

Tietojen hallitseminen: työkalupaketti matkakohteita varten



Tämän työkalupaketin valmistelivat Euroopan komissiota – DG GROW:ta varten



Smart Tourism Destinations | SI2.843962

Tekijät

Projektin ydinkumppanit: Giovanna Galasso (Intellera Consulting), Costanza Bersani (Intellera Consulting), Tommaso Messina (Intellera Consulting), Alberto Venditti (Intellera Consulting)

Riippumattomat asiantuntijat: 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

Helmikuu 2023

Tämä sisältö on tarkoitettu vain yleistä tiedotusta varten eikä sitä pidä käyttää korvaamaan konsultaatiota ammattilaisneuvontajien kanssa.

Vaikka olemmekin parhaamme mukaan pyrkineet varmistamaan, että tämän asiakirjan sisältämät tiedot on saatu luotettavista lähteistä, PwC, Intellera Consulting, CARSA ja Málaga'n yliopisto eivät ole vastuussa mistään virheistä tai puutteista tai näiden tietojen käyttämisestä saaduista tuloksista. Kaikki tämän asiakirjan tiedot tarjotaan "sellaisenaan", ilman takuita täydellisyydestä, tarkkuudesta, oikea-aikaisuudesta tai tuloksista, jotka saadaan näiden tietojen käytöstä, ja ilman minkäänlaisia suoria tai implisiittisiä takuita, mukaan lukien muun muassa takuut suorituskyvystä, myyntikelpoisuudesta ja sopivuudesta tiettyyn tarkoitukseen.

PwC, Intellera Consulting, CARSA ja Málaga'n yliopisto, siihen liittyvät kumppanit tai yritykset tai niiden kumppanit, edustajat tai työntekijät eivät missään tapauksessa ole vastuussa sinua tai ketään muuta kohtaa mistään päätöksestä tai toimesta, jotka tehdään tässä asiakirjassa oleviin tietoihin luottaen, tai mistään seuraamuksellisesta, erityisestä tai vastaavasta vahingosta, vaikka tällaisten vahinkojen mahdollisuudesta olisi kerrottu.

Projekti on saanut rahoitusta Euroopan komissiolta palvelusopimuksen pilottihankkeen "Smart Tourism Destinations" – GROW-2020-OP-0014 – numero SI2.843962 perusteella.

Tässä asiakirjassa esitettävät tiedot ja näkemykset ovat tekijöidensä mielipiteitä eivätkä välttämättä vastaa komission virallista mielipidettä. Komissio ei takaa tämän tutkimuksen sisältämän datan tarkkuutta. Komissiota tai ketään komission puolesta toimivaa henkilöä ei voi pitää vastuussa käytöstä, joka tapahtuu tässä esitettävien tietojen pohjalta.

Toistaminen sallitaan edellyttäen, että lähdetiedot mainitaan.

Euroopan komission
hallinnoima





Miten tätä työkalupakettia käytetään: sinun matkasi kohti älykästä matkailua

Älykkään matkailun lähestymistavan tarkastelusta toteutukseen

Älykkään matkailun lähestymistapaan johtavalla matkalla tämä työkalupaketti tunnistaa neljä päävaihetta, älykkään matkailun tarkastelusta konseptina aina sen konkreettiseen toteutukseen.

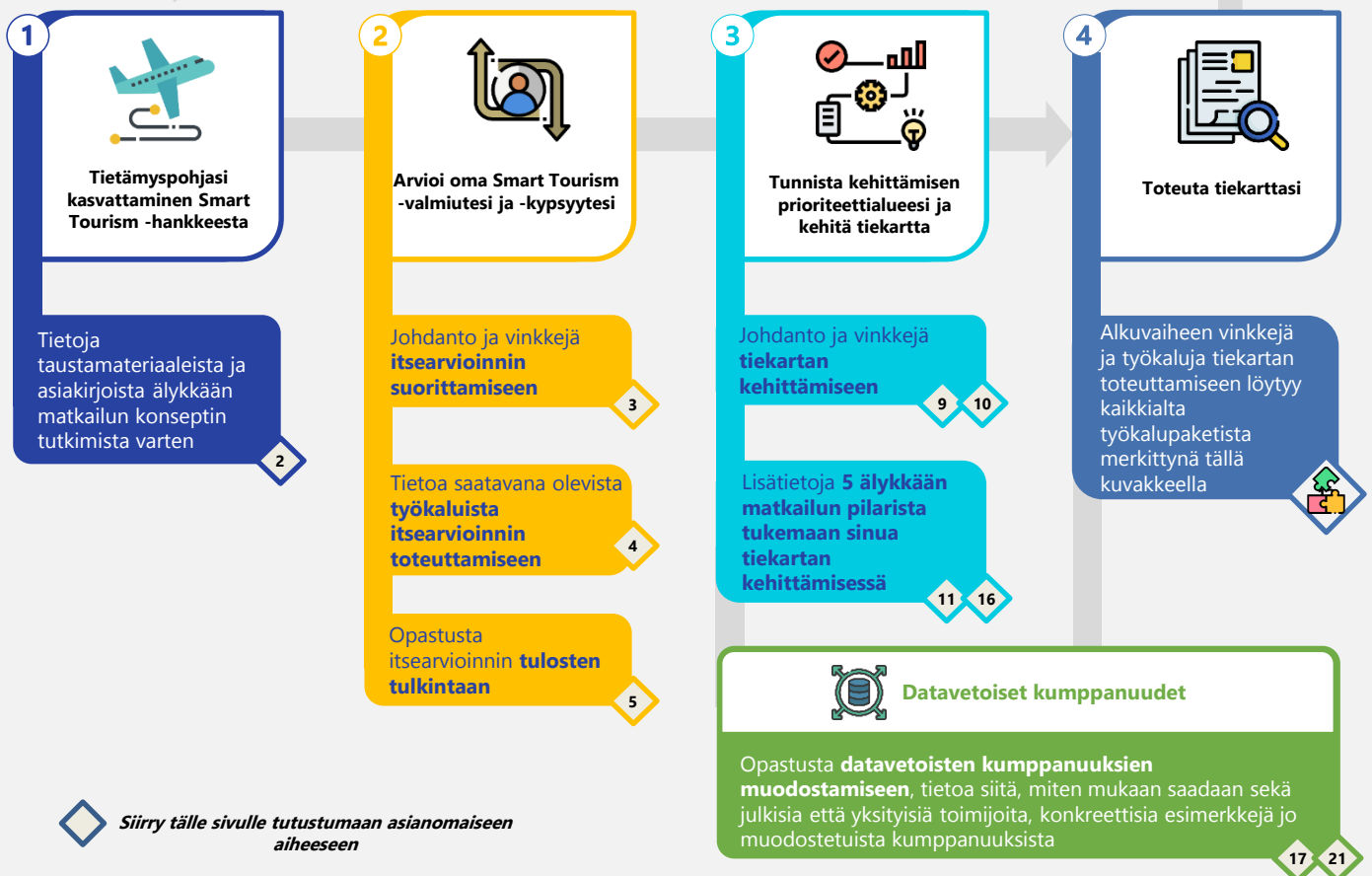
Alla olevassa kuvassa esitetään tiivistetty visualisointi tästä matkasta, vaiheesta yksi vaiheeseen neljä, ja alla olevassa ruudussa indikaatiot siitä, miten tätä työkalupakettia käytetään ja mistä asianomaista informaatiota, ohjeita ja vinkkejä voi löytää.

Näihin neljään vaiheeseen liittyvien ohjeiden ja vinkkien lisäksi työkalupaketti sisältää viimeisen luvun, joka on omistettu datavetoisille kumppanuuksille.

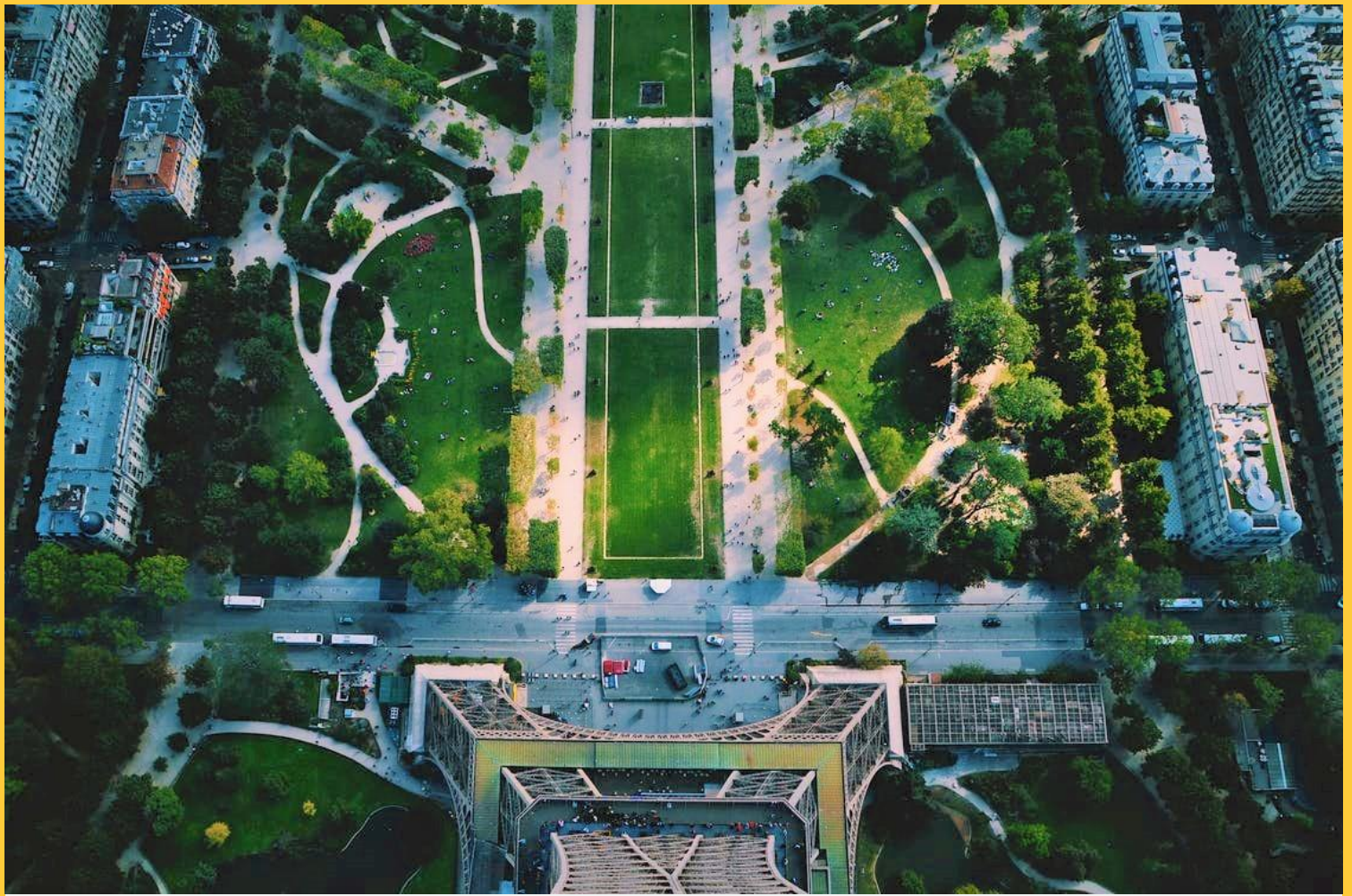
sekä julkisten ja yksityisten organisaatioiden väliselle yhteistyölle. Tämä on transversaalinen aihe, joka nivoutuu sekä tiekartan kehittämiseen että sen toteuttamiseen.

Yleisesti työkalupaketti keskittyy pääasiassa ohjeistuksen antamiseen vaiheita 2 ja 3 varten liittyen älykkään matkailun kypsyyden arviointiin ja tiekartan kehittämiseen. Hankkeen kontekstissa kehitettyjä lisämateriaaleja, erityisesti vaiheesta 4, tuodaan saataville Smart Tourism Destinations -hankkeen verkkosivuilla.

