

# TURIZEM 4.0 IN PLATFORMA »DIGITALIZACIJA IN VARNOST V TURIZMU«

BOŠTJAN BRUMEN, MARJETKA RANGUS IN  
MITJA GORENAK

Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija.  
E-pošta: bostjan.brumen@um.si, marjetka.rangus@um.si, mitja.gorenak@um.si

**Povzetek** Evropska unija je opredelila ključna področja, na katerih zaostaja za glavnimi svetovnimi konkurenti, ZDA, Japonsko in hitro rastočimi azijskimi gospodarstvi. Ta področja so sprejetje IKT v poslovanje, dostop do investicijskih skladov in inovacijske politike. Ena izmed ključnih konkurenčnih panog v Evropi je turizem, ki ima skupne probleme z drugimi panogami. Evropski turizem temelji predvsem na malih in srednje velikih podjetjih, ki imajo razdrobljen in razpršen potencial rasti, nizko sposobnost pridobivanja in uporabe znanja ter imajo omejen dostop do rizičnega kapitala. Evropska strategija pametne specializacije naslavlja te probleme v okviru panoge turizem z oblikovanjem tematske platforme „Digitalizacija in varnost v turizmu“. Njeno poslanstvo je ustvariti skupne in participativne storitve za povečanje medregionalnih naložb v digitalizacijo v turističnem sektorju. Namen platforme je služiti kot osnova za razvoj prihodnjega digitalnega evropskega turizma. V prispevku opisujemo platformo in njeno navezavo na Turizem 4.0 v Sloveniji.

#### **Ključne besede:**

turizem,  
digitalizacija,  
platforma,  
varnost,  
strategija,  
pametna  
specializacija

## 1 Uvod

Evropska unija je ugotovila vrzel v rasti med svojimi glavnimi konkurenti, večinoma ZDA, Japonsko in azijskimi "tigri". Da bi ohranili konkurenčnost in povečali druge evropske prednosti, je bilo sprejetih več strategij na ravni EU.

Že leta 2000 so evropski voditelji sprejeli lizbonsko strategijo, ki je priznala, da "*... se Evropska unija sooča s kvantnim premikom, ki je posledica globalizacije in izživov novega gospodarstva, temelječega na znanju ... Hitri in pospešeni tempo sprememb nujno pomeni, da Unija zdaj ukrepa, da izkoristi vse prednosti ponujenih priložnosti. ...*" [1].

Deset let kasneje je bila sprejeta strategija „Evropa 2020“ [2], ki poudarja pametno, trajnostno in vključujočo rast kot način za premagovanje strukturnih pomanjkljivosti evropskega gospodarstva, izboljšanje njegove konkurenčnosti in produktivnosti ter podporo trajnostnemu socialno-tržnemu gospodarstvu.

Prvotni koncept strategije pametne specializacije (tako imenovani "S3") je bil zasnovan kot odgovor na naraščajočo čezatlantsko vrzel [3]. Avtorji koncepta so ugotovili, da je vrzel predvsem posledica:

- zaostajanja pri sprejemanju, razširjanju in prilagajanju novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij v poslovanju v podjetniškem in širšem družbenem sektorju,
- dostopa do investicijskih skladov (predvsem skladov rizičnega kapitala), in
- inovacijskih politik [4].

