CZU: 338.486:004(478) **DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8363456**

DIGITALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE TURISM - O NECESITATE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

COREȚCHI Boris, *PhD, Associate professor*
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract

DIGITALIZATION OF TOURISM ACTIVITIES - A NECESSITY FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA

The COVID-19 pandemic has completely changed our lives. As a result, many industries suffered. One of them is tourism. Companies that have developed distribution channels for services/products on the Internet have felt the effects of the corona virus to a much lesser extent. Tourism is another branch of the economy that is increasingly visible on the Internet.

Digitization is an inevitable phenomenon. Such an unexpected event as a Sars-CoV-2 epidemic only reinforces the view that many companies need to go digital. Of course, in a sector like tourism, you can't travel online, but there are many processes that can be streamlined online. You can improve service convenience, communication and increase sales. You can also customize the offer and approach the customer individually.

The rapid pace of IT innovation over the past decade, often referred to as the Digital Revolution, has completely changed the way businesses operate. Tourism is one of the first sectors to embrace digitalization through online sales of flights and hotel rooms. The rise of online travel agents (OTAs) is one of the most spectacular examples of the digital transformation of distribution channels in the tourism industry

Keywords: *tourist activities, digitalization, internet networks, hotel chains, tourism portal.*
JEL: *Z32, Z38, D00.*

Introducere

În acest articol, este reflectat și analizat procesul de digitalizare a turismului național. Scopul cercetării constă în reliefarea procesului către digitalizare completă a unei afaceri din domeniul turismului. Cercetarea respectivă este bazată pe următoarele metode: metoda comparativă, metoda grafică, metoda tabelară, analiză, sinteză etc.

Rezultate și discuții

Procesul către digitalizarea completă a unei afaceri din turism este unul gradual. Afacerile turistice tradiționale se concentrează pe operațiunile interne și pe crearea valorilor pentru turiști. O dată cu orientarea spre o digitalizare sporită prin marketing digital și vânzări online, digitalizarea devine un turism „inteligent", cu un nivel ridicat de inovație, comerț electronic instantaneu și în timp real și conexiuni puternice cu consumatorii și furnizorii, prin relatarea oportunităților și a provocărilor.

Tabelul 1. Analiza conceptului de digitalizare

Top 5 oportunități	Top 5 dificultăți	Top 5 motivații	Top 5 obstacole
Crearea unei baze de clienți fideli	Instruirea noilor tehnologii digitale	Îmbunătățirea prezenței online pentru competitivitate	Lipsa finanțelor
Îmbunătățirea vizibilității brand-ului online	Costuri și rentabilitate incertă a beneficiilor	Îmbunătățirea creșterii economice	Nivelul actual al tehnologiilor este insuficient
Extinderea razei internaționale	Cunoștințe insuficiente pentru a	Optimizarea oportunităților viitoare	Costuri înalte pentru pregătirea lucrătorilor

	identifica oportunitățile		
Îmbunătățirea calității serviciilor cu clienții	Cunoștințe tehnologice insuficiente	Abordarea sezonalității	Ritmul rapid al schimbărilor tehnologice
Creșterea satisfacției clienților	Lipsa produselor „de la raft" în limita bugetului	Îmbunătățirea rețelelor de internet	Costuri ridicate pentru rețelele de internet puternice

Sursa: elaborat de autor în baza sursei 5.

Digitalizarea turismului este un pas important pentru facilitarea activităților turistice. De aceea, pentru a oferi oaspeților experiențe inedite, tehnologia trebuie să facă parte din potențialul de dezvoltare a businessului. Analizând vânzările obținute din serviciile prestate din activitatea turistică, putem menționa că acestea constituie la nivel mondial 22%, acestea fiind rezervate de pe un dispozitiv mobil. Această realizare trebuie să le explice liderilor entităților de profil, că datele mari și analitice bazate pe numere vor avea un mare impact asupra strategiei de afaceri. Astfel, putem menționa că brandurile pot personaliza experiența oferită oaspeților și poate crea loialitate prin marketing bazat pe o direcție de cercetare și dezvoltare a antreprenoriatului turistic.