Tarkista tilasi ajoittain alkaen alusta vaiheesta 1



Jos haet tukea lisäopastusta varten, materiaaleja ja työkaluja tiekartan toteuttamiseen ja oman älykkään matkailun lähestymistapaasi vahvistamiseen, suosittelemme, että pidät silmällä [digitaalisen kirjaston](#) ja [webinaarien](#) osioita Smart Tourism Destinations -hankkeen verkkosivuilla, jossa voit tutustua projektin kautta kehitettyihin ja saataville tuotuihin materiaaleihin, jotka on erityisesti kohdistettu tukemaan älykkään matkailun kohteita niiden matkalla.



Sisällysluettelo



Vaihe 1: Tutustu älykkään matkailun lähestymistapaan..... 3



Vaihe 2: Arvioi oma Smart Tourism -valmiutesi ja -kypsyytesi..... 4



Vaihe 3: Tiekartan kehittäminen älykästä matkailua kohti.....7

Strategia ja hallinto..... 9

Tietojen kerääminen ja hallinta..... 10

Inhimillinen pääoma ja osaaminen..... 12

Tietämyksen siirto..... 13

Ekosysteemin hallinta..... 14



Datavetoiset kumppanuudet julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä.....15

Tietoja hankkeesta

“Smart Tourism Destinations” -hankkeen (palvelusopimus SI2.843962, 2021-2023) rahoittaa Euroopan komissio – Sisämarkkinoiden, teollisuuden, yrittäjyyden ja pk-yritystoiminnan pääosasto (DG GROW) ja sitä johtavat PwC EU Services, Intellera Consulting, CARSA ja Málaga'n yliopisto. Hankkeen tavoite on tukea EU:n matkakohteita niiden matkalla kohti vihreää ja digitaalista siirtymää, jonka tavoite on kehittää älykästä ja kestävästä kehityksestä matkailun hallintaa EU:ssa hyödyntämällä datanhallintaa, joka ymmärretään kykyä kerätä, analysoida ja käyttää uudelleen matkailudataa johdonmukaisen strategisen suunnitelman mukaisesti.





Vaihe 1: Tutustu älykkään matkailun lähestymistapaan

Miksi minun pitäisi kiinnostua älykkään matkailun lähestymistavasta?

Älykäs matkailu voi olla innovaatiota ohjaava voima ja tärkeä tekijä matkailukohteiden kilpailukyvyyn, kestäväen kehityksen, elämänlaadun ja joustavuuden parantamisessa.

Älykkääksi matkailukohteeksi tulemista ei pidä pitää lopullisena tavoitteena, vaan pikemminkin mahdollisuutena ja tehokkaana keinona paikallisten yhteisöjen hyvinvoinnin edistämisessä, matkailualan kilpailukyvyyn tehostamisessa sekä kestäväen ja joustavaan kehitykseen johtamisessa.

Monet matkailukohteet eri puolilla maailmaa ovat jo kehittäneet älykkään matkailun lähestymistavan, ja COVID-19-pandemian vaikutus on edelleen korostanut tarvetta parantaa alan joustavuutta.

Älykkään matkailun lähestymistapa tarjoaa matkakohteille kyvyn saavuttaa nämä tavoitteet teknologian, innovaation ja yhteistyön avulla.

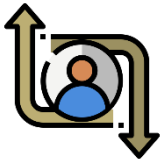
Mistä löydän lisätietoja älykkäästä matkailusta?

Lisätietoja älykkään matkailun perusajatuksista, mahdollisuuksista ja haasteista saat lukemalla **EU:n oppaan matkailukohteita koskevista tiedoista**. Tämä on lyhyempi johdanto, joka voi auttaa sinua aloittamaan tietämyskantasi rakentamisen.

Jos tunnet jo älykkään matkailun käsitteen ja haluat tietää lisää viimeisimmästä kehityksestä, ennakoitavista trendeistä ja hyvistä käytännöistä, voit lukea **tutkimuksen tietojen hallinnasta matkailua varten**. Tämä on kokonaisvaltaisempi tutkimus, joka sisältää analyysin hyvistä käytännöistä, yhteistyötapauksista ja luettelon suosituksista.



Löydät oppaan ja tutkimuksen ladattavaksi **Smart Tourism Destinations -hankkeen verkkosivuilta**, joilta löydät myös lisäkursseja ja informaatiota älykkäästä matkailusta sekä hankkeen viimeisimmät päivitykset. Nämä asiakirjat julkaisee EY yhdessä oppaan käännöksen kanssa kaikilla Euroopan unionin virallisilla kielillä.



Vaihe 2: Arvioi oma Smart Tourism -valmiutesi ja -kypsytytesi

Itsearvioinnin suorittamisen tarkoitus ja hyödyt

Alkuvaiheen itsearvioinnin suorittaminen tarjoaa matkakohteille yleiskatsauksen niiden kypsyystasosta niissä tärkeissä tukijaloissa, jotka mahdollistavat älykkään matkailun lähestymistavan ja ylläpitävät sitä. Alkuvaiheen itsearviointi voi tarjota pohjatyon **tiekartan** kehittämiseen matkakohteen evoluutiossa älykkääksi matkakohteeksi. Lisäksi se tarjoaa vertailukohtien muiden vastaavien matkakohteiden välillä.

Matkakohteiden tulee pitää arviointia ja tiekarttaa tehokkaina ja yhteen nivoutuvina työkaluina harkitun puitekehyksen muodostamiselle niiden strategisten tavoitteiden ja hallintamekanismien perusteella. Asianmukaiset ja mitattavat indikaattorit voivatkin lisäksi auttaa arvioimaan matkailun vaikutusta ja kehittämään vertailukohtia tulevaisuuden matkailun kehittämistä varten.

Säännölliset vuosittain toteutettavat itsearvioinnit voivat tarjota matkakohteille keinoja valvoa kehitystä, uudistaa käytäntöjä, asettaa tavoitteita tai tukea mekanismeja ja antaa integroitua informaatiota. Tällaiset arvioinnit voivat lisäksi helpottaa sektorien välistä dialogia kestävän turismin kehittämisestä ja edistää koordinoitua, paikallisesti olennaista päätöksentekoa (UNWTO 2018). Tilastotieteelliset puitekehykset voivat lisäksi linkittää datalähteitä ja datan tuottajia. Tällaiset puitekehykset ovat tärkeitä, koska datalähteet, samoin kuin käytäntöjen teemat, pyrkimykset ja tavoitteet, voivat muuttua ajan mittaan, kun taas tällaiset puitekehykset varmistavat, että data voidaan linkittää merkityksellisesti käytäntöön.



Lisälähteitä

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

Vinkejä ja ohjeita itsearvioinnin suorittamiseen

Seuraavassa on luettelo operatiivisista vinkeistä ja ohjeista älykkään matkailun kypsyyden itsearvioinnin suorittamista varten. Tämän työkalupaketin seuraavalla sivulla on tietoja verkkotyökalusta, jota voit käyttää suorittamaan itsearvioinnin, ja sivulla 3 on esitetty ohjeet tulosten tulkitsemista varten.

1

Varmista, että **tunnet älykkään matkailun pohjana olevat pääkonseptit**. Löydät hyödyllistä materiaalia tietämuskantasi rakentamista varten tämän työkalupaketin osiosta 1 ja hankkeen verkkosivustolta.

2

Ota mukaan avainsidosryhmät arvioidaksesi niiden edut, kehittääksesi yhteisen vision ja tuodaksesi mukaan niiden tietämyksen. Tällä tavalla arviointiprosessi voi itsessään auttaa myös yhteisessä oppimisessa, sidosryhmien osallistumisen aktivoimisessa ja paikallisen päätöksenteon voimaannuttamisessa. Harkitse fokusryhmän organisointia omissa tiloissasi, henkilökohtaisten haastattelujen pitämistä tai yksinkertaisesti itsearvioinnin lisäämistä niiden olemassa olevien työryhmien agendaan, jotka tuovat yhteen sidosryhmänne.

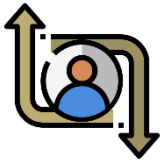
3

Joitakin matkakohteita varten voi olla tarpeen **määritellä se maantieteellinen alue**, jossa arviointityökalua sovelletaan, keskustelemalla siitä, mitkä alueet otetaan mukaan ja miksi tähän päätökseen on päädytty. Tämä maantieteellisen laajuuden vaihe on elintärkeä datan keräystoimintaa varten.

4

Kerää tarvittava data ja informaatio itsearviointia varten. Voit konsultoida raportteja, jotka saadaan matkakohteiden hallintaorganisaatioilta (DMO), muilta yhdistyksiltä ja matkakohteen viranomaisilta, hankkeiden kehittäjien asiakirjoja, matkailuyritysten vuosiraportteja, tieteellistä tutkimusta, markkinointi- ja myynninedistämismateriaaleja matkakohteesta sekä olemassa olevia kyselyjä matkailijoista, asukkaista ja paikallisista matkailuyrityksistä.

Suosittellemme lisäksi, että varmistat varaavasi riittävästi aikaa tätä vaihetta varten. Sijainnista, laajuudesta ja datan saatavuudesta riippuen, tyypillinen arviointiprosessi ja datan keräys **voi kestää jopa 10 päivää!**



Vaihe 2: Arvioi oma Smart Tourism -valmiutesi ja -kypsyysesi

Mitä työkaluja voin käyttää toteuttamaan älykkään matkailun itsearvioinnin?

Voit käyttää itsearvioinnissa **kyselyä ja verkkotyökalua**, jotka on kehitetty Smart Tourism Destinations -hankkeen yhteydessä.

Tämä varmistaa kysymysten ja itsearvioinnin tulosten yhdenmukaisuuden sekä tässä työkalupaketissa annetun analyttisen puitekehiksen ja lisätiedot. Verkossa tehtävään itsearviointiin on pääsy hankkeen verkkosivuston kautta niiden matkakohteiden toimesta, jotka on valittu osallistumaan hankkeeseen sen alusta lähtien. Näiden matkakohteiden antamat vastaukset ja palaute sallivat mallin lisähienosäädön ja -kehityksen. Työkalu voi olla avoin kaikille kiinnostuneille matkakohteille tulevaisuudessa. Sillä välin, mikäli haluat vastata kyselyyn verkon ulkopuolella, löydät täyden luettelon kysymyksistä julkisesti saatavana verkkosivustollamme.

Kyselyn rakenne

Itsearvioinnin rakenne ja kysymykset liittyvät läheisesti työkalupaketin sisältöön ja älykkään matkailun lähestymistavan muodostaviin viiteen tukipilariin.

Lisäksi arviointi sisältää sarjan yleisiä kysymyksiä koskien matkakohteesi typologiaa, kokoa ja yleisiä ominaisuuksia. Näiden kysymysten tarkoitus on auttaa sinua pohtimaan omaa erityistä kontekstiasi.

Verkkotyökalun avainpiirteet

Verkkotyökalu sisältää selittävät tekstit ja resurssit, sallien käyttäjien rekisteröidä tilin, niin että voit tallentaa vastauksesi ja varmistaa tietojen suojaamisen.

Arvioinnin lopussa muodostetaan automaattinen raportti, joka lähetetään käyttäjille sähköpostitse ja joka tarjoaa sinulle alkusuositukset jatkotoimiin tulosten pohjalta sekä indikaation kypsyystasostasi kunkin tukipilarin mukaan ja yleisellä tasolla.

Itsearvioinnin tulokset

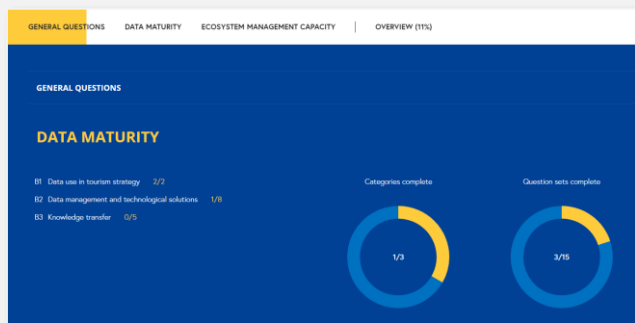
Verkkotyökalun muodostama automaattinen raportti sisältää seuraavat:

- graafinen visualisointi yleisistä kypsyystuloksistasi
- kypsyystuloksesi kunkin tukipilarin mukaan kolmivaiheisella asteikolla
- yhteenvedon vastauksistasi ja alkusuositukset parannustoimiin kunkin kysymyksen osalta.

