

## REALITĂȚI ȘI PERSPECTIVE ALE TURISMULUI MOLDAV

*Nicolae Platon, doctor în științe economice,  
conferențiar universitar, Director general  
Agenția Turismului Republicii Moldova  
e-mail: [platonanat@yahoo.com](mailto:platonanat@yahoo.com)  
tel. 069696992*

### Abreviaturi:

**Analiza SWOT** – analiza punctelor forte, punctelor slabe, riscurilor și amenințărilor

**Analiza PEST** – analiza factorilor politici, economici, sociali și tehnologici

**AT** – Agenția Turismului a Republicii Moldova

**ANAT** – Asociația Națională a Agențiilor de Turism din Moldova

**BNS** – Biroul Național de Statistică

**SDT** – Strategia de dezvoltare a turismului

**UAT** – Unitate administrativ-teritorială

**UNWTO** – Organizația Mondială a Turismului

***Abstract.** Tourism as a branch of the national economy is in a continuous development. Its economic and social impact leads to a balance of payments, increases the foreign currency flow into the country and generates new jobs. This article's aim is to present the actual situation of domestic tourism, via the present situation and aspects of tourism development.*

*The author analyses the normative and institutional framework of the branch and describes the numerical, anthropic and natural tourism potential, typical and motivational forms of tourism that may be applied to the development of touristic potential: it describes the alteration as a distinct tourism motivation, hiking, touristic infrastructure, accommodations options, elucidates SWOT analyses and a PES one.*

***Rezumat.** Turismul, ca ramură a economiei naționale, este în permanentă dezvoltare. Impactul său economic și social duce la echilibrarea balanței de plăți, atragerea fluxului de valută străină în țară, contribuie la crearea noilor locuri de muncă. Acest articol are ca scop prezentarea situației reale a turismului autohton, prin prisma realităților și perspectivelor de dezvoltare.*

*Autorul analizează cadrul normativ și instituțional al ramurii, descrie cifric potențialul turistic natural și antropic, formele tipice și cele motivaționale de turism care pot fi utilizate la valorificarea potențialului turistic, descrie: agreementul ca motivație turistică distinctă, activitatea excursionistă, infrastructura turistică, posibilitățile de cazare turistică, elucidează analiza SWOT și PEST.*

***Cuvinte-cheie:** turism, servicii turistice, dezvoltare durabilă, agreement, activitate excursionistă, ghid de turism, infrastructură turistică, destinații turistice.*

***JEL Classification:** M*

Fiind un sector de prestare servicii, turismul contribuie la dezvoltarea economiei prin acumularea de capital în cadrul a cca 12 tipuri de activități specifice ramurii, atrăgând în activitatea sa cca 20 de ramuri conexe cu cca 140 de servicii aferente sectorului turismului: alimentație publică, transport, producere și comercializare de mărfuri, echipamente, suvenire, activități culturale, sportive, de agreement, servicii medicale etc.

Republica Moldova este o țară mică cu o mare diversitate de obiecte de interes turistic amplasate la distanțe mici de la principalele orașe – centre hoteliere. În R. Moldova, sunt peste 15 mii de atracții turistice antropice și peste 300 de arii naturale importante. Au fost atestate câteva mii de stațiuni preistorice, circa 400 de seliști din perioada Cucuteni-Tripoli, circa 50 de horodiști fortificate antice, circa 500 de seliști medievale timpurii, numeroase cetăți medievale din pământ, 6 cetăți medievale din piatră (în diferite stadii de conservare), peste 1000 de monumente de arhitectură protejate, circa 50 de mănăstiri ortodoxe. Acest patrimoniu este relativ uniform dispersat pe teritoriul național, iar valoarea acestuia motivează suficient vizitele turistice. Spre regret, starea de degradare și expresivitatea joasă a acestuia îl face neatractiv, în primul rând, pentru cetățenii Republicii Moldova.

## **1. Cadrul normativ și instituțional**

### ***Situația actuală***

În aspect juridic, sectorul turismului, în Republica Moldova, este reglementat de legea de bază, legi tangențiale și documente de politici publice.

Legea nr. 352, din 24 noiembrie 2006, cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova reglementează raporturile juridice ce țin de elaborarea și promovarea politicii de stat în domeniul turismului, organizarea și coordonarea activității turistice și a activității de întreprinzător în domeniul turismului, formele de turism, crearea și activitatea zonelor turistice naționale, stabilește cerințele privind calitatea serviciilor turistice și asigurarea securității turiștilor, precum și principiile de colaborare internațională în domeniul turismului. Legea necesită modificări în mai multe aspecte, cum ar fi:

- introducerea garanțiilor financiare și a certificatului de conformitate, care ar asigura protecția consumatorilor în cazul prestării neconforme a serviciilor turistice;
- introducerea voucherului turistic electronic, care ar contribui la stimularea comerțului electronic;
- introducerea taxei de promovare ca plată obligatorie pentru turismul organizat emițător;
- delimitarea clară a atribuțiilor tur-operatorilor și agențiilor de turism;
- reglementarea activității excursioniste;
- clasificarea pe categorii a ghizilor de turism;
- reglementarea activității birourilor de informare și promovare turistică;
- certificarea rutelor turistice naționale;
- includerea noțiunilor recomandate de UNWTO etc.

Legea nr. 451 din 30 iulie 2001 privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător stabilește genurile de activitate supuse reglementării prin licențiere, inclusiv activitatea de turism.

Legea nr. 200 din 16 iulie 2010 privind regimul străinilor în Republica Moldova reglementează intrarea, aflarea și ieșirea străinilor pe/de pe teritoriul Republicii Moldova și vizează turismul receptor.

Hotărârea Guvernului nr. 1470 din 27 decembrie 2001 conține prevederi cu privire la contractul turistic, voucherul turistic și fișa de evidență statistică a circulației turiștilor la frontiera Republicii Moldova.

Hotărârea Guvernului nr. 643 din 27 mai 2003 stabilește Normele metodologice și criteriile de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei.

Dintre documentele de politici din domeniu este de menționat Programul Național în domeniul turismului „Drumul vinului în Moldova”, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 554 din 24 mai 2004.

