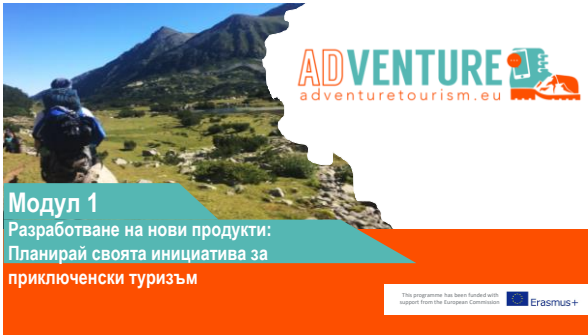




ADVENTURE
adventuretourism.eu

Модул 1

Разработване на нови продукти:
Планирай своята инициатива за
приключенски туризъм

This programme has been funded with support from the European Commission



Резюме на обучителния курс – процесът PDCA

Първа част на Вашия обучителен курс „Разработване на нови продукти“ е разработен по процеса PLAN (Планирай) – DO (Направи)–CHECK (Провери)–ACT (Коригирай):



Модул 1: Планирай своите инициативи за приключенски туризъм

Модул 2: Организирай и реализирай своите инициативи за приключенски туризъм

Модул 3: Провери как вървят нещата

Модул 4: Приложи коригиращи действия и продължи със следващия цикъл

Модул 1 Въведение



Ако искате да постигнете пазарен успех с Вашата отговорна туристическа инициатива, Вие трябва предварително да я планирате. Всички организации планират под някаква форма, формална или неформална, на различни йерархични равнища. Планът е тактическото средство за реализиране на стратегията и за постигане на поставените цели. За да разработите успешна инициатива за приключенски туризъм, Вие ще трябва да оцените предлагането и търсенето и да поставите конкретни цели. Изключително важно е да можете да измерите въздействието (позитивно или негативно) на Вашата инициатива върху природната и културната среда.

Модул 1 Планирай своята инициатива за приключенски туризъм

Цели на обучението

В края на този модул Вие ще можете да:

- Дефинирате своята дестинация и продукт/инициатива.
- Разбирате и измервате доставките, от които се нуждаете.
- Разбирате и измервате търсенето за своята инициатива.
- Идентифицирате въздействието на инициативата върху общността.
- Оценявате историческите, културните, социалните и екологичните въздействия.

1.1	Дефиниране на своята инициатива • Дефиниране на дестинацията и инициативата • Продукт или услуга • Шестте компонента на туристическия продукт
1.2	Оценяване на предлагането • Места за настаняване • Транспорт • Развлечения • Човешки ресурси
1.3	Оценяване на търсенето • Дефиниране на цели и целеви обекти
1.4	Определяне и оценка на въздействието • Дефиниране на цели и целеви обекти • Оценка на екологичното и социалното въздействие • Оценка на културното въздействие

Планирай своята инициатива за приключенски туризъм

Твоят план трябва да определи конкретно: 1/ Какви нужди трябва да бъдат удовлетворени, 2/ От кого, и 3/ Когато.

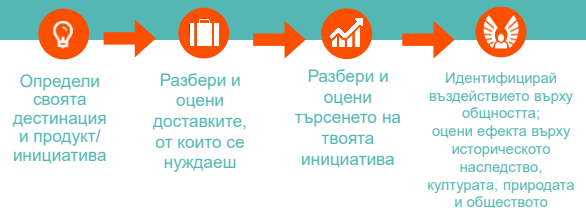
Всеки план трябва да притежава следните характеристики:

- Има цели, които могат да бъдат измерени
- Отговаря на въпроси, които биха задали стейкхолдърите
- Изграден е върху опции и вероятности
- Идентифицира и квантифицира рисковете
- Посочва как да се минимизират тези рискове или сериозните последици, които те могат да причинят
- Позволява измерване на прогреса

Adventure Tourism 1 | www.adventuretourism.eu



Планирай своята отговорна инициатива



Adventure Tourism 1 | www.adventuretourism.eu

1.1.

Определи своята дестинация и продукт/инициатива



- Можеш да започнеш процеса на планиране с отговор на следния въпрос:

Какво ти липсва по отношение на познание и практика в областта на приключенския туризъм в твоята дестинация/място?

Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.1.

Определи своята дестинация и продукт/инициатива

1. Направи списък с туристически услуги, които познаваш и разбираш.
2. Продължи със списък на тези аспекти, които не знаеш, но мислиш, че е полезно да познаваш. Този списък е важен за етапа, който следва, защото ще можеш да ангажираш други партньори, които да ти помогнат да запълниш липсващата информация.
3. Накрая трябва да определиш обхвата на инициативата за приключенски туризъм. Използвай **Чек лист 1** за насоки.



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.1.

Определи своята дестинация и продукт/инициатива

Ако не можеш да отговориш на тези или на подобни въпроси за твоята дестинация, ще трябва да отделиш малко време, за да се опиташ да намериш отговорите преди да започнеш да правиш каквото и да е.

По време на процеса на определяне на твоята инициатива за приключенски туризъм, имай предвид, че по дефиниция приключенският туризъм като част от алтернативния туризъм трябва да осигурява баланс между околната среда, икономическите и социо-културните аспекти на туристическото развитие (т.нар. *triple bottom line*). Опитай се да разработиш комплексно туристическо изживяване – социално, икономическо и природо-съобразно. "Hop-on Hop-off" продуктите, например, не носят добавена стойност за нито един от участващите партньори.



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.1.

Стоки или услуги

Какво разработваш – стока или услуга?

Стоки	Услуги	Приложни аспекти
Осезаеми	Несезаеми	• Услугите не могат да бъдат съхранявани. • Услугите не могат лесно да се патентоват. • Услугите не могат да бъдат изложени на витрина и директно комуникирани. • Ценообразуването при услугите е трудно.
Стандартизиран	Хетерогенни	• Доставката на услуги и потребителската удовлетвореност зависят от действията на служителите и потребителите. • Качеството на услугата зависи от множество неконтролируеми фактори. • Трудно е да се оцени, дали доставената услуга напълно съответства на това, което е планирано или промотирано.
Производството е отделено от потреблението	Паралелно производство и потребление	• Потребителите взаимно си влияят. • Служителите оказват влияние върху резултата (доставената услуга). • Често се наблюдава децентрализация. • Масовото производство е трудно.
Трайни	Краткотрайни	• При услугите е трудно да се синхронизира предлагане и търсене. • Услугите не могат да бъдат върнати или препродадени.

Източник: Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for further research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50 (cited in: Zeithaml, et al., 2006, p. 22)

1.1.

Шест компонента на туристическия продукт:



- 1) Всички туристически продукти започват с **атракция**.
- 2) До атракцията трябва да има **достъп**, който е критичен за нейното използване.
- 3) Всеки посетител получава някакво преживяване с/от атракцията, но то зависи от избраната **дейност**.
- 4) Реализирането на тази дейност изисква **услуги**. Услуги са всички тези функции, от които посетителят може или да се възползва, или да не се възползва.
- 5) Осигуряването на услуга, от своя страна, изисква **квалифициран персонал**, който да я достави.
- 6) Туристическият продукт може да включва **комуникация/промоции**, тъй като потенциалният турист трябва да бъде информиран за съществуването на този продукт.

Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.1.



“Формулата” на туристическия продукт

(Дейност + Ситуация + Ресурси) → Събитие → Реакция → Памет = Преживяване / Опит



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Разбери и оцени предлагането, от което се нуждаеш



Разбирането на приключения туризъм и дефинирането на услугата е първа стъпка към успешното управление на инициативите за приключенски туризъм.

Наличието на надеждни данни е ключов момент, за да можеш да правиш мониторинг на заплахите за твоята инициатива и да осигуриш ефективно таргетиране на пазарните сегменти.

Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Разбери и оцени предлагането, от което се нуждаеш

Анализът на предлагането включва преглед на туристическите активи и инфраструктура, както и оценяване на потенциала за растеж и промяна във времето. Ефективността на дестинацията зависи от получаването на приходи и силно зависи от локацията, мащаба, капацитета и качеството на настаняването, транспортната система, храните и напитките, търговията на дребно, развлеченията и атракциите за посетителите.

Препоръчително е да се започне с несложна ревизия (преглед) на туристическото предлагане.



