

Andmete valdamine: turismisihtkohtade tööriistakomplekt



Tööriistakomplekti koostasid Euroopa Komisjoni DG GROW jaoks



Smart Tourism Destinations | SI2.843962

Autorid

Projekti põhipartnerid: Giovanna Galasso (Intellera Consulting), Costanza Bersani (Intellera Consulting), Tommaso Messina (Intellera Consulting), Alberto Venditti (Intellera Consulting)

Sõltumatud eksperdid: 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

Veebruar 2023

Käesolev teave on mõeldud üksnes üldise teabe saamiseks ja ei tohiks asendada professionaalsete nõustajatega konsulteerimist.

Kuigi oleme teinud kõik endast oleneva, et selles dokumendis sisalduv teave pärineb usaldusväärsetest allikatest, ei vastuta PwC, Inllera Consulting, CARSA ja Malaga Ülikool vigade või väljajätmistega selle teabe kasutamisest saadud tulemuste eest. Kogu dokumendis sisalduv teave on esitatud „sellisena „nagu on“, ilma täielikkuse, täpsuse, õigeaegsuse või selle teabe kasutamise tulemuste garantiita ning ilma igasuguse otsese või kaudse garantiita, sealhulgas, kuid mitte ainult, toimivuse, turustatavuse ja konkreetseks otstarbeks sobivuse osas.

Mitte mingil juhul ei vastuta PwC, Inllera Consulting, CARSA ja Malaga Ülikool, nendega seotud partnerlused või ettevõtted või nende partnerid, agendid või töötajad teie ega kellegi teise ees mis tahes otsuse või tegevuse eest, mis on tehtud dokumendis esitatud teabele tuginedes või mis tahes tagajärgede, eriliste või sarnaste kahjude eest, isegi kui selliste kahjude võimalikkusest on teavitatud.

Projekti on rahastanud Euroopa Komisjon teenuslepinguga pilootprojekt „Smart Tourism Destinations“ – GROW-2020-OP-0014 – number SI2.843962

Selles dokumendis esitatud teave ja seisukohad on autori(te) omad ja ei pruugi kajastada komisjoni ametlikku arvamust. Komisjon ei taga käesolevas uuringus esitatud andmete täpsust. Komisjon ega ükski komisjoni nimel tegutsev isik ei vastuta selles sisalduva teabe võimaliku kasutamise eest

Allikale viitamisel on paljudamine lubatud.

Haldab Euroopa Komisjon





Kuidas tööriistakomplekti kasutada: teie teekond nutika turismi poole

Nutika turismi lähenemisviisi uurimisest rakendamiseni

Nutika turismi lähenemisviisini viival teekonnal määratletakse tööriistakomplektis neli peamist sammu alates nutika turismi kui kontseptsiooni uurimisest kuni selle konkreetse rakendamiseni.

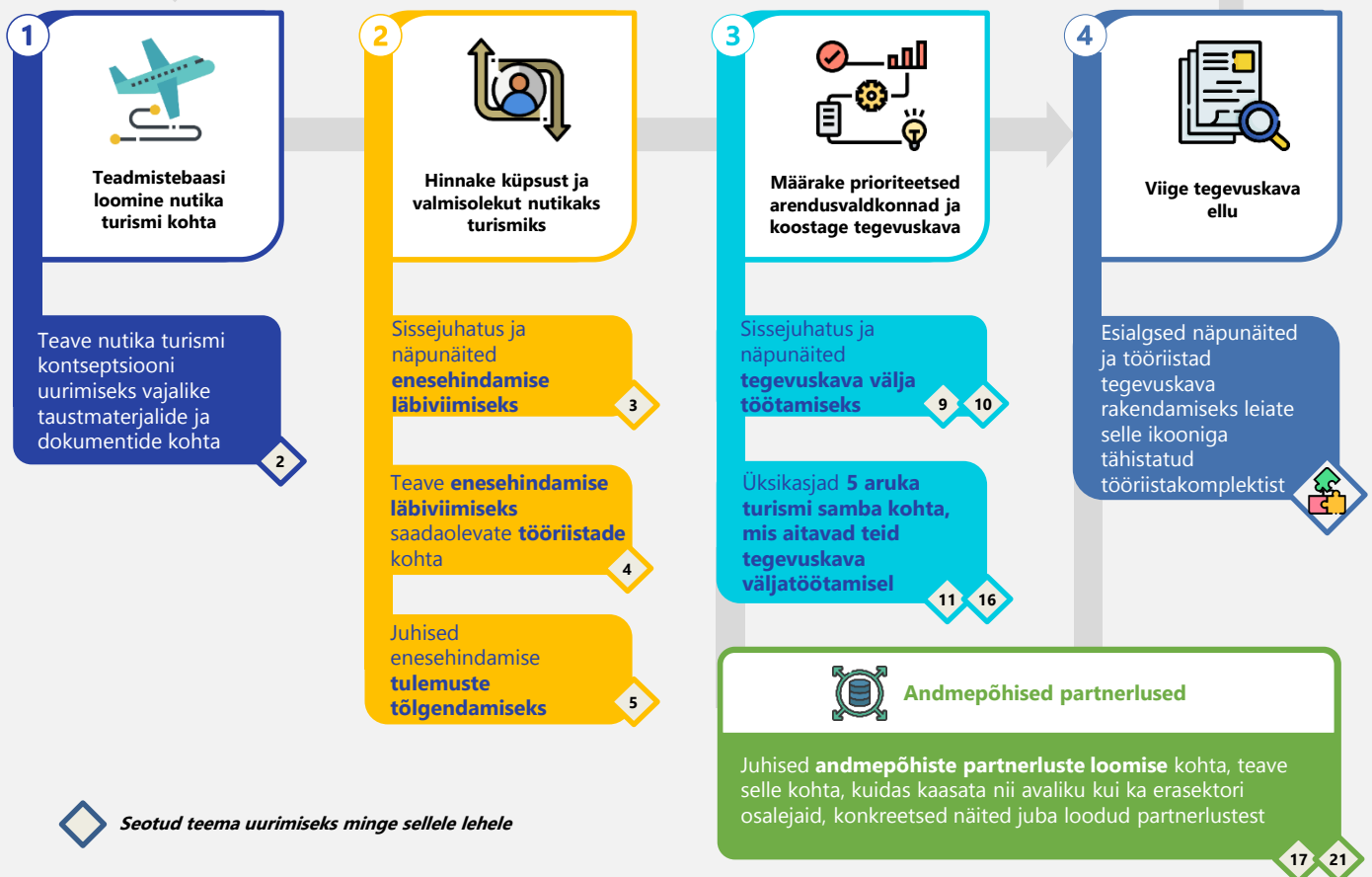
Alloleval joonisel on selle teekonna kokkuvõtlik ülevaade esimesest kuni neljanda sammuni ning allolevas kassis on juhised tööriistakomplekti kasutamiseks ning asjakohase teabe, juhiste ja näpunäidete leidmiseks.

Lisaks nende nelja sammuga seotud juhistele ja näpunäidetele sisaldab tööriistakomplekt viimast peatükki, mis on pühendatud andmepõhisele partnerlusele

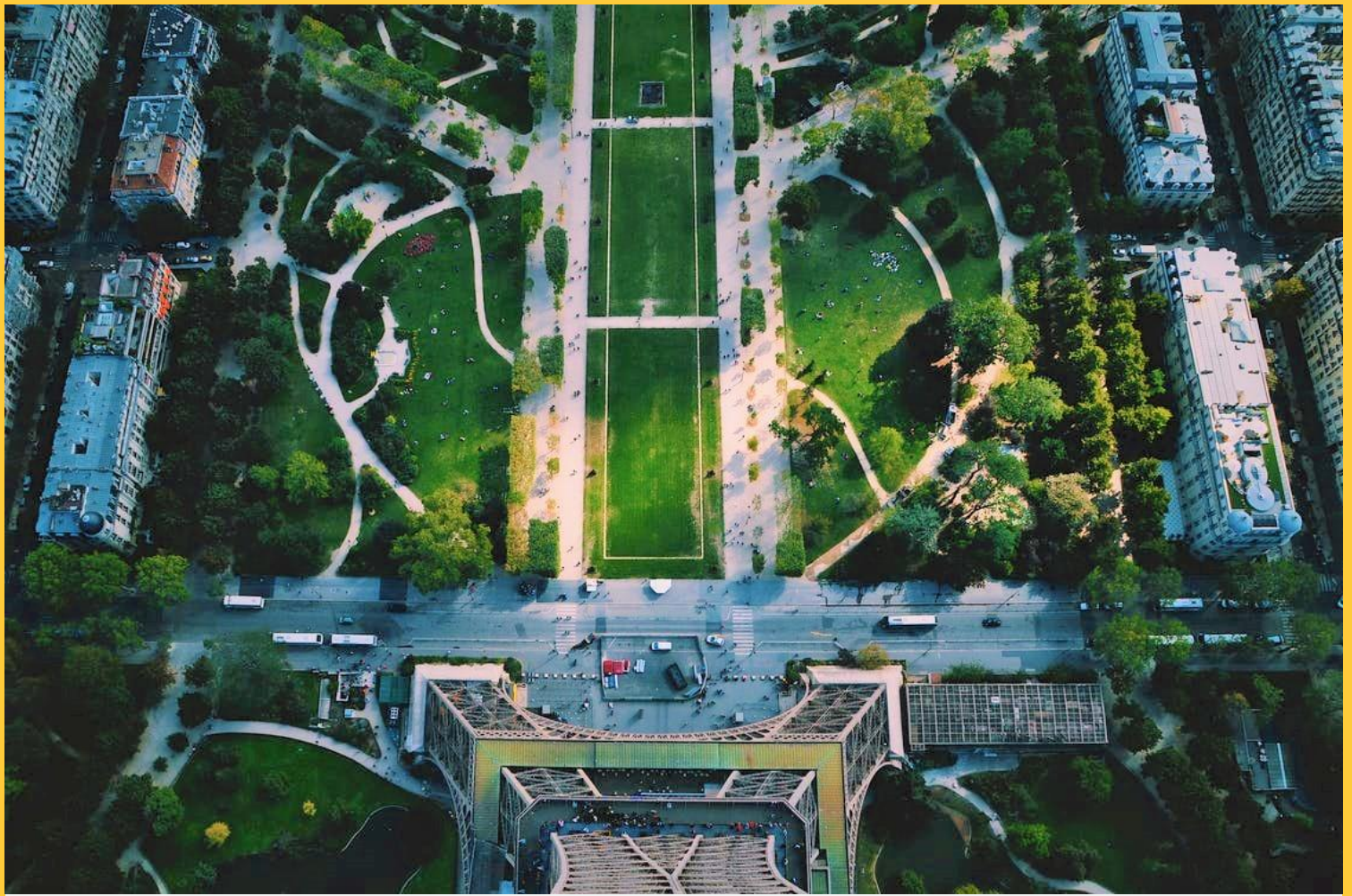
ning avaliku ja erasektori organisatsioonide koostööle. See on läbiv teema, mis põimub nii tegevuskava väljatöötamise kui ka selle rakendamisega.

Üldiselt keskendub tööriistakomplekt peamiselt juhiste andmisele nutika turismi küpsuse hindamise ja tegevuskava väljatöötamisega seotud 2. ja 3. sammu kohta. Projekti raames välja töötatud täiendavad materjalid, eelkõige 4. sammu kohta, tehakse kättesaadavaks projekti Smart Tourism Destinations veebilehel.

