

E-TURISM: IMPACTUL NOILOR TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ÎN TURISMUL INTERNAȚIONAL

Mihaela ZUBCO

Tourism has been closely linked to the progress of information communication technologies over 25 years. Currently, the Internet and tourism information technologies are relevant at all operational, structural, strategic and marketing levels to facilitate global interaction between suppliers, intermediaries and consumers around the world.

Dezvoltarea simultană a telecomunicațiilor și utilizarea calculatoarelor a făcut posibilă creșterea explozivă a Internetului și crearea unor tehnologii specifice care vor influența esențial activitățile și serviciile turistice [1, p.5]. Internetul și tehnologiile informaționale în domeniul turismului sunt relevante pe toate nivelurile operaționale, structurale, strategice și de marketing pentru a facilita interacțiunea globală între furnizori, intermediari și consumatori din întreaga lume. Marketingul turistic și distribuția serviciilor turistice au resimțit cele mai multe modificări în urma impactului tehnologic puternic în ultima perioadă. Tehnologia a permis organizațiilor să își dezvolte propria bază de cunoaștere și să îmbunătățească funcțiile de management și marketing.

Folosind internetul ca instrument de marketing, organizațiile de turism reușesc să câștige avantaje în ceea ce privește reducerea costurilor, creșterea veniturilor, cercetarea de marketing, dezvoltarea bazei de cunoștințe și menținerea clienților. E-turismul revoluționează toate procesele de afaceri, întregul lanț valoric, precum și relațiile strategice ale organizațiilor de turism cu toate părțile interesate [2, p.8]. Tehnologia informațională și infrastructura bazelor de date sunt astfel folosite de organizațiile turistice manageriale pentru a sprijini o gamă variată de activități, iar serviciile informaționale, de rezervare, și alte servicii din sistem pot fi accesate și operate pe Web de utilizatori [3, p.23]. Astfel, industria turismului folosește Internetul, deoarece acesta [4, p.237]: poate să ajungă la un număr mare de consumatori din lumea întreagă cu informații și produse; poate să asigure informații de calitate superioară comparativ cu metodele tradiționale (informația tipărită); permite consumatorilor să facă rezervări ușor și rapid; permite mari economii în producerea și distribuirea materialelor tipărite. Atât în

prezent, cât și în viitor, tehnologia informațională va continua să aibă un efect profund asupra turismului. Noile tehnologii au schimbat modul în care clienții caută informații, cumpără produse și servicii turistice. Internetul are în acest domeniu un mare potențial datorită faptului că se bazează pe fluxul informațional, acceptă suportul multimediei în continuă dezvoltare, al tehnologiilor și sistemelor informaționale [4, p.238]. Rețelele globale de informare și distribuție – CRS – Sistemele de Rezervare Computerizată; sistemele GDS – Sistemele Globale de Distribuție alături de internet, joacă un rol decisiv în sectorul turismului internațional, deoarece leagă producătorii de consumatorii de produse turistice [5, p.81]. Aceste sisteme reprezintă coloana vertebrală a rețelelor internaționale de informații, care oferă operatorilor de turism, agențiilor touroperatoare, agențiilor de turism, liniilor aeriene facilități pentru obținerea și procesarea informațiilor, pentru a rezerva și comercializa produse turistice. Beneficiind de facilitățile unui sistem modern de prelucrare, stocare și transfer de informații, rețelele globale de distribuție a serviciilor ocupă un loc strategic în gestionarea ofertei și a cererii turistice internaționale. CRS și GDS au fost cei mai importanți facilitatori ai schimbărilor din industria turismului până la sosirea internetului, deoarece acestea au oferit un sistem cuprinzător de marketing și distribuție a călătoriilor [6, p.22]. Soluțiile software, specifice domeniului turistic, au devenit tot mai accesibile pentru consumator, furnizând interfețe complexe, de regăsire, filtrare și personalizare a informațiilor solicitate. Soluțiile software pentru touroperatori sunt concepute pentru a gestiona complet o călătorie, de la crearea pachetului, la rezervare, derulare, călătorie, întoarcere la origine a turistului. Platformele online ale touroperatorilor, ajută la găsirea celor mai bune oferte, bilete de avion ieftine sau reduceri disponibile, cazare, hoteluri și restaurante, vizualizare destinații, etc. Cele mai mari sisteme de rezervare sunt dominate de liniile aeriene europene și americane.

