

ADTM

Association of Tourism Development in Moldova
Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova

**STAREA TURISMULUI
ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

**Analiza diagnostic
a sectorului turistic din
R.Moldova
pentru anii 2003-2010.**

ELABORATĂ DE
ASOCIAȚIA DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ÎN MOLDOVA

CHIȘINĂU 2011

Cuprins:

SUMAR EXECUTIV	3
1 DIAGNOSTICUL TURISMULUI MOLDOVENESC.....	17
1.1 AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE TURISM.....	18
1.2 CADRUL LEGISLATIV ȘI DE REGLEMENTARE PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI.....	22
1.3 EVOLUȚIA PERFORMANȚELOR DOMENIILOR SPECIFICE TURISMULUI	34
1.4 DEZVOLTAREA TURISMULUI INTERN ȘI RECEPTOR.....	90
1.5 PROMOVAREA REPUBLICII MOLDOVA CA DESTINAȚIE TURISTICĂ.....	116
1.6 ANALIZA FACTORILOR DE INFLUENȚĂ: INTERNI ȘI EXTERNI.....	127
1.7 EFICIENȚA SISTEMULUI ACTUAL DE MONITORIZARE A TURISMULUI NAȚIONAL	132
2 ANALIZA SWOT A TURISMULUI NAȚIONAL.....	135
3 ANALIZA SCENARIILOR DE DEZVOLTARE A TURISMULUI: OPTIMIST, REALIST, PESIMIST	137
4 ANEXE	138

Abrevieri

ANT – Autoritatea națională de turism

APC – Autorități publice centrale

APL – Autorități publice locale

AT- Agenția Turismului Republicii Moldova

CNPCIT – Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului

HoReCa – hoteluri, restaurant, cafenele

PN – Program național

PA UE-RM – Planul de acțiuni UE-Republica Moldova

SDT – Strategia de dezvoltare a turismului (2003-2015)

Sumar Executiv

Analiza diagnostic a sectorului turistic din R.Moldova pentru anii 2003-2010 (AD) este elaborată de grupul mixt de experți ai Asociației de Dezvoltare a Turismului în Moldova (ADTM), pentru Agenția Turismului Republicii Moldova în cadrul de actualizare a Strategiei de dezvoltare durabilă a turismului (2003-2015).

Rezultatele și concluziile principale ale Analizei diagnostic a sectorului turistic au fost discutate în cadrul Grupului intern de lucru al Agenției turismului în perioada 21.-28.10. 2011, precum și în cadrul Grupului de lucru interdepartamental privind actualizarea Strategiei de dezvoltare a turismului (15-18.11.2011). Propunerile și îmbunătățirile înaintate au fost incluse în Analiză.

Prezenta lucrare include o scurtă trecere în revistă a principalelor probleme a sectorului turistic din R.Moldova pentru perioada anilor 2003-2010, precum și concluziile și recomandările formulate.

Analiza sectorului turismului moldovenesc în perioada 2003-2010 evidențiază un șir de **avantaje competitive, tendințe pozitive și progrese de etapă**. Succint sunt prezentate acestea repartizate pe compartimente după cum urmează:

Evoluția cadrului instituțional pentru domeniul turistic Sectorul de turism este gestionat de o autoritate națională distinctă subordonată direct Guvernului. ANT are propriul Colegiu și este asistată de Consiliul consultativ de turism. Gestionează bugetul public pentru necesitățile de dezvoltare a turismului. Politicile publice promovate în turism sunt focusate pe dezvoltarea turismului intern și receptor, sporirea imaginii turistice a țării, susținerea IMM pentru diversificarea economică locală.

Legislația Republicii Moldova în domeniul turismului Cadrul general de reglementare favorizează dezvoltarea antreprenoriatului, inclusiv în turism. Republica Moldova are una dintre cele mai avansate legislații de turism din țările CSI, iar criteriile de clasificare a unităților de primire a turiștilor este euroconformă. La fel se încurajează investițiile în zonele turistice naționale.

Elaborare și implementare documente de politici pentru turism Turismul moldovenesc are o acoperire bună cu instrumente normative. Acestea au devenit mai clare odată cu actualizarea actelor normative.

Promovarea investițiilor Turismul moldovenesc devine un sector interesant pentru investiții datorită simplificării cadrului regulator în Republica Moldova, politicilor publice de favorizare a industriilor exportatoare de servicii, focusării pe sporirea avantajelor competitive a țării, susținerea proiectelor de vizibilitate pozitivă a țării pe piețele țintă. Donatorii importanți pentru Moldova susțin proiecte de amploare pentru reabilitarea infrastructurii generale rutiere și de acces la servicii calitative. Cifra de afaceri în sectorul turistic este în creștere și a depășit 2367,6 mln lei în 2010. Investițiile sunt în creștere și au constituit în 2010 în hotelărie 6%, iar la intermediari – 2,2% din cifra de afaceri, sau peste jumătate din valoarea profiturilor. Astfel în ciuda crizei economice și stagnării în sector, antreprenorii investesc susținut în dezvoltarea afacerilor.

Colaborarea internațională În ultimii 8 ani Moldova a depus eforturi susținute pentru participarea în cadrul unor parteneriate reprezentative pentru turism. ANT reprezintă țara în 3 Acorduri multilaterale de turism precum și gestionează 22 acorduri bilaterale în domeniul turismului semnate cu țări generatoare de vizitatori. În ultimii 8 ani au fost încheiate 14 acorduri bilaterale, cu alte 46 țări se poartă negocieri pentru acorduri de turism. ANT au promovat cca. 40 propuneri de proiecte în

domeniul turismului, în prezent participă la implementarea a 4 proiecte. ANT promovează o participare permanentă la târgurile de turism din România, Rusia, Marea Britanie și Germania.

Evoluția performanțelor domeniilor specifice turismului Turismul este un sector complex care asigură ospitalitate comercială vizitatorilor țării, valorifică economic non-degradant patrimoniul atractiv important, diversifică economia locală, asigură servicii de recreație populației și vizitatorilor. Turisții moldoveni asigură într-o măsură tot mai mare dezvoltarea sectorului, iar necesitățile acestora sunt tot mai solicitante din punct de vedere calitativ. Moldovenii reprezintă segmente importante pe piața turistică a unor țări din regiune.

Tur-operatori și agenții de turism Intermediarii de turism din Moldova sunt cei mai mari consolidatori organizați ai fluxurilor de turiști și excursioniști pe traseele naționale și regionale. Activitatea lor este vizibilă prin sporirea continuă a mobilității moldovenilor prin regiune. Numărul companiilor de turism este în creștere, care asigură încasări dinamice pozitive din turismul organizat de ieșire.

Incasările din deservirea turiștilor cu motivație afaceri au o dinamică generală pozitivă, însă sunt expuse mai puternic factorilor externi. Turismul de agreement pentru străini în Moldova a avut la fel o dinamică pozitivă încrezută cu o creștere ușoară de cca. 8,6% anual.

În perioada 2003-2010 moldovenii au cheltuit în străinătate tot mai mult (în medie cu cca. 45% creștere anuală decât anul precedent). În Moldova sumele zilnice a moldovenilor cheltuite prin agenții au crescut anual cu 38,5%. Astfel turistul moldovean este cel mai important client a agențiilor naționale de turism.

Structuri de primire turistică cu funcții de cazare și servire a mesei În RM sunt active 250 de unități de cazare cu un fond de cazare de 28370 locuri. 3/5 sunt structuri de odihnă cu un fond de cazare de 75,5% din total, 116 structuri de cazare activează permanent. Sectorul hotelier a restabilit numărul de cazări la nivelul anului 1998 după un declin major, a angajat mai mult personal, a introdus pe piață un nou fond de cazare, inclusiv în afara municipiului Chișinău. În Chișinău s-a mărit numărul de unități de cazare cu 67,7 %, inclusiv s-a mărit de 3,9 ori num. de hoteluri. 97 săli de conferințe sunt în structuri de cazare în RM, inclusiv 53 în structuri cu confort de 3-5 stele.

Sistemul național de clasificare instituit în 2003 permite activitatea de cazare în 12 categorii de unități.

În 10 ani s-a dublat numărul de unități de cazare, inclusiv s-a mărit de 4 ori num. de hoteluri, iar structurile de odihnă au crescut cu 36,2%. S-a investit în ultimii 10 ani de 3 ori mai mult în construcția de structuri de cazare cu regim permanent. Investițiile sunt în special promovate de companii private.

