

INOVAȚIE ȘI SUSTENABILITATE ÎN MANAGEMENTUL CALITĂȚII SERVICIILOR TURISTICE

BURBULEA Rodica,

Doctor în economie, conferențiar universitar,

Universitatea Tehnică a Moldovei

rodica.burbulea@tem.utm.md

<https://orcid.org/0000-0003-4462-6534>

LACHI Cristina,

Doctorand, asistent universitar,

Universitatea de Stat din Moldova

clachi1912@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0001-7768-2108>

REZUMAT

Articolul urmărește analiza aprofundată a conexiunii dintre inovație, sustenabilitate și managementul calității în domeniul turismului, punând accent pe contextul Republicii Moldova. Se explorează tendințele internaționale, inițiativele locale, inovațiile tehnologice și strategiile durabile care contribuie la dezvoltarea unui turism competitiv și responsabil.

Cuvinte-cheie: inovație, sustenabilitate, management, calitate, turism, servicii.

INNOVATION AND SUSTAINABILITY IN THE QUALITY MANAGEMENT OF TOURIST SERVICES

BURBULEA Rodica,

PhD of Economics, Associate Professor,

Technical University of Moldova

rodica.burbulea@tem.utm.md

<https://orcid.org/0000-0003-4462-6534>

LACHI Cristina,

PhD student, university assistant,

State University of Moldova

clachi1912@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0001-7768-2108>

SUMMARY

The article aims to analyze in depth the link between innovation, sustainability and quality management in the tourism sector, focusing on the context of the Republic of Moldova. It explores international trends, local initiatives, technological innovations and sustainable strategies that contribute to the development of a competitive and responsible tourism.

Key words: innovation, sustainability, management, quality, tourism, services.

Introducere. Serviciile din domeniul turismului reprezintă un pilon strategic în cadrul economiei sustenabile, având capacitatea de a stimula progresul economic al unei destinații, în timp ce contribuie la protejarea și valorificarea durabilă a patrimoniului natural și cultural. Promovarea unui model de dezvoltare turistică responsabil și sustenabil constituie o condiție esențială pentru asigurarea echității sociale și a viabilității acestui sector pe termen lung.

Din perspectiva dezvoltării durabile, turismul sustenabil presupune o abordare integrată care echilibrează obiectivele economice, sociale și ecologice. Această viziune urmărește ca dezvoltarea turismului să nu se realizeze în detrimentul resurselor naturale sau

culturale, ci să contribuie la crearea de valoare adăugată pentru comunitățile locale, prin îmbunătățirea condițiilor de trai, generarea de venituri și crearea de locuri de muncă stabile.

În același timp, evoluțiile economice și sociale specifice epocii contemporane au favorizat dezvoltarea dinamică a turismului la nivel global. La rândul său, acest sector a devenit un motor de creștere economică, susținând dezvoltarea altor ramuri conexe, precum transporturile, comerțul, industria construcțiilor, tehnologiile informaționale și serviciile auxiliare. Prin această interdependență, turismul contribuie la diversificarea economiei și la întărirea rezilienței comunităților gazdă.

Activitatea turistică, alături de furnizarea serviciilor aferente, constituie un element esențial în cadrul economiei naționale, având un impact multidimensional, atât din punct de vedere economic, cât și social. Având în vedere natura sa complexă și caracterul său interdisciplinar, statul joacă un rol activ în susținerea dezvoltării turismului, intervenind prin intermediul Oficiului Național al Turismului cu măsuri ce vizează sprijinirea investițiilor în infrastructura turistică, dar și prin elaborarea și implementarea cadrului normativ adecvat [1].

În această calitate, statul exercită o funcție de stimulare a serviciilor turistice prin aplicarea unei politici publice coerente, menită să încurajeze extinderea și diversificarea acestora. Totodată, prin intermediul instituțiilor specializate, statul îndeplinește și funcția de administrator al unor domenii esențiale pentru funcționarea ecosistemului turistic – precum protecția mediului, sănătatea, educația, cultura sau dezvoltarea teritorială – care reprezintă elemente-cheie în configurarea ofertei turistice naționale.

Un alt rol strategic al statului este cel de promotor al imaginii țării ca destinație turistică competitivă pe piața internațională, acest demers fiind susținut prin dezvoltarea de strategii, politici și programe la nivel național și regional.

Turismul se remarcă prin natura sa integrativă, cuprinzând o gamă variată de servicii provenind din domenii distincte și specializate. În acest sens, Gribincea Al. și Barcari I. evidențiază caracterul de fenomen social-economic al turismului modern, care influențează profund multiple dimensiuni ale vieții contemporane. Totodată, turismul generează relații economice complexe, fundamente pe livrarea serviciilor de călătorie și măsurate printr-un set specific de indicatori, cum ar fi: numărul de sosiri și plecări, vizitatori, turiști, excursioniști, număr de zile-turist (planificate sau

realizate), productivitatea muncii și rentabilitatea vânzărilor în diverse forme și segmente ale turismului [10, p. 13].

Materiale și metode. Evaluarea serviciilor turistice constituie un demers fundamental în asigurarea standardelor de calitate și în perfecționarea experienței oferite turiștilor. În acest scop, operatorii din industria turismului, instituțiile specializate și organizațiile de profil utilizează o gamă variată de instrumente și metode aplicative pentru a colecta opiniile consumatorilor și a identifica punctele forte, respectiv deficiențele în livrarea serviciilor. Potrivit opiniei experților din domeniu, infrastructura serviciilor turistice poate fi clasificată în funcție de anumite criterii operaționale și scopuri funcționale.

Fragmentarea serviciilor turistice a fost observată încă din anii 1990, însă, în ultimele decenii, conform cercetărilor de specialitate, aceasta a fost sistematizată în două categorii principale: servicii specifice și servicii nespecifice. Serviciile specifice sunt, la rândul lor, împărțite în servicii de bază – care includ cazarea, alimentația și agrementul – și servicii complementare, precum organizarea excursiilor, activitățile de intermediere, informare, cultural-artistice sau cu caracter special.