Vaadake olek korrapäraselt üle, alustades uuesti 1. sammust



Kui otsite täiendavaid juhiseid, materjale ja vahendeid, kuidas rakendada teekaarti ja tugevdada nutika turismi lähenemisviisi, soovime teil jälgida projekti Smart Tourism Destinations veebilehe [digiraamatukogu](#) ja [veebiseminaride](#) jaotisi, kus saate tutvuda meie projekti kaudu välja töötatud ja kättesaadavaks tehtud materjalidega, mis on spetsiaalselt suunatud nutikate turismisihukohtade toetamisele nende teekonnal.



Sisukord



Samm 1: uurige nutika turismi lähenemisviisi..... 3



Samm 2: hinnake küpsust ja valmisolekut nutikaks turismiks..... 4



Samm 3: nutika turismi tegevuskava väljatöötamine.....7

Strateegia ja juhtimine..... 9

Andmete kogumine ja haldamine..... 10

Inimkapital ja oskused..... 12

Teadmussiire..... 13

Ökosüsteemi juhtimine..... 14



Andmepõhised partnerlussuhted avaliku ja erasektori osalejate vahel.....15

Projektist

Projekti „Smart Tourism Destinations“ (teenusleping SI2.843962, 2021–2023) rahastab Euroopa Komisjoni siseturu, tööstuse, ettevõtluse ja VKEdede peadirektoraat (DG GROW) ning seda juhivad PwC EU Services, Inllera Consulting, CARSA ja Málaga ülikool. Projekti eesmärk on toetada ELi sihtkohti rohe- ja digipöördel, et parandada nutikat ja jätkusuutlikku turismijuhtimist ELis andmete valdamise kaudu, mille all mõistetakse võimekust koguda, analüüsida ja taaskasutada turismiandmeid sidusa strateegilise kava kohaselt.





Samm 1: uurige nutika turismi lähenemisviisi

Miks peaksin olema huvitatud nutika turismi lähenemisviisi kasutuselevõtust?

Nutikas turism võib olla uuenduste edasiviiv jõud ning oluline konkurentsivõime, säästva arengu, elukvaliteedi ja turismisihthohtade vastupidavuse tegur.

Nutika turismi sihtkohaks saamist ei tohiks pidada lõppeesmärgiks, vaid pigem võimaluseks ja tõhusaks vahendiks kohalike kogukondade heaolu edendamiseks, turismisektori konkurentsivõime tõstmiseks ning jätkusuutlikuks ja vastupidavaks arenguks.

Paljud sihtkohad maailmas on juba võtnud kasutusele nutika turismi lähenemisviisi ja COVID-19 pandeemia mõju on veelgi rõhutanud vajadust muuta sektor vastupidavamaks.

Nutika turismi lähenemisviis võimaldab sihtkohtadel saavutada neid eesmärgi tehnoloogia, innovatsiooni ja koostöö abil.

Kust saan rohkem teavet nutika turismi kohta?

Nutika turismi põhiideede, võimaluste ja väljakutsete kohta lisateabe saamiseks võite lugeda **Eli nutikate turismisihthohtade andmete juhendit**. See on lühem sissejuhatus, mis aitab teil alustada oma teadmistebaasi loomist.

Kui olete juba tuttav nutika turismi kontseptsiooniga ja soovite rohkem teada tehnika taseme, prognoositavate suundumuste ja heade tavade kohta, võite lugeda **turismi andmete valdamise uuringut**. See on põhjalikum uuring, mis sisaldab heade tavade analüüsi, koostööjuhtumeid ja soovitusete loetelu.

EU guide on data for tourism destinations

Why this EU guide

All over the world tourism destinations are continuously investing and developing new strategies to increase their appeal towards prospective visitors and better manage tourism flows. To this end, many destination management organisations (DMOs) decide to pursue the use of smart destinations, by fostering innovation and the uptake of data-driven solutions to enhance their own and local stakeholders' offer and business structure. Developing new and more sustainable forms of tourism while broadening their approach to destination management. The latter has been done by creating synergies with urban smart city programmes – e.g. by sharing technologies initially used for mobility purposes only, adapting them also to tourism-specific purposes and generating economies of scale – or by establishing long-term partnerships with the private sector.

In this sense, the 2022 pandemic outbreak marked an acceleration in the process of digitalisation and in the generation of new data and insights, often based on smart data management. The necessity to support businesses and ensure administration and operational continuity by swiftly adopting digital solutions and data-driven approaches emerged in nearly any sector and industry, and the tourism one was no exception. Consequently, an ever-growing number of destinations worldwide starting their journey towards smart tourism can be observed today, both in Europe and abroad.

The following pages contain key information on the main aspects related to the implementation of smart tourism solutions, based on enhanced data-matching. The purpose is to share crucial knowledge and understanding from current tourism usage trends, observed worldwide and types of data produced in the tourism ecosystem to challenges in the implementation of data-driven approaches for tourism management. The document also includes a number of practical and actionable suggestions, based on smart tourism best practices, taking into consideration also the developments and challenges generated by the 2020 pandemic.

This guide on data for tourism destinations might therefore result useful for any type of destination willing to improve the way they collect and use data for tourism purposes and hopefully become inspirational for those cities, regions, or countries, eager to start their journey towards becoming smart tourism destinations.

Table of content

- The concept of smart tourism and key definitions 2
- Main trends in the tourism sector 3
- Types of data for tourism 6
- Key challenges in the EU tourism ecosystem 9
- Getting smart: the path of tourism destinations 11

About the project

The "Smart Tourism Destinations" project (Service Contract: 02/04/2022_2021-2023) is funded by the European Commission's Directorate General for Regional Markets, Entrepreneurship and Skills (DG GROW) and managed by PwC EU Services, Ineterra Consulting, CAJ&A and the University of Malaga. The objective of the project is to support EU destinations in their path toward a green and digital transition aimed at improving smart and sustainable management of tourism in the EU through data ecosystem, embedded in the ability to collect, manage and reuse tourism data in accordance with a common strategic plan.

EU guide on data for tourism destinations

Study on Mastering data for tourism by EU destinations

Study on Mastering data for tourism by EU destinations

It emerges that data are mostly used for the purpose of conducting market analyses and inform decision-making (44% of the 200 cases), in line with the widespread belief that data can aid the improvement of forecasts and predictions through the discovery of hidden patterns. Indeed, the possibility of making decisions on the basis of numbers and analysis rather than anecdotes and intuition is considered a key opportunity offered by data in the tourism sector. In this regard, the results of data analyses are frequently visualised through dashboards. For instance, Spigitur – the state company for the management of tourism of the Spanish Ministry of Tourism – has developed Datastar, a platform for the visualisation of different types and breakdowns of tourism data.

Figure 2 – An exemplar screenshot from the Spigitur dashboard

Source: Datastar, Survey on Tourism destination ecosystem

Data is also frequently used to improve customer interaction and engagement (43% of the 200 cases). This may be partly explained by the fact that a successful relationship with customers translates quite rapidly into increased revenues, and for this reason, destinations and companies have an immediate interest in making use of data for that purpose. Indeed, in the literature the increase of destination competitiveness is considered to be one of the key drivers for the management of data.

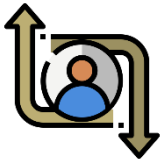
In a lesser number of cases, data is used to improve planning and operations of tourism services (25% of the 200 cases). This result may stem from the fact that – while the tourism industry is becoming smarter – it may still be lagging behind other industries as it is characterised by a high number of small-size companies with limited capabilities for investing in the extraction of value from data.

Finally, the study team also recorded a relatively low, yet still quite significant number of cases of data use with the purpose of increasing the sustainability and accessibility of a destination

24



Juhendi ja uuringu leiata allalaadimiseks **projekti Smart Tourism Destinations veebilehelt**, kus leiata ka lisaressurse ja teavet nutika turismi kohta koos projekti viimaste uuendustega. Euroopa Komisjon avaldab need dokumendid, sealhulgas juhendi tõlke kõikidesse Euroopa Liidu ametlikes keeltesse.



Samm 2: hinnake küpsust ja valmisolekut nutikaks turismiks

Enesehindamise läbiviimise eesmärk ja eelised

Esiolgu enesehindamise läbiviimine annab sihtkohtadele ülevaate nende küpsusastmetest erinevates tugisammastes, mis võimaldavad ja toetavad nutika turismi lähenemisviisi kasutuselevõttu. Esiolgu enesehindamine võib anda aluse sihtkoha nutikaks muutmise **tegevuskava** välja töötamiseks. See võimaldab end võrrelda ka teiste sarnaste sihtkohtadega.

Sihtkohad peaksid hindamist ja tegevuskava käsitlema kui tõhusaid ja omavahel seotud vahendeid, et luua strateegilistel eesmärkidel ja juhtimismehhanismidel põhinev mõõtmisraamistik. Tõepoolest, asjakohased ja mõõdetavad näitajad võivad aidata hinnata ka turismi mõju ja töötada välja turismi tulevase arengu võrdlusalused.

Lõpuks võib iga-aastane korrapärane enesehindamine võimaldada sihtkohal jälgida edusamme, vaadata läbi poliitikat, seada eesmärgid või tugimehhanisme ja pakkuda integreeritud teavet. Sellised hinnangud aitavad hõlbustada ka valdkondadevahelist dialoogi säästva turismi arengu teemal ja edendavad koordineeritult kohalikul tasandil oluliste otsuste tegemist (UNWTO, 2018). Lisaks võivad statistilised raamistikud siduda andmeallikaid ja andmete tootjaid. Sellised raamistikud on olulised, sest andmeallikad – nagu ka poliitikaemad, püüdlused ja eesmärgid – võivad aja jooksul muutuda, samas kui sellised raamistikud tagavad andmete sisulise sidumise poliitikaga.



Täiendavad allikad

- UNWTO: "[Towards a Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism](#)"
- [ELi turismi juhtpaneel](#)

Näpunäited ja juhised enesehindamise läbiviimiseks

Siit leiate nimekirja näpunäidetest ja tegevusjuhustest nutika turismi küpsuse enesehindamise läbiviimiseks. Tööriistakomplekti järgmiselt lehel leiate teavet veebitööriista kohta, mida saate kasutada enesehindamise läbiviimiseks ning juhised tulemuste tõlgendamiseks on toodud lk 3.

1

Veenduge, et olete **tuttav nutika turismi põhikontseptsioonidega**. Kasulik materjale teadmistebaasi loomiseks leiate tööriistakomplekti 1. jaotisest ja projekti veebilehelt.

2

Kaasake peamised sidusrühmad nende huvide hindamiseks, ühise visiooni väljatöötamiseks ja nende teadmiste kaasamiseks. Sellisel viisil võib hindamisprotsess ise kaasa aidata ka ühisele õppimisele, sidusrühmade osalemisele ja kohalike otsuste tegemisele. Kaaluge fookusgrupi korraldamist oma ruumides, individuaalsete intervjuude läbiviimist või lihtsalt enesehindamise lisamist olemasolevate tööriistade päevakorda, mis koondavad teie sidusrühmi.

