συνεργατική μάθηση, στην κινητοποίηση της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων μερών και στην ενδυνάμωση της τοπικής λήψης αποφάσεων. Σκεφτείτε το ενδεχόμενο να οργανώσετε μια ομάδα έρευνας αγοράς στις εγκαταστάσεις σας, πραγματοποιώντας συνεντεύξεις ένας-προς-έναν, ή απλά προσθέτοντας την αυτο-αξιολόγηση στο πρόγραμμα των υφιστάμενων ομάδων εργασίας που φέρνουν κοντά τα ενδιαφερόμενα μέρη σας.

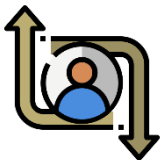
3

Για κάποιους προορισμούς, μπορεί να είναι απαραίτητο να **προσδιορίσετε τη γεωγραφική περιοχή** όπου εφαρμόζεται το εργαλείο αξιολόγησης, συζητώντας ποιος περιοχές θα συμπεριληφθούν και γιατί έχετε καταλήξει σε αυτή την απόφαση. Αυτό το βήμα του προσδιορισμού του γεωγραφικού πεδίου είναι ζωτικής σημασίας για τις δραστηριότητες συλλογής δεδομένων.

4

**Συγκεντρώστε τα απαραίτητα δεδομένα και πληροφορίες** για την αυτο-αξιολόγηση. Μπορείτε να συμβουλευτείτε εκθέσεις από τους Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμών (Destination Management Organisations - DMO), άλλες ενώσεις και αρχές των προορισμών, έγγραφα από υπεύθυνους ανάπτυξης έργων, ετήσιες εκθέσεις από τουριστικές εταιρίες, επιστημονική έρευνα, υλικά μάρκετινγκ και προώθησης για τον προορισμό και υφιστάμενες έρευνες τουριστών, κατοίκων και τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Τέλος, σας συνιστούμε να βεβαιωθείτε ότι θα κατανείμετε επαρκή χρόνο σε αυτή τη φάση. Ανάλογα με την τοποθεσία, το πεδίο και τα διαθέσιμα δεδομένα, μια τυπική διαδικασία αξιολόγησης και συλλογής δεδομένων **μπορεί να διαρκέσει έως και 10 ημέρες!**



## Βήμα 2: Αξιολόγηση της ετοιμότητας και της ωριμότητας του Smart Tourism σας

### Ποιο εργαλείο μπορώ να χρησιμοποιήσω για να διενεργήσω μια αυτο-αξιολόγηση Smart Tourism;

Για να διενεργήσετε την αυτο-αξιολόγησή σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το **ερωτηματολόγιο και το online εργαλείο** που έχουν δημιουργηθεί στο πλαίσιο του έργου Smart Tourism Destinations.

Αυτό θα διασφαλίσει ευθυγράμμιση μεταξύ των ερωτήσεων και των αποτελεσμάτων της αυτο-αξιολόγησης και του αναλυτικού πλαισίου και των πρόσθετων πληροφοριών που παρέχονται σε αυτή την εργαλειοθήκη. Μπορείτε να αποκτήσετε πρόσβαση στην online αυτο-αξιολόγηση μέσω του ιστότοπου του έργου μας ανά προορισμούς που έχουν επιλεγεί να συμμετάσχουν στο έργο από την έναρξή του. Τα σχόλια και οι πληροφορίες από αυτούς τους προορισμούς θα επιτρέψουν περαιτέρω συντονισμό και βελτίωση του μοντέλου. Το εργαλείο ενδέχεται να ανοίξει για όλους τους ενδιαφερόμενους προορισμούς στο μέλλον. Εν τω μεταξύ, σε περίπτωση που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε το ερωτηματολόγιο offline, μπορείτε να βρείτε τον πλήρη κατάλογο των ερωτήσεων δημόσια διαθέσιμο στον ιστότοπό μας.

#### Η δομή του ερωτηματολογίου

Η δομή και οι ερωτήσεις της αυτο-αξιολόγησης συνδέονται στενά με τα περιεχόμενα της εργαλειοθήκης και με τους πέντε πυλώνες που αποτελούν την προσέγγισή μας Smart Tourism.

Επιπλέον, η αξιολόγηση περιλαμβάνει μια ομάδα γενικών ερωτήσεων σχετικά με την τυπολογία, το μέγεθος και τα γενικά χαρακτηριστικά του προορισμού σας. Αυτές οι ερωτήσεις βρίσκονται εκεί για να σας βοηθήσουν να σκεφτείτε το σχετικό σας πλαίσιο.

#### Βασικά χαρακτηριστικά του online εργαλείου

Αυτό το online εργαλείο συμπεριλαμβάνει επεξηγηματικά κείμενα και πόρους και επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν λογαριασμό, ώστε να μπορείτε να αποθηκεύετε τις απαντήσεις σας ενώ διασφαλίζετε προστασία δεδομένων.

Στο τέλος της αξιολόγησης, δημιουργείται μια αυτόματη αναφορά και στέλνεται στους χρήστες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η οποία σας προσφέρει αρχικές συστάσεις σχετικά με το πώς να παρακολουθείτε τα αποτελέσματά σας και μια ένδειξη του επιπέδου ωριμότητάς σας σε σχέση με κάθε πυλώνα και σε συνολικό επίπεδο.

#### Τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης

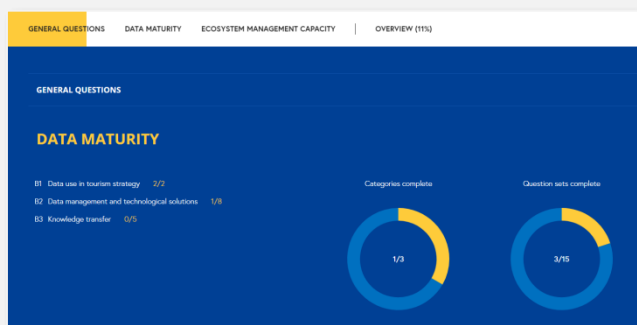
Η αυτόματη αναφορά που δημιουργείται από το online εργαλείο θα περιλαμβάνει:

- μια γραφική απεικόνιση των συνολικών αποτελεσμάτων ωριμότητάς σας,
- τα αποτελέσματα ωριμότητάς σας σε σχέση με κάθε πυλώνα, σε κλίμακα τριών σταδίων,
- μια περίληψη των απαντήσεών και αρχικών συστάσεών σας για βελτίωση για κάθε ερώτηση

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πώς να ερμηνεύσετε τα αποτελέσματά σας στην επόμενη σελίδα.



Μπορείτε να αποκτήσετε πρόσβαση στο online εργαλείο αυτο-αξιολόγησης και να συμβουλευτείτε το ερωτηματολόγιο στον παρακάτω σύνδεσμο: <https://smartrtourismdestinations.eu/digital-library/>

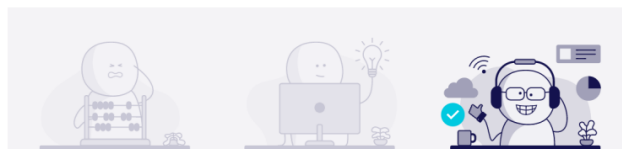


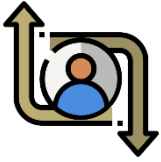
**Επισκόπηση των ερωτήσεων που έχουν ολοκληρωθεί**

**Γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων ωριμότητάς σας σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα**

#### 3.2 DATA MATURITY

##### 3.2.1 Data use in tourism strategy





## Βήμα 2: Αξιολόγηση της ετοιμότητας και της ωριμότητας του Smart Tourism σας

### Πώς θα πρέπει να ερμηνεύσω τα αποτελέσματά μου;

Τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης παρέχουν πληροφορίες σχετικά με το πού βρίσκονται οι προορισμοί λαμβάνοντας υπόψη τα τρία κύρια στάδια της ωριμότητας Smart Tourism. Κάθε στάδιο αντιστοιχεί σε μια αυξανόμενη ομάδα ικανοτήτων και πόρων που σταδιακά επιτρέπουν στους προορισμούς να επεκτείνουν τους στόχους και τις δραστηριότητές τους. Εδώ παρακάτω θα προσφέρουμε μια σύντομη περιγραφή των τριών σταδίων ωριμότητας που μπορείτε να προσδιορίσετε μέσω της αυτο-αξιολόγησης:

- **Στάδιο 1 – Έξυπνο μάρκετινγκ:** στα χαμηλά επίπεδα ωριμότητας, οι προορισμοί θα εστιάζουν στη χρήση δεδομένων για να αυξήσουν τους όγκους των επισκεπτών τους, προάγοντας την οικονομική ανάπτυξη μέσω δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, προώθησης και επωνυμίας.
- **Στάδιο 2 – Έξυπνη διαχείριση:** η υψηλότερη ωριμότητα επιτρέπει στους προορισμούς να συλλέγουν πληροφορίες και να λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με την αξία του τουρισμού, τις λειτουργίες διαχείρισης του πλήθους και να διασκορπίζουν προληπτικά τους επισκέπτες σε χρόνο και χώρο.

- **Στάδιο 3 – Έξυπνη εποπτεία:** οι πιο ώριμοι προορισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν μια προσέγγιση Smart Tourism για να χρησιμοποιήσουν υπεύθυνα τον τουρισμό, προκειμένου να κάνουν τους προορισμούς καλύτερους τόπους διαμονής για τους κατοίκους και πιο φιλόξενους για τους τουρίστες. Κάνοντάς το αυτό, προάγεται η συμμετοχή και η συνεργασία των ενδιαφερόμενων μερών, καθώς και η δημιουργία νέων μοντέλων διακυβέρνησης.

Η αυτο-αξιολόγηση θα βοηθήσει τους προορισμούς να αξιολογήσουν το επίπεδο ωριμότητάς τους και να σκεφτούν ποιους τομείς να βελτιώσουν και ποιοι στόχοι και δραστηριότητες μπορεί να βρίσκονται σε απόσταση αναπνοής.

Τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης θα προσφέρουν επίσης πληροφορίες για το πώς αποδίδει ο προορισμός σε σχέση με κάθε έναν από τους πέντε πυλώνες που αποτελούν την προσέγγισή μας στο Smart Tourism, όπως απεικονίζεται παρακάτω.

Τα 3 στάδια και το αυξανόμενο επίπεδο ωριμότητας Smart Tourism



Οι 5 πυλώνες στη βάση μιας προσέγγισης Smart Tourism και ο καθορισμός της ωριμότητας Smart Tourism ενός προορισμού







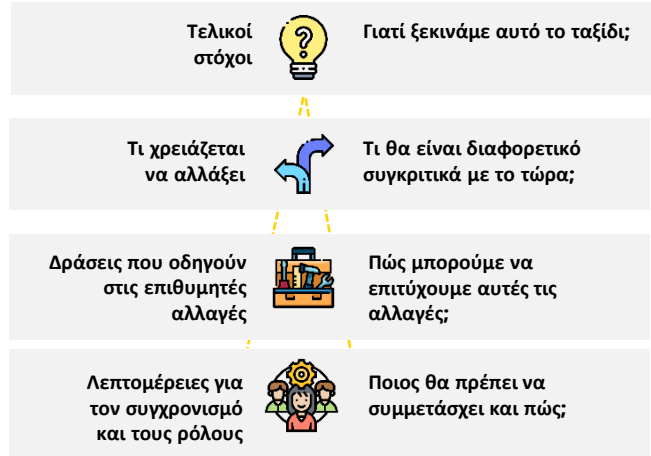
# Βήμα 3: Δημιουργία οδικού χάρτη προς το Smart Tourism

## Παρουσίαση του οδικού χάρτη

Κατ' ελάχιστον, ένας οδικός χάρτης θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Μια ομάδα **στόχων**, οι οποίοι μπορούν να αναλυθούν περαιτέρω και να χωριστούν σε μικρότερους στόχους,
- Για κάθε στόχο, **απαιτείται περιγραφή των αλλαγών** για την επίτευξη αυτών των στόχων σε σύγκριση με την κατάσταση ως έχει,
- Για κάθε προσδιοριζόμενη αλλαγή, θα εφαρμοστεί ένας κατάλογος **δράσεων** για να δημιουργηθούν αυτές οι αλλαγές,
- Τέλος, **λεπτομέρειες για τον συγχρονισμό, τους ρόλους και τις ευθύνες** για την εφαρμογή των δράσεων.

