

# УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Тема №4

дисциплина «Управление развитием туристской индустрии»

Климова Татьяна Брониславовна – доцент,  
зав. кафедрой международного туризма и гостиничного бизнеса

Цель и задачи изучения темы:

**ИЗУЧИТЬ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ  
ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ, А ТАКЖЕ  
РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И  
ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ  
ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА.**

# Конкуренция и конкурентоспособность в туризме

В общем виде конкурентоспособность означает способность выполнять свои функции (предназначение, миссию) с **требуемыми качеством и стоимостью** в условиях конкурентного рынка. Конкурентоспособность может определяться в сравнении с другими аналогичными объектами, часто лучшими.

**Конкурентоспособности региона** — обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику.

# Направление исследования роли региона в создании конкурентных преимуществ «региональный ромб»

## СТРАТЕГИИ ФИРМ, ИХ СТРУКТУРА И СОПЕРНИЧЕСТВО

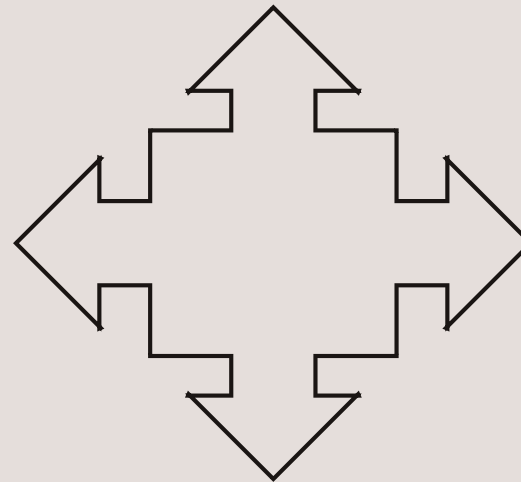
(создают конкурентную среду и развивают конкурентные преимущества)

## ПАРАМЕТРЫ ФАКТОРОВ

(природные ресурсы, квалифицированные кадры, капитал, инфраструктура)

## УСЛОВИЯ СПРОСА

(уровень дохода, эластичность спроса, требовательность покупателей к качеству товара и услуг)



## РОДСТВЕННЫЕ И ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ОТРАСЛИ

(обеспечивают фирму необходимыми ресурсами, комплектующими, информацией, банковскими, страховыми услугами)

# Стадии развития конкурентоспособности региона

## ■ 1 СТАДИЯ

благодаря факторам производства: природным ресурсам, благоприятным условиям для производства товаров, квалифицированной рабочей силе (обеспечивается одним детерминантом)

## ■ 2 СТАДИЯ

на основе агрессивного инвестирования (в основном национальных фирм) в образование, технологии, лицензии (обеспечивается тремя детерминантами)

## ■ 3 СТАДИЯ

за счет создания новых видов продукции, производственных процессов, организационных решений и других инноваций путем действия всех составляющих «ромба»;

## ■ 4 СТАДИЯ

за счет уже созданного богатства и опирается на все детерминанты, которые используются не полностью

ОСНОВУ ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО  
ПРОДУКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СОСТАВЛЯЮТ РАЗВИТИЕ УЗНАВАЕМОСТИ И  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА, ОБЛЕГЧЕНИЕ  
ВИЗОВОГО РЕЖИМА, УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА  
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И ПОВЫШЕНИЕ ИХ  
ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ВНУТРЕННИХ И ВЪЕЗДНЫХ  
ТУРИСТОВ

# Меры необходимые для повышение уровня сервиса

- совместно с организациями туристской индустрии провести **актуализацию существующих и разработку новых стандартов** оказания услуг и ориентиры на лучшие практики;
- разработать **систему мониторинга качества** оказываемых услуг на приоритетных туристских территориях;
- развивать **систему классификации** объектов туристской инфраструктуры;
- разработать **систему добровольной аккредитации** с присвоением организациям статуса соответствия бренду приоритетной территории;
- разработать **программы повышения качества услуг** на федеральном и региональном уровнях;
- **вовлекать местное население** в процессы формирования, оказания и контроля качества туристских услуг;
- сформировать **систему стимулирующих мероприятий** по вовлечению предприятий туристской отрасли в процесс повышения качества услуг, **мотивации бизнеса инвестировать** средства в развитие и обучение;
- разработать и внедрить **программу распространения знаний и лучших практик** эффективного управления в сфере туристских услуг.