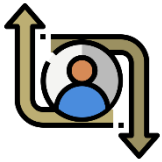
3

Mõningate sihtkohtade puhul võib olla vaja **määratleda geograafiline piirkond**, kus hindamisvahendeid kohaldatakse, arutades, millised piirkonnad kaasatakse ja miks need on selle otsuse teinud. Geograafilise ulatuse määramise samm on andmete kogumise jaoks ülioluline.

4

Koguge enesehindamiseks **vajalikud andmed ja teave**. Võite tutvuda sihtkoha haldusorganisatsioonide (DMO), muude ühenduste ja sihtkoha ametiasutuste aruannetega, projekti arendajate dokumentidega, turismiettevõtete aastaaruannetega, sihtkoha teaduslike uuringute, turundus- ja reklaammaterjalidega ning turistide, elanike ja kohalike turismiettevõtjate olemasolevate uuringutega.

Lõpuks soovime teil varuda selle etapi jaoks piisavalt aega. Sõltuvalt asukohast, ulatusest ja andmete saadavusest **võib** tüüpiline hindamisprotsess ja andmete kogumine **kesta kuni 10 päeva!**



Samm 2: hinnake küpsust ja valmisolekut nutikaks turismiks

Millist tööriista saan kasutada nutika turismi enesehindamise läbiviimiseks?

Enesehindamise läbiviimiseks saab kasutada projekti Smart Tourism Destinations raames välja töötatud küsimustikku ja veebitööriista.

See tagab küsimuste ja enesehindamise tulemuste ning analüütilise raamistiku ja tööriistakomplektis esitatud lisateabe vastavuse. Veebipõhise enesehindamise leiate meie projekti veebilehelt sihtkohtade kaupa, mis on projektis osalema valitud selle algusest peale. Nendelt sihtkohtadelt saadud tagasiside ja sisendid võimaldavad mudelit veelgi lihvida ja täiustada. Tööriist võib tulevikus olla avatud kõigile huvitatud sihtkohtadele. Vahepeal, kui soovite küsimustikku võrguühenduseta täita, leiate küsimuste täieliku loendi, mis on avalikult saadaval meie veebilehel.

Küsimustiku struktuur

Enesehindamise struktuur ja küsimused on tihedalt seotud tööriistakomplekti sisuga ja viie sambaga, mis moodustavad meie nutika turismi lähenemisviisi.

Lisaks sisaldab hindamine üldisi küsimusi, mis käsitlevad sihtkoha tüüpi, suurust ja üldisi omadusi. Need küsimused aitavad teil mõelda oma konkreetsele kontekstile.

Veebitööriista peamised omadused

Veebitööriist sisaldab selgitavaid tekste ja ressursse ning võimaldab kasutajatel registreerida konto, et vastused salvestada, tagades samal ajal andmekaitse.

Hindamise lõpus luuakse automaatne aruanne, mis saadetakse kasutajatele e-posti teel. Selles pakutakse esialgseid soovitusi tulemuste jälgimiseks ning näidatakse küpsusaste nii iga samba ja kui ka üldisel tasemel.

Enesehindamise tulemused

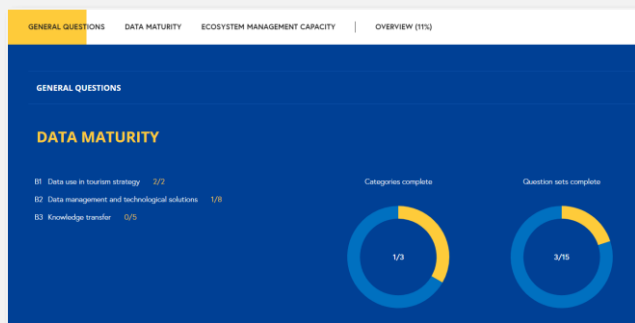
Veebitööriista loodud automaatne aruanne sisaldab:

- üldiste küpsustulemuste graafiline kujutis;
- küpsustulemused iga samba alusel kolmeastmelises skaalas;
- vastuste kokkuvõtte ja esialgsed soovitusid iga küsimuse parandamiseks

Lisateavet tulemuste tõlgendamise kohta leiate järgmiselt lehel.



Leiate juurdepääsu veebipõhisele enesehindamise tööriistale ja saate tutvuda küsimustikuga järgmisel lingil: <https://smarttourismdestinations.eu/digital-library/>

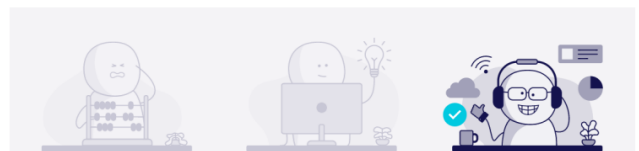


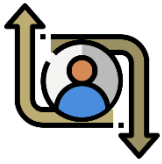
Täidetud küsimuste ülevaade

Küpsuse tulemuste graafiline kujutis konkreetse teema alusel

3.2 DATA MATURITY

3.2.1 Data use in tourism strategy





Samm 2: hinnake küpsust ja valmisolekut nutikaks turismiks

Kuidas peaksin oma tulemusi tõlgendama?

Enesehindamise tulemused annavad ülevaate sihtkohade olukorrast, arvestades nutika turismi küpsuse kolme põhietappi. Iga etapp vastab kasvavale suutlikkuse ja ressursside hulgale, mis võimaldavad sihtkohtadel järk-järgult oma eesmärgid ja tegevusi laiendada. Allpool kirjeldame lühidalt kolme küpsuse etappi, mida saate enesehindamise käigus tuvastada.

- **1. etapp – nutikas turundus:** madala küpsusastme puhul keskenduvad sihtkohad andmete kasutamisele külastajate arvu suurendamiseks, soodustades majanduslikku arengut turunduse, reklaami- ja brändimistegevuste kaudu.
- **2. etapp – nutikas juhtimine:** suurem küpsus võimaldab sihtkohtadel koguda teadmisi ja teha otsuseid turismi väärtuse, rahvahulga juhtimise funktsioonide ja külastajate voogude ennetava hajutamise kohta ajas ja ruumis.

- **3. etapp – nutikas haldamine:** enamik küpseid sihtkohti saab ellu viia nutika turismi lähenemisviisi, kasutades turismi vastutustundlikult, et muuta sihtkohad elanikele paremaks elukohaks ja turistidele külalislahkemaks. Sellega soodustatakse sidusrühmade osalemist ja koostööd ning uute juhtimismudelite väljatöötamist.

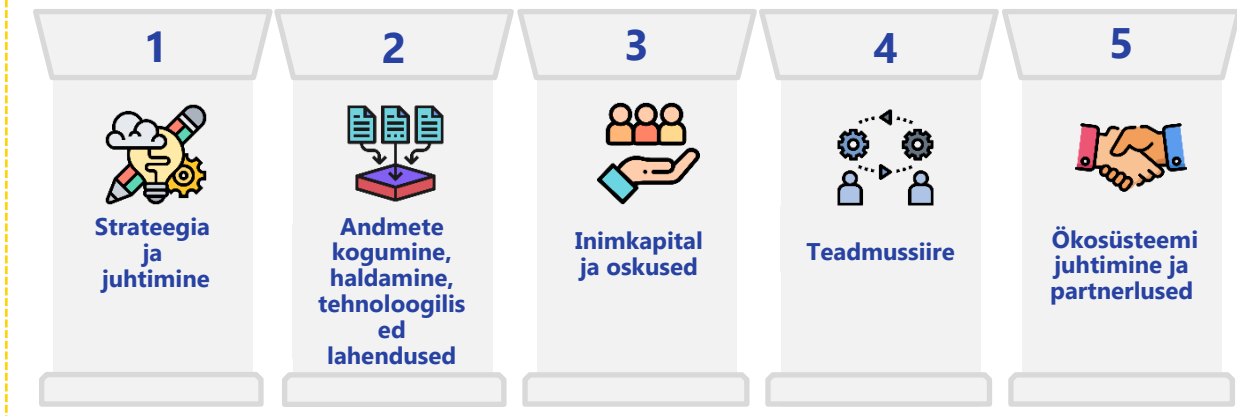
Enesehindamine aitab sihtkohtadel hinnata oma küpsusastet ja mõelda, milliseid valdkondi parandada ning millised eesmärgid ja tegevused võiksid olla juba käeulatuses.

Enesehindamise tulemused annavad ka ülevaate sellest, kuidas sihtkoht toimib kõigi viie samba raames, mis moodustavad meie lähenemisviisi nutikale turismile, vt allpool.

Kolm etappi ja nutika turismi küpsusastme tõus



Viis sammast nutika turismi lähenemisviisi ja sihtkoha nutika turismi küpsuse määratlemise alusena





Samm 3: nutika turismi tegevuskava väljatöötamine

Tegevuskava tutvustamine

Tegevuskava peaks sisaldama vähemalt järgmist:

- **eesmärkide** kogum, mida saab täpsustada ja jaotada väiksemateks eesmärkideks;
- iga eesmärgi puhul nende eesmärkide saavutamiseks **vajalike muudatuste kirjeldus** võrreldes praeguse olukorraga;
- iga tuvastatud muudatuse jaoks nende muudatuste ellu viimiseks rakendatavate **tegevuste** loend;
- lõpuks **üksikasjad** tegevuste rakendamise **ajastuse, rollide ja vastutuse kohta**.

Neid erinevaid elemente saab kujutada järkjärguliste vastustena küsimustele „miks“, „mis“ ja lõpuks „kuidas/kes“.



Näpunäiteid ja juhiseid tegevuskava välja töötamiseks

Tegevuskava välja töötamist alustatakse ülevalt, seades endale eesmärgid, ning siis liigutakse sammhaaval alla. Iga kord, kui lisate tegevuskavale uusi elemente, on üldise sidususe tagamiseks soovitatav ka eelmised üle vaadata. Allpool on mõned esialgsed näpunäited, kuidas töötada välja iga tegevuskava koostamise element.

