



Програма за јакнење на капацитети

Дводневна обука на тема: „Влијанието и учеството на културата во развој на туризмот“

Проект: Нашето заедничко минато – патека за заедничка иднина
CBC006.2.21.028

Project: Our common past - road to the joint future CBC006.2.21.028

The project is co-funded by EU through the INTERREG - IPA CBC

TOGETHER IS MUCH BETTER





СЕСИЈА:

Алатки за планирање

Мапирање на општината/регионот - Анализа на ресурси и вредности

„Развој на туризмот во заедницата заснован на нејзините вредности“

The project is co-funded by EU through the INTERREG - IPA CBC

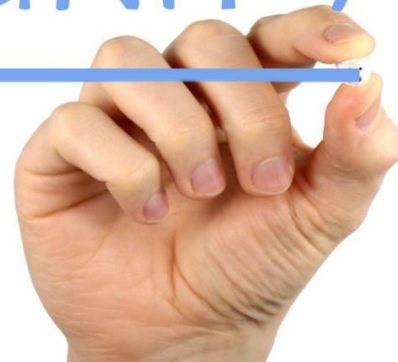
TOGETHER IS MUCH BETTER

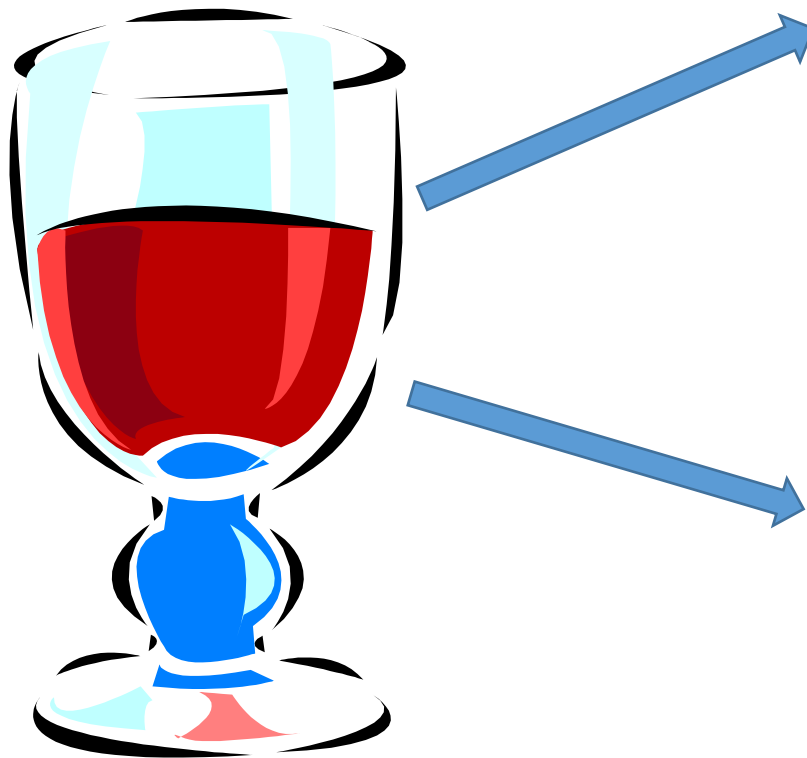


„Секоја заедница и човек имаат капацитети, способности и таленти.

Добриот живот зависи од тоа дали овие капацитети може да се искористат, способностите да се препознаат и талентите да се употребат во создавање вредности и добра кои ќе го подобрат живеењето на луѓето и заедницата како целина“

COMMUNITY





Заедницата има
недостатоци



Заедницата и
нејзините жители
имаат капацитети и
добра



- Систематски процес за идентификување на ресурсите (индивидуални и организациски) и за јаките страни на заедницата.
- Се фокусира на идентификување и користење на добрата и јаките страни на заедницата, а не на акцентирање на проблемите и недостатоците.
- Позитивен пристап кој се заснова на претпоставки дека секој има по нешто што може да придонесе за развој на заедницата.
- Добрата се мапираат, се поврзуваат и се мобилизираат за дејствување.