Documentul Unic de Program pentru anii 2013 – 2015, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 933 din 18 decembrie 2012 conține 11 proiecte în domeniul turismului, care vor fi finanțate din Fondul Național de Dezvoltare Regională.

Sub aspect instituțional, evidențiem două direcții de coordonare și gestionare a domeniului: de stat și privată.

Autoritatea administrativă centrală de specialitate, care elaborează și promovează politica statului în domeniul turismului, este Agenția Turismului.

Agencia Turismului, de asemenea, este investită cu funcții de control al activității turistice și clasificare a structurilor de cazare, dar mecanismul de control este imperfect.

În paralel cu Agenția Turismului, funcționează Camera de Licențiere, subordonată Ministerului Economiei, cu funcții de licențiere a activității de turism.

La nivel teritorial, domeniul este reprezentat episodic de câte un specialist în secțiile cultură sau direcțiile economie ale consiliilor APL.

### ***Deficiențe***

Unii termeni turistici utilizați în legislație nu sunt conformi Recomandărilor UNWTO.

Legea nr. 352 din 24 noiembrie 2006 necesită modificări esențiale în mai multe aspecte: garanții financiare, voucher turistic, delimitare tur-operatori de agenții de turism, ghizi de turism, birouri de informare turistică, zone turistice naționale, perfecționarea cadrelor, includerea noțiunilor recomandate de UNWTO etc.

Hotărârea Guvernului nr. 1470 din 27 decembrie 2001 necesită modificări importante: actualizarea modelului contractului turistic, includere de noi tipuri de contracte, modificarea conținutului voucherului turistic, oportunitatea implementării fișei de evidență a circulației turistice etc.

Hotărârea Guvernului nr. 643 din 27 mai 2003 necesită modificări pentru a stimula dezvoltarea structurilor de cazare la un preț competitiv pe piața internațională.

Hotărârea Guvernului nr. 979 din 12 august 2008 cu privire la impulsivitatea dezvoltării turismului în mediul rural nu se implementează.

Nu este reglementată clar activitatea ghizilor de turism.

Programul Național „Drumul vinului în Moldova” este învechit. Este necesară o nouă abordare a dezvoltării turismului vitivinicol.

Documentul Unic de Program pentru anii 2013 – 2015, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 933 din 18 decembrie 2012, nu are acoperire financiară în totalitate.

Prin Hotărârea Guvernului nr. 796, din 25 octombrie 2012, a fost abrogată Hotărârea Guvernului nr. 1065 din 2 septembrie 2003 cu privire la aprobarea *Strategiei de dezvoltare durabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003-2015*. Respectiv, la moment, nu există o strategie (concepție) a statului cu privire la dezvoltarea turismului.

Prin Hotărârea Guvernului nr. 118 din 11 februarie 2013, a fost abrogată Hotărârea Guvernului nr. 615 din 11 iulie 2001 pentru aprobarea regulamentului cu privire la Registrul turismului, respectiv, lipsește mecanismul de implementare a prevederilor legislației referitoare la Registrul turismului.

Nu există o structură a statului responsabilă de implementarea politicilor în domeniul turismului.

**Perspective:**

- elaborarea noii Legi a Turismului;
- modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr. 1470 din 27 decembrie 2001: actualizarea modelului contractului turistic, includerea de noi tipuri de contracte, modificarea conținutului voucherului turistic, oportunitatea implementării fișei de evidență a circulației turistice etc.;
- modificarea Hotărârii Guvernului nr. 643 din 27 mai 2003, cu privire la clasificarea structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentare;
- reglementarea activității ghizilor de turism prin introducerea unui capitol în Legea Turismului;
- elaborarea normelor metodologice de selectare, instruire și utilizare a ghizilor de turism și Regulamentul de atestare a ghizilor de turism;
- elaborarea cadrului normativ privind regionalizarea turistică;
- elaborarea cadrului normativ privind implementarea Registrului turismului;
- actualizarea Programului Național „Drumul vinului în Moldova”;
- crearea Biroului Național de Informare și Promovare Turistică.

**2. Acordul ca motivație turistică distinctă**

Acordul, în conceptul său clasic de definiție, reprezintă petrecerea activă a timpului liber, însoțit de distracție, dispoziție și relaxare.

**Situația actuală**

Acordul este un element important în satisfacerea nevoilor turiștilor, indiferent de motivația principală de vacanță sau forma de turism practică (odihnă, cură balneară, circuit turistic etc.). Mai mult chiar, indiferent de vârsta sau profilul socio-profesional al turiștilor, cererea pentru acord, în perioada vacanței, a devenit atât de mare, încât aceasta a căpătat statut de motivație turistică propriu-zisă.

Acordul constituie un argument decisiv în alegerea unei destinații turistice, deoarece el este capabil să diferențieze ofertele propuse de agenții piețelor turistice, să determine amploarea circulației turistice. Astfel, diversitatea și originalitatea ofertei de acord pot constitui elemente hotărâtoare în atragerea fluxurilor turistice.

**Deficiențe**

Acordul, ca parte a pachetelor de servicii turistice, este valorificat nesemnificativ.

Activitățile de acord nu au un caracter permanent.

Lipsește un calendar anual al evenimentelor și activităților de acord.

Majoritatea activităților de acord sunt desfășurate în zonele urbane.

Se constată insuficiența unităților de acord.

Majoritatea ofertelor de servicii turistice nu prevăd individualizarea acestora.

Turistul, de regulă, este un consumator pasiv, mai puțin implicat în desfășurarea programelor de divertisment.

### ***Perspective***

Individualizarea ofertei turistice și diversificarea produselor turistice.

Stimularea circulației turistice, care reprezintă o sursă de încasări importante pentru zona rurală inclusă în circuitul turistic.

Asigurarea competitivității zonelor rurale unde este dezvoltat agrementul.

Motivarea turiștilor să viziteze zonele de agrement. Motivația turistică și individualizarea ofertei turistice trebuie să țină cont, pe de o parte, de motivațiile și aspirațiile turiștilor, iar pe de altă parte, de profilul, structura și specificul zonei turistice. Desfășurarea activității de agrement presupune existența unor echipamente adecvate tipului de agrement și a personalului cu pregătire specială.