 Lõplikud eesmärgid	<ul style="list-style-type: none"> • Unistage suurelt: ärge kartke lisada ambitsioonikaid eesmarke, saate neid tegevuskava väljatöötamisel väiksemateks jagada. Need eesmärgid annavad teile strateegilise suuna ja võivad aidata kaasata sidusrühmi ja saada poliitilist toetust. • Eristage lühiajalisi, keskpikki ja pikaajalisi eesmarke. Tasakaalustatud tegevuskava sisaldab väga vähe pikaajalisi eesmarke – isegi ainult ühte – ning suhteliselt laiemat lühi- ja keskpika perioodi eesmärkide kogumit. • Leidke inspiratsiooni tööriistakomplektist: lugege tööriistakomplekt läbi, et ammutada inspiratsiooni, mida saab teha nutika turismi lähenemisviisi kasutusele võtmiseks, ja määrake eesmärgid!
 Mida on vaja muuta	<ul style="list-style-type: none"> • Kasutage nutika turismi lähenemisviisi viit sammast, et teha kindlaks, mida on vaja muuta soovitud eesmärkide saavutamiseks. See aitab teil täpsustada eesmärgid ja määratleda prioriteetsed tegevusvaldkonnad. • Kasutage enesehindamise tulemusi, mõeldes vajalikele muudatustele. Enesehindamine aitab hinnata küpsusastet iga samba puhul, toob esile võimaliku arenguruumi ja hõlbustab prioriteetsete tegevusvaldkondade tuvastamist. Kuid pidage meeles, et soovite oma eesmärkide saavutamiseks paremaks saada, mitte lihtsalt nutikamaks saada!
 Tegevused ja tööriistad	<ul style="list-style-type: none"> • Hinnake ja seadke prioriteediks võimalikud tegevused nende teostatavuse, jätkusuutlikkuse ja soovitatavuse alusel. Kui teil on pikk võimalike tegevuste nimekiri, võivad need kolm kriteeriumi aidata teil teha kindlaks prioriteetsed tegevused, millel on suurem mõju, vähem riske ja mida sidusrühmad laiemalt toetavad. • Ammutage tööriistakomplektist inspiratsiooni ja otsige lisaressursse meie projekti veebilehelt: järgmistel lehtedel on näiteid ressurssidest ja tööriistadest, mida saate kasutada nutika turismi lähenemisviisi tugevdamiseks iga samba raames. Projekti Smart Tourism Destinations veebilehel tehakse kättesaadavaks lisamaterjalid, sealhulgas veebiseminaridele registreerimine ja projekti käigus kasutatud vahendid.
 Ajastus ja rollid	<p>Vaadake ringi nii oma organisatsiooni sees kui ka väljaspool: rollide ja kohustuste määratlemisel mõelge kindlasti nii oma ressurssidele kui ka sidusrühmade võimalikule panusele. Täpselt määratletud tegevuskava aitab teil veenda teisi organisatsioone osalema ja selle elluviimisele kaasa aitama!</p>



Samm 3: nutika turismi tegevuskava väljatöötamine

Näide esimesest kõrgetasemelisest tegevuskavast

Allolevas tabelis on näide sihtkoha tegevuskava esimese kavandi kohta, mis käsitleb vajalike muudatuste kaardistamist. Tabel **kaardistab praeguse ja tulevase olukorra**, tuginede nutika turismi lähenemisviisi viiele sambale.

Selle näite huvides kujutasime ette, et sihtkoha eesmärk on vähendada turismi hooajalisust ja parandada turismi mõju kogukonnale, võttes kasutusele nutika turismi lahendused ja lähenemisviisid. Olukorda kaardistatakse **enesehindamise tulemuste** kaudu. Tulevane olukord kujuneb välja soovitud eesmärgi/-märkide **saavutamiseks vajalike muudatuste analüüsi** põhjal.

Tabelis on **lihtne ja tõhus kokkuvõtte sihtkoha prioriteetsetest tegevusvaldkondadest**. Kui parendamist vajavad valdkonnad on selged, võib sihtkoht hakata mõtlema eesmärkide saavutamiseks vajalikele tegevustele ja algatustele ning ellu viimise üksikasjadele.

Järgmised leheküljed aitavad koos enesehindamise tulemustega koostada sarnase tabeli. Järgmistelt lehekülgedelt leiata iga samba kohta:

- tabeli, milles esitatakse **üha ambitsioonikamate eesmärkide ja omaduste ülevaade**, mis on jaotatud alateemade ja küpsusastmete kaupa. Näiteks andmete leiate viite alateemade andmeallikatele koos lühikese kirjeldusega andmeallikate üha küpsematest kasutusviisidest. Nende tabelite abil saate kontrollida, kas on mõni konkreetne alateema, mille kallal peate eesmärkide saavutamiseks töötama, võttes samas arvesse enesehindamise tulemusi, et näha, kui kaugele olete jõudnud.
- komplekti **esmasid näpunäiteid ja ressursse**, mis annavad inspiratsiooni rakendatavate tegevuste jaoks ja aitavad teil iga samba kohta konkreetselt mõelda.



Näide sihtkoha tegevuskava kavandist, mis kaardistab praeguse ja tulevase olukorra, alustades enesehindamise tulemustest ja määratledes prioriteetsed tegevusvaldkonnad

		1. ETAPP: „Nutikas turundus“	2. ETAPP: „Nutikas juhtimine“	3. ETAPP: „Nutikas haldamine“
		Üha ambitsioonikamad eesmärgid		
Nutika turismi tugisambad	1. Strateegia ja juhtimine		X	→
	2. Andmete kogumine ja haldamine, kasutusele võetud tehnoloogilised lahendused	X	→	
	3. Inimkapital ja oskused		X	→
	4. Teadmussiire		X	
	5. Ökosüsteemi juhtimine ja partnerlused	X		→

x – praegune olukord – tulevane olukord

Tegevuskava väljatöötamine: strateegia ja juhtimine

1. Strateegia ja juhtimine

Parema strateegia ja juhtimise saavutamiseks tuleks arvesse võtta nutikaid lahendusi, mis keskenduvad andmete kogumisele ja analüüsimisele, tuues teadmised sihtkohtadesse ja aidates seeläbi ületada turismisihtkohtade ees seisvaid väljakutseid. Majanduslikule arengule võib keskenduda laiemalt, hõlmates jätkusuutlikku arengut, ressursside vastutustundlikku kasutamist, elukvaliteedi parandamist ning sidusrühmade ja kohalike kogukondade heaolu suurendamist. Andmeid peetakse seega vahendiks, mille abil jälgida eesmärkide saavutamisel tehtud edusamme ja anda juhiseid strateegilisteks kohandusteks.

Allolev tabel annab ülevaate nutika turismistrateegia ja -juhtimise põhiomadustest kolmel küpsusastmel. Kõigi sammaste puhul järgitakse sama lähenemisviisi.



Siit leiate esmaseid näpunäiteid ja ressursse, mis aitavad teil liikuda ühest etapist teise.

- Turismi ja andmete haldamise ühise strateegia loomisel on **koostöö** sidusrühmadega väga oluline. Valmiera+ Interreg projekt pakub näiteid jagatud strateegia protsessist, eelistest ja mõjust. Täpsem teave [siin](#) ja [siin](#) (kirjeldus ja veebiseminar).

- Strateegia koostamiseks kaasatavate peamiste osalejate **kindlaks tegemiseks** vaadake tööriistakomplekti lk 14, mis keskendub ökosüsteemide juhtimise sambale.
- Kasu saamiseks **integreeritud lähenemisviisist turismi juhtimisele**, vaadake, mida teeb [NECSTour](#), et luua seos piirkondliku ja laiema Euroopa valitsustasandi vahel, näieks EP, EÜ ja Regioonide Komitee.
- Kui otsite nõu sihtkoha strateegia jälgimiseks vajalike **indikaatorite kindlaksmääramiseks**, võite alustada projekti [HERIT-DATA](#) Interreg raames välja töötatud [nutika turismi indikaatorite loetelust](#). Turismi 4.0 algatuse poolt välja töötatud turismi mõju mudelil (TIM) on kindlaks määratud ka rohkem kui 300 indikaatorit, lisateavet leiate [siit](#).
- Teine suurepärase allikas, mis annab inspiratsiooni indikaatorite osas ning turismipoliitika ja -strateegiate juhtimiseks, on [ELi turismipaneel](#). Euroopa Komisjoni poolt 2022. aasta oktoobris algatatud programm pakub juurdepääsu turismi statistikale ja poliitikaga seotud näitajatele, toetades sihtkohti ja ametiasutusi rohe- ja digiülemineku edusammude jälgimisel. Soovitame teil tutvuda ka [Euroopa turismiindikaatorite süsteemi \(ETIS\) tööriistakomplektiga](#), mille on välja töötanud Euroopa Komisjon.



	1. ETAPP: „Nutikas turundus“	2. ETAPP: „Nutikas juhtimine“	3. ETAPP: „Nutikas haldamine“
Üldise turismikäsitluse FOOKUS	Turundus	Turundus, juhtimine	Turundus, juhtimine, koostöö hõlbustamine, teadmiste jagamine
Üldise turismikäsitluse EESMÄRGID	Majandusareng	Jätkusuutlik areng	Taastav turism
Andmete kogumise EELISVALDKOND	Planeerimine ja broneerimine	Planeerimine, broneerimine ja ööbimine Turismivoogude ja turistide kogemuste juhtimine	Turistide kogemuste toetamine kogu reisi jooksul Sihtkoha ressursside haldamine Elanike ja kogukondade heaolu Toodete ja teenuste innovatsioon
Üldise turismikäsitluse STRATEEGIA	Küllastajate ligitõmbamine, keskendumine mahule	Sidusrühmade juhtimine, keskendumine kvaliteedile Tõhus ressursikasutus	Lisaväärtus ettevõtetele, elanikele ja turistidele Keskendumine väärtuse ja kogemuste koostööle Küllastajate hajutamine ajas ja ruumis Sihtkoha täiustamine elanike ja turistide jaoks Kogukonna heaolu parandamine
Andmehalduse strateegia	Piiratud strateegiline tähtsus, jäetud üksikisikutele, peamiselt aruandluse jaoks	Andmeteadlikkus on olemas. Üha laiemalt mõistetakse andmete väärtust ja andmehalduse strateegiat	Andmeteadlikkus on valdav. Andmeid peetakse otsustamisel ülioluliseks. Andmehalduse strateegia on just selleks kohandatud. Andmehalduse alane koostöö on olemas.
Indikaatorid	Kvantitatiivsed – keskendunud turistidele (turistide arv, keskmine viibimisaeg...)	Kvalitatiivsed - keskendunud turistidele ja ettevõtetele (rahulolu)	Keskendunud kogemuste, elu ja tulemuslikkuse kvaliteedile Teostamise võimekuse haldamine Ressursside kasutamine ja täiendamine

Tegevuskava väljatöötamine: andmete kogumine ja haldamine

2. Andmete kogumine ja haldamine

Esimene ülioluline nõue on saada **teavet turistide ja nende käitumise kohta**. Pärast turistide olemuse mõistmist võivad sihtkohad luua turismistrateegiad ning parandada sihtkoha juhtimist.

Küsimus on selles, kust seda teavet leida. Traditsioonilisemate andmeallikate hulka kuuluvad riiklik ja kohalik statistika ning väli- või e-küsitlused. Neid andmeallikaid kasutatakse, sest neid on mugav ja lihtne analüüsida. Kuna need allikad pakuvad enamasti staatilist teavet, täiendavad seda lähenemisviisi nüüd sageli **erinevaid digitaalseid allikaid integreerivad** hübriidlahendused.

Täiendavad andmeallikad võivad pärineda sotsiaalmeediast, seadmetest, anduritest, tehinguteabest jne. Lisaks **nõudluse poolelt** tulevatele andmetele saavad sihtkohad täiendada andmestrategieid erateavõtetelt ja **pakkumise poolelt** pärineva teabe ja andmetega. Erinevate andmeallikate integreerimise juhtpõhimõtteks on tunnistamine, et **kõik on turismiga seotud ja andmed on kõikjal**.

Seetõttu peaksid sihtkohad pidevalt otsima uusi andmekogumeid – isegi mitte tavapäraest allikatest (nt jaemüügikauplused, politsei, ühistransport, jäätmekäitluse- ja ilmastikuandmed, uuringud, intervjuud jne). See ei tähenda tingimata keeruliste andmetega tegelemist, kuigi sihtkoha küpsuse kasvades avaneb võimalus liikuda väikestelt andmetelt keerukamatele andmetele ja **reaalajas andmetele**.

See võimaldab ka andmete **kirjeldavast** kasutamisest edasi liikuda ning kasutada teavet toimuva **diagnoosimiseks** ja tulevaste arengute **prognoosimiseks**.

