

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL ECONOMIE, MARKETING ȘI TURISM**

GALEA OLIVIA

**IMPACTUL INOVAȚIILOR CA AVANTAJ COMPETITIV
AL ENTITĂȚII TURISTICE**

**Coordonator științific : Teleucă Lina
Dr., lect.univ.**

CHIȘINĂU 2020

ACTUALITATEA TEMEI ȘI SCOPUL LUCRĂRII

Actualitatea temei constă în faptul că, în momentul dat, nu există o abordare unică a interpretării unui astfel de concept ca inovație, deși rolul lor este, fără îndoială, important nu numai la nivelul întreprinderii, ci și la nivel de industrie, deoarece determină dezvoltarea și creșterea economică.

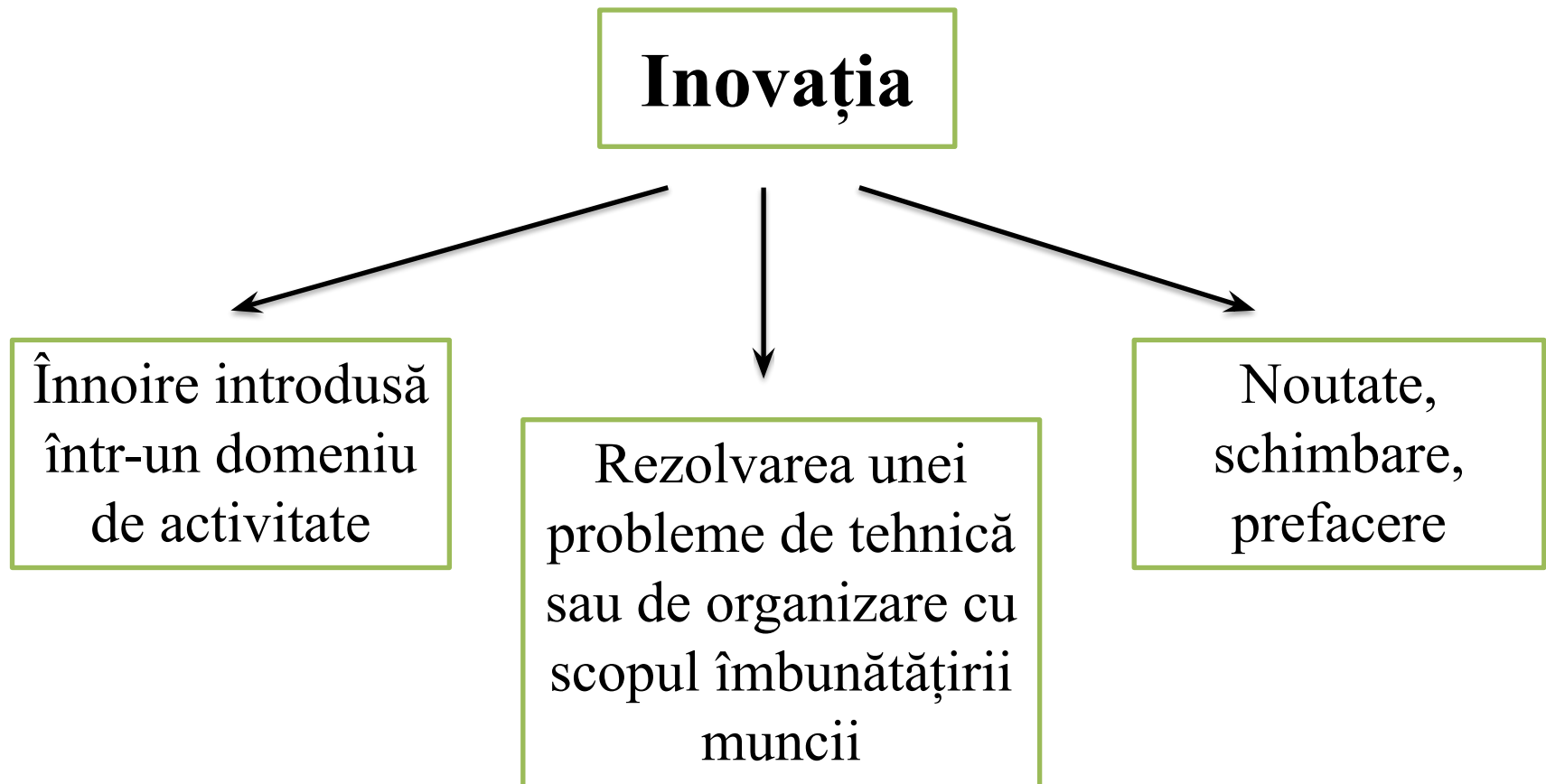
Scopul acestei lucrări este de a identifica impactul inovațiilor ca avantaj competitiv al unei entități turistice prin cunoștințele existente, căutarea și structurarea de noi surse de informații.

