

European Urban Initiative



Kraków

Inwentaryzacja danych turystyki i kultury



Integrator
Danych
Miejskich



IRMiR
INSTYTUT
ROZWOJU MIAST
I REGIONÓW



Co-funded by
the European Union



BENEFICJENT



PARTNERZY



Agencja Rozwoju
Miasta Krakowa



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE



Prezentacja



Weź udział w krótkim badaniu przed warsztatami

<https://forms.office.com/e/unBLEb4xBD>



Co-funded by
the European Union



Czym są dane?

Tabele, rejestry, zestawienia, raporty, opracowania analityczne, pliki, mapy, statystyki, dane czasu rzeczywistego, bazy danych w aplikacjach i systemach, podsumowanie rezerwacji

Dane ilościowe i jakościowe!



Co-funded by
the European Union

<https://forms.office.com/e/unBLEb4xBD>

1

**NAZWA ZBIORU
DANYCH (ILOŚCIOWE
LUB JAKOŚCIOWE)**

2

**KRÓTKI OPIS
ZAWARTOŚCI**



3

**OSOBA
MERYTORYCZNA
DO KONTAKTU**



4

**OSOBA
ODPOWIEDZIALNA
ZA DANE**



5

**RODZAJ
UPRAWNIEŃ DO
DANYCH**



6

**CZY DANE SĄ
UDOSTĘPNIANE
NA ZEWNĄTRZ?**



7

**CZY DANE MOGĄ BYĆ
UDOSTĘPNIANE
NA ZEWNĄTRZ
I W JAKIEJ FORMIE?**



8

**KOMU DANE SĄ OBECNIE
UDOSTĘPNIANE?**



Muzea i galerie w Krakowie

1

Działalność miejskich muzeów i galerii w Krakowie

2

wykaz muzeów i galerii wraz z informacją o: filiach, liczbie wystaw stałych i zmiennych, liczbie zwiedzających oraz o dotacjach podmiotowych z budżetu Miasta, od 2021 roku.



3

Jan Kowalski



4

Dyrektor
Wydziału Kultury
– Adam Nowak



5

Gestor



6

Tak



7

Tak, w formie surowej



8

Krakowski portal otwartych danych



Uczestnicy imprez masowych

1

Uczestnicy wydarzeń - badania użytkowników aplikacji mobilnych

2

Zbiór danych obejmuje przemieszczanie się i liczbę uczestników wybranych imprez masowych na terenie Krakowa. Dane pochodzą z aplikacji mobilnych od firmy Selectivv i pozyskiwane są w paczkach danych.



3

Jan Kowalski



4

Dyrektor Wydziału Kultury - Adam Nowak



5

Tylko dostęp



6

Nie



7

Nie



8

-



Warsztaty

**Zarządzanie zrównoważoną
turystyką kulturową w oparciu
o dane i dowody**



Co-funded by
the European Union



Cele warsztatów

1.

Identyfikacja danych

identyfikacja i opis istniejących zbiorów danych w instytucjach i organizacjach związanych z turystyką i kulturą, oraz danych pomocniczych o zrównoważonym rozwoju

2.

Określenie użyteczności

dokonanie pogłębionej analizy wybranych zbiorów pod kątem ich użyteczności w rozwiązaniach opartych o sztuczną inteligencję oraz dla wspierania wyzwań wskazanych przez grupę docelową

3.

Utworzenie rejestru

utworzenie ewidencji danych w formie elektronicznej

Agenda warsztatów



„ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONĄ TURYSTYKĄ KULTUROWĄ W OPARCIU O DANE I DOWODY”

0.

SCT HUB: projektowanie innowacji dla zrównoważonej turystyki kulturowej)

SCT HUB – Codesign the Future of Sustainable Cultural Tourism to pierwszy tego typu projekt w Polsce, który w oparciu o innowacyjną metodę projektowania i przy wsparciu dedykowanego narzędzia AI ma poszukiwać rozwiązań dla zrównoważonego rozwoju turystyki kulturowej w Krakowie.

Czym są dane?

1.

Definicja danych, ich rola w organizacji, jakość danych
rola otwartych danych w realizacji celów zrównoważonej
turystyki i kultury.

2.

Jakie dane turystyczne, kulturowe i wspierające gromadzone są przez branże, instytucje kultury i turystyki?

Uzupełnienie informacji zebranych przed warsztatami. Wypisanie zestawów danych, którymi uczestnik dysponuje, które gromadzi lub które pozyskuje z zewnątrz w celu realizacji własnych zadań.

3.

Jakie problemy możemy rozwiązać dzięki tym danym?

Praca w grupach. Każdej z grup przypisane zostanie konkretne wyzwanie, cel lub obszar problemowy – w oparciu o cele projektu SCT Hub a także założenia inicjatywy Kraków DataLab.

PRACA W GRUPACH



KROK I.

Wyznaczenie składowych wyzwań, jego przyczyn i problemów z nim związanych a także zadań niezbędnych do zrealizowania w celu rozwiązania problemu.



KROK II.

