

Sistemul managementului strategic de dezvoltare a complexului turistic regional al Republicii Moldova

The strategic management system for development of the regional tourist complex of the Republic of Moldova

CZU 338.48:005.21(478)

Irina CROTENCO,
doctorand , Academia de Studii Economice a Moldovei

SUMMARY

Actuality of the topic is caused by the fact that in modern conditions tourism is one of the most perspective areas of the world economy, which determines the need for implementation in it of the modern strategic management mechanisms. The purpose of this article is to study strategic management system of development of the regional tourist complex of Moldova. The methodological basis of the research is the systematic, structural and comparative analysis. In the article is presented a retrospective analysis of the formation of strategic management of regional touristic complex of the Republic of Moldova. It has been analyzed the Tourism Development Strategy in Moldova "Tourism 2020", and the government's measures for its implementation. It has been formulated conclusions on the improvement of the strategic management system of a country's tourist complex.

Keywords: *strategic management of the region, tourism development strategy, regional tourist complex, tourism in Moldova.*

REZUMAT

Actualitatea subiectului rezidă în condi iile actuale, c nd turismul este unul dintre cele mai promi t toare domenii ale economiei mondiale, ceea ce determină necesitatea aplicării mecanismelor moderne ale managementului strategic. Scopul acestui articol este de a studia sistemul managementului strategic de dezvoltare a complexului turistic regional al Moldovei. Baza metodologică a cercetării este analiza sistematică, structurală  i comparativă.  n prezentul articol este prezentată o analiză retrospectivă a formării managementului strategic al complexului turistic regional al Republicii Moldova. A fost analizată strategia dezvoltării turismului în Moldova „Turism 2020”, precum  i măsurile luate de Guvern în vederea implementării acesteia. Sunt formulate concluziile privind îmbunătățirea sistemului de management strategic al unui complex turistic al   rii.

Cuvinte-cheie: *managementul strategic al regiunii, strategia dezvoltării turismului, complexul turistic regional, turism în Moldova.*

Introducere.  n condi iile de dezvoltare modernă a economiei mondiale cresc rolul  i importan a utilizării mecanismelor strategice de ac ionare a sistemelor eco-

nomice ale ierarhiei economice la diferite niveluri și, în particular, la nivelul complexului regional (național). Sporește actualitatea creării și dezvoltării sistemului strategic de gestionare în ramurile prioritare ale economiei naționale. În prezent, unul dintre cele mai importante și în dezvoltare continuă domenii ale economiei mondiale este turismul. Turismul ocupă locul al treilea în exportul mondial, după exportul de combustibili și chimicale, depășind astfel de categorii, cum ar fi produsele alimentare și produsele auto. [4] Aceasta impune pe pozițiile de lider în reglarea economiei naționale problema aplicării sistemice a mecanismelor moderne de dirijare strategică.

În Republica Moldova domeniul turismului este declarat prioritar la nivel legislativ, iar sistemul național de dirijare strategică privind dezvoltarea complexului turistic regional se află în proces de transformare. Totuși numărul de sosiri turistice internaționale în Moldova în anul 2015 a constituit 15% față de anul 1993 și 82% față de anul 2000.

Cercetarea problemei. Constituirea sistemului de dirijare a domeniului turistic din Moldova s-a dezvoltat pe etape. La început, managementul turismului funcționa conform schemei deja existente în URSS (Societate pe Acțiuni de Comerț Exterior „Inturist”, Biroul Internațional de Educație „Sputnik” ș. a.). Însă apăreau și structuri noi: Departamentul de Stat pentru Turism (1990-1992), Ministerul Tineretului, Sportului și Turismului (1992-1994). La mijlocul anilor 1990 ramura era în stagnare, iar indicatorii turistici scădeau. Schimbarea a demarat doar în anul 2000, când a fost adoptată Legea „Cu privire la turism”. A fost creată Agenția Națională de Turism (2000), Asociația Națională a Agențiilor de Turism (ianuarie 2002). Căutarea noilor forme de management al turismului a condus în anul 2005 la decizia de creare

a Ministerului Culturii și Turismului, organizat prin comasarea Ministerului Culturii cu Departamentul privind dezvoltarea turismului, existent la acel moment.

