

V pričakovanju nove dobe turizma

NI VEČ TAKO DALEČ DAN, KO BODO TURISTIČNI KRAJI SPOSOBNI SAMOSTOJNO KOMUNICIRATI Z GOSTI PREKO PAMETNIH TELEFONOV. TURIZEM SE PRILAGAJA TEHNOLOŠKIM SPREMEBAM, KI OBLJUBLJAJO BISTVENO BOLJ PERSONALIZIRANE TURISTIČNE IZKUŠNJE – ZA NEKATERE PRISTNE, ZA DRUGE PA VERJETNO ZGOLJ VIRTUALNE.

JAN BRATANIČ



V časih se zdi, da živimo v obdobju, ko se večina novodobnih mislecev ukvarja s spremembami, ki jih bosta

industrija 4.0 in pozneje industrija 5.0 prinesli na trg dela. Precej manj se jih ukvarja s tem, kaj bodo iste tehnološke spremembe prinesle vse skromneje odmerjenemu prostemu času. Kakšne bodo počitnice, ko bo v svetu razširjen turizem 4.0?

Edina stalnica v zgodovini so spremembe, ki se jim je turizem doslej uspešno prilagajal. Če je bil turizem 1.0 bolj ali manj v domeni profesionalnih trgovcev, plemičev in vojakov, je z razvojem parne lokomotive in novih transportnih možnosti napredoval v iteracijo 2.0, postal dostopnejši množicam, ki so z razmahom osebnih avtomobilov in letal v turizmu 3.0 preplavile kulturna središča, najlepše plaže in najvišje vršace. »Z internetom je turizem postal eden največjih gospodarskih sektorjev, ki omogoča 292 milijonov delovnih mest in ustvarja 10,2 odstotka svetovnega BDP. Vendar da bi ohranil tako vlogo, se mora znova prilagoditi,« je med pogovorom ob robu 31. eKonfernece na Bledu, ki je potekala prejšnji teden in bila namenjena Turizmu 4.0, izpostavila dr. Urška Starc-Peceny.

Primorka, ki živi na Dunaju, je v svoji profesionalni karieri prepotovala svet, med drugim sodeluje z Naso, na Bledu pa je poskušala za idejo turizma 4.0, v uresničevanju katere bi lahko Slovenci postali številka ena na svetu, navdušiti in povezati predstavnike države, občin, turističnih ponudnikov in predstavnikov iz tehnološkega sveta. »Samo z mešanjem različnih svetov lahko nastajajo spremembe in inovacije,« je prepričana.

Kaj je turizem 4.0? Sodeč po imenu se ponuja domneva, da je v ospredju tehnologija.

Nasprotno, bolj kot kdaj prej se vračamo nazaj na to, da smo turizem ljudje. Bistvo turizma 4.0 ni v tehnologiji, ampak v človeku in njegovemu doživljanju potovanja v fizičnem in digitalnem svetu. Inicijativo smo zagnali v začetku tega leta, v ozadju pa so koncepti, ki jih s kolegom Simonom Mokorelom in drugimi strokovnjaki v in okoli raziskovalne skupine podjetja Arctur razvijamo že vrsto let. Iz industrije 4.0 prenašamo modele in tehnologije, kot so umetna inteligenca, tehnologija blockchain, obdelava velikih zbirk podatkov ali navidezna in obogatena resničnost, ki bodo potovanja popestrila. Tehnologijo želimo izkoristiti predvsem za to, da del pogače, ki jo zdaj v celoti poberejo največji, kot je booking.com, razdelimo z lokalnimi ponudniki.

Se je sploh mogoče boriti proti Bookingu, Airbnb in drugim

zagonskim podjetjem, ki so ujela val hitre rasti uporabe spleta in imajo z izjemnimi podatkovnimi bazami čedalje večjo moč v turistični panogi?

Prišli smo do realnosti, v kateri imajo takšne platforme vse informacije o nas, lastnik hotela, v katerem v resnici prespimo, ali pa lastniki agencij, ki nas vodijo po doživetjih, pa o nas ne vedo tako rekoč ničesar. Kako naj nam ponudijo doživetje, pisano na kožo?

