

Prelegerea 2. Esența unei OMD, rolurile, funcțiile și caracteristicile comune ale acesteia

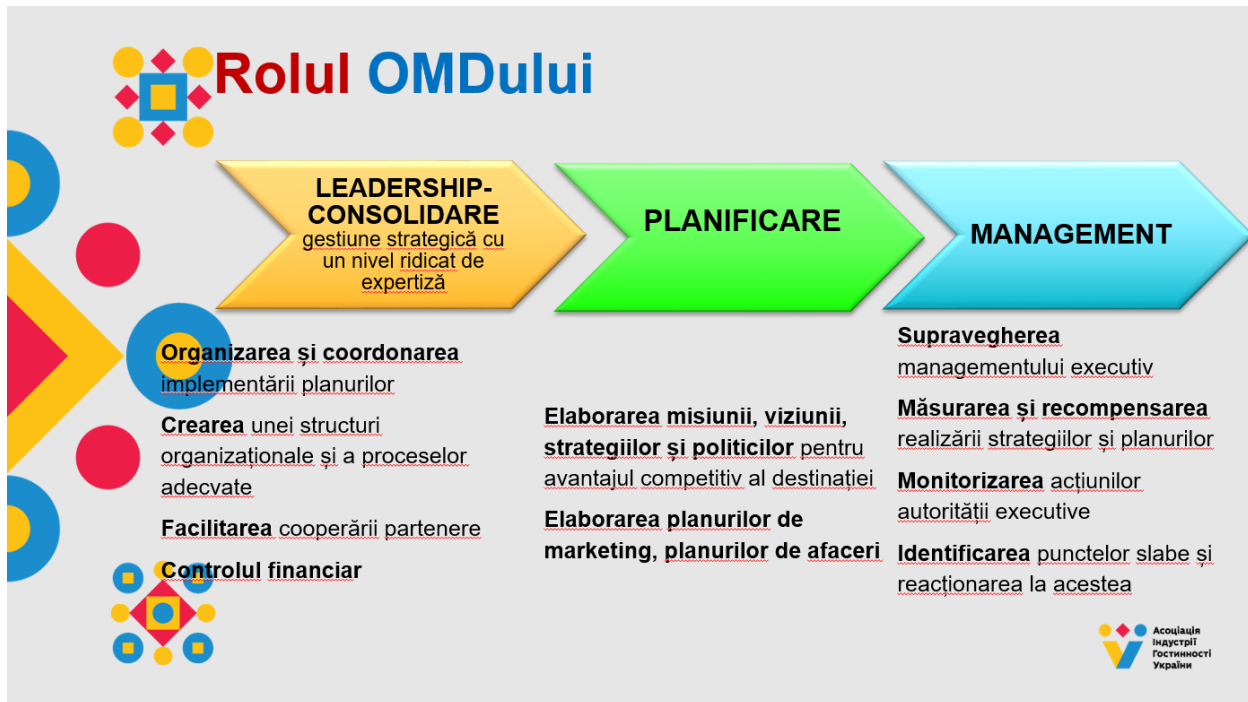
Ce este un OMD?

O organizație de management/marketing al destinației (OMD) este o unitate organizațională de conducere care poate cuprinde diverse autorități, părți interesate și experți și care facilitează parteneriatele pentru a realiza o viziune colectivă pentru o destinație.

Acestea joacă un rol important în asigurarea competitivității și viabilității zonelor turistice.

Rolul OMD este de a crea coaliții formate din mai multe organizații cu interese diferite, de a conduce și de a coordona activitățile acestora în cadrul unei strategii coerente pentru a atinge un obiectiv comun.

OMD nu controlează activitățile partenerilor și ale altor părți interesate care lucrează în destinația respectivă, ci pun în comun resursele și expertiza, păstrând în același timp un anumit grad de independență și obiectivitate. În timp ce OMD-urile sunt de obicei implicate în activități de marketing, atribuțiile lor sunt mult mai largi: ele sunt **liderul strategic** în planificarea și gestionarea destinației. Aceasta este o componentă vitală a succesului în orice destinație - și multe destinații turistice din întreaga lume înființează acum OMD-uri pentru a conduce procesele de management și marketing.



OMDurile formulează și pun în aplicare din ce în ce mai multe strategii menite să sporească competitivitatea teritoriilor lor prin utilizarea sporită și responsabilă a atracțiilor naturale și culturale, asigurând durabilitatea acestora pe termen lung, creând resurse și soluții inovatoare suplimentare și îmbunătățind eficiența proceselor de producție și de distribuție. Scopul final este de a stimula consumul și producția durabile și de a facilita interacțiunea vizitatorilor cu destinația și cu oamenii acesteia.

