

DELIMITĂRI CONCEPTUALE PRIVIND ORGANIZAREA ACTIVITĂȚILOR TURISTICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

CIOBANU Victor, *lector universitar*
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract

CONCEPTUAL DELIMITATIONS ON THE ORGANIZATION OF TOURISM ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Tourism organizations become even more representative and capable of continuous development across many countries. This situation lies in the fact that change itself is one of the laws of life, and the impact of the change process, within the context of its effective management, is one of the key factors ensuring the survival of organizations. Managers all over the world, including those in the Republic of Moldova, are faced with the challenge of adapting their economic units in an attempt to ensure a certain level of competitiveness of their enterprises and to gradually integrate them into the evolutionary process of a global scale.

Key words: *managerial skills, responsibilities, duties, professional training, personal development, tourist heritage, tourist trip.*

JEL: Z38, D00.

Introducere

Organizarea acțiunilor turistice la etapa actuală, considerăm necesară prezentarea teoretică a doi termeni indispensabili tezei noastre, și anume "strategie". Formulând inițial conceptul de **strategie**, menționăm că Dicționarul explicativ al limbii române face referiri la termenul de strategie doar la domeniul militar, iar pentru adjectivul „strategic” reținem ca util pentru contextul managerial, sensul de „potrivit, oportun (într-o împrejurare dată).” Limba româna a preluat toate elementele acestei familii de cuvinte din limba franceză.

Arthur A. Thompson Jr. și A. J. Strickland în lucrarea percepe strategia ca „ansamblul acțiunilor tuturor domeniilor importante cu caracter antreprenorial, competitiv și funcțional care trebuie realizate în urmărirea obiectivelor organizaționale și poziționarea organizației pentru obținerea unui succes susținut”.

Leslie W. Rue și Phyllis G. Holland. citați în lucrarea lui Cotelnic A., definesc strategia ca pe un concept care prevede modul de armonizare în cadrul activității întreprinderii între mediul înconjurător și resursele disponibile care să asigure realizarea cea mai bună a obiectivelor, subliniind pașii fundamentali care trebuie prevăzuți prin plan și asumați de conducere pentru a fi realizați, în scopul punerii în aplicare a unui obiectiv sau a unui set de obiective și modul cum va concura pe diferitele piețe.

Cît despre noțiunea de **regiune**, vom menționa că din punct de vedere analitic, regiunea este analizată drept una dintre cele mai bune forme de organizare a teritoriului, iar regiunile funcționale sînt considerate de o importanță substanțială pentru procesul și obiectivele planificării dezvoltării, în context regional..

Autorul Tunon J., în lucrarea European Regional activation towards Brussels: From the heart to the Ultraperiphery of Europe. Walloon and Canary strategies, delimitează regiunea de caracteristicile comune și de posibilitățile de dezvoltare, această problemă fiind una amplu investigată până în prezent.

Băhnăreanu Constantin edifică aparte termenul de regiune ca acela de implicare a noțiunii de spațiu (fie că este vorba despre un spațiu mai mult sau mai puțin suplu), apoi pe cea de grup uman, de colectivitate umană cu caracteristici specifice și, mai ales, cu o anumită unitate sau identitate.

La momentul actual, con form alin 1 art 2 al Legii privind dezvoltarea regională în Republica Moldova, obiectivele principale ale susținerii dezvoltării regionale sînt: obținerea unei dezvoltări social-

economice echilibrate și durabile pe întreg teritoriul Republicii Moldova; reducerea dezechilibrelor nivelurilor de dezvoltare social-economică dintre regiuni și din interiorul lor; consolidarea oportunităților financiare, instituționale și umane pentru dezvoltarea social-economică a regiunilor; susținerea activității autorităților administrației publice locale și a colectivităților locale orientate spre dezvoltarea social-economică a localităților și coordonarea interacțiunii lor cu strategiile și programele naționale, de sector și regionale de dezvoltare.

La fel, regiunea este abordată la momentul actual și din punct de vedere turistic. După cum este menționat în literatura de specialitate regiunea turiastică reprezintă un loc final sau o anumită destinație turistică, unde turiștii petrec cea mai mare parte a timpului lor liber. Totodată autorii din CSI limitează aria unei regiuni turistice la nivelul unei zone extinse cu funcționalitate turistică în jurul unor orașe mari sau grup de localități cu potențial sporit.