Αυτά τα διαφορετικά στοιχεία μπορούν να απεικονιστούν ως προοδευτικές απαντήσεις στις ερωτήσεις «γιατί», «τι» και τελικά «πώς/ποιος».



## Συμβουλές και κατευθυντήριες οδηγίες για τη δημιουργία ενός οδικού χάρτη

Όταν δημιουργείτε έναν οδικό χάρτη, θα ξεκινήσετε από την κορυφή, ορίζοντας τους στόχους σας και στη συνέχεια θα κινηθείτε καθοδικά, ένα βήμα τη φορά. Κάθε φορά που προσθέτετε νέα στοιχεία στον οδικό χάρτη, σας συνιστούμε να κάνετε επίσης επισκόπηση των προηγούμενων, προκειμένου να διασφαλίζετε συνολική συνοχή. Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε κάποιες αρχικές συμβουλές σχετικά με το πώς να αναπτύξετε κάθε στοιχείο που συνθέτει τον οδικό χάρτη.

	<b>Τελικοί στόχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Κάντε μεγάλα όνειρα:</b> Μην φοβάστε να συμπεριλάβετε φιλόδοξους στόχους. Μπορείτε να τους χωρίσετε περαιτέρω ενώ αναπτύσσετε τον οδικό χάρτη. Αυτοί οι στόχοι θα σας προσφέρουν στρατηγική κατεύθυνση και μπορούν να σας βοηθήσουν να συμπεριλάβετε τα ενδιαφερόμενα μέρη και να αποκτήσετε πολιτική αποδοχή.</li> <li>• <b>Κάντε διάκριση μεταξύ των βραχυπρόθεσμων, μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων.</b> Ένας ισορροπημένος οδικός χάρτης θα περιλαμβάνει πολύ λίγους μακροπρόθεσμους στόχους - ακόμα και μόνο έναν - και μια σχετικά ευρεία ομάδα βραχυπρόθεσμων και μεσοπρόθεσμων στόχων.</li> <li>• <b>Εμπνευστείτε από αυτή την εργαλειοθήκη:</b> Διαβάστε αυτή την εργαλειοθήκη για να εμπνευστείτε σχετικά με το τι μπορεί να γίνει υιοθετώντας μια προσέγγιση έξυπνου τουρισμού και για να προσδιορίσετε στόχους!</li> </ul>
	<b>Τι χρειάζεται να αλλάξει</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Χρησιμοποιήστε τους πέντε πυλώνες μιας προσέγγισης έξυπνου τουρισμού για να προσδιορίσετε τι χρειάζεται να αλλάξει</b> προκειμένου να επιτύχετε τους επιθυμητούς στόχους. Αυτό θα σας βοηθήσει να χωρίσετε τους στόχους σας και να προσδιορίσετε τομείς δράσης προτεραιότητας.</li> <li>• <b>Αξιοποιήστε τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης</b> ενώ σκέφτεστε τις απαιτούμενες αλλαγές. Η αυτο-αξιολόγηση θα σας βοηθήσει να αξιολογήσετε το επίπεδο ωριμότητας για κάθε πυλώνα, υποδεικνύοντας πού υπάρχει περιθώριο για βελτίωση και διευκολύνοντας την αναγνώριση των τομέων δράσης προτεραιότητας. Ωστόσο, να θυμάστε ότι θέλετε να βελτιωθείτε για να επιτύχετε τους στόχους σας, όχι απλά να γίνετε πιο έξυπνοι!</li> </ul>
	<b>Δράσεις και εργαλεία</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Αξιολογήστε και ιεραρχήστε τις ενδεχόμενες δράσεις βάσει της δυνατότητας επίτευξης, της αιφροδίας και της ελκυστικότητάς τους.</b> Όταν θα έχετε έναν μακρύ κατάλογο ενδεχόμενων δράσεων, αυτά τα τρία κριτήρια μπορούν να σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε δράσεις προτεραιότητας που θα έχουν μεγαλύτερο αντίκτυπο, θα ενέχουν λιγότερους κινδύνους και θα τυγχάνουν ευρύτερης υποστήριξης από τα ενδιαφερόμενα μέρη.</li> <li>• <b>Εμπνευστείτε από αυτή την εργαλειοθήκη και αναζητήστε επιπλέον πόρους στον ιστότοπο του έργου μας:</b> οι παρακάτω σελίδες περιλαμβάνουν παραδείγματα πόρων και εργαλείων που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να ενισχύσετε την προσέγγιση έξυπνου τουρισμού σας σε σχέση με κάθε πυλώνα. Επιπλέον υλικά θα είναι διαθέσιμα στον ιστότοπο του έργου Smart Tourism Destinations, συμπεριλαμβανομένης της εγγραφής σε διαδικτυακά σεμινάρια και πόρων που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια του έργου.</li> </ul>
	<b>Συγχρονισμός και ρόλοι</b>	<p><b>Κοιτάξτε τόσο μέσα όσο και έξω από τον οργανισμό σας:</b> όταν ορίζετε ρόλους και ευθύνες, βεβαιωθείτε ότι αναλογίζεστε τόσο τους πόρους όσο και την ενδεχόμενη συνεισφορά των ενδιαφερόμενων μερών σας. Ένας καλά καθορισμένος οδικός χάρτης μπορεί να σας βοηθήσει να πείσετε άλλους οργανισμούς να συμμετάσχουν και να συνεισφέρουν στην υλοποίησή του!</p>



# Βήμα 3: Δημιουργία οδικού χάρτη προς το Smart Tourism

## Παράδειγμα ενός πρώτου υψηλού επιπέδου οδικού χάρτη

Ο παρακάτω πίνακας προσφέρει ένα παράδειγμα πρώτου προσχεδίου οδικού χάρτη προορισμού σχετικά με τη χαρτογράφηση των απαιτούμενων αλλαγών. Ο πίνακας **χαρτογραφεί την ως έχει και τη μελλοντική κατάσταση** βάσει των πέντε πυλώνων της προσέγγισης έξυπνου τουρισμού μας.

Για χάρη αυτού του παραδείγματος, φανταστήκαμε ότι ο στόχος του προορισμού είναι η μείωση της εποχικότητας του τουρισμού και η βελτίωση του αντίκτυπου του τουρισμού στην κοινότητα, υιοθετώντας λύσεις και προσεγγίσεις έξυπνου τουρισμού. Η ως έχει κατάσταση χαρτογραφείται μέσω των **αποτελεσμάτων της αυτο-αξιολόγησης**. Η μελλοντική κατάσταση αναπτύσσεται βάσει της **ανάλυσης των αλλαγών που απαιτούνται** για την επίτευξη του(των) επιθυμητού(-των) στόχου(-ων).

Ο πίνακας παρέχει μια **απλή και αποτελεσματική περίληψη των τομέων δράσης προτεραιότητας**. Όταν ξεκαθαριστούν οι τομείς βελτίωσης, ο προορισμός μπορεί να αρχίσει να σκέφτεται τις δράσεις και τις πρωτοβουλίες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων του και τις λεπτομέρειες της υλοποίησης.

Μαζί με τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης, οι παρακάτω σελίδες θα σας βοηθήσουν να αναπτύξετε έναν παρόμοιο πίνακα. Στις επόμενες σελίδες, για κάθε πυλώνα, θα βρείτε:

- έναν πίνακα που παρουσιάζει μια **επισκόπηση των αυξανόμενων φιλόδοξων στόχων και χαρακτηριστικών**, οργανωμένο κατά υποθέματα και επίπεδο ωριμότητας. Για παράδειγμα, σε σχέση με τον πυλώνα που αφορά τα δεδομένα, θα βρείτε αναφορά σε πηγές δεδομένων για τα υποθέματα, με μια σύντομη περιγραφή των αυξανόμενων ώριμων χρήσεων των πηγών δεδομένων. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πίνακες για να ελέγξετε εάν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο υποθέμα στο οποίο χρειάζεται να εργαστείτε για να επιτύχετε τους στόχους σας, ενώ θα θυμάστε τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης για να δείτε πόσο έχετε προχωρήσει.
- μια σειρά **αρχικών συμβουλών και πόρων** από τα οποία μπορείτε να εμπνευστείτε για τις δράσεις που θα υλοποιηθούν και τα οποία θα σας βοηθήσουν να σκεφτείτε με συγκεκριμένους όρους σχετικά με κάθε πυλώνα.



Παράδειγμα προσχεδίου οδικού χάρτη προορισμού, ο οποίος χαρτογραφεί την ως έχει και τη μελλοντική κατάσταση, ξεκινώντας από τα αποτελέσματα της αυτο-αξιολόγησης και τον προσδιορισμό τομέων δράσης προτεραιότητας

		ΣΤΑΔΙΟ 1: «Έξυπνο μάρκετινγκ»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Έξυπνη διαχείριση»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Έξυπνη εποπτεία»
		<b>Αυξανόμενα φιλόδοξοι στόχοι</b>		
Βασικοί πυλώνες έξυπνου τουρισμού	1.Στρατηγική και διακυβέρνηση		X	
	2.Συλλογή και διαχείριση δεδομένων, τεχνολογικές λύσεις που έχουν υιοθετηθεί	X		
	3.Ανθρώπινο κεφάλαιο και δεξιότητες		X	
	4.Μετάδοση γνώσης			
	5.Διαχείριση οικοσυστήματος και συνεργασίες	X		

x – ως έχει κατάσταση – μελλοντική κατάσταση

# Δημιουργία οδικού χάρτη: Στρατηγική και διακυβέρνηση

## 1. Στρατηγική και διακυβέρνηση

Προκειμένου να επιτύχετε καλύτερη στρατηγική και διακυβέρνηση, θα πρέπει να λάβετε υπόψη έξυπνες λύσεις που εστιάζουν στη συλλογή και την ανάλυση δεδομένων, φέρνοντας γνώση στους προορισμούς και, έτσι, συμβάλλοντας στο να ξεπεραστούν οι προκλήσεις που συχνά αντιμετωπίζουν οι τουριστικοί προορισμοί. Η εστίαση της οικονομικής ανάπτυξης μπορεί να διευρυνθεί για να συμπεριλαμβάνει την αειφόρο ανάπτυξη, την υπεύθυνη χρήση των πόρων, τις εξελίξεις στην ποιότητα της ζωής και την αύξηση της ευημερίας των ενδιαφερόμενων μερών και της τοπικής κοινότητας. Με αυτό τον τρόπο, τα δεδομένα θεωρούνται εργαλείο για την παρακολούθηση της προόδου προς τους στόχους και την παροχή καθοδήγησης για τις στρατηγικές αναπροσαρμογές.

Ο παρακάτω πίνακας παρέχει μια επισκόπηση των βασικών χαρακτηριστικών μιας στρατηγικής και διακυβέρνησης έξυπνου τουρισμού μαζί με τα τρία στάδια ωριμότητας. Η ίδια προσέγγιση ακολουθείται για όλους τους πυλώνες.



Εδώ μπορείτε να βρείτε αρχικές συμβουλές και πόρους για να μετακινηθείτε από το ένα στάδιο στο άλλο:

- Η **συνεργασία** με τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ζωτικής σημασίας για τη συν-δημιουργία μιας κοινής στρατηγικής διαχείρισης τουρισμού και δεδομένων. Το έργο Valmieria+ Interreg παρέχει παραδείγματα της διαδικασίας, των οφελών και του αντίκτυπου της κοινής στρατηγικής. Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες [εδώ](#) και [εδώ](#) (περιγραφή και διαδικτυακό σεμινάριο).