Organizarea activității de excursii. Activitatea ghizilor Republica Moldova este o țară mică cu o diversitate mare de obiecte de interes turistic amplasat la distanțe mici de la principalele orașe – centre hoteliere. Excursiile permit vizitatorilor să cunoască direct atracțiile turistice ale diverselor destinații din Moldova. Un număr important din vizitatorii țării din rețeaua organizată de turism procură excursii de la agențiile de turism naționale, iar excursionistul național formează cel mai mare contingent. În 2010 pe traseele excursioniste din țară au călătorit 8370 moldoveni sau 22,9 persoane zilnic.

Excursiile în Republica Moldova rămân produse turistice eficiente și accesibile unui număr mare de clienți. Costul acestora variază de la 6-7 euro/pers în grup pentru o excursie de pînă la 100 km tur-retur pînă la 50-60 euro/pers în grup la o degustație de vinuri. Excursiile cele mai solicitate rămân: vinării, Chișinău, mănăstiri, care formează oferta generală pentru turismul intern și internațional de intrare.

Transport auto Republica Moldova este străbătută de importante artere rutiere, care leagă țara de piețele din regiune. Puncte de acces în țară sunt repartizate relativ uniform pe perimetrul frontierei

de stat, fapt care avantajează traficul internațional de pasageri. În anul 2010 au intrat în țară cca. 5 mln moldoveni și cca. 1,88 mln cetățeni străini (27,43%).

Rețeaua internă de drumuri auto este relativ diversificată. În programul de reconstrucție a drumurilor, reparația acestor artere reprezintă o prioritate, și drept consecință până în 2014 vor fi reparate un număr importante de trasee turistice naționale.

Transportul auto este cel mai des utilizat mijloc de deplasare spre Moldova și pe teritoriul țării. Companiile de turism, dar și alți organizatori de călătorii, preferă în 2/3 transportul auto pe rute internaționale și 100% pe rute interne.

Agențiile de turism au elaborat un sistem de trasee turistice naționale, 7 dintre care sunt parte a unui program național "Drumul vinului", alte 5 au fost detalizate de către ghizii naționali. Majoritatea traseelor funcționale au un grad mare de utilizare a drumurilor naționale, la care sunt conectate până la 10% din drumuri locale (cu segmente de proastă calitate de maxim 2-3 km).

Transport feroviar Republica Moldova este conectată cu principalele orașe din regiune. Recent s-au construit un segment de cale ferată între Cahul și Giurgiulești, astfel parcursul total al CFM constituie 1157 km. Cursele interne circulă zilnic și asigură conectivitatea cu localitățile pe segmente importante. Strategia infrastructurii transportului terestru pe anii 2008-2017 prevede acțiuni de reformare a CFM.

Transport aerian Transportul avia înregistrează în Republica Moldova în ultimul timp o dinamică susținută cu o rată anuală de creștere de cca. 32%. Aeroportul Internațional Chisinau renovat corespunde standardelor internaționale și deservește o rețea semnificativă de linii aeriene. 15 companii aeriene ale Republicii Moldova și străine prestează servicii de transport pasageri prin curse regulate și charter, asigurând legături directe cu 26 de destinații (creștere cu 23%), iar cu transbordări - cu majoritatea țărilor lumii. Cele mai populare destinații sunt Moscova (26,75%), Istanbul (11,90%), Antalya (5,93%), Viena (5,65%), München (5,55%) și Verona (5,27%). În ultimii 8 ani parcul de aeronave din țară a sporit cu cca. 16% numărul navelor pentru pasageri. Aeroportul Internațional Chișinău și-a elaborat un Master Plan pentru perioada 2010-2030, care include valorificarea mai eficientă a poziției sale, atragerea de noi curse și companii, utilizarea activelor, îmbunătățirea infrastructurii la sol, modernizarea parcului de aeronave.

Transport fluvial Două căi navigabile interne de importanță internațională de categoria E sunt în Republica Moldova pe Nistru și Prut, la fel țara dispune de un sector (430 m) al malului pe fluviul Dunărea.

Rîurile care oferă trasee navigabile de cca. 558 km (41,2%) pe Nistru pe segmentul Palanca-Dubăsari-Soroca, iar pe Prut – traseul Giurgiulești – Ungheni. Aici sunt situate porturile: Portul Fluvial Rîbnița; Portul Fluvial Bender; raionul de mărfuri Varnița; Portul Fluvial Ungheni, Portul de pasageri Giurgiulești și alte cheiuri. Complexul portuar Giurgiulești se încadrează în coridorul VII pan-european, coridorul TRACECA și poate fi utilizat nu numai pentru importul și exportul mărfurilor în/din Republica Moldova dar și pentru tranzitul pasagerilor în/din UE și alte state a bazinului Dunărean.

Atracții turistice antropice și natural Atracțiile naționale sunt principalii motivatori pentru călătorii pe teritoriul Moldovei. În Moldova sunt peste 15 mii atracții turistice antropice și peste 300 arii naturale importante. Dezvoltarea obiectelor patrimoniului turistic se asigură prin amenajarea turistică teritorială în conformitate cu documentația de urbanism și amenajare a teritoriului (PATN, 2008). Suprafețele împădurite reprezintă pentru Moldova un potențial important de atracție a turiștilor (cca.11,6% din teritoriul țării). Cca.45% din total sunt pădurile de recreare și cele destinate conservării naturii și trebuie să servească pentru activități excursioniste, agrement organizat și tratament balnear ca alternative diverselor tipuri de turism neorganizat. Amenajările turistice pentru zonele naționale

de agrement aferente bazinelor acvatice (Vadul lui Vodă, Soroca, Vatra, etc.) sunt reglementate clar în Moldova. În țară există un sistem complex de arii naturale sub protecție de stat: 12 categorii de zone naturale protejate (peste 66,5 mii ha), din care fac parte 178 de diverse tipuri de rezervații, 130 monumente ale naturii și 433 arbori seculari.

În Moldova au fost atestate câteva mii de stațiuni preistorice, circa 400 seliști tripoliene (~ 5-6 mii de ani în urmă), circa 50 grădiști fortificate antice, circa 500 seliști medievale timpurii, numeroase cetăți medievale din pământ, 6 cetăți medievale din piatră (în diferite stadii de conservare), peste 1000 monumente de arhitectură protejate, circa 50 mănăstiri ortodoxe.

Atracțiile turistice amplasate în localități (mănăstiri, biserici, complexe muzeale, parcuri) beneficiază de drumuri locale de acces relativ întreținute pe parcursul întregului an.

În Moldova sunt activi cca. 20 ghizi profesioniști de turism, care cunosc traseele spre atracțiile naționale, și sunt angajați de cca. 85 agenții de turism din Chișinău și instituțiile de învățământ. Sunt cca. 340 ghizi locali care de regulă sunt angajați ai muzeelor locale și practică la solicitare excursii extramuzeale spre unele atracții specifice locului. În raza de 30 km de la oricare obiect turistic din Moldova poate fi angajat un ghid local.

Organizarea odihnei și agrementului În prezent pe teritoriul Republicii Moldova este instituit un sistem de zone de recreere aferente bazinelor acvatice de importanță națională. Plajele reprezintă forma cea mai des utilizată a zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice. 11,8% din călătorii interni apelează la o agenție pentru organizarea odihnei pe teritoriul național. ¼ din fondul de cazare în Moldova este specializat pentru odihna cetățenilor țării și a oaspeților ei. 57% din locuri de cazare sunt concentrate în taberele estivale pentru copii și 18% în baze de odihnă. Numărul în creștere de consumatori în tabere, introducerea în circuitul turistic a noilor capacități, crează oportunități pentru relansarea mai multor destinații turistice.

Informaticizarea domeniului Web-urile turistice moldovene conțin informații generale despre Moldova, au un caracter complex și sunt accesibile principalilor piețe țintă. Recent se implementează sistemul informatic *E-Turism* care are drept scop restructurarea sistemului informațional în turism, inclusiv extinderea softului existent pentru includerea activităților de promovare, dezvoltare și autorizare, creare și administrare a bazei de date integrale privind destinațiile turistice, circulația turistică, structurile de cazare, elaborarea ghidurilor structurilor și a agențiilor de turism din Moldova, implementarea Contului Satelit în Turism și elaborarea ghidului investitorului în turism și al fondurilor de susținere a ramurei.

Pregătirea de specialitate a cadrelor Mai multe instituții de învățământ licențiate pregătesc cadre pentru industria turistică. Perfecționarea cadrelor în turism este asigurat de Centrul National de Perfectionare a Cadrelor din Industria Turismului.

