

# THE IMPACT OF INFORMATIZATION ON TOURISM DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH

## IMPACTUL INFORMATIZĂRII ASUPRA DEZVOLTĂRII TURISMULUI ȘI A CREȘTERII ECONOMICE

Svetlana GOROBIEVSCHI<sup>1</sup>

Tatiana COLUN<sup>2</sup>

### Abstract

*In the modern economic sphere, information technology plays an important role. Modern society is under the enormous influence of such information technologies as television, internet, mobile communications, specialized information programs (electronic banking transfers, accounting programs, electronic systems for monitoring the transport of resources, etc.). Due to the close interdependence of information technologies, the mutual understanding of economic counterparts - individuals, households, firms, state - is simplified, leading to an increase in general welfare.*

*The stimulating effect of information technologies on tourism development is also noted. Tourism, in all its forms (business, cultural-historical, educational, ecological, etc.), represents a possibility of establishing and developing international economic relations, and highlighting the development prospects of tourism of the Republic of Moldova for its deeper integration, in the regional and global market, by implementing information technologies, it must be a priority.*

**Key words:** *tourism, information technologies, services*

### Introducere

Viața modernă economică este în mod inevitabil legată de tehnologiile informaționale, care actualmente sunt folosite în fiecare industrie. Volumul mare de date care necesită analiză și prelucrare, precum și gradul din ce în ce mai mare de concurență între companii denotă că integrarea cu domeniul IT este o necesitate stringentă și că utilizarea evoluțiilor moderne în IT joacă un rol la fel de important ca și multe altele.

În special, industria serviciilor beneficiază mult de integrarea IT în domeniul rețelelor sociale, reflectându-se direct printr-o eficiență îmbunătățită și rentabilități pentru companii. Un domeniu important al sectorului serviciilor în care IT-ul are un potențial foarte ridicat este industria turismului, unde utilizarea noilor tehnologii permite o expunere mai mare pentru întreprinderi și ușurează clienții să facă alegeri mai informate.

Turismul în Republica Moldova are un înalt potențial de dezvoltare, prezentând o combinație complexă de medii naturale (arii naturale, masive forestiere în centrul țării, toltre, defilee, lunci) și artificiale (lăcașuri medievale, cetăți, orașe cu diverse stiluri arhitecturale, stațiuni balneare, festivaluri, vinării etc) [1].

Pentru Republica Moldova, potențiale forme de turism care ar putea concura pe piața internațională sunt:

---

<sup>1</sup> Professor PhD. Habil., Technical University of Moldova, Kishinev, Republic of Moldova, [gorobievschi.svetlana@imi.utm.md](mailto:gorobievschi.svetlana@imi.utm.md)

<sup>2</sup> PhD Student, Technical University of Moldova, Kishinev, Republic of Moldova; Chief Officer, Directorate for Corruption Prevention, General Inspectorate of Police, Kishinev, Republic of Moldova, [tatiana.colun@igp.gov.md](mailto:tatiana.colun@igp.gov.md)

- *turismul rural* - reprezentat de comunitățile agricole și pitoreștile sate, oferind diferite servicii turiștilor care doresc să se odihnească în sînul naturii (cazare în case tradiționale de tip rustic, posibilitatea de încadrare în activități și preocupări rurale etc.);

- *turismul vinicol* - ca țară vitivinicolă, Republica Moldova oferă șanse deosebite în alegerea unor rute preferate, așa încît turiștii pot vizita, după dorință, beciuri și orașe subterane, vinoteci, întreprinderi de prelucrare primară a vinului, de producere a șampaniei, divinului, heresului, balsamurilor etc. Fabricile de vinuri, în ansamblu, făcînd parte din ruta turistică „Drumul vinului în Republica Moldova”, reprezintă, astfel, o esențială motivație de a vizita țara;

- *turismul cultural* - Republica Moldova dispune de un bogat patrimoniu cultural, care poate fi cu succes valorificat în turism. În total, au fost identificate 140 de monumente istorice ale patrimoniului cultural;

- *turismul de sănătate* - stațiunile balneoclimaterice din Republica Moldova ar putea deveni un substanțial produs turistic balneoclimateric de nivel internațional, cu condiția creării în jurul lor a unei infrastructuri adecvate. Cele mai bune premise în acest sens le au Bucuria-Sind (Vadul lui Vodă), Codru (Hîrjauca, Călărași) și, îndeosebi, Nufărul Alb (Cahul).

