MANAGEMENTUL CRIZELOR ÎN ACTIVITATEA TURISTICĂ

CRISIS MANAGEMENT IN TOURISM ACTIVITY

Tatiana LUCA, ORCID: 0000-0002-4974-5519
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 338.48:005.931.11
e-mail: tatiana.luca@usm.md

Condus de actualitate și de creșterea rapidă a numărului de crize care afectează industria turismului, în lucrare subliniem importanța studierii managementului crizelor în domeniul turismului. Gestionarea eficientă a cunoștințelor despre criză sporește rezistența organizațiilor de turism, precum și a destinațiilor în situații de criză, le întărește mecanismele de apărare, limitează potențialele daune și le permite să revină la normalitate mai rapid. Analizând literatura de specialitate existentă și realitatea actuală, lucrarea propune unele soluții pentru managementul crizelor în activitatea turistică.

Turismul este una dintre industriile cu cea mai rapidă creștere din lume, dar, în același timp, acest sector este destul de predispus la diverse riscuri de dezastre, epidemii, crize economice. În fiecare an, auzim despre cutremure, tsunami, furtuni tropicale și inundații care devastează destinațiile turistice din lume. Activitatea turistică este expusă amenințărilor cu epidemii, precum SARS, gripa aviară, Ebola, MERS și Zika, Covid. Termenul de ,,criză în turism”, este utilizat din ce în ce mai mult în cazul destinațiilor a căror economie a avut de suferit prin scăderea imediată a numărului de turiști, cauzată de elemente naturale sau de natură antropică.

Crizele în turism se definesc ca orice eveniment care amenință desfășurarea normală a tuturor activităților turistice și duce la deteriorarea reputației și a imaginii unei destinații (atractivitate și siguranță) și care, în final, afectează economia locală, prin reducerea numărului de turiști și, implicit, a veniturilor. Expresia *Managementul crizelor* a fost folosită oficial pentru prima oară de Președintele american J.F. Kennedy în timpul ,,crizei rachetelor” din Cuba în 1962. *Managementul crizelor reprezintă totalitatea strategiilor, a proceselor și a metodelor care contribuie la prevenirea și la gestionarea unei situații de criză* [1, p.63].

Managementul crizelor din turism presupune elaborarea de măsuri și planuri pentru a răspunde prompt la evenimentele de dezastru într-un mod adecvat pentru a minimiza impactul negativ asupra vizitatorilor și industriei turismului. Destinațiile bine pregătite și afacerile din turism sunt gata să planifice și să ia măsurile necesare rapid pentru recuperarea după dezastru.

Sănătatea și turismul se află într-o strânsă legătură, din mai multe puncte de vedere, printre care beneficiile fizice și psihice ale călătorilor, căutarea stării de bine și îmbunătățirea sănătății. Întrucât la moment lumea se confruntă cu o urgență globală de sănătate, socială și economică, fără precedent odată cu pandemia COVID-19, călăto-

riile și turismul sunt printre cele mai afectate sectoare, cu hoteluri închise și restricții de călătorie instituite în aproape toate țările lumii. Sosirile internaționale de turiști au scăzut de la aproape 1,5 mld. în 2019 la aproximativ 380 de mil. în 2020, în scădere cu 74%. Aceasta reprezintă o pierdere estimată la 1,3 trilioane USD în cheltuielile turistice internaționale, de aproximativ 11 ori mai mare decât pierderile din timpul crizei globale din 2009 [3, p. 56].

