



Co-funded by
the European Union



RE-CONNECT

Št. projekta 2020-1-HU01-KA204-078752

PAKET ZNANJA O SOUSTVARJANJU



Financirano s strani Evropske unije. Izražena stališča in mnenja so zgolj stališča in mnenja avtorja(-ev) in ni nujno, da odražajo stališča in mnenja Evropske unije ali Evropske izvajalske agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Zanje ne moreta biti odgovorna niti Evropska unija niti EACEA.



Co-funded by
the European Union



Kazalo vsebine

1. Participativni način razvoja krožnega turističnega projekta s soustvarjanjem	3
1.1 Kaj je krožni turizem?	3
1.2 Kaj je soustvarjanje?	4
1.3 Zakaj je metodologija soustvarjanja smiselna za razvoj turističnih proizvodov?	5
1.4 Vloga deležnikov turističnega ekosistema v procesu soustvarjanja	6
1.5 Vključevanje razvoja turizma v lokalni razvoj	7
2. Koraki soustvarjanja	8
2.1 Priprava	9
2.2 Ustvarjanje znanja	10
2.3 Razvoj	11
2.4 Vrednotenje	12
3. Certificiranje krožnih turističnih proizvodov in storitev	13
3.1 Certificiranje na področju krožnega turizma	13
3.2 Prednosti in razvoj sistema certificiranja lokalnega turizma	14





1. Participativni način razvoja krožnega turističnega projekta s soustvarjanjem

1.1 Kaj je krožni turizem?

Krožni turizem je nov koncept, ki v potovalni industriji pridobiva na veljavi. Gre za pristop k turizmu, ki se osredotoča na trajnost in si prizadeva zmanjšati negativne vplive turizma na okolje in lokalne skupnosti. Krožni turizem temelji na načelih krožnega gospodarstva, ki si prizadeva zmanjšati količino odpadkov in čim bolj izkoristiti vire.

Krožni turizem vključuje odmik od tradicionalnega (linearnega) modela turizma, v katerem turisti obiščejo destinacijo, porabijo vire in jo nato zapustijo. Namesto tega krožni turizem spodbuja bolj krožni model, v katerem se turiste spodbuja k sodelovanju pri dejavnostih, ki prispevajo k lokalnemu gospodarstvu, kulturi in okolju. To lahko vključuje dejavnosti, kot so prostovoljstvo, sodelovanje v dejavnostih ekološkega turizma in vključevanje v trajnostne turistične prakse.



Krožni turizem vključuje tudi uporabo obnovljivih virov energije in zmanjšanje količine odpadkov. To lahko vključuje uporabo obnovljivih virov energije, kot sta sončna in vetrna energija, ter izvajanje programov za zmanjševanje količine odpadkov in recikliranje.

Eno od ključnih načel krožnega turizma je ustvarjanje pozitivnega vpliva

na lokalne skupnosti. To lahko vključuje podporo lokalnim podjetjem, spodbujanje lokalne kulture in tradicije ter vključevanje v trajnostne turistične prakse, ki koristijo lokalnim prebivalcem.

Krožni turizem lahko pozitivno vpliva tudi na okolje. Z zmanjševanjem količine odpadkov, uporabo obnovljivih virov energije in spodbujanjem trajnostnih praks lahko krožni turizem pomaga zmanjšati negativni vpliv turizma na okolje.

Na splošno krožni turizem predstavlja nov način razmišljanja o turizmu, ki temelji na trajnosti, sodelovanju skupnosti in okoljski odgovornosti. S sprejetjem praks krožnega turizma lahko ustvarimo bolj trajnostno in odgovorno potovalno industrijo, ki koristi tako turistom kot lokalnim skupnostim.





1.2 Kaj je soustvarjanje?

Soustvarjanje je pogosto uporabljen izraz, ki mu podjetja, ki želijo strankam ponuditi boljše rešitve, namenjajo posebno pozornost. Ta podjetja se zavedajo, da v današnjem poslovnem ekosistemu podjetje ne more stati na mestu, saj je konkurenca večja kot kdaj koli prej in je globalna. To organizacije sili, da se bolj osredotočajo na razvoj izdelkov ali storitev, zato so pod stalnim pritiskom, da morajo uvajati inovacije, če želijo preživeti in rasti na trgu.



Soustvarjanje je proces sodelovanja, v katerem posamezniki z različnimi pogledi in strokovnim znanjem sodelujejo, da bi ustvarili nekaj novega ali izboljšali obstoječi izdelek, storitev ali sistem. Soustvarjanje pomeni odklop od tradicionalnih hierarhičnih struktur in odločanja od zgoraj navzdol k bolj vključujočemu in participativnemu pristopu, ki sprejema in poskuša vključiti prispevke vseh zainteresiranih strani.

Soustvarjanje ima lahko številne oblike, od vsebine, ki jo ustvarjajo uporabniki, do platform za odprte inovacije, in lahko vključuje številne zainteresirane strani, vključno s strankami, zaposlenimi, dobavitelji, partnerji in celo konkurenti. Cilj soustvarjanja je ustvariti nove zamisli in rešitve, ki bolje izpolnjujejo potrebe in želje deležnikov ter na koncu ustvarjajo večjo vrednost za vse vpletene.