În ceea ce privește monitorizarea activității din domeniul hotelier, cercetătorii autohtoni subliniază importanța utilizării unui set coerent de indicatori statistici, cum ar fi: numărul structurilor de cazare, capacitatea totală și medie a camerelor, gradul de ocupare, numărul de înnoptări, precum și resursele umane implicate în prestarea serviciilor.

Conform datelor oferite de Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, evaluarea sectorului hotelier se realizează prin intermediul unor indicatori codificați după cum urmează [11]:

Tabelul 1.1. Evaluarea sectorului hotelier

HM	hoteluri și moteluri;
CE	numărul camerelor existente, reprezentând capacitatea oficială de cazare (inclusiv camerele închise temporar, dar nu și cele supuse renovării majore);
LE	numărul total de locuri-pat instalate în structurile active la data de 31 decembrie;
LF	capacitatea de cazare în funcțiune, calculată în locuri-zile (număr de locuri x număr de zile efective de funcționare);
T	numărul total al turiștilor cazați, atât rezidenți cât și nerezidenți;
TS	numărul turiștilor străini care petrec cel puțin o noapte în structurile de cazare;
În	numărul de înnoptări (inclusiv cele aferente paturilor suplimentare);
ÎnS	înnoptările realizate de turiștii din afara țării;
UC	gradul de utilizare a capacității de cazare, determinat prin raportarea înnoptărilor la capacitatea disponibilă;
DS	durata medie a sejurului, exprimată ca raport între înnoptări și numărul sosirilor;
PC	valoarea totală a plăților efectuate pentru cazare, calculată în prețuri curente (cu TVA inclus), indicator utilizat în statisticile privind serviciile cu plată.

Sursa: Elaborat de autori în baza [11]

În ceea ce privește alimentația publică, aceasta are o influență substanțială asupra întregii prestații turistice. Calitatea serviciilor de alimentație contribuie decisiv la

conturarea unei oferte turistice atractive, împăcând semnificativ percepția turiștilor asupra destinației și influențând direcția și intensitatea fluxurilor turistice. În

acest sens, sectorul alimentației este considerat o componentă esențială în evaluarea calității generale a produsului turistic [9].

Transformările profunde și ritmul alert al schimbărilor care caracterizează epoca contemporană influențează în mod semnificativ toate sferele vieții economice și sociale. Aceste trăsături ale dinamicii moderne se reflectă în restructurarea sistemului economic, în redefinirea ierarhiei ramurilor componente ale economiei, în acord cu cerințele revoluției științifico-tehnologice, cu necesitatea valorificării optime a resurselor naturale, materiale și umane, precum și cu imperativele sporirii eficienței și îmbunătățirii calității vieții.

În acest context de reorganizare structurală și adaptare la noi paradigme de creștere economică, sectorul serviciilor turistice se afirmă ca un domeniu distinct și dinamic, cu o influență tot mai vizibilă asupra

dezvoltării socio-economice. Turismul, ca ramură economică cu potențial de creștere accelerată, are capacitatea de a contribui activ la implementarea unui model de dezvoltare durabilă, susținut de cererea tot mai diversificată și de impactul pozitiv asupra pieței muncii, investițiilor și consumului [1].

Pentru a răspunde acestei dinamici și pentru a asigura menținerea unor standarde ridicate de calitate, au fost dezvoltate o serie de modele de evaluare a serviciilor turistice. Acestea oferă un cadru metodologic riguros, bazat pe principii obiective, care permite măsurarea satisfacției turiștilor și îmbunătățirea continuă a experienței turistice. Prin aplicarea acestor modele, operatorii din industrie pot identifica deficiențele, valorifica punctele forte și asigura un proces sistematic de monitorizare și optimizare a calității serviciilor oferite.

Tabelul 1.2. Modele evaluare calitate servicii turistice

Model	Scop principal	Dimensiuni / Elemente cheie	Aplicații în turism
SERVQUAL	Compararea între așteptările și percepțiile clienților	Fiabilitate, Receptivitate, Asigurare, Empatie, Elemente tangibile (total 5 dimensiuni și 21 factori pe o scală de 7 puncte)	Măsurarea calității serviciilor din perspectiva clienților și angajaților
KANO	Identificarea caracteristicilor serviciilor care generează satisfacție sau nemulțumire	Caracteristici: Atractive, Obligatorii, Performanță, Indiferente	Clasificarea așteptărilor clienților pentru îmbunătățirea ofertei
HOLSAT	Evaluarea satisfacției într-o manieră holistică	Satisfacție înainte, în timpul și după achiziție, și satisfacția generală	Măsurarea detaliată a satisfacției turiștilor în toate etapele călătoriei
TQM	Îmbunătățirea continuă a calității la nivel organizațional	Implicarea angajaților, orientare spre client, eliminarea defecțiunilor	Implementarea managementului calității în structura internă a organizațiilor turistice
RATER	Evaluarea calității serviciilor în funcție de percepția clientului	Receptivitate, Asigurare, Elemente tangibile, Empatie, Fiabilitate	Identificarea domeniilor care necesită îmbunătățire în ofertele turistice
GAPS	Identificarea decalajelor între așteptările clienților și performanțele reale	5 decalaje: între așteptări și percepții manageriale, specificații, livrare, comunicare și realitate	Corectarea erorilor în livrarea serviciilor turistice
Six Sigma	Reducerea variației și a defectelor	Analiza cauzelor, măsuri corective, indicatori de performanță	Optimizarea proceselor turistice și reducerea neconformităților
C-Sat	Măsurarea satisfacției generale a clientului	Scoruri de satisfacție obținute din chestionare/interviuri	Evaluarea rapidă a satisfacției turiștilor
NPS	Măsurarea probabilității ca un client să recomande serviciul altora	Promotori (9–10), Pasivi (7–8), Detractori (0–6) – scor = % promotori - % detractori	Monitorizarea fidelizării clienților și impactul reputației
E-S-Qual	Evaluarea calității serviciilor online	Ușurință în utilizare, disponibilitate informațională, securitate, viteză	Măsurarea calității platformelor de rezervare, site-uri de turism etc.

