



*CATEDRA INTERNAȚIONALĂ
UNESCO "TURISM, CULTURĂ,
DEZVOLTARE"*



*ACADEMIA DE STUDII
ECONOMICE A MOLDOVEI
CATEDRA "COMERȚ, TURISM,
SERVICII HOTELIERE"*

Elena Turcov

COORDONAREA TURISMULUI

Editura ASEM



*CATEDRA INTERNAȚIONALĂ
UNESCO "TURISM, CULTURĂ,
DEZVOLTARE"*



*ACADEMIA DE STUDII
ECONOMICE A MOLDOVEI
CATEDRA "COMERȚ, TURISM,
SERVICII HOTELIERE"*

Elena Turcov

COORDONAREA TURISMULUI

Chișinău-2006

CZU 338.48

T 94

Monografia a fost recomandată pentru editare de către *Senatul ASEM* (proces-verbal nr. 6 din 23.12.05).

Referenți: *prof. univ. dr. hab. V. Doga*
prof. univ. dr. hab. S. Petrovici

Descrierea CIP a Camerii Naționale a Cărții

Turcov, Elena

Coordonarea turismului – Elena Turcov; Acad. de St. Econ. a Moldovei. Catedra „Comerț, Turism, Servicii Hoteliere”. Catedra Int. UNESCO „Turism, Cultură, Dezvoltare”. – Ch.: ASEM, 2006. – 209 p.

Bibliogr. p. 193-209 (203 tit.)

ISBN 978-9975-75-007-3

300 ex.

338.48

Autor: *prof. univ. dr. hab. E. Turcov*

© Coperta, pictor *M. Petric (VINEYARD. 1974)*

ISBN 978-9975-75-007-3

© **Departamentul Editorial-Poligrafic al ASEM**

CUPRINS

INTRODUCERE	5
Capitolul I. TENDINȚE ÎN TURISMUL INTERNĂȚIONAL	7
1.1. Turismul internațional: definiții și generalizări	7
1.2. Evaluarea turismului pe plan global	13
1.3. Managementul turismului durabil	31
Capitolul II. OPȚIUNI TEORETICE ALE DEZVOLTĂ- RII ȘI INTEGRĂRII INTERNAȚIONALE A INDUSTRIEI TURISTICE	40
2.1. Abordarea sistemică în turism	40
2.2. Particularitățile și evoluția internațională a managementului macroeconomic în turism	48
2.3. Tendințele integrării internaționale în cadrul industrii turistice	69
2.4. Dezvoltarea industriei hoteliere – factor de integrare internațională și globalizare în turism	81
Capitolul III. SISTEMUL DE COORDONARE A POLITICII TURISTICE	92
3.1. Direcțiile de reglementare a activității turistice	92
3.2. Elaborarea organigramelor și repartizarea funcțiilor manageriale în cadrul structurilor organizatorice din turism	100
3.3. Cooperarea și integrarea internațională a Republicii Moldova în domeniul turismului	113
Capitolul IV. CRITERII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA	125
4.1. Evoluția circulației turistice – probleme și perspective	125
4.2. Evaluarea potențialului turistic	141
4.3. Direcțiile de valorificare a potențialului turistic	157

Capitolul V. METODOLOGII DE AMENAJARE TURISTICĂ TERITORIALĂ	180
5.1. Gestionarea activității turistice prin prisma protecției mediului înconjurător	180
5.2. Elaborarea planului de amenajare turistică teritorială	184
BIBLIOGRAFIE	193

INTRODUCERE

Punctul de pornire al prezentei lucrări l-a constituit observarea complexului de probleme care intervin în procesul de coordonare a activităților de turism. Întregul ansamblu de procese și fenomene (economice, sociale, culturale, politice, naturale etc.) operează schimbări esențiale în abordarea turismului ca sector al economiei mondiale. Complexitatea sistemului turism impune o cercetare interdisciplinară bazată pe experiența internațională.

Creșterea ponderii și importanței practice a turismului în ultimele decenii a determinat și intensificarea preocupărilor teoretice în acest domeniu. Monografia abordează concepte, metode și mijloace de soluționare a problemelor de coordonare a unui turism durabil, cu toate avantajele acestuia pentru societatea umană.

Turismul reprezintă o parte integrantă a economiei mondiale, fiind considerat de specialiști ca cea mai complexă industrie din lume.

Importanța economică a turismului internațional se reflectă prin determinarea ponderii acestui sector în Produsul Intern Brut mondial și în structura exporturilor mondiale. Conform datelor World Travel & Tourism Council (WTTC) călătoriile și turismul în 2004 au avut o pondere de 10,4% din PIB-ul mondial și 12,2% din totalul exporturilor internaționale.

Pe plan global, anul 2003 s-a caracterizat printr-un număr de 691 milioane de vizitatori în turismul internațional. Conform estimărilor experților Organizației Mondiale a Turismului, în 2010 indicatorul respectiv va constitui 1 miliard 47 milioane sosiri.

Menționăm că turismul este un generator important al locurilor de muncă. Astfel, numărul acestora în economia turismului în 2004 a constituit 214,7 milioane, ceea ce reprezintă 8,1% din totalul locurilor de muncă din economia mondială.

Să remarcăm factorii care au influențat dezvoltarea turismului mondial după anii 90 ai secolului XX:

- sporirea veniturilor populației de pe glob;
- majorarea timpului liber;
- dezvoltarea tehnologiilor informaționale și a transporturilor;
- urbanizarea;
- schimbarea priorităților în structura valorilor spirituale ale societății umane.

Cercetările specialiștilor în domeniu ne demonstrează că turismul este un sector vital al economiei mondiale și are o tendință de creștere la nivel internațional.

Republica Moldova, în structura turismului internațional, se prezintă foarte modest, fiind o destinație emitentă cu un sold negativ constant al balanței turistice.

Situația actuală a turismului în R.Moldova se datorează neglijării activității turistice și absenței unei politici argumentate în problemele creării infrastructurii turistice și amenajării turistice teritoriale. Una din problemele prioritare de dezvoltare a turismului în Moldova este în funcție directă de capacitatea și gradul de valorificare a resurselor turistice.

În acest sens, politica și strategia statului privind dezvoltarea turistică a Republicii Moldova trebuie să fie elaborată și realizată în baza concepției de dezvoltare durabilă.

Astfel, dezvoltarea turismului în R.Moldova va trebui să manifeste o concordanță între dezvoltare și anumite criterii de durabilitate: cu alte cuvinte, dezvoltarea turistică trebuie să fie suportabilă pe termen lung sub aspectele ecologic, viabilă economic și echitabilă sub aspectele etic și social pentru populația locală. O bună gestiune a activității turistice, susținută de o politică activă a statului, poate garanta un caracter durabil de dezvoltare a turismului în Republica Moldova.

Capitolul I. TENDINȚE ÎN TURISMUL INTERNAȚIONAL

1.1. Turismul internațional: definiții și generalizări

Fluxurile turistice internaționale reprezintă una din componentele cele mai dinamice ale schimburilor economice internaționale.

Odată cu odihna, turismul internațional s-a înscris ca o tendință profundă a epocii noastre, care s-a dezvoltat grație proceselor de mecanizare și automatizare a vieții umane. După Joffre Dumazedier, turismul internațional, ca fenomen apărut la începutul anilor 60 ai secolului XX, după amploarea sa poate fi comparat cu epoca Renașterii.¹

Cea mai importantă trăsătură a turismului internațional o reprezintă *ascensiunea lui permanentă, în cadrul principalelor fluxuri de relații economice internaționale, care a fost motivată de:*

- progresul excepțional în transporturi vizând capacitatea, viteza și accesibilitatea financiară;
- îmbunătățirea considerabilă a infrastructurii prin construcția de autostrăzi moderne, căi ferate, trenuri de mare viteză, porturi, aeroporturi etc.;
- spațiile de cazare multiple și diverse cu o creștere deosebită a gradului de confort;
- ameliorarea calității vieții în societățile industriale.

Punctele de vedere asupra turismului internațional s-au format odată cu evoluția sa, iar aspectele definitorii au variat în funcție de optica profesională a specialiștilor din turism.

În definițiile formulate asupra turismului internațional de-a lungul anilor s-a pus accentul, în special, pe ideea deplasării, traversând frontierele în scopul agrementului.

¹ Dumazedier J., *Vers une Civilisation du loisir?*, Paris colecția „Esprit”, 1962, 319 p.

Începând cu anul 1937, Comitetul de experți în statistică al Societății Națiunilor recomandă adoptarea definiției următoare a turistului internațional „... termenul **turist internațional** trebuie să fie aplicat asupra persoanelor care călătoresc într-o țară, alta decât țara lor de reședință, pentru o durată nu mai mică de 24 ore”. În 1963, Conferința Națiunilor Unite privind turismul și călătoriile internaționale adoptă definiția turistului ca fiind un vizitator temporar, care călătorește cu scop de odihnă, afaceri, familie, misiuni pentru o perioadă nu mai mică de 24 ore.

În funcție de timp, opțiunile definatorii se extind și încep să reflecte tot mai mult aspectele complexe ale turismului internațional.

După M.F.Lanfant, specialist în materie de turism internațional, „vizitatorul traversează frontierele naționale pentru o călătorie limitată în timp cu scopuri non-profesionale într-o țară alta decât țara sa”¹.

Indicatorii turismului trebuie să se sprijine pe noțiunile și definițiile oficiale cu conținut unitar, incluse în documentația tehnică a **Organizației Mondiale a Turismului (OMT)**.

Astfel, se consideră vizitator străin orice persoană, indiferent de naționalitate, care are reședință în exteriorul țării pe care o vizitează și care călătorește cu orice alt motiv decât cel de a exercita o activitate remunerată în această țară.

Toți călătorii în cadrul activităților de turism sunt desemnați de termenul „vizitator”. Termenul **vizitator** devine conceptul de bază în sistemul de indicatori statistici ai turismului și este determinant în clasificarea călătoriilor recomandată de OMT (figura 1.1 (1)).

Definițiile turismului internațional sunt bazate pe principiul locului de reședință a turiștilor. *Astfel, în literatura de specialitate sunt evidențiate următoarele forme de turism:*

- **Domestic Tourism** – când o persoană vizitează alte locuri în propria sa țară;

¹ Lanfant M. F., *Le tourisme international dans la logique de l'integration mondial*. Le Monde diplomatique, 317, Paris, aout 1980.

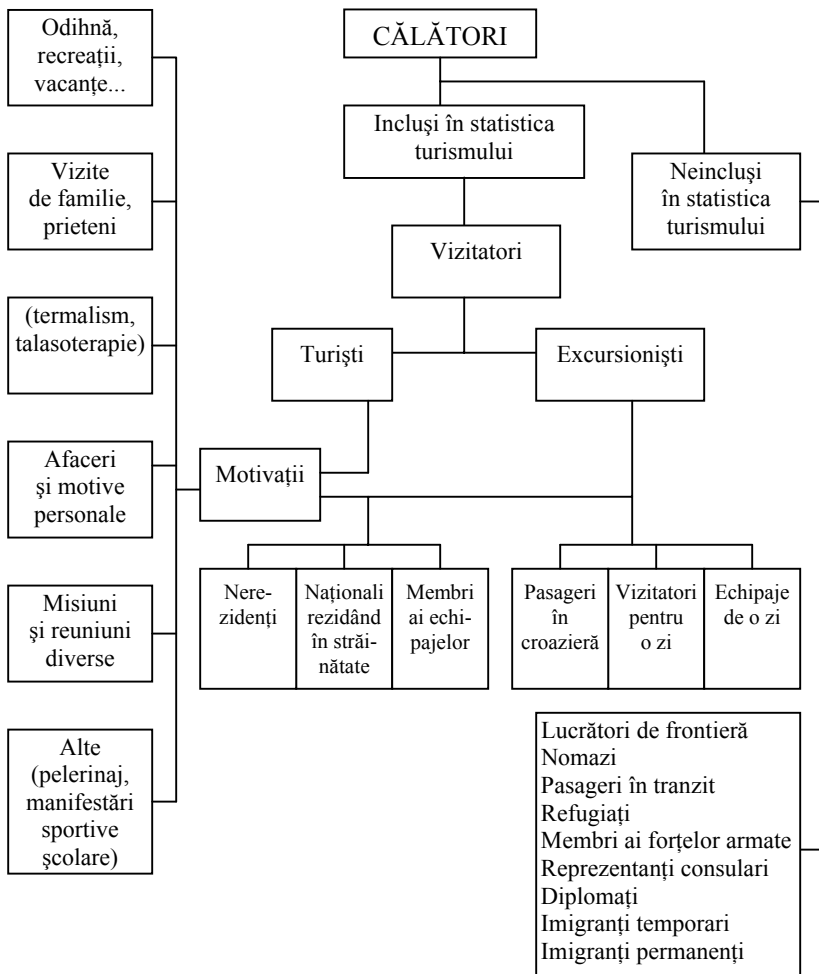


Figura 1.1(1). Clasificarea călătorilor conform OMT

- **Inbound Turism** (receptor) – vizitarea unei țări de non-rezidenții acelei țări;
- **Outbound Turism** (emitent) – când rezidenții unei țări vizitează destinații în alte țări.

O structurare mai complexă a formelor de turism menționate mai sus este prezentată în figura 1.1(2).¹

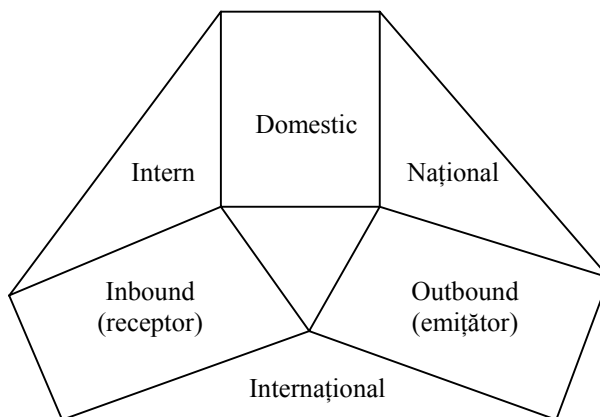


Figura 1.1(2). Clasificarea turismului

- **Turismul intern** este format din turismul domestic și turismul receptor;
- **Turismul național** este format din turismul domestic și turismul emitent;
- **Turismul internațional** este format din turismul receptor și turismul emitent.

Alte metode de clasificare a turismului sunt bazate pe motivație, destinație, modul de a călători și modul de organizare. Oamenii călătoresc cu scopuri variate spre diferite destinații, folosind diferite tipuri de transport. Acești factori implică forme complexe de relații internaționale în cadrul turismului internațional.

Prin particularitățile sale, turismul internațional se înscrie în structura comerțului mondial invizibil. Această formă a schimburilor internaționale reflectă tranzacțiile economice

¹ Ann Kenward. *Global Tourism development*. Hodder end Stoughton Educational, 1999, p.6.

internaționale care nu au ca obiect o marfă propriu-zisă. Comerțul invizibil cuprinde transporturile și telecomunicațiile internaționale, activitatea de service, documentația tehnică, proiectarea, montajul și asistența tehnică, comerțul cu brevete, licențele, know-how, turismul internațional, dobânzile bancare, transferurile titlurilor de venituri din investițiile făcute în străinătate etc.

Caracteristica turismului ca activitate de producție și consum, prezentă pe teritoriul țării exportatoare, determină principala particularitate a fluxurilor turistice internaționale, și anume: gruparea circulației persoanelor în calitatea lor de consumatori, nu circulația serviciilor în calitate de valori. Serviciul turistic este valorificat prin potențialul turistic, pe teritoriul țării ofertante, unde are loc consumul. Acesta generează venituri în valută echivalente cu valoarea prestațiilor turistice vândute. Volumul valoric al circulației turistice este înregistrat, atât pentru țările importatoare, cât și pentru cele exportatoare, în balanța de plăți în cadrul balanței turistice.

Volumul fizic al circulației turistice internaționale este urmărit prin înregistrările de la frontiera țărilor respective sub forma sosirilor și plecărilor de turiști. Aceste informații statistice sunt completate prin înregistrările hoteliere ale numărului de înnoptări generate de către turiștii străini.

Influența turismului internațional asupra balanței de plăți se realizează prin intermediul soldului balanței valutare a turismului care, în funcție de natura sa, poate compensa, reduce sau agrava o balanță deficitară.

Conform definiției adoptate de FMI, încasările și cheltuielile din turism sunt clasate, în cadrul balanței de plăți, în categoria *A. Tranzacții asupra bunurilor și serviciilor*, la postul 5 „*Călătorii*” (tab. 1.1(1)).

Tabelul 1.1(1)

Credite și debite la postul „Călătorii”

Cheltuieli	Venituri
- Cheltuieli turistice ale rezidenților în străinătate	- Venituri din cheltuielile turiștilor străini
- Import de mărfuri	- Export de mărfuri
- Transporturi (cota-parte plătită companiilor străine pe traseele internaționale)	- Transporturi (cota-parte încasată de la companiile străine pe traseele interne)
- Investiții turistice efectuate în străinătate	- Investiții turistice ale firmelor străine în țară
- Plată a dobânzilor din investițiile străine și rambursarea capitalurilor	- Randament al investițiilor turistice efectuate în străinătate
- Calificare profesională în străinătate	- Calificare profesională a personalului străin
- Publicitate și servicii diverse	- Publicitate și servicii diverse
- Repatriere a veniturilor pentru forța de muncă angajată din străinătate	- Repatriere a veniturilor cuvenite forței de muncă naționale, angajate în străinătate în turism
Excedent	Deficit

Influența soldului postului „Călătorii” (balanța turismului) și a soldului general al grupei *A* a balanței de plăți poate genera efecte diferite asupra soldului final (tab. 1.1(2)).

Tabelul 1.1(2)

Evaluarea raportului soldului balanței turismului asupra soldului final al balanței de plăți

Situații	Soldul grupei A – turism (vizibile + invizibile - turism)	Soldul balanței turismului (postul „Călătorii”)	Sold final
1.	Activ +	Activ +	+
2.	Activ +	Pasiv –	+ -
3.	Pasiv –	Activ +	+ -
4.	Pasiv -	Pasiv -	-

Determinarea influenței turismului asupra balanței de plăți, de regulă, este reflectată atât de semnul algebric al confruntării celor două solduri, cât și de mărimea (valoarea) soldului, care sunt evaluate în timp și spațiu.

De menționat influența considerabilă a turismului internațional asupra dezvoltării economiilor naționale, care se manifestă atât direct, cât și indirect.

În practica mondială sunt valorificați o serie de indicatori ai eficienței economice a turismului internațional:

- aportul turismului internațional la crearea veniturilor naționale;
- ponderea veniturilor din turismul internațional în exporturi;
- ponderea cheltuielilor pentru turismul internațional în importuri;
- numărul locurilor de muncă în turismul internațional;
- efectul dezvoltării industriei turistice mondiale asupra dezvoltării regionale;
- efectul socio-cultural al turismului internațional asupra dezvoltării culturilor naționale.

1.2. Evaluarea turismului pe plan global

Turismul mondial este tradițional valorificat prin ***sosirile turistice internaționale și încasările turistice internaționale***. Evoluția acestor indicatori ne arată tendința permanentă de creștere în cadrul industriei turistice mondiale.

Intensitatea turistică internațională a fost favorizată de intervenția puternică a multiplelor tehnologii, care au facilitat deplasările atât sub aspect tehnic, cât și financiar.

Reducerea distanțelor, ameliorarea confortului, extensiunea pieței, diversificarea formelor de deplasare și de sejur, gestiunea informatizată, constituirea marilor firme specializate au contribuit la formarea lanțurilor și rețelelor turistice internaționale, care au distins turismul internațional de

cel național și de consumul intern al statelor.

Tradițional, expansiunea turismului internațional este cercetată începând cu anii 60 ai secolului XX, când fenomenul turistic capătă o amploare globală, având un număr de sosiri turistice internaționale de peste 50 milioane, iar după anii 60-70, caracteristicile turismului de masă pe plan mondial, ritmul de creștere în turismul internațional capătă dimensiuni spectaculoase (diagrama 1.2 (1)).

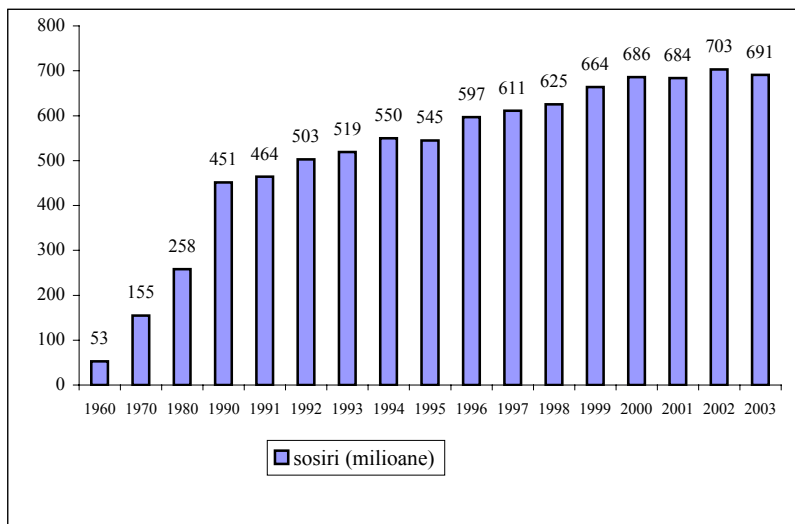


Diagrama 1.2(1). Evoluția sosirilor turistice internaționale în cadrul turismului mondial în perioada 1960 – 2003

Sursa: adaptare după OMT

În ultimii 40 de ani ai secolului XX, numărul vizitatorilor, în cadrul turismului internațional, a sporit aproape de 14 ori, cu o cifră record, în anul 2002, de 703 milioane sosiri, iar în 2001 – cu 684 milioane sosiri, reducere motivată de consecințele actelor teroriste din 11 septembrie 2001 în SUA; totodată tendința de creștere a numărului de sosiri s-a păstrat și în 2003 (691 milioane sosiri).

Rata medie anuală de creștere a numărului de sosiri turistice internaționale de aproape 5%, remarcată după 1990 până în 2000, reflectă viabilitatea și rezistența turismului internațional în fața fluctuațiilor economice (diagrama 1.2(2)).

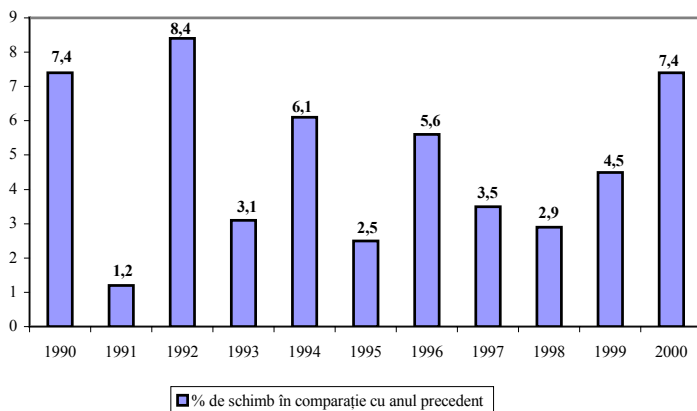


Diagrama 1.2(2). Evoluția ritmului anual de creștere a sosirilor turistice internaționale în perioada 1990 – 2000

Sursa: OMT

Structura regională a sosirilor turistice internaționale, în anul 2003, indică că Europa, tradițional, se menține pe primul loc cu 398,8 milioane sosiri, urmată de destinațiile din Asia și Pacific cu 119,3 milioane sosiri, apoi de Americi – cu 113,0 milioane sosiri, de Africa – cu 30,8 milioane sosiri și de Orientul Mijlociu – cu 28,8 milioane sosiri. Mai sugestivă este valoarea ponderată a sosirilor turistice regionale, după care constatăm că Europa deține o pondere de 57,7% din piața turistică mondială, Asia și Pacific – 17,3%, iar Americile – 16,4%, urmate de celelalte regiuni (diagrama 1.2(3)).

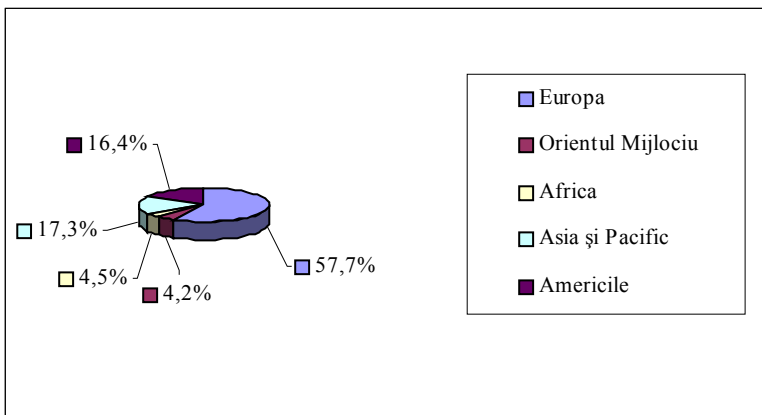


Diagrama 1.2(3). Structura regională a sosirilor turistice internaționale în anul 2003 (%)

Sursa: adaptare după OMT

Activitatea turistică pe plan global este valorificată, de asemenea, prin evaluarea poziției diferitelor țări în structura turismului internațional. Astfel, anual OMT efectuează o analiză desfășurată a circulației turistice internaționale, valorificând toate destinațiile de pe glob. Topul mondial al primelor 10 țări, după numărul sosirilor de vizitatori, de fapt, reflectă tendințele dezvoltării turismului internațional (tab. 1.2(1)).

Menționăm că Franța, tradițional, rămâne cea mai vizitată țară de pe glob, cu 75,0 milioane sosiri în 2003, urmată de Spania cu 51,8 milioane, SUA cu 41,2 milioane și Italia cu 39,6 milioane sosiri. China de pe locul 12 în anul 1990 s-a poziționat pe locul 5 în 2000, având 33,0 milioane de vizitatori în 2003.

Remarcăm creșterea sosirilor turistice internaționale în Germania și Canada în ultimii zece ani. Practic, primele 10 destinații turistice, în anul 2003, au avut o pondere de 49,0% din totalul sosirilor turistice internaționale.

Tabelul 1.2(1)**Topul mondial al primelor 10 destinații turistice după numărul sosirilor de vizitatori**

(milioane sosiri)

Clasament				Țara	Sosiri	
1990	1995	2000	2003		2002	2003
1	1	1	1	Franța	77,0	75,0
2	2	2	2	Spania	52,3	51,8
3	3	3	3	SUA	43,5	41,2
4	4	4	4	Italia	39,8	39,6
12	8	5	5	China	36,8	33,0
7	5	6	6	Marea Britanie	24,2	24,7
6	10	12	7	Austria	18,6	19,1
8	7	9	8	Mexic	19,7	18,7
9	13	10	9	Germania	18,0	18,4
10	11	8	10	Canada	20,1	17,5
				Total – 1-10	350	339
				Total mondial	703	691

Reducerea numărului sosirilor de vizitatori atât pe plan mondial, cât și în structură pe țări în 2003, în comparație cu 2002, se explică, în primul rând, prin conflictul din Iraq, efectele epidemiei pneumoniei atipice din zonele Asiei și Pacificului, dar și de consecințele unor calamități naturale.

Analiza încasărilor turistice internaționale ne prezintă locul turismului internațional în structura economiei mondiale. În ultimul deceniu se observă o creștere dublă a volumului încasărilor provenite din turismul mondial, care a înregistrat în 2003 523 miliarde dolari SUA (tabelul 1.2(2)).

Tabelul 1.2(2)

Evoluția încasărilor turistice internaționale pe plan global în perioada 1990 – 2003

(miliarde dolari SUA)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Încasări	269	278	315	324	354	405	436	436	445	455	475,8	462,4	480	523

Sursa: adaptare după OMT

Ponderea regională a încasărilor turistice internaționale în 2003 manifestă următoarea structurare a pieței turistice mondiale: 54,8% pentru Europa, 21,7% pentru Americi, urmate de Asia și Pacific cu 18,3 %, Africa cu 2,8% și Orientul Mijlociu cu 2,7% (diagrama 1.2.(4)).

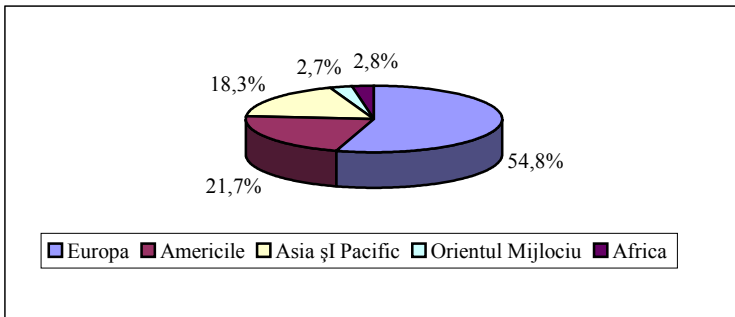


Diagrama 1.2(4). Structura regională a încasărilor provenite din turismul internațional în 2003 (în %)

Sursa: adaptare după OMT

Remarcăm că, anual, sunt desemnate de către Organizația Mondială a Turismului primele 10 destinații de pe glob după volumul încasărilor turistice internaționale (tab. 1.2(3)).

Conform datelor OMT, SUA, tradițional, ocupă primul loc, având un volum al încasărilor turistice de 64,5 miliarde dolari SUA în 2003, ce constituie 12,3% din piața turistică mondială, Spania fiind pe poziția a doua cu 41,8 miliarde dolari, urmată

de Franța cu 37,0 miliarde dolari, de Italia și alte țări. Constatăm că primele 10 destinații turistice, după volumul încasărilor turistice internaționale, în 2003, au deținut o pondere de 52,7% din volumul total mondial.

Tabelul 1.2(3)

Primele 10 destinații de pe glob după volumul încasărilor turistice internaționale în 2003

(miliarde dolari SUA)

Țara	Încasări în anul 2003
1. SUA	64,5
2. Spania	41,8
3. Franța	37,0
4. Italia	31,2
5. Marea Britanie	22,8
6. Germania	23,0
7. China	17,4
8. Austria	14,1
9. Turcia	13,2
10. Grecia	10,7
Total 10 destinații	275,7
Total mondial	523

Turismul internațional reprezintă o parte integrantă a procesului de specializare internațională, alături de alte servicii și de producția de mărfuri, iar circulația turistică internațională este bazată pe specializarea internațională în turism și evoluează în urma accentuării și extinderii acestei specializări. Conform estimărilor OMT, încasările obținute din turismul internațional, în anul 2003, au depășit exportul produselor petroliere, autovehiculelor și altor bunuri și servicii.

Menționăm că turismul internațional s-a dezvoltat, cu prioritate, în țările industrializate care, tradițional, înregistrează cele mai înalte valori ale Produsului Intern Brut (tab. 1.2(4)).

Tabelul 1.2(4)

**Evaluarea Produsului Intern Brut în țările industrializate
(date la 1.01.2004)**

(în prețuri curente)

Țara	PIB pe cap de locuitor în 2003 (dolari SUA)
1. SUA	37 800
2. Elveția	32 800
3. Danemarca	31 200
4. Canada	29 700
5. Belgia	29 000
6. Australia	28 900
7. Austria	30 000
8. Japonia	28 000
9. Germania	27 600
10. Italia	26 800
11. Marea Britanie	27 700
12. Franța	27 500
13. Spania	22 000
14. Portugalia	18 000
15. Grecia	19 900

Sursa: <http://www.worldfactsandfigures.com>

Analizând datele tabelului 1.2(4), constatăm că țările care înregistrează cele mai înalte valori ale PIB-ului pe cap de locuitor sunt și printre primele destinații turistice internaționale, ocupând o poziție diferențiată în cadrul balanței turistice mondiale care, într-o mare măsură, reflectă relația dintre încasările turistice, venituri și cheltuieli. Cheltuielile destinate turismului internațional reprezintă, la rândul lor, o componentă importantă a importurilor mondiale de mărfuri și servicii, exprimând, pe de o parte, gradul de dependență, în acoperirea consumului național al importului de turism, iar pe de altă parte, locul ocupat de balanța turistică în balanța de plăți a fiecărei țări. Statisticile arată că aproape în toate țările industrializate, în care turismul internațional reprezintă un sector important în exporturi, el se include, în același timp, și în structura cheltuielilor valutare.

Dacă încasările turistice internaționale reflectă funcția receptivă a diferitelor zone geografice, cheltuielile pun în evidență destinațiile emitente.

Datele tabelului 1.2(5) reflectă poziția țărilor dezvoltate, a țărilor din Europa de Est și a țărilor în curs de dezvoltare în structura încasărilor și cheltuielilor turistice internaționale între anii 1984, 1990 și 2001.

Tabelul 1.2(5)

Poziția diferitelor grupuri de țări în turismul internațional
(în % (încasări – cheltuieli))

Regiuni	% de încasări			% de cheltuieli		
	1984	1990	2001	1984	1990	2001
Țările cu economii dezvoltate	68,33	71,44	65,1	79,34	82,61	80,5
Țările din Europa de Est	1,4	0,98	5,9	0,52	0,65	1,4
Țările din Sud în curs de dezvoltare	30,27	27,58	29	20,14	16,74	18,1
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Sursa: adaptare după OMT

Progresul cheltuielilor turistice în zonele geografice economic-dezvoltate evidențiază ruptura dintre țările bogate și cele sărace. Dificultățile economice se transformă rapid la nivelul cheltuielilor non-primordiale, între care figurează și turismul.

Zonele bogate concentrează tot mai mult încasările turistice internaționale, totodată înregistrând și o creștere considerabilă a cheltuielilor turistice.

Se impune o concluzie fundamentală: cea mai mare parte a fluxurilor turistice aparține țărilor dezvoltate.

În ansamblul țărilor dezvoltate se delimitează națiunile receptoare și destinațiile cu vocație emitentă (tab. 1.2(6)).

Tabelul 1.2(6)**Soldul balanței turistice în țările cu economii dezvoltate
în 1990 și 2001**

(în miliarde dolari SUA)

Țara	Încasări		Cheltuieli		Sold turistic	
	1990	2001	1990	2001	1990	2001
1. SUA	40,6	72,3	38,6	58,9	+2	+13,4
2. Spania	18,6	39,9	4,2	9,3	+14,4	+30,6
3. Franța	20,1	30,7	12,4	17,5	+7,7	+13,2
4. Italia	19,7	25,9	13,8	14,2	+5,9	+11,7
5. Marea Britanie	15,0	15,9	19,10	36,9	-4,1	-21
6. Germania	10,6	17,2	29,8	45,9	-19,1	-28,7
7. Austria	13,0	12,0	7,5	9,7	5,5	+2,3
8. Canada	6,4	10,7	8,4	12,1	-2	-1,4
9. Elveția	6,8	7,2	6	6,6	+0,8	+0,6
10. Japonia	3,6	4,2	24,9	32,1	-21,3	-27,9
11. Olanda	3,6	5,4	7,3	10,8	-3,7	-5,4
12. Belgia	3,5	5,3	5,6	10,1	-2,1	-4,8
13. Suedia	2,8	2,8	6,0	7,2	-3,2	-4,4

Sursa: adaptare după OMT

Tradițional este considerat că țările din Sud, grație multiplelor atuuri turistice, asigură funcții receptive și înregistrează permanent solduri pozitive ale balanței turistice (Spania, Italia, Franța). Totodată, o mare parte din cetățenii acestor țări preferă vacanțele în țară, iar străinii, care n-au aceleași oportunități, se deplasează masiv spre aceste destinații. Menționăm și proximitatea geografică a țărilor emitente, investițiile considerabile în industria turistică, calitatea înaltă a serviciilor, accesibilitatea – elemente care explică performanțele turistice importante înregistrate de SUA, Franța, Spania și Italia.

Concomitent, națiunile din Nord, ce nu dispun de o fațadă maritimă adecvată, se deplasează către destinațiile însoțite.

Tradițional, solduri negative ale balanței turistice, în perioada 1990 – 2001, au înregistrat Germania, Marea Britanie, Japonia, Olanda, Belgia, Suedia și Canada.

Relatăm că Germania a avut cel mai mare deficit al balanței turistice: de la 19,1 la 28,7 miliarde dolari SUA, între 1990 – 2001, fapt caracterizat de creșterea considerabilă a cererii salariaților pentru călătoriile de vacanță și a sporirii călătoriilor de afaceri și de odihnă în străinătate.

Japonia, de asemenea, se evidențiază cu un deficit important al balanței turistice (de la 21,3 miliarde dolari SUA, în 1990, până la 27,4 miliarde, în 2001), ocupând o poziție privilegiată între țările emitente.

Conform datelor la 1.01.2004, în topul primelor zece țări după volumul cheltuielilor efectuate pentru turism și agrement se situează Germania, SUA, Marea Britanie și Japonia (tab.1.2(7)).

Tabelul 1.2(7)

Balanța turistică în principalele destinații turistice mondiale în 2003

(miliarde dolari SUA)

Nr. crt.	Țara	Încasările	Cheltuielile	Soldul balanței turistice
1.	Germania	23,0	64,7	-32,7
2.	SUA	64,5	57,4	+7,1
3.	Marea Britanie	22,8	48,5	-25,7
4.	Japonia	8,8	29,0	-20,2
5.	Franța	37,0	23,4	+13,6
6.	Italia	31,2	20,5	+10,7
7.	China	17,4	15,2	+2,2
8.	Pays-Bas	9,2	14,6	-5,4
9.	Canada	10,7	13,3	-2,6
10.	Federația Rusă	4,5	12,9	-8,4

Sursa: adaptare după OMT

În anul 2003, Germania, de-asemena, înregistrează cel mai mare sold negativ al balanței turistice de 32,7 miliarde dolari SUA, urmată de Marea Britanie cu – 25,7 miliarde dolari SUA și Japonia cu – 20,2 miliarde dolari SUA.

Cele mai înalte valori pozitive ale balanței turistice în 2003 au fost în Franța (+13,6 miliarde dolari SUA) și Italia (+10,7).

Evaluările efectuate asupra tendințelor balanței turistice mondiale ne permit să presupunem că țările dezvoltate vor continua să-și exercite rolul de prim-plan în cadrul turismului internațional.

Relansarea economică a turismului internațional în țările Europei Centrale și de Est este relativ modestă, în comparație cu performanțele mondiale. Țările regiunii, angajate încă în faza de tranziție, sunt insuficient echipate pentru a răspunde expansiunii rapide a turismului. Situația respectivă este motivată, în primul rând, de infrastructura neadecvată, de capacitățile aeroportuare limitate și de prețurile ridicate pentru servicii de proastă calitate.

Remarcăm, totuși, că, după anii 90, Adunarea Generală Parlamentară a Consiliului Europei permanent a accentuat necesitatea accelerării dezvoltării turismului în Europa Centrală și de Est.

În perioada 1990 – 1993, regiunea a beneficiat de o asistență internațională de peste 16 miliarde dolari SUA, destinați dezvoltării turismului, care au fost repartizați inegal: ajutorul s-a exprimat în valori relative, în modul următor: 280 dolari SUA pe locuitor în Ungaria, 0,7 dolari în Ucraina, 12,7 dolari în Rusia, 35,5 dolari în țările baltice, 44 dolari în Albania, 92 dolari în Bulgaria, 132 dolari în Polonia și 185 dolari în România.

Totodată, investițiile străine private, realizate în sectorul turistic, s-au concentrat în Cehia, Slovenia, Ungaria și Polonia.

Prioritatea investițională în aceste țări a avut-o sectorul hotelier de lux, unde s-au extins lanțurile hoteliere

internaționale: Marriott, Sheraton Holiday Inn, Hilton și Intercontinental.

O parte din capitalele străine au fost destinate infrastructurii rutiere (Ungaria, Polonia, România, Cehia) și privatizării companiilor aeriene: Alitalia a cumpărat 30% din acțiunile companiei ungare Malev.

Republica Moldova, după adoptarea Legii Turismului (mai 2000) de asemenea a beneficiat de o asistență internațională pentru dezvoltarea durabilă a turismului.

Proiectul s-a realizat în cadrul Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare cu o finanțare de 961 250 dolari SUA, eșalonată până în 2004.

Ajutorul internațional încurajează țările Europei Centrale și de Est să:

- pună în circuitul turistic internațional diversitatea patrimoniului natural și cultural din regiune;
- amelioreze metodele de selectare a datelor despre turism în fiecare țară;
- sporească competența oficiilor naționale de turism în promovarea turismului național;
- caute un echilibru între sectorul public și privat în țările din regiune pentru promovarea turismului;
- stimuleze parteneriatul durabil între sectorul public și privat.

Studiile efectuate de către Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor relevă că turismul a devenit o parte integrantă a economiilor țărilor din Europa Centrală și de Est, care contribuie la crearea noilor întreprinderi și locuri de muncă.

În 2002, numărul locurilor de muncă în industria turismului și călătoriilor în Europa Centrală și de Est a constituit 15686000 sau 10,3% din numărul total al locurilor de muncă din regiune, iar prognozele arată că până în 2012 această cifră va atinge 21351000 sau 13,3% din totalul locurilor de muncă, ceea ce va constitui un loc din 7,5 locuri.

S-a estimat că industria turismului și călătoriilor în 2002 a constituit 1,8% din Produsul Intern Brut regional (17 miliarde dolari SUA), iar până în 2012 contribuția industriei turismului la PIB va reprezenta 2,4% sau 42,8 miliarde dolari SUA¹.

În aceste condiții, autoritățile publice din țările regiunii vor trebui să creeze un climat favorabil afacerilor, garantat de un cadru juridic, ce va permite libera concurență și protecția adecvată a consumatorilor.

Previziunile efectuate de către Organizația Mondială a Turismului privind evoluția circulației turistice pe plan global ne demonstrează că turismul și în viitor va rămâne un domeniu în dezvoltare (figura 1.2(1)).

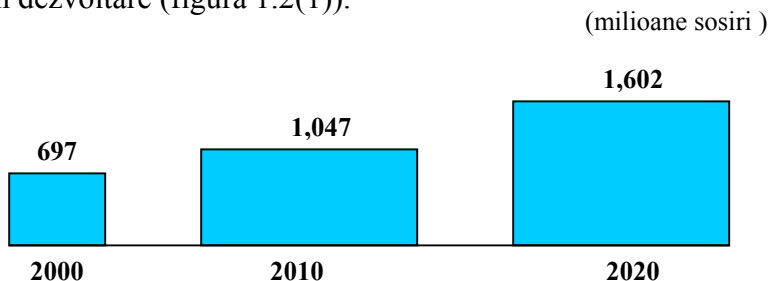


Figura 1.2(1). Previziune asupra sosirilor în turismul internațional în perioada 2000 – 2020

Sursa: OMT

Astfel, conform prognozelor OMT, anul 2010 se va caracteriza printr-o creștere a numărului de sosiri în turismul internațional până la 1 miliard 47 milioane. Sunt optimiste prognozele privind creșterea structurală a numărului de sosiri pe continentul european. Astfel, în perioada 2000 – 2020, rata medie de creștere pentru țările Europei Centrale și de Est va fi maximală și va constitui 4,8%, cu un număr de sosiri pentru 2020 cifrat la 245 milioane (diagrama 1.2(5)).

¹ Sursa: World Travel & Tourism Council, 2002 (www.wttc.org)

Și în următoarele două decenii Europa va rămâne pe prima poziție în structura turismului internațional.

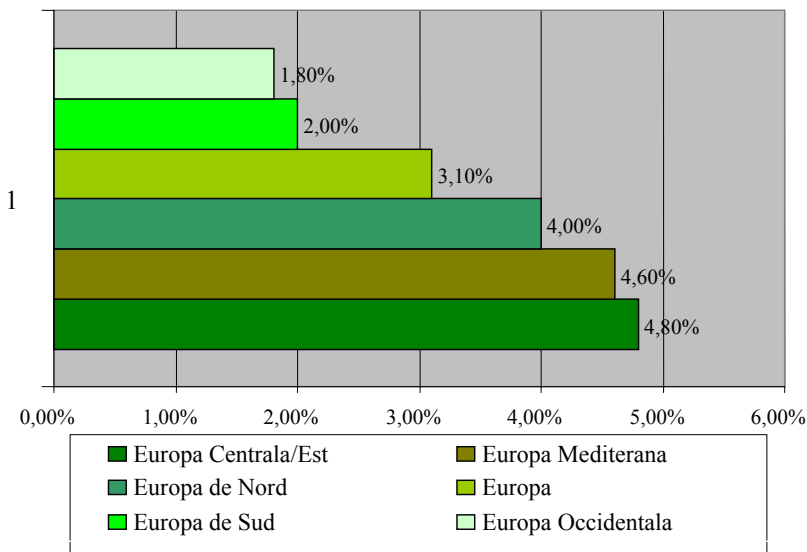


Diagrama 1.2(5). Prognostul ratei de creștere a sosirilor în turismul internațional în Europa și subregiuni în perioada 2000-2020

Importanța economică a turismului internațional se manifestă prin valorificarea acestui sector în structura exporturilor mondiale. S-a estimat că călătoriile și turismul în 2002 au constituit 11,9% din totalul exporturilor mondiale.

Trei funcții majore caracterizează turismul internațional contemporan:

- odihna și recreerea;
- divertismentul;
- dezvoltarea continuă a personalității prin cunoaștere și comunicare.

Turismul devine o necesitate vitală și accesibilă pentru societatea umană.

Turismul a fost și continuă să fie una din activitățile esențiale ale națiunilor, având implicații vaste asupra altor sectoare economice, precum și asupra culturii, educației și dezvoltării relațiilor internaționale.

Sub aspect economic dezvoltarea turismului este reflectată printr-o cerere specifică de bunuri și servicii, care stimulează activitatea unor sectoare productive, cum ar fi industria, agricultura, transporturile, construcțiile, comerțul ș. a.

Impactul turismului asupra unei economii naționale este măsurat de un fenomen cunoscut sub denumirea ***efectul multiplicator al turismului***. În cazul dat, este determinat efectul direct al dezvoltării turistice, care se manifestă prin creșterea veniturilor în sectorul turistic (profituri ale hotelurilor, restaurantelor, agențiilor de turism, ale tour-operatorilor; salariile ș.a.), după care urmează măsurarea efectului indirect, care contribuie la sporirea volumului de producție în ramurile producătoare de bunuri de consum, ca rezultat al creșterii cheltuielilor pentru prestarea serviciilor turistice, suportate de firmele turistice, de hotelieri, de restaurante, de transportatori.