În actele legislative naționale ale Republicii Moldova, nu este prezentă noțiunea de regiune turistică, dar în Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova nr. 352-XVI din 24.11.2006, ea apare sub denumirea de *zonă turistică națională* care reprezintă o parte a teritoriului Republicii Moldova, cu frontiere delimitate distinct, în interiorul căreia sînt amplasate unul sau mai multe obiective turistice; este creată în scopul protejării și valorificării eficiente a resurselor turistice și al dezvoltării infrastructurii turistice.

Rezultate și discuții

În contextul de mai sus, zona turistică este concepută de Stănculescu G., Lupu N., Țigu G. drept o împărțire a unui teritoriu vast în zone relativ omogene din punct de vedere al activității de turism sau al potențialului turistic. Deci, consideră autorii, zona turistică este un teritoriu de mare întindere, de o complexitate geomorfologică, care include mai multe obiective, localități sau complexe turistice și care poate prezenta o caracteristică aparte, fiind astfel posibilă delimitarea de alte zone sau subzone. Fiecare subzonă poate fi privită ca zonă, reieșind din teoria sistemelor. De regulă, acestea au un diametru de 30-50 km, iar pe acest teritoriu se amplasează una sau mai multe stațiuni turistice. Stațiunile sunt localități cu potențial turistic deosebit și dotate cu diverse echipamente pentru primirea turiștilor. Acestea sunt de nivel național și local, iar în unele țări sunt atestate de autoritățile naționale de turism în funcție de satisfacerea unor criterii minime stabilite referitoare la cadrul natural, calitatea mediului, accesul în stațiune, dotări și servicii.

În continuare, vom menționa că regiunea este definită drept cea mai mare unitate turistică teritorială și este delimitată prin elementele caracteristice, omogenitatea relativă și elastică a teritoriului, suficiente pentru a impune forma principală sau dominantă de turism. Unități teritoriale subordonate ei sunt subzonele turistice, centrele turistice, localitățile turistice și punctele turistice. O dezvoltare complexă a zonelor turistice, cu efecte economice și sociale optime, este posibilă în viziunea noastră numai printr-o abordare sistemică. Această abordare a dezvoltării turismului are avantajul de a fi realistă, deoarece leagă factorii cererii ca determinanți pentru factorii ofertei, stabilește nivelul creșterii absorbției turistice și pragul maxim de dezvoltare a ofertei, reprezintă concis fiecare interacțiune dintre componentele sistemului.

La fel menționăm că pentru ca o regiune turistică să fie atractivă, și în final vizitată de un număr mare de turiști, ea trebuie să fie dezvoltată prin intermediul unor anumite strategii. În acest context managementului strategic al turismului regional este deosebit de important deoarece este chemat să formeze o cerere specifică pentru atracțiile de interes turistic singulare sau grupate în localități, stațiuni sau zone turistice.

Astfel, managementul strategic al unei regiuni turistice trebuie să se efectueze într-un mod care ar permite să fie satisfăcute necesitățile economice, sociale și estetice, menținându-se integritatea culturală, procesele ecologice esențiale, diversitatea biologică și sistemele de suport ale vieții.

În cadrul strategiilor naționale și locale de dezvoltare turistică regională se ține cont de mai mulți factori:

- obiectivele politice și economice pe termen scurt, mediu și lung,
- realizările din activitatea turistică în ce privește structurile de primire, circulația turistică și rezultatele economico-sociale.
- resursele turistice și gradul lor de valorificare,
- resursele materiale, umane și financiare aferente turismului,

Obiectivele generale de sistematizare a teritoriului rezidă din necesitățile vitale ale unei țări – valorificarea optimă a resurselor naturale, economice și umane; organizarea spațiului; organizarea rețelei de așezări; creșterea nivelului de trai al populației; dirijarea investițiilor; echiparea cu infrastructură a teritoriului, etc.

După cum ne menționează autorul Miron Viorel, obiectivele principale ale strategiilor de dezvoltare turistică regională sunt [11]:

- valorificarea superioară a potențialului turistic,
- diminuarea sezonității prin echiparea teritoriului cu dotări exploatabile pe parcursul întregului an,
- atragerea a unui număr sporit de turiști interni și străini,
- lărgirea ariei geografice de proveniență a turiștilor,
- sporirea eficienței economice și sociale a activității de turism,
- dezvoltarea tuturor formelor de turism în teritoriul amenajat,
- păstrarea și conservarea mediului înconjurător și a obiectivelor turistice.

