

КАК ДА АНГАЖИРАМЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ ЛИЦА В РАЗРАБОТВАНЕТО НА ДОСТЪПЕН ПРОДУКТ



ACCESS IT

1. ЗА КАКВО СЕ ОТНАСЯ ТОВА РЪКОВОДСТВО?

Настоящото ръководство разглежда ползите от включването на различните участници в създаването на продукт, като идентифицира основните заинтересовани страни и предоставя различни инструменти за привличането им. Освен това, предлага описание на планиране на процеса на участие.

2. КОЙ МОЖЕ ДА СЕ ВЪЗПОЛЗВА ОТ ТОВА РЪКОВОДСТВО?

Това ръководство е създадено с цел всички заинтересовани страни да си сътрудничат за постигане на най-високо ниво на достъпност по цялата верига на туристическото потребление: организации на хора с увреждания / НПО, правителствени агенции, академични институции и частния сектор.

3. КАК ДА ПОПУЛЯРИЗИРАТЕ БИЗНЕСА СИ ПО ДОСТЪПЕН НАЧИН?

Това е процес, който носи големи ползи за компаниите, но изисква предварителна подготовка: определяне на групи по интереси, форма на участие, изготвяне на план и неговото изпълнение.

- Процесът на съвместно създаване включва ангажиране на заинтересованите страни на **ранен етап**, когато вариантите са отворени и могат да повлияят на резултата, споделяне на знания и идеи с възможност за включването им в окончателното решение.
- **Основните ползи** от добре планирания и осъществен процес на ангажиране на заинтересованите страни са: информирани решения, собственост, трайна промяна, избягване или управление на конфликти и намаляване на разходите.
- **Идентифицирането на групите по интереси** е свързано с определянето на ролята и интересите на различните групи и въз основа на това да се определи какво искаме да постигнем и какъв е най-подходящият начин за включване на тези групи.
- Съществуват различни **начини за включване на заинтересованите страни** в процесите на планиране, вземане на решения и изпълнение.
- Заинтересованите страни могат да участват под различна форма:
 - ✓ Споделяне на информация
 - ✓ Събиране на информация
 - ✓ Консултация
 - ✓ Споделено вземане на решения



4. ПЛАНИРАНЕ НА ПРОЦЕСА НА УЧАСТИЕ

За да се определи ефективен план за участие на заинтересованите страни, ключов въпрос е да се **познават добре текущите партньорства** в целевия регион. Съществуващите и новите партньорства могат да бъдат описани като мрежи и клъстери.

В зависимост от зрелостта на туристическата дестинация е възможно да се обособи отделна структура, която да координира и управлява общите инициативи в областта на туризма - **Организация за управление на дестинациите**. Ако такава отделна организация не съществува, обикновено координационните и маркетинговите функции са в компетенциите на местните публични власти.

Пример за успешно сътрудничество между публични органи и други организации е [Ръководството за достъпни пътувания](#), разработено от Съвета на Мадрид, съвместно с Predif (неправителствена организация, представляваща хора с увреждания) и други туристически организации.

С изключение на идеалния случай, когато съществува добре развита организация за управление на дестинацията, която е в състояние да включи целта за достъпен туризъм в своята рамка, реалността обикновено включва фрагментирани партньорства и мрежи между различни местни участници.

В зависимост от ситуацията, подходът, използван за **включване на местния бизнес**, включва някои или всички от следните **стратегии**:

- ✓ включване на инициативата за достъпен туризъм в рамките на съществуващ местен орган за координация на туризма;
- ✓ идентифициране на предприятия за сътрудничество, които да се включат в специална местна мрежа за достъпен туризъм;
- ✓ интервюиране на отделните предприятия, за да се идентифицират техните компетенции и да се потърсят общи точки между тях, които могат да послужат като стимули за сътрудничество.

Взаимодействието между местните участници в туризма създава потенциал за разработване на съвместни предложения между тях, включително услуги за хора със специални нужди.

Съществен инструмент за ангажиране на заинтересованите страни с каузата са **информационните кампании за повишаване на осведомеността** относно значението и ползите от достъпността. Основните **стъпки при** провеждането на информационните кампании са:

- ✓ Определяне на целевите групи
- ✓ Разпространение на основното послание
- ✓ Изготвяне на съдържанието
- ✓ Времева рамка.

Набирането на средства е от съществено значение за всяка кауза, за да изпълни мисията си. Могат да се посочат два основни подхода:

- ✓ кандидатстване за публични средства или
- ✓ набиране на средства чрез дарения.

Повече за **принципите на ефективното набиране на средства можете** да прочетете тук:

<https://www.hawthornbusinessgroup.co.uk/principles-effective-fundraising/>