

Preliminary communication/Prethodno priopćenje

**DIGITAL INFORMATION SYSTEMS AND
BUSINESS INTELLIGENCE OF
TOURIST DESTINATION - EXAMPLE eVisitor**

**DIGITALNI INFORMACIJSKI SUSTAVI I
POSLOVNA INTELIGENCIJA
TURISTIČKE DESTINACIJE – PRIMJER eVisitor**

ALEKSANDRA KRAJNOVIĆ

Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju
Splitska 1, 23000 Zadar
akrajnov@unizd.hr

JELIČIĆ NIVES

Turistička zajednica grada Biograd na Moru
Put Solina 4, 23210 Biograd na Moru
nives@tzg-biograd.hr

ŠĆIRAN-RIZNER MARINA

Turistička zajednica grada Novalje
Trg Brišćić 1, 53291 Novalja
info@visitnovalja.hr

ABSTRACT

This paper focuses on the area of monitoring the development of tourist destination and aims to examine to what extent international digital information systems are developed in tourism destinations, as well as to show the first results of implementation of innovative project eVisitor, as a system for monitoring tourism flows in the Republic of Croatia. The paper, in addition to a brief theoretical framework, also presents recommendations and guidelines of relevant tourist organizations and associations at the international level, with the presentation of several successful regional, national and cross-border projects aimed at building integrated systems for monitoring the development of tourist destinations. In addition, the paper describes the eVisitor system and examines the first experiences of the user of the system. The paper concludes with recommendations and guidelines for the further development of information management systems in the context of sustainable development of tourist destinations.

KEYWORDS: *tourism destination management, business intelligence of tourism destination, information systems in tourism, eVisitor, sustainable development of tourism*

JEL: M37, O31, Z32, Z38

SAŽETAK

Ovaj rad je usmjeren na područje praćenja – monitoringa razvoja turističke destinacije i kao svrhu ima ispitati do koje mjere su na međunarodnoj razini razvijeni digitalni informacijski sustavi u turizmu destinacije, kao i prikazati prve rezultate implementacije inovativnog projekta eVisitor, kao sustava praćenja turističkih tijekova u Republici Hrvatskoj. U radu se, pored kraćeg teoretskog okvira, donose i preporuke i smjernice relevantnih turističkih organizacija i udruženja na međunarodnoj razini, uz prikaz nekoliko uspješnih regionalnih, nacionalnih i prekograničnih projekata usmjerenih ka izgradnji integriranih sustava praćenja razvoja turističke destinacije. Osim toga, u radu se opisuje sustav eVisitor i ispituju se prva iskustva korisnika tog sustava. Rad se zaključuje preporukama i smjericama za daljnji razvoj informacijskih upravljačkih sustava u kontekstu održivog razvoja turističkih destinacija.

KLJUČNE RIJEČI: menadžment turističke destinacije, poslovna inteligencija turističke destinacije, informacijski sustavi u turizmu, eVisitor, održivi razvoj turizma

JEL: M37, O31, Z32, Z38

"We cannot manage what we cannot measure."

(„Ne možemo upravljati onim što ne možemo izmjeriti.“)

<http://www.necstour.eu/who-we-are>

1. UVOD

U ovom radu autorice razmatraju problematiku praćenja turističkog prometa u destinaciji. Suvremeni razvoj turizma zahtijeva inovativni pristup upravljanju turističkom destinacijom koji se temelji na strateškim principima, pri čemu se turizam ne treba „samo dešavati“ već njime treba svjesno upravljati.

Jedno od ključnih funkcija u procesu strateškog upravljanja turističkom destinacijom je monitoring. Na temeljima uspješnog monitoringa, na vrijeme se dobivaju potrebni podaci koji su nužni za donošenje odluka u menadžmentu turističke destinacije.

Ranije se govorilo o jednostavnoj turističkoj statistici, „turizmu u brojkama“ i drugim kvantitativnim pokazateljima koji su se, obično na godišnjoj razini, analizirali (i danas se analiziraju) sa svrhom boljeg upravljanja turističkim sustavom. No čini se da, uz sve dobrobiti i koristi statističkog praćenja turističkih pokazatelja, to nije dovoljno. Očituje se potreba za „instantnim“ monitoringom, odnosno sustavom koji će prezentirati ažurirana (dnevna, tjedna, mjesečna i godišnja) izvješća o relevantnim pokazateljima koji će se moći pratiti tijekom, a ne nakon zaključenog poslovnog razdoblja, odnosno na istim principima na kojima se kreiraju menadžerska izvješćima u poduzećima.

Na ovoj pretpostavci zasniva se istraživanje prikazano u ovom radu. Autorice su željele istražiti do koje mjere su razvijeni informacijski upravljački sustavi u turističkim destinacijama te ispitati na koji način funkcionira novi, nedavno uvedeni sustav praćenja turističkih pokazatelja u Republici Hrvatskoj, nazvan *e-visitor*. Polazna je teza rada u tome da je danas postignut opći

znanstveni i stručni konsenzus o važnosti izgradnje adekvatnih informacijskih sustava i sustava praćenja turističkih tijekova kao podrške donošenju strategija i politika turističkog razvoja te donošenju odluka u turističkim organizacijama i poduzećima.

Rad se sastoji od tri dijela. U prvom se dijelu prikazuje teoretski okvir inovativnih pristupa u kreiranju informacijskih sustava kao podloge za upravljanje u turizmu, nakon čega slijedi pregled nekoliko uspješnih projekata – sustava indikatora za praćenje turističke uspješnosti u izabranim turističkim zemljama i regijama. Pored toga, izlažu se i zaključci i preporuke relevantnih međunarodnih udruga i inicijativa u tom smislu. Slijedi prikaz odabranog case-studyja – slučaja sustava eVisitor u Republici Hrvatskoj kao statističkog i informacijskog sustava praćenja turističkih tijekova s kritičkim osvrtom na sustav koji prikazuje rezultate primarnog istraživanja autorica. Metodologijom kreativnog brainstorminga u travnju 2018. godine održana je radionica na temu *Prednosti i nedostaci sustava eVisitor* u sklopu edukativnog programa „Destinacijski menadžer“ u Poslovnom učilištu Experta d.o.o. u Zagrebu. Rezultati su utemeljeni na praktičnim iskustvima 15-ak sudionika – dionika u turističkom sustavu RH koji u svom radu koriste sustav eVisitor. Istraživački rezultati prikazuju se u ovom radu, pri čemu su sudjelovale i autorice ovog rada (prva autorica kao moderatorica a druge dvije autorice kao sudionice radionice). Na kraju rada prikazuju se znanstvene i praktične implikacije istraživanja, smjernice koje mogu poslužiti kao prijedlozi za poboljšanja i kvalitetniju upotrebu ovoga i sličnih sustava u kontekstu održivog razvoja turizma te zaključna razmatranja.

2. TEORETSKI OKVIRI ISTRAŽIVANJA

U svom radu iz 2014. Fuchs et al. prikazuju i analiziraju koncept tzv. *učee turističke destinacije* (‘Learning Tourism Destination’), koncept koji su 2007. godine uveli Schianetz, Kavanagh & Lockington (Fuchs et al., 2013, 1). Taj se koncept oslanja na *Okvire znanja u destinaciji* (‘Knowledge Destination Framework’) kojega su Höpken, Fuchs, Keil i Lexhagen uveli 2011. godine, a koji predstavlja teoretski temelj za izgradnju tehničke arhitekture aplikacije poslovne inteligencije (*Business Intelligence* – BI) u turističkoj destinaciji. (Fuchs et al., 2013, 126)

Ova nova paradigma zasnovana na znanju, a primjenjena na područje upravljanja turističkom destinacijom, temelji se na tezama ranijih autora (Jafari, 2001) da je „turizam kompleksan društveni fenomen gdje je znanje osnova za održivi razvoj destinacije“ (Jafari, 2001, cit. u Fuchs et al., 2013, 1). Ova škola misli polazi od teze da se kroz generiranje inteligentnih sustava znanja (o potrebama potrošača, suradničkim partnerima, okolišnim, ljudskim i kulturnim resursima i sl.) reducira informacijska asimetrija između dionika (*stakeholdera*) u turističkoj destinaciji. To dovodi do jačanja inovacijskog i kolaborativnog kapaciteta turističke destinacije, koja na taj način jača svoju tržišnu moć („market cultivation“, Fuchs et al., 2013, 122) i unaprjeđuje učinkovitost pruženih usluga na održiv način. (Fuchs et al., 2013, 122)

Različiti autori u svojim radovima opisuju slučajeve uspješnih prototipa informacijske infrastrukture za upravljanje turističkom destinacijom. Jedan od ovakvih sustava, predstavljen u radu Fuch et al. (2013), je sustav DMIS (*Web-based Destination Management Information System*) za kojega autori navode: „DMIS je korak prema procesu destinacijskog razvoja koji će biti vođen znanjem, a samim time i dugoročno održiv“. Radi se o sustavu uređenih podataka na bazi principa usmjerenosti prema klijentu, koji se percipira kao „integracijski, inovativni i

koordinirani proces“ (Fuchs et. al., 2013, 141). Isti autori zagovaraju pristup poslovne inteligencije jer se na taj način informacije prilagođavaju potrebama korisnika, čime postaju „bolje upravljive“. Time se rješava problem, često uočen u praksi, da se brojni korisni podaci u turističkim destinacijama ne koriste u dovoljnoj mjeri (Fuchs et. al., 2013, 126).