Lisätietoja tulostesi tulkitsemista varten löydät seuraavalta sivulta.



Voit saada pääsyn itsearvioinnin verkkotyökaluun ja tutustua kyselyyn seuraavan linkin kautta: <https://smarttourismdestinations.eu/digital-library/>

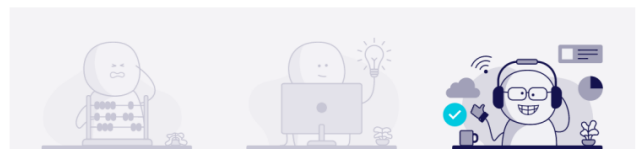


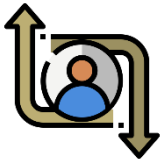
Vastattujen kysymysten yleiskatsaus

Graafinen esitys kypsyystuloksista tietyn aiheen mukaan

3.2 DATA MATURITY

3.2.1 Data use in tourism strategy





Vaihe 2: Arvioi oma Smart Tourism -valmiutesi ja -kypsyysesi

Miten minun tulisi tulkita tuloksiani?

Itsearviointin tulokset tarjoavat oivalluksia siitä, miten matkakohteet sijoittuvat huomioiden älykkään matkailun kypsyysen kolme päävaihetta. Kukin vaihe vastaa kapasiteettien ja resurssien kasvavaa sarjaa, joka sallii matkakohteiden progressiivisesti laajentaa tavoitteitaan ja toimintojaan. Seuraavassa on lyhyt kuvaus kolmesta kypsyysvaiheesta, jotka voit tunnistaa itsearviointin avulla:

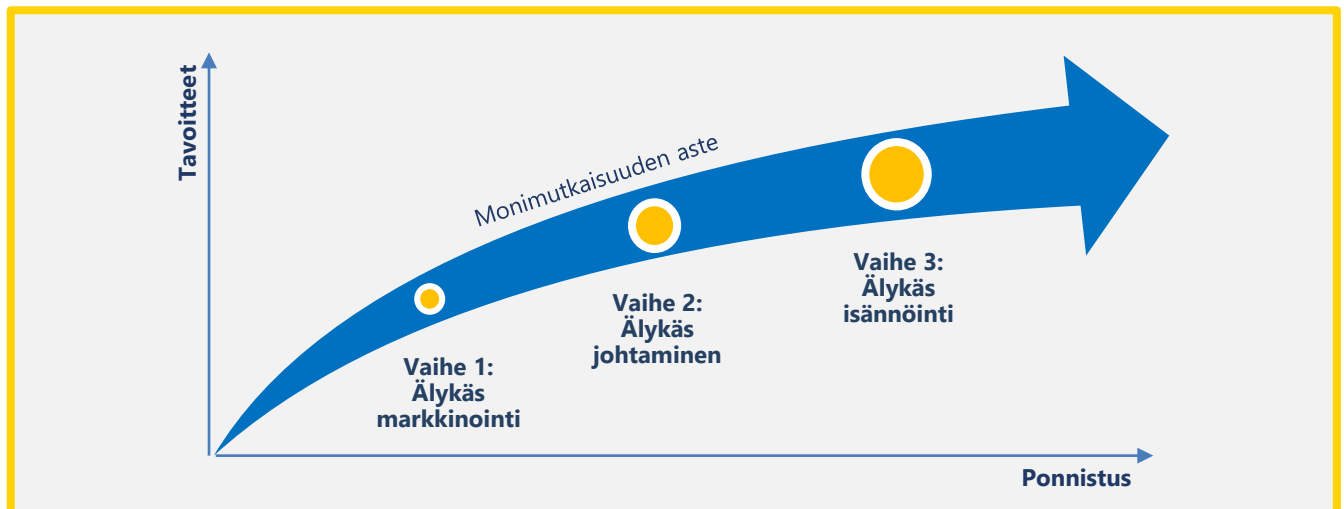
- **Vaihe 1 – Älykäs markkinointi:** alhaisilla kypsyystasoilla matkakohteiden on hyvä keskittyä datan käyttöön kävijämäärien lisäämiseksi, kannustamaan taloudellista kehitystä markkinoinnin, myyninedistämisen ja brändäystoimien avulla.
- **Vaihe 2 – Älykäs johtaminen:** suurempi kypsyys sallii matkakohteiden kerätä oivalluksia ja tehdä päätöksiä matkailun arvosta ja yleisöhallinnan toiminnoista sekä proaktiivisesti jakaa kävijävirtoja ajan ja tilan suhteen.

- **Vaihe 3 – Älykäs isännöinti:** Useimmat kypsät matkakohteet voivat hyödyntää älykkään matkailun lähestymistapaa käyttämään matkailua vastuullisesti ja tekemään matkakohteista parempia paikkoja asukkaille elää sekä vastaanottavaisempia matkailijoita kohtaan. Näin toimiminen edistää sidosryhmien osallistumista ja yhteistyötä sekä uusien hallintomallien kehittämistä.

Itsearviointi auttaa matkakohteita arvioimaan omaa kypsyystasoaan ja pohtimaan, mitä alueita kehittää ja mitkä tavoitteet ja toiminnot voisivat jo olla saavutettavissa.

Itsearviointin tulokset auttavat lisäksi saamaan oivalluksia siitä, miten matkakohde suoriutuu kussakin viidessä tukipilarissa, jotka muodostavat älykkään matkailun lähestymistapamme, kuvattuna seuraavassa.

3 vaihetta ja älykkään matkailun kypsyysen kasvaminen



Älykkään matkailun lähestymistavan 5 tukipilaria ja matkakohteen älykkään matkailun kypsyysen määrittäminen





Vaihe 3: Tiekartan kehittäminen älykästä matkailua kohti

Tiekartan esittely

Tiekartan tulee sisältää vähintään seuraavat:


- Sarja **tavoitteita**, joita voidaan kuvailla lisää ja hajottaa pienemmiksi tavoitteiksi.
- Jokaiselle tavoitteelle **kuvaus tarvittavista muutoksista** saavuttamaan nämä tavoitteet verrattuna vallitsevaan tilanteeseen.
- Jokaiselle tunnistetulle muutokselle luettelo **toimista** toteutettaviksi näiden muutosten aikaansaamiseksi.
- Lopuksi, **tiedot ajoituksesta, rooleista ja vastuista** toimien toteuttamista varten.

Nämä eri elementit voidaan visualisoida progressiivisina vastauksina kysymyksiin "miksi", "mitä" ja vielä "miten/kuka".



Vinkejä ja ohjeita tiekartan kehittämiseen

Kun tiekarttaa kehitetään, aloitat ylhäältä, asetat tavoitteesi ja sitten siirryt alas askel kerrallaan. Joka kerta, kun lisäät uusia elementtejä tiekarttaan, on suositeltavaa, että tarkistat myös edelliset elementit yleisen johdonmukaisuuden varmistamiseksi. Seuraavassa on eräitä alkuvinkejä siitä, miten voit kehittää kunkin tiekartan muodostavan elementin.

 Lopulliset tavoitteet	<ul style="list-style-type: none">• Unelmoi isosti: Älä pelkää sisällyttää kunnianhimoisia tavoitteita, voit jakaa ne edelleen pienemmiksi kehittäessäsi tiekarttaa. Nämä tavoitteet antavat sinulle strategisen suunnan ja voivat auttaa sinua osallistamaan sidosryhmiä ja saamaan poliittisen tuen.• Tee ero lyhyen, keskipitkän ja pitkän aikavälin tavoitteiden välillä. Tasapainoinen tiekartta sisältää hyvin vähän pitkän aikavälin tavoitteita – vaikka vain yhden – ja suhteessa laajemman valikoiman lyhyen ja keskipitkän aikavälin tavoitteita.• Ota inspiraatiota tästä työkalupaketista: Lue tämä työkalupaketti läpi saadaksesi inspiraatiota siitä, mitä voit tehdä omaksumalla älykkään matkailun lähestymistavan, ja tunnistaaksesi tavoitteet!
 Minkä pitää muuttua	<ul style="list-style-type: none">• Käytä älykkään matkailun lähestymistavan viittä peruspilaria tunnistamaan, minkä pitää muuttua saavuttaaksesi halutut tavoitteet. Tämä auttaa jakamaan tavoitteesi pienempiin osiin ja tunnistamaan toiminnan prioriteettialueet.• Hyödynnä itsearvioinnin tulokset miettiessä samalla vaadittavia muutoksia. Itsearviointi auttaa sinua arvioimaan kypsyystasoasi kunkin pilarin osalta, korostamaan, missä sinulla on varaa parantaa, ja helpottamaan toiminnan prioriteettialueiden tunnistamista. Muista kuitenkin, että haluat kehittyä saavuttaaksesi tavoitteesi, et pelkästään tullaksesi älykkäämmäksi!
 Toimet ja työkalut	<ul style="list-style-type: none">• Arvioi ja priorisoi potentiaaliset toimet niiden toteutuskelpoisuuden, kestävyys ja haluttavuuden perusteella. Kun sinulla on pitkä luettelo mahdollisia toimia, nämä kolme kriteeriä auttavat sinua tunnistamaan prioriteettitoimet, joilla on suurin vaikutus, jotka sisältävät vähiten riskejä ja joilla on laajempi sidosryhmien tuki.• Hae inspiraatiota tästä työkalupaketista ja etsi lisäresursseja hankkeemme verkkosivustolta: seuraavat sivut sisältävät esimerkkejä resursseista ja työkaluista, joita voit käyttää vahvistamaan älykkään matkailun lähestymistapaasi jokaisen tukipilarin osalta. Lisämateriaaleja tuodaan saataville Smart Tourism Destinations -hankkeen verkkosivustolla, mukaan lukien rekisteröityminen webinaareihin ja hankkeen aikana käytetyt resurssit.
 Ajoitus ja roolit	<p>Katso sekä organisaatiosi sisälle että sen ulkopuolelle: kun määrität rooleja ja vastuuta, muista huomioida sekä omat resurssisi että sidosryhmiesi mahdollinen osallistuminen. Hyvin määritelty tiekartta auttaa sinua vakuuttamaan muut organisaatiot osallistumaan ja toimimaan mukana sen toteuttamisessa!</p>



Vaihe 3: Tiekartan kehittäminen älykästä matkailua kohti

Esimerkki ensimmäisestä korkean tason tiekartasta

Alla olevassa taulukossa esitetään esimerkki matkakohteen ensimmäisestä tiekartan luonnoksesta koskien tarvittavien muutosten kartoitusta. Taulukko **kartoittaa vallitsevan ja tavoiteltavan tilanteen** älykkään matkailun lähestymistapamme viiden peruspilarin perusteella.

Tätä esimerkkiä varten kuvittelimme matkakohteen tavoitteen olevan kausiluonteisen matkailun vähentäminen ja matkailun yhteisöön kohdistaman vaikutuksen parantaminen ottamalla käyttöön älykkään matkailun ratkaisuja ja lähestymistapoja. Vallitseva tilanne kartoitetaan **itsearviointin tulosten kautta**. Tavoiteltava tilanne kehitetään haluttavien tavoitteiden saavuttamiseen **tarvittavien muutosten analyysin** perusteella.








Taulukko esittää **yksinkertaisen ja tehokkaan yhteenvedon matkakohteen toimien prioriteettialueista**. Kun kehitysalueet ovat selviä, matkakohde voi alkaa ajatella toimia ja aloitteita, jotka tarvitaan sen tavoitteiden saavuttamiseen, sekä toteutuksen yksityiskohtia.

