

Duomenų valdymas: priemonių rinkinys turizmo vietovėms



SMART
TOURISM
DESTINATIONS



Šį priemonių rinkinį Europos Komisijai (Vidaus rinkos, pramonės, verslumo ir MVĮ generaliniam direktoratui) parengė:



„Smart Tourism Destinations“ | SI2.843962

Autoriai

Pagrindiniai projekto partneriai: Giovanna Galasso („Intellera Consulting“), Costanza Bersani („Intellera Consulting“), Tommaso Messina („Intellera Consulting“), Alberto Venditti („Intellera Consulting“)

Nepriklausomi ekspertai: 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

2023 m. vasario

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

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

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

Projektą finansavo Europos Komisija pagal paslaugų sutarties bandomąjį projektą „Smart Tourism Destinations“ – GROW-2020-OP-0014 – Nr. SI2.843962

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

Leidžiama dauginti, nurodžius šaltinį.

Prižiūri Europos Komisija





Kaip naudotis šiuo priemonių rinkiniu: jūsų kelionė pažangiojo turizmo link

Nuo pažangiojo turizmo požiūrio nagrinėjimo iki jo įgyvendinimo

Kelionėje, vedančioje į pažangiojo turizmo požiūrį, šis priemonių rinkinys nustato keturis pagrindinius žingsnius: nuo pažangiojo turizmo kaip koncepcijos nagrinėjimo iki konkretaus jo įgyvendinimo.

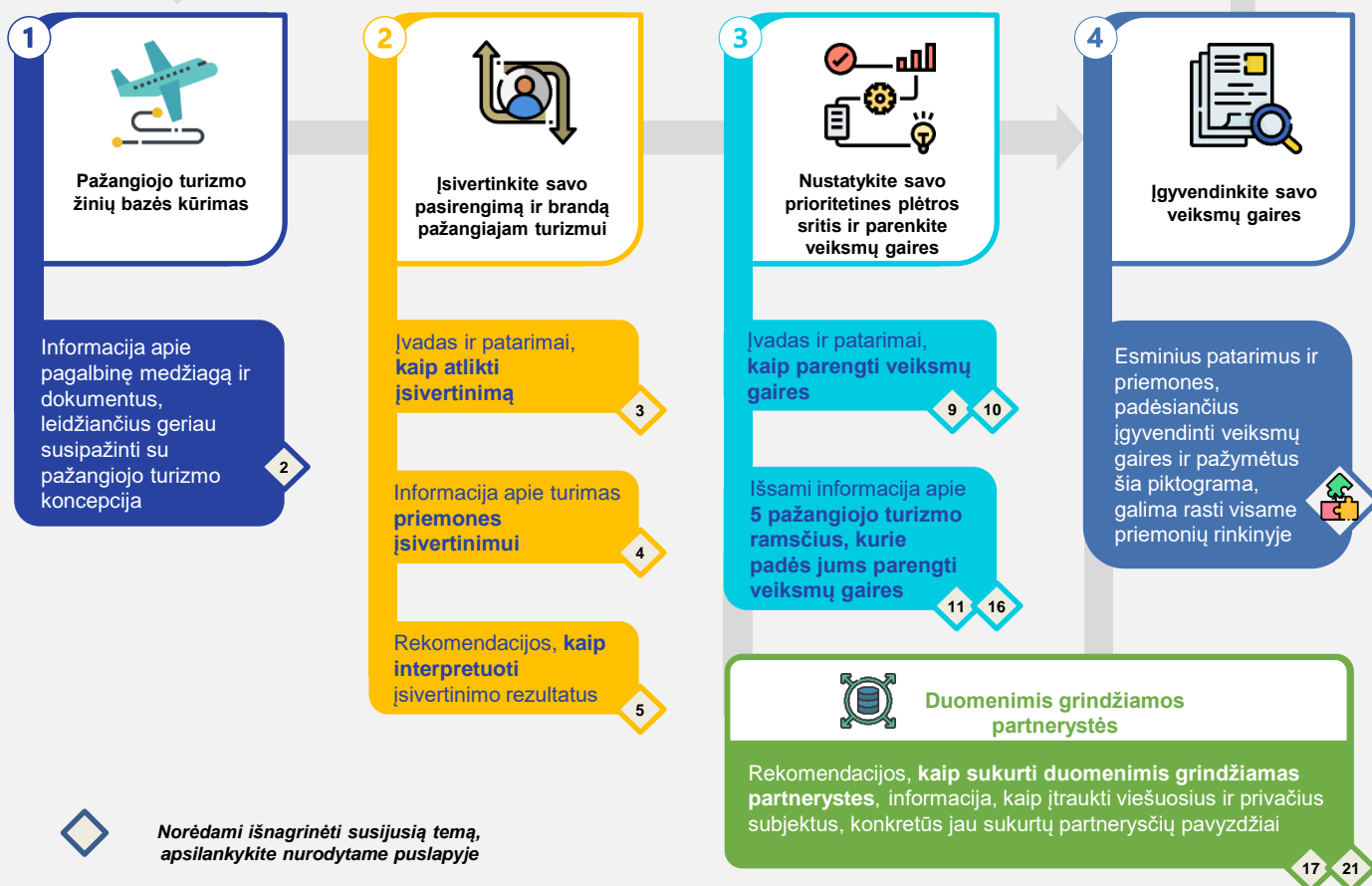
Toliau esančiame paveikslėlyje pateikiama glausta šios kelionės vizualizacija nuo pirmojo iki ketvirtojo žingsnio. Po jais esančiuose langeliuose pateikiamos nuorodos, kaip naudoti šį priemonių rinkinį bei kur rasti reikiamos informacijos, rekomendacijų ir patarimų.

Be rekomendacijų ir patarimų, susijusių su šiais keturiais žingsniais, priemonių rinkinio paskutinis skyrius yra skirtas duomenimis grindžiamoms partnerystėms

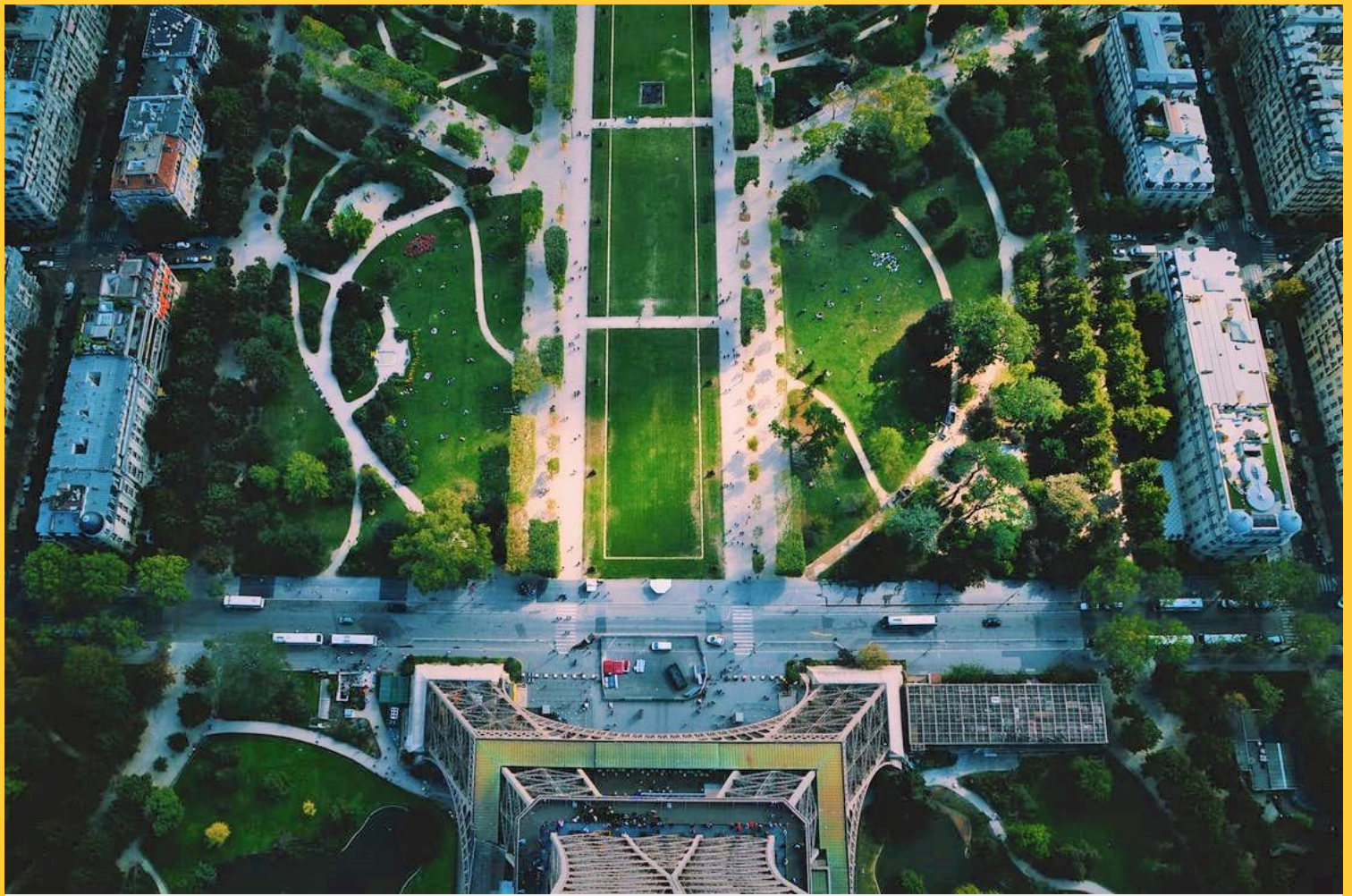
ir bendradarbiavimui tarp viešųjų ir privačių organizacijų. Tai visapusiška tema, persipinanti tiek su veiksmų gairių rengimu, tiek su jų įgyvendinimu.

Apskritai priemonių rinkinyje daugiausia dėmesio skiriama 2 ir 3 žingsnių, susijusių su pažangiojo turizmo brandos vertinimu ir veiksmų gairių rengimu, rekomendacijų teikimui. Tolesnė medžiaga, parengta įgyvendinant šį projektą (ypač susijusi su 4 žingsniu), bus paskelbta projekto „Smart Tourism Destinations“ svetainėje.

Reguliariai peržiūrėkite savo statusą, dar kartą pradėdami nuo 1 žingsnio



Jei ieškote papildomų rekomendacijų, medžiagos ir priemonių, kaip įgyvendinti savo veiksmų gaires bei sustiprinti savo pažangiojo turizmo požiūrį, rekomenduojame stebėti [virtualiosios bibliotekos](#) ir [internetinių seminarų](#) skirsnius „Smart Tourism Destinations“ projekto svetainėje, kurioje galite susipažinti su medžiaga, sukurta ir pateikta mūsų projekto metu, specialiai skirta „Smart Tourism Destinations“ dalyviams palaikyti jų kelionėje.