În hotelărie întreprinderile cheltuie mai mult (cu 63% spor anual, exceptând perioada post criză) pentru formare profesionala a angajatilor. Acțiunile din SDT pentru crearea unei Școli de hotelărie rămân valabile în continuare.

Repartizarea fluxurilor turistice pe teritoriul național și impactul acestora Numărul cetățenilor străini intrați în Moldova în 2010 a crescut pînă la 1886,3 mii persoane, sau de 5,3 ori comparativ cu anul 2003. Rata de creștere anuală a intrărilor străinilor în țară este de 65,9%. Totodată a crescut și mobilitatea cetățenilor moldoveni, astfel în perioada 2003-2010 aceștea au traversat frontiera de stat cu diferite scopuri de 3,3 ori mai intens ajungînd la cca. 5 mln persoane. Repartizarea fluxurilor de vizitatori străini este de cca. 28,1% din Romania și UE, 62,9% din Ucraina și alte țări CSI.

În ultimii 8 ani numărul persoanelor cazate în raioane a crescut cu 49,4%. În raioane sunt 127 unități care au cca.50,8% din întreaga capacitate de cazare a țării. În capitală sunt concentrate marea

majoritate a hotelurilor de 3*, 4* și 5* și cca. o jumătate din numărul unităților de cazare estivale, precum și cca.30% din numărul de paturi din structurile sanatoriale.

În ultimii ani au apărut un șir de hotele mici private construite în stilul vilelor urbane, care corespund într-o mare măsură cerințelor de clasificare, și-au creat o clientelă proprie și promovează în prezent pe piața hotelieră a Moldovei oferte competitive. Câteva dintre cele mai mari hotele din Chișinău au fost parțial sau total renovate.

Evoluția pieței turismului intern Strategia de dezvoltare a ramurii are obiectivul de bază promovarea turismului intern. Turistul moldovean călătorește prin țară 6-8 zile în mediu, datorită ponderii mari a unităților estivale de cazare pentru copii. Valoarea incasărilor în turismul intern au crescut de 2,2 ori de la 39,77 mln lei (2003) la 83,88 mln lei. Incasările zilnice ale agențiilor de turism per turist intern au crescut de 3 ori – de la sub 100 lei/zi la peste 306 lei/zi. Astfel, turistul național în destinații naționale este un client sigur și cu potențial mare de creștere.

Evoluția pieței turismului receptor Strategia de dezvoltare a turismului promovează acțiuni pentru încurajarea turismului internațional de intrare. În turismul receptor străinii cheltuie prin agenții de cca. 2,2 ori mai mult în 2010 decât în 2003, iar după criza din 2009 consumul s-a restabilit relativ repede. Turistul străin în destinații naționale este un client sigur și cu potențial de creștere. Motivația călătoriilor străinilor s-a modificat calitativ prin creșterea ponderii călătoriilor de agreement, tratament și vizitare a vinărilor în Moldova. Evoluția cea mai spectaculară a avut-o vizitele pentru tratament, care s-au mărit de 2,9 ori cu o rată anuală de creștere de 23,7%.

Proveniența turiștilor străini este la 1/3 din CSI, iar 2/3 din țările UE și SUA, ponderea cărora a crescut în 8 ani pînă la 3/4. România, Rusia, Ucraina, Turcia și SUA furnizează stabil o cotă de cca. 50 - 65% de clienți pentru oferta turistică națională.

Promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică Republica Moldova devine cunoscută ca destinație turistică mai înainte ca turistul să ajungă în țară. Sursele info cele mai accesibile sunt pagini web, participări la expoziții regionale specializate și publicații dedicate. Standurile industriei turistice moldovenești sunt prezente permanent sau sporadic la importante expoziții regionale.

Banii publici sunt planificați și alocați în Bugetul de stat pentru Agenția Turismului prin programul „Dezvoltarea turismului”. În anul 2010 au fost alocate surse în proporție de 7,9 lei publici per turist atras în destinațiile naționale.

1. Viziunea, misiunea și sarcinile generale ale domeniului turistic

Mai mult de 20 ani sectorul turistic evoluiază fără o viziune unică. Administratorii sectorului turistic în Republica Moldova l-au gestionat în lipsa vreo unei viziuni focusată pe priorități coerente în timp. Acest fapt a dus la diverse așteptări dar și politici contradictorii pentru gestionarea sectorului.

Constituția țării garantează dreptul la libera circulație în țară, de a ieși și de a reveni în țară (art.27), dreptul la concediu de odihnă plătit (art.43). Focusarea pe cetățean este inspirată din dreptul la odihnă și recreație a oricărei persoane, promovat de Declarația universală a drepturilor omului (art.24).

Totodată, toate programele de guvernămînt din ultimul timp (Guvernele Tarlev, Greceanîi, Filat) au promovat ideea bunei guvernări a sectorului turistic prin dezvoltarea traseelor turistice, atribuție care este specifică mai degrabă antreprenorilor din sector.

În legislația națională și în cadrul de politici publice din țară (concepția, strategia de turism) nu este propusă **nici o viziune de dezvoltare a sectorului turistic**. Iar în plan regional, strategiile se

concentrează pe promovarea atractivității turistice a regiunilor. Astfel potrivit strategiilor proprii RDC va deveni atractivă pentru vizitatori, RDN va fi o destinație turistică atractivă, iar RDC va asigura vizitatorilor ospitalitate și mediu plăcut de sejur.

Totodată PA UE-RM tratează sectorul turistic ca parte a promovării dialogului privind politica industrială și asocierea Moldovei la inițiativele UE pentru stimularea competitivității.

VIZIUNEA propusă:

Turismul - un sector economic competitiv și dezvoltat echilibrat care valorifică eficient patrimoniul reprezentativ al țării, promovează ospitalitate moldovenească la standarde înalte, asigură diversitate agrementului cetățenilor.

MISIUNEA:

Misiunea Agenției Turismului (Autorității Naționale de Turism) constă în:

- elaborarea și implementarea cadrului legislativ și normativ, a strategiilor și politicilor statului în domeniul turismului;
- dezvoltarea turismului intern și
- promovarea țării ca destinație turistică pe plan extern;
- protecția drepturilor subiecților raporturilor juridice din domeniul turismului;
- precum și asigurarea prestării la standarde internaționale a serviciilor turistice.

Scopurile propuse în documentele de politici publice produse în diferite perioade în evoluția turismului au o coerență relativă și ținesc prioritar dezvoltarea industriei turismului:

Scop Concepției de dezvoltare a turismului (1997-2005)

- crearea unei industrii turistice eficiente în structura economiei naționale a Republicii Moldova.

Scop Strategie dezvoltarea durabilă a turismului (2003-2015):

- crearea unei baze adecvate pentru dezvoltarea turismului intern și internațional în Republica Moldova
- într-un mod integrat, echilibrat și durabil, astfel încât
- să aducă beneficii culturale și socio-economice considerabile țării și comunităților ei.

Totodată, la nivelul implementării cadrului juridic și normativ, precum și acțiunile concrete programate au deraiat de la ținta dezvoltării echilibrate a turismului ca industrie competitivă, iar ca rezultat constatăm sporirea continuă a discrepanțelor dintre turismul intern și receptor, comparativ cu turismul emițător.

2. Gradul de realizare a Strategiei în anii 2003 – 2011

SDT a avut la bază prezentarea unui număr limitat de indicatori comparabili de performanță a sectorului turistic precum și de indicatori de rezultat. Astfel, indici cantitativi au fost prezentați în special pentru demonstrarea evoluțiilor în activitatea intermediarilor pe piața turistică și parțial a sectorului de cazare, precum și rețeaua rutieră. Totodată, celelalte subdomenii au fost evaluate în baza unor subpoziții și ipoteze. Astfel, gradul de acoperire cu date intercomparabile a permis în proporție de sub 1/3 de a evalua principalele evoluții din turism și domeniile conexe. În prezenta Analiza diagnostic sunt prezentați peste 200 indicatori specifici, care permit fixarea progresului anual în domeniul turistic.