Yhdessä itsearviointin tulosten kanssa seuraavat sivut auttavat sinua kehittämään vastaavan taulukon. Seuraavilla sivuilla löydät kunkin tukipilarin osalta seuraavat:

- Taulukon, jossa esitellään **yleiskatsaus kasvavassa määrin kunnianhimoisia tavoitteita ja ominaisuuksia**, organisoituna ala-aiheiden ja kypsyytason mukaan. Esimerkiksi dataa käsittelevän pilarin kohdalta löydät viittauksen ala-aiheiden datalähteisiin sekä lyhyen kuvauksen yhä kypsemmistä datalähteiden käyttötavoista. Voit käyttää näitä taulukoita tarkistamaan, onko mitään tiettyä ala-aihetta, jota sinun pitää kehittää tavoitteidesi saavuttamiseksi, pitäen samalla mielessä itsearviointin tulokset näkemään, kuinka pitkällä olet.
- Sarja **alkuvaiheen vinkkejä ja resursseja**, joista saat inspiraatiota toteutettavia toimia varten, ja auttamaan sinua ajattelemaan kutakin tukipilaria konkreettisten termien avulla.



Esimerkki matkakohteen tiekartan luonnoksesta, joka kartoittaa vallitsevan ja tavoiteltavan tilanteen, alkaen itsearviointin tuloksista ja tunnistaen toimien prioriteettialueet

		VAIHE 1: "Älykäs markkinointi"	VAIHE 2: "Älykäs johtaminen"	VAIHE 3: "Älykäs isännöinti"
		<i>Yhä kunnianhimoisemmat tavoitteet</i> 		
Älykkään matkailun peruspilarit	1. Strategia ja hallinnointi		X	-----> 
	2. Datan kerääminen ja hallinta, tekniset sovellukset	X	-----> 	
	3. Ihmispääoma ja osaaminen		X	-----> 
	4. Tietämyksen siirto			
	5. Ekosysteemin hallinta ja kumppanuudet	X	-----> 	

x – vallitseva tilanne  – tavoiteltava tilanne

Tiekartan kehittäminen: strategia ja hallinto

1. Strategia ja hallinto

Paremmen strategian ja hallinnon kehittämiseksi tulee huomioida älykkäät ratkaisut, jotka keskittyvät datan keräykseen ja analyysiin, tuoden tietoja matkakohteille ja auttaen siten voittamaan haasteet, joita matkakohteet usein kohtaavat. Taloudelliseen kehittämiseen keskittymistä voidaan laajentaa sisältämään kestävä kehitys, vastuullinen resurssien käyttö, elämänlaadun edistäminen ja sidosryhmien ja paikallisen yhteisön hyvinvoinnin lisääminen. Data katsotaan siten työkaluksi valvomaan edistymistä tavoitteita kohti ja tarjoamaan ohjeita strategisia korjausliikkeitä varten.

Alla olevassa taulukossa esitetään yleiskatsaus älykkään matkailun strategian ja hallinnon pääominaisuuksista yhdessä kolmen kypsyysoikeuden kanssa. Samaa lähestymistapaa sovelletaan kaikki pilareihin.



Seuraavassa on alkuvinkkejä ja -resursseja yhdestä vaiheesta toiseen siirtymistä varten:

- **Yhteistyö** sidosryhmien kanssa on elintärkeää jaetun matkailun ja tiedonhallinnan strategian luomiselle yhdessä. Valmiera+ Interreg -projekti tarjoaa esimerkkejä jaetun strategian prosessista, hyödyistä ja vaikutuksesta. Lisätietoja on saatavana [täällä](#) ja [täällä](#) (kuvaus ja webinaari).



	VAIHE 1: "Älykäs markkinointi"	VAIHE 2: "Älykäs johtaminen"	VAIHE 3: "Älykäs isännöinti"
Matkailun yleisen lähestymistavan FOKUS	Markkinointi	Markkinointi, johtaminen	Markkinointi, johtaminen, yhteistyön mahdollistaminen, tietämyksen jakaminen
Yleisen matkailun lähestymistavan TAVOITTEET	Taloudellinen kehitys	Kestävä kehitys	Uudistava matkailu
Tiedonkeräyksen PRIORITEETTIALUE	Suunnittelu ja varaukset	Suunnittelu, varaukset ja oleskelu Turistivirtojen ja turistikokemuksen hallinta	Turistikokemuksen tukeminen koko matkan ajan Matkakohteen resurssin hallinta Asukkaiden ja yhteisöjen hyvinvointi Tuotteiden ja palvelujen innovaatio
Yleisen matkailun lähestymistavan STRATEGIA	Houkuttelee kävijöitä, keskitytään määrään	Hallitse sidosryhmiä, keskitytään laatuun Tehokas resurssien käyttö	Lisäarvo liikeyrityksille, asukkaille ja matkailijoille Keskitytään arvon ja kokemuksen yhteiseen luontiin Levitä kävijät ajan ja tilan suhteen Paranna matkakohdetta asukkaita ja matkailijoita varten Paranna yhteisön hyvinvointia
Tiedonhallintastrategia	Rajoitettu strateginen merkitys, jätetään yksilöille, pääasiassa raportointia varten	Tiedon tiedostaminen on olemassa Tietojen arvon ja tiedonhallintastrategian arvon yhä laajeneva ymmärtäminen	Tiedon tiedostaminen on kaikkialla. Tietoa pidetään elintärkeänä päätöksentekoa varten. Tiedonhallintastrategia muokataan tarkasti tähän tarkoitukseen. Tiedonhallinnan yhteistyö on olemassa.
Indikaattorit	Kvantitatiivinen – keskittyy matkailijoihin (matkailijoiden määrä, keskimääräinen oleskelun kesto...)	Kvalitatiivinen – keskittyy matkailijoihin ja liikeyrityksiin (tyytyväisyys)	Keskittyy kokemuksen, elämän ja suorituskyvyn laatuun Kantokapasiteetin hallinta Resurssien hyödyntäminen ja uusiutuminen

- Jotta voit **tunnistaa** avaintekijät, jotka liittyvät strategian yhdessä luomiseen, siirry tämän työkalupaketin sivulle 14, joka keskittyy johtamispilarin ekosysteemiin.
- Jotta voit hyödyntää **enemmän integroidun lähestymistavan matkailuhallintoon**, voit tutustua siihen, mitä [NECSTour](#) tekee luodakseen linkin alueellisten ja laajempien Eurooppalaisten hallintotasojen välille, kuten EP, EK ja Alueiden komitea.
- Kun haet neuvoja **tunnistamaan indikaattorit** matkakohteen strategian valvomista varten, voit aloittaa [älykkään matkailun indikaattorien luettelosta](#), jonka on kehittänyt [HERIT-DATA](#) Interreg -hanke. Matkailun vaikutusmalli (Tourism Impact Model, TIM) – jonka kehitti Tourism 4.0 -aloite – on lisäksi tunnistanut yli 300 indikaattoria, lisätietoja löydät [täältä](#).
- Eräs toinen erinomainen lähde inspiraation saamiseen indikaattoreista ja matkailupolitiikan ja -strategioiden ohjaamisesta on [EU:n matkailualan tulostaulu](#). Sen julkaisi EK lokakuussa 2022, ja se tarjoaa pääsyn matkailun tilastoihin ja menettelytapoihin liittyviin indikaattoreihin, tukien matkakohteita ja julkisia viranomaisia seuraamaan edistymistään vihreässä ja digitaalisessa siirtymässä. Suosittelemme lisäksi, että tutustut [Euroopan matkailun indikaattorijärjestelmän \(ETIS\) työkalupakettiin](#), jota EK kehittää aina.

Tiekartan kehittäminen: Tiedon kerääminen ja hallinta

2. Tiedon kerääminen ja hallinta

Ensimmäinen kriittinen vaatimus on **tiedon saaminen matkailijoista ja heidän käyttäytymisestään**. Kun matkailijoiden ominaisuudet on ymmärretty, matkakohteet voivat rakentaa markkinointistrategioita sekä tehostaa matkakohteensa hallintaa.

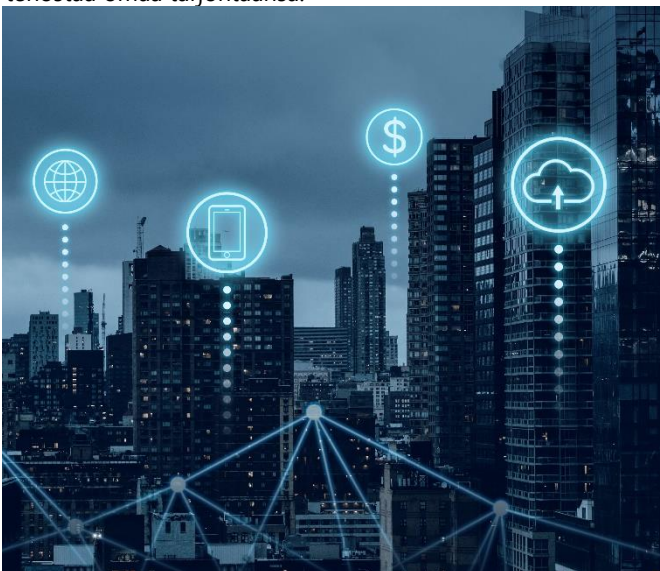
Kysymys on, mistä nämä tiedot löytyvät. Perinteisempiä tiedonlähteitä ovat kansalliset ja paikalliset tilastot ja kenttä- tai verkkokyselyt. Näitä tiedonlähteitä käytetään, koska ne ovat käteviä ja helposti analysoitavia. Koska nämä lähteet tarjoavat enimmäkseen staattista informaatiota, tätä lähestymistapaa täydennetään usein hybridiratkaisuilla, jotka **integroivat erilaisia digitaalisia lähteitä**.

Lisää tiedonlähteitä voi tulla sosiaalisesta mediasta, laitteista, antureista, tiedonvaihdosta ja niin edelleen. **Kysyntäpuolelta** tulevan tiedon lisäksi matkakohteet voivat täydentää tietostrategiaansa informaatiolla ja datalla, joka tulee yksityisiltä liikeyrityksiltä ja **tarjontapuolelta**. Ohjaava periaate eri tietolähteiden integraation takana on ymmärrys siitä, että **kaikki liittyy matkailuun ja että tietoa on kaikkialla**.

Siten matkakohteiden tulee jatkuvasti etsiä uusia tietokokonaisuuksia – jopa "ei-ilmeisistä" lähteistä (esim. vähittäiskaupat, poliisi, joukkoliikenne, jätehallinta ja säätiedot, kyselyt, haastattelut jne.) Tämä ei välttämättä edellytä monimutkaisen datan käsittelyä, vaikkakin, kun matkakohteen kypsyys nousee, sillä on mahdollisuus siirtyä pienestä datasta monimutkaisempaan ja **reaaliaikaiseen dataan**.

Tämä sallii lisäksi siirtymisen datan **kuvailevasta** käytöstä tiedon hyödyntämiseen **diagnosoimaan**, mitä tapahtuu, ja **ennustamaan** tulevaa kehitystä.

Älykkään matkailun ja tietoon pohjautuvan lähestymistavan omaksuminen tukee lisäksi matkakohteita valmistautumaan tulevaa teknologista kehitystä varten. Eräs matkailuajan lupaavista avainteknologioista on **metaverse**, josta on jo eräitä pilottikokeiluja käynnissä. Teknologian saapuessa vähitellen markkinoille digitaalisesti kypsemmät matkakohteet ovat valmiita hyödyntämään metaversen tarjoaman tilaisuuden kehittää käytettävyyttä, tarjota fyysisiä kokemuksia ja tehostaa omaa tarjontaansa.