Asigurarea implicării efective a turistului în desfășurarea programelor de divertisment. Antrenarea acestuia într-o activitate poate să-l determine pe viitor să aleagă anume această destinație pentru odihnă.

### **3. Activitatea excursionistă**

#### ***Situația actuală***

Excursiile în Republica Moldova sunt produse turistice ieftine și accesibile unui număr mare de clienți. Cele mai solicitate destinații sunt municipiul Chișinău, cramele, mănăstirile, cetățile, rezervațiile naturale și pensiunile rurale, care formează oferta generală pentru turismul intern și internațional.

În 2009, au fost elaborate 5 rute naționale, care cuprind întreg teritoriul țării. La momentul de față, în plan național, sunt promovate de către ANAT mai intens 20 de rute turistice naționale și 7 rute ale vinului.

#### ***Deficiențe***

Majoritatea rutelor turistice sunt create convențional, fără suportul informațional adecvat.

Nu există o metodologie aprobată printr-un act normativ privind crearea, certificarea și înregistrarea rutelor turistice.

Obiectivele incluse în rute nu sunt certificate.

Rutele turistice nu sunt certificate și înregistrate.

Foarte puține rute sunt demarcate în teren.

Nu există o strategie de atragere a noilor consumatori pe piața excursiilor la niciuna din agențiile de turism.

Se constată o diversitate redusă de excursii.

Piața pentru excursii în R. Moldova este restrânsă.

Excursionistul național formează cel mai important contingent, dar nu este deservit în sistemul turistic (de către agențiile de turism).

### ***Perspective***

Elaborarea și aprobarea metodologiei privind crearea, certificarea și înregistrarea rutelor turistice.

Certificarea rutelor elaborate conform standardelor europene.

Dezvoltarea pieței pentru excursii.

Diversificarea ofertelor turistice orientate spre excursionistul național și dezvoltarea turismului intern.

Dezvoltarea turismului urban de excursii.

### **4. Activitatea ghizilor de turism**

#### ***Situația actuală***

În R. Moldova, sunt activi cca 40 de ghizi profesioniști de turism, care cunosc traseele spre atracțiile naționale și sunt angajați de tur-operatori și agenții de turism.

Există cca 324 de ghizi locali, care sunt angajați ai 108 muzee și practică, la solicitare, excursii extra-muzeale spre unele atracții specifice zonei turistice. Astfel, în raza de 30 km de la oricare obiect turistic din R. Moldova, poate fi angajat un ghid local.

Ghizii au elaborate trasee, în care sunt recomandate cca 200 de obiective de vizitat, în Chișinău și în republică. Tematica traseelor este, de regulă, de cunoaștere a ținutului natal sau a biografiilor unor personalități. Unele obiective cu potențial turistic (vinării, mănăstiri, rezervații științifice) au angajați ghizi pentru informarea vizitatorilor, care sunt instruiți sau la cursuri speciale, sau sunt autodidacți. Aceștia sunt accesibili doar pentru excursii la atracțiile proprii și pot fi angajați de orice grup de vizitatori, în urma unei solicitări coordonate în prealabil.

Astfel, apare necesitatea adoptării, la nivel de stat, a mecanismului de asigurare a calității serviciilor prestate de către ghizii de turism. În baza politicilor elaborate, urmează să fie elucidate mai multe aspecte, cum ar fi: cerințele față de persoanele care vor să practice profesia de ghid, etapele în devenirea ghidului de turism, structurile de stat și neguvernamentale implicate în pregătirea și promovarea în plan profesional, să fie stipulate exigențele, cărora trebuie să corespundă ghidul de turism: studii superioare, cunoașterea a 1-2

limbi de circulație internațională, ținută corespunzătoare și înfățișare fizică agreabilă, să cunoască bine istoria și cultura țării, viața economică și politică. Ghizii de turism trebuie să facă dovada pregătirii pentru profesie prin atestarea de către o comisie, din care să facă parte cei mai buni specialiști din domeniu.

#### **Deficiențe**

Instituțiile de învățământ nu pregătesc cadre la specialitatea „ghid de turism”. Există doar posibilitatea de frecventare a cursurilor de perfecționare profesională.

Poate practica activitatea de ghid de turism orice persoană, care a absolvit cursuri de perfecționare.

Serviciile oferite de unii ghizi de turism adesea sunt la nivel scăzut.

Există un număr insuficient de ghizi care posedă limbi de circulație internațională.

Se constată practicarea activității de ghid de către persoane neautorizate și slab calificate.

#### **Perspective**

Adoptarea, la nivel de stat, a mecanismului de asigurare a calității serviciilor prestate de către ghizii de turism:

- includerea în programele de studii a specialității „ghid de turism”;
- elaborarea și aprobare normelor metodologice privind selectarea, instruirea și utilizarea ghizilor de turism;
- elaborarea și aprobarea Regulamentului de atestare a ghizilor de turism;
- atestarea ghizilor de turism și conferirea acestora a categoriilor de calificare.

### **5. Infrastructura turistică**

#### **a) Transport**

##### **Situația actuală**

Din punct de vedere al turismului internațional, R. Moldova se bucură de o amplasare reușită, aflându-se într-o regiune ușor accesibilă pentru turiștii din Uniunea Europeană, dar și pentru cei din spațiul CSI. Astfel, toate tipurile de transport (aerian, auto, feroviar), cu excepția celui naval, sunt pe larg utilizate de către vizitatori. De menționat că Portul Internațional Giurgiulești, deși deține un terminal modern și bine dotat, acesta nu înregistrează flux internațional de pasageri.

Aeroportul Internațional Chișinău rămâne a fi unica alegere pentru turiștii străini care preferă zborul pentru a ajunge la destinație, acesta indicând o stare generală satisfăcătoare în materie de capacitate și corespundere la standardele internaționale, dar, pe termen lung, se solicită investiții suplimentare. Totodată, prețul билетelor la cursele aeriene nu sunt competitive pe piața din regiune.

Transportul feroviar prezintă o acoperire avantajoasă pe teritoriul republicii, precum și conexiuni cu cele mai importante orașe din regiune. În același timp, vagoanele utilizate sunt de tip vechi, cu deficiențe evidente la capitolul confort.