Nutika turismi ja andmepõhise lähenemisviisi kasutuselevõtt toetab ka sihtkohtade valmistumist tulevasteks tehnoloogilisteks arenguteks. Üks turismisektori paljutöötav võtmetehnoloogia on **metaversum**, kus mõned pilootkatsed on juba käimas. Kuna tehnoloogia jõuab järk-järgult turule, on digitaalselt küpsemad sihtkohad valmis kasutama metaversumi pakutavaid võimalusi, et parandada ligipääsu, pakkuda digitaalseid kogemusi ja täiustada oma pakkumist.



Andmete valdamine: turismisihtkohtade tööriistakomplekt

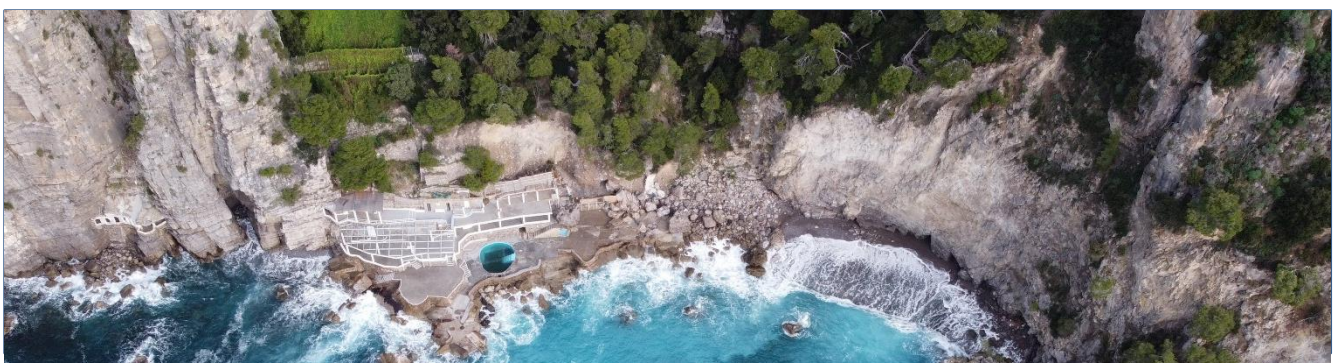


Allpool leiate näpunäiteid ja ressursse, mis aitavad teil liikuda ühest etapist teise.

- Kuna hakkate üha sagedamini koguma ja salvestama üha rohkem andmeid, peate otsima **pilvsäilitusteenuse pakkujaid**, kes peavad järgima **ELi määrust mitteisikuandmete vaba liikumise kohta**, sest see määrab kindlaks kõik õiguslikud nõuded, mida pilvsalvestuse pakujad peavad järgima, et teha andmed ELi kasutajatele kättesaadavaks. Määruse tugisammastega saate tutvuda sellel [veebilehel](#).
- Kui olete huvitatud **Maa vaatlusandmete** potentsiaalsete rakenduste uurimisest, võite leida palju avatud andmekogumeid, kasutusjuhtumeid, koolitusmaterjale ning [Euroopa Kosmoseagentuuri](#) pakutavaid rahastamis- ja võrgustamisvõimalusi nii vähem kui ka rohkem küpsemate sihtkohtade jaoks. Kui alles alustate EO andmetega, võite alustada [siit](#).
- Kui olete valmis uuendusi tegema ning lisama **virtuaalreaalsuse** ja **pilvetechnoloogiasid**, et **koguda** ja jagada **reaalajas andmeid** demograafia, liikumise ja transpordi infrastruktuuri kohta, samuti keskkonnaandmeid kliima, õhukvaliteedi ja müra kohta, siis vaadake, kuidas seda tegi [Rennes'i linn](#), luues linna jaoks **digitaalse kaksiku**.
- Kui teie sihtkoht kasvab, võib teil tekkida vajadus luua **pideva andmekogumise** süsteemid, et jälgida ja analüüsida, kuidas turistid teie sihtkohta külastades käituvad. Sellega seoses saate vaadata **nutika turismijuhtimise** lahendust, mille on kasutusele võtnud Nijmegeni linn Hollandis, et kontrollida turismi sissevoolu linna. Lugege algatuse kohta lähemalt [siit](#).
- Kui teil on vaja turismiandmete põhjalikuks uurimiseks rakendada **API**-põhiseid lahendusi, võite vaadata ELi rahastatud projekti **SDI4Apps**, mille eesmärk on luua pilvepõhine raamistik andmete integreerimiseks avatud API-ga. Tutvuge SDI4APP olulisemate tulemuste ja rakendusega turismitööstuses [siin](#). Lugege projekti lõpparuannet vajutades [sia](#).
- Kui teil on vaja koguda teavet ja andmeid elanike arusaamade kohta turismist, kaaluge **ad hoc küsitluste** või keerukamate **konsultatsiooniprotsesside** väljatöötamist fookusrühmade ja kodanikukohtumiste kaudu. [Siit](#) leiate näite, kuidas Bordeaux' linn oma elanikega nõu pidas. Küsitlused on ka suurepärase lähtepunkt külastajate tagasiside kogumiseks.
- Euroopa Komisjon investeerib **turismi andmeruumi** arendamisse, et pakkuda sihtkohtadele ja ettevõtjatele juurdepääsu paljudele erinevatest allikatest pärit kõrgekvaliteedilistele andmetele. Kuigi see on alles lapsekingades, jälgige kindlasti tulevasi arenguid [siin](#).

Tegevuskava väljatöötamine: andmete kogumine ja haldamine

	1. ETAPP: „Sihtkoha turundus“	2. ETAPP: „Sihtkoha juhtimine“	3. ETAPP: „Sihtkoha haldamine“
Andmepõhine lähenemine ja üldine tulemus	Kirjeldus („tagantjärele tarkus“): mis toimub?	Diagnoos („ülevaade“): miks asjad juhtuvad?	Ennustamine ja (juhtimise) õpeamine („prognoos“): Küllastajate voogude juhtimine reaalsajas, „Nutikad linnad, nutikad piirkonnad“, AI, ML
Konkreetsete andmete tulemus	Küllastaja omaduste mõistmine Praeguste turgude mõistmine Uute turgude tuvastamine Turundustegevuste tulemuslikkuse mõõtmine	Küllastaja käitumise mõistmine Strateegiline planeerimine	Küllastaja käitumise juhtimine/mõjutamine reaalsajas Küllastaja kaasamise toetamine ja edendamine väärtuse loomisel
Andmete usaldusväärsus / andmete usaldamine	Andmed kui võimalus, kuid piiratud strateegiline tähtsus (hea, kui on), jäetud üksikisikutele, peamiselt aruandluse jaoks	Andmed kui vara (peab olema)	Andmed kui ressurss (andmed on uue majanduse kütus) Andmed kui asendamatu vara (ei saa ilma)
Andmeallikad	Andmed riiklikust statistikast, postitustest, piletimüügist, küsitlustest	+ sidusrühmade siseandmed, veebileht, sotsiaalmeedia (UGC andmed)	+ andmed seadmetest (GSM, GPS, WiFi, BLE, skannerid), anduritest ja tehingutest (broneerimisandmed, krediitkaardiandmed)
Andmete kogumise meetodikad	Ajutine, tagasiulatav	Regulaarne, peamiselt tagasiulatav Reaktiivne	Reaalsajas, jätkuv Proaktiivne ja reaktiivne
Andmekasutus ja „pardaleminek“	Oma, siseandmete ja avaandmete kasutamine	Teenusepakujate andmete kasutamine oma andmete ja avaandmete rikastamiseks ja täiendamiseks	Pidev uute andmekogumite otsimine mitte nii ilmsetest allikatest Oma andmete jagamine – avatud lähtekoodiga andmed Koostöö tegemine andmete jagamiseks
Andmete omandiõigus	Individaalne ja kahepoolne	Võrgustatud omandiõigus	Integreeritud (avatud) omandiõigus
Andmehaldus	Andmed on struktureeritud hoidladesse, andmehaldus ja poliitikad on kapseldunud ega ole ametlikult määratletud	Andmeid hoitakse teatavas hooldas, mõned andmed on olemasoleva infrastruktuuri haldamiseks liiga suured	Andmed on tsentraalselt salvestatud, neid saab hõlpsasti jagada, pöörates erilist tähelepanu andmete kvaliteedile, turvalisusele ja privaatsusele
Küllastajaga suhtlemise viis	Teabe saatmine	Suhtlemine	Dialog Koosloome
Fookuses on klienditeekond	Inspireerimine ja teavitamine	Broneeringud ja kogemused (kooskõlas inspireerimise ja teavitamise etapiga)	Kogemus, jagamine/hindamine



Tegevuskava väljatöötamine: inimkapital ja oskused

3. Inimkapital ja oskused

Inimkapital ja oskused on turismisihtkohtade jaoks ülioluline vara, mille eesmärk on kasutada nutikat lähenemisviisi. Esiteks haarab tõenäoliselt initsiatiivi piiratud rühm eestvedajaid, kes tegutsevad „andmemeistritena“. Pärast esialgset eeliste saavutamist võib meeskond (potentsiaalselt mitmes organisatsioonis) kasvada ja areneda püsivamaks struktuuriks, mida lõpuks juhivad teabejuht (CIO), kes jälgib kõiki tegevusi.

Selles kontekstis peaksid andmeanalüütikaga tegelevaid sihtkoha haldureid toetama andmeanalüütikud ja/või -insenerid. Ennetavaks toimimiseks peaksid sihtkoha haldurid saama kasutada või neil peaks olema juurdepääs **ennustavale** ja **suuniseid andvale analüütikale**. Viimane eeldab andmeteadlase kaasamist, kes on võimeline tegelema andmekaeve ja tehisintellektil põhinevate algoritmidega.

Sihtkohad võivad aga hädas olla suhteliselt väikese eelarve ja piiratud arvu töötajatega. **Tihed koostöö ülikoolide ja innovatsioonikeskustega** võib aidata sihtkohtadel lõhet vähendada, tehes koostööd analüütiliste ja keerukate ülesannete täitmisel. [CITUR](#) ja [Algarve Smart Destination](#) on kaks näidet selle kohta, kuidas sihtkohad, uurimiskeskused ja innovatsioonikeskus saavad teha koostööd, et edendada digitaliseerimist ja toetada nutikat turismi.

Rahalist toetust võivad pakkuda riiklikud ja rahvusvahelised organisatsioonid, sealhulgas innovatsioonifondidest, tavapäraest turismiprogrammidest, aga ka sise- ja välisfondidest, mis keskenduvad personali kvalifikatsiooni tõstmisele. Tegelikult toetavad mitmed ELi algatused turismialaste kutseoskuste arendamist ja parandamist ning digiüleminekut. Kui soovite selle teema kohta rohkem teada, soovitage alustada uurimisega Euroopa Komisjoni vastaval veebilehel, mis käsitleb oskusi turismisektoris, ning [Digital Compassi](#), Euroopa Komisjoni visiooniga Euroopa digiülemineku toetamiseks.



Allpool leiate valitud näpunäiteid ja ressursse, mis aitavad teil liikuda ühest etapist teise.