Tietojen hallitseminen: työkalupaketti matkakohteita varten

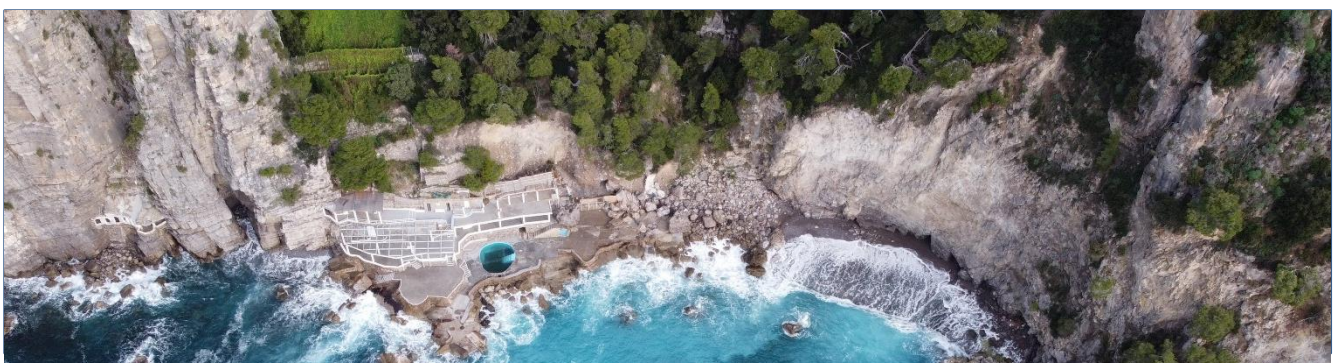


Seuraavassa on joitakin vinkkejä ja resursseja yhdestä vaiheesta toiseen siirtymistä varten:

- Kun alat kerätä ja tallentaa yhä enemmän tietoja ja aina säännöllisemmin, sinun pitää etsiä **pilvitalennuksen palveluntarjoajia**, joiden pitää täyttää **EU:n asetus muiden kuin henkilötietojen vapaasta liikkuvuudesta**, koska se määrittelee kaikki lainopilliset vaatimukset, joita pilvitalennuksen palveluntarjoajien on täytettävä voidakseen tuoda tiedot käyttäjien saataville EU:ssa. Voit tutustua tämän asetuksen tärkeimpiin tukipilareihin alkamalla tältä [verkkosivulta](#).
- Jos sinua kiinnostaa tutkia mahdollisia sovelluksia **Earth Observation -dataa** varten, löydät runsaasti avoimia datasarjoja, käyttötapauksia, koulutusmateriaalia sekä rahoitus- ja verkostoitumismahdollisuuksia, joita tarjoaa [European Space Agency](#), sekä vähemmän että enemmän kypsiä matkakohteita varten. Jos EO-data on uusia asia sinulle, voit aloittaa [täältä](#).
- Jos haluat innovoida lisää ja **upottaa virtuaalimallinnus- ja pilviteknologiaa keräämään** ja jakamaan **reaaliaikaista tietoa** demografiasta, liikkumisesta ja joukkoliikenteen infrastruktuurista sekä ympäristötietoja ilmastosta, ilmanlaadusta ja melusta, voit tutkia, mitä [Rennesin kaupunki](#) teki luomalla **digitaalisen kaksosen** itse kaupunkia varten.
- Kun matkakohteesi kasvaa, sinun pitää ehkä perustaa **jatkuvan tiedonkeräyksen** järjestelmiä valvomaan ja analysoidaan, miten matkailijat käyttäytyvät vieraillessaan matkakohteessasi. Tätä varten voit tutustua **älykkään matkailun hallintaratkaisuun**, jonka Nijmegenin kaupunki Alankomaissa otti käyttöön hallitakseen kaupungin turistivirtoja. Lue lisää tästä aloitteesta [täällä](#).
- Jos sinun pitää toteuttaa **API**-pohjaisia sovelluksia sukeltaaksesi syvälle matkailudataan, voit tutustua EU-rahoitettuun hankkeeseen nimeltä **SDI4Apps**, joka pyrkii muodostamaan pilvipohjaisen puitekehityksen avoimella API:lla dataintegraatiota varten. Tutustu SDI4APP:n merkittävimpiin tuloksiin ja sovellukseen matkailualalla [täällä](#). Lue hankkeen loppuraportti napsauttamalla [tästä](#).
- Jos sinun pitää kerätä tietoja ja dataa asukkaiden käsityksistä matkailusta, harkitse **tilapäisten kyselyjen** tai monimutkaisempien **konsultointiprosessien** kehittämistä fokusryhmien ja kansalaistapaamisten kautta. [Täältä](#) löydät esimerkin, siitä, miten Bordeaux'n kaupunki konsultoi asukkaitaan. Kyselyt ovat lisäksi erinomainen aloituspiste kävijäpalautteen keräämistä varten.
- EK investoi **matkailudatatilan** kehittämiseen, pyrkien tarjoamaan pääsyn suurempaan määrään korkealaatuista tietoa eri lähteistä matkakohteille ja yrityksille. Vaikka se on edelleen alkuvaiheessa, pidä silmällä tulevaa kehitystä [täällä](#).

Tiekartan kehittäminen: Tiedon kerääminen ja hallinta

	VAIHE 1: "Matkakohteen markkinointi"	VAIHE 2: "Matkakohteen hallinta"	VAIHE 3: "Matkakohteen isännöinti"
Tietoon perustuva lähestymistapa ja kokonaislopputulos	Kuvaile ("jälkiviisuus"): mitä on tapahtumassa?	Diagnosoi ("oivallus"): miksi asiat tapahtuvat?	Ennusta ja ohjeista (ohjaa) ("ennakointi"): kävijävirtojen reaaliaikainen ohjaus, "älykkäät kaupungit", "älykkäät alueet", AI, ML
Eriytyinen tietojen lopputulos	Ymmärrä kävijän ominaisuudet Ymmärrä nykymarkkinat Tunnista uudet markkinat Mittaa markkinointitoimien tehokkuutta	Ymmärrä kävijän käyttäytymistä Strateginen suunnittelu	Ohjaa/vaikuta kävijän käyttäytymiseen reaaliajassa Tue ja kannusta kävijän osallistumista lisäarvon luomisen yhdessä
Tietoon turvautuminen / tietoon luottaminen	Tieto mahdollisuutena mutta strategiselta tärkeydeltään rajoitettu (kiva saada), jätetään yksilöille, pääasiassa raportointia varten	Tieto etuna (pakko saada)	Tieto resurssina (tieto on uuden talouden polttoaine) Tieto korvaamattomana (mahdotonta ilman sitä)
Tietolähteet	Tieto kansallisista tilastoista, postituksista, lipunmyynnistä, kyselyistä	+ sisäinen tieto sidosryhmiltä, verkkosivustolta, sosiaalisesta mediasta (UGC-data)	+ tieto laitteista (GSM, GPS, WiFi, BLE, skannerit), anturit ja maksutapahtumat (varaustiedot, luottokorttitiedot)
Tiedonkeräysmetodologiat	Tilapäinen, retrospektiivinen	Säännöllinen, pääasiassa retrospektiivinen Reaktiivinen	Reaaliaikainen, jatkuva Proaktiivinen ja reaktiivinen
Tiedon käyttäminen ja "perehdyttäminen"	Oman sisäisen tiedon ja avoimen tiedot käyttö	Palveluntarjoajilta saadun tiedon käyttö rikastamaan ja täydentämään omaa tietoa ja avointa tietoa	Jatkuva uusien datasarjojen etsiminen ei-ilmeisistä lähteistä Oman tiedon jakaminen – avoimen lähteen tieto Muodosta yhteistyötä tiedon jakamista varten
Tiedon omistus	Yksittäinen ja bilateraalinen	Verkostoitu omistus	Integroitu (avoin) omistus
Tiedonhallinta	Tieto on strukturoitu silloiksi, tiedonhallinta ja -käytännöt ovat silloina eikä virallisesti määriteltynä	Tieto on tallennettu jonkinlaiseen säilöön, osa tiedosta liian suurta hallittavaksi olemassa olevan infrastruktuuriin avulla	Tieto on tallennettu keskitetysti, voidaan jakaa helposti, erityistä huomiota datan laatuun, turvallisuuteen ja yksityisyyteen
Kontaktin tyyppi kävijän kanssa	Informaation lähettäminen	Vuorovaikutus	Vuoropuhelu Yhteinen luominen
Keskity suhteessa "asiakasmatkaan"	Inspiroi ja tiedota	Varaukset ja kokemukset (linjassa inspiroi ja tiedota -vaiheen kanssa)	Kokemus, jaa/arvioi



Tiekartan kehittäminen: Inhimillinen pääoma ja osaaminen

3. Inhimillinen pääoma ja osaaminen

Inhimillinen pääoma ja osaaminen ovat elintärkeä resurssi matkakohteille, jotka pyrkivät toteuttamaan älykkään lähestymistavan. Ensinnäkin, rajoitettu ryhmä etujoukkoja ottaa todennäköisesti aloitteen, toimien "tiedon esitaistelijoina". Alkuvaiheen hyödyntämisen jälkeen tiimi (potentiaalisesti monen organisaation välinen) voi kasvaa ja kehittyä pysyvämmäksi rakenteeksi, jota lopulta johtaa Chief Information Officer (CIO), valvoen kaikkia toimintoja.

Tässä kontekstissa matkakohteen tietoanalyysin parissa työskenteleviä johtajia tulee tukea data-analyytikon ja/tai -insinöörien toimesta. Proaktiivisuuden varmistamiseksi matkakohteen johtajien tulee voida käyttää tai saada pääsy **ennustavaan** sekä **kuvailevaan analytiikkaan**. Viime mainittuun vaaditaan datatieteilijää, joka voi hoitaa tiedon louhinnan ja AI-pohjaiset algoritmit.

Matkakohteilla voi kuitenkin olla vaikeuksia suhteellisten pienten budjettien ja rajoitetun työntekijämäärän vuoksi. **Läheinen yhteistyö yliopistojen ja innovaatiokeskittymien** kanssa voi auttaa matkakohteita voittamaan puutteet tekemällä yhteistyötä analyttisten ja monimutkaisten tehtävien suorittamiseksi. [CITUR](#) ja [Algarve Smart Destination](#) ovat kaksi esimerkkiä siitä, miten matkakohteet, tutkimuskeskukset ja innovaatiokeskittymä voivat toimia yhdessä digitalisaation kannustamiseksi ja älykkään matkailun tukemiseksi.

Kansalliset ja kansainväliset organisaatiot voivat tarjota taloudellista tukea, mukaan lukien innovaatorahastot, säännölliset matkailuohjelmat mutta myös sisäiset ja ulkoiset rahastot, jotka keskittyvät henkilöstön osaamisen kartuttamiseen. Itse asiassa, useat EU-aloitteet tukevat ammattitaidon kehittämistä ja parantamista matkailualalla sekä digitaalista siirtymää. Jos haluat lisätietoja tästä aiheesta, suosittelemme aloittamaan tutustumalla EK:n erityiseen verkkosivustoon matkailualan osaamisesta ja [Digitaaliseen kompassiin](#), EK:n visioon Euroopan digitaalisen siirtymän tuesta.



Seuraavassa on joitakin valittuja vinkkejä ja resursseja, jotka voivat tukea yhdestä vaiheesta toiseen siirtymistä:

- Jos suunnittelet tiimisi laajentamista ja tarvitset tukea työprofiilin kuvauksessa tai jos haet tiettyä osaamisvalikoimaa ja haluat tietää, mitä profiileja sinun tulisi etsiä, voit aloittaa konsultoimalla [ESCO-luokista](#), jonka EK on kehittänyt. Voit tutkia ja navigoida luokitusta ammattien mukaan (esim. data-analytiikko) sekä osaamisen ja kompetenssien mukaan (esim. datan louhinta).
- Jos etsit koulutus- ja rahoitusmahdollisuuksia, jotka liittyvät digitaaliseen osaamiseen, suosittelemme, että tutustut EK:n [Digital Skills & Jobs -alustaan](#). Alusta sisältää osiot [koulutus](#), [rahoitus](#) ja [ura](#) sekä [yhteisön](#), johon voit liittyä luomaan yhteyksiä muihin organisaatioihin, jakamaan käytäntöjä ja mainostamaan aloitteitasi.
- Jos haluat ymmärtää paremmin työntekijöiden yleistä digitaalista lukutaitoa ja haluat tukea heitä ja sidosryhmiäsi tutustumaan näihin aiheisiin, voit suositella käyttämään [digitaalisen osaamisen itsearviointityökalun](#), jonka on kehittänyt Digital Skills Accelerator -aloite. Tämä työkalu tarjoaa henkilöille yksilöidyn tutkakaavion, joka kuvaa heidän nykyisiä vahvuuksiaan ja heikkouksiaan ja joka on linkitetty koulutusresursseihin ja -materiaaleihin.
- Jos haluat kerätä lisätietoja siitä, miten yhteistyötä voi kannustaa julkisten ja yksityisten organisaatioiden välillä konkreettisten sitoumusten tekemiseksi työntekijöiden **osaamisen lisäämiseksi** ja **muuttamiseksi** myös matkailualalla, tutustu [Pact for Skills](#) -kumppanuuteen, yhteen [Euroopan osaamisohjelman](#) lippulaivatoimintoon.