Avantajul digitalizării activității turistice este că consumatorii au posibilitatea de a aplica *tehnologia augmentată* (AR) și cea *virtuală* (VR) înainte de a o utiliza. De exemplu, turiștii au posibilitatea de previzualizate a destinațiilor și a camerelor din hotel până a face rezervarea. În activitatea turistică, datele statistice arată că aproximativ 45% dintre profesioniștii ce au luat parte la studiul realizat de Euromonitor International susțin că au pus la dispoziția turiștilor o aplicație care le permite să-și gestioneze eficient călătoriile printr-o aplicație digitală. De asemenea de menționat faptul că 39% din persoanele intervievate consideră că *tehnologia augmentată* și cea *virtuală* sunt cele mai importante tehnologii pe termen lung, datele statistice mai arată că aproximativ 33% de participanți au declarat că entitatea sa adoptă noi tehnologii precum inteligența artificială.

Un alt studiul realizat de „European Accommodation Barometer 2022" [6] pentru Booking.com, demonstrează că la nivel european, în perioada 15 august – 21 octombrie aproximativ 1000 de directori și manageri din cadrul sectorului european de cazare turistică, sunt nevoiți să se orienteze spre nevoile consumatorilor și să se asigure din perspectiva digitalizării și a activităților de afaceri sustenabile, precum majorarea cheltuielilor de energie și situații economice incerte, cu scopul de a-și menține relevanța și competitivitatea pe piață.

În urma sondajului realizat, putem menționa că, transformarea digitală a hotelurilor este în proces de sporire. Rezultatele respondenților (59%) descriu că au o pregătirea favorabilă pentru transformarea digitală, doar 12% din participanți sunt nemulțumiți de eforturile lor de digitalizare. Drept urmare, doar o pătrime din hotelieri au afirmat că vor avea ocazia să investească mai mult în transformarea digitală în următoarele șase luni. Rezultatele respondenților (54%) susțin că au tendința de a menține același ritm al investițiilor în acest sector [6-7].

Merită menționat că lanțurile hoteliere erau mult mai bine pregătite pentru implementarea modificărilor în sistemul digitalizat decât hotelurile mici. Șaizeci și șapte la sută dintre reprezentanții mărcilor internaționale au menționat precum că sunt bine și/sau foarte bine pregătiți să implementeze transformarea digitală, în comparație cu 57% dintre respondenții hotelurilor independente.

În baza datelor „European Accommodation Barometer 2022" [6], putem menționa, că hotelurile chestionate au o capacitate de 250 de locuri de cazare și au raportat că au o pregătire bună pentru transformarea digitală în scopul de rezervare și deservire a turiștilor, iar alte hoteluri cu o

capacitate de până la 29 de locuri de cazare - au raportat că deja posedă o digitalizare în prestarea de servicii turistice.

În urma celor expuse anterior, putem specifica că digitalizarea nu se rezumă doar la tehnologiile folosite pentru *check-in*, sau pentru dezvoltarea unui site modern dar și să permită rezervări/servicii într-un scurt timp.

Marketingul pe rețelele sociale, parte a călătoriei digitale, este cea mai abordată temă pentru hotelieri, întrucât aproximativ o ⅓ dintre respondenți au afirmat „că sunt atenți ca imaginea pe care o creează pe rețelele sociale" să arate realitatea și să susțină loialitatea clienților. Implementarea și dezvoltarea procesului de digitalizare este influențat de situația actuală în care sunt impuse unitățile de cazare în scopul inovării constante a domeniului afacerilor prin digitalizare și transformării proceselor din punct de vedere sustenabil și digital.

Provocarea de a construi un business durabil în domeniul serviciilor hoteliere, stă la baza costurilor fixe, îndeosebi costul energiei, care este o problemă majoră în dezvoltarea activității hoteliere. Pentru o sustenabilitate a activității serviciilor hoteliere europene, la ordinea zilei este necesar de a organiza un proces de eficiență a energiei în prestarea de servicii. Datele statistice ale chestionarului, demonstrează că aproximativ ½ din respondenți au declarat că „eficiența energetică este un subiect foarte important", comparativ cu mai puțin de ⅓ dintre respondenți, care au menționat că o altă problemă este – reducerea deșeurilor. Un alt moment esențial pentru prestatorii de servicii hoteliere, a fost discutat privind administrarea afacerilor durabile într-un alt mod [6].

Procesul de digitalizare a turismului a avut și continuă să influențeze pozitiv asupra activităților turistice în cadrul Republicii Moldova, după efectele nocive a pandemiei COVID-19, care a creat dificultăți mari pentru sfera turistică. De aceea, în perioada post-pandemică au fost implementate în Republica Moldova anumite aplicații și proiecte, cu scopul de a dezvolta turismul.

Industria turismului din Republica Moldova este în continuă dezvoltare și, cu sprijinul guvernului și al altor organizații, se încearcă promovarea destinațiilor turistice și a serviciilor turistice oferite de agenții de turism și turoperatori.