Republica Moldova este străbătută de artere rutiere importante care interconectează piețele din regiune (3669 km), rețeaua de drumuri locale este și ea relativ diversificată (6834 km). Starea fizică nesatisfăcătoare a căilor rutiere reprezintă o problemă de amploare, care necesită un volum impunător de investiții. Din fericire, pe parcursul ultimilor ani, în acest sens, se observă un progres, în special, datorită ajutorului partenerilor externi ai Republicii Moldova, pentru termenul *mediu-lung* fiind preconizat un efort și mai mare în acest sens.

#### **Deficiențe**

Starea fizică a drumurilor în țară este la nivel scăzut.

Republica Moldova dispune de un singur aeroport.

Prețurile la rutele aeriene nu sunt competitive pe piața din regiune.

Transportul feroviar oferă condiții precare de călătorie.

Transportul naval de călători, practic, lipsește.

Prețurile la transportul turistic nu stimulează dezvoltarea turismului intern.

Nu există diferențiere de prețuri pentru diverse forme de turism, în special pentru turismul social.

Personalul de deservire în transportul turistic rutier, în special taxi, deține calificare joasă.

Grupurile sanitare pe arterele rutiere de bază ale țării sunt insuficiente și necalitative, iar pe drumurile de importanță locală lipsesc.

#### **Perspective**

Îmbunătățirea situației fizice a rețelelor rutiere și a infrastructurii adiacente (parcări, popasuri, grupuri sanitare).

Majorarea zborurilor low-cost spre principalele destinații turistice ce prezintă interes pentru Republica Moldova.

Aplicarea diferențiată a politicii de preț în dependență de forma de turism.

Elaborarea și aplicarea standardelor de calitate pentru personalul de deservire din transport.

**b) Structuri de cazare și servirea mesei**

**Situația actuală**

La moment, în Republica Moldova, activează 257 de structuri de cazare și servirea mesei. Acest număr este suficient pentru deservirea fluxului existent de turiști. Conform legislației în vigoare, structurile de cazare sunt obligate să fie clasificate. Clasificarea se efectuează gratuit. Cu toate acestea, doar 100 de structuri, din numărul total, sunt clasificate.

**Deficiențe**

Mai mult de jumătate din structurile de cazare nu sunt clasificate, fiind dotate la discreția proprietarilor, fără garanții de conformitate la standarde aprobate.

Se constată un deficit al structurilor de cazare din categoria 2-3 stele în stare adecvată, care ar oferi servicii la prețuri competitive.

Piața este suprasaturată de structuri de cazare luxoase, care au o rată de ocupație redusă, dar mențin prețuri considerabile.

Structurile de cazare utilizează o politică rigidă de preț, indiferent de gradul de utilizare a spațiilor, oferind același preț pentru orice perioadă a anului.

Marea majoritate a structurilor sunt concentrate în capitală sau în orașele mai mari, în timp ce majoritatea zonelor rurale nu dispun de unități de cazare, sau numărul acestora este foarte limitat.

Stațiunile balneo-climaterice și taberele de vacanță pentru copii nu sunt percepute ca elemente ale infrastructurii turistice de către publicul larg, dar nici de autorități. Astfel, deși structurile date deservesc și cazează numeroși vizitatori, din care o parte sunt din străinătate, acestea nu sunt clasificate ca structuri de primire turistică, fapt ce împiedică respectarea standardelor respective.

**Perspectivă**

Modificarea cadrului normativ privind clasificarea structurilor de primire turistică, în scopul favorizării dezvoltării sistemului de cazare de 2-3 stele, care să ofere prețuri competitive pe piața turistică din regiune.

Intensificarea clasificării structurilor de cazare.

Implementarea unei politici active orientate spre dezvoltarea structurilor de cazare în mediul rural.

Includerea în sistemul de clasificare a tuturor structurilor, care oferă servicii de cazare turistică, conform standardelor internaționale.

Intensificarea implementării mecanismului de control al calității serviciilor oferite de structurile de cazare.

**6. Amenajarea destinațiilor turistice**

**Situația actuală**

Nivelul de atracție și gradul de vizitare a destinațiilor turistice depind, în mare măsură, de amenajarea acestora și de prezența unei infrastructuri adecvate. În acest sens, se constată următoarele. Majoritatea zonelor de protecție a monumentelor naturale și antropice nu sunt amenajate pentru vizitatori, iar deținătorii legali locali nu au un plan de amenajare turistică a acestora. Marea majoritate a atracțiilor este lipsită de cazare, chiar dacă drumul de la Chișinău și alte surse generatoare de vizitatori este îndelungat. Terasele și structurile de alimentație publică sunt rare în imediata apropiere de atracții. De regulă, acestea sunt amplasate în localitățile din raza obiectului. Inexistența acestora creează dificultăți vizitatorilor individuali. Parcări amenajate pentru automobile și autocare există doar în preajma atracțiilor majore. Adăposturi pentru agrement au doar unele rezervații și mănăstiri. Acestea sunt făcute din materiale locale, dar fără a lua în calcul confortul mai multor grupuri concomitente de vizitatori. Marea majoritate a obiectelor vizitate nu oferă vizitatorilor adăposturi pentru vremea rea. Grupuri sanitare simple oferă vizitatorilor doar o parte din atracțiile care au o instituție gestionară (mănăstiri, rezervații științifice, muzee). Apeduct/canalizare au doar atracțiile care au o instituție gestionară (mănăstiri, rezervații, muzee).

**Deficiențe**

Obiectivele turistice nu sunt amenajate pentru vizitatori.

Majoritatea atracțiilor turistice nu dispune de cazare.

Căile de acces la obiectivele turistice lasă de dorit.

Este slab dezvoltată infrastructura turistică din teritoriu (unități de alimentație publică, parcări, grupuri sanitare, puncte de comercializare a suvenirilor etc.).

În drum spre obiectivele turistice, nu există posibilități pentru odihnă / împășărire.

### **Perspective**

Amenajarea obiectivelor turistice.

Amenajarea locurilor de agrement existente.

Crearea și amenajarea a noi locuri de agrement.

Crearea punctelor de comercializare a suvenirilor.

Amenajarea popasurilor turistice și a parcărilor, inclusiv pentru rulote.