Sursa: Elaborat de autori, în baza literaturii studiate

Rezultate și discuții. Inovarea este un motor fundamental care transformă și dezvoltă industria globală a turismului. Forțele motrice sunt îmbunătățirea competitivității, a durabilității și a calității serviciilor și experiențelor oferite de operatorii și/sau destinațiile turistice. Analizând literatura de specialitate privind sustenabilitatea și componentele sale, cercetările

evidențiază că turismul nesustenabil se caracterizează prin evitarea responsabilității față de impacturile negative generate, precum și prin subestimarea rolului și valorii contribuțiilor aduse de acest sector. Efectele adverse ale activităților turistice – asupra mediului, economiei și contextului socio-cultural – se manifestă pe întreg

parcursul lanțului valoric, de la producerea și distribuția serviciilor până la consumul acestora.

Deși sustenabilitatea este conceptualizată prin prisma celor trei dimensiuni fundamentale – economică, ecologică și socială – abordările din literatura de specialitate tind să acorde o atenție sporită dimensiunilor economică și de mediu, în detrimentul celei social-culturale, care rămâne adesea insuficient explorată și valorizată [5].

În epoca digitalizării accelerate și a schimbărilor structurale în economia globală, inovația a devenit un pilon strategic în dezvoltarea durabilă a industriei turismului. Aceasta influențează profund toate etapele lanțului valoric turistic – de la promovare și planificare, la experiența efectivă a călătoriei și evaluarea post-vizită. Inovația contribuie la îmbunătățirea eficienței operaționale, la personalizarea serviciilor și la reducerea impactului ecologic al activităților turistice.

Aplicarea tehnologiilor emergente (inteligență artificială, realitate augmentată, blockchain, IoT), integrarea soluțiilor digitale în gestionarea destinațiilor, apariția economiei colaborative și extinderea turismului wellness sau spațial sunt doar câteva dintre tendințele care transformă profund industria. Mai mult, inovația nu este doar tehnologică, ci și conceptuală – introducerea unor noi modele de afaceri, forme de cazare alternative și metode interactive de implicare a turistului marchează o reconfigurare a pieței globale a turismului.

În acest context, turismul inovator devine nu doar o soluție pentru adaptarea la provocările contemporane (crize sanitare, schimbări climatice, instabilitate economică), ci și un vector esențial pentru creșterea competitivității și sustenabilității pe termen lung a destinațiilor turistice [7]. Astfel, analiza rolului inovației în turism permite înțelegerea mecanismelor prin care acest sector se transformă într-un domeniu rezilient, orientat spre excelență, responsabilitate și valoare adăugată pentru comunitățile locale și turiști deopotrivă.

Inovarea are multiple fațete și poate fi descrisă în moduri specifice:

1. *Progresele tehnologice*, cum ar fi aplicațiile mobile, realitatea virtuală (VR) și realitatea augmentată (AR), au modificat modul în care călătorii interacționează cu o destinație. Aceste soluții inovatoare îmbunătățesc experiența de călătorie prin facilitarea informațiilor în timp real, a cartografierii interactive și a tururilor virtuale pentru a îmbogăți personalizarea experiențelor de călătorie.

2. *Digitalizarea în sectorul turismului* care a permis incorporarea soluțiilor digitale în operațiunile turistice - de la sistemele de rezervare la strategiile de marketing - a crescut eficiența tuturor proceselor administrative. Digitalizarea a redus cantitatea de manipulări manuale și a îmbunătățit eficiența în furnizarea de servicii și interacțiunile cu clientul. Inteligența artificială a devenit un element transformator în industria turismului, facilitând personalizarea ofertelor, optimizarea rutelor, analiza comportamentului consumatorilor și automatizarea serviciilor. În Republica Moldova, inovația este susținută de programe precum Programul de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii,

Dezvoltarea IMM în domeniul turismului, Programul de Retehnologizare și eficiență energetică a întreprinderilor mici și mijlocii, Programul de Susținerea Inovațiilor Digitale și Startup-urilor Tehnologice, care promovează transformarea digitală în turismul rural și urban [13]. Integrarea soluțiilor de AI contribuie la îmbunătățirea satisfacției turistice și la creșterea eficienței operaționale.

3. *Inovații digitale și soluții inteligente în turism* care au redefinit interacțiunea dintre turiști și destinații. Platformele online de rezervare (ex. Booking.com, Airbnb, Expedia) oferă acces centralizat la servicii de cazare, transport și activități, contribuind la simplificarea deciziilor și la personalizarea experienței turistice.

Utilizarea aplicațiilor mobile, a serviciilor de geolocalizare și a inteligenței artificiale (chatbots, recomandări personalizate) permite turiștilor să navigheze mai eficient, să obțină informații în timp real și să beneficieze de suport continuu pe parcursul călătoriei [4].

Totodată, sistemele de management inteligent al destinațiilor folosesc analize de date pentru optimizarea infrastructurii și prevenirea supraaglomerării, contribuind astfel la sustenabilitatea destinațiilor.

Acest tip de soluție digitală a adus simplificarea procesului decizional pentru turiști, deoarece le permite să compare rapid prețuri, recenzii, facilități și locații, fără a mai fi necesară interacțiunea directă cu operatori sau agenți. Totodată, rapiditatea și accesibilitatea acestor platforme contribuie la o planificare mai eficientă și mai flexibilă a vacanțelor, răspunzând prompt preferințelor și nevoilor individuale ale utilizatorilor.

Ecosistemele de rezervare online nu doar că facilitează accesul la informație, ci și contribuie la democratizarea turismului, oferind posibilitatea oricui, indiferent de locație, să își organizeze călătoria într-un mod personalizat, economic și eficient.

4. *Economia colaborativă*, cunoscută și sub denumirea de *sharing economy*, reprezintă un model economic bazat pe schimbul sau partajarea resurselor subutilizate, de regulă prin intermediul unor platforme digitale. În domeniul turismului, acest model a produs schimbări semnificative asupra modului în care serviciile sunt oferite și consumate, mai ales în sectoarele ospitalității și transportului.