Turiny



1 žingsnis: išnagrinėkite pažangiojo turizmo požiūrį..... 3



2 žingsnis: įvertinkite savo pasirengimą ir brandą pažangiajam turizmui..... 4



3 žingsnis: parenkite veiksmų gaires pažangiojo turizmo link.....7

Strategija ir valdymas..... 9

Duomenų rinkimas ir tvarkymas..... 10

Žmogiškasis kapitalas ir įgūdžiai..... 12

Žinių perdavimas..... 13

Ekosistemų valdymas..... 14



Duomenimis grindžiamos viešųjų ir privačių subjektų partnerystės.....15

Apie projektą

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





1 žingsnis: išnagrinėkite pažangiojo turizmo požiūrį

Kodėl turėčiau domėtis pažangiojo turizmo požiūriu taikymu?

Pažangusis turizmas gali būti varomoji inovacijų jėga ir svarbus konkurencingumo, tvaraus vystymosi, gyvenimo kokybės ir turizmo vietovių atsparumo veiksnys.

Tapimas pažangiojo turizmo vietoje neturėtų būti laikomas galutiniu tikslu, o galimybe ir veiksminga priemone vietos bendruomenių gerovės skatinimui, turizmo sektoriaus konkurencingumo didinimui ir tvarios bei atsparios plėtros skatinimui.

Daugelyje vietovių visame pasaulyje jau taikomas pažangiojo turizmo požiūris, o COVID-19 pandemijos poveikis dar labiau išryškino poreikį sektorių padaryti atsparesnį.

Pažangiojo turizmo požiūris įgalina vietas pasiekti šiuos tikslus, pasitelkiant technologijas, inovacijas ir bendradarbiavimą.

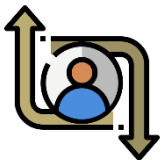
Kur galėčiau sužinoti daugiau apie pažangųjį turizmą?

Norėdami sužinoti daugiau apie pagrindines pažangiojo turizmo idėjas, galimybes ir iššūkius, galite perskaityti „**EU Guide on Data for Smart Tourism Destinations**“. Tai trumpesnis įvadas, kuris gali padėti jums pradėti kurti savo žinių bazę.

Jei jau esate susipažinę su pažangiojo turizmo koncepcija ir norite daugiau sužinoti apie pažangiausias metodus, numatomas tendencijas ir gerą praktiką, galite perskaityti „**Study Mastering Data for Tourism**“. Tai išsamesnis tyrimas, apimantis geros praktikos analizę, bendradarbiavimo atvejus ir rekomendacijų sąrašą.



Gidą ir tyrimą galite atsisiųsti [projekto „Smart Tourism Destinations“ svetainėje](#). Čia taip pat galite rasti papildomų išteklių ir informacijos apie pažangųjį turizmą kartu su naujaisiais projekto atnaujinimais. Šiuos dokumentus, įskaitant vadovo vertimą į visas oficialias Europos Sąjungos kalbas, paskelbs EK.



2 žingsnis: įsivertinkite savo pasirengimą ir brandą pažangiajam turizmui

Įsivertinimo tikslas ir nauda

Pradinis įsivertinimas leidžia vietovėms apžvelgti jų brandos lygį skirtingų pagrindinių ramsčių, kurie leidžia ir palaiko pažangiojo turizmo požiūrio taikymą, kontekste. Pirminis įsivertinimas gali suteikti pagrindą veiksmų gairių vietovės raidai į pažangiąją vietovę, parengimui. Jis taip pat leidžia palyginti ją su kitomis panašiomis vietovėmis.

Vietovės turėtų vertinimą ir veiksmų gaires laikyti veiksmingomis ir tarpusavyje susijusiomis priemonėmis vertinimo sistemos, grindžiamos jų strateginiais tikslais ir valdymo mechanizmais, nustatymui. Tinkami ir išmatuojami rodikliai taip pat gali padėti įvertinti turizmo poveikį ir parengti būsimos turizmo plėtros lyginamuosius indeksus.

Galiausiai, reguliarius ir kasmet atliekamas įsivertinimas gali padėti vietovei stebėti pažangą, peržiūrėti politiką, nustatyti tikslus ar paramos mechanizmus bei teikti integruotą informaciją. Tokie vertinimai taip pat padeda sudaryti palankesnes sąlygas tarpsektoriniam dialogui tvaraus turizmo plėtros klausimais ir skatina koordinuotą, vietos lygmeniu aktualų sprendimų priėmimą (PTO, 2018 m.). Be to, statistikos sistemos gali susieti duomenų šaltinius ir duomenų rengėjus. Tokios sistemos yra svarbios, nes ilgainiui duomenų šaltiniai (taip pat politikos temos, siekiai ir tikslai) gali keistis, o tokios sistemos užtikrina, kad duomenys galėtų būti prasmingai susieti su politika.



Papildomi ištekliai

- PTO: „[Towards a Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism](#)“
- [ES turizmo informacijos suvestinė](#)

Patarimai ir gairės, kaip atlikti įsivertinimą

Toliau rasite veiklos patarimus ir gaires, kaip atlikti pažangiojo turizmo brandos įsivertinimą, sąrašą. Kitame šio priemonių rinkinio puslapyje rasite informacijos apie internetinę priemonę, kurią galite naudoti įsivertinimui atlikti. Rezultatų interpretavimo gairės pateiktos 3 puslapyje.

1

Įsitikinkite, kad esate **susipažinę su pagrindinėmis pažangiojo turizmo koncepcijomis**. Šio priemonių rinkinio 1 skyriuje ir projekto svetainėje galite rasti naudingos medžiagos žinių bazės kūrimui.

2

Įtraukite pagrindines suinteresuotąsias šalis, kad įvertintumėte jų interesus, sukurtumėte bendrą viziją ir įnešumėte jų žinių. Tokiu būdu pats vertinimo procesas taip pat gali prisidėti prie mokymosi bendradarbiaujant, sutelkiant suinteresuotųjų šalių dalyvavimą ir įgalinant vietos sprendimų priėmimą. Apsvarstykite galimybę surengti tikslinės grupės susitikimą savo patalpose, vesti interviu vienas su kitu arba tiesiog įtraukti įsivertinimą į esamų darbo grupių, kurios suburia jūsų suinteresuotąsias šalis, darbotvarkę.

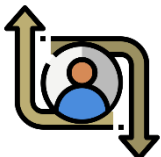
3

Kai kuriose vietovėse gali prireikti **apibrėžti geografinį regioną**, kuriame taikoma vertinimo priemonė, aptariant, kurios sritys turi būti įtrauktos ir kodėl buvo priimtas toks sprendimas. Šis geografinės apimties nustatymo žingsnis yra labai svarbus duomenų rinkimo veiklai.

4

Surinkite visus reikiamus duomenis ir informaciją įsivertinimui. Galite peržiūrėti turizmo vietovių valdymo organizacijų (angl. DMO), kitų asociacijų ir vietovių institucijų ataskaitas, projektų rengėjų dokumentus, turizmo įmonių metines ataskaitas, mokslinius tyrimus, rinkodarinę ir reklaminę turizmo vietovės medžiagą bei esamas turistų, gyventojų ir vietos turizmo verslo apklausas.

Rekomenduojame šiam etapui skirti pakankamai laiko. Atsižvelgiant į vietą, apimtį ir duomenų prieinamumą, įprastas vertinimo procesas ir duomenų rinkimas **gali užtrukti iki 10 dienų!**



2 žingsnis: įsivertinkite savo pasirengimą ir brandą pažangiajam turizmui

Kokią priemonę galiu naudoti pažangiojo turizmo įsivertinimui atlikti?

Norėdami atlikti įsivertinimą, galite naudoti **klausimyną ir internetinę priemonę**, sukurtą įgyvendinant projektą „Smart Tourism Destinations“.

Tai užtikrins įsivertinimo klausimų ir rezultatų suderinamumą su šiose priemonių rinkinyje pateikta analitine sistema ir papildoma informacija. Internetinį įsivertinimą galima rasti mūsų projekto svetainėje pagal turizmo vietas, parinktas dalyvauti projekte nuo pat projekto pradžios. Grįžtamoji informacija ir įžvalgos iš tų turizmo vietovių leis toliau derinti bei pagerinti modelį. Ateityje priemonė gali būti atvira visoms suinteresuotoms turizmo vietovėms. Tuo tarpu, jei norite užpildyti į klausimyną neprijungę, visą klausimų sąrašą galite rasti viešai mūsų svetainėje.

Klausimyno struktūra

Įsivertinimo struktūra ir klausimai yra glaudžiai susiję su priemonių rinkinio turiniu ir penkiais ramsčiais, sudarančiais mūsų pažangiojo turizmo požiūrį.

Įsivertinimas apima ir bendrųjų klausimų, susijusių su jūsų turizmo vietovės tipologija, dydžiu ir bendrosiomis savybėmis, rinkinį. Šie klausimai padės jums apmąstyti konkretų jūsų kontekstą.

Pagrindinės internetinės priemonės savybės

Internetinė priemonė apima aiškinamuosius tekstus ir išteklius, o paskyrą užregistravę naudotojai gali išsaugoti atsakymus ir taip užtikrinti duomenų apsaugą.

Vertinimo pabaigoje sugeneruojama ir naudotojams el. paštu išsiunčiama automatinė ataskaita, kurioje pateikiamos esminės rekomendacijos, tolesni, nuo jūsų rezultatų priklausantys veiksmai, ir nurodomas jūsų brandos lygis kiekvieno ramsčio bei bendrojo lygio kontekste.

Įsivertinimo rezultatai

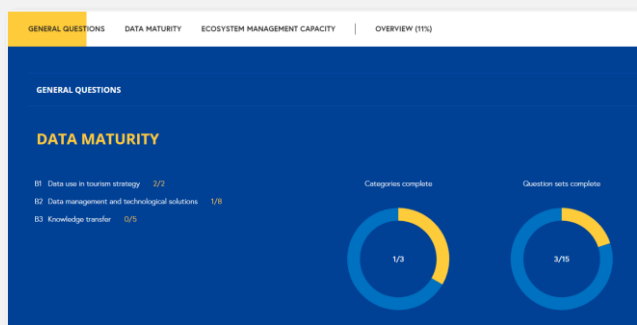
Internetinės priemonės sugeneruojama automatinė ataskaita apims:

- grafinę jūsų bendrų brandos rezultatų vizualizaciją;
- jūsų brandos rezultatus kiekvienam ramsčiui, trijų pakopų skalėje;
- jūsų atsakymų santrauką ir esmines kiekvieno klausimo tobulinimo rekomendacijas.

Daugiau informacijos apie tai, kaip interpretuoti rezultatus, pateikiama kitame puslapyje.