	ΣΤΑΔΙΟ 1: «Έξυπνο μάρκετινγκ»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Έξυπνη διαχείριση»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Έξυπνη εποπτεία»
<b>ΕΣΤΙΑΣΗ</b> της προσέγγισης γενικού τουρισμού	Μάρκετινγκ	Μάρκετινγκ, διαχείριση	Μάρκετινγκ, διαχείριση, διευκόλυνση συνεργασίας, ανταλλαγή γνώσεων
<b>ΣΤΟΧΟΙ</b> της προσέγγισης γενικού τουρισμού	Οικονομική ανάπτυξη	Αειφόρος ανάπτυξη	Αναζωογονητικός τουρισμός
<b>ΤΟΜΕΙΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b> της συλλογής δεδομένων	Προγραμματισμός και κράτηση	Προγραμματισμός, κράτηση και διαμονή Διαχείριση τουριστικών ροών και εμπειριών τουριστών	Υποστήριξη της εμπειρίας των τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού Διαχείριση πόρων προορισμού Ευημερία κατοίκων και κοινοτήτων Καινοτομία προϊόντων και υπηρεσιών
<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ</b> της προσέγγισης γενικού τουρισμού	Προσέλκυση επισκεπτών, εστίαση στον όγκο	Διαχείριση ενδιαφερόμενων μερών, εστίαση στην ποιότητα Αποτελεσματική χρήση πόρων	Πρόσθετη αξία για επιχειρήσεις, κατοίκους και τουρίστες Εστίαση στην αξία και συν-δημιουργία εμπειρίας Διασκορπισμός επισκεπτών σε χρόνο και χώρο Βελτίωση προορισμού για κατοίκους και τουρίστες Βελτίωση ευημερίας της κοινότητας
<b>Στρατηγική διαχείρισης δεδομένων</b>	Περιορισμένη στρατηγική σημασία, έγκειται στα άτομα, περισσότερο για αναφορά	Υπάρχει επίγνωση δεδομένων. Υπάρχει αυξανόμενη ευρέως διαδεδομένη κατανόηση της αξίας των δεδομένων και στρατηγική διαχείρισης δεδομένων	Η επίγνωση δεδομένων είναι πανταχού παρούσα. Τα δεδομένα θεωρούνται ζωτικής σημασίας για τη λήψη αποφάσεων. Η στρατηγική διαχείριση δεδομένων είναι προσαρμοσμένη ακριβώς σε αυτό τον σκοπό. Υπάρχουν συνεργασίες για τη διαχείριση δεδομένων.
<b>Δείκτες</b>	Ποσοτικοί - εστιάζουν στους τουρίστες (Αρ. τουριστών, μέση διάρκεια διαμονής,...)	Ποιοτικοί - εστιάζουν στους τουρίστες και τις επιχειρήσεις (ικανοποίηση)	Εστίαση στην ποιότητα της εμπειρίας, της ζωής και της απόδοσης Διεξαγωγή διαχείρισης χωρητικότητας Αξιοποίηση και αναπλήρωση πόρων

- Για να **προσδιορίσετε** τους βασικούς παράγοντες που θα συμμετάσχουν στη συν-δημιουργία της στρατηγικής, ανατρέξτε στη σελίδα 14 αυτής της εργαλειοθήκης, η οποία εστιάζει στον πυλώνα διαχείρισης οικοσυστήματος.
- Για να ωφεληθείτε από μια **πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση** στη **διακυβέρνηση του τουρισμού**, μπορείτε να ελέγξετε τι κάνει το [NECSTour](#) για να δημιουργήσει μια σύνδεση μεταξύ περιφερειακών και ευρύτερων ευρωπαϊκών επιπέδων διακυβέρνησης, όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Επιτροπή των Περιφερειών.
- Όταν αναζητάτε συμβουλές για τον **προσδιορισμό δεικτών** για την παρακολούθηση της στρατηγικής ενός προορισμού, μπορείτε να ξεκινήσετε από τον [κατάλογο δεικτών έξυπνου τουρισμού](#), ο οποίος έχει δημιουργηθεί από το έργο [HERIT-DATA](#) Interreg. Το Μοντέλο Τουριστικού Αντίκτυπου (TIM) – που δημιουργήθηκε από την πρωτοβουλία Τουρισμός 4.0 – έχει επίσης προσδιορίσει περισσότερους από 300 δείκτες. Βρείτε περισσότερες πληροφορίες [εδώ](#).
- Μια άλλη εξαιρετική πηγή που προσφέρει έμπνευση για τους δείκτες και για τον τρόπο επίβλεψης των πολιτικών και στρατηγικών τουρισμού είναι ο [Πίνακας εργαλείων της ΕΕ για τον τουρισμό](#). Έχοντας ξεκινήσει τον Οκτώβριο 2022 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, προσφέρει πρόσβαση σε στατιστικές και δείκτες σχετικούς με την πολιτική για τον τουρισμό, υποστηρίζοντας προορισμούς και δημόσιες αρχές στην παρακολούθηση της προόδου τους στην πράσινη και την ψηφιακή μετάβαση. Προτείνουμε να συμβουλευτείτε επίσης την [Εργαλειοθήκη του Ευρωπαϊκού Συστήματος Δεικτών για τον Τουρισμό \(ETIS\)](#), που δημιουργείται πάντα από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.



# Δημιουργία οδικού χάρτη: Συλλογή και διαχείριση δεδομένων

## 2. Συλλογή και διαχείριση δεδομένων

Η πρώτη ζωτικής σημασίας προϋπόθεση είναι να υπάρχουν **πληροφορίες για τους τουρίστες και τη συμπεριφορά τους**. Αφού κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά των τουριστών, οι προορισμοί μπορούν να δημιουργήσουν στρατηγικές μάρκετινγκ, καθώς και να βελτιώσουν τη διαχείριση του προορισμού τους.

Το ερώτημα εδώ είναι πού θα βρεθούν αυτές οι πληροφορίες. Οι πιο παραδοσιακές πηγές δεδομένων περιλαμβάνουν τις εθνικές και τοπικές στρατηγικές και τις επιτόπιες ή ηλεκτρονικές έρευνες. Αυτές οι πηγές δεδομένων χρησιμοποιούνται επειδή είναι βολικές και εύκολες στην ανάλυση. Επειδή αυτές οι πηγές παρέχουν κυρίως στατικές πληροφορίες, αυτή η προσέγγιση σήμερα χρησιμοποιείται συχνά συμπληρωμένη με υβριδικές λύσεις, οι οποίες **ενσωματώνουν διαφορετικές ψηφιακές πηγές**.

Επιπλέον πηγές δεδομένων μπορεί να προέρχονται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συσκευές, αισθητήρες, πληροφορίες για συναλλαγές και άλλα. Επιπλέον των δεδομένων που προέρχονται **από την πλευρά της ζήτησης**, οι προορισμοί μπορούν να συμπληρώσουν τη στρατηγική δεδομένων τους με πληροφορίες και δεδομένα που προέρχονται από ιδιωτικές επιχειρήσεις και **από την πλευρά της προσφοράς**. Η κατευθυντήρια αρχή πίσω από την ενοποίηση των διαφορετικών πηγών δεδομένων είναι η αναγνώριση του ότι **όλα συνδέονται με τον τουρισμό και υπάρχουν παντού δεδομένα**.

Έτσι, οι προορισμοί θα πρέπει να αναζητούν συνεχώς νέες ομάδες δεδομένων — ακόμα και από «μη προφανείς» πηγές (π.χ., καταστήματα λιανικής πώλησης, αστυνομία, δημόσια μέσα μεταφοράς, διαχείριση απορριμμάτων και δεδομένα για τον καιρό, έρευνες, συνεντεύξεις κ.λπ.). Αυτό δεν συνεπάγεται απαραίτητα ενασχόληση με περίπλοκα δεδομένα, παρόλο που, όσο αυξάνεται η ωριμότητα του προορισμού, θα έχει την ευκαιρία να μετακινείται από τα πιο μικρά δεδομένα σε πιο περίπλοκα δεδομένα και σε **δεδομένα σε πραγματικό χρόνο**.

Αυτό θα επιτρέψει επίσης τη μετακίνηση από την **περιγραφική** χρήση των δεδομένων στην αξιοποίηση πληροφοριών για τη **διάγνωση** του τι συμβαίνει και στην **πρόβλεψη** των μελλοντικών εξελίξεων.

Η υιοθέτηση μιας προσέγγισης έξυπνου τουρισμού που βασίζεται στα δεδομένα θα υποστηρίξει επίσης προορισμούς οι οποίοι ετοιμάζονται για μελλοντικές τεχνολογικές εξελίξεις. Μια υποσχόμενη βασική τεχνολογία για τον τομέα του τουρισμού είναι το **metaverse**, με ορισμένα πιλοτικά πειράματα να είναι ήδη σε εξέλιξη. Καθώς η τεχνολογία θα εισάγεται σταδιακά στην αγορά, οι πιο ψηφιακά ώριμοι προορισμοί θα είναι έτοιμοι να αδράξουν την ευκαιρία που προσφέρεται από το metaverse για να βελτιώσουν την προσβασιμότητα, να προσφέρουν φυσικές και ψηφιακές (phygital) εμπειρίες και να βελτιώσουν την προσφορά τους.



Έλεγχος δεδομένων: Μια εργαλειοθήκη για τουριστικούς προορισμούς



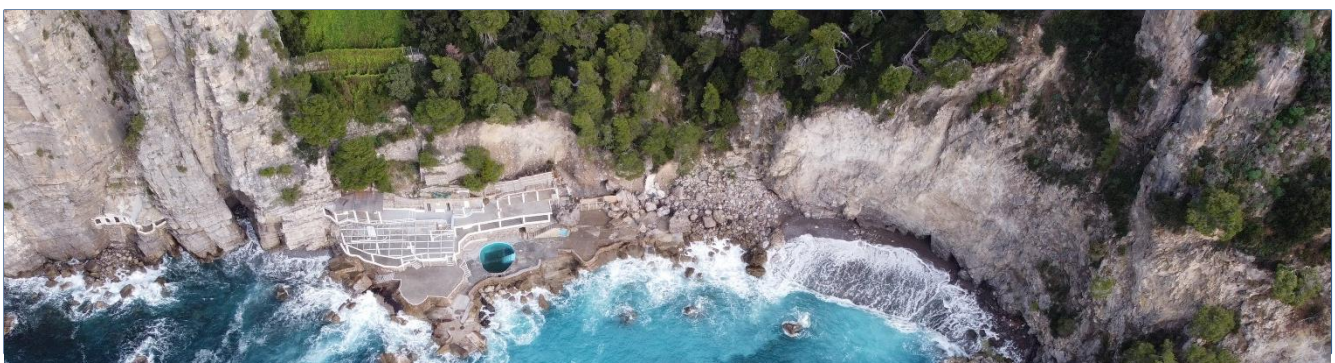
Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε κάποιες συμβουλές και πόρους για να μετακινηθείτε από το ένα στάδιο στο άλλο:

- Καθώς αρχίζετε να συλλέγετε και να αποθηκεύετε όλο και περισσότερα δεδομένα σε όλο και πιο συχνή βάση, θα χρειαστεί να αναζητήσετε **παρόχους αποθήκευσης σε cloud**, οι οποίοι θα πρέπει να συμμορφώνονται με τη **νομοθεσία της ΕΕ για την ελεύθερη ροή των μη προσωπικών δεδομένων**, καθώς καθορίζει όλες τις νομικές απαιτήσεις που πρέπει να τηρούν οι πάροχοι αποθήκευσης σε cloud, προκειμένου να διαθέτουν δεδομένα σε χρήστες στην ΕΕ. Μπορείτε να εξοικειωθείτε και να διερευνήσετε τους βασικούς πυλώνες του κανονισμού ξεκινώντας από αυτόν τον [ιστότοπο](#).
- Εάν ενδιαφέρεστε να διερευνήσετε ενδεχόμενες εφαρμογές για **δεδομένα Παρατήρησης της Γης**, μπορείτε να βρείτε πολλά ανοιχτά σύνολα δεδομένων, περιπτώσεις χρήσης, εκπαιδευτικά υλικά και ευκαιρίες χρηματοδότησης και δικτύωσης, που προσφέρονται από τον [Ευρωπαϊκό Οργανισμό Διαστήματος](#), τόσο για λιγότερο όσο και για περισσότερο ώριμους προορισμούς. Εάν είστε νέοι στα δεδομένα Παρατήρησης της Γης, μπορείτε να ξεκινήσετε από [εδώ](#).
- Εάν είστε πρόθυμοι να καινοτομήσετε περισσότερο και να **ενσωματώσετε την Εικονική Πραγματικότητα** και τις **τεχνολογίες cloud** προκειμένου να **συλλέξετε** και να μοιραστείτε **δεδομένα σε πραγματικό χρόνο** σχετικά με δημογραφικά στοιχεία, μετακίνηση και υποδομές μεταφορών, καθώς και περιβαλλοντικά δεδομένα σχετικά με το κλίμα, την ποιότητα του αέρα και τον θόρυβο, μπορείτε να δείτε τι έκανε η [Πόλη της Ρεν](#) δημιουργώντας ένα **ψηφιακό δίδυμο** για την ίδια την πόλη.
- Καθώς αναπτύσσεται ο προορισμός σας, μπορεί να χρειαστεί να δημιουργήσετε συστήματα **συνεχούς συλλογής δεδομένων** για να παρακολουθείτε και να αναλύετε το πώς συμπεριφέρονται οι τουρίστες όταν επισκέπτονται τον προορισμό σας. Για αυτό τον σκοπό, μπορείτε να δείτε τη λύση **Διαχείριση Smart Tourism** που υιοθετήθηκε από την πόλη της Ναϊμέχεν, Ολλανδία, για τον έλεγχο των τουριστικών εισροών στην πόλη. Μάθετε περισσότερα για αυτή την πρωτοβουλία [εδώ](#).
- Εάν χρειάζεται να εφαρμόσετε λύσεις που βασίζονται σε **API** για να βουτήξετε βαθιά στα δεδομένα για τον τουρισμό, μπορείτε να δείτε το **SDI4Apps**, ένα έργο με χρηματοδότηση από την ΕΕ, το οποίο στοχεύει στη δημιουργία ενός πλαισίου που βασίζεται σε cloud με ανοιχτό API για ενοποίηση δεδομένων. Ελέγξτε τα πιο σημαντικά αποτελέσματα του SDI4APP και την εφαρμογή του στη βιομηχανία του τουρισμού [εδώ](#). Διαβάστε την τελική έκθεση του έργου κάνοντας κλικ [εδώ](#).
- Εάν χρειάζεται να συλλέξετε πληροφορίες και δεδομένα σχετικά με την αντίληψη των κατοίκων για τον τουρισμό, εξετάστε την ανάπτυξη **ερευνών ad-hoc** ή πιο περίπλοκων **διαδικασιών διαβούλευσης**, μέσω ομάδων έρευνας αγοράς και συναντήσεων πολιτών. [Εδώ](#) μπορείτε να βρείτε ένα παράδειγμα σχετικά με το πώς συμβουλευτήκε η πόλη του Μπορντώ τους κατοίκους της. Οι έρευνες αποτελούν επίσης ένα εξαιρετικό σημείο εκκίνησης για τη συλλογή σχολίων από τους επισκέπτες.
- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επενδύει στη δημιουργία ενός **χώρου δεδομένων για τον τουρισμό**, με στόχο την παροχή πρόσβασης σε περισσότερα, υψηλής ποιότητας δεδομένα από διάφορες πηγές σε προορισμούς και επιχειρήσεις. Παρόλο που είναι ακόμα στα σπάργανα, φροντίστε να παρακολουθείτε τις μελλοντικές εξελίξεις [εδώ](#).

# Δημιουργία οδικού χάρτη: Συλλογή και διαχείριση δεδομένων



	ΣΤΑΔΙΟ 1: «Μάρκετινγκ προορισμού»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Διαχείριση προορισμού»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Εποπτεία προορισμού»
<b>Προσέγγιση δεδομένων και συνολικό αποτέλεσμα</b>	Περιγραφή («εκ των υστέρων»): τι συμβαίνει;	Διάγνωση («πληροφορία»): γιατί συμβαίνουν αυτά;	Πρόβλεψη και οδηγίες (για επίβλεψη) («προνοητικότητα»): Επίβλεψη σε πραγματικό χρόνο των ροών επισκεπτών, «Έξυπνες πόλεις, έξυπνες περιοχές», τεχνητή νοημοσύνη, ML
<b>Συγκεκριμένο αποτέλεσμα δεδομένων</b>	Κατανόηση χαρακτηριστικών επισκέπτη Κατανόηση υφιστάμενων αγορών Αναγνώριση νέων αγορών Μέτρηση της απόδοσης των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ	Κατανόηση της συμπεριφοράς του επισκέπτη Στρατηγικός σχεδιασμός	Επίβλεψη/επηρεασμός της συμπεριφοράς του επισκέπτη σε πραγματικό χρόνο Υποστήριξη και ενίσχυση της συμμετοχής του επισκέπτη για συν-δημιουργία αξίας
<b>Εξάρτηση δεδομένων / εμπιστοσύνη στα δεδομένα</b>	Τα δεδομένα ως ευκαιρία αλλά με περιορισμένη στρατηγική σημασία (καλό να υπάρχουν), έγκειται στα άτομα, περισσότερο για αναφορά	Τα δεδομένα ως ατού (πρέπει να υπάρχουν)	Τα δεδομένα ως πόροι (τα δεδομένα είναι το καύσιμο της νέας οικονομίας) Τα δεδομένα ως απαραίτητα (δεν γίνεται χωρίς αυτά)
<b>Πηγές δεδομένων</b>	Δεδομένα από εθνικές στατιστικές, αποστολές, έκδοση εισιτηρίων, έρευνες	+ εσωτερικά δεδομένα από τα ενδιαφερόμενα μέρη, τον ιστότοπο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (δεδομένα UGC)	+ δεδομένα από συσκευές (GSM, GPS, WiFi, BLE, σαρωτές), αισθητήρες και συναλλαγές (δεδομένα κρατήσεων, δεδομένα πιστωτικών καρτών)
<b>Μεθοδολογίες συλλογής δεδομένων</b>	Ad hoc, αναδρομικές	Τακτικές, κυρίως αναδρομικές Αντιδραστικές	Σε πραγματικό χρόνο, Συνεχείς, Προληπτικές και αντιδραστικές
<b>Χρήση και «ενσωμάτωση» δεδομένων</b>	Χρήση ιδίων, εσωτερικών δεδομένων και ανοιχτών δεδομένων	Χρήση δεδομένων από παρόχους για τον εμπλουτισμό και τη συμπλήρωση των ιδίων δεδομένων και των ανοιχτών δεδομένων	Συνεχής αναζήτηση ομάδων νέων δεδομένων από μη προφανείς πηγές Κοινή χρήση ιδίων δεδομένων – δεδομένων ανοιχτής πηγής Δημιουργία συνεργασιών για κοινή χρήση δεδομένων
<b>Ιδιοκτησία δεδομένων</b>	Ατομική και διμερής	Δικτυωμένη ιδιοκτησία	Ενοποιημένη (ανοιχτή) ιδιοκτησία
<b>Διαχείριση δεδομένων</b>	Τα δεδομένα είναι δομημένα σε σιλό, η διαχείριση και οι πολιτικές δεδομένων αποθηκεύονται σε σιλό και δεν καθορίζονται επισήμως	Τα δεδομένα είναι αποθηκευμένα σε κάποιο είδος αποθήκης, με μερικά δεδομένα να είναι πολύ μεγάλα για διαχείριση με την υφιστάμενη υποδομή	Τα δεδομένα είναι αποθηκευμένα κεντρικά, μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κοινού εύκολα, ιδιαίτερη προσοχή στην ποιότητα, την ασφάλεια και το απόρρητο των δεδομένων
<b>Τύπος σύμβασης με επισκέπτη</b>	Αποστολή πληροφοριών	Αλληλεπίδραση	Διάλογος Συν-δημιουργία
<b>Εστίαση σε σχέση με το «ταξίδι του πελάτη»</b>	Έμπνευση και πληροφόρηση	Κρατήσεις και εμπειρίες (σε ευθυγράμμιση με τη φάση της έμπνευσης και της πληροφόρησης)	Εμπειρία, από κοινού χρήση/αξιολόγηση



# Δημιουργία οδικού χάρτη: Ανθρώπινο κεφάλαιο και δεξιότητες

## 3. Ανθρώπινο κεφάλαιο και δεξιότητες

Το ανθρώπινο κεφάλαιο και οι δεξιότητες είναι ένα ζωτικής σημασίας στοιχείο για τους τουριστικούς προορισμούς, το οποίο στοχεύει στην υιοθέτηση μιας έξυπνης προσέγγισης. Πρώτον, μια περιορισμένη ομάδα πρωτοπόρων ενδέχεται να αναλάβει την πρωτοβουλία, λειτουργώντας ως «πρωταθλητές δεδομένων». Αφού αποκομίσει τα αρχικά οφέλη, η ομάδα (ενδεχομένως σε πολλούς οργανισμούς) μπορεί να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί σε μια πιο μόνιμη δομή, τελικά υπό την ηγεσία ενός Διευθυντή Πληροφοριακών Συστημάτων (CIO), ο οποίος επιβλέπει όλες τις δραστηριότητες.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι διευθυντές των προορισμών, οι οποίοι εργάζονται στην ανάλυση δεδομένων, θα πρέπει να υποστηρίζονται από αναλυτές και/ή μηχανικούς δεδομένων. Για να είναι προορατικοί, οι διευθυντές των προορισμών θα πρέπει να μπορούν να χρησιμοποιούν ή να έχουν πρόσβαση σε **προγνωστικά**, καθώς και σε **προδιαγραφικά αναλυτικά στοιχεία**. Το τελευταίο προϋποθέτει τη συμμετοχή ενός επιστήμονα δεδομένων, ικανού να διαχειρίζεται την εξόρυξη δεδομένων και αλγόριθμους που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη.

Ωστόσο, οι προορισμοί μπορεί να δυσκολεύονται επειδή έχουν σχετικά μικρούς προϋπολογισμούς και περιορισμένο αριθμό εργαζομένων. Η **στενή συνεργασία με πανεπιστήμια** και **κέντρα καινοτομίας** μπορεί να βοηθήσει τους προορισμούς να κλείσουν το κενό, συνεργαζόμενοι για την ολοκλήρωση των αναλυτικών και περίπλοκων εργασιών. Το [CITUR](#) και το [Algarve Smart Destination](#) είναι δύο παραδείγματα του πώς οι προορισμοί, τα κέντρα ερευνών και τα κέντρα καινοτομίας συνεργάζονται για να ενισχύσουν την ψηφιοποίηση και να υποστηρίξουν τον έξυπνο τουρισμό.

Οικονομική υποστήριξη μπορεί να παρέχεται από εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς, συμπεριλαμβανομένων των κεφαλαίων καινοτομίας, των τακτικών τουριστικών προγραμμάτων, αλλά και των εσωτερικών και εξωτερικών κεφαλαίων που εστιάζουν στην αναβάθμιση των δεξιοτήτων του προσωπικού. Πράγματι, πολλές πρωτοβουλίες της ΕΕ υποστηρίζουν την ανάπτυξη και βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων στον τουρισμό και υποστηρίζουν την ψηφιακή μετάβαση. Εάν θέλετε να μάθετε περισσότερα για αυτό το θέμα, σας προτείνουμε να ξεκινήσετε διερευνώντας τον ειδικό ιστότοπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις δεξιότητες για τον τομέα του τουρισμού και σχετικά με την [Ψηφιακή Πυξίδα](#), το όραμα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την υποστήριξη της ψηφιακής μετάβασης της Ευρώπης.



Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε κάποιες επιλεγμένες συμβουλές και πόρους που μπορούν να σας υποστηρίξουν καθώς προχωράτε από το ένα στάδιο στο άλλο.