- Kui plaanite oma meeskonda laiendada ja vajate tuge ametiprofiili kirjeldamisel või kui otsite konkreetset oskuste kogumit ja soovite teada, milliseid profile peaksite otsima, võite alustada tutvumisest Euroopa Komisjoni välja töötatud [ESCO klassifikatsiooniga](#). Klassifikatsiooniga saate tutvuda ja selles navigeerida nii ametite (nt andmeanalüütik) kui ka oskuste ja pädevuste (nt andmekaeve) järgi.
- Kui otsite digiteadmistega seotud koolitus- ja rahastamisvõimalusi, soovitage tutvuda Euroopa Komisjoni digiteadmiste ja töökohtade platvormiga [Digital Skills & Jobs](#). Platvorm sisaldab [koolituse, rahastamise](#) ja [karjääri](#) jaotisi ning [kogukonda](#), millega saate liituda, et suhelda teiste organisatsioonidega, jagada kogemusi ja edendada oma algatusi.
- Kui soovite paremini mõista oma töötajate üldist digikirjaoskust ning toetada neid ja sidusrühmi nende teemade uurimisel, võite kaaluda algatuse Digital Skills Accelerator välja töötatud [digi-pädevuse enesehindamise tööriista](#) kasutamist. Tööriist pakub inimestele isikupärastatud radari diagrammi, mis kirjeldab nende praeguseid tugevaid ja nõrku külgi ning on seotud koolitusressursside ja materjalidega.
- Kui soovite rohkem teavet selle kohta, kuidas edendada avaliku ja erasektori organisatsioonide koostööd, et võtta konkreetseid kohustusi töötajate **täiendamiseks** ja **ümberõppimiseks** ka turismi valdkonnas, siis vaadake [Oskuste pakti](#), mis on üks [Euroopa oskuste tegevuskava](#) juhtmeede.



	1. ETAPP: „Sihtkoha turundus“	2. ETAPP: „Sihtkoha juhtimine“	3. ETAPP: „Sihtkoha haldamine“
Juhtkond	Individaalsed „andmemeistrid“	Väike „andmemeistrite“ meeskond	Teabejuht (CIO)
Töökohad	Andmeanalüütiku funktsiooniga turundusjuht	Andmeanalüütik / andmeinsener + ärianalüütik	Andmeanalüütik + andmeinsener + andmeteadlane + ärianalüütik + sidusrühm – koostööjuht
Oskused	Algteadmised digitaliseerimisest Kirjeldav analüütika Administraator	Prognoosiv analüütika Juhataja	Suuniseid andev analüütika Transformatiivsed juhtimisoskused Vastutustundlikud ja eetilised juhtimisoskused
Võimekus	Suhteliselt väike eelarve, piiratud arv täistööajale taandatud töötajaid	Suhteliselt keskmine eelarve, keskmine arv täistööajale taandatud töötajaid	Suhteliselt suur eelarve, suur arv täistööajale taandatud töötajaid

Tegevuskava väljatöötamine: teadmussiire

4. Teadmussiire

Teadmiste edastamine ja sidusrühmade ühiste otsuste tegemine on sihtkoha konkurentsivõime seisukohast väga olulised. Staatilised aruanded, nagu teabelehed ja ajakirjad, võivad olla väärtuslikud kanalid andmete, teabe ja teadmiste jagamiseks sidusrühmadega. Need aruannete tüübid ei ole siiski tulevikukindlad allikad, sest need muudavad otsused pigem reageerivaks kui ennetavaks. Andmeanalüüsil põhinevate ennetavate ja asjakohaste otsuste tegemiseks on **andmete visualiseerimine interaktiivsete näidikupaneelide kaudu** ülioluline. Seetõttu peaks **andmetöötlus** põhinema **reaalajas töötlemisel** ja analüüsil. Teadmiste jagamise põhimõtte nutikas sihtkohas tähendab avaandmete kasutamist teadmussiirde stimuleerimiseks ja reaalajas näidikupaneelide pakkumist sihtkoha sidusrühmadele, luues sellest tulenevalt kaasotsustamise võimalused.

Kuna andmete kogumise allikad on erinevad, on ka andmete omanikud üksteisest erinevad. Lisaks on sihtkoha keskkonnas paigaldatud anduritel erinevad andmeomanikud isegi samas sihtkohas (näiteks jaekauplused, politsei). Seetõttu on andmevahetus vajalik. Andmete vahetamiseks turismisihtkohtades tuleks kõik sidusrühmad dünaamiliselt ühendada avatud andmealgatust toetavate tehnoloogiliste platvormide kaudu (Buhalis et al., 2015). Siiski on andmete jagamise valmisolek väike, sest sihtkoha sidusrühmad kardavad nende andmete väärkasutamist ja ei soovi usalduse või ühise visiooni puudumise tõttu koostööd teha. Selles osas peaks tehnoloogia pakkuma paremaid vahendeid koostööks ja teadmiste jagamiseks. Avatud andmekeskonnad peaksid tagama ka teadmiste jagamise läbipaistvuse.



Allpool leiate näpunäiteid ja ressursse, mis aitavad teil liikuda ühest etapist teise.

- Kui olete juba tuvastanud väärtuslikud andmestikud, mida kasutada ja jagada, kuid otsite endiselt **digitaalset platvormi, kus neid andmeid koondada, hallata, analüüsida, visualiseerida ja jagada**, võite alustada avatud lähtekoodiga platvormi [Snap4city](#) pakutavate võimaluste uurimisega, mis aitavad arendada näidikupaneeli ja asjade interneti rakendusi. Platvorm sisaldab ka koolitusi ja ulatuslikku dokumentatsiooni muudest kasutusjuhtudest, näiteks [Firenze Smart City juhtimisruumist](#).
- Kui üks teie peamisi väljakutseid on **andmevahetuse reguleerimine** ja soovite seda parandada, võite lugeda projekti DataPitch Horizon2020 poolt välja töötatud [andmevahetuse tööriistakomplekti](#), mis sisaldab täiendavat taustainfot, kasutusjuhutume näiteid ning ressursse ja samme, mis aitavad teil andmete jagamist rakendada.
- Kui soovite luua **digitaalse platvormi anonüümsete andmete kogumiseks, ühtlustamiseks ja levitamiseks**, mille eesmärk on luua teadmisi ja teavitada turismiarenguga seotud otsustusprotsessidest, et suurendada sihtkoha konkurentsivõimet, võite vaadata Göteborgi linnavalitsuse ja selle [teadmiste keskuse](#) edendatavat algatust.
- Kui vajate **SaaS-i** ja **IaaS-i** pilvepõhiseid teenuseid, pakub [SWIPO](#) laia valikut teenusepakkujaid, kes järgivad SWIPO tegevusjuhendit. Kõige värskema pakkujate loendi leiate [siit](#).



	1. ETAPP: „Nutikas turundus“	2. ETAPP: „Nutikas juhtimine“	3. ETAPP: „Nutikas haldamine“
Andmete esitamine: Teabe levitamine teadmiste omandamiseks	Staatilised aruanded, näiteks teabelehed, ajakirjad.	Näidikupaneelid/pideval andmete sissevool põhinev ärianalüüs (BI)	Automatiseeritud ja pideval jälgimisel põhinevad ülevaated reaalajas
Jagamise poliitika	Piiratud valmidus andmeid jagada (andmete väärkasutamise hirm)	Andmete jagamine partnerite vahel	Avatud andmekeskond
Teadmiste jagamise liigid	Piiratud teabe jagamine	Otseste teadmiste jagamine	Kaudsete teadmiste jagamine
Lepingulise korralduse mudelid	Avaliku ja erasektori partnerlus	Jagatud omand	Koostööplatvormid
Andmete jagamise eesmärgid	Klientide kaebuste/arvustuste haldamine Turu-uuringud	Klienditeenindus Dünaamiline hinnakujundus Protsessi täiustamine	Klienditeeninduse ja suhtluse isikupärastamine Uute teenuste arendamine – innovatsioon Kliendikogemus ja kaasatus Ärimudeli ja strateegia uuendused

Tegevuskava väljatöötamine: ökosüsteemi juhtimine ja partnerlused

5. Ökosüsteemi juhtimine ja partnerlused

Nutikaid sihtkohti võib pidada ühendatud sidusrühmade võrgustikeks, mille vahel on mitmeid suhteid. Nutikas lähenemine loob võimalused paremaks koostööks, soodustades teadmiste ja andmete jagamist ning pakkudes ühtset visiooni.

DMO peaks suutma lahendada konflikte, julgustama sihtkoha sidusrühmi koostööd tegema ja seega tagama sihtkoha vastupidavuse. **DMO-d** peaksid muutuma turundusorganisatsioonidest **juhtivateks sihtkohtade haldamise organisatsioonideks**, millel on piisav struktuur erinevate sidusrühmade juhtimiseks. Seetõttu peaks nende töö hõlmama sidusrühmade juhtimise funktsioone, turismitoodete arendamist ja teadmiste jagamist. Selleks ja seatud eesmärkide proaktiivseks saavutamiseks võiksid **nutikad DMO-d saada ka andmekeskusteks ja andmekaeve organisatsioonideks**, mis vastutavad andmete kasutamise ja jagamise edendamise ja juhtimise eest ökosüsteemis. Eelkõige vähem küpsetes sihtkohtades võivad DMO-d mängida kesket rolli andmete kasutamise alase vestluse edendamisel ja alustamisel.

Lisaks peaksid nutikad sihtkohad looma nutikaid turismiökosüsteeme, mis suudavad meelitada inimesi neid avastama, seal elama ja ettevõtteid rajama. Sihtkohad peaksid tegema koostööd elanike ja turistidega, et mõista nii tehnoloogilisi pakkumisi kui ka privaatsusprobleeme. Täiustatud tehnoloogiate (nt nutitelefonid ja kantavad seadmed) ning sotsiaalmeedia kaudu saavad nii elanikud kui ka turistid sihtkohta uudsel viisil sulanduda ja seda kogeda.

Elanike koolitamine ja toetamine, et nad mõistaksid ja saaksid kasutada ühiselt saadud teavet ja uusi tehnoloogiaid, võib olla esimene samm nende kaasamiseks sihtkoha nutikate lahenduste koostöösse. Lisaks on turistid muutunud kogenumaks, nõudlikumaks ja aktiivsemaks. Neid ei tohiks isoleerida turismi sihtkohta puudutavate teadmiste piiratud tsoonis (Fan et al., 2019); tehnoloogiaid kasutades ja andmeid jagades peaksid nad aga saama oma kogemuse kaasloojateks.



Allpool leiate näpunäiteid ja ressursse, mis aitavad teil liikuda ühest etapist teise.

- Kui teil on vaja luua **andmete ökosüsteem**, et määratleda turismiga seotud osalejad ja sellise ökosüsteemi juhtimiseks vajalikud infrastruktuurid, kaaluge **andmekaadistussüsteemide** kasutamist. Tõhusaks lahenduseks on **ODI** välja töötatud tööriist, mis on kättesaadav [siin](#).
- Kui teil on vaja **suurendada ja parandada suhtlust sihtkoha sidusrühmadega**, võite lugeda Euroopa Komisjoni soovitusi dokumendis [Jätkusuutlike andmeökosüsteemide loomine](#), mis sisaldab ka näpunäiteid ja nõuandeid sidusrühmade keskmesse seadmiseks.
- Nutika juhtimisstruktuuri** määratlemisel leppige kindlasti sidusrühmadega kokku selgete kohustuste ja rollide osas. Erinevate lahenduste näiteks võib olla kohaliku turismivaatluskeskuse või teadmiste keskuse loomine. Lisateavet vaatluskeskuste loomise kohta leiate [siit](#).