Internetinę įsivertinimo priemonę galite rasti ir klausimyną peržiūrėti paspaudę šią nuorodą: <https://smarttourismdestinations.eu/digital-library/>

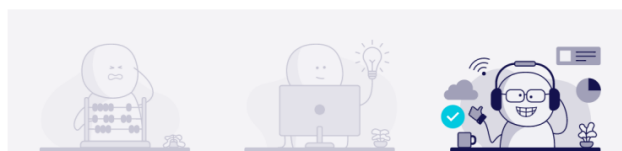


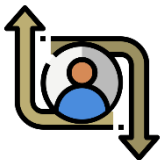
Atsakytų klausimų apžvalga

Grafinė brandos rezultatų iliustracija konkrečiai temai

3.2 DATA MATURITY

3.2.1 Data use in tourism strategy





2 žingsnis: įsivertinkite savo pasirengimą ir brandą pažangiajam turizmui

Kaip turėčiau interpretuoti savo rezultatus?

Įsivertinimo rezultatai leidžia suprasti vietovių padėtį atsižvelgiant į tris pagrindinius pažangiojo turizmo brandos etapus. Kiekvienas etapas atitinka vis didesnį pajėgumų ir išteklių rinkinį, kuris palaipsniui leidžia vietovėms plėsti savo tikslus ir veiklą. Toliau pateikiame trumpą trijų brandos etapų, kuriuos galite nustatyti atlikdami įsivertinimą, aprašymą.

- **1 etapas – pažangi rinkodara:** esant žemam brandos lygiui, vietovės turi sutelkti dėmesį į duomenų panaudojimą lankytojų skaičiui padidinti, ekonominei plėtrai per rinkodarą skatinti, reklamos ir prekės ženklų kūrimo veiklai plėtoti.
- **2 etapas – pažangus valdymas:** didesnė vietovės branda leidžia rinkti įžvalgas ir priimti sprendimus dėl turizmo vertės, minios valdymo funkcijų ir aktyviai paskirstyti lankytojų srautus laike ir erdvėje.

- **3 etapas – pažangi priežiūra:** brandžiausios vietovės gali panaudoti pažangiojo turizmo požiūrį, kad turizmą būtų galima naudoti atsakingai, kad vietovės taptų geresnėmis vietomis gyventi gyventojams ir svetingesnės turistams. Taip skatinamas suinteresuotųjų šalių dalyvavimas ir bendradarbiavimas, taip pat naujų valdymo modelių kūrimas.

Įsivertinimas padės vietovėms įvertinti savo brandos lygį ir apmąstyti, kurias sritis reikėtų tobulinti ir kokie tikslai bei veikla jau gali būti pasiekiami.

Įsivertinimo rezultatai taip pat suteiks įžvalgų apie tai, kaip vietovė veikia pagal kiekvieną iš penkių ramsčių, sudarančių mūsų požiūrį į pažangųjį turizmą, kaip parodyta toliau.

3 etapai ir didėjantis pažangiojo turizmo brandos laipsnis



5 ramsčiai, sudarantys pažangiojo turizmo požiūrio pagrindą ir apibrėžiantys vietovės pažangiojo turizmo brandą





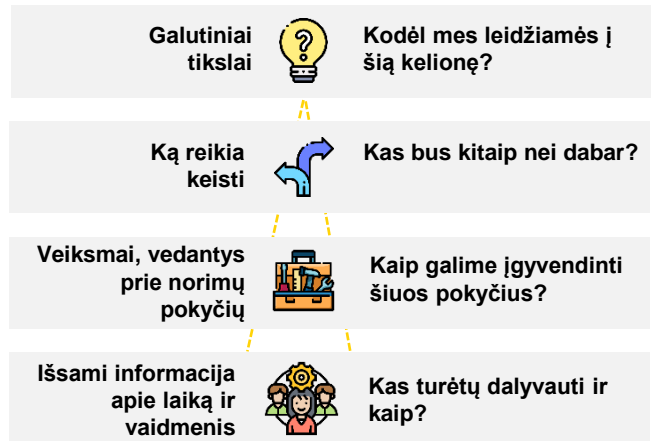
3 žingsnis: parenkite veiksmų gaires pažangiojo turizmo link

Veiksmų gairių pristatymas

Į veiksmų gaires turėtų būti įtraukta bent:

- **tikslų** rinkinys, kurį galima toliau detalizuoti ir suskirstyti į mažesnius tikslus;
- kiekvienam tikslui pateikiamas **pakeitimų, kurių reikia** šiems tikslams pasiekti, aprašymas, lyginant juos su esama situacija;
- kiekvienam nustatytam pakeitimui pateikiamas **veiksmų**, kuriuos reikia atlikti norint sugeneruoti šiuos pakeitimus, sąrašas;
- galiausiai, **išsami informacija apie veiksmų įgyvendinimo laiką, vaidmenis ir atsakomybę.**

Šiuos skirtingus elementus galima įsivaizduoti kaip progresyvius atsakymus į klausimus „kodėl?“, „kas?“ ir galiausiai „kaip / kuris asmuo?“.



Patarimai ir rekomendacijos, kaip parengti veiksmų gaires

Rengdami veiksmų gaires, pradėsite nuo viršaus, nustatydami savo tikslus, o po to judėsite po vieną žingsnį žemyn. Kaskart į veiksmų gaires įtraukus naujų elementų, rekomenduojama peržiūrėti ir ankstesnius, kad būtų užtikrintas nuoseklumas. Čia rasite keletą esminių patarimų, kaip sukurti kiekvieną veiksmų gaires sudarantį elementą.

<p>Galutiniai tikslai</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Svajokite drąsiai: nebijokite įtraukti ambicingų tikslų, rengdami veiksmų gaires juos galite suskaidyti į mažesnius. Šie tikslai suteiks jums strateginę kryptį ir gali padėti įtraukti suinteresuotąsias šalis bei gauti politinį patvirtinimą. • Skirkite trumpalaikius, vidutinės trukmės ir ilgalaikius tikslus. Subalansuotos veiksmų gairės apims labai nedaug ilgalaikių tikslų (galbūt tik vieną) ir santykinai platesnį trumpalaikių bei vidutinės trukmės tikslų rinkinį. • Semkitės įkvėpimo iš šio priemonių rinkinio: perskaitykite šį priemonių rinkinį, kad pasisemtumėte įkvėpimo apie tai, ką galima nuveikti pritaikius pažangiojo turizmo požiūrį, ir nustatytumėte tikslus!
<p>Ką reikia keisti</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pasinaudokite penkiais pažangiojo turizmo požiūrio ramsčiais, kad nustatytumėte, ką reikės keisti norint pasiekti norimus tikslus. Tai padės jums suskaidyti savo tikslus ir nustatyti prioritėtines veiklos sritis. • Pasinaudokite įsivertinimo rezultatais galvodami apie būtinus pakeitimus. Įsivertinimas padės įvertinti kiekvieno ramsčio brandos lygį, pabrėžti, kur turite tobulėti, ir lengviau nustatyti prioritėtines veiksmų sritis. Tačiau atminkite, kad norite tobulėti siekdami savo tikslų, o ne tiesiog tapti protingesniais!
<p>Veiksmai ir priemonės</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Įvertinkite ir pirmenybę teikite galimiems veiksams, atsižvelgdami į jų įgyvendinamumą, tvarumą ir pageidautinumą. Kai turėsite ilgą galimų veiksmų sąrašą, šie trys kriterijai gali padėti nustatyti prioritėtinius veiksmus, kurie turės didesnę poveikį, sukels mažiau rizikos ir sulauks platesnės suinteresuotųjų šalių paramos. • Semkitės įkvėpimo iš šio priemonių rinkinio ir ieškokite papildomų išteklių mūsų projekto svetainėje: šiuose puslapiuose pateikiami išteklių ir priemonių pavyzdžiai, kuriuos galite naudoti norėdami sustiprinti savo pažangiojo turizmo požiūrį kiekvieno ramsčio kontekste. Projekto „Smart Tourism Destinations“ svetainėje bus pateikta papildoma medžiaga, įskaitant internetinių seminarų įrašus ir projekto metu naudojamus išteklius.
<p>Laikas ir vaidmenys</p>	<p>Pažvelkite į savo organizacijos vidų ir už jos ribų: apibrėždami vaidmenis ir pareigas, būtinai apsvarstykite savo išteklius bei galimą suinteresuotųjų šalių indėlį. Tiksliai apibrėžtos veiksmų gairės gali padėti įtikinti kitas organizacijas dalyvauti ir prisidėti prie jų įgyvendinimo!</p>



3 žingsnis: parenkite veiksmų gaires pažangiojo turizmo link

Pirmojo lygio veiksmų gairių pavyzdys

Toliau esančioje lentelėje pateikiamas vietovės pirminės veiksmų gairių versijos, susijusios su reikalingų pakeitimų atvaizdavimu, pavyzdys. Lentelėje **pateikiama esama ir būsima padėtis**, pagrįstos penkiais mūsų pažangiojo turizmo požiūrio ramsčiais.

Šiam pavyzdžiui įsivaizdavome, kad vietovės tikslas yra sumažinti turizmo sezoniskumą ir pagerinti turizmo poveikį bendruomenei, taikant pažangiojo turizmo sprendimus ir metodus. Esama padėtis nustatoma remiantis **įsivertinimo** rezultatais. Būsima padėtis kuriama remiantis **pakeitimų, reikalingų** norint pasiekti norimą (-us) tikslą (-us), analize.

Lentelėje pateikiama **paprasta ir veiksminga vietovės prioritetinių veiksmų santrauka**. Kai tobulinimo sritys yra aiškios, vietovės atstovai gali pradėti galvoti apie veiksmus ir iniciatyvas, kurių reikia jos tikslams pasiekti, bei jų įgyvendinimo detales.


Kartu su įsivertinimo rezultatais, tolimesni puslapiai padės jums sukurti panašią lentelę. Kituose puslapiuose, kiekvienam ramsčiui, rasite:

- lentelę, kurioje pateikiama **vis ambicingesnių tikslų ir savybių apžvalga**, suskirstyta pagal potemes ir brandos lygį. Pavyzdžiui, duomenims skirtame ramstyje rasite nuorodas į poteminius duomenų šaltinius su trumpu vis brandesnio duomenų šaltinių naudojimo aprašymu. Šias lenteles galite naudoti norėdami patikrinti konkrečias potemes, su kuriomis turėsite dirbti norėdami pasiekti savo tikslus, tuo pačiu nepamiršdami įsivertinimo rezultatų, padėsiančių nustatyti, kiek toli esate pažengę.
- **esminių patarimų ir išteklių** rinkinį, iš kurio galite pasisemti įkvėpimo, kad galėtumėte įgyvendinti veiksmus ir padėti konkrečiai apgalvoti kiekvieną ramstį.



