

EXPERIENCE
PEOPLE & CULTURE
IN EUROPE



turismi käsiraamat

Käsiraamat kultuurilise osalusturismi kontseptsiooni
arendamiseks Euroopa maapiirkondades



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas.



► CULTrips - käsiraamat

2

► Turismi käsiraamat

Käsiraamat kultuurilise osalusturismi kontseptsiooni arendamiseks Euroopa maapiirkondades

See käsiraamat on rahvusvahelise Euroopa Liidu LEADER projekti töötulemus, mis viidi ellu Austria, Soome, Eesti, Itaalia ja Luxemburgi regioonides

Käsiraamatu toimetajad :

Joachim Albrech, Anita Augustin, Franziska Klein,
Petra Struckmeyer tihedas koostöös partner-regioonidega.

Avaldatud CULTrips projekti partnerite poolt esindatud juhtpartneri kaudu:

d'Millen asbl - 103, Huewelerstrooss
L-8521 Beckerich - Luxembourg

Käsikiri on lõpetatud septembris 2013.
Originaal inglise keeles
Copyright 2013

Viitamisel ja kasutamisel viidata allikale

Lisatud

- CULTrips joonised Taurus pro, graafiline kujundus Pixelio
- CULTrips fotod: TAURUS pro ja partner –regioonide KTG-d
- Graafiline kujundus ja CULTrips regioonide kaartide kujundus Graphisterie Générale, Steinfort, Luxembourg

Projekti töönimetus on CULTrips. Seda nime on kasutatud läbi kogu käsiraamatu. Alates projekti alustamisest kasutasime me järgnevat logo

Projekti lõpus me korraldasime konkursi leidmaks põhilogo, mis on nüüd juba kasutatud ka käsiraamatus. Me otsustasime tulevikus kasutada nimekuju CultTrips

Kodulehed on leitavad mõlemal nimekujul
www.cultrips.org ja www.cult-trips.org



3



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture
et du Développement rural



Erkenn-, Waren- ja umweltschutz
Centre for Economic Development, Transport and the Environment



Supported by:



REPUBBLICA
ITALIANA



ITAL VALLE D'AOSTA E DOBILITE



REGIONE LOMBARDIA



INITIATIVE
FÜR NEUE
ZEITKULTUR.AT



Supported by:



Raplamaa
Partnerluskogu
LEADER

LEADER
EESTI



► 1. Käsiraamatust	5
► 2. Saamislugu	6
► 3. Mis on CULTripsi "vahetu kasu"	18
► 4. Mis on peamised sammud elluviimiseks?	23
► 5. Miks on hindamine tulemuslik protsessi käigus?	48
► 6. Missugused edasised sammud on võimalikud tulevikus?	54

► Mis on käsiraamatu eesmärk?

Käesolev raamat on Euroopa Liidu projekti tulemus [rahvusvaheline koostöö LEADER programmi raames], mille algne eesmärk oli töötada välja kohandatav ja jätkusuutlik kultuurilise ja uuendusliku turismi kontseptsioon, mida oleks võimalik sobitada ka teistes maapiirkondades ning kasutada teistes olukordades. Seetõttu on käsiraamat kavandatud andmaks **samm-sammulisi juhtnööre**, kuidas tegelikult juurutada osalusturismi konseptuaalset lähenemist toetudes parimatele näidetele CULTripsi protsessi käigus.

► Kes võiks seda käsiraamatut kasutada?

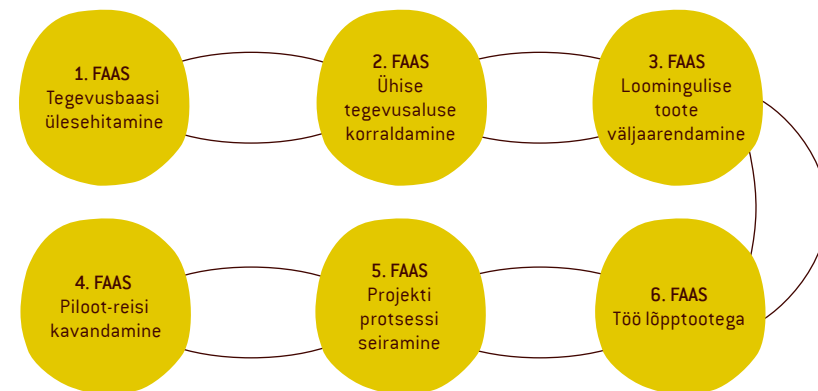
See käsiraamat on koostatud toetamaks maapiirkondade juhte, asutusi, mittetulundusühendusi, aga samuti ka turismialal tegutsejaid, kes soovivad juurutada jätkusuutlikku kultuurilise ja uuendusliku turismi projekti ja vajavad juhtnööre kavatsuse elluviimiseks.

► Kuidas kasutada seda käsiraamatut?

Käsiraamat esitab järk-järgulise lähenemise meetodi kui juhtnööri juurutamiseks, mis on kujutatud joonisel 1. On soovitatav järgida neid tegevusfaase nii vahetult kui võimalik, kuigi mõned faasid võivad olla ka ühendatud.

Näited CULTrips ja osalevate piirkondade kohta nii nagu ka edulood on ära toodud selleks, et näidata konkreetseid tulemusi ja illustreerida protsessi käiku. Raamatus on samuti mitmeid erinevaid juhendeid, mis on kasulikud projekti protsessi käigus. Käsiraamat näitab erinevaid meetmeid, mida on kasutatud CULTrips jaoks ja mille kasulikkust on hinnatud projekti partnerite endi poolt.

Joonis 1:
Käsiraamatu
kohaselt
toimuv
järg-järguline
lähenemine



► Miks selle projektiga algust tehti?

Juhtiv LEADER kohalik tegevusgrupp (KTG) Redange Wiltz koos maaelu arendusorganisatsiooniga d'Millen Luxemburgis, kavatses juurutada Euroopa turismi projekti. Projekt oli suunatud vastamaks järjest suurenevale nõudlusele individuaalsele soovijatel ehtsa kogemuse saamiseks, eriti kultuuri ja turismi valdkonnas. Kavandatud projekt viis omakorda mõttele arendada välja eriline kultuurilise turismi alane lähenemine, mis eristuks ja vastanduks traditsioonilisele kultuuriturismile, mis liiguks erinevalt peavoolu turismikontseptsioonist ja mis muutuks osaks kohaliku piirkonna arendamisest.

Seetõttu suunati uus lähenemine keskenduma kohalike elanike osalusele ja kaasamisele, tugeva fokuseerimisega jätkusuutlikusele. Võtmeküsimuseks oli luua head suhted külaliste - turistide ning kohalike elanike vahel (vahetu kasu), soodustada kultuuridevahelist tundmaõppimist ja kohalike tavade kogemist läbi ehtsate tegevuste.

Veelgi enam innustas meid rahvustevaheline läbikäimise edenemine teiste Euroopa maapiirkondadega. Projekti rahvusvahelises tähendas, et kõik piirkonnad saavad kogemuste vahetust korraldada osalemise teel ja toetavad üks teist turismitoodete seiramise ja hindamise kaudu. Lisaks veel projekti rahvusvaheline olemus toetas piirkondade kultuurivahetust, mis tähendas, et pärast iga kokkusaamist või piloot-reisi hakkaksid inimesed paremini tunnetama ka omaenda kultuuri, traditsioone ja eluviisi.

KTG Redange Wiltz otsis sobivaid KTG partnereid EL maapiirkondades. Lisaks sisemisele motiveeritusele projekti eesmärkide kohta, oli vajalik leida sarnase ülesehitusega KTG-d. Projekt CULTripsi LEADER periood kestis septembrist 2010 kuni detsembrini 2014.

Projektis osalesid järgmised partnerid:

► Redange-Wiltz KTG

koosneb Redange ja Wiltzi maakondadest. Redange maakonnas oli 2010. aastal 521 saabuvat turisti (125 kohalikku ja 396 välismaalt), üleöö majutusi 2059, Wiltzi maakonnas 26 350 turisti (2 395 kohalikku ja 23 955 rahvusvahelist) ning 103 770 üleöö majutust. Arvestades Luxemburi väikest pindala on loomulik, et välituristide arv ületab oluliselt kohalike turistide oma.

Luxemburgis on välja pakkuda:

- suur erinev valik maastikke suhteliselt väikesel maa-alal: Ardenni mägede platoo põhjaosas koos paljude sügavate jõeorgudega, metsadega ja karjamaadega; viinamarja kasvatuse alad kaguosas, nn väike Shveits idaosas, punaste kaljude piirkonda edelaosas
- kultuurilist pärandit tutvustavad arvukad lossid ja kindlused, mis tunnistavad maa muutusterikkast ajaloost
- kultuurilised erinevused, Luxemburg on suure immigrandide arvuga, (44,5% elanikest) riik, suurim osa on portugali päritoluga

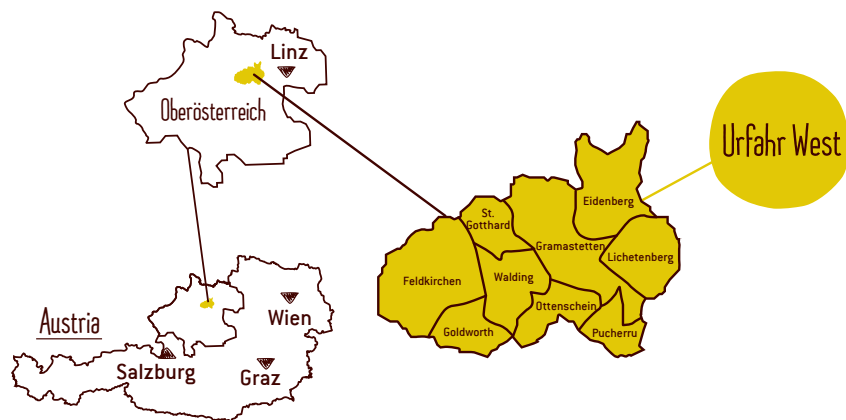


► KTG Urfahr- West

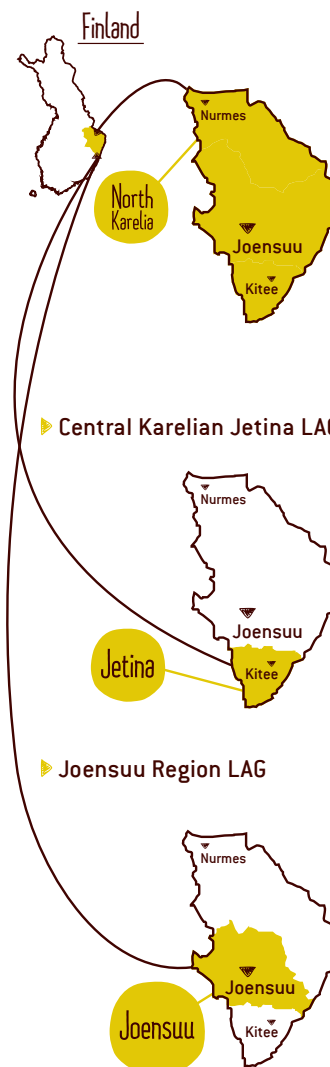
on Ülem-Austria piirkond, asub nelja valla Eidenberg, Feldkirchen, Ottensheim ja Walding aladel. Aastas on siin 20 528 saabuvat turisti ja 45 175 üleöö majutust. Piirkonnas on 33 (suviti 38) majutusasutust, voodikohti on 467.