De asemenea și Republica Moldova, care este o destinație turistică ce prezintă interes major pentru cetățenii altor țări, a avut de suferit în urma restricțiilor de călătorie legate de criza pandemică COVID-19. Astfel, numărul vizitatorilor străini fiind în creștere permanentă până la declanșarea pandemiei, de exemplu, în anul 2019, Republica Moldova a fost vizitată de 4,6 mil. cetățeni străini, cu 0,3 mil. persoane mai mult ca în anul 2018, ceea ce constituie o creștere cu 6,2%. Spre regret, din cauza pandemiei COVID-19, numărul turiștilor cazați în structurile de recepție tristică în anul 2020 s-a diminuat considerabil, fiind în descreștere cu cca 76% față de anul 2019. Restricțiile de călătorie aplicate de toate țările lumii în scopul de a preveni răspândirea virusului COVID-19 au afectat dramatic activitatea agenților de voiaj, în special cu referire la turismul emițător, care, comparativ cu anul 2013, a înregistrat o descreștere de cca 54%. S-a redus de aproape 2 ori și numărul turiștilor în cadrul turismului receptor (6,2 mii în anul 2020 față de 13,2 mii persoane în anul 2013). În anul 2020, din cauza pandemiei COVID-19, volumul încasărilor din activitatea agenților de voiaj s-a diminuat cu 1,7 mld. lei față de anul 2019, ceea ce constituie o descreștere de cca 69%. Volumul încasărilor în anul 2020, comparativ cu anul 2013, s-a redus cu 0,22 mld. lei, ceea ce constituie o scădere de cca 22% [5, p.48].

Toate aceste cifre ne arată cât de drastic este impactul unei crize asupra sectorului turistic, de aceea cunoștințele despre managementul crizelor în turism sunt de o importanță majoră. Datele statistice demonstrează faptul că autoritățile naționale nu au fost pe deplin pregătite ca să gestioneze eficient criza pandemică pentru a reduce la minim pierderile din sector.

Deciziile și măsurile anticriză sunt dependente de fazele crizei, iar ele pot schimba parțial sau chiar total rezultatele preconizate. În orice condiții, sprijinul prioritar trebuie să vină din partea statului, cel mai des domeniile specifice de intervenție [4, p.86]:

1. Revizuiri ale cadrului normativ, ale cărui deficiențe evidențiază unele probleme sistemice.
2. Ajustări la politica fiscală, care într-o serie de cazuri distorsionează piața, determinându-i pe anumiți agenți economici să funcționeze într-un regim semitransparent.
3. Stimulente economice în domenii specifice de activitate, care ar stimula competitivitatea.
4. Impulsionarea procesului de digitizare a economiei și dezvoltarea comerțului electronic.

Concluzii. Criza este o oportunitate de a regândi modul în care turismul interacționează cu societatea în ansamblu, cu alte sectoare economice și cu resursele și

ecosistemele noastre naturale; pentru a-l măsura și gestiona mai bine; pentru a asigura o distribuție echitabilă a beneficiilor sale și pentru a avansa tranziția către o economie a turismului mai sigură și mai rezistentă. Fundamentul pentru o formă de succes a managementului crizelor pleacă de la concluziile studiului de mai sus. Astfel, el oferă posibilitatea de concentrare şi de planificare a măsurilor de gestionare, dar în acelaşi timp, indică faptul că efectele negative ulterioare ale unui eveniment pot fi diminuate printr-o pregătire strategică.

Referințe:

1. CRISTUREANU, C. *Strategii şi tranzacţii în turismul internaţional*. Bucureşti: Editura Beck, 2006.
2. GLAESSER, Dirk. *Crisis Management in the Tourism Industry.* Published April 26, 2006 by Routledge. 282 p. ISBN 9780750665230.
3. *How COVID-19 is changhing the world: a statistical perspective*. Committee for the Coordination of Statistical Activities, 2020. 80 p. https://hdr.undp.org/content/how-covid-19-changing-world-statistical-perspective , accesat la 02.09.2022.
4. Matricea COVID. Raport elaborat de Consiliul Economic pe lângă Prim-ministru. Chișinău, 106 p. https://consecon.gov.md/wp-content/uploads/2020/10/Studiul-de-impact-al-pandemiei-COVID-19-asupra-sectoarelor-economice-%C8%99i-Matricea-de-politici-1.pdf , 02.09.2022.
5. Raport privind realizarea în anii 2014-2020 a Strategiei de dezvoltare a turismului „Turism 2020”. Chișinău, 78 p. https://me.gov.md/sites/default/files/raport_sdt_turism_2020.pdf , 03.09.2022.