Platformele precum Airbnb (pentru cazare) și Uber (pentru transport) au perturbat modelele tradiționale ale industriei hoteliere și ale serviciilor de taximetrie, oferind alternative flexibile, accesibile și diversificate. Aceste servicii permit persoanelor fizice să își valorifice resursele personale – locuințe, camere disponibile, autoturisme – prin închirierea lor către turiști, fără a fi neapărat agenți economici tradiționali. Pentru călători, economia colaborativă oferă mai mult control și personalizare asupra experienței turistice:

a) Posibilitatea de a alege între o varietate de opțiuni de cazare, uneori în locații care nu sunt acoperite de rețeaua hotelieră clasică;

b) Prețuri adesea mai accesibile decât cele practicate de hoteluri și pensiuni;

c) Experiențe autentice, prin cazarea în locuințe locale și interacțiunea directă cu gazdele;

d) Opțiuni de transport rapide și flexibile, cu prețuri dinamice și servicii digitale de plată și evaluare.

5. Inovații pentru patrimoniu, marketing și plată digitală. Tehnologiile emergente, precum realitatea augmentată și realitatea virtuală, facilitează promovarea patrimoniului cultural prin tururi interactive și reconstrucții digitale ale siturilor istorice. Dronele sunt tot mai frecvent utilizați în marketingul turistic, oferind perspective aeriene spectaculoase ale destinațiilor.

Pe de altă parte, plățile digitale și soluțiile contactless (portofele electronice, aplicații mobile) contribuie la fluidizarea tranzacțiilor financiare în timpul călătoriilor și la creșterea siguranței și confortului pentru turiști [3].

6. Modele alternative de turism și cazare. Noile concepte de cazare (hoteluri subacvatice, glamping, case în copaci) diversifică oferta turistică și atrag segmente de public interesate de experiențe neconvenționale. În paralel, economia colaborativă – prin platforme ca Airbnb și Uber – oferă alternative accesibile și autentice, încurajând implicarea comunităților locale în furnizarea serviciilor turistice.

Gamificarea experienței turistice (prin provocări interactive, recompense digitale, storytelling ludic) crește gradul de implicare al vizitatorilor, în special în rândul generațiilor tinere.

7. Turismul de sănătate, wellness și dimensiuni emergente. Turismul de sănătate și wellness se dezvoltă prin centre specializate, aplicații dedicate și dispozitive portabile care susțin starea de bine a călătorilor. Acest tip de turism răspunde unei cereri tot mai mari pentru experiențe care îmbină relaxarea cu îngrijirea personală [1].

În același timp, inovațiile din domeniul spațial conduc la apariția turismului cosmic, un segment aflat în fază incipientă, dar care reflectă potențialul nelimitat al turismului viitorului.

Turismul sustenabil reprezintă o abordare strategică și integratoare care urmărește echilibrul între dezvoltarea economică, conservarea mediului și incluziunea socială. Acest model de turism pune accent pe utilizarea responsabilă a resurselor naturale și culturale, implicarea comunităților locale în procesele decizionale și asigurarea unui impact pozitiv asupra economiei locale, fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a beneficia de aceleași resurse.

În contextul presiunilor globale legate de schimbările climatice, degradarea biodiversității și creșterea consumului turistic, turismul sustenabil devine o necesitate. Inițiative precum angajamentele pentru reducerea amprente de carbon, implementarea infrastructurii verzi, dezvoltarea ecoturismului și adoptarea criteriilor Consiliului Global pentru Turism Sustenabil (GSTC) sunt dovezi ale transformării sectorului într-un motor al dezvoltării durabile [14].

Pentru Republica Moldova, integrarea sustenabilității în politicile publice de turism, sprijinul oferit de parteneriatele internaționale și implicarea sectorului privat oferă oportunități concrete pentru poziționarea țării ca destinație responsabilă. Astfel, turismul sustenabil devine un instrument de creștere economică echitabilă, de conservare a patrimoniului natural și cultural, precum și de consolidare a coeziunii sociale în mediul rural și urban.

Sectorul turismului este energointensiv, crește producția de deșeuri, iar creșterea necontrolată a turismului din ultimele decenii a avut un impact negativ asupra ecosistemelor marine și terestre. Problemele de mediu sunt strâns legate de problemele sociale. O dezvoltare mai durabilă a turismului trebuie să fie favorabilă incluziunii, să asigure responsabilizarea populației locale în luarea deciziilor în domeniul turismului și să faciliteze dezvoltarea capitalului social local. Principiile de planificare și dezvoltare a destinațiilor bazate pe comunitate pot oferi o cale către dezvoltarea turismului incluziv, în beneficiul populației locale. În realitate, efectele turismului pot fi clasificate în pozitive și negative, aceste efecte depinzând de modul în care are loc planificarea, dezvoltarea și gestionarea turismului. Lărgirea căii către o dezvoltare și o planificare mai durabile a turismului va necesita ca procesele de luare a deciziilor să se bazeze pe dovezi.

Perioada 2018–2024 a fost marcată de oscilații puternice în sectorul turistic moldovenesc, influențate de factori economici și sanitari. În 2020, pandemia a dus la o scădere dramatică a fluxurilor turistice, urmată de o redresare graduală. În 2024, sectorul a depășit nivelurile pre-pandemice, înregistrând 555,9 mii de turiști. Turismul emițător a rămas dominant, în timp ce turismul receptor și intern au cunoscut evoluții pozitive, dar necesită susținere prin investiții și politici dedicate. Încasările din turism au crescut de la 2,1 miliarde MDL în 2018 la 4,6 miliarde MDL în 2024.