TRUST



- Афирмативна иницијатива од самата заедница
- Ги поврзува ресурсите со иницијативите
- Ги мобилизира жителите да почнат да размислуваат за заедницата
- Го зајакнува верувањето дека заедницата се гради одвнатре, а не однадвор
- Ги поврзува различните групи на луѓе/граѓани

Social Media
Connecting People





NOKIA
Connecting People



- Ако бараш проблем – ќе најдеш проблем!
- Твоето прашање го одредува одговорот!

Промената започнува со самото поставување прашање и промена на размислувањето (“change of the mindset”)





Ако бараш успех – ќе најдеш успех!

На пример, ако запрашате некој кој постојано се жали на нешто ... на бирократијата, политиката, даноците или слично, да ви ги наброи позитивните искуства од тоа, листата станува поголема и поголема, а со тоа и нивниот став и прифаќање.



Креирање на решението

- Што точно треба да се поправи?
- Како ќе влијае решението?
- Што е потребно за имплементација?
- Како луѓето ќе знаат за решението?
- Дали е решението прифатливо за клиентите?
- Како ќе знаеме дека функционира?
- Може ли да го направиме подобро решението?

Поставувајќи ги овие прашања,
подготвуваме подобро решение кое што ќе
има долгорочна вредност



Верба



Што подразбирате под верба и зошто ни е потребна?



Елементи на 4D пристапот

- **Discovery** – Дознавање, откривање на доброто/најдоброто
- **Dream** – Сон, визија, слика за иднината
- **Design** – Дизајнирање нова социјална и техничка архитектура на заедницата
- **Destiny/Delivery** – Имплементација, спроведување, почеток на делувањето

Дознавање - откривање

- Анализа на убавото/успешното и причините за нив
- Анализа на ресурсите, капацитетите и способностите





Сон - визија

- Визија за наредните 5/10 години
- Развој на цели и приоритети за наредните 2/3 години кои се засновани на долгорочната визија



PLANNING

Дизајн - планирање

- Идентификување на активностите кои се засновани на целите
- Изготвување на акционен план





Имплементација

Како да спроведеме успешни активности и иницијативи?





Вежба

- **Изработи карта на општината/регионот со постоечките ресурси**
- **Анализирај:**
 - Човечките Ресурси - Вештините на жителите
 - Асоцијации и здруженија
 - Институции
 - Физички добра – земја, објекти, опрема и др.
 - Економски добра – локални бизниси, потрошувачката моќ на жителите
 - Културно наследство
 - Пишани материјали
 - Природни ресурси



СЕСИЈА:

Туристички производ и туристичка услуга

Начини на создавање на туристичкиот производ и услуга, конкурентност и примери

The project is co-funded by EU through the INTERREG - IPA CBC

TOGETHER IS MUCH BETTER



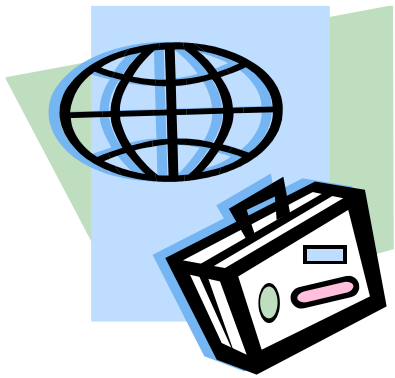
SERVICE

За да се разбере обликот и формата на туристичките производи во споредба со другите видови производи, добра и услуги треба да се знае дека тие имаат различни карактеристики





- Туристички производи се низа интегрирани производи, кои се состојат од предмети и атракции, превоз, сместување, храна и забава при што секој елемент од туристичкиот производ се подготвува од страна на засебен субјект - компании и се нуди на потрошувачите (туристите).
- Туристичкиот производ се состои од различни елементи, и е пакет кој не секогаш е цврсто интегриран и ги задоволува потребите на туристите од моментот на нивното пристигнување до дестнацијата и назад.



- Туристичкиот производ може да се дефинира како збир од физичко и психолошко задоволство кое им е понудено на туристите за време на туристичкото патување или за време на престој во самата дестинација.
- Туристичкиот производ се фокусира на објекти, локации, услуги и искуства/доживувања дизајнирани да ги задоволат потребите на туристите.