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Преглед на местата за настаняване

Прегледът на местата за настаняване включва всички съществуващи доставчици в дестинацията като: хотели, къщи за гости, курорти, B&B, места за отдаване под наем и къмпинги. Данните, които са необходими за прегледа на местата за настаняване включват:

- ✓ Брой на стаите и леглата
- ✓ Сегментационен микс на местата за настаняване
- ✓ Средна официална цена (на сезон)
- ✓ Заетост на работната сила
- ✓ Заетост на местата за настаняване (на сезон)
- ✓ Средна продължителност на престоя
- ✓ Други елементи, свързани със стратегията на дестинацията като ключови пазари, използване на зелени технологии, ангажираност с местните общности.



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Преглед на местата за настаняване

Мониторингът на данните за местата за настаняване може да помогне да се определи, дали са необходими още видове места за настаняване или дестинацията работи с пълен капацитет.

Вие можете да използвате като пример **Чек лист 2** от това Ръководство.



Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Туроператори

Туроператорите са жизнено важни за веригата на стойността на дестинацията и в повечето случаи управляват съществена част от преживяванията на посетителите. Трябва да се направи преглед на всички туроператори:



- ✓ Брой оператори
- ✓ Брой обслужени клиенти
- ✓ Продължителност на престой
- ✓ Ценови обхват
- ✓ Заетост на работната сила
- ✓ Среднодневни разходи на пътник
- ✓ Ключови пазари, маркетингови техники и типове продадени пакети

Adventure Tourism | www.adventourism.eu

1.2.

Преглед на атракциите (природни и културни)

Атракциите мотивират хората да станат туристи. Жизнено важно е да се оценят атракциите в дестинацията, за да се идентифицират потенциалните пазари и да се оцени конкурентната позиция на конкретната дестинация на пазара. Важно е да се събере не само количествена, но и качествена информация за атракциите:

- ✓ GPS данни за картографиране
- ✓ Достъпност
- ✓ Брой посетители
- ✓ Генерирани приходи
- ✓ Консумирани / произведени ресурси
- ✓ Настоящи и/или потенциални начини на употреба
- ✓ Снимки, видеа и/или аудио записи



Adventure Tourism | www.adventourism.eu



Човешки и институционален капацитет



Туризмът е ориентиран към хората бизнес, който зависи от качеството на услугата, предоставяна от обучени мениджъри и служители. Познаването на действителната и потенциалната база от човешки ресурси в дестинацията е критичен елемент от процеса на определяне на степента, в която общността може съдържателно да участва в развитието на отговорния туризъм. Институционалната подкрепа също е важен фактор, а в някои случаи е критична.

Кликнете върху логата, за да посетите сайтове на организациите:





Разберете и оценете търсенето за Вашата инициатива

За да оцените търсенето трябва да отговорите на следните въпроси:

- ✓ Колко души искат да посетят Вашата дестинация? Търсенето нараства ли или намалява?
- ✓ Кои са посетителите и кога идват във Вашата дестинация?
- ✓ Защо идват и колко дълго остават?
- ✓ Колко харчат и какво купуват?
- ✓ Откъде идват?
- ✓ Какво искат да преживеят и как са научили за Вашата дестинация, нейните специфики и местната общност?
- ✓ Посетителите доволни ли са от своите преживявания?



Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Дефинирайте своята цел и целеви обекти

Информацията за целите и тази, която беше разглеждана в предходните слайдове е критична, тъй като Вие ще се нуждаете от нови инвестиционни възможности и нова или обновена инфраструктура. Всички дестинации трябва да измерват поне равнището на удовлетвореност на посетителите.

След като постигнете съгласие по отношение на целите за дестинацията, Вие можете да определите дейностите, крайните срокове и да идентифицирате партньорите, които ще отговорят за изпълнението им. Това ще бъде разглеждано в детайли в Модул 2 на ръководството.



Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Дефинирайте своята цел и целеви обекти

Целите са реалистични и измерими таргети по отношение на туристическата визия на дестинацията.

Всяка цел трябва да съответства на визията на дестинацията.

Всички цели трябва да бъдат измерими, реалистични и да бъдат дефинирани за определен период от време!