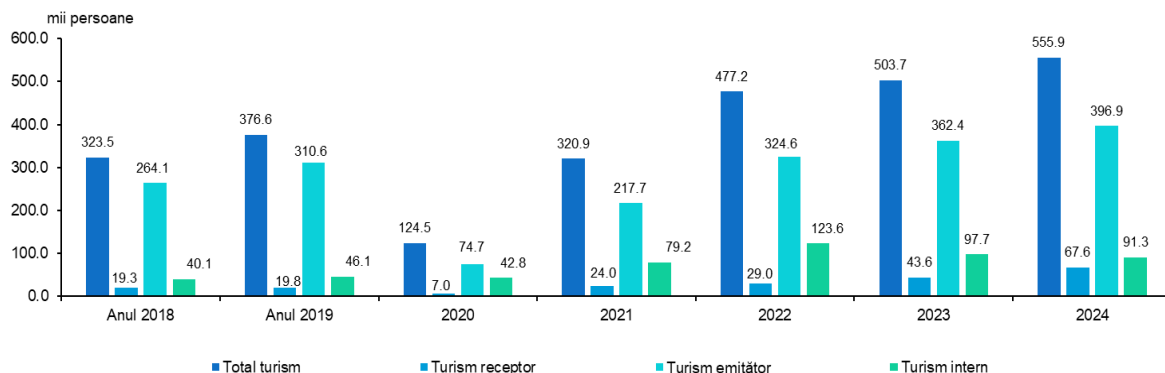


Figura 1.1. Evoluția turismului 2018-2024

Sursa: BNS [11]

Între anii 2018 și 2024, sectorul turismului din Republica Moldova a cunoscut o evoluție marcată de fluctuații semnificative, influențate în mod direct de contexte economice și sanitare internaționale. La începutul perioadei analizate, în 2018 și 2019, turismul înregistra o tendință moderat ascendentă, cu peste 300 de mii de persoane, dominat în principal de turismul emițător – cetățeni moldoveni care călătoreau în afara țării.

Anul 2020 marchează un punct de cotitură, odată cu izbucnirea pandemiei COVID-19. Aceasta a provocat o scădere drastică a activității turistice, reducând numărul total de turiști la doar 124,5 mii, cu un impact accentuat asupra turismului receptor (doar 7 mii de turiști străini) și a celui intern. În ciuda acestor perturbări, perioada post-pandemică a fost caracterizată de o redresare vizibilă. Începând cu 2021, turismul a început să își revină, iar în 2022 și 2023, Republica Moldova a înregistrat o creștere constantă a numărului total de turiști, atingând un vârf de peste 500 de mii în 2023.

Anul 2024 aduce un maxim istoric, cu 555,9 mii de turiști în total. Turismul emițător se menține dominant, cu aproape 400 de mii de persoane, în timp ce turismul

intern a crescut considerabil, atingând 91,3 mii. Cu toate acestea, turismul receptor – adică numărul de turiști străini care vizitează Moldova – rămâne scăzut, cu doar 67,6 mii de persoane, reflectând nevoia de consolidare a imaginii externe a țării ca destinație turistică atractivă.

Această evoluție narativă scoate în evidență o industrie aflată în transformare, cu un potențial semnificativ de dezvoltare pe plan intern și internațional. Dacă trendul pozitiv continuă, Republica Moldova ar putea valorifica oportunitățile oferite de turismul durabil și inovator pentru a-și poziționa imaginea într-un mod competitiv pe piața globală.

Aceste evoluții subliniază importanța unei strategii de dezvoltare sustenabilă a turismului, care să stimuleze atât turismul intern, cât și atragerea unui număr mai mare de vizitatori străini. Creșterea turismului receptor și emițător indică un interes tot mai mare pentru călătorii, ceea ce necesită investiții în infrastructură, strategii de promovare mai eficiente și diversificarea ofertelor turistice pentru a atrage mai mulți turiști și a încuraja moldovenii să descopere mai multe destinații locale.

Pe de altă parte, analizând încasările agenților de turism și turoperatorilor, urmărim următoarea evoluție:

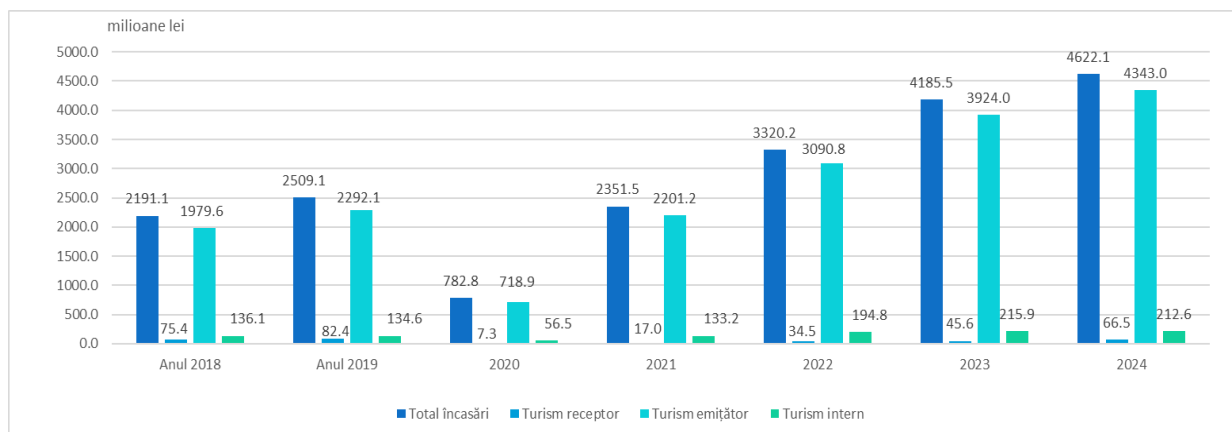


Figura 1.2. Evoluția încasărilor din turismul național al Republicii Moldova 2018-2024

Sursa: BNS [11]

În perioada 2018–2024, încasările din turismul național al Republicii Moldova au reflectat dinamica complexă a sectorului, influențată atât de factori interni, cât și internaționali. La începutul perioadei, în 2018 și 2019, se remarcă o creștere moderată a veniturilor totale din turism, impulsionată în special de turismul emițător – moldoveni care călătoresc în afara țării – ale cărui încasări au depășit constant 1900 milioane lei.

Anul 2020 a reprezentat un moment critic pentru întreaga industrie turistică, odată cu izbucnirea pandemiei COVID-19. Încasările totale s-au redus drastic, iar toate cele trei segmente – turism receptor, emițător și intern – au înregistrat scăderi abrupte. Turismul receptor a fost cel mai afectat, coborând la doar 7,3 milioane lei, reflectând blocajul aproape complet al sosirilor internaționale.