Poslovna inteligencija (*Business Intelligence* – BI) predstavlja integrirani pojam koji uključuje:

1. identifikaciju i pripremu podataka,
2. modeliranje sustava za upravljanje podacima i skladištenje podataka,
3. aplikaciju (eksplorativnih) OLAP (*Online Analytical Processing*) sustava i (eksplanativnih) DM (*Data Mining*) tehnika (Larose, 2005; Hastie et al., 2009, cit. u: Fuchs, Höpken & Lexhagena, 2014)

DM uključuje: klasifikaciju, procjenu i prognozu, klasteriranje i dodjelu uloga. (Fuchs, Höpken & Lexhagena, 2014)

Liebowitz (2013, cit. u Baggio, 2016) ističe ulogu BD (*Big Data*) kao izvora poslovne inteligencije. Navodi da tradicija BI analitike postoji već duže vrijeme, no da je to područje vrlo osjetljivo na pojavu novih podatkovnih i informacijskih izvora koji mogu omogućiti bolji povrat na investicije. Stoga su sustav *Big Data* i sustav poslovne inteligencije (BI) visoko komplementarni. Napredni analitički sustavi i bolji i bogatiji izvori podataka omogućuju dublju perspektivu o podacima, što dovodi do bolje strukturiranog i kvalitetnijeg korisničkog iskustva. Višeslojne mogućnosti interpretacije koje omogućuje BI mogu, slijedom toga, biti od ključne važnosti za operacionalizaciju naprednih BD analitičkih sustava (Baggio, 2013, 1).

Carson et al. (2003) u svome radu opisuju sustav *Decipher*, razvijen u Australiji. U projekt su se uključile tri najveće australske putničke agencije, sva javna tijela u turizmu i druge organizacije. Riječ je o sustavu koji agregira više od 200 različitih izvora podataka. Utemeljitelji projekta su hotelska grupacija *Best Western* i rent-a-car kompanije *Avis* i *Budget*. (<https://www.traveltrends.biz/strong-foundations-for-decipherbiz/>) Mark Phillips, CEO projekta, ističe da velike turističke kompanije koje su utemeljile projekt „u njemu prepoznaju vrijedan alat za poslovno planiranje – ono im omogućava pristup najnovijim podacima s područja cijele zemlje te njihovu implementaciju u proces izgradnje poslovne strategije“. Projekt je razvijen od strane australskog *Kooperativnog istraživačkog centra za održivi turizam*, naziv kojim je označeno istraživačko partnerstvo između 15 sveučilišta, državnih i regionalnih javnih turističkih organizacija, gospodarskih udruženja u turizmu i konzervatorskih agencija. Carson, Taylor i Richards, koji su bili aktivno uključeni u razvijanje, testiranje i implementaciju modela *Decipher*, u svom radu ističu njegove prednosti, koje su ujedno osnovne prednosti i drugih sličnih sustava poslovne inteligencije u turizmu:

- Jačanje konkurentnosti, pri čemu posebno ističu upravljanje resursima i inovacijski potencijal
- Klasteriranje resursa i optimalno upravljanje resursima, pri čemu posebno ističu bolje dijeljenje tacitnog znanja i povećanje brzine difuzije informacija
- Umrežavanje, pri čemu citiraju zanimljivu tezu Nelsona iz 1996. godine da „društvene i profesionalne interakcije između organizacija i sustava inovacija su značajnije u smislu inovacija nego fizička blizina *per se*“. Sustavi koji dobro funkcioniraju uključuju povjerenje, dijeljenje znanja i suradnju. (Malmberg and Maskell, 1997, cit u Carson et al., 2003, 358-359)

- Razvoj poduzetništva, posebno u smislu razvoja klastera i/ili mrežnih partnerstva
- Postojanje kritične mase, u smislu dovoljnog broj uključenih organizacija u projekt
- Interakciju javnog i privatnog sektora na različitim razinama
- Produkciju i distribuciju znanja – „Sustavi trebaju biti u mogućnosti ne samo „dohvatiti“ relevantne informacije u i izvan sustava, već moraju proizvoditi nova znanja radi jačanja kapaciteta kumulativne inovacije“. (Breschi and Malerba, 1997; Edquist, 1997, cit. u Carson et al., 2003, 359).
- Društveni i kulturni kapital - Macbeth (1997) navodi tezu da „nove inicijative zahtijevaju društvenu „volju“ i energiju da bi se razvile i implementirale. ... Društveni kapital je na više načina teže sačuvati nego ekonomski kapital. On je nevidljiv, a odgovornost za njegovo održavanje ne počiva na jednom individualcu ili organizaciji.“ (Macbeth, 1997; Putnam, 2000, cit. u: Carson et al., 2003, 359)

Neo-klasičan pogled na ekonomske i industrijske sustave, koji smatra da sustav (sam, op. aut.) razvija inovacije koje maksimiziraju ekonomski povrat, nije dovoljan za razumijevanje jedinstvenog načina na koji se razvijaju industrijski sustavi (Marshall 1947, cit u: Carson et al., 2003, 359). Slični sustavi mogu razviti različite inovacije. Pri tome je važan razvoj sustava (strukture sustava) kroz vrijeme. Kada se raspravlja o sustavima, naime, uočava se opći konsenzus da poduzeća rijetko inoviraju u izolaciji. Autori smatraju da inovacije zahtijevaju kompleksnu povratnu spregu i iterativni proces učenja koji uključuje više agenata (Edquist 1997; Cooke and Morgan 1998, cit u: Carson et al., 2003, 359). Na osnovu ovih teza može se zaključiti da se sustavi informacijskog upravljanja u turističkim destinacijama mogu razvijati samo kroz kolaboraciju više uključenih dionika u projekt. Time ne samo da se širi znanje o destinaciji i turističkim tijekovima, kao što je navedeno ranije, već se potiče upotreba sustava i uređenih podataka u donošenju odluka, tacitno znanje pretvara se u eksplicitno, a samim time se reducira informacijski jaz između „velikih“ i „malih“ dionika u destinaciji, o čemu će više biti riječi u nastavku rada.

3. O VAŽNOSTI PRAĆENJA TURISTIČKOG PROMETA – INICIJATIVE, PREPORUKE I PROJEKTI

Statističko i razvojno praćenje turističkog prometa predmet je brojnih znanstvenih i stručnih rasprava. No čini se da je suvremeno doba u kojem djeluje turistička industrija ono u kojemu je nužno korištenje podataka i pokazatelja, kao i popratnih alata koji služe praćenju trendova, analizi planiranju, upravljanju i promociji.

Inicijativa *NECSTouR - The Network of European Regions for a Sustainable and Competitive Tourism* („Mreža europskih regija za održiv i kompetitivni turizam“) održala je u veljači 2018. godine u Madridu Stručni skup – radionicu koja je okupila europske i regionalne turističke dionike, naziva „Investing in the European Tourism of Tomorrow“ („Investirati u europski turizam sutrašnjice“). Na radionici se raspravljalo o dvije strateški važne teme: *Pristup podacima i digitalizacija* i *Drugi aktualni trendovi* (klimatske promjene, zelena mobilnost, dostupnost i povezanost) pri čemu se posebno govorilo o novim i potencijalnim međuregionalnim projektima.