În anul 2009 subdiviziunile organizatoare ocupate cu problemele de conducere a ramurii aflate în componența Ministerului Culturii și Turismului au fost reorganizate în Agenția Turismului a Republicii Moldova, care este o structură viabilă și în prezent. Agenția Turismului include următoarele subdiviziuni: secția politică, de dezvoltare a turismului și marketing; de gestionare a relațiilor internaționale și a integrării europene; serviciul analiză, monitorizare și evaluare politică; serviciul informare și comunicații cu mass-media; serviciul de implementare a tehnologiilor informaționale e-Transformare etc. [2]

Totodată, un șir de activități economice, care fac parte, conform legislației, din sistemul industriei turistice din Moldova, se află în afara domeniului Agenției Turismului, ceea ce nu permite desfășurarea unor acțiuni complexe. Aceasta se referă la domeniul transportului (Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor), acțiunilor culturale (Ministerul Culturii), activităților balneosanitare (Ministerul Sănătății), domeniul alimentație, sport etc.

În același timp, s-a produs o restructurare de ordin intern în ramura turismului țării și în gestiunea acesteia. În sistemul de gestionare s-au constituit mecanisme de perfecționare și de dezvoltare a potențialului turistic în temeiul aplicării elementelor de abordare strategică. A fost aprobată Concepția privind dezvoltarea turismului în Republica Moldova până în anul 2005 (din 8 octombrie 1997), Legea cu privire la turism (2000), Strategia de dezvoltare stabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003-2015. Cu toate că au fost depuse eforturi mari, în domeniul respectiv nu s-a produs o îmbunătățire considerabilă a situației. Astfel, în anul 2003, numărul tu-

ri tilor străini sosi i în Moldova a constituit 22,6 % în raport cu anul 1993.

 n noiembrie 2006 Parlamentul ării a adoptat o nouă lege nr. 352-XVI „Cu privire la organizarea  i desf  urarea activit  ii turistice în Republica Moldova”.  n legea men ionat  turismul este declarat unul dintre domeniile prioritare ale economiei naționale, fiind implementată no iunea de „industria turismului” ca ansamblu de activități economice  i comerciale destinate producerii de servicii turistice, corespunzătoare standardelor de clasificare, realizate prin structurile de cazare  i alimenta ie, de agrement  i de tratament balnear, de prestare a serviciilor de transport, de organizare a congreselor  i conferin elor, cu destina ie sportivă, prin birouri de informare turistică, prin operatori  i agen ii de turism. [7]

Cele mai importante evenimente privind reglarea normativă a turismului în Moldova au devenit Programul național în domeniul turismului cu genericul „Drumul vinului în Moldova”, Programul național „Satul Moldovenesc” etc. Au fost adoptate hot r ri de guvern în domeniul hotelier, alimenta iei publice, dezvoltării  i  mbun t  irii re elei drumurilor etc.  n prezent, documentul strategic principal pentru economia ării este Strategia na ional  de dezvoltare „Moldova -2020”, adoptată în anul 2012.

 n aprilie 2014, Guvernul Republicii Moldova a aprobat o nouă Strategie a dezvoltării turismului p n  în anul 2020. Misiunea acestei strategii constă în stimularea activit  ii turistice în Republica Moldova prin dezvoltarea turismului intern  i extern. Această strategie reprezintă o nouă direc ie în dezvoltarea ramurii turistice din Moldova, care se va implementa în 3 etape. Prima etapă s-a încheiat în anul 2016, a doua va cuprinde intervalul anilor 2017-2018, iar cea de a treia – anii 2019-2020.  n scopul realizării acestei strate-