Ključni vidik soustvarjanja je empatija ter razumevanje potreb in perspektiv različnih deležnikov. To lahko vključuje izvajanje uporabniških raziskav, dialog z zainteresiranimi stranmi in uporabo metodologij oblikovalskega razmišljanja za soustvarjanje rešitev, ki so bolj osredotočene na uporabnika.

Drug pomemben vidik soustvarjanja je uporaba tehnologije za lažje sodelovanje in komunikacijo med deležniki. To lahko vključuje spletna orodja za sodelovanje, platforme za virtualno resničnost in omrežja družbenih medijev, ki omogočajo povratne informacije in prispevke zainteresiranih strani iz vsega sveta v realnem času.

Soustvarjanje postaja vse pomembnejše v številnih panogah, vključno s tehnologijo, zdravstvom, trgovino in turizmom. Z vključevanjem zainteresiranih strani v proces oblikovanja in razvoja lahko podjetja ustvarijo izdelke in storitve, ki bolje izpolnjujejo njihove potrebe, hkrati pa gradijo močnejše odnose s strankami in partnerji.

Na splošno soustvarjanje predstavlja paradigmatški premik v načinu razmišljanja o inovacijah in ustvarjanju vrednosti. S sprejetjem bolj vključujočega in participativnega pristopa lahko ustvarimo rešitve, ki bolje izpolnjujejo potrebe vseh zainteresiranih strani in na koncu ustvarijo večjo vrednost za družbo kot celoto.





1.3 Zakaj je metodologija soustvarjanja smiselna za razvoj turističnih proizvodov?

Metodologija soustvarjanja je primerna za razvoj turističnih proizvodov iz več razlogov. Prvič, turizem je zelo raznolika in kompleksna panoga, soustvarjanje pa omogoča vključevanje številnih deležnikov v razvojni proces. To lahko vključuje lokalne prebivalce, turiste, turistične ponudnike, vladne agencije in druge organizacije. Z vključevanjem teh deležnikov v razvojni proces lahko soustvarjanje zagotovi, da so turistični proizvodi ustreznejši in bolj odzivni na potrebe vseh vključenih.

Drugič, soustvarjanje omogoča na uporabnika osredotočen pristop k razvoju turističnih proizvodov. Z vključevanjem turistov v proces razvoja lahko turistični ponudniki bolje razumejo potrebe in preference svoje ciljne skupine ter razvijajo proizvode in storitve, ki so bolj prilagojeni njihovim posebnim potrebam. To lahko privede do bolj zadovoljnih strank in navsezadnje do uspešnejših turističnih proizvodov.

Tretjič, soustvarjanje lahko pomaga spodbujati trajnost pri razvoju turističnih proizvodov. Z vključevanjem lokalnih prebivalcev v razvojni proces lahko soustvarjanje zagotovi, da se turistični proizvodi razvijajo na način, ki spoštuje lokalno kulturo, tradicijo in okolje. To lahko pomaga zmanjšati negativne vplive turizma na okolje in lokalne skupnosti ter hkrati spodbuja odgovorne turistične prakse.



Soustvarjanje lahko pomaga spodbujati inovativnost in ustvarjalnost pri razvoju turističnih proizvodov. Z vključevanjem različnih deležnikov v razvojni proces lahko soustvarjanje združi različne poglede in strokovno znanje, kar vodi k razvoju bolj inovativnih in ustvarjalnih turističnih proizvodov.

Na splošno je metodologija soustvarjanja upravičena za razvoj turističnih proizvodov, saj omogoča vključevanje širokega kroga zainteresiranih strani, spodbuja pristop, ki je bolj osredotočen na uporabnika, podpira trajnost ter spodbuja inovativnost in ustvarjalnost. S soustvarjanjem lahko turistični ponudniki razvijejo uspešnejše in trajnostne turistične proizvode, ki koristijo tako turistom kot lokalnim skupnostim.



1.4 Vloga deležnikov turističnega ekosistema v procesu soustvarjanja

Proces soustvarjanja pri razvoju turističnih proizvodov vključuje sodelovanje različnih deležnikov v turističnem ekosistemu. Ti deležniki imajo ključno vlogo pri oblikovanju turističnega proizvoda in doživetja. Uspeh soustvarjanja v turizmu je v veliki meri odvisen od aktivnega sodelovanja in zavezanosti teh deležnikov. V tem poglavju je raziskana vloga deležnikov v turističnem ekosistemu v procesu soustvarjanja.