Na Skupu je posebno istaknuto značenje izgradnje integriranih informacijskih sustava u turizmu, koje dovodi, kako je istaknuto, do sljedećih učinaka:

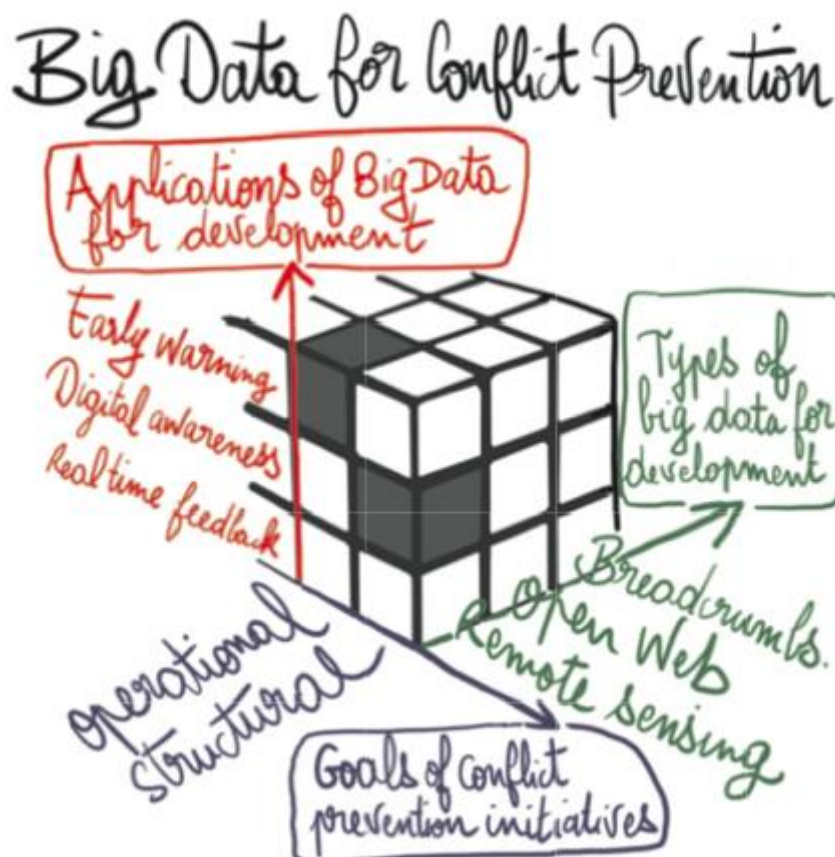
- Podrška malom i srednjem poduzetništvu, što privlači dodatne investicije
- Poticaj mrežnom partnerstvu
- Jačanje sposobnosti korištenja podataka u malom i srednjem poduzetništvu
- Poticaj nadogradnji postojećih statističkih sustava praćenja turističkog prometa.

Kao specifični ciljevi procesa izgradnje informacijskih sustava u turizmu ističu se:

- Identifikacija potreba i najboljih praksi u novim područjima kao što su ekonomija dijeljenja, dostupnost podataka i razvoj informacijskih sustava
- Nadići tradicionalni *big data konflikt* („informacijski jaz“), koji se zasniva na principu da informacija (i njeni učinci) ne dotiču ravnomjerno svih, odnosno učinci od informatizacije ne raspoređuju se ravnomjerno na sve entitete. (<https://irevolutions.org/2013/04/10/big-data-conflict-prevention/>, slika 1)
- Izgradnja sustava indikatora pri čemu službena statistika igra ključnu ulogu
- Integracija sa sustavima statističkih praćenja drugih sektora.

Pri tome se posebno ističe relevantnost podataka za lokalnu razinu i važnost „user friendly“ sučelja.

Slika 1. KAKO PREVENIRATI INFORMACIJSKI JAZ



Izvor: Big Data for Conflict Prevention, <https://irevolutions.org/2013/04/10/big-data-conflict-prevention/>

Informacijski jaz ima pri tom organizacijsku (informacijsku) i vremensku dimenziju. U smislu organizacije, radi se o navedenom jazu pri kojemu manji i marginalizirani entiteti (primjerice mala poduzeća, obrti i sl.) nemaju istu mogućnost dostupnosti informacija kao velike kompanije, turističke organizacije i sl., dok je u smislu vremenske dimenzije riječ o tome da se statistički podaci odnose na prošlost, nemaju ugrađenu prediktivnu notu te nisu obrađeni u smislu strateškog upravljanja i poslovnih prognoza.

Stoga je izgradnja svima dostupnih digitalnih platformi u suštini dijelom koncepta ekonomije dijeljenja, na području turizma. Riječ je o tezi da se, u ovom slučaju informacija (besplatno) dijeli svim dionicima, kako bi potom, sinergijskim učinkom, svi stakeholderi imali koristi od ovakvog dijeljenja. Na taj način ova teza postaje i sastavnim dijelom održivog turizma i održive i inkluzivne ekonomije, s jednakim razvojnim prilikama za sve.

Ovakav koncept svakako traži izgradnju novih poslovnih modela i inovativnih pristupa. (<http://www.necstour.eu/news/tourism-stakeholder-workshop-“investing-european-tourism-tomorrow”>)

Kroz preporuke Europske komisije za regije iz 2016. godine navodi se nužnost unapređenja sustava *Eurostat*, kao i sustava sličnih organizacija kao što su *European Travel Commission*, Svjetska turistička organizacija (WTO) i drugih sustava pomoću kojih te organizacije prikupljaju i obrađuju podatke o turističkom prometu i turističkim tijekovima. U tim preporukama i mišljenju Komisija poziva Eurostat „da opskrbi sustav relevantnim informacijama o turističkom prometu na višim razinama od one NUTS 2(1) i prilagodi ih novim potrebama i zahtjevima korisnika. To će omogućiti destinacijama pristup konsolidiranim i usporednim podacima s ciljem valuacije i unaprjeđenja korištenja resursa s aspekta održivosti.“ (<https://cor.europa.eu/Documents/Migrated/events/Tourism%20as%20a%20driving%20force%20for%20regional%20cooperation%20across%20the%20EU.pdf>, COR-2015-06648-00-01-AC-TRA (EN) 4/15)

Jedan od projekata koji je predstavljen na ranije spomenutom skupu je “Smart Destination”.

„Smart Destination“ je projekt, razvijen u talijanskoj regiji Toskani, koji ima za cilj „poduprijeti inovaciju turističke ponude regije u eri transformacije i potpomoći malo poduzetništvo u poboljšanju svoje konkurentnosti na međunarodnom tržištu“, kako je naglašeno na opisu projekta na Skupu (<http://www.tweetimprese.com/?p=38383>). Voditelj projekta je regija Toskana, dok su partneri na projektu: regija Ligurija, autonomna regija Sardinija, organizacija *Fondazione Sistema Toscana* te partnerske organizacije: *CAT Confesercenti* iz Pize, *Citta' Metropolitana* iz Nice te Gospodarska komora PACA-e. Projekt je nastao u transgraničnoj suradnji s francuskom regijom *Côte d'Azur* (Azurna obala). Na web stranici jednog od nositelja Projekta, *Fondazione Sistema Toscana* (<https://www.fondazione-sistematoscana.it/progetto/smart-destination/>), navodi se:

„Smart Destination ima za cilj razviti i testirati tehnološki sustav poslovne inteligencije u kojemu poduzeća, turistički konzorciji, transgranični operateri, javne organizacije, turističke zajednice i drugi subjekti u sektoru turizma mogu na kolaborativan način integrirati podatke i informacije o ponudi proizvoda i usluga u destinaciji, kako bi na kompetitivan način odgovorili na zahtjeve turista. Krajnji cilj projekta je podržati i inicirati međunarodnu konkurentnost mikro, malih i srednjih turističkih poduzeća koji djeluju u transnacionalnom području Italije i Francuske.“

U projektu su objedinjeni podaci o turističkim tijekovima i banke podataka o uslugama regionalnih destinacijskih menadžment organizacija (DMO) Toskane, Ligurije i Sardinije, kao i turističkih gospodarskih subjekata (hotelijera, prijevoznčkih poduzeća, turističkih agencija) te organizacija kulturnih djelatnosti i pružatelja drugih turističkih i srodnih usluga. Integrirani podaci služit će za donošenje poslovnih odluka.