Próba określenie jakie wyniki analiz, jakie statystyki i wizualizacje umożliwiłyby rozwiązanie danego problemu lub wspierałyby jego rozwiązanie.



KROK III.

Poszukiwanie danych źródłowych spośród zinwentaryzowanych + poszukiwanie nowych źródeł danych.



WYZWANIE I – PRZECIĄŻENIE CENTRUM



PROBLEM: Centralizacja ruchu turystycznego, obciążenie historycznego centrum

CEL: Rozproszenie ruchu turystycznego / Odciążenie wybranych obszarów koncentracji ruchu turystycznego – dzielnic o bogatym dziedzictwie

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jakie konkretne zjawiska świadczą o obciążeniu centrum w naszym kontekście (np. tłok, degradacja przestrzeni, konflikty społeczne)?
- Jakie dane obecnie posiadamy o natężeniu ruchu turystycznego i jego skutkach?
- Jak wygląda struktura przestrzenna ruchu turystycznego (gdzie turyści nocują, gdzie spędzają czas)?
- Jakie zachowania turystów są najbardziej problematyczne i w jaki sposób można je mierzyć?
- Jakie obszary mają niewykorzystany potencjał i dlaczego są pomijane?
- Jaka analiza, statystyka, informacja pozwoliłaby nam na podjęcie działań lub dokonanie pierwszego kroku pomiaru ruchu turystycznego?
- Jakie działania komunikacyjne mogłyby zachęcać do „rozproszenia” ruchu?
- Zobaczenie jakiej analizy / wizualizacji pozwoliłoby nam na podjęcie działań zaradczych?



WYZWANIE II – POTENCJAŁ TURYSTYKI



PROBLEM: Brak integracji sektora kultury i sektora turystyki w mieście / Niewykorzystany / nierówny potencjał turystyczny na poziomie całego miasta

CEL: Zwiększenie koordynacji zarządzania turystyką kulturalną miasta w połączeniu z innymi politykami miejskimi / Wzmacnianie integracji kultury z gospodarką turystyczną oraz stworzenie sprawnego „ekosystemu” festiwali i wydarzeń jako elementu oferty miasta / Zwiększenie potencjału turystycznego miejsc „nieodkrytych” i dywersyfikacja oferty turystyczno-kulturowej

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jakie obszary wymagają lepszej koordynacji (transport, kultura, przestrzeń publiczna)?
- Jakie instytucje i organizacje odpowiadają obecnie za zarządzanie turystyką i jak wygląda przepływ informacji/danych pomiędzy nimi?
- Jakie wydarzenia kulturalne są dziś najbardziej rozpoznawalne i dlaczego?
- Jak mierzyć ich wpływ (uczestnicy, dochody, zasięg medialny)?
- Jakie bariery sprawiają, że turyści ich nie odwiedzają (brak transportu, promocji, informacji)?
- Jak można zmierzyć skuteczność działań promujących nowe lokalizacje?



WYZWANIE III – KULTURA LOKALNA



PROBLEM: Spadek roli mieszkańców w życiu miasta, szczególnie na obszarach atrakcyjnych turystycznie oraz obniżenie jakości lokalnej kultury w wyniku presji turystycznej

CEL: Odwrócenie spadku roli mieszkańców w życiu miasta, szczególnie na obszarach atrakcyjnych turystycznie / Zaopiekowanie interesów mieszkańców i lokalnych artystów / Ograniczenie ryzyka wykluczenia mieszkańców z korzystania z obiektów i usług turystycznych

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jak angażować lokalnych twórców i społeczności w proces tworzenia oferty?
- Jakie przykłady i jakie dane wskazują, że lokalna kultura traci autentyczność pod wpływem turystyki?
- Czym przejawia się spadek roli mieszkańców i jakie dane pozwoliłyby ocenić stopień aktywności mieszkańców?
- Jaka analiza, statystyka, informacja pozwoliłaby nam podjęcie efektywnych działań włączających?
- Jakie bariery (ekonomiczne, fizyczne, informacyjne) utrudniają im udział? Jakie dane mogą potwierdzić skalę problemu?
- Które grupy społeczne są najbardziej narażone na wykluczenie z uczestnictwa w kulturze/turystyce?



WYZWANIE IV – MONITORING TURYSTYKI



PROBLEM: Brak feedbacku i informacji o turyście wraz z brakiem monitorowania rzeczywistego ruchu turystycznego oraz spadek jakości usług turystycznych

CEL: Odwrócenie tendencji spadku jakości usług turystycznych wynikającego z wysokiego popytu / Zbudowanie narzędzi umożliwiających monitorowanie rzeczywistego ruchu turystycznego i badanie preferencji turystów

PYTANIA POMOCNICZE:

- Czy dostępne są dane dotyczące satysfakcji turystów?
- Jakie są najczęstsze skargi turystów dotyczące jakości usług?
- Czy są dostępne gdzieś dane i informacje na temat jakości usług turystycznych?
- Jakie dane o ruchu turystycznym obecnie gromadzimy (noclegi, wejścia do obiektów, transport)?
- Jakie technologie mogłyby wspierać monitoring (np. dane z sieci komórkowych, czujniki, aplikacje, dane kart płatniczych)?