- **Turisti:** turisti so ključni deležniki v procesu soustvarjanja. Zagotavljajo vpogled v svoje preference, potrebe in pričakovanja, ki so bistvenega pomena za razvoj turističnega proizvoda, ki ustreza njihovim potrebam. V procesu načrtovanja in razvoja imajo aktivno vlogo, saj delijo svoje izkušnje, zagotavljajo povratne informacije in predloge za izboljšave.
- **Ponudniki turističnih storitev:** ponudniki turističnih storitev so odgovorni za ustvarjanje in zagotavljanje turističnih proizvodov in doživetij. Imajo poglobljeno znanje o turističnem trgu in s svojim strokovnim znanjem lahko pomagajo oblikovati proces soustvarjanja. Lahko prispevajo k izvedljivosti turističnih proizvodov, opredelijo priložnosti za inovacije ter pomagajo pri oblikovanju in izvajanju proizvoda.
- **Lokalne skupnosti:** lokalne skupnosti so še en ključni akter v procesu soustvarjanja. Imajo pomembno vlogo pri oblikovanju turističnega proizvoda in doživetja, saj dajejo prepoznavnost lokalni kulturi, tradiciji in dediščini. Prispevajo lahko k razvoju turističnih proizvodov, ki so trajnostni in spoštujejo lokalno kulturo.
- **Vladni organi:** Vladni organi imajo pomembno vlogo v procesu soustvarjanja, saj zagotavljajo regulativni okvir, ki podpira trajnostni razvoj turizma. Turistične ponudnike lahko spodbujajo k razvoju trajnostnih turističnih proizvodov in zagotavljajo, da je razvoj turizma v skladu s splošno turistično strategijo regije.
- **nevladne organizacije in organizacije skupnosti:** Nevladne organizacije in organizacije, ki temeljijo na skupnosti, imajo lahko pomembno vlogo v procesu soustvarjanja, saj opozarjajo na družbena in okoljska vprašanja, povezana s turizmom. Zagotavljajo lahko smernice o trajnostnih turističnih praksah in pomagajo zagotoviti, da se turistični proizvodi razvijajo na način, ki koristi lokalnim skupnostim in varuje okolje.



Za zaključek naj povemo, da je uspeh soustvarjanja pri razvoju turističnih proizvodov v veliki meri odvisen od aktivnega sodelovanja in zavezanosti različnih deležnikov v turističnem ekosistemu. Turisti, ponudniki turističnih storitev, lokalne skupnosti, vladne agencije, nevladne organizacije in organizacije skupnosti imajo ključno vlogo pri ustvarjanju turističnega proizvoda in doživetja. S sodelovanjem in vključevanjem lahko turistični deležniki



1.5 Vključevanje razvoja turizma v lokalni razvoj

Razvoj turizma lahko pomembno vpliva na lokalno gospodarstvo, kulturo in okolje. Vključevanje razvoja turizma v lokalne razvojne načrte lahko zagotovi, da bodo koristi turizma čim večje, negativni vplivi pa čim manjši. Glavna področja, na katerih se ti vplivi kažejo, so:

Gospodarski razvoj: Turizem je lahko pomemben vir dohodka za lokalne skupnosti. Vključevanje razvoja turizma v lokalne razvojne načrte lahko ustvari nova delovna mesta, poveča lokalne dohodeke in spodbudi gospodarsko rast. Razvoj turističnih znamenitosti, nastanitev in restavracij lahko na primer ustvari nove poslovne priložnosti in podpre lokalno podjetniško dejavnost.

Razvoj skupnosti: turizem lahko prispeva tudi k razvoju skupnosti s spodbujanjem kulturne izmenjave ter ohranjanjem lokalnih tradicij in dediščine. Vključevanje razvoja turizma v lokalne razvojne načrte lahko zagotovi, da so turistični proizvodi zasnovani tako, da spoštujejo lokalno kulturo in koristijo skupnosti. Ponudniki turističnih storitev lahko na primer sodelujejo z lokalnimi obrtniki pri promociji njihovih rokodelskih izdelkov ali z lokalnimi organizacijami pri zagotavljanju kulturnega izobraževanja in izkušenj za turiste.

Okoljska trajnost: Vključevanje razvoja turizma v lokalne razvojne načrte lahko zagotovi, da so turistični proizvodi zasnovani tako, da varujejo okolje in spodbujajo trajnostne turistične prakse. Ponudniki turističnih storitev lahko na primer sodelujejo z lokalnimi okoljevarstvenimi organizacijami pri razvoju okolju prijaznih turističnih proizvodov, ki spodbujajo odgovorne turistične prakse in zmanjšujejo vpliv turizma na okolje.