Categorii de DMO

Organizațiile de gestionare a destinațiilor pot fi clasificate în următoarele categorii:

sau organizațiile naționale de turism (ONT), care sunt responsabile de gestionarea și marketingul turistic la nivel național

OMDuri *regionale*, **sunt** responsabile pentru gestionarea și/sau comercializarea turismului într-o regiune geografică definită în funcție de obiectivele stabilite sau, uneori, dar nu întotdeauna, în cadrul unui județ administrativ sau raion.

OMD locale responsabile de gestionarea și/sau comercializarea turismului într-o zonă geografică mai mică sau într-un oraș.

Fiecare dintre aceste grupuri coordonează și asigură managementul necesar la acest nivel. În cooperare cu partenerii din turism (părțile interesate), aceste organizații promovează dezvoltarea turismului prin activități precum planificarea strategică, cercetarea, dezvoltarea produselor turistice, formarea și marketingul.



Fig. Categoriile OMDurilor

Fiecare organizație de management al destinației este unică și are propriile funcționalități. Cu toate acestea, există caracteristici comune pe care toate DMO-urile le au în comun. Să ne uităm la caracteristicile comune ale DMO-urilor:

Parteneriate public-private

Consiliul de supraveghere și reguli transparente

Organizare bazată pe apartenența diferitelor părți interesate

Finanțare din: cotizațiile membrilor, buget se stat , granturi

Cele mai multe servicii sunt, de obicei, oferite gratuit

Fig. Caracteristici comune ale OMD

Structura de gestionare a OMD

Structura de gestionare a OMD variază de la un singur organism public la un model de parteneriat public-privat. Mult mai puțin frecvente sunt modelele complet private, cu un rol-cheie în inițierea, coordonarea și gestionarea anumitor activități, care vor fi analizate mai detaliat în continuare.

Funcțiile OMD pot varia de la nivel național la nivel regional și local, în funcție de nevoile actuale și potențiale, precum și de nivelul de descentralizare a guvernării.

Centrele de informare turistică și de convenții sunt, de asemenea, considerate uneori ca fiind OMD, deși funcțiile lor se concentrează în principal pe promovarea destinației și pe dezvoltarea industriei reuniunilor. Nu toate zonele turistice au OMD.

Din definiția de mai sus, se poate concluziona că rolul OMD, responsabil în mod tradițional de marketingul destinației, devine mult mai larg. Dezvoltarea unor instituții de guvernare durabilă necesită parteneriate dincolo de granițele organizaționale tradiționale pentru a implica actorii publici și neguvernamentali în procesul decizional și

de guvernare. Modelele de guvernare diferă în funcție de regiunile și sectoarele care trebuie acoperite și necesită din ce în ce mai mult noi moduri de gândire și colaborare.

OMD acționează ca un actor cheie în dezvoltarea și gestionarea turismului la nivel de destinație, deși competențele și sfera de activitate a acestuia vor fi stabilite:

- context;
- maturitatea destinației;
- Nivelul de descentralizare;
- prioritățile de destinație;
- resurse și alți factori.

În consecință, punctul de plecare pentru OMD ar trebui să fie o **evaluare și o analiză a situației actuale** din destinația respectivă, care, în mod ideal, implică un proces de consultare care să includă toate părțile interesate cheie: atât sectorul public și privat, cât și societatea civilă (comunitatea locală și rezidenții, cadrele universitare, ONG-urile, etc.). Odată stabilit locul, OMD elaborează o strategie de dezvoltare a destinației ,, adaptată la nevoile, competențele și prioritățile care reies din acest proces participativ.

Succesul DMO va fi determinat de capacitatea sa de a câștiga credibilitatea și încrederea tuturor părților interesate din destinația respectivă și din afara acesteia. În calitate de organ organizațional principal din cadrul destinației, OMD trebuie să beneficieze de sprijinul tuturor părților interesate existente și să fie considerată o entitate legitimată - din punct de vedere instituțional, juridic și operațional.

Doar prin legitimare, OMD va putea conduce procesul de gestionare a turismului într-o destinație. În acest scop, un model de guvernare adecvat și eficient este un element cheie.

Funcțiile și competențele OMD

Există multe roluri și responsabilități diferite în managementul destinației. Acestea sunt, de asemenea, puse în aplicare în mod diferit în diferite destinații, dar unele elemente și abordări comune pot fi găsite în majoritatea OMD-urilor existente. Cu toate acestea, în țările în care nu există încă OMD, aceste elemente ar trebui, în mod ideal, să fie incluse în termenii de referință ai acesteia atunci când este înființată.

Principalele funcții ale unei Organizații de Management al destinației includ de obicei:

- Evaluarea situației actuale și analiza pieței (colectare și analiză de date, cercetare de piață etc.).
- Planificarea strategică
- Formarea (sau participarea la procesul de formare) și punerea în aplicare a politicii turistice a destinației.
- Crearea de produse turistice și dezvoltarea afacerilor

- Punerea în aplicare a digitalizării și a inovării
- Managementul crizei la destinație
- Formarea și consolidarea capacităților (nu numai resurse umane, ci și facilitarea formării și consolidării capacităților experților locali în domeniul turismului).
- Promovare, marketing și branding
- Finanțarea, colectarea de fonduri și atragerea de investiții.