Vietovės veiksmų gairių projekto pavyzdys, nurodantis esamą ir būsimą padėtis, pradedant nuo įsivertinimo rezultatų ir nurodant prioritėtines veiksmų sritis

		1 ETAPAS. „Pažangi rinkodara“	2 ETAPAS. „Pažangus valdymas“	3 ETAPAS. „Pažangi priežiūra“
		<i>Vis ambicingesni tikslai</i> 		
Pagrindiniai pažangiojo turizmo ramsčiai	1. Strategija ir valdymas		X  	
	2. Duomenų rinkimas ir tvarkymas, priimti technologiniai sprendimai	X  		
	3. Žmogiškasis kapitalas ir įgūdžiai		X  	
	4. Žinių perdavimas			
	5. Ekosistemų valdymas ir partnerystės	X  		

x – esama padėtis  – būsima padėtis

Veiksmų gairių rengimas: strategija ir valdymas

1. Strategija ir valdymas

Norint pasiekti geresnę strategiją ir valdymą, reikėtų atsižvelgti į pažangius sprendimus, orientuotus į duomenų rinkimą ir analizę, perkelti žinias į vietas ir taip padedant įveikti iššūkius, su kuriais dažnai susiduria turizmo vietovės. Dėmesys ekonominei plėtrai gali būti išplėstas, įtraukiant tvarų vystymąsi, atsakingą išteklių naudojimą, gyvenimo kokybės gerinimą ir suinteresuotųjų šalių bei vietos bendruomenės gerovės didinimą. Todėl duomenys yra laikomi priemone, skirta pažangos siekiant tikslų stebėjimui ir rekomendacijų dėl strateginių pertvarkymų teikimui.

Toliau esančioje lentelėje apžvelgiami pagrindiniai pažangiojo turizmo strategijos ir valdymo požymiai trimis brandos etapais. Visiems ramsčiams taikomas tas pats metodas.



Čia galite rasti esminių patarimų ir išteklių, padėsiančių pereiti iš vieno etapo į kitą:

- **bendradarbiavimas** su suinteresuotosiomis šalimis yra labai svarbus kuriant bendrą turizmo ir duomenų valdymo strategiją. „Valmiera+ Interreg“ projekte pateikiami bendros strategijos proceso, naudos ir poveikio pavyzdžiai. Daugiau informacijos rasite [čia](#) ir [čia](#) (aprašas ir internetinis seminaras).

- norėdami **nustatyti** pagrindinius subjektus, kurie turi būti įtraukti į bendrą strategijos kūrimą, eikite į šio priemonių rinkinio 14 puslapį, kuriame pagrindinis dėmesys skiriamas ekosistemų valdymo ramsčiui.
- norėdami gauti naudos iš **labiau integruoto požiūrio į turizmo valdymą**, galite patikrinti, ką daro „[NECSTour](#)“, kad sukurtų ryšį tarp regioninių ir platesnių Europos valdžios lygmenų, pvz., EP, EB ir Regionų komiteto.
- ieškodami patarimų, kaip **identifikuoti rodiklius** vietovės strategijos stebėjimui, galite pradėti nuo [pažangiojo turizmo rodiklių sąrašo](#), kurį sukūrė „[HERIT-DATA](#)“ „Interreg“ projekte. „Tourism 4.0“ iniciatyvos sukurtas turizmo poveikio modelis (angl. TIM) taip pat nustatė daugiau nei 300 rodiklių. Daugiau informacijos rasite [čia](#).
- Kitas puikus šaltinis, suteikiantis įkvėpimo kuriant rodiklius ir nukreipiant turizmo politiką bei strategijas, yra [ES turizmo informacijos suvestinė](#). 2022 m. spalį EK pristatyta programa suteikia priegabą prie statistikos ir su politika susijusių turizmo rodiklių, padedant vietovėms ir valdžios institucijoms sekti pažangą pereinant prie žaliosios ir skaitmeninės pertvarkos. Taip pat siūlome susipažinti su EK kuriamu [Europos turizmo rodiklių sistemos \(angl. ETIS\) priemonių rinkiniu](#).



	1 ETAPAS. „Pažangi rinkodara“	2 ETAPAS. „Pažangus valdymas“	3 ETAPAS. „Pažangi priežiūra“
Bendrojo turizmo požiūrio PRIORITETAS	Rinkodara	Rinkodara, valdymas	Rinkodara, valdymas, bendradarbiavimo palengvinimas, dalijimasis žiniomis
Bendrojo turizmo požiūrio TIKSLAI	Ekonominis vystymasis	Darnus vystymasis	Regeneracinis turizmas
PRIORITETINĖ duomenų rinkimo SRITIS	Planavimas ir rezervacija	Planavimas, rezervavimas ir viešnagė Turizmo srautų ir turistų patirties valdymas	Turistų patirties palaikymas visos kelionės metu Turizmo vietovės išteklių valdymas Gyventojų ir bendruomenių gerovė Produktų ir paslaugų naujovės
Bendrojo turizmo požiūrio STRATEGIJA	Lankytojų pritraukimas, dėmesio sutelkimas į apimtį	Suinteresuotųjų šalių valdymas, dėmesio sutelkimas į kokybę Efektyvus išteklių naudojimas	Pridėtinė vertė verslui, gyventojams ir turistams Dėmesio sutelkimas į bendrą vertės ir patirties kūrimą Lankytojų paskirstymas laike ir erdvėje Vietovės pagerinimas gyventojams ir turistams Bendruomenės gerovės didinimas
Duomenų tvarkymo strategija	Ribota strateginė svarba, palikta asmenims, daugiausia ataskaitoms	Yra duomenų supratimas. Vis plačiau suprantama duomenų vertė ir duomenų tvarkymo strategija	Duomenų supratimas yra visur. Duomenys laikomi itin svarbiais priimant sprendimus. Duomenų tvarkymo strategija yra pritaikyta būtent šiam tikslui. Egzistuoja bendradarbiavimas duomenų tvarkymo srityje.
Rodikliai	Kiekybiniai – orientuoti į turistus (turistų skaičius, vidutinė viešnagės trukmė ir t. t.)	Kokybiniai – orientuoti į turistus ir verslą (pasitenkinimas)	Orientuoti į patirties, gyvenimo ir veiklos kokybę Krovumo valdymas Išteklių panaudojimas ir papildymas

Veiksmų gairių rengimas: duomenų rinkimas ir tvarkymas

2. Duomenų rinkimas ir tvarkymas

Pirmas esminis reikalavimas – **informacijos apie turistus ir jų elgesį** turėjimas. Išsiaiškinusios turistų ypatybes, vietovės gali kurti rinkodaros strategijas ir patobulinti savo vietovės valdymą.

Kyla klausimas, kur tokią informaciją rasti? Tradiciškesni duomenų šaltiniai apima nacionalinę ir vietinę statistiką bei lauko ar el. apklausas. Šie duomenų šaltiniai naudojami, nes yra patogūs ir lengvai analizuojami. Kadangi šie šaltiniai dažniausiai teikia statinę informaciją, šis metodas dabar dažnai papildomas hibridiniais sprendimais, **integruojančiais skirtingus skaitmeninius šaltinius**.

Papildomi duomenų šaltiniai gali būti iš socialinės žiniasklaidos, įrenginių, jutiklių, operacijų informacijos ir pan. Be duomenų, gaunamų iš **paklausos**, vietovės gali papildyti savo duomenų strategiją informacija ir duomenimis, gaunamais iš privačių įmonių bei iš **pasiūlos**. Pagrindinis skirtingų duomenų šaltinių integravimo principas yra pripažinimas, kad **viskas yra susiję su turizmu ir duomenų yra visur**.

Todėl vietovės turėtų nuolat ieškoti naujų duomenų rinkinių, net iš „neakivaizdžių“ šaltinių (pvz., mažmeninės prekybos parduotuvių, policijos, viešojo transporto, atliekų tvarkymo ir oro duomenų, apklausų, interviu ir kt.). Tam nebūtinai reikia tvarkyti sudėtingus duomenis, nors, augant vietovei, ji turės galimybę pereiti nuo mažų duomenų prie sudėtingesnių duomenų ir prie **tikralaikio duomenų**.

Tai taip pat leis pereiti nuo **aprašomojo** duomenų naudojimo, į informacijos kaip sverto panaudojimą, siekiant **diagnozuoti**, kas vyksta, ir **numatyti** būsimus pokyčius.

Pažangiojo turizmo ir duomenimis grindžiamo požiūrio taikymas taip pat padės vietovėms pasiruošti būsimai technologinei plėtrai. Viena iš daug žadančių pagrindinių turizmo sektoriaus technologijų yra **metavisata** su jau vykdomais bandomaisiais eksperimentais. Technologijoms pamažu patekus į rinką, skaitmeniniu požiūriu brandesnės vietovės bus pasirengusios pasinaudoti metavisatos teikiama galimybe pagerinti prieinamumą, pasiūlyti kombinuotą skaitmeninę ir fizinę patirtį bei išplėsti savo pasiūlą.



Duomenų valdymas: priemonių rinkinys turizmo vietovėms

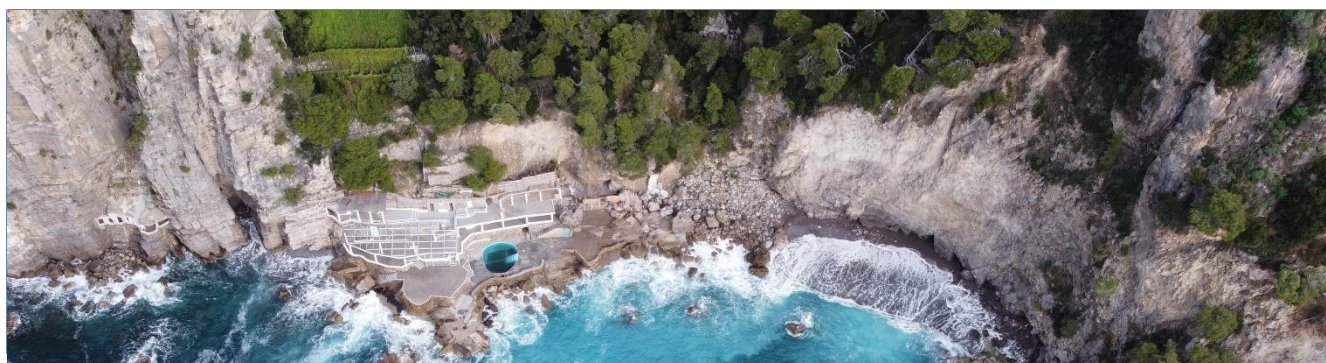


Toliau rasite keletą patarimų ir išteklių, padėsiančių pereiti iš vieno etapo į kitą.