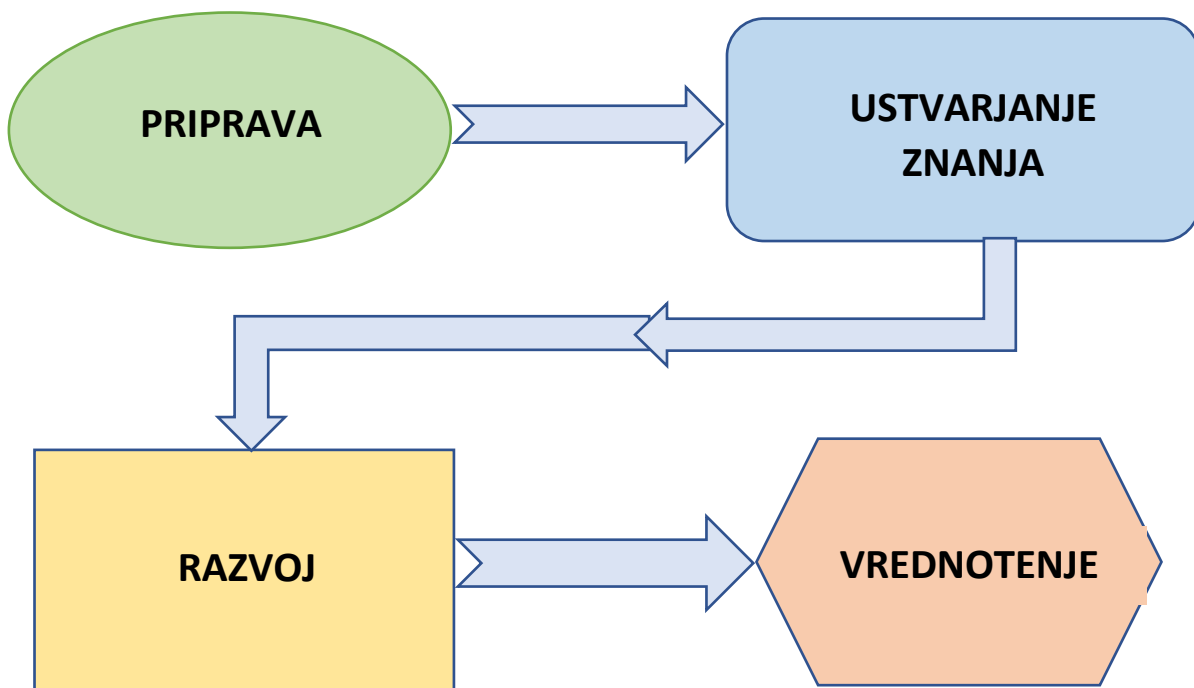
Razvoj infrastrukture: razvoj turizma lahko spodbuja tudi razvoj infrastrukture, kot so ceste, letališča in javni promet. Vključevanje razvoja turizma v lokalne razvojne načrte lahko zagotovi, da razvoj infrastrukture koristi tako turistični industriji kot lokalni skupnosti. Na primer, gradnja novega letališča lahko izboljša dostopnost za turiste, koristi pa lahko tudi lokalnim prebivalcem, saj zagotavlja nove zaposlitvene možnosti v gradbeništvu in letaliških storitvah.

Če povzamemo, lahko vključitev razvoja turizma v lokalni razvojni načrt prinese znatne koristi lokalni skupnosti. Prispeva lahko h gospodarski rasti, razvoju skupnosti, okoljski trajnosti in izboljšanju infrastrukture. Deležniki v turizmu in lokalni razvojni organi lahko sodelujejo na kooperativen in vključujoč način, da bi ustvarili turistične proizvode, ki koristijo.



2. Koraki soustvarjanja

V tem poglavju je podan pregled korakov, ki jih je treba izvesti za razvoj turističnega proizvoda ali storitve z uporabo metodologije soustvarjanja. Pomembno je poudariti, da je lahko postopek soustvarjanja glede na izdelek ali storitev, ki jo je treba razviti, zelo kompleksen in zapleten. Primer tega je lahko razvoj tehnologije, ki se uporablja na določenem medicinskem področju. Poleg tega je lahko postopek seveda tudi veliko bolj poenostavljen. V tem projektu se osredotočamo na razvoj in oblikovanje preprostih turističnih proizvodov in storitev v odročnih destinacijah. V skladu s tem bomo poskušali opisati postopek na čim bolj preprost način. Poleg tega je treba poudariti, da lahko oba postopka obravnavamo kot metodi soustvarjanja, saj so načela enaka. Spodnji grafični prikaz ponazarja postopek.





2.1 Priprava

Pripravljalni korak je bistveni del procesa soustvarjanja, ki postavlja temelje za uspešno sodelovanje. Pripravljalni korak soustvarjanja vključuje več ključnih dejavnosti, ki so ključne za uspeh procesa.

Prvi korak v postopku priprave je opredelitev ciljev procesa soustvarjanja. To vključuje opredelitev problema ali izziva, ki ga je treba rešiti, in opredelitev ciljev procesa soustvarjanja. Cilji morajo biti jasni, specifični in merljivi, da bo proces soustvarjanja osredotočen in učinkovit. V tem primeru mora ta korak vključevati opredelitev glavnih značilnosti turističnega proizvoda ali storitve, ki jo je treba razviti ali izboljšati. Kaj želimo ponuditi? Kdaj? Pod kakšnimi pogoji?



Drugi korak je opredelitev deležnikov, vključenih v proces soustvarjanja. To vključuje stranke, partnerje in druge pomembne deležnike. Pri tem je treba opredeliti, komu želimo ponuditi, kdo je ciljna skupina (pohodniki, družine, starejši itd.)? Kdo so potencialni sodelujoči partnerji? Kdo so konkurenti? Kdo so druge zainteresirane strani (javni organi, združenja itd.)?

Tretji korak v postopku priprave je opredelitev kanalov za doseganje in obveščanje zainteresiranih strani. Na kakšen način bodo zainteresirane strani dosegljive (elektronska pošta, osebna srečanja, vprašalniki, telefon itd.)? Te komunikacijske kanale je treba opredeliti za vsako zainteresirano stran posebej, saj ni univerzalne metode, ki bi ustrezala

vsem. Z drugim ponudnikom storitev v sosednji ulici je mogoče vzpostaviti osebni stik, z morebitnimi gosti ali turisti je mogoče vzpostaviti stik z vprašalnikom, z organi pa po elektronski pošti.

Četrty in zadnji korak v postopku priprave je določitev časovnega razporeda za postopek skupnega oblikovanja. To vključuje določitev rokov za vsako fazo skupnega oblikovanja in zagotovitev, da so vsi seznanjeni s časovnim načrtom. Časovni raspored mora biti realističen in prilagodljiv, da omogoča spremembe in prilagoditve, kadar je to potrebno.