Mnogi trdijo, da so podatki nafta 21. stoletja, velja to tudi v turizmu?

Ne nujno. Podatki so izredno pomembni, prav tako tehnologija, toda ključni so še vedno ljudje. Bistveno je zavedanje, da se morajo lokalni turistični ponudniki povezati in sodelovati. Le tako bodo lahko našli orodja, s katerimi bodo bolje spoznali turiste, da bi lahko njihovim željam prikrojili ponudbo. To je pravzaprav moja naloga, da povežem različne deležnike. V resnici nisem strokovnjak za



SRŽ TURIZMA 4.0 JE STAPLJANJE DIGITALNEGA IN FIZIČNEGA SVETA V ENO, SAJ OBA PREDSTAVLJATA NOVODOBNO REALNOST, PRI ČEMER JE BISTVENO, DA TO NAREDIMO Z MISLIJO NA KORISTI TURISTOV IN PONUDNIKOV.

turizem, prav tako ne vem veliko o raketah ali astronomiji, pa so me za sodelovanje poklicali iz Nase. Jaz se ukvarjam s tem, kako zgraditi okolja, ekosisteme, v katerih lahko zacveti inovativnost. Ameriška vesoljska agencija ima svojo vojaško hierarhijo, vendar z največjim hackatomom na svetu, v katerem testiramo najrazličnejše formate sodelovanja, išče rešitve aktualnih problemov. Res je, da govorimo o poletu na Mars, vendar rešujemo težave, ki jih imamo na Zemlji. Pot na Mars danes ni več problem, rakete znamo narediti, večji izziv so na videz postranski problemi, denimo, kaj narediti z astronauti, da se jim v pol leta med potjo ne zmeša. V hitrem razvoju tehnologije na takšne stvari velikokrat pozabimo. Srž turizma 4.0 je stapljanje digitalnega in fizičnega sveta v eno, saj oba predstavljata novodobno realnost, pri čemer je bistveno, da to naredimo z mislijo na koristi turistov in ponudnikov.

Smo v Sloveniji pripravljeni na novo realnost v turizmu?

Slovenija je po svoji velikosti, infrastrukturi in raznolikosti idealni testni poligon. Imamo izredno priložnost, a smo si lahko sami svoj največji sovražnik, saj imamo po



'slovenski miselnosti' pogosto občutek, da so vsi boljši od nas. Živim na Dunaju, veliko potujem ter gledam na vse skupaj z določeno distanco in vidim, da ni razloga za nizko samozavest ali celo črnogledost. Slovenija se je namreč v zadnjem času pokazala kot svetovna zibelka za marsikatero tehnološko novost. Na področju umetne inteligence imamo vodilne strokovnjake na svetu. Američani vsekakor ne bodo prišli sem in razvili koncepta, v katerem bodo varovali naše podatke, tako kot želimo Evropejci. Ključno je zaupanje, postaviti človeka in njegove potrebe v središče. Tehnologija mora biti zgolj sredstvo, ki omogoča boljše doživetje za turista, s čemer pridobi tudi ponudnik. Tako, da nekdo na skrivaj sledi, zbira pomanjkljive podatke o nas, jih preprodaja drugim, ne gre.

Kako naj bi bil turizem 4.0 videti v praksi?

Smó v letu evropske kulturne dediščine. Slovenija lahko postane prva država na svetu, ki bo v tridimenzionalni tehniki skenirala vso kulturno dediščino, od gradov, cerkva, spomenikov do naravnih znamenitosti in zgodovinskih artefaktov. Smo majhni, takšen projekt bi stal nekaj milijonov evrov in ne