- Εάν σχεδιάζετε να επεκτείνετε την ομάδα σας και χρειάζεστε υποστήριξη στην περιγραφή του εργασιακού προφίλ, ή εάν αναζητάτε μια συγκεκριμένη ομάδα δεξιοτήτων και θέλετε να μάθετε ποια προφίλ θα πρέπει να αναζητήσετε, μπορείτε να ξεκινήσετε συμβουλευόμενοι την [ταξινόμηση ESCO](#), που έχει δημιουργηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Μπορείτε να συμβουλευτείτε και να πλοηγηθείτε στην ταξινόμηση ανά επάγγελμα (π.χ., αναλυτής δεδομένων), καθώς και ανά δεξιότητα και ικανότητα (π.χ., εξόρυξη δεδομένων).
- Εάν αναζητάτε ευκαιρίες εκπαίδευσης και χρηματοδότησης σχετικά με τις ψηφιακές δεξιότητες, σας συνιστούμε να συμβουλευτείτε την [πλατφόρμα Ψηφιακών Δεξιοτήτων και Θέσεων Εργασίας](#) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η πλατφόρμα περιλαμβάνει τμήματα [εκπαίδευσης](#), [χρηματοδότησης](#) και [σταδιοδρομίας](#), καθώς και μια [κoinότητα](#) όπου μπορείτε να συνδεθείτε με άλλους οργανισμούς, να μοιραστείτε πρακτικές και να προάγετε τις πρωτοβουλίες σας.
- Εάν θέλετε να αποκτήσετε καλύτερη κατανόηση της συνολικής ψηφιακής παιδείας των εργαζομένων σας και επιθυμείτε να υποστηρίξετε τους εργαζόμενους και τα ενδιαφερόμενα μέρη σας διερευνώντας αυτά τα θέματα, μπορείτε να εξετάσετε την πρόωθηση της χρήσης του [εργαλείου αυτο-αξιολόγησης ψηφιακών ικανοτήτων](#), που έχει δημιουργήσει η πρωτοβουλία Digital Skills Accelerator. Το εργαλείο παρέχει στα άτομα ένα προσωποποιημένο γράφημα ραντάρ, το οποίο περιγράφει τα τρέχοντα δυνατά και αδύνατα σημεία και είναι συνδεδεμένο με εκπαιδευτικούς πόρους και υλικά.
- Εάν θέλετε να συλλέξετε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πώς να προωθήσετε τη συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών για την ανάληψη συγκεκριμένων δεσμεύσεων για την **αναβάθμιση των δεξιοτήτων** και την **επανεκπαίδευση δεξιοτήτων** των εργαζομένων και στον τουρισμό, ρίξτε μια ματιά στο [Σύμφωνο για τις Δεξιότητες](#), μία από τις εμβληματικές δράσεις του [Ευρωπαϊκού Θεματολογίου Δεξιοτήτων](#).



	ΣΤΑΔΙΟ 1: «Μάρκετινγκ προορισμού»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Διαχείριση προορισμού»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Εποπτεία προορισμού»
Ηγεσία	Ατομικοί «πρωταθλητές δεδομένων»	Μικρή ομάδα «πρωταθλητών δεδομένων»	Διευθυντής Πληροφοριακών Συστημάτων (CIO)
Θέσεις εργασίας	Διευθυντής μάρκετινγκ με λειτουργία ανάλυσης δεδομένων	Αναλυτής δεδομένων / μηχανικός δεδομένων + αναλυτής επιχειρήσεων	Αναλυτής δεδομένων + μηχανικός δεδομένων + επιστήμονας δεδομένων + αναλυτής επιχειρήσεων + ενδιαφερόμενο μέρος – διευθυντής συνεργασίας
Δεξιότητες	Βασικές γνώσεις ψηφιοποίησης Διαχειριστής περιγραφικών αναλυτικών στοιχείων	Διευθυντής προγνωστικών αναλυτικών στοιχείων	Προδιαγραφικά αναλυτικά στοιχεία Δεξιότητες μετασχηματιστικής ηγεσίας Δεξιότητες υπεύθυνης και ηθικής ηγεσίας
Ικανότητα	Σχετικά μικρός προϋπολογισμός, περιορισμένος αριθμός FTE	Σχετικά μέτριος προϋπολογισμός, μέτριος αριθμός FTE	Σχετικά μεγάλος προϋπολογισμός, μεγάλος αριθμός FTE



# Δημιουργία οδικού χάρτη: Μετάδοση γνώσης

## 4. Μετάδοση γνώσης

Η μετάδοση γνώσης και η από κοινού λήψη αποφάσεων μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών είναι ζωτικής σημασίας για την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού. Οι στατικές αναφορές, όπως τα ενημερωτικά φύλλα και περιοδικά, μπορούν να είναι πολύτιμοι δίαυλοι για την έναρξη από κοινού χρήσης δεδομένων, πληροφοριών και γνώσης με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Ωστόσο, αυτές οι τυπολογίες αναφορών δεν είναι πηγές απόδειξης για το μέλλον, καθώς κάνουν τις αποφάσεις αντιδραστικές αντί για προληπτικές. Για τη διευκόλυνση των προληπτικών και σχετικών αποφάσεων βάσει της ανάλυσης δεδομένων, η **οπτικοποίηση των δεδομένων μέσω διαδραστικών πινάκων εργαλείων** είναι καίριας σημασίας. Επομένως, η **επεξεργασία δεδομένων** θα πρέπει να βασίζεται σε **επεξεργασία** και ανάλυση σε **πραγματικό χρόνο**. Η αρχή της από κοινού χρήσης γνώσης σε έναν έξυπνο προορισμό σημαίνει χρήση ανοιχτών δεδομένων για την παρακίνηση της μετάδοσης γνώσης και παροχή πινάκων εργαλείων σε πραγματικό χρόνο για τα ενδιαφερόμενα μέρη των προορισμών, δημιουργώντας συνεπώς ευκαιρίες για από κοινού λήψη αποφάσεων.

Επειδή οι πηγές συλλογής δεδομένων ποικίλουν, οι ιδιοκτήτες δεδομένων είναι επίσης διαφορετικοί ο ένας από τον άλλο. Επιπλέον, οι αισθητήρες που είναι ενσωματωμένοι στο περιβάλλον του προορισμού, έχουν διάφορους ιδιοκτήτες δεδομένων ακόμα και στον ίδιο προορισμό (π.χ., καταστήματα λιανικής πώλησης, αστυνομία). Επομένως, χρειάζεται ανταλλαγή δεδομένων. Για την ανταλλαγή δεδομένων στους τουριστικούς προορισμούς, πρέπει όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να είναι δυναμικά συνδεδεμένα μέσω τεχνολογικών πλατφορμών που υποστηρίζουν τις πρωτοβουλίες ανοιχτών δεδομένων (Buhalis et al., 2015). Ωστόσο, δεν υπάρχει μεγάλη προθυμία για από κοινού χρήση δεδομένων, καθώς τα ενδιαφερόμενα μέρη των προορισμών φοβούνται την κακή χρήση των δεδομένων τους και δεν είναι πρόθυμα να συνεργαστούν λόγω έλλειψης εμπιστοσύνης ή κοινού οράματος. Για αυτό τον σκοπό, η τεχνολογία θα πρέπει να προσφέρει καλύτερα εργαλεία για συνεργασία και από κοινού χρήση γνώσης. Τα περιβάλλοντα των ανοιχτών δεδομένων θα πρέπει επίσης να διασφαλίζουν διαφάνεια στην από κοινού χρήση δεδομένων.



Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε κάποιες συμβουλές και πόρους για να μετακινηθείτε από το ένα στάδιο στο άλλο:

- Εάν έχετε ήδη προσδιορίσει πολύτιμες ομάδες δεδομένων που θα χρησιμοποιηθούν και θα μοιραστούν, αλλά ακόμα αναζητάτε μια **ψηφιακή πλατφόρμα για να συγκεντρώνετε, να διαχειρίζεστε, να οπτικοποιείτε και να μοιράζεστε αυτά τα δεδομένα**, μπορείτε να ξεκινήσετε διερευνώντας τις ευκαιρίες που προσφέρονται από το [Snap4city](#), μια πλατφόρμα ανοιχτής πηγής, η οποία σας επιτρέπει να αναπτύσετε εφαρμογές πινάκων εργαλείων και ΙΟΤ. Η πλατφόρμα περιλαμβάνει επίσης εκπαιδευτικά προγράμματα και εκτεταμένη τεκμηρίωση από άλλες περιπτώσεις χρήσης, όπως το [Florence Smart City Control Room](#).
- Εάν μία από τις βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζετε και θα θέλατε να βελτιώσετε σχετίζεται με τον **κανονισμό από κοινού χρήσης δεδομένων**, μπορείτε να διαβάσετε την [εργαλειοθήκη από κοινού χρήσης δεδομένων](#) που αναπτύχθηκε από το έργο DataPitch Horizon2020, που περιλαμβάνει πρόσθετες πληροφορίες υποβάθρου, παραδείγματα περιπτώσεων χρήσης και πόρους και βήματα για να σας βοηθήσουν να εφαρμόσετε την από κοινού χρήση δεδομένων.
- Εάν θέλετε να δημιουργήσετε μια **ψηφιακή πλατφόρμα για τη συλλογή, εναρμόνιση και διανομή ανώνυμων δεδομένων**, με σκοπό τη δημιουργία γνώσης και διαδικασιών λήψης πληροφορημένων αποφάσεων σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας ενός προορισμού, μπορεί να θέλετε να ελέγξετε την πρωτοβουλία που προωθείται από τον Δήμο του Γκέτεμποργκ και το [Κέντρο Γνώσης](#) του.
- Εάν χρειάζεστε υπηρεσίες που βασίζονται σε cloud **SaaS** και **IaaS**, η [SWIPO](#) προσφέρει ένα ευρύ φάσμα παρόχων, οι οποίοι είναι συμμορφωμένοι με τον Κώδικα Δεοντολογίας της SWIPO. Βρείτε τον πιο πρόσφατο κατάλογο παρόχων [εδώ](#).



	ΣΤΑΔΙΟ 1: «Έξυπνο μάρκετινγκ»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Έξυπνη διαχείριση»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Έξυπνη εποπτεία»
Αναφορά δεδομένων: Διάδοση πληροφοριών για πρόσληψη γνώσης	Στατικές αναφορές, όπως τα ενημερωτικά φύλλα και τα περιοδικά.	Πίνακες εργαλείων/ΒΙ βάσει συνεχούς εισροής δεδομένων	Πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο, οι οποίες βασίζονται σε αυτοματοποιημένη και συνεχή παρακολούθηση
Πολιτική από κοινού χρήσης	Περιορισμένη προθυμία από κοινού χρήσης (φόβος κακής χρήσης δεδομένων)	Από κοινού χρήση δεδομένων μεταξύ συνεργατών	Περιβάλλον ανοιχτών δεδομένων
Τύποι από κοινού χρήσης γνώσης	Από κοινού χρήση περιορισμένων πληροφοριών	Από κοινού χρήση σαφούς γνώσης	Από κοινού χρήση σιωπηρής γνώσης
Συμβατικά μοντέλα	Συνεργασίες δημόσιου-ιδιωτικού τομέα	Από κοινού ιδιοκτησία	Συνεταιρισμοί πλατφόρμας
Σκοποί από κοινού χρήσης δεδομένων	Διαχείριση παραπόνων / κριτικών πελατών Έρευνα αγοράς	Εξυπηρέτηση πελατών Δυναμική τιμολόγηση Βελτίωση διαδικασίας	Εξατομίκευση εξυπηρέτησης πελατών και αλληλεπιδράσεων Δημιουργία - καινοτομία νέας υπηρεσίας Εμπειρία και συμμετοχή πελατών Επιχειρηματικό μοντέλο και καινοτομία στρατηγικής

# Δημιουργία οδικού χάρτη: Διαχείριση οικοσυστήματος και συνεργασίες

## 5. Διαχείριση οικοσυστήματος και συνεργασίες

Οι έξυπνοι προορισμοί μπορούν να θεωρηθούν δίκτυα συνδεδεμένων ενδιαφερόμενων μερών μεταξύ των οποίων υπάρχουν πολλές σχέσεις. Η έξυπνη προσέγγιση δημιουργεί ευκαιρίες για καλύτερη συνεργασία, ενισχύοντας την από κοινού χρήση της γνώσης και των δεδομένων και προσφέροντας ένα κοινό όραμα.