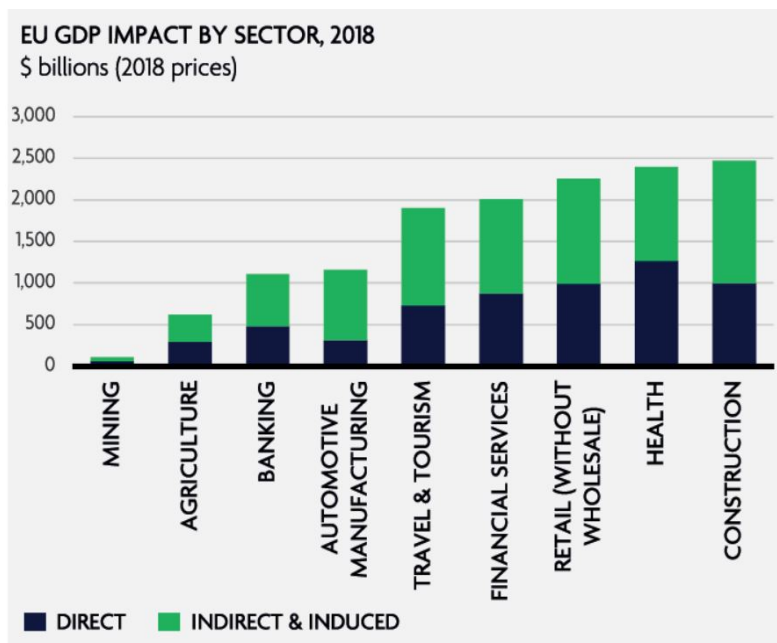
Zaradi nesposobnosti obstoječih malih in srednje velikih podjetij, da v svoje poslovne procese vključijo najnovejše tehnologije IKT, da se prilagodijo spremenjenemu okolju, ki je danes usmerjeno v znanje, se je vrzel pojavila in zdi se, da se še povečuje. Poleg tega imajo zagonska podjetja v Evropi omejen dostop do različnih investicijskih skladov. Najbolj je otežen dostop do skladov rizičnega kapitala. Dodatno se možnost dostopa zelo razlikuje glede na geografsko lokacijo. Ta dva razloga sta večinoma na strani podjetij. Tretji razlog, inovacijske politike, pa je večinoma sistematičen problem evropskih oblikovalcev politik in politike kot celote. Tako je bila oblikovana evropska strategija pametne specializacije, kjer vsaka od evropskih regij razvija svojo strategijo pametne specializacije. Ta regionalna

strategija daje poudarke na prednostih regije, specializirane na področjih, na katerih imajo tradicijo, znanje, človeške in druge vire, ter želijo še okrepiti svoj položaj na nekaj izbranih ključnih področjih.

Pametna specializacija je inovativen pristop, ki spodbuja učinkovito in ciljno usmerjeno uporabo javnih naložb v raziskave in inovacije. Njen namen je, da državam in regijam omogoči, da izkoristijo svoje prednosti in ustvarijo nove konkurenčne prednosti. Nacionalne in regionalne strategije pametne specializacije služijo kot kompasi za naložbe evropskih strukturnih in investicijskih skladov v raziskave in inovacije [5].

Visokonivojske (politične) izjave in strategije so zgolj identifikacija trenutnega stanja in umetnost oblikovanja in uporabe načrtov za doseg cilja. Posebni cilj Evropske komisije v turizmu je ohraniti vodilni položaj Evrope v prihodnosti turizma in postati vodilna sila na področju (digitalnih) inovacij na tem območju. Namreč, čezatlantska podjetja, npr. Google, Facebook, TripAdvisor, Booking.com in AirBnB danes vodijo in narekujejo trende [6], zato imajo tudi dostop do ogromnih količin (evropskih) podatkov in jih s pridom uporabljajo v komercialne namene. Strateška uporaba IKT je bila poudarjena že pred desetletji, pa vendar na področju digitalnega turizma ni vidnejših evropskih podjetij [7-9]. Digitalna vrzel med Evropo in Ameriko je še posebej velika pri malih in srednjih podjetjih [10], inovacijski potencial evropskih MSP-jev pa je še vedno (pre)majhen [11].

Pomembnost evropskega sektorja potovanj in turizma je prikazana na sliki 1. Pred epidemijo SARS-CoV-2 je bila to peta največja industrija v Evropski uniji, ki je leta 2018 ustvarila približno 1,9 bilijona dolarjev BDP, kar presega avtomobilsko industrijo, bančništvo, kmetijstvo in rudarstvo.



Slika 1: Evropska unija: BDP po sektorju, 2018

(Vir: [12])

Turistična industrija se je že pred epidemijo soočala z globalizacijo in novimi pojavi: nove navade fizičnih in poslovnih strank, nova zakonodaja, medsektorski novi izdelki in digitalne disruptivne platforme, globalne grožnje, podnebne spremembe, sezonskost, dostopnost do odročnih regij, številne ovire za nove naložbe, nove modele poslovanja, itd. Digitalizacija je močno spremenila turistično industrijo in, ker je večina podjetij predvsem malih in srednje velikih, obstajajo dokazi o razkoraku med stopnjo digitalne pripravljenosti podjetij v primerjavi s pričakovani strank. Turistična MSP, ki se soočajo z navedenimi globalnimi izzivi, potrebujejo podporo za krepitev odpornosti (tudi v luči epidemij), hkrati pa vlagati v trajnost.

