

Курс «Инновации в туризме»

Модуль 2 Инновации в процессе производства туристского продукта

Тема 2.1.



Процесс производства и его компоненты



Основы процесса туристского производства

- ❖ **Временное и пространственное единство** — одновременное присутствие всех компонентов на ограниченном пространстве
- ❖ Наличие **ответственных** за использование **факторов, средств и технологий производства** и правомочных в распоряжении ими лиц или групп лиц
- ❖ Наличие **координирующего центра**, который обладает необходимой полнотой власти для принятия решений относительно степени участия в процессе производства - **коммерческий интерес.**



Факторы туристского производства

- 4 **Факторы производства** — это определенные ресурсы, наличие которых позволяет организовать **процесс производства** и создать все **необходимые для него условия**.
- 4 Отсутствие либо наличие не в должном объеме или качестве одного из факторов производства ставит под **угрозу** сам **процесс производства** и его **коммерческую целесообразность**.

Производство туристского продукта возможно при наличии **трех основных факторов**:

- 4 **туристских ресурсов**
- ‡ **капитала**
- ‡ **трудовых ресурсов.**



Вопросы ???

Как вы считаете **какой фактор** не достаточно представлен в **системе туристского производства**:

- ✓ Во внутреннем туризме в России в целом?
- ✓ В Костроме и области?



Типы туристских ресурсов

Туристские ресурсы основаны на *способе их возникновения*, в зависимости от которого выделяют:



- природные**
- антропогенные** (созданные человеком или обществом)
- смешанные** (природно-антропогенные) туристические ресурсы



Особенности природных ресурсов

Природные туристические ресурсы имеют естественную историю своего происхождения.

Природные туристские объекты:

- **рекреационные** (способные оказывать положительное воздействие на эмоциональное состояние туристов благодаря собственной уникальности, красоте, возможности отдыха и досуга)
- **бальнеологические** (оказывающие благотворное влияние на состояние здоровья туристов)
- **отдельные природные объекты** туристического интереса.



Вопросы ???

Какие инновационные проекты (программы) связаны с активным использованием **природных ресурсов** в туристском и гостиничном бизнесе:

- В международном туризме
- В отдельных регионах России
- В Костромской области



???

Особенности антропогенных и смешанных ресурсов

Антропогенные туристические ресурсы

созданы при **непосредственном участии человека** - архитектурные, культурные, научные, зрелищные, развлекательные объекты туристического интереса (язык, культура, образ жизни, кухня).

4 **Антропогенные туристические ресурсы** могут иметь, а могут и не иметь **исторической ценности**.

4 **Смешанные или природно-антропогенные туристические ресурсы** возникают благодаря **человеческим усилиям** в отношении **естественных процессов** или **природных объектов** (национальные парки, зоопарки, дендрари).



Вопросы ???

Какие антропогенные и смешанные ресурсы возможно использовать в перспективных инновационных проектах:

- на территории России в целом
- на территории Костромы и области ???



Особенности превращения тур. ресурсов в фактор производства

- **Процесс**, в результате которого дается **право использования туристских ресурсов** в **собственных коммерческих целях**.

Выражается в **двух формах**:

1. в виде **перенесения части социальной ответственности** за состояние туристских ресурсов, их **поддержание и сохранение**
2. в форме **прямых платежей** за коммерческое использование **туристских ресурсов** (налогообложение производства туристического продукта, резервные фонды, экологические и курортные сборы)



Специфика тур. ресурсов как факторов

производства

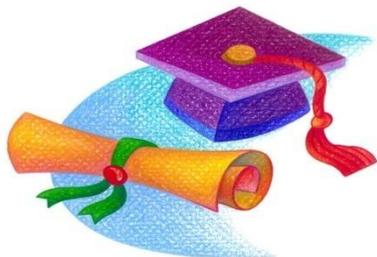
- ❑ **Неисчерпаемость туристических ресурсов** (производство тур. продукта не требует их непосредственного расходования или потребления)
- ❑ **Ограниченность емкости** (пропускной способности) туристических ресурсов
- ❑ Способность к **восстановлению или модификации**
- ❑ Регулируемая коммерческим пользователем динамика качества посредством изменения известности или **доступности туристических ресурсов** (внешний вид, привлекательность) и **условий на окружающей территории** (экология)



Вопросы ???