### **7. Prestarea serviciilor turistice**

#### **Situația actuală**

Serviciile turistice, prestate de către agenții economici din industria turismului, includ, în special, cazarea, masa și transportarea turiștilor, serviciile de agrement, tratamentul balnear, asistența turistică și alte servicii complementare.

Nivelul de competență din sectorul prestării serviciilor turistice este redus, ca urmare a lipsei standardelor de performanță, a standardelor de muncă actualizate, a standardelor adecvate de instruire și perfecționare. Pregătirea pentru prestarea de servicii în domeniul ospitalității și turismului este încă slab dezvoltată și necesită o atenție deosebită în anii următori.

#### **Deficiențe**

La etapa actuală, contrar prevederilor Legii 352, agențiile de turism formează pachetele de servicii turistice. Impactul asupra pieței turistice este unul negativ, deoarece marea majoritate a agențiilor de turism nu dispun de personal calificat, nu dispun de resurse financiare suficiente, nu dispun de tehnologii informaționale și platforme operaționale necesare formării pachetelor de servicii turistice. Toate aceste consecințe sunt suportate de consumatorii-turiști.

Lipsește standarde de calitate pentru serviciile turistice.

Este imperfect mecanismul de control al calității serviciilor turistice.

În legislație, nu există prevederi specifice privind protecția consumatorului de servicii turistice.

#### **Perspective**

Introducerea în Legea 352 a cerințelor specifice pentru obținerea statutului de tur-operator.

Includerea în legislație a răspunderii contravenționale pentru încălcarea prevederilor legale la formarea pachetelor de servicii turistice.

Introducerea garanției financiare diferențiate pentru tur-operatori și agenții de turism.

Elaborarea și implementarea standardelor de calitate pentru serviciile turistice.

Sporirea responsabilității din partea agenților economici titulari ai licenței de turism la formarea pachetului de servicii turistice.

Sporirea calității produselor și serviciilor comercializate și protecția consumatorilor.

Dezvoltarea pieței turistice într-un mediu competitiv adecvat și cu o calitate sporită a serviciilor prestate.

Reducerea riscurilor de achiziționare a produselor turistice necalitative.

Specializarea firmelor tur-operator pe anumite segmente, care ar permite diversificarea ofertelor turistice, capabile să satisfacă cele mai variate doleanțe ale consumatorilor-turiști.

### **8. Promovare și marketing**

#### **Situația actuală**

Promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică, pe plan intern și extern, în anii 2009-2012, s-a realizat printr-un șir de activități:

1. Organizarea participării anual, de comun cu agenții economici din industria turismului, la expoziții internaționale de specialitate, cu stand național, care reflectă potențialul turistic al țării, precum și tradițiile și cultura națională. Piețele-țintă, în perioada respectivă, au fost România, Rusia, Ucraina, Germania, Anglia, Turcia, Japonia, Israel etc.
2. Editarea și difuzarea materialelor promoționale, cum ar fi:
  - 1) Ghiduri turistice „Moldova Turistică”, „Drumul Vinului”, „Drumul Mănăstirilor”, „Turismul cultural”, „Turismul religios”, „Turismul vitivinicol”, „Turismul balnear”, „Turismul rural”, „Turismul ecologic”.
  - 2) CD-uri cu filmul promoțional „Moldova – o destinație turistică”.
  - 3) Harta turistică a Moldovei.
  - 4) Suvenire cu imagini ale obiectivelor turistice din Moldova.
  - 5) Suvenire cu imprimarea Mărcii Turistice a Republicii Moldova.
3. Organizarea anuală, de comun cu Centrul Expozițional „MoldExpo”, a Expoziției Internaționale

- Specializate de turism, agrement și industrie hotelieră „Tourism.Leisure.Hotels”.
4. Organizarea anuală a unui tur informațional pentru reprezentanții mass-media din țările, care prezintă interes pentru Republica Moldova.
  5. Colaborarea Agenției Turismului a Republicii Moldova cu Centrul de Competență Dunăreană (DCC) în contextul *Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunăreană (SUERD)*, care are drept scop informarea agenților economici din domeniul turismului despre noi instrumente on-line de atragere a turiștilor.
  6. Înregistrarea cu nr. 23853 în Registrul Național a Mărcii Turistice a Republicii Moldova, care a obținut protecția pe teritoriul Republicii Moldova pe termen de 10 ani, începând cu 20 aprilie 2011.

#### **Deficiențe**

Lipsa unei politici de promovare a potențialului turistic și a planurilor de marketing.  
Lipsa centrelor de informare turistică.  
Lipsa unui concept de stand național pentru participare la expozițiile internaționale.  
Lipsa spoturilor publicitare privind atractivitatea Republicii Moldova ca destinație turistică.  
Insuficiența de colaborare cu statele, care prezintă interes pentru Republica Moldova.  
Lipsa de hărți turistice tematice (hartă rutier-turistică, hărți cu itinerare turistice pentru diverse forme de turism).

#### **Perspective**

Îmbunătățirea imaginii Republicii Moldova, ca destinație turistică, prin intensificarea promovării potențialului turistic.

Elaborarea unei politici de promovare a potențialului turistic și a planurilor de marketing.

Crearea centrelor de informare și promovare turistică.

Elaborarea conceptului unui stand național pentru participarea la expozițiile internaționale de specialitate.

Elaborarea spotului publicitar video (10-30 sec.), care va avea drept scop formarea unei imagini pozitive a țării ca destinație de turism, atât în plan intern, cât și extern.

Elaborarea unui spot publicitar (5-7 min.) despre potențialul turistic al Republicii Moldova.

Promovarea spoturilor publicitare prin intermediul companiilor media din țară și străinătate, în scopul creșterii gradului de vizibilitate pe principalele piețe-țintă.

Editarea hărții rutier-turistice a Republicii Moldova pentru automobiliști și a materialelor promoționale despre potențialul turistic al țării.

Includerea rutelor turistice naționale în rutele turistice internaționale, cum ar fi „Drumul Vinului”, „Drumul Mănăstirilor”, „Bijuterii medievale: Cetățile Soroca, Hotin, Suceava”, precum și promovarea acestora la nivel regional și internațional.

Încheierea de noi acorduri de colaborare cu statele, care reprezintă interes pentru Republica Moldova.