- Kai pradėsite vis dažniau rinkti ir saugoti vis daugiau duomenų, turėsite ieškoti **debesijos duomenų saugyklos teikėjų**, atitinkančių **ES reglamentą dėl laisvo ne asmens duomenų judėjimo**. Jame nurodyti visi teisiniai reikalavimai, kurių turi laikytis debesijos duomenų saugyklos teikėjai, kad duomenys būtų prieinami naudotojams ES. Šiame [tinklalapyje](#) galite susipažinti su pagrindiniais reglamento ramsčiais ir juos išnagrinėti.
- Jei jus domina galimas **Žemės stebėsenos duomenų** pritaikymas, galite rasti daug atvirų duomenų rinkinių, naudojimo atvejų, mokomosios medžiagos ir finansavimo bei tinklų kūrimo galimybių, kurias siūlo [Europos kosmoso agentūra](#) (angl. EO) tiek mažiau, tiek daugiau brandžioms vietovėms. Jei dar nesate susipažinę su Žemės stebėsenos duomenimis, galite pradėti [čia](#).
- Jei norite toliau diegti naujoves ir **įterpti virtualią realybę** bei **debesijos technologijas**, kad **rinktumėte** ir bendrintumėte **tikralaikius duomenis** apie demografinius rodiklius, judėjimą ir transporto infrastruktūrą, taip pat aplinkos duomenis apie klimata, oro kokybę ir triukšmą, galite pažiūrėti, ką padarė [Reno miestas](#) sukurdamas **skaitmeninį dvynį** pačiam miestui.
- Augant jūsų vietovei, gali tekti nustatyti **nuolatinio duomenų rinkimo** sistemas, kad galėtumėte stebėti ir analizuoti, kaip turistai elgiasi apsilankę jūsų vietovėje. Galite pažvelgti į Neimegeno miesto (Nyderlanduose) priimtą **pažangiojo turizmo valdymo** sprendimą, skirtą turizmo srautų mieste kontrolei. Daugiau apie šią iniciatyvą galite sužinoti [čia](#).
- Jei jums reikia įdiegti **API** pagrįstus sprendimus, kad giliau pasinertumėte į turizmo duomenis, galite pažvelgti į „**SDI4Apps**“ – ES finansuojamą projektą, kurio tikslas – sukurti debesijos pagrindu veikiančią sistemą su atvira API duomenims integruoti. Patikrinkite svarbiausius „SDI4APP“ rezultatus ir pritaikymą turizmo pramonėje [čia](#). Galutinę projekto ataskaitą skaitykite spustelėję [čia](#).
- Jei jums reikia rinkti informaciją ir duomenis apie gyventojų suvokimą apie turizmą, apsvarstykite galimybę rengti **ad-hoc apklausas** arba sudėtingesnius **konsultacijų procesus**, pasitelkdami tikslines grupes ir pilietinius susibūrimus. [Čia](#) galite rasti pavyzdį, kaip su gyventojais konsultavosi Bordo miestas. Apklausos taip pat yra puikus atspirties taškas lankytojų atsiliepimams rinkti.
- EB investuoja į **turizmo duomenų erdvės** kūrimą, siekdama vietovėms ir verslui suteikti prieigą prie daugiau aukštos kokybės duomenų iš įvairių šaltinių. Nors ji dar tik pradeda kurti, būtinai stebėkite būsimus pokyčius [čia](#).

Veiksmų gairių rengimas: duomenų rinkimas ir tvarkymas

	1 ETAPAS. „Vietovės rinkodara“	2 ETAPAS. „Vietovės valdymas“	3 ETAPAS. „Vietovės priežiūra“
Duomenų metodas ir bendras rezultatas	Apibūdinkite („pasižiūrėjimas“): kas vyksta?	Diagnozuokite („įžvalga“): kodėl vyksta?	Numatykite ir nurodykite (nukreipti) („prognozavimas“): lankytojų srautų valdymas realiuoju laiku, „išmanieji miestai, išmanieji regionai“, dirbtinis intelektas, mašinų mokymasis
Konkrečių duomenų rezultatas	Suprasti lankytojo charakteristikas Suprasti dabartines rinkas Nustatyti naujas rinkas Išmatuoti rinkodaros veiklos efektyvumą	Suprasti lankytojo elgesį Strateginis planavimas	Nukreipti / paveikti lankytojo elgesį realiu laiku Palaikyti ir skatinti lankytojų įsitraukimą į bendros vertės kūrimą
Duomenų patikimumas / pasitikėjimas duomenimis	Duomenys kaip galimybė, bet ribota strateginė svarba (malonu turėti), palikta asmenims, daugiausia ataskaitoms	Duomenys kaip turtas (būtina turėti)	Duomenys kaip ištekliai (duomenys yra naujosios ekonomikos degalai) Duomenys yra būtini (negalima apsieiti be jų)
Duomenų šaltiniai	Duomenys iš nacionalinės statistikos, laiškų, bilietų pardavimų, apklausų	+ vidiniai duomenys iš suinteresuotųjų šalių, svetainės, socialinės žiniasklaidos (vartotojų sukurto turinio duomenys)	+ duomenys iš įrenginių (GSM, GPS, WiFi, BLE, skaitytuvai), jutiklių ir operacijų (rezervacijų duomenys, kredito kortelės duomenys)
Duomenų rinkimo metodikos	Ad hoc, retrospektyvinė	Reguliari, daugiausia retrospektyvinė Reaktyvioji	Tikralaikė, nuolatinė, proaktyvioji ir reaktyvioji
Duomenų naudojimas ir „įtraukimas“	Savo, vidinių ir atvirųjų duomenų naudojimas	Teikėjų duomenų naudojimas, siekiant praturtinti ir papildyti savo duomenis ir atviruosius duomenis	Nuolat ieškoma naujų duomenų rinkinių iš neakivaizdžių šaltinių Dalijimasis savo duomenimis – atviraisiais duomenimis Bendradarbiavimo formavimas duomenų dalijimuisi
Duomenų nuosavybė	Individuali ir dvišalė	Tinklo nuosavybė	Integruota (atvira) nuosavybė
Duomenų tvarkymas	Duomenys suskirstyti į talpyklas, duomenų tvarkymas ir politika yra paslėpti ir nėra formaliai apibrėžti	Duomenys saugomi tam tikroje saugykloje, kai kurie duomenys per didelį, kad juos būtų galima tvarkyti naudojant esamą infrastruktūrą	Duomenys saugomi centralizuotai, jais galima lengvai dalytis, ypatingas dėmesys skiriamas duomenų kokybei, saugumui ir privatumui
Kontakto su lankytoju tipas	Informacijos siuntimas	Sąveika	Dialogas Bendras kūrimas
Dėmesys „kliento kelionei“	Įkvėpimas ir informavimas	Rezervacijos ir patirtis (suderinama su įkvėpimo ir informavimo etapu)	Patirti, dalintis / įvertinti



Veiksmų gairių rengimas: žmogiškasis kapitalas ir įgūdžiai

3. Žmogiškasis kapitalas ir įgūdžiai

Žmogiškasis kapitalas ir įgūdžiai yra esminis turizmo vietovių, kurios siekia laikytis pažangiojo požiūrio, turtas. Pirma, tikėtina, kad iniciatyvos imsis maža grupė pirmaujančiųjų, kurie veiks kaip „duomenų čempionai“. Gavusi pradinę naudą, komanda (galbūt keliose organizacijose) gali augti ir išsivystyti į nuolatinę struktūrą, kuriai galiausiai vadovaus vyriausiasis informacijos pareigūnas (angl. CIO), prižiūrintis visą veiklą.

Šiame kontekste vietovės valdytojus, dirbančius su duomenų analize, turėtų palaikyti duomenų analitikai ir (arba) inžinieriai. Kad būtų proaktyvūs, vietovės valdytojai turėtų turėti galimybę naudotis arba turėti prieigą prie **nuspėjamosios ir prielaidų analizės**. Pastarajai reikia duomenų srities mokslininko, galinčio susidoroti su duomenų gavyba ir dirbtiniu intelektu pagrįstais algoritmais, dalyvavimo.

Tačiau čia vietovės gali susidurti su santykinai nedideliu biudžetu ir ribotu darbuotojų skaičiumi. **Glaudus bendradarbiavimas su universitetais ir inovacijų centrais** gali padėti vietovėms užpildyti tokį atotrūkį ir bendradarbiauti atliekant analitines ir sudėtingas užduotis. „CITUR“ ir „Algarve Smart Destination“ yra du pavyzdžiai, kaip turizmo vietovės, tyrimų centrai ir inovacijų centras gali veikti kartu skatindami skaitmeninimą ir remdami pažangųjį turizmą.

Finansinę paramą gali teikti nacionalinės ir tarptautinės organizacijos, įskaitant inovacijų fondus, reguliarias turizmo programas, taip pat vidaus ir išorės fondai, skirti darbuotojų kvalifikacijai kelti. Kelios ES iniciatyvos remia profesinių įgūdžių ugdymą ir tobulinimą turizmo srityje bei perėjimą prie skaitmeninių technologijų. Jei norite apie tai sužinoti daugiau, siūlome pradėti nuo tam skirto EK tinklalapio apie įgūdžius turizmo sektoriuje ir [skaitmeninės politikos kelrodį](#) – EB viziją paremti Europos skaitmeninį perėjimą, nagrinėjimo.



Toliau rasite keletą atrinktų patarimų ir išteklių, kurie gali padėti pereiti iš vieno etapo į kitą.

- Jei planuojate plėsti savo komandą ir jums reikia pagalbos aprašant darbo profilį arba jei ieškote konkretaus įgūdžių rinkinio ir norite sužinoti, kokių profilių turėtumėte ieškoti, galite pradėti nuo konsultacijų su Europos Komisijos sukurta [ESCO klasifikacija](#). Galite peržiūrėti ir naršyti klasifikaciją pagal profesijas (pvz., duomenų analitikas), taip pat pagal įgūdžius ir kompetencijas (pvz., duomenų gavyba).
- Jei ieškote su skaitmeniniais įgūdžiais susijusių mokymo ir finansavimo galimybių, rekomenduojame pasikonsultuoti su EB [skaitmeninių įgūdžių ir užimtumo platforma](#). Platformoje yra [mokymo](#), [finansavimo](#) ir [karjeros](#) skyriai, taip pat [bendruomenė](#), prie kurios galite prisijungti ir susisiekti su kitomis organizacijomis, dalytis praktika, ir reklamuoti savo iniciatyvas.
- Jei norite geriau suprasti bendrą savo darbuotojų skaitmeninį raštingumą ir norite padėti jiems bei savo suinteresuotosioms šalims nagrinėti šias temas, galite apsvarstyti galimybę paskatinti juos naudoti [skaitmeninių kompetencijų įsivertinimo priemonę](#), kurią sukūrė „Digital Skills Accelerator“ iniciatyva. Šis įrankis suteikia asmenims individualų spindulinį grafiką, kuriame aprašomos jų dabartinės stipriosios ir silpnosios pusės, ir kuris yra susietas su mokymo ištekliais bei medžiaga.
- Jei norite surinkti daugiau informacijos apie tai, kaip galima skatinti bendradarbiavimą tarp viešųjų ir privačių organizacijų, siekiant konkrečių įsipareigojimų **patobulinti** ir **perkvalifikuoti** darbuotojus taip pat ir turizmo srityje, peržiūrėkite [įgūdžių paklą](#) – vieną iš svarbiausių [Europos įgūdžių darbotvarkės veiksmų](#).