Our Choice		Alternative	
S Specific	Simple	Sensible	Significant
M Measurable	Meaningful	Motivating	
A Achievable	Agreed	Attainable	
R Realistic	Reasonable	Relevant	Results-Based
T Timely	Time-Based	Time Limited	Time Bound

Погледнете Модул 5 и Модул 6 за детайли.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Оценете въздействието върху общността

Когато разработвате Вашата инициатива за приключенски туризъм, от ключово значение е предварително да оцените потенциалните позитивни и негативни въздействия на тази инициатива върху местните общности и тяхното „невидимо“ културно наследство.

Вие трябва да комуникирате с местната общност, за да можете да разберете техните нужди, стремежи, интереси.





Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

1.4.

Оценете въздействието върху общността

Опитайте се да създадете асоциации с местните атракции, което ще съсредоточи върху тях вниманието и емоциите, както на туристите, така и на местната общност. Можете да използвате **Чек лист 3** за примери за създаване на асоциации в тематична мрежа.



Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

1.5.

Оценявайте въздействието на историческото наследство, културните, социалните и екологичните въздействия

Степента, в която в туристическият бизнес осигурява възможности за работа (със справедливо заплащане), равни възможности и безопасност на работното място е много важна и си заслужава да бъде анализирана.

Освен това, трябва да се проследяват рисковете и негативните въздействия в течение на времето, за да могат да се предприемат подходящи действия и да се управляват по подходящ начин непредвидените ситуации.



Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu



1.5.

Оценявайте въздействието на историческото наследство, културните, социалните и екологичните въздействия

При оценката си трябва да вземете под внимание следните Критични фактори за успех:

- ✓ Съгласувани цели и ясни концепции
- ✓ Финансово планиране за целите на бюджетирането, набирането на капитал и ценообразуване
- ✓ Ефективни маркетингови стратегии, базирани на пазарни изследвания
- ✓ Близост до основните пазари и туристопоток
- ✓ Управление на ЧР, включително персонал и доброволци
- ✓ Планиране на продуктова диференциация, ЖЦП и добавяне на стойност
- ✓ Качество и автентичност на продуктите и преживяванията
- ✓ Включване на културното наследство и туристическата експертиза при промотирането



Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Използвана литература:

Gutierrez, E. 2011. *Project Development for Sustainable Tourism: A Step by Step Approach*. Online Learning Tools and Resources. Sustainable Tourism: International Cooperation for Development. The George Washington University and USAID.

Hawkins, D. E. & Mann, S. 2007. The World Bank's Role in Tourism Development. *Annals of Tourism Research: A Social Sciences Journal*, 9 (1), 115-132.

Hawkins, D. & Nikolova, M. 2005. Knowledge Applications for Competitive Destinations: A Visitor Experience Value Chain Approach. *The WTO Education Council Conference*, the XVI General Assembly of the World Tourism Organization, Senegal, December 1.

Lee, C.L. & Yang, J. 2000. Knowledge Value Chain. *Journal of Management Development*, October 2000, 19 (9).

Normann, R. & Ramirez, R. 2004. *Designing Interactive Strategy: From Value Chain to Value Constellation*, John Wiley & Sons, Inc.

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Използвана литература:

Уеб ресурси:

<https://quizlet.com/91838461/sustainable-tourism-vocabulary-flash-cards/>
http://visokaturisticka.edu.rs/pitanja/obavezne_reci_a3_ema.pdf
https://prezi.com/klvmyoi0v34/_response-ble-tourism/
http://www.ttra.com/assets/117/Response-ble_Tourism_and_the_Future_-_John_Swarbrooke.pdf

Допълнителни ресурси:

Culture and Heritage Tourism: Understanding the Issues and Success Factors, www.crctourism.com.au (permanently archived on <http://www.webcitation.org/5sjXNipDH>)
 CDC Development Solutions: www.cdcdevelopmentsolutions.org
 Center of Excellence for Destinations: www.ced.travel
 International Union for Conservation of Nature: www.iucn.org
 Joliba Trust: www.jolibatrust.org.uk
 Lindblad Expeditions: www.expeditions.com
 National Geographic Center for Sustainable Destinations: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/>

Adventure Tourism | www.adventuretourism.eu

Благодаря!



Contact Us

ANY Facebook

www.adventuretourism.eu