Promovarea potențialului turistic prin intermediul platformelor on-line, spre exemplu, *Danube.travel*, al cărei obiectiv major este promovarea Regiunii Dunărene ca un brand și o destinație de călătorie nouă pentru piața europeană și cea mondială.

### **9. Pregătirea cadrelor pentru industria turistică a Republicii Moldova**

#### **Situația actuală**

Tendențele actuale ale economiei de piață au influențat procesele ce rezidă în domeniul serviciilor turistice, au acutizat chestiunea privind necesitatea pregătirii cadrelor pentru domeniu și au solicitat modernizarea activității întreprinderilor turistice.

Pregătirea specialiștilor pentru domeniul turism a devenit o chestiune destul de populară în cadrul multor instituții de învățământ, însă, cerințele pentru pregătirea profesională a angajatului din domeniul turism nu au ajuns la nivelul standardelor internaționale și pot fi apreciate la un nivel mediu.

Analizând situația actuală din Republica Moldova privind pregătirea cadrelor pentru industria turistică, putem menționa că mai multe instituții de învățământ licențiate pregătesc cadre la Specialitatea „Servicii”, specializarea „Turism și servicii”. Astfel, la Academia de Studii Economice a Moldovei, Universitatea de Stat de Educație Fizică și Sport, Universitatea Agricolă de Stat, Universitatea de Stat de Relații Internaționale, Universitatea Liberă Internațională, Universitatea Perspectiva, Colegiul de Ecologie ș.a. sunt catedre specializate de „Turism” (sau „Turism și servicii hoteliere”, „Turism și servicii”, „Turism și natație”, alte variații). Acestea pregătesc la ambele cicluri, pentru frecvența la zi și studii fără frecvență, absolvenți, care studiază un număr între 8-17 discipline de specializare, inclusiv patrimoniul țării, economia



turismului, managementul și marketingul în turism, tehnici de operațiuni în turism, servicii hoteliere, limbi străine etc. Anual cca 500 – 600 de persoane absolvesc instituțiile de învățământ la specializarea „Turism”.

Perfecționarea cadrelor în turism este asigurată de către Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului din subordinea Agenției Turismului, Școala Superioară de Turism și Servicii Hoteliere din cadrul Academiei de Studii Economice a Moldovei și Centrul de Instruire din cadrul Asociației Naționale a Agențiilor de Turism. În cadrul acestor instituții de perfecționare, sunt organizate module de instruire pentru tur-operatori și agenții de turism, precum și pentru structuri de cazare. Este propus un număr de 5-10 discipline privind managementul și marketingul în turism, geografia turismului, tehnicile operaționale în turism, administrarea afacerilor în turism/structuri de primire turistică, managementul serviciilor turistice/structurilor de primire turistică, director/manager în turism/structură turistică, ghid de turism, comercializarea serviciilor, tehnologii informaționale, economie și contabilitate, turism rural. Anual cca 420 de persoane, angajate în câmpul muncii, își perfecționează studiile și abilitățile practice în domeniul turism.

Situația privind pregătirea cadrelor din industria turismului, per ansamblu, în Republica Moldova, este relativ bună, însă, există o serie de probleme și dificultăți ce urmează a fi înlăturate. Factorul uman bine pregătit în domeniul prestării serviciilor turistice este determinant și din aceste considerente este necesar de a depista problemele existente și a propune soluții, pentru a obține servicii turistice de calitate.

#### **Deficiențe**

Lipsa unui studiu privind cererea și oferta de cadre pe piața turistică.

Programe de învățământ neajustate cerințelor actuale ale pieței turistice și necorelate cu standardele internaționale.

Insuficiența cadrelor didactice pregătite teoretic și practic conform standardelor internaționale în domeniu.

Calitatea joasă a pregătirii practice a absolvenților, prevalarea disciplinelor teoretice și minimalizarea dezvoltării abilităților practice.

Lipsa unui parteneriat între instituțiile de învățământ licențiate, autoritățile publice și agenții economici din domeniu privind programele de studiu și realizarea stagiului studenților.

Insuficiența echipamentului și materialelor didactice adecvate industriei turismului, precum și a bazelor pentru practica de producție în procesul de formare profesională.

Lipsa unui schimb de experiență cu țările vecine privind pregătirea cadrelor din turism.

Activitatea unilaterală de perfecționare a cadrelor din domeniu.

Nivelul înalt de fluctuație a cadrelor.

#### **Perspective**

Efectuarea unui studiu privind cererea și oferta de cadre pe piața turistică.

Ajustarea programelor de pregătire a specialiștilor din ramura turistică la cerințele pieței (revizuirea curriculumurilor universitare, elaborarea programelor de studii pentru noi specialități și meserii, dotarea instituțiilor cu materiale didactice și echipamentul necesar, stagiul specialiștilor peste hotare).

Diversificarea posibilităților de perfecționare a cadrelor (organizare seminare, conferințe, mese rotunde, schimb de experiență, perfecționarea specialiștilor peste hotare).

Crearea unui parteneriat între autoritățile publice, instituțiile de învățământ și agenții economici din domeniu privind programele de studiu și realizarea stagiului studenților.

Elaborarea unui program de motivare a specialiștilor din domeniu.

Semnarea unor acorduri privind schimbul de experiență cu țările vecine privind pregătirea cadrelor în domeniu.

Instruirea tur-operatorilor privind formarea pachetelor turistice prin intermediul tehnologiilor informaționale.

Invitarea, de peste hotare, a specialiștilor IT din turism, pentru instruire și transfer de noi tehnologii în prestarea serviciilor turistice.

