

Klasterio mokymai paskatino asmeniškai tobulėti ir verslų draugystę

Turizmo puoselėjimas Lietuvoje pastaraisiais metais vis labiau turtingas iniciatyvų, skirtų verslui auginti ir kultūriniam paveldui gaivinti. Puikus pavyzdys – verslininkų ir verslumo siekiančių bendruomenių įsitraukimas į „Zarasų, Kupiškio ir Pasvalio rajonų turizmo klasterio“ veiklą. Tokios grupės subūrimas ir tęstinumas reikalauja nuoseklaus darbo ir dalyvių laiko, tačiau praktika rodo, kad sklandi turizmo klasterių veikla gali būti labai naudinga ilgalaikiai verslo sėkmei.

Mokymai paklojo pamatą ilgalaikiam vietinių verslų bendradarbiavimui

„Zarasų, Kupiškio ir Pasvalio rajonų turizmo klasterio“ veikla tęsiasi jau daugiau nei pusantrų metų, o viena jo pradžios ašių tapo trys mokymų ciklai, kurie dalyvius sukvietė į autentiškas patalpas: Kupiškio rajone esanti Adomynės dvarą, Palėvenės vienuolyną, edukacinę erdvę „Brolių medus“, Zarasų rajone - Šlyninkos vandens malūną, laboratoriją „Medus“, Pasvalio rajone - Raubonių sodybą „Tatulos vingiai“, Raubonių malūną. Skatinant produktyvų ir nuoseklų verslų tobulėjimą bei bendradarbiavimą, įgyvendinti įvairūs edukaciniai modeliai (teorinė dalis, individualus darbas, darbas grupėse, išvykos ir t. t.). Pasak „Eurointegracijos projektai“ ekspertės Linos Baublienės, būtent komandinis darbas leido verslams sugriauti konkurencijos barjerą ir sukurti aplinką, kurioje sužydėjo tarpusavio palaikymas bei partnerystė. „Kai visi klasterio nariai susipažino ir

apsiprato vieni su kitais, gimė labai gražių partnerystė. Pavyzdžiui, klasterio dalyvio įmonės „Skonus“ (vadovė Loreta Abramavičienė) ledai vasarą atsirado beveik visų narių versluose. Girdėjome, buvo net specialiai važiuojančių į Palevėnės vienuolyną, kad galėtų paragauti šių ledų. Panašiai nutiko ir „Renatos sodai“ įkūrėjai Renatai Montvilienei, kuri projekto eigoje atrado partnerystę su maitinimo ir edukaciniais verslais“, – dalijosi L. Baublienė.



Mokymų dalyviai



Mokymų dalyviai

Darbas grupėse padėjo geriau pažinti verslo procesus

Kiekvienas mokymų ciklas dalyvius pakvietė į klasterio veiklą pažiūrėti vis nauju kampu: gilintasi tiek į individualų verslo auginimą klasterio aplinkoje, tiek į esmines klasterio vertybes, verslų bendradarbiavimo principus bei techninius veiklos aspektus. Temų ir edukacinių modelių įvairovė dalyviams padovanojo gilesnį žvilgsnį į kitus regiono verslus, o kartu – ir naują požiūrį į savo veiklą.

Pasak L. Baublienės, rinkodaros tematika buvo ypač aktuali, nes tai nuolat atsinaujinanti sritis. „Tikiusi, kad dalyvavimas projekte

paskatins nuolat atsinaujinti žinias klasterio kontekste. Mokymai labai gerai atskleidė to reikšmę. Dalyviai pradėjo kelti nišinius klausimus ir ryžtingiau žvelgė į laukiančius iššūkius. Buvo smagu matyti, kaip verslų įkūrėjai dosniai dalijosi patirtimi su kitais. Pavyzdžiui, kai kalbėjome apie veterinarijos leidimų suteikimą, kai kurie nariai buvo ką tik perėję visą procesą ir galėjo gyvai pasidalyti patirtimi su tais, kurie tam dar tik ruošiasi“, – džiaugėsi lektorė. Jos teigimu, mokymų dalyviai ne mažiau domėjosi ir internetinės higienos klausimu. Dalijimasis verslo praktika ir ateities planais verslininkams parodė, kad tikrai verta investuoti daugiau laiko ir pastangų į socialinių tinklų paskyrų bei interneto puslapių kokybę

Už prekės ženklo „(Ne)atrastas turizmas“ – tvari verslų ekosistema

Pasak L. Baublienės, kadangi Lietuvoje turizmo klasterių veikla šiuo metu sparčiai auga, formuojant prekės ženklo „(Ne)atrastas turizmas“ koncepciją daug dėmesio skirta kitų klasterių veiklos analizei. „Kalbėjomės su Biržų, Anykščių ir Pajūrio klasterių kūrėjais. Biržų ir Anykščių klasterių patirtis buvo labiau orientuota į rinkodarą – jų nariai kartu dalyvauja parodose, bendrai naudoja reklamines pozicijas ir pasidalija viešinimo išlaidas. Tuo tarpu Pajūrio klasteris kuria bendrą produktą – paslaugą „Žuvies kelias“, kurią sėkmingai parduoda kelionių organizatoriams, įmonėms. Negalėjome

rinktis bendro produkto kūrimo kelio, nes bent jau kol kas vienoje teritorijoje negalime sujungti maitinimo, apgyvendinimo ir pramogų verslų. Užtat mums puikiai tiko bendros rinkodaros koncepcijos principas", – dalijosi „Eurointegracijos projektai“ ekspertė.

Jos teigimu, tarpusavio rekomendavimo sistema yra esminis šios koncepcijos įgyvendinimo elementas, tad per mokymus daug dėmesio skirta verslų tarpusavio pažinimui. Dalyviai nemažai laiko praleido lankydami kitų klasterio narių rengiamose veiklose – patys galėjo pasijusti kaip turistai ir per asmeninę prizmę įvertinti paslaugų kokybę. Šios patirtys sukūrė tvirtą pamatą palaikyti vieniems kitus ir rekomendacijoms, kurios bus įgyvendinamos kuponų sistemos principu. „Apsilankęs pas vieną klasterio narį, žmogus gaus nuolaidą apsilankymui pas kitą. Taip „(Ne)atrastas turizmas“ keliautojams taps ne tik logotipu, bet ir kokybės garantu“, – džiaugėsi L. Baublienė.

Spalio pradžioje įvykusi paroda „Rinkis prekę lietuvišką“, kurioje klasterio dalyviai parodė aukštą bendradarbiavimo standartą, jau tapo puikiu įrodymu, kad tarpusavio palaikymas – tai raktas į tvarų bei kryptingą verslo augimą. Tikimasi, kad mokymuose įgytos žinios ir santykis, kurį inicijavo verslų suvienijimas su prekės ženklu „(Ne)atrastas turizmas“, klasterio dalyvius ateityje pakvies patirti naujų iššūkių ir galimybių.



Mokymų dalyviai

Straipsnis yra parengtas siekiant pristatyti Kupiškio rajono vietos veiklos grupės kartu su partneriais Zarasų rajono vietos veiklos grupe bei Pasvalio rajono vietos veiklos grupe įgyvendinamą teritorinio bendradarbiavimo projektą „Turizmo klasterio Zarasų, Kupiškio ir Pasvalio rajonuose kūrimas“ (paraiškos kodas – 44TT-KP-21-1-00901-PR00)“, kuris yra finansuojamas pagal Lietuvos kaimo plėtros 2014–2020 metų programos priemonę „LEADER“ veiklos sritį „VVG bendradarbiavimo projektų rengimas ir įgyvendinimas“.