bi dal zgolj unikatnih spominkov za turiste. Recimo, da bi šli otroci na ekskurzijo v Potočko zijalko, kjer ne bi čakalo samo predavanje o eni najstarejših piščali, ki si ga večina čez leta ne bi spomnila, ampak bi vsak dobil v roke s 3D-tiskalnikom narejen model piščali, na katero bi lahko zaigrali, kot so to počeli praljudje. Vse to omogoča 3D Stock. Drug praktičen primer turizma 4.0 prihaja iz smučanja, od koder prihaja rešitev Smukapp. Danes ima že tako rekoč vsako smučišče postavljeno progo za veleslalom, če damo v vsak kol senzor in jih povežemo s pametnimi telefoni v žepih smučarjev, lahko tem ponudimo povsem drugo izkušnjo, začinjeno z nekaj tekmovalnosti. Eden naših predlogov je tudi, da država ustvari svojo kriptovaluto, recimo ji »zeleni žeton«, ki se ga uporabi za nagrajevanje ekološko ozaveščenih ponudnikov in turistov. Če nekdo izbere bolj »zelen« hotel, namesto okolju manj prijaznega, dobi žetone, ki jih lahko uporabi na primer za pivo v sosednjem baru. Zelo poenostavljeno, toda možnosti je nešteto.

V industriji 4.0 in 5.0, ki nastaja, je ena glavnih skrbi vpliv tehnologije na delovna mesta. Katera delovna mesta so najbolj



PRIŠLI SMO DO TEGA, DA IMAJO PLATFORME, KOT JE BOOKING, VSE INFORMACIJE O NAS, LASTNIK HOTELA, V KATEREM PRESPIMO, LASTNIKI AGENCIJ, KI NAS VODIJO PO DOŽIVETJIH, PA O NAS NE VEDO TAKO REKOČ NIČESAR.

ogrožena s tehnološkim razvojem v turizmu?

Napovedi so jasne, vse pravijo, da bo velik del poklicev sčasoma izginil. Imam tri otroke in lagala bi, če ne bi priznala določene stiske med razmišljanjem o tem, kakšna bo njihova prihodnost. Kako jih pripraviti na poklice, za katere sploh ne vemo, kakšni bodo? Ne znam napovedati, kako se bodo spremenile razmere v turizmu čez desetletje. Razvoja tehnologije v marsičem ne dohajamo, nimamo ustreznih veščin za to. Toda ne sme nas biti strah, s tem ne rešimo ničesar. Ena prvih stvari, ki mora biti jasna, ko se lotiš takšnega projekta, je stopnja pripravljenosti uporabnikov. Ta je zlasti med starejšimi nizka, saj se novih tehnologij kar nekoliko bojijo. Kar ni dobro. Starejši so imeli v vseh družbah doslej svojo funkcijo – modrost. A tega ni več, s tehnološkim napredkom, ki ga starejši težko dohajajo, so izgubili to funkcijo in moramo jim jo vrniti. Imam 40 let, ne morem biti tako pametna in izkušena kot starejši člani družbe.

Toda, kot pravijo, na mladih svet stoji. Tu se zdi, da smo na razpotju. Bodo mladi še tako navdušeni nad potovanji ali se bodo raje predajali vse zmogljivejšim žep-

nim napravam, s pomočjo katerih bodo lahko virtualno prepotovali svet z domačega kavča?

Fizični turizem je še vedno v porastu. Vizija turizma 4.0 je, kot sem že omenila, preplet digitalnega in fizičnega ter tudi to, da turist soustvarja izkušnjo. Le tako je lahko izkušnja res individualna. Kakšen bo turizem v prihodnje, je težko reči, tudi danes se turisti razlikujejo in upam, da se bodo v prihodnosti še bolj. Eni si vsak dan ogledajo deset kulturnih znamenitosti, drugi gredo na trekking v pragozd, spet tretji ves teden preživijo na ležalniku. Teh razlik tehnologija ne bo odpravila, bo pa obogatila izkušnje turistov. Če smo že razvili naprave, se mi ne zdi smiselno, da bi jih prenehali uporabljati. Ljudje morajo vzeti pamet v roke in uporabljati naprave tako, da izboljšajo kvaliteto življenja, ne pa da škodujejo zdravju. S povezovanjem ključnih akterjev počnemo prav to – iščemo načine, kako s pomočjo tehnologije izboljšati izkušnje turistov. Imeli smo predstavitve po vsem svetu, od Kitajske do Mehike, in odzivi so za zdaj zelo pozitivni. Interes za turizem 4.0 je velik in Slovenija ima možnost, da prevzame eno vodilnih vlog na tem področju.

jan.bratanic@delo.si