	VAIHE 1: "Matkakohteen markkinointi"	VAIHE 2: "Matkakohteen hallinta"	VAIHE 3: "Matkakohteen isännöinti"
Johtajuus	Yksittäiset "tiedon esitaistelijat"	Pieni tiimi "tiedon esitaistelijoita"	Chief-information-office (CIO)
Työt	Markkinointipäällikkö data-analyysoiminnolla	Data-analytiikko/-insinööri + liiketoiminnan analytiikko	Data-analytiikko + datainsinööri + datatutkija + liiketoiminnan analytiikko + sidosryhmä – yhteistyöjohtaja
Osaaminen	Perustiedot digitalisaatiosta Kuvaileva analytiikka Hallinnoija	Ennakoiva analytiikka Johtaja	Ohjaileva analytiikka Transformatiivinen johtamistaito Vastuulliset ja eettiset johtamistaidot
Kapasiteetti	Suhteellisen pieni budjetti, rajoitettu määrä FTE:itä	Suhteellisen keskikokoinen budjetti, keskimääräinen määrä FTE:itä	Suhteellisen suuri budjetti, suuri määrä FTE:itä

Tiekartan kehittäminen: Tietämyksen siirto

4. Tietämyksen siirto

Tietämyksen siirto ja yhteinen päätöksenteko sidosryhmien kanssa on ehdottoman tärkeää matkakohteelle ja sen kilpailukyvyille. Tietosivujen ja aikakauslehtien kaltaiset staattiset raportit voivat olla arvokkaita kanavia datan, informaation ja tietämyksen jakamisen aloittamiselle sidosryhmien kanssa. Nämä raporttityypit eivät kuitenkaan ole tulevaisuuden kestäviä lähteitä, sillä ne tekevät päätöksistä reaktiivisia, ei proaktiivisia. Proaktiivisten ja olennaisten päätösten mahdollistamiseksi data-analyysin perusteella **datan visualisointi interaktiivisten koontinäyttöjen kautta** on käänteentekevä. Siksi **datan käsittelyn** tulee perustua **reaaliaikaiseen käsittelyyn** ja analyysiin. Tietämyksen jakamisen periaate älykkäissä matkakohteissa tarkoittaa avoimen datan käyttöä tietämyksen siirtämisen stimulointiin ja reaaliaikaisten koontinäyttöjen tarjoamista matkakohteen sidosryhmille, mikä vastaavasti luo mahdollisuuksia yhteiselle päätöksenteolle.

Koska datan keräyslähde vaihtelevat, myös datan omistajat poikkeavat toisistaan. Lisäksi matkakohteen ympäristöön upotetuilla antureilla on eri datan omistajia jopa saman matkakohteen sisällä (esim. vähittäismyyntikaupat, poliisi). Siksi tarvitaan datan vaihtoa. Datan vaihtamiseksi matkakohteissa kaikkien sidosryhmien tulee olla dynaamisesti linkitettyinä sellaisten teknologisten alustojen kautta, jotka tukevat avoimia data-aloitteita (Buhalis et al., 2015). Halukkuus datan jakamiseen on kuitenkin vähäistä, koska matkakohteen sidosryhmät pelkäävät datansa väärinkäyttöä ja ovat haluttomia yhteistyöhön johtuen luottamuksen tai yhteisen vision puuttumisesta. Tässä suhteessa teknologian tulisi tarjota parempia työkaluja yhteistyötä ja tietämyksen jakamista varten. Avoimien dataympäristöjen tulee lisäksi varmistaa läpinäkyvyys datan jakamisessa.



Seuraavassa on joitakin vinkkejä ja resursseja yhdestä vaiheesta toiseen siirtymistä varten:

- Jos olet jo tunnistanut arvokkaita datasarjoja käytettäväksi ja jaettavaksi mutta etsit vielä **digitaalista alustaa, jossa koota, hallita, analysoida, visualisoida ja jakaa tämä data**, voit aloittaa tutustumalla mahdollisuuksiin, joita tarjoaa [Snap4city](#), avoimen lähteen alusta, jonka avulla voit kehittää koontinäytön ja IoT-sovelluksia. Alusta sisältää lisäksi koulutuksia ja kattavan dokumentaation muista käyttäjätapauksista, kuten [Florence Smart City Control Room](#).
- Jos yksi päähaasteista, jonka olet kohdannut ja jossa haluaisit kehittyä, koskee **datan jakamisen sääntelyä**, voit lukea [datan jakamisen työkalupaketin](#), jonka on kehittänyt DataPitch Horizon2020 -hanke, joka sisältää lisää taustatietoja, käyttötapauksien esimerkkejä ja resursseja ja vaiheita auttamaan sinua datan jakamisen toteutuksessa.
- Jos haluat perustaa **digitaalisen alustan keräämään, harmonisoimaan ja jakelemaan anonymisoitua dataa**, joka pyrkii luomaan tietämystä ja tiedottamaan päätöksentekoprosesseja, jotka liittyvät matkailun kehittämiseen matkakohteen kilpailukyyn tehostamiseksi, saatat haluta tutustua aloitteeseen, jota edistää Göteborgin kunta, ja sen [Tietämyskeskukseen](#).
- Jos tarvitset **SaaS-** ja **IaaS-**pohjaisia pilvipalveluja, [SWIPO](#) tarjoaa laajan valikoiman palveluntarjoajia, jotka täyttävät SWIPO:n menettelytapasäännösten. Viimeisimmän päivitetyn luettelon palveluntarjoajista löydät [täältä](#).



	VAIHE 1: "Älykäs markkinointi"	VAIHE 2: "Älykäs johtaminen"	VAIHE 3: "Älykäs isännöinti"
Dataraportointi: informaation levittäminen tietämyksen lisäämiseksi	Staattiset raportit, kuten tietosivut, aikakauslehdet.	Koontinäytöt/BI jatkuvan datavirran perusteella	Reaaliaikaiset oivallukset, jotka perustuvat autonomiseen ja jatkuvaan seurantaan
Jakamiskäytäntö	Rajoitettu halukkuus jakaa (pelko datan väärinkäytöstä)	Datan jakaminen kumppanien välillä	Avoin dataympäristö
Tietämyksen jakamisen tyypit	Rajoitetun informaation jakaminen	Tarkan tietämyksen jakaminen	Äänettömän tietämyksen jakaminen
Sopimusmallit	Julkisten ja yksityisten kumppanuudet	Jaettu omistus	Alustaosuustoiminta
Datan jakamisen tarkoitukset	Asiakasvalitus / arvostelujen hallinta Markkinatutkimus	Asiakaspalvelu Dynaaminen hinnoittelu Prosessin kehittäminen	Asiakaspalvelujen ja vuorovaikutusten yksilöinti Uuden palvelun kehittäminen – innovaatio Asiakaskokemus ja sitoutuminen Liiketoimintamallin ja strategian innovaatio

Tiekartan kehittäminen: Ekosysteemien hallinta ja kumppanuudet

5. Ekosysteemien hallinta ja kumppanuudet

Älykkäät matkakohteet voidaan katsoa yhdistettyjen sidosryhmien verkostoiksi, joiden välillä on useita suhteita. Älykäs lähestymistapa luo mahdollisuuksia paremmalle yhteistyölle, kannustaen tietämyksen ja datan jakamista sekä tarjoten yhteisen vision.

DMO:n pitäisi voida ratkaista ristiriitoja, rohkaisten matkakohteen sidosryhmiä yhteistyöhön ja siten varmistaa matkakohteen kestävyys. **DMO:iden** tulisi siirtyä markkinointiorganisaatioista **johtaviksi matkakohteen johtamisorganisaatioiksi**, joilla on riittävä rakenne eri sidosryhmien hallintaa varten. Siten niiden työn pitäisi sisältää sidosryhmien hallintatoiminnot, matkailutuotteen kehittämisen ja tietämyksen jakamisen. Tätä tarkoitusta varten ja näiden tavoitteiden proaktiivista tavoittelua varten **älykkäiden DMO:iden tulisi lisäksi kehittyä datakeskuksiksi ja datan louhintaorganisaatioiksi**, jotka ovat vastuussa datan käytön ja jakamisen edistämisestä ja hallinnasta ekosysteemissä. Erityisesti vähemmän kypsissä matkakohteissa DMO:t voivat toimia käänteentekevässä roolissa datan käyttöä koskevan keskustelun kannustajina ja käynnistäjinä.

Lisäksi älykkäiden matkakohteiden tulee perustaa älykkään matkailun ekosysteemejä, jotka voivat houkuttaa ihmisiä löytämään, elämään ja harjoittamaan liiketoimintaa niiden kanssa. Matkakohteiden tulee toimia asukkaiden ja matkailijoiden kanssa ymmärtämään teknologisen tarjonnan sekä yksityisyyteen liittyvät ongelmat. Edistyneiden teknologioiden (esim. älypuhelimet ja puettava teknologia) sekä sosiaalisen median avulla sekä asukkaat että matkailijat voivat osallistua ja kokea matkakohteen uudella tavalla.

Koulutuksen ja tuen tarjoaminen asukkaalle joukkoistetun informaation ja uusien teknologioiden ymmärtämiseksi ja hyödyntämiseksi voi olla ensimmäinen askel heidän tuomiseensa mukaan älykkäiden ratkaisujen yhteiseen luomiseen matkakohdetta varten. Lisäksi matkailijoista on tullut kokeneempia, vaativampia ja aktiivisempia. Heitä ei pidä eristää rajoittamalla tietoa matkailukohteesta (Fan et al., 2019), vaan käyttämällä teknologioita ja jakamalla tietoja heistä pitää tulla oman kokemuksensa kanssamuodostajia.



Seuraavassa on joitakin vinkkejä ja resursseja yhdestä vaiheesta toiseen siirtymistä varten:

- Jos sinun pitää muodostaa **dataekosysteemi** määrittämään matkailussa toimijat ja infrastruktuurit, joita tarvitaan tällaisen ekosysteemin hallintaan, harkitse **datan kartoitusjärjestelmien käyttämistä**. Esimerkki tehokkaasta ratkaisusta on **ODI:n** kehittämä työkalu, joka on saatavana [täällä](#).
- Jos sinun pitää **lisätä ja parantaa vuorovaikutuksia, joita matkakohteellasi on sidosryhmiensä kanssa**, voit lukea Euroopan komission tarjoamat suositukset artikkelista [Establishment of Sustainable Data Ecosystems](#), joka sisältää lisäksi vinkkejä ja neuvoa sidosryhmien asettamista keskiöön.
- Kun **älykästä hallintorakennetta** määritellään, muista sopia sidosryhmien kanssa selkeistä vastuista ja tehtävistä. Esimerkkejä eri ratkaisuista voisivat olla paikallisen matkailuobservatorion tai tietämyskeskuksen perustaminen. Voit lukea lisää observatorion perustamisesta [täällä](#).