Prin urmare, dezvoltarea turismului are efecte pozitive și contribuie la:

- creșterea Produsului Intern Brut;
- sporirea volumului vânzărilor;
- crearea de noi locuri de muncă;
- mărirea veniturilor în bugetul de stat;
- ameliorarea balanței de plăți;
- îmbunătățirea calității vieții.

Din păcate, evenimentele tragice din 11 septembrie 2001 în SUA au avut efecte negative asupra circulației turistice internaționale în toate regiunile de pe glob. Sosirile de turiști internaționali în 2001 au atins cifra de 689 milioane în comparație cu 697 milioane în 2000. Ritmul de creștere în total în 2001 a constituit 3% în raport cu ritmul mediu anual de

4,3% din perioada 1990-2000. Aceasta s-a datorat descreșterii considerabile în turismul internațional în ultimele patru luni ale anului 2001, când sosirile turistice internaționale s-au redus cu 11%, iar diminuarea lor pe regiuni a înregistrat o descreștere pronunțată: Africa (- 3,5%), Americile (- 24%), Asia de Est și Pacific (- 10%), Asia de Sud (- 24%), Europa (- 6%) și Orientul Mijlociu (- 30%).

Actualmente, OMT, în colaborare cu guvernele țărilor care au fost mai mult afectate în urma actelor teroriste din 11 septembrie 2001, au adoptat noi strategii de promovare și susținere a dezvoltării turismului cu contribuția financiară directă a acestei organizații.

Se prognozează că la sfârșitul anului 2012 volumul investițiilor capitale în industria turistică ar putea atinge o cifră de 1,264.8 miliarde dolari SUA sau 9,5% din totalul investițiilor capitale mondiale.

Menționăm că turismul este și va rămâne un generator important al locurilor de muncă. Astfel, în 2002, numărul locurilor de muncă în economia turismului a constituit 198.098.000 sau 7,8% din numărul total de locuri de muncă din economia mondială, ceea ce reprezintă un loc din fiecare 12,8 locuri de muncă.

Până în 2012, numărul locurilor de muncă în economia turismului ar putea ajunge la 249.486.000 sau 8,6% din totalul locurilor de muncă în economia mondială.

Contribuția economiei turismului și călătoriilor la PIB-ul mondial până la sfârșitul anului 2012 este estimată la 6.351,9 miliarde dolari SUA.¹

Analiza factorilor de dezvoltare a turismului internațional și evaluarea prognozelor OMT ne permite să constatăm că *influențele majore ale turismului internațional se vor identifica în mai multe domenii:*

¹ **Sursa:** World Travel & Tourism Council, www.wttc.org

Economic:

- contribuția continuă a turismului la creșterea economică globală;
- influența directă a turismului internațional asupra performanțelor economice din Asia;
- contribuția turismului internațional la dezvoltarea economică în așa țări ca: China, India, Brazilia, Indonezia, Rusia și cele din Europa Centrală și de Est;
- dezvoltarea și extinderea industriei turistice în țările industrializate;
- influența pozitivă a turismului internațional asupra armonizării monedelor naționale.

Tehnologic:

- dezvoltarea continuă a tehnologiilor informaționale în cadrul industriei turistice;
- extinderea tehnologiilor avansate în transporturi.

Politic:

- înlăturarea barierelor în fața călătoriilor internaționale;
- extinderea proceselor de reglementare în domeniul transporturilor internaționale.

Demografic:

- contractarea forței de muncă în țările industrializate și extinderea migrației de la Sud la Nord;

Globalizarea:

- creșterea considerabilă a influenței economice internaționale în turism și în consecință – reducerea controlului individual al statelor și companiilor naționale.

Local:

- extinderea conflictelor dintre identitatea locală și tendințele moderne de dezvoltare în țările în curs de dezvoltare;
- recunoașterea drepturilor egale ale călătorilor, indiferent de religie, etnie și proveniență socială;

- conștientizarea efectelor socio-culturale și de protecție a mediului înconjurător.

1.3. Managementul turismului durabil

Activitatea turistică, tradițional, se desfășoară în cadrul unui mediu înconjurător și relația „turism–mediu” a fost, este și va rămâne un indicator constant al dezvoltării turistice.

Calitatea potențialului turistic, ca parte integrantă a mediului ambiant, este în dependență directă de calitatea acestuia. În cazul activității turistice, consecințele degradării mediului pot avea implicații social-economice dintre cele mai grave.

Sub aspect economic, exploatarea resurselor turistice degradate reduce esențial aportul de venituri și, bineînțeles, devine o pierdere pentru economie.

Problemele turismului și mediului au fost evidențiate în cadrul mai multor conferințe consacrate ocrotirii mediului. În raportul-studiu al Comisiei Mondiale a Mediului, prezentat în 1987 la Adunarea Generală a Națiunilor Unite, este menționat că dezvoltarea durabilă a societății trebuie să corespundă necesităților curente, fără a compromite nevoile și aspirațiile generațiilor viitoare.

Conferința Națiunilor Unite de la Rio de Janeiro (1992), consacrată Mediului și Dezvoltării, a determinat principiile generale ale concepției dezvoltării durabile și adoptarea măsurilor pe plan mondial privind problemele fundamentale ale mediului și dezvoltării.

În anul 1995, Conferința Mondială a Turismului Durabil adoptă Harta Turismului Durabil, care devine un document important în determinarea strategiilor de dezvoltare a turismului atât la nivel global, cât și la nivel național.

Astfel, s-a constatat că dezvoltarea turistică trebuie să fie suportabilă, pe termen lung, sub aspect ecologic, viabilă și rentabilă economic și echitabilă sub aspectele etic și social pentru populația locală.

Pentru a avea o reușită la nivel de comunitate, turismul trebuie să fie planificat și gestionat în așa mod, încât să contribuie la ameliorarea calității vieții populației și la protejarea mediului local natural și cultural. Relația dintre protecția mediului și dezvoltarea cu succes a turismului rămâne constantă. *Iar avantajele dezvoltării turistice, pentru o comunitate locală, sunt următoarele:*

- întreprinderi și noi locuri de muncă;
- resurse suplimentare;
- noi piețe pentru produsele locale;
- ameliorarea infrastructurii și a echipamentelor și serviciilor colective;
- noi competențe și tehnologii;
- conștientizarea ecologică și culturală;
- ameliorarea condițiilor de utilizare a terenurilor.

Turismul la nivel de comunitate trebuie să se dezvolte în context cu turismul regional, național și internațional.

La nivel regional și național, politicile, planurile și programele de dezvoltare, legislația, reglementările și comercializarea influențează direct toate aspectele dezvoltării turistice.

Pentru ca turismul să poată contribui la o dezvoltare durabilă, el trebuie să integreze mediul natural, cultural și uman, respectând echilibrul fragil caracteristic multor destinații turistice.

Activitatea turistică, în zonele ecologice fragile, trebuie să evolueze acceptabil, ținându-se cont de limitele de resurse.

La elaborarea strategiilor de dezvoltare turistică, trebuie să fie bine valorificate activitățile tradiționale ale populației locale. Recunoașterea și susținerea identității și intereselor locale poate deveni un punct forte în dezvoltarea turistică.

Contribuția activă a turismului la dezvoltarea durabilă presupune o solidaritate și un parteneriat permanent între sectorul public și cel privat. Este absolut indispensabilă cooperarea tuturor celor implicați la nivel local, național și internațional.

Procesul de protecție și preservare în turism presupune o apropiere a tuturor celor responsabili pentru concentrarea eforturilor privind crearea unor instrumente de planificare și gestiune integrată.

Criteriile de calitate, vizând preservarea destinațiilor turistice și gradul de satisfacere a cererii turistice, privite în context cu interesele populației locale, pot deveni o condiție majoră pentru dezvoltarea durabilă.

La nivel local, turismul se axează pe turiști și industria turistică. Dar, pentru ca turismul să fie, într-adevăr, benefic pentru o comunitate, el trebuie să contribuie la îmbunătățirea calității vieții persoanelor care trăiesc și lucrează în localitatea dată. Activitățile turistice trebuie să se integreze în economia locală și să contribuie la dezvoltarea economică teritorială.

Toate opțiunile dezvoltării turistice trebuie să producă un impact pozitiv asupra identității socio-culturale.

Guvernul și autoritățile competente trebuie să întreprindă acțiuni de planificare integrată a dezvoltării turistice, în parteneriat cu organizațiile nonguvernamentale și cu populația locală, pentru ca proiectele să contribuie la o dezvoltare durabilă.

Este necesară încurajarea dezvoltării formelor alternative de turism, care creează premise pentru această dezvoltare.

Guvernul, industria turistică, autoritățile și ONG-urile competente în turism trebuie să susțină crearea rețelelor de cercetare și difuzare a informației, de transmitere a cunoștințelor și tehnologiilor privind turismul durabil.

Rolul și efectele provocate de transporturi în activitatea turistică trebuie să devină un obiect de atenție sporită.

Pentru dezvoltarea durabilă în turism, o mare importanță o are gestionarea rațională a măsurilor de reciclare și reducere a deșeurilor, provenite din activitatea turistică.

Toate aceste concepții trebuie să fie bine conștientizate de toți și, în special, de cei care activează în industria turistică.

Dezvoltarea unui turism durabil într-o comunitate presupune un parteneriat permanent (figura 1.3(1)).

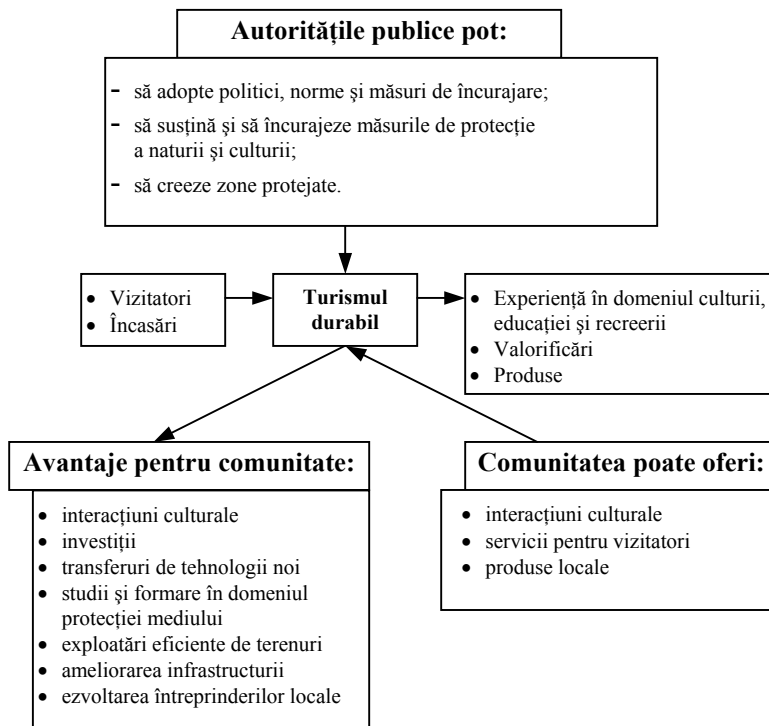


Figura 1.3(1). Interacțiunea turismului durabil într-o comunitate locală

Totodată, dezvoltarea turismului nu poate fi binevenită și posibilă oricând și oriunde.

Este important să se determine dacă există o eventuală piață turistică, resurse suficiente pentru organizarea activității turistice, dacă această activitate va contribui la ameliorarea infrastructurii și la antrenarea forței de muncă și dacă toate acțiunile vor avea un efect economic.

Dezvoltarea turistică la nivel local trebuie planificată în context cu planurile de dezvoltare regională și națională.

La nivel național, accentul dezvoltării în turism se pune pe politicile și strategiile generale:

- adoptarea strategiilor și măsurilor de încurajare a turismului cu valențe sociale;
- crearea rețelelor de drumuri pentru facilitarea accesului turiștilor în diferite zone;
- adoptarea legilor și actelor normative privind securitatea turiștilor;
- crearea centrelor informaționale pentru turiști;
- crearea zonelor de interes turistic;
- coordonarea sectoarelor publice și a industriei turistice.

Dezvoltarea unui turism durabil necesită o cooperare permanentă între turiști și industria turistică, pe de o parte, și apărătorii mediului și comunitățile locale – pe de altă parte. Această cooperare poate, într-adevăr, contribui la ameliorarea calității vieții (figura 1.3(2)).

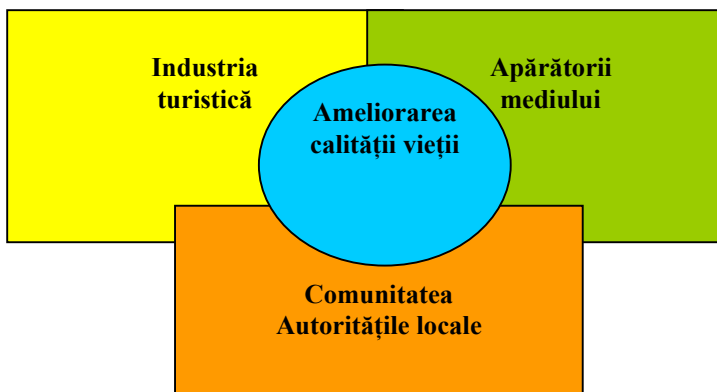


Figura 1.3(2). Parteneriatul în dezvoltarea unui turism durabil

Industria turistică se poate dezvolta eficient numai într-un mediu nedegradat, care ar putea oferi anumite avantaje:

- securitate financiară pentru întreprinderile turistice;

- personal format cu grad înalt de responsabilitate;
- centre de interes turistic, care ar atrage fluxuri de turiști.

Cei preocupați de problemele mediului natural și protecția patrimoniului cultural vor fi interesați să:

- desfășoare activități de protecție, restaurare și prezervare a patrimoniului natural și cultural;
- promoveze o conștientizare a comunităților locale și a populației privind necesitățile și măsurile de protecție.

La rândul lor, membrii acestor comunități vor fi interesați să trăiască într-un mediu sănătos cu posibilități de prosperare pentru viitor.

Concepția turismului durabil a provocat o schimbare esențială în gândirea științifică care, la rândul său, a provocat o evoluție calitativă a valorilor privind dezvoltarea generală a turismului. Astfel, putem face o delimitare între caracteristicile turismului până și după Conferința de la Manila (tab. 1.3(1)).

Adoptarea unei politici argumentate în dezvoltarea turistică, care va ține cont de toate caracteristicile date turismului mondial după Conferința de la Manila, va crea condiții reale pentru dezvoltare.

În același timp, turismul poate fi o soluție practică pentru păstrarea nealterată a mediului, în condițiile funcționării unui cadru legislativ adecvat.

Dezvoltarea turistică poate fi durabilă numai în funcție de respectarea principiilor dezvoltării durabile:

- durabilitatea ecologică, care garantează o dezvoltare compatibilă în condiții de respectare a diversității biologice și a resurselor biologice;
- durabilitatea socială și culturală ce contribuie la dezvoltarea și protejarea identităților culturale;
- durabilitatea economică ce garantează o dezvoltare a societății în condiții de gestiune adecvată a resurselor cu obținerea unor efecte economice atât pentru prezent, cât și pentru viitor.

Tabelul 1.3(1)

**Caracteristicile turismului mondial până și după
Conferința de la Manila**

Însușirile turismului mondial	
<i>Până la Conferința de la Manila</i>	<i>După Conferința de la Manila</i>
Turism internațional spontan	Turism planificat global
Strategii la nivelul întreprinderii	Politică turistică la nivel național
Aspect economic privilegiat	Importanță complexă (politică, socială, economică, culturală, educațională, protecția mediului, calitatea vieții)
Aspecte materiale dominante	Dominația aspectelor nonmateriale
Maximizarea profitului	Aporturi economice optime - avantaje nonmateriale
Criterii cantitative	Criterii calitative
Orientare la preț	Accent pe valoare
Creștere	Dezvoltare
Vacanțe (cum să petrecem vacanța)	Extinderea vacanțelor: la sfârșit de săptămână vacanțe de o zi (cum să trăim)
Necesitate de evadare	Necesitate de diversitate
Turism pasiv	Turism activ
Ghizi	Animatori
Produse tipizate (voyaje forfetare)	Produse diferențiate (voyaje individuale)
Propagandă-reclamă	Informare și educare
Personal venit din alte sectoare	Personal specializat
Turism manipulat	Turism emancipat
Ignorarea limbilor străine	Cunoașterea limbilor de vacanță universală
Saturare	Determinarea capacităților de încărcare a regiunilor turistice
Degradarea mediului	Protecția mediului
Transport auto	Transport public
Sosiri	Durata sejurului

Remarcăm că dezvoltarea unui turism durabil poate satisface necesități economice, sociale și etice în condiții de menținere a integrității culturale și a echilibrului ecologic.

Realizarea practică a strategiei turismului durabil poate fi efectuată în baza următoarelor principii:

- planificarea, amenajarea și exploatarea turistică, pe plan local, este o parte integrantă a strategiei dezvoltării durabile a turismului la nivel național;
- în procesul de planificare participă diferite organisme publice, sectorul privat, asociațiile de protecție a mediului și populația;
- gestionarea și planificarea turismului trebuie să fie durabilă, ținând cont de protecția mediului natural și uman în zonele de primire;
- repartizarea echitabilă a avantajelor și costurilor între promotorii turismului și populația din zonele de primire;
- informarea, educarea, încurajarea și atragerea populației locale în procesul de amenajare turistică;
- evaluarea prealabilă a proiectelor de amenajare turistică și a impactelor care pot interveni în urma derulării proiectelor;
- elaborarea unor programe de colaborare cu populația locală în scopul optimizării exploatărilor turistice.

Turismul durabil poate fi definit ca un tip-model de dezvoltare economică orientată spre:

- ameliorarea calității vieții în regiunile primitive;
- prestarea serviciilor de primă calitate către vizitatori;
- menținerea calității mediului atât pentru vizitatori, cât și pentru comunitatea de primire.

Turismul durabil favorizează înțelegerea și conștientizarea efectelor pe care le poate provoca turismul asupra mediului natural, cultural și uman.

Turismul durabil asigură o justă repartizare a avantajelor și a costurilor.

Turismul creează noi locuri de muncă atât direct, în sectorul turistic, cât și în alte sectoare auxiliare și de gestiune a resurselor.

Turismul stimulează activități naționale rentabile: hoteluri și alte unități de primire, restaurante și alte servicii de alimentație, rețele de transporturi, artizanat și serviciile ghizilor.

Turismul reprezintă o sursă de încasări valutare pentru țară, injectând capitaluri și bani în economia locală.

Turismul diversifică economia locală și, în particular, a zonelor rurale, unde locurile de muncă în sectorul agricol sunt insuficiente.

Turismul durabil creează condiții pentru participarea decizională a tuturor sectoarelor societății la dezvoltarea turistică, adaptată la capacitatea de încărcare a ecosistemelor.

Turismul creează instalații de „loisir” de care pot beneficia și localnicii.

Turismul verde favorizează utilizarea rentabilă a terenurilor agricole și contribuie la păstrarea vegetației naturale.

Turismul cultural comportă un spirit de demnitate proprie pentru comunitatea locală și contribuie la o mai bună înțelegere și schimb cultural între popoare.

Turismul durabil promovează importanța resurselor naturale și culturale pentru bunăstarea economică și socială a comunității și contribuie la prezervarea acestor resurse.

Turismul durabil supraveghează, evaluează și gestionează propriile sale efecte, astfel determinând responsabilii pentru mediu.

Capitolul II. OPȚIUNI TEORETICE ALE DEZVOLTĂRII ȘI INTEGRĂRII INTERNAȚIONALE A INDUSTRIEI TURISTICE

2.1. Abordarea sistemică în turism

Abordarea sistemică în analiza economică a turismului traversează o perioadă relativ scurtă, aparținând anilor 80-90 ai secolului XX.

Deosebim trei etape în evoluția metodologică a cercetărilor economice ale turismului: metoda economică (anii 50-80 ai sec. XX); metoda ecologică – anii 80 și metoda socio-culturală, caracteristică anilor 90.

În perioada de dezvoltare extensivă a turismului internațional de masă (anii 60-70), cu o creștere deosebită a volumelor de producție, accentul s-a pus pe factorii economici: încasări valutare din turism, ponderea turismului în exporturi, numărul de înnoptări, numărul de sosiri ș.a. În rândul promotorilor exista doar aprecierea pozitivă a influenței turismului internațional asupra dezvoltării economice mondiale.

Mai târziu (anii 80) cercetătorii au menționat influența negativă a dezvoltării turistice asupra aspectului ecologic al centrelor turistice internaționale (Veneția, Monaco, Brazilia, Costa del Sol (Spania), Tirol (Austria), Insulele Maldive etc.). Pe plan global au fost abordate discuții privind aspectele negative ale turismului internațional, cu implicații asupra economiei, ecologiei și societății umane.

Contribuția savanților elvețieni și germani la dezvoltarea metodologiei cercetărilor economice ale turismului în anii 80-90 a fost considerabilă (Krippendorf, Iunc, Vais). Este cunoscută teoria turismului „dur” și a turismului „tandru”, elaborată de J. Krippendorf.¹

¹ Krippendorf J., *Le Tourisme dans le système de la société industrielle. Collana del corso di specializzazione in turismo della scuola internazionale di scienze turistiche*. Rome, 1985, pp. 169-184.

Metoda socio-culturală pune accentul pe influența turismului asupra tradițiilor populației locale din centrele turistice, fiind abordate diferite probleme:

- comercializarea serviciilor hoteliere;
- afectarea tradițiilor locale în urma dezvoltării turistice;
- acumularea veniturilor din turism în afara regiunilor turistice.

Dezvoltarea acestor metode de cercetare a contribuit mai târziu la abordarea sistemică a turismului, bazată pe teoria sistemelor, al cărui obiect îl constituie cercetarea fenomenelor, proceselor și obiectivelor privite ca ansambluri compuse din subansambluri aflate în strânsă intercondiționare.

Abordarea sistemică a turismului presupune existența și funcționarea turismului ca sistem în cadrul supersistemelor: economic, social, politic, tehnologic și ecologic.

Astfel turismul este abordat ca sistem. După Cloude Kaspar „evoluția enormă a turismului ne demonstrează tot mai des multitudinea influențelor determinante asupra dezvoltării sale. Devine importantă găsirea metodelor de cercetare, care ar ține cont de diferite interacțiuni și ar permite raționalizarea terminologică a conceptelor și a dezvoltării fenomenelor globale”¹.

Potrivit aprecierilor lui Kaspar, sistemul „Turism” este constituit din două subsisteme interne:

- **subiectul turismului**, care de fapt este consumatorul produselor turistice cu toată multitudinea motivațiilor turistice;
- **obiectul turismului**, compus din trei elemente: localități turistice, întreprinderi turistice și organizații turistice (structuri internaționale care reglementează activitatea turistică).

Integrarea sistemului „Turism” în cadrul supersistemelor este prezentată în figura 2.1.1.

¹ Kaspar C., *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Coll. Frandenverkehr, 1, Saint – Gall, 127p.

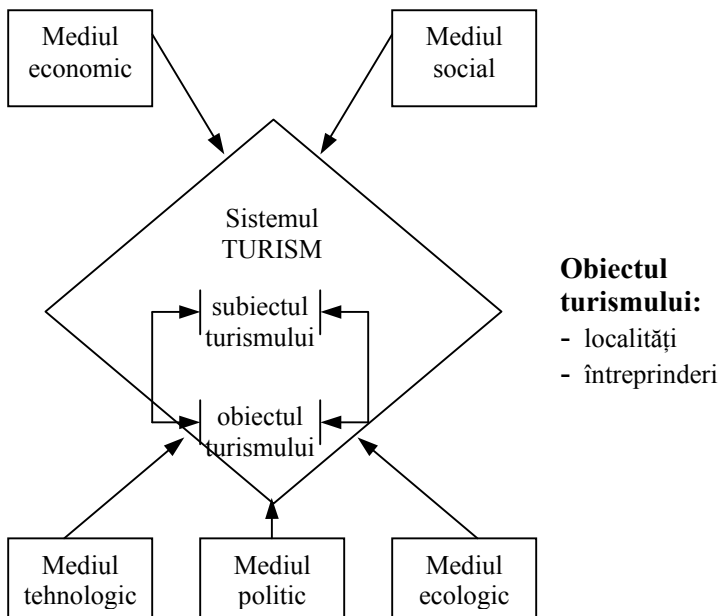


Figura 2.1.1. Structura sistemului „Turism”

Conform figurii 2.1.1, turismul este un sistem coerent, încadrat în sisteme superioare (mediul economic, social, ecologic, politic, tehnologic) și este format din subiectele și obiectele turismului, care se integrează prin diferite conexiuni cu supersistemele. Practica internațională demonstrează că influența supersistemelor asupra dezvoltării turismului în diferite regiuni este de ordin diferit și pentru realizarea unui management eficient este importantă selectarea factorilor majori de influență.

Mediul economic

Conexiunea sistemului „Turism” cu economia este reciprocă și permanentă.

Influența economiei asupra turismului este măsurată de o serie de factori atât pozitivi, cât și negativi.

Factorii pozitivi:

- creșterea venitului real;

- repartizarea proporțională a veniturilor;
- stabilitatea valutei naționale;
- conjunctură favorabilă pe piață.

Factorii negativi:

- crizele economice;
- scăderea volumului de producție industrială și agricolă (creșterea șomajului, reducerea salariilor, migrația forței de muncă);
- valuta nestabilă;
- conjunctura nefavorabilă.

Este evident că, odată cu creșterea veniturilor reale, sporește cererea turistică, iar repartizarea mai proporțională a veniturilor în societate contribuie la creșterea numărului de turiști. Stabilitatea valutei este un element important al sistemului „Turism”, deoarece oscilațiile ratei de schimb valutar aduc prejudicii industriei turistice prin diferențele mari de prețuri pentru produse și servicii similare.

Influența turismului asupra economiei se poate măsura prin valorificarea funcțiilor economice ale turismului (figura 2.1.2).

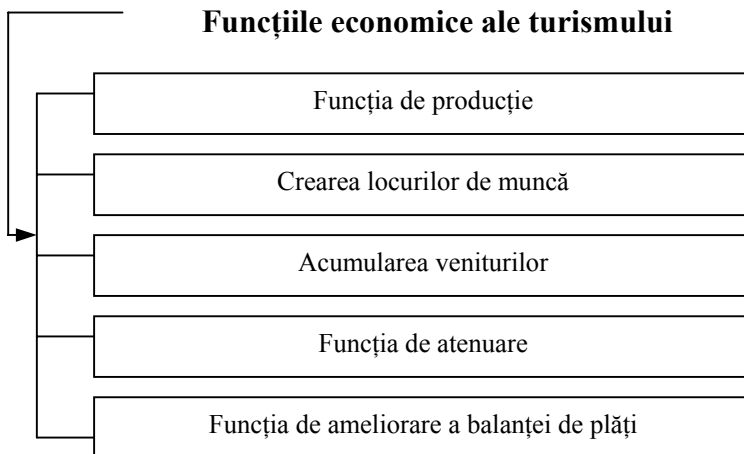


Figura 2.1.2. Structura funcțiilor economice ale turismului

Funcția de producție. Întreprinderile din industria turistică produc produse noi și contribuie la acumularea capitalului.

Crearea locurilor de muncă. Industria turistică este un catalizator al locurilor de muncă, care sunt create atât direct în cadrul întreprinderilor turistice (agenții de voiaj, tour-operatori, în unitățile de cazare, restaurante, baruri), cât și indirect (transporturi, industrie, agricultură, muzee, meșteșuguri, artă ș.a.).

Funcția de acumulare a veniturilor. Acumularea veniturilor în cadrul întreprinderilor din industria turistică, măsurate direct, contribuie la creșterea produsului național și la investiții în alte sectoare ale economiei.

Funcția de atenuare. Turismul contribuie la dezvoltarea regiunilor subdezvoltate, aducând venituri suplimentare populației locale.

Funcția de ameliorare a balanței de plăți. Turismul internațional receptor contribuie la ameliorarea balanței de plăți.

Mediul ecologic

Interacțiunea dintre sistemul „Turism” și mediul ecologic se manifestă prin faptul că dezvoltarea turistică este în funcție directă de calitatea mediului înconjurător, iar turismul de masă reprezintă o sursă de poluare a mediului. Gestionarea echilibrată a circulației turistice în centrele turistice contribuie la o exploatare durabilă a resurselor de mediu, totodată fiind determinate măsuri de ameliorare a mediului ambiant în cadrul proiectelor de amenajare turistică.

Mediul social

Relația dintre sistemul „Turism” și mediul social se măsoară prin interferența diferitelor tipuri de culturi în regiunile turistice. Aceasta se referă la cultura regiunilor emitente de unde sosesc turiștii, cultura de „loisir” și modul de viață al turiștilor, cultura populației locale și cea a serviciilor pentru turiști.

Influențele turismului asupra sferei sociale în țările vizitate pot fi atât pozitive, cât și negative. Astfel, deciziile manageriale trebuie să fie analizate cu multă atenție.

Mediul politic

Interacțiunea sistemului „Turism” cu mediul politic se manifestă prin politica statului, care determină strategiile de reglementare și dirijare a activității turistice. Politica turismului contribuie la dezvoltarea turismului și la îmbinarea deciziilor centralizate cu strategiile și deciziile organizațiilor nonguvernamentale din domeniu (organizații profesionale, asociații, uniuni, consilii etc.).

Influența mediului politic asupra turismului se manifestă prin evaluarea politicii economice a statului, politicii în domeniul transportului de pasageri, politicilor sociale, teritoriale și în domeniul culturii și odihnei.

Politica economică poate avea implicații atât directe, cât și indirecte asupra turismului, manifestate prin implementarea legilor de ordin economic.

Politica statului în domeniul transportului de pasageri influențează activitatea turistică direct și permanent. Dar și volumul transportului de pasageri este în funcție directă de volumul circulației turistice. Politica socială determină reglementarea timpului de lucru și concediile, dreptul cetățenilor la odihnă și influențează direct cererea turistică.

Politica teritorială determină condițiile pentru dezvoltarea turismului, asigură controlul utilizării resurselor funciare, reglementează comercializarea pământului și unităților de infrastructură.

Politica în domeniul culturii și odihnei reglementează protecția monumentelor, tradițiilor naționale, meșteșugurilor și asigură condiții adecvate pentru organizarea odihnei populației locale și a vizitatorilor străini.

Mediul tehnologic

În cadrul tehnologiilor moderne cu implicație directă asupra sistemului „Turism” se evidențiază:

- tehnica de transport;
- amenajarea tehnică a hotelurilor și restaurantelor;
- tehnologiile comunicaționale.

Dezvoltarea transporturilor contribuie la creșterea numărului de turiști. Amenajarea tehnică a hotelurilor și a restaurantelor contribuie la sporirea calității serviciilor pentru turiști și la ridicarea nivelului de confort. Tehnologiile moderne de comunicare au contribuit la computerizarea serviciilor de rezervare și comercializare în turism (sisteme globale de rezervare), iar Internetul a facilitat accesul la informația turistică globală.

Abordarea sistemică în turism se extinde de la nivelul macroeconomic la nivelul microeconomic. Astfel, Claud Gaudis precizează că „la nivelul unei stațiuni de turism autoreglarea prin intermediul legilor economice generale devine o utopie: concentrarea în cadrul piețelor turistice îi impune pe producătorii serviciilor turistice să determine o anumită marjă monopolistă, iar dezvoltarea economică pune problema planificării strategice”.¹

Deoarece este dificilă realizarea unei integrări reale pentru mai multe stațiuni de turism, devine necesară planificarea „système – orientee” care, de fapt, reflectă o planificare turistică coerentă, bazată pe principiile marketingului cooperativ.

Abordarea sistemică a managementului turistic la nivelul unei stațiuni de turism poate fi urmărită în figura 2.1.3, unde se manifestă în mod practic integrarea strategiei regionale de dezvoltare a turismului cu planul strategic de dezvoltare a stațiunii de turism.

¹ Gaudis C., *La station de tourisme, système coérent*, Cahiers de l’Institut de Tourisme et d’Économie des Transports de Saint – Gall, 8, 1977, Berne.

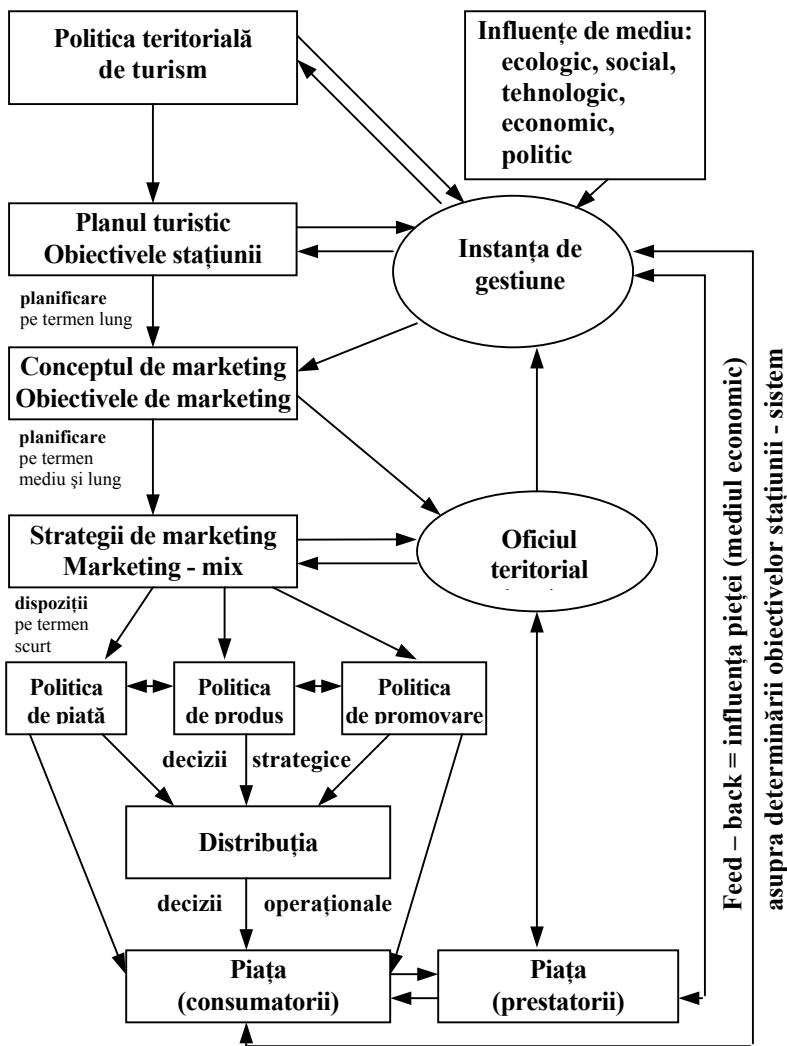


Figura 2.1.3.¹ Organizarea sistemică a unei stațiuni de turism

¹ Gaudis C., *La station de tourisme, système coérent*, Cahiers de l'Institut de Tourisme et d'Économie des Transports de Saint – Gall, 8, 1977, Berne.

2.2. Particularitățile și evoluția internațională a managementului macroeconomic în turism

Ca și în alte sectoare ale economiei, politica guvernamentală poate influența călătoriile și turismul atât direct, cât și indirect (figura 2.2.1).

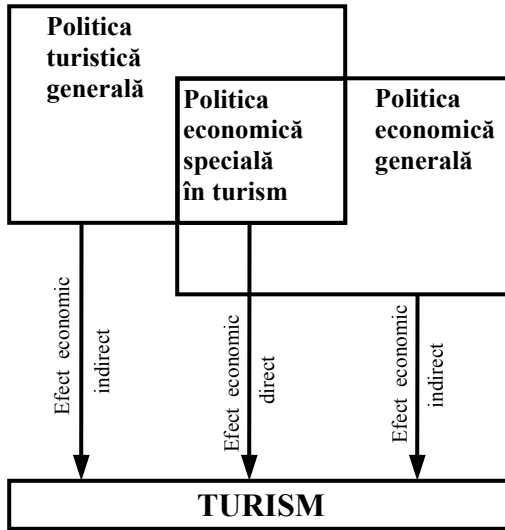


Figura 2.2.1. Structura politicii economice guvernamentale în turism

Dar gradul de influență a politicii guvernamentale și efectele ei nu sunt totdeauna bine corelate.

Politica turistică generală a guvernului are câteva obiective: economic, de protejare a mediului, social, educativ, diplomatic etc. Remarcăm că atât politica guvernamentală, cât și politicile nonguvernamentale pot avea implicații considerabile asupra dezvoltării turismului. Scopul principal al politicii economice în turism este maximizarea contribuției turismului în promovarea bunăstării naționale. *Acest scop include:*

- optimizarea contribuției veniturilor în balanța de plăți;
- stimularea balanței regionale de plăți;

- crearea locurilor de muncă;
- stimularea și redistribuirea veniturilor;
- promovarea bunăstării sociale;
- stimularea veniturilor provenite din colectarea impozitelor și taxelor.

Astfel, guvernul poate sustrage banii din circuit prin majorarea taxelor și efectuarea împrumuturilor sau poate majora cantitatea de bani în economie, stimulând consumul și investițiile. Guvernul, de asemenea, poate influența oferta de călătorii și turism, controlând prețurile.

Majoritatea guvernelor utilizează turismul în calitate de sursă a veniturilor. Însă, așa cum turismul este încă privit de către o bună parte a autorităților publice ca o activitate neesențială, orice taxare individuală a serviciilor turistice este progresivă, în dependență de veniturile consumatorilor. Ca și alte taxe indirecte, cele impuse asupra produselor turistice pot fi „ad valorem” (un procent oarecare din preț) sau specifice (determinate ca o sumă fixă). *În general, taxele pot fi divizate în trei grupe principale:*

- taxe impuse asupra produselor turistice comerciale;
- taxe impuse consumatorilor în calitate de turiști;
- taxe achitate de către consumator la cumpărarea serviciilor.

Taxele aplicate produselor turistice sunt exemple de taxe de consum. De obicei, ele sunt achitate de către producători, care apoi decid dacă ele pot fi în continuare achitate de către turistul consumator, iar aceasta depinde de elasticitatea cererii pentru acest produs. Într-o economie înalt competitivă este imposibilă ridicarea prețurilor de către un producător și menținerea, în același timp, a cererii pentru produsul său, de aceea producătorii sunt nevoiți să restituie taxele. Situația este inversă într-o economie-monopol, în care inelasticitatea cererii determină achitarea taxelor de acest tip de către consumatori. Ținta acestor taxe, de obicei, sunt serviciile de cazare,

alimentație și închirierea automobilelor. Există o ipoteză, conform căreia taxele aplicate asupra costurilor fixe (de exemplu, impozitul pe pământ) nu afectează echilibrul pieței turistice, dar aceasta se referă doar pentru o perioadă scurtă, un sezon, de exemplu. În perioada lungă, însă, trebuie luate în considerație aceste momente.

Pentru activitatea turistică este specific faptul că taxele aplicate serviciilor produse în localitatea X, pentru turiștii din localitatea Y, sunt suportate de către acești vizitatori. Uneori, în funcție de elasticitatea cererii, guvernul impozitează turiștii, indiferent de serviciile și produsele procurate. Aceste taxe sunt colectate de către vamă.

Unele state își impozitează rezidenții săi, care vor să călătorească peste hotare, introducând taxe de ieșire sau de călătorie. Aceasta se face pentru a descuraja ieșirea banilor din țară și pentru a stimula consumul intern.

Alte state, cum sunt Paraguay și Venezuela, au introdus o taxă de sosire în țară, politică ce este similară politicii de fixare a unor prețuri înalte pentru deschiderea vizelor și perfectarea altor documente de intrare în țară, acțiuni ce ridică prețul ofertei turistice.

O altă formă de taxe, cea mai frecvent utilizată este așa-numita taxă de plecare, achitată atât de către rezidenții țării, care pleacă în călătorie, cât și de turiștii care părăsesc o destinație.

Cheltuielile turistice guvernamentale

Doar uneori există o legătură între taxarea activităților turistice și cheltuielile guvernamentale în acest sector. *O bună parte a cheltuielilor guvernamentale în turism sunt direcționate spre trei domenii:*

- investițiile în infrastructură;
- stimularea dezvoltării turistice;
- susținerea marketingului turistic.

Investițiile în dezvoltarea infrastructurii

În majoritatea statelor, guvernul este responsabil pentru dezvoltarea infrastructurii economice. Dezvoltarea acestei infrastructuri implică investiții în transportul public, sectorul energetic, serviciile de salubritate, sanitare, medicină, comunicații etc. Într-o economie de piață pură, toate aceste servicii ar fi furnizate de către întreprinderi private, dar, pentru a asigura eficacitatea și evitarea pierderilor, guvernul își asumă o responsabilitate majoră pentru activitatea acestor sectoare.

O parte foarte mică a infrastructurii este destinată, în special, turismului. Drumurile, aeroporturile și terminalele sunt utilizate atât de către vizitatori, cât și de rezidenți. Totuși, turismul este principalul factor care impune dezvoltarea infrastructurii.

Dacă turismul este suficient de identificabil în calitate de utilizator al infrastructurii, este posibilă evitarea impozitării suplimentare a turiștilor. Astfel, dacă sunt efectuate investiții importante în dezvoltarea infrastructurii, aceste investiții și cheltuielile de întreținere pot fi recuperate pe baza impozitării întreprinderilor, a căror dezvoltare devine posibilă în acest caz.

Organizațiile internaționale deseori apar ca furnizori de capital pentru dezvoltarea infrastructurii turistice, jucând un rol activ în efectuarea investițiilor necesare, mai ales în cazul cooperării transnaționale.

Atunci când autoritățile naționale și regionale adoptă o politică de suport a dezvoltării turismului în calitate de sector furnizor de venituri pentru economie, se au în vedere unele cheltuieli guvernamentale privind susținerea producătorilor de bunuri și servicii. Acest suport este deosebit de important pentru susținerea turismului în destinațiile în curs de dezvoltare.

Printre metodele principale, prin care guvernul ar putea facilita dezvoltarea turismului, pot fi menționate:

Efectuarea cheltuielilor directe:

- împrumuturi și subvenții;
- împrumuturi pe termen lung la o rată redusă a dobânzii;
- participarea statului la asigurarea echității sociale;
- finanțarea cursurilor de perfecționare profesională a personalului.

Asigurarea unor facilități comerciale:

- reducerea impozitelor;
- neimpozitarea importului de materiale și echipamente pentru industria turistică;
- condiții preferențiale pentru concesiunea sau vinderea terenurilor.

Acordarea garanțiilor:

- bonuri de garantare a împrumuturilor comerciale pentru investiții în infrastructura turistică;
- permise de lucru pentru lucrătorii străini.

Cheltuielile publice afectează întreprinderile comerciale în două moduri. În primul rând, ele pot reduce cererea de capital sau costul capitalului în așa fel, încât productivitatea marginală a unei investiții să atingă un nivel viabil. În al doilea rând, ele pot reduce cheltuielile operaționale ale furnizorilor de servicii turistice, majorând rentabilitatea și stabilitatea pe termen lung a întreprinderilor. Astfel, guvernele direcționează cheltuielile lor spre acele domenii, în care efectele asupra creării locurilor de muncă sunt maxime. Majoritatea cheltuielilor sunt destinate dezvoltării serviciilor de cazare, amenajării obiectivelor turistice și doar o mică parte sunt investite în agențiile de turism, tur-operatori etc.

Există, însă, și două obiecții importante la utilizarea cheltuielilor publice în dezvoltarea turismului. Prima este că oferirea facilităților poate disproporționa piața. Acordarea subvențiilor întreprinderilor turistice, ce oferă locuri de muncă, poate susține și acele afaceri care nu ar putea supraviețui într-o economie competitivă. Altă opțiune este că, în cazul utilizării incomplete a infrastructurii, o parte a beneficiilor generate vor

fi asimilate de către turiști, și nu de către furnizorii serviciilor. Cu alte cuvinte, turiștii vor beneficia de prețuri reduse pentru serviciile turistice. În cadrul turismului național acest fapt este nesemnificativ, doar dacă guvernul nu urmărește dezvoltarea unor destinații mai puțin populare. La nivel internațional, însă, guvernul poate astfel stimula sosirea turiștilor străini.

Al treilea domeniu, care pare a fi preferențial pentru investițiile guvernamentale, îl reprezintă activitățile de marketing ale oficiilor de turism, la nivel național numite **organizații naționale de turism**.

Puține dintre aceste organizații sunt nonguvernamentale, majoritatea fiind departamente guvernamentale sau organisme semiautonome. Guvernele se implică, în primul rând, pentru că furnizorii individuali de produse turistice nu întotdeauna sunt capabili să subordoneze concurența programelor cooperative de marketing, în plus, ei au și interese diferite. În al doilea rând, guvernele urmăresc un beneficiu economic național din activitatea turistică.

Principalele cheltuieli ale organizațiilor naționale de turism sunt cele de marketing, și anume:

- studiul pieței;
- dezvoltarea relațiilor cu publicul;
- publicitatea și activitatea editorială;
- distribuirea produselor turistice;
- dezvoltarea produselor turistice noi.

Astfel, marketingul centralizat are scopul de a majora cererea internațională pentru o destinație turistică. Orice diferență în efectul prețurilor poate fi mai puțin importantă pentru guvern decât un flux mai mare de turiști spre o destinație și orice cheltuieli turistice majorate. Deci scopurile programelor guvernamentale de marketing sunt maximizarea fluxurilor de turiști și a veniturilor obținute din turism.

Guvernele utilizează o combinație de taxe și cheltuieli pentru a redistribui resursele, veniturile și beneficiile

economice. De obicei, această repartizare privește economia în general, dar este deosebit de importantă și pentru turism. Taxele, impozitele și majorările, ce urmăresc un singur scop, pot fi însoțite de controale ale prețurilor, măsuri ale politicii monetare etc.

În turism sunt câteva exemple de politici redistributive, care se referă la:

- dezvoltarea regională;
- turismul social;
- controlul prețurilor pe piața factorilor de producție.

Deoarece dezvoltarea economică și nivelul veniturilor diferă de la o regiune la alta, cu excepția economiilor foarte mici, un scop al politicii statului în acest domeniu este redistribuirea spațială. Pentru acele activități turistice, în care resursele sunt mobile, trebuie dezvoltate politici fiscale în scopul facilitării redistribuirii economice. Unele state, pentru a impulsiona dezvoltarea turismului de masă în propria țară, introduc restricții asupra curselor charter. Menționăm că descentralizarea activității turistice constituie o parte a politicii economice regionale.