În același context, pot fi enumerate mai multe *puncte atractive turistice* din Republica Moldova, după cum urmează:

- *monumente ale naturii*: Toltrele Prutului, O Sută de Movile, Peștera “Emil Racoviță”, Parcul Țaul;

- *rezervații*: Pădurea din Domneasca, Codrii, Iagorlîc, Prutul de Jos, Plaiul Fagului;

- *muzee*: Casele-muzeu „Alexei Mateevici”, „Aleksandr Pușkin”, „Constantin Stamati”, „Igor Vieru”, Complexul Muzeal “Orheiul Vechi”, Muzeul Național de Etnografie și Istorie Naturală, Muzeul Național de Arheologie și Istorie a Moldovei, Muzeul Meșteșugurilor Populare, Muzeul Național Găgăuz „Dumitru Cara-Ciobanu”;

- *conace*: Conacul „Zamfir Ralli Arbore”, Castelul de vînătoare al lui Manuc Bei;

- *mănăstiri și biserici*: Căpriană, Hîncu, Rudi, Saharna, Țîpova, Curchi, Frumoasa, Cosăuți, Japca. Biserica Adormirii Maicii Domnului din Căușeni;

- *vinării*: Cricova, Mileștii Mici, Purcari, Cojușna [2].

### **1. Impactul informatizării în dezvoltarea turismului și a creșterii economice**

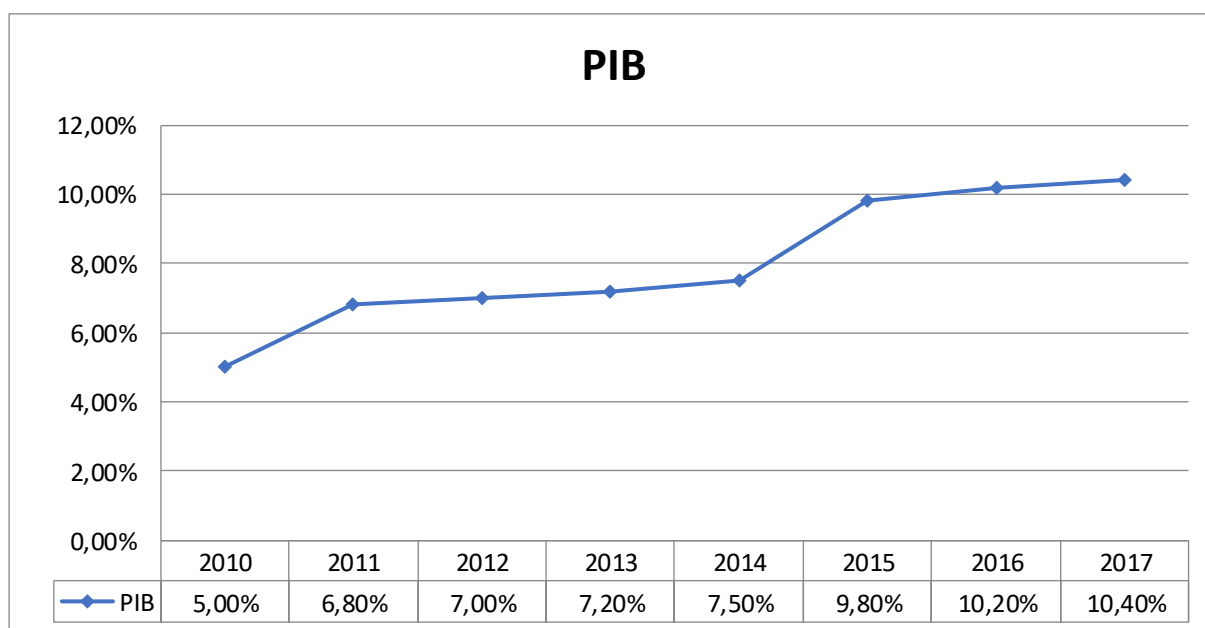
În condițiile de crize periodice ale economiei mondiale, ce produc un impact deseori negativ asupra dezvoltării mai multor economii naționale, turismul s-a manifestat, pentru mai multe țări, drept o bună soluție de ieșire din aceste crize printr-o diversificare economică. Mai mult decît atât, actualmente atît țările în curs de dezvoltare, cît și cele dezvoltate acordă o atenție deosebită elaborării strategiilor de intensificare a turismului domestic și internațional, ca cele contribuitoare la depășirea crizelor economice. După cum subliniază experții din domeniu, „unul din aspectele economice caracteristice turismului îl reprezintă dinamismul și elasticitatea acestui domeniu, chiar în cazurile de criză” [3; 5].