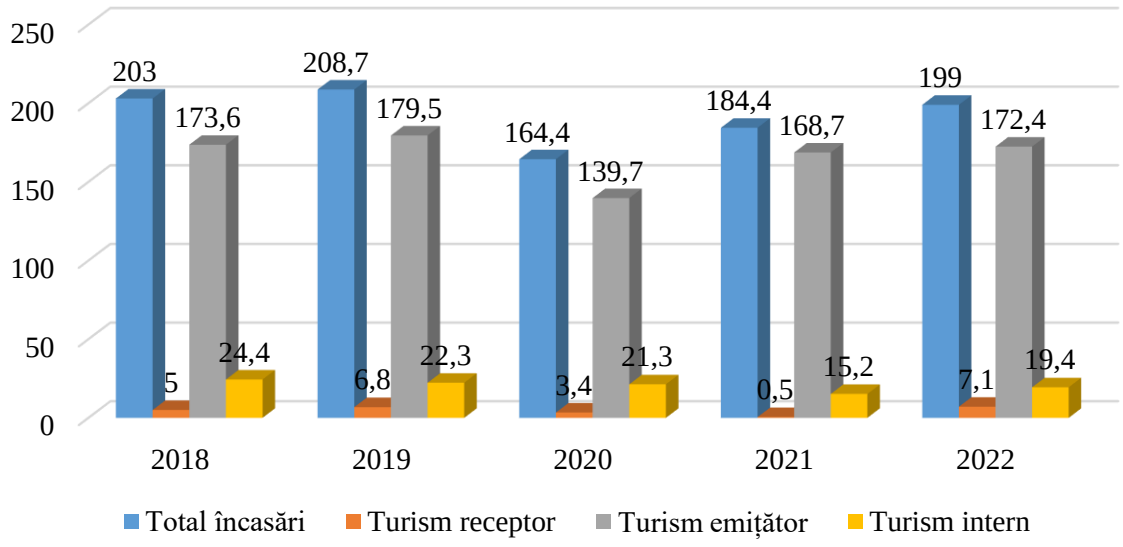


Figura 1. Veniturile agenților de turism și turoperatori din Republica Moldova
Sursa: elaborată de autor în baza sursei 4.

Analizând veniturile agenților de turism și turoperatori din Republica Moldova din perioada 2018-2019, putem constata că în perioada de gestiune turismul emițător înregistrează cele mai mari venituri. În anul 2022 turismul emițător a înregistrat venituri în sumă de 172,4 mii lei, pe locul secundar se plasează turismul intern cu o valoare de 19,4 mii lei, turismul receptor - înregistrează venituri în sumă de 7,1 mii lei. Totodată, observăm că cele mai mici venituri au fost înregistrate în

anul 2020: turismul emițător – o valoare de 139,7 mii lei, turismul intern – în sumă de 21,3 mii lei, turismul receptor – în valoare de 3,4 mii lei. Această diminuare a fost cauzată de efectele pandemiei de Covid-19, starea de urgență și restricțiile impuse.

În continuare, vom prezenta activitatea agențiilor de turism din Republica Moldova, care în anul 2022 au înregistrat un număr de turiști de 324,6 mii. Luând în considerare factorii de influență prezenți în anul 2019, observăm o diminuare considerabilă a numărului total de turiști în valoare de 124,5 mii. Analizând dinamica indicatorilor putem constata o evoluție pozitivă a acestora, înregistrând valori crescătoare, atât până la pandemia Covid-19, cât și după aceasta.

