

## ANALIZA INDUSTRIEI DE CAZARE A ZONELOR RURALE MOLDOVENEȘTI CU POTENȚIAL TOURISTIC

MARIANA IOVIȚU<sup>1</sup>, OVIDIU BUZOIANU<sup>2</sup>,  
PETRONELA EVELINA BĂLU<sup>3</sup>, AMELIA DIACONU<sup>4</sup>

### Abstract

*Rural tourism has experienced a spectacular evolution in the last decade, both in terms of supply and demand, under the influence of many factors. The Republic of Moldova, rightly considered to be a corner of the river, has a great opportunity to develop rural tourism, being the host of the tourists who come here to spend a few days of peace and relaxation away from the noisy cities. The geographic position of Moldova has a positive connotation in the development of the country, not only on the economic, commercial and political level, but also for the development of transit tourism ensuring the connection between the countries of Central, Nordic and Eastern Europe with the South of the Continent and the Near East This facilitates the sustainable development of domestic tourism.*

**Key words:** accommodation units, rural tourism, tourist development, tourist potential.

**JEL CLASIFICATION:** Z31, Z32.

### 1. INTRODUCERE

Prezentul studiu a fost susținut de numeroase metode și procedee de analiză și evaluare care să permită o vizualizare concretă și corectă asupra evoluției și perspectivelor de dezvoltare turistică rurale a Republicii Moldova. Necesitatea elaborării unei lucrări privind analiza industriei de cazare în zonele rurale moldovenesti cu bogat potențial turistic a derivat din faptul că, pe aceste meleaguri întâlnim numeroase forme native, valori fundamentale ale existenței umane și elemente specifice de atracție turistică care, în contextul unei optime exploatare, ar putea genera un plus în ceea ce privește dezvoltarea așezărilor umane din zonă.

Prin dezvoltarea acestui tip de activitate durabilă în localitățile rurale se urmărește modernizarea sistemului de locuire și a infrastructurii în corelație cu păstrarea specificului arhitectural și valorificarea eficientă a resurselor existente pe teritoriu, asigură o dezvoltare economică echilibrată a teritoriului prin antrenarea disparităților existente între regiuni și valorificarea eficientă a tuturor categoriilor de resurse.

Scopul prezentei lucrări este de a studia și expune potențialul turistic al Republicii Moldova de primire și deservire a turiștilor în spațiile rurale, dar și punerea în discuție a problemelor cu care se confruntă azi turismul rural al țării și obstacolele care stau în calea dezvoltării mai eficiente a turismului Moldovei, cât și studierea posibilităților și metodelor de înființare și dezvoltare a unei afaceri în mediul rural. Apare necesitatea de a analiza și cerceta potențialul turistic din mediul rural deoarece numărul de turiști interni și externi în Republica Moldova este în creștere continuă.

### 2. STRATEGIILE DE DEZVOLTARE A TURISMULUI RURAL ÎN CONTEXTUL UNITĂȚILOR DE CAZARE ȘI PRIMIRE TURISTICĂ CU SPECIFIC RURAL

Potențialul turistic natural alături de baza tehnico-materială și infrastructura generală constituie oferta turistică efectivă a fiecărei țări, care poate fi promovată pe piața turistică sub formă de produse turistice. Turismul moldovenesc deține un mare potențial încă neexplorat, cota acestuia în PIB poate fi ridicată până la 3-5% în următorii ani. Potențialul natural este văzut în calitate de factor determinat în condițiile Republicii Moldova.