Touroperatorii din țara noastră folosesc următoarele sisteme de rezervare: **Galileo International; Amadeus; Sirena Travel; Gabriel**. Setul de tehnologii și aplicații TIC, care sunt dovezi ale industriei e-turismului, fiind considerate noi provocări și tendințe ale turismului online, pot fi următoarele:

✓ **Crearea unui site web** – toate produsele și serviciile sunt la un click distanță, datele de contact, meritele demne de a fi împărtășite cu

clienții, portofoliul companiei, programul de lucru, noutățile și formularul de feedback, toate acestea pot fi mai aproape de fiecare potențial client prin crearea și monitorizarea site-ului companiei.

✓ **Marketing digital** – marketingul digital implică utilizarea unor tehnologii digitale (email, baze de date, blog-uri, rețele sociale, chat, forumuri online, grupuri de discuții, comerț online, crowdsourcing) pentru sprijinirea activităților de marketing în vederea dobândirii profitabile de clienți și a păstrării acestora. Conceptul de marketing digital presupune, pe scurt, aplicarea tehnologiilor digitale pentru a atinge obiectivele companiei satisfăcând și depășind nevoile clienților mai bine decât concurența.

✓ **Rețele sociale** – au un rol esențial în călătoriile utilizatorilor, de la planificarea călătoriei la schimbul de experiență. Aplicațiile mediei sociale au revoluționat comunicarea și politicile de marketing legate de promovarea și dezvoltarea afacerilor din domeniul turistic. Sunt multe rețele sociale ale mediei sociale care sunt dezvoltate într-un ritm foarte rapid. Acestea, prin facilitățile de comunicare și partajare a informațiilor și ideilor, dau tot mai multă putere vocii consumatorilor de servicii turistice.

✓ **Multimedia** – exponatele virtuale și fotografiile digitale, bazate pe natura multimedia și interactivă a web-ului, dau o nouă dimensiune marketingului destinațiilor turistice. Site-uri interactive au fost adoptate de comercianții online pentru a atrage consumatori online, pentru a încuraja cumpărăturile online și pentru a crea loialitate.

✓ **Tehnologiile mobile** – perspectivele informației tehnologice, a aplicațiilor mobile au drept scop evaluarea printr-un model mult mai personalizat și atractiv, care va fi capabil să identifice și să răspundă într-un mod intuitiv nevoilor consumatorului individual.

Cheia succesului în cadrul organizațiilor turistice constă în identificarea rapidă a necesităților clienților și salutarea potențialilor clienți cu oferte cât mai diverse, personalizate și actualizate la tendințele noi. Acest fapt se va datora utilizării pe larg a Internetului, tehnologiilor informaționale, sistemelor de rezervare, rețelelor sociale media și introducerea noilor tendințe apărute pe piața turistică cât mai curând posibil în managementul din cadrul organizației. Internetul are în acest domeniu un mare potențial datorită faptului că se bazează pe fluxul informațional, acceptă suportul multimediei în continuă dezvoltare, al

tehnologiilor și sistemelor informaționale. Este evident că viitorul e-turismului este focalizarea pe tehnologiile care vor ajuta organizațiile să interacționeze cu clienții lor într-o manieră cât mai dinamică. Atât în prezent cât și în viitor, tehnologia informațională va continua să aibă un efect profund asupra turismului, promovarea online fiind esențială pentru supraviețuirea unităților turistice.

Referințe:

1. GRUESCU, R., NANU, R., TANASIE, A. *The role of computerized reservation systems in the hospitality industry*. București, 1992. 185 p.
2. RUMELT, R., SHENDEL, D., TEECE, D. *Fundamental Issues in Strategy. A Research Agenda for the 1990 s*. Harvard Business School Press, 1994. 318 p.
3. STĂNCIULESCU, G., STATE, O. *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*. București, 2013. 198 p.
4. CHINGĂ-LATĂ, R.M. *Sisteme informatice în Turism*. Universitatea Transilvania din Brașov, 2012. 737 p.
5. MERTEA, A. *Impactul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor asupra Dezvoltării Turismului în România*. Dimitrie Cantemir Christian University, 2011, vol. 1, nr. 2, p.81-93.
6. PAPANIMOPOULOS, T. *Tourism from A to Ω. Tourism: a 2500 year old phenomenon*. UK, 2006. 272 p.

*Recomandat
Adriana BUZDUGAN, dr., conf. univ.*