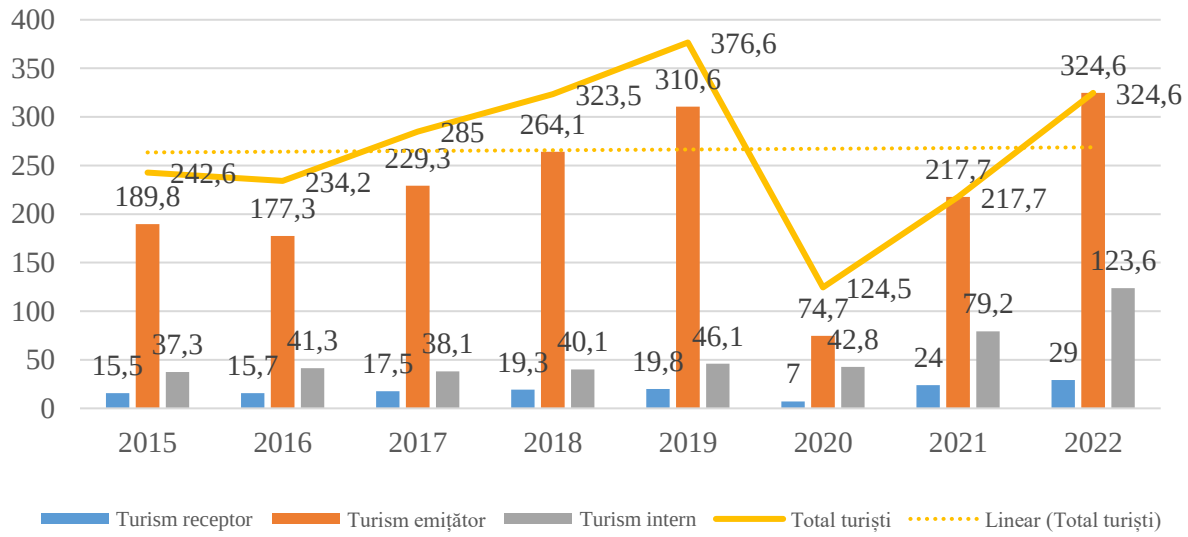


Figura 2. Activitatea agenților de turism din Republica Moldova

Sursa: elaborată de autori în baza sursei 4.

În conformitate cu datele statistice ale Asociației Naționale pentru Turism Receptor și Intern din Moldova, putem observa lansarea portalului turistic de țară *Moldova.travel,* care constă într-un parteneriat public-privat de mare amploare în scopul dezvoltării industriei turismului în Republica Moldova.

În baza celor expuse, putem stabili că portalul lansat reprezintă o platformă dotată de promovare, care înglobează un număr mare de atracții și destinații turistice din Republica Moldova, care sunt prezentate într-un stil modern și actual. Site-ul este disponibil în limba română, rusă și engleză.

Pe lângă acestea, putem observa că portalul turistic are la bază un parteneriat public-privat între autoritățile și partenerii de dezvoltare, din domeniul turismului intern și receptor. În baza celor expuse, putem marca că promovarea turismului național în mediu online poate avea loc prin intermediul portalului turistic respectiv, http://moldova.travel/. Această metodă de promovare, constă în digitalizarea informațiilor turistice despre Moldova, cu scop de lansare a turismului național pe piețele internaționale, construind o prezentare a capitalului cultural-turistic. Portalul turistic reprezintă un instrument eficient de dezvoltare și marketing a turismului național, fiind realizat prin intermediul efortului comun al Ministerului Culturii și Agenția de Investiții a Republicii Moldova și Proiectului de Competitivitate din Moldova finanțat de Guvernul Suediei și Guvernul Marii Britanii și Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern (ANTRIM).

În baza celor expuse anterior, putem menționa că platforma digitalizată pentru dezvoltare și promovare asigură turiștii interesați cu informații necesare despre atracții și destinații turistice naționale. Platforma include un număr de 25 de rute turistice, care sunt prezentate actual și atractiv,

16 trasee virtuale, rute oenoturistice, direcții și itinerarii de drumeții, ciclism, peste 500 de obiective turistice precum și informații necesare pentru planificarea unei călătorii în spațiul național. De menționat că platforma este structurată foarte accesibil și modern, oferind oportunitatea turiștilor de a planifica eficient o călătorie.

Este important de menționat că platforma digitală Moldova. Travel contribuie la dezvoltarea comerțului electronic în domeniul turismului național, prin intermediul amplificării utilizării site-urilor web individuale ale destinațiilor turistice, pensiunile rurale, cramelor, tur-operatorilor. În baza datelor privind rezultatele obținute în cadrul Proiectului de Competitivitate din Moldova, finanțat de USAID, Guvernul Suediei și Guvernul Marii Britanii, putem observa că 12 destinații turistice cu suportul proiectului dat au creat site-uri dezvoltate și actuale, dintre care 8 asigură prin intermediul site-ului serviciul de rezervare online, incluzând și oportunitatea de utilizare a sistemului de plăți electronice.

În baza analizei efectuate, putem menționa că dezvoltarea propunerilor agențiilor turistice și tehnologizarea domeniului turistic, reprezintă o direcție de dezvoltare , la momentul actual, luând în considerare perioada post-pandemică. În baza analizei studiului OECD, putem specifica că circa 54% din achizițiile online din spațiul european se atribuie domeniului de *hosting* și *turism*. De asemenea, conform studiului Euromonitor, circa 65% din numărul total de călătorii spre destinație de turism de fac în mediul online.