Piirkonna vaatamisväärsused:

- üleminekuala linnapiirkonnast (Linz) külade piirkonnani (Mühlviertel), kus on eristunud selgelt lausmaa Doonau kallastel ning madalad mäed Mühlviertelis kui suure potentsiaaliga puhkuse ja loodusturismi roheala
- elanikkond on hea haridusega ja koosneb suures osas nn uusasukatest, linnast maale elama kolinutest
- kultuur ei ole nii pärimuslik, kuid eelkõige kaasaegne elav kultuuritegevus uudsete sündmuste ja kaasaegse arhitektuuriga. Piirkond on tuntud kaasaegse kultuuriloomest



► KTG-d Joensuu ja Jetina Põhja - Karjalast



Karjala on ajalooline piiriala Ida ja Läne vahel. Mitmeid aastaid on turism olnud piirkonna arenevaid majandusharusid. 2010.a. oli piirkonnas 267 349 turistide saabumist ning 468 454 majutust 47 majutusettevõttes, kus kokku on 4 167 voodikohta. Viimastel aastatel on suurenenud paljuski Vene turistide arv, 2012.a. tuli üle 1,5 miljonit reisijat Niitla piiripunkti kaudu. Piirkondlik turismi turundusettevõte Karelia Expert Tourist Service Ltd. on määrtlenud järgmised turismiobjektid ja teemad: Koli mägi kui Soome rahvusliku looduse süda, Joensuu linn kui Karjala keskus, Karjala kultuur, Karjala toidud, puhkuseks sobiv loodus, neli selgesti eristuvat aastaaga.

Kesk-Karjala KTG Jetina

- Kesk-Karjala piirkond asetseb Põhja-Karjala maakonnas Ida-Soomes Vene piiri ääres. Piirkond koosneb kolme omavalitsuse, Kiie, Rääkkylä ja Tohmajärvi aladest kokku 19 tuhande elanikuga. Pooled töökohad on teenindussektoris ja viiendik tööstuslikus tootmise sektoris.
- Maastikku iseloomustavad laiad metsa-alad ja järved
- piirkond on tuntud oma kultuuri, s.h. rahvamuusika poolest associations.

Joensuu KTG

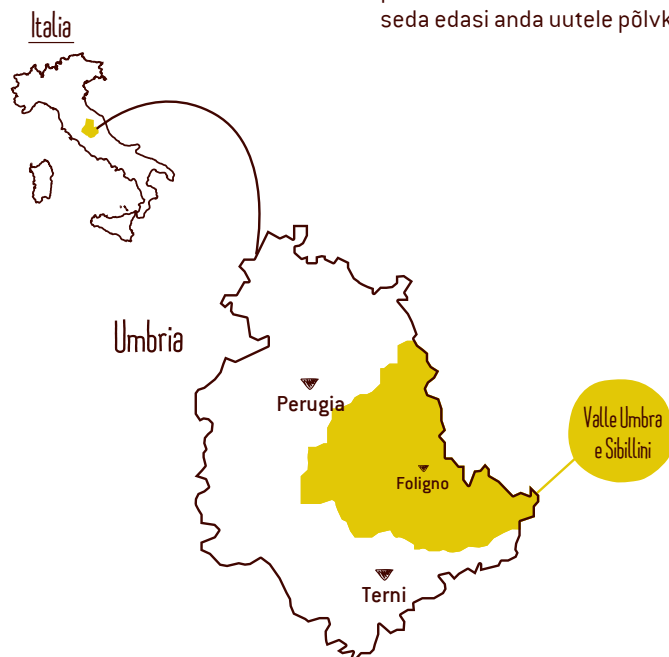
- Joensuu piirkond asetseb Põhja Karjalas Ida-Soomes. Joensuu on halduskeskus 74 tuhande elanikuga. Teenindussektor annab kaks kolmandikku ja tööstuslik tootmine viiendiku töökohtadest
- Piirkonna maastikus domineerivad laiad metsa-alad ja mitmed suured järved, mis kujutavad osa Saimaa veeteede süsteemist Läänemereni.
- Kohalik kultuurielu põhineb eeskätt mittetulundusühendustel

► KTG Valle Umbra e Sibillini

on Kesk-Itaalia Foligno piirkonna osa, kus aastas on 178 533 turistide saabumist, s.h. 148 680 kodu- ja 29 853 välismaist ning 481 280 üleöö majutust, s.h. 415 482 kodu- ja 114 798 välismaist. Foligno piirkonnas on 457 majutusasutust 8544 voodikohaga. Nendest 251 majutuskohast on nn agroturismi majutuskohad.

Umbria oru ja Sibillini mägede tutvumismäärtused on:

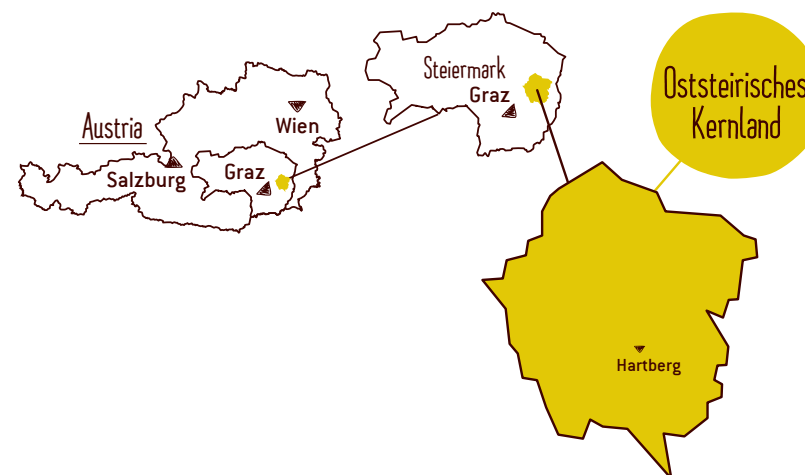
- vana-aja kombed ja lõhnad-maitset põhinevad loodusel enesel ja loodustoodetel
- kõrge elukvaliteet ja traditsioonid - linnad, külad, talud piirkonnas on kuulsad niihästi toidu kui ka põllumajandussaaduste poolest, samuti ajaloo, kunsti ning kultuuri poolest
- pärimust hoitakse siin armukadedalt ning hoolitsevalt, et seda edasi anda uutele põlvkondadele.



► KTG Ida Steiermarki Súdamaa (Austria)

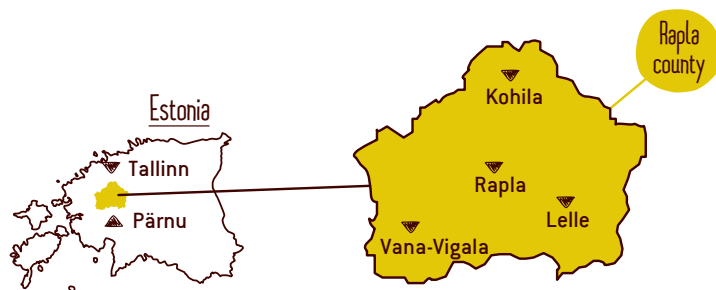
piirkonnas haarak 35 omavalitsust 46 tuhande elanikuga. 2011.a. oli piirkonnas 102 400 turistide saabumist 336 200 üleöö majutusega. Piirkonnas on 200 majutusasutust. Tähelepanuväärne on nn talude poolt pakutav puhkusteenus. 95% turistidest on kohalikud.

- piirkond on põllumajanduslik ala, domineerivad eeskätt puuvilja- istandused (70% Austria õunadest valmib siin) ja viinamarja kasvandused
- ajalooline arhitektuurimälestus on Hartbergi vanalinn
- turist leiab siin eeskätt nn lõdvestust, s.t. matkamine, jalgrattasõit, kaunid loodusvaated, hea toit.



► KTG Raplamaa

asub Rapla maakonnas (2 980 ruutkilomeetrit, 37 tuhat elanikku) ja on maapiirkond, mida iseloomustab arenenud põllumajandus-metsandus, kuid ka suurtööstuse puudumine. Piirkond paikneb Eesti keskosas, metsade, kõnnumaade aga ka haritud põldude ja niitude vahel. Piirkonna turismipotentsiaal, millele on iseloomulik hästi säilinud vanaaegse käsitöö ning talupidamise traditsioonid, laialt levinud jahipidamine, taastatud mõisahooned, kohati õudust äratav soo- ja rabamaastik, ei ole tervikuna veel avastamist leidnud. Kohalik turism põhineb suurel jaolt ligidal asuva pealinna Tallinn elanikel. Raplamaal on aastas 10 269 saabuvat turisti külastust ning 25 399 üleöö majutust, mis on madal võrreldes rannäärsete maakondadega Pärnumaa ning Läänemaa. Majutasutus on 16, voodikohti 438.



Projekti partnereid ühendavad tunnused:

- paiknemine külade piirkonnas
- vähe turismialast tegevust
- otsitakse võimalusi maamajanduse tugevdamiseks
- kavatakse kaasata enam kohalikke elanikke maaelu arendamise protsessi ning elavdada inimeste potentsiaali
- ollakse avatud uuenduslikule osalusturismile kui uuele turismialasele lähenemisele ning soovitakse jätkata projekti kaudu saavutatud algatusi peale projekti lõppemist.

Projekti partnerid erinevad samal ajal teineteisest järgmiste tunnuste poolest:

- alguspositsioon on erinev sõltudes maastikust, infrastruktuurist, kultuuritaustast
- erinevused turismialal, ajaloos, puhkemajanduses
- erinevad ideed tulevaste turismiväärtuste sisu kohta
- erinevused võimalikus rahalistes vahenditest ning kohalike kaasamise võimalustes.

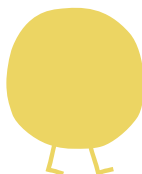
Nii näiteks CULTrips projekti käigus selgus erinev nõudlus turistide poolt, mis väljendus turistide arvus ning üleöö majutustest, näiteks oli Raplamaal kõige väiksem turistide arv 10 269 ja üleöö majutused 25 399, samal ajal Joensuu/Jetina piirkonnas oli 267 649 saabumist nng 468 454 majutust.

Lisaks määravad veel erinevad majutuse võimalused ära turismi sihtsuunitlused, Kuna Itaalia Valle Umbra e Sibillini piirkonnas on enamik majutusi n. agroturismi ettevõtetes, siis Ida-Steiermarki Súdamaa pakub mõnekohalisi majutusvõimalusi just taludes.

► Kuidas organiseeruda ning teavet vahetada CULTrips projektis?

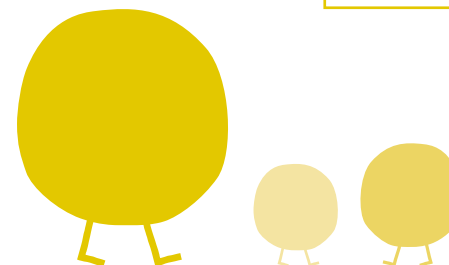
Kõigepealt tuleb kindlaks määrata, millistel tasanditel ja millised kohalikud osalised on mõjutatud projekti elluviimisest ning vastavalt hoida neid kursis projekti käiguga kas näost näkku kohtumistel, e-posti ja telefoni teel. Teiseks korraldades regulaarseid koosolekuid (näost näkku või interneti teel) asjasse puutuvate osalistega, on eluline et tagada projekti läbinähtav elluviimine ning sisukus ja kindlustada osaliste kaasamine.

CULTripsi projekti käigus olid niihästi näost näkku kui ka interneti põhised veebikoosolekud regulaarselt korraldatud selleks, et tagada pidev vastastikune infovahetus. Loodi erinevad organisatsioonilised grupid (juhtkomitee, kontseptsiooni väljatöötamise grupp, projekti korraldustoimkond), eesmärgiga haarata erinevad kohalikud tegijad projekti elluviimise käiku. Kohe projekti alguseks loodi üle-euroopaline projektist osavõtu süsteem erinevate KTG-de poolt koos interneti põhiste veebikoosolekutega, e-posti kontaktidega ja online-ühisplatvormi (Huddle) kasutamisega dokumentide säilitamiseks ja laialijagamiseks.



