**Kokia nauda turistui iš greito interneto?**

*Olga Gončarova, Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ vadovė*

**Ar keliaudami skaitote turistų atsiliepimus apie viešbučius ir restoranus? Virtualiai patyrinėjate muziejų, kurį norite aplankyti? Ar mobiliosios programėlės jau seniai yra jūsų įrankis ieškant geriausio kainos pasiūlymo? Į visus tris klausimus aš atsakyčiau teigiamai – kaip ir dauguma keliauti mėgstančių žmonių. Tai reiškia, kad technologijų sprendimai tapo neatsiejama turizmo dalimi, lemiančia žmonių pasirinkimus ir elgseną. Vadinasi, technologijos taip pat gali tapti atsakymu, kaip paskatinti turistų srautus.**

Ieškodama būdų, kaip technologijos gali padėti išspręsti turizmo sektoriui kylančius iššūkius, VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ komanda šiemet organizuoja „Travel Tech Hackathon“. Tuo pačiu šis lapkričio 9-11 dienomis vyksiantis renginys suteikia progą artimiau susipažinti technologijų startuoliams ir turizmo sektoriui. Pasakodami apie save vieni kitiems, semiamės žinių, mokomės, atrandame naujų galimybių. Paprastai po tokių pažinčių atsiranda naujų kontaktų, kūrybiškų idėjų ir bendrų projektų.

Jau dabar apstu pavyzdžių, kaip Lietuvoje sukurti ir vystomi startuoliai įsiveržia į pasaulio „TravelTech“ žemėlapį. „Ratepunk“, „EddyTravels“, „Placer.lt“, „Globetrott“ ir „Walk15“ aktyviai buria savo bendruomenes, sparčiai auga, sulaukia investuotojų dėmesio. Startuoliai siūlo originalius sprendimus, kaip patenkinti vienokius ar kitokius keliautojų poreikius. Interaktyvūs maršrutai, individualius pomėgius atspindinčios lankytinų vietų rekomendacijos, miestų istorijos ar net dirbtiniu intelektu (DI) pagrįstas virtualus kelionės asistentas – visa tai yra prieinama šiandien.

Bet esu įsitikinusi, kad „Traveltech“ sprendimų Lietuvoje gali būti dar daugiau. Būtent dėl to ir norime, kad skirtingų specialistų patirtys ir gebėjimai susijungtų per hakatoną. Tikiu, kad artimai ir aktyviai bendradarbiaujant, galima atrasti originalių ir kūrybiškų sprendimų senoms problemoms spręsti. Pavyzdžiui, kaip išlaikyti susidomėjimą Lietuvos muziejais po jų darbo valandų? Kaip pritraukti daugiau turistų į regionus? Kokios lankytojų centrų paslaugos galėtų būti teikiamos virtualiai? Kaip būtų galima pagerinti darbo sąlygas darbuotojams ir sutrumpinti jų darbo valandas, bet lankytojai dėl to nenukentėtų? Tai – vos keli galvosūkiai, į kuriuos atsakymą rasti nėra paprasta. Tačiau būtent dėl to VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ tikisi azartiško hakatono dalyvių įsitraukimo.

Apskritai, išmanios technologijos yra ne tik mūsų asmeninė, bet ir organizacijų kasdienybė – nebe pavienių entuziastų iniciatyvos. Mūsų agentūros patirtis rodo, kad nauji technologijų sprendimai sustiprina komandas ir padeda atsiskleisti talentams. Be kolektyvinės kūrybos nebūtų atsiradęs nei DI paremtas pokalbių robotas VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ svetainėje, nei reklaminė kampanija, nei virtualios realybės filmas apie Lietuvą.

Labai įkvepia ir tai, jog šiemet vasarą organizuoti pirmieji mokymai „Traveltech“ tema susilaukė didžiulio susidomėjimo – Lietuvos turizmo sektorius yra atviras žinioms ir naujovėms. Mūsų nebaugina, o, priešingai, traukia informacija apie didžiuosius duomenis ir analitiką, dirbtinio intelekto pritaikymą, papildytą bei virtualią realybę ar daiktų internetą. Visos šios temos kursto agentūros kolegų vaizduotę. Matome save kaip žinių banką, vertingą duomenų archyvą ir atvirą duomenų bazę.

Primenu, kad duomenys neretai pavadinami šių laikų auksu. Taigi, VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ kartu su partneriais galime būti ir auksakasiai, ir auksakaliai, nes turistai per savo keliones Lietuvoje palieka daugybę duomenų. Iš jų galima išgryninti bendrąsias tendencijas, taip pat – personalizuoti paslaugas prisitaikant prie konkretaus asmens poreikių. Apskritai, personalizacija yra viena iš daugiausiai potencialo turinčių „Traveltech“ krypčių ir įrankis valdyti kliento patirtį, pavyzdžiui, nukreipti į muziejų tada, kada šis veikia, ir padėti sklandžiai persidėlioti kelionės planus ir maršrutus.

Vertindamas ankstesnius asmens pasirinkimus ir paieškų istoriją dirbtinis intelektas gali tiesiog žerti pasiūlymus: šioje kavinėje rasite jums įprastos kavos ir kruasaną, šiame muziejuje yra jūsų mėgstamo dailininko paveikslas, o šiame bare groja džiazas – beveik toks pats, kaip jūsų „Spotify“. Įvertinęs visą kliento portretą DI gali suformuoti didžiulį paslaugų paketą. Taip pat – atrinkti tą vienintelę priežastį, kuri paskatins turistą iš Australijos atvykti į Labanoro girią ar užlipti į apžvalgos bokštą Birštone. Iš to laimėtų ir Lietuva, kaip turistinė kryptis, ir ištisos verslo ekosistemos.

Tarptautiniam verslui ir investuotojams mūsų šalis dažnai pristatoma kaip technologiškai pažangi valstybė su puikia telekomunikacijų infrastruktūra, sparčiu internetu. Kodėl to nepavertus Lietuvos pranašumu ir išskirtinumu „Traveltech“ srityje? Imkimės darbo!