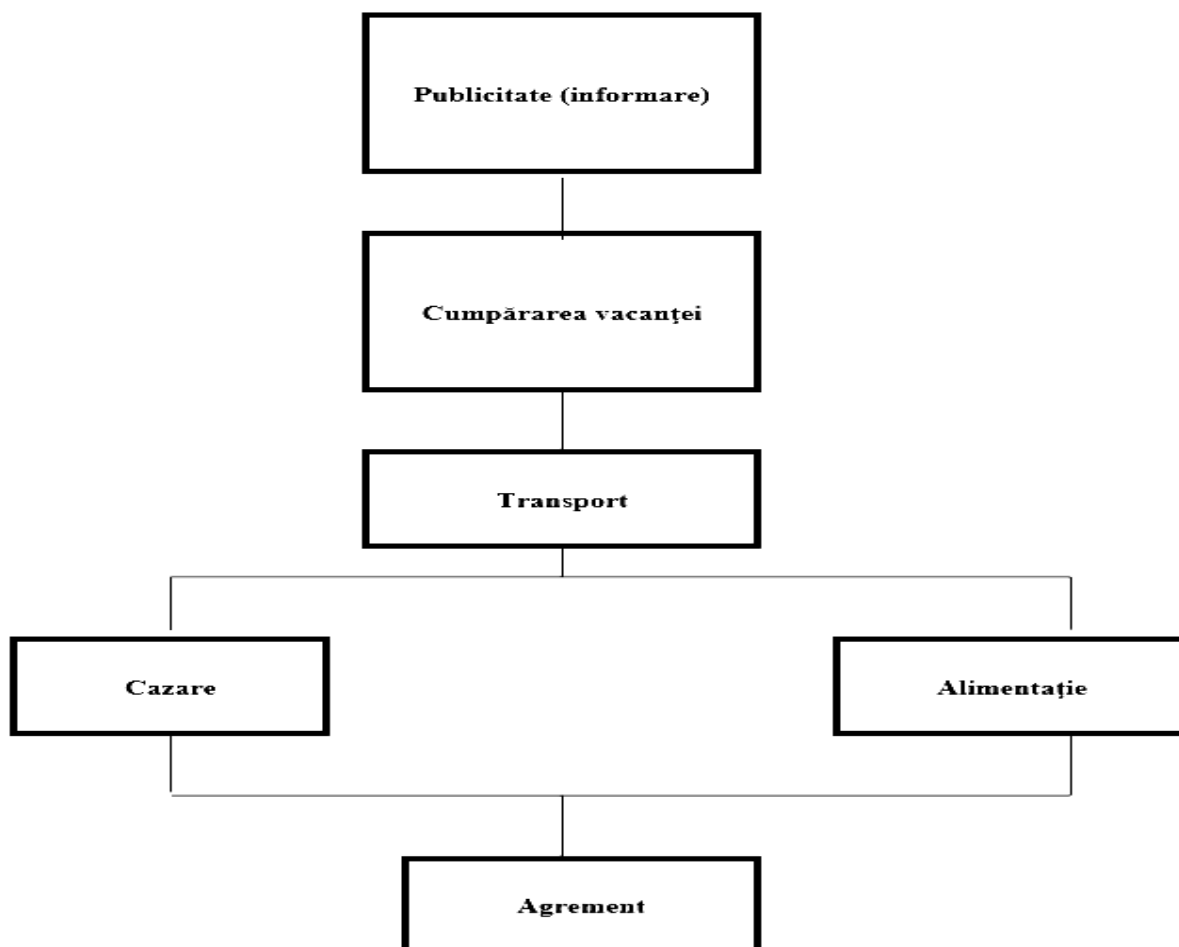
<sup>1</sup> Prof. univ. dr., ASE București, [iovitumariana@yahoo.com](mailto:iovitumariana@yahoo.com)

<sup>2</sup> Drd. ASE București, [eveline.balu@yahoo.com](mailto:eveline.balu@yahoo.com)

<sup>3</sup> Drd. ASE București, [buzoianuovidu@yahoo.com](mailto:buzoianuovidu@yahoo.com)

<sup>4</sup> Lector Univ. Dr, Universitatea Artifex, [diaconu.amelia@gmail.com](mailto:diaconu.amelia@gmail.com)

Factorul natural constituie factorul cheie în procesul de elaborare a modelului turistico-recreativ de utilizare și organizare a activităților turistico-recreative. De asemenea evaluarea condițiile climaterice pentru scopuri turistico-recreative constă în determinarea duratei timpului favorabil pentru agrement.



**Figura 1. Principalele categorii de servicii turistice și ordinea desfășurării lor**  
*Sursa: după Balaure V., (1998)*

Strategia de dezvoltare a agrementului, trebuie să se țină cont, pe de o parte, de motivațiile și aspirațiile turiștilor, iar pe de altă parte, de profilul, structura și specificul zonei rurale. Desfășurarea activității de agrement presupune existența unor echipamente adecvate tipului de agrement, a personalului cu pregătire specială.