## 2 Turistična tematska platforma »Digitalizacija in varnost v turizmu«

Turizem je dejavnost, ki se odvija lokalno v lokalnih okoljih. Vključuje izdelke in storitve iz več tržnih segmentov. Vključuje interakcije med majhnimi ponudniki izdelkov in storitev z velikimi mednarodnimi podjetji in strankami. Kompleksna narava turizma, njegovi močni medsektorski odnosi in regionalna razsežnost

potrebujejo inovacije. Velik potencial za inovacije obstaja v tehnološkem sektorju, manj sistematično pa se z inovacijami ukvarjajo nizko-tehnološke industrije in storitvene dejavnosti, kot je turizem.

Za reševanje teh vprašanj je Evropska komisija ustanovila več tematskih platform: platformo za energetiko leta 2005 ter modernizacijo kmetijsko-živilske industrije leta 2016. Platforme, ki jih upravlja Skupno raziskovalno središče Evropske komisije, nudijo strokovno znanje, nasvete in možnosti mreženja prek delavnic in seminarjev. Cilj te pobude je ustvariti naložbeni načrt zrelih projektov na novih območjih rasti po vsej EU z zagotavljanjem prilagojenih nasvetov in pomagati regijam, da vzpostavijo povezave s poslovnimi in raziskovalnimi skupnostmi [5].

Čeprav Evropska unija (še ni) sprejela evropske turistične strategije, je Evropska komisija sprejela sporočilo „Evropa, prva turistična destinacija na svetu - nov politični okvir za turizem v Evropi“ [13]. To sporočilo je postavilo novo strategijo in akcijski načrt za turizem EU. Opredeljene so bile štiri prednostne naloge za ukrepanje:

- spodbuditi konkurenčnost v evropskem turističnem sektorju;
- spodbujati razvoj trajnostnega, odgovornega in kakovostnega turizma;
- utrditi podobo Evrope kot zbirke trajnostnih in kakovostnih destinacij; in
- povečati potencial finančnih politik EU za razvoj turizma.

Sporočilo je izpostavilo štiri glavne izzive:

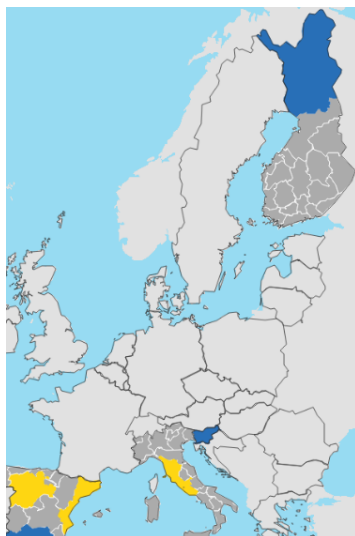
- varnost - okoljska, politična in socialna varnost; varnost hrane in nastanitev; varnost glede socialno-kulturnih groženj trajnosti;
- gospodarska konkurenčnost - sezonskost, regulativne in upravne obremenitve; obdavčitev v zvezi s turizmom; težave pri iskanju in zadrževanju usposobljenega osebja;
- tehnologije - spremljanje razvoja IT, ki ga povzroča globalizacija informacij in napredek v tehnologiji (informacijska orodja za rezervacije počitnic, socialni mediji, ki svetujejo o turističnih storitvah itd.);
- trgi in konkurenca - naraščajoče povpraševanje po prilagojenih izkušnjah, novih izdelkih, naraščajoča konkurenca z drugih destinacij.

Evropski turistični manifest navaja, da je »za oblikovanje učinkovitih turističnih politik potreben celovit evropski pristop, ki upošteva številne učinke sektorja in širok spekter zainteresiranih strani, ki jih turizem prizadene ali nanje vpliva. To je priznala Lizbonska pogodba, ki s členom 195 PDEU daje Evropski uniji odgovornost za spodbujanje konkurenčnosti evropskega turističnega sektorja z ustvarjanjem ugodnega okolja za njegovo rast in razvoj ter z vzpostavitvijo celostnega pristopa k potovalnemu in turističnemu sektorju« [14]. Kot ključna področja je opredelil naslednje prednostne naloge, za katere je treba posvetiti posebno pozornost tako s strani oblikovalcev politik kot podjetij: konkurenčnost, digitalizacija, dobro upravljanje, skupno napredovanje, sezonskost, spretnosti in kvalifikacije, trajnost in prometna povezanost.