# Оценка конкурентоспособности

## Виды конкурентоспособности территории

### **ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Которую туристская территория может иметь в перспективе

### **СУЩЕСТВУЮЩАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Которой территория обладает в данный момент

### **РЕАЛЬНО ДОСТИЖИМАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Которую территория может достичь в указанном временном диапазоне с учетом необходимых экономических затрат



# Факторы, определяющие конкурентные преимущества в туризме

## Внешние факторы

- природно-климатические условия территории, наличие природных ресурсов, экономические условия хозяйствования

## Внутренние факторы

- уровень развития туристской инфраструктуры, качество предоставляемых туристских продуктов (услуг)

Конкурентные преимущества действуют в определенном временном диапазоне, имеют **жизненный цикл** и **должны изучаться с учетом их временной динамики**.

### Постоянные (устойчивые)

— существуют долговременно, трудно воспроизводимы конкурентами или совершенно уникальны. К этой группе ресурсов относятся уникальные природные туристские ресурсы, культурные и исторические памятники.



- длительность жизненного цикла;
- устойчивость к изменениям и воздействиям внешней среды;
- устойчивость к потере преимущества.

### Временные (периодические)

— связаны с существованием сезонности. Например, в зимний период резко возрастают конкурентные преимущества тех стран, которые имеют горнолыжные курорты, а в летний – усиливаются преимущества стран, специализирующихся на пляжном отдыхе.

# Управление конкурентоспособностью в туризме

## Варианты развития туристской привлекательности и конкурентоспособности территорий

1) Если туристская дестинация имеет ярко выраженную привлекательность и уже существует определенный туристский поток, то уровень достижимой конкурентоспособности будет определяться развитием туристской инфраструктуры, соответствующей этой привлекательности.

2) Если туристская дестинация только начинает формироваться или туристская привлекательность создается искусственно, то затраты будут существенно больше.

3) Если туристская дестинация диверсифицирует свою привлекательность, т.е. искусственно ее меняет, ориентируясь, например, на другой целевой рынок, то затраты на достижение конкурентоспособности будут самые высокие

# Модель формирования конкурентной среды в туризме



# Пути повышения заинтересованности местного населения в развитии территории

- Развитие предпринимательства в сфере туризма среди местного населения

- Использование механизма государственно-частного партнерства для вовлечения местных инвесторов в развитие туристской инфраструктуры

- Создание новых рабочих мест в туристической индустрии и их предоставление местному населению, в том числе и в рамках мультипликативного эффекта

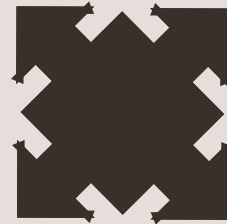
- Повышение материальной заинтересованности за счет создания ПИФов, ориентированных на развитие индустрии туризма.

# Развитие системы продвижения и повышения узнаваемости туристского продукта

Направления развития системы продвижения:

Модернизация и развитие пользовательских интерфейсов и функций национального туристского портала в сочетании с цифровизацией инструментов продвижения

Создание сообществ в социальных медиаплощадках и сервисах потокового видеовещания на разных языках с информационно-познавательным контентом



Интеграция национального туристского продукта в привычные для туристов коммуникационные сервисы - навигационные и картографические сервисы, голосовые помощники, приложения для покупки билетов

Продвижение с использованием маркетинговых стратегий, построенных на технологиях изучения и предсказания потребительских предпочтений

# Планируемые меры в рамках стратегии маркетинга

## Событийный туризм

обновление программы событийного туризма и модернизацию национального календаря событий с его интеграцией в цифровую платформу по развитию туризма, проведение массовых международных федеральных и региональных событийных мероприятий, нацеленных на привлечение туристов в регионы России

## Тематический продукт

создание условий для появления тематических туристских продуктов, которые были бы интересны разным сегментам туристов

## СМИ

привлечение ведущих представителей СМИ, культуры и спорта РФ и зарубежных стран, а также организацию для них информационных туров

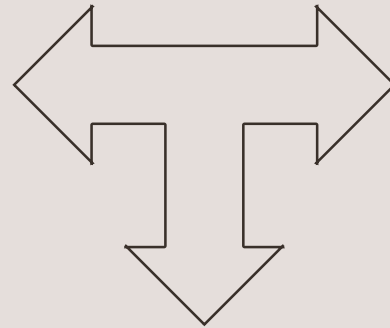
## Конгрессно-выставочные мероприятия

организацию и участие в российских и международных конгрессно-выставочных мероприятиях, работу со средствами массовой информации и общественностью

# Внедрение цифровых технологий в сфере туризма

Направлением развития цифровых технологий в туризма

- Перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму



- Обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме

- Интеграция государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации



# Важнейшие цифровые решения в туризме

- 1. Создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта РФ;
- 2. Внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам;
- 3. Разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах РФ;

4. Предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг;

5. Обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности;

6. Создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов;

# Важнейшие цифровые решения в туризме

7. Развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг;

8. Внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных;

- 9. Развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;
- 10. Создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность;
- 11. разработку мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов

СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!