► Protsessi väliste ekspertide kaasamise tähtsus:

- tagamaks neutraalne seisukoht ja projektiväline arvamus projekti protsessi käigust regulaarse teavitamise teel objektiivsel tasandil
- konsulteerimaks tegevusi projekti käigus ja jagamaks teadmisi järgmiste võtmetähtsusega sammude kohta
- panustamaks, et veenda projekti osalisi mitte kaotama silmist projekti objektiivseid eesmärgid
- loomaks alus projekti edasiseks arenguks pakkudes välja teoreetilisi meetodeid, mis aitaksid kujundada projekti protsessi osaluse kaudu
- osalemaks KTGde vahelises infovahetuse ja teavitamise protsessis
- abistamaks protsessi juurutamisel
- seiramaks ja hindamaks projekti
- modereerimaks kohtumisi ja veebikoosolekuid
- panustamaks temaatiliste sisendite määramisele



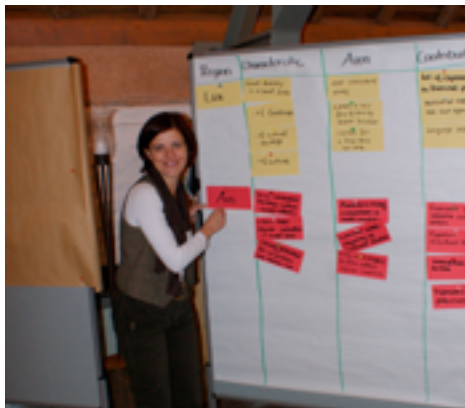
CULTripsi projekti ajal oli TAURUSpro, konsultatsiooni ettevõtte ökoloogilise, regionaalse ja majandusliku arendamise alal, kaasatud abistajana CuLTrips projekti. TAURUSpro abil koostati protsessi dokumendid, nagu turismikontseptsioon, mille abil esitati informiooni projekti teoreetilise tausta kohta ja projekti filosoofia kohta. Ka käesolev käsiraamat, mis on valminud projekti lõpuks, oli kasutusel, et kirjeldada CULTripsi võtmetähtsusega aspekte ning nende praktilist tulemust.

Veelgi enam, TAURUSpro juhtis projekti käiku ettevalmistamise, modereerimise ja kohtumistest ning veebikoosolekutest tagantjärele kokkuvõtete tegemise kaudu, aga ka infovahetuse korraldamise kaudu.



Katja Königstein, veebimoderaator

"Edukas tegevus rahvusvahelise projekti meeskonnas tähendab saada üle peamisest väljakutsest: tunda üksteist tihedalt koos tegutsemas ka virtuaalse projekti tegevuse puhul. Tähelepanelikkus meie partnerite kultuurilise tausta kohta on võtmeks sobivale suhtlemisele. Erijuhtudel, kasutades online suhtlemise vahendeid, on võimalik luua virtuaalne ühtsus, mis teeb meeskonna töö enam tulemuslikuks. Veebikoosolekud võivad panna tuksuma südame, et hoida projekt elus, sest alati on ju liialt vähe võimalusi näost näkku kohtumisteks"



Kirjeldamaks, milliseid tulemusi CULTrips on teinud võimalikuks saavutada partnerite piirkondades, näitab see nn "vahetu kasu" kõige olulisemaid projekti tulemusi:

- CULTrips on võetud kasutusele kui protsessi olemus, mis tähendab, et ta viidi ellu dünaamiliselt, võimaldades projekti arengu ja sisu pidevat peegeldamist, muutmist ja revideerimist. Osalusturismi kontseptsioon oli niiviisi pideval arendamisel protsessi käigus ja oli pidevalt kohendumisel osalevate KTG-dega. Kontseptsioon lõi aluse projektile ja selgitas välja erinevad uuenduslikud ideed, mis andsid piisavat mahtu selleks, et ellu viia edasine CULTripsi turundus- strateegia
- CULTripsi vaatenurk, nn."prillid" juhivad projekti üldise filosoofia lahtimõtestamisele, toetudes defineeritud CULTrips põhiväärtustele ja nende tähtsusele osalusturismi toodete arendamises. Kui te olete omandanud CULTripsi põhiväärtused, siis on teie vaade turismile muutunud tänu "prillidele" mõistmaks osalejaid ja sama tasandi partnereid
- CULTripsi põhiväärtused esitavad projekti filosoofiat ja moodustavad erinevaid aspekte, kirjeldamaks ÜHTSET MÜÜGI POSITSIOONI.



Ehedus ja ehtsus. Esitatakse teemasid, mis on kas kohapeal kasutuses või põhinevad piirkonna kommetel, ajalool, pärimuslugudel ja on edasi antud inimeste poolt, kes on nende teemadega sügavamas ühenduses.

Varjatud aarded. Näidatakse ära kohad ja tegevused, mis on oma kindla ainulaadsusega ja mis ei ole kättesaadavad tavamöödujale.

Majanduslik kestlikkus. CULTrips tulud annavad toetust kohalikule külaelule arengule ja loob täiendavaid töökohti kohalikele.

Ökoloogiline jätkusuutlikkus. Turismireis on keskkonnasõbralik kogu tegevustes, s.h. transport, majutus, toidlustus ja muud turismitegevused

Sotsiaalne jätkusuutlikkus. Austus kohaliku kultuuride, ootuste ja eelduste vastu ning kultuuridevahelise vastastikus arusaamise ja sallivuse kujundamine.

Kontaktid kohalike elanikega. Annab külalisele võimaluse vahetuks suhtlemiseks kohalike elanikega

Õppimine teineteiselt. Võimaldab külalisi haarata ühtsesse tegevusse ja seekaudu saada omaseks kohaliku kultuuriga. Erinevad tegevused nagu käsitöö õpitoad, kohaliku toidu valmistamisel osalemine jm laiendavad vastastikust kultuurivahetust

Selgituslugude loomine ja esitamine. Viiakse külaline sisse piirkonna ajalukku, müütidesse ja legenditesse, kasutades selleks dramaturgilisi võtteid.

JOONIS 2 CULTrips põhiväärtused



► CULTrips - käsiraamat



► Mis on CULTripsi "vahetud tulemused"?

- Arendamiseks nn nishiturismi toodet, võimaldab CULTripsmeil pöörduda kindlate sihtgruppide poole, koostööd nishiturismi toodete pakkujatega ja turundada uudsete nishikanalite kaudu
- Adekvaatselt turundatud ja osalemisvõimalusega kultuurilise turismi tooted, mis kajastavad CULTrips filosoofiat ning põhiväärtusi, arendatakse välja. Nad koosnevad erinevates laiapõhjalistest turismitoodetest nagu käsitöö õpitoad, giidiksursioonid, avastamistega seotud tegevused, gastronoomiline kogemus jn,
- mis peavad olema omavahel võimalikult kergesti ja sihtgrupile sobival viisil ühendatavad (päeva programmi moodulid, turismipaketid jne.)
- Sihtgrupid, mis koosnevad nõudlikest kultuurituristidest ja nende mitte tavapärasest avastamise soovides, määratletakse eraldi ära
- Olemas on kultuuritundlikud ja jutustamisvõimekad väljakoolitatud giidid
- Kultuuridevaheline vahendus. Külalised ja pererahvas tegutseb paaris. Antud juhul need nimetused aitavad rõhutada rolli projektis.
- Piloot-reisid on võimaluseks testida, hinnata ja kohendada juba väljatöötatud projekte ning samuti sobivaks eesmärgiks, et kaasata ja veenda kohalike potentsiaalseid partnereid ühinemaks projektiga
- Jätkusuutlik maaelu elavdamine, mis tugevdab kohalikku identiteeti ning laiendab kohaliku elanikkonna kaasatust, osalemist ja haaratust
- Koostöö kohalikul, piirkondlikul ja rahvusvahelisel võrgustikutasandil, s.h. turismiteenuste pakkujatega ja kohalike turismi ühendustega, kohalike vabaühendustega, sise- ja väliturismi operaatoritega ja reisibüroodega



Jätkuvad CULTrips päevad old kujundatud Joensuu/Jetina KTG poolt ja näitasid vastavalt erinevaid aspekte CULTrips turismitoodetest, olles suunatud kohalike elanike kaasamise ja samuti kohaliku kultuuri ja traditsioonide esitamisel välituristidele.

Varpasalo ja Oraviasalo saarteelanike traditsioonid Rääkkylä piirkonnas.

- Workshop of Karelian pies (traditional food) with locals in the Varpasalo Village Hall



- Õpituba rahvusroa Karjal pirukas valmistamise jaoks Varpasalo külamajas



- Õpituba kandlemängu (rahvamuusikariist) õppimiseks Varpasalo külamajas
- Lõuna Varpasalo külamajas
- Sõudmine pika puupaadiga (kirikupaadiga) Põhja-Saimaa saarestikus, turismifirma Kipinaretket korraldusel
- Huvastijätu lõuna ja saunatraditsioon

Loovusturism kui lähenemine võib aidata teie piirkonda korraldada välja sihikindel pika-ajaline protsess, mis on edukalt toetatud kohalike poolt. Siiski, vajalik on ettevaatlik lähenemine ja projekti planeerimine, selleks et arendada edukat turismilähenemist (meetodit), mis ei kajasta mitte ainult piirkondlikku omapära vaid haarab kaasa kohalikud elanikud.

Kui otsite võimalust lubatud projekti juurutada, siis on soovitatav jälgida järgmist samm-sammulist lähenemist, et sobitada paremini osalusturismi arendamisega.

► ESIMENE TEGEVUSFAAS – LUUA TEGEVUSVÕIMELINE TÖÖBAAS

Esimene samm – kes peavad kindlasti olema haaratud projektiga?

Esimeseks sammuks on tarvis analüüsida ja dokumenteerida hetkeolukord, kuna teie projekti edu sõltub väga paljus terve kogukonna aktiivsest kaasamisest. See teeb omakorda hädavajalikuks teada, keda peaks kaasama. Parimaks teeks on välja valida partnerid, kellel on piirkonnas juba sisse elatud positsioon, et üles ehitada konstruktiivne koostöö ja kauakestev suhtlemine.

CULTrips kasutas nn partnerite analüüsi meetodit, et kindlaks määrata tähtsad partnerid, kes mõjutavad projekti ja on ise mõjutatud projektist. See põhimõte võeti aluseks, et leida inimesi, kes aitavad projekti käigus, kes annavad ja saavad kasu piirkonnas ning võivad tegutseda vahendajatena projektist.



"Sobivate partnerite määratlemine, nagu turismiettevõtjed (hotelli, turismiühendused, giidi) meie regioonis ja turunduspartnerite leidmine võimaldas meil üsna täpselt teha selgeks meie turismialane olukord. Uurimise, analüüsimise ja kujundamise protsess näitas meile ära vastava suhtlemise ja turundamise eksisteerivad võrgustikud. Veelgi enam, loodud pilt aitas meid kohtumistel partneritega arutada nendega võrdsel tasemel"

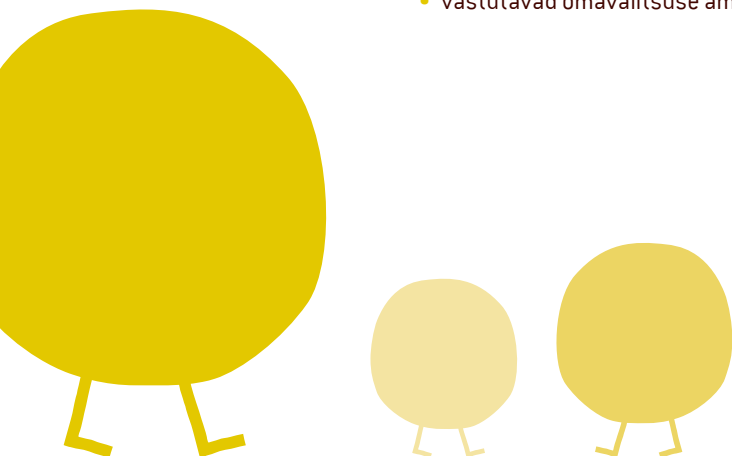
Karin Imlinger, KTG tegevjuht, Urfahr West, Austria

Osavõtjate roll

Konsulteerimine laia skaala partneritega võimaldab saada erinevat teavet. Te peate määratlema, kes saavad mõjutada teie projekti positiivselt ning viia seda edasi, et kujundada ühtne regionaalne võrgustik, mis vastab määratud projekti protsessi olemusele. Olge kindlad kaasamaks paljusid erinevaid partnereid et kujundada laialdane baas.

