

Caiet de sarcini

Servicii de studii de piață privind percepția ofertei turistice locale

A. Scop

Scopul studiului este de a identifica așteptările cetățenilor, a evalua cererea reală a anumitor servicii, a înțelege oportunitățile în turismul domestic și direcțiile de implicare a Agenției de Investiții (eventual a partenerilor de dezvoltare) în vederea dezvoltării turismului.

B. Obiectiv

Studiu va conține următoarele obiective (urmează a fi create 3 chestionare și metode de cercetare diferite – după necesitate):

- Cetățeni – percepția privind turismul național
- Agenții turistice, asociații și ghizi – oferta de produs, profilul consumatorului intern și străin.
- Parteneri de dezvoltare – direcțiile/ segmentele turistice prioritare spre a fi susținute.

C. Abordare și sarcini

Oferirea informațiilor structurate sub forma unui „Raport narativ cu prezentări grafice” în funcție de conținut predefinit:

- Cetățeni:
 - Segmentarea turiștilor locale în funcție de factorii socio-demografici
 - Înțelegerea preferințelor, dorințelor și fricilor legate de turismul local a acestor segmente
 - Cunoștințe privind inițiativele Agenției de Investiții (Căpâna NeamPornit, Ruta Ștefan cel Mare și Sfânt, Campania pe extern Moldova a Place to find yourself)
 - Evaluarea cunoștințelor despre destinațiile turistice locale
 - Identificarea dorințelor în turismul domestic – restaurante, meșteșug, hiking etc
 - Bugetul disponibil pentru servicii turistice locale
 - Disponibilitatea de a conlucra cu agenții turistice sau ghizi
 - Preferințe față de deplasare, alimentație și cazare
 - Modalități de informare
 - Propuneri pentru a îmbunătăți serviciile în domeniul turistic
- Agentii turistice, asociații și ghizi:
 - Probleme actuale legate de turismul local

- Modalitatea de comunicare cu turiștii dar și prestatorii
 - Dificultăți în lucrul cu preistorii locale
 - Posibilități și capacități de organizare
 - Propuneri pentru activități de turism
 - Viziuni asupra îmbunătățirii sectorului de turism domestic
 - Posibilități și domenii de intervenție
- Parteneri de dezvoltare
 - Gradul de deschidere a partenerilor de dezvoltare privind susținerea turismului autohton
 - Direcțiile prioritare spre a fi susținute din punct de vedere financiar
 - Durabilitatea menținerii suportului

Compania de cercetări urmează să modifice și să îmbunătățească obiectivele de cercetare propus mai sus, în baza cunoștințelor și a bunelor practici ale acestuia. Modificările structurii vor fi discutate și aprobate de persoana de contact a Agenției de Investiții din Moldova.

D. Termeni și livrabile

Livrabil	Format	Limba	Termen
Raport narativ (prezentarea PPT) urmează a fi prezentat pe 3 categorii: 1. cetățeni, 2. agenții/ asociații/ ghizi, 3. parteneri de dezvoltare, cu includerea grafică a rezultatelor. Suplimentar, compania va propune cele mai oportune metode de cercetare pentru situația de carantină, va participa în grupul de lucru, va prezenta rezultatele public. Etapele de implementare: 1. Studiul în rândul cetățenilor 2. Analiza studiului cu stekholderii: Agenți economici, asociații, ghizi, parteneri de dezvoltare	.doc, format editabil .ppt, format editabil	Română	Raport nr.1 (privind cetățenii)- 20 septembrie 2021 Raport nr.2 (agenții/ asociații/ ghizi) – 29 Septembrie 2021 Raport nr.3 (parteneri de dezvoltare) – 10 Octombrie 2021
Inițierea sondajului	-	Ro/rus	20 August 2021

Produsul final trebuie să fie furnizat într-un format editabil, disponibil pentru modificare și reutilizare în viitor, la necesitate. Prin urmare, trebuie menționat că conținutul

produsului, inclusiv prezentările grafice vor deveni proprietate intelectuală cu drepturile de autor ale Agenției de Investiții, pentru a fi utilizate în continuare pentru publicarea și distribuirea partenerilor și a părților interesate relevante.

E. Raportare

Tipul raportării	Conținut	Format / Limbă	Termen	Aprobat
Note săptămânale	Rapoarte scurte privind progresele săptămânale, blocajele întâlnite și recomandări	Narativ Max. 1 pagini RO	La finele fiecărei săptămâni	Direcția promovarea turismului a AI

Rapoartele trebuie adresate șefului Direcției Promovarea Turismului din cadrul Agenției de Investiții din Moldova, Andrei Chistol pe adresa: andrei.chistol@invest.gov.md, precum și în copie la adresa oficială a AI: ilie.viziru@invest.gov.md.

F. Operatorul economic

Operatorul economic va aplica metode de cercetare cantitative și calitative pentru a asigura reprezentativitatea opiniilor, dar și acoperirea scopului și obiectivelor stabilite. Operatorul economic va propune metodologia și eșantioanele necesare pentru cercetare, pentru a asigura reprezentativitatea studiului.

Oferta Financiară	
Valoarea estimativă a Contractului	125 000,00 fără TVA
Modalitatea de remitere a Ofertei	Conform SIA RSAP

L. Evaluarea

Criteriul de evaluare aplicat pentru adjudecarea contractului: cel mai bun raport calitate pret.

Factorii de evaluare a ofertei celei mai avantajoase din punct de vedere economic, precum și ponderile lor:

Nr. d/o	Denumirea factorului de evaluare	Ponderea%
1	Propunerea financiara (oferta)	40
2	Experiența experților	20
3	Experiența companiei	20
4	Metodologia	20

a) pentru cel mai scazut dintre prețurile ofertelor se acorda punctajul maxim alocat factorului de evaluare

$P1 = 40$ puncte;

b) pentru alt preț decat cel prevazut la lit. a) punctajul se calculeaza dupa algoritmul: $P1 = (\text{pret minim}/Pn) \times 40$.

P2 - Experiența experților concretizata in numarul proiecte similare in care respectivii experti au indeplinit același tip de activitati ca cele pe care urmeaza sa le indeplineasca in viitorul contract.		Punctaj Maxim 20
Expert – cheie propus	Experienta concretizata in	Punctaj maxim
	Numar proiecte de similare în care experții cheie au indeplinit același tip de activități ca cele pe care urmeaza sa le indeplinească în viitorul contract	10
	Vechime în proiecte similare	5
	Numărul experților pe domenii	5

Experiența companiei

P3 - Experiența companiei concretizata în numărul de proiecte similare în care compania a fost implicată. Portofoliu clienților.		Punctaj Maxim 20
Experiența	Experienta concretizata în	Punctaj maxim
	Numar proiecte de similare în care compania a fost implicată	10
	Portofoliu clienților	10
Conceptul evenimentului		
P4 - Metodologia descris și prezentare modelului de sondaj		Punctaj Maxim 20
Metodologia	Concretizat prin	Punctaj maxim
	Metodologia de implementare Eșantion minim 2000 persoane fizice	10
	Modelul sondajului (tipul de întrebări)	10