Turismul social este un sistem prin care statul promovează turismul ca un beneficiu social pentru consumatorii cu venituri mici. Aceasta se efectuează, de obicei, prin taxarea veniturilor tuturor consumatorilor.

Instituirea controlului asupra piețelor factorilor de producție, mai ales asupra forței de muncă, are un efect redistribuitor semnificativ. În orice industrie, cu o diversitate de producători și activități, guvernul poate interveni pentru controlarea prețurilor sau protejarea consumatorilor, sau a bunăstării economice a cetățenilor. Forța de muncă, angajată în turism, este deseori ținta intervenției statale, prin fixarea salariului minim și a condițiilor de muncă. Industria turistică angajează forță de muncă variată, de multe ori necalificată, sezonieră sau cu angajare parțială.

Instruirea personalului angajat în turism, de asemenea,

poate contribui la redistribuirea veniturilor, mai ales dacă este concomitentă cu creșterea industriei. Nu există, însă, nici o garanție că un hotel își va recupera cheltuielile de recalificare a cadrelor, dacă este prea mic pentru a avea propriul centru de calificare. Este mult mai eficient ca instruirea să fie efectuată de către întreprinderi private, asociații profesionale sau instituții de învățământ publice sau private.

Politica statală menționată mai sus contribuie și la reglementarea sectorului turistic. Reglementarea și instituirea controlului sunt necesare pentru protecția consumatorilor, cât și pentru menținerea ordinii pe piață. *De obicei, se au în vedere următoarele probleme:*

- cine poate furniza bunuri și servicii turiștilor;
- ce cantitate de produse poate fi comercializată pe piață;
- ce prețuri pot fi instituite la serviciile turistice.

Politicile de protecție a consumatorilor au influențe asupra piețelor, iar piața turistică nu este o excepție. Cumpărătorii de voiaje achită plata în avans, atunci când cumpără acest produs, de aceea există riscul de a pierde o anumită sumă, dacă serviciile nu sunt oferite corespunzător. Majoritatea statelor au introdus licențierea și brevetarea agențiilor de turism pentru protejarea consumatorilor.

În multe state, pentru a obține licență, agenții de turism sunt obligați să dețină bonuri de stat ca să poată garanta recuperarea plăților achitate de clienți.

Pentru a putea procura bonuri de stat, în schimb, se impun unele condiții privind dimensiunea, reputația comercială, calificarea cadrelor etc. Prin urmare, obținerea unei licențe este dificilă pentru o agenție sau un tur-operator nou, dar întreprinderile licențiate susțin această politică, pentru că astfel pot menține controlul asupra ofertei și concurenței pe piața turistică.

Un alt exemplu de protecție a consumatorilor îl reprezintă instituirea unui sistem oficial de clasificare a unităților de cazare, care oferă o caracteristică a facilităților ce le prezintă unitatea. În

unele state, pentru fiecare categorie de clasificare există și baremuri de preț, ce nu pot fi încălcate (Spania, de exemplu).

Deseori, guvernul controlează prețurile și cantitățile de produse vândute pe mai multe piețe. Un obiectiv al politicii de reglementare este transportarea pasagerilor. Principiile acordurilor aeriene bilaterale reglementează transportul aerian internațional prin stabilirea companiilor aeriene, ce operează anumite rute. Multe state, de asemenea, reglementează transportul aerian intern, transportul naval și rutier. Argumentele economice de stabilire a unui control reflectă necesitatea asigurării stabilității prețurilor și a calității serviciilor și contribuie la prevenirea monopolizării pieței. Dar instituirea controlului guvernamental poate afecta negativ concurența liberă și poate reduce flexibilitatea agenților economici, diminuând astfel rentabilitatea întreprinderilor turistice.

Din cauza varietății metodelor de control este dificilă estimarea reală a impactului, pe care îl produce guvernul pe piața turistică. Totuși, acest impact pare a fi mult mai semnificativ decât admite majoritatea autorităților publice.

Experiența internațională arată că sectorul turistic este influențat de o multitudine de instituții cu funcții diverse.

Statutul administrațiilor centrale de turism (Franța, Marea Britanie, Spania) a avut o istorie atipică, în funcție de perceperea turismului de funcționarii publici. Astfel, în Franța, până în 1977, a funcționat Direcția de Turism pe lângă Secretariatul de Stat, mai târziu administrația turismului francez a fost coordonată în cadrul Ministerului Tineretului și Sportului, din 1981 – de Ministerul de Turism și Comerț, din 1983 turismul a fost atașat Comerțului Exterior, din 1997 reglementarea turismului în Franța este realizată de Ministerul Echipamentelor, Amenajării, Transportului și Turismului.

În Spania, funcționează Ministerul Turismului, Transporturilor și Comunicațiilor, în Marea Britanie turismul este reglementat de un secretariat în cadrul Departamentului de Cultură, Mass-Media și Sport, de Autoritatea Britanică de Turism și de Consiliul

Englez de Turism. Actuala structură organizatorică a sectorului public al turismului britanic reprezintă o integrare teritorială echilibrată a strategiei naționale de dezvoltare a turismului, care determină prioritar îmbinarea interesului public național cu așteptările sectorului privat și, totodată, contribuie la dezvoltarea turismului în toate regiunile Regatului Unit (figura 2.2.2).¹

Consiliile regionale și locale de turism din Marea Britanie sunt finanțate atât din granturi guvernamentale, cât și din contribuții private. Astfel, alocațiile acordate sub formă de granturi pentru susținerea activității Autorității Britanice de Turism și a Consiliului Englez de Turism, în perioada 1994-1998, au atins cifra de 224,9 milioane de lire sterline, ceea ce a constituit în medie 45 milioane de lire sterline anual.

În 2001, această cifră a fost de 35,5 milioane de lire sterline, din care 14,2 milioane din contribuții guvernamentale.²

Oficiile locale de turism în Marea Britanie îndeplinesc funcția de catalizator între sectorul public și privat și asociațiile profesionale voluntare, pe când funcția prioritară a Autorității Britanice de Turism este promovarea turistică a țării în străinătate și elaborarea politicii naționale de turism, care ulterior este realizată în teritoriu prin intermediul consiliilor regionale și locale.

Pentru consiliile regionale și locale este caracteristic faptul că acestea coordonează funcționarea Centrelor Turistice Informaționale, fiind responsabile de instituirea și înzestrarea acestora cu personal și materiale turistice publicitare.

Prin intermediul consiliilor regionale și locale, Autoritatea Britanică de Turism gestionează tot patrimoniul turistic național, atât de origine naturală, cât și antropică, iar inventarierea acestuia este în responsabilitatea consiliilor respective. Totodată, consiliile locale au funcția de a convinge populația locală și organizațiile publice de oportunitatea investițiilor în anumite proiecte turistice.

¹ Holloway J. Christofer, *The business of Tourism*, Ed. Longman, New York, 2001, p. 274.

² Sursa: <http://www.visitbritain.com> (Autoritatea Britanică de Turism).

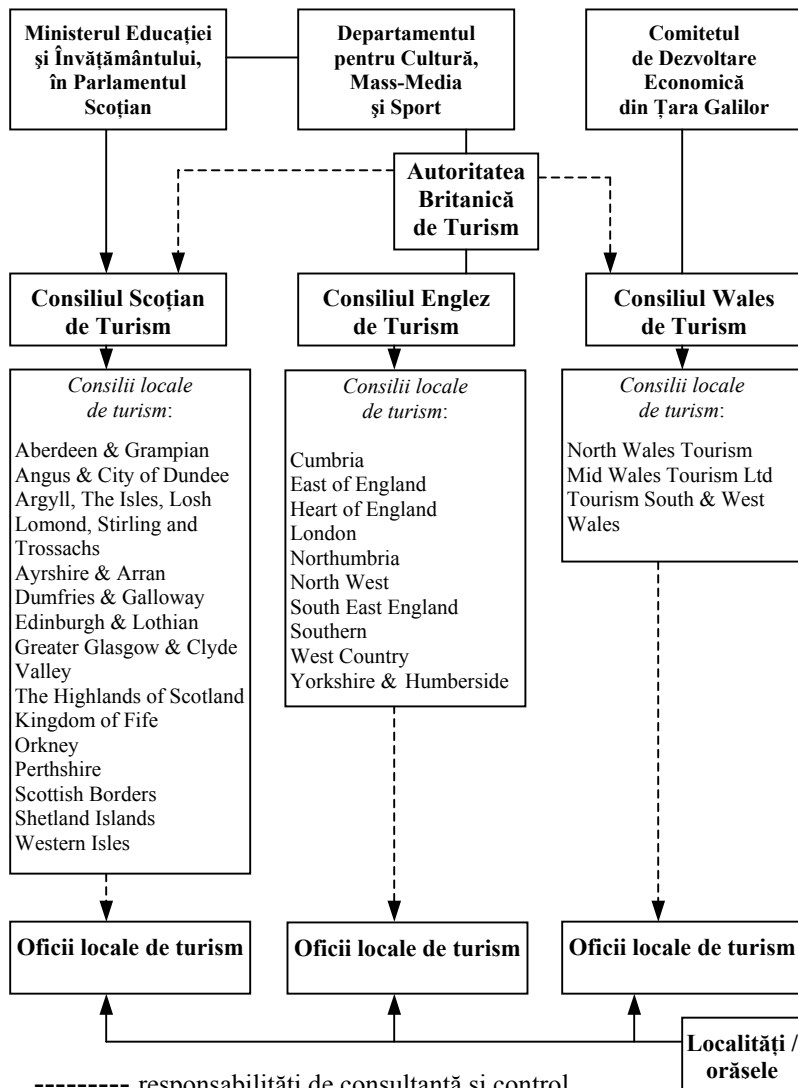


Figura 2.2.2. Structura sectorului public din turism în Marea Britanie

Grație estimărilor efectuate în cadrul acestor consilii,

Autoritatea Britanică de Turism a clasificat și a introdus în circuitul turistic național și internațional peste un milion de obiective turistice importante (figura 2.2.3).

Tipuri de construcții	Numărul (unități)
Obiective turistice arhitecturale	395377
Obiective (localități) de interes arheologic	635000
Monumente vechi	12825
Construcții clericale	16622
Hoteluri istorice și de interes arhitectural	5202
Arii protejate de interes natural și arhitectural	5902
Total	1070978

Figura 2.2.3. Construcții de interes turistic în Marea Britanie¹

Responsabilitățile funcționale ale sectorului public în turismul britanic pot fi delimitate în modul următor:

Funcții de planificare și control:

- studiul produsului turistic și planificarea facilităților turistice;
- protecția și restaurarea obiectivelor turistice;
- planificarea și formarea resurselor umane;
- licențierea și supravegherea sectoarelor industriei turistice;
- reglementarea prețurilor în turism.

Funcții de marketing:

- reprezentarea turismului național și a destinațiilor turistice;
- efectuarea cercetărilor de marketing, previziunilor de piață, colectarea și publicarea informațiilor statistice;
- editarea și distribuirea literaturii turistice;
- planificarea și înzestrarea Centrelor Turistice

¹ Holloway J. Christofer, *The business of Tourism*, Ed. Longman, New York, 2001, p.281.

Informaționale;

- activități de reclamă și publicitate în țară și în străinătate.

Funcții financiare:

- supravegherea investițiilor capitale în dezvoltarea industriei turistice;
- direcționarea, aprobarea și controlul programelor guvernamentale de susținere a proiectelor turistice.

Funcții de coordonare:

- asigurarea legăturii dintre întreprinderile comerciale și organizațiile profesionale, dintre organizațiile guvernamentale și regionale și organizațiile locale de turism;
- coordonarea activităților de marketing cu întreprinderile turistice private;
- organizarea seminarelor și întâlnirilor dintre vânzătorii și cumpărătorii de servicii turistice.

Menționăm că, tradițional, în țările cu turism dezvoltat, politica guvernamentală implică o colaborare intensivă între guvern și alte organizații din cadrul industriei turistice, cum ar fi, în cazul Angliei, organizațiile sectoriale, bazate pe interese comune în anumite sectoare ale industriei turistice, și organizațiile pe destinații turistice, care reflectă specificul activităților turistice, indiferent de regiune sau stațiune.

Printre organizațiile britanice sectoriale pot fi evidențiate asociațiile profesionale, cu interese comune: Institutul Transportului Charter (CIT), Asociația Instituțională de Management în Hoteluri și Restaurante (HCIMA), Asociația Hotelieră de Marketing (HMA), Asociația Profesorilor din Turism, Asociația Agențiilor Britanice de Voiaj (ABIA) care, la rândul lor, au influențe directe și la nivel internațional prin reprezentanții săi în cadrul organizațiilor internaționale:

Asociația Internațională a Transportului Aerian (IATA – Internațional Air Transport Association), Federația

Internațională a Tur-operatorilor (IFTO – International Federation of Tour Operators) și altele.

Tradiția istorică și competența înaltă a învățământului britanic a contribuit la formarea unor organizații profesionale de formare în turism, cu atribuții diferite: Compania de formare profesională în domeniul Turismului și Călătoriilor (TTC – Travel Training Company), Consiliul de Educație Tehnologică și Business (BTEC – Business and Technology Education Council) și Organizația Națională de Calificare Profesională (NVQ – National Vocational Qualifications). Aceste organizații, pe lângă funcțiile de formare profesională, contribuie la supravegherea personalului angajat în industria turistică, determină gradul de competență a angajaților, respectarea Codului de Conduită de către personal, brevetarea personalului și, în sfârșit, au atribuția de a suspenda activitatea organizațiilor care nu respectă cerințele profesionale.

Dezvoltarea instituțională a turismului francez a cunoscut o dinamică remarcabilă, iar efectele managementului macroeconomic francez au contribuit la poziționarea Franței ca lider în cadrul turismului internațional receptor. După cum a remarcat Bernard Pons, ministrul francez al turismului: „Produsul nostru turistic este primul în lume pentru că bărbați și femei lucrează pentru a menține Franța pe acest loc”.

Pentru a putea valorifica gradul de colaborare și integrare, care persistă permanent la nivelul structurilor instituționale în cadrul turismului francez, trebuie să determinăm care sunt funcțiile și cum se implică în turism alte ministere și departamente.

Deoarece multiple instituții contribuie la amplificarea activității turistice, se pun diferite probleme de coordonare realizate de:

- **Ministerul Finanțelor** contribuie, prin arbitrarea bugetară, la dotarea diferitelor ministere, totodată politica fiscală poate stimula sau perturba activitatea

turistică (de exemplu: TVA specifică hotelurilor de lux în Franța, defiscalizarea diferitelor investiții turistice).

- **Ministerul Transporturilor.** Gestiunea căilor de acces este un element fundamental al politicii turistice. Turismul totdeauna a fost dependent de politica în domeniul transportului aerian, auto, feroviar și naval. În aceste condiții, investițiile destinate extinderii și ameliorării autorutelor, transportului feroviar și modernizării aeroporturilor contribuie la creșterea circulației turistice.
- **Ministerul Culturii.** Multiplele activități specifice acestui minister au implicații directe asupra turismului. Renovarea muzeelor, restaurarea monumentelor, activitatea teatrală – toate contribuie la stimularea fluxurilor turistice.
- **Ministerul Agriculturii.** Diferite regiuni de vocație agricole, în cazul unor dificultăți, pot beneficia de o dezvoltare prin turism. În Franța, acest minister acordă diferite credite pentru ameliorarea calității vieții în localitățile rurale, favorizarea construcției pensiunilor agroturistice, protejarea pădurilor și parcurilor naturale.
- **Ministerul Mediului.** Măsurile de protecție a solului, apei, aerului contribuie la creșterea numărului de vizitatori în localități nepoluate, iar toate proiectele de amenajare turistică implică o evaluare a impactelor.
- **Ministerul Sănătății.** Are implicații directe în cadrul turismului balneoclimateric prin elaborarea diferitor norme și efectuarea controlului sanitar în unitățile de cazare, alimentație și agrement.
- **Ministerul de Interne.** În Franța, controlează direct activitatea cazinourilor și exploatarea diferitor unități de agrement, verifică vizele pentru cetățenii străini și asigură măsuri pentru prevenirea și combaterea terorismului.
- **Ministerul Educației Naționale.** Prin fixarea

perioadelor de vacanță în diferite regiuni ale țării, influențează direct fluxurile turistice, acestea fiind în concordanță cu perioadele de vacanță din principalele țări emitente (Germania, Belgia, Olanda etc.). Prin intermediul instituțiilor de învățământ specializate contribuie la formarea cadrelor pentru turism.

- **Ministerul Muncii.** Prin elaborarea de documente, reglementează angajarea sezonieră în turism, apărând drepturile salariaților.
- **Ministerul Comerțului Exterior.** Contribuie la promovarea turismului în exporturi și la ameliorarea balanței de plăți.
- **Ministerul Comerțului și Artizanatului.** În Franța a contribuit la deschiderea magazinelor în zilele de duminică – o condiție necesară pentru stațiunile turistice.

Activitatea guvernamentală în turismul francez are diverse forme, iar influența statală directă asupra turismului este evidentă în următoarele cazuri:

- statul este furnizorul principal al informației statistice (elaborează Conturile Satelit și colectează toate datele necesare pentru cunoașterea satisfăcătoare a situației din turism);
- statul în Franța este acționarul principal al marilor transportatori (Air France, SNCF).

Administrarea centralizată a turismului francez este realizată de ministrul Turismului, desemnat în cadrul Ministerului Echipamentelor, Amenajării, Transportului și Turismului.

La dispoziția ministrului este Inspekția Generală de Turism, care are funcția de supraveghere, audit și control a serviciilor externe de turism și a serviciilor publice de turism din țară, asigurând secretariatul general al Consiliului Național de Turism (figura 2.2.4).

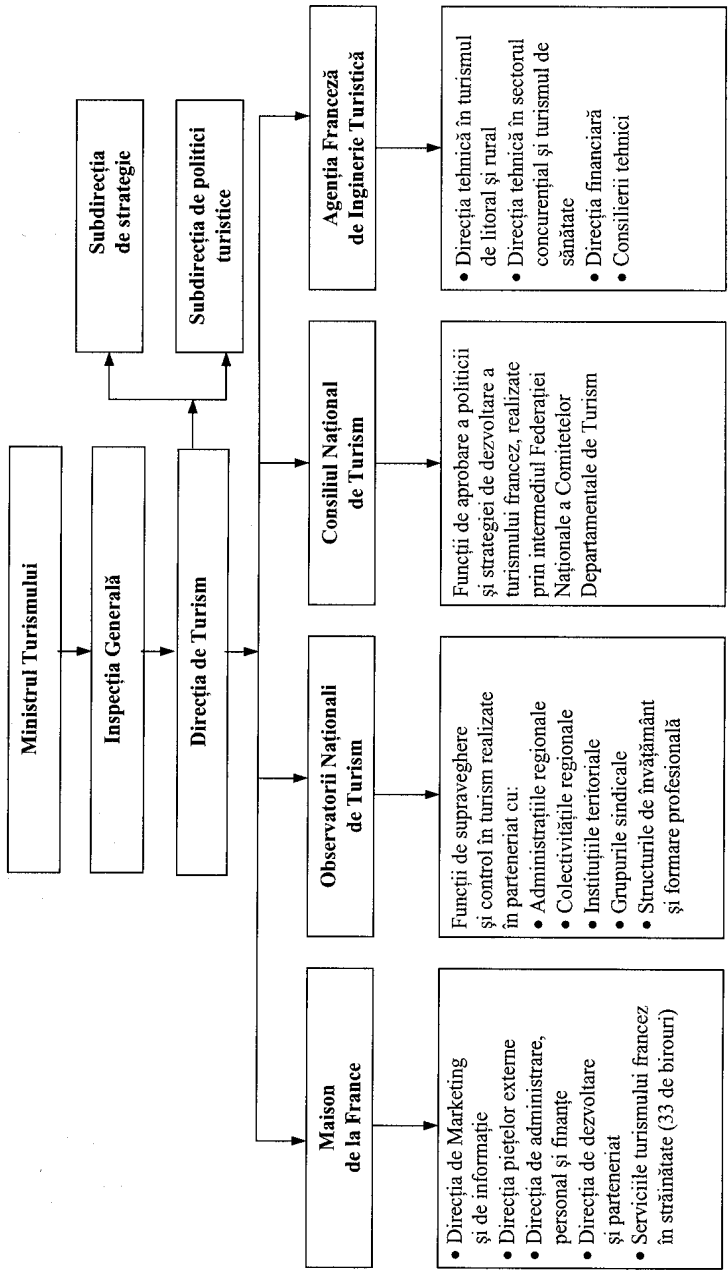


Figura 2.2.4. Organigrama generală a administrației publice a turismului în Franța

Astfel, contribuția statului la dezvoltarea turismului în Franța este prioritară în câteva direcții:

1. Promovarea Franței în străinătate. Această activitate este atribuită unui serviciu special numit „Maison de la France”. Acesta a fost creat în 1987 ca formă asociativă a unui Grup de Interes Economic (GIE), care are scopul promovării turismului francez și stimulării fluxurilor turistice către Franța.

În 1999, „Maison de la France” a fost reprezentat de 320 organizații profesionale. Direcția generală este cu sediul la Paris, unde lucrează 70 persoane. În străinătate sunt angajate 200 persoane, repartizare în 33 birouri în 27 țări.

Pentru promovarea Franței, „Maison de la France” a determinat patru grupe mari de produse turistice: turismul de afaceri, arta de a trăi, sănătatea, odihna și recreere.

Activitatea de promovare este realizată prin diferite mijloace: acțiuni de promovare comercială (saloane turistice, workshops, seminare), întâlniri cu mass-media (companii de presă, evenimente turistice), primirea profesionalilor străini și a ziariștilor din diferite țări (în 5 ani „Maison de la France” a primit 7900 profesionali și 3900 ziariști străini). Totodată, strategiile de promovare realizate au contribuit la formarea diferitelor cluburi profesionale turistice în funcție de particularitățile prestațiilor: turismul de afaceri, golf, tineret, natură, pescuit, turismul montan, turismul de litoral, festivaluri, gastronomie, castele, muzee și monumente. Pe lângă activitățile de promovare, această structură realizează studii de piață, consultanță, asistență logistică pentru sectorul privat din turism.

2. Promovarea turismului social. Turismul social în Franța constituie o activitate publică prioritară, reflectată prin alocații guvernamentale directe și alocații realizate prin intermediul Uniunii Naționale a Asociațiilor de Turism (sistemul caselor de alocații familiale). O contribuție esențială la promovarea turismului social francez are Agenția Națională a Bonurilor de Vacanță (Agence nationale pour le Cheque –

vacances) ANCV, care, după crearea sa în 1982, a cunoscut o creștere rapidă, contribuind prin sistemul bursei de vacanță la facilitarea plecărilor în vacanță a persoanelor cu venituri modeste. Această misiune este realizată în parteneriat cu organizații sociale și de caritate. Anual, 50 000 de persoane beneficiază de burse pentru vacanță în cadrul ANCV;

3. Protecția mediului. Statul francez intervine prin pachetul de legi, destinate diferitelor strategii și măsuri de protecție a litoralului, a parcurilor naturale, a zonelor montane, a grotelor, a muzeelor și monumentelor etc.

4. Amenajarea turistică. Strategia de amenajare turistică a Franței, elaborată de stat după anii 60 ai secolului XX, a avut o importanță majoră pentru dezvoltarea turismului francez. În 1984, s-a efectuat un studiu al realizării proiectelor de amenajare turistică, în care s-a constatat că în 24 de ani în țară au fost amenajate 200 km de litoral, au fost construite 12 porturi, 130 000 unități de cazare, 700 000 de paturi în 7 stațiuni noi.

Actualmente, amenajarea turistică în Franța se caracterizează prin reducerea angajărilor de stat și implicarea colectivităților locale și a sectorului privat, dar prezența sectorului public este accentuată prin amploarea diferitelor reglementări și norme privind proiectele de amenajare turistică, cu precădere în zonele montane și de litoral.

Un rol important în amenajarea turistică îi revine Agenției Franceze de Inginerie Turistică, organizată ca grup de interes public (GIP), care are scopul ameliorării ofertei turistice și favorizării exportului de experiență turistică franceză.

Un element important al colaborării dintre sectorul public, colectivitățile locale și sectorul privat în cadrul turismului francez este aplicarea sistemului de Contracte – Plan, unde în calitate de parteneri sunt statul și o regiune turistică (Contrats de Plan Etat-Region). *Aceste contracte vizează mai multe obiective:*

- atenuarea dezechilibrului de dezvoltare regională;
- consolidarea tuturor subiecților filierei turistice dintr-o

- regiune la realizarea proiectelor turistice;
- armonizarea deciziilor adoptate la cerințele regiunilor turistice.

Activitatea statului în organizarea turismului se manifestă direct prin intervenția de reglementare a prețurilor și tarifelor și prin politica fiscală. Prin intervenția fiscală statul influențează sectorul turistic.

În Franța hotelurile de lux, în 1981, au cunoscut o majorare a taxei TVA de la 7 la 17,6%, iar după 1982 – până la 18,6%. Pentru activitatea hotelieră de lux această taxă nu poate fi considerată excesivă, dar în comparație cu alte țări pune problema dezavantajului pentru hotelierii francezi (tab. 2.2.1).¹

Tabelul 2.2.1

Taxa TVA în industria hotelieră (Europa)

Țara	Taxă redusă (%)	Taxă normală (%)
Belgia	6	
Franța	5,5	18,6 pentru hoteluri de lux
Grecia	6	
Irlanda	10	
Italia	9	19 pentru hoteluri de 3/5 stele
Luxemburg	6	
Olanda	7	
Portugalia	8	
Spania	6	12 pentru hoteluri de lux
Danemarca		22
Germania		14
Marea Britanie		15

Integrarea internațională a turismului francez se manifestă în diferite domenii: transportul aerian (Air France), tur-operatorii francezi (Club Mediterranee (CM)), Nouvelles Frontieres (NF), grupurile hoteliere: (Accor), La Societe du

¹ Yves Tinard, *Le tourisme. Economie et management*, Ediscience International, Paris, 1994, p. 129.

Louvre, la Societe des Bains de Mer de Monaco, lanțurile voluntare hoteliere: Logis de France, France Accueil, Relais et Chateaux, care reprezintă 25% din industria hotelieră franceză. Ca și în Marea Britanie, integrarea turistică profesională franceză are tradiții de lungă durată, practic majoritatea instituțiilor franceze fiind reprezentate în diferite organizații internaționale, printre care organizațiile turistice internaționale pe destinații și organizațiile de talie mondială.

Organizațiile turistice pe destinații au o vocație internațională și tradițional reunesc organizații din diferite țări, care au interese și scopuri comune.

Aceste organizații în general urmăresc două obiective comune:

1. Sprijinirea cooperării și coordonării între diferite organizații, care sunt responsabile pentru facilitarea și furnizarea produsului turistic.
2. Promovarea destinațiilor pe piața turistică internațională.

În consecință, aceste organizații sunt formate atât din organizații comerciale private, cât și din organizații profesionale.

Exemplu de implementare a marketingului regional la nivel global este Asociația de Voiaj din arealul Pacificului (PATA – Pacific Area Travel Association) și Comisia Europeană de Călătorii (ETC – European Travel Commission), unde sunt întrunite consorții locale de marketing, grupuri hoteliere; asociații de atractivități turistice, stațiuni turistice ș.a. (exemplu: Bournemouth Hotels and Restorants Association, Devon Association of Tourist Attractions, Association of Bath and District Leisure Entreprintes).

Integrarea profesională, sectorială, regională și pe destinații în turism a contribuit la integrarea internațională și sporirea gradului de globalizare în turismul mondial, multe activități fiind atribuite unor organizații de talie mondială.

Liderul mondial în turism – Organizația Mondială a Turismului – care integrează organizațiile naționale de turism

din sectorul public, determină strategiile de dezvoltare a turismului internațional la scară mondială, efectuează studii și cercetări, elaborează prognoze, colectează și furnizează informații statistice, determină și susține proiecte turistice internaționale, asigură formarea profesională, asistența tehnică și de specialitate și multe alte funcții, deosebit de importante pentru dezvoltarea turismului internațional.

Organizația pentru Dezvoltare Economică și Cooperare (OECD), în care funcționează un Comitet de turism, format din reprezentanții oficiali ai turismului țărilor-membre, prezintă rapoarte periodice privind analiza comparativă a indicatorilor de dezvoltare turistică în aceste țări, cu recomandări respective pentru sectoarele public și privat din turism.

O altă organizație de talie mondială este Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor (WTTC – World Travel and Tourism Council) care, de asemenea, are un rol major în promovarea strategiei dezvoltării turismului pe plan global, efectuând diferite studii de cercetare și elaborând prognoze de evoluție a turismului internațional în diferite regiuni ale globului.

Membrii Consiliului Mondial al Turismului sunt cele mai mari grupuri hoteliere, companii turistice și aeriene, care determină politica turistică mondială și contribuie la integrarea internațională profesională: Continental Airlines, Worldspan, Eurostar Group, Galileo International, British Airways, American International Group, Northwest Airlines, Iberia, Thomas Cook, Hilton International, Euro Disney, Diners Club International, Oberoi Group, American Express Company, Marriott International, Accor S.A., Qatar Airways ș.a.

2.3. Tendințele integrării internaționale în cadrul industriei turistice

Evaluarea complexă a turismului mondial implică cunoașterea componentelor structurale ale industriei turistice, cu toată multitudinea de interrelații existente între sectorul public și

privat și nivelul de realizare a elementelor instituționale în turism atât de ordin național, cât și internațional. Structura organizatorică a industriei turistice, caracteristică pentru țările cu turism dezvoltat, este prezentată în figura 2.3.1.

Remarcăm că succesul industriei turistice depinde, în primul rând, de eficiența parteneriatului dintre sectorul public și privat, iar extinderea rețelelor sectoriale contribuie la dezvoltarea gradului de integrare în cadrul industriei turistice.

Practica internațională demonstrează oportunitatea acestor constatări. În țările cu tradiții în turism (Marea Britanie, Franța, Spania) există o rețea dezvoltată de interrelații între sectorul public și privat, care a contribuit la integrarea intensivă în domeniu.

Creșterea intensității circulației turistice internaționale este favorizată de intervenția multiplelor tehnologii, care au facilitat călătoriile atât din punct de vedere financiar, cât și material. Procesul de comercializare în cadrul industriei turistice, bazat pe tehnologiile moderne de informare și tehnicile avansate de organizare, a delimitat turismul internațional și național de consumul intern al statelor.

Astfel, în țările cu tradiții în turism, industriile turistice au căpătat dimensiuni internaționale. Internaționalizarea industriei turistice se caracterizează prin constituirea canalelor integrate de distribuție în domeniul transportului aerian, hotelurilor și restaurantelor, agrementului, activităților sportive și culturale, informației și călătoriilor.

Tradițional, industria turistică dispune de două tipuri fundamentale de întreprinderi: en gros și en detail.

Primul tip delimitează **organizatorii de voiaje** și **intermediarii**.

Primii combină diferite servicii, prestate de producători, și se numesc tur-operatori, care tot mai frecvent intervin în procesul de vânzare.

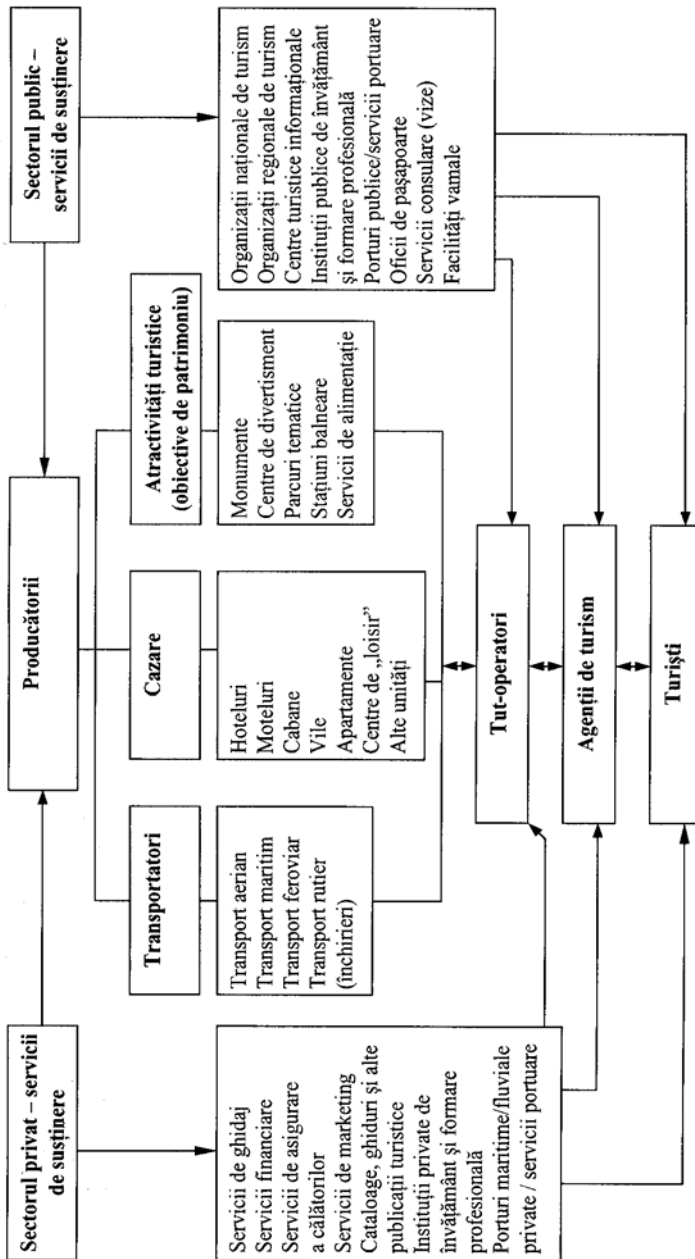


Figura 2.3.1. Structura rețelilor sectoriale în cadrul industriei turistice

Tur-operatorii sunt numiți fabricanți de voiaje forfetare, dar trebuie menționat că deja se disting tur-operatori specializați și tur-operatori generaliști.

Tur-operatorii generaliști propun clienței o gamă completă de posibilități: sejururi diferite; circuite cu toate tipurile de transport; oferte către toate destinațiile turistice mondiale.

Tur-operatorii specializați își axează voiajele pe unele destinații, un mediu, un stil de viață, un tip de loisir (ospitalitate). Specializarea le oferă o competență înaltă și oportunitatea cunoașterii perfecte a unui segment de piață. *De exemplu, sunt cunoscuți pe plan mondial tur-operatorii specializați:*

- „Asia” – ofertă numai pentru Extremul Orient;
- „Main-Montparnass Yoyages” – ofertă pentru Oceanul Indian;
- „African Safari Club” – ofertă pentru Kenia;
- „Gallia Yoyages” – ofertă pentru amatorii de golf și tenis din toată lumea.

Intermediarii, a doua grupă de „grosiști”, nu modifică produsele. Activitatea lor este vizibilă în transportul aerian, având aceleași riscuri ca și tur-operatorii.

Dacă, tradițional, publicitatea este lansată de grosiști, detailiștii reprezintă o verigă de transmitere a informației, facilitând vânzarea pentru producători și cumpărarea pentru consumatori.

În practica internațională există mai multe forme de vânzare în detail.

Formele tradiționale de vânzare sunt practicate de agențiile de turism și de structuri noncomerciale.

Agențiile de turism în țările occidentale domină, de obicei, piețele urbane, cu un număr de la 50000 până la 250000 de locuitori. *Se disting patru subgrupe de distribuitori în turism:*

- distribuitori „independenți”;
- distribuitori „filializați” – capitalul lor este controlat de tur-operatori;

- distribuitori-„lanțuri voluntare” – care păstrează independența, adoptând o marcă comună („Selectour”).

Diferite asociații și cooperative practică vânzările directe prin intermediul birourilor de vânzări și prin corespondență („Point”).

Noi forme de vânzare în detalii utilizează alte rețele decât cele turistice, cum ar fi marile super și hiper-magazine, ghișeele bancare, stațiunile de deservire tehnică a automobilelor. Această formă de vânzare s-a dezvoltat în localitățile urbane, unde numărul locuitorilor nu depășește 20 000 și s-a dovedit a fi rentabilă pentru centrele urbane cu numărul locuitorilor mai mare de 500 000.

Procesul de integrare în cadrul industriei turistice mondiale, care a început în anii 80 ai secolului XX, a atins dimensiuni intercontinentale și a contribuit la sporirea globalizării în turismul internațional [133, p.7-10].

Expansiunea rapidă a tur-operatorilor a generat schimbări în managementul și metodele de operare ale firmelor. Apare necesitatea constituirii unei baze financiare solide pentru plata curselor charter. Astfel, unii tur-operatori au fost „absorbiți” de către corporațiile internaționale mari cu activitate diversă, alții întrețin legături cu companiile aeriene charter, sau cu lanțurile hoteliere, sau activează în cadrul stațiunilor turistice.

Tur-operatorii, spre deosebire de agențiile de voiaj, sunt întreprinderi de mari dimensiuni, puternic concentrate pe plan național și internațional; totodată activitatea lor este deosebită și de cea a operațiunilor din hoteluri. Hotelurile sunt, de obicei, concentrate în țările receptoare, iar tur-operatorii sunt localizați mai mult în țările emițătoare, în marea lor majoritate țări dezvoltate.

Există, însă, și importanți tur-operatori localizați în unele țări în curs de dezvoltare mai avansate precum: Mexic, Brazilia sau țările din Asia de Sud-Est, care intervin pe piața mondială a turismului.

Dependența țărilor receptoare (în special, țările în curs de dezvoltare) de tur-operatorii din țările emitente (dezvoltate)

derivă din experiența acestor tur-operatori.

Menționăm că principalii tur-operatori europeni determină tendințele pe arena turistică competițională din Europa (tab. 2.3.1).¹

Tabelul 2.3.1¹

Clasamentul principalilor tur-operatori europeni

Clasamentul	Țara	Denumirea
1.	Germania	TUI NUR LTU DER ITS
2.	Franța	CLUB MED NUVELLE FRONTIERES FRANTOUR SOTAIR FRAM
3.	Marea Britanie	THOMSON OWNERSABROAD AIRTOURS CARIBTOURS
4.	Spania	GRUPO IBERIA CATAI TOURS
5.	Italia	CIT ALPITOUR TRAVEL STAND
6.	Elveția	HOTELPLAN
7.	Suedia	SASLEISURE NRT. NORDISC
8.	Danemarca	SPEIS
9.	Olanda	ARKE REIZEN
10.	Belgia	SUN INTERNATIONAL

Germania reprezintă pe piață nișa principală europeană a voiajelor forfetare. Este și țara în care concentrarea tur-

¹ **Sursa:** Gabriela Stănciulescu, *Tehnica operațiunilor de turism*, Ed. ALL Educational, București, 1998, p.158-159.

operatorilor este cea mai extinsă, întrucât primii doi principali tur-operatori: TUI (Touristik Union International) și NUR (Neckerman und Reisen) realizează 50% din vânzări.

Tur-operatorii germani s-au dezvoltat fie din rețele comerciale de mari magazine sau bănci, fie din grupuri de agenții de turism. Producția de călătorii forfetare este extrem de dezvoltată, Germania fiind marcată ca destinație emitentă. Tur-operatorii francezi au cunoscut o dezvoltare mai modestă decât în Germania și Marea Britanie. Club Méditerrané este singurul tur-operator puternic stabilit pe piețele externe, mai ales în SUA. În Franța există peste 300 de întreprinderi organizatoare de voiaje. Principalii turooperatori sunt SOTAIR cu Jet Tours (Air France), FRAN, Nouvelles Frontiers, Club Med și Paquet.

Față de concurența tur-operatorilor germani și britanici, primii trei tur-operatori francezi nu dispun decât de 30% din piața națională de voiaje forfetare. Iată de ce, sub influența anumitor instituții financiare (Caisse de depot și Credit Lyonnais), au fost realizate asociații importante sub diverse forme juridice și financiare, pornind de la acorduri de cooperare până la o variabilă integrare (Club Aquarius în Club Med sau Wagonlits în grupul hotelier ACCOR).

Un exemplu elocvent de integrare internațională atât pe orizontală, cât și pe verticală este compania Air France (figura 2.3.2).

Activități	Întreprinderi și mărci
Companie aeriană regulată	Air France, UTA, Air Inter
Companie „Charter”	Air Charter
Hoteluri	Meridien
Restaurante	Servair
Tur-operator	Sotair (mărcile Jet Tours, Jumbo, Eldorador, Jet America, Jet Executive...)

Figura 2.3.2. Integrarea de activități și întreprinderi sub marca Air France

Marea Britanie este țara în care tur-operatorii au apărut pentru prima dată. Piața voiajelor forfetare aici este foarte extinsă, cu numeroși tur-operatori, cu un volum anual al vânzărilor de peste 10 milioane.

Principalii tur-operatori britanici sunt THOMSON, OWNERS ABROAD și AIRTOURS.

Olanda, Elveția și țările scandinave au o piață caracterizată printr-un procent de penetrare a tur-operatorilor foarte ridicat, motivat de o cerere mare de voiaje forfetare internaționale.

Piața voiajelor este foarte concentrată în:

- Olanda, primii trei tur-operatori (HIT Holand International, Arke Reisen și Neckermann Hollande) reprezintă peste 50% din vânzări;
- Elveția, concentrarea este și mai ridicată: Kuoni, Hotelplan, Airtours și Imholg reprezintă 70% din piață;
- Suedia – Vingresor, Speis și Ress asigură peste 70% din producția de voiaje forfetare.

Succesul tur-operatorilor din aceste țări se explică, de asemenea, prin calitatea înaltă a serviciilor prestate.

Tur-operatorii din SUA operează pe o piață mult mai limitată decât concurenții lor europeni, datorită varietății mari a formelor de turism american și proximității unor destinații populare, precum Mexic și Canada.

De altfel, circa 70% din producția de voiaje forfetare a tur-operatorilor americani sunt orientate spre destinații populare nord-americane, cum ar fi: California, Florida, Hawaii, Puerto Rico, Quebec, Mexico City. Principalele destinații externe sunt Insulele Caraibe, țările europene, Asia de Sud-Est și America de Sud.

Cel mai mare tur-operator american este AMERICAN EXPRESS TRAVEL, ce face parte din marea societate de servicii financiare AMERICAN EXPRESS. Pe lângă realizarea de voiaje, acesta dispune și de propria carte de credit (având milioane de aderenti), emite cecuri de călătorie, asigură diverse

servicii legate de voiaj. Un alt mare tur-operator, CARTAN, este parte a societății AVCO FINANCIAL SERVICES, care promovează cartea de credit CARTE BLANCHE. Beneficiile acestei integrări a tur-operatorilor în societăți financiare reprezintă, pe de o parte, suportul financiar, asigurat de societatea-mamă a tur-operatorilor pentru operațiunile lor, iar, pe de altă parte, promovarea operațiunilor cu cărți de credit și cecuri de călătorie.

În Japonia, cele două tipuri principale de voiaje aranjate de tur-operatori sunt voiajul de grup, organizat la nivelul întreprinderii pentru angajați și familiile lor, și voiajul forfetar (inclusiv tour) pentru călători individuali sau alte categorii de grupuri.

Tur-operatori importanți concentrează producția de voiaje vândute fie în mod direct, prin rețele proprii, fie prin agenții de voiaj. Ei sunt companii cu dimensiuni mai mari (mulți dintre ei având peste 5.000 de angajați), implicați atât în turismul intern, cât și în cel extern, precum și în unele domenii ale industriei de ospitalitate.

Principalii tur-operatori japonezi sunt:

- JAPAN CREATIVE TOURS (capitalul este deținut în proporție de 50,2% de JAPAN AIR LINES);
- JET TOURS (WORLD TOUR OPERATORS), care dispune, din 1978, de un sistem informatizat perfecționat, Tourcom, ce îl pune în legătură cu peste 4.000 agenții de voiaj;
- JAPAN TRAVEL BUREAUX, care în afara producerii și comercializării de voiaje, împreună cu NIPPON EXPRESS COMPANY (NEC), are interese și în transportul aerian și terestru, precum și în publicarea de materiale turistice (hărți, pliante, literatură turistică).

Dezvoltarea în continuare a acestor mari tur-operatori europeni, americani și japonezi este de o importanță deosebită în turism, în principal pentru liniile aeriene și lanțurile hoteliere.

De capacitatea acestor tur-operatori de a atrage și direcționa fluxurile turistice va depinde creșterea circulației turistice internaționale și, pe această cale, schimbul de valori materiale și spirituale între națiunile lumii.

În Republica Moldova majoritatea firmelor turistice realizează funcții de intermediari în procesul de distribuție și comercializare a produselor turistice. Printre tur-operatorii cu prioritate se evidențiază două companii: S.A. „Moldova-Tur” și Holdingul „Moldsindbalneotur”.

S.A. MOLDOVA-TUR a fost prima agenție turistică din Moldova, fondată în 1959. După aceasta au fost constituite firmele „Sputnic” și „Sindicatelor” în 1960.

Agențiile de turism sunt mai numeroase și oferă mai mult tururi elaborate de tur-operatorii din străinătate. Cele mai cunoscute agenții de turism din R. Moldova sunt: Corina (1993), Voyage International (1996), Holliday-Service (1995), Trapeza (1995), Incom-Travel (1996).

S.A. „Moldova-Tur” s-a format în 1996 din compania de stat „Moldova-Tur” și realizează atât funcții de tur-operating, cât și de intermediar. Activitatea de colaborare și integrare internațională a S.A. „Moldova-Tur” se manifestă prin contractele de colaborare și cooperare cu diferite companii aeriene: Air Moldova, Moldovian Airlines, Transaero, Tarom și cu diferiți tur-operatori din străinătate: Academservice din Moscova, Kiev-Intur din Kiev, Salver-Air din Cipru; Larnedee din Germania; cu firme turistice din Turcia – Tour Collection, Fugi-Tour, Tuareg-Tur, Ali-Baba Tourism, Oasis; cu tur-operatori și agenții de turism din România: Tudor Orizont (or. Ploiești), Girueta Torism (or. București), Agenția Sinaia (or. Sinaia), Bran Imex (or. Brașov); cu firme turistice din Bulgaria: Sun-Tours, Leata, Sani Travel, Willie-Tur, Gelios-Tur; cu firme turistice din Polonia – ORBIS și Polonez.