U projektu naglašavaju da je riječ o „pametnoj i efikasnoj mreži koja omogućuje valorizaciju kompleksne i bogate turističke ponude Italije i Francuske te koja omogućava turistima bolje snalaženje u turističkoj destinaciji“. (<https://www.fondazionesistematoscana.it/progetto/smart-destination/>)

U projektu su uvjereni da regije mediteranskog kruga, koje su do sada samostalno promovirale na turističkom tržištu, trebaju biti upućene na bolju međusobnu suradnju. Smatraju da nove društvene i tržišne okolnosti traže nove organizacijske forme upravljanja destinacijama pri čemu posebno ističu upravljanje informacijama i sposobnost dobivanja brzih, potpunih i dostupnih odgovora (podataka). U tom smislu, zalažu se za inicijative koje podržavaju međunarodnu konkurentnost kao što je transnacionalna integracija informacijskih tijekova i banki podataka koje su trenutno na raspolaganju u sustavima javno-privatnih partnerstva organiziranim na teritorijalnoj (nacionalnoj) razini. Stoga potiču prekograničnu suradnju u turizmu, što je ujedno i jedan od ciljeva ovog projekta, kojom bi se, smatraju, postigli sljedeći ciljevi:

1. Definirati i distribuirati tehnološki sustav upravljanja informacijskim i promocijskim tijekovima, integrirajući postojeće lokalne sustave i sustave podrške sa sustavima turističke ponude i inovativnim servisima.
2. Zajednički definirati akcijski plan prekogranične suradnje u smislu nadogradnje postojećih susava, distribuirati aktualna tehnološka rješenja omogućavajući pri tom pristup trećim stranama, organizacijama i institucijama.
3. Osmisliti pilot projekt kao nadogradnju projekta Smart Destination u regijama drugih zemalja s ciljem verifikacije projekta i testiranja njegove efikasnosti i potencijala u drugačijim kontekstima.
4. U svakoj fazi projekta uključiti regije, poduzeća, turističke organizacije, udruge i druge dionike u turizmu. (<http://www.tweetimprese.com/?p=38383>)

U lokalnom web listu „Toscana Notizie“ („Vijesti Toskane“) u zasebnom članku znakovitog naziva „Projekt *Smart Destination* – živi laboratorij toskanskog turizma“ opisuju se tekuće aktivnosti na projektu i zaključuje se da se radi o „prekograničnom digitalnom turističkom ekosustavu“. (<http://www.toscana-notizie.it/-/progetto-smart-destination-living-lab-del-turismo-della-toscana>)

U Kanadi je, u suradnji organizacije „Statistics Canada“ i Kanadske turističke komisije (*Canadian Tourism Commission*) razvijen sustav nacionalnih turističkih indikatora (*National Tourism Indicators* – NIT), koji ažurno izvješćuje o kvantitativnim pokazateljima u turizmu Kanade. Sustav je razvijen iz ranijeg TSA sustava kao njegova ekstenzija. (Delisle)

Zanimljivo je spomenuti da je Kanada razvila istraživački model *Destination Canada* (ranije *Canadian Tourism Commission*) u sklopu programa godišnjeg izvješćivanja nazvanog GTW (*Global Tourism Watch*). Primarna je svrha tog programa „proširiti bazu inteligencije – znanja o kupcima s obzirom na dvanaest ključnih tržišta u svijetu“.

Opći ciljevi GTW programa su:

1. Monitoring svjesnosti o destinaciji, pokazatelja o namjeri putovanja i drugih ključnih marketinških indikatora
2. Ispitati saznanja o percepciji Kanade i pratiti performansu brenda Kanade kao turističke destinacije u komparaciji s konkurentskim setom
3. Identificirati značajke i kvalitetu iskustva posjetitelja s putovanja u Kanadu, utvrditi kompetitivno pozicioniranje Kanade s obzirom na ključne proizvode i identificirati potencijale rasta
4. Identificirati motivatore i barijere putovanju u Kanadu
5. Razvijati programe podrške u turističkom kontekstu. (Destination Canada, Global Tourism Watch, 2015 Canada Summary Report (November 2015) @ TNS, 1)

U veljači 2018. godine u Madridu održan je 18. susret Komiteta za statistiku i turističku bilancu Svjetske turističke organizacije. Među glavnim ciljevima Susreta ističu se:

- Povećano značenje turističke statistike u eri održivosti i ciljeva održivog razvoja (*Sustainable Development Goals – SDG*)
- Mjerenje održivog turizma (*Measuring Sustainable Tourism - MST*) - statistički okviri kao podloga za procjenu i politiku održivog razvoja turizma
- Praćenje uloge turizma u ekonomiji - refleksije na dekadu TSA (*Tourism Satellite Account*) – turističke satelitske bilance
- Razvoj platformi za statističko praćenje u turizmu. (http://statistics.unwto.org/committeests_18thmeeting)

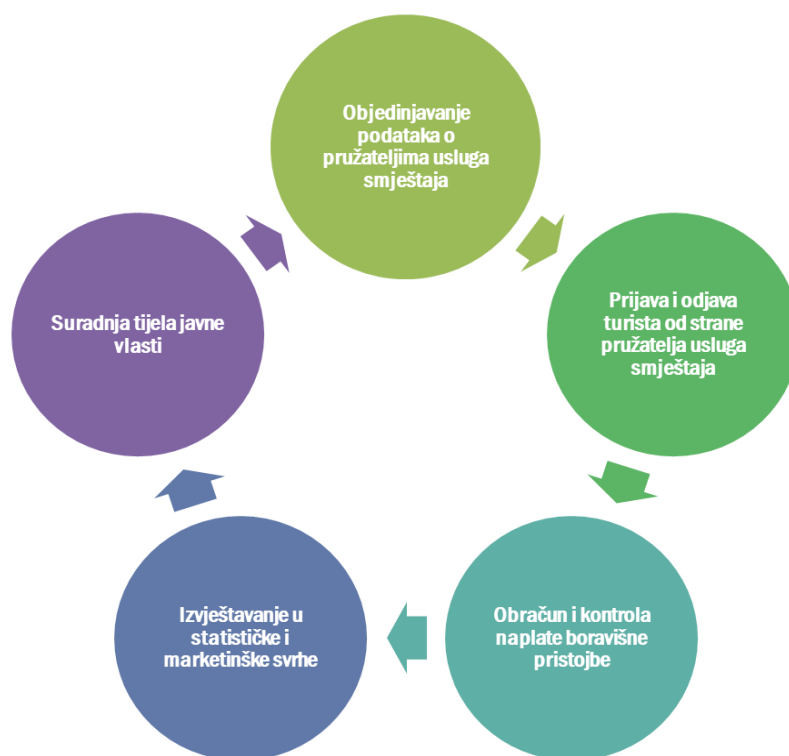
„Turistička statistika je od ključnog značenja za unaprjeđenje znanja u sektoru turizma, u monitoringu turističkih tijekova, jačanju upravljanja zasnovanom na rezultatima i u naglašavanju strateški važnih pitanja u donošenju turističkih politika.“ (Compendium of Tourism Statistics, Data 2012 – 2016, 2018 Edition) U tom smislu razvijen je projekt *Kompendium turističke statistike*, izdanje na tri jezika, koje opskrbljuje korisnike podacima o emitivnom i receptivnom te domaćem turizmu, kao i o broju i tipovima gospodarskih subjekata, broju zaposlenih i makroekonomskim pokazateljima vezanih uz međunarodni turizam. Izdanje iz 2018. godine predstavlja podatke o 202 zemlje za razdoblje od 2012. do 2016. godine. (Compendium of Tourism Statistics, Data 2012 – 2016, 2018 Edition)

Program Svjetske turističke organizacije UNWTO - Tourism Market Trends Programme opskrbljuje zainteresirane dionike u turizmu „ažuriranim podacima tržišne inteligencije“, uključujući najnovije tržišne trendove u turizmu, kratkoročne i dugoročne prognoze i saznanja o specifičnim karakteristikama pojedinih tržišnih segmenata te o drugim tržišnim izvorima. Radi se o objavljenim rezultatima redovitih istraživanja o turističkom tržištu i specifičnim tržišnim segmentima, kako se navodi u opisu projekta (<http://www2.unwto.org/content/data>). Kao korisne edicije u tom smislu treba posebno spomenuti: *UNWTO World Tourism Barometer*, *UNWTO Tourism Highlights* i *UNWTO Long term forecasts - Tourism towards 2030*.

4. STUDIJA SLUČAJA: SUSTAV eVISITOR HRVATSKA

Elektronički sustav za evidenciju turističkog prometa u Republici Hrvatskoj, sustav eVisitor dostupan je korisnicima putem internetske adrese: <http://evisitor.hr>

Slika 2. CILJEVI SUSTAVA eVISITOR



Izvor: eVisitor_PPT_odrzane_educacije_za_TZ, ppt-prezentacija, <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>

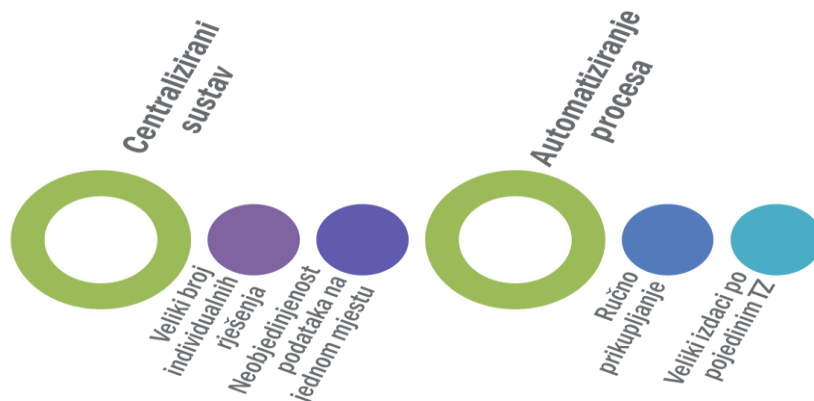
Na tom portalu opisana je svrha sustava:

„Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista eVisitor je jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu turista koji funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj. Sustav eVisitor služi prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske, u svrhu vršenja prijave i odjave turista od strane pružatelja usluga smještaja, obračuna i kontrole naplate boravišne pristojbe, obrade i analize podataka potrebne za izveštavanje u statističke svrhe te međusobne suradnje tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća (slika 2). Sustav je dostupan putem Interneta bez potrebe za posebnim instaliranjem na računalo.“

Putem navedenog sustava povezane su i međusobno se dijele osnovne turističke informacije svih turističkih zajednica u Republici Hrvatskoj te oko 60.000 pružatelja usluga smještaja, a pojedina turistička zajednica ima uvid u sve prikupljene podatke o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima kao i kretanjima turista na svom području. Za uporabu navedenog informacijskog sustava dovoljan je Internet preglednik i Internet veza, a krajnji korisnici iz sigurnosnih razloga dobivaju posebne lozinke za pristup sustavu čime se

prikupljanje i obrada podataka iz djelokruga rada turističkih zajednica usklađuje s propisima o zaštiti osobnih podataka.