Namen tega prispevka je predstaviti pobudo več evropskih regij v okviru tematske platforme »Digitalization and Safety in Tourism«, in jo povezati s slovenskim projektom Turizem 4.0.

Na podlagi predhodnega sodelovanja v skupnih evropskih projektih so vodilne partnerske regije (slika 2) Andaluzija (Španija), Laponska (Finska) in Slovenija (Slovenija), skupaj z regijami Kastilja in Leon (Španija), Katalonija (Španija), Lazio (Italija), Toskana (Italija) in Valencija (Španija) vzpostavile partnerstvo »Digitalizacija in varnost v turizmu«.

Poslanstvo tematske platforme je naslednje: »Okrepiti turistične panoge na ravni EU, zlasti v digitalizaciji turizma in varnosti v turizmu, ter olajšati naložbe, ki temeljijo na odprti inovacijski infrastrukturi nove tehnologije s strani grozdov v regionalnih inovacijskih ekosistemih.«



Slika 2: Regije, ki sodelujejo v tematski platformi „Digitalization and Safety for Tourism“

Vse vključene regije so povezane s turizmom v svojih raziskovalnih in inovacijskih strategijah za pametno specializacijo (RIS3). Tabela 1 predstavlja vsebino teh RIS3 in njihovo povezanost s turizmom za vsako od sodelujočih regij.

Tabela 1: Povezave regij z njihovimi raziskovalnimi in inovacijskimi strategijami za pametno specializacijo

<b>Povezava z RIS3</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Laponska: Turistična varnost (pod Arktično varnostjo)</li><li>– Andaluzija: Inovacije in turizem (Turizem in digitalizacija sta vključena, da bi poudarili teritorialne dediščinske vire)</li><li>– Slovenija: Digitalizacija in varnost je sestavni del pobude S3 v turizmu; varnost je povezana tudi s posebnim področjem "pametnih mest". Trajnostni turizem je povezan tudi z ustvarjalnimi kulturnimi in dediščinskimi storitvami</li><li>– Kastilja in Leon: Turizem, dediščina in španski jezik</li><li>– Katalonija: Inovacije, trajnost, demografske spremembe v družbi, varnost, ekonomija delitve in upravljanje;</li><li>– Valencija: Turizem in kakovost življenja - sezonske, zdravstvene, učinkovite in kakovostne turistične storitve.</li><li>– Lazio: Kmetijsko-živilska industrija: transverzalni sektor - s povezavami tako na visokotehnološko (tj. Biotehnologijo) kot na nizko-tehnološko industrijo (tj. Turizem).</li><li>– Toskana: Inovacije in digitalizacija turizma.</li></ul>
------------------------	--

Iz navedenega izhaja, da se številne regije v Evropski uniji zavedajo pomena sektorja turizma in njegovega potenciala za vključujočo in trajnostno rast. Slednja izhaja iz tehnoloških inovacij na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij.

### **3 Povezava med platformo »Digitalizacija in varnost v turizmu« in projektom Turizem 4.0**

Evropski odločevalci so zelo zgodaj prepoznali trans-atlantski razkorak in identificirali ključne razloge zanj. Dva izmed ključnih razlogov sta pomanjkanje investicijske podpore projektom in premajhno vključevanje digitalnih inovacij v poslovanje podjetij, predvsem majhnih in srednjih.

Na evropskem nivoju je tako nastala tematska platforma »Digitalizacija in varnost v turizmu«, ki je identificirala kot možni projekt t.i. Laboratorij turizma prihodnosti (angl. Tourism of Tomorrow Lab), v okviru katerega se razvijajo inovativne digitalne turistične rešitve, ki pa imajo za razliko o lokalnih iniciativ sistematično podporo za nadaljnji razvoj s strani ključnih deležnikov, t.j. velikih evropskih turističnih podjetij na eni strani in evropskih inštitucij na drugi strani, ko so Evropska investicijska banka.

Slovenski projekt Turizem 4.0 naslavlja prav vse vidike, ki so prepoznani kot ključni v tematski platformi: digitalizacijo, trajnost in mobilnost, s tem pa tudi dolgoročno varnost poslovanja turističnih podjetij.