Ulterior, redresarea a fost treptată, dar vizibilă. Începând cu 2021 și până în 2024, se observă o creștere susținută a veniturilor din turism, care ating un maxim istoric de **4,6 miliarde lei** în 2024. Segmentul dominant rămâne cel al turismului emițător, cu încasări de **4,3 miliarde lei**, ceea ce indică o orientare majoră a populației spre consum turistic extern.

Totuși, merită remarcată și evoluția pozitivă a turismului intern, care crește constant de la **136,1 milioane lei în 2018** la **212,6 milioane lei în 2024**, semnalând o redescoperire a destinațiilor locale. Deși în continuare modest, turismul receptor cunoaște o ușoară revitalizare, dar rămâne cel mai slab reprezentat segment din punct de vedere financiar.

Această evoluție evidențiază o dependență ridicată de turismul emițător și necesitatea reechilibrării prin susținerea turismului intern și atragerea turiștilor străini.

Consolidarea infrastructurii, promovarea sustenabilă și digitalizarea pot transforma turismul într-un domeniu strategic, capabil să contribuie activ la dezvoltarea economică a Republicii Moldova.

În perioada 2018–2024, sectorul turistic din Republica Moldova a traversat o traiectorie marcată de oscilații semnificative, influențate de factori economici, sanitari și de capacitatea sectorului de a se adapta prin inovație. Până în 2019, numărul de turiști a înregistrat o evoluție pozitivă, crescând cu **17,8%** față de anul precedent. Această tendință a fost întreruptă abrupt în 2020, când pandemia COVID-19 a generat o **scădere dramatică de 67,3%**, reducând fluxul turistic la niveluri minime istorice.

În fața acestor provocări, actorii din turism au fost nevoiți să își regândească strategiile, orientându-se tot mai mult spre inovație, digitalizare și adaptarea serviciilor la noile realități. Începând cu 2021, au început să se observe primele semne de revenire, cu o **creștere de 31,5%** a numărului de turiști. Anul 2022 a adus o redresare accelerată, înregistrând o **creștere de peste 103%** față de anul anterior, ceea ce indică faptul că măsurile inovatoare adoptate – precum digitalizarea experiențelor turistice, personalizarea ofertelor și investiția în formarea personalului – au avut un impact semnificativ asupra atractivității destinației.

În 2023, trendul ascendent s-a menținut, cu o **creștere de 49,5%**, iar în 2024 sectorul a intrat într-o etapă de consolidare, cu o evoluție pozitivă de **11,7%** față de anul precedent. Această stabilizare reflectă faptul că turismul moldovenesc a reușit să recâștige încrederea vizitatorilor și să se adapteze cerințelor contemporane ale pieței, prin servicii de calitate, experiențe digitale interactive și oferte turistice personalizate.

Astfel, dinamica anuală a numărului de turiști demonstrează că inovația nu doar a contribuit la relansarea turismului după criza pandemică, ci a devenit un pilon central al dezvoltării durabile și al competitivității sectorului. Investițiile în tehnologie, formarea resurselor umane și modernizarea ofertei turistice au susținut o creștere de peste **340%** în doar patru ani, validând rolul transformator al inovației în redresarea și revitalizarea turismului național.

Angajamentul pentru Sustenabilitate în Turism, lansat de Guvernul Republicii Moldova și partenerii internaționali, aliniază industria turismului din Moldova la standardele ONU și GSTC. Inițiativa vizează reducerea emisiilor, promovarea infrastructurii verzi și educația ecologică. Turismul durabil devine un instrument pentru creșterea echitabilă, crearea de locuri de muncă și consolidarea coeziunii sociale. Colaborarea cu GSTC și sprijinul USAID și a altor parteneri au dus la implementarea de bune practici.

Promovarea turismului sustenabil presupune un efort concertat din partea tuturor actorilor implicați – autorități publice, agenți economici, organizații internaționale și comunități locale. Comunicarea strategică, bazată pe valori precum responsabilitatea, conservarea și autenticitatea, este esențială pentru educarea și sensibilizarea turiștilor în privința impactului pe care îl au asupra destinațiilor vizitate.

Instrumentele moderne de promovare, precum platformele digitale, rețelele sociale și marketingul de conținut, pot fi utilizate eficient pentru a transmite mesaje orientate spre sustenabilitate. Campaniile care valorifică patrimoniul local, produsele tradiționale și experiențele ecoturistice contribuie la re poziționarea destinațiilor în funcție de noile așteptări ale turiștilor conștienți de importanța protecției mediului.

Asigurarea sustenabilității în turism implică, de asemenea, implementarea unor standarde clare și a unui sistem riguros de monitorizare a impactului activităților turistice. Acest proces presupune evaluarea amprente ecologice, gestionarea eficientă a resurselor, sprijinirea economiei circulare și implicarea activă a populației locale în inițiativele turistice.

Programele de certificare ecologică, parteneriatele public-private și sprijinul pentru inovare verde joacă un rol esențial în atingerea obiectivelor de sustenabilitate. Pe termen lung, turismul poate deveni un motor de dezvoltare echilibrată doar dacă este guvernat de principii care respectă atât mediul, cât și nevoile comunităților gazdă.

3. Analiza contextului internațional

Studiile internaționale arată că turismul sustenabil necesită recunoașterea impactului social-cultural, economic și ecologic. În prezent, accentul se pune pe reducerea emisiilor, protecția resurselor și responsabilizarea comunităților locale. Inițiative internaționale și colaborările cu UNWTO reflectă necesitatea unui turism responsabil. Strategiile de succes includ digitalizarea, ecoturismul, educația ecologică și parteneriatele public-private [15].

Pentru a asigura tranziția către un sistem turistic competitiv, durabil și incluziv, este necesară implementarea unor măsuri strategice care să vizeze atât dezvoltarea tehnologică, cât și consolidarea dimensiunilor ecologice și sociale ale turismului. Într-un context global caracterizat de digitalizare accelerată, schimbări climatice și transformări profunde ale comportamentului consumatorilor, turismul nu mai poate funcționa pe baza unor modele tradiționale, ci trebuie să evolueze într-un sistem interconectat, responsabil și inovator.