Slika 3. SVRHA SUSTAVA eVISITOR



Izvor: eVisitor_PPT_odrzane_educacije_za_TZ, ppt-prezentacija, <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>

Sustav eVisitor služi prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske - u informacijski sustav za prijavu i odjavu turista se unose svi relevantni podaci o pružateljima usluga smještaja (ime/naziv, OIB, adresa) i njihovim smještajnim objektima (vrsta, kategorija, lokacija, smještajni kapacitet) dostupni iz rješenja koja izdaju Uredi državne uprave u županijama odnosno Ministarstvo turizma. Iz navedenog razloga informacijski sustav za prijavu i odjavu turista može biti upotrijebljen kao jedinstvena i lakopretraživa baza svih pružatelja usluga smještaja odnosno jedinstvena baza svih smještajnih objekata koji posluju na teritoriju RH. U tom smislu želja je da eVisitor zamijeni dosadašnje pojedinačne registre koji su se zasebno vodili po pojedinim županijama odnosno od strane Ministarstva turizma. (slika 3)

Slika 4. PREDNOSTI SUSTAVA eVISITOR



Izvor: eVisitor_PPT_odrzane_educacije_za_TZ, ppt-prezentacija, dostupno na: <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>

SLIKA 4. ZADACI SUSTAVA eVISITOR



Izvor: eVisitor_PPT_odrzane_educacije_za_TZ, ppt-prezentacija, dostupno na: <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>

Sustav eVisitor pridonosi ostvarenju postavljenih ciljeva na sljedeće načine:

Procesu prijave i odjava gostiju od strane pružatelja usluga smještaja putem Interneta - krajnji korisnici informacijskog sustava za prijavu i odjavu turista (fizičke i pravne osobe koje djeluju kao pružatelji usluga smještaja) u mogućnosti su, putem informacijskog sustava, u svako doba samostalno izvršiti prijavu i odjavu gostiju koji borave u njihovim objektima, a što rezultira automatiziranim popisom (knjigom) gostiju na razini svakog pojedinog objekta odnosno pojedinog pružatelja usluge smještaja. (slika 4)

Obračunu i kontroli naplate boravišne pristojbe - na temelju izvršenih prijave i odjava gostiju te podataka o pojedinom smještajnom objektu informacijski sustav za prijavu i odjavu turista automatski, uzimajući u obzir parametre koji se odnose na kategoriju turističkog mjesta, trajanje sezone i druge elemente bitne za obračun, vrši obračun boravišne pristojbe po pojedinom smještajnom objektu, odnosno pojedinom pružatelju usluga smještaja, te povezuje izvršene uplate sa zaduženjima i time automatski izračunava trenutnu obvezu.

Obradi i analizi podataka te izvještavanju u statističke svrhe – Sustav omogućuje praćenje kretanja turista gotovo u realnom vremenu, s odmakom od najviše 24 sata, po jednom ili više kriterija kao što su duljina posjeta, lokacija, spol, dob, država ili mjesto prebivališta i drugo, što sustavu turističkih zajednica omogućuje provođenje aktivne marketinške politike, a javnosti pruža aktualne podatke o kretanju turista. S obzirom da je dio tih podataka besplatno dostupan

putem internetskih stranica, iste mogu koristiti i svi gospodarski subjekti koji pružaju turističke usluge u svrhu prilagodbe svoje ponude čime se postiže sinergijski učinak svih turističkih dionika na promociju hrvatskog turizma i jača konkurentnost ponude. Dodatno, pristupom bazi podataka omogućuje se i Državnom zavodu za statistiku te znanstveno-istraživačkim institucijama provođenje daljih i kompleksnijih statističkih i drugih analiza vezanih uz turistički sektor.

Međusobnoj suradnji tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća putem udaljenog pristupa bazi podataka informacijski sustav za prijavu i odjavu turista će omogućiti svim zainteresiranim javnim tijelima (Carinska uprava, MINT, MUP, DORH i dr.) korištenje prikupljenih podataka za ostvarenje svojih zakonom propisanih zadaća, bez dodatnih administrativnih zahtjeva ili barijera.“ (<https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>)

Sustav eVisitor dobio je i međunarodnu nagradu na Međunarodnom turističkom sajmu FITUR International Tourism Trade Fair u Madridu 2018. godine. O tome postoji novinski zapis iz kojega izdvajamo:

Sustav eVisitor osvojio je treće mjesto i nagradu Svjetske turističke organizacije za inovativnost u istraživanju i tehnologiji. U konkurenciji je bilo 128 različitih inovativnih projekata iz 55 zemalja, a pobjednik je u toj kategoriji španjolski projekt „Smart Tourism System (SIT)“, dok je druga nagrada otišla u Australiju za turistički projekt „Building Planning and Design Standard (BPDS)“. Nagrade su uručene u sklopu sajma *Fitur* u Madridu, a za eVisitor primio ju je direktor Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice Kristijan Staničić, koji navodi: „Među finalistima je eVisitor bio jedini nominirani projekt iz Hrvatske. Jako se ponosimo trećim mjestom. Sustav eVisitor važan je za hrvatski turizam i izuzetno nam je drago što je njegova kvaliteta prepoznata i u svijetu. Naš nacionalni turistički informacijski sustav eVisitor, inače, znatno smanjuje administrativni posao u procesu prijave i odjave turista, ali je i izvrstan alat za daljnji razvoj turističkih ponuda te marketinških i promotivnih aktivnosti svih, od privatnih iznajmljivača do turističkih tvrtki i institucija.“ Staničić dodaje da je ovo priznanje motivacija za nadogradnju sustava i stvaranje novih inovativnih projekata. Sustav eVistor su razvili hrvatski stručnjaci, u primjenu je pušten početkom 2016., a odluka da se krene u tu inovaciju, čija je cijena bila oko dva milijuna kuna, donesena je u mandatu ministra turizma Darka Lorencina. ... Pripreme za projekt eVisitor započele su potkraj 2013. godine, a u pokusnu fazu tog projekta u travnju 2015. prve su se uključile turističke zajednice Crikvenice, Dubrovnika, Zagreba, Malog Lošinja, Osijeka, Rovinja i Splita. Teškoće su rješavane u hodu, a eVisitor, kao jedinstveno i središnje mjesto prijave i odjave turista te obračuna i kontrole naplate boravišne pristojbe, zapravo je relativno brzo potpuno zaživio. Inače, ta inovativna platforma za korisnike je besplatna, jednostavna i dostupna s bilo koje lokacije koja ima pristup internetu, a nudi niz dragocjenih podataka za praćenje turističkog prometa. Zahvaljujući tom sustavu moguće je praktički u realnom vremenu detaljno pratiti različite parametre, pa, recimo, ustanoviti koliko je turista u zemlji, gdje su smješteni, koje su dobi, iz kojih zemalja, njihov spol itd. U eVistor je umreženo oko 60.000 pružatelja usluga smještaja, tristotinjak turističkih zajednica, turistička inspekcija, ministarstva turizma i unutarnjih poslova, Porezna uprava, Državni zavod za statistiku... Priznanje Svjetske turističke organizacije potvrđuje da je Hrvatska danas na različite načine prepoznata kao jedan od lidera u turističkoj industriji svijeta“, rekao je Staničić. (<http://www.samopozitivno.com/hrvatski-evisitor-dobio-trecu-nagradu-inovativan-projekt/>, prema: www.vecernji.hr)

Zanimljivo je istaknuti napore Hrvatske turističke zajednice u upoznavanju sa sustavom i popularizaciji sustava kod svih dionika u turizmu Republike Hrvatske, prema kojoj su krenuli s kreativnom kampanjom pod sloganom „eVisitor – prijava gostiju s kojom ćete kliknuti“ u kojoj je osmišljen i kratak promotivni video, dostupan na web stranici Hrvatske turističke zajednice (<https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>).