Strategia de relansare a turismului rural în Republica Moldova are ca scopuri principale promovarea prin turism a comunităților locale, dezvoltarea economică, ridicarea nivelului de trai prin dezvoltarea sectorului turistic, ce va crea noi locuri de muncă, va putea contribui la îmbunătățirea condițiilor de viață.

Obiectivele strategiei de relansare a turismului au în vedere încheierea unui parteneriat amplu și corelarea tuturor inițiativelor cu privire la prezentul și viitorul turismului rural, cu participarea efectivă a autorităților publice, a societății civile și a sectorului privat în vederea atragerii resurselor și investitorilor autohtoni, publici și privați, pentru diversificarea și creșterea serviciilor turistice și în final, pentru creșterea numărului de turiști precum și a veniturilor directe și indirecte din turism. Direcțiile strategiei de dezvoltare comunitară și a comunităților locale vizează îmbunătățirea infrastructurii și a căilor de acces, conștientizarea în rândul populației a importanței păstrării și promovării tradițiilor locale, importanța investiției în dezvoltarea unor unități și servicii turistice, atragerea unor fonduri în ceea ce privește dezvoltarea pe plan turistic a comunităților gazdă.

### 3. CARACTERISTICA CALITĂȚII SERVICIILOR PRESTATE ÎN CADRUL INDUSTRIEI DE CAZARE DIN MEDIUL RURAL

Aplicarea anchetei pe bază de sondaj oferă importante informații privind particularitățile cererii, ofertei și calității serviciilor turistice rurale a localității Lalova și pensiunii Hanul lui Hangan. Ancheta utilizată pentru realizarea sondajului în această zonă turistică rurală reprezintă o investigație întreprinsă pe o fracțiune reprezentativă a populației statistice, desemnată prin numărul turiștilor, fiind concentrată asupra comportamentului și prezentării preferințelor turistului pentru o mai bună promovare și oferire de servicii mai profesionale

Culegerea și centralizarea datelor privind răspunsurile turiștilor intervievați în ceea ce privește practicarea turismului rural în zona turistică Lalova, au condus la formarea unor distribuții prezentate în anexe. Pe baza respectivelor informații s-au aplicat metode statistice adecvate studierii opiniei turiștilor privind serviciile turistice rurale din zona rurală

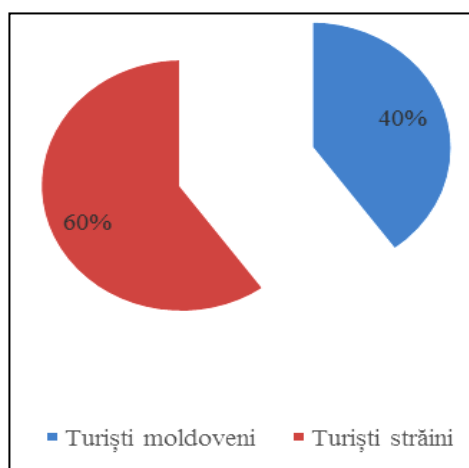
Studierea opiniei turiștilor privind vizitele turistice în Moldova și în zona turistică rurală are ca punct de pornire analiza răspunsurilor acestora privind țara de reședință din care provin.

**Tabel 1. Principalii turiști străini pe țară de reședință**

Tara de proveniență	Procent
Rusia	14%
România	13%
SUA	12%
China	6%
Ungaria	5%
Ucraina	9%
Alte țări	7%

*Sursa: rezultatele studiului*

Informațiile înregistrate ca răspunsuri la prima întrebare a chestionarului, au evidențiat că 40% dintre cei 100 turiști intervievați sunt moldoveni. Ceilalți 60 turiști străini provin din țările vecine și "alte țări" în proporție de 60%, din SUA 12% și restul de 29% din țări ale Uniunii Europene și 19% din spațiul CSI.