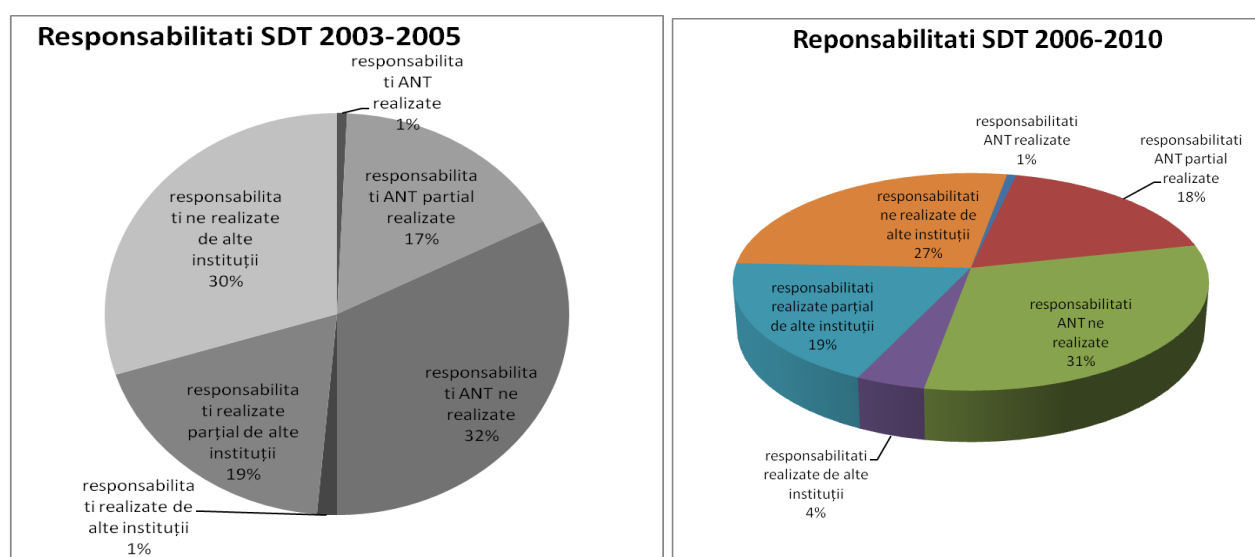
Strategia de dezvoltare a turismului are un grad redus de realizare, precum și un impact nesemnificativ asupra domeniului, iar în lipsa actualizării acesteia la fiecare 3 ani a determinat autoritățile centrale să ignore frecvent documentul (inclusiv la elaborarea altor documente de politici publice: PN „Satul moldovenesc”, PN „Drumul vinului”, sau în noua redacție a legii turismului). Principalele probleme în implementarea SDT țin de:

Calitatea planului de acțiuni a SDT:

- Acțiunile nu au avut buget dedicat
- Sunt multe scopuri și acțiuni formulate vag, uneori cu responsabili neidentificați
- Multe acțiuni sunt puse pe responsabilitatea altor APC (50%)
- Nu sunt prevăzute dezvoltare de capacități ANT pentru coordonarea activităților delegate altor APC (50%)
- Multe acțiuni reprezintă doar etape de implementare
- Responsabilitatea uneori este neadecvat transferată altor APC (ex: Ministerul Agriculturii pentru imlementarea programului turistic "Drumul vinului", Ministerul Culturii inițiator pentru reconstrucția drumurilor de acces spre atracțiile turistice, Guvernul pentru reconstrucția Palatului Republicii, DDT pentru îmbunătățiri la construcțiile noi a facilităților pentru pers. cu handicap).

Grad de realizare SDT:

- Grad redus de realizare a acțiunilor SDT (sub 5%, din care sub 1% cu efortul nemijlocit al ANT)
- Cca. 50% din acțiuni parțial realizate sunt rodul eforturilor altor APC, fără implicarea activă a ANT
- STD nu a fost actualizată după 2005, astfel acțiunile nu au fost concretizate și corelate la realitățile de pe piață.



Strategia de dezvoltare a turismului a avut totuși **un impact semnificativ** la nivel de:

- A prezentat un cadru sistematizat de probleme, care urmează să fie soluționate pentru dezvoltarea țării ca destinație turistică atractivă
- Percepție clară a complexității industriei turismului
- Necesităților concrete care pot fi asigurate doar prin parteneriate strategice cu alte APC și APL, precum și alți actori de pe piața turistică
- Prioritizarea eforturilor pe direcții strategice relativ echilibrate pe subdomenii
- Corelarea cu alte strategii sectoriale, produse în aceeași perioadă
- A servit drept fundament, fie și declarativ, pentru alte documente de politici publice în turism și acțiuni concrete pentru îmbunătățirea managementului sectorului.

Prevederile în SDT care au contribuit la impulsivitatea activității turistice

- Sistematizarea problemelor și structurarea acțiunilor în cadrul unor direcții strategice pentru intervenții
- Planificarea unor măsuri concrete care au produs noi angajamente a APC pentru dezvoltarea sectorului (PN „Satul Moldovenesc”, PN „Drumul vinului în Moldova”, PA UE-RM)
- Formularea unor standarde pentru ospitalitatea moldovenească (Normative pentru structurile de primire turistice, Criterii pentru brevetarea personalului din industria turismului)
- Implementarea unor proiecte și acțiuni finanțate de donatori externi (web turism, logo-ul și conceptul de vizibilitate a materialelor promoționale de turism, vizite de studii, etc.)
- Aplicarea pentru prima dată a unor principii de prognoză a evoluțiilor în sector și determinarea angajamentelor pentru aplicarea Conturilor Satelit de Turism în raportarea statistică
- Sporirea angajamentelor sectorului privat pentru aplicarea calității în ospitalitate
- Disciplinarea raporturilor dintre prestatorii de servicii turistice și oaspeții Moldovei.

Prevederile generale care nu au fost efective.

- Dezvoltarea turismului intern, deși declarat o prioritate, prin cadrul confuz de acțiuni, caracterul declarativ și fără un buget asigurat, a fost restricționată în final în legislația de turism
- Dezvoltarea turismului receptor, deși prioritate în SDT, a fost implementată doar prin măsuri administrative restrictive (obligativitatea de a deservi 50/100 turiști străini în Moldova – condiție pentru licențierea intermediarilor).
- Caracterul confuz și ne structurat a acțiunilor externe au dus la promovarea unei imagini inconsistente a Moldovei ca destinație turistică
- Ignorarea dezvoltării teritoriale a turismului, de aici și prevederi confuze de dezvoltare a destinațiilor turistice după caracterul unor zone economice libere
- Prevederi exclusiviste referitor la CNPCIT, astfel compromiterea procesului de brevetare/certificare a personalului de turism prin monopolizarea de facto a serviciilor de perfecționare în industrie
- Au fost abandonate prevederile de monitorizare și corecție a implementării Planului de acțiuni a SDT, astfel sectorul s-a dezvoltat în lipsa unei administrări eficiente a ramurei
- În SDT au lipsit prevederi clare referitor la dezvoltarea de capacități pentru ANT pentru comunicare și management al ramurei, chiar dacă cca. 50% din acțiuni au fost delegate altor APC și APL.

3. Principalele probleme și disfuncționalități ale domeniului turistic

Deși evidențiază principalele tendințe pozitive și negative în evoluția turismului moldovenesc în perioada 2003-2010, Analiza diagnostic propusă s-a axat în mod special pe evidențierea problemelor și discrepanțelor în sistemul național de turism, fluctuațiile negative și efectele care acestea le produc separat sau agregat. Astfel, sunt evidențiate problemele critice care trebuiesc soluționate pentru ca potențialul turistic (atracțiile, baza materială a destinațiilor, infrastructura specifică, resursele umane) al țării să poată fi realizat pe deplin.

Acestea stabilesc ***cadrul pragmatic de intervenții la nivel de politici publice*** și acțiuni conjugate pentru dezvoltarea sectorului turistic:

Capacitatea de gestionare a ramurei turistice

Management insuficient al sectorului (i) ANT nu a avut stabilitate instituțională, (ii) insuficiența datelor despre fluxurile reale de călători prin țară, dispersia lor teritorială, gradul de vizitare a principalelor atracții turistice, orientarea investițiilor în anumite destinații

turismului național prioritare; (iii) lipsa de proiecte de avengură în implementarea strategiilor sectoriale, (iv) coerența în documentele de dezvoltare a sectorului este fragmentară și influențată politic. (v) capacitate insuficientă ANT de administrare a domeniului; (vi) delegarea unor competențe altor APC și APL care nu au nici capacități manageriale speciale și nici acoperire financiară.