HOLDINGUL SINDBALNEOTUR poate fi considerat tur-operatorul principal pe piața turistică din R. Moldova. La 31

martie 2000, concernul republican pentru turismul sindical „Moldsindtur” s-a unit cu firma republicană a întreprinderilor balneocurative „Sindbalneoservice Moldova”, transformându-se în Holdingul „Moldsindbalneotur”. *Actualmente, în componența Holdingului funcționează următoarele întreprinderi:*

- Complexul hotelier turistic „Cosmos”, mun. Chișinău;
- Complexul hotelier turistic „Turist”, mun. Chișinău;
- Complexul hotelier turistic „Flora”, mun. Chișinău;
- Pansionatul de tratament „Iujnâi”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Pansionatul „Victoria”, or. Soroca, Moldova;
- Casa de odihnă „Nistru”, or. Vadul-lui-Vodă, Moldova;
- Casa de odihnă „Campingul din Vadul-lui-Vodă”, Moldova;
- Firma de producere și comerț „Moldsindimpex”, mun. Chișinău;
- Agenția de Transport, mun. Chișinău;
- Agenția de turism și excursii, or. Sergheevca, Ucraina;
- Sanatoriul „Nufărul Alb”, or. Cahul, Moldova;
- Sanatoriul „Codru”, or. Călărași, Moldova;
- Sanatoriul „Bucuria”, or. Vadul-lui-Vodă, Moldova;
- Sanatoriul „Patria”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Sanatoriul „Zolotaia Niva”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Sanatoriul „Serghei Lazo”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Sanatoriul „Orizont”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Sanatoriul pentru copii „Speranța”, or. Sergheevca, Ucraina;
- Asociația pensionatelor de odihnă „Odihnă-Sind”, or. Coblevo, Ucraina.

Activitatea Holdingului „Sindbalneotur” este variată: servicii de cazare în hoteluri, servicii de odihnă și recreere în complexuri turistice hoteliere și stațiuni turistice, servicii de

tratament în stațiunile balneoclimaterice, servicii de transport turistic, organizarea excursiilor prin Moldova, organizarea tururilor în țările vecine – România, Ucraina, Bulgaria.

Holdingul „Sindbalneotur” își concentrează activitatea sa în cadrul turismului intern și turismului internațional receptor, fiind cea mai mare companie turistică din Republica Moldova. Întreprinderile asociate în cadrul holdingului și-au păstrat independența economică, iar relațiile acestora sunt realizate pe bază de contract. Totodată, membrii holdingului sunt obligați să achite o taxă contractată pentru exploatarea patrimoniului holdingului și formarea fondurilor centralizate.

În conformitate cu prevederile Legii Turismului, reglementarea activității firmelor turistice din R.Moldova a fost efectuată de către Agenția Națională de Turism (2000-2002), iar în 2003 a fost creat Departamentul de Dezvoltare a Turismului.

În 2002, în Republica Moldova au fost înregistrați 247 agenți economici licențiați în activitatea de turism. În ianuarie 2002, în țară a fost fondată Asociația Națională a Agențiilor de Turism (ANAT), care are scopul principal de reprezentare a intereselor firmelor turistice la nivel național și internațional.

Majoritatea agențiilor de turism activează în cadrul turismului internațional emitent. Există un număr limitat de agenții de turism care promovează produsele turistice naționale.

Această situație se explică prin faptul că în Republica Moldova n-a fost creată infrastructura turistică necesară, iar în cadrul realizării prevederilor Legii Turismului n-a fost elaborat un mecanism eficient de stimulare și promovare a turismului intern și a turismului internațional receptor.

Se impune cu prioritate elaborarea unei strategii de dezvoltare a turismului intern și a turismului internațional receptor prin crearea de diferite facilități în promovarea produselor turistice naționale.

2.4. Dezvoltarea industriei hoteliere – factor de integrare internațională și globalizare în turism

Pe plan global, structurile hoteliere sunt variate, fiind de diferite dimensiuni și grad de confort.

Tendința specializării industriei hoteliere evidențiază diferite tipuri de hoteluri, poziționate pe anumite segmente de piață:

- hoteluri de lux, cu un număr de la 100 până la 400 de camere, amplasate în centre urbane, cu un nivel superior al calității serviciilor, cu prețuri înalte și ofertă de lux pentru clienți;
- hoteluri de clasă înaltă cu un număr de la 400 până la 2000 de camere, ce oferă o gamă largă de servicii, cu personal calificat, cu prețuri majorate, orientate pentru oameni de afaceri, turiști individuali și participanți la congrese;
- hoteluri de rang mijlociu, ce pot fi de diferite dimensiuni, în funcție de locul de amplasare, cu un nivel bun al serviciilor, cu prețuri medii pe regiune;
- hoteluri economice cu un număr de la 10 până la 150 de camere, cu prețuri minime, cu camere bine echipate, dar fără servicii de alimentare.
- hoteluri de tip condominiu, cu un număr de la 25 până la 250 de camere. Au odăi de tip apartament și construcții sportive analogice stațiunilor balneare.

Clasificarea industriei hoteliere în diferite țări este bazată pe sisteme diferite (în prezent sunt cunoscute 30). Adaptarea unui sistem global unic de clasificare este frânat de o serie de factori, legați de particularitățile cultural-istorice ale statelor, de tradițiile naționale, de diverse criterii de calitate a serviciilor etc.

Cele mai frecvente clasificări sunt:

- sistemul de stele, folosit în Franța, Austria, Ungaria, Egipt, China, Rusia, Republica Moldova;

- sistemul de litere – Grecia;
- sistemul de coroane, caracteristic pentru Marea Britanie.

Cel mai răspândit este sistemul francez, în conformitate cu care hotelurile, în funcție de confort, se împart în categorii convențional marcate cu stele.

Dinamica circulației turistice internaționale a influențat tendințele dezvoltării industriei hoteliere.

Datele tabelului 2.4.1 ne permit să percepem mai bine structura industriei hoteliere pe plan global.

Tabelul 2.4.1
Structura globală a industriei hoteliere¹

Zonele globale	Numărul hotelurilor (unități)	Numărul de paturi (unități)	Ponderea lanțurilor integrate (%)
America de Nord	70100	6809000	55 %
America de Sud / Caraibe	19900	1306000	3 %
Africa și Orientul Mijlociu	15500	1002000	8 %
Asia / Pacific	37200	3160000	22 %
Europa	171100	9530000	26 %
Total mondial	313800	21807000	32 %

În esență, datele tabelului 2.4.1 confirmă rolul major al țărilor din America de Nord, Europa și zonele Asiei și Pacificului în dezvoltarea industriei hoteliere mondiale. Europa este caracterizată mai mult prin hoteluri independente (78% în comparație cu 45% în America de Nord), iar America de Nord are supremația mondială a lanțurilor hoteliere integrate (55%). Extinderea turismului internațional în zona Asiei și Pacificului a marcat dezvoltarea rapidă a lanțurilor hoteliere integrate (22%).

Tradițional, se consideră că industria hotelieră se divizează în trei ramuri principale: hoteluri independente, hoteluri independente reunite în lanțuri voluntare și lanțuri integrate. Tendința de integrare în industria hotelieră mondială a

¹ Sursa: <http://www.hotel-online.com>

contribuit la creșterea considerabilă a lanțurilor hoteliere integrate, deși apariția acestora a provocat o reacție negativă din partea hotelurilor independente, care au început să se reunească în lanțuri voluntare. Lanțurile voluntare, care reunesc hotelurile independente, în funcție de mai multe criterii deosebit de exigente, sunt, de fapt, o excelență contraofensivă în fața dezvoltării lanțurilor integrate. În Franța, lanțurile hoteliere voluntare reprezintă 80% din piață, unde rolul principal îi revine companiei Logis de France, care constituie 40% din piața hotelieră franceză. Tradițional, aceste hoteluri sunt de diferite categorii, dar predomină cele de 3 stele. *Repartizarea lor în rețele este în funcție de particularitatea tematică a ofertei turistice.*¹

- istorie și tradiții (castele și hoteluri independente, castele cu tradiții);
- produse de lux (Relais et Châteaux);
- produse tematice de loisir (Baladhotels);
- produse pe destinații (Destinația Bretagne);
- produse generaliste (Logis de France, Best Western France). Între aceste lanțuri se evidențiază Best Western cu vocație internațională, prezent în 40 de țări cu un potențial de 270000 de camere.

Lanțul hotelier Logis de France reunește 3800 hoteluri cu 70000 de camere și ocupă o poziție privilegiată pe piața turistică a Franței, având contracte de cooperare cu mai mult de o sută de tur-operatori, repartizați în 25 de țări, și un sistem central integrat de rezervare Europlogis, care regroupează structuri identice în Marea Britanie, Italia și Irlanda.

În raport cu lanțurile hoteliere voluntare, care permit hotelurilor independente să reziste în condiții de concurență, lanțurile hoteliere integrate se dezvoltă prin expansiunea lor globală și prin rigoarea industrială. Lanțurile hoteliere integrate reprezintă întreprinderi mari, care utilizează tehnici moderne de

¹ Sursa: <http://www.hotel-online.com>

gestiune, de marketing și management, fiind dotate cu rețele informatizate incomparabile și având centre de rezervare.

Dacă activitatea hotelieră este considerată un atribut obligatoriu al industriei turistice, atunci lanțurile hoteliere integrate reprezintă forța motrice a acesteia. Creșterea medie anuală în jur de 7% contribuie la concentrarea lanțurilor hoteliere integrate și la adaptarea lor pe diverse piețe. Repartizarea lanțurilor integrate confirmă poziția privilegiată a țărilor bogate în activitate hotelieră mondială (figura 2.4.1).

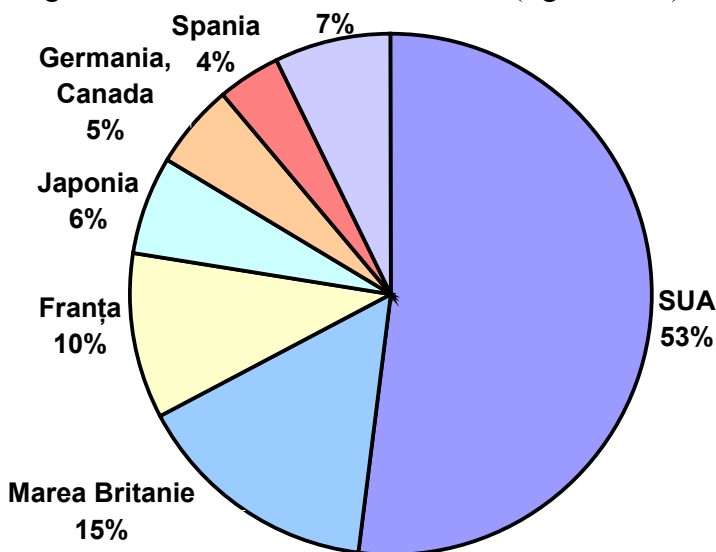


Figura 2.4.1. Concentrarea globală a lanțurilor hoteliere integrate, repartizate pe țări (în procente din numărul total de camere)

Menționăm că primele 10 lanțuri hoteliere integrate constituie 60% din piața internațională (tab. 2.4.2).

Tabelul 2.4.2**Ierarhia mondială a lanțurilor hoteliere integrate**

Denumirea lanțului hotelier	Numărul de hoteluri
Cendant Corporation	5978
Best Western	3814
Accor	3700
Bass Hotels & Resorts	2698
Choice Hotels International	3670
Marriott International	1686
Promus Hotel Corporation	1337
Starwood Hotels & Resort	694
Societe du Louvre	601

Sursa: <http://www.chrie.org>

Astfel, evidențiem lanțurile hoteliere integrate din SUA, care s-au extins în toate regiunile turistice internaționale (tab. 2.4.3):

Tabelul 2.4.3**Poziția statelor ce controlează primele 25 lanțuri hoteliere integrate din lume**

Țara	Denumirea principalelor lanțuri	Numărul de lanțuri hoteliere	Numărul de hoteluri	Numărul de camere
SUA	Cendant Corporation, Choise Hotels, Marriot, Hilton, Promus, Carlson, Hyatt, Westin	14	11841	1552000
Marea Britanie	Holiday Inn, Forte, Hilton Intercontinental	3	2600	476000
Franța	Accor, Soc. Du Louvre/Envergure	2	2957	312000
Japonia	Intercontinental Prince Hotels, Tokyo Hotels	3	361	111000
Spania	Grupo Sol	1	185	48000
Hong Kong	Renaissance Hotel	1	131	39000
Olanda	Golden Tulip	1	260	34000
Total		25	18335	2.572.000

Datele tabelului 2.4.3 reflectă poziția de lider al SUA în activitatea hotelieră integrată mondială.

Caracteristic pentru lanțurile hoteliere integrate americane este gestionarea în franșiză: 100% pentru Cendant Corporation, 95% pentru Choice Hotels și 43% pentru Marriott International.

În Europa, grupul englez Holiday Inn Worldwide este gestionat în franșiză în jur de 86%.

Dinamica coeficientului de ocupare arată că hotelurile din lanțurile integrate au cele mai bune realizări, care rezultă din companiile publicitare internaționale.

Între lanțurile hoteliere integrate din Europa se evidențiază grupul hotelier francez Accor, care este prezent în 90 de țări.

Grupul hotelier Accor este al treilea grup hotelier mondial, după lanțurile hoteliere integrate nord-americane, fiind liderul european în domeniul călătoriilor, turismului și serviciilor hoteliere.

În componența grupului Accor sunt integrate 3700 hoteluri (415000 camere), repartizate în 90 de țări, agenții de voiaj și servicii de restaurare. Accor ocupă o poziție unică cu o prezență pe toate segmentele de piață, de la 1 până la 5 stele. Se poziționează în activitatea hotelieră economică prin cunoscutele mărci: Formule 1, Motel 6, Etap Hotel, Red Roof Inns și Ibis. Accor este prezent pe piață cu hotelurile medii și de lux Suitehotel, Mercure, Novotel și Sofitel. În domeniul ofertei de odihnă și tratament se prezintă cu Coralia și Thalassa International.

Cifra de afaceri a grupului hotelier Accor în 2000 a constituit 4739 milioane de euro (figura 2.4.3).

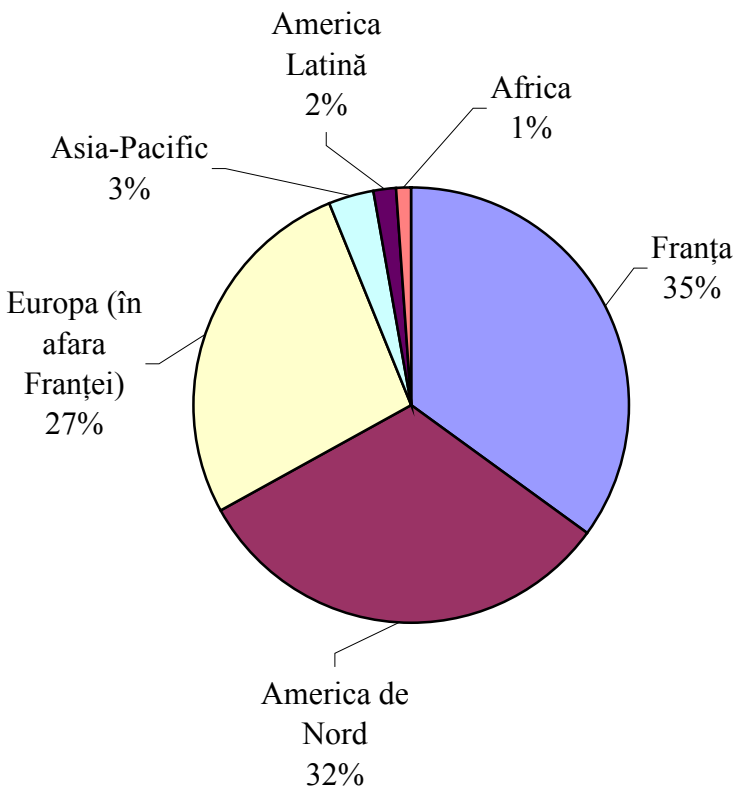


Figura 2.4.3. Extinderea internațională a activității grupului hotelier Accor (% din cifra de afaceri (4739 milioane de euro în 2000)¹

Activitatea acestui grup hotelier, practic, este prezentă în toate zonele turistice internaționale cu prioritate pentru Europa (27%) și America de Nord (32%).

Menționăm rolul primordial al grupului hotelier Accor pe piața turistică franceză și contribuția acestuia în promovarea ofertei turistice franceze în străinătate.

¹ Sursa: <http://www.accor.com>

Integrarea internațională în domeniul activității hoteliere a contribuit la internaționalizarea industriei turistice și la creșterea gradului de globalizare în turismul internațional. Astfel, în industria turistică mondială apar corporațiile multinaționale ce integrează hoteluri, tur-operatorii, agenții de turism și companii aeriene. Corporațiile multinaționale, formate în industria turistică mondială după anii 90 ai secolului XX, se evidențiază prin anumite caracteristici comune.

Corporațiile multinaționale sunt integrate în sistemul mondial de business. Anume această integrare a evidențiat transferul direct de resurse: capitaluri, tehnologii, personal managerial, care a contribuit avantajos la activitatea tuturor membrilor corporațiilor.

Corporațiile multinaționale controlează în final activitatea managerială a tuturor membrilor (de obicei, prin consiliul managerial al companiei-mamă), determinând decizii strategice și modalitatea de operațiuni între membrii corporației.

Această centralizare a managementului reprezintă un imperativ major pentru menținerea integrării globale și atingerea obiectivelor de maximizare a profiturilor în toate întreprinderile multinaționale din corporație.

Grupurile de management centralizat din cadrul corporațiilor elaborează strategii de dezvoltare de perspectivă globală, care le permit să determine o viziune comună asupra dezvoltării globale a corporației, cu o delimitare a tipurilor de achiziții de resurse, productivitate și marketing pentru membrii corporației.

Integrarea respectivă a contribuit la industrializarea hotelurilor mondiale, la crearea sistemelor globale de distribuție în domeniul transportului aerian, activității hoteliere și turismului internațional.

Republica Moldova, din nefericire, a rămas izolată de procesele integraționale atât în cadrul turismului internațional, cât și al industriei hoteliere.

Industria hotelieră din R.Moldova a fost direct influențată de

crizele politice și economice, care au afectat țara în ultimii 10 ani.

Evoluția structurilor de cazare reflectă o reducere atât a numărului de unități de cazare, cât și a utilizării insuficiente a unităților existente (tab. 2.4.4).

Tabelul 2.4.4

Evoluția unităților de cazare din Republica Moldova în perioada 1995-2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Numărul unităților de cazare	84	83	73	61	57	59	60	61	62
Total camere	4370	4060	3500	3170	3148	2954	2905	2806	2559
Capacitatea de cazare unică, locuri	9032	8174	6708	5868	5679	5562	5479	5484	4632
Pat – zile oferite în decursul anului, mii	600,8	541,3	496,6	402,9	428,3	396,9	339,3	277,8	369,9
Indicii de utilizare a capacității de cazare, %	18,4	18,3	20,5	19,0	20,9	19,8	17,1	14,0	22,1
Numărul de salariați, mii	1,8	1,7	1,6	1,3	1,2	1,3	1,3	1,4	1,7

Sursa: adaptare după datele Biroului Național de Statistică (BNS)

Se constată o scădere esențială a capacității de cazare – de la 9032 locuri în 1995 până la 4632 locuri în 2003.

Indicele de utilizare a capacității de cazare rămâne relativ constant (de la 18,4% în 1995 cu o reducere până la 14% în 2002) și reflectă o utilizare insuficientă, care nu poate garanta o activitate rentabilă în industria hotelieră, deși se manifestă o tendință pozitivă de creștere până la 22% în 2003.

Reducerea numărului de unități de cazare a fost determinată, în principal, de intrarea în reparații capitale a unor hoteluri, moteluri, reducerea numărului de locuri de cazare turistică, precum și de schimbarea destinației de utilizare a unor moteluri și case pentru vizitatori.

Repartizarea teritorială a unităților de cazare este disproporționată și nu poate asigura o satisfacere adecvată a cererii pentru serviciile de cazare în teritoriu.

Majoritatea unităților de cazare din țară sunt amplasate în localități urbane, iar ponderea cea mai mare din acestea o constituie municipiul Chișinău, unde funcționează 16 hoteluri și municipiul Bălți, cu 3 hoteluri.

Hotelurile din municipiul Chișinău sunt hoteluri omologate de la una până la patru stele, însă majoritatea sunt hoteluri vechi, care necesită investiții de renovare (tab. 2.4.5).

Tabelul 2.4.5
Caracteristica hotelurilor omologate din municipiul Chișinău (2001)

Denumirea hotelului	Categoria (***)	Anul intrării în exploatare
Chișinău	1*	1960
Codru	3*	1969
Dinamo	1*	1970
Aeroport	1*	1971
Național	3*	1978
Cosmos	3*	1983
Turist	3*	1987
Zarea	2*	1988
Popas	1*	1989
Dacia	4*	1990
Tracom	1*	1990
Jolly Alon	4*	1991
Colizeii Vechi	2*	1997
Monte Nelly	4*	1998
Vis Pas	4*	1999

Printre hotelurile de categorie superioară (4*) se evidențiază Dedeman, Jolly Alon, Dacia, Monte Nelly și Vis Pas, care au fost construite după anii 90, fiind mai mult

adaptate cerințelor contemporane.

Hotelurile mai vechi au fost omologate de la una la trei stele, deși criteriile clasificării lor rămân în urma standardelor internaționale.

Practic, hotelurile mai mari, cum ar fi Cosmos, Codru, Național și Chișinău au nevoie de reparații capitale, pentru a putea corespunde categoriei atribuite.

Conform situației de la sfârșitul anului 2004, clasificarea celor 58 de hoteluri, moteluri și pensiuni turistice se prezintă astfel: 6 – de 4 stele, 4 – de 3 stele, 6 – de 2 stele, 2 – de o stea, iar la 40 unități nu sunt atribuite categoria de clasificare.

În prezent, se poartă negocieri cu potențiali investitori străini în privința atragerii investițiilor capitale în renovarea industriei hoteliere din Republica Moldova.

Capitolul III. SISTEMUL DE COORDONARE A POLITICII TURISTICE

3.1. Direcțiile de reglementare a activității turistice

Nivelul și forma optimă ale dezvoltării turismului într-o țară pot fi puternic influențate de rolul pe care îl poate juca statul în funcție de:

- importanța acordată turismului în dezvoltarea economică a țării;
- nivelul și configurația actuală a dezvoltării activității turistice.

În condițiile actuale de dezvoltare economică din Republica Moldova, intervenția statului în turism apare ca necesară, ținându-se cont de faptul că acesta poate reprezenta o sursă potențială de profit și, totodată, numai statul poate garanta dezvoltării turistice o dimensiune comercială optimă, echivalentă cu pragul optim al capacității de primire .

Astfel, pentru viitorul apropiat planificarea integrată, de ansamblu, a sectorului turistic va constitui o latură importantă a strategiei de dezvoltare turistică a R.Moldova.

Una din problemele deosebit de importante se referă la rolul statului în susținerea activității turistice, mai ales în perioada de tranziție. În anii 1992-2000, contribuția statului la dezvoltarea turistică a țării a fost mai mult pasivă – ca rezultat avem diminuări generale sub toate aspectele activității de turism.

Adoptarea unei contribuții active a statului privind dezvoltarea industriei turistice în Moldova poate genera o evoluție ascendentă a sectorului turistic. Astfel, autoritatea publică, prin intermediul unei legislații adecvate, poate contribui la protejarea patrimoniului turistic și la finanțarea unor proiecte de amenajare turistică, la crearea infrastructurii generale prin angajarea unor importante sume sub formă de investiții, necesare construirii de autostrăzi și rețelelor de telecomunicații.

Un sprijin important poate acorda statul turismului printr-o politică constructivă de atragere a investitorilor străini. Având o strategie bine argumentată în transporturi, statul poate oferi agenților economici, angajați în afaceri turistice, diferite facilități de transport.

În multe state cu turism dezvoltat, autoritățile publice exercită un control esențial asupra tuturor agenților economici din turism, elaborând statute profesionale și stabilind reguli clare de autorizare și funcționare.

Obiectivul urmărit este protecția consumatorului, în condițiile în care produsul turistic nu poate fi testat înainte de a fi consumat, iar cumpărarea lui are loc la sute și chiar mii de kilometri distanță de însușirea lui efectivă.

În final, guvernul își asumă uneori o bună parte din costurile formării personalului calificat în turism.

Având în vedere rolul turismului în structura balanței de plăți, fiecare țară este interesată să obțină venituri cât mai mari de pe urma activității turistice. *Însă, deseori, apar foarte multe bariere atât cantitative, cât și calitative în calea fluxurilor turistice:*

- rețea subdezvoltată de șosele și telecomunicații;
- instabilitatea politică și economică;
- standarde imperfecte privind criteriile de calitate a serviciilor;
- condiții sanitare și de sănătate nefavorabile;
- mediu ambiant degradat.

Toate acestea pot fi reduse sau eliminate cu timpul printr-o politică a statului bine argumentată de înlăturare a subdezvoltării economice și sociale. *Astfel, la baza planificării strategiei de dezvoltare turistică va trebui să stea următoarele criterii:*

- determinarea unor dimensiuni ale dezvoltării structurilor și echipamentelor turistice într-o zonă dată;
- coordonarea dezvoltării turistice cu amenajările corespunzătoare ale infrastructurii generale și turistice;

- consultarea permanentă a administrațiilor locale pentru integrarea permanentă a dezvoltării unităților teritoriale în ansamblul țării;
- echilibrarea ofertei turistice cu cererea turistică, contribuind, prin acțiuni de diversificare a ofertei, la sporirea cererii.

Statul asigură condiții specifice funcționării sectorului turistic: creează imaginea atractivă a țării, zonei, obiectivului. În același timp, comercializarea produselor turistice devine și o responsabilitate pentru puterea publică, astfel se instaurează o permanentă colaborare între sectorul public-administrativ și comercial.

Politica turistică trebuie să constituie o componentă esențială a politicii economice a țării.

Principala funcție a agenților politicii turistice este promovarea dezvoltării turistice atât la nivel național, cât și internațional. Scopul funcționării instituțiilor turistice naționale este organizarea activităților din sectorul turistic și asigurarea condițiilor optime pentru dezvoltarea industriei turistice.

În funcție de organizarea conducerii turismului, centralizată sau descentralizată, competențele în domeniul sectorului turistic sunt exersate de administrația centrală sau, în multe cazuri, de către colectivitățile locale.

Statul, la rândul său, îndeplinește o serie de obligațiuni privind dezvoltarea sistemică a turismului în cadrul dezvoltării economice generale, având câteva funcții esențiale, conform prevederilor OMT: de coordonare a activității turistice, de legiferare și reglementare, de planificare și finanțare a sectorului turistic.

Pentru exercitarea efectivă a tuturor atribuțiilor, administrația națională de turism trebuie să dispună de competențe și forțe proprii, de resurse necesare, atât umane, cât și bugetare. Dacă aceste resurse sunt insuficiente, atunci atribuția autorității publice se reduce numai la o exprimare de

opinie privind necesitatea dezvoltării turistice, fără a avea capacități de organizare, decizie și funcționare. Bazându-se pe aceste considerente, la elaborarea **Legii Turismului Republicii Moldova** s-a pus accentul pe determinarea contribuției active a statului în promovarea politicii turistice.

Astfel, conform Legii (art.4 cap. II) au fost determinate atribuțiile Parlamentului, care, prin crearea și perfecționarea bazei juridice în turism, va contribui la asigurarea unor condiții economice favorabile pentru activitatea agenților economici din turism. Au fost determinate atribuțiile Guvernului R.M. în domeniul turismului, reflectate prin funcții de promovare turistică a țării și utilizare rațională a resurselor turistice, de realizare a măsurilor de protecție a mediului înconjurător și asigurare a protecției turiștilor, de susținere a proiectelor de dezvoltare a infrastructurii turistice și colaborare internațională în domeniul turismului și de administrare a activităților de turism în Republica Moldova.

Adoptarea Legii Turismului nr. 798 – XIV din 11.02.2000 de către Parlament poate fi considerată un prim pas spre argumentarea și promovarea politicii statului pentru dezvoltarea turismului în Moldova.

Legea Turismului determină dimensiunile și strategiile dezvoltării în continuare a cadrului juridic în turism și creează condiții legale pentru promovarea turismului în Republica Moldova.

La elaborarea proiectului Legii Turismului a fost determinată concepția acestui document. În etapa inițială au fost consultate legi similare din Franța, Germania, Rusia, Ucraina, România, Turcia și Bulgaria.

Înaintea determinării direcțiilor prioritare ale Legii Turismului s-au efectuat studii de evaluare a nivelului de dezvoltare a turismului în R.Moldova, pentru a putea contribui legal la ameliorarea situației în domeniu. S-a pus accentul pe necesitatea creării condițiilor favorabile pentru o dezvoltare

economică durabilă a industriei turistice. Astfel, au fost determinate direcțiile strategice de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, ulterior stipulate prin lege.

O atenție deosebită se acordă rolului statului în organizarea și gestionarea activității turistice. Statul sprijină turismul ca domeniu prioritar al economiei naționale, iar printr-o politică fiscală și vamală favorabilă creează condiții adecvate agenților economici din turism.

În acest context devin actuale problemele de utilizare rațională a resurselor turistice și de protecție a mediului înconjurător.

Legea determină promovarea politicii statului în turism prin intermediul unui organ central de specialitate al administrației publice. Art. 5 stipulează atribuțiile principale ale acestei organizații.

Vizând faptul că turismul este un domeniu complex al economiei naționale și necesită o coordonare la nivel de ministere și departamente, în art. 5 (5) Legea Turismului abordează necesitatea instituirii Consiliului Consultativ al Turismului – organ de consultanță care va colabora în mod direct cu administrația centrală de specialitate.

Politica statului în turism se manifestă și prin reglementarea activității turistice în teritoriu (art. 6), unde un rol deosebit revine administrațiilor publice locale în problemele amenajării turistice, protecției mediului înconjurător, antrenării populației locale în prestarea serviciilor.

În Lege este specificat mecanismul de valorificare, protejare și dezvoltare a patrimoniului turistic (art. 7).

În art. 8 (2) este menționat că statul sprijină și încurajează libera inițiativă în turism prin promovarea unui regim fiscal favorabil și, îndeosebi, prin stimularea și atragerea turiștilor străini în Republica Moldova.

Legea creează condiții favorabile pentru investitori prin acordarea unui termen de concesiune a terenurilor din

sectorul public și privat de până la 50 ani (art. 8 (5)).

Art. 9 determină modalitatea de constituire și reglementare a mijloacelor financiare necesare pentru realizarea programelor de dezvoltare turistică. Un rol deosebit îl va avea Fondul Special pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului.

Art. 10 stipulează atribuțiile și modalitatea de organizare și gestionare a acestui fond. Important este că gestionarea Fondului se va efectua de către administrația Centrală de Specializare. Sunt, de asemenea, determinate direcțiile prioritare care vor fi finanțate din mijloacele Fondului (art. 10 (5)):

- programele și activitățile de creare și dezvoltare a produselor turistice;
- activitățile de promovare, reprezentare și informare turistică, inclusiv în străinătate;
- investigațiile pieței turistice;
- programele de protecție și conservare a mediului înconjurător și a obiectivelor cultural-istorice;
- activitățile de instruire și formare profesională a cadrelor pentru turism.

Totodată, activitatea Fondului este transparentă, deoarece anual administrația centrală de specialitate prezintă Guvernului un raport privind utilizarea surselor din Fond (art. 10 (6)).

Capitolul IV al Legii reglementează procesul de organizare și prestare a serviciilor turistice, prezentând un mecanism flexibil de licențiere în turism (art. 11, 12, 13), de brevetare (art. 14) și clasificare a structurilor turistice (art. 15).

În scopul reglementării și evidenței circulației turistice sunt specificate două articole privind organizarea evidenței la frontiere și documentarea prin *voucher* (art. 18, 19).

Prin Lege sunt reglementate drepturile și obligațiunile atât ale agenților economici din turism, cât și ale turiștilor (cap. V, art. 20, 21), totodată menționându-se necesitatea protecției și asigurării securității turiștilor (cap. VI, art. 22, 23).

Legea determină modalitatea de pregătire profesională și

perfecționare a cadrelor în turism (art. 24, 25).

În capitolul VIII (art. 26, 27) sunt stipulate mecanismele juridice privind răspunderea și soluționarea litigiilor.

Un capitol separat (IX) este consacrat relațiilor internaționale în turism, unde, în particular în art. 28 (1) se menționează că activitatea internațională a Republicii Moldova în domeniul turismului se bazează pe principiile și normele elaborate de OMT.

Reglementările juridice trebuie să asigure promovarea unor acte normative care să genereze un mediu economic stimulativ dezvoltării turismului prin crearea de facilități specifice. Aceste reglementări urmează să contribuie la dezvoltarea infrastructurii turistice, la crearea de noi locuri de muncă, la majorarea defalcărilor în bugetul de stat și bugetele locale, precum și la promovarea imaginii pozitive a Moldovei ca destinație turistică.

În prezent, legislația specifică sectorului turistic din R. Moldova este în proces de dezvoltare, după adoptarea de către Parlament a **Legii Turismului nr. 798 din 11.02.2000**. *În scopul executării acesteia, Guvernul a adoptat o serie de acte normative:*

1) Hotărârea Guvernului nr. 872 din 22.08.00 cu privire la crearea Agenției Naționale de Turism;

2) Hotărârea Guvernului nr. 615 din 11.07.01 despre aprobarea Regulamentului cu privire la Registrul turismului;

3) Hotărârea Guvernului nr. 705 din 23.07.01 cu privire la constituirea fondului special de promovare și dezvoltare a turismului;

4) Hotărârea Guvernului nr. 1470 din 27.12.01 cu privire la introducerea contractului turistic „voucher”-ului turistic și fișei de evidență statistică a circulației turiștilor la frontiera Republicii Moldova;

5) Hotărârea Guvernului nr. 74 din 28.01.02 cu privire la ameliorarea situației din industria turismului;

6) Hotărârea Guvernului nr. 215 din 22.02.02 cu privire la evidența circulației turiștilor în punctele de trecere a frontierei de stat.

Din păcate, adoptarea acestor hotărâri n-a schimbat esențial situația, deoarece n-au fost elaborate mecanismele de implementare atât a prevederilor Legii Turismului, cât și a hotărârilor guvernamentale în domeniu. Astfel, n-au fost elaborate amendamentele legislative necesare pentru armonizarea legislației turistice cu alte prevederi legale inițiate anterior sau în alte domenii conexe. La momentul actual, legislația turistică națională trebuie să fie armonizată cu legislația Uniunii Europene în domeniu, iar pentru crearea unui mediu economic stimulativ de dezvoltare a turismului este necesară elaborarea unor noi acte normative și hotărâri. *În acest sens, pentru perspectiva imediat următoare devine necesară elaborarea și aprobarea etapizată a următoarelor documente normative:*

- Regulamentul privind constituirea, funcționarea și gestionarea Fondului Special pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului;
- Regulamentul privind efectuarea evidenței circulației turistice pe teritoriul Republicii Moldova;
- Normele metodologice privind activitatea de comercializare a serviciilor turistice, criteriile și metodologia de acordare a licențelor și brevetelor de turism;
- Reglementările privind promovarea și dezvoltarea turismului rural în R.Moldova;
- Reglementările și normele privind dezvoltarea turismului social în Moldova;
- Normele metodologice privind selecționarea, școlarizarea, atestarea, utilizarea și atribuțiile ghizilor de turism;
- Reglementările și normele privind dezvoltarea turismului viticol în R.Moldova;

- Reglementările și normele privind dezvoltarea turismului balnear în R.Moldova;
- Reglementările privind dezvoltarea și promovarea turismului cultural în Republica Moldova.

3.2. Elaborarea organigramelor și repartizarea funcțiilor manageriale în cadrul structurilor organizatorice din turism

Este evident că dezvoltarea turismului în Republica Moldova necesită organizare, planificare și dirijare la nivel de stat. Aceste funcții trebuie să fie realizate de o structură organizatorică de stat. Această structură determină politica și strategia statului în domeniul turismului. Conform art. 5 al Legii Turismului R.M., a fost prevăzută crearea ***Agenției Naționale de Turism***.

Funcțiile de bază ale Agenției Naționale de Turism sunt următoarele:

- elaborarea strategiei naționale de dezvoltare a turismului;
- elaborarea și promovarea actelor normative ce țin de domeniul activităților de turism;
- reprezentarea intereselor statului în problemele turismului prin intermediul diferitelor organisme internaționale;
- armonizarea documentelor normative din domeniul turismului cu prevederile OMT și reglementările existente în Uniunea Europeană;
- coordonarea programelor de asistență tehnică acordate de UE și OMT;
- organizarea activității de promovare turistică a R.Moldova prin activități specifice de promovare;
- organizarea diferitelor simpozioane și congrese în problemele turismului;
- orientarea activităților de cercetare în turism;
- organizarea evidenței și atestării patrimoniului turistic;
- constituirea și gestionarea Fondului Special pentru

Promovarea și Dezvoltarea Turismului;

- avizarea documentelor de urbanism privind zonele turistice și documentațiile privind construcțiile din domeniul turismului;
- instituirea Registrului turismului prin gestionarea bazei de date și a sistemului informațional din domeniul turismului;
- de inițiere și propunere Guvernului a unor proiecte de documente normative privind accelerarea procesului de privatizare în turism;
- acordarea de consultații de specialitate și coordonare metodologică privind privatizarea în turism;
- asigurarea controlului calității serviciilor și autorizării agenților economici din turism;
- organizarea pregătirii și perfecționării cadrelor pentru turism;
- organizarea și supravegherea activității editoriale, promoționale și de publicitate în domeniul turismului.

În țările cu tradiții în turism, funcționarea instituțiilor turistice naționale are drept scop organizarea activității și asigurarea dezvoltării sectorului turistic. Aceste structuri coordonează activitatea de promovare a turismului național și reglementează programele de amenajare turistică regională [116;117;124].

În cadrul unui stat cu o structură unitară, aceste organisme aparțin unui minister al turismului sau unui departament, autoritate sau agenție de pe lângă guvern sau în cadrul unui minister.

În țările cu turism dezvoltat, alături de administrațiile naționale de turism, care au diverse forme, funcționează o serie de organizații specializate în subsisteme ale industriei turistice ce coordonează, pe plan național, regional sau local, activități din domeniul transporturilor turistice, din sectorul hotelier, al serviciilor de alimentație și de agrement [141;142;144; 150].

Istoria de funcționare a administrației publice centrale de turism din Republica Moldova a cunoscut deja anumite transformări: Agenția Națională de Turism s-a restructurat în Departamentul Dezvoltarea Turismului (2003), iar după alegerile parlamentare din 2005, coordonarea turismului este realizată de Ministerul Culturii și Turismului.

Din păcate, aceste transformări structurale ale administrației publice centrale în domeniul turismului n-au contribuit la îmbunătățirea managementului și la soluționarea problemelor din domeniu.

Pentru ca activitatea administrației naționale de turism să poată avea o eficiență rapidă, această structură trebuie să fie formată pe lângă Guvern. În scopul optimizării funcțiilor manageriale considerăm că structura organizatorică a administrației naționale de turism trebuie să fie constituită din următoarele subdiviziuni (figura 3.2.(1)):

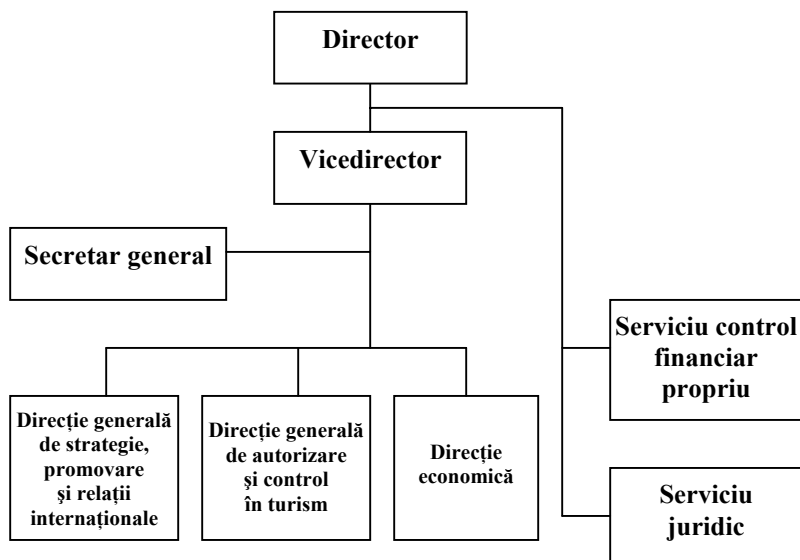


Figura 3.2(1). Structura organizatorică a administrației naționale de turism

Atribuțiile și sarcinile compartimentelor din aparatul administrației naționale de turism, de regulă, se stabilesc prin regulament de organizare și se aprobă de către guvern.

Activitatea administrației naționale de turism este condusă de un director, ajutat de un vicedirector, numiți prin decizia primului ministru.

Directorul administrației naționale de turism conduce întreaga activitate a acesteia și o reprezintă în raporturile cu ministerele și cu alte autorități ale administrației publice, cu organizații din țară și străinătate.

Directorul administrației naționale de turism emite ordine și instrucțiuni ce țin de activitatea administrației naționale de turism. El este ordonatorul principal de credite bugetare.

Secretarul general al administrației naționale de turism îndeplinește funcții determinate prin regulament de organizare și funcționare, aprobat de directorul administrației naționale de turism.

În subordinea și coordonarea administrației naționale de turism funcționează:

- Direcția Generală de Autorizare și Control în Turism;
- Direcția Generală de Strategie, Promovare și Relații Internaționale;
- Direcția Economică.

În structura administrației naționale de turism funcționează serviciile interne:

- de control financiar propriu;
- juridic.

Dir ecția Generală de Autorizare și Control în Turism este o instituție publică abilitată să desfășoare activități de autorizare în domeniul turismului.

Acesta are ca obiect principal de activitate:

- licențierea agenților de turism;
- clasificarea structurilor de primire turistice;
- brevetarea personalului de specialitate;

- controlul calității serviciilor din turism;
- controlul constituirii Fondului Special pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului;
- acordarea consultanței tehnice în vederea avizării documentelor de urbanism privind zonele și stațiunile turistice și a actelor tehnice privind construcțiile din domeniul turismului.

Direcția Generală de Strategie, Promovare și Relații Internaționale este o instituție publică abilitată să desfășoare activități de promovare turistică a Republicii Moldova atât pe piața internă, cât și pe piețele externe.

Direcția Generală de Strategie, Promovare și Relații Internaționale are următoarele obiective:

- elaborarea strategiilor de dezvoltare turistică a Republicii Moldova;
- elaborarea conceptelor programelor anuale de dezvoltare turistică a R.Moldova;
- colaborarea cu alte ministere și departamente privind elaborarea unor strategii comune de dezvoltare turistică a țării;
- conlucrarea cu administrațiile publice locale privind elaborarea planurilor de amenajare turistică teritorială și determinarea direcțiilor de dezvoltare teritorială;
- efectuarea diferitelor activități de promovare turistică a Moldovei prin intermediul birourilor de promovare și informare turistică;
- exercitarea funcțiilor de colaborare internațională în domeniul turismului.

Direcția Economică are următoarele atribuții:

- valorificarea și atestarea patrimoniului turistic național;
- efectuarea studiilor de fezabilitate a proiectelor de amenajare turistică;
- efectuarea studiilor de evaluare economico-financiară a obiectivelor turistice, destinate privatizării;

- valorificarea economică a activității administrației naționale de turism.

Realizarea acestor funcții, atribuite prin lege de către administrația națională de turism, poate fi asigurată doar respectând următoarele criterii:

- determinarea structurii organizatorice optime a administrației naționale de turism;
- stabilirea numărului optimal de personal, necesar pentru funcționarea eficientă a administrației naționale de turism;
- selectarea personalului după criteriul profesional: studii de specialitate și experiență profesională.

Perioada scurtă de activitate a administrației naționale de turism din Republica Moldova (2000-2005) reflectă multe lacune și deficiențe:

- lipsa personalului calificat;
- motivarea slabă a angajaților;
- lipsa unei politici guvernamentale în domeniul turismului;
- schimbări de structură neargumentate și altele.

Ca rezultat, coordonarea guvernamentală a turismului în țară rămâne a fi încă neeficientă, iar prevederile Legii Turismului nu sunt respectate.

Astfel, din 2000 până în 2005 nu s-au realizat câteva direcții prioritare ale Legii Turismului:

- nu s-au efectuat inventarierea și atestarea patrimoniului turistic al R.Moldova;
- nu s-au întreprins măsuri urgente pentru organizarea evidenței circulației turistice;
- nu s-au creat servicii de specialitate în teritoriu și altele.

O direcție deosebit de importantă, determinată de lege, este organizarea coordonării activității turistice în teritoriu.

În scopul coordonării administrația națională de turism, în colaborare cu autoritățile publice locale, trebuie să contribuie la

crearea serviciilor de specialitate din turism în teritoriu.

Aceste servicii trebuie să fie formate din reprezentanți regionali, care își vor desfășura activitatea cu sprijinul și colaborarea unor specialiști desemnați de consiliile județene și locale, asociațiile profesionale și organizațiile nonguvernamentale din turism.

Serviciile de specialitate la nivel local vor avea următoarele atribuții:

- elaborarea și promovarea propunerilor privind dezvoltarea turistică a teritoriului dat;
- valorificarea și inventarierea principalelor resurse turistice din teritoriu;
- omologarea traseelor turistice din teritoriu;
- antrenarea populației locale în activitatea turistică;
- efectuarea lucrului de formare și educare a populației locale privind posibilitățile eventuale de dezvoltare a turismului în teritoriu și necesitatea protecției patrimoniului turistic;
- antrenarea populației locale la prestarea serviciilor de calitate pentru turiști;
- antrenarea populației locale la efectuarea diferitelor lucrări, ce țin de protecția mediului înconjurător și ameliorarea potențialului turistic;
- efectuarea serviciilor de promovare turistică în teritoriu;
- crearea condițiilor favorabile pentru activitatea agenților economici din turism în teritoriu;
- avizarea cererii agenților economici din teritoriu privind eliberarea licenței pentru desfășurarea activității turistice;
- înaintarea propunerilor privind suspendarea sau retragerea licenței de turism a agenților economici din raza teritorială, care nu-și onorează toate obligațiunile conform legii;

- înființarea și gestionarea fondurilor extrabugetare pentru promovarea și realizarea proiectelor de amenajare turistică teritorială;
- crearea condițiilor pentru dezvoltarea diferitelor forme de turism în teritoriu, în funcție de prioritățile potențialului turistic teritorial.