- Врз основа на дефинициите, може да се заклучи дека постојат 3 (три) елементи кои го формираат туристичкиот производ:
 1. Привлечност на дестинацијата/искуството
 2. Инфраструктурата-туристичките објекти и локации во дестинацијата
 3. Пакетот на услуги и односот кон посетителите/туристите

Трите елементи заедно ја формираат
сликата на едно искуство или
дестинација, било таа да е добра или
лоша.



Треба да се запрашаме што треба да се даде на вредноста на исказот односно, која комбинација на искуства што произлегуваат од тоа (вклучувајќи ја и цената) и како точно треба да се усогласат сите производи, ресурси и процеси профитабилно да се испорача продуктот/услугата, односно да се обезбеди и да се комуницира секое крајно искуство ?

Experience...



Туристички производ

Постојат шест (6) елементи на туристичкиот производ кои сочинуваат еден пакет опишан на основа на потребите:

1. Предмети и атракции/искуства;
2. Услуги на туристички агенции и тур-оператори;
3. Услуги на транспортни компании;

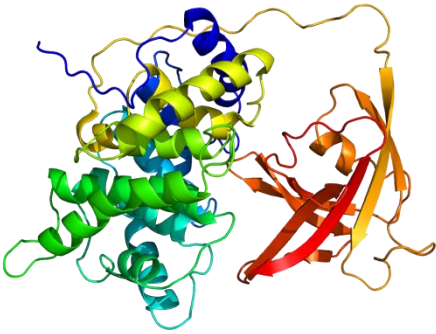
4. Услуги за сместување, храна, рекреација и забава/доживувања;
5. Услуги за набавка на сувенири;
6. Поддршка за деловни услуги.





Разбирањето на туристичкиот производ во целина може да се направи преку неговите карактеристики:

1. Не може да се преместат;
2. Не може да се складира;
3. Нема потреба од посредници за да се постигне задоволство;
4. Под силно влијание на не-економските фактори;



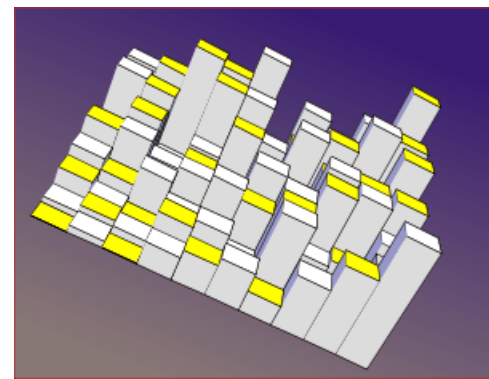
5. Не може да се пробува (тестира) или да се земаат мостри
6. Многу се зависни од човечкиот фактор
7. Имаат високо ниво на ризик во смисла на инвестиции
8. Не секогаш има објективен стандард или мерка за оценување на нивото на квалитет на производот

Understanding

Важно !

Туристичкиот производ треба да проникнува нова перспектива, земајќи го во предвид следново:

- Дека производот/услугата е **“создадена за”** клиентот
- Системот за испорака треба да е **“направен со”** клиентот





shutterstock · 235826902



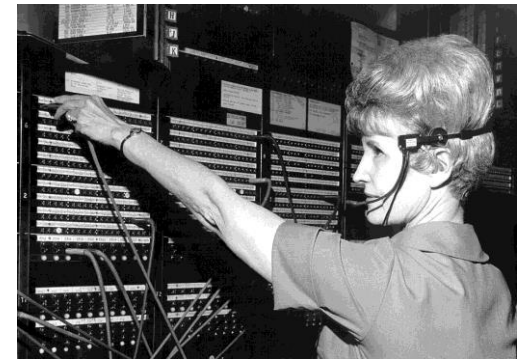
Туристичка услуга

- Услуга е кохерентна и подготвена за користење, која е од вредност за клиентот.
- Услугите им овозможуваат на клиентите да го искушат нештото без притоа самите да се грижат за реализација на она што сакаат да го направат од аспект на користење на технологија, инфраструктура и слично.