Slijedi ocjena sustava od strane polaznika DM skupine EXPERTA, sukladno postavljenim ciljevima sustava. Sudionici su dobili zadatak ocjenama od jedan do pet, pri čemu jedan označava najslabiju, a pet najbolju ocjenu, ocijeniti do koje mjere je, u prvoj fazi implementacije, projekt dostigao pojedini postavljeni cilj, uz opisnu ocjenu.

1. cilj: Prikupljanje i obrada podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske

Mišljenje skupine EXPERTA: Ovim sustavom po prvi put je kreirana sveobuhvatna baza podataka o nositeljima pružanja usluga u turizmu, vrlo korisna i radi kontrole, statističkog praćenja, ali i radi „inventarizacije“ svih stakeholdera u turističkoj destinaciji. Na taj je način većim dijelom riješen i problem sive ekonomije (privatni iznajmljivači „na crno“). Jedini je problem uočen u početku djelovanja sustava kada je na turističke zajednice prebačen zahtjevan pravno-administrativni zadatak „ubacivanja u sustav“ svih stakeholdera, zajedno s pripadajućom dokumentacijom koja je ujedno u turističkim zajednicama i arhivirana u e-obliku.

Na početku implementacije projekata zabilježene su operativne poteškoće. Sami pružatelji usluga smještaja – voditelji smještajnih objekata morali su osobno doći u ured turističke zajednice (TZ) kojoj pripadaju i predati svoje dokumente i rješenje o obavljanju ugostiteljskih usluga radi unosa u sustav. Djelatnici sustava TZ-a nisu bili dovoljno educirani ni informirani, za većinu TZ nije postojao prijelazni period, implementacija sustava i njegove prednosti nisu bile iskomunicirane na adekvatan način pa je u početku implementacija sustava mahom bila doživljena kao nametnuti čin. No to je vrijedilo samo u početku - kasnije je shvaćeno da je ovaj sustav umnogome olakšao daljnji posao oko prijave turista, jer se turisti prijavljuju u samom objektu smještaja, dakle nije potrebno njihovo ubacivanje u sustav dvaput (prvo u smještajnom objektu u knjizi gostiju a zatim u turističkoj zajednici temeljem prijavnice). Ostao je (u trenutku radionice, 2018. god.) neriješen problem vođenja evidencije o turistima - nautičarima, koji se vode u zasebnom sustavu *e-Crew* koji obuhvaća dva resorna ministarstva, pa je potrebno integrirati ova dva sustava, odnosno i prijavu nautičara uključiti u sustav eVisitor. Isto tako, posjetitelji koji borave u vlastitim apartmanima za odmor (tzv. „vikendaši“) se često tretiraju kao komercijalni oblik smještaja, iako to nisu, pa bi ih iz tog razloga tijekom izvješćivanja trebalo izražavati odvojeno, u protivnom se statistički podaci o turističkom prometu „napuhavaju“, odnosno ne pružaju realnu sliku (komercijalnog) uspjeha turističke destinacije.

Ocjena skupine: 5.

2. cilj: Prijava i odjava turista.

Mišljenje skupine EXPERTA: Riječ je o tehnološki naprednom sustavu gdje se turist prijavljuje samo jedanput, i to u objektu smještaja. Sustav pruža i druge „automatske usluge“ kao što su: odjava turista, terećenje plaćanja boravišne pristojbe, terećenje paušalne boravišne pristojbe i drugo. Naprednija varijanta sustava prijavljuje turiste skeniranjem dokumenata, čime se prijava vrši u nekoliko sekundi. Kako turističke zajednice, tako i nositelji smještaja visoko ocjenjuju

tehnološke performanse ovakvog sustava, koji im značajno olakšava i ubrzava (administrativno) poslovanje.

Ocjena skupine: 5.

3. cilj: Obračun i kontrola naplate boravišne pristojbe

Mišljenje skupine EXPERTA: Rješavanjem većeg dijela sive ekonomije u području turizma, sustav je doprinio redovitom plaćanju boravišne pristojbe i turističke članarine, pa je posljedično ovo plaćanje stavljeno pod veću kontrolu, čime su povećani prihodi turističkim zajednicama.

Ocjena skupine: 5.

4. cilj: Obrada i analiza podataka te izvještavanje u statističke svrhe

Mišljenje skupine EXPERTA: Ovim sustavom dobivena je snažna statistička i marketinška baza podataka o dobnoj i spolnoj strukturi turista, zemlji iz koje dolaze, vremenska razdioba dolazaka i noćenja i drugi važni podaci za turističke zajednice i pružatelje usluga smještaja, posebno radi donošenja adekvatnih marketinških odluka. Iz turističkih zajednica izvještavaju da neke turističke zajednice donekle koriste te podatke u kreiranju daljnjih marketinških taktika te u izvješćivanju članova Turističkog vijeća o uspješnosti turističke godine. Neke turističke zajednice još nisu počele koristiti te podatke u tu svrhu, a treba spomenuti dobar primjer zagrebačke Turističke zajednice koja šalje svojim stakeholderima obrađene statističke podatke iz sustava eVisitor koji oni već koriste u donošenju marketinških odluka. Preporuka je da se i druge turističke zajednice usmjere u tom pravcu, kako bi, nakon turističke sezone ili turističke godine obradile podatke iz sustava eVisitor i o tome na adekvatan način izvjestile sve stakeholdere na svom području ili one koji to žele. Svakako treba istaknuti da još ovim sustavom nije obuhvaćena nautika, koja se treba još pridružiti sustavu, što je navedeno ranije.

Ocjena skupine: 4

5. cilj: Međusobna suradnja tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća

Mišljenje skupine EXPERTA: Ovaj je sustav dobro umrežio sva relevantna tijela i organizacije, no temeljem prvih iskustava iz prakse uočeno je da za iščitavanje podataka o turistima iz sustava još uvijek nisu dovoljno educirani svi korisnici sustava, pri čemu se posebno ističe primjer pripadnika MUP-a koji, kako je uočeno, ponekad dolaze u hotel i traže izlistavanje podataka o turistima, premda ih imaju i kod sebe, odnosno u svojim sustavima. To bi se moglo riješiti dodatnom edukacijom zaposlenika u MUP-u. Drugi, značajniji problem koji članovi skupine ističu je usklađivanje sustava sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, s obzirom da ni turističke zajednice, ali i neke druge organizacije, nisu (u trenutku održavanja radionice, 2018.) dobile službene upute kome, i temeljem čega, smiju izdavati informacije – osobne podatke o turistima i njihovom boravku iz sustava eVisitor. Vjerojatno je ovaj postupak u tijeku, pa se očekuje da će u dogledno vrijeme i taj problem biti riješen.

Ocjena skupine: 3.

6. cilj: Upravljanje destinacijama

Mišljenje skupine EXPERTA: Ocjenjuje se da je ovaj zadatak ispunjen u cijelosti i da se ovim sustavom po prvi put dobiva jedna pouzdana i sveobuhvatna baza podataka o turistima i

njihovom boravku u smještajnim objektima u RH. eVisitor predstavlja snažan alat koji može poslužiti za poslovno odlučivanje na svim razinama, ne samo u turističkim zajednicama i jedinicama lokalne i regionalne samouprave, već i u smještajnim objektima, ali i na najvišoj razini – HTZ i Ministarstvu turizma. Riječ je o sustavu koji služi kao poslovna inteligencija za operativne, taktičke i strateške poslovne odluke u turizmu od najniže razine – turističkog mjesta, do razine države. Iako su slični podaci prije postojali i bili prikupljeni unutar sustava državne statistike (Državni zavod za statistiku) oni su bili mahom nepotpuni, zbog postojanja „sive ekonomije“, i nasumični - mnogi pružatelji usluga su prilikom popunjavanja statističkih izvješća iste ispunjavali nasumično, a osim toga oni nisu bili dodatno obrađeni već su postojali u obliku „sirovih“ brojčanih podataka. Hvalevrijedan je projekt Ministarstva turizma Republike Hrvatske u sklopu kojega se iste na godišnjoj razini obrađuju u izvješću *Turizam u brojkama* (https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf) za svaku turističku godinu, no zbog nedovoljne pouzdanosti i nepotpunosti primarnih podataka raniji su podaci u određenoj mjeri trebali biti uzeti s rezervom. eVisitor je stoga pouzdan sustav, koji u realnom vremenu svakom subjektu uključenom u pružanje usluga smještaja i ostalim subjektima koji djeluju u turizmu destinacije donosi iznimno vrijedan alat – informacijsku bazu podataka koja predstavlja dragocjen alat za donošenje važnih strateških odluka o turističkom razvoju pojedine destinacije, ali i Republike Hrvatske u cjelini.