Dezvoltarea turismului în Republica Moldova ar putea promova o creștere economică, contribuind la crearea noilor locuri de muncă, pentru că, conform datelor OMT, deservirea complexă a unui turist echivalează cu crearea a 9 locuri de muncă, costul cărora e de 20 de ori mai mic decât în industrie. Dar realizarea practică a diferitelor programe de dezvoltare și promovare turistică în R.Moldova va fi posibilă numai atunci, când vor fi consultați toți actorii filierei turistice.

Dezvoltarea turismului în Moldova poate fi realizată numai pe principii de colaborare și coordonare.

În scopul realizării acestor principii, pentru elaborarea și promovarea strategiei de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, s-a propus instituirea Consiliului Consultativ al Turismului, care este susținut juridic (art. 5 (5), cap. II al Legii Turismului), va îndeplini funcții de consultanță și coordonare în promovarea diferitelor programe turistice, precum și de elaborare a documentelor normative.

Din păcate, acest Consiliu, timp de 5 ani, n-a fost format.

Totodată, acest consiliu ar putea asigura o mai bună conlucrare între sectoarele public și privat, contribuind la promovarea unei dezvoltări durabile în turism.

Considerăm oportună participarea, în cadrul acestui consiliu, a reprezentanților următoarelor structuri:

- Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene;
- Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare;
- Departamentul „Moldsilva”;
- Ministerul Educației, Tineretului și Sportului;
- Ministerul Economiei și Comerțului;

- Ministerul Industriei și Infrastructurii;
- Ministerul Transportului și Gospodăriei Drumurilor;
- Ministerul Sănătății și Protecției Sociale;
- Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale;
- Ministerul Afacerilor Interne;
- industria hotelieră;
- agențiile de turism;
- companiile aeriene;
- organizațiile neguvernamentale;
- sindicatele;
- turismul balnear;
- întreprinderile de alimentație publică (restaurante, baruri);
- întreprinderile producătoare de băuturi spirtoase din Republica Moldova (Cricova, Cojușna, Mileștii Mici, Bălți, Ialoveni, Stăuceni, Ciurimă etc.);
- administrația publică locală;
- Mitropoliile Moldovei și a Basarabiei;
- oameni de știință și de afaceri;
- profesioniști din turism.

Realizarea practică a concepției politicii turistice, bazată pe principii de colaborare și cooperare, poate fi prezentată printr-un eventual model, în care sunt determinate obiectivele strategice, planul de acțiuni și cooperarea diferitor executanți (tab. 3.2(1)).

Tabelul 3.2(1)

**Planul de realizare a obiectivelor strategice în cadrul
politicii turistice (cazul Republicii Moldova)**

Obiective	Acțiuni	Executanți
1	2	3
I. Asigurarea științifică și metodologică		
1. Elaborarea programului național de dezvoltare a turismului intern și a turismului internațional receptor	1.1. Antrenarea diferitelor instituții în elaborarea produselor turistice naționale pe bază de concurs 1.2. Crearea concepției produsului turistic național în scopul promovării pe piețele externe	Ministerul Culturii și Turismului, instituții și organizații pe bază de concurs Ministerul Culturii și Turismului, instituții și organizații pe bază de concurs
2. Efectuarea studiului pieței turistice a Republicii Moldova și elaborarea prognozelor de dezvoltare	2.1. Studiul ofertei turistice 2.2. Studiul cererii turistice 2.3. Evaluarea prețurilor și tarifelor 2.4. Prognoze	Ministerul Culturii și Turismului, Biroul Național de Statistică, instituții științifice și de învățământ pe bază de concurs
3. Elaborarea programelor de dezvoltare pentru diferite forme de turism	3.1. Turismul balnear 3.2. Turismul viti-vinicol 3.3. Turismul rural 3.4. Turismul ecologic 3.5. Turismul itinerant cu valențe culturale	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Sănătății și Protecției Sociale, Moldsindbalneoservice Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin” Ministerul Culturii și Turismului, ANTREC, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale Ministerul Culturii și Turismului, Mitropolia Moldovei și a Basarabiei
4. Elaborarea mecanismelor economice și legislative de reglementare fiscală a turismului în Republica Moldova	4.1. Elaborarea sistemului de taxe turistice în scopul atragerii încasărilor în bugetul de stat și susținerii financiare a dezvoltării turismului	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Finanțelor
5. Elaborarea standardelor și normativelor tehnice în domeniul turismului și serviciilor hoteliere	5.1. Elaborarea normativelor privind clasificarea structurilor de primire turistică	Ministerul Culturii și Turismului, Serviciul Standardizare și Metrologie

1	2	3
	5.2. Elaborarea normativelor privind clasificarea structurilor de primire rurală 5.3. Elaborarea normativelor privind construcțiile în domeniul turismului	Ministerul Culturii și Turismului, ANTREC, Serviciul Standardizare și Metrologie Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei
6. Elaborarea studiilor privind proiectele investiționale în turism	6.1. Elaborarea proiectelor investiționale pentru diferite forme de turism 6.2. Elaborarea proiectelor investiționale în domeniul hotelier	Ministerul Culturii și Turismului, instituții și organizații pe bază de concurs Ministerul Culturii și Turismului, instituții și organizații pe bază de concurs
II. Reglementarea și organizarea activității turistice		
7. Perfecționarea sistemului de evidență statistică în domeniul turismului și serviciilor hoteliere	7.1. Elaborarea normelor privind sistemul de indicatori statistici ai turismului	Ministerul Culturii și Turismului, Biroul Național de Statistică
	7.2. Elaborarea normelor privind implementarea Contului Satelit în Turism	Ministerul Culturii și Turismului, Biroul Național de Statistică, experți OMT
8. Perfecționarea structurii organizatorice a Ministerului Culturii și Turismului și completarea acesteia cu cadre	8.1. Crearea Direcției Generale de Autorizare și Control în Turism în cadrul Ministerului Culturii și Turismului,	Ministerul Culturii și Turismului
	8.2. Crearea Direcției de Strategie, Promovare și Relații Internaționale în cadrul Ministerului Culturii și Turismului	Ministerul Culturii și Turismului
9. Organizarea expozițiilor și târgurilor de turism. Asigurarea participării la expoziții turistice internaționale	9.1. Organizarea expoziției naționale anuale specializate în turism	Ministerul Culturii și Turismului, MoldExpo, firme turistice naționale și străine, hoteluri
	9.2. Delimitarea târgurilor internaționale prioritare și participarea la acestea	Ministerul Culturii și Turismului, MoldExpo, firme turistice naționale, hoteluri
10. Organizarea conferințelor și simpoziunelor pe problemele dezvoltării turismului	10.1. Organizarea unei conferințe anuale cu reprezentanți guvernamentali	Ministerul Culturii și Turismului
	10.2. Organizarea conferințelor științifice	Ministerul Culturii și Turismului, instituții de învățământ

1	2	3
11. Elaborarea sistemului de pregătire profesională continuă a angajaților din industria turistică	11.1. Elaborarea programelor de pregătire profesională în domeniul turismului 11.2. Elaborarea programelor de perfecționare a cadrelor din domeniul turismului	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Educației, Tineret și Sportului, instituții de învățământ Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Educației, Tineret și Sportului, instituții de învățământ
12. Asigurarea funcționării Consiliului Consultativ al Turismului pe lângă Ministerul Culturii și Turismului	12.1. Elaborarea mecanismului de funcționare a Consiliului Consultativ al Turismului pe lângă Ministerul Culturii și Turismului	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerele și departamentele vizate
13. Crearea serviciilor de specialitate în teritoriu	13.1. Crearea serviciilor de specialitate în domeniul turismului în cadrul administrațiilor publice locale la nivel județean, completate cu un specialist	Ministerul Culturii și Turismului, administrațiile publice locale
14. Elaborarea sistemului de măsuri privind stimularea turismului receptor	14.1. Elaborarea mecanismului de stimulări fiscale pentru firmele turistice 14.2. Facilitarea vizelor de intrare în Republica Moldova pentru turiștii străini	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Finanțelor Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, Ministerul Finanțelor
III. Promovarea produsului turistic național pe piața internă și externă		
15. Elaborarea concepției de marketing și a sistemului de promovare a produsului turistic național	15.1. Elaborarea concepției de marketing turistic 15.2. Elaborarea programului de promovare a produsului turistic național prin acțiuni de editare și difuzare a suporturilor informaționale (cataloage, broșuri, pliante, ghiduri, CD-uri, filme etc.)	Ministerul Culturii și Turismului, instituții pe bază de concurs Ministerul Culturii și Turismului, instituții pe bază de concurs
16. Crearea bazei informaționale despre firmele turistice naționale și internaționale	16.1. Crearea bazei de date despre firmele turistice naționale 16.2. Crearea bazei de date despre firmele turistice străine	Ministerul Culturii și Turismului, Camera de Licențiere Ministerul Culturii și Turismului
17. Perfecționarea și extinderea web-site-ului www.turism.md	17.1. Perfecționarea și extinderea site-ului oficial al Ministerului Culturii și Turismului	Ministerul Culturii și Turismului

1	2	3
18. Delimitarea obiectivelor de interes turistic prioritar, destinate amenajării turistice	18.1. Identificarea stațiunilor balneare pentru amenajare 18.2. Identificarea obiectivelor potențialului turistic natural pentru amenajare 18.3. Identificarea obiectivelor potențialului turistic cultural-istoric pentru amenajare	Ministerul Culturii și Turismului, Moldsindbalneoservice, stațiuni balneare Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei Ministerul Culturii și Turismului
19. Elaborarea planurilor de amenajare turistică teritorială și dezvoltarea infrastructurii turistice	19.1. Elaborarea planului național de amenajare turistică teritorială 19.2. Elaborarea planurilor teritoriale încadrate în planul național de amenajare turistică	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale, administrațiile publice locale
20. Formarea pachetului de proiecte investiționale în domeniul infrastructurii turistice	20.1. Elaborarea proiectelor investiționale în domeniul construcției structurilor de primire, amenajării accesului și zonelor de agrement	Ministerul Culturii și Turismului, instituții și organizații în bază de concurs, Ministerul Finanțelor
21. Elaborarea normativelor privind sistemul de evidență statistică a turismului	21.1. Elaborarea sistemului de indicatori privind măsurarea impactului economic al turismului	Biroul Național de Statistică, Ministerul Culturii și Turismului, instituții pe bază de concurs
22. Elaborarea mecanismului de amendamente legislative ale Legii Turismului cu alte prevederi legale	22.1. Armonizarea Legii Turismului cu legislația națională	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului
1	2	3
23. Armonizarea legislației turistice naționale cu legislația Uniunii Europene în domeniul turismului	23.1. Armonizarea legislației turistice naționale cu Recomandările Consiliului Europei: Recomandarea CE 1009 (1985) privind turismul și agricultura Recomandarea CE 1133 (1990) privind politica europeană a turismului Recomandarea Comitetului de Miniștri al CE R (94) 7 privind politica generală de dezvoltare a turismului durabil Recomandarea Comitetului de Miniștri al CE R (95) 10 privind politica de dezvoltare a turismului durabil în zonele protejate	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului

1	2	3
24. Elaborarea actelor normative privind reglementarea și crearea condițiilor de dezvoltare a diferitelor forme de turism	24.1. Elaborarea Legii turismului rural	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
	24.2. Elaborarea regulamentului privind organizarea turismului viti-vinicol	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin”
	24.3. Elaborarea regulamentului privind organizarea turismului balnear	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului Ministerul Sănătății și Protecției Sociale
	24.4. Elaborarea normelor privind organizarea turismului ecologic în zonele naturale protejate	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale
	24.5. Elaborarea normelor privind valorificarea obiectivelor cultural-istorice în cadrul activității turistice	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului
25. Elaborarea actelor normative privind asigurarea securității vizitatorilor în Republica Moldova	25.1. Elaborarea normelor privind protecția vizitatorilor pe teritoriul Republicii Moldova	Ministerul Justiției, Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Afacerilor Interne, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene și Departamentul Trupelor de Grăniceri
26. Elaborarea și promovarea acordurilor interguvernamentale de colaborare în domeniul turismului	26.1. Elaborarea mecanismelor de implementare a acordurilor interguvernamentale încheiate	Ministerul Culturii și Turismului, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene
	26.2. Elaborarea proiectelor de noi acorduri	Ministerul Culturii și Turismului Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene
27. Elaborarea sistemului legislativ de reglementare și stimulare a serviciilor de transport pentru turiști	27.1. Elaborarea de norme privind clasificarea autocarelor pentru transportul turiștilor	Ministerul Transporturilor, Serviciul Standardizare și Metrologie,
	27.2. Elaborarea de norme privind facilitarea transportului de pasageri pentru turismul organizat	Ministerul Culturii și Turismului Ministerul Transporturilor și Gospodăriei Drumurilor, companiile transportatoare

Sursa: elaborarea autorului

3.3. Cooperarea și integrarea internațională a Republicii Moldova în domeniul turismului

Evaluarea dinamicii turismului internațional ne permite să constatăm că anume turismul s-a dovedit a fi generatorul

integrării internaționale. Integrarea turistică este relevantă mai ales pentru continentul european, care prezintă cel mai înalt grad de concentrare a circulației turistice din lume.

Consecințele globale ale integrării turistice europene se reflectă în promovarea pe piața mondială a turismului a unei oferte europene unice, adresate unei clientele internaționale. Sistemele globale de rezervare, atât pentru industria hotelieră, cât și cele aplicate în transportul aerian, accentuează caracterul integraționist al ofertei europene față de cererea externă.

Una din premisele principale ale integrării internaționale prin turism este libera circulație a oamenilor.

Capacitatea și dreptul de liberă circulație în Europa au fost afirmate la Conferința de la Helsinki (1975), ca mai apoi să fie întreprinse măsuri concrete pentru micșorarea obstacolelor formale, administrative și voluntare. Acțiunile OECD și OMT au determinat eliminarea treptată a formalităților privind circulația internațională a persoanelor. Astfel, în 1984, prin Acordul de la Fontainebleau și ulterior prin articolul 8 al Actului Unic European, au fost afirmate principiile suprimării frontierelor și doleanța de a construi o Europă unică pentru europeni. Aceste acțiuni au facilitat schimburile turistice în interiorul frontierelor Pieței Comune, iar punerea în circulație a monedei unice europene euro stimulează în mod direct dezvoltarea economică și financiară a industriei turistice europene.

Libera circulație a persoanelor în contextul juridic internațional este definită prin următoarele dispoziții:

- art. 13 § 2 al Declarației Universale a Drepturilor Omului;
- art. 12 §2 al Pactului internațional cu privire la drepturile civile și politice;
- art.22 § 2 al Convenției americane cu privire la drepturile omului;
- art. 12 §2 al Cartei africane a drepturilor omului și ale popoarelor.

Un rol important în promovarea principiilor de liberă circulație îi revine cooperării politice. Experiența Consiliului Europei a demonstrat că colaborarea tehnică în domeniul controlului și

promovării deplasării persoanelor și elaborarea normelor juridice este insuficientă fără cooperarea politică dintre state.

Există situații în care anumite obstacole frânează libera circulație. De exemplu, mișcările migratorii și prezența minorităților naționale, cererea de azil politic sau ieșirea de pe teritoriul național a persoanelor arestate sau condamnate la pedepse importante, plecarea cetățenilor din țările sărace la lucru în alte țări sub pretextul călătoriilor turistice.

În contextul soluționării unor asemenea situații, se impune o cooperare politică interstatală intensivă, pentru ca beneficierea de dreptul la libera circulație a persoanelor în interiorul și în afara frontierei europene comune să nu fie problematică.

Cooperarea europeană în domeniul turismului este bazată pe contribuția adusă de turismul internațional la dezvoltarea înțelegerii reciproce dintre popoare, la o cunoaștere sporită a realizărilor altor țări în diferite domenii. ***Actul final al Conferinței pentru Securitate și Cooperare în Europa*** din 1.08.1975 a determinat obiectivele principale ale promovării turismului pe continentul european și condițiile de cooperare și integrare prin turism, statele participante exprimându-și intenția de a încuraja creșterea turismului atât pe baza individuală, cât și colectivă, *punându-se accentul pe următoarele direcții:*

- îmbunătățirea infrastructurii turistice;
- realizarea de proiecte turistice comune;
- efectuarea schimbului de informații, inclusiv de legi și reglementări adecvate, îmbunătățirea statisticii pentru a putea fi comparată mai ușor;
- înlesnirea activității agențiilor străine de voiaj și a companiilor străine de transport de pasageri pentru promovarea turismului internațional;
- favorizarea turismului în afara sezonului de vârf;
- efectuarea schimbului de specialiști și stagii în domeniul turismului;
- realizarea unor studii comune privind uniformizarea

clasificării hoteliere și elaborarea itinerarelor turistice comune (două sau mai multe țări).

Acest document a determinat și direcțiile de protecție a patrimoniului turistic european.

Republica Moldova a aderat la Actul european respectiv prin Hotărârea Parlamentului nr. 707 din 10.09.91.

Prin Convenția-Cadru Europeană referitoare la cooperarea transfrontalieră a colectivităților sau autorităților teritoriale din 21.05.1980, Consiliul Europei a determinat importanța pe care o poate avea cooperarea autorităților teritoriale frontaliere în problemele dezvoltării regionale, urbane și rurale, protecției mediului înconjurător, ameliorării infrastructurilor și dezvoltării turismului. Prin această convenție statele-membre ale Consiliului Europei se angajează să faciliteze și să promoveze turismul dintre autoritățile teritoriale, realizând proiecte comune. Acest document a fost ratificat de Legislativul R.Moldova prin Hotărârea Parlamentului nr.596 – XIV din 24.09.99.

În 1983, Consiliul Europei, prin Documentul final al Reuniunii de la Madrid a reprezentanților statelor participante, abordează problema facilitării contactelor dintre persoane, cooperarea și schimburile în domeniul culturii, educației și științei, astfel contribuind legal la creșterea numărului de călătorii în scop personal, cultural, educațional și științific.

Republica Moldova a aderat la documentul respectiv prin Hotărârea Parlamentului nr. 707-XII din 10.09.1991.

Carta de la Paris pentru o nouă Europă din 21.11.1990, la care a aderat și Moldova prin Hotărârea Parlamentului nr. 707 –XII din 10.09.1991, a determinat noile dimensiuni de dezvoltare și cooperare în Europa, chemând toate popoarele europene să se reunească într-o Europă liberă pentru a soluționa problemele complexe prin acțiuni comune. Acest for a menționat că libertatea de mișcare și de contacte dintre cetățeni, precum și libera circulație a informației și ideilor sunt esențiale pentru menținerea și dezvoltarea societăților libere, iar intensificarea turismului și a

călătoriilor contribuie la integrarea europeană.

Aderarea Republicii Moldova la principalele documente europene creează premise favorabile pentru cooperarea în cadrul turismului internațional.

Extinderea cooperării europene pentru țara noastră a fost susținută de Consiliul Europei prin semnarea Acordului de parteneriat și cooperare dintre comunitățile europene și statele lor membre, pe de o parte, și Moldova, pe de altă parte, din 28.11.1994 (ratificat prin Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr. 627 – XIII din 3.11.1995), în care s-a pus accentul pe dezvoltarea unui sector de servicii cu caracter de piață în R.Moldova. Consiliul de cooperare a determinat direcțiile strategice privind susținerea dezvoltării economice prin inițierea proiectelor comune în domeniul transporturilor, standardelor și evaluării gradului de conformitate; științei și tehnologiei; instruirii și pregătirii cadrelor; agriculturii și sectorului agroindustrial; mediului înconjurător; dezvoltării regionale; cooperării sociale; serviciilor financiare; informării și comunicării; cooperării în domeniul statisticii; protecției consumatorilor și dezvoltării turismului.

Cooperarea în domeniul turismului (art.69) prevede favorizarea schimburilor turistice, asigurarea colaborării dintre organele oficiale de turism, organizarea acțiunilor turistice comune, asigurarea pregătirii cadrelor în vederea dezvoltării turismului în Republica Moldova. Astfel, cooperarea economică europeană este orientată să contribuie la procesul de reformă și redresare economică și la dezvoltarea durabilă a R.Moldova.

Direcțiile integrării internaționale a Republicii Moldova prin turism, de asemenea, sunt stipulate de acordurile internaționale bilaterale și multilaterale.

Acordul de colaborare în domeniul turismului al statelor CSI, la care Moldova este parte (23.12.1993), a determinat prioritatea cooperării turistice dintre state, conducându-se de Declarația de la Manila privind turismul mondial (1980) și de Declarația de la Haga privind turismul (1989), precum și de alte tratate și acte

internaționale. Prin prezentul Acord, Comunitatea Statelor Independente consideră că colaborarea în domeniul turismului are menirea de a facilita consolidarea înțelegerii reciproce dintre popoare, a păcii civice și a valorilor general-umane.

Colaborarea și integrarea turistică a Republicii Moldova în cadrul CSI se bazează pe realizarea mai multor acțiuni comune:

- cooperarea reciproc avantajoasă pe linia organizațiilor turistice guvernamentale, asociațiilor, societăților, firmelor și întreprinderilor naționale și regionale;
- formarea spațiului turistic unic prin unificarea actelor normativ-juridice în domeniul turismului, introducerea sistemului unic internațional de clasificare a mijloacelor de cazare și a serviciilor turistice;
- elaborarea rutelor turistice comune atât pentru turismul organizat, cât și pentru turismul individual;
- simplificarea formalităților la trecerea frontierelor;
- colaborarea organelor de stat în problemele gestionării turismului;
- elaborarea strategiei comune de dezvoltare a turismului;
- realizarea programelor interstatale de dezvoltare complexă a industriei turismului și inițierea proiectelor comune de valorificare a regiunilor turistice;
- susținerea reciprocă în domeniul pregătirii cadrelor pentru turism;
- asigurarea schimbului de informație statistică în domeniul turismului;
- acordarea ajutorului reciproc în domeniul colaborării internaționale în calitate de membri ai Organizației Mondiale a Turismului;
- realizarea decontărilor reciproce dintre organizațiile turistice în baza acordurilor bilaterale și multilaterale.

Dinamica cooperării interguvernamentale a Republicii Moldova în domeniul turismului a fost marcată prin semnarea următoarelor *acorduri bilaterale și protocoale de colaborare:*

- Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul României cu privire la călătoriile reciproce ale cetățenilor – august 1991;
- Acord de colaborare în domeniul turismului, încheiat între Ministerul Tineretului, Sportului și Turismului al Republicii Moldova și Administrația Națională de Turism a Republicii Populare Chineze (06.11.1992);
- Acord, încheiat între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Republicii Turcia privind colaborarea în domeniul turismului (23.06.1993);
- Protocol între Compania de Stat „Moldova-Tur” din Republica Moldova și Ministerul Turismului din România (21.02.1995) privind colaborarea în domeniul turismului;
- Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Republicii Uzbekistan privind colaborarea în domeniul turismului (21.11.1995);
- Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Republicii Kârgâzstan privind colaborarea în domeniul turismului (10.06.1996);
- Acord între Reprezentantul Guvernamental al Republicii Moldova „Moldova-Tur” S.A. și Ministerul Industriei, Comerțului și Turismului al Republicii Ungare privind colaborarea în domeniul turismului (27.10.1997).

*Prin Acordul de colaborare cu **Republica Populară Chineză** (1992) s-au stabilit câteva direcții principale de cooperare în turism:*

- încurajarea dezvoltării activităților turistice prin agențiile și organizațiile de turism ale ambelor țări;
- colaborarea organizațiilor turistice în vederea stabilirii și renovării facilităților turistice;
- schimbul de informație prin intermediul departamentelor de turism;
- schimbul de delegații oficiale în domeniul turismului.

*Acordul de colaborare cu **Republica Turcia** (1993) determină*

deja într-un mod mai desfășurat condițiile și posibilitățile de dezvoltare a relațiilor bilaterale în domeniul turismului:

- facilitarea dezvoltării turismului sub diverse forme acceptate de practica internațională, inclusiv turism organizat în grup și individual, turism pentru tineret, turism balnear și de tratament, turism științific și de afaceri, călătoriile turistice în vederea participării la expoziții, târguri și manifestări cultural-sportive;
- crearea condițiilor necesare pentru încheierea și realizarea contractelor dintre organizațiile turistice din ambele țări privind colaborarea reciprocă la elaborarea proiectelor de construcție și modernizare a obiectivelor turistice, crearea infrastructurii hoteliere, dezvoltare a sectorului de prestare a serviciilor turistice, inclusiv de transport pentru turiști;
- realizarea schimbului de specialiști, grupe și delegații de experți în domeniul turismului;
- organizarea expozițiilor, târgurilor, congreselor, conferințelor, simpoziunilor și seminarelor;
- efectuarea schimbului reciproc de studenți la specialitățile turistice în vederea studierii în instituțiile de învățământ superior din ambele țări;
- acordarea reciprocă a posibilităților de specializare a cadrelor de conducere și specialiștilor din domeniul turismului, firmelor și organizațiilor turistice, precum și a lucrătorilor din hoteluri și restaurante;
- facilitarea reciprocă a deschiderii birourilor turistice de informații la Chișinău și Ankara;
- încurajarea simplificării formalităților controlului de frontieră pentru turiștii din ambele țări;
- promovarea reciprocă a materialelor informaționale și de reclamă turistică.

*Protocolul de colaborare în domeniul turismului cu **România** (1995) asigură dezvoltarea relațiilor turistice dintre ambele țări prin stabilirea unor direcții strategice de cooperare și integrare:*

- efectuarea acțiunilor reciproce privind diversificarea

continuă a programelor turistice, inclusiv stabilirea de programe comune, care să cuprindă trasee ce străbat teritoriile Republicii Moldova și României;

- favorizarea dezvoltării cooperării dintre societăți comerciale și agenți economici din Moldova și România în domeniul turismului;
- constituirea societăților mixte, cu participarea agenților economici din R.Moldova și România;
- acordarea burselor pentru studii de specialitate de către Ministerul Turismului din România;
- organizarea specializării profesionale în România a personalului de conducere din agențiile de turism, hoteluri și restaurante din Republica Moldova;
- sprijinirea organizării periodice pe bază de reciprocitate a unor congrese, conferințe, simpozioane și seminare bilaterale pe problemele turismului;
- promovarea programelor turistice combinate Republica Moldova – România.

Organizarea pe bază de reciprocitate a acțiunilor de informare și promovare turistică, precum ar fi:

- expoziții, târguri, conferințe de presă;
- proiecții de filme turistice;
- schimburi de ziariști în domeniu;
- schimburi de materiale de reclamă și informare turistică;
- schimburi de experiență și informații privind problemele construcției, cercetărilor științifice în domeniul turismului, participării la organizațiile turistice internaționale.

În cadrul acestui protocol Ministerul Turismului din România s-a angajat, în cazuri de necesitate, să reprezinte Moldova în organizațiile turistice internaționale la care România este membru.

Acordul bilateral dintre Republica Moldova și Republica Uzbekistan (1995) poartă un caracter general, dar poate servi ca un punct de reper pentru extinderea colaborării turistice între aceste două țări.

Acordul dintre Guvernul Republicii Moldova și Guvernul **Republicii Kârgâzstan** (1996) privind colaborarea în domeniul turismului a intrat în vigoare la 11 ianuarie 1998. *Acest acord a fost elaborat în baza recomandărilor Declarației de la Haga privind turismul (1989) și determină următoarele direcții de colaborare:*

- dezvoltarea cooperării egale și reciproc avantajoase în domeniul turismului;
- simplificarea formalităților de frontieră și vamale în conformitate cu legislația din ambele țări;
- efectuarea schimbului de informație din domeniul turismului, inclusiv privind:
 - a) actele legislative și alte acte normative care reglementează schimbul turistic și activitatea turistică;
 - b) situația pieței turistice;
 - c) organizarea de expoziții turistice și alte activități de cooperare turistică.

*Acordul de colaborare în domeniul turismului dintre Republica Moldova și **Republica Ungară** (1997) creează premise juridice pentru dezvoltarea și extinderea relațiilor bilaterale prin realizarea diferitelor activități comune, cum ar fi:*

- dezvoltarea diferitelor forme de turism;
- încheierea contractelor de colaborare dintre firmele și organizațiile turistice privind proiectarea și construcția obiectivelor turistice și crearea infrastructurii hoteliere moderne;
- crearea întreprinderilor mixte în domeniul turismului;
- schimbul de specialiști, grupe și delegații de experți în domeniul turismului;
- organizarea expozițiilor comune, congreselor, conferințelor și simpozioanelor;
- facilitarea deschiderii birourilor turistice de informații, respectiv în Moldova și Ungaria;
- asigurarea schimbului de informații în domeniul activităților de turism în ambele țări.

Activitatea de colaborare internațională în turism se manifestă prin participarea la activitatea organizațiilor internaționale interguvernamentale (asociații, uniuni, societăți etc.) privind cooperarea în domeniul turismului, deși participarea agenților turistici din R.Moldova la activitatea organizațiilor turistice internaționale nonguvernamentale rămâne limitată de insuficiența resurselor financiare.

Astfel, aderarea Republicii Moldova la Organizația Mondială a Turismului prin prezența reprezentantului guvernamental „Moldova-Tur”, care în momentul aderării era o companie de stat (octombrie 1993), a implicat necesitatea onorării unor cotizații de membru care, practic, n-au fost plătite până în 2001 și este regretabil că datoria acumulată (peste 300 mii dolari SUA) a fost în mod automat transferată Agenției Naționale de Turism, creată în 2000. Menționăm că, totuși, în urma negocierilor cu OMT, s-a reușit o reducere esențială a acestei datorii. Pentru țara noastră colaborarea în cadrul OMT a asigurat avantajul obținerii unui suport considerabil prin lansarea proiectului PNUD, realizat de această organizație pentru Guvernul Republicii Moldova – ***MOL/99/010 Dezvoltarea Durabilă a Turismului***, planificat inițial pe un termen de doi ani (până în noiembrie 2002) și prelungit până în 2006. Proiectul PNUD are scopul creării unei baze științifice și metodologice pentru dezvoltarea turismului internațional și a celui intern în Moldova, oferind o asistență tehnică adecvată de planificare durabilă. Unul din obiectivele principale ale proiectului este elaborarea politicii naționale de dezvoltare integrată a turismului pe termen scurt, mediu și lung pentru anii 2005, 2010 și 2015. *Recomandările strategice, preconizate în proiect, sunt axate pe soluționarea următoarelor probleme:*

- necesitatea ameliorării căilor de acces spre R.Moldova și a simplificării formalităților de trecere a frontierei;
- aplicarea concepției de structură geografică națională pentru dezvoltarea turismului;
- perfecționarea produselor turistice naționale prin

îmbunătățirea calității tuturor prestațiilor în cadrul unui produs;

- dezvoltarea turismului cultural prin aplicarea măsurilor de protecție și conservare a patrimoniului cultural. Promovarea itinerarelor bazate pe arheologie, istorie, folclor, artizanat;
- încurajarea dezvoltării turismului rural bazat pe o gamă largă de atracții și activități asociate cu viața satului și îndeletnicirile agricole;
- dezvoltarea ecoturismului, concentrat pe ariile forestiere protejate, cu implicarea localităților limitrofe;
- extinderea activităților de marketing în promovarea țării pe piețele turistice externe;
- dezvoltarea cadrului de planificare, administrare și reglementare a turismului prin acordarea asistenței tehnice Agenției Naționale de Turism în conformitate cu Legea Turismului;
- extinderea procesului de educare și instruire în domeniul turismului;
- încurajarea proiectelor investiționale în turism, incluzând atragerea investițiilor locale în turismul rural și ecoturism și a celor internaționale pentru sectorul privat, public și pentru ONG-urile ce implementează proiecte de domeniu;
- susținerea procesului de coordonare și colaborare strânsă între guvern, sectorul privat și ONG-uri în dezvoltarea și administrarea turismului.

Impactul scontat al acestui proiect, dacă obiectivele de dezvoltare vor fi atinse, iar recomandările pentru dezvoltare vor fi implementate, este că Moldova va dispune de un sector turistic viabil.

Astfel, atât cadrul juridic actual în domeniul cooperării internaționale în turism, cât și asistența tehnică a PNUD-ului prin intermediul OMT creează premise favorabile integrării turistice internaționale a Republicii Moldova și dezvoltării turismului internațional.

Capitolul IV. CRITERII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

4.1. Evoluția circulației turistice – probleme și perspective

Ca fenomen social – economic și cultural – turismul depinde, în evoluția sa, de aproape toate domeniile de activitate a societății.

Circulația turistică internațională se integrează în structura circuitului economic mondial al comerțului cu servicii internaționale, care mai este numit și “comerț invizibil”.

În funcție de locul prestației serviciului, există două categorii distincte de servicii internaționale: prestate dincolo de frontiera vamală a țării prestatorului, cum ar fi transporturile internaționale de călători și mărfuri, telecomunicațiile internaționale ș.a. și cele prestate pe teritoriul vamal al țării prestatorului, cum ar fi turismul internațional, tranzitul, serviciile portuare etc.

Serviciul turistic este valorificat prin potențialul turistic, pe teritoriul țării ofertante, unde are loc consumul.

Aceasta generează venituri în valută egale cu valoarea prestațiilor turistice vândute. Volumul valoric al circulației turistice este înregistrat, atât pentru țările importatoare, cât și pentru cele exportatoare, în balanța de plăți din cadrul balanței turistice. Volumul fizic al circulației turistice internaționale este valorificat prin înregistrările de la frontiera țărilor respective, sub forma “sosirilor” și “plecărilor” de turiști.

Aceste informații statistice sunt completate de înregistrările hoteliere ale numărului de înnoptări generate de către turiștii străini.

Acest indicator arată, totodată, și calitatea ofertei turistice, fiind o bază pentru calcularea duratei medii de sejur.

Astfel, circulația turistică reflectă manifestarea efectivă a cererii turistice care, de fapt, poate fi caracterizată prin două concepții de bază: cererea turistică propriu-zisă și consumul turistic.

Cererea turistică se formează din ansamblul persoanelor care își manifestă dorința de a călători în afara reședinței proprii pentru alte motive decât efectuarea unor activități remunerate la locul de destinație: **consumul turistic** este măsurat de cheltuielile efectuate de cererea turistică pentru achiziționarea unor servicii și bunuri legate de motivația turistică.

Principalii indicatori ai circulației turistice sunt: numărul de turiști, numărul de zile/turist și gradul de ocupare sau coeficientul de utilizare a capacității de cazare.

Situația actuală a turismului în Republica Moldova se datorează neglijării activităților din sfera serviciilor și absenței unei politici argumentate în problemele creării infrastructurilor turistice. O problemă importantă rămâne utilizarea insuficientă a capacităților existente. Nivelul calitativ al capacităților de cazare și venitul obținut din activitatea turistică plasează Moldova printre țările cu un turism nedezvoltat.

Evoluția circulației turistice în R. Moldova în perioada 1993-2003 se manifestă diferit: cu o reducere a numărului total de vizitatori de la 140,4 în 1993 până la 64,4 mii în 1999, iar începând cu anul 2000 se observă o creștere: de la 78,1 mii vizitatori până la 153,4 mii în 2003.

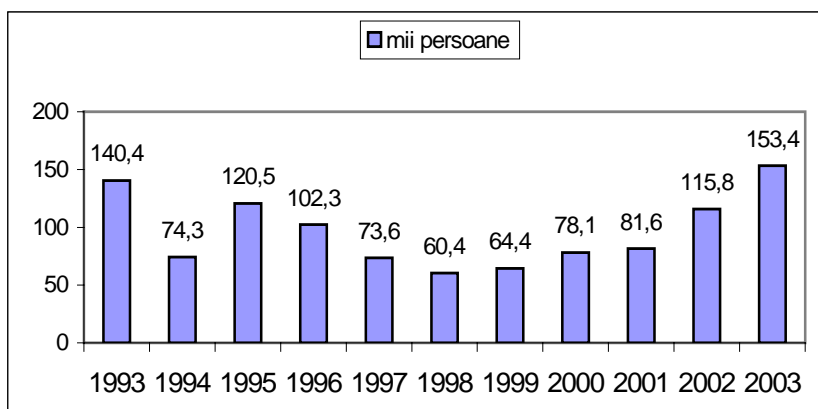


Diagrama 4.1 (1) Evoluția circulației turistice în Republica Moldova în perioada 1993-2000 (mii vizitatori)

Evoluția circulației turistice în cadrul turismului internațional reflectă aceeași tendință. În perioada 1995-2001 atât sosirile, cât și plecările de vizitatori sunt în descreștere (diagrama 4.1 (2)).

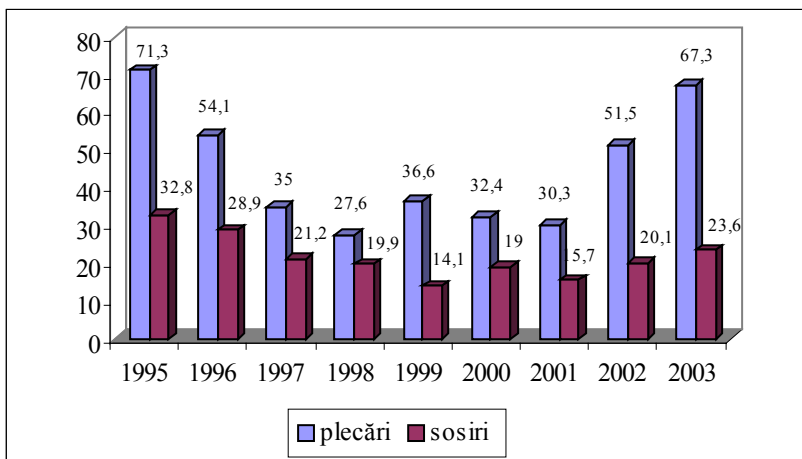


Diagrama 4.1 (2). Dinamica turismului internațional al Republicii Moldova, în perioada 1995-2003 (mii vizitatori)

Sursa: BNS

Datele diagramei 4.1 (2) relevă tendința descreșterii numărului de vizitatori în structura turismului internațional al Republicii Moldova, de la 104,1 mii vizitatori în 1995 până la 90,9 mii în 2003, iar raportul plecărilor și sosirilor de vizitatori ne arată clar că Moldova se manifestă constant ca țară emitentă în cadrul turismului internațional, cu un număr semnificativ de 67,3 mii plecări de vizitatori în anul 2003.

Remarcăm, totuși, tendința pozitivă de creștere a numărului de vizitatori în cadrul turismului intern în perioada 1995-2003 (diagrama 4.1 (3)).

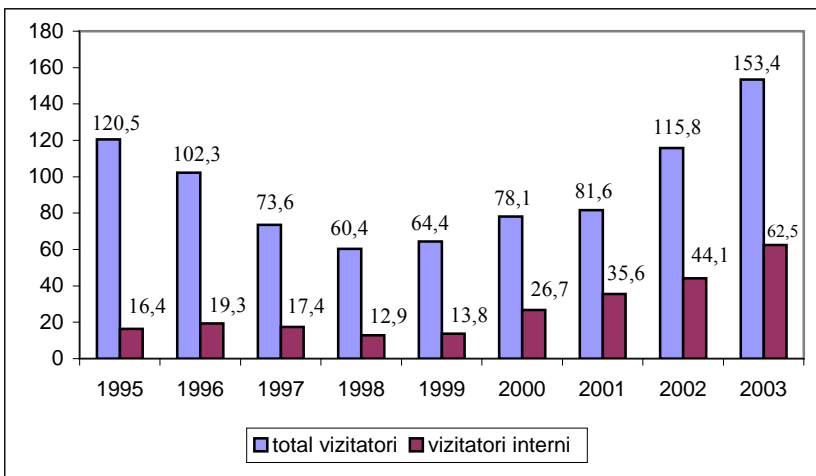


Diagrama 4.1 (3). Evoluția numărului de vizitatori înregistrați în Republica Moldova, inclusiv în turismul intern, în perioada 1995-2003 (mii vizitatori)

Numărul vizitatorilor care s-au deplasat în interiorul țării a sporit de la 16,4 mii în 1995 până la 62,5 mii în 2003, iar ponderea turismului intern în totalul activităților de turism s-a majorat de la 13,6% în 1995 până la 40,7% în 2003. Această tendință reflectă creșterea cererii populației pentru oferta turistică internă, deși acest fenomen se explică și prin creșterea prețurilor la oferta turistică din străinătate.

Evoluția motivațională a sosirilor vizitatorilor străini în R. Moldova în anii 1995-2003 reflectă prioritatea afacerilor și motivelor profesionale în structura turismului internațional receptor (diagrama 4.1 (4)).

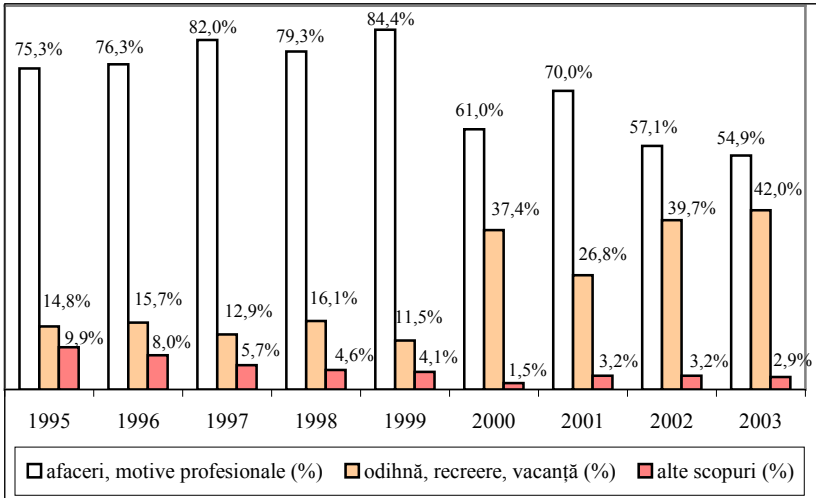


Diagrama 4.1 (4). Structura sosirilor vizitatorilor străini în Republica Moldova după scopul vizitelor în perioada 1995-2003 (%)

Sosirile vizitatorilor străini cu scop de afaceri și profesional s-au redus de la 75,3% în 1995 până la 54,9% în 2003, iar călătoriile în Republica Moldova cu scop de odihnă și recreere au înregistrat o creștere de la 14,8% în 1995 până la 42% în 2003.

Cuantificarea circulației turistice se bazează pe diverse metode, cu grade diferite de complexitate și utilizează o gamă largă de indicatori.

Indicatorii cei mai reprezentativi și frecvent utilizați pentru exprimarea principalelor caracteristici ale circulației turistice sunt:

- a) Numărul mediu de turiști care se exprimă prin raportul dintre suma turiștilor înregistrați într-o perioadă dată (ΣT) și numărul zilelor din perioada respectivă (n) și

arată intensitatea circulației turistice într-un anumit interval de timp (calendaristic sau sezon turistic).

$$N_{tm} = \frac{\sum T}{n} (\text{pers./zi})$$

Dinamica intensității circulației turistice în Moldova între 1995-2003 este prezentată în tab. 4.1 (2).

Tabelul 4.1 (2)

**Intensitatea circulației turistice în Republica Moldova
în perioada 1995 – 2003 (pers./zi)**

Perioada	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
N_{mt} – turism intern	45	53	48	35	38	74	98	122	173
N_{mt} – turism internațional receptor	91	80	58	55	38	52	43	56	65

Calcululele tabelului 4.1 (2) denotă faptul că:

- în cadrul turismului intern se observă o creștere a intensității circulației turistice de la 45 persoane/zi, în 1995, până la 173 persoane/zi, în 2003;
 - în structura turismului internațional receptor se manifestă tendința de descreștere: în 2000 numărul vizitatorilor a atins nivelul anului 1998, cu o creștere începând cu anul 2002 (56 persoane), iar în 2003 acest indicator a reprezentat 65 persoane/zi.
- b) *Durata medie a sejurului* se determină prin raportarea numărului de zile/turist (NZT) la numărul turiștilor (NT) și reflectă posibilitatea ofertei turistice de a reține turistul într-o anumită zonă, regiune sau țară.

$$D_s = \frac{\sum NZT}{\sum NT} (\text{zile})$$

Calcululele efectuate privind determinarea evoluției duratei medii a sejurului în R. Moldova ne permite să constatăm că în 2001 durata medie a sejurului vizitatorilor străini în țara noastră a constituit 4,0 zile, manifestând o ușoară creștere, în

comparație cu anii 1995 – 1998, dar fiind un indicator relativ constant pentru toată perioada de referință (1993-2001) (tab. 4.1(3)).

Tabelul 4.1 (3)

Durata medie a unui sejur turistic în perioada 1999-2001

Forme de turism	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Turismul intern	1,6	1,7	1,4	1,4	2,6	3,4	5,2	7,9	7,0
Turismul receptor	4,1	3,4	2,2	2,8	2,9	3,9	4,0	4,4	4,0

Totodată, este evidentă tendința de creștere a duratei medii a sejurului în cadrul turismului intern: de la 1,6 zile la 7,0 zile între 1993-2001, fapt ce relevă o motivație mai mare a populației locale pentru călătoriile în țară.

Valorificarea activității turistice, prin măsurarea volumului încasărilor provenite din turism, ne permite să urmărim aportul turismului în economia Moldovei (diagrama 4.1 (5)).

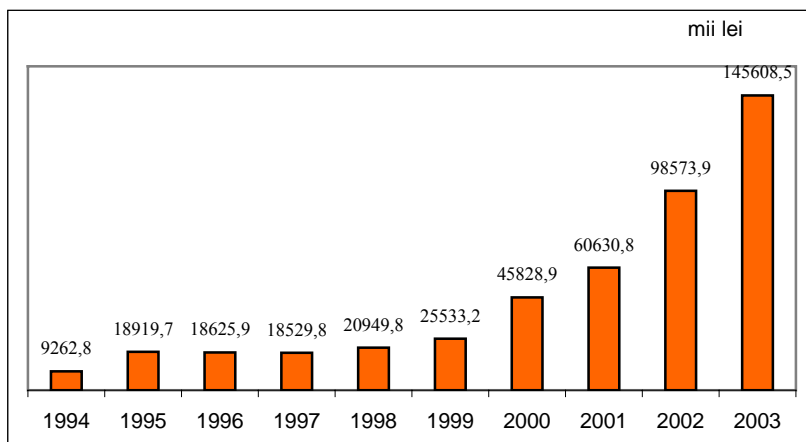


Diagrama 4.1 (5). Evoluția încasărilor, provenite din turism în Republica Moldova în perioada 1994-2003 (mii lei)

Sursa: BNS

Analizând evoluția încasărilor turistice în R. Moldova în ultimii 10 ani, putem urmări o tendință pozitivă, caracteristică după anul 1998, când volumul total al încasărilor turistice s-a majorat de la 20,9 milioane lei până la 145,6 milioane lei în 2003, înregistrând o creștere considerabilă pentru o perioadă de cinci ani.