WYZWANIE V – NEUTRALNOŚĆ KLIMATYCZNA



PROBLEM: Stałe wyzwania związane z neutralnością klimatyczną wydarzeń i gospodarki turystycznej

CEL: Kształtowanie gospodarki turystycznej w kierunku gospodarki neutralnej klimatycznie, w tym ograniczanie śladu węglowego wydarzeń tworzących ofertę dla turysty

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jakie obszary turystyki generują największy ślad węglowy?
- Jakie dane pozwoliłyby zmierzyć realny wpływ branży turystycznej na klimat?
- W jakich obszarach wydarzenia kulturalne wpływają na środowisko?
- Jakie dane są potrzebne do raportowania śladu węglowego?
- Które elementy organizacji wydarzeń mają największy wpływ na emisje (transport, catering, infrastruktura)?



WYZWANIE VI – ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ



PROBLEM: Brak optymalizacji zarządzania przedsiębiorstwami w sektorze turystycznym i kulturowym przy wykorzystaniu danych (data-driven management)

CEL: Zwiększenie efektywności biznesowej i konkurencyjności przedsiębiorstw branży turystycznej i kulturowej dzięki wdrożeniu podejścia opartego na danych (data-driven), w tym lepszego prognozowania popytu, optymalizacji kosztów i personalizacji oferty

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jakie kluczowe dane przedsiębiorstwa turystyczne obecnie gromadzą (rezerwacje, sprzedaż biletów, preferencje klientów, koszty operacyjne)?
- Jakie obszary działalności można zoptymalizować dzięki analizie danych (np. ceny dynamiczne, zarządzanie personelem, logistyka)?
- Jakie systemy i technologie (CRM, BI, AI, IoT) są obecnie stosowane i w jakim stopniu wykorzystują potencjał danych?
- Jakie wskaźniki biznesowe (KPI) są najbardziej istotne w sektorze turystyki i kultury (np. occupancy rate, RevPAR, średni wydatek turysty)?
- Jakie bariery (brak danych, brak kompetencji analitycznych, brak integracji systemów) uniemożliwiają pełne wdrożenie modelu data-driven?
- Jakie dane zewnętrzne (np. dane pogodowe, dane transportowe, media społecznościowe) mogą wspierać lepsze prognozowanie i podejmowanie decyzji?
- Jakie formy wizualizacji i raportowania (dashboards, heatmaps, prognozy AI) wspierałyby codzienne decyzje menedżerskie?



WYZWANIE VII – OFERTA TURYSTYCZNA



PROBLEM: Niedopasowanie oferty turystycznej do zmieniających się trendów, specyfiki i oczekiwań turystów

CEL: Rozwijanie elastycznej i atrakcyjnej oferty turystycznej zgodnie z ewolucją profilu turystów (np. pokolenia Z, silver economy, turyści hybrydowi – łączący podróże z pracą) oraz ich potrzeb (autentyczność, doświadczenia, personalizacja, wellbeing)

PYTANIA POMOCNICZE:

- Jakie są obecnie główne trendy w zachowaniach turystów (np. turystyka doświadczeń, slow travel, digital nomads)?
- Jakie dane pozwalają lepiej zrozumieć zmieniający się profil turysty (np. ankiety, media społecznościowe, recenzje online, dane rezerwacyjne)?
- Które segmenty turystów (rodziny, seniorzy, młodzi podróżnicy, turyści biznesowi) są dziś niedostatecznie obsługiwane i dlaczego?
- Jakie są najbardziej dochodowe segmenty oferty i jakie potencjalnie mogą generować większe przychody w przyszłości?
- Jak mierzyć skuteczność innowacji w ofercie (np. nowe pakiety, produkty niszowe, wydarzenia tematyczne)?
- Jakie kanały komunikacji i sprzedaży (OTA, aplikacje, social media, marketplace'y) najlepiej docierają do nowych grup turystów?
- Jakie działania promocyjne i marketingowe pozwalają skutecznie pozycjonować ofertę w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu?
- Jakie dane i analizy (np. benchmarki rynkowe, prognozy trendów, analiza konkurencji) są potrzebne do podejmowania decyzji o rozwoju oferty?

Agenda warsztatów

4.

Prezentacja założeń i dyskusja

Każda z grup przedstawi zidentyfikowane wyzwania, analizy / wizualizacje oraz dane, które są niezbędne do rozwiązania danego problemu.

5.

Jakich danych nam brakuje?

Ostatni etap warsztatów polegał będzie na dyskusji oraz rozważaniach poświęconych lukom informacyjnym, brakom w danych, wizjom baz danych niezbędnych do stworzenia / gromadzenia w przyszłości.



**„ZARZĄDZANIE
ZRÓWNOWAŻONĄ
TURYSTYKĄ KULTUROWĄ
W OPARCIU O DANE I
DOWODY”**

European Urban Initiative



Co-funded by
the European Union

BENEFICJENT



PARTNERZY