Potentsiaalsed partnerid võivad olla:

- kohalik elanikkond
- majutusettevõtte
- reisikorraldajad
- piirkondlikud turismiettevõtjate ühendused
- konkurendid
- reisibürood
- meedia
- transpordiettevõtted
- toitlustusettevõtted
- vastutavad omavalitsuse ametnikud



Selleks, et koostada **partnerite analüüs** on vaja:

- ajurünnakut gruppis, et määratleda, missugused partnerid on vaja haarata kaasa projekti arendamise käigus erinevatel etappidel
- grupeerida partnerid ja leida sobivad kategooriad
- uurida partnerite huve ja motiveeritust koostöös, teadvustada nende ootused ja vajadused ning erinevate partnerite mõjukus
- võrrelda partnereid ja otsustada, millal kontaktid algatatakse.

Kohalike partnerite välja selgitamine projekti aitab kindlustada teie toodete ehedust ja tegelikkusele sobivust. Selleks et haarata partnereid vahendajatena teie projekti, te peate neid teavitama projekti filosoofiast.



► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

Teine samm - kuidas kindlaks määrata olemasolevad tegevused?

Kui te olete otsustanud jälgida loovusturismi arendamist, on kohustuslik alustada kindlaks tegemisega, missugused on olemasolevad tingimused teie piirkonnas, s.h. juba eksisteerivad ning potentsiaalselt elluviidavad. Eksisteerivad ja tulevased tegevused peavad vastama projekti filosoofiale, haarama kohalikke partereid ning sobituma kohaliku kultuuri- ja pärimuse edasiandmisega.

Selleks, et kindlaks määrata eelnevalt olemasolevad tegevused, kasutas CULTrips projekt inventeerimise meetodit, et koguda kokku tähtsamad andmed, mis olid võimalikud saada online kaudu ning edasi võimaldas igal piirkonnal sisestada informatsiooni projekti andmebaasi rubriikidesse "Olemasolevad turismi alased tegevused ning algatused", "võimalikud partnerid", "Huvitavad objektid", Veelgi enam, kategooriates "Põhiteave" ja "Detailid" oli toodud kindel teave kirjeldatud tegevuste kohta, mis võimaldas hiljem saada kasutatud turundamise protsessis. Selle kõrval saadi ülevaade tegelikust olukorrast, ideedest, tegevustest, perspektiividest, mis oli sisestatud teiste piirkondade poolt. Projekti elluviimise käigus oli andme- baasi korduvalt uuendatud.



Oliivide käsitsi korjamine

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?



Jaak Vitsur,
Raplamaa KTG tegevjuht

"CULTrips inventeerimine oli esimene katsetus Raplamaa piirkonnas, koostamaks süsteemne andmebaas materiaalsete objektide kohta, s.h. vaatamisväärsuste kohta, kaitsealuste kultuuriobjektide kohta, aga ka traditsioonide kohta, kultuurisündmuste kohta, mis võiksid olla huvipakkuvad külalistele. Inventeerimise protsessi käigus selgus meile, kui rikas, mitmekülgne ja erinev on tegelikult Raplamaa turismipotentsiaal. Me sõlmisime kontaktid sadade nimestega, kes on tegusad maaelu erinevates valdkondades nagu keskkond, käsitöö, põllumajandus, toidukäitlemine, sport, jahimine jne. Me leidsime palju aktiviste, kes oleksid huvitatud CULTrips tegevustest tulevikus."

Kolmas samm - kuidas leida turunduskõlblikku teemat?

Püüdke kindlaks määrata üks või mitu teemat, mille alla te saate paigutada kategooriatesse oma piirkonna tegevused. Teema peaks esitama ühte peamist tahku piirkonna tüüpilistest kommetest või eripärast.

"Värske oliiviõli tuur" Spellos (itaalia), mis koosneb käsitsi oliivide korjamisest ning Frantoia di Spello õliveski külastamisest, mille sisuks on õli pressimise protsessi vaatlemine ja erinevate õlisortide degusteerimine.

Neljas samm - kuidas välja töötada projekti üks ja ühtne eesmärk?

Projekti alguses on tähtis selgeks teha projekti üldised eesmärgid, sihid, tegevused ning loodetavad tulemused. Tegevusplaan on hädajavajalik, et suunata teid edasiste tegevuste juurde oma piirkonnas, kuid üldine projekti eesmärk ning järgnevad prioriteedid peavad samuti olema määratletud.

Eesmärk ning prioriteedid moodustavad projekti protseduuri maatriksi ja aitavad teil jääda kindlale rajale kogu aja jooksul. Teine eelis on see, et tegevusplaani elluviimisel on määratletud eesmärk kasulik niihästi projekti seiramisel kui ka hindamisel projekti käigus ning pärast seda.

Parem on kujundada tegevusplaan välja töögrupis, kuhu on kaasatud vajalikud partnerid.

Projekti juhtimise käigus on võimalik seiret teha mitmel moel. CULTrips kasutas selleks loogilise maatriksi (Logframe matrixi) meetodit. Selle jaoks on vaja:

- analüüsida jooksvat olukorda, leides partnerid, kes võiksid aidata teil luua logframe matrixit (ka tulemusmaatriksit)
- korraldage ajurünnak, et määratleda aktuaalsed probleemid oma piirkonnas, moodustades probleemide puu ja püüdke kindlaks määrata eesmärgid, mille lahendamisele aitab kaasa probleemide puu.
- kasutage neid eesmärgi maatriksis, seades eesmärkidele erinevad tasandid
- selgitamiseks varustage eesmärgid mõõdikutega, kontrolli meetoditega ning eeldustega

CULTripsi jaoks seati järgmised üldeesmärgid ning otsesed eesmärgid

CULTRIPS loogikamaatriksi kirjeldus (JONIS 2)

	MÕÕDIK	KONTROLLIMEETOD	EELDUS
ÜLDINE EESMÄRK arendada välja kohandatav turismikontseptsioon, mis võimaldab luua osaletava jätkusuutliku sotsio-kultuurilise turismi kui tegevusvõrmi maapiirkondades	juulikuuks 2013 TAURUSpro on välja töötanud vastava kontseptsiooni maapiirkondadele ühiselt koos osalevate partneritega	kontseptsioon allalaaditav kodulehel www.cultrips.org	
OTSENE EESMÄRK piirkondade tulemused sulanduvad ühtsesse tervikusse, mis sisaldab uude sotsio-kultuuriliste turismitoodete pakkumise	detsembris 2012 on üldine kontseptsioon partnerregioonide sisendite kohta välja kujundatud	piirkondlikud sotsio-kultuurilise turismiteenuse kontseptuaalsed pakettid on loodu	
TULEMUSED iga piirkond on välja töötanud konkreetsed turismiteenused-tooted, mis vastavad CULTripsi peaväärtustele	oktoobrikuuks 2012 on kassetatud ära piirkondades, et nende poolt välja töötatud teenused-tooted vastavad CULTripsi peaväärtustele	täidetud kontrollilehed	lemas on koostööpartnerid, kes pakuvad vastavat CULTripsi teenust-toodet
TEGEVUS 1 piirkonnas on tehtud SWOT analüüs ja saadetud TAURUSpro-le	esitatud ajal tehtud analüüs SWOT või loogikamaatriks		piirkonnas on selge, kuidas tehakse SWOT-i ja loogikamaatriksit
TEGEVUS 2 äbi on viidud piloot-reisid, kui meetod, et juurutada CULTripsi turismitoodete pakkumist tegelikkuses	iga KTG on läbi viinud piloot-reisi, mille tulemusi hindasid neutraalsed eksperdid	aruanded, täidetud küsimustikud, koondid, ahaline ja ajaressurss vajalik	kompetentsed erapooleatud eksperdid



Helga Bauer, projektijuht,
Ida-Steiermarki südamaa, Austria

"Tööprotsess loogikamaatriksiga, eriti aga probleemide puuga ning lahenduste puuga, aitas meid määratleda mitmed probleemid meie piirkonnas. Teadvustades neid ja kindlaks määrates lahendused, me suutsime ületada suuri takistusi ning levitada sellise suurepärase turismialgatuse CULTripsi väärtusi meie partnerite hulgas. Me võime tõesti soovitada selle meetodi kasutamist - ja parim selleks on omada kogemustega juhendajaid protsessi käigus"

Kui te olete ellu viinud 1 tegevusfaasi sammud, siis:

- te olete moodustanud tuleviku jaoks sobiva võrgustiku, mis ühendab vastavaid partnerid kohalikust kogukonnast
- te olete määratlenud oma piirkonnas tegevused, mida võiksid edasi arendada, aga ka uued tegevused, mis on väärt juurutamiseks teie piirkonnas
- te olete paika pannud turunduskõlbulikumad teemad, et liita oma piirkonna tegevused ühtse erilise juhtlause (moto) alla
- te olete paika pannud projekti üldise eesmärgi ning koostanud tegevusplaani, mis näitab teed edasi suunas.

► TEINE TEGEVUSFAAS – KUIDAS VÄLJA KUJUNDADA ÜHTNE TEGEVUSBAAS NING TÖÖKESKKOND?

Esimene samm - kuidas leida juhtlause (definiitsioon)?

Definiitsioon aitab teid moodustada projekti võrgustikku, mille järel te saate kindlaks määrata, milliseid aspekte teie projekt kirjeldab ning millistesse tegevusalad teda mõjutavad. Kuna võtmeküsimus on leida selge ja iseloomulik definiitsioon oma projektile, siis peavad kõik partnerid saama seda välja töötada kaasamise kaudu.

CULTripsi jaoks analüüsiti erinevaid turismialaseid lähenemisi, lõpuks CULTripsi ideed kinnistusi teoreetiliselt neljale definiitsioonile (JONIS 3).

JOONIS 3

CULTrips definitsioonide valik



CULTrips lõplik definitsioon on:

"CULTrips on kogum järgnevatest jätkusuutlikest turismialatest lähenemistest: Kultuurialane, Kogukonnapõhine Loovusturism. CULTrips on teekond osavõtuga vahetust ehedast kogemusest, mille käigus toimuv kaasnev õppimine. CULTrips korraldab ühenduse piirkonnas elavatega ning elu-olu alase kultuurikogemuse vahendamise külaliste ning vastuvõtjate vahel. CULTrips haarab endaga piirkonna kultuuri, eeskätt elustiili, ajaloo, kunsti, arhitektuuri, usukogemusi ning muud elemente, mis on moodustanud kohaliku elanike elulaadi. Tulevikus ta annab oma panuse kohaliku majadustegevuse arendamiseks, kultuuripärandi säilitamiseks ning toob kaasa kaugemas perspektiivise kasu kogukondadele"

Teine samm - kuidas defineerida sobivat sihtgruppi?

On oluline tundma õppida eeldatavad sihtgruppi. Mida paremine te teate, kelle poole pöörduda, seda kergem on välja arendada sobivat toodet nende jaoks. Arendades turismitoodet, te peate vastama sihtgrupi motiividele ning ootustele. Küsige endalt, millist tüüpi turisti tahaksite huvitada selle turismi valdkonnaga ja mis võiks olla sobiv projekti filosoofia ning tegevustega. Teine meetod võib sisaldada kvalifitseeritud uurimuslikke intervjuusid, mis avavad algse ülevaate tulevastest külastajatest.

CULTrips projektis analüüsti läbi vastav erialane kirjandus ning statistika, mis puudutas sihtgruppidele lähenemist, võttes aluseks nende sobivuses CULTripsiga. Sellel eesmärgil vaadati läbi veel mitmed turismi alased uuringud, kaasaarvatud LOHAS (Lifestyle onf Health and Sustainability). samuti INVENT andmebaas. Uurimise käigus määratleti kaks sihtgruppi, millele järgnes post-materialistliku ja LOHAS meetodi analüüs. LOHAS peegeldab elustiili, mis peab toetama tervislikkust ning jätkusuutlikust erilise tarbimisviisi kaudu ning on orienteeritud eriliste, s.h. loodus-sõbralike toodete väljavalimisele. Need kaks sihtgruppi on kirjeldatud vastavates aspektides (Joonis 4).