Cadru legislativ și de reglementare pentru dezvoltarea turismului

Legislația turistică elaborată nu e aplicată (i) se reglementează doar activitatea intermediarilor și a hotelierilor, (ii) transferul de responsabilitate pe instituții nepregătite, (iii) este insuficientă armonizarea legislației turistice cu alte prevederi legale în domenii conexe

Prevederi confuze pentru susținerea turismului și cadru regulator aplicat incert (i) acoperire bună cu documente normative de reglementare a sectorului, dar nu sunt pe deplin aplicate, (ii) împărțirea inechitabilă a intermediarilor cu favorizarea turoperatorilor, (iii) prevederi care reprimă dezvoltarea turismului intern, (iv) efectele contradictorii pentru turism ale “Ghilotinei”, în special pentru agroturism și turism intern, (v) reglementări suplimentare derivate din legislația internațională sau din considerente strict interne, (vi) proceduri deturnate pe direcții neînțelese pentru raportarea intermediarilor (vaucherul turistic, angajamente suplimentare), (vii) restricționare declarativă a accesului neautorizat la atracțiile turistice în mare parte abandonate, (viii) redistribuirea forței de muncă contrar regulilor pieței libere.

Activitatea investițională nu este susținută pentru turism (i) confuzie în delimitarea și gestionarea zonelor turistice, (ii) facilități neclare pentru investiții în turism, (iii) constrângeri pentru investiții în turismul moldovenesc, (iv) insuficiența facilităților fiscale pentru agenții care investesc în restaurarea și valorificarea monumentelor.

Moldova își promovează inconsistent propriile proiecte în turism (i) oportunități ratate de promovare a turismului moldovenesc prin aplicarea Acordurilor bilaterale, (ii) lipsa de progress în armonizarea legislației turistice cu legislația UE în domeniu, (iii) participare modestă la acțiunile externe de turism.

Evoluția domeniilor specifice turismului național

Industria turistică dezorganizată (i) oferta turistică dezechilibrată la nivel teritorial, (ii) stațiunile turistice sunt subdezvoltate, (iii) fluxuri turistice deservite debalansat în diferite destinații, (iv) concentrare excesivă într-o singură destinație, (v) turismul este perceput doar ca domeniu de activitate pentru un segment îngust de intermediari

Turismul intern și receptor în descreștere continuă (i) număr limitat de agenții de turism care realizează produse turistice naționale, (ii) favorizarea intermediarilor mari pe piața turistică, (iii) piața intermediarilor este instabilă, (iv) incasările din turism sunt dinamice dar disproporționate, (v) nu este monitorizată calitatea serviciilor din activitatea de turism

Ospitalitatea moldovenească este sub așteptările vizitatorului (i) ospitalitate moldovenească ne calitativă în unitățile de primire a turiștilor, (ii) puține unități de cazare, în special la destinațiile vizitate, (iii) situație precară a unităților de cazare pentru odihnă, (iv) sistemul național de clasificare este aplicat fragmentar, (v) calitate joasă a ofertei de cazare în destinații turistice, (iv) jumătate din fondul de cazare a țării este în gestionare publică, (v) mai puțin de 1/3 din fondul de cazare funcționează anul în prejur, (vi) costuri ne competitive la produsele turistice naționale, condiționate de prețurile înalte la cazare și ale intermediarilor, (vii) puține

<i>Turism de afaceri în descreștere</i>	<p>unități de cazare de categorie modestă (hoteluri de 1-2 stele) la destinație și pe trasee, și care nu corespund standardelor naționale de ospitalitate, (viii) renovarea lentă a hotelurilor</p> <p>(i) multe săli pentru conferințe nu corespund așteptărilor, dispun de posibilități tehnice și logistice limitate, (ii) număr insuficient de spații pentru turismul de afaceri în provincie, (iii) insuficiență de materiale publicitare privind localurile destinate organizării conferințelor, (iv) insuficiență de organizatori profesioniști pentru desfășurarea conferințelor în Moldova, (v) lipsa unei Concepție de dezvoltare a activității expoziționale, (vi) dotarea tehnică neadecvată a sălilor expoziționale, (vii) parteneriate public-private puține pentru promovarea expozițională a ofertei turistice naționale peste hotarele țării.</p>
<i>Mai puțini vizitatori cunosc Moldova prin excursii</i>	<p>(i) ponderea excursioniștilor în totalul vizitatorilor țării scade continuu, (ii) diversitate redusă de excursii în Moldova, (iii) piața pentru excursii în Moldova este restrânsă, (iv) excursionistul național formează cel mai important contingent, dar care nu este deservit în sistemul turistic, (v) personal puțin și necalificat pentru managementul vizitatorului în Moldova, (vi) calificarea de ghid obținută incert, (vii) excursiile sunt monitorizate fragmentar, (viii) controverse în susținerea sectorului excursionist</p>
<i>Transportul auto - o problemă pentru turism</i>	<p>(i) rețeaua rutieră a sigură o accesibilitate relativă a țării, (ii) rețeaua drumurilor auto este bună pentru un număr limitat de trasee turistice, (iii) o parte a rețelei rutiere se află într-o stare neadecvată, în special drumurile locale pentru acces spre atracțiile turistice, (iv) semnalizare rutieră neadecvată vizibilității turistice a traseelor, (v) parcul de autocare este învechit, (vi) calitatea joasă a ospitalității personalului din transport, (vii) prețuri ne flexibile și în creștere la transportul auto</p>
<i>Transportul feroviar puțin utilizat în scopuri turistice</i>	<p>(i) calea ferată din Moldova reprezintă partea din sistemul feroviar vechi al ex-URSS, (ii) cursele interne ale CFM nu permit dezvoltarea de trasee turistice specializate, (iii) tranzitul internațional de pasageri nu e valorificat pentru turism</p>
<i>Transport aerian dinamic dar cu accesibilitate redusă</i>	<p>(i) Aeroportul Internațional Chișinău – unica poartă aeriană a țării, (ii) prețuri înalte la servicii de transport avia, (iii) lipsa alternativelor pentru transportul aerian de agrement (helicoptere, mica aviație)</p>
<i>Transport turistic naval inexistent</i>	<p>(i) două coridoare ne utilizate pentru turism naval, (ii) puține porturi și debarcadere pentru agrementul acvatic și turism naval</p>
<i>Atracții turistice slab valorificate în Moldova</i>	<p>(i) puține obiecte de patrimoniu valorificate ca atracții turistice, (ii) monumentele neamenajate sunt ignorate, (iii) multe atracții culturale se află într-o stare avansată de degradare (iv) grad redus de semnalizare, vizibilitate turistică și estetică a atracțiilor, (v) monitoring ne realizat pentru atracții turistice, (vi) ANT pot monitoriza parțial terenurile cu funcționalitate turistică, (vii) lipsa capacităților de primire pentru vizitatori în zonele cu o deosebită atracție culturală, (viii) antreprenoriat creativ insuficient în zonele de protecție a monumentelor (buticuri suvenire, artizanat), (ix) lipsa birourilor de informare turistică la destinație, (x) stare precară a imobilelor istorice și muzeale, vizibilitate redusă a traseelor tematice în muzee, (xi) personalul muzeelor nu este instruit în domeniul managementului vizitatorului</p>
<i>Accesibilitate</i>	<p>(i) accesibilitate redusă pentru autoghidaj prin indicatoare rutiere, (ii) accesibilitate fizică redusă din cauza stării drumurilor locale, (iii) căile de</p>

<i>redușă a atracțiilor turistice pentru autoghidaj prin Moldova</i>	acces neadecvate spre majoritatea atracțiilor locale, puține locuri destinate parcărilor securizate, (iv) acces redus la servicii de bază în preajma atracțiilor turistice, (v) subutilizarea serviciilor de ghid
<i>Evenimentele cultural artistice sunt neatractive pentru turiști</i>	(i) evenimente suficiente, dar nu sunt vizitate de turiști, (ii) evenimentele locale sunt lipsite de vizibilitate turistică, (iii) calendar al evenimentelor ne transparent și neajustat necesităților industriei ospitalității
<i>Agrementul în Moldova este dezorganizat</i>	(i) agrementul neorganizat subminează industria ospitalității în Moldova și degradează mediul natural, (ii) sistemul național de zone de agrement și odihnă doar declarat, (iii) odihna moldovenilor în scădere prin agenții în țară, (iv) odihna strainilor în scădere prin agenții în Moldova, (v) unitățile de cazare modestă acordă cea mai mare parte din ospitalitate în Moldova
<i>Gradul redus de informatizare a turismului</i>	(i) e-Turism aplicat încet în Moldova, (ii) puține proiecte în e-Turism, (iii) Registrul turismului nu este electronic
<i>Pregătire joasă a cadrelor pentru industria turismului</i>	(i) formarea în cadrul școlilor polivalente nu ajută la planificarea carierei în industria turismului, (ii) lipsa instituțiilor de pregătire a cadrelor în meseriile de bază pentru industria turismului, (iii) nu există o Școală de Hotelărie în Moldova, (iv) insuficiența de instruire a personalului de "primă linie" în relațiile cu clienții, (iv) instituțiile de învățământ superior pregătesc doar manageri pentru industria turistică, (v) calitate proastă a absolvenților pentru industria turismului, (vi) dezechilibre în perfecționarea cadrelor de turism, (vii) insuficiența echipamentului și materiale didactice adecvate pentru industria turismului, (viii) insuficiența bazelor pentru practica de producție în procesul de formare profesională, (ix) insuficiența cadrelor care cunosc limbile de circulație internațională și tehnologiile informaționale.

