

21. konferenca Dnevi slovenske informatike

Informatika – neizkoriščeni dejavnik razvoja

**Oblikovanje poslovnega modela za spletno
rešitev za soustvarjanje
inovativnih turističnih
storitev**



*Ana Malešič,
Andreja Pucihar,
Gregor Lenart,
Mirjana Kljajić Borštnar*



Agenda

1. Predstavitev problema

2. Uvod in ozadje dela

3. Metodologija

4. Razprava



Projekt CentraLab

- Program: Srednja Evropa - cilj evropskega teritorialnega sodelovanja
- Trajanje: 1.5.2011 – 30.4.2014
- Vodilni partner: E-zavod (SI)
- Konzorcij projekta: 10 projektnih partnerjev iz 8 držav EU
- Osnovna naloga: raznolikost 10 čezmejnih pilotov





1. Opredelitev problema

Inovativne e-storitve

→ imajo običajno kratko življenjsko dobo!

Problem

→ izhaja iz pomanjkljivo pripravljenega poslovnega modela, ki bi zagotavljal delovanje e-storitve tudi po koncu javnega financiranja.



V projektu CentraLab smo v okviru živega laboratorija za razvoj trajnostnih turističnih storitev razvili spletno rešitev, ki omogoča povezovanje ponudnikov turističnih storitev in turistov z namenom soustvarjanja inovativnih turističnih ponudb.

Za zagotovitev uspešnega delovanja spletne rešitve tudi po koncu trajanja projekta, smo v ta namen na podlagi metodologije za oblikovanje poslovnih modelov in orodja Kanvas poslovnega modela (Business Model Canvas) oblikovali poslovni model.



2. Uvod in ozadje dela

Ozadje dela

Splet 2.0 in mobilne tehnologije omogočajo sodelovanje uporabnikov kjerkoli in kadarkoli.

Razvoj spleta 2.0 je omogočil, da lahko uporabniki in ponudniki podatke in informacije izmenjujejo in delijo na spletu ter sodelujejo z drugimi uporabniki.

Živi laboratorij je tehnološko-družbeno-ekonomski pristop, ki se uporablja kot strategija za razvoj produktov, storitev, inovacij, sprememb in prilagajanj v okolju samem.

Živi laboratoriji so okolja za inovacije in razvoj, v katerem se neposredno povezujejo raziskovalci, razvijalci in uporabniki, da bi kot so-ustvarjalci v čim krajšem času razvili inovativen produkt, storitev ali rešitev.

Inovativnost je pomemben element konkurenčnosti. Podobno kot v ostalih gospodarskih panogah ima konkurenčne prednosti v turizmu odločilno vlogo.

Slabosti slovenskega turizma so predvsem v:

- premalo inovativnih ter premalo kakovostnih turističnih storitev,
- neprepoznavnosti in neprivlačnosti ponujenih destinacij za turiste,
- premalo konkurenčnih in nepovezanih turističnih storitev,
- turistični ponudniki med seboj premalo sodelujejo,
- prav tako je nezadostno ukrepanje pri trajnostnem razvoju turizma in
- nezadovoljivo stanje na področju zelenega oziroma trajnostnega razvoja v turističnih in drugih sektorjih



3. Metodologija

Oblikovanje poslovnega modela Kanvas

Metodologije za oblikovanje poslovnih modelov opredeljujejo strog pristop k opredeljevanju tokov poslovne vrednosti.

Organizacija z oblikovanjem poslovnega modela opredeli način, s katerim prinaša vrednosti za stranke, pritegne stranko za plačilo vrednosti in plačila pretvori v ustvarjanje dobička.

Poznamo naslednja poslovna orodja za oblikovanje poslovnih modelov:

- Referenčni poslovni model (Business reference model)
- Komponentni poslovni model (Component business model)
- Poslovni model za industrializacijo storitve (Industrialization of services business model)
- Kanvas poslovnega modela (Business Model Canvas)



3. Metodologija

Opis pilotnega projekta

V okviru živega laboratorija za soustvarjanje inovativnih turističnih storitev smo razvili spletno rešitev, ki poleg obstoječih storitev

- omogoča vnos in opis turističnih atrakcij, ki so jih obiskali turisti;
- povezovanje turističnih atrakcij v poti; deljenje vnesenih turističnih atrakcij z drugimi uporabniki.

V opisih poti se lahko uporabijo vneseni podatki o atrakcijah drugih uporabnikov.

Ponudniki turističnih storitev prav tako lahko v portal vnesejo obstoječo ponudbo.

