



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

- **1. Polni naslov projekta:** __ Kakovostna lokalna hrana za večji turizem
- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu** (neustrezno področje izbrišite):

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

- Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Komunala Sevnica d. o. o.

Kmečka zadruga Sevnica z. o. o.

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

V projektu smo se osredotočili na kakovostno lokalno pridelano hrano, ki je ena od razvojnih prioritet naše države. Raziskovali smo gospodarske razsežnosti kakovostne lokalne hrane in skupaj z gospodarskim sektorjem iskali možnosti za vključevanje lokalne hrane v turistično ponudbo, še posebej intenzivno na primeru Sevnice, ki je z izvolitvijo moža Sevničanke Melanije Trump postala nova turistična mikro-destinacija, zanimiva za turiste od blizu in daleč (med našim projektom je Sevnico obiskal tudi slavn ameriški igralec Bill Murray, če navedemo zgolj primer). Prav kakovostna lokalna hrana je lahko izvrsten turistični produkt, kar smo prav tako pokazali na primeru Sevnice. Modra frankinja, potica, domača salama iz krškopoljskega prašiča ... - vse to so odlični turistični produkti in promotorji destinacije. Namen projekta je bil torej tudi ozavestiti širšo javnost o pomenu kakovostne lokalno pridelane hrane, ozavestiti o pomenu čiste in neoporečne vode, o pomenu kratkih in optimalnih oskrbovalnih verig, o pomenu kakovostne lokalne hrane v turizmu in o dodani vrednosti, ki jo tovrstna hrana predstavlja v turizmu.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Poleg delovnih sestankov smo v okviru projekta pogosto komunicirali po elektronski pošti, telefonu, skypu - tako smo razreševali sprotne dileme, mentorji smo odgovarjali na vprašanja študentov in pošiljali navodila nalog, prav tako je osebno, po elektronski pošti in telefonu potekala komunikacija med mentorji ter z mediji, ki smo jih obveščali o projektu, študenti so med seboj komunicirali tudi prek Facebooka. S temi oblikami dela smo krepili večšine poslovnega komuniciranja in uporabe novih medijev ter zagotovili, da so naloge potekale nemoteno. S predavanji in delavnicami smo izmenjali teoretična in praktična znanja ter jih posredovali zaposlenim v podjetjih in študentom. Na terenu smo analizirali praktične primere s področij upravljanja podeželja, logistike in turizma, kar je omogočilo analizo področja in prispevalo k načrtovanju dobrih prihodnjih praks vključevanja lokalne hrane v turistično ponudbo. Z obiski in ogledi delovnih procesov v partnerskih podjetjih smo dobili znanje in vpogled v delovanje gospodarskih družb na področju oskrbe z vodo in pridelave hrane, vključno z dobavnimi verigami in pogajalskimi procesi s trgovci. V sklopu sodelovanja z gospodarstvom smo ponudili možne rešitve, do katerih smo prišli na osnovi študije primerov (lokalna hrana in turistične kmetije, lokalna hrana v Hotelu Splavar, ponudba na gradu Sevnica itd.), z ogledi dobrih praks (lokalna trgovina Izidor, ponudba lokalne hrane na gradu Sevnica, z obiskom

kmetije itd., gostujoči strokovnjaki iz prakse, npr. dr. Podgoršek, Združenje turističnih kmetij) in literature. Z anketo smo ugotovili, na kakšnih platformah je mogoča prodaja lokalne hrane. Z razpravami, pisanjem poročil smo pridobivali komunikacijske in evalvacijske veščine. Ob zaključnem dogodku (grad Sevnica) smo pridobili znanje organizacije dogodka in odnosov z javnostmi.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Dodana vrednost projekta je večja ozaveščenost med vključenimi v projekt, zaposlenimi v podjetjih in turističnimi deležniki o pomenu kakovostne lokalne hrane in o njenih učinkih na turizem, kjer hrana v kulinarinem turizmu ne pomeni le trenda, temveč ima konkretne učinke na zdravje. Rezultat projekta je zagotovo tudi organiziranje ponudbe lokalno pridelane hrane na turistični točki grad Sevnica, kar ostaja v načrtih tudi za v prihodnje. Da se učinki kakovostne lokalne hrane kažejo v širšem gospodarskem kontekstu, vključno z delovnimi mesti v lokalnem okolju, zmanjšanjem onesnaženja in večjo blaginjo pridelovalcev hrane, kar predstavlja doprinos k trajnostni naravnosti, smo obveščali tudi po družabnih omrežjih (Facebook), prek spletne strani Fakultete za turizem, osebno ter prek medijev. Na osnovi pridobljenih znanj in spoznavanja dobrih praks domnevamo, da se bo v prihodnje več podjetij lotilo implementacije kakovostne lokalne hrane kot turističnega produkta in tako trajnostno dopolnilo in nadgradilo turistično ponudbo, vsekakor pa projektni partnerski podjetji.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).