Astfel, organizarea regiunilor turistice și a subunităților spațiale se face într-o viziune sistemică, în care elementele componente ale sistemului turistic se integrează ansamblului rețelei de localități. Cooperarea dintre componentele sistemului turistic și celelalte localități se permanentizează prin construirea în comun a unor obiective economice, social-culturale, lucrări tehnico-edilitare ș.a., în scopul asigurării unei eficiențe economice și sociale ridicate a investițiilor. În accepțiunea lui Florea Serafim, la fel ca și asigurarea unor proporții juste, corespunzătoare resurselor turistice, în dezvoltarea amenajărilor turistice, astfel încât acestea să nu producă o degradare, ca urmare a unor dezvoltări excesive a suprafețelor ocupate de construcții, a teritoriilor cu resurse turistice variate și cu un mediu natural valoros.

În practica internațională de dezvoltare turistică a unei anumite regiuni s-au evidențiat următoarele principii: (i) integrarea armonioasă a condițiilor naturale cu elementele arhitecturii locale cu suprafețele construite în zona turistică; (ii) zona turistică reprezintă un sistem multifuncțional și transformabil, care să permită dezvoltări continue și adaptări la cerințele pieței turistice; (iii) realizarea serviciilor turistice de bază (cazare, alimentare, transport) și a celor suplimentare care pun accentul pe elementul recreativ; (iv) asigurarea rentabilității economice și sociale directe și substanțiale a spațiilor amenajate pentru turism ca soluție de dezvoltare în profil teritorial. Totodată, strategiile de dezvoltare turistică regională se diferențiază în:

a) strategia de flexibilitate cu accent pe amenajări polifuncționale pentru creșterea și dezvoltarea ofertei turistice;

b) strategia de diferențiere cu accent pe originalitatea în construcțiile turistice și în produsele și serviciile oferite;

c) strategia de diversificare cu accent pe amplificarea dotărilor și echipamentelor legate de serviciile suplimentare (agrement divers, rețea comercială modernă, circuite atractive, etc.).

De regulă, în țările europene, regiunile turistice sunt desemnate și create la inițiativa autorităților publice locale sau persoanelor fizice și juridice din teritoriu, susținute de autoritățile naționale în domeniul turismului. Intenția este documentată printr-un studiu de fundamentare a oportunității, proiectul zonei și efectele economice, sociale și de mediu ale activității în cadrul zonei turistice. Unul

din criteriile esențiale pentru constituire este ponderea antreprenoriatului turistic, care trebuie să fie o activitate economică de bază sau importantă în teritoriu. După procedurile de avizare (autoritățile naționale de turism, urbanism, mediu) și confirmare (în dependență de caz: decizia Consiliului local, hotărâre de Guvern sau decizia Parlamentului) zona turistică se constituie și devine prioritate în strategii și planuri de dezvoltare economică, iar antreprenorii din industria turistică sunt încurajați pentru dezvoltarea afacerilor în perimetrul zonei.

Astfel, regionalizarea sau raionarea turistică este concepută și realizată ca un instrument fundamental al dezvoltării turistice. Aceasta presupune o dirijare a fluxului turistic, realizarea unei scheme-rețea de variate mijloace de comunicare în jurul unor zone de amplasamente de cazare, care se suprapun cât mai perfect peste potențialul recreativ al unei regiuni. Rețeaua de zone turistice se amplasează astfel, încât centrele de emisie turistică și principalele căi de acces să stimuleze fluxuri turistice permanente și să le dirijeze conștient.

În practica universală există o varietate de strategii și modele generale sau particularizate de dezvoltare turistică. Acestea sunt cauzate de cadrul natural existent (peisaj, forme de relief, climă, vegetație) și de spațiul geografic (rural, periurban, de litoral, montan). Structura unei zone turistice rezidă din suprafața posibilă pentru amenajare și de normele convenționale recomandabile pentru anumite specializări. Se disting două modele de dezvoltare turistică și o gamă variată de soluții intermediare:

a) modelul dotărilor izolate cu construcții exclusiv turistice,

b) modelul urbanizării sau microunurbanizării, când dotările turistice sunt amplasate în imediata apropiere a unui centru locuit.

