



This project is
funded by the
European Union



Kingdom of the Netherlands



GAMCON

GAGAUZIAN MODERNIZATION CONVENTION



SFPA

Slovak Foreign Policy Association



YOUTH of
GAGAUZIA

www.youthofgagauzia.com



www.kdu.md

Разработка стратегии развития Энотуризма

Некоторые заметки

Комрат / Гагаузия, 06.03.2018

Vladimír Benč

Research Centre of the Slovak Foreign Policy Association, n.o.

Hlavná 11, 080 01 Prešov, Slovak Republic

e-mail: benc@sfpa.sk

tel./fax: +421 51 7721 018

web: www.sfpa.sk



SFPA

Slovak Foreign Policy Association

Разработка стратегии / перед стартом

- Кто и для кого (целевые группы)?
- Причины для разработки / насколько всеобъемлюще-в глубине оно должно идти?
- Участие заинтересованных сторон и / или широкой общественности
- Согласованность с законодательством и другими стратегическими документами
- Привязка стратегии к имеющимся финансовым ресурсам и/или бизнес-модели
- Сколько времени на разработку? – план разработки
- Обязанности и команда

Разработка стратегии / этапы

•Цель

•Сформулировать долгосрочные рамки развития туризма (10-20 лет ?) с упором на политику и стратегию, планирование, институциональное укрепление, законодательство и регулирование, разработку и диверсификацию продукции, маркетинг и продвижение, инфраструктуру энотуризма, экономическое воздействие энотуризма и инвестиций в энотуризм, развитие людских ресурсов и социально-культурные и экологические последствия энотуризма. Он включает в себя краткосрочный (трехлетний) план действий для приоритетных действий, которые должны быть предприняты для начала устойчивого развития энотуризма, и подготовку нескольких пилотных проектов.

• Фазы

•**1** / Анализ текущих сценариев развития энотуризма и подготовка проектного документа (вид краткого технического задания) - возможный результат сегодняшнего заседания

•**2** / Разработка стратегии, включая секторальный анализ: деятельность в области энотуризма; разработка продуктов; зонирование туризма; маркетинг и продвижение; институциональная основа; статистика и исследования; законодательство и регулирование; стандарты качества туристических услуг ...;

•**3** / Определение и выбор видения, глобальных и конкретных целей, мер и плана действий + широкое общественное обсуждение и сбор проектных предложений;

•**4** / завершение вкл. финансовую часть, оценочную часть, систему реализации.

Tourism Development Process for Tokaj Region

1. Analysis

1. Strategic Segmentation

2. External Analysis

3. Internal Analysis

4. Strategic Analysis (SWOT-/Portfolio-Analysis)

5. Vision / Mission

2. Development

6. Tourism Strategy Development

7. Business Plan

8. Marketing Strategy

3. Implementation

9. Implementation

10. Controlling

Operation

Всеобъемлющая стратегия-предлагаемое содержание

- Введение
- Возобновляемость
- Как это было разработано + привлечение заинтересованных сторон и широкой общественности
- Аналитическая часть, вкл. SWOT-анализ и анализ проблем
- Стратегическая часть, вкл. Видение, цели , приоритеты + многокритериальный анализ / выбор ключевых приоритетов/
- Программирование, включая спецификации мер и мероприятий (SMART), критерии приоритизации проектов, показатели производства, результатов, и воздействия
- Часть реализации, вкл. институциональные и организационные механизмы осуществления, система мониторинга и оценки
- Стратегия маркетинга / коммуникации с целевыми группами
- Финансовая часть, вкл. Систему финансирования и план финансовых действий
- План действий на следующие 3 года
- Приложения: список проектных предложений, анализ социально-экономических партнеров, участвующих в разработке документа, согласованности с другими стратегиями и национальной/региональной политики и т. д.

Или альтернатива-больше маркетинговый документ-предлагаемый контент

- Введение
- Возобновляемость
- Краткая аналитическая часть и анализ проблем (5-6 страниц, график, таблицы, карты)
- Целевые группы / регионы (рынки)
- Видение И Цели
- Меры и мероприятия
- Показатели результативности, результатов и отдачи
- Маркетинг / коммуникационная стратегия для целевых групп / Медиа микс
- Финансовая часть, вкл. Система финансирования и план финансовых действий
- Максимум 25 страниц
- Приложения:
 - Список проектных предложений / проектных справок (не обязательно, или ?)
 - Список ключевых заинтересованных сторон (или их презентация, контакты) или тематические исследования успешных проектов

Кейс-Туристическая стратегия Токайского региона

1. КОНТЕКСТНЫЙ АНАЛИЗ

1.1. Туризм сегодня

1.2. Тенденции в туризме

1.3. Вино сегодня и ожидаемые тенденции

1.4. Винный туризм

(27 страниц – это не обязательно в вашем случае ..., или?)