Dezvoltarea turismului intern și receptor

<i>Oferta turismul moldovenesc este debalansată față de oaspețele din țară</i>	(i) dezechilibru teritorial al fluxului de vizitatori străini, (ii) oferta de cazare dezechilibrată teritorial, (iii) capacitate redusă de a absorbi străini pentru cazare în destinații, (iii) dezechilibru teritorial al consumului de ospitalitate, (iv) repartizarea regională neuniformă a fluxurilor turistice valorificarea redusă doar prin trasee de scurt sejur a majorității destinațiilor, (v) capacitatea redusă a operatorilor de turism de a absorbi oaspeții Moldovei
<i>Ofertă redusă de turism rural</i>	(i) capacități de cazare reduse în pensiuni, (ii) afaceri de turism rural derulate semilegal, (iii) monitorizare fragmentară a turismului rural, (iv) oportunități nevalorificate de peste 10 ani, (v) lipsa unei pregătiri adecvate a populației pentru oferirea de ospitalitate calitativă vizitatorilor, (vi) cunoștințe reduse despre valoarea patrimoniului turistic deținut de comunitatea rurală, (vii) insuficiența de investiții în infrastructura rurală, (viii) acces redus la informații despre evenimente locale, (ix) lipsa facilităților turistice în apropierea atracțiilor rurale, (x) starea nesatisfăcătoare a căilor de acces spre obiectivele turistice amplasate în localitățile rurale.
<i>Turism ecologic</i>	(i) oportunități mari valorificate insuficient doar prin excursii sporadice,

<i>aproape inexistent în Moldova</i>	(ii) fondul ariilor naturale protejate de stat deschis parțial pentru turism, (iii) interesul scăzut pentru promovarea activităților ecoturistice, (iv) majoritatea ariilor natural protejate nu sunt administrate sau sunt abandonate, (v) administrațiile rezervațiilor nu aplică managementul destinațiilor ecoturistice, (vi) nivelul scăzut a infrastructurii rutiere în zonele de interes ecoturistic, (vii) lipsa unui program de promovare și educație ecoturistică, (viii) practicarea turismului "sălbatic" în fondul ariilor naturale protejate compromise activitatea de ecoturism.
<i>Ofertă rigidă și insuficientă de turism balnear</i>	(i) sistem sanatorial moștenit din ex-URSS dar solicitat, (ii) lipsa de progres în administrarea turismului balneoclimateric, (iii) dezechilibrare teritorială a serviciilor sanatoriale, (iv) ne aplicarea sistemului național de clasificare spațiile de cazare nu corespund exigențelor naționale de calitate, (v) edificiile și infrastructura aferentă nu sînt modernizate, (vi) dotările, utilajul medical și mobilierul sînt învechite, (vii) capacități reduse de deservire a clienților, (viii) ofertă redusă pentru agrement adițional, (ix) lipsesc posibilitățile pentru o alimentație diversificată conform exigențelor turiștilor, (x) personalul nu posedă limbi de circulație internațională, (xi) lipsa materialelor promoționale calitative în limbi străine.
<i>Programul național "Drumul vinului în Moldova" neadministrat</i>	(i) lipsa de capacitate pentru administrarea pn „Drumul vinului”, (ii) ne aplicarea normativelor pentru destinațiile vinicole, spațiile de degustații și pentru traseele din circuitul turiștilor pe întreg parcursul său, (iii) probleme în reorientarea potențialului de marketing spre piețele turistice, lipsa unei viziuni și strategii clare de atragere a fluxurilor turistice naționale și internaționale, (iv) lipsa unui sistem atractiv de deservire a turiștilor (organizați și individuali) la mai multe vinării repartizate echilibrat în țară, (v) flexibilitate redusă în agenda de lucru și la formarea pachetelor turistice pentru diferite categorii de vizitatori, (vi) subutilizarea potențialului gospodăriilor producătoare de struguri, (vii) lipsa de proiecte în extinderea afacerilor vitivinicole în domeniul turismului, (viii) amenajarea teritoriului vinăriilor necesită îmbunătățiri esențiale, (ix) abandonarea proiectului „Orașul vinului”, (x) prestația personalului nu este de înaltă calificare pentru ghidaj specific, (xi) calitatea îndoielnică a serviciilor de alimentație, (xii) puține activități de marketing turistic, nu există materiale promoționale în limbi străine.
<i>Turism de pelerinaj subdezvoltat</i>	(i) număr redus de obiecte religioase atractive pentru turistul străin, (ii) obiecte de pelerinaj insuficient amenajate pentru vizite, (iii) însoțitorii sau ghizii locali au o pregătire sumară în managementul vizitatorului și nu cunosc bine atracțiile turistice din zonă
<i>Piața turismului intern și receptor în descreștere continuă</i>	(i) turismul intern ca număr de turiști este într-o descreștere permanentă, (ii) turismul receptor este într-o descreștere permanentă, (iii) evoluția încasărilor totale în turismul receptor a fost în descreștere, (iv) motivația călătoriilor străinilor în Moldova este diversă, dar neasigurată cu ofertă adecvată la destinație, (v) proveniența turiștilor străini este la 1/3 din csi, iar 2/3 din țările UE și SUA
<i>Probleme majore în angajarea personalului pentru industria turistică</i>	(i) tendințe generale negative în angajarea forței de muncă pentru industria ospitalității, (ii) mai puțină forța de muncă angajată de turoperatori și agenții de turism, (iii) creșterea poverilor pe salariat, (iv) a scăzut simțitor gradul de antrenare a angajaților în hoteluri, (v) ponderea foarte înaltă a persoanelor care nu au studii speciale în ospitalitate

Acțiunile de promovare turistică a țării

Moldova rămîne o (i) puține acțiuni de promovare turistică a țării și destinațiilor ei, (ii) surse

<i>destinație necunoscută în regiune dar și pentru propriii cetățeni</i>	publice insuficiente pentru promovarea turismului, (iii) instrumente puține aplicate pentru atragerea turiștilor în Moldova de pe piața regională și piețele țintă, (iv) sub 1% din cifra de afaceri pentru publicitatea comercială turistică, (v) surse private orientate doar pentru publicitate comercială puține infotur-uri prin țară, (vi) presa reflectă diferit turismul în moldova și atracțiile ei, (vii) participare modestă la expozițiile specializate de turism
<i>Lipsa de viziune în promovarea imaginii turistice a țării</i>	(i) lipsa conceptului pentru vizibilitatea turistică a țării, (ii) angajamente în politicile publice nerealizate, (iii) participare inconsistentă la expozițiile permanente și sporadice, (iv) insuficiența ghidurilor tematice: structuri de cazare, restaurante, activități și evenimente culturale, muzee, atracții turistice, vânătoare, excursii, itinerare etc. (v) insuficiența de informație turistică despre Moldova în țările generatoare de turism, (vi) lipsa unor birouri de informare pentru turiști, (vii) insuficiența programelor de mediatizare a Moldovei
<i>Puține proiecte de vizibilitate externă</i>	(i) lipsa de concept în acțiunile internaționale, (ii) Moldova își promovează inconsistent propriile proiecte, (iii) moldovenii sunt relativ activi în proiecte transfrontaliere, dar mai puțin în cele de turism, (iv) oportunități ratate de promovare prin aplicarea acordurilor bilaterale, (v) misiunile diplomatice, reprezentanțele comercial-economice ale țării în străinătate sînt slab echipate cu materiale promo turistică
<i>Moldova nu practică un marketing activ de țară</i>	(i) promovarea insuficientă a Republicii Moldova ca destinație turistică și a logo-ului turistic al țării, (ii) lipsa de resurse bugetare creează dificultăți în implementarea eficientă a acțiunilor de marketing de țară, (iii) producerea și distribuți materialelor promoționale este slab dezvoltată, (iv) nu este implementat unui program de marketing periodic de durată, (v) insuficiente alocații pentru activitățile de marketing.