Pornind de la datele prezentate de către Banca Națională a Moldovei asupra balanței turistice în cadrul postului „Călătorii” în perioada 1995-2001, putem constata o creștere atât a volumului exporturilor, cât și a importurilor de servicii turistice în Republica Moldova (diagrama 4.1 (6)).

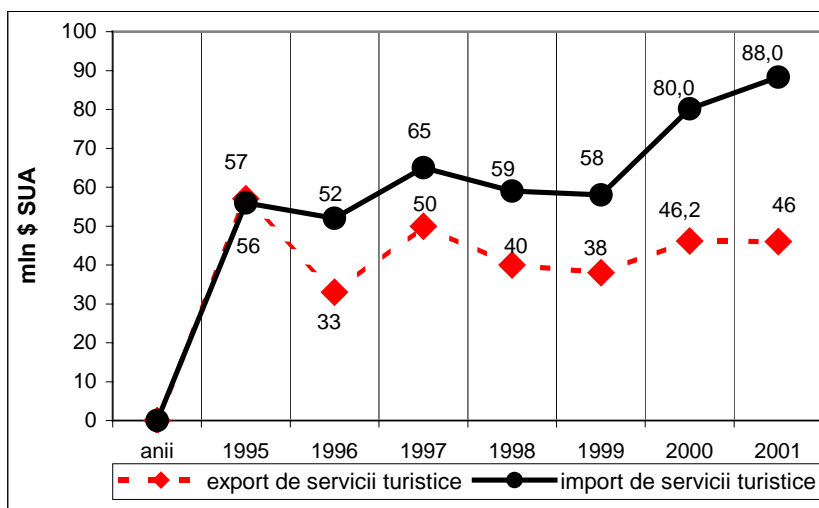


Diagrama 4.1 (6). Dinamica balanței turistice în Republica Moldova în perioada 1995-2001

Trebuie să menționăm că tradițional balanța turistică a R. Moldova poartă un caracter deficitar începând cu anul 1996 și până în 2001 (tab.4.1 (5)).

Structura exportului și importului de servicii turistice în Moldova, în volumul total al exportului de mărfuri și servicii, se prezintă în modul următor (tab.4.1(4)):

Tabelul 4.1 (4)

Structura exportului și importului de servicii turistice în Republica Moldova în perioada 1995-2001 (mln \$ SUA)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Volumul total al exportului de mărfuri și servicii (FOB), mln \$ SUA	868	929	1057	795	615	644	739
Inclusiv, exportul serviciilor turistice, mln \$ SUA	57	33	50	40	38	46,0	46,0
% exportului de servicii turistice în totalul exporturilor	6,5%	3,5%	4,7%	5,0%	6,1%	7,1%	6,2%
Volumul total al importului de mărfuri și servicii (FOB), mln \$ SUA	980	1249	1434	1230	781	971	1101
Inclusiv, importul de servicii turistice, mln \$ SUA	56	52	65	59	58	80,0	88,0
% importului de servicii turistice în totalul importurilor	5,7%	4,1%	4,5%	4,8%	7,4%	8,2%	7,9%
Soldul balanței turistice, mln \$ SUA	+1	-19	-15	-19	-20	-34	-42

Statistica tabelului 4.1 (4) reflectă tendința pozitivă de creștere a ponderii serviciilor turistice atât în exporturi, cât și în importuri: de la 6,5% din totalul exporturilor în 1995 până la 7,1% în 2000 și de la 5,7% din totalul importurilor în 1995 până la 7,9 % în 2001. Însă creșterea soldului negativ al balanței turistice – de la 19 mln \$ SUA în 1996 și până la 42 mln \$ SUA în 2001 – arată clar că majoritatea cheltuielilor pentru plata serviciilor turistice sunt efectuate în afara frontierelor Republicii Moldova.

Dar trebuie să menționăm că această sumă în realitate ar putea fi și mai mare, deoarece datele statistice oficiale nu reflectă numărul real al plecărilor cetățenilor moldoveni în calitate de turiști peste hotare.

Evaluarea indicatorilor privind circulația turistică în Moldova se efectuează de către Biroul Național de Statistică (BNS). Selectarea informației se realizează în baza rapoartelor statistice de forma 1-TUR, prezentate de către agenții economici din domeniu începând cu anul 1994.

Astfel, este valorificat numai turismul organizat și acesta doar parțial, iar evidența persoanelor care călătoresc cu scop turistic, dar în mod individual, nu este cuantificată.

Este evident că, în materie de statistică turistică, primul lucru care devine absolut necesar este cunoașterea numărului turiștilor (vizitatorilor) care intră într-o țară și numărul persoanelor care pleacă în alte țări ca turiști.

Practica statistică a pus în evidență o serie de posibilități, folosite de majoritatea statelor:

1. Numărul înnoptărilor se referă la numărul de nopți petrecute de turiști în unitățile de cazare.

Înregistrarea în hoteluri se face într-un registru general de înregistrare, din care se poate deduce numărul de înnoptări. Acest număr mai poate fi stabilit și cu ajutorul notelor de plată care înregistrează ziua sosirii și a plecării.

Prin urmare, înnoptarea reprezintă fiecare noapte pentru care o persoană este înregistrată într-o unitate de cazare turistică. Când privește țara de origine a turistului străin, care înnoptează într-o unitate de cazare turistică, aceasta se stabilește pe baza naționalității înscrise în pașaportul turistului.

2. Metoda de înregistrare a turiștilor la frontieră prezintă un avantaj dat fiind faptul că numărul persoanelor care trec frontiera pe jos și cu orice mijloc de transport poate fi stabilit cu o siguranță aproape absolută.

De regulă, această metodă este folosită mai mult pentru înregistrarea turismului internațional.

Totuși, există și dificultăți care apar atunci când, în cazul unor state învecinate, frontiera este trecută de mai multe ori de una și aceeași persoană sau când la liberalizarea circulației persoanelor (țările Uniunii Europene) controlul de frontieră și înregistrarea nu mai sunt efectuate.

Practica turistică ne demonstrează că înregistrările la frontieră se efectuează corect atâta timp cât traficul turistic nu este prea aglomerat. În cazul în care circulația turistică înregistrează valori mari (în perioada de sezon turistic), în unele țări turiștii sunt rugați să completeze așa-numitele “taloane de înregistrare” sau “fișe de aterizare” la intrarea în țară pe un aeroport.

3. Metoda înregistrărilor bancare este bazată pe datele furnizate de băncile comerciale privind încasările în valută din operațiile de schimb, legate de activitatea turistică. Este frecvent utilizată, dar nu totdeauna oferă date exacte.

4. Metoda sondajelor este determinată de tehnica eșantioanelor și de metodele probabilistice de prelucrare a datelor. Este o metodă de exactitate redusă.

5. Metoda bugetelor de familie este utilizată pentru a urmări circulația turistică internă. Această metodă furnizează date privind volumul cheltuielilor turistice și nu reflectă numărul turiștilor care călătoresc.

6. Metoda balanței de plăți reflectă veniturile și cheltuielile provenite din activitatea turistică. Urmărirea circulației turistice prin balanța de plăți se efectuează prin valorificarea exactă a structurii cheltuielilor vizitatorilor străini legate de prestarea serviciilor turistice (cazare, alimentație, transport în interiorul țării vizitate, tururi, servicii de ghizi și interpreți, suvenire ș.a.). Este o metodă dificil realizabilă din punct de vedere tehnic.

Aplicarea rațională și complexă a acestor metode de măsurare turistică ne poate oferi informații statistice care pot caracteriza amploarea fluxului turistic la nivel de țară, zonă sau stațiune turistică.

Valorificarea indicatorilor circulației turistice, în cadrul turismului internațional în Republica Moldova, se efectuează de BNS, de asemenea, în baza rapoartelor statistice 1-TUR ale agențiilor de turism. Această practică le oferă agenților economici o libertate totală în reflectarea datelor privind numărul plecărilor și sosirilor în turismul internațional al Moldovei și, implicit, al volumului încasărilor din turism.

Tabelul 4.1 (5)

Evaluarea plecărilor vizitatorilor din Republica Moldova în străinătate, pe unele țări în perioada 1995-2001

Denumirea țării	Numărul plecărilor (persoane)						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Total, din care în:	71298	54112	34990	27646	36569	32452	30264
Austria	103	165	118	347	1707	1656	1096
Bulgaria	4198	6582	4785	2777	3484	3329	2080
Cehia	200	197	139	477	847	1891	1073
Emiratele							
Arabe Unite	177	83	51	177	312		
Franța	636	65	250	150	132	299	354
Germania	1116	990	1103	1445	2177	3152	5668
Grecia	470	961	991	673	409	134	229
Italia	428	411	406	1212	1247	1853	709
Polonia	3614	1561	2022	1396	1853	1351	1502
România	55900	39004	20026	12928	13661	7975	5970
Turcia	345	329	649	326	836	652	1531
Ucraina	1675	1192	3235	3957	7265	4878	6789
Ungaria	1140	426	199	786	339	2359	715
Alte țări	1296	2146	1016	995	2293	2923	2548

Sursa: BNS

În tabelul 4.1 (5) putem urmări destinațiile străine preferate de vizitatorii moldoveni în anii 1995-2001. După cum urmează, cea mai vizitată țară rămâne România – de la 78,4% din totalul plecărilor în 1995 la 72% în 1996, 57% în 1997 și până la 24,6% în 2000. În 2001, pentru prima dată pe primul loc se situează Ucraina, care reprezintă 22,4% din totalul plecărilor, urmată de România cu 19,7% din total.

Menționăm, însă, că evidența circulației turistice în România, efectuată prin înregistrări la frontiere, ne arată complet alte cifre privind sosirile vizitatorilor moldoveni în România (tab. 4.1 (6)).

Tabelul 4.1 (6)

Evoluția sosirilor de vizitatori străini în România, inclusiv din Republica Moldova, în perioada 1995-2001

(total vizitatori)

Sosiri vizitatori străini la frontieră	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Total	5.444.991	5.205.487	5.149.151	4.830.838	5.223.896	5.263.715	4.938.375
Din R. Moldova	1.054.188	1.142.420	1.079.634	1.191.795	1.454.734	1.435.912	1.033.116

Sursa: Ministerul Turismului din România

După cum urmează din tabelul 4.1 (6), numărul vizitatorilor din Moldova, înregistrați la frontiera României, depășește statistica oficială de sute de ori.

Totodată, înregistrările efectuate la frontieră cu România reflectă și informația privind numărul de turiști străini, după țara de origine (tab. 4.1(7)).

Tabelul 4.1 (7)

**Evaluarea sosirilor turiștilor străini în România în
perioada 1995-2000¹**

(total persoane)

Sosiri turiști străini la frontieră	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Total	2.757.195	3.027.596	2.957.161	2.965.707	3.238.815	3.158.229
Din R.Moldova,	809.101	909.417	845.449	934.404	939.256	821.139
inclusiv %	29,3	30	28,5	31,5	29	26

Statistica tabelului 4.1 (7) relevă că:

- Republica Moldova este prima destinație emitentă de turiști în România;
- numărul turiștilor sosiți din R. Moldova rămâne relativ constant în ultimii 6 ani și este aproape de un milion.

Analiza comparativă a circulației turistice între Moldova și România ne demonstrează necesitatea evidenței circulației turistice la frontierele Republicii Moldova.

Devine absolut necesară aplicarea, în practică, a articolului 19 (cap. IV) al Legii Turismului R.Moldova, unde este reflectat mecanismul evidenței circulației turistice prin înregistrări efectuate la frontieră. În scopul executării Legii turismului și pentru ținerea evidenței circulației turistice prin Hotărârea Guvernului R.Moldova nr.1470 din 27 decembrie 2001 au fost aprobate contractul turistic, voucherul turistic și fișa de evidență statistică a circulației turistice. Cea mai importantă problemă care trebuie rezolvată este introducerea de către Departamentul Trupelor de Grăniceri a evidenței turiștilor la punctele de trecere a frontierei de stat conform prevederilor Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr.215 din 22 februarie 2002.

¹ Informație preluată de la Direcția Generală de Promovare Turistică și Marketing, Ministerul Turismului din România.

Iar pentru cuantificarea mai complexă a activităților turistice în Moldova, este necesară valorificarea următorilor indicatori:

- încasările valutare din turism (\$);
- plățile valutare în turism (\$);
- ponderea încasărilor valutare provenite din turism în exportul de bunuri și servicii (%);
- ponderea încasărilor valutare provenite din turism în exportul de servicii (%);
- ponderea plăților valutare din turism în importul de bunuri și servicii (%);
- încasările valutare din turism / locuitor;
- încasările valutare din turism calculate pe bază de:
 - a) sosiri la frontieră;
 - b) sosiri în unitățile de cazare;
- populația ocupată în hoteluri și restaurante (mii pers.);
- ponderea populației din hoteluri și restaurante în totalul populației ocupate (%);
- numărul mediu de salariați din agențiile de turism (mii pers.);
- numărul mediu de salariați din turism (mii pers.);
- veniturile din total servicii (mln. lei);
- veniturile din activitatea hotelurilor și restaurantelor (mln. lei);
- veniturile din activitatea agențiilor de turism (mln. lei);
- ponderea veniturilor din activitatea agențiilor de turism în total venituri din turism (%);
- veniturile din turism (mln. lei), inclusiv sectorul privat;
- ponderea sectorului hotelier și a restaurantelor în PIB (în valoarea adăugată, %);
- total investițiile (mln. lei, prețuri curente);
- investițiile în infrastructura turistică (mii lei);

- investițiile în hoteluri și restaurante (mln. lei, prețuri curente);
- ponderea investițiilor din hoteluri și restaurante în totalul investițiilor (%).

Totodată, soluționarea problemei de evaluare statistică complexă a efectelor economice ale turismului ar putea fi realizată prin adoptarea Contului Satelit al Turismului, recomandat de OMT prin rezoluția Conferinței mondiale Enzo Paci asupra estimării impactului economic al turismului (Nice, Franța, 1999).

Obiectivul principal urmărit de OMT este adoptarea unei metodologii noi pentru asigurarea comparabilității internaționale a datelor relative de evaluare a incidențelor economice ale turismului, care va permite:

- cunoașterea raportului dintre turism și ansamblul activităților economice ale unei țări;
- determinarea unei politici de dezvoltare în baza datelor analizate;
- evaluarea importanței turismului în toate domeniile de activitate economică, care produc bunuri și servicii pentru vizitatori.

Trebuie menționat faptul că pe plan internațional există deja o înțelegere că influența turismului asupra dezvoltării economice a unei țări poate fi măsurată sub forma agregatelor economice de bază, precum ar fi consumul, cheltuielile, veniturile, investițiile, încasările publice și locurile de muncă.

Contul Satelit al Turismului este o modalitate de furnizare a unui cadru de informații economice clare (la nivelul unei țări pe un an de zile) pentru administrațiile publice naționale și întreprinderile din sectorul privat.

În plan general, evaluarea informației statistice în cadrul Contului Satelit al Turismului este concentrată în tabele speciale ale sosirilor și plecărilor turistice, iar impactul

economic al turismului este examinat pe baza principiului efectului multiplicator.

Contul Satelit al Turismului reprezintă un nou instrument statistic, format din concepte, definiții, agregate, clasificări și tabele, compatibile atât pe plan internațional, cât și național, care permite o comparație adecvată a datelor statistice între regiuni, țări sau grupe de țări.

4.2. Evaluarea potențialului turistic

Oferta turistică a Republicii Moldova este, în prezent, puțin diversificată, deși există resurse turistice importante care, fiind amenajate adecvat, ar putea deveni competitive pe piața turistică. Moldova dispune de un potențial turistic natural variat (ape minerale, aspecte peisagistice, râuri și lacuri etc.), precum și de un patrimoniu cultural-istoric valoros, dar toate sunt insuficient integrate în circuitul turistic. Acestea constituie oferta turistică potențială a țării.

Stadiul de valorificare în turism a potențialului se remarcă, în primul rând, prin baza tehnico-materială pentru turism, care este redusă, nediversificată și construită îndeosebi în scopuri sociale și economice generale și mai puțin pentru turism.

În orice țară cu turism dezvoltat baza tehnico-materială pentru turism (cazare, alimentație publică, transport, tratament balnear, agrement), împreună cu infrastructura generală și turistică (căi de comunicație, alimentarea cu energie termică și electrică, cu apă etc.) și cu potențialul turistic constituie oferta turistică efectivă a țării, care poate fi promovată pe piața turistică sub formă de produse turistice.

Potențialul turistic natural

Potențialul turistic natural al R. Moldova, prin varietatea și atractivitatea sa, constituie una din premisele de bază ale activității de turism. Aici se includ toate componentele cadrului natural, care pot forma oferta turistică a țării ((figura 4.2 (1)).

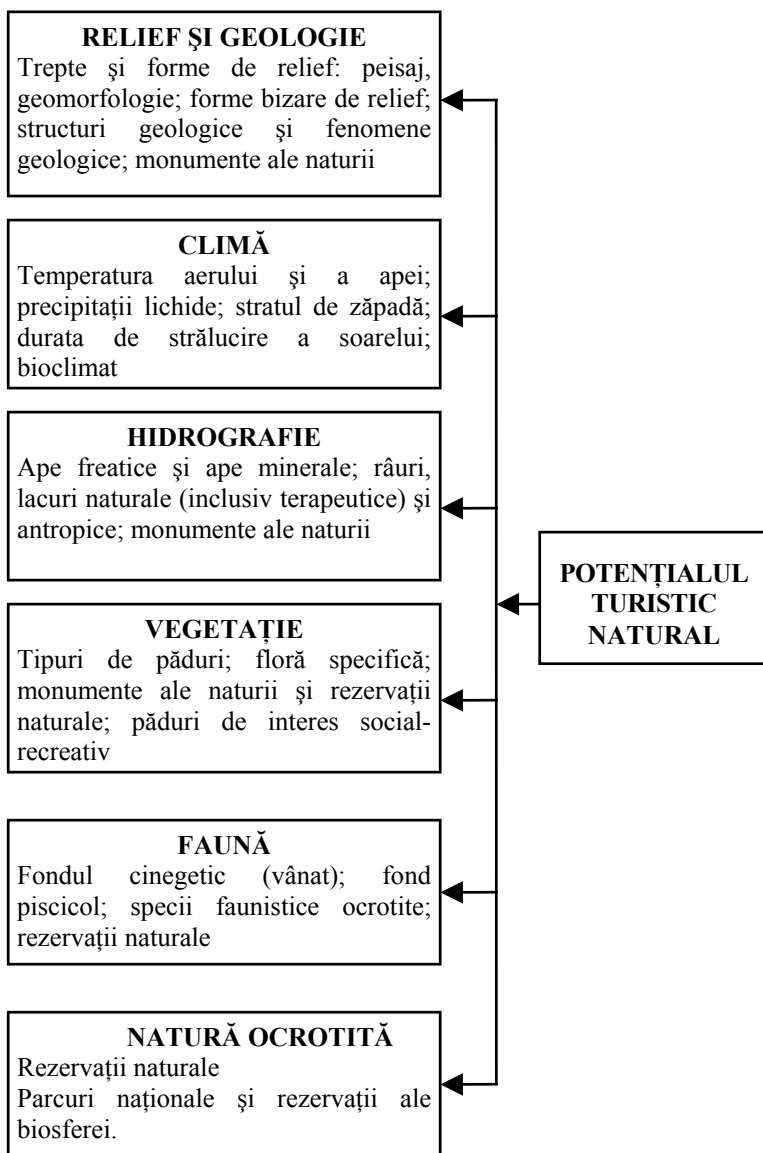


Figura 4.2.1 (1). Structura potențialului turistic natural
(dr. Vasile Glăvan, 1987)

Relieful și geologia

Prin formațiunile geologice Republica Moldova dispune de forme de relief și aspecte peisagistice variate și de mare atracție pentru turism:

- aspectele peisagistice și relieful calcaros sau carstic din toltrele prutene, dealurile Nistrului și ale Răutului, cu stânci recifale, chei carstice, praguri și cascade, peșteri și grote cu vechi așezăminte religioase rupestre;
- defileul Nistrului cu peisajele atractive, cascade, praguri, peșteri;
- peisajele colinare, împădurite și diversificate ale dealurilor Moldovei centrale și ale Tigheciului;
- peisajele stepice colinare din nordul și sudul Moldovei;
- peisajele pitorești și de mare varietate din lunca Prutului.

Analiza detaliată în teren a fiecărei categorii de peisaj conduce la propuneri diferențiate de amenajare turistică teritorială și integrare în circuitul turistic.

Clima

Clima este temperat-continentală moderată, cu veri călduroase și ierni nu prea geroase, temperatura medie anuală fiind de 8⁰C în nordul și 10⁰C în sudul țării. Pentru activitatea de turism interesează, în special, următoarele elemente: regimul termic ridicat în intervalul mai-octombrie, durata mare a strălucirii soarelui (2330 ore în nord și 2600 ore/an la sud), numărul mare de zile senine, cantitatea redusă de precipitații. Toate aceste elemente de stabilitate climatică favorizează turismul itinerant cu valențe culturale, turismul balnear și turismul de odihnă și recreere.

Hidrografia

Potențialul hidrografic al Republicii Moldova se prezintă prin rețeaua hidrografică destul de dezvoltată: peste 3000 de râuri și râulețe, cele mai mari fiind râul Nistru, cu lungimea pe teritoriul republicii de 660 km, Prutul – 695 km, Răutul – 286 km, Cogâlnicul – 243 km și altele.

O deosebită valoare pentru activitățile de turism o au lacurile și iazurile. Printre acestea se evidențiază patru lacuri naturale: Manta, Dracele, Bâc și Beleu, care formează nucleul rezervației științifice „Prutul de Jos”, și lacurile de acumulare Dubăsari (pe Nistru) și Costești-Stânca (pe Prut). Toate acestea pot corespunde diferitelor motivații turistice: odihnă și recreere, cură balneară, agrement nautic și sportiv, pescuit sportiv, vânătoare și turism științific.

Apele minerale sunt răspândite pe tot teritoriul republicii, cu debite diferite în variate localități. Resursele de ape minerale au o valoare deosebită pentru dezvoltarea turismului balnear. În stadiul actual de cercetare hidrogeologică și balneomedicală sunt cunoscute peste 30 de puncte și localități cu resurse de ape minerale, din care 22 sunt valorificate ca ape medicinale sau de masă, fiind determinate tipologic după componența chimică și caracteristicile balneologice conform cerințelor Standardului 13273-88, iar alte 7-8 surse sunt în curs de cercetare.

Ca tipuri fizico-chimice, apele minerale au fost încadrate în ape bicarbonate-sodice; clorurate-sodice; bicarbonate-clorurate-sodice; bicarbonate-sulfuroase-sodice; sulfuroase-bicarbonate-sodice-calcice-magneziene; sulfatate-sodice-magneziene-calcice; sulfatate-clorurate-sodice.¹

Principalele localități cu surse de ape minerale sunt:

Hârjauca (17 km de Călărași, 76 km de Chișinău). Dispune de surse naturale de apă minerală (2 izvoare captate, parțial utilizate și 3 izvoare necaptate, în curgere liberă, toate în pădure) și 4 sonde forate (arteziene) – 2 în incinta complexului și 2 în pădure. Apa din foraje este stocată în patru rezervoare, iar cea din izvor – într-un bazin separat. Este o apă bicarbonată, sulfuroasă, clorurată, cu 1,8-1,9 mg/l, utilizată în cură internă (boli digestive), iar una din sonde (forată la 800 m adâncime) are apă clorosodică (20-30 g/l), folosită în cură externă (afecțiuni reumatismale și ginecologice).

¹ Date preluate de la Serviciul Standardizare și Metrologie al Republicii Moldova.

Utilizarea apelor se face în complexul balnear ”Codru” cu o capacitate de peste 670 de locuri și o puternică bază de tratament (320 proceduri/zi la cadă, 100/110 proceduri/zi nămol).

Cahul (180 km de Chișinău) dispune de ape termominerale (28-36⁰C) aduse prin sondă, de la 500 m adâncime. Este o apă sulfuroasă, iodurată, clorurosodică, cu o mineralizare de 60-68 g/l (NaCl), folosită în tratamentul afecțiunilor reumatismale, ginecologice, ale sistemului nervos periferic, cardiovasculare și alte maladii, în cadrul complexului balnear „Nufărul alb”(506 locuri de cazare). Baza de tratament permite realizarea a circa 576 proceduri/zi la băi cu apă termală (1500 proceduri/zi), inclusiv cele fizioterapeutice.

Prin dezvoltarea și complexitatea tratamentului balnear și rezervele de apă (cercetările geofizice au descoperit un lac subteran cu apă termală, pe o rază de 40 km), complexul balnear are mari posibilități de extindere, devenind o stațiune balneară de importanță națională.

Camenca (160 km de Chișinău) are ape minerale bicarbonate clorurate, sodice, sodico-calcice, cu o mineralizare de 3,7-5 g/l, utilizate în afecțiunile digestive, renale, hepatobiliare și metabolice. Sunt folosite în complexul balnear „Nistru” în cura internă și externă.

Merești (15 km de Tighina și 110 de Chișinău), cu ape bicarbonate, sodice, cu o mineralizare de 8,9-9,7g/l, recomandate în afecțiunile reumatice și ale sistemului nervos periferic.

Zăbriceni (la 220 km de Chișinău), cu ape bicarbonate, sodice, sulfuroase, care pot avea aceeași utilizare ca și apele similare de Camenca. Deocamdată nu sunt folosite balnear.

Soroca (160 km de Chișinău) dispune de ape bicarbonate, sodice, cu o mineralizare de 4,6 – 5,1 g/l, recomandate în cura internă. În scopuri balneare sunt utilizate puțin.

Mihăileni (25 km de Râșcani), cu ape bicarbonate, clorurate, recomandate în cura internă.

Chișinău (2 sonde), Varnița (3 sonde), Malovata pe Nistru (2 surse), Bălți, Speia, Edineț, Congaz localități cu ape bicarbonate, sulfuroase, sodice, clorate, calcice, cu o mineralizare redusă de 0,8-1,5 g/l, recomandate în tratarea afecțiunilor digestive, hepatice, renale. Alte surse, ca cele de la Ocnița, Orhei, Gotești, Comrat, Vulcănești, sunt puțin studiate. Resursele de ape minerale au fost analizate și cercetate de o grupă de savanți de la Academia de Științe a Moldovei (2002), însă rezultatele acestor cercetări necesită o reactualizare pentru a obține date concrete privind rezervele omologate de ape minerale, condiție importantă pentru determinarea dimensiunilor de dezvoltare a turismului balnear.

Vegetația

Vegetația este specifică de stepă și silvostepă în câmpii și platoul Moldovei de Nord, la care se adaugă pădurile de stejar și fag de pe dealurile înalte. Pădurile ocupă spații mai mari în partea centrală a Moldovei (Dealurile Codrului și Dealurile Tigheci). Suprafața pădurilor constituie 9,6% din teritoriul țării.

Printre speciile ierboase de stepă și silvostepă prezintă importanță plantele rare, de interes științific, localizate în rezervații sau ca monumente ale naturii, precum și plantele medicinale, folosite în tratamentul balnear în complexurile sanatoriale.

Fauna

Fondul cinegetic al Moldovei este puțin diversificat, fiind reprezentat prin mistreț, căprioară, vulpe (Dealurile codrului, Dealurile Tigheci, Dealurile prenistrene, Platoul Moldovei și Tiraspol-Tighina), iepure și fazan, potârniche și prepeliță în câmpie, păsări de baltă în luncile Prutului și Nistrului (rață, gâscă, lișiță etc.). În cadrul faunei se remarcă introducerea unor specii faunistice pentru aclimatizare sau reaclimatizare (cerbul lopătar, cerbul pătat, elanul, ondatra, diferite specii de pești) pentru a reîntregi fondul faunistic.

Fauna R. Moldova are o importanță mai mică pentru turism. În acest sens, în viitor, turismul de vânătoare are șanse mai mici pentru promovare. Fondul piscicol este mai variat, fiind reprezentat prin crap, somn, știucă, clean și alte specii. Astfel, numeroasele

lacuri și iazuri populate cu pește autohton sau aclimatizat pot favoriza dezvoltarea unui turism specializat pe pescuit sportiv.

Natura ocrotită

Conform „Legii privind fondul ariilor naturale protejate de stat” (1998), în Republica Moldova se delimitează 178 de diverse tipuri de rezervații, 130 de monumente ale naturii și 433 de arbori seculari. Cadrul natural al Moldovei prezintă numeroase sectoare naturale, fenomene geologice, forme de relief și specii faunistice și de floră de mare valoare științifică, supuse unui regim special de protecție. În prezent, 126 specii de plante și 116 specii de animale sunt incluse în a doua ediție a Cărții Roșii a R. Moldova (2001). În Moldova, sunt delimitate 5 rezervații științifice „Codru”, „Plaiul Fagului”, „Iagorlâc”, „Prutul de Jos” și „Pădurea Domnească”.

Printre monumentele naturii, care au o reală valoare ecologică, științifică, culturală și istorică, dar reprezintă și importante obiective de interes turistic, putem menționa următoarele: peștera „Emil Racoviță”, complexul Rașcov, Cheile Butești, defileul Duruitoarea, Reciful „Stânca Mare”, recifii Brânzeni, defileele Buzdujeni, Burlănești, Trinca, Fetești.

Monumente hidrologice ale naturii. În total, sunt declarate monumente ale naturii 31 de obiective hidrologice, cu o suprafață de circa 100 ha, izvoarele de la Cotova, Horodiște, Plopi, Bursuc, Mandâc;

Monumente botanice ale naturii. Sunt protejate 13 sectoare de pădure – monumente naturale, cu o suprafață de 125,2 ha. Cele mai reprezentative sunt: pădurea Lipnic, Hârjauca-Sipoteni, Cuhurești, Caracușeni, Rudi ș.a.

În lista ariilor protejate se numără 63 de rezervații naturale, între care rezervații silvice: Sadova, Condița, Vadul lui Isac etc.; rezervații de plante medicinale: Rosoșeni, Cernoleuca, Logănești, Sărata Galbenă, Seliște ș.a.

Prezintă interes rezervațiile mixte: lunca inundabilă a Prutului, la sud de orașul Cantemir; ecosistemul acvatic „Lebăda Albă”, la

nord-vest de orașul Leova: mlaștina Togai, în lunca Nistrului lângă comuna Crocmaz (județul Tighina).

Rezervațiile peisagistice reprezintă o valoare deosebită pentru turism. Acestea sunt: Rudi-Arionești, Valea Adâncă, Saharna, La Castel, Fetești, Suta de movile și Trebujeni.

În Moldova sunt declarate multe rezervații naturale, unele de importanță națională prin valoarea lor științifică (Codru, Rădeni, Iagorlâc etc.), fiind răspândite pe întreg teritoriul țării, dar îndeosebi în areale cu importante resurse turistice. O parte din aceste rezervații sau monumente ale naturii pot fi integrate în circuitul turistic cu valențe cultural-cognitive și o arie mai mare de adresabilitate, dar și într-un turism cu o mai mică audiență, cel științific, putând fi valorificate prin programe tematice speciale (botanice, silvice, ecologice, ornitologice etc.) sau incluse alături de alte obiective turistice generale. Valorificarea geografică a rezervațiilor naturale științifice și peisagistice a fost efectuată de Ministerul Mediului și prezentată în sistemul “Conservarea biodiversității”.

Sectoarele naturale constituie doar 10% din teritoriul R. Moldova, însă majoritatea lor sunt dispersate în parcele mici, fiind supuse intens antropizării. Ariile protejate reprezintă doar o parte neînsemnată din fondul natural primar, iar protecția lor se impune ca un imperativ major. Rezervațiile, monumentele naturii, fondul forestier național reprezintă un eventual potențial pentru dezvoltarea turismului în Republica Moldova. Includerea acestor zone în circuitul turistic planificat ar contribui la valorificarea și protejarea mai complexă a potențialului turistic natural.

Potențialul turistic antropic

Potențialul turistic antropic cuprinde elementele culturale, istorice, tehnice, economice și social-demografice ale țării, care, prin valoarea lor, interesează activitatea de turism și pot genera anumite fluxuri turistice (figura 4.2 (2)).

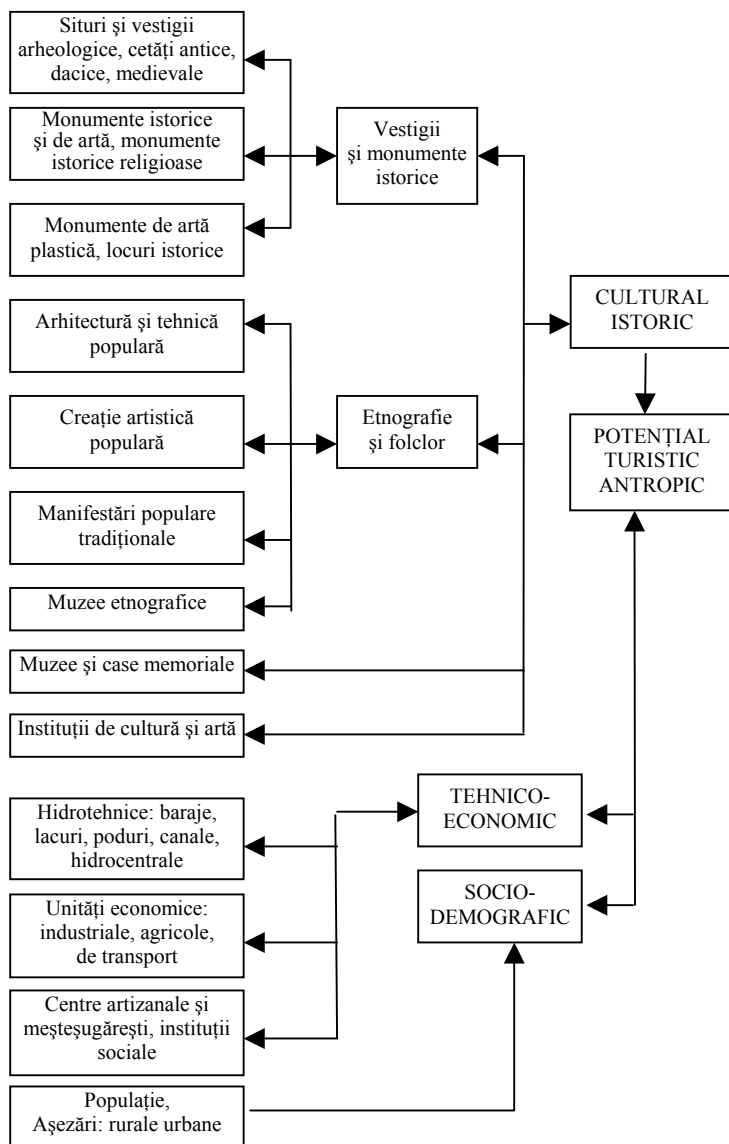


Figura 4.2 (2). Structura potențialului turistic antropic
(dr. Vasile Glăvan, 1987)

Republica Moldova dispune de un potențial turistic antropocentric destul de diversificat: cultural-istoric, tehnico-economic, socio-demografic.

Potențialul cultural-istoric

Istoria Moldovei reflectă numeroase mărturii cultural-istorice, unele dintre acestea constituind atracții turistice valoroase:

- *monumente istorice și de artă religioasă* (biserici, mănăstiri, catedrale) realizate, de regulă, în secolele XVIII-XIX (și mai vechi) în stilul specific moldovenesc. Se impun mănăstirile de la Căpriana, Japca, Hârjauca, Rudi, Saharna, Călărășeuca, Curchi, Chițcani etc.; bisericile din piatră sau lemn din Chișinău, Orhei, Țigănești, Larga, Căușeni, Bălți, Ungheni etc.; mănăstirile, schiturile și chiliile amenajate în stâncă: Butuceni, Țipova; catedralele de la Chișinău și Cahul etc.;
- *monumente de arhitectură* (castele, conace, clădiri medievale), precum conacele de la Țaul, Ivancea, Hâncești etc. sau edificiile din Chișinău, Orhei, Bălți, Cahul etc.;
- *cetăți medievale* de mare valoare istorică, precum cetățile Soroca, Tighina, Complexul arheologic din Orheiul Vechi etc.;
- *monumente de cultură geto-dacă (sec.IV-III î.Hr.)*, evidențiate doar ca puncte arheologice, precum ar fi Alcedar, Chirianca, Cogâlniceni, Horodiște, Lipnic, Mășcăuți, Naslavcea, Rudi, Saharna etc.;
- *vestigii ale fortificațiilor romane* – valul lui Traian;
- *muzee și case memoriale*, situate în Chișinău și alte localități, precum Muzeul Național de Etnografie și Istorie Naturală (1889), Muzeul Național de Istorie a Moldovei (1983), Muzeul Național de Arte Plastice, Muzeul de Arheologie și Etnografie al Academiei de

Științe a Moldovei (1978), Muzeul Literaturii Române „M. Kogălniceanu” al Uniunii Scriitorilor (1965), Muzeul Pedagogic Republican (1974), Casa-Muzeu „A. Pușkin” (1948), Dolna (1972), Muzeul Meșteșugurilor Populare din Moldova (1984) din satul Ivancea etc.;

- *monumente istorice și de artă plastică* aflate în multe localități, din care 5698 sunt incluse în Registrul monumentelor istorice ocrotite de stat și beneficiază de Statutul juridic de monument protejat. În total, pe teritoriul Republicii Moldova au fost identificate circa 15000 de monumente din diverse epoci istorice, din care circa 7000 sunt arheologice;
- *etnografie și folclor*, exprimate prin diferite obiceiuri de familie, calendaristice, sărbători anotimpuale, care se mai păstrează și pot fi introduse în circuitul turistic;
- *spectacole folclorice* (jocul cu măști, Capra, Ursul, Cerbul etc.). Folclorul muzical este de mare valoare culturală, fiind apreciat de către specialiștii internaționali. În țară, activează peste 270 de ansambluri etno-folclorice pentru maturi, peste 320 de ansambluri etno-folclorice pentru copii, peste 880 de orchestre de muzică populară (tarafuri și formații lăutărești). Menționăm câteva festivaluri naționale pentru maturi și copii: Festivalul-concurs al interpreților de folclor „Tamara Ciobanu”, Festivalul ansamblurilor etno-folclorice „Sună tălăncuțele”, Festivalul național de folclor „Maria Drăgan”, Festivalul de muzică și dans „La vatra horelor”, Festivalul folcloric al copiilor, Festivalul de dans „Alunelul”, Sărbătoarea Cântecului Religios Popular „Pasacala” (anual, în preajma sărbătorilor pascale).
- *meșteșuguri* ca: olăritul (Călărași, Hoginești, Cineșeuți, Țigănești, Strășeni, Rezina, Iurceni,

- Nisporeni); prelucrarea lemnului (Rezina, Strășeni, Călărași, Nisporeni), prelucrarea pietrei (Soroca, Orhei, Camenca), țesutul: covoare (Comrat, Ciadâr-Lunga, Ialoveni), prosoape (Soroca, Orhei, Râșcani, Dondușeni, Căușeni, Nisporeni, Hâncești);
- *arhitectură și tehnică populară* (Cotânjeni, Cernoleuca, Ursoaia, Horodiște, Sadova etc.); împletituri (Telenești, Orhei, Rezina, Soroca etc.). Conform aprecierii specialiștilor în domeniu, la momentul actual în Republica Moldova sunt peste 10 mii de meșteri potențiali, care ar putea contribui la dezvoltarea meșteșugurilor populare, dar și la valorificarea artei populare în cadrul activităților de turism. Rolul primordial în promovarea artizanatului îi aparține Uniunii Meșterilor Populari din Moldova, unde activează 250 de meșteri populari.
 - *instituții de cultură și artă*, amplasate în Chișinău și alte localități, precum Teatrul Național de Operă și Balet, Teatrul „Eugen Ionesco”, Teatrul Național „Mihai Eminescu”, Teatrul „Luceafărul”, Teatrul Rus de Stat „A.P.Cehov”, Teatrul „Satiricus”, Teatrul „Licurici”, Sala cu orgă, Filarmonica Națională, Palatul Național, Palatul Republicii, Ciroul de Stat din Chișinău, Teatrul „Vasile Alecsandri” (Bălți), Teatrul „B. Petriceicu Hasdeu” (Cahul), cinematografe, galerii de artă, stadioane etc., toate în ansamblu pot corespunde unor motivații culturale în cadrul activităților de turism.

Potențialul tehnico-economic se datorează activităților economice generale, dar care pot reprezenta un suport important și pentru activitatea de turism. Republica Moldova este o țară agrar-industrială, care a cunoscut o importantă dezvoltare economică cu incidențe și în activitatea de turism. Fără a face o evaluare cantitativă a realizărilor economice, vom

evidenția principalele aspecte ale dezvoltării industriei, agriculturii și transporturilor cu aportul direct pe care îl pot avea în turism.

Industria grea are un profil destul de diversificat, producându-se utilaje industriale, electrotehnice, mașini electrice, tractoare și mașini agricole, produse ale industriei chimice, produse de uz casnic (frigidere, mașini de spălat, mobilă, televizoare etc.), materiale de construcții, sticlărie ș.a., multe dintre ele interesând și industria turistică (construcții-montaj, dotare etc.).

Industria bunurilor de consum și ale industriei ușoare realizează produse agroalimentare variate cu implicații directe în turism (dotare, aprovizionare, diversificarea serviciilor).

Importante realizări au avut loc și în domeniul infrastructurii și transporturilor, modernizându-se o mare parte din arterele rutiere principale și secundare, dezvoltându-se transportul aerian, fluvial și cel feroviar, facilitându-se, astfel, accesul la importante obiective turistice din țară și favorizându-se diversificarea excursiilor și altor prestații turistice.

Odată cu trecerea la economia de piață, se accentuează diversificarea industriei și a produselor industriale, crește ponderea acestora în sfera activităților de turism.

În agricultură o extindere mare a cunoscut viticultura și pomicultura, alături de celelalte ramuri (plante tehnice, culturi legumicole, cerealiere și zootehnia), diversificându-se astfel și producția agroindustrială.

Multe podgorii, complexuri de vinificație, plantații pomicele și alte forme agricole pot intra și în circuitul turistic.

Un rol deosebit de important pentru turism are infrastructura generală și infrastructura turistică, care reprezintă o parte integrantă a potențialului tehnico-economic.

Căile de comunicație, precum arterele rutiere, căile ferate, căile fluviale și liniile aeriene, reprezintă un element

determinant pentru dezvoltarea turismului prin facilitarea accesului vizitatorilor la obiectivele turistice.

Arterele rutiere. Republica Moldova, în 2001, dispunea de circa 10503 km de drumuri publice, din care 3669 km constituie drumuri naționale și 6834 km – drumuri locale¹. De menționat că 94% din drumuri sunt cu îmbrăcăminte rigidă. Pentru turismul itinerant cu valențe culturale, dar mai ales de tranzit, se impun magistralele care fac legătura cu arterele rutiere europene, și anume magistrala Cernăuți – Lipcani-Briceni-Edineț-Bălți-Chișinău-Tiraspol-Odesa (370 km), care traversează țara de la nord-vest la sud-est și drumul european E581, care unește artera E 85 din România prin Albița – Leușeni cu municipiul Chișinău, de unde pornește a doua magistrală a țării spre Kiev (circa 132 km în Moldova).

Alte artere rutiere de importanță națională străbat longitudinal sau transversal teritoriul țării și împreună cu drumurile de importanță regională sau locală (o parte sunt modernizate) favorizează accesul la marea majoritate a obiectivelor turistice. Printre acestea amintim: frontierele – Lipcani-Costești-Ungheni-Leova-Cahul-Reni (de-a lungul Prutului, 466 km); Chișinău-Hâncești-Comrat-Cahul (~200 km); Chișinău-Orhei-Florești-Rezina-Camenca; Leova-Cimișlia-Căușani-Tighina-Tiraspol (180 km); Ungheni-Chișinău (120 km); Chișinău-Orhei-Florești-Soroca (156 km); Edineț-Dondușeni-Otaci (56 km); Soroca-Camenca-Râbnita-Dubăsari-Tiraspol-Odesa (238 km în Moldova).

De asemenea, sunt importante pentru turism și arterele rutiere, care pornesc de la punctele vamale cu România: Costești-Râșcani (43 km); Sculeni-Fălești-Bălți-Florești-Rezina; Giurgiulești-Cahul-Comrat-Chișinău (190 km).

Desigur, sunt multe obiective turistice care se găsesc în afara drumurilor modernizate, fiind greu accesibile cu

¹ Informația preluată de la Ministerul Transporturilor și Gospodăriei Drumurilor al Republicii Moldova.

autocarul, dar în perspectivă acestea ar putea fi introduse în circuitul turistic prin amenajarea corespunzătoare a drumurilor.

Căile ferate. La sfârșitul anului 2001, Republica Moldova dispunea de 1121,2 km de căi ferate, care traversează tot teritoriul țării. Pentru turismul de tranzit internațional se impune magistrala Ungheni-Chișinău-Tiraspol, care leagă Moldova prin România cu Europa Centrală și de Sud, iar spre Est – cu Ucraina și Federația Rusă. În viitor se poate utiliza pentru turism și linia ferată Ungheni-Bălți-Dondușeni-Ocnița (169 km) spre Ucraina și Cernăuți.

La momentul actual, R.Moldova dispune de diferite rute feroviare internaționale, care au o importanță deosebită pentru dezvoltarea turismului internațional. Enumerăm rutele directe către: Rusia (Moscova și Sanct-Petersburg); Ucraina (Kiev, Odesa, Nicolaev, Herson, Cernăuți, Ivano-Francovsc); Belarus (Minsk); România (București, Iași, Brașov, Cluj, Constanța); Turcia (Istanbul); Bulgaria (Sofia); Cehia (Praga) și Germania (Berlin). În total, în 2001, cu transportul feroviar au fost transportate 4,8 milioane de pasageri.