- Туристичката услуга е **акција** која има вредност, дело или напор, реализиран со цел за да се задоволи потребата или да се исполни побарувачката на клиентот. Тоа е комплексна мрежа на односи меѓу различни добавувачи, туристички производи, дестинациски маркетинг организации, тур-оператори и туристички агенти, меѓу многу други.



- Услугите поврзани со туризмот и патувањето вклучуваат услуги што ги нудат хотелите и рестораните (вклучувајќи го и угостителството), туристички агенции и услуги на туристички оператори, туристички водич и други сродни услуги.



Перспектива на продуктот/услугата (права и обврска)

- Често се случува оваа перспектива најчесто да недостига кај компаниите, локалните власти, институциите и организациите, со јасно распределени права и обврски и јасен фокус на административните, производствените и финансиските прашања, а не кон испораката на услугата (односно пред истата да почне да се испорачува).
- Од суштинско значење е перспективата за услугите на клиентите да е јасна и искомунцирана до сите тие кои учествуваат во испорака на истата

Перспектива на продуктот/услугата (права и обврска)

- Често се случува оваа перспектива најчесто да недостига кај компаниите, локалните власти, институциите и организациите, со јасно распределени права и обврски и јасен фокус на административните, производствените и финансиските прашања, а не кон испораката на услугата (односно пред истата да почне да се испорачува).
- Од суштинско значење е перспективата за услугите на клиентите да е јасна и искомунцирана до сите тие кои учествуваат во испорака на истата



Конкурентноста на туристичкиот производ и туристичката услуга

- Цена
- Квалитет
- Количина
- Пристап
- Уникатност/автентичност
- Промоција/маркетинг
- Впечаток и сеќавање





**BEST
PRICE**

Елементи кои ја утврдуваат цената на еден туристички производ, односно факторите кои треба да се земат во предвид кога се утврдува цената на производот

Оперативни трошоци

- Фиксни оперативни трошоци
- Варијабилни (променливи) оперативни трошоци





**BEST
PRICE**

Дополнителни фактори што треба да се земат предвид кога ја утврдувате цената на вашиот производ или услуга

- Утврдување на конкуренцијата
- Откријте што и колку наплаќаат вашите конкуренти. Стратегиите за цени на конкурентите влијаат на максималната стапка со која може да се продава вашиот производ.
- Побарувачка на пазарот (квалитет и количина)

Сезонски карактер на вашиот производ или услуга

- Определете ги флукуациите во работењето помеѓу високо фреквентен период (кога вашиот производ или услуга се продава најмногу) и ниско фреквентен период (кога вашиот производ или услуга се продава најмалку)



**BEST
PRICE**

Утврдување на стапките (цените) при креирање на вредноста на вашиот производ или услуга

- Во туристичката индустрија, се препознатливи две различни стапки, нето-стапка и стапка за продажба на мало.



**BEST
PRICE**

- **Бруто стапка (бруто вредност)**

Бруто стапка, стапка за продажба, или стапка на врата е вкупната цена на продуктот со сите пресметани трошоци (таа што ја плаќа клиентот). Кога ги нудите вашите продукти и услуги на партнерите и дистрибутерите, јасно означете ги како бруто или нето со применлив датум на важење на истите.



**BEST
PRICE**

- **Нето стапка (нето вредност)**

Нето стапката (цена) се добива како збир на оперативните трошоци + вашиот профит

Нето-стапката се пресметува со собирање на сите фиксни и варијабилни трошоци за работење на вашата деловна активност и маргината на профит што сакате да ја направите при продажбата.

Нето-стапката е апсолутен минимум за кој би можеле да го продадете вашиот производ и сепак да остварите профит.



**BEST
PRICE**

- **Малопродажна цена (стапка за продажба на мало)**

Малопродажната цена е нето стапката плус провизијата што ќе ја платите на партнерите и дистрибутерите преку кои ќе го продавате вашиот продукт или услуга.



**ВИ БЛАГОДАРАМ НА
ВНИМАНИЕТО**