	VAIHE 1: "Älykäs markkinointi"	VAIHE 2: "Älykäs johtaminen"	VAIHE 3: "Älykäs isännöinti"
Organisatorisen rakenteen reitti 1: DIY (tee se itse)	Kukin organisaatio omillaan, omalla hallinollaan ja vaikutuspiirillään	Organisaatio on osa väliaikaista/hankerahoitettua verkkoa tai liittoa	Organisaatio on osa rakenteellista/pysyvää operationalisoitua "tietämysverkkoa"
Organisatorinen rakenne: kumppanuudet/ekosysteemit (tee se yhdessä)	Tilapäinen yhteistyö rajoitetun määrän sidosryhmiä kanssa	Väliaikainen/hankerahoitettu verkko tai liitto (esim. datalaboratorio)	Rakenteellinen/pysyvä operationalisoitu "tietämysketju" (esim. datakeskus, matkailuobservatorio)
DMO:n rooli datan hallinnassa	DMO ensisijaisena datan käyttäjänä, enimmäkseen liittyen markkinointitarkoituksiin	DMO tilapäisten/väliaikaisten datakumppanuksien sponsorina	DMO dataa louhivana organisaationa, johtava rooli rakenteellisten "tietämysketjujen" edistämisessä ja vahvistamisessa
Asukkaat	Passiivisia	Osallistujia matkailun kehittämiseen	Yhdistettyjä, luovia, aktiivisia osallistujia
Matkailijat	Eristetty rajoitettuun tietoon matkakohteesta	Tiedotettu matkakohteesta ja sen tarjonnasta	Paremmiin yhteydessä, jakaa dataa, kokemuksen kanssaluojia Matkakohteen lähettiläitä



Datavetoiset kumppanuudet julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä

Datavetoisten kumppanuuksien arvo

Erilaiset itsenäiset sidosryhmät, sekä yksilöt että organisaatiot, toimivat matkakohteissa. Vaikka nämä toimijat voivat olla heterogeenisiä käyttöpäristönsä, kulttuurinsa ja tavoitteidensa suhteen, he **kaikki hyötyvät matkakohteen kehityksestä ja osallistuvat siihen** sekä sen kasvavaan kilpailukykyyn, kestävään kehitykseen ja vahvuuteen.

Kohteen kehityksen maksimoimiseksi **heillä kaikilla on oltava terveet suhteet ja heidän on tehtävä yhteistyötä erityisesti datan jakamisessa ja jakelussa** – ja koska dataa muodostavat ja hallinnoivat enimmäkseen yksityiset toimijat, erityistä huomiota on kiinnitettävä julkisen ja yksityisen sektorin välisiin kumppanuuksiin. [Euroopan komission](#) (2022) mukaan, mikroliikeyritykset sekä PK-yritykset muodostavat 99,8 % matkailuyrityksistä EU:ssa. Tukistrategian tarjoaminen kohdistamaan niiden kohtaamat erityishaasteet datan jakamisen kanssa voi laajentaa huomattavasti hyötyjä matkailun ekosysteemille.

Julkisten ja yksityisten kumppanuuksista onkin tulossa päätöksentekomekanismien kulmakivi ja olennainen kaava onnistuneiden menettelytapojen saavuttamiseen. Esimerkiksi [Urban Agenda for the EU](#) keskittyy konkreettisiin prioriteettiteemoihin erityisissä 14 kumppanuudessa pyrkien kehittämään elämänlaatua kaupunkialueilla.

Lisäksi DMO:n verkostoitumisen ja kumppanuuskapasiteetin edistäminen lisää sen auktoriteettia ja siten sen kykyä hallinnoida tehokkaasti.

Jotkin tutkimukset kuvaavat DMO:iden roolia älykkäissä matkakohteissa älykeskuksina, joiden tehtävänä on tukea datan avoimuutta, säädellä tietosuojaa ja muodostaa kumppanuuksia. Tämä datan demokratisointi sisältää kaikki matkailun arvoketjun tahot ja keskittyy yksityiseen sektoriin, erityisesti PK-yrityksiin.

Tämä tavoitteen saavuttamiseksi ja datavetoiseksi kohteeksi kehittymistä varten matkailujohtajien **tulee hyödyntää saatavana olevat eri datasarjat**, keskittyen sekä markkinoiden tarjonta- että kysyntäpuoleen (esim. [Lithuania travel](#)). Alla oleva ruutu näyttää silmäyksen tiedoista, joita matkakohde voi hyödyntää parantaakseen matkailun tarjontaansa ja kilpailukykyään. Kun matkakohteet ymmärtävät, onko tällainen informaatio saatavana ja kuka sen omistaa, se auttaa matkakohteita **tunnistamaan ja priorisoimaan mahdollisia liittoumia**, käynnistämään työryhmiä ja komiteoita ja lisäämään palaute- ja viestintätoimintaa julkisen ja yksityisen sektorin välillä. Näiden kumppanuuksien potentiaalisen arvon ymmärtämiseksi ja niiden oikein priorisoimiseksi huomioitavia päävaiheita ovat alkuvaiheen **ekosysteemin tarpeiden ja resurssien kartoitus sekä mahdollisesti saatavilla olevien datalähteiden kartoitus**. Jos tarvitset tukea dataekosysteemi kartoituksessa, voit aloittaa [Dataekosysteemin kartoitustyökalusta ja oppaasta](#), jonka ODI on kehittänyt.

Älykkään matkailun ekosysteemin datan ja eri sidosryhmien keskeinen rooli



Esimerkkejä datalähteistä kumppanuuksia varten



- **Maksutapahtumatiedot** (verkkovaraukset ja -ostot, kuluttajien luottokorttimaksut) Ne voivat antaa tietoja rahankäytön trendeistä, ja niitä voidaan käyttää keräämään trendejä ja analysoimaan tavoitteita.
- **Laitetiedot** (GPS, mobiili roaming, bluetooth, RFID, Wi-Fi ja älykaupungin laitedata). Ne voivat antaa informaatiota matkailijoiden käyttäytymisestä ja liikkeistä ja niitä voidaan käyttää kehittämään yhä yksilöllisempiä palveluja ja suoria resursseja kaikkein suosituimmista paikoista.
- **Yksityisyrittysten datasarjat** (lento-yhtiön matkustajatiedot, hotellipaikkojen tiedot, ravintolavaraukset, vuokraustiedot). Niitä voidaan käyttää ennustamaan kysyntää ja turistivirtoja sekä analysoimaan kohdemarkkinoita.



Datavetoiset kumppanuudet julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä

Datavetoisten kumppanuuksien tavoitteet

Kumppanuuden taustavoima on, että kaikki kumppanit hyötyvät yhteistyöstä. Kumppanuuksia muodostetaan erilaisista syistä, ja tietojen jakamisen kaikkein ilmeisimmät hyödyt ovat taloudellisia. **Kumppanuuksia voidaan muodostaa saavuttamaan korkeampaa tehokkuutta tai mittakaavaetuja, avaamaan aiemmin suljettuja markkinoita tai yksinkertaisesti kokoamaan resursseja – taloudellisia ja/tai inhimillisiä.**

Konkreettisia kumppanuuksien tavoitteita voidaan suunnata kohti datan haltijoita, innovaattoreita, välikäsiä ja/tai yhteiskuntaa yleisesti. DMO:t voivat helpottaa kumppanuuksien luomista auttamalla eri toimijoita tunnistamaan datan tarjoamat mahdollisuudet ja tuomalla heidät yhteen saavuttamaan yhteinen strategia.

Tällaisten kumppanuuksien sääntöjen tulisi olla hyvin selkeitä yksityiselle sektorille heti alusta lähtien välttämään luomasta odotuksia, joita ei voi täyttää.

Datavetoisten kumppanuuksien tavoitteet sidosryhmän kategorian ja liittymismotivaation mukaan



DATAN HALTIJAT: organisaatiot, jotka toimittavat datan datanjakosuhteessa

- Kustannus- ja tehokkuussäästöt
- Ratkaisut liiketoiminnan haasteisiin
- Pääsy lahjakkuuteen
- Parantunut sisäinen datarakenne
- Tuotteen ja palvelun kehittäminen
- Avoin innovaatio
- Datatutkiminen
- Noussut lainopillinen vaatimustenmukaisuus
- Osaamisen kehittäminen



DATAN KÄYTTÄJÄT: organisaatiot, jotka käyttävät datan haltijan jakamaa dataa uusien palvelujen kehittämiseen

- Pääsy dataan
- Osaamisen kehittäminen
- Liikesuhteet datan haltijoiden kanssa
- Tuotteen ja palvelun kehittäminen
- Oivallukset uusista markkinoista



VÄLIKÄDET: Heillä on rooli useissa datanjakosuhteissa

- Markkinointikelpoinen tuote / palvelun tarjonta
- Organisaatiokohtaiset tavoitteet



YHTEISKUNTA

- Paremmat tuotteet ja palvelut
- Lisääntyvä tietosuojat
- Suhde datanhaltijoihin

Liian korkeat tai harhaanjohtavat odotukset voivat synnyttää turhautumista kumppanien keskuudessa, rapauttaen yhteistyön laatua ja pahimmissa tapauksissa päättäen suhteen julkisten ja yksityisten tahojen välillä. Tämän vuoksi on tärkeää muistaa, että **seuraavat vaatimukset tulee täyttää yksityisten toimijoiden osallistumisen onnistumiseksi:**

- Kaikkien toimijoiden edut tulee huomioida ja varmistaa, että olennainen ja arvokas data voidaan jakaa yksityisen sektorin kanssa.
- Kumppanuuksien tulee vaikuttaa uusien liiketoimintamallien muodostamiseen.
- Kumppanuuksien tulee sallia sektorin digitalisoinnin kiihdytys.

Datan jakamisen muodot

Datan arvoa ei voi maksimoida yhden yksittäisen datan jakamisen instanssilla. Sen sijaan datan jakaminen avaa niin sanotun suuren datan arvoketjut, joissa suuria määriä dataa kerätään ja käsitellään useissa toisiinsa liittyvissä vaiheissa. Tämä edellyttää sellaisten puitekehysten muodostamista, joissa data voidaan jakaa johdonmukaisesti. Seuraavassa on yleiskatsaus vakiintuneista käytännöistä, jotka mahdollistavat yhden datan jakamisen muodon:

- **Data Commons:** Resurssit, jotka ovat yhteisesti hallussa, kaikkien ryhmän jäsenten käytettävissä (esim. [Data Commons](#) tai [City Data Commons](#) Barcelonassa).
- **Datayhteishankkeet:** Yksityinen data, joka hyödyttää yhteiskuntaa ja joka jaetaan sosiaalisen hyvän puolesta (esim. [Data Collaboratives](#)).

- **Datamarkkinapaikat:** Välittäjien alustat tai verkkokaupat, joiden kautta dataa voidaan ostaa tai myydä.

- **Avoin data:** Dataa, joka on lisensoitu ja kaikkien saatavana, käytettävänä ja jaettavana mihin tahansa tarkoitukseen. Henkilötiedot eivät koskaan voi olla avointa dataa (esim. [Eurooppalaisen datan portaali](#), [Helsinki Region Infoshare](#) tai [open data Malta](#)).

- **Data-avaruuDET:** aloitteet, jotka pyrkivät tarjoamaan pääsyn dataan. EK pyrkii käynnistämään yhdeksän sektorikohtaista eurooppalaista data-avaruuDETta, EU:n sääntöjä ja arvoja kunnioittaen. Nämä data-avaruuDET ovat linkitettyjä toisiinsa, tarjoavat erinomaisia mahdollisuuDETta dataan pääsyyn toimijoille, jotka työskentelevät vaaka-suuntaisella sektorilla, kuten matkailu. Esimerkki vastaavasta aloitteesta kansallisella tasolla on saksalainen [Mobility Data Space](#).