	1. ETAPP: „Nutikas turundus“	2. ETAPP: „Nutikas juhtimine“	3. ETAPP: „Nutikas haldamine“
Organisatsiooni struktuur, variant 1: DIY (tee-seda-ise)	Iga organisatsioon omaette, enda kontrolli all ja mõjusfääris	Organisatsioon on osa ajutisest/projektiga rahastatavast võrgustikust või koalitsioonist	Organisatsioon on osa struktuurset/püsivast toimivast „teadmiste võrgustikust“
Organisatsiooni struktuur: partnerlused/ökosüsteemid (tee-seda-koos)	Ajutine koostöö piiratud arvu sidusrühmade vahel.	Ajutine/projektiga rahastatav võrgustik või koalitsioon (nt andmelabor)	Struktuurne/püsiv operatiivne „teadmiste ahel“ (nt andmekeskus, turismi vaatluskeskus)
DMO roll andmehalduses	DMO kui peamine andmete kasutaja, mis on enamasti seotud turunduseesmärkidega	DMO kui ad-hoc / ajutise andmepartnerluse sponsor	DMO kui andmekaeve organisatsioon, millel on juhtiv roll struktuursete teadmiste ahelate edendamisel ja tugevdamisel.
Elanikud	Passiivne	Turismiarenduses osalejad	Ühendatud, loominguiline, aktiivselt kaasatud
Turistid	Isoleeritud turismi sihtkohta puudutavate teadmiste piiratud tsoonis	Teavitatud sihtkohast ja selle pakkumisest	Paremad ühendused, andmete jagamine, kogemuste kaasloojad Sihtkoha saadikud



Andmepõhised partnerlused avaliku ja erasektori osalejate vahel

Andmepõhiste partnerluste väärtus

Turismi sihtkohtades tegutsevad **erinevad autonoomsed sidusrühmad**, nii üksikisikud kui organisatsioonid. Kuigi need osalejad võivad olla oma tegevuskeskkonna, kultuuri ja eesmärkide poolest heterogeensed, **saavad nad kõik turismi sihtkoha arengust** ja selle konkurentsivõime, jätkusuutlikkuse ja vastupidavuse suurenemisest **kasu ja aitavad sellele kaasa**.

Sihtkoha arengu maksimeerimiseks peavad neil kõigil olema **usaldusväärsed suhted** ning nad peavad **tegema koostööd eelkõige andmete jagamisel ja levitamisel** – ning kuna andmeid genereerivad ja haldavad enamasti erasektori osalejad, tuleb erilist tähelepanu pöörata avaliku ja erasektori partnerlustele. [Euroopa Komisjoni](#) (2022) andmetel moodustavad mikroettevõtted ja VKEd 99,8% ELi turismiettevõtetest. Tugistrateegia pakkumine konkreetsetele andmete jagamisega seotud väljakutsetele võib oluliselt suurendada turismi ökosüsteemi eeliseid.

Tõepoolest, avaliku ja erasektori partnerlus on muutumas otsustusmehhanismide nurgakiviks ja eduka poliitika saavutamise oluliseks valemiks. Näiteks keskendub [ELi linnade tegevuskava](#) konkreetsetele prioriteetsetele teemadele 14 partnerluse raames, et parandada linnapiirkondade elukvaliteeti.

Lisaks suurendab DMO võrgustiku- ja partnerlusvõime edendamine selle autoriteeti ja seega ka võimet edukalt juhtida.

Mõned uuringud kirjeldavad DMO-de rolli nutikates sihtkohtades nutikeskustena, mille ülesandeks on toetada andmete avatust, reguleerida andmete privaatsust ja luua partnerlussuhteid. Andmete demokraatiseerimine hõlmab kõiki turismi väärtusahela üksusi, keskendudes eelkõige erasektorile, eriti VKEdele.

Selle eesmärgi saavutamiseks ja andmepõhiseks sihtkohaks saamiseks peaksid turismijuhid **kasutama ära olemasolevate andmekogumite mitmekesisust**, keskendudes nii turu pakkumise kui ka nõudluse poolele (nt [Leedu turism](#)). Allolev kast annab ülevaate teabest, mida sihtkoht saab turismipakkumise ja konkurentsivõime parandamiseks kasutada. Arusaamine, kas seda liiki teave on saadaval ja kes on omanik, aitab sihtkohtadel **tuvastada ja seada prioriteetid võimalike liitude loomiseks**, käivitada töörühmi ja komiteesid ning suurendada tagasisidet ja suhtlust avaliku ja erasektori vahel. Peamised sammud, mida tuleb kaaluda, et hinnata ja mõista nende partnerluste potentsiaalset väärtust ning õigesti seada need tähtsuse järjekorda, hõlmavad **ökosüsteemi vajaduste ja ressursside esialgset kaardistamist ning potentsiaalselt saadaolevate andmeallikate kaardistamist**. Kui vajate oma andmete ökosüsteemi kaardistamisel tuge, võite alustada ODI välja töötatud [andmeökosüsteemi kaardistamise tööriista ja juhendiga](#).

Andmete keskne roll ja nutika turismi ökosüsteemi erinevad sidusrühmad



Näited partnerluste andmeallikate kohta

- **Tehingute andmed** (online broneerimine ja ostmine, tarbija krediitkaarditehingud). Need võivad näidata kulutamise trende ning neid saab kasutada trendide kogumiseks ja eesmärkide analüüsimiseks.
- **Seadmete andmed** (GPS, mobiilside rändlus, bluetooth, RFID, Wi-Fi ja nutika linna seadmete andmed). Need võivad anda teavet turistide käitumise ja liikumiste kohta ning neid saab kasutada üha isikupärasemate teenuste välja töötamiseks ja ressursside suunamiseks kõige populaarsematesse kohtadesse.
- **Eraettevõtete andmestikud** (andmed lennureisijate kohta, hotellide vabade kohtade andmed, restoranide broneeringud, rendiandmed). Neid saab kasutada nõudluse ja turismivoogude prognoosimiseks ning sihtturgude analüüsimiseks.



Andmepõhised partnerlused avaliku ja erasektori osalejate vahel

Andmepõhiste partnerluste eesmärgid

Partnerluse aluseks olev stiimul on see, et koostööst saavad kasu kõik partnerid. Tõepoolest, partnerlusi luuakse erinevatel põhjustel, kusjuures andmete jagamise kõige ilmsemad eelised on majanduslikud. **Partnerlusi võib moodustada suurema tõhususe või mastaabisäästu saavutamiseks, varem ligipääsmatute turgude avamiseks või lihtsalt ressursside – rahaliste ja/või inimressursside – ühendamiseks.**

Partnerluste konkreetsed eesmärgid võivad olla suunatud andmevaldajatele, uuendajatele, vahendajatele ja/või ühiskonnale tervikuna. DMO-d võivad hõlbustada partnerluste loomist, aidates erinevatel osalistel tuvastada andmete pakutavad võimalused ja koondada need ühise strateegia saavutamiseks.

Selliste partnerluste reeglid peaksid olema erasektori jaoks algusest peale väga selged, et vältida täitumatute ootuste tekitamist.

Liiga kõrged või eksitavad ootused võivad tekitada partnerites frustratsiooni, halvendades koostöö kvaliteeti ja halvemal juhul lõpetades suhte avaliku ja erasektori vahel. Sellest tulenevalt on oluline silmas pidada, et **eraettevõtjate edukaks kaasamiseks peavad olema täidetud järgmised nõuded.**

- Arvestada tuleb kõigi osaliste huvidega, tagades asjakohaste ja väärtuslike andmete jagamise erasektoriga.
- Partnerlused peaksid kaasa aitama uute ärimudelite loomisele.
- Partnerlus peaks võimaldama kiirendada sektori digitaliseerimist.

Andmepõhiste partnerluste eesmärgid sidusrühmade kategooriate kaupa ja nende ühinemise motivatsioon



ANDMETE VALDAJAD: organisatsioonid, mis esitavad andmeid andmevahetussuhte raames

- Kulutõhususe suurendamine
- Toodete ja teenuste arendamine
- Lahendused äriprobleemidele
- Avatud innovatsioon
- Juurdepääs talentidele
- Andmete uurimine
- Täiustatud sisemine andmestruktuur
- Parem õiguslik vastavus
- Oskuste arendamine



ANDMETE KASUTAJAD: organisatsioonid, mis kasutavad andmevaldaja jagatud andmeid uute teenuste arendamiseks

- Juurdepääs andmetele
- Toodete ja teenuste arendamine
- Oskuste arendamine
- Uute turgude ülevaade
- Ärisuhted andmevaldajatega



VAHENDAJAD: nad mängivad rolli paljudes andmete jagamise suhetes

- Turustatava toote/teenuse pakkumine
- Organisatsioonispetsiifilised eesmärgid



ÜHISKOND

- Paremad tooted ja teenused
- Suurem privaatsus
- Suhted andmevaldajatega

Andmete jagamise vormid

Andmete väärtust ei tohi maksimeerida ühe andmevahetuse puhul. Pigem avab andmete jagamine nn suurandmete väärtusahelad, kus kogutakse ja töödeldakse mitmes omavahel seotud etapis suuri andmemahtusid. Selleks on vaja raamistikke, milles andmeid saab järjepidevalt jagada. Allpool anname ülevaate väljakujunenud tavadest, mis võimaldavad teatud liiki andmete jagamist.

- **Ühisandmed:** ressursid, mida hoitakse ühiselt ja millele on juurdepääs kõigil rühma liikmetel (nt [ühisandmed](#) või [linna ühisandmed](#) Barcelonas).
- **Andmekoostöö:** ühiskonnale kasulikud isiklikud andmed, mida jagatakse sotsiaalse heaolu nimel (nt andmealased koostööpartnerid).

- **Andmeturud:** vahendusplatvormid või veebipoed, mille kaudu saab andmeid osta või müüa
- **Avaandmed:** andmed, mis on litsentsitud ja mis on kõigile kättesaadavad, mis tahes eesmärgil kasutamiseks ja jagamiseks. Isikuandmed ei saa kunagi olla avaandmed (nt [Euroopa andmeportaali](#), [Helsinki Region Infoshare](#) või [Malta avaandmed](#)).
- **Andmeruumid:** algatused, mille eesmärk on anda juurdepääs andmetele. Euroopa Komisjoni eesmärk on käivitada üheksa valdkondlikku Euroopa andmeruumi, pidades silmas ELi reegleid ja väärtusi. Need andmeruumid seotakse omavahel, pakkudes horisontaalses sektoris, näiteks turismis, töötavatele ettevõtjatele suurepäraseid juurdepääsuvõimalusi andmetele. Sarnase algatuse näide riiklikul tasandil on Saksamaa [liikuvuse andmeruum](#).



Andmepõhised partnerlused avaliku ja erasektori osalejate vahel

Partnerluste liigid

Partnerlus erinevate sidusrühmade vahel võib tuua kaasa mitmeid väljakutseid, mis on muu hulgas seotud erinevate organisatsioonikultuuride ning õiguslike ja bürookraatlike tõketega. Nendest väljakutsetest ülesaamiseks on oluline kaaluda erinevaid võimalusi partnerluse loomiseks ning valida kaasatud organisatsioonidele ja teie eesmärkidele kõige sobivam. Selleks esitame **võimalike erinevat liiki partnerluste** mittetäieliku loetelu.