Turismul servește intereselor omului și societății în ansamblu și este o sursă de venit, atât la nivel micro, cât și macroeconomic, devenind unul dintre factorii principali în crearea de locuri de muncă, accelerează dezvoltarea construcțiilor de drumuri și hoteluri, stimulează producția de toate tipurile de vehicule și contribuie la păstrarea meșteșugurilor populare și a culturii naționale a regiunilor și țărilor.

Prin urmare, comunitățile trebuie să înțeleagă importanța relativă a turismului pentru regiunea lor, inclusiv contribuția turismului la activitatea economică din zonă.

Actualmente, serviciile turistice constituie una dintre principalele categorii de export pentru țările în curs de dezvoltare, totalizând 30% din exporturile globale de servicii.

În anul 2017, industria turismului a contribuit cu 10,4% la Produsul Intern Brut Global (Figura 1), generând 292 milioane de locuri de muncă (1 din 10 locuri de muncă, la nivel mondial).



**Fig. 1.** Ponderea turismului în PIB-ul mondial în perioada 2010-2017, %

Sursa: elaborată de autori conform datelor UNWTO, 2017 [4]

Conform prognozelor Organizației Mondiale a Turismului, numărul de turiști în lume în 2020 se va ridica la 1,6 miliarde de oameni, iar veniturile mondiale din turism în 2020 vor crește până la 2 trilioane de dolari [6], ceea ce contribuie la creșterea calității vieții pe mapamond.

## 2. Dezvoltarea turismului în Republica Moldova

Dacă ne referim la dezvoltarea turismului în Republica Moldova, putem menționa mai multe tendințe și caracteristici specifice. Deși mică ca suprafață, Republica Moldova are ce arăta turiștilor care s-ar aventura să vină în țara noastră în căutare de locuri pitorești. Chiar dacă nu avem zgârle-nori, zone muntoase, castele medievale (care în alte țări constituie puncte forte de atracție pentru turiști), moldovenii au și ei ce arăta lumii. Originalul trebuie căutat în satele noastre, acolo unde natura a făcut ceea ce nu e în puterea omului și unde populația mai păstrează

vechile obiceiuri, moștenite din strămoși, de aceea mediul rural este în vogă pentru turismul moldovenesc [5].

În același timp, potrivit datelor Biroului Național de Statistică (BNS) din Republica Moldova, numărul de plecări ale vizitatorilor moldoveni în străinătate în perioada 2014 -2018 a cunoscut și el o creștere semnificativă (Tabelul 1.).

Datele prezentate mai jos denotă că și cetățenii Republicii Moldova preferă turismul ca formă de odihnă și agrement, el devine o tendință a odihnei relevante. Astfel, în perioada 2014-2018 se atestă un număr total de plecări din țară care a crescut în perioada cercetată de 2,64 ori, din care numărul de vacanțe și recreere de odihnă - de 1,46 ori. Menționăm că per total în Republica Moldova în perioada 2014-2018 a avut loc creșterea numărului tuturor genurilor de activități turistice ale cetățenilor moldoveni în străinătate, prin intermediul agențiilor de turism și al turoperatorilor, pentru a-și petrece vacanța, a se recrea și a se odihni.

**Tabelul 1.** Numărul de plecări ale moldovenilor în străinătate și scopul acestora, 2014-2018

Indicatori	Perioada	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Vacanțe, recreere și odihnă, <i>mii plecări</i>	178, 26	188, 13	175, 36	226, 85	261, 26
2.	<i>Timpul de creștere față de anul bazic, %</i>	100,0	105,5	98,4	127,3	146,6
3.	Afaceri și motive profesionale, <i>unități</i>	1 144	676	863	1 417	1 390
4.	<i>Timpul de creștere față de anul bazic, %</i>	100,0	59,1	75,4	123,9	121,5
5.	Vizite cu alte scopuri, <i>vizite</i>	1 242	983	1 025	1 078	1 403
6.	<i>Timpul de creștere față de anul bazic, %</i>	100,0	79,1	82,5	86,8	113,0
7.	Numărul total de plecări ale vizitatorilor moldoveni în străinătate, <i>mii vizite</i>	180, 65	189, 79	177, 25	229, 35	264, 05
8.	<i>Timpul de creștere față de anul bazic, %</i>	100,0	105,06	98,12	129,96	141,2

*Sursa:* elaborat de autori în baza informației statistice a BNS din Republica Moldova [7]

Fără îndoială, aceste activități s-au realizat prin intermediul mijloacelor de informatizare. Trebuie menționat că, pentru acoperirea costurilor economice de implementare a tehnologiilor informaționale, fiecare companie alocă diferite fonduri. Succesul în aplicarea tehnologiilor informaționale nu este înregistrat fără un nivel de cheltuieli corespunzător. Unele companii consideră că aceste cheltuieli sunt nejustificate, alții, dimpotrivă, fac cheltuieli mari, folosind cele mai recente softuri, considerându-le investiții.