OBIECTIVELE CERCETĂRII

- ✓ Determinarea esenței și conceptelor de bază ale termenului inovație;
- ✓ Identificarea principalelor tipuri de inovații în turism;
- ✓ Identificarea factorilor și problemelor de dezvoltare privind activitatea de inovare în întreprinderile turistice;
- ✓ Descrierea generală a entității de turism studiate;
- ✓ Analiza competitivității agenției de turism prin utilizarea diferitelor tipuri de analiză a mediului concurențial al întreprinderii, cum ar fi modelul M. Porter, și analiza SWOT;
- ✓ Argumentarea impactului inovațiilor ca avantaj competitiv al agenției de turism studiate;
- ✓ Elaborarea recomandărilor privind dezvoltarea inovațiilor și creșterea competitivității agenției de turism SRL „TREZA-TUR” .

ABORDĂRI TEORETICE PRIVIND INOVAȚIILE ÎN TURISM

Inovația a fost definită în multe moduri diferite de către diferiți specialiști, fără să existe o definiție general acceptată.



Clasificarea inovațiilor



Inovații de produs

Dezvoltarea unui nou tur, traseu de excursie, destinații de călătorie, oferind servicii noi.

Inovații de marketing

Îmbunătățirea sistemului de prețuri, oferirea, promovarea, plata produselor turistice.