CULTrips sihtgrupid

JOONIS 4

	ISELOOMULIKUD JOONED	HINNATAVAD VÄÄRTUSED REISIMISEL
I SIHTGRUPP	- kõrgharidus - keskmise või kõrgem sissetulek - töötav või pensionil - vanus üle 50 aasta	- lai huvi kultuurilise mitmekesisuse, keele ja kohaliku olukorra vastu - avatud meelega, tundlik keskkonnanalaste ja sotsiaale probleemide vastu - vahetu tegelemine kohalike elanikega
II SIHTGRUPP	- kõrgharidus - keskealine - töötav või õppiv - lastetu, vallaline - avatud võõrate maade ja kultuuride suhtes - post-materialistlik ellusuhtumine	- huvitatus toidust, pärimustest, keelest, kultuurist, elulaadist, kohalikega suhtlemisest - väljaspoole traditsioonilise turismi marsruute - individuaalsete kogemuste otsimine - avastada omal algatusel ning oodata ettemääramatut

Pärast teise tegevusfaasi sammude juurutamist

- te olete kindlaks määranud oma projekti juhtmoto, mis on töötatud välja ühiselt vastavate partneritega kaasamise printsiibil
- te olete kindlaks määranu sobiva sihtgrupi, mis vastab teie projekti lähenemisele ning pakutavatele toodetele

► KOLMAS TEGEVUSFAAS –
KUIDA VÄLJA ARENDADA
LOOVUSLIK TOODE?

Esimene samm - kuidas käsitleda erinevate tegevuste pakutavaid võimalusi?

Kui te kujundate oma toodet ning koostate turismialast pakumist, veenduge, et järgmised aspektid oleks seotud:

- - jälgi projekti protsessi meetodit (vahetu kasu), et teavitada vastavaid partnereid regulaarselt projekti edenemisest ning haara neid kaasa otsuste tegemisele
- - kaasa kohalikke tegijaid uute turismitoodete kujundamisse. Kohalikud inimesed peavad saama tuttavaks oma tegevuste ja kohustustega, nii et nad saaksid osaleda turismitootte juurutamises ning juhtimises piirkonnas juba iseseisvalt pärast projekti aja lõpu.
- - turismialased pakumised peavad esindama ja vastama kindlaks määratud põhiväärtustele, mis viitavad piirkonna ajaloo, kultuurile, pärimusele ning sisaldavad piirkonnale omast toitu, jooki jm piirkondlike iseloomulikke asju.
- - kujundatavad tooted peavad sisaldama ka kvalitatiivsed tahke. Lisaks toote enda kvaliteedile nagu majutus, transport, teenused, giiditeenus, vastutulelikkus, peavad olema täidetud ka jätkusuutliku ökoloogilise ning keskkonnasõbraliku või sotsiaalse kestlikkuse kriteeriumid, mis võiksid olla tõendatud vastavate märgistuste kaudu.



Kuna CULTrips projekti prioriteediks on kvaliteet, mõned piirkonnad püüavad leida tunnustatud majutuskohi. Raplamaa KTG teeb koostööd Toosikannu Puhkekeskusega, mis taotleb Euroopa Eco märgistust.

Teine samm - kuidas moodustada piirkondlik võrgustik?

Otsige kohalikke ja piirkondlikke tegijaid, asutusi, organisatsiooni, ühendusi, kellega saate koos töötada. Need võrgustiku liikmed peavad tunnustama CULTripsi põhiväärtusi ning projekti kvalitatiivseid tahke.

Partnerite analüüsi meetod võimaldab teil kindlaks määrata tegijad omas piirkonnas, kellega tasub koos töötada. Järelikult, te moodustate paljulubava tuleviku võrgustiku, mis suudab jätkata projekti edukäiku ja tugevdada piirkondlikke võrgustikke.

CULTripsi projekti käigus Redange-Wiltzi KTG kasutas kuulutust kohalikus lehes, et kokku kutsuda sobivad kohalikud partnerid ning motiveeritud projekti osalised. KTG pöördus ka isikliku teatega tegevusgrupi liikmete poole ühinemaks projektiga. Edasi, Ida-Steiermarki Súdamaa KTG püüdis laiendada olemasolevate kontaktide võrku ning haarata kaasa turismi arendusasutused nagu Landlust majutusvõrgustik. Landlust on küla majutusasutuste grupp, mis kuulub "Euroopa Edeni Võrgustikku" - Euroopa hiilgavad suunad.

Kolmas samm - kuidas teha rahaline kalkulatsioon?

Olge veendunud, et teie poolt korraldatavad tooted loovad täiendavat tulu piirkonnale ja tegijatele. Samaaegselt, toote hinnakujundus peab olema kavandatud kindlustamaks, et projekt peegeldaks tasakaalustatud väärtus-raha-eest põhimõtet kõikide asjaosaliste jaoks. Kujundades paketti, määrake ära pöördepunkt püsivate ning muutuvate kulude vahel ning täpsustage hind grupile ja üksikkülastajale, nii, et te saate kergesti koostada pakumise päevapaketina või tegevuspaketina. Läbipaistev hinnakujunduse aitab suurendada kliendi usaldust teie toote suhtes. Näiteks, pange esinduslik näidis, mis oleks kättesaadava kõigile, oma turundusbroshüüri või interneti leheküljele. Pidage meeles, et kui te tahate turundada oma pakumisi vastuvõtivate turismifirmade hulgas, siis te peate lisama komisjonitasu oma pakutavale hinnale.

CULTrips kasutab planeeritud kalkulatsiooni tabeli vormi, mis sisaldab vastavaid hinna aspekte, viidates tüüpvormile. Selle tüüpvormi-tabeli alusel saavad piirkonnad teha oma pakumisi, päevapakette ja tegevuspaketti viisil, mis on lihtsalt arusaadav. Näidisel on kujutatud Redange-Wiltzi KTG piirkonnas hinnatabelit, saab hea ülevaate erinevatest hinna tingimustest üksikkülastaja/grupi kohta ning segapakumise.

JÖÖNIS 5. Hinnakalkulatsioon (eurodes)

		HIND / GRUPP	ÜSIKISIKU HIND
		12 inimest	keskmine hind
1. PÄEV HINNAKALKULATSIOON			
ESIMENE TOIDUKORD	Piknik	180,00 €	15,00 €
TEINE TOIDUKORD	Õhtusöök	300,00 €	25,00 €
MAJUTUS	Kahene tuba hommikusöögiga	300,00 €	25,00 €
ESIMENE TÖÖTUBA	Leivaküpsetus	150,00 €	12,50 €
TEINE TÖÖTUBA	Saeveski	30,00 €	2,50 €
GIIDIGA EKSKURSION I	Salakaubavedajate rada	120,00 €	10,00 €
GIIDIGA EKSKURSION II	Jalutuskäik aasal	30,00 €	2,50 €
TRANSPORT (VÖIMALUSED ERINEVAD)		-	-
KORRALDAMISE ÜLDKULUD (VÖIMALUSED ERINEVAD)		-	-
SUMMA KOKKU (EI SISALDA TRANSPORTI)		1.110,00 €	92,50 €



Julia Schrell, projektijuht,
Redange-Wiltz/Luxembourg

"Hinnakalkulatsiooni tabel annab ülevaate erinevatest tegevustest, majutusest ning erinevates organisatoorsest tahkudest (pakkumiste nimekirj). Nimekirj aitab mind luua uusi pakette kas üheks päevaks, mitmeks päevaks või nädalaks. Tänu sellele tabelile ma ei kaota silmist meie kogukulude summat"

Neljas samm - kuidas valida ja koolitada giid?

Giididel on võtmeroll kõikidest turismitprojektidest kui vahendajatel, et edastada piirkonna omapära külastajatele.

Kui te valite välja giidid, vaadake, et neil oleks piisavalt teadmisi kultuuri, elulaadi ja pärimuste kohta piirkonnas ning selgitage välja, kes on samuti oma hingega kinni piirkonnas. Veelgi enam, on tähtis, et tulevane giid oleks sügavalt kaasatud projekti ning omandaks produkti filosoofia selleks, et edasi anda projekti põhiväärtusi külastajatele.

Külastajad tunnevad enam puudutatud ning emotsionaalselt haaratud ja juhitud piirkonda mõistma sel juhul, kui giid suudab piirkonna omapära edasi anda **autentselt**, ehedalt. Mida paremad on giid piirkondlikud suhted teiste kohalike tegijatega, seda lihtsamalt kulgeb tulevase pika-ajalise piirkondliku võrgustiku väljaarendamine.

On kasulik, kui kõnealune isik omab juba kogemust ja koolitust giidina. Vastupidisel juhul, kui ollakse hõivatud osalusturismiga, on vajalik **vastastikune huvi**. See tähendab, et giid peaks olema huvitatud õppimaks külastajate käest, et jagada teadmisi ja vältida ühekülgset kogemust.

CULTripsi projekti käigus me eristasime erinevaid giidide kategooriaid - kohalik giid ning vastuvõttev-üldgiid. Üldgiid saadab gruppi kogu päeva ning aitab külastajatel näha asju läbi CULTripsi prillide.

Kuna kohapeal giid on vastutav ainult teatud spetsiifiliste tegevuste eest, peab ka üldgiid olema teadlik CULTripsi väärtustest.

Praktiline koolitus

CULTripsi jaoks organiseeriti tulevaste koolitajate koolitus, eesmärgiga koolitada ja harida just koolitajaid, kes hakkavad hiljem tegutsema kui kohalike giidide õpetajad oma piirkondades. Need koolitajad valiti välja piirkondades ning õpetati välja erinevates moodulitest mitmete ekspertide poolt, kes erinevate interdistsiplinaarse taustaga (turundajad, loo kirjutajad, näitlejad jt). Kõrvuti õppimisega, kuidas näha oma piirkonda läbi CULTripsi vaatenurga, anti rõhutatult edasi ka praktilise elluviimise kogemusi.

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

"Koolitajate koolituse semnar andis mulle palju kasulikke näpunäiteid, mida ma saan kasutada CULTrips giidina aga ka koolitajana. Seminar oli samuti võimaluseks süvendada sidemeid giidide vahel erinevatest riikidest"

Auli Partio, Jetina KTG/Soome

"Koolitus oli suur samm selles suunas, et tuua CULTrips'i filosoofia praktilisele tasandile. Ta pakkus efektiivsed võtteid selleks, et jätkata arendustegevust CULTrips'i projektiga minu piirkonnas."

Hannele Autti, Joensuu KTG/Soome

"Mina hindasin eriti koolituse väga praktilist iseloomu. Aktiivne kaasalöömine ja jutt oli tõesti kasulik. Oli hea meel tunnetada, et CULTrips'i väärtused sügavuti, mida ei olnud siiani kajastatud ülesannetes, tuli samuti täita. Kogu õhkkond oli väga positiivne ja ülesehitav"

Helga Bauer, Ida-Steiermargi siidamaa/Austria

"Meil oli kolm väga erinevat õpetajat suurepäraste oskustega ja väga erinevate koolitusmeetodite ning ideedega. Ma sain palju ideid minu enda CULTrips programmi kohta ning kuidas teha brozhüüre oma pakkumistesle. Ma tundsin ennast samuti palju kindlamini oma rollis CULTrips giidina, tänu Hannele draama loengule"

Julia Schrell, KTG Redange-Wiltz, Luxembourg

Koolitajate koolituste semnar oli ühtne pakett vajalikest elementidest, mida on vaja, et jagada ideid ja väärtusi CULTrips'i kohta edaspidi. See oli samuti suur võimalus kohta ja võrgustuda inimestega, kes on tegevad samal alal"

Suvi Kaljunen, KTG Jetina/Soome

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

Loo jutustamise vajadus

Emotsionaalne ja dramaturgiline suhtlemine oli rõhu all "loo jutustamise meetodi" all. See võimaldab kohalikele tegijatele anda võimaluse edasi anda sisemist pärimust, piirkondlikku ajaloolist lugu, müüte ja legende ning annab külalistele arusaamise kultuuri elementide kohta. Järelikult, on tagatud, et külastajale jääksid positiivsed mõtted ja unustamatu reisikogemus sihtkohtast.