Ocjena skupine: 5.

Sveukupna ocjena sustava eVisitor od strane skupine: 4+.

5. PREPORUKE I SMJERNICE ZA RAZVOJ INFORMACIJSKIH SUSTAVA U KONTEKSTU ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Preporuke su utemeljene na analitičkom modelu AnE Moniche, voditeljice Radne skupine za indikatore za EU fondove u turizmu u projektu NECSTouR (<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2nds-f-mstcommentssaetaam.pdf>) uz vlastito promišljanje autorica ovog rada.

Kada se govori o informacijskim platformama za donošenje odluka u turističkim destinacijama, riječ je, dakako, o utjelovljenju koncepta „Ne možeš upravljati onime što ne možeš izmjeriti“. Taj je koncept posebno značajan u procesu strateškog upravljanja turističkim destinacijama, u koji svakako treba ugraditi inovativne menadžerske modele.

Kada je u pitanju destinacijski menadžment, poseban izazov predstavlja činjenica da se elaboracija indikatora treba odvijati prema teritorijalnoj dimenziji, a uključuje kako partnere iz privatnog, tako i one iz javnog sektora.

Razvoj digitalnih platformi za informacijski utemeljeno upravljanje u turizmu izravno je povezano s razvojem statističkih sustava praćenja pokazatelja, ali i s održivim razvojem turizma, u smislu praćenja njegove održivosti. Stoga se predlaže nadogradnja postojećih sustava pokazateljima održivosti turizma, u smislu problematike klimatskih promjena, posebice globalnog zagrijavanja, emisije CO₂ i realizacije drugih ciljeva održivog razvoja UN.

Osim menadžerske dimenzije, u smislu poslovne inteligencije za turističke gospodarske subjekte i destinacijske menadžerske organizacije, ovakve digitalne platforme treba razmatrati i u širem, nacionalnim okvirima, u cilju jačanja konkurentnosti zemalja u međunarodnom turizmu, ali i održivog turističkog razvoja. Ovakvi sustavi trebali bi omogućiti odgovore na sljedeća pitanja, smatra Moniche: Doprinosi li turizam održivom razvoju? Koliki je udio turizma u nacionalnoj ekonomiji? Koji je intenzitet razvoja turizma u odnosu na razvoj ostalih sektora? Je li nacionalna ekonomija previše vezana uz turizam? Kolika je sezonalnost turizma i kako ona utječe na zapošljavanje u sektoru? i slična pitanja.

Na lokalnoj razini trebalo bi pratiti u kojem smislu i kojim intenzitetom turizam utječe na ekosustav, pratiti zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma i drugo.

Poseban značaj digitalnih platformi je da one služe kao informacijska podloga za donošenje strategija turističkog razvoja i turističkih politika.

Marche naglašava da je „isto tako vrlo važno identificirati prave potrebe za inovacijama na različitim geografskim („spatial“) razinama u turizmu. Mora postojati balans između koristi i troškova u sustavu. U tom smislu, uloga besplatnih i lako dostupnih informacija je od ključne važnosti.“ (<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2ndsf-mstcommentssaetaam.pdf>, 41)

Slični integrirani projekti koji objedinju statističke i menadžerske podatke s indikatorima mjerenja održivog razvoja su međunarodni projekti NECSTouR i MITOMED+. NECSTouR uključuje 37 snažnih europskih regija koje su identificirale potrebe korisnika podataka Europskog statističkog sustava i utvrdile potrebu za integriranjem ekonomske, ekološke, kulturne i socijalne dimenzije turizma i praćenjem indikatora za svaku od tih dimenzija. Time bi se dobio integrirani homogeni multidimenzijski sustav turističkog monitoringa, koji ujedno omogućuje i tržišno praćenje te benchmarking. MITOMED+ je Interreg projekt koji uključuje opisani projekt NECSTouR te regije Andaluziju i Toskanu kao partnere na projektu s ciljem izgradnje platforme pametne specijalizacije u turizmu. 15 pilot destinacija na Mediteranu testiraju monitoring utemeljen na homogenom sustavu indikatora i njegovu integraciju u proces donošenja odluka, a time i jačanje dionika u turizmu i destinacijskih menadžment organizacija.

Kroz realizaciju ovih projekata naglašena je prioritarna potreba za izgradnjom jedinstvenog integriranog sustava indikatora na široj platformi.

Vrijedan spomena u tom procesu je projekt Svjetske turističke organizacije “Statistical Framework for Measuring Sustainable Tourism”, koji identificira ključne pokazatelje održivosti turizma na temelju ranijeg projekta Sustava ekološkog izvješćivanja (*System of Environmental Account*).

INSTO inicijativa ne definira specifične indikatore već naglašava generička pitanja iz područja koje zahtijevaju bolje praćenje i monitoring, kao što su: sezonalnost, zaposlenost i tržište radne snage u turizmu, ekonomske koristi razvoja turizma destinacije, javno upravljanje u turizmu, zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma, održivo upravljanje energijom, vodno gospodarstvo, gospodarenje otpadom i sl.

ETIS inicijativa usmjerena monitoringu razvoja turističke destinacije, projekt koji također uključuje ekonomske i neekonomske parametre praćenja, kreirala je 2016. godine koristan upravljački alat u tom smislu. No nakon početnih dvaju pilot iskustava s uključenih više od 100 turističkih destinacija, nije uočen bitan napredak, kao ni poticaj projektu od strane Europske

komisije, a nije ni prihvaćen ni podržan u dovoljnoj mjeri od strane Europskog statističkog sustava, pa se preporučaju daljnji koraci u tom smislu. (<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2ndsf-mstcommentssaetaam.pdf>, str. 42)

Svakako je preporuka da se regije zemalja koje se još nisu u dovoljnoj mjeri uključile u ovakve integrirane međunarodne projekte, u većoj mjeri uključe.

6. ZAKLJUČAK

Osim u opisanom integriranju ekonomskih i neekonomskih pokazatelja u monitoringu destinacija, razvoj digitalnih informacijskih platformi u turističkim destinacijama trebao bi se razvijati u smjeru smanjenja distance između proizvođača i korisnika podataka. Time će se povećati dostupnost podataka, što je u duhu koncepta održivog i inkluzivnog turizma (primjerice kroz praćenje dostupnosti radnih mjesta i kvalitete rada u turizmu). To bi se načelo trebalo poticati posebice kroz razvoj turističke statistike, a ključnu ulogu u tom procesu trebale bi odigrati europske regije. Ključni koncepti u tom procesu trebaju biti: kolaborativna ekonomija, stavovi lokalnog stanovništva, *big data* i sl. Posebno treba razmotriti specifične informacijske potrebe na četiri glavne razine u tom procesu: europska, nacionalna, regionalna i lokalna. U proces treba uključiti sve relevantne dionike u turističkom sustavu. Za javni sektor, podaci trebaju služiti prvenstveno za donošenje strategija i politika turističkog razvoja, dok se za privatni sektor predlaže koristiti podatke u svrhu donošenja poslovnih odluka na području geo-relevantnih informacija (primjerice prostorni raspored turističkih posjetitelja), upravljanje dohotkom, alatima *Search Analytics*-a, tržišnim analizama i slično.

Za destinacijske menadžment organizacije (DMO, u sadašnjem sustavu Republike Hrvatske turističke zajednice) i javni sektor ovakvi monitoring sustavi trebaju služiti jačanju turističke performanse destinacije, praćenju održivosti turizma, upravljanju i monitoringu turističkog razvoja, odnosno za kreiranje razvojne strategije turističke destinacije.

Za „proizvođače informacija“ preporuka je usavršavati arhitekturu i performansu informacijskih sustava, kako bi informacije bile dostupne i lako „čitljive“ te lako upravljive i relevantne.