Ένας Οργανισμός Διαχείρισης/Μάρκετινγκ Προορισμού (DMO) θα πρέπει να μπορεί να λύνει αντιπαραθέσεις, να ενθαρρύνει τα ενδιαφερόμενα μέρη του προορισμού να συνεργάζονται και έτσι να διασφαλίζει την ανθεκτικότητα του προορισμού. Οι **DMO** θα πρέπει από οργανισμοί μάρκετινγκ να γίνονται **ηγετικοί οργανισμοί διαχείρισης προορισμών**, με επαρκή δομή για τη διαχείριση διαφορετικών ενδιαφερόμενων μερών. Έτσι, η εργασία τους θα πρέπει να περιλαμβάνει λειτουργίες διαχείρισης ενδιαφερόμενων μερών, δημιουργίας τουριστικών προϊόντων και από κοινού χρήσης γνώσης. Με αυτό το σκοπό και για την προληπτική επιδίωξη αυτών των στόχων, οι **έξυπνοι DMO μπορούν επίσης να γίνουν κέντρα δεδομένων και οργανισμοί εξόρυξης δεδομένων**, έχοντας την ευθύνη για την προώθηση και τη διαχείριση της χρήσης και της από κοινού χρήσης δεδομένων στο οικοσύστημα. Ειδικότερα, στους λιγότερο ώριμους προορισμούς, οι DMO μπορούν να παίξουν καίριας σημασίας ρόλο στην ενίσχυση και έναρξη μιας συζήτησης γύρω από τη χρήση των δεδομένων.

Επιπλέον, οι έξυπνοι προορισμοί θα πρέπει να δημιουργούν οικοσυστήματα έξυπνου τουρισμού, ικανά να προσελκύουν άτομα για να τα ανακαλύψουν, να τα ζήσουν και να συνεργαστούν μαζί τους. Οι προορισμοί θα πρέπει να εργαστούν με τους κατοίκους και τους τουρίστες για να κατανοήσουν τις τεχνολογικές προσφορές, καθώς και τα ζητήματα απορρήτου. Μέσω των προηγμένων τεχνολογιών (π.χ., smartphones και φορητές συσκευές), καθώς και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τόσο οι κάτοικοι όσο και οι τουρίστες μπορούν να συμμετάσχουν και να βιώσουν έναν προορισμό με νέο τρόπο.

Η παροχή εκπαίδευσης και υποστήριξης στους κατοίκους, προκειμένου να κατανοήσουν και να αξιοποιήσουν πληροφορίες από πληθοπορισμό και νέες τεχνολογίες, μπορεί να είναι το πρώτο βήμα για να συμμετάσχουν στη συν-δημιουργία έξυπνων λύσεων για τον προορισμό. Επιπλέον, οι τουρίστες έχουν γίνει πιο έμπειροι, απαιτητικοί και ενεργοί. Δεν θα πρέπει να απομονώνονται σε μια περιορισμένη ζώνη γνώσης για τον τουριστικό προορισμό (Fan et al., 2019). Ωστόσο, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες και χρησιμοποιώντας από κοινού δεδομένα, θα πρέπει να γίνουν συν-δημιουργοί της εμπειρίας τους.



Εδώ παρακάτω μπορείτε να βρείτε κάποιες συμβουλές και πόρους για να μετακινηθείτε από το ένα στάδιο στο άλλο

- Εάν χρειάζεται να δημιουργήσετε ένα **οικοσύστημα δεδομένων** για να καθορίσετε τους παράγοντες που συμμετέχουν στον τουρισμό και τις υποδομές που απαιτούνται για τη διαχείριση ενός τέτοιου οικοσυστήματος, σκεφτείτε να χρησιμοποιήσετε **συστήματα χαρτογράφησης δεδομένων**. Μια αποτελεσματική λύση παρουσιάζεται από το εργαλείο που αναπτύχθηκε από την **ODI**, το οποίο είναι διαθέσιμο [εδώ](#).
- Εάν χρειάζεται να **αυξήσετε και να βελτιώσετε τις αλληλεπιδράσεις που έχει ο προορισμός σας με τα ενδιαφερόμενα μέρη**, μπορείτε να διαβάσετε τις συστάσεις που παρέχει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην εργασία [Establishment of Sustainable Data Ecosystems](#), η οποία περιλαμβάνει επίσης ιδέες και συμβουλές για το πώς να βάλετε τα ενδιαφερόμενα μέρη στο κέντρο.
- Κατά τον καθορισμό μιας **δομής έξυπνης διακυβέρνησης**, φροντίστε να συμφωνείτε με τα ενδιαφερόμενα μέρη σε ξεκάθαρες ευθύνες και ρόλους. Τα παραδείγματα διαφορετικών λύσεων μπορεί να περιλαμβάνουν τη δημιουργία ενός τοπικού Παρατηρητηρίου Τουρισμού ή ενός Κέντρου Γνώσης. Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα σχετικά με τη δημιουργία ενός Παρατηρητηρίου [εδώ](#).



	ΣΤΑΔΙΟ 1: «Έξυπνο μάρκετινγκ»	ΣΤΑΔΙΟ 2: «Έξυπνη διαχείριση»	ΣΤΑΔΙΟ 3: «Έξυπνη εποπτεία»
Διαδρομή οργανωτικής δομής 1: Κάνε το μόνος σου	Κάθε οργανισμός από μόνος του, υπό τον δικό του έλεγχο και τη σφαιρα επιρροής	Ο οργανισμός είναι μέρος ενός προσωρινού/με χρηματοδότηση από έργο δικτύου ή συνασπισμού	Ο οργανισμός είναι μέρος ενός δομικού/μόνιμου λειτουργικού «δικτύου γνώσης»
Οργανωτική δομή: συνεργασίες/οικοσυστήματα (κάντε το μαζί)	Ad hoc συνεργασία μεταξύ περιορισμένου αριθμού ενδιαφερόμενων μερών.	Προσωρινό/με χρηματοδότηση από έργο δίκτυο ή συνασπισμός (π.χ., εργαστήριο δεδομένων)	Δομική/μόνιμη λειτουργική «αλυσίδα γνώσεων» (π.χ., κέντρο δεδομένων, παρατηρητήριο τουρισμού)
Ο ρόλος των DMO στη διαχείριση δεδομένων	Ο DMO ως βασικός χρήστης δεδομένων, τα οποία κυρίως σχετίζονται με σκοπούς μάρκετινγκ	Ο DMO ως χορηγός ad-hoc/προσωρινών συνεργασιών δεδομένων	Ο DMO ως οργανισμός εξόρυξης δεδομένων, με ηγετικό ρόλο στην προώθηση και ενίσχυση των δομικών «αλυσίδων γνώσεων»
Κάτοικοι	Παθητικοί	Συμμετέχοντες στην τουριστική ανάπτυξη	Συνδεδεμένοι, δημιουργικοί, ενεργά εμπλεκόμενοι
Τουρίστες	Απομονωμένοι σε μια περιορισμένη ζώνη γνώσεων σχετικά με τον τουριστικό προορισμό	Ενημερωμένοι για τον προορισμό και τις προσφορές του	Καλύτερα συνδεδεμένοι, μοιράζονται δεδομένα, συν-δημιουργοί εμπειρίας Πρέσβεις προορισμού



# Συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων

## Η αξία των συνεργασιών που βασίζονται στα δεδομένα

**Διάφορα αυτόνομα ενδιαφερόμενα μέρη**, τόσο άτομα όσο και οργανισμοί, λειτουργούν στους τουριστικούς προορισμούς. Παρόλο που αυτοί οι παράγοντες μπορεί να είναι ετερογενείς σε σχέση με το λειτουργικό περιβάλλον, την κουλτούρα και τους στόχους τους, **όλοι ωφελούνται από και συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού** και στην αυξημένη ανταγωνιστικότητα, αειφορία και ανθεκτικότητά του.

Προκειμένου να μεγιστοποιήσουν την ανάπτυξη του προορισμού, **θα έχουν όλοι υγιείς σχέσεις και θα συνεργάζονται ειδικά στην κοινή χρήση και διανομή δεδομένων** – και καθώς τα δεδομένα κυρίως παράγονται και διαχειρίζονται από ιδιώτες, χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις συνεργασίες δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Σύμφωνα με την [Ευρωπαϊκή Επιτροπή](#) (2022), οι μικροεπιχειρήσεις και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 99,8% των τουριστικών επιχειρήσεων στην ΕΕ. Η παροχή μιας στρατηγικής υποστήριξης για να στοχεύσουν στις συγκεκριμένες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν με την από κοινού χρήση δεδομένων μπορεί να διευρύνει σημαντικά τα οφέλη για το οικοσύστημα τουρισμού.

Πράγματι, οι συνεργασίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα γίνονται ο ακρογωνιαίος λίθος των μηχανισμών λήψης αποφάσεων και η βασική φόρμουλα για την επίτευξη επιτυχημένων πολιτικών. Ως παράδειγμα, η Πρωτοβουλία [Urban Agenda for the EU](#) εστιάζει σε συγκεκριμένα θέματα προτεραιότητας στο πλαίσιο 14 ειδικών συνεργασιών για την προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας της ζωής σε αστικές περιοχές.

Επιπλέον, η προώθηση της ικανότητας δικτύωσης και συνεργασιών ενός DMO αυξάνει την εξουσία του κι έτσι την ικανότητά του για επιτυχημένη διακυβέρνηση.

Κάποιες μελέτες περιγράφουν τον ρόλο των DMO στους έξυπνους προορισμούς ως έξυπνων κέντρων, επιφορτισμένων με την υποστήριξη του ανοίγματος των δεδομένων, της ρύθμισης του απορρήτου των δεδομένων και της δημιουργίας συνεργασιών. Αυτός ο εκδημοκρατισμός των δεδομένων περιλαμβάνει όλους τους φορείς της τουριστικής αλυσίδας αξίας με ιδιαίτερη εστίαση στον ιδιωτικό τομέα και ειδικότερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου και για να γίνουν προορισμοί που βασίζονται στα δεδομένα, οι διευθυντές τουρισμού θα πρέπει να **εκμεταλλεύονται την ποικιλία των διαθέσιμων ομάδων δεδομένων**, εστιάζοντας στην πλευρά τόσο της προσφοράς όσο και της ζήτησης της αγοράς (π.χ., [ταξίδι στη Λιθουανία](#)). Το παρακάτω πλαίσιο ρίχνει μια ματιά στις πληροφορίες που μπορεί να αξιοποιήσει ένας προορισμός για να βελτιώσει τις τουριστικές προσφορές και την ανταγωνιστικότητά του. Η κατανόηση του εάν αυτά τα είδη πληροφοριών είναι διαθέσιμα και ποιος είναι ο ιδιοκτήτης, βοηθάει τους προορισμούς να **προσδιορίσουν και να ιεραρχήσουν πιθανές συμμαχίες**, να ξεκινήσουν ομάδες εργασίας και επιτροπές και να αυξήσουν τις δραστηριότητες σχολιασμού και επικοινωνίας μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Τα βασικά βήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη προκειμένου να αξιολογηθεί και να γίνει κατανοητή η ενδεχόμενη αξία αυτών των συνεργασιών και να ιεραρχηθούν σωστά, περιλαμβάνει μια αρχική **χαρτογράφηση των αναγκών του οικοσυστήματος και να βρεθούν και να χαρτογραφηθούν οι ενδεχομένως διαθέσιμες πηγές δεδομένων**. Εάν χρειάζεστε υποστήριξη για να χαρτογραφήσετε το οικοσύστημα δεδομένων σας, μπορείτε να ξεκινήσετε με το [Εργαλείο και Οδηγό Χαρτογράφησης Οικοσυστήματος Δεδομένων](#) που έχει δημιουργήσει το ODI.