giei au fost alocate 167 milioane de lei, iar venitul planificat trebuie să dep  easc  cheltuielile de 6,5 ori. Pe l ng  cele men ionate, se preconizează o cre tere anuală a numărului de turi ti străini cu 3%  i a turismului extern cu 4%. [3] în document sunt prevăzute cinci obiective principale pentru următorii  ase ani:

a) perfec ionarea bazei legislative în domeniul turismului, în corespundere cu prevederile pie ei turismului  i conform standardelor europene;

b) valorificarea poten ialului turistic la nivel național  i promovarea imaginii Republicii Moldova ca direc ie turistică;

c) dezvoltarea turismului regional al ării;

d) cre terea nivelului de pregătire profesională a cadrelor specializate în domeniu  i îmbunătățirea calit  ii serviciilor turistice;

e) modernizarea industriei turismului, gra ie aplicării tehnologiilor informaționale moderne.

Conform strategiei men ionate, în Moldova, p n  în anul 2020, trebuie să fie certificate 40 de rute turistice  i elaborate patru noi trasee naționale cu ie ire la traseele turistice europene. Se planifică repararea a 20 de obiective turistice, amenajarea a cinci zone de odihnă, construirea a două complexe sportive  i a 50 de popasuri pentru turi ti. Se preconizează a fi filmate patru clipuri publicitare, inclusiv un clip pentru mass-media, Discovery  i Euronews  i un clip video, care ar permite prezentarea poten ialului ării la diferite acțiuni turistice, crearea unui stand despre Moldova care ar reprezenta  ara la expozi iile internaționale, editarea a zeci de ghiduri turistice etc.

Printre perspectivele privind implementarea strategiei au fost specificate următoarele:

- introducerea modificărilor în Legea „Cu privire la organizarea  i desf  urarea activit  ii turistice” din 2006, cu elaborarea

ulterioară a noii legi;

- elaborarea și implementarea standardelor privind calitatea serviciilor turistice;

- punerea bazelor unor relații de parteneriat între puterea publică locală, instituțiile de învățământ și agenții economici din domeniu în legătură cu organizarea programelor de studii și organizarea practicii pentru studenți;

- includerea traseelor turistice naționale „Drumul vinului”, „Drumul mănăstirilor” etc. în traseele internaționale și promovarea lor la nivel regional și internațional;

- invitarea specialiștilor-IT în domeniul turismului din alte țări pentru instruirea și implementarea noilor tehnologii în acordarea de servicii turistice;

- mărirea numărului de zboruri low-cost pe direcțiile principale, ce prezintă interes pentru Republica Moldova;

- promovarea potențialului turistic al țării prin intermediul platformelor online, de tipul Danube.travel, obiectivul principal fiind promovarea zonei Dunării ca pe un brand și o direcție turistică nouă pe piața europeană și internațională etc.

La moment, a fost implementat un șir de regulamente ce țin de strategia „Turism 2020”. Astfel, la 20 noiembrie 2014, a fost lansat oficial un brand național în sectorul turistic al Moldovei. În cadrul realizării regulamentelor Strategiei „Turism 2020”, Agenția Turismului a Republicii Moldova, în parteneriat cu asociații din ramură și cu concursul experților locali și internaționali, a elaborat un program de promovare a produselor turistice cu genericul „Brandul Național al Industriei Turismului”. Obiectivul programului a fost anunțat ca fiind sporirea numărului de turiști, care vor vizita Moldova. Programul conține un șir de inițiative strategice pentru sectorul turistic, inclusiv: analiza piețelor cu destinație specială și a produselor turistice competitive; poziționarea propunerilor turistice naționale; planul anual de marketing;

stilul vizual unic. [5]

Realizarea acestui program va permite Moldovei să concureze pe direcția de turism autentic, propunând impresii culturale remarcabile chiar în centrul Europei, fiind un exemplu de păstrare a valorilor culturale și a promovării acestora prin metode moderne de marketing. Realizarea programului „Brandul Național al Industriei Turismului” este îndreptat nu numai spre sporirea fluxului de turiști străini, dar și spre intensificarea turismului intern în general. Programul are menirea să contribuie la îmbunătățirea imaginii țării pentru atragerea investițiilor în ramură.