Če povzamemo, je pripravljalni korak soustvarjanja ključni element procesa soustvarjanja. Vključuje opredelitev ciljev, identifikacijo zainteresiranih strani, določitev pravil sodelovanja in pripravo časovnega načrta. Z upoštevanjem teh korakov je soustvarjanje lahko učinkovit in sodelovalen pristop k reševanju problemov in razvoju rešitev.

V Prilogi 1 si lahko pomagata s povzetkom nalog, ki se izvajajo v tej fazi.





2.2 Ustvarjanje znanja

Faza soustvarjanja znanja je ključni korak v procesu soustvarjanja. Ta faza vključuje ustvarjanje novega znanja in spoznanj z vključevanjem zainteresiranih strani v proces sodelovanja. Cilj faze ustvarjanja znanja je uporabiti znanje in izkušnje vseh deležnikov za oblikovanje najboljših možnih rešitev za obravnavani problem ali izziv.

Prvi korak je zbiranje čim večjega števila informacij in znanja z omogočanjem procesa soustvarjanja z različnimi metodami. Pri tem gre predvsem za uporabo komunikacijskih kanalov, opredeljenih v pripravljalnem delu, seveda pa jih je mogoče dopolniti z dodatnimi orodji, kot so delavnice, brainstormingi »možganska neviht« ali druga orodja za sodelovanje. Te metode omogočajo deležnikom, da strukturirano in v sodelovanju izmenjujejo ideje, spoznanja in strokovno znanje. Pri enostavnejšem razvoju turističnega proizvoda je to faza, v kateri zbiramo informacije, potrebne za to, da bo naš proizvod najboljši, kot je lahko.



Kot izhodišče predlagamo, da se obrnete na tako imenovane druge zainteresirane strani. Poznavanje regulativnega in upravnega okolja nam bo omogočilo, da se izognemo vlaganju energije v zamisel, ki je zaradi zakonske določbe ni mogoče uresničiti.

Sledi ugotavljanje potreb potencialnih strank in turistov. Ciljna skupina turistov ima lahko posebne potrebe (npr. pri pohodništvu možnost shranjevanja in čiščenja

pohodniške opreme ali pri kopališkem turizmu možnost sušenja kopalk in brisač, če omenimo le najpreprostejše), ki jih je vredno predhodno ugotoviti, če pa imamo posebno idejo, lahko predhodno pridobimo informacije o njeni sprejemljivosti.

Ko ugotovite potrebe potencialnih strank, se obrnite na tiste, ki na trgu ponujajo dodatne storitve. Tu lahko svoje storitve naredimo bolj kompleksne in privlačne. Turistična storitev, ki ponuja več kot eno možnost, je za turiste vedno dragocenejša. Če na primer nekdo želi oddati zasebno nastanitev in je ob njej restavracija, lahko v sodelovanju z njo ponudi storitev zajtrka. Poleg tega preprostega primera obstaja še veliko podobnih priložnosti, če si naredite zemljevid svoje okolice.

Nazadnje se je treba uvesti tudi s potencialnimi konkurenti. Po eni strani je mogoče pridobiti informacije o njihovih izkušnjah na trgu. Po drugi strani pa je mogoče vzpostaviti tudi sodelovanje. Če se v danem primeru naveže stik z nastanitvijo, ki je za to obdobje že rezervirana, se lahko predlaga druga nastanitev, ki je običajno konkurenčna. To je lahko v veliko pomoč lokalnemu gospodarstvu.





Nato se analizira in sintetizira znanje, pridobljeno v procesu soustvarjanja. To vključuje pregled idej, spoznanj in rešitev, ki so jih predlagale zainteresirane strani, prepoznavanje skupnih tem, vzorcev in trendov ter prednostno razvrščanje in izbiro najboljših idej in rešitev. Z drugimi besedami, zbrane informacije se uporabijo za izbiro idej in sodelovanj, ki jih je mogoče najbolje uporabiti za razvoj izdelka ali storitve, ki jo želimo razviti. Izbrane zamisli in rešitve lahko nato nadalje razvijamo v izvedbeni fazi procesa soustvarjanja.

V Prilogi 2 si lahko pomagamo s povzetkom nalog, ki se izvajajo v tej fazi.

2.3 Razvoj

Razvojna faza je del procesa soustvarjanja, v katerem je treba zamisli, ustvarjene v fazi ustvarjanja znanja, pretvoriti v oprijemljive rezultate. V tej fazi projekt preide v fazo izvajanja. Izbrane ideje se vključijo v izvajanje. Pomembno je poudariti, da je vključevanje skupine soustvarjalcev, zainteresiranih strani, pogosto neizogibno in celo zaželeno.

Najprej mora izdelek ali storitev izpolnjevati zahteve zakonodajnega okolja. Organi morajo biti vključeni v izvajanje tako, da izpolnijo svoje obveznosti, opravijo vse potrebne registracije in pridobijo potrebna dovoljenja.

Na podlagi predhodno ocenjenih potreb potencialnih strank in turistov bo lastnik projekta začel izvajati vse potrebne naložbe ali kupovati potrebno opremo in objekte. Te lahko segajo od minimalnih (npr.



nakup sušilnikov za perilo, sušilnikov za lase) prek dražjih (npr. namestitvev klimatske naprave) do zelo velikih naložb (npr. namestitvev sončnih kolektorjev, druga gradbena dela).