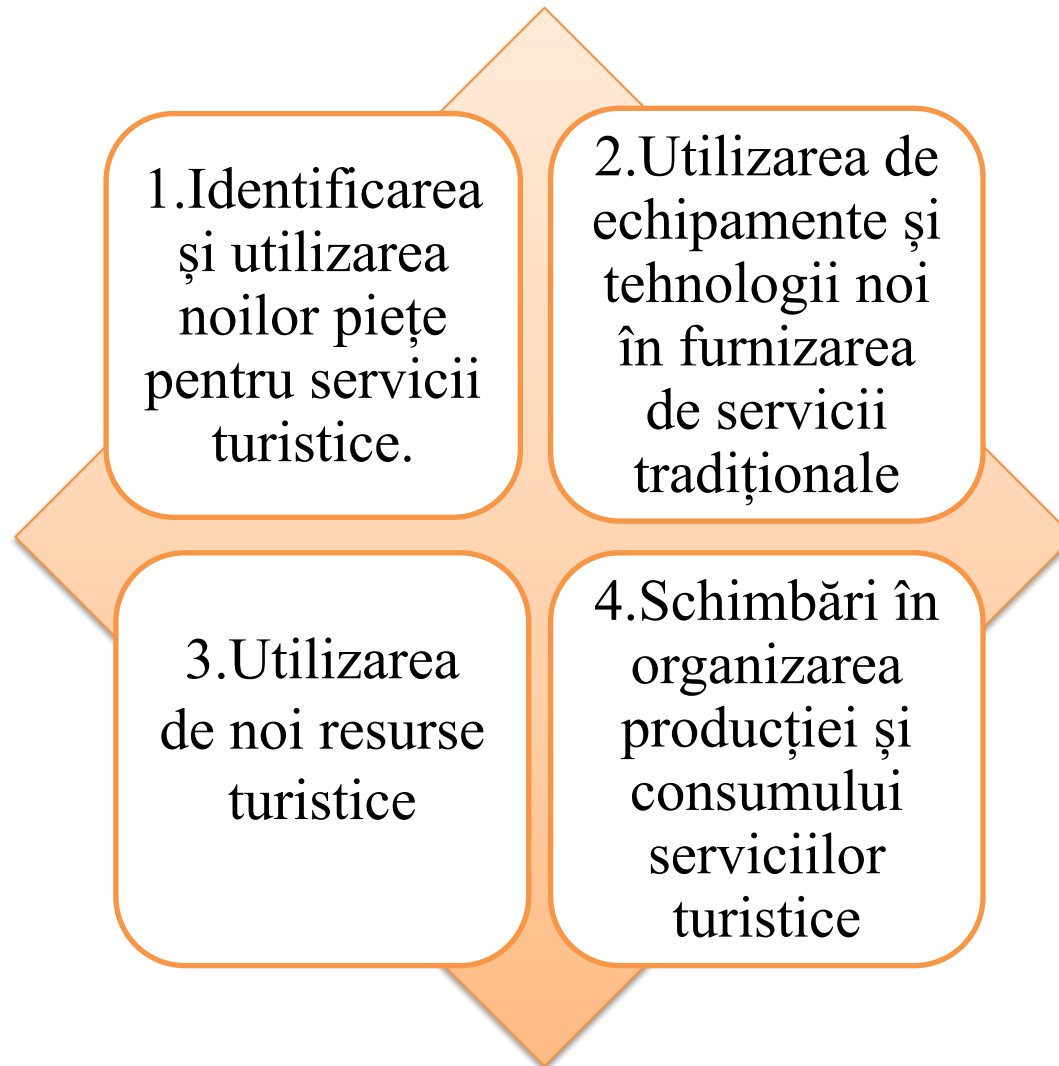
Inovații tehnologice

Sisteme electronice de rezervare în hoteluri; publicitate pe internet etc.

Inovații de resurse

Crearea și promovarea zonelor netradiționale în turism; organizarea unui nou eveniment de atracție (festivaluri, târguri, expoziții); extinderea și modernizarea infrastructurii turistice pentru a oferi direcții inovatoare în turism.

Principalele direcții ale activității de inovare a întreprinderilor turistice



ANALIZA ENTITĂȚII TURISTICE SRL „TREZA-TUR”

Misiunea agenției „TREZA-TUR” este de a determina nevoile de bază ale consumatorilor și satisfacția lor efectivă.

Principali indicatori ai activității turistice „TREZA-TUR”

Categoria de turism	Nr.vizitatorilor	Nr. total de zile turiști
Turism intern	-	-
Turism emițător	158	1250
Turism receptor	-	-
De afaceri și profesional	+	+
De tratament	+	+
Vizitarea obiectivelor vitivinicole	+	+
Alte scopuri	+	+

Date cu privire la numărul de turiști deserviți pe țări

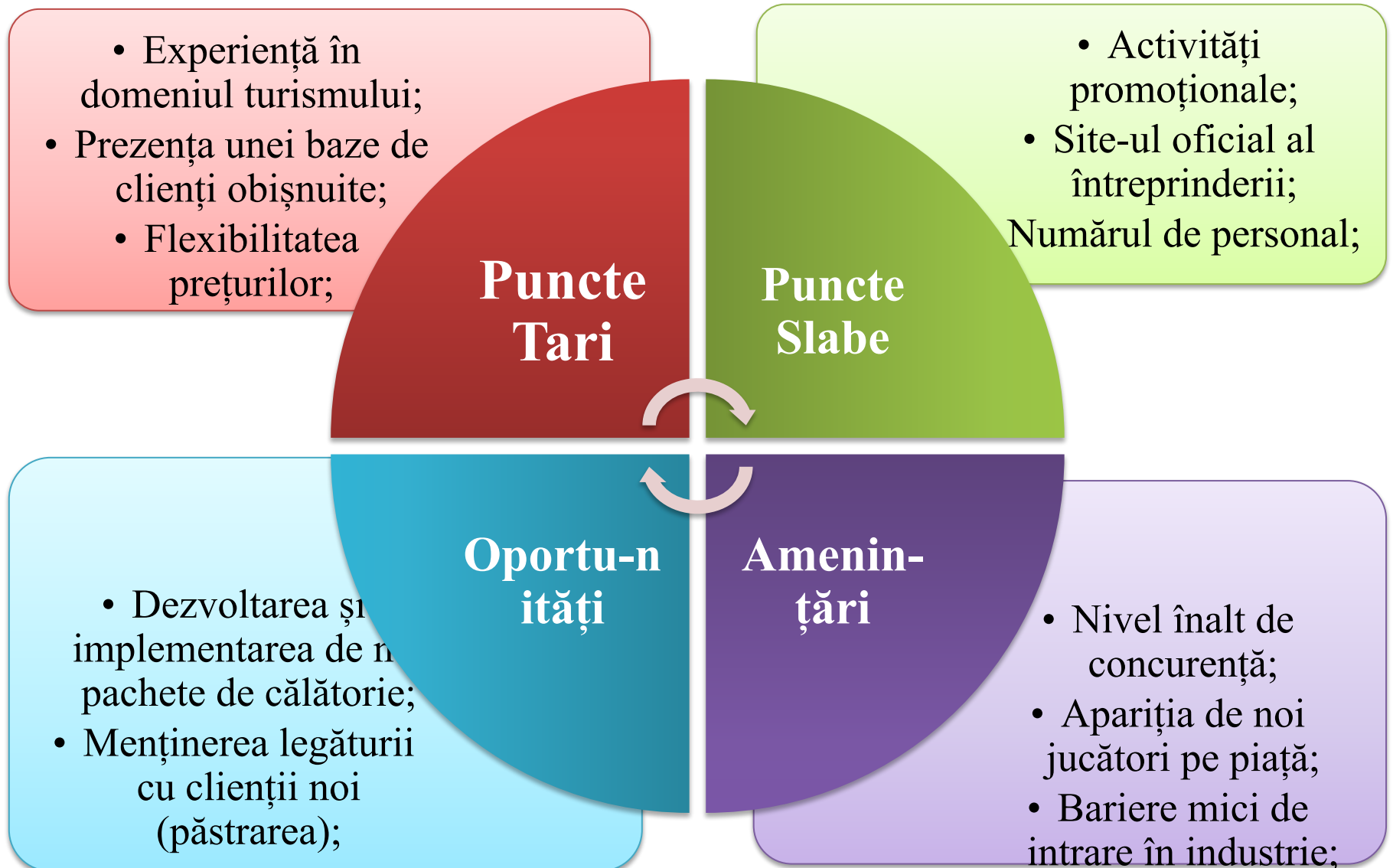
Țara	Numărul turiștilor străini sosiți în Republica Moldova	Numărul turiștilor plecați din Republica Moldova în străinătate
Total		158
Din care pe țări:		
Turcia	-	71
Grecia	-	4
Bulgaria	-	27
Egipt	-	56