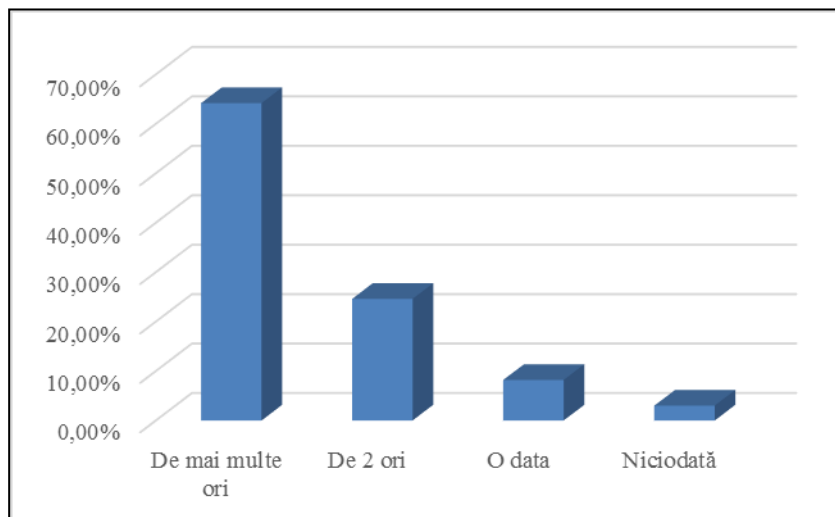


**Figura 2. Structura turiștilor naționali și internaționali**

*Sursa: rezultatele studiului*

În analiza structurii stabilite pentru toți turiștii intervievați, în ceea ce privește efectuarea vizitelor cu scopul practicării turismului rural, se remarcă grupa celor care nu au fost niciodată până acum în vizită pentru practicarea acestui tip de turism, lor revenindu-le 45,81%. Este un procentaj care ne indică importanța în creștere acordată de turiști acestei forme de turism, curiozitatea îndemnându-i s-o practice și sări încerce tentațiile.

Comparativ cu diferența înregistrată în cazul răspunsurilor turiștilor care au efectuat vizite cu scopul practicării turismului rural, oscilația procentuală a răspunsurilor care vizează turiștii veniți din străinătate este de 60%. Asta înseamnă că, deși foarte puțini revin de mai multe ori, totuși situația creată este compensată de dorința multor turiști de a se confrunța cu ineditul ofertei zonei turistice rurale.

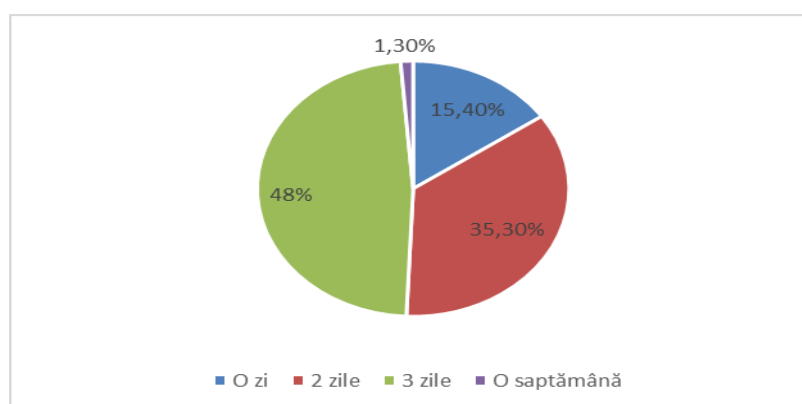


**Figura 3. Structura turiștilor după efectuarea vizitelor în mediul rural moldovenesc**

*Sursa: rezultatele studiului*

În ceea ce privește structura turiștilor după durata medie a unei vizite în zona turistică rurală, stabilită pe fiecare țară de reședință, se menționează că pentru toate țările, cele mai mici procente aparțin grupei de turiști, care au avut ca durată medie a unei vizite mai mult de o săptămână, moldovenilor revenindu-le numai 5,59%. Fiindcă tot au parcurs o distanță foarte mare până în Moldova, iar atracțiile au fost atât de inedite, interesante și plăcute, majoritatea suedezilor au preferat să stea o săptămână în zona turistică rurală.