Căile fluviale. Printre râurile Moldovei doar Nistru este navigabil atât la sud de Dubăsari, cât și pe lacul de acumulare din defileul acestuia până la Camenca. Pe Nistru se organizează excursii și transport turistic până la Odesa. Circulă, în croazieră, vapoare de capacitate medie (300-400 locuri), diferite șalupe și nave rapide. În perspectivă, se poate utiliza și lacul Costești-Stânca pentru excursii turistice și agrement nautic.

Liniile aeriene. Dezvoltarea transportului aerian a contribuit la expansiunea circulației turistice internaționale în multe regiuni ale lumii. Nu este o excepție și Republica Moldova, deoarece majoritatea vizitatorilor străini sosesc în Moldova pe calea aerului. În 2001, prin Aeroportul Internațional Chișinău au fost transportați în total 273775 pasageri, din care au sosit 140518. Menționăm că după reconstrucție Aeroportul Internațional Chișinău corespunde

standardelor internaționale și dispune de capacitatea de a spori atât numărul zborurilor, cât și al destinațiilor. La momentul actual, în R.Moldova sunt înregistrate 26 de companii aeriene naționale și străine, care transportă pasageri și încărcături. Transportul pasagerilor este efectuat de trei companii naționale: „Air Moldova”, „Air Moldova International” și „Moldavian Airlines”, care constituie 79% din piața traficului aerian de pasageri din Moldova. Spre anumite destinații transportul pasagerilor este efectuat de diferite companii străine, precum „Transaero” (Moscova); „Turkish Airlines” (Istanbul); „Austrian Airlines” (Viena); „Tarom” (București). Companiile naționale și companiile străine operează transportul de pasageri prin rute regulate și charter, asigurând legătura cu peste 20 de destinații internaționale.

Potențialul turismului viti-vinicol

Patrimoniul viti-vinicol al Moldovei este bogat și diversificat prin varietatea climatului (Nord, Sud), a solurilor, tipurilor de vinuri și întreprinderi vinicole, precum și prin renumitele crame și beciuri subterane.

Dezvoltarea industrială a viticulturii și vinificației în R.Moldova a început din anii 50-60 ai secolului XX cu cele mai înalte realizări în perioada 1980-1985, când suprafețele de viță de vie au constituit 236 mii ha.

Campania de luptă cu alcoolismul din fosta URSS în anii 1986-1990 și consecințele negative ale tranziției au redus substanțial potențialul industriei vinicole. La momentul actual, țara noastră dispune de 142 mii ha cultivate de viță de vie și 142 de întreprinderi de prelucrare a strugurilor¹¹. Multe din aceste întreprinderi dispun de săli amenajate de degustație, de crame și beciuri subterane, de dotări pentru bucătărie și servirea mesei, muzee specializate. Unele întreprinderi vinicole

¹ Informație preluată de la Institutul Național al Viei și Vinului din Republica Moldova.

sunt remarcabile prin asortimentul și calitatea vinurilor, precum și prin arhitectura originală a sălilor de degustație.

Potențialul întreprinderilor vinicole și tradițiile viti-vinicole ale Moldovei pot fi promovate cu succes în turismul internațional prin crearea produsului turistic specific – turismul viti-vinicol al Republicii Moldova.

Desigur că dezvoltarea turismului viti-vinicol va implica dotări și amenajări corespunzătoare pentru vizitatori, dar și o pregătire a ghizilor profesionali. Dezvoltarea turismului viti-vinicol în R.Moldova va fi posibilă doar cu condiția ca întreprinderile vinicole să se alinieze la standarde și norme speciale privind primirea vizitatorilor.

Potențialul socio-demografic se referă la populația țării sau a unei zone, a cărei studiere este necesară pentru a evidenția, pe de o parte, cererea turistică internă, iar pe de altă parte, forța de muncă pentru turism.

În 2001, numărul populației Republicii Moldova a constituit în total 3627,2 mii locuitori, din care 1500,2 mii în mediul urban și 2127 mii în mediul rural. Conform analizei populației după structura de vârstă, rezultă că în 2001 populația de până la 15 ani reprezenta 22,8%, populația de la 15 până la 60 de ani – 63,5%, iar populația de peste 60 de ani – 13,7%. În general, populația Moldovei este tânără și reprezintă o sursă importantă de forțe de muncă. În 2001, în economia națională erau ocupate 64,8% din resursele de forțe de muncă, din care 5% în hoteluri, restaurante, transporturi și agenții de turism.

4.3. Direcțiile de valorificare a potențialului turistic

Valorificarea potențialului turistic și dezvoltarea turismului trebuie să fie organic corelate cu prevederile generale ale sistematizării complexe a teritoriului, care asigură o evoluție echilibrată a tuturor sectoarelor economice și o îmbinare a criteriilor de eficiență economică cu cele de ordin social și de protecție a mediului înconjurător. Problema valorificării

optimale a potențialului turistic al țării reprezintă o direcție importantă a politicii turistice. În acest sens, Legea Turismului Republicii Moldova prevede reglementări concrete privind evidența, atestarea și determinarea direcțiilor de dezvoltare a potențialului turistic (articolul 7).

Identificarea obiectivelor prioritare ale potențialului turistic natural și antropic reprezintă prima etapă a procesului de valorificare a potențialului turistic.

În etapa următoare se efectuează atât evaluarea comparativă a tuturor obiectivelor de interes turistic prioritar, cât și delimitarea lor teritorială, care în condițiile unor amenajări și dotări corespunzătoare pot fi promovate în cadrul diferitelor forme de turism. *Procesul de evaluare și de valorificare a potențialului turistic implică următoarele componente:*

- evaluarea și identificarea obiectivelor potențialului turistic natural și a potențialului turistic antropic, care reprezintă interes pentru activitatea de turism;
- analiza teritorială a tuturor resurselor turistice ale țării;
- zonarea turistică teritorială a țării;
- ierarhizarea zonelor turistice și delimitarea celor prioritare pentru dezvoltarea turismului;
- determinarea formelor de turism prioritare pentru fiecare zonă turistică;
- identificarea obiectivelor de interes turistic prioritar pentru amenajarea turistică ;
- elaborarea planului național de amenajare turistică teritorială în funcție de zonarea turistică a țării;
- elaborarea planurilor teritoriale de amenajare turistică, încadrate în planul național.

În elaborarea strategiei de dezvoltare a turismului și la efectuarea amenajărilor turistice, o importanță deosebită o are zonarea turistică teritorială.

Zonarea turistică teritorială

Zonarea turistică se manifestă prin delimitarea unui teritoriu sau a unei piețe turistice în zone care conțin elemente omogene din punctul de vedere al activității turistice.

În practica amenajărilor turistice, s-au conturat mai multe elemente ale structurii unui teritoriu.

Punctul turistic reprezintă un obiectiv turistic de mică amploare, dar care generează motivații pentru a fi vizitat. Acesta reflectă unitatea de bază a industriei turismului, care poate avea minimum de amenajări pentru servirea mesei sau cazarea temporară.

Localitatea turistică este o așezare de tip urban sau rural care posedă mai multe obiective (puncte) de interes turistic, ce pot promova o atractivitate turistică permanentă sau sezonieră. O localitate turistică poate avea un profil exclusiv turistic, fapt ce îi atribuie calificarea de stațiune turistică.

Arealul turistic reprezintă un complex alcătuit din mai multe puncte și localități turistice, dispuse pe un anumit teritoriu, în care elementele de atracție au o relativă omogenitate.

Zona turistică este constituită din mai multe areale, localități și puncte turistice.

Regiunea turistică reprezintă un teritoriu mai mare și poate contura câteva zone turistice.

În funcție de volumul și valoarea potențialului turistic, teritoriul Republicii Moldova este delimitat în câteva zone turistice. Delimitarea zonelor turistice poate fi efectuată pe baza caracteristicilor comune ale unor elemente turistice sau după criteriul geografic. Diferențierea zonelor turistice ale Moldovei a fost efectuată de mai mulți cercetători. Așa, de exemplu, Efros V.¹ a efectuat delimitarea după criteriul geografic. Un studiu de delimitare turistică, în baza unor

¹ Efros V., *Resursele recreative ale Republicii Moldova*, Editura "Știința", 1991.

elemente dominante de potențial turistic, a fost efectuat de o grupă de cercetători din cadrul Institutului Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism din București (V. Glăvan, I. Istrate, V. Timotin)¹.

Pe baza analizei criteriilor de zonare turistică, se poate afirma următoarele:

- criteriul geografic condiționează o delimitare desfășurată chiar și în cazul unor teritorii cu potențial turistic omogen;
- criteriul dominantelor potențialului turistic permite sistematizarea mai complexă a potențialului turistic și valorificarea acestuia în urma dezvoltării diferitelor forme de turism. Astfel, devine optimă zonarea turistică a R.Moldova în funcție de valoarea potențialului turistic natural și antropic.

Remarcăm că studiul efectuat de savanții din România reprezintă baza științifică și metodologică de evaluare a potențialului turistic din Moldova, iar continuarea acestor cercetări ne permite să abordăm necesitatea amenajării turistice teritoriale, în funcție de zonarea turistică, recomandată de Institutul de Cercetare în Turism din București. La baza acestei zonări a stat o serie de factori, precum atractivitatea peisagistică, structura, volumul, concentrarea și valoarea turistică a resurselor, precum și posibilitățile de valorificare a acestora în turism (funcționalitatea pentru turism).

La delimitarea zonelor turistice trebuie să se țină seama de omogenitatea relativă (pe teritoriul dat) a tuturor componentelor potențialului natural și antropic, de condițiile asemănătoare de utilizare în turism, cât și de relațiile ce se stabilesc între dezvoltarea turismului și celelalte elemente social-economice.

¹ Glăvan V., Istrate I., Timotin V. *Evaluarea potențialului turistic al Republicii Moldova și posibilități de valorificare*, București, 1992, 136 p.

Unitățile teritoriale, indiferent de mărimea lor, trebuie considerate părți integrante ale ansamblului teritorial căruia îi aparțin (zona la teritoriul țării, subzona la zonă etc.). În acest sens, criteriile de zonare turistică, trebuie să fie unitare pe întreg teritoriul țării și la nivelul fiecărei diviziuni teritoriale.

Ținând cont de aceste considerente (criterii unitare, integralitate teritorială, funcționalitate, coordonare de ansamblu), delimitarea turistică a teritoriului poate să nu coincidă cu granițele administrative și naturale ale raioanelor teritoriale. Conturarea mai clară a potențialului turistic contribuie la amenajarea și valorificarea turistică mai eficientă.

În funcție de valoarea și concentrarea resurselor turistice, dezvoltarea căilor de comunicații și posibilitățile de valorificare în turism, pe teritoriul Moldovei au fost delimitate *8 zone turistice, în cadrul cărora se disting următoarele centre, localități turistice și stațiuni balneoclimaterice:*

1) Zona turistică Edineț-Ocnița dispune de resurse turistice variate naturale și antropice, căi de comunicație (magistrala rutieră europeană Cernăuți-Odesa, alte drumuri, cale ferată), centru vamal Costești. În structura zonei se evidențiază trei subzone:

Subzona turistică Edineț se impune prin resursele turistice naturale (toltrele prutene) și obiective cultural-istorice:

- aspecte peisagistice carstice (peșteri, defileuri, chei carstice) – Fetești, Caracușeni, Horodiște, Brânzeni, Criva, Butești etc.;
- lacul Costești;
- păduri de stejar și mesteacăn – Caracușeni, Zăbriceni, Petrușeni, Brânzeni (stejari seculari);
- ape minerale bicarbonate, sulfuroase, sodice (Edineț, Criva, Zăbriceni);
- rezervații științifice: geologice (Pererâta), forestiere (Fetești, Gordinești, Tețcani), parc dendrologic (Caracușeni);

- fond cinegetic și piscicol (Iacul Costești);
- obiective cultural-istorice, precum: bisericimonumente istorice și de artă – Larga (XIX), Lipcani (XIX), Pererâta (XVIII), Corjeuți, Criva (XIX), Petrușeni (XVIII), Hiliuți (XIX); monumente de arhitectură Lipcani (XIX), Criva (XIX), Corjeuți (XIX), Șofrâncani (XIX), Brânzeni, Pavlovca (XIX), Edineț etc; puncte arheologice (Duruitoarea, Horodiște, Butești, Trinca, Buzdugeni); vestigiile medievale Pererâta (VII-IX); daco-romane (Lipcani); lucrări tehnice (păduri) (Tețcani (XVIII), Larga, Corjeuți, Brânzeni etc.); muzee (Edineț).

Forme de turism: *itinerant cu valențe culturale, de tranzit, de odihnă și recreere, de agrement și tratament balnear, științific și profesional, pentru pescuit sportiv, rural, ecologic.*

Subzona turistică Ocnița ocupă partea nord-estică a zonei și se impune prin atracții naturale de-a lungul Nistrului și unele obiective cultural-istorice dispersate în teritoriu, printre care enumerăm:

- aspectele peisagistice calcaroase, îndeosebi în apropierea Nistrului;
- stâncile recifale spectaculoase;
- defileul Nistrului, cu structuri geologice și forme de relief spectaculoase, (cu praguri de până la 10 m înălțime), stânci bizare, pereți stâncoși colorați divers, profiluri geologice cu stratificații litologice și paleontologice de interes științific, sectoare de canioane adânci de 130-240 m etc.;
- pădurile de interes peisagistic și recreativ (Gârbova, Ocnița);
- fondul piscicol;
- rezervațiile geologice (Naslavcea, Mereșeuca);
- apele minerale bicarbonate de la Ocnița-sat și Otaci;

- obiectivele cultural-istorice interesante sub aspect turistic: biserici – monumente istorice și de artă – Mărcăuți (XIX), Otaci (XVIII), Nădărăuți (XIX), Gârbova (XVIII), Codreanca (XVIII) etc.; monumente de arhitectură – Poiana (X-XIII); case memoriale (Cernoleuca); puncte arheologice – Naslavcea (III-IV î.e.n.); locuri istorice – Lipnic (1470), Ștefan cel Mare; monumente de artă plastică (Ocnița, Lipnic, Otaci); tehnică populară (Naslavcea, Cernoleuca); muzeu (Ocnița).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și tratament balnear, agrement și recreere, științific, tranzit.*

Subzona Dondușeni este amplasată în partea de sud-est a zonei și prezintă aceleași trăsături naturale, dar cu atracții de valoare culturală ce se impun prin următoarele obiective turistice:

- aspecte peisagistice colinare și ale Defileului Nistrului;
- parcuri dendrologice – Țaul (XX), Mândâc (XIX);
- forme carstice (peșteri, în unele au fost așezări rupestre neolitice);
- ape minerale bicarbonate, sulfuroase, magneziene, calcice (ape de masă) la Crișcăuți;
- obiective cultural-istorice, unele de mare valoare cultural-istorică și turistică: mănăstirile de la Rudi (XVIII-XIX) și Călărășăuca (XVII); bisericile Târnova (XVIII-XIX), Frasin (XIX), Sudarca (XVIII); conacele și castelele Țaul (XX), Mândâc (XIX), Târnova (XIX), Rediul Mare (XX); ruinele de cetăți și siturile arheologice (Tolocănești, Rudi); muzeu (Ocnița).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, odihnă și tratament balnear, tranzit.*

2) Zona turistică Bălți se suprapune Câmpiei Moldovei de nord, cu un relief colinar, ce nu depășește 230-250 m. Zona dispune de o densă rețea rutieră. Printre arterele rutiere se impune magistrala europeană Cernăuți-Odesa și drumul republican ce leagă România de Ucraina prin Râbnîța și Soroca. Potențialul turistic al acestei zone este reprezentat prin următoarele componente:

- aspecte peisagistice, îndeosebi legate de râurile și lacurile din zonă, ca și câmpia colinară;
- ape minerale bicarbonate, sulfuroase, calcice, sodice (Bălți, Mihăileni);
- obiective cultural-istorice: biserici; monumente istorice și de artă – Cubolta (XIX), Ciuciulea (XIX), Florești (XIX), Sculeni (XIX), Ciripcău (XIX); conace și casteluri – Cubolta (XIX), Sofia (XIX), Ciuciulea (XIX); muzee și case memoriale (Bălți, Fălești, Florești).

Forme de turism: *itinerant cu valențe culturale și de tranzit; odihnă și tratament balnear.*

Centre turistice: Bălți, Florești, Fălești, Glodeni, Drochia, Râșcani.

3) Zona turistică “Codru” cuprinde podișul Moldovei centrale, respectiv Dealurile Codrului. Zona este străbătută de magistralele europene Cernăuți-Odesa și Leușeni-Chișinău-Dubăsari. Este cea mai reprezentativă zonă prin varietatea și complexitatea resurselor turistice, printre care un loc important îl ocupă cele naturale.

Subzona turistică Orhei ocupă partea nord-estică a zonei; cuprinde arealul deluros al Orheiului și prezintă obiective cultural-istorice de valoare națională: ruinele cetății și orașul medieval Orhei (XV) la Butuceni; mănăstire și chiliile săpate în calcar recifal (XV-XVIII) la Butuceni; biserici-monumente istorice în Orhei (XVII-XVIII), Butuceni (XVII), Curchi (XVIII), Țigănești (XVIII), Piatra (XVIII), Peresecina (XVIII),

Jeloboc (XIX) etc.; conace și palate la Ivancea (XIX), Orhei (XIX); arhitectură și tehnică populară (Jeloboc, Brănești, Trebujeni, Furceni, Codreanca); muzeu de etnografie și folclor (Ivancea); case memoriale (Donici, Piatra); peisaje spectaculoase calcaroase cu stânci recifale, cheile Răutului (Trebujeni, Butuceni, Furceni); păduri de interes peisagistic și social-recreativ (Curchi, Ivancea, Trebujeni); ape minerale bicarbonate (Orhei).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, pescuit sportiv, turism rural.*

Subzona turistică Telenești cuprinde nordul zonei. Dispune de un potențial turistic, prioritar cultural-istoric, dar și cu unele componente naturale: obiective cultural-istorice: biserici de lemn; biserici-monumente istorice – Copăceni (XIX), Cubolta (XIX); meșteșuguri populare (Rădoaia, Biliceni, Piatra); conace Cubolta (XIX); muzeu (Sângerei).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, tranzit, pescuit sportiv.*

Centre turistice: Telenești, Sângerei.

Subzona turistică Călărași se află în partea central-vestică a zonei: păduri de interes peisagistic, științific și recreativ (Sadova, Pârjolteni, Hârjauca); ape minerale; fond cinegetic (cerb, căprior, mistreț); fond piscicol în iazurile locale; rezervații naturale (Codru, Hârjauca); rezervație de vânătoare (Rădeni); parc dendrologic (Milești – XIX); obiective cultural-istorice: biserici-monumente istorice – Horodiște (XVIII), Răciula (XVII), Nisporeni (XIX), Vărzărești (XV); mănăstirea Hârjauca (XVIII); puncte arheologice și ruine de cetăți – Răciula (VIII-XIX); conace și castele – Bahmut (XIX), Dolna (XIX), Sadova (XIX), Zberoaia (XIX), Milești (XIX); etnografie și folclor; arhitectură populară; meșteșuguri (Hoginești, Horodiște, Milești, Sadova, Pârjolteni, Iurceni etc.); muzee (Ungheni, Dolna, Nisporeni, Horodiște).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și tratament balnear, turism pentru vânătoare și pescuit sportiv, tranzit, turism științific, turism rural, ecologic.*

Centre turistice: Călărași, Nisporeni, Ungheni, stațiunea balneoclimaterică Hârjauca.

Subzona turistică Hâncești ocupă sectorul de sud al zonei și se caracterizează prin: păduri de interes științific și peisagistic (Hâncești; Lăpușna); rezervații forestiere (Hâncești); fond cinegetic și piscicol; obiective cultural-istorice: biserici monumente istorice – Lăpușna (XIX), Bujor (XIX); vestigii – fortificații romane (Tomai, Bește-mac); conace – Hâncești (XIX); etnografie și folclor (Hâncești, Lăpușna, Stolniceni, Bujor); muzeu (Hâncești).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, turism pentru vânătoare și pescuit sportiv, turism științific.*

Centre turistice: Hâncești.

4) Zona turistică Chișinău ocupă zona periurbană a capitalei Moldovei și cuprinde o parte colinară (estul Dealurilor Codrilor) și una din câmpia și lunca Nistrului:

- păduri de interes peisagistic, științific și recreativ (Căpriansa, Scorțeni);
- lacuri și iazuri (Ghidighici, Ulmu, cele de pe valea Ialoveni);
- fond cinegetic și piscicol;
- podgorii și crame vestite (Ialoveni, Românești, Cricova, Căpriansa);
- ape minerale: Speia, Chișinău, Onițcani;
- obiective cultural-istorice: mănăstirea Căpriansa (XVIII); biserici-monumente istorice – Chișinău, Pânășești (XIX), Condrîța (XIX); catedrală Chișinău (XIX); clădiri – monumente de artă; muzee și case memoriale (Chișinău, Coșnița); etnografie și folclor (Căpriansa, Condrîța).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, turism științific, turism rural, pescuit sportiv, turism de afaceri.*

Centre turistice: Chișinău.

Baze de odihnă și recreere: Vadul lui Vodă, Strășeni.

5) Zona turistică Soroca-Dubăsari ocupă aria colinară a Dealurilor Nistrului și Dealurilor Podolice.

Subzona turistică Soroca ocupă partea de nord a zonei: păduri de interes peisagistic și științific (Cosăuți, Holoșnița); ape minerale clorurate-sodice (Soroca, Coșernița); fond piscicol; obiective cultural-istorice: biserica de lemn Zastâncă, Ocolina (XVIII); biserici din piatră – Tătărauca (XIX); vestigii de cetăți medievale Soroca (XVII); muzee (Soroca); prelucrarea pietrei (Cosăuți); etnografie și folclor (Pârlița, Bădiceni, Vărăncău).

Forme de turism: *turism itinerant cu valențe culturale, tranzit, odihnă și tratament balnear, turism științific, rural.*

Centru turistic: Soroca.

Subzona turistică Camenca cuprinde partea centrală a zonei: peșteri și abrupții de defileu; în unele grote s-au amenajat schituri și chilii rupestre (lângă Japca); recife calcaroase (Japca); lacul hidroenergetic din defileu; păduri de interes științific și peisagistic (Cotiujeni, Onișcani); rezervații științifice (Vadul Rașcov, Valea Adâncă; Saharna); parcuri dendrologice (Temeleuți); obiective cultural-istorice: mănăstirea Japca (XVII); biserici – Vadul Râșcov (XIX), Dobrușa (XVIII), Cobâlnea (XIX); muzee (Camenca, Cuzmin, Cobâlnea); etnografie și folclor (Beloci, Stroești, Cotiujeni, Vadul Rașcov).

Forme de turism: *odihnă și tratament balnear, itinerant cu valențe culturale, tranzit, turism științific, pescuit sportiv.*

Centre turistice: Camenca, Râbnița și Rezina.

Subzona turistică Dubăsari include partea de sud a zonei și ultimul sector de defileu al Nistrului: rezervații științifice

(Iagorlâc); păduri de interes științific și peisagistic (Țipova, Oxentea); obiective cultural-istorice: biserici și mănăstiri – monumente istorice Roghi (XVIII); muzeu și case memoriale (Dubăsari, Goian).

Forme de turism: *itinerant cu valențe culturale, tranzit, odihnă și recreere, odihnă și tratament balnear.*

Centre turistice: Dubăsari.

Bază de odihnă și recreere: Holercani.

6) Zona turistică Cahul cuprinde Dealurile Tigheciului: lacuri și lunca Prutului cu vegetație de stufăriș; ape minerale clorurate, sodice, sulfuroase, termale (Cahul), mezotermale (Gotești) și reci (Cantemir, Enichioi, Baimaclia); fond piscicol în lacurile prutene (Manta, Dracele, Rotunda); fond de vânătoare (păsări, mistreț); obiective cultural-istorice: biserici – monumente istorice Colibași (XIX), Brânza (XIX), Cahul (XIX); etnografie și folclor (Colibași, Vadul lui Isac, Brânza).

Zona este străbătută de artere rutiere modernizate, de tranzit spre România (punct vamal: Giurgiulești) și Ucraina.

Forme de turism: *odihnă și tratament balnear, itinerant cu valențe culturale, de tranzit, științific, pentru vânătoare și pescuit sportiv, turism rural.*

Centre turistice: Cahul, Leova.

7) Zona turistică Vulcănești – Căinari se suprapune câmpiei Moldovei de Sud. Zona beneficiază de o rețea densă de drumuri modernizate (noduri rutiere: Vulcănești, Comrat, Cimișlia, Căușeni) și de linie ferată ce o leagă de Tiraspol și Chișinău.

Din obiectivele turistice, mai importante sunt: apele minerale bicarbonate, sodice, sulfuroase (Congaz, Comrat, Vulcănești); lacurile și iazurile: lacul Belev; rezervația științifică (lacul Belev); fondul piscicol și de vânătoare; obiectivele cultural-istorice: bisericile – Beșalma (XIX), Ferapontovca (XIX); catedrală Comrat (XIX).

Forme de turism: *itinerant cu valențe culturale, de tranzit, odihnă și recreere, de vânătoare și pescuit sportiv, științific, turism rural.*

Centre turistice: Comrat, Congaz.

8) Zona turistică Nistru Inferior se suprapune bazinului inferior al Nistrului și cuprinde resurse turistice, îndeosebi cultural-istorice: obiective cultural-istorice: biserici Căușeni (XVIII), Tașlâc (XIX), Grigoriopol (XIX); cetate medievală (Tighina, Tiraspol); muzee și case memoriale (Tighina, Tiraspol); etnografie și folclor (Ursoaia, Olănești).

Forme de turism: *itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, agrement și tratament balnear.*

Centre turistice: Tiraspol, Tighina, Grigoriopol.

Localități turistice: Căușeni.

Sub aspect de componente relativ constante ale ofertei turistice, resursele turistice determină atât forța de atracție turistică a fiecărei zone, în parte, și a țării, în ansamblul său, cât și valoarea funcțională pentru utilizarea anumitor forme de turism. Evaluarea zonelor turistice ale Republicii Moldova cuprinde principalele resurse ale potențialului natural și cultural-istoric din fiecare zonă, și anume: aspecte peisagistice, ape minerale, râuri și lacuri, păduri, fond cinegetic și piscicol, rezervații, monumente istorice și de artă religioasă, monumente istorice și de arhitectură, vestigii de cetăți, muzee și case memoriale, etnografie și folclor etc., precum și poziția geografică și legătura acestor zone cu capitala țării, gradul de accesibilitate, dotările din infrastructura tehnică generală.

În urma evaluării comparative a resurselor turistice, zonele turistice ale R.Moldova pot fi diferențiate în modul următor:

Zona Codru – prin structura, varietatea, volumul și valoarea resurselor se situează pe primul loc. Aici se conturează multe resurse, unele de valoare internațională, ca peisaje geografice de mare atractivitate, importante surse de ape minerale (în mare parte cercetate și utilizate), un valoros

fond etnofolcloric, rezervații științifice de importanță națională, fond cinegetic, bioclimat sedativ (de cruțare) etc. Zona este traversată de artera rutieră europeană E-581, ce leagă drumurile europene din România cu țările est-europene, și magistrala feroviară România-Rusia, beneficiind de o bună infrastructură generală, favorabilă turismului (drumuri modernizate). Formele de turism de bază: *odihnă și tratament, vânătoare și pescuit sportiv, turism științific, turism ecologic, turismul rural.*

Zona Chișinău ocupă locul al doilea în funcție de valoarea potențialului cultural-istoric al orașului, dar și a ariei limitrofe, a resurselor naturale de importanță majoră pentru turismul de odihnă și recreere (păduri, lacuri, ape minerale, fond piscicol etc.), precum și a infrastructurii generale, cu cea mai mare densitate și cea mai bună stare tehnică.

Municipiul Chișinău este centrul de concentrare și dispersie al turismului din Moldova. Forme de turism de bază: *itinerant cu valențe culturale, de tranzit, odihnă și recreere.*

Zona Soroca-Dubăsari se înscrie pe locul al treilea prin resursele naturale, caracterizate de aspectele peisagistice și formele de relief (îndeosebi defileul Nistrului), prezența lacului hidroenergetic și a apelor minerale, a unor rezervații importante, dar și prin obiectivele cultural-istorice, unele de valoare națională (vestigiile cetății de la Soroca). Prezintă o densitate favorabilă a căilor de comunicație, dar ocupă o poziție nefavorabilă față de principalul centru de dispersie turistică și magistralele europene de interes turistic. Forme de turism de bază: *odihnă și tratament, științific, cultural, croazieră (nautism).*

Zona Edineț-Ocnița ocupă o poziție mediană datorită nu numai valorii și volumului, mai reduse, de resurse naturale și antropice, ci și poziției mai îndepărtate față de Chișinău. Aici se impun lacul Costești-Stânca, unele surse de ape minerale, aspectele peisagistice și formele carstice, iar printre obiectivele cultural-istorice, complexul de la Țaul și unele biserici –

monumente istorice. Axa rutieră europeană Cernăuți-Chișinău-Odesa și punctul vamal Costești pot dirija unele fluxuri turistice internaționale în această zonă. Forme de turism de bază: *itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere, științific.*

Zona Bălți dispune de resurse turistice mai reduse, predominând cele antropice (biserici, monumente de arhitectură) și câteva din resursele naturale – lacuri și ape minerale. Dispune de o densă infrastructură rutieră și feroviară, care favorizează accesul la toate obiectivele turistice, și de un punct vamal. Forme de turism de bază: *itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere.*

Zona Cahul dispune de resurse turistice modeste, cu excepția celor balneare, printre care apele termominerale ce, prin rezervele estimate, constituie principalul zăcământ hidromineral al țării. Infrastructura este caracterizată prin artere rutiere modernizate, ce o străbat și o pun în legătură cu celelalte zone și capitala țării. Are o poziție, oarecum, excentrică, față de restul zonelor turistice și Chișinău. Forme de turism de bază: *odihnă și tratament, itinerant cu valențe culturale.*

Zona Vulcănești-Căinari și Nistru inferior ocupă areale de câmpie, resursele naturale fiind reduse, cu excepția apelor minerale, care au rezerve moderate și folosite cu precădere ca ape de masă. Beneficiază de valori cultural-istorice, concentrate în câteva localități, printre care Tiraspol și Tighina. Dispune de o mare densitate de artere rutiere modernizate și de puncte vamale. Forme de turism de bază: *itinerant cu valențe culturale, odihnă și recreere.*

Din experiența altor țări rezultă că la dezvoltarea turismului din Moldova trebuie să se ia în considerație, printre altele, și următoarele elemente:

- volumul, structura și valoarea potențialului turistic și repartiția sa în teritoriu, ca și utilizarea pentru turism a resurselor;

- dezvoltarea economică și socio-demografică, actuală și de perspectivă, a țării;
- cererea turistică potențială, la nivel local, național și internațional;
- indicele de morbiditate (îmbolnăviri/afecțiuni la 1000 locuitori) pentru diferite maladii ale populației locale, ce se pot trata balnear în viitoarele stațiuni balneare din țară;
- infrastructura generală și, mai ales, nivelul de modernizare și gradul de mobilare (dotare cu spații de cazare, benzinării, asistență rutieră-service) a arterelor rutiere;
- realizarea unei oferte competitive pe piața turistică internă și internațională;
- protejarea și conservarea resurselor turistice și a mediului înconjurător etc.

O nouă concepție în dezvoltarea turismului presupune valorificarea optimă a tuturor resurselor turistice naturale și antropice din țară, iar activitatea de turism trebuie orientată spre satisfacerea preferințelor turiștilor.

Extinderea formelor de turism și adaptarea ofertei la exigențele cererii interne și internaționale va contribui la transformarea turismului din Moldova într-o activitate complexă, economică și socială. Valorificarea zonelor cu potențial turistic ale Republicii Moldova oferă posibilități de dezvoltare și promovare pentru diferite forme de turism.

Turism viticol

Promovarea Republicii Moldova în turismul internațional se poate realiza cu succes prin dezvoltarea turismului viticol. Întreprinderile viti-vinicole din țară pot fi valorificate prin itinerare specializate în cadrul turismului viticol. La momentul actual doar câteva din aceste întreprinderi dispun de infrastructura necesară pentru primirea vizitatorilor (Cricova,

Mileștii Mici, Ialoveni, Purcari, Brănești, Stăuceni), dar serviciile prestate necesită o ameliorare substanțială ca să corespundă unor criterii internaționale. *În acest sens, sunt necesare acțiuni de amenajare teritorială a:*

- căilor de acces la întreprinderile vinicole (modernizarea drumurilor, dotarea cu indicatoare, parcări);
- aspectului exterior al clădirilor;
- unor bucătării modernizate;
- unor restaurante pentru vizitatori;
- sălilor de degustație într-un stil modern și atractiv;
- încăperilor sanitare (amenajarea și dotarea corespunzătoare).

O altă problemă se referă la pregătirea profesională a ghizilor specializați (somerierilor) care vor lucra cu vizitatorii.

Totuși, este important ca în etapa inițială să se efectueze calculele necesare privind capacitatea actuală de primire a vizitatorilor, cu evaluarea perspectivelor de extindere în viitor. Planificarea și elaborarea acestor acțiuni trebuie să se realizeze pe bază de parteneriat cu suportul științific și tehnic al întreprinderilor viti-vinicole interesate, a Ministerului Culturii și Turismului și a Departamentului agroindustrial „Moldova-vin”.

Turism religios

Paleta largă de biserici și mănăstiri, amplasate pe tot teritoriul țării, reprezintă un important potențial pentru dezvoltarea turismului religios. Problema valorificării obiectivelor de cult în turism trebuie să fie soluționată, de asemenea, pe bază de parteneriat (Mitropolia Moldovei și a Basarabiei, Ministerul Culturii și Turismului, administrațiile publice locale). Includerea bisericilor și mănăstirilor în circuitul turistic va implica acțiuni importante de amenajare teritorială: căi de acces, indicatoare, parcări, blocuri sanitare, unități de comerț, structuri de cazare etc.

Turism rural

O atenție deosebită trebuie acordată perspectivelor de dezvoltare a turismului rural în Republica Moldova. În ansamblul economiei globale a turismului, turismul rural este definit ca valorificarea turistică a spațiilor rurale, resurselor naturale, a patrimoniului cultural, imobilelor rurale, a tradițiilor sătești și a produselor agricole.

În literatura de specialitate, *agroturismul* și *turismul rural* sunt două concepte care pentru unii autori reprezintă același lucru, iar pentru alții sunt două noțiuni diferite. Practica internațională arată că aceste categorii se identifică până la un anumit nivel, având un numitor comun, care scoate în evidență atât elementele de identitate, cât și cele de diferențiere. Privit în ansamblu, turismul rural include o paletă largă de modalități de cazare, de activități, evenimente, festivități, sporturi și distracții, toate desfășurându-se într-un mediu tipic rural. Turismul rural este un concept ce include toate activitățile turistice, care se desfășoară în mediul rural. El cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală și se bazează pe o strânsă legătură cu mediul ambiant, natural și uman.

Menționăm că turismul rural devine una din principalele priorități ale dezvoltării turismului în multe țări europene.

Moldova dispune de anumite condiții pentru dezvoltarea turismului în mediul rural. Inițial, pentru dezvoltarea turismului rural este important să se realizeze un program de omologare a satelor turistice care, de obicei, se efectuează după anumite criterii. Pentru a avea o funcție turistică, o așezare rurală trebuie să îndeplinească anumite cerințe legate, în primul rând, de valoarea tradițiilor etnofolclorice, de calitatea mediului, de alte resurse turistice eventuale, precum și de accesibilitatea și poziția geografică. Se impun, astfel, stabilirea unor criterii pentru determinarea potențialului turistic și identificarea acelor așezări ce pot fi valorificate în circuitul turistic.

Mediul rural al R.Moldova se caracterizează prin valori ale culturii populare, iar ospitalitatea este o trăsătură comportamentală națională. Cadrul natural al Moldovei completează arta, etnografia și folclorul satelor, punând în valoare atractivitatea satului moldovean.

Subliniem că din punctul de vedere al resurselor turistice – naturale și cultural-istorice – satele moldovene pot răspunde unor motivații turistice ale turiștilor naționali și străini. Stabilirea tipurilor de sate turistice constă în identificarea și relevarea specificului localităților și gruparea lor în câteva fundamentale, în vederea promovării, în fiecare localitate, a celor mai adecvate forme de turism, în funcție atât de principalele caracteristici geografice, sociale și economice, cât și de alinierea la principalele motivații și opțiuni ale categoriilor de turiști care frecventează localitatea respectivă.

Aplicarea principiului specializării în domeniul organizării și funcționării satului turistic este cu atât mai necesară, cu cât fiecare localitate rurală constituie o entitate fizică, socială, culturală și economică, cu particularități proprii și activități specifice, ce nu trebuie decât să fie identificate și valorificate, cât mai eficient posibil, din punct de vedere turistic.

De asemenea, stabilirea tipurilor de sate turistice constituie un mijloc de selecție a turiștilor în funcție de principalele lor motivații și opțiuni turistice.

Turism balnear

Dezvoltarea turismului balnear se bazează pe amplasarea teritorială, amenajarea turistică și dotarea tehnică, realizate într-o viziune sistemică a unor stațiuni balneoclimaterice, microstațiuni și centre turistice. În primul rând, este necesară amenajarea și dezvoltarea unor stațiuni balneoclimaterice de interes internațional (Hârjauca, Cahul) și de interes național (Camenca). În aceste cazuri se vor efectua lucrări de recondiționare a surselor de ape minerale, de optimizare a exploatarii lor, de diversificare a

ofertei balneare, de modernizare și extindere a bazelor de tratament, de dotare tehnică a spațiilor de cazare și alimentație publică, de dezvoltare și diversificare a agrementului. Totodată, în urma unor studii complexe și amenajări corespunzătoare, încă câteva localități balneare pot fi echipate, în etape, pentru a deveni stațiuni balneare de interes local: Zăbriceni, Soroca, Cornești, iar în perspectivă și Malovata, Ocnîța, Bălți, Ungheni, Gotești, Merenești.

Pentru dezvoltarea prioritară a turismului balnear trebuie de avut în vedere, paralel cu existența resurselor de ape minerale și a cererii turistice, și caracterul permanent al acestei activități de turism, care îi sporește eficiența economică. Dezvoltarea și promovarea turismului de tratament balnear presupune realizarea unor cercetări complexe, tehnice pentru prospectare hidrogeologică, chimică și balneologică a apelor, amenajare și echipare tehnică, dar și de marketing în vederea promovării pe piața turistică. *Astfel, pentru promovarea optimă și în condiții de protejare a resurselor hidrominerale și a mediului înconjurător sunt necesare realizarea unor studii de cercetări, după cum urmează:*

- cercetări complexe hidrogeologice a zăcămintelor de ape minerale cu stabilirea rezervelor de apă, ce trebuie omologate de organele geologice de specialitate;
- cercetarea fizico-chimică a apelor minerale în scopul stabilirii tipului de apă (conținutul de microelemente și gradul de mineralizare);
- investigații privind calitatea și potabilitatea apelor minerale;
- cercetări balneo-medicale și farmaco-dinamice în vederea recomandării de către medicii balneologi a indicațiilor terapeutice pentru folosirea în tratamentul balnear a apelor minerale;
- delimitarea parametrilor de protecție hidrogeologică și sanitară a tuturor surselor hidrominerale (în care sunt

- interzise activități economice de orice tip, construcții și activități poluante) și marcarea acestora pe teren;
- studii și lucrări de recondiționare a instalațiilor tehnice și de optimizare a exploataării apelor minerale;
 - studierea indicilor bioclimatici și de puritate a aerului și a mediului ambiant aferent surselor sau complexelor balneare;
 - elaborarea unor norme tehnice de exploatare a apelor minerale (captare, transport, stocare, utilizare, epurare).

Aceste studii de cercetări complexe ale surselor de apă minerală se fac, de regulă, de echipe de cercetare interdisciplinare, iar avizele se dau de organisme specializate și legale la nivelul țării. Amenajarea, echiparea pentru turism și dotarea tehnico-edilitară se efectuează, de asemenea, în baza unor norme tehnice, ce urmăresc o dezvoltare armonioasă, integrată în mediul ambiant, în corelație cu calitatea și cantitatea de resurse hidrominerale, dar și cu cererea turistică potențială. Asemenea norme privesc: sistematizarea și organizarea stațiunilor balneoclimatice și turistice, dotarea cu elemente de bază tehnico-materială turistică, cercetarea geologică, protecția și exploatarea apelor minerale, organizarea și echiparea pentru asistența medicală balneară, utilizarea și amenajarea urban-edilitară, comercială și cultural-socială, organizarea și amenajarea mediului ambiant din aria limitrofă a stațiunilor balneare, stabilirea tarifelor pentru prestațiile de tratament balnear.

Turismul de odihnă și recreere

Moldova, prin numeroasele acumulări de apă, râurile Nistru și Prut, sursele de apă minerale, păduri, oferă condiții dintre cele mai favorabile dezvoltării turismului de odihnă și recreere. Amenajările și dotările tehnice ce se pot realiza vor sprijini atât practicarea unor sejururi pentru odihnă și recreere mai mult de șase zile, cât și a turismului la sfârșit de săptămână (week-end)

sau a activităților de recreere cotidiene ori în timpul săptămânii (în ariile periurbane).

Astfel, numai pe malurile Nistrului sunt 10 asemenea puncte sau complexuri de odihnă și recreere, iar în interiorul țării aproape fiecare centru urban sau așezare de tip urban are un punct amenajat pentru recreere.

În viitor, în condițiile dezvoltării socio-economice a țării, vor crește și solicitările pentru odihnă și recreere din partea populației. În acest scop apare ca necesitate amenajarea și dotarea tehnică adecvată a unor baze de odihnă și recreere, îndeosebi pentru populația locală, în aria unor centre urbane de peste 100 mii de locuitori (Chișinău, Tiraspol, Tighina, Bălți), a celor de circa 50 mii de locuitori (Râbnîța, Cahul, Orhei, Dubăsari, Soroca, Ungheni) sau în cele mai mici. Desigur, aceste complexuri pot fi utilizate și de turiștii aflați în orașele respective sau în apropierea lor.

Pentru turism, în general, se impune amenajarea și echiparea corespunzătoare pentru odihnă și agrement a unor complexe sau dezvoltarea celor prezente, acestea conturându-se, în perspectivă, ca microstațiuni sau stațiuni de interes național sau regional.

În prima etapă se recomandă amenajarea complexurilor de odihnă și agrement de la Vadul lui Vodă și Strășeni-Ghidighici (z. Chișinău), Holercani, Țaul (z. Edineț-Ocnița), Ivancea și Hâncești (z. Codru).

În perspectivă se pot amenaja, în același scop, microstațiuni la Malovata (z. Soroca-Dubăsari), Ialoveni (z. Chișinău), Târnova (sbz. Dondușeni), Ungheni, Costești, Comrat.

Într-o perspectivă mai îndepărtată, unele baze periurbane pot să devină complexuri sau microstațiuni de interes regional sau național, mai ales că ele dispun de resurse complexe (lacuri, izvoare, ape minerale, păduri, râuri și plajă) așa cum sunt cele de la Rosoșeni și Otaci (z. Edineț-Ocnița), Soroca, Rașcov, Dubăsari (Soroca-Edineț).

Evident, multe complexuri de odihnă și agrement pot funcționa și ca baze pentru cantonamente sportive sau de desfășurare a unor activități și concursuri sportive.

Amenajarea și dotarea acestor complexuri și baze de odihnă și recreere trebuie să se realizeze în baza unor norme tehnico-edilitare privind volumul și calitatea resurselor (suprafața de apă, de plajă, de pădure, de rezerve de ape minerale) și cererea pentru asemenea servicii.

Turism științific

Varietatea și valoarea științifică a unor rezervații naturale, dar și a obiectivelor cultural-istorice pot determina o circulație turistică de interes profesional, cognitiv-științific, realizată prin itinerare tematice speciale: botanice, silvice, ornitologice, speologice, istorice, de valorificare a obiectivelor de cultură și artă, literare etc. În acest sens, s-a efectuat o identificare a celor mai reprezentative obiective care pot fi valorificate în cadrul turismului științific.

Capitolul V. METODOLOGII DE AMENAJARE TURISTICĂ TERITORIALĂ

5.1. Gestionarea activității turistice prin prisma protecției mediului înconjurător

Efectele negative pe care le poate provoca turismul asupra mediului se manifestă prin degradarea acestuia, prin urbanizarea peisajelor, prin construirea infrastructurii, în special a celei de acces (șosele, autostrăzi) și prin poluarea apelor, râurilor și plajelor. Deoarece potențialul turistic reprezintă o parte integrantă a mediului înconjurător, de calitatea acestuia depinde și calitatea prestațiilor turistice. Iată de ce ocrotirea naturii și conservarea mediului devin pentru turism o necesitate.

Datorită ansamblului de măsuri realizate de Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale și grație cadrului juridic din domeniul protecției acestuia, turismul în țara noastră poate avea asigurate condiții corespunzătoare pentru dezvoltare. Dar trebuie să se evalueze permanent starea mediului înconjurător și să se întreprindă măsuri de reducere a efectelor negative, provocate de o serie de factori de degradare a lui. *Printre aceștia pot fi diferențiate două grupe mari:*

1. Factori care rezultă din activitatea economică;
2. Factori care provin din folosirea mediului ambiant pentru turism și agrement.

Prima grupă de factori, rezultați în urma activităților industriale, agricole și de transport, afectează atât mediul, cât și cadrul general de desfășurare a activității turistice.

A doua grupă de factori, proveniți din activitatea turistică, poate afecta mediul în mod diferit:

- prin presiuni directe ale turiștilor asupra peisajului, florei și faunei sau asupra altor obiective turistice;
- prin concepția greșită de amenajare și valorificare a unor zone, puncte și obiective turistice.

Din prima grupă de factori de degradare a mediului, caracteristici pentru Republica Moldova, au efecte mai pronunțate:

- poluarea aerului, produsă de industria energetică, metalurgică, chimică, de materiale de construcție, de prelucrarea lemnului, alimentară, de autotransporturi etc.

Din 1969, în Moldova, funcționează serviciul “Hidrometeo”, care supraveghează sistematic calitatea aerului în centrele industriale Chișinău, Bălți, Tighina, Tiraspol, Râbnîța.

În general, calitatea aerului în orașe corespunde normelor sanitare, cu unele depășiri în orele de vârf și în zilele cu condiții meteorologice nefavorabile pentru anumite zone. De fapt, criza economică a dus la micșorarea degajării în atmosferă a substanțelor poluante, ca rezultat al încetării activității multor întreprinderi industriale.