Spletna rešitev omogoča:

- vnašanje multimedijskih vsebin (fotografije, video posnetki...)
- komentiranje in dodajanje vsebin o posamezni atrakciji ali poti
- ter ocenjevanje turistične ponudbe, na podlagi katere bodo turistični ponudniki dobili povratno informacijo o kakovosti njihovih storitev in zadovoljstvu turistov

lika poslovnega modela

Oblikovano za:

Oblikovali:

Datum:

Verzija:

Ključni partnerji



Ključni partnerji za živi laboratorij:

- ✓ Turizem Bled
- ✓ Javni zavod za turizem Žirovnica
- ✓ Zavod za turizem Radovljica
- ✓ Triglavski narodni park
- ✓ Klub Zato ribica
- ✓ Javni zavod Račtavec
- ✓ KAMs S.s.p.
- ✓ Kpeto ur
- ✓ Samostojni turistični vodiči

Ključni partnerji za razvoj spletne rešitve:

Ključne aktivnosti



- ✓ Organizacije delavnic za ponudnike turističnih storitev in lokalne turistične organizacije
- ✓ Razvoj spletne rešitve
- ✓ Moderniranje vsebin na spletni strani
- ✓ Analiza obiska spletnih strani
- ✓ Izvajanje promocij

Ključni viri



- ✓ Spletna rešitev
- ✓ Zagonske sredstva projekta Centrolab
- ✓ Oblikovane nove turistične atrakcije in poti

Dodana vrednost



- ✓ Povzrovanje ponudnikov turističnih storitev med seboj
- ✓ Povzrovanje turistov med seboj
- ✓ Povzrovanje ponudnikov turističnih storitev in turistov
- ✓ Odpravimo težavo nepovezane turistične ponudbe, nasoddelovanje med ponudniki turističnih storitev, pridobimo pomembne informacije turistov
- ✓ Osnovna storitev spletne strani je brezplačna

Odnosi s strankami



- ✓ Preko spletne strani
- ✓ Odnos se-ustvarjanja
- ✓ Preko družabnih omrežij

Prodajni kanali



- ✓ Spletna stran dostopna preko računalnikov, pametnih mobilnih telefonov in tabličnih računalnikov
- ✓ Oglaševanje promocij na družabnih omrežjih
- ✓ Promocije preko spletnega oglaševanja

Segmenti strank



- ✓ Turisti
 - Družine
 - Mladi
 - Seniorji
 - Rekreativci
 - Eko turisti
- ✓ Ponudniki turističnih storitev
- ✓ Lokalne turistične organizacije

Struktura stroškov



- ✓ Vzdrževanje spletne rešitve
- ✓ Oglaševanje (brošure, spletni iskalniki, družabna omrežja, itd.)
- ✓ Moderniranje vsebine in izvajanje promocij spletne strani

Struktura prihodkov



- ✓ Oglaševanje glede na želje ponudnikov turističnih storitev
- ✓ Plačljive storitve z dodano vrednostjo (premium, analitika, promocija)
- ✓ Sofinanciranje z javnimi razvojnimi sredstvi (razpisi, strukturna sredstva...)



4. Razprava

Z opredelitvijo poslovnega modela za spletno rešitev za so-ustvarjanje inovativnih turističnih storitev smo opredelili načrt, da bi postala razvita spletna rešitev na trgu samo-vzdržna.

Pri vsakem elementu poslovnega modela, je bilo potrebno odgovoriti na vprašanja iz predloge Kanvas poslovnega modela.

→pomaga predvsem pri opredeljevanju, kdo so končni uporabniki (kupci), kakšen odnos bomo imeli z njimi, na kakšen način bomo dostopali do njih, kaj jim bomo ponudili oziroma kakšna je vrednost ponudbe, kdo so naši ključni partnerji, ter katere vire imamo na razpolago.

Za oblikovanje poslovnega modela za spletno rešitev za soustvarjanje inovativnih turističnih storitev s pristopom živega laboratorija je bilo potrebno nameniti konstruktivno kritičen pristop.

Eksperiment je pokazal, da je pri izgradnji uporabniškega vmesnika (spletne rešitve) potrebno upoštevati želje in potrebe končnih uporabnikov.

Potrebno vključevati tudi partnerje, ker so strokovnjaki na svojem področju in lahko s svojimi vsebinami napolnijo razvito spletno rešitev ter so s tem neposredno soustvarjajo nove turistične storitve.

Kanvas poslovnega modela je vsekakor primeren pristop za uresničitev razvoja storitve in je skladen tudi s pristopom živega laboratorija



Hvala za vašo pozornost !

Vprašanja?

Pripombe?

Predlogi?