Kada je u pitanju Republika Hrvatska, sustav turističkog praćenja eVisitor može se pohvaliti visokom tehnološkim i informacijskim performansama, za što je dobio i međunarodnu nagradu. Pored tog sustava, u sustav poslovne inteligencije treba svakako uvrstiti hvalevrijedne projekte TOMAS – istraživanje stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj i „Turizam u brojkama“ te druge slične projekte Instituta za turizam u Zagrebu, ali i redovitu znanstvenu i stručnu ediciju „Sektorske analize – turizam“ Ekonomskog instituta u Zagrebu (a koja se donosi redovito i za druge sektore). Hvalevrijedne su i korisne redovite gospodarske analize Hrvatske gospodarske komore te pojedinačne analize drugih gospodarskih i strukovnih udruga, edicije istraživačkog novinarstva, primjerice *Business Outlook 18/19 – posebno izdanje: prognoze za devet sektora*, u izdanju „Jutarnjeg lista“, kao i brojne druge analize turističkog sektora na svim razinama. Ne sumnjajući u korisnost i dostupnost ovakvih analiza za korisnike – dionike u turističkom sustavu, jedina zamjerka u tom smislu može se uputiti da su ovakve informacije „raspršene“ na više izvora te se može preporučiti njihovo objedinjavanje na jednom mjestu – kroz integrirani sustav koji bi ekstrahirao, objedinio i prikazao sve slične analize i obrađene podatke na jednom

mjestu, ne zadirući u njihovu izvornu formu i sadržaj. Svakako bi i za Republiku Hrvatsku bilo korisno proširenje ovakvih korisnih sustava praćenja ekomskih i marketinških aspekata turizma i na sustav praćenja održivosti turizma, odnosno njegovih neekonomskih dimenzija – ekološke, socijalne i kulturne. Jedino će se tako moći kvalitetno upravljati svim aspektima turizma i prevenirati negativne pojave kao što su turistifikacija, pretjerana komodifikacija i komercijalizacija resursa, turistička saturacija, a o ekološkim štetama da ne govorimo.

Na globalnoj razini, autorice se slažu s tezama Marche da treba težiti prekograničnoj suradnji u izgradnji transnacionalnih informacijskih sustavapraćenja turističkih tijekova, ali i unifikaciji – izgradnji jedinstvenog međunarodnog sustava informacijskog i statističkog praćenja koji će integrirati ekonomski, tržišni (marketinški) i strateški monitoring s ekološkim, socijalnim i kulturnim monitoringom.

Očekivani doprinos ovog rada je u senzibiliziranju znanstvene, ali posebice stručne javnosti u turizmu da informacijski sustavi, kao što je opisani eVisitor, nisu kreirani samo sa svrhom olakšanja (birokratskih) procedura prijave i odjave gosta i lakšeg, učinkovitijeg i ubrzanog rada na tim i drugim administrativnim poslovima u turizmu, što mnogi stakeholderi još uvijek uviđaju kao njegov primarni cilj, već je on, prema mišljenju autorica, značajan alat menadžerskog izvješćivanja, kako u turističkim destinacijama, tako i u pojedinim turističkim subjektima. Prilika je to da se, unutar procesa izgradnje menadžerskih informacijskih sustava za destinacijski menadžment, ujedno sagledava i princip održivosti, jer je svrha turističkog praćenja, osim povećanja kompetentnosti (u smislu učinkovitosti) samih destinacija, i cilj *par excellence* - razvoj održivog turizma, „turizma pod kontrolom“.

Daljnja istraživanja trebala bi se usmjeriti na analizu i daljnji razvoj digitalnih informacijskih sustava praćenja turističkih tijekova u različitim kontekstima, razvoj međunarodnih projekata na tom području, a posebno na razvoj integriranih sustava upravljanja turističkim destinacijama na međunarodnoj razini, koji će objedinjavati ekonomski i neekonomski monitoring razvoja destinacije. Krajnji cilj bi bio razvoj svojevrsnog „međunarodnog računovodstvenog standarda“ za turističke destinacije, koji bi, međutim, bio i više od toga – objedinjavao bi kvantitativne (statističke, makroekonomske) pokazatelje i kvalitativne pokazatelje (tržišne analize, gospodarska kretanja, trendove i sl.) kao ultimativni upravljački alat u menadžmentu turističke destinacije na principu održivosti, korištenja smart tehnologija i inkluzivnosti. Mogli bismo tada govoriti o sretnijem turizmu u sretnijem društvu.

BIBLIOGRAFIJA

Baggio R. (2016) Big Data, Business Intelligence and Tourism: a brief analysis of the literature, paper presented at: IFITTtalk@Östersund: Big Data & Business Intelligence in the Travel & Tourism Domain. ETOUR, Mid-Sweden University, Östersund (SE), 11-12 April 2016

Big Data for Conflict Prevention, <https://irevolutions.org/2013/04/10/big-data-conflict-prevention/> (accessed 31 May 2019)

Carson, D., Taylor, A. (2003) Delivering Business Intelligence for Regional Tourism in Australia: Analysis of the Decipher Technological Innovation, Proceeding from ITIRA Conference „IT for Tourism in Regional Areas“, December 2003, 357-368,

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42371282/carson_etal.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1543668668&Signature=Fw1buNwy8AsDNhC%2B3PTsXJt8Qzk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDelivering_business_intelligence_for_reg.pdf
(accessed 30 May 2019)

Compendium of Tourism Statistics, Data 2012 – 2016 (2018 Edition), UNWTO – World Tourism Organization, <http://www2.unwto.org/publication/compendium-tourism-statistics-data-2012-2016-2018-edition>, (accessed 31 May 2019)

Delisle, J.: The Canadian national tourism indicators: a dynamic picture of the satellite account, <https://pdfs.semanticscholar.org/11c1/82c4fd56bf00772c664ef142419068bcdc73.pdf>
(accessed 31 May 2019)

Destination Canada, Global Tourism Watch, 2015 Canada Summary Report (November 2015) @ TNS https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/2015-12-01/Intelligence_GlobalTourismWatch_Canada_2015_EN.pdf

Eighteenth meeting - Committee on Statistics and the Tourism Satellite Account, UNWTO, World Tourism Organization – Statistics, http://statistics.unwto.org/committeesta_18thmeeting (accessed 31 May 2019)

eVisitor – informacijski sustav za prijavu i odjavu turista, <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hr-HR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> (accessed 31 May 2019)

eVisitor, Hrvatska turistička zajednica, projekti i potpore, <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor> (accessed 31 May 2019)

eVisitor, Hrvatska turistička zajednica, projekti i potpore, prezentacije, _PPT_ održane edukacije za TZ, ppt-prezentacija, <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor> (accessed 31 May 2019)

Eurostat regional yearbook - 2018 edition, Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/publications/statistical-books/regional-yearbook> (accessed 31 May 2019)

Fuchs, M., Abadzhiev, A., Svensson, B., Höpken, W. Lexhagen, M. (2013), A knowledge destination framework for tourism sustainability: A business intelligence application from Sweden. *Turizam*, 61 (2), 121-148, <https://hrcak.srce.hr/106864> (accessed 30 May 2019)

Fuchs, M. Höpken, W., Lexhagen, M. (2014), Big data analytics for knowledge generation in tourism destinations – a case from Sweden, *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 198-209, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.08.002> (accessed 30 May 2019)

Hrvatski eVisitor dobio treću nagradu kao inovativan projekt (2018), *Turizam – vijesti*, <http://www.samopozitivno.com/hrvatski-evisitor-dobio-trecu-nagradu-inovativan-projekt/>
(accessed 31 May 2019)

Kelly, M. (2005): Strong Foundations For Decipher.biz, 1 January, 2005, <https://www.traveltrends.biz/strong-foundations-for-decipherbiz/> (accessed 31 May 2019)

Moniche A. (SAETA) <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2ndsfmtcommentssaetaam.pdf>, (accessed 31 May 2019)

NECSTouR - Network of European Regions for Competitive and Sustainable Tourism, <http://www.necstour.eu/> (accessed 31 May 2019)

Progetto smart destination, living lab del turismo della Toscana (2019), Toscana Notizie, 21 gennaio 2019 | 13:09, Scritto da Redazione, <http://www.toscana-notizie.it/-/progetto-smart-destination-living-lab-del-turismo-della-toscana> (accessed 31 May 2019)

Smart Destination, <https://www.fondazioneisistematoscana.it/progetto/smart-destination/> (accessed 31 May 2019)

“Smart Destination” per innovare l’offerta turistica e migliorare la competitività di territori e piccole imprese turistiche (2017), Tweetimprese – notizie e informazioni online, 19 luglio 2017, <http://www.tweetimprese.com/?p=38383> (accessed 31 May 2019)

The European Committee of the Regions, 120th plenary session, 7 December 2016, Opinion, Tourism as a Driving Force for Regional Cooperation across the EU, NAT-VI/009, dostupno na:
<https://cor.europa.eu/Documents/Migrated/events/Tourism%20as%20a%20driving%20force%20for%20regional%20cooperation%20across%20the%20EU.pdf>, COR-2015-06648-00-01-AC-TRA (EN) (accessed 31 May 2019)

Tourism Market Intelligence and Competitiveness, UNWTO, World Tourism Organization, Data, <https://www2.unwto.org/content/data>

Tourism Stakeholder Workshop “Investing in the European Tourism of Tomorrow”, Feb 23, 2018 <http://www.necstour.eu/news/tourism-stakeholder-workshop-“investing-european-tourism-tomorrow”> (accessed 31 May 2019)

Turizam u brojkama, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Gulić S. (obrada podataka) https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (accessed 31 May 2019)