2. АУДИТ РЕСУРСОВ ТОКАЙСКИХ РЕГИОНОВ

2.1. Природные ресурсы

2.2. Культурно-историческое наследие

2.3. Туристическая инфраструктура

2.4. Спрос на туризм

(20 страниц – более полный и гораздо более короткий анализ может быть лучше)

3. SWOT-анализ

4. ВИДЕНИЕ ТОКАЙСКОГО РЕГИОНА 2014-2023

5. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТОКАЙСКОМ РЕГИОНЕ

(План действий и система осуществления и мониторинга отсутствуют, в т. ч. маркетинговый план)

STRENGTHS

Region internationally famous thanks to exceptional Tokaj wine

Outstanding tangible and intangible cultural and historical heritage

The diversity and richness of fauna and flora of European importance

WEAKNESSES

Backwardness of the region

The only one tourism product (wine)

Underdeveloped services (accommodation, catering, guiding etc.)

Low educational level of the Tokaj region population (only 4% having completed university)

Absence of a unified navigation and information system for visitors

Lack of support for the development of small and medium enterprises

Lack of skills in the management of territorial development

THE TOKAJ REGION SWOT

THREATS

Lack of financing product ideas, innovations and tourism infrastructure

Lack of relevant legislation

Lack of promotion and marketing

Missing institutional and organizational structure of tourism (missing destination management organization)

Unfavorable demographics – population aging
Migration of young people for work, an outflow of educated people outside the region

OPPORTUNITIES

Developing products and services according to the 21st century tourism trends (UNWTO)

Using the area resources (natural, human, cultural and historical)

Bringing funds together to market the tourism product

Interest of the region citizens in education in the professions which can help to tourism development

Cooperation with partners / tourism industry in the Hungarian part of the Tokaj

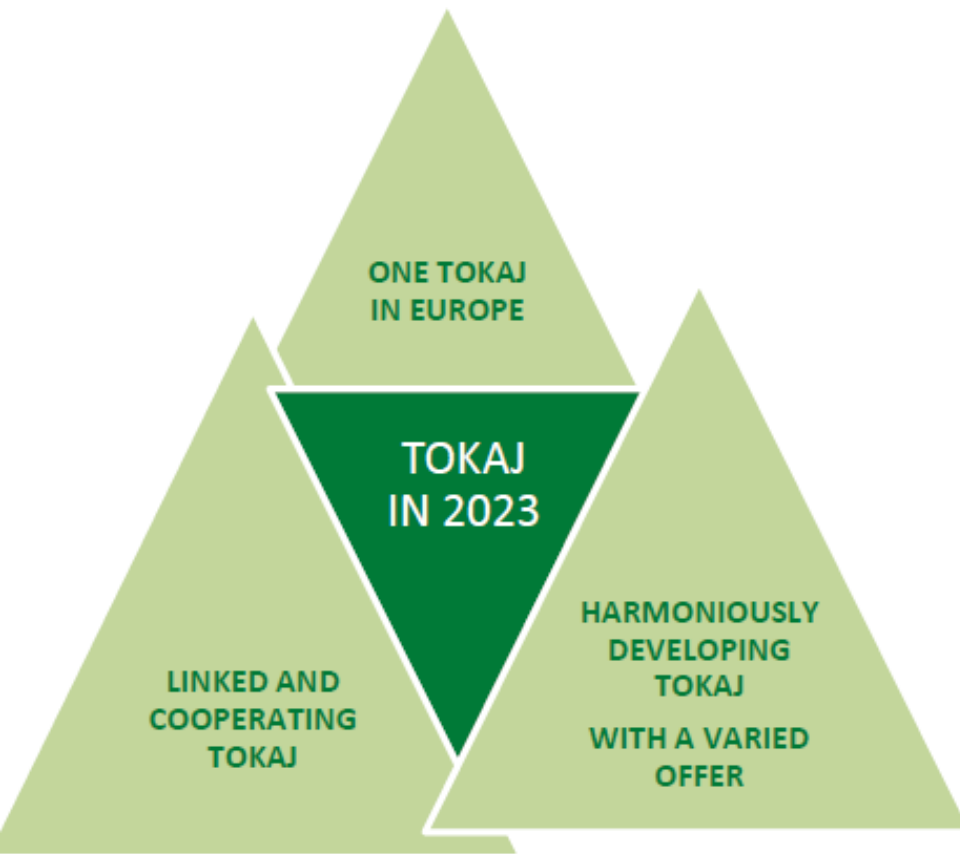
The proximity of the agglomeration (Kosice - the 2nd biggest town in Slovakia - 50km)