Studiul de fundamentare a dezvoltării unei regiuni turistice în mod obligatoriu conține o analiză diagnostică a următorilor factori [12]:

- așezarea geografică, accesibilitate, căi de acces, mijloace de transport, legături cu alte localități și regiuni;
- condiții de relief, întinderi de apă, monumente ale naturii, arii naturale;
- condiții climaterice, principalii indicatori meteorologici, sezonabilitate, frecvența zilelor însorite;
- atracția peisajului natural;
- valoarea terapeutică a unor elemente naturale (ape și nămoluri minerale, bioclimat specific);
- patrimoniul istoric și cultural, monumente de artă și arhitectură, etnografie și folclor etc;
- condiții demografice (număr, structura și dinamica populației, forța de muncă, migrații etc.);
- condiții social-economice și impactul lor asupra activității de turism;
- condiții politice și conjuncturale;
- calitatea și protecția mediului.

Mai mulți specialiști în turism delimitează următoarele etape de crearea a regiunilor turistice: (i) inventarierea patrimoniului turistic existent; (ii) analiza și stabilirea formei de turism dominante ce conferă o specializare a zonei; (iii) ierarhizarea zonelor turistice în funcție de importanța elementelor (locală, națională, internațională); (iv) delimitarea și instituționalizarea zonelor turistice. Datorită costurilor ridicate ale infrastructurii și al echipamentului turistic, principala condiție de dezvoltare a zonelor turistice rezidă în *atragerea de investiții* mari, care să angajeze capitalul pe termen lung și cu o amortizare foarte lentă. Astfel industria turistică este asemănătoare cu industria grea. Totodată sectorul turistic este unul ce utilizează multă forță de muncă care nu se poate adapta rapid la fluctuațiile cererii.

Datorită priorității turismului față de alte sectoare ale economiilor țărilor primitoare, susținerea dezvoltării din partea guvernelor poate fi diversă: de la promovarea activă a imaginii unor destinații turistice până la scutiri considerabile de impozite pentru operațiunile de turism. În majoritatea țărilor cu

o industrie turistică dezvoltată, chiar dacă aparține în totalitate de sectorul privat, statul susține atragerea și dezvoltarea investițiilor în turism prin: credite, garanții la credite, subvenții, reduceri de dobânzi, avantaje fiscale, etc.

Aceste implicații ale statului nu schimbă cu nimic modalitățile de finanțare a investițiilor în industria turismului, ci doar repartizarea acestora. De regulă, în parteneriatul public-privat de susținere a investițiilor pentru unele regiuni de interes turistic statului îi revin proiectele de finanțare a infrastructurii generale, iar inițiativei private – proiectelor generatoare de încasări suficient de mari și atragerea unui număr însemnat de forță de muncă. Totodată investițiile în domeniul turistic sunt supuse anumitor riscuri suplimentare decât în alte ramuri [4]:

- fluxurile de turiști pot fi ușor deturnate de la o anumită destinație din motive politice, economice, sociale, medicale, etc,
- de regulă sunt orientate în zone dezavantajate economic,
- necesită cheltuieli mari în infrastructura generală,
- sunt afectate puternic de fenomenul sezonality, etc.

De exemplu, ca un moment de sinteză, vom aminti că în temeiul Legii nr.438-XVI din 28 decembrie 2006 privind dezvoltarea regională în Republica Moldova, cu modificările ulterioare, precum și în scopul promovării eficiente a politicii statului în domeniul dezvoltării regionale, Guvernul RM a Hotărât aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare regională. Aici vom menționa că elaborarea prezentei Strategii a derivat din imperativul planificării strategice a procesului de realizare a acțiunilor coordonate, necesare pentru dezvoltarea țării. Totodată, la întocmirea Strategiei s-a ținut cont de cadrul legal și strategic existent, de realizările și lacunele politicilor strategice implementate anterior. Astfel, obiectivele, măsurile și acțiunile Strategiei au fost stabilite în contextul aplicării prevederilor Legii nr.438-XVI din 28 decembrie 2006 privind dezvoltarea regională în Republica Moldova.