	1 ETAPAS. „Vietovės rinkodara“	2 ETAPAS. „Vietovės valdymas“	3 ETAPAS. „Vietovės priežiūra“
Lyderystė	Asmenys – „duomenų čempionai“	Maža „duomenų čempionų“ komanda	Vyriausiasis informacijos biuras (angl. CIO)
Darbo vietos	Rinkodaros vadybininkas su duomenų analizės funkcija	Duomenų analitikas / duomenų inžinierius + verslo analitikas	Duomenų analitikas + duomenų inžinierius + duomenų srities mokslininkas + verslo analitikas + suinteresuotoji šalis – bendradarbiavimo vadybininkas
Įgūdžiai	Bazinės skaitmeninio žinios Aprašomoji analizė Administratorius	Nuspėjamoji analizė Vadybininkas	Prielaidų analizė Transformaciniai lyderystės įgūdžiai Atsakingi ir etiški lyderystės įgūdžiai
Pajėgumas	Santykinai mažas biudžetas, ribotas visos darbo dienos ekvivalentų skaičius	Santykinai vidutinis biudžetas, vidutinis visos darbo dienos ekvivalentų skaičius	Santykinai didelis biudžetas, didelis visos darbo dienos ekvivalentų skaičius

Veiksmų gairių rengimas: žinių perdavimas

4. Žinių perdavimas

Suinteresuotųjų šalių žinių perdavimas ir bendro sprendimo priėmimas yra labai svarbūs siekiant užtikrinti vietovės konkurencingumą. Statinės ataskaitos, pvz., faktų suvestinės ir žurnalai, gali būti vertingi kanalai pradėti dalytis duomenimis, informacija ir žiniomis su suinteresuotosiomis šalimis. Tačiau šios ataskaitų tipologijos nėra į ateitį orientuoti šaltiniai, nes jos sprendimus daro reaktyvius, o ne proaktyvius. Kad būtų galima priimti proaktyvius ir tinkamus sprendimus, grindžiamus duomenų analize, itin svarbu **vizualizuoti duomenis naudojant interaktyvias informacijos suvestines**. Todėl **duomenų apdorojimas** turėtų būti pagrįstas **tikralaikiu apdorojimu** ir analize. Dalijimosi žiniomis principas pažangioje turizmo vietovėje reiškia atvirųjų duomenų naudojimą žinių perdavimui skatinti ir vietovės suinteresuotosioms šalims teikti tikralaikės informacijos suvestines, taip sudarant bendro sprendimo galimybes.

Kadangi duomenų rinkimo šaltiniai skiriasi, duomenų savininkai taip pat skiriasi. Be to, vietovės aplinkoje įtaisyti jutikliai turi skirtingus duomenų savininkus net toje pačioje vietovėje (pvz., mažmeninės prekybos parduotuvėse, policijoje). Todėl duomenimis reikia keistis. Norint turizmo vietovėse keistis duomenimis, visos suinteresuotosios šalys turėtų būti dinamiškai susietos per technologines platformas, palaikančias atvirųjų duomenų iniciatyvas (Buhalis ir kt., 2015). Tačiau duomenimis dalytis nenorima, nes vietovės suinteresuotosios šalys baiminasi, kad jų duomenys bus naudojami netinkamai, ir nenori bendradarbiauti dėl pasitikėjimo ar bendros vizijos stokos. Šiuo mastu technologijos turėtų pasiūlyti geresnes bendradarbiavimo ir dalijimosi žiniomis priemones. Atvirųjų duomenų aplinkos taip pat turėtų užtikrinti skaidrumą dalijantis žiniomis.



Toliau rasite keletą patarimų ir išteklių, padėsiančių pereiti iš vieno etapo į kitą.

- Jei jau nustatėte vertingus duomenų rinkinius, kuriuos norite naudoti ir kuriais norite dalytis, bet vis dar ieškote **skaitmeninės platformos, kurioje galėtumėte kaupti, tvarkyti, analizuoti, vizualizuoti ir bendrinti šiuos duomenis**, galite pradėti nuo [„Snap4city“](#) – atviros šaltinio platformos, leidžiančios kurti informacijos suvestinę ir daiktų interneto priemones, siūlomų galimybių nagrinėjimo. Ši platforma taip pat apima mokymus ir išsamią kitų naudojimo atvejų dokumentaciją, pvz., [„Florence Smart City Control Room“](#).
- Jei vienas iš pagrindinių iššūkių, su kuriuo susiduriate, ir kurį norėtumėte patbulinti yra susijęs su **dalijimosi duomenimis reguliavimu**, galite perskaityti [dalijimosi duomenimis priemonių rinkinį](#), kurį sukūrė „DataPitch“ „Horizontas 2020“ projekto metu ir kuriame pateikiama papildoma pagalbinė informacija, naudoti atvejų pavyzdžius ir išteklius bei veiksmus, kurie padės įgyvendinti duomenų dalijimąsi.
- Jei norite sukurti **skaitmeninę platformą**, skirtą **rinkti, derinti, ir platinti anoniminius duomenis**, siekiant kurti žinias ir informuoti su turizmo plėtra susijusių sprendimų priėmimo procesus taip padidinant vietovės konkurencingumą, galite susipažinti su Geteborgo savivaldybės ir jos [žinių centro](#) iniciatyva.
- Jei jums reikia **SaaS** ir **IaaS** debesijos paslaugų teikimo, [„SWIPO“](#) siūlo platų paslaugų teikėjų, kurie atitinka „SWIPO“ elgesio kodeksą, spektrą. Naujausią teikėjų sąrašą rasite [čia](#).



	1 ETAPAS. „Pažangi rinkodara“	2 ETAPAS. „Pažangus valdymas“	3 ETAPAS. „Pažangi priežiūra“
Duomenų ataskaitų teikimas: informacijos sklaida žinių įsisavinimui	Statinės ataskaitos, pvz., faktų suvestinės, žurnalai.	Informacijos suvestinės / verslo analitika, pagrįstos nuolatinio duomenų srautu	Tikralaikės įžvalgos, pagrįstos automatizuotu ir nuolatinio stebėjimu
Dalijimosi politika	Ribotas noras dalintis (piktnaudžiavimo duomenimis baimė)	Dalijimasis duomenimis tarp partnerių	Atvirųjų duomenų aplinka
Dalijimosi žiniomis tipai	Dalijimasis ribota informacija	Dalijimasis tiksliomis žiniomis	Dalijimasis neišreikštomis žiniomis
Sutarčių modelis	Viešojo ir privataus sektorių partnerystės	Bendroji nuosavybė	Platformos kooperatyvai
Dalijimosi duomenimis tikslai	Klientų skundų / atsiliepimų valdymas Rinkos tyrimai	Klientų aptarnavimas Dinaminė kainodara Proceso tobulinimas	Klientų aptarnavimo ir sąveikų personalizavimas Naujų paslaugų kūrimas – inovacijos Klientų patirtis ir įsitraukimas Verslo modelio ir strategijos inovacijos

Veiksmų gairių rengimas: ekosistemų valdymas ir partnerystės

5. Ekosistemų valdymas ir partnerystės

Pažangiosios vietovės gali būti laikomos susijusių suinteresuotųjų šalių tinklais, kuriuose egzistuoja keletas ryšių. Pažangusis požiūris sukuria geresnio bendradarbiavimo galimybes, skatina dalijimąsi žiniomis ir duomenimis bei sukuria bendrą viziją.

Vietovės valdymo organizacija (angl. DMO) turėtų sugebėti išspręsti konfliktus, paskatinti suinteresuotąsias šalis bendradarbiauti ir taip užtikrinti vietovės atsparumą. **Vietovės valdymo organizacijos** turėtų iš rinkodaros organizacijų tapti **pirmaujančiomis vietovių valdymo organizacijomis**, turinčiomis tinkamą skirtingų suinteresuotųjų šalių valdymo struktūrą. Taigi jų darbas turėtų apimti suinteresuotųjų šalių valdymo funkcijas, turizmo produktų kūrimą ir dalijimąsi žiniomis. Šiuo tikslu ir aktyviai siekiant šių tikslų **pažangiosios vietovės valdymo organizacijos taip pat galėtų tapti duomenų centrais ir duomenų gavybos organizacijomis**, atsakingomis už duomenų naudojimo ir dalijimosi ekosistemoje skatinimą bei valdymą. Visų pirma mažiau brandžiose vietovėse vietovės valdymo organizacijos gali atlikti pagrindinį vaidmenį skatinant ir pradedant pokalbį apie duomenų naudojimą.

Be to, pažangiosios vietovės turėtų sukurti pažangias turizmo ekosistemas, galinčias pritraukti žmones jose atrasti, gyventi ir užsiimti verslu. Vietovės turėtų bendradarbiauti su gyventojais ir turistais, kad suprastų technologijų siūlomas galimybes ir privatumo problemas. Naudodami pažangias technologijas (pvz., išmaniuosius telefonus ir nešiojamus įrenginius), taip pat socialinę žiniasklaidą, tiek gyventojai, tiek turistai gali dalyvauti ir patirti vietovę nauju būdu.

Gyventojų mokymas ir parama, siekiant suprasti ir kaip svertą panaudoti visuomenės patalkos informaciją bei naujas technologijas, gali būti pirmasis žingsnis įtraukiant juos į bendrą vietovės pažangiųjų sprendimų kūrimą. Be to, turistai tapo labiau patyrę, reiklesni ir aktyvesni. Jie neturėtų būti izoliuoti ribotoje žinių apie turizmo vietovę zonoje (Fan ir kt., 2019); tačiau naudodamiesi technologijomis ir dalindamiesi duomenimis jie turėtų tapti savo patirties bendrakūrėjais.



Toliau rasite keletą patarimų ir išteklių, padėsiančių pereiti iš vieno etapo į kitą.

- Jei jums reikia sukurti **duomenų ekosistemą**, kad apibrėžtumėte su turizmu susijusius veikėjus ir tokiai ekosistamai valdyti reikalingas infrastruktūras, apsvarstykite galimybę naudoti **duomenų atvaizdavimo sistemas**. Veiksmingą sprendimą pristato „ODI“ sukurta priemonė, kurią galima rasti [čia](#).
- Jei jums reikia **padidinti ir pagerinti vietovės sąveiką su suinteresuotosiomis šalimis**, galite perskaityti Europos Komisijos rekomendacijas, pateiktas dokumente [„Establishment of Sustainable Data Ecosystems“](#). Šiame dokumente taip pat pateikiami patarimai, kaip sutelkti suinteresuotąsias šalis į centrą.
- Apibrėždami **pažangią valdymo struktūrą**, būtinai susitarkite su suinteresuotosiomis šalimis dėl aiškių pareigų ir vaidmenų. Įvairių sprendimų pavyzdžiai gali būti vietos turizmo stebėsenos centro arba žinių centro įkūrimas. Daugiau apie tai, kaip įsteigti stebėsenos centrą, galite perskaityti [čia](#).