Certain network with external tourism experts to strengthen and to benefit

Кейс-Туристическая стратегия Токайского региона

ТОП-4 цели:
ТОКАЙ НА ТУРИСТИЧЕСКОЙ КАРТЕ
ЕВРОПЫ-ТОКАЙ КАК БРЕНД
САМОГО МАЛЕНЬКОГО И
СЛАДКОГО ВИННОГО
НАПРАВЛЕНИЯ В ЕВРОПЕ
ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В
ТОКАЙСКИЕ ПОГРЕБА-ТОКАЙ
ИМЕЕТ ЛУЧШИЙ
ОРГАНИЗОВАННЫЙ ВИННЫЙ
ТУРИЗМ
ВЫДАЮЩЕЕСЯ МАТЕРИАЛЬНОЕ И
НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНО-
ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ
ТОКАЙСКИЕ ВИНОГРАДНИКИ НА
ВЕЛОСИПЕДЕ-ТОКАЙ КАК ЛУЧШИЙ
В ОБЕСПЕЧЕНИИ ВЕЛОСИПЕДНЫХ
МАРШРУТОВ

Кейс-Туристическая стратегия Токайского региона



Производители Токайского вина в Словакии могут продолжать использовать торговую марку после решения CJEU (дело C-31/13P) от 13 февраля 2014 года, отклонив апелляцию Венгрии и постановив, что включение словацкого наименования вина "Vinohradnícka oblať" в регистр e-Vacchus защищенных обозначений происхождения не является действительной мерой в рамках статьи 268 TFEU.

Видение 2023-развитие региона Токай как винодельческого региона, создание бренда Токай как всемирно известного винного бренда, который должен быть "переделан" в региональный бренд, в продукты и услуги, которые будут предложены посетителям.

Кейс-Туристическая стратегия Токайского региона

Фазы развития:

- Сотрудничество Токай-хорошие отношения делают хороших соседей
- Еще Не Знаете Токай? - Продвижение токайского региона
- Добро пожаловать в Токайские погреба - организация винного туризма в Токае становится лучше
- Вы не заблудитесь в Токае-Туристическая информационная система в Токае становится лучше
- Токайские виноградники на велосипеде – Токай отлично подходит для разметки велосипедных маршрутов и объектов вдоль них

Стратегические Цели И Задачи:

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ 1 ВИНODEЛЬЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ, ИСПОЛЬЗУЕМОЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

1.1. ПОДДЕРЖИВАЙТЕ КАЧЕСТВО ПРОИЗВОДСТВА ВИНА И УЛУЧШАЙТЕ ЕГО

1.2. ПРЕДЛОЖИТЕ НОВЫЕ ПРОДУКТЫ ПУТЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОДЛИННОЙ ТОКАЙСКОЙ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

1.3. АКТИВИЗИРОВАТЬ ЭКСПОРТ ТОКАЙСКОГО ВИНА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ МАРКЕТИНГА РЕГИОНА

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ 2 ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА И КАЧЕСТВА ТУРИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И УСЛУГ

- 2.1. ПРЕДЛАГАЯ РАЗЛИЧНЫЕ ТИПЫ И КАТЕГОРИИ РАЗМЕЩЕНИЯ
- 2.2. ТРАДИЦИОННЫЕ БЛЮДА ПРЕДЛАГАЮТСЯ В РАЗЛИЧНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
- 2.3. УЛУЧШЕНИЕ МЕСТНОГО ТРАНСПОРТА
- 2.4. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

ОБСУЖДЕНИЕ

- Методы – зависит от ожидаемого результата
- Концентрация на приоритетах-Вы не можете сделать много вещей сразу-приоритизация очень важна
- План работы и сроки
- Внутренняя команда-кто что делает? Ответственность
- Круг экспертов / общение с заинтересованными сторонами энотуризма, экспертным сообществом, политиками (каналы-web?, рассылка вопросников?, интервью? семинары ...) / источник данных и комментаторы
- Распространение
- Как применить на практике?