Autorii acestui articol consideră că investițiile aferente implementării noilor tehnologii în turism trebuie să constituie o prioritate, deoarece avantajele sunt cu siguranță vizibile și remarcabile, începând cu diversificarea varietății de oferte și servicii, asigurarea încrederii clienților, inclusiv prin modul de gestionare a informațiilor, evitarea scurgerilor de informații confidențiale și a pierderii de informații importante (noile tehnologii permițând și restabilirea datelor pierdute), creșterea productivității prin reducerea riscurilor operaționale și o mai mare disponibilitate în exploatarea serviciilor oferite, credibilitatea, accesibilitatea, integritate și încrederea oferite clienților, angajaților, partenerilor contractuali etc.

De exemplu, dacă se folosește o bază de date cu informații despre hoteluri, este posibil de să se acopere aproape toate țările lumii, deoarece un turist poate alege un hotel sau altul, în funcție de dorințele și capacitățile sale financiare. În același timp, este oferită o serie întregă de servicii suplimentare, ținând cont de dorințele individuale ale clienților (de la întâlnirea la aeroport, cu un ghid care vorbește o anumită limbă, și transfer prin furnizarea unei mașini din orice clasă, cu șofer, până la efectuarea excursiilor de-a lungul întregului traseu selectat etc.).

Potrivit unui studiu despre informatizarea sectorului turistic în Republica Moldova (2019), toate firmele repondente au comunicat că au acces la Internet, utilizând diferite forme de rețele, dezvoltându-și inteligența economică și securitatea informației turistice astfel:

- majoritatea firmelor turistice (93,6%) posedă un site;
- 97% din managerii și operatorii companiilor turistice intervievate posedă cunoștințe IT de bază și 91,6% dispun de programe informaționale (soft-uri) recente;
- 36,6% din manageri acordă atenție antrenării personalului în domeniul TIC în mod regulat, iar 63,4% după necesitate;
- circa 70% din consumatori utilizează TIC, rezervând mijloace de transport, bilete și locuri de așezare, preponderent hoteluri;
- 55,1% îmbină comunicarea virtuală cu vizita la oficiu pentru a cumpăra servicii turistice, iar 38,3% vin doar la oficiu;
- 93,4% din consumatori încă nu au încredere în modalități de cumpărare virtuale ale serviciilor turistice;
- mai mult de jumătate din companii (53,3%) au posibilitatea de a fi informați despre situația pe piața turistică și oportunitățile de dezvoltare ale afacerilor turistice, utilizând rețeaua informațională de parteneriat cu alte agenții turistice sau tur-operatori;
- 31,0% apreciază informația relevantă furnizată de structuri guvernamentale, iar 21,7% își asigură informația prin cercetări proprii.

Important de menționat că impactul informatizării în planificarea strategică a activităților turistice este expus în Strategia Republicii Moldova „Turism-2020”, în Obiectivul specific 5, „Modernizarea tehnologică a industriei turistice prin utilizarea tehnologiei informației și a comunicațiilor” [8; 10].

Având în vedere cele expuse, putem deduce că orientarea unei țări de destinație turistică spre dezvoltarea turismului național poate aduce beneficii considerabile economiei acestei țări. În Republica Moldova, ca urmare a prezenței unor resurse turistice neexploatate și insuficient puse în valoare, turismul poate reprezenta o ramură cu posibilități însemnate de creștere, rămânând o sferă de activitate care poate absorbi o parte din forța de muncă rămasă disponibilă prin restructurarea economică [8; 9].

## **Concluzii**

Dezvoltarea turismului în lume este influențată de progresul științific și tehnologic, îmbunătățind calitatea vieții populației, sporind timpul liber, vacanțele, stabilitatea economică și politică și o serie de alți factori. Turismul, prin varietatea sa de servicii de odihnă acordate populației, este o activitate economică în permanentă

creștere în structura PIB-ului, devenind baza fundamentală a economiilor multor țări dezvoltate și în curs de dezvoltare.