Anterior, Moldova avea deja un logotip. Acesta se poziționa pe Strategia de dezvoltare durabilă a turismului pentru anii 2003-2015. Noul brand turistic al Republicii Moldova a fost selectat ca un simbol colectiv al culturii naționale – Copacul vieții. Însotit de sloganul „Descoperă drumurile vieții” (Discover the routes of life), acesta prezintă particularitățile Moldovei ca direcționare turistică: ospitalitate, naturalețe, veridicitate și tradiții moldovenești. Acest slogan este promovat și peste hotare, ca și în majoritatea țărilor lumii este formulat în limba engleză și reprezintă o frază scurtă, laconică.

Concomitent cu lansarea internațională a brandului turistic, a fost prezentat și un videoclip, care îndeamnă turiștii să viziteze Moldova – locația cea mai puțin cunoscută dintre toate direcțiile turistice din Europa. [1]

În cadrul campaniei de popularizare a direcției turistice moldovenești în aprilie 2015 a fost întocmită o aplicație mobilă Moldova Holiday. [6] Aceasta permite de a cunoaște mai bine locurile turistice unice din Moldova, amplasarea lor pe hartă și prezentarea informației pentru vizitatori (descreri, poze, program, prețuri, trasee, date de contact etc.). În aplicație sunt prezentate obiective turistice renumite, pre-

cum vin riile (Chateau Vartely, Cricova, Mi-le tii Mici), m n stirile în st nc  (Saharna,   pova), muzeele, monumentele, cona-cele etc. Turistul care planifică să viziteze Moldova poate accesa gratuit aplica ia Moldova Holiday de pe orice dispozitiv mobil  i  i poate organiza călătoria.

 n august 2015, în scopul de a asigura eviden a și accesul utilizatorilor la informa ia din domeniul turismului  i la locurile turistice remarcabile din Moldova, a fost aprobată concep ia sistemului informa ional automatizat „Registrul turismului”. Sistemul a fost elaborat în contextul modernizării tehnologice a industriei turismului în conformitate cu Planul de ac iune privind implementarea Strategiei de dezvoltare a turismului „Turism 2020”. Dezvoltarea acestui sistem este asigurată de Agenția de turism din mijloace bugetare, acordate de investitorii străini. Lansarea „Registrului turismului” ar permite utilizatorilor să ob in  informa ii cu privire la direc iile turistice din Moldova, ceea ce ar contribui la popularizarea unor locuri mai pu in cunoscute  i la avansarea turismului moldovenesc în general. Agen ii economice ar putea utiliza „Registrul turismului” pentru a- i promova propunerile cu informa iile de rigoare. Acest sistem trebuie să devină un instrument de atragere a investițiilor, de creare a infrastructurii turistice  i de dezvoltare a direc iilor turistice. Administra ia publică poate publica aici informa ii cu privire la activități culturale  i sportive desf  urate în  ar , aflate sub patronatul acestora. [8]

Concluzii. Pe durata a 25 de ani de independen   sistemul de gestionare strategică privind dezvoltarea complexului turistic regional din Moldova a suportat modificări, transformări structurale  i reformări.  n locul documenta iei vechi utilizate în activitatea ramurii, au fost adoptate unele noi: legi modernizate reformate, strategii, programe. Totu i, cu toate măsurile întreprinse, nu s-a reu it formarea unui sistem viabil complex de dirijare strategică

privind dezvoltarea complexului regional turistic al   rii.