	1 ETAPAS. „Pažangi rinkodara“	2 ETAPAS. „Pažangus valdymas“	3 ETAPAS. „Pažangi priežiūra“
1 organizacinės struktūros kelias: pasidaryk pats	Kiekviena organizacija savarankiškai, savo kontrolėje ir įtakos sferoje	Organizacija yra laikinojo / projekto finansuojamo tinklo arba koalicijos dalis	Organizacija yra struktūrinio / nuolatinio operatyvinio „žinių tinklo“ dalis
Organizacinė struktūra: partnerystės / ekosistemos (daryk viską kartu)	Ad hoc bendradarbiavimas tarp riboto skaičiaus suinteresuotųjų šalių.	Laikinasis / projekto finansuojamas tinklas arba koalicija (pvz., duomenų laboratorija)	Struktūrinė / nuolatinė „žinių grandinė“ (pvz., duomenų centras, turizmo stebėsenos centras)
Vietovės valdymo organizacijos vaidmuo tvarkant duomenis	Vietovės valdymo organizacija kaip pagrindinis duomenų naudotojas, daugiausia susijęs su rinkodaros tikslais	Vietovės valdymo organizacija kaip ad hoc / laikinų duomenų partnerystės rėmėjas	Vietovės valdymo organizacija kaip duomenų gavybos organizacija, atliekanti vadovaujantį vaidmenį skatinant ir stiprinant struktūrines „žinių grandines“
Gyventojai	Pasyvūs	Turizmo plėtros dalyviai	Susiję, kūrybingi, aktyviai dalyvaujantys
Turistai	Izoliuoti ribotoje žinių apie turizmo vietovę zonoje	Informuoti apie vietovę ir jos siūlomas galimybes	Labiau susiję, dalijasi duomenimis, patirties bendrakūrėjai Vietovės ambasadoriai



Duomenimis grįstos viešųjų ir privačių subjektų partnerystės

Duomenimis grindžiamų partnerysčių vertė

Turizmo vietovėse veikia **įvairios savarankiškos suinteresuotosios šalys** (tiek asmenys, tiek organizacijos). Nors šie subjektai gali būti nevienalyčiai pagal savo veiklos aplinką, kultūrą ir tikslus, jie **visi gauna naudos ir prisideda prie turizmo vietovės plėtos** ir jos konkurencingumo, tvarumo bei atsparumo didinimo.

Siekiant kuo labiau padidinti vietovės plėtrą, **jie visi turi palaikyti tvirtus ryšius ir bendradarbiauti dalijantis bei platinant duomenis**, o kadangi duomenis daugiausia generuoja ir tvarko privatūs subjektai, ypatingą dėmesį reikia skirti viešojo ir privataus sektorių partnerystėms. [Europos Komisijos](#) (2022) duomenimis, labai mažos įmonės ir MVĮ sudaro 99,8 % visų ES turizmo įmonių. Paramos strategijos, skirtos spręsti konkrečius uždavinius, su kuriais jie susiduria keisdami duomenimis, sukūrimas gali reikšmingai padidinti turizmo ekosistemai teikiamą naudą.

Iš tiesų, viešojo ir privataus sektorių partnerystė tampa kertiniu sprendimų priėmimo mechanizmu akmeniu ir pagrindine formule siekiant sėkmingos politikos. Pavyzdžiui, [ES miestų darbotvarkėje](#) pagrindinis dėmesys skiriamas konkrečioms prioritetinėms 14 partnerysčių temoms, siekiant pagerinti gyvenimo kokybę miesto vietovėse.

Be to, vietovės valdymo organizacijos tinklų kūrimo ir partnerystės pajėgumų skatinimas padidina jų autoritetą, taigi ir gebėjimą sėkmingai valdyti.

Kai kurie tyrimai apibūdina vietovės valdymo organizacijos vaidmenį pažangiosiose vietovėse kaip pažangiųjų centrų, kurių uždutis yra palaikyti duomenų atvirumą, reguliuoti duomenų privatumą ir užmegzti partnerystes. Šis duomenų demokratizavimas apima visus turizmo vertės grandinės subjektus, ypatingą dėmesį skiriant privačiam sektoriui, ypač MVĮ.

Kad pasiektų šį tikslą ir taptų duomenimis grindžiama vietove, turizmo vadybininkai turėtų **pasinaudoti įvairių turimų duomenų rinkinių pranašumais**, sutelkdami dėmesį į rinkos pasiūlą ir paklausą (pvz., [Keliauk Lietuvoje](#)). Toliau esančiame langelyje pateikiama informacija, kurią vietovė gali panaudoti, kad pagerintų savo turizmo pasiūlymus ir konkurencingumą. Supratimas, ar tokios rūšies informacija yra prieinama ir kas yra jos savininkas, padeda vietovėms **nustatyti galimus aljansus ir jų prioritetus**, paleisti darbo grupes ir komitetus bei padidinti viešojo ir privataus sektorių grįžtamąjį ryšį ir bendravimo veiklą. Pagrindiniai žingsniai, į kuriuos reikia atsižvelgti norint įvertinti ir suprasti galimą šių partnerysčių vertę ir tinkamai nustatyti jų prioritetus, apima pradinį **ekosistemos poreikių ir išteklių bei potencialiai prieinamų duomenų šaltinių atvaizdavimą**. Jei jums reikia pagalbos atvaizduojant duomenų ekosistemą, galite pradėti nuo „ODI“ sukurtos [duomenų ekosistemų atvaizdavimo priemonės ir vadovo](#).

Pagrindinis duomenų vaidmuo ir įvairios pažangiojo turizmo ekosistemos suinteresuotosios šalys



Duomenų šaltinių, skirtų partnerystėms, pavyzdžiai



- **Operacijų duomenys** (rezervacija ir pirkimas internetu, vartotojų kredito kortelių operacijos). Jie gali parodyti išlaidų tendencijas ir gali būti naudojami tendencijoms rinkti bei tikslams analizuoti.
- **Įrenginio duomenys** (GPS, mobiliojo tarptinklinio ryšio, „Bluetooth“, RFID, „Wi-Fi“ ir pažangiųjų miestų įrenginių duomenys). Jie gali suteikti informacijos apie turistų elgesį ir judėjimą ir gali būti naudojami kuriant vis labiau individualizuotas paslaugas bei nukreipiant išteklius į populiariausias vietas.
- **Privačių įmonių duomenų rinkiniai** (oro linijų keleivių duomenys, laisvų viešbučių, restoranų rezervacijų, nuomos duomenys). Jie gali būti naudojami prognozuojant paklausą ir turizmo šrautus bei analizuojant tikslines rinkas.



Duomenimis grįstos viešųjų ir privačių subjektų partnerystės

Duomenimis grindžiamų partnerysčių tikslai

Pagrindinė partnerysčių paskata yra ta, kad bendradarbiavimas bus naudingas visiems partneriams. Iš tiesų, partnerystės kuriamos dėl įvairių priežasčių, o akivaizdžiausia dalijimosi duomenimis nauda yra ekonominė. **Partnerystės gali būti kuriamos siekiant didesnio efektyvumo ar masto ekonomijos, atverti rinkas, kurios anksčiau buvo nepasiekiamos, arba tiesiog sutelkti išteklius – finansinius ir (arba) žmogiškuosius.**

Konkretūs partnerystės tikslai gali būti orientuoti į duomenų turėtojus, inovatorius, tarpininkus ir (arba) visą visuomenę. Vietovės valdymo organizacijos gali palengvinti partnerysčių kūrimą, padėdamos skirtingiems subjektams nustatyti duomenų teikiamas galimybes ir suburti juos, kad būtų sukurta bendra strategija.

Tokių partnerysčių taisyklės privačiam sektoriui turėtų būti labai aiškios nuo pat pradžių, kad nesukurtų lūkesčių, kurie nebus patenkinti.

Per dideli ar klaidinantys lūkesčiai gali sukelti partnerių nusivylimą, pabloginti bendradarbiavimo kokybę, o blogesniais atvejais gali nutrukti viešųjų ir privačių subjektų santykiai. Dėl to svarbu turėti omenyje, kad **norint sėkmingai įtraukti privačius subjektus turėtų būti įvykdyti šie reikalavimai:**

- reikėtų atsižvelgti į visų subjektų interesus, užtikrinant, kad su privačiu sektoriumi būtų galima dalytis svarbiais ir vertingais duomenimis;
- partnerystės turėtų prisidėti prie naujų verslo modelių kūrimo;
- partnerystė turėtų padėti paspartinti sektoriaus skaitmeninimą.

Duomenimis grindžiamų partnerysčių tikslai pagal suinteresuotųjų šalių kategorijas ir jų prisijungimo motyvą

	DUOMENŲ TURĖTOJAI: organizacijos, teikiančios duomenis dalijimosi duomenimis santykiuose <ul style="list-style-type: none">- Kaštų ir efektyvumo taupymas- Produktų ir paslaugų kūrimas- Verslo iššūkių sprendimai- Atvira inovacija- Prieiga prie talentų- Duomenų tyrinėjimas- Patobulinta vidinė duomenų struktūra- Padidinta teisinė atitiktis- Įgūdžių tobulinimas
	DUOMENŲ NAUDOTOJAI: organizacijos, kurios naudoja duomenis, kuriais dalijasi duomenų turėtojas, kad sukurtų naujas paslaugas <ul style="list-style-type: none">- Prieiga prie duomenų- Produktų ir paslaugų kūrimas- Įgūdžių tobulinimas- Įžvalgos į naujas rinkas- Verslo santykiai su duomenų turėtojais
	TARPININKAI: jie vaidina svarbų vaidmenį daugelyje dalijimosi duomenimis santykių <ul style="list-style-type: none">- Paklausių produktų / paslaugų pasiūlymas- Konkrečiai organizacijai nustatyti tikslai
	VISUOMENĖ <ul style="list-style-type: none">- Geresni produktai ir paslaugos- Padidėjęs privatumas- Santykiai su duomenų turėtojais

Dalijimosi duomenimis formos

Duomenų vertės negalima maksimaliai padidinti vienu dalijimosi duomenimis atveju. Atvirkščiai, dalijimasis duomenimis atrakina vadinamąsias didelių duomenų vertės grandines, kuriose renkami ir keliais susijusiais etapais apdorojami dideli duomenų kiekiai. Tam reikalingos nustatytos sistemos, kuriose būtų galima nuosekliai dalytis duomenimis. Toliau pateikiame nusistovėjusios praktikos, kuri leidžia dalytis duomenimis, apžvalgą.

- **Bendrieji duomenys:** ištekliai, kurie yra bendri ir prieinami visiems grupės nariams (pvz., [bendrieji duomenys](#) arba [bendrieji miesto duomenys](#) Barselonoje).
- **Bendradarbiavimu grindžiami duomenys:** privatūs duomenys, naudingi visuomenei ir kuriais dalijamasi socialinės gerovės tikslais (pvz., [bendradarbiavimu grindžiami duomenys](#)).