## Ο κεντρικός ρόλος των δεδομένων και των διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών ενός οικοσυστήματος έξυπνου τουρισμού



### Παραδείγματα πηγών δεδομένων για συνεργασίες



- **Δεδομένα συναλλαγών** (online κρατήσεις και αγορές, συναλλαγές καταναλωτών με πιστωτικές κάρτες). Μπορούν να παρέχουν τάσεις δαπανών και μπορούν να χρησιμοποιούνται για τη συλλογή τάσεων και ανάλυση στόχων.
- **Δεδομένα συσκευών** (δεδομένα GPS, περιαγωγής κινητής τηλεφωνίας, bluetooth, RFID, Wi-Fi και συσκευών έξυπνης πόλης). Μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για τις συμπεριφορές και τις μετακινήσεις των τουριστών και μπορούν να χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία αυξανόμενα εξατομικευμένων υπηρεσιών και άμεσων πόρων στα περισσότερα δημοφιλή σημεία.
- **Ομάδες δεδομένων ιδιωτικών επιχειρήσεων** (δεδομένα επιβατών αεροπορικών εταιριών, δεδομένα κενών θέσεων σε ξενοδοχεία, κρατήσεων σε εστιατόρια, δεδομένα ενοικίασης). Μπορούν επίσης να χρησιμοποιούνται για την πρόβλεψη της ζήτησης και των τουριστικών ροών και για την ανάλυση των στόχων της αγοράς.





# Συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων

## Οι στόχοι των συνεργασιών που βασίζονται στα δεδομένα

Η υποκείμενη ώθηση για τη συνεργασία είναι ότι όλοι οι συνεργάτες θα ωφεληθούν από αυτήν. Πράγματι, οι συνεργασίες δημιουργούνται για μια ποικιλία λόγων, με τα πιο προφανή οφέλη από την από κοινού χρήση δεδομένων να είναι οικονομικά. **Μπορούν να δημιουργηθούν συνεργασίες για την επίτευξη υψηλότερων επιπέδων αποτελεσματικότητας ή οικονομικών κλίμακας, για το άνοιγμα αγορών που ήταν προηγουμένως μη προσβάσιμες ή απλά για τη συγκέντρωση πόρων - οικονομικών και/ή ανθρωπίνων.**

Συγκεκριμένοι στόχοι των συνεργασιών μπορούν να προσανατολίζονται προς τους κατόχους δεδομένων, τους νεωτεριστές, τους μεσολαβητές και/ή το σύνολο της κοινωνίας. Οι DMO μπορούν να διευκολύνουν τη δημιουργία συνεργασιών βοηθώντας τους διαφορετικούς φορείς να προσδιορίσουν τις ευκαιρίες που προσφέρονται από τα δεδομένα και να τους φέρουν σε επαφή για την επίτευξη μιας κοινής στρατηγικής.

Οι κανόνες αυτών των συνεργασιών θα πρέπει να είναι πολύ ξεκάθαροι για τον ιδιωτικό τομέα από την αρχή, προκειμένου να αποφευχθεί η δημιουργία προσδοκιών που δεν θα επιτευχθούν.

Οι πολύ υψηλές ή οι παραπλανητικές προσδοκίες μπορεί να δημιουργήσουν απογοήτευση μεταξύ των συνεργατών, επιδεινώνοντας την ποιότητα της συνεργασίας και, στις χειρότερες περιπτώσεις, τερματίζοντας τη σχέση μεταξύ των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων. Λόγω αυτού, είναι σημαντικό να θυμάστε ότι **θα πρέπει να ικανοποιούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις για την επιτυχημένη συμμετοχή των ιδιωτικών φορέων:**

- Θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα όλων των φορέων, διασφαλίζοντας ότι τα σχετικά και πολύτιμα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κοινού με τον ιδιωτικό τομέα.
- Οι συνεργασίες θα πρέπει να συνεισφέρουν στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων.
- Η συνεργασία θα πρέπει να επιτρέπει την επιτάχυνση της ψηφιοποίησης του τομέα.

## Οι στόχοι των συνεργασιών που βασίζονται στα δεδομένα ανά κατηγορία ενδιαφερόμενου μέρους και τα κίνητρό τους για να συμμετάσχουν

### ΚΑΤΟΧΟΙ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ: οργανισμοί που προσφέρουν τα δεδομένα στη σχέση κοινής χρήσης δεδομένων



- Αποταμιεύσεις κόστους και αποτελεσματικότητας
- Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών
- Λύσεις στις επιχειρηματικές προκλήσεις
- Ανοιχτή καινοτομία
- Πρόσβαση στο ταλέντο
- Διερεύνηση δεδομένων
- Βελτιωμένη δομή εσωτερικών δεδομένων
- Αυξημένη νομική συμμόρφωση
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων

### ΧΡΗΣΤΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ: Οργανισμοί που χρησιμοποιούν δεδομένα τα οποία προσφέρονται από έναν κάτοχο δεδομένων για την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών



- Πρόσβαση στα δεδομένα
- Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων
- Πληροφορίες σε νέες αγορές
- Επιχειρηματικές σχέσεις με τους κατόχους δεδομένων

### ΜΕΣΟΛΑΒΗΤΕΣ: Παίζουν ρόλο σε πολλές σχέσεις από κοινού χρήσης δεδομένων



- Εμπορεύσιμο προϊόν / προσφορά υπηρεσίας
- Στόχοι που είναι συγκεκριμένοι για τον οργανισμό

### ΚΟΙΝΩΝΙΑ



- Καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες
- Αυξημένη ιδιωτικότητα
- Σχέση με κατόχους δεδομένων

## Μορφές από κοινού χρήσης δεδομένων

Η αξία των δεδομένων μπορεί να μην μεγιστοποιείται με μόνο μία περίπτωση από κοινού χρήσης δεδομένων. Αντίθετα, η από κοινού χρήση δεδομένων ξεκλειδώνει τις λεγόμενες αλυσίδες αξίας μεγάλων δεδομένων, όπου μεγάλες ποσότητες δεδομένων συλλέγονται και επεξεργάζονται σε πολλά σχετικά βήματα. Αυτό απαιτεί τη δημιουργία πλαισίων όπου τα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιούνται από κοινού με συνέπεια. Εδώ παρακάτω παρέχουμε μια επισκόπηση καθιερωμένων πρακτικών που διευκολύνουν μια μορφή από κοινού χρήσης δεδομένων:

- **Πλατφόρμες Data commons:** Πόροι που τηρούνται συνολικά, προσβάσιμοι σε όλα τα μέλη μιας ομάδας (π.χ., [data commons](#) ή [data commons πόλης](#) στη Βαρκελώνη).
- **Συνεργασίες δεδομένων:** Ιδιωτικά δεδομένα που ωφελούν την κοινωνία και που χρησιμοποιούνται από κοινού για το καλό της κοινωνίας (π.χ., [συνεργασίες δεδομένων](#)).

- **Αγορές δεδομένων:** Ενδιάμεσες πλατφόρμες ή online καταστήματα, μέσω των οποίων μπορούν να αγοραστούν ή να πουληθούν δεδομένα
- **Ανοιχτά δεδομένα:** Δεδομένα τα οποία έχουν άδεια και είναι διαθέσιμα για πρόσβαση, χρήση και κοινή χρήση για κάθε σκοπό από όλους. Τα προσωπικά δεδομένα δεν μπορούν ποτέ να είναι ανοιχτά δεδομένα (π.χ., [Ευρωπαϊκή πύλη δεδομένων, από κοινού χρήση πληροφοριών της περιοχής του Ελσίνκι](#) ή [ανοιχτά δεδομένα Μάλτας](#)).
- **Χώροι δεδομένων:** πρωτοβουλίες με στόχο την παροχή πρόσβασης σε δεδομένα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στοχεύει να ξεκινήσει εννέα τομεακούς, ευρωπαϊκούς χώρους δεδομένων, σε σχέση με τους κανόνες και τις αξίες της ΕΕ. Αυτοί οι χώροι δεδομένων θα αλληλοσυνδέονται, παρέχοντας μεγάλες ευκαιρίες πρόσβασης σε δεδομένα στους χειριστές που εργάζονται σε οριζόντιο τομέα όπως ο τουρισμός. Ένα παράδειγμα παρόμοιας πρωτοβουλίας σε εθνικό επίπεδο είναι ο γερμανικός [Χώρος δεδομένων κινητικότητας](#).



# Συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων

## Τύποι συνεργασιών

Οι συνεργασίες μεταξύ διαφορετικών ενδιαφερόμενων μερών μπορούν να παρουσιάσουν πολλές προκλήσεις, που σχετίζονται, μεταξύ άλλων, με τις διαφορετικές οργανωτικές κουλτούρες και τα νομικά και γραφειοκρατικά εμπόδια. Προκειμένου να ξεπεραστούν αυτές οι προκλήσεις, είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη οι διαφορετικές διαθέσιμες επιλογές για τη δημιουργία μιας συνεργασίας και να επιλέγεται η πιο κατάλληλη για τους οργανισμούς που συμμετέχουν και για τους στόχους σας. Με αυτόν τον σκοπό, ένας μη εξαντλητικός κατάλογος **διαφορετικών τύπων ενδεχόμενων συνεργασιών** περιλαμβάνει:

- **Όμιλο/ομίλους** - μια συγκέντρωση πόρων για την απόκτηση οφέλους που δεν μπορούσαν να αποκτήσουν από μόνοι τους (π.χ., κοινά δεδομένα, κοινή τεχνολογία, κοινές υπηρεσίες).
- **Κοινοπραξίες** - ένα συνεργατικό έργο (που τυπικά συνδέει διαφορετικές δεξιότητες/πόρους), το οποίο επιδιώκει μια ευκαιρία, μοιραζόμενο τους κινδύνους που σχετίζονται με την ανάπτυξή του.
- **Στρατηγικές συμμαχίες** - γενικά μια πιο μακροπρόθεσμη συμφωνία για την επίτευξη κοινών στόχων. Μπορεί να περιλαμβάνει τόσο μεγαλύτερους όσο και μικρότερους παρόχους υπηρεσιών με συμπληρωματικούς πόρους και εξειδίκευση. Ονομάζονται «στρατηγικές» επειδή οι στόχοι έχουν ζωτική σημασία στη συνολική στρατηγική ανάπτυξης της επιχείρησης/της αγοράς των συνεργατών.
- **Συλλογή και εκμετάλλευση δεδομένων συνεργασίας** - συμφωνία για τη συλλογή, τη συγκέντρωση και την εκμετάλλευση των δεδομένων των συνεργατών. Αυτό μπορεί να είναι ένα καλό μοντέλο για ενδιαφερόμενα μέρη που δημιουργούν και χρησιμοποιούν δεδομένα για δημόσια χρήση. Μπορεί να είναι ένα μοντέλο ενιαίας κατηγορίας, όπου οι πάροχοι δεδομένων, όπως οι δημόσιοι φορείς, συνεργάζονται ή ένα μοντέλο πολλών ενδιαφερόμενων μερών, όπου οι πάροχοι δημοσίων δεδομένων συνεργάζονται με παρόχους υπηρεσιών που διαχειρίζονται προσωπικά δεδομένα.

- **Δίκτυα οργανισμών** - μια συμμαχία πολλών οργανισμών, στην οποία οι επιχειρήσεις μέλη συνεργάζονται για να επιτύχουν κοινούς στόχους.

- **Εξωτερική ανάθεση** - ανάθεση μη βασικών υπηρεσιών σε τρίτους παρόχους.

Λόγω της σημασίας της ψηφιοποίησης και της νέας οικονομίας δεδομένων, αξίζει να αναφερθούν μερικές νεοαναδυόμενες τυπολογίες με περισσότερες λεπτομέρειες:

- **Ψηφιακά Κέντρα Καινοτομίας (DIH):** Τα DIH μπορούν να λάβουν διαφορετικές νομικές μορφές, ανάλογα με τη χώρα/περιφέρεια (π.χ., ένωση ή όμιλος). Τα DIH ενώνουν δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, συμπεριλαμβανομένων των πανεπιστημίων και των ερευνητικών κέντρων, προκειμένου να **υποστηρίξουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και της δημόσιας διοίκησης**.