- **Konsortium/konsortiumid** – ressursside ühendamine, et saada kasu, mida nad ise endale lubada ei saaks (nt ühised andmed, ühine tehnoloogia, ühised teenused).
- **Ühissettevõtte** – koostööprojekt (tavaliselt erinevate oskuste/ressurssidega), mis taotleb võimalust, jagades selle arendamisega seotud riske.
- **Strateegilised liidud** – üldjuhul pikemaajaline kokkulepe ühiste eesmärkide saavutamiseks. Võib kaasata nii väiksemaid kui ka suuremaid teenusepakkujaid, kellel on täiendavaid ressursse või teadmisi. Nimetatakse „strateegilisteks“, sest eesmärgid on partnerite üldise äri/turu arendamise strateegia jaoks kriitilise tähtsusega.
- **Koostööpõhine andmete kogumine ja kasutamine** – leping partnerite andmete kogumiseks, koondamiseks ja kasutamiseks. See võib olla hea mudel sidusrühmade jaoks, kes loovad ja kasutavad andmeid üldsusele kättesaadavaks tegemiseks. See võib olla ühe klassi mudel, kus andmepakkujad, näiteks avalik-õiguslikud asutused, töötavad koos, või mitut sidusrühma hõlmav mudel, kus avaliku sektori andmepakkujad töötavad koos isikuandmeid haldavate teenuseosutajatega.

- **Organisatsioonide võrgustikud** – mitmest organisatsioonist koosnev liit, mille liikmesettevõtted teevad koostööd ühiste eesmärkide saavutamiseks.

- **Allhange** – kõrvalteenuste lepingute sõlmimine kolmandatest isikutest teenuseosutajatega.

Seoses digitaliseerimise ja uue andmemajanduse olulisusega tasub lähemalt mainida mõnda uut tekkivat tüpoloogiat.

- **Digitalse innovatsiooni keskused: (DIH-id):** DIH-id võivad olenevalt riigist/piirkonnast olla erineva õigusliku vormiga (nt ühendus või konsortium). DIH-id koondavad avaliku ja erasektori üksusi, sealhulgas ülikoole ja uurimiskeskusi, et **toetada VKEde ja avaliku halduse digiüleminekut**.

- **Klastrid:** sektorile või teemadele keskendunud ühendused, mis võimaldavad avalik-õiguslikel ja eraõiguslikel üksustel suhelda, edendada innovatsiooni ja konkreetse valdkonna konkurentsivõimet. Euroopa tasandil on Euroopa klastrite koostööplatvorm erinevate teemade teadmiste keskus ning soodustab samal ajal ka organisatsioonidevahelist suhtlust.

Lõpuks võite otsustada ühendada jõud teiste organisatsioonidega toetuste ja rahastamisvõimaluste raames. Erinevatel programmidel võivad olla erinõuded. Kui otsite lisateavet selle kohta, **kuidas programmis Horizon Europe ettepanekut ette valmistada**, võite alustada sellest Euroopa Komisjoni [veebiseminarist](#).

Asjakohased võrgustikud ja algatused



- **Euroopa nutika turismi pealinn:** iga-aastase Euroopa nutika turismi pealinna konkursi eesmärk on välja selgitada ja toetada Euroopa nutika turismi parimaid lahendusi, samuti luua raamistik võrgustike loomiseks ja parimate tavade vahetamiseks.

- **Digilinnade väljakutse:** Digilinnade väljakutse eesmärk on muuta linnad paremaks elukohaks. Võite saada inspiratsiooni ja õppida üle 40 programmiga seotud linna kogemustest.

- **Intelligentsete linnade väljakutse:** ICC toetab 136 linna tipp tehnoloogiate kasutamisel, et juhtida intelligentset, rohelist ja sotsiaalselt vastutustundlikku taastumist. Projekt keskendub ka rohe- ja digiüleminekule turismis, mis on üks läbivaid teemaarendusi.

- **Hispaania nutikate turismi sihtkohtade võrgustik:** selle eesmärk on parandada sihtkohtade konkurentsivõimet ja kodanike elukvaliteeti, tuginedes viiele suunale: juhtimine, innovatsioon, tehnoloogia, juurdepääsetavus ja jätkusuutlikkus.

Teave ELi rahastamisvõimaluste kohta

- **ELi turismi rahastamise juhend:** sellelt lehelt leiate teavet ja suuniseid ELi rahastamisvõimaluste kohta turismisektoris, sealhulgas [ELi rahastamise ja hangete tutvustuse](#), uuendatud nimekirja hetkel avatud turismi pakkumuskuudetest ja palju muud.



Andmepõhised partnerlused avaliku ja erasektori osalejate vahel

Riigi- ja innovatsioonihanked

Riigihange on õiguslik vorm, mida avalik haldus kasutab kaupade ja teenuste ostmiseks. Andmete valdkonnas võib avalik-õiguslik asutus vajada juurdepääsu erinevatele turul müüdavatele andmekogumitele, mida saab omandada hankemenetluse kaudu. Võimaluse korral võiksid haldusasutused eelistada andmejagamispartnerlusi või hankeid, mis hõlmavad kaupu (andmeid) ja teenuseid (andmeteadlaste poolt), millest võidavad kõik.

Lähtudes üldistest strateegilistest eesmärkidest ja vajadustest, peaksid organisatsioonid lisaks ühe andmekogu hankimisele kehtestama **strateegia väliste andmete hankimiseks**, määratledes selged prioriteedid, hindama kulusid ja kasu ning olemasolevaid ressursse andmete ostmiseks, nendega töötamiseks ja andmete kvaliteedi tagamiseks.

Nutika turismi lähenemisviisi poole püüdlevate ametiasutuste jaoks on ahvatlev tööriist **innovatsioonihange**, mis võib väljenduda uuenduslike lahenduste omandamises teadus- ja arendusteenuste hanke kaudu, uuenduslike lahenduste hankimises, mis pole veel saadaval või neid ei olegi turul või uuenduslikud lahendused, mis on olemas, kuid ei ole veel turul laialdaselt kättesaadavad. Innovatsioonihangete kohta lisateabe saamiseks võite tutvuda järgmiste materjalidega:

- [Eli suunised innovatsioonihangete kohta](#): saadaval kõigis ELi ametlikes keeltes ja sisaldavad praktilist teavet innovatsiooniprojektide hanke alustamise ja arendamise kohta.
- [EAFIP-i tööriistakomplekt innovatsioonihangete jaoks](#): kolmest moodulist koosnev veebjuhend, mis toetab poliitikakujundajaid strateegiate koostamisel ning hankijaid ja nende juriidilisi osakondi innovatsioonihangete läbiviimisel.

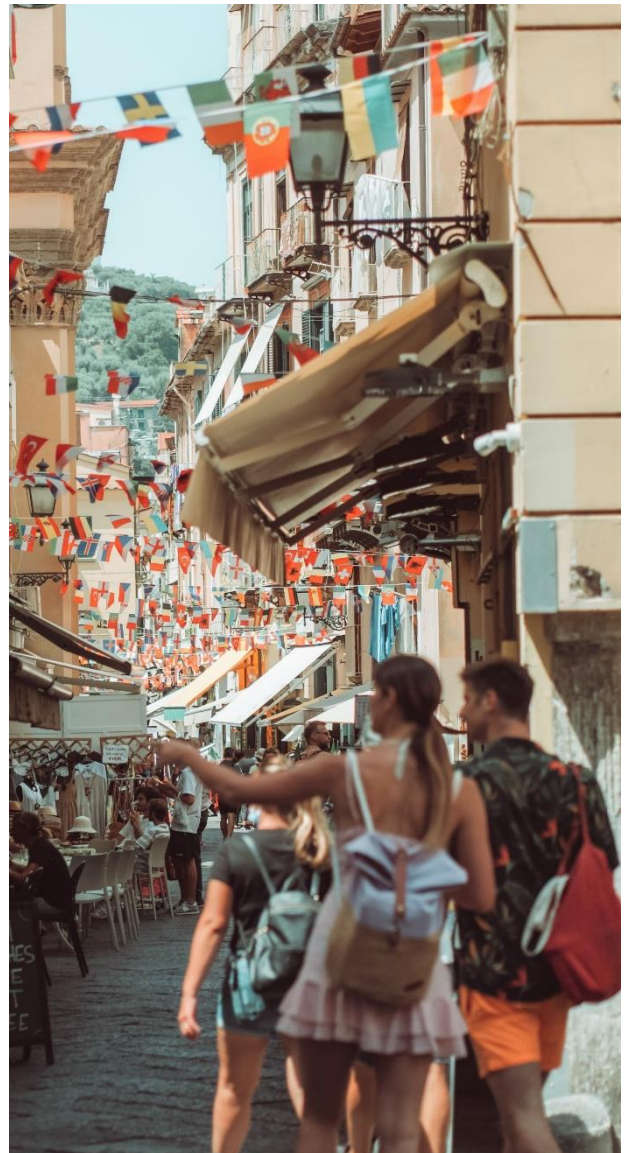
Kuidas luua tingimused andmete jagamise ja partnerluse soodustamiseks

Sihtkohtade jaoks, mille ökosüsteem on andmete jagamise kultuuri poolest vähem küps, võib vajalike partnerluste loomine olla märkimisväärne väljakutse. Sellistel juhtudel on vaja töötada selle nimel, et luua tingimused, mis soodustaksid edaspidi struktureerimat andmete jagamist.

Võimalikud meetmed andmete jagamise kultuuri loomise alustamiseks ja sidusrühmade osalemise edendamiseks on järgmised:

- sihtkoha jaoks andmete kasutamise **eeliste hindamine ja sellest teavitamine** ja poliitikatsüklilist teavitamine. Teadlikkuse tõstmine tõenditel põhinevate otsuste tegemise eeliste kohta aitab sihtkohal edendada andmete jagamise kultuuri nii sisemiselt kui ka väliselt.
- **huvi edendamine** sidusrühmades heade tavade ja nutikate turismilahenduste näidete levitamise kaudu.

- **Spetsiaalsete keskkondade** (nt innovatsioonilaborid, innovatsioonitsoonid jne) loomine, kus erinevad organisatsioonid – sealhulgas eraettevõtted – saavad turismiprobleemide lahendamiseks koostööd teha. Eelkõige võivad need suletud keskkonnad soodustada andmepõhiste lahenduste avastamist ja katsetamist. Soovitav lähenemisviis on väikeste projektide järkjärguline suurendamine.
- **Usalduse loomine**, näidates sihtkoha pühendumust **vastutustundlikule ja eetilisele andmete kasutamisele**. Seda on võimalik saavutada, nõustudes levinud tavadega – näiteks järgides turismialaste andmete jagamise tegevusjuhendit.
- **Eeskuju näitamine**, andmete kättesaadavaks tegemine kolmandatele isikutele avatud API-de kaudu. See aitab kaasa eraettevõtjate andmetel põhinevate lahenduste loomisele, kujundades tingimusi digiüleminekuks innovatsiooni suunas.



Andmete valdamine: turismisihukohtade töõriistakomplekt

Smart Tourism Destinations

SI2.843962

Veebruar 2023



Haldab Euroopa
Komisjon

Töõriistakomplekti kohta lisateabe saamiseks võtke
ühendust:

Intellera Consulting

Giovanna Galasso – seotud partner

giovanna.galasso@intelleraconsulting.com