= Как Вы считаете какая из форм процесса превращения тур. ресурсов в факторы производства наиболее распространена

- В международном туристском бизнесе
- В Российском туристском бизнесе ???



Капитал как фактор туристского производства

- ❖ Как **фактор производства капитал** — это совокупность материальных или нематериальных благ, использование которых в производстве позволяет создание большего количества и иного качества **материальных или нематериальных благ.**
- ❖ Капитал как фактор производства туристского продукта - **материальные или нематериальные ценности**, способные к использованию в производстве и используемые в доходе



Капитал как фактор туристского производства



В производстве туристского продукта капитал формируется из:

- **денежных средств** (собственника производства или привлекаемые), которые расходуются в стадиях производства туристского продукта
- **предметов материального мира**, которые непосредственно участвуют в производстве туристского продукта (например, офис и оргтехника — для тур. фирмы)
- **нематериальных активов**, которые не имеют вещного выражения, способны определять **уровень рентабельности туристического бизнеса в регионе** (например, торговые марки, креативные идеи)



Вопросы ???

4 При разработке инновационного проекта (программы) какие источники формирования капитала играют основную роль?

- ✓ **денежные средства**
- ✓ **нематериальные активы**
- ✓ **материальные активы ???**



Трудовые ресурсы как фактор туристского производства

Трудовые ресурсы обладают рядом характеристик:

- ❑ **мобильность** (способность к смене места нахождения и сферы приложения),
- ❑ **автономность** (параллельное сосуществование многочисленных региональных рынков рабочей силы, отличающихся друг от друга по своим параметрам),
- ❑ **сегментированность** (трудовые ресурсы можно классифицировать, например, по таким критериям как **уровень образования, опыт работы, личные качества работников** и т. д.).



Трудовые ресурсы как фактор туристского производства

- ❑ Процесс производства туристского продукта уникален благодаря своей **индивидуализированности**, наличие индивидуального подхода к каждому туристу - обеспечивает **высокое качество обслуживания**
- ❑ Существенная роль труда как фактора производства туристского продукта объясняется отсутствием возможностей **полной автоматизации туристского производства**, в связи с необходимостью **сохранения индивидуального подхода к каждому туристу.**



Вопросы ???

При внедрении **инноваций на гостиничное предприятие** на что необходимо обратить внимание при подготовке:

4 управленческого персонала

4 производственного персонала

???



Средства производства туристского продукта

- ❖ Средства производства туристского продукта - предметы материального или нематериального мира, организации, объединения или информация, позволяющие эффективно осуществлять производство тур. продукта.
- ❖ В отличие от факторов производства средства производства постоянно задействованы в производственном процессе и специально для этого создаются.

В состав средств производства тур. продукта можно отнести три основные составляющие

- 4 инфраструктуру
- 4 супраструктуру
- 4 информационное поле.



Средства производства туристского продукта

Инфраструктура туризма - составная часть экономической системы, обеспечивающая **эффективную деятельность туристской индустрии**, предназначенная непосредственно для использования в процессе производства, **продвижения и продажи туристского продукта** и напрямую зависящая от состояния туризма в регионе.

Элементами **инфраструктуры туризма** выступают:

- **материальная база специализированных субъектов хозяйствования** (тур. операторов, агентов, производителей товаров туристского потребления, экскурсионные бюро);
- **система государственных органов**, способствующих созданию правовой базы, контролю и регулированию туризма в регионе;
- **система некоммерческих и коммерческих организаций, предприятий и учреждений**, функционирующих в целях поддержки и развития туризма в регионе (туристические биржи, выставки, ярмарки и т. д.).