Totuși, în clasamentul pe țări, aceștia au fost reprezentați de doar 0,97% pentru o durată medie de ședere de trei zile, în timp ce, dintre turiștii care și-au petrecut în medie o singură zi în zonă, moldovenii au reprezentat 77,76%. Explicația maximului procentual înregistrat este, în primul rând, tot de ordin financiar, moldovenii preferând în timpul liber să viziteze mai multe locuri, pentru ca eficiența bugetului alocat turismului în raport cu nivelul culturii și cunoașterii să fie cât mai ridicată. Urmare a datelor culese s-a putut stabili și durata medie a sejurului pe fiecare țară.



**Figura 4. Structura turiștilor după durata medie a vizitelor**

*Sursa: rezultatele studiului*

Distribuția turiștilor după durata medie a sejurului pe țări de reședință. Această distribuție evidențiază că germanii și ungurii își petrec, în medie cele mai mari sejururi (de patru zile).

Majoritatea au preferat sejururile în medie de trei zile, francezilor revenindu-le cea mai mică durată medie, doar de două zile.

#### 4. CONCLUZII

Întocmind lucrarea dată, am ajuns la concluzia că pentru multe țări din lume turismul a devenit una din cele mai importante, profitabile și prospere ramuri ale economiei. Deși este o ramură mai tânără decât cele tradiționale, din punct de vedere al dotării infrastructurale, al modernizării, turismul o ia înaintea celorlalte industrii. Turismul în spațiul rural este o noțiune mai vastă și totodată mai nouă pentru Moldova, care include toate activitățile de turism din mediul rural, inclusiv cazare în mici hoteluri, vile, castele, conace. În schimb turismul rural în parte are o noțiune puțin mai restrânsă, care include un șir de activități și servicii oferite turiștilor de către fermieri, țărani-mici proprietari de pământ, și de alte categorii de locuitori de la sate, în scopul obținerii unor venituri.

Acest turism se bazează pe valorificarea spațiilor rurale: a resurselor naturale, patrimoniului arhitectural, etnocultural, a produselor agricole și cele meșteșugărești de aici cu cazarea oaspeților în pensiuni, sate de vacanțdar și în locuințele țăranilor. Ramura turismului rural din Republica Moldova are perspective bune de dezvoltare. Însă aceste perspective nu pot fi materializate atâta timp cât nu vor fi susținute real cu un buget financiar corespunzător aplicării în practică a planurilor existente de dezvoltare, și în această direcție ar fi foarte oportună susținerea mai competentă a organelor de stat.

Marele avantaj al țării sunt resursele naturale și culturale de o mare diversitate și armonios repartizate în teritoriu, dând posibilitatea practicării unor forme de turism diferite. Însă fără o dezvoltare cantitativă și calitativă optimă a structurilor de primire, de restaurație și de agrement, aceste resurse turistice nu pot fi valorificate, nu se poate realiza o creștere a numărului de turiști, a duratei de ședere, a gradului de ocupare, a profitului în turism.

#### BIBLIOGRAFIE:

1. Balaure V., (1998), *Marketingul în alimentație publică și turism*, București: Editura ASE.
2. Barbu Gh., (2000), *Turismul și calitatea serviciilor*, București, Editura ASE
3. Baron P., (2001), *Statistica pentru comerț și turism*, București: Editura Științifică și Enciclopedică.
4. Berbecaru I., (2008), *Strategia promoțională în turism*, București: Editura. Sport-Turism
5. Cosmescu I., (1998), *Turismul- fenomen complex contemporan*, București: Editura Economică
6. Minciu R., Baron P., Neacșu N., (2003), *Economia turismului*, București: Editura Universității Independente “D. Cantemir”
7. Minciu, R., Zadig, R., (1994), *Economia și tehnica serviciilor de alimentație publică și turism*, București: Editura ASE
8. Miron V., (2006), *Managementul resurselor turistice în mediul rural din Republica Moldova* Chișinău: Editura Știința.
9. Miron V., (2007), *Relațiile comerciale dintre Republica Moldova și țările Uniunii Europene în domeniul turismului*. Chișinău: Editura Bons offices
10. Porter M., (2010), *The Competitive Advantage of Nations*, A Division of MacMillan Inc., New York: The Free Press
11. Snak O., (1994), *Managementul serviciilor in turism* București: Editura Academiei,