În temeiul acestor acte, și Legii nr.352-XVI din 24 noiembrie 2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova, Guvernul a adoptat Hotărârea cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a turismului “Turism 2020” și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia în anii 2014 – 2016. Ea impune în particular următoarele strategii de dezvoltare turistică regională, și anume [8]:

- Implementarea strategiilor și programelor de dezvoltare a turismului în diferite raioane
- Poziționare strategică benefică a țării și resurselor ei turistice
- inventarierea și evidența patrimoniului turistic care se va realiza prin completarea Registrului turismului în conformitate cu structura acestuia și actele oficiale de înregistrare a patrimoniului turistic;
- evaluarea potențialului turistic al unităților administrativ-teritoriale în conformitate cu conținutul Registrului turismului și efectuarea zonării turistice a țării în conformitate cu normele metodologice aprobate;
- includerea în Planul de Amenajare a Teritoriului Național a zonelor turistice evidențiate.

Concluzie

Strategia dezvoltării turistice regionale, în special pentru regiunile ce cuprind în arealul lor obiective turistice de mare valoare, trebuie să aibă în vedere faptul că mărirea fluxului de turiști, interni sau externi, influențează pozitiv economia regională: direct, prin totalul încasărilor provenite din consumul turistic (casă, masă, taxe, cumpărături); indirect, prin contactul și influențele culturale bilaterale locale, cunoașterea valorilor economice locale și a eventualelor oportunități de afaceri, ocuparea de forță de muncă în servicii, crearea de imagine favorabilă, îmbunătățirea infrastructurii implicate etc.

Bibliografie:

1. Томпсон А., Стрикленд А., ”Стратегический менеджмент”, из. ЮНИТИ, Москва, 1998, p. 64
2. Cotelnic A. ,”Managementul elaborării, implementării și adaptării strategiei de ansamblu a firmei”, Teza de dr. hab. în șt. ec., Chișinău, 2001
3. Tunon J., European Regional activation towards Brussels: From the heart to the Ultraperiphery of Europe. Walloon and Canary strategies. În: Fédéralisme – Régionalisme. Liege: Université de Liège, 2008, vol. 8:2 Études régionales et fédérales: nouvelles perspectives. p. 1-16
4. Băhnăreanu C., Procesul de regionalizare a României și securitatea națională. București: Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, 2012, p. 23
5. LEGEA Privind dezvoltarea regională în Republica Moldova nr. 438-XVI din 28.12.2006. În: Monitorul Oficial nr.21-24/68 din 16.02.2007. <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&id=320885>
6. Stănculescu G., Tehnica operațiunilor de turism. București: Educational, 1998, p. 12
7. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма: Учебник/ Н. И. Кабушкин. - Минск: ООО “Новое знание”, 2002, p. 12
8. LEGEA cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova nr. 352-XVI din 24.11.2006. Monitorul Oficial nr.14-17/40 din 02.02.2007. http://lex.justice.md/document_rom.php?id=0B88BC64:70678DCD
9. Erdeli, Gabriela. Amenajări turistice/ Gabriela Erdeli, Ion Istrate. București: Ed.Universității, 1996, p. 161
10. Glăvan V. Geografia turismului. București: Editura Fundației „România de Mâine”, 2005, p. 6
11. Miron V. Afaceri în turism rural. Amenajarea și tehnologia servirii oaspeților în pensiunea turistică. Chișinău: Tipografia centrală, 2005, p. 16
12. Florea S. Patrimoniul turistic al Republicii Moldova. Chișinău: Î.S.F.E.- P. „Tipografia centrală”, 2005, p. 152
13. Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности. Учебное пособие. М.: Нолидж, 1996, p. 33
14. Miron V. Turismul în ariile naturale din Republica Moldova (ghidul investitorului local)./Chișinău: Editura “Continental Grup”, 2005, p. 74
15. LEGEA privind dezvoltarea regională în Republica Moldova nr. 438-XVI din 28.12.2006. Monitorul Oficial nr.21-24/68 din 16.02.2007. <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&id=320885>
16. HOTĂRÎRE cu privire la aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare regională nr. 158 din 04.03.2010. Monitorul Oficial nr.34/212 din 09.03.2010. <http://lex.justice.md/md/333914/>

Corresponding author:

CIOBANU Victor

ID ORCID: 0000-0002-3055-6697, email: victor.ciobanu@usm.md