Средства производства туристского продукта

Супраструктура туризма — часть экономической системы, обеспечивающая эффективное функционирование туристской индустрии, производство качественного и привлекательного тур. продукта, но изначально предназначенная для удовлетворения потребностей как туристов, так и других потребителей на рынке, косвенно зависящая от состояния туризма в регионе.

Элементами **супраструктуры туристской индустрии** выступают:

- **материально-техническая база** ряда субъектов хозяйствования (отели, транспортные компании, жилищно-коммунальный комплекс, предприятия общественного питания и т. д.);
- **государственные структуры** или организации (связь, почта, телеграф, дороги);
- **иностранные государственные учреждения, представительства** (консульские службы).



Средства производства туристского продукта

Информационное поле как средство производства туристского продукта представляет собой **совокупность средств и способов передачи туристской информации на расстояние.**

Информация в настоящее время является:

- **производственным ресурсом,** позволяющим определить коррективы при создании **максимально привлекательного туристского продукта**
- **единственным способом продвижения тур. продукта** на мировом туристическом рынке.



Средства производства туристского продукта

Туристическую информацию можно классифицировать на:

- ❑ **входящую**, представляющую интерес самого производителя тур. продукта (сведения о прибывающих туристах, информация о маркетинговых исследованиях потребителей туристического рынка)
- ❑ **исходящую**, отражающую интересы производителя турпродукта (сведения о туристских ресурсах и конкурентных преимуществах тур. продукта, специализированная и деловая информация, реклама и т. д.).



Средства производства туристского продукта

Для того, чтобы стать максимально **эффективным средством** производства туристского продукта, **информационное поле** должно отвечать ряду требований:

- быть максимально **мобильным и оперативно реагентным**;
- быть **надежным и исключаящим возможные помехи в коммуникациях**;
- отличаться широтой охвата и быть **доступным для максимального количества пользователей**.

Вопросы ???

Определите на примере г.
Костромы

- ✓ инфраструктуру туристской индустрии
- ✓ супраструктуру туристской индустрии
- ✓ информационное поле туристской индустрии ???



Связь инфра-и супраструктуры

- ❑ Растущей **зависимостью предприятий супраструктуры** от **состояния туризма в регионе**
- ❑ «Обрастанием» туристской индустрии **новыми предприятиями супраструктуры** (банковские учреждения, страховые компании)
- ❑ Элементы туристской инфраструктуры становятся **элементами супраструктуры других сфер производства** (рестораны — заказчиками сельскохозяйственных производителей и т. д.)



Технологии производства туристского продукта

Технологии производства тур. продукта

представляют собой:

- совокупность систематизированных знаний, опыта и методик, но с определенной возможностью креативности
- способных к использованию в процессе производства туристского продукта.

По **сфере применения** технологии производства тур. продукта можно разделить на:

- 4 **производственные** (например, схемы взаимодействия туроператоров с поставщиками тур. услуг, консульскими службами)
- 4 **организационно-управленческие** (внутрифирменная организация и разделение труда),
- 4 **маркетинговые** (рекламная стратегия, брендинг, методика проведения маркетинговых исследований).



Технологии производства туристского продукта

В зависимости от **авторства технологии** могут быть:

- ❖ **собственными** (авторскими, фирменными)
- ❖ **заимствованными** (в результате обмена опытом, обучения или стажировки).

Также **технологии** могут быть:

- ❖ **стандартными** (распространенными)
- ❖ **креативными** (оригинальными).

Максимально эффективные технологии производства тур. продукта должны быть:

- адекватными **специфике местного туристского бизнеса**, потребностям партнеров и требованиям потенциальных потребителей;
- **способными к модификации** в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры;
- **отвечающими потребностям производства** и имеющимся в наличии производственным факторам.



*

Вопросы ???

Какие инновационные технологии внедрены и транслировались ?

В туристском бизнесе

В гостиничном бизнесе

- **на примере г. Костромы**
- **на примере других городов России ???**