Oportunitățile pe piața turistică există atunci când există necesități sau dorințe nesatisfăcute, iar întreprinderile turistice au interesul și capacitatea de a le satisface. Ocazii favorabile pot exista pe piață în funcție de mărimea acesteia, climatul economic, creșterea demografică, creșterea puterii de cumpărare, slăbiciunile concurenților. Întreprinderile turistice care au sesizat aceste oportunități și le-au pus în valoare au reușit să beneficieze de ele și să devină lideri pe piața serviciilor turistice.

În aceste condiții, o oportunitate de dezvoltare a turismului constă, inclusiv în analizarea practicilor internaționale, în vederea identificării punctelor forte și a celor slabe, fapt ce ar contribui la fortificarea și consolidarea capacităților naționale, deoarece mediului extern îi sunt caracteristice și elementele care reprezintă oportunități sau posibilități favorabile de dezvoltare.

Conchidem că majoritatea companiilor au informatizat deja cu succes cea mai mare parte a muncii lor de rutină și contabilitatea. Drept urmare, se poate spune cu certitudine că implementarea tehnologiilor informaționale a avut un impact major asupra acțiunilor cheie ale companiilor turistice. Multe companii au avansat în computerizarea operațiunilor, drept rezultat a fost posibilă obținerea de soluții mai raționale pentru rezolvarea problemelor manageriale, asigurarea exactității informațiilor, reducerea volumului de documente pe hârtie, îmbunătățirea structurii fluxurilor de informații și a sistemului de lucru în companie, furnizarea consumatorilor de servicii unice la distanță etc.

Totuși, implementarea noilor tehnologii atrage după sine și anumite riscuri din domeniul cibernetic, iată de ce investițiile trebuie să presupună și o protecție corespunzătoare împotriva intruziunilor neautorizate în sistemele informaționale ale companiilor din exterior. Problemă stringentă, care necesită soluționare.

### **Bibliografie**

- [1] Turismul în Republica Moldova. Disponibil pe [https://ro.wikipedia.org/wiki/Turismul\\_%C3%AEn\\_Republica\\_Moldova](https://ro.wikipedia.org/wiki/Turismul_%C3%AEn_Republica_Moldova). Văzut la 25.03.2020.
- [2] Tipuri de turism în Moldova Disponibil pe <https://voiaj.md/rom/incomingmoldova>. Văzut la 25.03.2020.
- [3] Turcov E. Politica turistică a Republicii Moldova ca factor de dezvoltare economică durabilă și integrare internațională. Teza de doctor habilitat în științe economice. Specialitatea 08.00.05. Chișinău: ASEM, 2003, p. 4.
- [4] Ponderea turismului în PIB-ul mondial în perioada 2010-2017. Disponibil pe [www.statistics.unwto.org](http://www.statistics.unwto.org). Văzut la 20.03.2020.
- [5] Gorobievschi S., Rolul și impactul dezvoltării turismului rural în economie. Sesiune științifică națională cu participare internațională a Academiei Române. – Filiala “Iași”, Institutul de cercetări economice și sociale “Gh. Zane”, Universitatea “Ștefan cel Mare”, Suceava, Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism, *CEFIDEC-Varta-Dornei*, mai 2006, p. 47-51. ISBN 978-606-687-221-8

- [6] Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов. Издательский центр «Академия», 2009, p. 288.
- [7] Numărul de plecări ale moldovenilor în strainatate și scopul acestora. Disponibil pe [www.staistica.md](http://www.staistica.md). Văzut la 15.03.2020.
- [8] Roitman M. Autoreferatul tezei de doctor în științe economice. Impactul megatendințelor economiei mondiale asupra turismului intenționat și național. Chișinău: ASEM, 2018, p. 14.
- [9] Platon N. Impactul statului asupra dezvoltării politicii de turism. În: Strategii și modalități de intensificare a colaborării dintre Moldova și România în condițiile extinderii Uniunii Europene spre Est, simpozion științific internațional, din 28-29 septembrie 2000, Volumul II, Chișinău: ASEM, 2000, vol. II, p. 260-262.
- [10] Platon N. Strategii durabile de management în dezvoltarea turismului intern și receptor din Republica Moldova. Teza de doctor habilitat în științe economice. Chișinău: ASEM, 2019, p.143.