

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ РАЗВИТИЯ

Яна БЕЖЕНАРУ,

студентка, 3 курс, факультета Экономических наук,
Государственный Университет Молдовы

CZU: 339.137.2:338.48

E-mail: ianabejenaru@gmail.com

In today's dynamic tourism industry, shaped by digital transformation and growing customer demands, identifying and developing competitive advantages is crucial for long-term success. This article explores the case of the Moldovan travel agency "Lervalis Tur," analyzing its strengths and weaknesses and proposing effective strategies for enhancing its market position. The focus is placed on digital communication tools, customer loyalty programs, and personalized services as means to increase competitiveness and ensure sustainable growth in the modern tourism sector.

Туризм является одним из наиболее динамично развивающихся явлений современности, играющим важную роль в экономике многих стран. Современный рынок туристических услуг характеризуется высокой степенью конкуренции и быстрым развитием цифровых технологий. В этих условиях важно сформировать устойчивые конкурентные преимущества, обеспечивающие лояльность клиентов и стабильное положение на рынке. Особое значение приобретает анализ методов формирования конкурентных преимуществ туристического предприятия на примере агентства «Lervalis Tur», а также изучение стратегий их эффективного построения.

Туристическое агентство «Lervalis Tur», функционирующее на рынке с 2000 года, предлагает разнообразные турпродукты и отличается высоким уровнем персонализации услуг. Несмотря на компактную организационную структуру, включающую всего трёх сотрудников, агентство демонстрирует высокий уровень профессионализма и предлагает широкий спектр туристических направлений по доступным ценам. Однако компания сталкивается с рядом вызовов, среди которых особенно выделяются ограниченное присутствие в социальных сетях — важного инструмента для повышения узнаваемости бренда, выраженная сезонность спроса, а также высокая конкуренция со стороны крупных сетевых туроператоров.

Для повышения конкурентоспособности были предложены следующие ключевые направления развития:

- усиление визуального контента в социальных сетях и повышение узнаваемости бренда через сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами;

- внедрение программы лояльности, основанной на многоуровневой системе скидок и бонусов для клиентов;
- настройка всплывающей рекламы на сайтах с актуальными предложениями и акциями;
- использование чат-бота для оперативного взаимодействия с клиентами и предоставления мгновенной информации по турам и услугам.

В условиях ограниченного рекламного бюджета и слабой активности в цифровом пространстве для агентства «Lervalis Tur» особую ценность представляет использование инфлюенс-маркетинга — продвижения услуг через сотрудничество с блогерами и лидерами мнений.

Малый и средний бизнес предпочитает сотрудничать с блогерами, у которых до 100 тысяч подписчиков-микроинфлюенсеры. Как правило они имеют более тесную связь со своей аудиторией, высокую вовлечённость и уровень доверия. Благодаря персонализированной подаче контента, рекомендациям «из первых уст» и реальным отзывам о поездках, они способны формировать лояльность к бренду и стимулировать спрос на конкретные туры.

Агентству «Lervalis Tur» было предложено сотрудничество с микроблогером, который мог бы отправиться в Таиланд и в процессе путешествия публиковать серию тематических постов. Основной акцент делался бы на профессионализме агентства, заботе о клиентах и качестве предоставленных услуг. Контент включал бы не только описание отеля, но и информацию о досуге, а также практические советы для туристов, планирующих поездку в экзотическую страну.



Рис. 1. Многоуровневая система скидок.

Источник: разработано автором.

Внедрение многоуровневой системы скидок выступает одним из ключевых конкурентных преимуществ туристического агентства «Lervalis Tur». Эта стратегия соотносится с концепцией лидерства по издержкам, при которой компания оптимизирует внутренние затраты и, благодаря этому, может предлагать клиентам более выгодные ценовые условия.

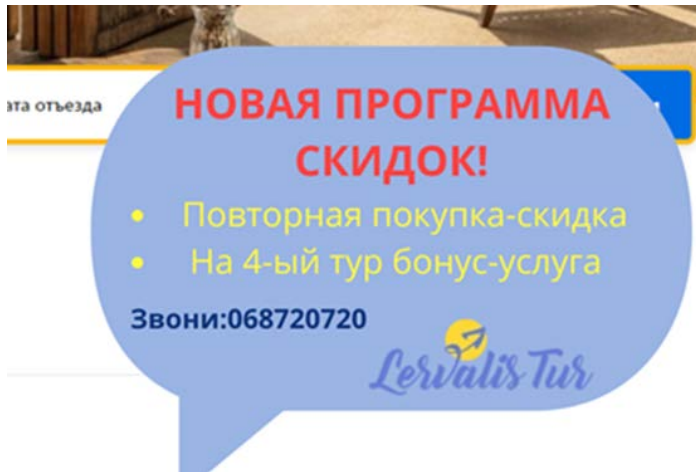


Рис. 2. Всплывающая реклама «LervalisTur»

Источник: разработано автором

Для того чтобы клиенты узнавали о системе скидок и других предложениях туристического агентства «Lervalis Tur» не только при личном обращении, но и в онлайн-пространстве, целесообразно настроить всплывающую рекламу на сайте и в социальных сетях, с подключением чат-бота. Такая реклама должна быть яркой, лаконичной и привлекательной, чтобы сразу вызвать интерес у потенциального клиента и побудить его узнать больше о предлагаемых услугах.

Таким образом, для укрепления своей конкурентоспособности туристическому агентству «Lervalis Tur» необходимо активно адаптироваться к изменениям рынка, развивать цифровое присутствие, внедрять программу лояльности и инновационные решения, а также совершенствовать внутренние процессы и поддерживать высокий уровень клиентского сервиса.

Библиография:

1. Савенко И.В. Конкурентные преимущества в системе рыночных отношений. Монография.-Белгород Издательство «КОНСТАНТА»-156 с.
2. Синько В. конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия / В. Синько // стандарты и качество-54-59с.

Recomandat
Alexandr CEAIKOVSKII, dr., conf. univ.