Analiza competitivității agenției de turism SRL „TREZA-TUR”

Rezultatele analizei celor cinci forțe concurențiale

Parametri	Descriere	Direcția de lucru
Amenințarea noilor jucători	Riscul ridicat de intrare a noilor jucători.	Monitorizarea constantă apariției de noi companii pe piață
Amenințarea pierderii clienților actuali	Existența unor produse mai puțin calitative, dar mai ieftine.	Dezvoltarea unui produs economic pentru consumatorii sensibili la preț
Amenințare pentru instabilitatea furnizorilor	Furnizorii din această industrie sunt limitați de unele resurse.	Dezvoltarea tururilor noi pe baza resurselor disponibile și a sezonului
Amenințarea cu bunuri de substituție	Există un număr mare de bunuri și servicii similare.	Reacționarea la fluctuațiile pieței în ofertă și cerere Introducerea inovației
Amenințarea concurenței intra-industrie	Piața companiei este competitivă și promițătoare.	Monitorizarea continuă a ofertelor concurenților. Reducerea impactului concurenței asupra prețului serviciilor furnizate

Analiza SWOT a agenției de turism „TREZA-TUR”



CONCLUZII

1. Inovația asigură funcționarea și dezvoltarea fiecărei industrii;
2. Inovațiile în industria turismului contribuie la crearea unui produs nou sau la schimbarea unui produs existent;
3. Clasificarea inovațiilor este un instrument de căutare și de determinare a problemelor slab studiate ale procesului de inovare;
4. Parteneriatul cu structurile turistice locale și străine contribuie la extinderea bazei de clienți etc.;
5. Modernizarea metodelor de rezervare vechi crește posibilitățile unei companii de turism în stabilirea contactelor;
6. Agenția prin cooperarea cu operatorii de turism și alte agenții oferă turiștilor serviciile care sunt de mult timp pe piață
7. Agenția are un avantaj competitiv slab în comparație cu alți numeroși jucători de pe piața turismului;
8. Experiența pe piața turismului permite agenției să aibă clienți obișnuiți, precum și cei care sunt gata să recomande această companie.

RECOMANDĂRI

1. Dezvoltarea propriului site web a agenției, „TREZA-TUR” ;
2. Căutarea de noi resurse turistice;
3. Găsirea și aplicarea noilor metode de gestionare în agenție;
4. Analiza produselor oferite și îmbunătățirea calității acestor;
5. Dezvoltarea noilor tururi;
6. Introducerea tehnologiilor multimedia;
7. Participarea agenției la diverse expoziții de turism;
8. Dezvoltarea unui nou sistem de fidelizare a clienților;
9. Utilizarea de noi moduri de transport ,mai îmbunătățite;
10. Utilizarea unor sisteme de rezervare mai noi;
11. Actualizarea biroului într-un stil mai modern.