Cu sprijinul Asociației Naționale pentru Turism Receptor și Intern din Moldova (ANTRIM), unele unități de cazare din țară au început să digitalizeze serviciile pe care le oferă [7].

În baza celor expuse, putem afirma că călătoriile în Republica Moldova tind să devină mai accesibile și mai atractive. Tendința de dezvoltare, la moment, presupune integrarea și implementarea sistemelor de plăți electronice disponibile prin intermediul site-urilor unităților turistice, care au ca scop utilizarea comerțului electronic, realizarea vânzărilor prealabile *(presales)* și devenirea mai *eco-friendly*. Plus la aceasta, digitalizarea acestui domeniul va face mai accesibilă beneficierea de serviciile turistice naționale, facilitând interesul și accesul pentru vizitatorii naționali și internaționali.

În baza analizei efectuate, putem afirma că șase unități turistice au implementat sistemul de plată prin intermediul platformelor online. Printre cele șase unități se numără: vinăriile Chateau Vartely, Milestii Mici, Castel Mimi, și pensiunile Eco Resort Butuceni, Casa din Luncă și Casa Verde. De asemenea, Vinăria Cricova este în proces de implementare și tehnologizarea serviciilor.

În urma analizei, putem menționa că în 2020, în contextul restricțiilor cauzate de COVID-19, inițiativa ANTRIM de digitalizare a domeniului turistic a fost propusă spre lansare, fiind susținută de Proiectul de Competitivitate din Moldova [7].

Conform datelor statistice, printre cele mai vizitate regiuni turistice din Republica Moldova este raionul Cahul. Câteva dintre atracțiile turistice de pe harta raionului Cahul sunt: Muzeul Pâinii din satul Văleni, stejarii centenari din satul Doina, Valul lui Traian, Colinele de Aur și Drumul lui Petru Rareș din satul Văleni, rezervația științifică Prutul de Jos, înscrisă în Rețeaua mondială UNESCO a Rezervațiilor Biosferei, numeroase biserici, monumente, vinării și zone de agrement. Această regiune dispune de numeroase atracții turistice naturale, antropice, de recreere și etnografice care creează interes din partea oaspeților naționali și internaționali. În scopul fortificării regiunii turistice Cahul, a avut loc lansarea primului Accelerator de Turism din Moldova de către EU4Moldova: Startup City Cahul. În cadrul acestui startup au fost implicați 15 hotelieri și proprietari de pensiuni din Cahul. În urma lansării acestui accelerator, au fost fixate fundamentele paginii electronice Cahul.travel, care este o platformă comună în mediul online, ce întrunește toate pensiunile din partea de sud a țării și care facilitează identificarea spațiilor de cazare a vizitatorilor.

Concluzii

În baza celor expuse anterior, putem concluziona că tehnologizarea domeniului turistic permite promovarea pe scară largă a atracțiilor turistice din Republica Moldova.

Digitalizarea activităților din domeniul turismului este esențială pentru Republica Moldova, având în vedere că potențialul turistic al țării se poate exploata la maxim prin intermediul aplicațiilor și platformelor online. Digitalizarea poate contribui la creșterea numărului de turiști din Republica Moldova, oferind o varietate de informații despre atracțiile turistice locale și facilitând rezervările online. De asemenea, tehnologizarea contribuie la micșorarea costurilor asociate turismului și poate face mai accesibile serviciile turistice pentru toți cei interesați.

Bibliografie:

1. LUPU N. *Hotelul: economie și management.* București: C:H: Beck, 2010
2. GHIBUȚIU A. *Serviciile și dezvoltarea: De la prejudecăți la noi orizonturi*. București: Expert, 2007. 366 p.
3. COREȚCHI B., ULIAN G. *Managementul dezvoltării tehnologice în baza inovațiilor Republicii Moldova*. În: *Studia Universitatis*, USM. Chișinău, 2018, nr. 7 (117), p. 33-39., 0,50 c.a. ISSN 1857-2073. *Categoria B.*
4. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. www.statistica.md
5. 10 tips to go digital in the tourism. https://www.cbi.eu/market-information/tourism/tips-go-digital
6. European Accommodation Barometer 2022. https://www.statista.com/study/124889/european-accommodation-barometer-2022/
7. Asociației Naționale pentru Turism Receptor și Intern din Moldova https://antrim.md/

Autor corespondent:
Boris CORETCHI, *ORCID: 0000-0001-8841-4838, boris.coretchi@usm.md*