Turizem, kot se je odvijal pred epidemijo, je v marsikateri destinaciji puščal negativen odtis. Številne destinacije, tudi v Sloveniji, so se soočale s problemi množičnega turizma, kar je klicalo k celovitemu upravljanju turističnih destinacij. Tovrstnega upravljanja ne more prevzeti samo eden izmed deležnikov turizma, in nikakor ne gre pričakovati, da bodo upravljanje prevzela turistična podjetja, ki iz te dejavnosti žanjejo dobiček, povratna zanka k lokalni skupnosti in širšemu družbenemu okolju pa je šibka. Za spodbujanje trajnostnega in odgovornega vedenje turistov na eni strani in predvsem ponudnikov na drugi strani je nujna povezava vseh deležnikov, ki pa mora temeljiti na novih tehnologijah. Starih problemov žal ne bomo rešili na star način. Tako morajo država, lokalne skupnosti, turistični ponudniki in tudi turisti vsak prevzeti svoje delež odgovornosti za zmanjšanje negativnih učinkov turizma, država pa mora na skladen in uravnotežen način skrbeti, da se destinacije razvijajo uravnoteženo.



Inovativen pristop deležnikov pri projektu Turizem 4.0 aktivno so-prispeva k čezmejnemu sodelovanju na področju digitalizacije turizma. Žeton, ki spreminja vrednost glede na trenutno stanje na turistični destinaciji in glede na obnašanje turizma je prebojna ideja, ki temelji na ključnih omogočitvenih tehnologijah iz Industrije 4.0, kot je tehnologija veriženja blokov (angl. blockchain). Digitalni žeton v povezavi z digitalno spletno turistično identiteto vzpodbuja vse deležnike k bolj odgovornemu in trajnostnemu ravnanju in na dolgi rok prispeva k pozitivnim učinkom turizma. Žal pristojno ministrstvo za gospodarski razvoj ni pravočasno pristopilo k realizaciji in implementaciji ponujenih tehnologij za namene turističnih bonov. Vrednost bona, ki bi bila odvisna od situacije na destinaciji, bi na vzorčnem primeru lahko tudi dejansko, ne samo deklarativno, udejanila Slovenijo kot zeleno destinacijo, kjer vsi deležniki soprispevajo svoj delež k trajnostnemu turizmu in okrevanju.

### **Opomba**

Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci.

### **Zahvala**

Raziskava, predstavljena v tem članku, je bila izvedena v okviru raziskovalno-razvojnega projekta TRL3-6 Turizem 4.0 - Obogatena turistična izkušnja (OP20.03536), ki ga sofinancira Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport Republike Slovenije in Evropski sklad za regionalni razvoj Evropske unije.

### **Literatura**

- EC, Presidency Conclusions, Lisbon European Council 23 and 24 March 2000, in Press Release. 2000, European Commission: Lisbon, 2000. p. 1-15.
- EC, Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, E. Commission, Editor. 2010: Brussels.
- David, P., D. Foray, and B. Hall, Measuring Smart Specialisation: The concept and the need for indicators. Knowledge for Growth Expert Group, 2009.
- McCann, P. and R. Ortega-Argilés, Smart Specialization, Regional Growth and Applications to European Union Cohesion Policy. Regional Studies, 2015. 49(8): p. 1291-1302.
- EC, European Commission, Joint Research Centre, S3 Thematic Platforms. 2016.
- Stangl, B., A. Inversini, and R. Schegg, Hotels' dependency on online intermediaries and their chosen distribution channel portfolios: Three country insights. International Journal of Hospitality Management, 2016. 52: p. 87-96.
- Buhalis, D., Strategic use of information technologies in the tourism industry. Tourism Management, 1998. 19(5): p. 409-421.
- Buhalis, D. and M. Zoge, The Strategic Impact of the Internet on the Tourism Industry, in Information and Communication Technologies in Tourism 2007, M. Sigala, L. Mich, and J. Murphy, Editors. 2007, Springer Vienna. p. 481-492.

- Buhalis, D. and R. Law, Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 2008. 29(4): p. 609-623.
- Brumen, B., et al., Regional Tourism Indicators and Smart Specialization Strategy. *Lex localis - Journal of Local Self-Government*, 2016. 14(3): p. 419-430.
- Uran Maravić, M., D. Križaj, and M. Lesjak, Innovation in Slovenian tourism organizations. *Tourism and hospitality management*, 2015. 21(1): p. 51-62.
- WTTC, Benchmarking report EU 2019. 2019: London, UK.
- EC. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe. 2010 30.6.2010; Available from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>.
- NECSTouR, European Tourism Manifesto for Growth & Jobs. 2017, NECSTouR: Brussels.