Teiste inimeste kogemuste edastamine

Veelgi enam, koolitavad õppisid, kuidas edastada seminari sisu üle andma teistele huvitatud kohalikele elanikele, kes soovisid saada kohalikeks giidideks. Seetõttu, koostati koolitaja koolituse käsiraamat ning jaotati koolitavatele. See käsiraamat sisaldab põhilisi järleusi koolituseksptide teadmistest ning praktilistest harjutustest.

Tulevaste üldgiidide ning kohalike giidide iseloomustus

- olla piirkonna eripära esindaja
- olla CULTrips filosoofia saadik
- isiksus- sõltumatu suunanäitaja
- olla piirkonna tundja
- kohalik giid peab omama juuri selles piirkonnas
- kohalikul giidil peavad olema head suhted piirkonnas
- eelnev teadmine CULTrips kohta ning entusiasmi projekti filosoofia kohta



Pärast seda kui kolmanda tegevusfaasi sammud on läbitud:

- te olete välja töötanud ehtsa kvaliteetse turismitoote, mis jälgib defineeritud põhiväärtusi ning optimaalselt esindab teie projekti olemust
- te olete moodustanud regionaalse võrgustiku koostöö partneritest
- te olete kalkuleerinud oma pakkumised tagamaks, et projekt on isemajandav ning loob täiendavat sissetulekut piirkonnale
- te olete kavandanud erinevad pakkumised, nagu päevapaketid, teemapaketid jm
- te töötate koos hästi koolitatud giididega, kes tegutsevad kui teabe edastajad teie piirkonnas ja püüavad luua vastastikust interkultuurset kogemustevahetust külalistega

► **NELJAS TEGEVUSFAAS**
– KUIDAS KAVANDADA,
JUURUTADA NING HINNATA
PILOOT-REISI (TEST-REISI)?

Esimene samm - mis on pilootreisi eesmärk?

Pilootreis toimub kui kontrollreid selleks, et anda tagasisidet projekti juurutamisest ning turismitoodete arendamisest. Lisaks kontrollijatele teistest piirkondadest on vajalik erapooletud hindajad. Kasutades hindamise meetodina ankeeti, on tagatud, et kõik osalejad hindavad neidsamu aspekte. Piloot-reis aitab teil saada selge ülevaade, kuidas teie tooteid on nähtud väliskülaliste poolt ja mida te peate parandama, et tulla vastu tulevikus sihtgrupi ootustele.

Teine samm - kuidas üles ehitada piloot-reisi päev?

- otsige sobivad partnerid (eelnevalt määratletud esimeses faasis), kes pakuvad tegevusi, mis vastaksid projekti filosoofiale ning põhiväärtustele. Kontakt ja suhtlemine kohalike elanikega on esmaoluline selleks, et luua hästi tegutsev võrgustik, mis annab hea aluse tulevaseks koostööks.
- koostage tasakaalustatud päeva programm, mis sisaldab erinevat tüüpi tegevusi (giidiekskursiooni, seminare, ostuvõimalusi jm) ning piisavalt vaba aega on samuti vajalik. Hea on määratleda iga piloot-reisi päev talle omase juhtloosungi alla, mis sisaldaks pakutud tegevusi teemade lõikes

- kõikidel piloot-reisi päevadel võiks olla kaasa üldgiid, kes saadab reisijaid kuni päeva lõpuni. Selles hoolimata peab iga tegevus olema esiatud kohaliku giidi poolt, kes on vastutav tegevuse eest ja teadmise edastamise eest. Valige giidv välja hoolikalt, et tagada hea piloot-reis.
- Lisaks tegevustele päeva jooksul, peate te samuti korraldama toitlustamise, majutuse ja transpordi, et sisutada kogu protsess. Sellejuures, vajalikud on liitumine kohaliku kultuuriga ja pärimustega. Kindlustage, et tee peate lugu jätkusuutlikkuse nõudest (näiteks ei kasuta ühekordseid lauanooseid) ja väärtustate kohalikku toitu.

CULTripsi piloot-reisidel on eraldi juhtlause igaks päevaks, nagu piloot-reisi ajal Luxemburgi:

1. Päev

Maastik ja energia

2. Päev

Maastik ja pärimuslik kogemus

3. Päev

Maastik ja linn



► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

CULTripsi puhul viidi piloot-reisi eel ja tagantjärele läbi veebikoosolekud, mis võimaldasid kujundada grupi jaoks dünaamilise protsessi ning tagasid kultuuridevahelise dialoogi.

Joachim Albrech,
TAURUSpro tegevjuht



"Välise vaatlejana ma sain väljapoolse realistliku ülevaate piloot-reisi kulgemisest (grupi dünaamilisus, keelekõnitsused, reisi programmi ülesehitus.). Selles positsioonis olin ma võimeline andama tagasisidet piloot-reisi kohta erapooletust ja objektiivselt perspektiivist, kuigi samal ajal jäädes grupi liikmeks ning omades tihedat kontakti kõikide piloot-reisi osalejatega. See oli märkimisväärne näha, kuidas erinevad piirkonnad läbisid vastastikuse õppeprotsessi avastades huvitavaid ja uusi ideesid omaenda turismitoodetele ning kasutades antud tagasisidet selleks, et parandada projekti kulgemist. Ma võin ainult soovitada sisse seada väline vaatleja test-reiside puhuks."

Ensure you respect sustainable criteria (no plastic dishes) and regional food.

- leidke vastavad testijad - isikud, kes tahavad hinnata piloot-reisi kriitiliselt. Testijad võivad olla isikud teistest piirkondadest, ideaalselt näiteks erineva taustaga (turismi nõustajad, omavalitsusjuhid, ajakirjanikud jt), et esindada erinevaid vaatenurki. Selle kõrval on kasulik piirkondadele, kes korraldavad piloot-reisi, et reisi kogemused, annavad testijatele uusi ideid oma piirkondade jaoks läbi vastastikuse suhtluse ja vahenduse. Ka keelevaldamine on oluline element
- otsides välist hindajat, on oluline et ta oleks grupi osa ning tal oleks tihe kontakt teiste testijatega, aga ta peab tegutsema sama-aegselt ning erapooletult positsioonilt. See isik vaatab test-reisi kõrvalvaatajana ja saab realistliku pildi piloot-reisi kulgemisest

- selleks, et õppida üksteist tundma juba eelnevalt ning tagada jätkuv kultuuridevaheline dialoog, on soovitatav korraldada (veebi)koosolekuid enne ja pärast reisi ning reisi ajal
- valige sobiv meetod, et hinnata piloot-reisi. Soovitatav on kasutada ankeeti, mis keskendub päevase reisi erinevatele tegevustele ning täiendavalt nõuab projekti filosoofia erinevate aspektidele väljatoomist

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

JOONIS 6 esitab väljavõtte ankeedist Itaalia piloot-reisi kohta.

Lisaks tegevuste peamistele iseloomustavatele näitajatele on küsitud samuti vastavust defineeritud CULTrips põhiväärtustele.

JOONIS 6,
Trühvlite korjamise
õppepäeva hindamise tabel

Lisaks üldistele Euroopa piloot-reisidele mõned CULTripsi piirkonnad tegid kohalike piloot-reise, et hinnata CULTripsi turismitooteid. Kohalike test-reiside eeliseks on kohalike tegijate vahetu kaasamine ning nende teavitamine üldiselt projekti elluviimise käigust.

DURING TRIP - NOVEMBER 19 - TRUFFLE AND ANCIENT TRADITION TOUR					
HARVESTING TRUFFLE TOUR	Excellent	Good	Poor	Very poor	Indifferent
A1 – Teema valik	x	o	o	o	o
A2 – Ürituse mitmekesisus (erinevad tegevused)	o	x	o	o	o
A3 – Informatiivsus	o	x	o	o	o
A4 – Tegevuste sisukus	o	o	x	o	o
A5 – Giiditöö	x	o	o	o	o
A6 – Ürituse ajastatus ja ajaline planeeritus	o	x	o	o	o
A7 – Kestvus	o	x	o	o	o
A8 – Sobiv ümbruskond (keskkond)	o	x	o	o	o
A9 – Toitlustamine	o	x	o	o	o
CULTRIPS CRITERIA HARVESTING TRUFFLE TOUR	Excellent	Good	Poor	Very poor	Indifferent
B1 - Interaktiivsus (osalemise võimalus)	o	o	x	o	o
B2 - Vastastikune õppimine	o	o	o	o	x
B3 - Kultuuride tundmaõppimine	o	x	o	o	o
B4 - Loo jutustamine	o	x	o	o	o
B5 - Kontakt kohalike elanikega	o	x	o	o	o

Osavõtjad peavad täitma küsimustikud enne ja pärast piloot-reisi ning reisi kestel. Tulemused näitavad, mida osavõtjad juba teavad maa, kultuuri ja ootuste kohta kohapeal ning mis aspektid hilisemalt on leidnud kinnitust või muutunud.

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

Kolmas samm - kuidas käsitleda tagasisidet ning piloot-reisi jooksul kogutud teavet?

Selleks, et kasutada üldistatud tulemusi ja informatsiooni tulevikus, peate te hindama kogutud andmeid, kasutades näiteks SWOT analüüsi. Andmed tuleb koondada nelja rühma. Pange tähele, et tugevused näitavad sisemisi varasid ja nõrkused sisemisi kohustusi. Võimalused on välised faktorid, mis võivad kasulikud olla piloot-reisile ja riskid on välised faktorid, millel on samal ajal negatiivne mõju.

For CULTrips, graphics like shown on page 43 were drawn of each activity evaluating defined aspects as well as the key values.

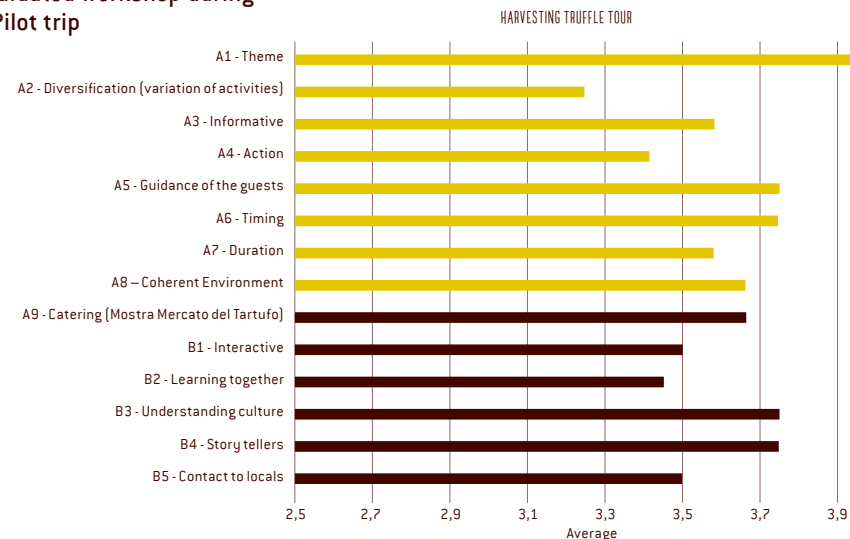


Sari Hirvonen,
Oravisalo ja Varpasalo külade edendaja,
Kesk-Karjala Jetina/Soome

"CULTrips piloot-reis Soome 5-10. august 2012 oli kasulik meie kohalikele küladele ja turismitegijate võrgustikule mitmes osas. Reis oli suur võimalus selleks, et julgustada kohalikke osalema kohapeal rahvusvahelise projekti tegevustes ning igaüks leidis optimaalsed ülesanded, mida ta täitis. Reis testis samuti meie organisatsioonilist vilumust ja koostöö oskusi. Põhinedes külaliste tagasisidele, saime me teada oma nõrkadest külgedest, mis tegi hiljem lihtsamaks neid parandada. Üleüldiselt siiski positiivne tagasiside kindlustas usku meie tuleviku tegevustele. Piloot-reis oli kajastatud erinevates meediaväljaannetes ja tulemuste avalikustamisel oli mitmesugune mõju meie külaltele, kaasa arvatud laienenud tähelepanu meie alla kahesaja elanikuga väikeküladele. Kogu piloot-reisi protsessi tulemusena edenes tunduvalt määral koostöö mitmete tegijate vahel ning kogukonna omatunnetus."

