

# JAK ZAANGAŻOWAĆ INTERESARIUSZY W ROZWÓJ PRODUKTU DOSTĘPNEGO



ACCESS IT

## 1. CZEGO TE WSKAZÓWKI DOTYCZĄ?

Niniejsze wytyczne przedstawiają korzyści płynące z zaangażowania różnych agentów w tworzenie produktu, identyfikując głównych interesariuszy i zapewniając różne narzędzia, aby je zaangażować. Dodatkowo załączono opis planu procesu partycypacyjnego.

## 2. KTO MOŻE SKORZYSTAĆ Z TYCH WSKAZÓWEK?

Niniejsze wytyczne zostały stworzone z myślą o współpracy wszystkich interesariuszy w celu osiągnięcia najwyższego poziomu dostępności w całym łańcuchu konsumpcji turystycznej: organizacje osób niepełnosprawnych / organizacje pozarządowe, agencje rządowe, instytucje akademickie i sektor prywatny.

## 3. JAK W PRZYSTĘPNY SPOSÓB PROMOWAĆ SWÓJ BIZNES?

Jest to proces, który przynosi firmom ogromne korzyści, ale wymaga wyprzedzenia jego przygotowania: identyfikacji grup interesu, formy uczestnictwa, przygotowania planu i jego realizacji.

- Proces współtworzenia obejmuje zaangażowanie interesariuszy na **wczesnym etapie**, kiedy opcje są otwarte i mogą wpłynąć na wynik, dzielenie się wiedzą i pomysłami z możliwością włączenia ich do ostatecznej decyzji.
- **Kluczowe korzyści** z dobrze zaplanowanego i wdrożonego procesu zaangażowania interesariuszy to: świadome decyzje, własność, trwała zmiana, unikanie konfliktów lub zarządzanie nimi oraz zmniejszenie kosztów.
- **Identyfikacja grup interesu** wiąże się z identyfikacją ról i interesów różnych grup i na tej podstawie określamy, co chcemy osiągnąć i jaki jest najwłaściwszy sposób zaangażowania tych grup.
- Istnieją **różne sposoby angażowania interesariuszy** w procesy planowania, podejmowania decyzji i wdrażania.
- Interesariusze mogą uczestniczyć w różnych formach:
  - ✓ Udostępnianie informacji
  - ✓ Zbieranie informacji
  - ✓ Konsultacje
  - ✓ Wspólne podejmowanie decyzji



## 4. PLANOWANIE PROCESU PARTYCYPACYJNEGO

Aby zdefiniować skuteczny plan udziału interesariuszy, kluczową kwestią jest **dobra znajomość trwających partnerstw** w regionie docelowym. Istniejące i nowe partnerstwa można opisać jako sieci i klastry.

W zależności od dojrzałości destynacji turystycznej możliwe jest, że do koordynacji i zarządzania wspólnymi inicjatywami w zakresie turystyki dedykowana jest odrębna struktura – **Organizacja Zarządzania Ośrodkiem (OZO)**. Jeżeli taka odrębna organizacja nie istnieje, zazwyczaj funkcje koordynacyjne i marketingowe należą do kompetencji lokalnych władz publicznych.

Przykładem udanej współpracy między organami publicznymi i innymi organizacjami jest dostępny przewodnik turystyczny [Accessible Travel Guide](#) opracowany przez Radę Madrytu we współpracy z Predif (organizacją pozarządową reprezentującą osoby niepełnosprawne) i innymi organizacjami turystycznymi.

Z wyjątkiem idealnego przypadku, w którym istnieje dobrze rozwinięty OZO i jest w stanie uwzględnić w swoich ramach cel dostępnej turystyki, rzeczywistość zazwyczaj obejmuje fragmentaryczne partnerstwa i sieci między różnymi podmiotami lokalnymi.

W zależności od sytuacji podejście stosowane **do zaangażowania lokalnych przedsiębiorstw** obejmuje niektóre lub wszystkie z poniższych **strategii**:

- ✓ włączyć inicjatywę dostępnej turystyki do istniejącego lokalnego organu koordynującego turystykę;
- ✓ zidentyfikować współpracujące przedsiębiorstwa, aby stać się częścią dedykowanej lokalnej dostępnej sieci turystycznej;
- ✓ przeprowadzaj wywiady z różnymi firmami, aby określić ich kompetencje i szukać wspólnych płaszczyzn, które mogą stanowić zachętę do współpracy.

Interakcje między lokalnymi aktorami turystyki tworzą potencjał do rozwoju wspólnych ofert między nimi, w tym usług dla osób o specjalnych potrzebach.

Niezbędnym instrumentem angażowania interesariuszy w sprawę są kampanie informacyjne mające na celu podnoszenie świadomości na temat znaczenia i korzyści związanych z dostępnością. Główne etapy realizacji kampanii informacyjnych to:

- ✓ Definicja grup docelowych
- ✓ Komunikacja głównego przesłania
- ✓ Produkcja treści
- ✓ Ramy czasowe.

**Pozyskiwanie funduszy** jest w istocie dla każdej sprawy, aby wypełnić swoją misję. Można zwrócić uwagę na dwa główne podejścia:

- ✓ ubiegać się o środki publiczne lub
- ✓ pozyskiwać fundusze poprzez darowizny.

Więcej o **zasadach skutecznego pozyskiwania funduszy** można przeczytać tutaj: <https://www.hawthornbusinessgroup.co.uk/principles-effective-fundraising/>