Poluarea apei are, de asemenea, consecințe negative pentru turism, contribuind la degradarea unora dintre resursele turistice cu cea mai largă utilizare. Calitatea apei râurilor Nistru și Prut, cât și a lacurilor și rezervoarelor de apă din R.Moldova, în general, este satisfăcătoare pentru asigurarea vieții mediului acvatic, deși în ultimele două decenii în apa Nistrului a crescut simțitor concentrația elementelor biogene – de azot și fosfor.

Din cantitatea totală de ape subterane în scopuri economice fără tratare prealabilă pot fi utilizate doar 25%, din cauza mineralizării înalte.

Problema asigurării centralizate cu apă potabilă este foarte acută, motivul fiind repartizarea neuniformă a rezervelor de apă în teritoriu și calitatea ei necorespunzătoare standardelor, mai ales la sudul republicii.

Poluarea solului cu diferiți poluanți, proveniți fie din apa ploilor contaminate cu agenți poluanți, fie direct, din vărsări de deșeuri, pesticide, provoacă efecte negative și pentru

activitățile de turism în zonele degradate. Desigur, degradarea solului și, implicit, a peisajului se datorează și pășunatului intens și necontrolat.

Un alt factor de risc important pentru sănătatea oamenilor îl reprezintă poluarea sonoră, care are implicații și asupra turismului. Apariția zgomotelor în locurile turistice poate crea condiții dezagreabile.

Deosebit de gravă este poluarea peisajului, una dintre cele mai valoroase resurse ale potențialului turistic. Degradarea pădurilor reprezintă un alt exemplu de afectare a potențialului turistic.

Un factor poluant pentru potențialul turistic sunt deșeurile. Republica Moldova nu dispune de nici un poligon pentru înhumarea deșeurilor toxice și nici nu există instalații și fabrici pentru incinerarea deșeurilor menajere, fapt care duce implicit la utilizarea de noi terenuri agricole pentru depozitarea deșeurilor. Astfel, suprafața totală a gunoiștilor este în permanentă creștere. Iar lângă multe localități rurale sunt acumulate deșeuri în locuri neautorizate. Problema deșeurilor poate afecta direct și negativ posibilitatea valorificării unor localități în turism. Curățenia este o problemă a administrației locale, dar și o problemă de educație a populației.

Învățământul de toate gradele trebuie să includă discipline privind ecologia și protecția mediului, cu prezentarea corectă a stării factorilor de mediu. Educația civică a oamenilor trebuie să se realizeze prin toate mijloacele, în special prin mass-media.

Vizând a doua grupă de factori de degradare a mediului în urma desfășurării activităților de turism, putem afirma că R.Moldova are și un avantaj, pentru că, până în prezent, nu s-au efectuat mari amenajări turistice, iar circulația turistică în teritoriu are proporții foarte modeste.

Pornind de la aceste condiții, este foarte important ca toate planurile și proiectele de amenajare turistică teritorială să se

elaboreze ținând seama de toate aspectele protecției mediului înconjurător, care se conformează mai multor principii:

- conservarea condițiilor de sănătate a oamenilor, principiu suprem, căruia trebuie să i se subordoneze întreaga activitate economică și socială;
- dezvoltarea durabilă, respectiv menținerea posibilităților și a condițiilor de viață pentru generațiile viitoare, a resurselor naturale regenerabile, cel puțin la nivelul celor existente pentru generația actuală, precum și redresarea factorilor de mediu afectați de poluare;
- evitarea poluării prin măsuri preventive, întrucât este mult mai ușor și mai puțin costisitor să previi poluarea decât să redresezi echilibrul ecologic;
- conservarea biodiversității care implică refacerea și menținerea ecosistemelor, a capacității lor de funcționare, a stabilității și rezistenței lor la dereglări, a productivității și adaptabilității.
- conservarea moștenirii valorilor culturale și istorice, respectiv a valorilor care atestă istoria poporului nostru, gradul de civilizație și cultură.
- “cine poluează, plătește” este un principiu care trebuie aplicat, dar diferențiat, în funcție de prioritățile sociale și economice pentru societate.

Trebuie menționat că în Moldova este deja creată o bază legislativă adecvată asigurării protecției mediului înconjurător. Sunt determinate și delimitate funcțiile organelor controlului de stat în domeniile ce au tangență cu mediul. La nivel teritorial, funcționează zece agenții zonale ale Inspectoratului Ecologic de Stat amplasate în actualele raioane și în municipiul Chișinău.

Centrele de medicină preventivă au atribuții privind executarea legislației sanitare și asigurarea bunăstării sanitaro-epidemiologice a populației. Centrele respective au dreptul să controleze respectarea legislației sanitare de către întreprinderi, instituții, organizații și alți agenți economici, independent de

forma de proprietate, inclusiv condițiile de muncă ale persoanelor care practică munca individuală.

Atribuțiile Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare se referă și la asigurarea respectării restricțiilor de ordin ecologic în sectorul agrar și agro-industrial, inclusiv prin efectuarea lucrărilor de ameliorare funciară și a controlului exploatării terenurilor funciare ale țării.

Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale:

- asigură, în comun cu autoritățile administrației publice locale, în plan metodologic și organizațional, dezvoltarea armonioasă a localităților și sistemelor de asigurare a vitalității acestora, a zonelor de agrement, infrastructurilor edilitare și sistemelor de comunicație prin folosirea rațională a resurselor naturale, materiale, financiare și umane, precum și prin funcționarea normală a ecosistemelor naturale;
- promovează și argumentează planurile de amenajare a teritoriilor și organizează realizarea programelor ramurale și de stat privind măsurile de protecție a mediului înconjurător.

Astfel, în etapa elaborării proiectelor de amenajare turistică teritorială devine absolut necesară participarea specialiștilor din diferite domenii.

5.2. Elaborarea planului de amenajare turistică teritorială.

Amenajarea turistică se referă, în general, la elaborarea unei strategii, pe termene scurt, mediu și lung, privind folosirea resurselor naturale și antropice dintr-o anumită zonă geografică, posibile să devină puncte potențiale de atracție pentru turiști.

Potrivit unor opinii exprimate în literatura de specialitate, în perioada actuală, există două mari strategii de dezvoltare turistică. Prima strategie vizează valorificarea, în scopuri turistice, a unor zone nealterate sau mai puțin explorate. A

doua strategie are în vedere ameliorarea condițiilor existente în stațiunile deja afirmate în circuitul turistic. Prima strategie a promovat conceptul de amenajare turistică a teritoriului, iar a doua vizează, în context mai larg, protecția mediului ambiant. La adoptarea concepției amenajării turistice, unii specialiști în domeniu utilizează termenul *coordonare spațială*. Coordonarea spațială sau amenajarea teritoriului au o importanță deosebită, deoarece teritoriul, privit ca resursă pentru turism, trebuie luat în considerație atunci când se proiectează dezvoltarea unei zone geografice.

Complexitatea problemelor care trebuie rezolvate pentru amenajarea unei zone turistice impune participarea unor echipe de specialiști cu profiluri diferite (arhitecți, urbaniști, economiști, geografi, sociologi, specialiști în protecția mediului etc.).

Realizarea proiectelor turistice se efectuează în mod diferit, în funcție de particularitățile zonei turistice și ale obiectivelor turistice.

După elaborarea planului general de amenajare, teritoriul respectiv este supus unei analize concrete și detaliate privind următoarele aspecte:

- flora, fauna, hidrografia, vestigiile arheologice, monumentele istorice, principalele atracții culturale (folclor, obiceiuri, tradiții), condițiile demografice, spațiul locativ existent, costul vieții, nivelul dezvoltării învățământului și sănătății publice, activitățile productive de bază, specializarea agricolă, infrastructura tehnică (drumuri, căi ferate, porturi/aeroporturi, amenajarea cu apă și energie, canalizare etc.), echipamentul turistic existent (capacități de cazare pe categorii, agenții de voiaj, birouri), elemente ale bazei tehnico-materiale recreative, amenajări sportive, muzee, galerii de artă, cinematografe, teatre, săli de concert etc.

Realizarea proiectelor de amenajare turistică trebuie să fie efectuată în baza anumitor principii de proiectare în sistem:

- noile construcții turistice trebuie să se integreze atât în condițiile naturale și istorice, cât și în activitatea productivă existentă;
- amenajarea teritorială trebuie să evite rigiditatea ofertei care, de regulă, îndepărtează fluxurile turistice;
- în amenajarea turistică a teritoriului, serviciile principale trebuie să fie corelate cu cele secundare, care completează oferta turistică;
- amenajarea turistică se efectuează în baza principiului rețelelor interdependente, unde se integrează baza tehnico-materială, forța de muncă și consumatorii-turiști în structura socio-economică a zonei amenajate. Este necesară determinarea gradului de toleranță turistică a populației locale.
- structura unei zone turistice se realizează prin delimitarea mai multor rețele strâns legate între ele. Orice defecțiune sau degradare a uneia dintre componentele rețelei turistice antrenează efecte negative asupra calității serviciilor, iar în cele din urmă asupra imaginii turistice a țării.

Proiectul de amenajare turistică trebuie să fie evaluat pe baza principiului rentabilității directe și indirecte, ținând cont de efectul multiplicator al turismului.

Eficiența activității turistice poate fi apreciată prin unii indicatori de rentabilitate (raportul cost/beneficiu), dar și prin efecte economice indirecte, manifestate atât la nivel economic, cât și social.

Strategia de amenajare trebuie să determine valoarea unei zone turistice. Pentru a localiza mai exact obiectivele turistice în cadrul zonei turistice, trebuie să luăm în considerare o serie de factori obiectivi și subiectivi, care pot să determine valoarea turistică a teritoriului.

Trebuie menționat că definitivarea strategiei amenajării teritoriului nu poate face abstracție de următorii factori:

- distanțele de la care vor veni turiștii și costurile de transport;
- veniturile diferitelor categorii de turiști;
- numărul populației din cele mai apropiate bazine demografice ale cererii;
- numărul total de vizitatori, pe care am putea conta;
- structura pe vârstă a turiștilor;
- mijloacele de deplasare folosite de către turiști;
- prețurile și tarifele probabile folosite de prestatorii de servicii turistice;
- calitatea serviciilor prestate;
- eficiența acțiunilor noastre de marketing în ceea ce privește promovarea și distribuția produselor turistice;
- puterea concurenței;
- stabilitatea politică;
- condițiile generale social-economice din țară;
- ospitalitatea localnicilor;
- diversitatea serviciilor turistice și gradul lor de adaptabilitate la cererea turistică aflată în plină transformare;
- motivațiile călătoriilor turistice;
- imaginea turistică a țării peste hotare.

După cum se poate observa din enumerarea principalilor factori, de care trebuie să ținem seama în amenajarea turistică a unui teritoriu, a unei zone sau stațiuni, elaborarea unor modele presupune abordarea acestui proces printr-o concepție globală, integrată strategiei turistice, de ansamblu. Din această cauză, amenajările turistice, privite în totalitatea lor, se prezintă într-o mare varietate de formă și structuri, determinată de caracteristicile ofertei (ale resurselor turistice) și cererii turistice, ceea ce face deosebit de dificilă tipologizarea

acestora. Cu toate acestea, în literatura de specialitate s-a încercat o anumită delimitare a lor pe categorii mai omogene.

Astfel, în funcție de dimensiunile și răspândirea în teritoriu a resurselor (îndeosebi cele legate de condițiile naturale și bogățiile cultural-istorice) localizările turistice au fost grupate în **univoce**, **plurivoce** și **echivoce**. Vom avea de-a face cu o localizare univocă când implantările sunt legate de existența unui singur obiectiv sau element de atracție turistică, având o valoare deosebită (de exemplu, Orheiul Vechi). Acest obiectiv poate să polarizeze cererea în cea mai mare parte a ei. În consecință, amenajările pot să fie simple, sumare sau mai complexe, în funcție de puterea de atractivitate a obiectivului în cauză.

Amenajările plurivoce sunt legate de o localizare care de la început se integrează unui ansamblu mai mare, cum ar fi o arie geografică cu un anumit specific, o zonă geografică bogată în monumente de artă, arhitectură, ape minerale sau termale, litoral foarte întins, cu plaje largi ș.a.m.d. În acest caz, dotările sunt cu mult mai complexe, luând forma unor centre turistice sau stațiuni (exemplu în acest sens ni-l oferă litoralul românesc).

În fine, amenajările echivoce sunt specifice zonelor turistice relativ omogene, cu o arie largă de întindere, fără a avea, însă, o anumită particularitate. Aici dotările sunt mai numeroase, unele având forme simple, altele mai complexe, putând fi localizate oriunde, deoarece nu se urmărește realizarea unei relații prea strânse între resursele existente și echipamentele care alcătuiesc baza tehnico-materială. Un exemplu în acest context ni-l oferă ariile de turism din preajma marilor aglomerări urbane.

La elaborarea planurilor de amenajare turistică trebuie analizate și evaluate mai multe elemente. Este importantă integrarea turismului într-un plan general de dezvoltare și amenajare a unui teritoriu.

În etapa inițială se elaborează mai multe planuri de amenajare. Apoi se face o evaluare comparativă pentru a

determina în ce măsură strategiile de amenajare corespund unei dezvoltări durabile a zonei.

Capacitatea de primire a turiștilor într-o zonă, localitate sau stațiune turistică ne permite să măsurăm capacitatea unui spațiu de a asigura funcții turistice pentru un număr determinat de persoane, într-o anumită perioadă de timp.

Supraîncărcarea demografică a unor teritorii reprezintă un factor poluant pentru mediul înconjurător. Din aceste considerente este importantă efectuarea unei analize prealabile a impactului eventual asupra mediului, care poate fi provocat în cazul realizării unui proiect turistic (tab. 5.2 (1)).

Tabelul 5.2 (1)

Modelul de evaluare a impactului turismului asupra mediului¹

Tipul impactului	Evaluarea impactului turismului				
	Fără impact	Impact minim	Impact limitat	Impact grav	Re-marcă
Calitatea aerului					
Calitatea apelor de la suprafață					
Calitatea apelor subterane					
Circulația rutieră					
Nivelul sonor					
Rețeaua de utilizare și eliminare a deșeurilor					
Localitățile arheologice și istorice					
Estetica					
Vegetația naturală					
Fauna: animale terestre, păsări și insecte					

Investigațiile multiple asupra degradării cadrului natural sunt axate pe următoarele principii:

¹ După Edward Inskeep. New York, 1991.

- determinarea caracteristicilor fizice ale mediului (sol, aer, apă, energie);
- stabilirea gradului de utilizare și de poluare a fiecăruia din aceste elemente ale mediului;
- determinarea normelor de utilizare, definite în funcție de natura acestor elemente, și a granițelor minimale și maxime de utilizare, suportate de acest spațiu fără apariția unor modificări ireversibile ale ecosistemului. Acest termen este valorificat, în sens general, ca “sistem funcțional care permite unei comunități să supraviețuiască în mediu”.

Un ecosistem turistic presupune echipamente artificiale de tip urban (capacități de primire) sau sportiv (pentru diferite activități de mișcare în spațiu) și elemente fizice naturale. Cunoașterea mediului pune problema unui inventar geomorfologic detaliat. *Astfel, se vor efectua cercetări asupra următoarelor elemente:*

- topografia – tipurile și înălțimea pantelor, orientarea, volumul și expunerea reliefului etc.;
- solul, structura și textura;
- geologia – litologia și structura substraturilor litologice, care deseori conferă un pitoresc deosebit unor localități;
- flora și fauna etc.

În cadrul proiectelor de amenajare turistică vor fi valorificate patru tipuri de ecologie:

- fizică (peisaje, soluri);
- biologică (oameni, vegetație, animale);
- culturală;
- umană și socială.

După inventarierea efectuată, se va determina așa-numitul punct critic al amenajării spațiale (dacă există posibilități pentru amenajare turistică și până unde).

Toate proiectele de amenajare turistică se finalizează prin soluționarea problemei de coordonare.

Permanent colectivitățile locale trebuie să joace un rol determinant în problemele amenajării spațiale.

Evaluarea impacturilor pe care le poate provoca turismul asupra mediului, într-o zonă dată, poate fi efectuată după anumite criterii care, de fapt, pot argumenta o investiție pentru amenajarea turistică (tab. 5.2 (2)).

Tabelul 5.2 (2)

Valorificarea complexă a impacturilor turismului asupra unei comunități

	Impacturi pozitive	Impacturi negative
Spații	Proiecte moderne de amenajare turistică care contribuie la o zonare coerentă, respectând patrimoniul natural și cultural	Construcții multiple din beton, degradarea peisajelor
Economie și societate	Crearea locurilor noi de muncă și revitalizarea agriculturii, a artizanatului, industriei turistice și a comerțului	Speculații funciare, dezechilibru demografic, inflație. Veniturile din turism sunt acumulate în afara țării
Plan cultural	Schimbul de informații, lărgirea orizontului cultural al populației locale, implementarea sentimentului de mândrie națională, revalorificarea patrimoniului natural și cultural, creșterea gradului de toleranță turistică	Conflicte în etapa de aprobare a proiectelor. Degradarea obiceiurilor și culturii locale, conflict între populația locală și turiști. Aprofundarea sărăciei

În cadrul elaborării și realizării unui proiect de amenajare turistică, se delimitează șase etape de proiectare:

- I. Se formulează definițiile proiectului. Acest proiect trebuie să constituie o parte componentă a planului general de amenajare turistică a țării, regiunii, zonei.
- II. Se efectuează selectarea proiectului, ținând seama de studiile de fezabilitate.

- III. Se determină o planificare detaliată (studiul pieței, studii de fezabilitate economică și financiară, ale impacturilor asupra mediului natural și social).
- IV. Se valorifică modalitățile de finanțare, care pot fi din diferite surse. Aici este importantă publicitatea proiectului.
- V. Este etapa de executare a proiectului.
- VI. Gestionarea proiectului și a echipamentelor turistice și plasarea obiectivelor turistice în circuitul turistic.

BIBLIOGRAFIE

1. Constituția Republicii Moldova, 1994, 29 iulie (articolele 8, 37, 59, 126)
2. Legea cu privire la asigurarea sanitaro-epidemiologică a populației, 1993, 16 iunie
3. Legea cu privire la ocrotirea monumentelor, 22.06.93
4. Legea cu privire la protecția aerului atmosferic, 17.12.97
5. Legea cu privire la reglementarea de stat a regnului proprietății funciare, cadastrul funciar de stat și monitoring-ul funciar, 1992, 22 decembrie
6. Legea cu privire la zonele și fâșiile de protecție a apelor, râurilor și bazinelor de apă, 1995, 27 aprilie
7. Legea privind expertiza ecologică și evaluarea impactului asupra mediului înconjurător, 1996, 29 mai
8. Legea privind fondul ariilor naturale protejate de stat, 25.02.98
9. Legea regnului animal, 27.04.95
10. Legea Republicii Moldova privind deșeurile de producție și menajere, 09.10.97
11. Legea Turismului Republicii Moldova nr. 798 – XIV din 11 februarie 2000
12. Anuarul Statistic al Republicii Moldova, Chișinău, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002.
13. Ministerul Culturii și Turismului. <http://www.tourism.md>
14. Autoritatea Britanică de Turism. <http://www.visitbritain.com>
15. Autoritatea Națională pentru Turism a României. Strategia națională de dezvoltare economică pe termen mediu, București, 2000 – 2001, 14p.
16. Autoritatea Națională pentru Turism, Raport statistic. România, 1999, 2000
17. Bran F., Marin D., Simon T., *Turismul rural: modelul european*, Editura Economică, București, 1997, 189 p.

18. Buletinul Biroului de Informare al Consiliului Europei în Moldova. Nr. 1-2. Chișinău, 2001, 61 p.
19. Buletinul Centrului de Informare și Documentare al Consiliului Europei în Moldova. Nr. 1-2. Chișinău, 2000, 63 p.
20. Buletinul Centrului de Informare și Documentare al Consiliului Europei în Moldova. Nr. 3-4. Chișinău, 2000, 63 p.
21. C. Ciobanu. *Biserica Adormirea Maicii Domnului din Căușeni*. Ed. „Știința”. Chișinău, 1997, 162 p.
22. Capcelea Arcadie. *Dreptul ecologic*. Ed. „Știința”. Chișinău, 2000, 271 p.
23. Carta Europeană a autonomiei locale. Centrul de Informare și Documentare al Consiliului Europei în Moldova. Chișinău, 2000, 32 p.
24. Cartea ghidului din turism. Ed. „Dealul Melcilor”, Brașov, 1997, 271 p.
25. Chișinău. Enciclopedie, Editura „Știința”, Chișinău, 1997, 606 p.
26. Cod de practici pentru reglementarea relațiilor contractuale dintre hoteluri și Agențiile de turism. Ed. a Asociației Hotelierilor din România. București, 1995
27. Colocviu internațional. Turismul și drepturile omului. Institutul Român pentru Drepturile Omului. București, 1995, 143 p.
28. Consiliul Mondial al Călătoriilor și Turismului. <http://www.wttc.org>
29. Consiliului Europei. <http://www.coe.fr>
30. Convenția Europeană pentru Apărarea Drepturilor Omului și a Libertăților fundamentale. Centrul de Informare și Documentare al Consiliului Europei în Moldova. Chișinău, 2000, 43 p.
31. Cosmescu I. *Economia turismului. Principii și mecanisme*. Ed. Universității „Lucian Blaga”. Sibiu, 1998, 280 p.

32. Cosmescu I. *Turismul: fenomen complex contemporan*. Ed. Economică. București, 1998, 280 p.
33. Cristureanu Cristina. *Economia și politica turismului internațional*. Ed. Abeona / București, 1992, 246 p.
34. Draică Constantin. *Ghid practic de turism internațional și intern*. Ed. ALL BECK, București, 1999, 192 p.
35. Dumitrescu Luigi. *Marketingul serviciilor*. Ed. IMAGO. Sibiu, 1998, 195 p.
36. Efros V. *Resursele recreative ale Republicii Moldova*. Editura „Știința” Chișinău, 1991.
37. Eșanu A., *Valori și tradiții culturale în Moldova* (culegere de studii), Editura „Știința”, Chișinău, 1993, 232 p.
38. Gherasim T. *Marketing turistic*. Ed. Economică. București, 1999, 190 p.
39. Ghid de legislație turistică. București: Lumina lex, 1999. 332 p.
40. Ghid de monumente și situri istorice din Republica Moldova. Comisia Națională a Republicii Moldova pentru UNESCO. Chișinău, 1995, 72 p.
41. Glăvan Vasile, Alexandru Puiu Tacu. *Turismul rural. Actualitate și perspective*. Ed. Pan Europe. Iași, 1999, 201 p.
42. Glăvan Vasile, Elena Turcov. *Strategii de dezvoltare a turismului în Republica Moldova*, Simpozionul Științific ASEM, Chișinău, 1998, 16-20 p.
43. Glăvan Vasile, Ioan Istrate, Victor Timotin. *Evaluarea potențialului turistic al Republicii Moldova și posibilități de valorificare*. ICT București, 1992, 250 p.
44. Glăvan Vasile. *Resursele turistice pe Terra*. Ed. Economică. București, 2000
45. Glăvan Vasile. *Turismul în România*. Ed. Economică. București, 2000, 155 p.
46. Hotărârea Departamentului „Moldovastandard” nr.230 – st. din 27.08.96 privind punerea în aplicare pe teritoriul

- Republicii Moldova a Standardului de Stat 28681.4-95 „Deservirea turistică. Clasificarea hotelurilor”.
47. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la introducerea contractului turistic, voucherului turistic și a fișei de evidență statistică a circulației turiștilor la frontiera Republicii Moldova. Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 31 decembrie 2001, p.43-47
 48. Hotărârea Guvernului României nr. 31/1996 pentru aprobarea Metodologiei de avizare a documentațiilor de urbanism privind zone și stațiuni turistice și a documentațiilor tehnice privind construcții în domeniul turismului. *Legislație privind turismul*. Ediție a Ministerului Turismului din România. București, 1999, p. 238-275.
 49. Hotărârea Guvernului României nr. 41/1996 pentru aprobarea Normelor cu privire la accesul, evidența și asigurarea securității turiștilor în structurile de primire turistice. *Legislație privind turismul*. Ediție a Ministerului Turismului din România. București, 1999, p. 311-316.
 50. Hurmuzescu Dumitru. *Curs de tehnică a turismului*, Iași: Pan Europe, 1999, 305 p.
 51. Istrate, V. Glavan. *Dezvoltarea și promovarea turismului cultural*. Revista română de turism. Nr.4 1995, p. 28-29.
 52. Inskeep Edward. Seminar despre planificarea dezvoltării durabile a turismului în Moldova. Octombrie 1999. PNUD. Chișinău, 45 p.
 53. Ionescu Ion. *Mutații în turismul românesc*. Rezumatul tezei de doctorat. București, ASE, 1998, 96 p.
 54. Istrate Ion, Florina Bran. *Economia turismului și mediul înconjurător*. Ed. Economică. București, 1996, 288 p.
 55. Istrate Ion. *Potențialul turistic al României*. Ed. Universității București. București, 1996, 101 p.

56. Jolondcovschi A., Florea S. *Turismul ecologic și rural: realități și perspective*. Ed. „Prometeu”. Chișinău, 2001, 100 p.
57. Leontiev P. *Bătrâne parcuri*. Editura „Timpul”. Chișinău, 1983, 33 p.
58. Lupu Nicolae. *Hotelul. Economie și management*. Ed. ALL. București, 1997
59. Busuioc M. *Posibilități privind aplicarea sistemului de asigurare a calității*. Revista română de turism. Nr.1 1995, p. 32-33.
60. Duțu M. *Dilemele turismului durabil și necunoscutele sale*. Ziarul „Economistul”, 1998, 18-19 septembrie, nr. 184, p.4.
61. Mănăstiri basarabene. Ed. „Universul”. Chișinău, 1995, 272 p.
62. Moldova XXI. *Strategia Națională pentru Dezvoltarea Durabilă*. Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Chișinău, 2000.
63. Moldovanu D. *Tranziția: interdependența transformărilor sistematice și a integrării în economia mondială*. Chișinău. Ed. ASEM
64. Neacșu N., Istrate I. *Turismul și factorul spațiu*. Revista română de turism. Nr.2 1995, p.22-24.
65. Negruțiu Magdalena. *Contabilitatea în comerț și turism*. Ed. Maxim. București, 1998, 479 p.
66. Ordonanța Guvernului României nr. 8/1998 privind constituirea Fondului special pentru promovarea și dezvoltarea turismului. *Legislație privind turismul*. Ediție a Ministerului Turismului din România. București, 1999, p.276-295.
67. Organizația Mondială a Turismului. [http:// www.word-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
68. Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică. <http://www.oecd.org>

69. Pilat I. *Moldova turistică*. Editura „Cartea Moldovenească”. Chișinău, 1972,
70. Pocket guide. Moldova. Ed. „Tipografia Centrală”. Chișinău, 2000, 62 p.
71. Postelnicu Gheorghe. *Introducere în teoria și practica turismului*. Ed. Dacia . Cluj-Napoca, 1997, 255 p.
72. Protejarea mediului ambiant în hoteluri și restaurante. Federația industriei hoteliere din România. București, 1997, 45 p.
73. Răileanu N., *Ghidul muzeelor din Republica Moldova*, Editura Tyragetia, Chișinău, 1997, 102 p.
74. Regimul de comerț exterior al Republicii Moldova în anul 2001. Ministerul Economiei. Ed. Cartier. Chișinău, 2001, 112 p.
75. Regulament cu privire la brevetarea activității turistice. Monitoriul Oficial al Republicii Moldova, nr.133-135 din 8 noiembrie 2001, p.66-76.
76. Regulamentul certificării serviciilor hoteliere. Ediție a Departamentului „Moldovastandard”. Chișinău, 1996, 10 p.
77. Republica Moldova: programul național strategic de acțiuni în domeniul protecției mediului înconjurător, Chișinău, 1995, 234 p.
78. Rolul autorităților locale în protecția mediului și gestionarea resurselor naturale. Ghid practic. Ed. Cartea Moldovei. Chișinău, 1999, 48 p.
79. Stăncioiu Aurelia-Felicia. *Dicționar de terminologie turistică*. Ed. Economică București, 1999, 243 p.
80. Stănciulescu G., *Tehnica operațiunilor de turism*, Editura ALL Educațional, București, 1998, 325 p.
81. Stănciulescu Gabriela. *Managementul agenției de turism*. Ed. ASE. București, 2000, 212 p.
82. Stăvilă Tudor, Ciobanu Constantin Ion. *Patrimoniul Cultural al Republicii Moldova*. Ed. Arc, 1998, 241 p.

83. Șerban Radu. „Eurochambres 2002 – o analiză comparativă pentru 24 de țări”. Revista „Tribuna Economică”, București, nr.8, 2002, p.70-71.
84. Turcov Elena, Glăvan Vasile. *Posibilități de dezvoltare a euroregiunii turistice Dunărea de Jos*. În „Rezervația biosferei Delta Dunării”. Seminar internațional. România. Tulcea, 1998. 153 p.
85. Turcov Elena, Glăvan Vasile. *Posibilități de dezvoltare a turismului în Republica Moldova*. În „Reformele economice în Republica Moldova și România: realizări, tendințe, probleme”. Seminar internațional. Ed. ASEM. Chișinău, 1998, p.16-20.
86. Turcov Elena, Pușcașu N. *Procesul de formare a pieței turistice în Republica Moldova*. În „Politica industrială și comercială în Republica Moldova”. Seminar științific ASEM. Chișinău, 1997, p.203-204.
87. Turcov Elena, Livandovschi R., Roșca D. *Evaluarea sistemului de coordonare a politicii turistice a statului*. Analele ASEM. Chișinău, 2001, p.239-241.
88. Turcov Elena. *Abordarea sistemică în turism ca bază teoretică fundamentală a managementului turistic*. Revista „Economie și finanțe” nr.2. 2002. ASEM.
89. Turcov Elena. *Aspectele economice ale dezvoltării turismului în Republica Moldova*. În „Problemele actuale privind pregătirea specială în domeniul turismului în sistemul învățământului superior”. Seminar internațional. Ed. INEFS. Chișinău, 2000, p. 21-25.
90. Turcov Elena. *Dezvoltarea concepției turismului durabil*. În „Strategii și modalități de intensificare a colaborării dintre Moldova și România în condițiile extinderii Uniunii Europene spre Est ” Seminar internațional. Ed. ASEM. Chișinău, 2000.

91. Turcov Elena. *Direcții de dezvoltare și promovare a turismului în Republica Moldova*. Monografie științifică. Ed. ASEM. Chișinău, 2002, 143 p.
92. Turcov Elena. *Elaborarea și promovarea politicii turistice a Republicii Moldova ca factor de dezvoltare durabilă*. Manuscris deponat în fondul informativ IC.ȘIT.E. nr.1709. M., 2000, 138 p.
93. Turcov Elena. *Evaluarea turismului în Republica Moldova*. Revista Academiei Române nr.7,8. „Probleme economice”. Institutul Național de Cercetări Economice. București, 2001, p.82.
94. Turcov Elena. *Turismul în Republica Moldova în condițiile economiei de piață*. În „Formarea economiei eficiente prin forțele pieței”. Seminar internațional, Chișinău. ASEM, 1995.
95. Turcov Elena. *Unele aspecte ale dezvoltării turismului în Republica Moldova*. Revista „Economie și finanțe”, nr.1. 2001. ASEM. Chișinău, p. 47-50.
96. Țopa T., *Mănăstiri basarabene*, Editura Hyperion, Chișinău, 1995, 317 p.
97. Adrian Bull. *The Economics of Travel and Tourism*. Longman, Australia, 1998, 256 p.
98. Ann Kenward and Jan Whittington. *Global tourism development*. Hodder and Stoughton Educational London, 1999, 120 p.
99. Aronsson Lars. *The Development of sustainable tourism*. Continuum. London, 2000, 192 p.
100. Avan – projet de convention europeenne du paysage. Rezolution nr. 1150. Ed. du Conseil de l’Europe. Strasburg. France, 1998, 5 p.
101. Barometre des voyages et du tourisme. OMT. 1996, 25 p.
102. Benfari Robert. *Understanding and Changing Your Management Style*. Ed. Jossey-Bass a John Wiley Company. UK, 1999, 304 p.

103. Boella M.J. *Human Resource Management in The Hospitality Industry*. Stanley Thornes (Publishers) Ltd. United Kingdom, 2000, 335 p.
104. Boella Michael, Pannett Alan. *Principles of Hospitality Law*. Ed. CASSELL. London, 1999, 395 p.
105. Bosselman Fred P. *Managing Tourism Growth*. Island Press. Washington, 1999, 272 p.
106. Bouguessa Helene. *Les activites du Conseil de l'Europe en faveur du tourisme durable*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999, p. 15 – 20.
107. Briere-Cuzin F. *Methodologie touristique*. Ed. Breal/Rosney Cedex. France, 1994, 149 p.
108. British Airways. www.british-airways.com
109. Burgi Enrico. *Le tourisme dans la conception "paysage suisse"*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999, p.37-43.
110. Buttle Francis. *Hotel and food service marketing*. London, 1986, 407 p.
111. Christie Mill Robert. *The Tourism System*. Ed. Kendall, USA, 1998, 426 p.
112. Christopher Holloway. *The Business of Tourism*. Longman Publishing, New York, 1998, 346 p.
113. Conrad Lashley. *Hospitality Retail Management*. Butterworth Heinemann. Oxford, 2000, 349 p.
114. Davidson R. *Tourism destinations*. Ed. Hodder & Stoughton Educational. 1999. UK, 320 p.
115. Developpment touristique durable. Bibliographie selective. Ed. du Conseil de l'Europe, 1997, 17 p.
116. Duez Marc. *Direction du Tourisme, Agence francais de l'Ingenierie touristique. France. Action aux niveaux regional et local: le role et les resultats d'une politique d'intercommunaute en matiere de patrimoine rural / exemples en France. Projets pilotes*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999, p.53-57.

117. Ellul Anthony. *Tourisme et environnement dans les pays europeene*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 2000, 55 p.
118. Eriksen Jan. *Developpement touristique durable dans le cadre de l'Agenda 21. Projets pilotes du Conseil de l'Europe*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1999, p. 31-36.
119. Gaudis C., *La Station de tourisme, systeme coherent*, Cahiers de l'Institut de tourisme et d'economie des transports de Saint / Gall, 8, 1977.
120. Gestion et protection du paysage: une convention europeenne. Recommandation 1393. Assamblee Parlementaire du Conseil de l'Europe. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. France, 1998, 4 p.
121. Go Frank and Ray Pine. *Globalization Strategy in the Hotel Industry*. Ed. ROUTLEDGE. London, 1995, 390 p.
122. Hotels & Marketing. La Revue internationale de l'industrie touristique. Nr.18. octobre, 1995, 79 p.
123. Hussey David. *Strategic Management. From theory to implementation*. Butterworth Heinemann. London, 1998, 693 p.
124. Infotravel. *Magazine professionnel du secteur touristique*. Nr.17, septembre, 1999. Brussels, 46 p.
125. Inskeep E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development*, Van Nostrand Reinhold. 1991, 234 p.
126. J. Tribe. *Forest tourism and recreation*. Cabi Publishing. London, 2000, 289 p.
127. John Tribe. *The Economics of Leisure and Tourism*. Butterworth Heinemann. Oxford, 1999, 429 p.
128. Kaspar Cloud. *Die Fremdeiwverkehrslehre im Grundriss*. Coll. Frandenverkehr, 1, Saint – Gall, 127 p.
129. Krippendorf J., *Le Tourisme dans le systeme de la societe industrielle*. Collana del Corso di specializzazione in

- turismo della scuola internazionale di scienze turistiche. Roma, 1985, 184 p.
130. Kuijken Eckhart. *Institute for Nature Conservation, Belgique. Acces a la nature en Belgique et aux Pays-Bas: cooperation ou conflit avec la conservation de la nature? Projets pilotes*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999. p.113-124.
 131. L'Administration du Tourisme. Ministere de l'Equipement, du Logement, des Transports et du Tourisme. Ed. Direction du Tourisme. Paris, 1996, 40 p.
 132. L'avenir des organisations nationales du tourisme. Seminaire de l'Organisation Mondiale du Tourisme. Ed. OMT. Madrid, Spain, 1999, 119 p.
 133. Lawson Fred. *Hotel & Resorts Planning, Design and Refurbishment*. Ed. Architectural Press. Heineman. London, 2001, 337 p.
 134. Les travaux du Conseil de l'Europe en matiere de tourisme. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. France, 1993, 16 p.
 135. Luiz Moutinho. *Strategic Management in tourism*. CABI Publishing. UK, London, 2000, 283 p.
 136. Lundberg Donald. *The Hotel and Restorant Business*. John Wiley & Sons, inc. New York, 1994, 365 p.
 137. Mantovani Gilbert. *Bureau d'etude et d'amenagement de sites, France. Etude pilot en Roumanie*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999, p.85-92.
 138. Marriottt International. [http: //www.marriott.com](http://www.marriott.com)
 139. McIntosh Robert, Goeldner Charles, Ritchie Brent. *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. Ed. John Wiley & Sonc. Inc. New-York, 1995, 539 p.
 140. Memento du tourisme. 1996/97. Direction du Tourisme. France. Paris, 1997, 134 p.
 141. Middleton Victor. *Marketing in Travel and Tourism*. Ed. Butterworth Heinemann. London, 2001, 475 p.

142. Middleton Victor. *Sustainable Tourism*. Ed. Butterworth Heinemann. London, 1998, 263 p.
143. Mohrman Susan. *Tomorrow's Organization*. Ed. a John Wiley Company. UK, 1998, 384 p.
144. Moinet François. *Le tourisme rural*. Ed. France Agricole. Paris, 1996, 318 p.
145. Morava Christa. *Allemagne. Developpement touristique durable dans le cadre de la Convention sur la Diversite biologique*. Ed. du Conseil de l'Europe. Projets pilotes. 1999, p.65-70.
146. Necessite d'accelerer le developpement du tourisme en Europe centrale et orientale. Assamblee Parlementaire du Conseil de l'Europe. Doc.7976. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg, 1998, 25 p.
147. Peyroutet Claude. *La France touristique*. Ed. Nathan. Paris, 1995, 159 p.
148. Rasmussen Johannes. *Danemark. Etude pilote en Lettonie*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1999, p.93-100.
149. Recomandation 1009 d'Assablée Parlementaire du Conseil de l'Europe relative au tourisme et l'agriculture – Developpement en harmonie ou en conflit. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. 1985, 3 p.
150. Recomandation 1480 du Conseil de l'Europe. Protection et gestion du bassin du Danube. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. France, 2000, 4 p.
151. Recommandation nr.(94)7 relative a une politique generale de developpement d'un tourisme durable et respectulux de l'environnement. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. France, 1994, 4 p.
152. Recommandation nr.(95)10 relative à une politique de developpement d'un tourisme durable dans les zones protegees. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasburg. France, 1995, 5 p.

153. Recommandation relative à une politique de développement d'un tourisme durable et respectueux de l'environnement dans les zones cotières. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg, France, 1997, 55 p.
154. Résolution 1148 (1998) du Conseil de l'Europe. Nécessité d'accélérer le développement du tourisme en Europe centrale et orientale. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg, 1998.
155. Résolution 1149 d'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe. Développement durable des bassins de la mer Méditerranée et de la mer Noire. Ed. du Conseil de l'Europe. 1998, 4 p.
156. Résolution du Conseil de l'Europe 172 sur le tourisme et l'environnement. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1986, 5 p.
157. Séminaire de l'Organisation Mondiale du Tourisme. Tourisme et Culture. Samarcande. 20-21 avril, 1999. Ed. OMT. Madrid, Spain, 1999, 83 p.
158. Séminaire sur les statistiques frontalières dans les pays européens (Enquêtes sur le tourisme entrant & sortant) WTO. Madrid. 17-18th March, 1998, 111 p.
159. Sweeney Bill. *Etude pilote en Ukraine*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1999, p.73-83.
160. Stokowski Patricia. *Leisure in society*. Ed. Mansell. New York, 1994, 135 p.
161. Swarbrooke John & Susan Horner. *Consumer behaviour in Tourism*. Ed. Butterworth Heinemann. London, 451 p.
162. Textes adoptés par le Conseil de l'Europe dans le domaine de l'environnement. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1997, 45 p.
163. Theobald William. *Global Tourism*. Ed. Butterworth Heinemann. London, 1998, 493 p.
164. Thibault Suzanne. *EUROTER. France. Tourisme rural en Europe: valeurs sociales, culturelles et économiques*. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1999, p.59-64.

165. Tourisme et environnement dans les pays europeens. Edition du Conseil de l'Europe. Strasbourg, 2000, 55 p.
166. Tourisme et environnement: vers une nouvelle culture touristique. Ed. du Conseil de l'Europe. Strasbourg. France, 21 – 23 novembr 1996, 63 p.
167. Tribe J., *The Economics of Leisure and Tourism: Enviroments, Markets and Impacts*. Butterworth Heinemann, 1995, 350 p.
168. Vellas François and Becheree Lionel. *International Tourism*. Ed. Maximillian Business. London, 1995, 351 p.
169. Vellas François. *Economie et politique du tourisme international*. Ed. Economica Paris, 1985, 299 p.
170. Wackermann Gabriel. *Le tourisme international*. Ed. Armand Colin. Paris, 1988, 279 p.
171. Webster Kathryn. *Environmental Management in the Hospitality Industry*. Ed. Cassell. London, 2000, 261 p.
172. Whitelaw Ken. *ISO 14001. Environmental Systems Hanbook*. Ed. Butterworth Heinemann. London, 2000, 285 p.
173. Yves Tinard. *Le tourisme. Economie et management*. Ediscience International. Paris, 1994, 457 p.
174. Афонцев С. *Проблема глобального управления мирохозяйственной системой: теоретические аспекты*. Журнал «Мировая экономика и международные отношения» №5, 2001, стр. 65-71. М.: Из-во «Наука».
175. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. *Экономика туризма: Учебное пособие*. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2000, 176 стр.
176. Браймер А. *Основы управления в индустрии гостеприимства*. Из-во «Аспект пресс». Москва, 1995, 382 стр.
177. Газета «Туринфо». Москва, №5, март 1998, стр.5-6. Положение о лицензировании туристической деятельности
178. Газета «Туринфо». Москва, №7, апрель 1998, стр.3

179. Газета «Туринфо». Москва, №9, май 1998, стр.4-5. Новая тенденция на российском туристическом рынке.
180. Гайдаров Константин. *Агентские сети: правовые и налоговые аспекты*. Журнал: «Туризм. Практика, проблемы, перспективы» №6, 2000. Москва, стр.42-43.
181. Гайдаров Константин. *Турагент, туроператор и другие*. Журнал «Туризм. Практика, проблемы, перспективы» №8, 1999. Москва, стр.46.47 (81 стр.).
182. Глобальный Кодекс этики туризма. Журнал «Туризм. Практика, проблемы, перспективы» №4, 2000. Москва, стр. 45-47 (74 стр.).
183. Гуляев В.Г. *Новые информационные технологии в туризме*. Из-во «Приор», Москва, 1998, 143 стр.
184. Гуляев В.Г. *Организация туристической деятельности*. Из-во НОЛИДЖ. Москва. 1996, 312 стр.
185. Ефремова М.В. *Основы технологии туристического бизнеса*. Из-во Ось-89». 1999, 192 стр.
186. Квартальнов В.А. *Менеджмент туризма: туризм и отраслевые системы*. Учебник. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2001, 272 стр.
187. Квартальнов В.А. *Менеджмент туризма: туризм как вид деятельности*. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2001, 288 стр.
188. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. *Маркетинг в туризме*. Из-во С-Петербургского ун-та. С-Петербург, 1996, 184 стр.
189. Кочетков Э. *Осознание глобального мира*. Журнал «Мировая экономика и международные отношения» №5, 2001, стр.71-76. М.: Из-во «Наука».
190. О системе добровольной сертификации гостиниц. М.: газета «Туринфо» №40, октябрь 2001, стр.11.
191. Образцова Инна. *Холодный инвестиционный климат*. М.: газета «Туринфо» №48, 2000, стр.1,8.
192. Осипов Дмитрий. *GDS: процесс налицо*. Журнал «Туризм. Практика, проблемы, перспективы» №6,

2000. Москва, стр.38-39 (74 стр.).
193. Осипов Дмитрий. *Путь к клиенту через интернет. Глобальные системы бронирования*. Журнал: «Туризм. Практика, проблемы, перспективы». №9, 2000, стр.38-40.
194. Папирян Г.А. *Международные экономические отношения*. Экономика туризма. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2000, 208 стр.
195. Пузакова Е.П., Честникова В.А. *Международный туристический бизнес*. Из-во «Экспертное бюро – М», Москва, 1997, 157 стр.
196. Самаритная В.С. *Минеральные воды Молдавии*, Изд. «Штиинца», Кишинев, 1973, 256 стр.
197. Сапрунова В. *Туризм. Эволюция, структура, маркетинг*. Из-во «Ось-89». Москва, 1997, 157 стр.
198. Сенин В.С. *Организация международного туризма*. Учебник. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2001, 400 стр.
199. Тарас Я. *Памятники архитектуры Молдавии XIV века – начало XX века*, Изд. «Тимпул», Кишинев, 1986, 327 стр.
200. Туризм. Транспорт. Комментарий адвокатской практики по делам о защите прав потребителей. Из-во «Спрос» Москва, 1997, 158 стр.
201. Чеботарь Ю.М. *Туристический бизнес*. Практическое пособие для турфирм и их клиентов. Из-во «Мир деловой книги». Москва, 1997, 68 стр.
202. Челик Зафер. *Экономическая роль рекламы в развитии и размещении туризма*. Автореферат диссертации. Бишкек, 1997, 19 стр.
203. Чешков М. *Взгляд на глобализацию через призму глобалистики*. Журнал: «Мировая экономика и международные отношения» №2, февраль 2001, Москва. Из-во «Наука», стр.52.57.

Redactor – Galina Cotelea
Corector – Valentina Solovei
Rectificare computerizată – Tatiana Boico, Natalia Ivanov
Procesare computerizată – Feofan Belicov

Semnat pentru tipar 20.02.06
Format 60 ×84 1/16. Coli editoriale 11,8
Coli de tipar 13,25. Comanda Tirajul 300 ex.

Tipografia Departamentului Editorial-Poligrafic al ASEM
Chișinău 2005, str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 59,
Tel: 22-98-86