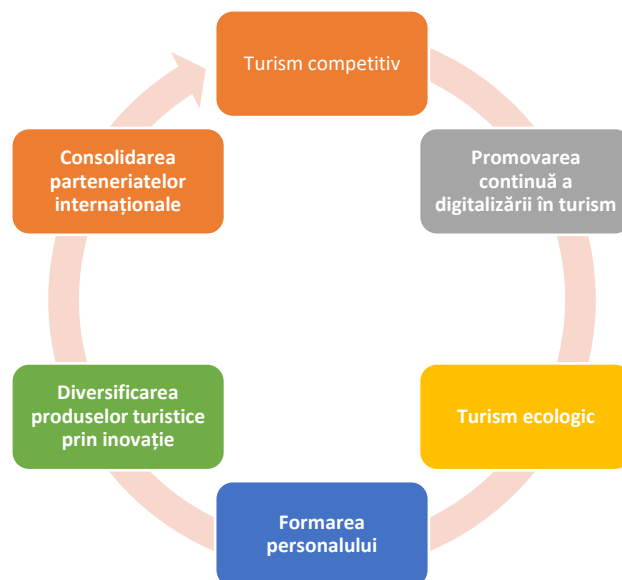


Fig. 1. 3. Elementele sistemului turistic competitiv, durabil și incluziv

Sursa: Elaborat de autori în baza literaturii cercetate [15]

1. Promovarea continuă a digitalizării în turism

Digitalizarea trebuie să rămână o prioritate în modernizarea serviciilor turistice. Se propune extinderea infrastructurii digitale, dezvoltarea platformelor integrate de rezervare și informare turistică, precum și stimularea inovațiilor în turismul virtual (realitate augmentată, tururi 3D, aplicații mobile). De asemenea, este esențială susținerea digitalizării IMM-urilor din domeniul turismului prin programe de sprijin tehnologic și financiar.

2. Susținerea turismului ecologic și dezvoltarea infrastructurii verzi

Promovarea ecoturismului și a destinațiilor responsabile necesită investiții în infrastructura verde: rute turistice marcate sustenabil, centre de vizitare ecologice, unități de cazare certificate ecologic, soluții de mobilitate durabilă (biciclete electrice, transport public verde). Este important ca planificarea teritorială a turismului să țină cont de principiile conservării mediului și ale regenerării ecosistemelor locale.

3. Formarea personalului în domeniul sustenabilității

Un sector turistic sustenabil presupune resurse umane bine pregătite. Este recomandată dezvoltarea continuă a competențelor angajaților din turism prin cursuri specializate în sustenabilitate, managementul resurselor, educație ecologică, comunicare interculturală și relații cu comunitățile locale. Parteneriatele cu instituții de învățământ și centre de formare profesională sunt cruciale în acest sens.

4. Diversificarea produselor turistice prin inovație

Pentru a atrage segmente turistice variate și pentru a crește valoarea adăugată, este esențială inovarea continuă a ofertelor turistice. Acest lucru include dezvoltarea de produse tematice (turism gastronomic, cultural, wellness, de aventură), integrarea noilor tehnologii în experiențele turistice și promovarea unor trasee personalizate.

Inovația poate proveni și din valorificarea creativă a resurselor locale și culturale.

5. Consolidarea parteneriatelor internaționale și atragerea de investiții

O dezvoltare durabilă a turismului necesită susținere din partea actorilor globali. Republica Moldova trebuie să își intensifice cooperarea cu organizații internaționale (UNWTO, GSTC, Delegația UE în Republica Moldova), rețele europene și platforme de investiții sustenabile. Atragerea de fonduri externe, implementarea proiectelor transfrontaliere și participarea la rețele de bune practici pot accelera transformarea turismului într-un pilon strategic al dezvoltării economice și sociale.

Aceste propuneri oferă un cadru operațional coerent pentru modernizarea industriei turistice, alinierea acestora la standardele internaționale și generarea de impact pozitiv în comunități, mediu și economie.

Concluzii

Republica Moldova are potențialul de a deveni o destinație turistică modernă și durabilă prin valorificarea sinergiilor dintre inovație, sustenabilitate și managementul calității. Eforturile coordonate ale autorităților, mediului privat și partenerilor internaționali pot transforma turismul într-un sector strategic pentru dezvoltarea economică și socială a țării.

Importanța crucială a integrării inovației și sustenabilității în managementul calității serviciilor turistice din Republica Moldova, conturează o viziune clară asupra viitorului acestui sector ca pilon strategic al dezvoltării economice și sociale. Turismul, prin natura sa complexă și interconectată cu alte ramuri economice, trebuie să răspundă cerințelor unei epoci marcate de digitalizare, schimbări climatice și evoluții sociale rapide.

Inovația – tehnologică, digitală și conceptuală – are potențialul de a transforma profund experiențele turistice, prin personalizare, eficiență și accesibilitate crescută. În același timp, sustenabilitatea devine o condiție esențială,

reflectată în politici verzi, ecoturism, economie colaborativă și implicarea comunităților locale. Modelele moderne de evaluare a calității permit monitorizarea constantă a performanței și adaptarea la nevoile turiștilor.

Cercetarea evidențiază în mod clar faptul că dezvoltarea durabilă a turismului în Republica Moldova depinde esențial de integrarea armonioasă a **inovației, sustenabilității și managementului calității** în toate componentele sale. Într-o perioadă marcată de crize sanitare globale, instabilitate economică și schimbări tehnologice accelerate, sectorul turistic s-a dovedit capabil de adaptare și reziliență. În mod particular, redresarea spectaculoasă a numărului de turiști – o creștere de peste 340% între 2020 și 2024 – confirmă eficiența măsurilor inovatoare și a strategiilor sustenabile adoptate în ultimii ani.