- **Συστάδες:** ενώσεις που εστιάζουν στον τομέα ή το θέμα, οι οποίες επιτρέπουν στους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς να αλληλεπιδρούν, να προάγουν την καινοτομία και να ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα μιας συγκεκριμένης βιομηχανίας. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας Συστάδων εξυπηρετεί ως κέντρο γνώσης σε μια ποικιλία θεμάτων, ενώ επίσης προάγει το ταίριασμα μεταξύ οργανισμών.

Τέλος μπορείτε να αποφασίσετε να ενώσετε τις δυνάμεις σας με άλλους οργανισμούς στο πλαίσιο των ευκαιριών χορηγιών και χρηματοδότησης. Τα διαφορετικά προγράμματα μπορεί να έχουν συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Εάν αναζητάτε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το **πώς να ετοιμάσετε μια πρόταση στο Horizon Europe**, μπορείτε να ξεκινήσετε από [αυτό το διαδικτυακό σεμινάριο](#) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

### Σχετικά δίκτυα και πρωτοβουλίες



- **Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Smart Tourism:** ο ετήσιος διαγωνισμός Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας Smart Tourism στοχεύει στον προσδιορισμό και την υποστήριξη ευρωπαϊκών αριστείων έξυπνου τουρισμού και επίσης καθιερώνει ένα πλαίσιο για τη δικτύωση και την ανταλλαγή καλών πρακτικών.
- **Πρόκληση Ψηφιακών Πόλεων** Η Πρόκληση Ψηφιακών Πόλεων φιλοδοξεί να κάνει τις πόλεις καλύτερα μέρη για να ζει κανείς. Μπορείτε να εμπνευστείτε και να μάθετε από την εμπειρία περισσότερων από 40 πόλεων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα.
- **Πρόκληση Έξυπνων Πόλεων (ICC):** η ICC υποστηρίζει 136 πόλεις στη χρήση τεχνολογιών αιχμής για να οδηγήσουν στην έξυπνη, πράσινη και κοινωνικά υπεύθυνη ανάκαμψη. Το έργο εστιάζει επίσης στην πράσινη και ψηφιακή μετάβαση στον τουρισμό, που είναι ένα από τα κύρια θεματικά κομμάτια.
- **Ισπανικό δίκτυο Smart Tourism Destinations:** απευθύνεται στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών και στην ποιότητα της ζωής των πολιτών βάσει 5 αξόνων: διακυβέρνηση, καινοτομία, τεχνολογία, προσβασιμότητα και αειφορία.

### Πληροφορίες για ευκαιρίες που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ

- **Οδηγός για τη χρηματοδότηση του τουρισμού από την ΕΕ:** σε αυτή τη σελίδα μπορείτε να βρείτε πληροφορίες και κατευθυντήριες γραμμές για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης από την ΕΕ για τον τομέα του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένης μιας [εισαγωγής στη χρηματοδότηση και τους διαγωνισμούς της ΕΕ](#), ενός ενημερωμένου καταλόγου επί του παρόντος ανοιχτών προσκλήσεων για τουρισμό και άλλων.



# Συνεργασίες που βασίζονται στα δεδομένα μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων

## Δημόσιες συμβάσεις και προμήθειες καινοτομίας

Οι δημόσιες συμβάσεις είναι η νομική μορφή που χρησιμοποιείται από τη δημόσια διοίκηση για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Στον τομέα των δεδομένων, η δημόσια διοίκηση μπορεί να χρειάζεται πρόσβαση σε διαφορετικές ομάδες δεδομένων που πωλούνται στην αγορά και που μπορούν να αποκτηθούν μέσω συμβάσεων. Ωστόσο, όταν είναι δυνατόν, οι δημόσιες διοικήσεις μπορούν να ωφεληθούν από την ιεράρχηση συνεργασιών ή συμβάσεων κοινής χρήσης δεδομένων με όφελος για όλους, που περιλαμβάνουν προϊόντα (δεδομένα) και υπηρεσίες (επιστημόνων δεδομένων).

Βάσει των συνολικών στρατηγικών στόχων και αναγκών τους, οι οργανισμοί θα πρέπει να ξεκινήσουν **μια στρατηγική για την απόκτηση εξωτερικών δεδομένων**, πέρα από τη σύμβαση για μια μεμονωμένη ομάδα δεδομένων, καθορίζοντας ξεκάθαρες προτεραιότητες, αξιολογώντας κόστος και οφέλη και τους διαθέσιμους πόρους για την αγορά δεδομένων, προκειμένου να εργαστούν επάνω σε αυτό και να διασφαλίσουν την ποιότητα των δεδομένων.

Για τις δημόσιες διοικήσεις που εργάζονται προς μια προσέγγιση Smart Tourism, ένα ελκυστικό εργαλείο είναι οι **προμήθειες καινοτομίας**, που μπορούν να πάρουν τη μορφή της απόκτησης καινοτόμων λύσεων μέσω της προμήθειας υπηρεσιών έρευνας και ανάπτυξης, της προμήθειας καινοτόμων λύσεων που δεν είναι ακόμα διαθέσιμες ή δεν υπάρχουν στην αγορά ή της προμήθειας καινοτόμων λύσεων που υπάρχουν αλλά δεν είναι ευρέως διαθέσιμες στην αγορά. Για να ανακαλύψετε περισσότερα για την προμήθεια καινοτομίας, μπορείτε να συμβουλευτείτε τα παρακάτω υλικά:

- **Κατευθυντήριες γραμμές ΕΕ για τις προμήθειες καινοτομίας:** είναι διαθέσιμες σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ και περιλαμβάνουν πρακτικές πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο έναρξης και ανάπτυξης προμηθειών έργων καινοτομίας
- **Εργαλειοθήκη EAFIP για τις προμήθειες καινοτομίας:** διαδικτυακός οδηγός τριών ενότητων, ο οποίος προσφέρει υποστήριξη στα άτομα που χαράσσουν τις πολιτικές στον σχεδιασμό στρατηγικών και στους προμηθευτές και τα νομικά τους τμήματα στην υλοποίηση προμηθειών καινοτομίας.

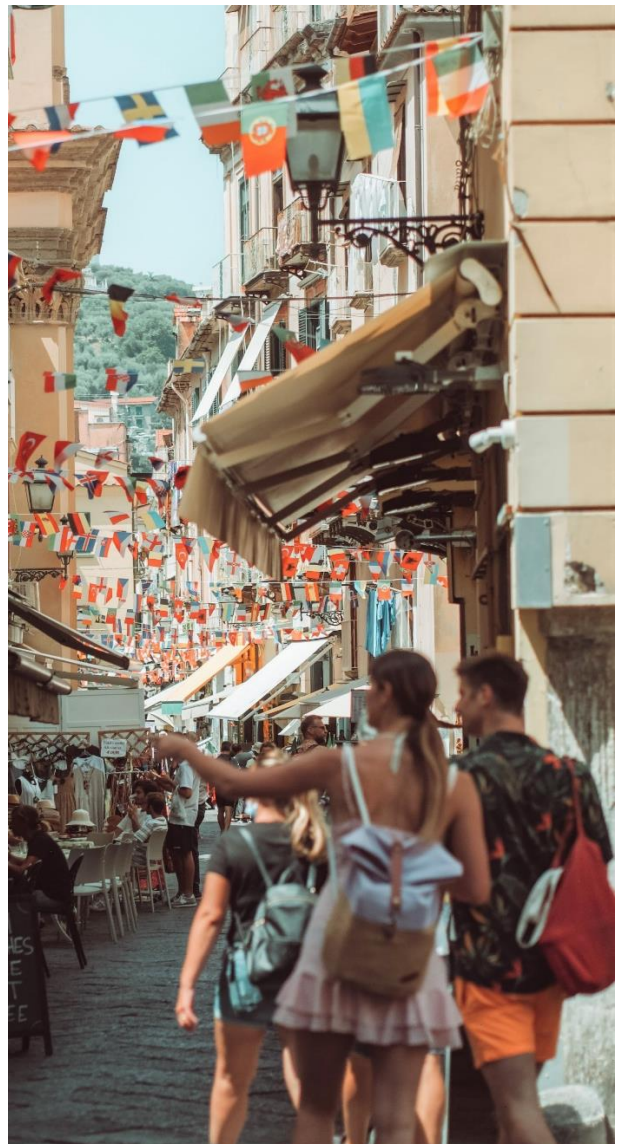
## Πώς να δημιουργήσετε τις προϋποθέσεις για να ενθαρρύνετε την από κοινού χρήση δεδομένων και τις συνεργασίες

Για προορισμούς το οικοσύστημα των οποίων είναι λιγότερο ώριμο σε σχέση με την κουλτούρα από κοινού χρήσης δεδομένων, η προσπάθεια δημιουργίας των απαραίτητων συνεργασιών μπορεί να αποτελεί σημαντική πρόκληση. Σε αυτές τις περιπτώσεις, γίνεται απαραίτητη η εργασία επάνω στη δημιουργία των συνθηκών που θα ενθαρρύνουν πιο δομημένη από κοινού χρήση δεδομένων στο μέλλον.

Οι ενδεχόμενες δράσεις για την έναρξη της δημιουργίας μιας κουλτούρας από κοινού χρήσης δεδομένων και για την προώθηση της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων μερών περιλαμβάνουν:

- **Αξιολόγηση και κοινοποίηση των οφελών** της χρήσης δεδομένων για τον προορισμό και για την ενημέρωση του κύκλου της πολιτικής. Ενημερώνοντας σχετικά με τα οφέλη που αποφέρει η λήψη αποφάσεων που βασίζονται στα στοιχεία, ένας προορισμός θα προάγει μια κουλτούρα από κοινού χρήσης δεδομένων, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά.

- **Ενίσχυση του ενδιαφέροντος** των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της διάδοσης καλών πρακτικών και παραδειγμάτων λύσεων έξυπνου τουρισμού
- **Δημιουργία αποκλειστικών περιβαλλόντων** (π.χ., εργαστηρίων καινοτομίας, ζωνών καινοτομίας κ.λπ.) όπου διαφορετικοί οργανισμοί – συμπεριλαμβανομένων των ιδιωτικών επιχειρήσεων – μπορούν να συνεργαστούν για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις στον τουρισμό. Ειδικότερα, τα δοκιμαστήρια δεδομένων μπορούν να ενθαρρύνουν την ανακάλυψη και τον έλεγχο των λύσεων που βασίζονται στα δεδομένα. Η κλιμάκωση, σε βήματα, από τα έργα μικρού μεγέθους είναι η συσυστώμενη προσέγγιση.
- **Δημιουργία εμπιστοσύνης** επιδεικνύοντας τη δέσμευση του προορισμού σε μια **υπεύθυνη και ηθική χρήση των δεδομένων**. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί συμφωνώντας σε κοινές πρακτικές – όπως η τήρηση του Κώδικα Δεοντολογίας για την από κοινού χρήση δεδομένων στον τουρισμό.
- **Δίνοντας το παράδειγμα**, κάνοντας δεδομένα διαθέσιμα σε τρίτους μέσω ανοιχτών API. Αυτό συνεφέρει στη δημιουργία λύσεων που βασίζονται στα δεδομένα από ιδιωτικές επιχειρήσεις, διαμορφώνοντας τις συνθήκες για ψηφιακό μετασχηματισμό προς την καινοτομία.





**Έλεγχος δεδομένων: Μια εργαλειοθήκη για  
τουριστικούς προορισμούς**

Smart Tourism Destinations

SI2.843962

Φεβρουάριος 2023



Υπεύθυνη διαχείρισης  
είναι η Ευρωπαϊκή  
Επιτροπή

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτή την  
Εργαλειοθήκη, επικοινωνήστε με την:

Intellera Consulting

Giovanna Galasso – Συνεργαζόμενη εταίρος

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