Na tej stopnji je treba pripraviti podrobnosti o morebitnem sodelovanju z drugimi dobavitelji ali celo konkurenti. Opredeliti je treba finančne in materialne pogoje, pooblastila za odločanje in obveznosti. Priporočljivo je, da so ti določeni v

pogodbenem okviru, kolikor je to mogoče, da se preprečijo morebitne poznejše težave.

Zelo pomembno je tudi določiti pogoje za določanje cen izdelka ali storitve. Upoštevati je treba tudi morebitne popuste, ki so na voljo za različna obdobja ali celo za goste (npr. pred ali po sezoni, popusti za starejše, otroke ali družine). Druga možnost je oblikovanje različnih posebnih ponudbenih paketov.

Pomemben vidik razvojne faze sta lahko tudi testiranje in potrjevanje. Ti so lahko primerni tudi v turističnem sektorju, medtem ko so v drugih primerih nedvomno obvezni. Tako je lahko na primer pri testiranju medicinskih izdelkov ali celo računalniških programov. V turističnem sektorju obstaja tudi možnost, da se končni, razviti izdelek ali storitev ponovno predstavi zainteresiranim stranem in se o njem razpravlja. To je tudi možnost, da se ponovno pozanima za mnenje prihodnjih strank, turistov.

Na podlagi povratnih informacij na enozmogilni tek se lahko prilagoditi. V mnogih primerih pa je praksa takšna, da je prva turistična sezona tista, ko se razviti izdelek ali storitev preizkusi v realnih pogojih, pridobljene izkušnje pa se vključijo pozneje.





Razvojna faza procesa soustvarjanja je namenjena temu, da se ideja spremeni v dejanja. Z izpopolnjevanjem in preizkušanjem idej, ki so nastale v fazi snovanja zamisli, lahko skupina za soustvarjanje ustvari izvedljiv izdelek ali storitev, ki izpolnjuje potrebe vseh zainteresiranih strani. S sodelovanjem in povratnimi informacijami je mogoče soustvarjeno rešitev izpopolniti in izboljšati, da se zagotovi njen uspeh na trgu.

V Prilogi 3 si lahko pomagate s povzetkom nalog, ki se izvajajo v tej faz.

2.4 Vrednotenje

Faza vrednotenja je zadnja faza procesa soustvarjanja, v kateri se ocenita učinkovitost in uspešnost soustvarjenega izdelka ali storitve. Ta faza je ključna za ugotavljanje, ali je proces soustvarjanja uspešno dosegel svoje cilje in zadovoljil potrebe vseh deležnikov.



V fazi vrednotenja se zbirajo podatki in povratne informacije o soustvarjenem izdelku ali storitvi. Pri tem se lahko izvajajo ankete, analizirajo podatki o prodaji ali zbirajo povratne informacije od strank in drugih zainteresiranih strani. Te informacije se lahko uporabijo za oceno uspešnosti ustvarjene rešitve in za morebitne potrebne spremembe ali izboljšave.

Eden od ključnih vidikov faze vrednotenja je določitev vpliva soustvarjene rešitve na ciljni trg. To lahko vključuje merjenje dejavnikov, kot so zadovoljstvo strank, tržni delež in rast prihodkov. Z analizo teh podatkov je mogoče ugotoviti, ali je ustvarjeni izdelek ali storitev uspešno zadovoljila potrebe trga in dosegla svoje cilje.

Drugi pomemben vidik faze vrednotenja je trajnost izdelka ali storitve. To vključuje oceno dolgoročne sposobnosti preživetja ustvarjenega izdelka ali storitve ter opredelitev morebitnih tveganj ali izzivov, ki se lahko pojavijo. Lastnik projekta mora pri ocenjevanju trajnosti ustvarjenega izdelka ali storitve upoštevati dejavnike, kot so oblikovanje cen, distribucija in konkurenca.

Faza vrednotenja procesa soustvarjanja je ključna za ugotavljanje uspešnosti ustvarjenega izdelka ali storitve in opredelitev področij za izboljšave. Podatke je mogoče dobro zbrati z naknadno anketo o zadovoljstvu turistov, ki so uporabili izdelek ali storitev: pomemben vidik je tudi analiza prihodkov in stroškov, da se ugotovi, kako dobro izpolnjujejo pričakovanja. Te informacije se lahko uporabijo tudi za obveščanje o prihodnjih prizadevanjih za soustvarjanje in izboljšanje splošne učinkovitosti procesa soustvarjanja.