**10. Analiza SWOT a domeniului turismului**

<i>Puncte forte (S)</i>	<i>Puncte slabe (W)</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poziționarea turismului ca ramură prioritară a economiei Republicii Moldova</li> <li>2. Disponibilitatea de resurse turistice naturale și antropice</li> <li>3. Existența cadrului legislativ și normativ în domeniu</li> <li>4. Implementarea proiectelor în domeniul turismului cu finanțare de la bugetul de stat</li> <li>5. Implementarea strategiilor și programelor de dezvoltare a turismului în diferite raioane</li> <li>6. Disponibilitate de structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentare moderne</li> <li>7. Existența sălilor de conferințe dotate cu utilaj modern</li> <li>8. Funcționarea a două centre de perfecționare și reciclare profesională a cadrelor din industria turismului</li> <li>9. Activitatea diverselor asociații de specialitate</li> <li>10. Republica Moldova este membru al organismelor internaționale care sprijină dezvoltarea turismului (Organizația Mondială a Turismului a Națiunilor Unite, Centrul de Competență Dunăreană, OCEMN, GUAM, Consiliul pentru Turism al CSI etc.)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Legislația turistică nealinată la standardele europene</li> <li>2. Cadrul legislativ și normativ insuficient și neactualizat</li> <li>3. Insuficiența capacităților umane calificate în gestionarea domeniului și prestarea serviciilor de calitate</li> <li>4. La nivel central, lipsește cadrul instituțional pentru implementarea politicilor statului în domeniu</li> <li>5. Lipsa Birourilor de Informare Turistică funcționale în misiunile diplomatice ale Republicii Moldova acreditate peste hotare</li> <li>6. Număr limitat de tur-operatori și agenții de turism care formează și comercializează produse turistice autohtone</li> <li>7. Insuficiență de hoteluri turistice de categoria 2-3 stele, care ar contribui la dezvoltarea turismului receptor prin prețuri atractive, competitive pe piața turistică internațională.</li> <li>8. Costuri mari la serviciile de cazare în structurile de primire turistică autohtone</li> <li>9. Număr redus de structuri de cazare în mediul rural, unde sunt amplasate obiectivele turistice.</li> <li>10. Număr redus de structuri de cazare clasificate</li> <li>11. Indicatoare turistice insuficiente</li> <li>12. Lipsa panourilor informaționale în apropierea obiectivelor turistice</li> <li>13. Parc de autocare turistice învechit</li> <li>14. Lipsa, la majoritatea obiectivelor turistice și la muzee, a personalului calificat și cunoscător de limbi de circulație internațională</li> <li>15. Datele statistice sunt calculate eronat și nu reflectă situația reală a domeniului</li> <li>16. Nu este ținută evidența turiștilor individuali</li> <li>17. Eficiența slabă a mecanismului de control al respectării calității serviciilor turistice prestate</li> </ol>
<i>Oportunități (O)</i>	<i>Amenințări (T)</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ospitalitate tradițională.</li> <li>2. Poziționare strategică benefică a țării (hotar cu CSI și cu Uniunea Europeană).</li> <li>3. Lipsa necesității de vize pentru cetățenii țărilor membre ale UE, SUA, Japoniei.</li> <li>4. Reducerea numărului de țări care au statut de țară cu risc sporit de migrație, luându-se ca bază lista aprobată de Uniunea Europeană.</li> <li>5. Conexiuni aeriene cu principalele noduri aeroportuare</li> <li>6. Liberalizarea prețurilor la cursele aeriene și demonopolizarea sectorului aviatic</li> <li>7. Existența proiectelor de asistență externă pentru dezvoltarea turismului</li> <li>8. Număr mare de evenimente cu atractivitate turistică: cultural-artistice, sportive, de agrement</li> <li>9. Brand cunoscut de țară viți-vinicolă</li> <li>10. Disponibilitate de crame vinicole de unicat în lume</li> <li>11. Pătrunderea masivă a tehnologiilor informaționale în sfera de servicii</li> <li>12. Existența suportului politic.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Infrastructură slab dezvoltată a obiectivelor turistice de interes național și internațional</li> <li>2. Nivel scăzut de cunoaștere, în Europa și în lume, a Moldovei ca destinație turistică</li> <li>3. Lipsa climatului investițional favorabil pentru investitori, care să dezvolte infrastructura structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentare pentru turismul de masă.</li> <li>4. Competitivitate redusă a ofertei turistice a RM (costuri înalte pentru viza de intrare în Republica Moldova, costuri înalte la cursele aeriene deservite de companiile aeriene autohtone)</li> <li>5. Număr extrem de limitat de obiective incluse în lista patrimoniului UNESCO și în cartea recordurilor Guinness. Insuficiența resurselor financiare pentru acțiuni de promovare a domeniului: expoziții, materiale promoționale, susținere financiară a proiectelor din domeniu etc.</li> <li>6. La nivel local, este insuficientă gestionarea domeniului</li> <li>7. Lipsa sau amenajarea necorespunzătoare a grupurilor sanitare la intrarea în țară, cât și la stațiile PECO, menite să deservească grupurile de turiști străini pe rutele turistice naționale</li> </ol>

(analiza SWOT elaborată de autor)

## **11. Analiza PEST**

Orice instituție publică face parte dintr-un mediu specific, care influențează și condiționează acțiunea factorilor de conducere. În funcție de influența factorilor interni și externi, Agenția Turismului și-a determinat prioritățile sale de activitate pe termen scurt, mediu și de durată. Astfel, au fost apreciate atât riscurile și măsurile aferente diminuării acestora, cât și oportunitățile care pot favoriza dezvoltarea durabilă a turismului într-un orizont de timp bine determinat.

Analiza PEST include factori politici, economici, sociali și tehnologici, care ar putea influența asupra dezvoltării durabile a turismului.

Luând în considerație specificul turismului din Republica Moldova, Agenția Turismului a identificat o serie de factori externi, care au impact direct asupra activității ramurii turistice.

### **Factorii politici**

Factorii politici au un impact major la determinarea destinațiilor turistice de către potențialii turiști externi. Instabilitatea politică contribuie negativ, în cel mai direct mod, asupra preferințelor turiștilor.

Din categoria acestor factori, putem enumera:

- a) Influența politicianilor, alături de alte organizații cu impact major în viața publică (mass-media, organizații nonguvernamentale), în anumite domenii de activitate de interes larg.
- b) Politicile și strategiile guvernamentale, care stabilesc priorități, obiective, direcții de activitate a căror îndeplinire revine Agenției Turismului. În acest context, instituția trebuie să-și mobilizeze din interior resursele umane, financiare și tehnice în vederea îndeplinirii acestor responsabilități. Documentele de programe stabilite de nivelul politic (Guvern, Parlament) pot determina, inclusiv adaptarea organizațională (reorganizarea structurii, stilul de management, orientarea către alți parteneri – publici, naționali, internaționali).