Inovația, manifestată prin digitalizare, personalizarea experiențelor turistice și introducerea de soluții tehnologice avansate (AI, VR, aplicații mobile, plăți contactless), a devenit un catalizator al transformării sectorului. Ea a permis nu doar eficientizarea proceselor și îmbunătățirea calității serviciilor, ci și atragerea unor noi categorii de turiști – mai tineri, mai conectați și mai exigenți. În paralel, sustenabilitatea a devenit o direcție strategică, nu doar o opțiune. Dezvoltarea infrastructurii verzi, promovarea ecoturismului, educația ecologică și implicarea comunităților locale sunt elemente fundamentale în consolidarea unui model de turism responsabil, care protejează patrimoniul natural și cultural și contribuie la bunăstarea comunităților.

Totodată, analiza arată că deși turismul emițător rămâne segmentul dominant, se observă o revigorare a turismului intern, însoțită de o ușoară redresare a

turismului receptor. Aceste dinamici oferă oportunități semnificative de dezvoltare, însă implică și responsabilitatea de a susține prin politici publice coerente diversificarea și profesionalizarea sectorului. În acest sens, formarea continuă a personalului din turism devine o prioritate absolută pentru creșterea calității și competitivității serviciilor.

Pe termen lung, Republica Moldova are șansa de a se poziționa ca o destinație turistică modernă, autentică și durabilă, cu condiția continuării investițiilor în tehnologie, infrastructură, educație și parteneriate internaționale. Integrarea unor modele avansate de evaluare a calității serviciilor, alături de implicarea activă a actorilor locali și internaționali, pot transforma turismul într-un pilon strategic al economiei naționale, generator de locuri de muncă, incluziune socială și creștere economică echitabilă.

Astfel, concluzia generală este că inovația și sustenabilitatea nu mai reprezintă doar tendințe în turism, ci condiții esențiale pentru viabilitatea pe termen lung a sectorului. Printr-o viziune integratoare și acțiuni concrete, Republica Moldova poate valorifica acest potențial, construind un turism care să fie în egală măsură competitiv, responsabil și generos cu generațiile viitoare.

Pentru a-și atinge acest potențial, Republica Moldova are nevoie de măsuri strategice coerente: digitalizarea accelerată a sectorului, investiții în infrastructura ecologică, formarea personalului, diversificarea produselor turistice și consolidarea parteneriatelor internaționale. Astfel, turismul moldovenesc poate deveni un exemplu de bună practică în crearea unei economii incluzive, competitive și reziliente.

Referințe bibliografice:

1. CRISTIAN, B Onete, ș.a., *ECONOMIA COLABORATIVĂ: PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI ÎN TURISM*, Abordări contemporane și provocări ale turismului durabil, 2018, Academia de Studii Economice din București, România
2. DRĂGĂLIN, I. Evaluarea rolului businessului inovational mic și mijlociu în cadrul dezvoltării la nivel mediu a subiecților economici. În: *Analele Universității Libere Internaționale din Moldova*, 2014, vol.15, pp. 21-23. ISSN 1857-1468.
3. LISA, G. Cadrul juridic de formare a sistemului managerial sub aspectul fidelizării clientele hoteliere. În: *Studii Economice*. 2014, nr.2, ULIM, pp.210-223. ISSN 1857-226X.
4. LISA, G. Strategii manageriale bazate pe mecanisme de elaborare a politicii de fidelizare a clienților hotelurilor „Regency”, „Codru” și „Dacia”. În: *Studia Universitatis (Seria Științe Exacte și Economice)*. 2014, nr. 2(72), pp.219-224. ISSN 1857-2073.
5. LIVANDOVSCI, R. Turismul durabil ca instrument al dezvoltării economice și sociale. În: *Analele Academiei de Studii Economice din Moldova*, 2015, Ed.XII, pp. 31-34. ISBN 978-9975-75-760-7.
6. LIVANDOVSCI, R. Circulația turistică în Republica Moldova: evoluție și tendințe. În: *Economica*, 2016, nr .4 (98), ASEM, pp. 22-32. ISSN 1810-9136.
7. PLATON, N. Asigurarea dezvoltării durabile a turismului național prin prisma practicilor internaționale. În: *Economica*. 2018, nr.1, pp.7-22. ISSN 1810-9136.
8. ULIAN, G., LACHI, C. *Problemele calității serviciilor turistice prevăzute în strategia turismului din Republica Moldova „TURISM 2020”*. În: *Paradigme financiar-contabile în viziunea tinerilor cercetători. Conferința științifică internațională, 30 noiembrie 2018*. Chișinău: CEP USM, 2018, p. 174-177. ISBN 978-9975-3202-2-1.
9. JALENCU, M. Necesitatea abordării Sistemului de Management al Calității (SMC) în instituțiile de învățământ superior economic ca un sistem deschis spre mediul de afaceri. În: *Analele Științifice ale Universității Cooperatist-Comerciale din Moldova*, 2011, nr.8, pp. 108-113. ISSN 1857-1239.
10. ГРИБИНЧА, А., БАРКАРЬ, И. Международный туризм-феномен мировой экономики. În: *Dezvoltarea turismului la începutul sec.XXI. Conferința științifico-practică internațională, 27 sept. 2010*. Chișinău: ULIM, 2011, pp.12-18. ISBN 978-9975-101-61-5.
11. Biroul național de statistică al Republicii Moldova. Disponibil: <https://statistica.gov.md/ro> [Accesat: 14.03.2025].

12. *Chişinău în cifre, anuar statistic*. BNS RM, CRS mun. Chişinău, 2018, 146 p. [online]. Disponibil: <https://statistica.gov.md> [Accesat: 07.03.2025]
13. Organizația de Dezvoltare a Antreprenoriatului, <https://www.oda.md/ro> [Accesat: 24.02.2025]
14. Integrarea dezvoltării durabile în politicile UE: raport de analiză pe anul 2009 a Strategiei de dezvoltare durabilă a Uniunii Europene. Comunicare a comisiei către Parlamentul European, Consiliul, Comitetul Economic Social European și Comitetul Regiunilor [online]. 24.7.2009, COM (2009) 400 final, [Accesat: 23.02.2025]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0400:FIN:RO:PDF>
15. UNWTO Sustainable development, <https://www.unwto.org/tourism-statistics> [Accesat: 11.03.2025]