3. Certificiranje krožnih turističnih proizvodov in storitev

3.1 Certificiranje na področju krožnega turizma

Certifikacijski sistemi se uporabljajo v številnih panogah in sektorjih, da strankam, zainteresiranim stranem in regulatorjem zagotovijo, da izdelki, storitve in postopki izpolnjujejo določene standarde in zahteve. Certificacijski sistemi lahko nudijo številne prednosti. Certificiranje je pomembno orodje za zagotavljanje kakovosti in trajnosti tudi v turističnem sektorju. Z rastjo turistične industrije se je povečala potreba po standardih in smernicah za zagotavljanje odgovornega in trajnostnega upravljanja sektorja. Certificiranje lahko turističnemu sektorju prinese vrsto koristi, med drugim:

- Zagotavljanje kakovosti: Certificiranje lahko pomaga zagotoviti, da hoteli, letovišča in druga turistična podjetja izpolnjujejo posebne standarde kakovosti. Z upoštevanjem teh standardov lahko podjetja izboljšajo zadovoljstvo strank in si ustvarijo ugled odličnosti.
- Trajnost: Certificiranje lahko pomaga zagotoviti, da se turistična podjetja upravljajo trajnostno. S spodbujanjem trajnostnih praks, kot so energetska učinkovitost, zmanjševanje količine odpadkov in varčevanje z vodo, lahko certificiranje pomaga zmanjšati vpliv turizma na okolje in lokalne skupnosti.
- Zaupanje strank: Certificiranje lahko strankam zagotovi zaupanje, da turistično podjetje, ki ga obiskujejo, izpolnjuje določene standarde kakovosti in trajnosti. To lahko pripomore k zvestobi strank in spodbuja ponavljajoče se poslovanje
- Konkurenčna prednost: Certificiranje lahko turističnim podjetjem zagotovi konkurenčno prednost, saj dokazuje njihovo zavezanost kakovosti in trajnosti. Z izpolnjevanjem standardov, določenih v postopku certificiranja, se lahko podjetja razlikujejo od svojih konkurentov in pritegnejo več strank.
- Skladnost s predpisi: Certificiranje lahko turističnim podjetjem pomaga pri izpolnjevanju regulativnih zahtev, povezanih s kakovostjo, varnostjo in trajnostjo. Z izpolnjevanjem teh zahtev se lahko podjetja izogonejo kaznim in drugim posledicam neskladnosti.



V turističnem sektorju je bilo razvitih več programov certificiranja za zagotavljanje kakovosti in trajnosti. Svet za globalni trajnostni turizem (GSTC) na primer ponuja nabor globalnih standardov za trajnostni turizem, medtem ko se certifikacijski program Green Globe osredotoča na trajnost v gostinstvu. Ti programi zagotavljajo jasen okvir, po katerem se lahko ravna turistična podjetja, da bi zagotovila izpolnjevanje visokih standardov kakovosti in trajnosti.

Na splošno je certificiranje pomembno orodje za zagotavljanje kakovosti in trajnosti v turističnem sektorju. S spodbujanjem odgovornih praks in zagotavljanjem standardiziranega okvira za zagotavljanje kakovosti lahko certificiranje pripomore h krepitvi zaupanja strank, zagotavlja





3.2 Prednosti in razvoj sistema certificiranja lokalnega turizma

Ključna značilnost krožnega turizma je, da pozitivno prispeva k življenju lokalne skupnosti z gospodarskega, okoljskega ali kulturnega vidika. Ker metodologija soustvarjanja v razvoj turističnega proizvoda ali storitve vključuje lokalne deležnike (lokalne oblasti, lokalne nevladne organizacije ali turistična združenja, lokalne ponudnike turističnih storitev ali druga podjetja), bo turistični proizvod, razvit po tej metodologiji, verjetno ustrezal trajnostnemu krožnemu turizmu in bo v interesu lokalne skupnosti.



Glede na zgoraj navedeno bi bilo morda vredno razmisliti o razvoju lokalne certifikacijske sheme, ki bi jasno potrjevala, da je bil proizvod ponudnika turističnih storitev razvit z uporabo te metodologije in da so bili pri njegovem razvoju upoštevani interesi lokalne skupnosti. Turisti, ki cenijo trajnostni turizem, bodo tovrstno certificiranje zagotovo sprejeli pozitivno. Teh turistov je v današnjem času na srečo vedno več in treba je poudariti, da lahko vsaka destinacija od velikega števila takšnih turistov samo koristi. Poleg trajnostnega razvoja okolice si ti turisti prizadevajo tudi za ohranjanje lokalne tradicije in kulture ter podpirajo lokalno gospodarstvo.

Priporoča se, da je metodologija soustvarjanja tudi podlaga za razvoj sistema certificiranja lokalnega turizma in da je treba zagotoviti široko vključenost lokalnih zainteresiranih strani. Načeloma bi morala vodenje procesa in delovanje sistema prevzeti lokalno turistično združenje ali lokalna občina.

Priprava sistema certificiranja lokalnega turizma vključuje več korakov, ki zajemajo:

- **Raziskovanje in načrtovanje:** Ta korak vključuje raziskavo o trenutnem stanju lokalnega turizma ter ugotavljanje potreb in pričakovanj turistov. Te informacije se lahko uporabijo za načrtovanje sistema certificiranja in določitev meril za certificiranje.
- **Opredelitev meril:** Na podlagi raziskav in načrtovanja je treba opredeliti vrsto meril, ki jih morajo podjetja in storitve izpolnjevati za pridobitev certifikata. Ta merila lahko vključujejo dejavnike, kot so okoljska trajnost, storitve za stranke in varnost.
- **Razvoj postopka vrednotenja:** Razviti je treba postopek vrednotenja, ki se bo uporabljal za ocenjevanje skladnosti podjetij in storitev s certifikacijskimi merili. Ta postopek lahko vključuje obiske na kraju samem, razgovore z osebjem in pregled dokumentacije.
- **Komunikacija in sodelovanje:** O sistemu certificiranja je treba obveščati lokalna podjetja in storitve ter jih spodbujati k sodelovanju. Jasno je treba pojasniti prednosti certificiranja, podjetjem pa je treba dati navodila za izpolnjevanje meril.
- **Izvajanje:** Sistem certificiranja je treba izvajati, podjetja pa ocenjevati na podlagi opredeljenih meril. Certifikat je treba podeliti tistim, ki izpolnjujejo zahteve.
- **Spremljanje in izboljševanje:** Sistem certificiranja je treba redno spremljati, da se zagotovi njegova učinkovitost in ustreznost. Na podlagi povratnih informacij certificiranih podjetij in turistov je treba opredeliti področja, ki jih je treba izboljšati in po potrebi uvesti spremembe.
- **Promocija:** Sistem certificiranja je treba promovirati med potencialnimi turisti, da bi jih spodbudili k obisku certificiranih podjetij in storitev. Poudariti je treba prednosti certificiranja, certificirana podjetja pa morajo imeti na vidnem mestu logotip certifikata.



PRILOGE

Priloga št. 1: Povzetek pripravljalne faze procesa soustvarjanja

1. Podroben opis načrtovanega turističnega prostora/storitve

Ime in kratek opis ponudnika turističnih storitev (lastnika projekta).

približno 600 znakov

Opis lokacije turistične storitve

(geografske značilnosti, dostopnost, gospodarske in družbene značilnosti, regulativno okolje, če je primerno).

približno 2000 znakov

Opis posebnega turističnega proizvoda ali storitve (Kaj točno želi ponudnik storitve ponuditi? Kakšne so značilnosti storitve ali nepremičnine, kdaj je izdelek ali storitev na voljo, kakšni so pogoji uporabe itd.)

približno 2000 znakov





2. Določite deležnike, ki so lahko vključeni v proces soustvarjanja.

Opredelitev potencialnih gostov, turistov, ki bodo uporabljali storitev (na katero vrsto gostov, turistov je storitev usmerjena? Starostna skupina, interesno področje, dohodek, družbeni položaj itd.)

približno 1000 znakov

Določite konkurente na trgu (kdo so tisti, ki ponujajo enako, zelo podobno ali nadomestno ponudbo).

približno 1000 znakov

Določite ponudnike dopolnilnih storitev na trgu (katere storitve so prisotne na trgu in jih je mogoče uporabiti za ponudbo kompleksnejšega paketa turistom?)

približno 1000 znakov

Opredelitev drugih zainteresiranih strani, ki bi lahko vplivale na turistični proizvod ali storitev (lahko vključujejo lokalne organe, druge javne organe, turistične organizacije itd.).

približno 1000 znakov





3. Opredelite komunikacijske poti in načine ozaveščanja (za vsako od zainteresiranih strani, opredeljenih v prejšnji točki, določite načine ozaveščanja in komunikacijske poti).

približno 1000 znakov

4. Sestavite časovni načrt za celoten proces soustvarjanja

(korak za korakom, za vsako fazo določite realen datum, vendar pustite potrebno prožnost)





Priloga št. 2: Povzetek faze ustvarjanja znanja v procesu soustvarjanja

1. Podroben opis zbiranja informacij z drugimi zainteresiranimi deležniki.

Opis načina stika in komunikacijskega kanala.

približno 600 znakov

Opis zbranih informacij in znanja.

približno 1500 znakov

2. Podroben opis zbiranja informacij s potencialnimi strankami, turisti.

Opis načina stika in komunikacijskega kanala.

približno 600 znakov

Opis zbranih informacij in znanja.

približno 1500 znakov





3. Podroben opis zbiranja informacij pri ponudnikih dodatnih storitev.

Opis načina stika in komunikacijskega kanala.
približno 600 znakov

Opis zbranih informacij in znanja.
približno 1500 znakov

4. Podroben opis zbiranja informacij pri potencialnih konkurentih

Opis načina stika in komunikacijskega kanala.
približno 600 znakov

Opis zbranih informacij in znanja.
približno 1500 znakov





5. Seznam izbranih idej in rešitev, ki so lahko temelj razvojne faze.

Navedite seznam idej, ki jih boste uporabili pri izvajanju turističnega proizvoda ali storitve.

Priloga št. 3: Povzetek razvojne faze procesa soustvarjanja

1. Podrobno opišite korake, ki so potrebni za ustvarjanje novega turističnega proizvoda ali storitve.

Doseganje skladnosti s pravnim in zakonskim področjem.

(Opišite, katero zakonodajo je bilo treba upoštevati in kako je bila dosežena skladnost).

približno 1500 znakov

Opišite, katere izboljšave je bilo treba izvesti, da bi zadostili potrebam prihodnjih gostov in turistov.

približno 1500 znakov

Opišite, kako ste razvili partnerstva z drugimi lokalnimi ponudniki storitev ali konkurenti, da bi povečali kompleksnost svojega izdelka ali storitve.

približno 1500 znakov





2. Opišite svoj turistični izdelek ali storitev, ki je rezultat procesa. Pojasnite, kako se izdelek ali storitev razlikuje od prvotno načrtovanega. Opišite tudi oblikovanje cen.

približno 3000 znakov