- **Duomenų prekyvietės:** tarpininkavimo platformos arba internetinės parduotuvės, per kurias galima pirkti arba parduoti duomenis.
- **Atvirieji duomenys:** duomenys, kurie yra licencijuoti ir prieinami bet kam, naudoti ir dalytis bet kokių tikslų. Asmens duomenys niekada negali būti atvirieji duomenys (pvz., [Europos duomenų portalas](#), [Helsinkio regiono informacijos dalijimasis](#) arba [atvirieji Maltos duomenys](#)).
- **Duomenų erdvės:** iniciatyvos, kuriomis siekiama suteikti prieigą prie duomenų. EK siekia sukurti devynias sektorines Europos duomenų erdves, atsižvelgiant į ES taisykles ir vertybes. Šios duomenų erdvės bus tarpusavyje susietos, o tai suteiks puikias galimybes prieiti prie duomenų operatoriams, dirbantiems horizontaliajame sektoriuje, pavyzdžiui, turizmo srityje. Panašios iniciatyvos nacionaliniu lygiu pavyzdys yra Vokietijos „[Mobility Data Space](#)“.



Duomenimis grįstos viešųjų ir privačių subjektų partnerystės

Partnerystių tipai

Įvairių suinteresuotųjų šalių partnerystė gali sukelti keletą iššūkių, be kita ko, susijusių su skirtingomis organizacinėmis kultūromis ir teisinėmis bei biurokratinėmis kliūtimis. Norint įveikti šiuos iššūkius, svarbu apsvarstyti įvairias partnerystės kūrimo galimybes ir pasirinkti tinkamiausias dalyvaujančioms organizacijoms bei jų tikslams. Šiuo tikslu nebaigtinis **įvairių tipų galimų partnerystių sąrašas** apima:

- **konsorciumą / konsorciumus** – išteklių sutelkimas, siekiant gauti naudos, kurios jie negalėjo sau leisti patys (pvz., bendri duomenys, bendra technologija, bendros paslaugos);
- **bendrąsias įmones** – bendradarbiavimo projektas (paprastai suteikiantis įvairius įgūdžius / išteklius), siekiantis galimybių ir dalintis su jos plėtra susijusia rizika;
- **strateginius aljansus** – paprastai ilgalaikis susitarimas bendriems tikslams pasiekti. Gali apimti ir mažesnius, ir didesnius paslaugų teikėjus, turinčius papildomų išteklių ar patirties. Jis vadinamas „strateginiu“, nes tikslai yra labai svarbūs bendrai partnerių verslo / rinkos plėtros strategijai;
- **duomenų rinkimą ir naudojimą bendradarbiaujant** – susitarimas rinkti, kaupti ir naudoti partnerių duomenis. Tai gali būti geras modelis suinteresuotosioms šalims, kurios kuria ir naudoja duomenis viešai prieigai. Tai gali būti vienos klasės modelis, kuriame duomenų teikėjai, pvz., viešosios įstaigos, dirba kartu, arba kelių suinteresuotųjų šalių modelis, kuriame viešųjų duomenų teikėjai dirba su paslaugų teikėjais, tvarkančiais asmens duomenis;

- **organizacijų tinklus** – kelių organizacijų aljansas, kuriame įmonės narės bendradarbiauja siekdamos bendrų tikslų;
- **užsakomąsias paslaugas** – nepagrindinių paslaugų sutarčių sudarymas su trečiųjų šalių teikėjais.

Dėl skaitmeninimo ir naujos duomenų ekonomikos svarbos verta paminėti keletą naujų tipologijų:

- **skaitmeninių inovacijų centrai (angl. DIH):** skaitmeninių inovacijų centrai gali būti įvairių teisinių formų, atsižvelgiant į šalį / regioną (pvz., asociacija ar konsorciumas). Skaitmeninių inovacijų centrai suburia viešuosius ir privačius subjektus, įskaitant universitetus ir tyrimų centrus, kad **remtų skaitmeninę MVĮ ir viešojo administravimo transformaciją**;
- **klasteriai: į sektorių ar tematiką orientuotos asociacijos**, leidžiančios viešiesiems ir privatiems subjektams sąveikauti, skatinti naujoves ir konkrečios pramonės šakos konkurencingumą. Europos lygmeniu Europos klasterių bendradarbiavimo platforma veikia kaip žinių centras įvairiomis temomis, skatindamas organizacijų tarpusavio santykius.

Galiausiai galite nuspręsti suvienyti jėgas su kitomis organizacijomis dėl dotacijų ir finansavimo galimybių. Skirtingoms programoms gali būti taikomi specifiniai reikalavimai. Jei ieškote daugiau informacijos apie tai, **kaip parengti pasiūlymą „Europos horizonte“**, galite pradėti nuo [šio Europos Komisijos internetinio seminaro](#).

Svarbūs tinklai ir iniciatyvos



- **Europos pažangiojo turizmo sostinė:** kasmetinio Europos pažangiojo turizmo sostinės konkurso tikslas – nustatyti ir remti Europos pažangiojo turizmo meistriškumą, taip pat sukurti tinklų kūrimo ir keitimosi geriausia praktika sistemą.
- **„Digital Cities Challenge“:** „Digital Cities Challenge“ siekia, kad miestai taptų geresnėmis vietomis gyventi. Galite prisijungti ir pasimokyti iš daugiau nei 40 programoje dalyvaujančių miestų patirties.
- **„Intelligent Cities Challenge“:** ICC remia 136 miestus, naudojančius pažangiausias technologijas protingam, žaliajam ir socialiai atsakingam atsivimui skatinti. Projekte taip pat daug dėmesio skiriama žaliajai ir skaitmeninei pertvarkai turizmo srityje, kuris yra vienas iš svarbiausių teminių kryptų.
- **Ispanijos pažangiųjų turizmo vietovių tinklas:** jis skirtas vietovių konkurencingumui ir piliečių gyvenimo kokybei gerinti remiantis 5 ašimis: valdymu, naujovėmis, technologijomis, prieinamumu ir tvarumu.

Informacija apie ES finansavimo galimybes

- **ES turizmo finansavimo vadovas:** šiame puslapyje galite rasti informacijos ir gairių apie ES finansavimo galimybes turizmo sektoriui, įskaitant [įvadą apie ES finansavimą ir pasiūlymus](#), atnaujintą šiuo metu skelbiamų turizmo kvietimų sąrašą ir daug daugiau.



Duomenimis grįstos viešųjų ir privačių subjektų partnerystės

Viešieji ir inovacijų pirkimai

Viešieji pirkimai yra teisinė forma, kurią viešojo administravimo institucijos naudoja prekėms ir paslaugoms pirkti. Duomenų srityje viešojo administravimo institucijoms gali prireikti prieigos prie įvairių duomenų rinkinių, kurie parduodami rinkoje ir kuriuos galima įsigyti viešųjų pirkimų būdu. Tačiau, kai įmanoma, viešojo administravimo institucijoms būtų naudinga teikti pirmenybę abipusiai naudingai dalijimosi duomenimis partnerystei arba viešiesiems pirkimams, įskaitant prekes (duomenis) ir paslaugas (duomenų srities mokslininkų).

Remdamosi bendrais strateginiais tikslais ir poreikiais, organizacijos turėtų **nustatyti išorės duomenų** įsigijimo strategiją, kuri apimtų ne tik vieno duomenų rinkinio pirkimą, bet ir aiškius prioritetus, sąnaudų ir naudos vertinimą bei turimus išteklius duomenims pirkti, su jais dirbti ir duomenų kokybei užtikrinti.

Viešojo administravimo institucijoms, dirbančioms pažangiojo turizmo požiūriu link, patraukli priemonė yra **inovacijų viešieji pirkimai**, kurie gali pasireikšti kaip novatoriškų sprendimų įsigijimas per viešuosius mokslinių tyrimų ir plėtros paslaugų pirkimus, inovatyvių sprendimų, kurie dar nėra pasiekiami arba kurių nėra rinkoje, pirkimus arba inovatyvių sprendimų, kurie egzistuoja, bet dar nėra plačiai prieinami rinkoje, pirkimus. Norėdami sužinoti daugiau apie inovacijų viešuosius pirkimus, galite peržiūrėti šią medžiagą:

- [ES inovacijų viešųjų pirkimų gairės](#): prieinamos visomis oficialiomis ES kalbomis ir apima praktinę informaciją apie tai, kaip pradėti ir plėtoti inovacijų projektų viešuosius pirkimus
- [Europos paramos viešiesiems inovacijų pirkimams \(angl. EAFIP\) priemonių rinkinys, skirtas inovacijų viešiesiems pirkimams](#): trijų modulių internetinis vadovas, teikiantis pagalbą politikos formuotojams kuriant strategijas ir perkantiesiems bei jų teisės skyriams įgyvendinant inovacijų pirkimus.

Kaip sudaryti sąlygas skatinti dalijimąsi duomenimis ir partnerystę

Vietovėms, kurių ekosistema yra mažiau subrendusi dalijimosi duomenimis kultūros požiūriu, bandymas sukurti reikiamas partnerystes gali būti didelis iššūkis. Tokiais atvejais tampa būtina sukurti sąlygas, kurios ateityje skatintų struktūriškesnį dalijimąsi duomenimis.

Galimi veiksmai siekiant pradėti kurti dalijimosi duomenimis kultūrą ir skatinti suinteresuotųjų šalių dalyvavimą:

- duomenų naudojimo vietovėje ir politikos ciklo informavimo **privalumų įvertinimas ir perdavimas**. Didinant informuotumą apie įrodymais grindžiamų sprendimų priėmimo naudą, vietovė skatins dalijimosi duomenimis kultūrą tiek viduje, tiek išorėje;
- **suinteresuotųjų šalių susidomėjimo skatinimas** skleidžiant gerą praktiką ir pažangiojo turizmo sprendimų pavyzdžius.

- **Specialiai sukurtos bandymų aplinkos kūrimas** (pvz., inovacijų laboratorijų, inovacijų zonų ir kt.), kuriose įvairios organizacijos, įskaitant privačias įmones, galėtų bendradarbiauti spręsdamos turizmo iššūkius. Visų pirma, bandomosios aplinkos gali paskatinti atrasti ir išbandyti duomenimis grindžiamus sprendimus. Rekomenduojamas metodas yra mažų projektų didinimas etapais.
- **Pasitikėjimo kūrimas** parodant vietovės įsipareigojimą **atsakingai ir etiškai naudoti duomenis**. Tai galima pasiekti sutikus su įprasta praktika, pavyzdžiui, laikantis Elgesio kodekso dėl dalijimosi duomenimis turizmo srityje.
- **Pavyzdžio rodymas**, prieigos prie duomenų suteikimas trečiosioms šalims per atvirą API. Tai prisideda prie privačių įmonių duomenimis grindžiamų sprendimų, formuojančių sąlygas skaitmeninei transformacijai inovacijų link, kūrimo.



Duomenų valdymas: priemonių rinkinys turizmo vietovėms

„Smart Tourism Destinations“

SI2.843962

2023 m. vasario



Prižiūri Europos Komisija

Norėdami gauti daugiau informacijos apie šį rinkinį, kreipkitės į:

„Intellera Consulting“

Giovanna Galasso – asocijuotoji partnerė

giovanna.galasso@intelleraconsulting.com