Această funcționalitate implică coordonarea diferitelor niveluri de guvernare, a părților interesate și a experților pentru a promova și sprijini industria în sine. Implicarea tuturor părților interesate relevante din sectorul public și privat, precum și a rezidenților și a comunităților locale, contribuie la obiectivul mai larg de a asigura competitivitatea și durabilitatea destinației pe termen scurt, mediu și lung.

1. Planificare.	2. Informare	3. Pregătirea unui produs turistic
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Misiune. ▪ Viziune. ▪ Strategia de dezvoltare a destinației ▪ Foaia de parcurs pentru dezvoltarea destinației ▪ Planul de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informații pentru oaspeți ▪ Informații pentru locuitorii din zonă ▪ Sprijin pentru jurnaliști, bloggeri și fotografi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificați publicul țintă și nevoile acestuia ▪ Valorificarea resurselor turistice ale destinației ▪ Coordonarea infrastructurii turistice ▪ Monitorizarea și îmbunătățirea calității produsului turistic
4. Comunicări de marketing	5. Vânzări	6. Lobby
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promovarea destinației ▪ Promovarea vânzărilor ▪ PR ▪ Branding de destinație ▪ Cercetare de marketing ▪ Operațiunea DataBases 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pachete de informații ▪ Pachete turistice pentru rezervare ▪ Stabilirea prețurilor ▪ Servicii post-vânzare 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promovarea beneficiilor turismului în rândul comunității ▪ Promovarea beneficiilor dezvoltării turismului în rândul oficialilor guvernamentali ▪ Cooperarea părților interesate

Fig. Funcțiile OMD

Setul de instrumente OMD

1. Asigurarea unei dezvoltări durabile
2. Inventarul turismului, viziunea și stabilirea obiectivelor
3. Auditul impresiilor vizitatorilor și rezidenților
4. Crearea de clustere pentru a obține un avantaj competitiv
5. Punerea în aplicare a principiilor de parteneriat
6. Elaborarea unui plan de marketing și a unei strategii de poziționare
7. Dezvoltarea prezenței online a destinației
8. Dezvoltarea unui program de informare a vizitatorilor

De obicei, nu este posibil să se aplice un model unic pentru toate OMD-urile, deoarece fiecare destinație trebuie să adapteze natura și funcțiile organizației sale la diferite variabile. Variabilitatea este un aspect care determină succesul OMD-ului și asigură un management eficient. Și totuși - deși caracteristicile, prioritățile și nivelul de dezvoltare pot fi diferite - obiectivele generale ale fiecărei OMD sunt de a maximiza valoarea și calitatea experienței vizitatorilor, asigurând în același timp competitivitatea și durabilitatea zonei, precum și conservarea activelor sale naturale și culturale pe termen lung și catalizând beneficii pentru economia locală și pentru rezidenți.

Recomandările Organizației Mondiale a Turismului pentru consolidarea instituțională a organizațiilor de gestionare a destinațiilor (OMD) au ca scop:

1. *Sublinierea importanței existenței unei organizații coordonatoare la nivel de destinație;*
2. *Introducerea unui sistem de criterii și indicatori de performanță care să fie relevante la nivel mondial, indiferent de mărimea, formatul și nivelul de acțiune (național, regional sau local);*
3. *Elaborarea de recomandări care vor fi luate în considerare de către părțile interesate existente și viitoare în dezvoltarea unei anumite destinații.*

Aceste orientări sunt aplicabile în întreaga lume și pot ajuta OMD în eforturile lor de a-și consolida capacitatea instituțională, competitivitatea și durabilitatea domeniilor pe care le reprezintă. Ele ajută OMD în operațiunile lor zilnice și sunt necesare pentru factorii de decizie și de politică și pentru alte părți interesate relevante la diferite niveluri (național, regional și local) în identificarea domeniilor-cheie de interes pentru gestionarea destinațiilor.

Întrebări pentru autocontrol:

1. Ce este o OMD? Care este diferența dintre o OMD și ONG-urile din turism, precum

- și agenția guvernamentală responsabilă pentru dezvoltarea sectorului turistic?
2. De unde ar trebui să înceapă un DMO?
 3. Care sunt avantajele dezvoltării unei destinații cu ajutorul unei DMO?
 4. Există un model universal de funcționalitate a DMO? De ce depinde funcționalitatea unei anumite DMO?

Sarcini pentru studiul independent

1. Urmăriți lecțiile video ale cursului pentru Lecția 2
2. Citiți prezentarea pentru cursul 2