4. Recomandări privind concentrarea eforturilor statului în soluționarea problemelor majore în domeniul turismului

Direcții strategice

Dezvoltarea destinațiilor

- Crearea sistemului turistic teritorial, inclusiv determinarea clară a statutului și funcționării stațiunilor turistice de diferit tip;
- Legiferarea unor stațiuni turistice în perimetrul zonelor naționale de odihnă: Vadul lui Vodă, Holercani, Vatra, Soroca, Cahul, precum și demararea lucrărilor de modernizare a infrastructurii generale până la hotarul zonelor.
- Sporirea gradului de vizibilitate turistică a atracțiilor și accesului spre acestea
- Crearea parteneriatelor public private pentru valorificarea turistică a patrimoniului
- Susținerea proiectelor transfrontaliere cu impact asupra turismului și zonelor turistice (Programul de Bună Vecinătate, ENPI CBC Ro-Ua-Md) elaborate și înaintate de APL și actori sociali din potențialele destinații turistice.

Reformarea managementului sectorului turistic

- Dezvoltarea dinamică și susținută ca industrie, prin îmbunătățirea managementului ramurii, realizarea de parteneriate competitive în industria turistică.

- Implementarea Conturilor Satelit de Turism, adaptarea indicatorilor statistici naționali la realitățile de pe piața turistică regională și asigurarea transparenței acestora;
- Reactualizarea Strategiei de dezvoltare durabilă a turismului și reflectarea în Documentele Naționale de Dezvoltare a acțiunilor relevante industriei turistice naționale ca factor de diversificare a economiei, promovarea imaginii pozitive a țării, valorificarea non-degradantă a patrimoniului și ospitalității tradiționale.
- Elaborarea unui studiu complex privind necesitățile de armonizare a legislației turistice la cea a UE și a instrumentelor reale și eficiente de susținere a antreprenoriatului turistic.
- Modificarea abordării acțiunilor de conservare a obiectelor de patrimoniu turistic natural și antropoc și utilizării lui în scopuri economice non-degradante cum este turismul.

Dezvoltarea business-ului turistic

- Crearea unui cadru mai clar privind implicarea activă a antreprenorilor din turism în Proiecte public private, inclusiv utilizarea rezervelor nevalorificate economic ale patrimoniului național.
- Susținerea investițiilor strategice în sectorul turistic și hotelier și promovarea de facilități acordate la investițiile cu impact major în zonele turistice, respectiv promovarea politicilor de atragere și localizare a lanțurilor hoteliere internaționale.
- Detașarea în continuare a companiilor turistice naționale de migrația ilegală și sporirea circulației turiștilor pe trasee naționale și regionale.
- Continuarea efortului de diversificare a economiei teritoriilor prin turism și a eforturilor de înlăturare a barierelor de acces în business-ul turistic,
- promovarea stațiunilor și destinațiilor turistice
- implementarea sistemelor de calitate a serviciilor turistice (personal, cazare, alimentare, transport).

Calitate ospitalității moldovenești

- Acțiuni susținute de vizibilitate turistică a Republicii Moldova
- Inventarierea structurilor de cazare
- Implementarea susținută a sistemului național de calitate în structurile de cazare și alimentație publică
- Promovarea calității pregătirii cadrelor pentru turism

În studiu la fel sunt reflectate:

- Implicarea actorilor externi și interni în dezvoltarea
- Propuneri pentru eficientizarea sistemului de monitorizare a turismului
- Recomandări pentru aplicarea Conturilor Satelit de Turism
- Analiza SWOT a turismului național
- Analiza succintă a Scenariilor de dezvoltare a turismului
- Anexe

Diagnosticul turismului moldovenesc

1. Autoritatea națională de turism

1.1 Evoluția cadrului instituțional pentru domeniul turistic

Progrese de etapă (2003-2010)

Sectorul de turism este gestionat de o autoritate națională distinctă subordonată direct Guvernului. ANT are propriul Colegiu și este asistată de Consiliul consultativ de turism. Gestionează bugetul public pentru necesitățile de dezvoltare a turismului. Politicile publice promovate în turism sunt focusate pe dezvoltarea turismului intern și receptor, sporirea imaginii turistice a țării, susținerea IMM pentru diversificarea economică locală.

Atitudine în general pozitivă asupra turismului în Republicii Moldova

- De la proclamarea independenței sectorul turistic a fost considerat, deși confuz, un domeniu de perspectivă cu efecte multilaterale: economice, sociale, de cooperare interculturală atât în vest cât și în est. Totodată sectorul nu a fost îndeajuns coordonat o perioadă îndelungată, fapt care a dus la dezvoltarea acestuia conform regulilor pieței liberalizate.
- În politicile publice turismul este văzut ca un sector al economiei naționale cu posibilități de generare a beneficiilor socio-economice și un catalizator pentru dezvoltarea altor sectoare sau teritorii defavorizate, precum mediul rural, ariile naturale protejate și monumentele cultural-istorice.
- Autoritățile promovează dezvoltarea turismului pentru sporirea imaginii pozitive a țării, atragerea vizitatorilor în țară, îmbunătățirea ospitalității moldovenești, cooperarea bilaterală și transfrontalieră.
- Republica Moldova are o serie de avantaje comparative care pot impulsiona dezvoltarea industriei turistice: costul scăzut al forței de muncă și al terenurilor, existența de resurse turistice cu valoare națională și regională, oferta turistică nu este suficient de diversificată și nu acoperă importante segmente de piață, promovarea la nivel național a unui sistem clar de calitate a serviciilor și clasificare a unităților de cazare a turiștilor, inițierea unui set de măsuri pentru dezvoltarea zonelor turistice naționale.

Evoluția Instituțiilor de coordonare a turismului în Republica Moldova

Se deosebesc trei perioade în gestionarea sectorului turismului:

a. Perioada în care statul avea rolul doar de "observator" al fenomenului turistic (1990-1994)

Timp de 4 ani două instituții și-au asumat atribuții generale de coordonare a sectorului turistic:

Departamentul de stat pentru turism al R.S.S. Moldova (1990-1992)

- crearea Asociației internaționale pentru turism și schimb în R.S.S. Moldova "Basarabia-Tur"
- formarea Asociației naționale pentru turism "Moldova-Tur"
- Reprezentanța DST la vama Leușeni
- Privatizări ale proprietăților publice
- Incertitudini refritor la proprietățile Moldovei în Ucraina și Rusia

Ministerului Tineretului, Sportului și Turismului (1992-1994)

- Subordinea Asociației naționale pentru turism "Moldova-Tur" MTST
- Licențierea întreprinderilor de turism
- Primele investigații statistice în turism (1992)
- Privatizări ale proprietăților publice

- Incertitudini refritor la proprietățile Moldovei în Ucraina și Rusia

b. Perioada în care statul a abandonat gestionarea sectorului turistic (1995-1999)

Una din direcțiile Ministerului Economiei gestiona datele despre evoluția sectorului turistic. În această perioadă s-a elaborat un concept e dezvoltare a sectorului pînă în 2005 și s-a pregătit proiectul primei legi a turismului. Remarcăm că, din momentul proclamării independenței Republicii Moldova și pînă la adoptarea legii turismului Nr. 798 din 11.02.2000, nu a existat nici un act legislativ de bază care să reglementeze domeniul turismului, ceea ce a determinat esențial starea de incertitudine instituțională, dar și funcțională în turism la toate nivelele.

- Poziția specială a ANT “MoldovaTur”
- Conceptul de dezvoltare a turismului (1998-2005, HG. 912 din 8.10.1997)
- Prima lege a turismului (nr. 798-XIV din 11.02.2000)

c. Perioada de consolidare instituțională a Autorității naționale de turism (2000-2011)

Autoritatea națională de turism a fost creată ca rezultat a necesităților de coordonare direct de către Guvern a sectorului tiristic, aplicare a standardelor de calitate în domeniu, dezvoltarea turismului intern și receptor.