Datavetoiset kumppanuudet julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä

Kumppanuustyytit

Eri sidosryhmien välisen kumppanuudet voivat asettaa useita haasteita, jotka liittyvät muun muassa erilaisiin organisatorisiin kulttuureihin ja lainopillisiin ja byrokraattisiin esteisiin. Näiden haasteiden voittamiseksi on tärkeä huomioida eri vaihtoehdot kumppanuuden rakentamiseen ja valita kaikkein sopivin osallistuvien organisaatioiden ja tavoitteidesi mukaisesti. Tätä tarkoitusta varten luettelo **mahdollisten kumppanuuksien eri tyypeistä** sisältää ainakin seuraavat:

- **Yhteenliittymä/-liittymät** – resurssien kokoaminen saamaan hyöty, johon tahoilla ei olisi varaa yksin (esim. yhteinen data, teknologia, yhteiset palvelut).
 - **Yhteisyritykset** – yhteistyössä toteutettu hanke (tyypillisesti yhdistämään eri osaaminen/resurssit), joka tavoittelee mahdollisuutta, jakaen sen kehittämiseen liittyvät riskit.
 - **Strategiset kumppanuudet** – yleensä pidempiaikainen sopimus yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Voi sisältää sekä pienempiä että suurempia palveluntarjoajia täydentävillä resursseilla tai osaamisella. Nimitetään "strategiseksi", koska tavoitteet ovat kriittisen tärkeitä kumppanien yleiselle liiketoiminnan/markkinoiden kehitysstrategialle.
 - **Yhteinen datan keräys ja hyödyntäminen** – sopimus kerätä, koota ja hyödyntää kumppanien dataa. Tämä voi olla hyvä malli sidosryhmille, jotka luovat ja käyttävät dataa julkista pääsystä varten. Se voi olla yksittäinen luokkamalli, jossa datan toimittajat, kuten julkiset elimet, toimivat yhdessä, tai monen sidosryhmän malli, jossa julkiset datan tarjoajat toimivat henkilötietojen hallinnoivien palveluntarjoajien kanssa.
 - **Organisaatioverkot** – monen organisaation liittouma, jossa jäsenyritykset tekevät yhteistyötä yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi.
 - **Ulkoistaminen** – ydinpalvelujen ulkopuolisten toimintojen antaminen kolmannen osapuolen palveluntarjoajien tehtäväksi.
- Digitalisaation ja uuden datatalouden tärkeyden vuoksi eräät tulossa olevat tyytit kannattaa mainita yksityiskohtaisemmin:

- **Digitaali-innovointikeskittymät (DIH):** DIH:t voivat saada erilaisia lainopillisia muotoja, riippuen maasta/alueesta (esim. yhdistys tai konsortio). DIH:t tuovat yhteen julkisia ja yksityisiä tahoja, mukaan lukien yliopistot ja tutkimuskeskukset, **tukemaan PK-yritysten ja julkisen hallinnon digitaalista muutosta.**

- **Klusterit: sektoriin tai teemaan keskittyneet yhdistykset**, joiden avulla julkiset ja yksityiset tahot voivat vuorovaikuttaa, edistää innovaatiota ja kasvattaa tietyn alan kilpailukykyä. Eurooppalaisella tasolla European Cluster Collaboration Platform toimii tietämyskeskittymänä eri aiheista ja samalla edistää organisaatioiden välisten kumppanuuksien välittämistä.

Voit päättää myös yhdistää voimasi muiden organisaatioiden kanssa apurahojen ja rahoitusmahdollisuuksien yhteydessä. Eri ohjelmilla voi olla tietyt vaatimukset. Jos haet lisätietoa **ehdotuksen valmistelulle Horizon Europessa**, voit aloittaa tästä Euroopan komission [webinaarista](#).

Olellaiset verkostot ja aloitteet



- **European Capital of Smart Tourism:** vuosittainen European Capital of Smart Tourism -kilpailu pyrkii tunnistamaan ja tukemaan eurooppalaista älykkään matkailun osaamista ja muodostamaan puitekehyksen verkostoinnille ja parhaiden käytäntöjen vaihdolle.
- **Digital Cities Challenge:** Digital Cities Challengeen kunnianhimon on tehdä kaupungeista parempia paikkoja asumiselle. Voit saada inspiraatiota ja oppia ohjelmaan osallistuvan yli 40 kaupungin kokemuksesta.
- **Intelligent Cities Challenge:** ICC tukee 136 kaupunkia käyttämällä huippuedistyneitä teknologioita johtamaan älykästä, vihreää ja sosiaalisesti vastuullista elvytystä. Hanke keskittyy lisäksi vihreään ja digitaaliseen siirtymään matkailussa, joka on eräs sen yhdistävistä teemoista.
- **Espanjan Smart Tourism Destinations -verkosto:** se on tarkoitettu parantamaan kohteiden kilpailukykyä ja kansalaisten elämänlaatua viidellä akselilla: hallinto, innovaatio, teknologia, käytettävyys ja kestävä kehitys.

Informaatiota EU:n rahoitusmahdollisuuksista

- **Opas EU-rahoitukseen matkailua varten:** tältä sivulta löydät tietoja ja ohjeistusta EU:n rahoitusmahdollisuuksista matkailusektorilla, mukaan lukien [esittely EU:n rahoituksesta ja tarjouskilpailuista](#), joka on päivitetty luettelo tällä hetkellä avoimista matkailukutsuista ja paljon muusta.



Datavetoiset kumppanuudet julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä

Julkinen- ja innovaatiohankinta

Julkinen hankinta on lainopillinen muoto, jotka julkinen hallinto käyttää tavaroiden ja palvelujen ostamiseen. Data-alalla julkinen hallinto saattaa tarvita pääsyn eri datasarjoihin, joita myydään markkinoilla ja jotka voidaan ostaa hankinnan kautta. Aina kun mahdollista, julkisten hallinnoijat hyötyisivät kaikkia osapuolia hyödyttävien jakokumppanuuksien tai hankintojen priorisoinnista, mukaan lukien tavarat (data) ja palvelut (datatutkijat).

Yleisten strategisten tavoitteidensa ja tarpeidensa perusteella organisaatioiden tulisi määrittää **strategia ulkoisen datan hankintaa varten**, yhden datasarjan hankintaa laajemmin, määrittäen selkeät prioriteetit, arvioiden kustannukset ja hyödyt sekä saatavana olevat resurssit data ostamiseen, sen käyttämiseen ja laadun varmistamiseen.

Älykkään matkailun lähestymistapaan pyrkiville julkisille hallinnoijille houkutteleva työkalu on **innovaatiohankinta**, jonka muotoja voivat olla innovatiivisten ratkaisujen ostaminen tutkimus- ja kehityspalvelujen hankinnan kautta, sellaista innovatiivisten ratkaisujen hankinta, jotka eivät vielä ole olemassa markkinoilla, tai sellaista innovatiivisten ratkaisujen hankinta, jotka ovat olemassa mutta ei vielä yleisesti saatavilla markkinoilla. Lisätietoja innovaatiohankinnasta on saatavana seuraavista materiaaleista:

- [EU:n ohjeita innovaatiohankintoihin](#): saatavana kaikilla EU:n virallisilla kielillä ja sisältää käytännön tietoja siitä, miten innovaatiohankkeiden hankinta aloitetaan ja miten sitä kehitetään
- [EAFIP:n työkalupaketti innovaationhankintaa varten](#): kolmen moduulin verkko-opas, tarjoaa tukea päätöksentekijöille strategioiden suunnittelussa ja hankkijoille sekä näiden lakiosastoille innovaatiohankintojen toimeenpanosta

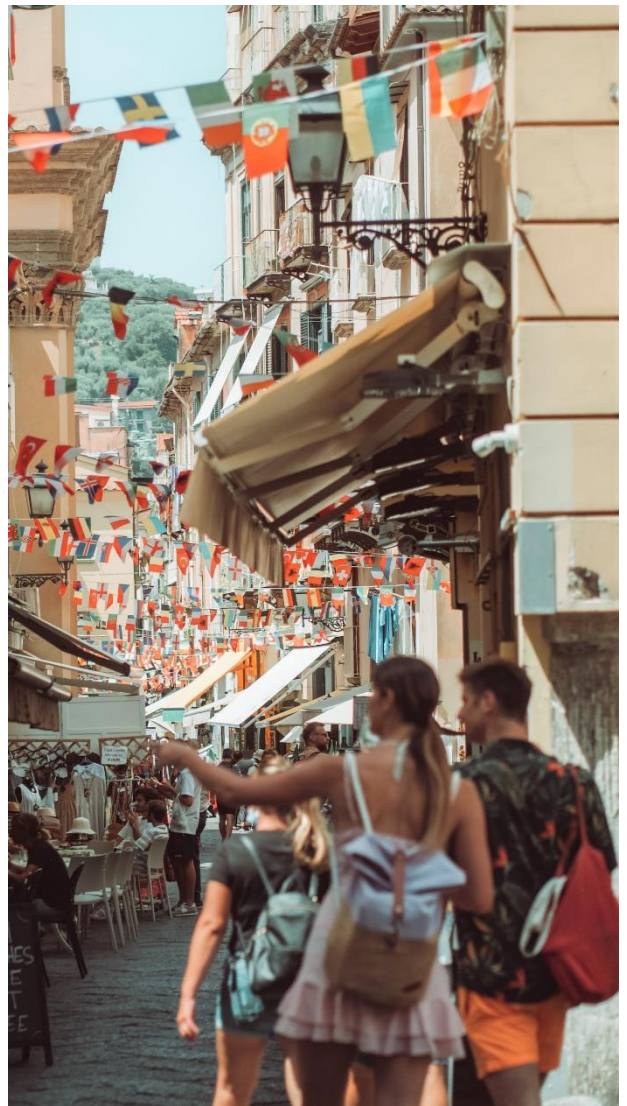
Miten luoda olosuhteet rohkaisemaan datan jakamista ja kumppanuuksia

Matkakohteille, joiden ekosysteemi on vähemmän kypsässä vaiheessa datan jakamisen kulttuurin osalta, tarvittavien kumppanuuksien rakentamisen yrittäminen voi muodostaa huomattavan haasteen. Näissä tapauksissa tulee välttämättömäksi työskennellä luomaan olosuhteet, jotka rohkaisevat jäsenetymppään datan jakamiseen tulevaisuudessa.

Mahdollisia toimia datan jakamisen kulttuurin luomisen aloittamiseksi ja sidosryhmien osallistumisen edistämiseksi ovat muun muassa:

- Datan käyttämisen **arviointi ja hyödyistä tiedottaminen** matkakohteelle sekä tiedottamaan käytännön syklistä. Lisäämällä tietoisuutta hyödyistä, jotka todisteisiin pohjautuva päätöksenteko tuo, matkakohde voi edistää datan jakamisen kulttuuria, sekä sisäisesti että ulkoisesti.

- **Kiinnostuksen kasvattaminen** sidosryhmissä levittämällä hyviä käytäntöjä ja esimerkkejä älykkään matkailun ratkaisuista.
- **Eritisympäristöjen luominen** (esim. innovaatiolaboratoriot, innovaatiovyöhykkeet jne.), joissa eri organisaatiot – yksityiset yritykset mukaan lukien – voivat tehdä yhteistyötä matkailun haasteiden ratkaisemiseksi. Erityisesti hiekkalaatikkoympäristöt voivat rohkaista datavetoisten ratkaisujen löytämistä ja testaamista. Ylöspäin skaalaaminen vaiheittain pienistä projekteista on suositeltu lähestymistapa.
- **Luottamuksen rakentaminen** osoittamalla matkakohteen sitoutumisen **vastuulliseen ja eettiseen datan käyttöön**. Tämä voidaan saada aikaan sopimalla yleisistä käytännöistä – kuten datan jakamisen menettelysäännöt matkailussa.
- **Johtaminen esimerkin avulla**, datan tuominen kolmansien osapuolten saataville avointen API:en kautta. Tämä auttaa datavetoisten sovellusten luomisessa yksityisten yritysten toimesta ja muovaa digitaalisen muutoksen olosuhteita innovaatiota kohti.



Tietojen hallitseminen: työkalupaketti matkakohteita varten

Smart Tourism Destinations

SI2.843962

Helmikuu 2023



Euroopan komission
hallinnoima

Lisätietoja tästä työkalupaketista on saatavana ottamalla
yhteyttä:

Intellera Consulting

Giovanna Galasso – Associate Partner

giovanna.galasso@intelleraconsulting.com