Sunt foarte importante aspectele ce țin de cooperarea internațională și politica de vecinătate cu UE, a căror promovare implică apariția de noi strategii, instrumente financiare. Procesul de integrare a Republicii Moldova în Uniunea Europeană necesită capacități profesionale avansate și eforturi sporite.

Cooperarea la nivel internațional se realizează pe bază de acorduri în domeniul turismului încheiate de Republica Moldova cu 22 de state, precum și prin intermediul diverselor structuri internaționale și regionale, dintre care menționăm următoarele:

- Organizația Mondială a Turismului a Națiunilor Unite (UNWTO);
- Organizația de Cooperare Economică la Marea Neagră (OCEMN);
- Organizația pentru Democrație și Dezvoltare Economică (ODDE) GUAM;
- Consiliul pentru Turism al CSI;
- Centrul de Competență Dunăreană (DCC).

În această ordine de idei, este primordial ca politica de stat în domeniul turismului să fie axată pe optimizarea legislației turistice, înlăturarea deficiențelor, perfecționarea infrastructurii și alinierea ei la cele mai avansate practici internaționale.

### **Factorii economici**

Turismul, importantă ramură a economiei naționale, caracterizată printr-un spectru larg de activități, are, la această etapă, sarcini multiple pe linia creșterii eficienței sale economico-sociale, a sporirii aportului său la produsul intern brut, la echilibrarea balanței comerciale și de plăți, paralel cu asigurarea celor mai bune condiții pentru odihnă și recreerea turiștilor autohtoni și străini.

Pe lângă efectele economice și sociale directe, turismul determină obținerea unor efecte indirecte, prin impulsivitatea celorlalte ramuri și sectoare ale economiei naționale prin efectul multiplicator ce se referă la industrie, agricultură, transport, servicii adiționale.

Pe lângă aspectele enumerate mai sus, turismul reprezintă barometrul bunăstării populației. Cu cât circulația turistică sporește, cu atât nivelul de viață este în creștere.

Ciclul economic, prin care trece țara, este însoțit de scăderea volumelor de producție, micșorarea activităților de afaceri și respectiv, iar, în consecință – diminuarea posibilităților de organizare a odihnei din partea mării majorității a populației.

Dintre aspectele care influențează turismul în mod pozitiv putem menționa creșterea, în ultimii ani, a indicatorilor de bază ai activității turistice și a ponderii turismului în PIB.

### **Factorii sociali**

Aceștia au un impact indirect asupra activității turistice.

Interesată de politica de dezvoltare a ramurii turistice este întreaga societate.

Așteptările populației sunt orientate spre stabilitatea sistemului de protecție socială, diminuarea

corupției, circulație liberă cu UE, sporirea transparenței. Este de menționat că asupra activității sectorului turistic influențează și aspectul social ca: accesul persoanelor vulnerabile la pachete turistice sociale, celor cu maladii la stațiunile balneo-climaterice, elevii și studenții la pachete turistice cu preț redus în interiorul țării. Aspectul social este condiționat și de antrenarea populației în prestare de servicii, deservire, furnizare de produse destinate consumului turistic. Este de menționat faptul că, în ultimii ani, este în creștere interesul locuitorilor pentru consumul de servicii turistice și nivelul cheltuielilor populației în scop turistic.

Totodată, influențează negativ domeniul – cazurile frecvente de fraudă/înșelăciune a persoanelor din partea prestatorilor de servicii turistice.

#### **Factorii tehnologici**

În perioada pe care o parcurgem și, cel puțin, în cea imediat următoare, resursele tradiționale ale afacerilor – oameni, mașini, materiale, bani – se completează cu cea de-a cincea resursă – tehnologiile informaționale. Având în vedere rapiditatea cu care se dezvoltă piața tehnologiilor informaționale pe plan mondial și național, precum și facilitățile pe care le oferă în dezvoltarea activităților specifice, este necesară analiza acestor factori din perspectiva priorităților stabilite pentru industria turistică pe termen mediu și de durată.

#### **Concluzie**

Concurența în turism, pe plan mondial, este foarte mare. Pentru a face față provocărilor și a câștiga în competiția turistică mondială, sunt necesare anumite măsuri care ar redresa situația existentă în ramura turistică. Analiza evoluției domeniului turismului, în anii 2009-2012, a dat posibilitate de a estima realizările, constata tendințele, a evidenția problemele și a propune prioritizarea unor direcții de dezvoltare a domeniului pentru anii următori. Organul administrației publice centrale de specialitate trebuie să-și asume responsabilități clare și reale în ceea ce privește dezvoltarea durabilă a turismului. Accentul de bază trebuie pus pe dezvoltarea turismului intern și receptor. Dar acest lucru poate fi realizat numai în parteneriat cu alte instituții ale statului, abilitate cu responsabilități sectoriale. După părerea noastră, accentul de bază trebuie pus pe promovare, competitivitate și prestare calitativă a serviciilor.

#### **Bibliografie:**

##### ***Manuale, dicționare, lucrări didactice și metodice***

1. STĂNCIULESCU, Gabriela. *Managementul operațiunilor de turism*. Ediția a II-a. București: Editura ALL BECK, 2003. 448 p. ISBN: 973-655-280-2.
2. NEACȘU, Nicolae. *Turismul și dezvoltarea durabilă*. București: Editura Expert, 2000, 229 p. ISBN: 973-9282-80-6.
3. BĂCANU, Bogdan. *Management strategic în turism*. București: Editura Polirom, 2009. 350 p. ISBN: 978-973-46-1262-8.
4. STĂNCIULESCU, Gabriela, LUPU, Nicolae, ȚÎGU, Gabriela, ȚIȚAN, Emilia, STĂNCIOIU, Felicia. *Lexicon de termeni turistici*. București: Editura Oscar Print, 2002, 242 p. ISBN: 973-8338-31

##### **Acte normative și legislative:**

1. Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova: nr. 352-XVI din 24 noiembrie 2006. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.14-17/40 din 02.02.2007.
2. Legea privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător: nr. 451-XV din 30.07.2001. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 108-109/836 din 06.09.2001.
3. 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 nr. 1470 din 27.12.2001. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 161/1484 din 31.12.2001.