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

Figure 7: Example of the evaluated workshop during a Pilot trip



JOONIS 8 Väljavõte SWOT analüüsist Valle Umbra e Sibillini KTG

TUGEVED

- edukad töötoad koos tiheda kontaktiga kohalike elanikega
- kohalik pärimuslik toit
- trühvli kasvataja giiditöö ja teha haaratus külaliste suhtes

NÕRKUSED

- majutusel ei ole mingit kokkupuudet CULTripsi filosoofiaga
- enam tähelepanu pöörata keskkonnasõbralikkuse aspektile
- vaja on rohkem pühenduda ühisele tegevusele kohalikega

VÕIMALUSED

- kohalike elanike teavitamine CULTrips filosoofiast
- arendada uuelaadilist turismimeetodit senise traditsioonilise turismi piirkonnas

OHU

- mõne tegevuse kallid kulud
- kohalike kättesaadavus tegevusteks
- turismitoodete turundamine

SWOT analüüsi meetod võimaldas hinnata meie tegevuste häid ja halbu külgi, ning majutust ning samutiseda, kuidas olid tegevused ühendatud piloot-reisi päevakavas. Meil on võimalik reageerida ning parandada programmi.



Marco Parroni, projektijuht,
Valle Umbra e Sibillini KTG /Itaalia

"Me koostasime SWOT analüüsi selleks, et hinnata potentsiaali ja probleeme, mida me leidsime oma LEADER piirkonnas, just turisti vaatenurgast. Meetod võimaldas meil analüüsida tugevusi ja potentsiaali piloot-tripi korraldamise kohta, aga ka nõrkused avanesid teatud osades. Tehes analüüsi ja arutanud seda koos kohalike tegijatega, aitas see meid parandada turismitoote pakkumist vastavalt meie piirkonna kõrgele potentsiaalile."

Pärast seda, kui te olete ellu viinud neljanda tegevusfaasi sammud:

- te mõistate, miks piloot-reis on kasulik meetod, et hinnata teie turismi- toodet
- te teate kuidas korraldada ja sisustada test-reisi
- te teate, millised meetodid on kasulikud vajaliku tagasisideme jaoks ja kuidas neid andmeid kasutada

► VIIES TEGEVUSFAAS –
SEIRE, PARANDAMINE JA
TÄIENDAMINE PROJEKTI
KÄIGUS

Selleks, et tagada protsessi läbinähtavus, peate te regulaarselt seirama kogu protsessi. Seda on kõige parem teha kasutades erinevaid seiramise meetodeid, et anda võimalus teie projekte ja turismitooteid parandada ja täiendada perioodiliselt. Sellel eesmärgil te võite kasutada järgmisi seire instrumente:

- kontrollige alati, kas teie poolt seatud üldine eesmärk on jäänud kätte saadavaks ja kehtivaks, või te peate selle üle vaatama
- korraldage regulaarselt kokkusaamisi erinevate kohalike tegijate ning projekti osalistega kohtadel selleks et seirata projekti laialdasemalt
- interneti veebikoosolekud aitavad teid korraldada regulaarseid kokkusaamisi rahvusvahelisel tasandil, et te jääksite selgesti informeerituks protsesside kulgemisest partnerite piirkondades
- kirjutage regulaarseid aruandeid, mis kajastavad projekti käigu hetkeseisu. Jagage seda teavet teiste projekti osalistega, et teavitada neid teie jooksvatest tegevustest ja väljakutsetest ning saada ise teavitatud nende olukorrast

► KUUES TEGEVUSFAAS –
LÕPPTOODE ON VÄLJA
ARENdatud JA MIS EDASI?

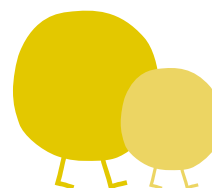
Ettenähtud tähtjaks on teil valmis lai valik erinevaid turundatavaid turismitooteid, mis on välja arendatud teie poolt defineeritud põhiväärtuste ja kvalitatiivsete kriteeriumide alusel. Te olete testinud ning täiendanud oma tooteid piloot-reisi käigus. Teie turismitooted on aktiivselt toetatud kohaliku kogukonna poolt ja te olete loonud tulevikuks sobiva võrgustiku, mis haarab erinevaid osapooli-partnereid.

Nüüd te peate kindlaks tegema, kuidas väljaarendatud tooteid turundada ja milliseid turunduse ja teavitamise kanaleid te peate kasutama, et jõuda oma määratletud sihtgruppideni.

**Esimene samm - kuidas arendada välja vajalik
turundusstrateegia?**

Turunduse plaani koostamine aitab teid määratleda teie praegust turu positsiooni, seada teile eesmärgid ning otsutada, millised instrumendid on sobivad selle eesmärgi saavutamiseks. Te peate otsustama, millist nn katust ja millist laadi meetodeid te tahate, et turundada oma turismi tooteid tulevikus. Järgmised võtmesõnad annavad Teile idee, milliseid töövahendeid kasutada:

- arendage välja oma (eksperimentaalne) bränd
- looge ja arendage välja erinevatele sihtgruppidele suunatud tootepakkumised
- arendage regulaarselt uusi innovatiivseid turismitooteid
- kasutage ühisloomingut ja tootearenduse ning toote ostmise ühendamist. Andes oma klientidele lubadus ja kaasates neid teie toote kavandamisele, suurendate te nende usadust ja klientide rahulolu ning austate tarbija väärtust. Tarbija peab seetõttu mängima aktiivset osa ideede leidmise protsessis
- leidke läbinähtav broneerimise süsteem
- kasutage grupilist allahindlust ja hindade segmentidesse jagamist vastavalt erinevatele sihtgruppidele



► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

- kasutage turu segmentidesse jagamist strateegias, mis oleks vastavuses teie toodetele ja sihtgruppidele turul
- müüge ja levitage oma turismitooteid erinevate kanalite kaudu, nagu broneerimisplatvormid, koostöö turismifirmadega jm
- esitlege oma turismitooteid turismitoodete näitustel ja messidel
- esitlege oma tooteid veebikeskkonnas, sotsiaalmeedia kanalites, trükimeedias jm.

Teine samm - kuidas otsida erinevaid levitamise kanaleid?

Kui teil on olemas konkreetne turismitoode, vaadake erinevate levitamise võimaluste järele oma ümbruskonnas, tehke kindlaks, millised levikanalid on paremas positsioonis selleks, et jõuda teie poolt kindlaks määratud sihtgruppideni

- piirkondlikud ja kohalikud ning üleriigilised turismiametid ja bürood
- kasutage projekti veebilehte, et esitleda oma turismitooteid, mooduleid, pakette jne ja ühinege broneerimise süsteemidega
- sotsiaalse meedia kanalid on üks võimalus, kuidas kasutada tasuta instrumente. Sotsiaalmeedia platvormide nagu Facebook, Twitter, blogid kaudu te jõuate laialdase ja ülemaailmse avalikkuseni
- püüdke teha koostööd piirkondliku, rahvusliku ja rahvusvahelise turismi võrgustikega, kes kasutavad sama filosoofiat kui teie projekt ja mis võimaldavad teil saavutada laia turundusliku tuntuse
- tehke koostööd sissetulevate ja väljasaatvate turismioperaatoritega ja reisibüroodega, kes jälgivad kestlikku lähenemist

► Mis on põhilised sammud projekti elluviimisel?

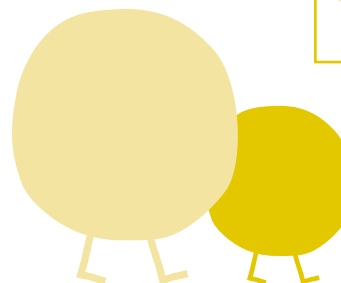
CULTrips on välja arendanud online tegevuste kajastamise lehe, kus iga piirkond on ära toonud oma enda arendatud turismitegevused vastavalt kindlatele detailidele. Selle tegevuste lehe kaudu saab erinevaid tegevusi kombineerida ühepäevaseks mooduliks või paketteisiks. Iga päeva moodulil on eraldi temaatiline juhtlause, mis tähendab, et väljaarendatud päeva moodulid ja pakettid on broneeritavad üksikisikute ja gruppide kaudu. Järelikult, tegevusi on võimalik turundada piirkondlikul tasandil, lisaks on v seal on mahtu korraldada koostööd teiste KTG-dega ka vastastikuseks turunduseks rahvusvahelisel tasandil.

KTG Redange Wiltz teeb koostööd vastuvõtva turismi operatooriga FOUR. Selleettevõtte filosoofia põhineb jätkusuutlikkuse, aususe, tervislikkuse ja vastutustunde põhimõtetel ja järelikult jagab samu põhimõtteid kui CULT rips projekt.

Kohe alates esimesest päevast on CULTrips esitlenud projekti veebilehel www.cultrips.org nagu ka sotsiaalmeedia kanalil Facebookis ning kasutab seda ka tulevikus levitamise ja suhtlemise platvormina.

Pärast seda kui te olete elluviinud kuuenda tegevusfaasi sammud, küsige endalt:

- kas mul on turunduskõlblik turismitoode
- kas mul on tuleviku jaoks kindel piirkondlik turustamise võrgustik
- milliseid kanaleid pean ma kasutama, et jõuda oma fokuseeritud sihtgrupini
- alati kindlustage regulaarset seiramist ja hindamist oma projekti protsessis

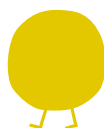
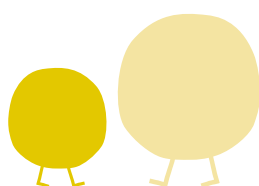
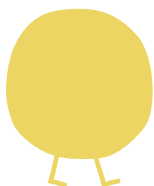


► 5. Miks on protsessi puhul jõuliselt kasulik hindamine?

Hindamine on hea võimalus teie piirkonnale, et kajastada, kuidas ja kas need eesmärgid, mis olid kindlaks määratud projekti alguses, on saavutatud või mitte. Seepärast on vajalik kasutada erinevaid hindamise meetodeid kohe algusest peale. Need meetodid aitavad teil kindlaks määrata positiivsed ja parandamist vajavaid külgi teie protsessis. Sellel teel saate tagada pideva parandamise, tehes kindlaks saadud õppetunnid ja soovitusel, mis on kasutatavad ettepanekutena projekti edasise arendamisel.

CULTrips projekt jaoks kasutati erinevaid hindamise vahendeid:

- eesmärkide seadmine projekti alguses ühise osalemise teel
- pidev seiramine, et määratleda, kas projekt on õigel teel
- online hindamise kokkuvõte projekti lõpus, et kindlaks teha, kas sihid, mis põhinesid projekti taotluses olid täidetavad ja kui tõhusad olid selleks ettenähtud meetodid ning vahendid
- loogikamaatriksi kasutamine tunnistab, kas algselt seatud eesmärk ja sihid on saavutatud
- regulaarne aruandlus kasutades kolme kuu aruande vormi ja aasta aruande vormi, mis sisaldas vastavat teavet projekti käigu kohta. Lisaks tegevusaladele hinnati rahulolu projektiga kohalikul ja rahvusvahelisel tasandil. See informatsioon oli vajalik pidevaks järelemõtlemiseks projekti elluviimise käigu üle ja elluviimise käigu võrdlemiseks KTG-de vahel
- veebikoosolekud ning kokkusaamised aitasid osapooltel saada regulaarne ülevaade protsessi käigust, s.h. tegevustest ja tulemustest osalevates piirkondades



► Miks on protsessi puhul jõuliselt kasulik hindamine?



