

Сътрудничество между заинтересованите страни. Дестинационен мениджмънт – същност, задачи и функции.



Лектор: ЛЮБЕН ЛАЛЕВ

Туристическа дестинация

- Дестинациите предлагат амалгама от продукти и услуги под бранда на дестинацията;
- Дестинации: държава, област, регион, град, село и т.н.;
- Дестинациите са физически, но също така и неосезаеми (имидж, идентичност, позициониране);
- Дестинацията обхваща цялата верига на туризма;
- Обслужвана от и от публичния и от частния сектор - силно взаимозависима.

Какво е мениджмънт на дестинация?

- Координирано управление на всички елементи, които съставят една дестинация (забележителности, удобства, достъп, маркетинг и ценообразуване);
- Обучение, подкрепа на бизнеса и установяване на управленски пропуски;
- По света има различни варианти за управление за управление на дестинацията, както следва:
- държавни органи;
- Публична власт (и) аутсорсинг на частни фирми;
Публично-частно партньорство за определени функции - често под формата на дружества с нестопанска цел;

Мениджмънта на дестинациите

- Привлича и структурира организации, работещи за една обща цел, където ролята на организацията е да ръководи и координира дейности по последователна стратегия.
- Тя не контролира дейността на своите партньори, но обединява ресурси и експертен опит;
- Развива на високо ниво на управлението на партньорства;
- Предприема маркетингови дейности и др.



Мениджмънт на дестинациите



ДЕСТИНАЦИЯ - ключови фактори за успех

- Позициониране и диференциране на дестинацията и управление на имиджа;
- Познаване и разбиране на нуждите на целевите туристически пазари и привличане на нови такива;
- Осигуряване "по веригата" на положителни посетителски преживявания;
- Непрекъснато адаптиране към динамично променящата се конкурентна и пазарна среда;
- Иновации и управление на туристическия продукт;
- Професионализъм в нивото на обслужване и цялостното управление на човешките ресурси;
- Създаване на значими партньорства между публичния и частния сектор;
- Възползване от възможностите, предоставени от новите технологии;
- Балансиране на стратегическите цели на заинтересованите страни и оптимизиране на икономическите и социалните въздействия в дестинацията

Значение на изследванията и управление на информацията

- Конкурентно разузнаване;
- Разбиране и сегментиране на пазара;
- Следене на глобални и локални тенденции за пътуване;
- Наблюдение на функционирането на пазара;
- Икономически, социални и екологични въздействия;
- Тенденции в предлагането и промени в туристическите продукти.

Въпроси

- Къде сме сега?
- Конкурентен контекст?
- Какви са основните ни цели като дестинация?
- Какво е ценно за дестинацията?
- Какво трябва да предложим на туристите?
- Това, в което сме добри и това, в което не сме?
- Къде можем да се подобрим?
- Колко добре се организираме и др.?

Конкурентни предимства

- Създаване на силно и уникално позициониране – екип от експерти;
- Разработване на атракции и ресурси на дестинацията по начин, който акцентира върху уникалните и природни дадености;
- Предоставяне на отлично качество с най-високо съотношение качество-цена.

Елементи за конкурентоспособност на дестинацията



Предимство пред конкурентите

- Разходи на ръководството. Последователно контролиране и намаляване на разходите и подобряване на ефективността на операциите;
- Фокус. Специализиране в много фокусирана сфера на дейност;
- Диференциация. Да се предложи продукт или услуга, който има уникална стойност и е различна;

Жизнен цикъл на дестинацията



Научни и приложни приноси

- Установена е взаимовръзката между бизнес сектора и останалите заинтересовани партньори в развитието на туристическата дестинация, като на база на нея е създаден теоретичен модел. Направено е проучване, касаещо същността, структурата, управлението и функциите на туристическата дестинация, като е детайлизирана ролята на туристически бизнес сектор, публичния и неправителствения сектор.
- Изследвано е туристическото развитие в община Луковит, чрез анализ на туристическото търсене и предлагане, в т.ч. и на х. Дипломат плаза, който според общински данни и собствени проучвания е най-успешният представител на бизнес сектора в областта на туризма.
- Разработена е концепция с практико – приложен характер, за развитието на туристическа дестинация Луковит, в която са дефинирани цели, визия, целеви пазари и насоки за преодоляване на проблемите на бизнес сектора при взаимовръзката му с останалите заинтересовани страни в развитието на община Луковит като туристическата дестинация.

Благодаря за вниманието! 😊

Любен Лалев,
0888 81 61 61,
ls@dbg.bg

Ключът за вашия успех!