Lipse te concep ia privind dezvoltarea turismului în Moldova, iar legea în vigoare „Cu privire la organizarea  i desf  urarea activit  ii turistice”  i strategia „Turism 2020” nu corespund în totalitate recoman-dărilor europene  i internaționale. Strategie privind dezvoltarea turismului „Turism 2020”, aprobată în mai 2014, este dep   it  în compara ie cu prevederile proiectului ONU „Turism: perspectiva 2030”, aprobată încă în anul 2011. Recomandările organiza iilor internaționale se îndeplinesc selectiv (de exemplu, ONU , UNWTO). Programele  i planurile de dezvoltare a turismului  i a domeniilor corespunzătoare nu sunt coordonate suficient la nivel național (puterea executivă  i legislativă), departamental (ministere  i departamente)  i la nivel teritorial (municipii, raioane, localit  i).

Este necesară elaborarea concep iilor contemporane, o nouă redac ie a legii cu privire la turism  i a strategiei de dezvoltare a domeniului din perspectiva de viitor p n  în anul 2030, fiind armonizate cu documentele normative internaționale  i europene; documentele normative de ramură privind dezvoltarea turismului și infrastructurii (turism religios, social, or  enesc  i rural, hoteluri  i restaurante etc.).

Este necesar ca Moldova să implementeze în totalitate prevederile regulamentelor Cartei turismului UNWTO, prevederile metodologice privind Contul satelit în turism ONU, Recomandările internaționale cu privire la statistica turismului ONU, recomandările UNWTO privind clasificarea structurilor de cazare a turi tilor etc. Este oportun de a utiliza pe larg metodele moderne de management strategic internațional  i de marketing internațional (analiza SWOT, Marketing Mix etc.).

Constituirea  i implementarea sistemului complex de dirijare strategică a dezvoltării regionale a turismului va permite îmbunătățirea calit  ii serviciilor turistice

acordate, lărgirea posibilităților de recuperare a brandului turistic moldovenesc, dezvoltarea indicatorilor turismului intern și sporirea venitului din turism, prin urmare, îmbunătățirea, în general, a indicatorilor economici. Sistemul privind diri-

jarea strategică trebuie să corespundă rigorilor internaționale moderne și să fie, la necesitate, corectat. Acest sistem trebuie să reflecte cele mai înaintate tendințe din domeniu, să corespundă atât standardelor europene, cât și celor internaționale.

BIBLIOGRAFIE

1. Agenția Turismului a Republicii Moldova. De astăzi, Moldova are un nou brand turistic national. În: <http://turism.gov.md/index.php?pag=noutati&opa=view&id=644&start=20&l=> (accesat la 12.03.2017).
2. Agenția Turismului a Republicii Moldova. Subdiviziuni. În: <http://www.turism.gov.md/index.php?pag=aparatul&l=> (accesat la 25.02.2017).
3. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a turismului „Turism 2020” și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia în anii 2014-2016. În: <http://www.gov.md/libview.php?l=ru&idc=436&id=7566> (accesat la 16.03.2017).
4. UNWTO World Tourism Barometer May 2016. În: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_.pdf (accesat la 26.03.2017).
5. ГИА Moldpres. Запущен национальной бренд индустрии туризма. În: <http://www.moldpres.md/ru/news/2014/11/20/14001211> (accesat la 12.03.2017).
6. ГИА Moldpres. Запущено первое мобильное приложение с туристическими направлениями Республики Молдова. În: <http://www.moldpres.md/ru/news/2015/04/06/15002271> (accesat la 12.03.2017).
7. Закон Республики Молдова № 352-XVI от 24.11.2006 «Об организации и осуществлении туристической деятельности». În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 14-17, 2.02.2007.
8. Правительство Республики Молдова. В Молдове запущена информационная система «Реестр туризма». În: <http://www.gov.md/ru/content/v-moldove-zapushchena-informacionnaya-sistema-reestr-turizma> (accesat la 16.03.2017).

Prezentat: 07 aprilie 2017.

E-mail: crotenco.irina@gmail.com