Fons Jacques, KTG tegevjuht,
Redange-Wiltz/Luxembourg

"Kaasaegsed online suhtluse vahendid mängisid olulist osa selleks, et jääda pidevalt ühendatuks partnerite piirkondadega, et tagada ühtne üldine edasimineku protsess. Kindlasti see, et vastavad failid ja suhtlemine olid kättesaadavad võrdsel tasandil kõikidele inimestele, kes olid haaratud projekti ühtse online platvormi Huddle kaudu, aga ka võimalus kasutada sellist tõhusat vahendit nagu veebikoosolekud, mille kaudu me saime diskuteerida üksteisega ilma, et oleksime teinud märgatavaid kulutusi aias ja rahas - kõik see oli oluline projekti eluea jooksul. Kasutades neid vahendeid, eriti sellise üle - euroopaliste partneritega rahvusvahelise projekti puhul, oli see üheks võtmeküsimuseks, tagamaks projekti edukust"

► TÄHTSAIMAD TULEMUSED
CULTRIPSI HINDAMISEL

- hoolimata erinevatest olukordadest projekti alustamise, olid projekti lõpuks kõik projektis osalenud KTG-d rahul protsessiga, mis oli algatud projekti poolt, rahul kasutatud vahenditega ning saavutatud lisaväärtusega neile ja piirkonnale.

"Projekt pani mind võrdlema erinevaid kultuurilisi ja keskkonnavalaseid pärimusi osalevates riikides"

"Me haarasime kaasa vastuvõtva turismiagentuuri jätkusuutliku turismi alal, mis on oluline samm turundusprotsessis ja vastab meie kohalike partnerite huvidele"

"Projekti käigus me saavutasime head kontaktid teiste võrgustikega Euroopas (reiskorraldajad, loovusturism, jätkusuutlik turism)"

- Sellised töömeetodid nagu piloot-reisid, näost näkku kokku saamised, SWOT analüüsid, veebikoosolekud olid hinnatud kui eriti kasulikud ja kui sellised, millesse olid haaratud mitmed CULTrips tegijad.

"Pilootreiside kogemused kui töövahendid on kasulikud tulevikus kohalikele tegijatele ja KTG-dele"

"Pilootreisidel osalejad on CULTrips saadikud"

"Regulaarsed kokusaamised on olulised ja tähtis on, kuidas partnerid selleks valmis-tuvad"

- Kõrvuti piloot-reisiga sai üheks võtmemeetodiks Koolitaja koolitamise seminar. Siin oli rahulolu väga kõrge.
- Aktuaalne turundustegevus ei olnud haaratud CULTrips projekti tegevusfaasidega, kuid on algatatud esimesed lähenemised, et seda tulevikus teha. Seda enam, kui tuleb jätkuprojekt CULTripsile, siis selle käigus võib seda ülesannet täita.
- Kõik KTG-d olid e rakordselt rahul oma turismitoodetega. Sellest hoolimata, neil ei ole veel kindlust tuleviku väljavaadete suhtes, kaasa arvatud stabiilne kohalik kaasalöömine ning turismitoodete turustamine. Järelikult, on tähtis märkida, et turismi tooted on pikemaajalise protsessi väljundid.



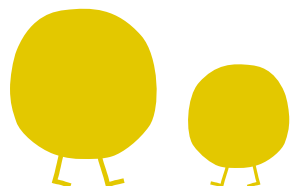
► CULTripsi õppetunnid

Õppetunnid rahvusvahelisel tasandil

- Ehitage projekti juhtimine üles veebipõhilisele sisu juhtimise süsteemile. Võtke teadmiseks, et sõltuvalt kaasatuse tasemest, on võimalikud erinevad töövahendid projektis osalevatele inimestele: projektis osalejad, kes töötavad projekti jaoks ajuti, vajavad lihtsamaid töövahendeid kui projekti juhid, kes on projektiga enam seotud, kõik vajavad veebipõhiseid juhtimissüsteeme. Nii et on küsimus, millal ja kuidas ja kelle jaoks missugust vahendit kasutatakse. Alati määrake kindlaks ka projekti moderaator ning vastutav isik, kui kasutate veebikeskkonda
- Kaasake kõiki projekti haaratud inimesi regulaarselt ja hoidke neid protsessis aktiivsena
- Eristage kultuurilisi erinevusi projekti partnerite tegevuse läbipaistvuses, nii, et suhe oodatud tulemuste ning võimalike ressursside vahel oleks selge algusest peale. Kavandage selle jaoks vähemalt üks töökoosolek kestvusega kaks tundi
- Teadvustage meeskonda, mis tähendab töötada erinevas kultuurilises ümbruskonnas, nagu ka erinevused tööharjumustes, s.t. tehke nii, et sallitavuse tase oleks kõrgem. Kavandage tööperioode ja vaadale üle oma koostöö korraldamine (kohtumised alguses, hiljem veebi-koosolekud)
- Pange paika igaühe ootused ja panustamine projekti, lastes kindlaks määrata nõ kullapoti ja krokodilli, et motiveerida iga partnerit töögrupis. Väljendage paberil iga kord, kui te kohtute, kas ootused ja panustamised on samad või on midagi muutunud

► Miks on protsessi puhul jõuliselt kasulik hindamine?

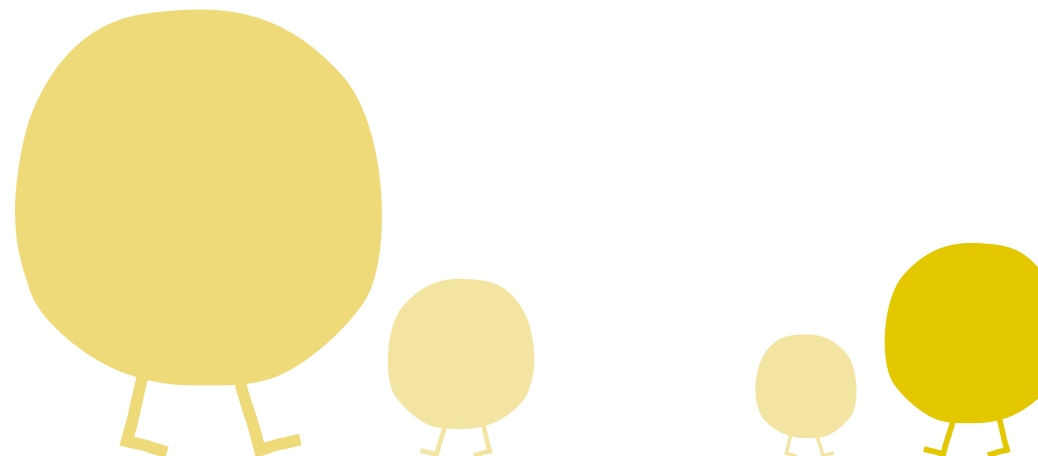
- Alati jätke piisavalt aega aruteludeks ning mõtete vahetamiseks rahvusvahelises meeskonnas, loomulikult võttes arvesse olemasoleva aja ja finantsilised eelarved
- Fikseerige kõik sammud, mis tuleb teha projekti käigus ja valige välja vastavad töömeetodid projekti alguses, näiteks loogikamaatriks. Selgitage neid meetodeid ja laske projekti juhil otsustada, millal on õige aeg meetodite kasutusele võtmiseks. Tulemused peavad olema läbinähtavad kõigile, eelkõige online
- Kõik projekti juhid või kohalikud tegijad, kes töötavad kontaktis kohaliku grupiga, peavad olema koolitatud töömeetodeid kasutama. Vähemalt üks inimene peab olema pädev kõikide meetodite kasutamises
- Laske projekti partneritel leida tee, kuidas korraldada kogemuste vahetamist oma piirkondades. Üks idee on ühendada kohalikud partnerid ühtsesse blogisse või foorumisse ja innustada neid vahetama ideid omavahel. Üks projekti juhtidest peaks modereerima blogi jne.
- Praktilised aspektid ja hea kogemus igas piirkonnas on integreeritud turismi kontseptsiooni väljatöötamisel vajalik selleks, et näidata koostöö tulemusel tekkinud lisandväärtust ja kindlustada praktiliste kogemuste edasiandmine piirkondade vahel
- Integreerige rohkem rahvusvahelisi seminare nagu Koolitajate koolitus, selleks et ehitada üles ühtne arusaamine ning kaasata kohalikke inimesi, kes olid sellel tasandil vähem kaasatud oma piirkonnas. Võtke ühendust koolituste partneritega võrgustiku kaudu, hoidke nendega sidet ja püstitage teemad arutleuks
- Kui turismitooted hakkavad juba välja kujunema, küsige spetsialistide abi lõplikuks toote kujundamiseks ning turundamiseks rahvusvahelisel tasandil



► Miks on protsessi puhul jõuliselt kasulik hindamine?

Õppetunnid kohalikul tasandil

- Ehitage üles kohalik projekti suhtlemine, kasutades blogisid, foorume ja teisi sotsiaal-meedia nähteid. Hoidke partnerid aktiivsed ja tugevalt kaasatud protsessi. Alati määrake moderaator ja vastutav isik protsessi üle, kui te kasutate eeltoodud vahendeid.
- Tehke piirkondlike partnerite ja tegijate analüüs selleks, et olla kindel, kas projekti algusest peale on kaasatud õiged inimesed vastavalt projekti eesmärkidele
- Moodustage kohalik kontseptsiooni väljatöötamise töögrupp, et kindlustada, et projekt toimiks kohalikul tasandil ning et teil oleks uusi kasutajaid projekti ideele. Kohalik töögrupp võib kasvada ja suureneda projekti eluea jooksul
- Valige välja kohaliku töögrupi hulgas need osalised, kes on võimelised abistama rahvusvahelisel tasandil, võttes arvesse ka aktuaalse keelteoskuse



Pärast seda kui projekt on samm-sammult elluviidud ja veendudes oma projekti edukuses, määrake ära edasised sammud ning see, kuidas hoida projekti edasi käigus.

Väljatöötatud turundusplaan loob aluse, et ellu viia äriplaan. Äriplaani on vaja selleks, et panna alus ettevõtlusele ja selleks, et veenda panku, partnereid jt. vajalikus rahalises toetuses. Selle kõrvalt peab äriplaan lisaks turundusplaanile, sisaldama vastavat teavet personali, müügitöö, rahastamise kohta, et panna paika projekti kuluefektiivsus.

Lisaks on soovitatav veel intensiivistada teie võrgustiku tööd ja suhteid teiste loovus- ja jätkusuutliku turismi võrgustikega, mis sobivad kokku teie projekti filosoofiaga. Kui te teete nii, te olete võimelised tgama pikaajalise tulevikukindluse projektile.

CULTrips kavatseb välja töötada äriplaani koos spetsialiseerunud konsultatsioonifirmaga, selleks et läbi uurida Euroopa Liidu programmide võimalused täiendava edasise rahastamiskõlblikkuse suhtes. Samaaegselt loob see aluse, et moodustada mittetulundusühing või mingi muu organisatsioon edasise koostöö jaoks ja CULTripsi turundamise jaoks.

Teisalt võivad projekti partnerid pöörduda ka mõne täiendava Euroopa projekti või fondi poole, leidmaks veel mõnda teist ankrut CULTrips meetodile.

Veelgi enam, CULTripsil on kontaktid erinevate turismi võrgustikega nagu Austria Loovusturism ja Globaalne Vabatahtlike Giidide Ühendus, et kindlaks määrata sobiv ja vastuvõetav koostöösuhe.