Agentia națională de turism (2000-2001)

- Proiectul PNUD “Dezvoltarea durabilă a turismului în Moldova”
- Constituirea Fondului special pentru promovarea și dezvoltarea turismului (2001)
- Marcarea primelor trasee turistice
- Elaborarea web-ului și logo-ul turistic al RM

Departamentul Dezvoltarea Turismului (2001-2005)

- Elaborarea Strategiei dezvoltării durabile a turismului (2003-2015)
- Crearea Centrului național de instruire continuă în turism și normelor metodologice pentru calitatea personalului în turism
- Crearea Colegiului DDT
- Elaborarea sistemului național de clasificare în turism (unități de cazare și de alimentație)
- Inventarierea structurilor turistice de cazare
- Proiect de îmbunătățire a statisticii naționale de turism
- Reducerea inconsecventă a unor bariere pentru business-ul turistic (Ghilotina 1 și 2)
- Elaborarea în comun cu alte autorități a Programurilor naționale “Satul moldovenesc” și “Drumul vinului” (2004)

Ministerul Culturii și Turismului (2005-2009)

- Redactarea noii legi a turismului (352 – XVI din 24.11.2006)
- Delimitarea teoretică a atribuțiilor de politici publice și cele executive în domeniu
- Funcționarea Agenției de administrare a zonelor turistice naționale (2005-2009)
- Funcționarea Colegiului MCT și a Consiliului Consultativ în Turism
- Planul de dezvoltare instituțională
- Creare Comisie pentru impulsionează dezvoltării turismului în mediul rural
- Elaborarea traseelor turistice reprezentative
- Acțiuni de vizibilitate turistică consacrate evenimentelor “650 de ani ai Moldovei”

Agentia Turismului (2009-prezent)

- Restabilirea capacităților administrative a DDT
- Funcționarea Colegiului AT și a Consiliului Consultativ a AT

- Reactualizarea Strategiei de turism
- Funcționarea Grupului de lucru pentru actualizarea legislației de turism

1.2 Probleme și disfuncționalități în gestionarea sectorului turistic

Domeniu de intervenție

**Management
insuficient al
sectorului turismului
național**

Efecte, probleme, discrepanțe

- Republica Moldova dispune de unele avantaje comparative în plan regional, care pot impulsiona dezvoltarea industriei turistice - costul scăzut al forței de muncă și al terenurilor și existența de resurse turistice cu valoare națională și regională. Însă starea de entuziasm a autorităților pentru sectorul turistic nu este argumentată nici prin statistică (lipsa datelor despre fluxurile reale de călători prin țară, dispersia lor teritorială, gradul de vizitare a principalelor atracții turistice, orientarea investițiilor în anumite destinații prioritare, veniturile din turism în bugetele comunităților vizitate de turiști) și nici prin proiecte de avengură în implementarea strategiilor sectoriale, fapt care accentuează contrastul dintre așteptări și realitate.
- Autoritatea națională de turism nu a avut stabilitate instituțională (DST, MTST, ANT, DDT, MCT, AATZN, AT), situație care a afectat continuitatea acțiunilor de dezvoltare a sectorului, coerența politicilor publice în domeniu, aplicarea unor standard pentru ospitalitate în Republica Moldova.
- Coerența în documentele de dezvoltare a sectorului este fragmentară și influențată politic.
- Capacitate insuficientă ANT de administrare a domeniului: (i) organigrama nu reflectă clar relațiile între structurile AT, (ii) capacități tehnologice reduse (computere vechi, insuficiență soft specializat); (iii) capacități parțiale (cunoștințe, abilități) pentru managementului subdomeniilor turismului, (iv) monitorizarea insuficientă a evoluției sectorului și de intervenție pentru soluționarea problemelor din domeniu; (v) cooperarea scăzută cu instituțiile centrale și locale care au responsabilități de implementare a SDT, inclusiv cu specialiștii responsabili de turism din teritoriu.
- Capacitatea de administrare a domeniului turistic este afectată și de delegarea unor competențe altor APC și APL (gestionarea programelor de turism, inventarierea resurselor turistice, amenajarea teritoriului pentru necesitățile turismului, susținerea antreprenorilor din turism, etc), care nu au nici capacități manageriale speciale și nici acoperire financiară. Aceste prevederi se păstrează și în noua lege cu privire la organizarea și desfasurarea activității turistice (352 – XVI din 24.11.2006), în care responsabilitățile neacoperite cu resurse și capacități rămân pe seama APL, iar noua agenție guvernamentală trebuie să gestioneze terenurile, investițiile și regimul de exploatare a resurselor turistice cedate (!?) de comunitățile din destinațiile turistice naționale. Acest fapt poate afecta interesele comunităților locale, genera ingerințe din partea autorităților de stat în activitatea companiilor private, destabiliza piața imobiliară.

2. Cadrul legislativ și de reglementare pentru dezvoltarea turismului

2.1. Legislația Republicii Moldova în domeniul turismului

Progrese de etapă (2003-2010)

Cadrul general de reglementare favorizează dezvoltarea antreprenoriatului, inclusiv în turism. Republica Moldova are una dintre cele mai avansate legislații de turism din țările CSI, iar criteriile de clasificare a unităților de primire a turiștilor este euroconformă. La fel se încurajează investițiile în zonele turistice naționale.

Legislație turistică elaborată însă neaplicată

În linii mari legislația turistică crează cadrul corespunzător necesităților domeniului și stabilește principiile juridice, aspectele social-economice ale activității turistice, criteriile de menținere a calității în structurile de cazare și alimentare sau calificarea personalului. Odată cu obținerea statutului de membru cu drepturi depline în cadrul Organizației Mondiale a Turismului, legislația turistică națională a beneficiat inițial de un suport profesionist internațional.

De remarcat că din țările CSI, Republica Moldova are una dintre cele mai avansate legislații de turism. Astfel pe lângă cadrul general de reglementare a sectorului, sunt definite criterii clare pentru asigurarea calității bazei materiale a unităților de primire turistică, este aplicată clasificarea unităților de cazare conformă cerințelor UE, se reglementează accesul cadrelor calificate la piața muncii din sector, se asigură protecția vizitatorului prin aplicarea vaucherului turistic unic, etc. Însă aceasta nu este aplicată ferm și susținut (ex: ospitalitatea moldovenească nu este garantată pe deplin - nu toate unitățile de cazare sunt clasificate, iar personalul nu este pe deplin pregătit și brevetat/certificate).

Totodată sectorul turistic este unul excesiv reglementat prin mai instrumente uneori sufocante: licențiere în turism în condiții discriminatorii pentru agențiile mici, clasificarea selectivă a unităților de cazare, evidența vaucherelor nominale a călătorilor, acordarea brevetelor/certificatelor fiecărui angajat din agențiile de turism și structurile de turism, ținerea Registrului obiectelor turistice, verificarea anuală triplă (de organele fiscale, statistice și turistice) a tranzacțiilor comerciale. La aceste se mai adaugă obligații neacoperite cu competențe (administrative, de personal, financiare): reglementarea rutelor turistice, administrarea directă a zonelor turistice naționale.

Delegarea unor atribuții turistice fie altor autorități naționale (MAIA pentru gestionarea unicului program turistic "Drumul vinului"), fie secțiilor raionale de cultură, care nu au nici personal pregătit și nici metodologie clară de sporire a antreprenoriatului, nu este în măsură să impulsioneze turismul în teritoriu.

Acestea fără a fi contrabalansate cu instrumente reale și eficiente de susținere a antreprenoriatului turistic în special în pentru turismul intern și receptor, care se găsește timp de 8 ani în descreștere continuă.

Prevederi neclare pentru susținerea turismului și cadru regulator aplicat incert

Se reglementează activitatea doar a intermediarilor și hotelierilor

- Delimitarea pieței hotelierilor în 12 categorii noi la care se adaugă alte moștenite din perioada ex-RSSM (cămine vizitatori, str. intremare)
- Delimitarea discriminatorie a pieței intermediarilor în turoperatori și agenții de turism
- Confuzie în distribuirea obligațiilor intermediarilor
- Ne delimitarea intermediarilor în funcție de turism intern și internațional
- Restricționarea activității agențiilor de turism (lipsirea de dreptul de a contracta direct furnizorii primari de servicii, interzicerea de a elabora și vinde propriile produse turistice,

lipsirea de dreptul de a practica direct unele forme de turism (de afaceri/congrese, sportiv și cultural)).

- Obligațiuni sufocante pentru turoperatori (angajarea obligatorie a unui ghid în state, deservirea unui minim de turiști străini în țară).
- Confuzie în aplicarea regulilor diferite de clasificare a unităților de alimentație public (după Criteriile de clasificare pe stele gestionate de ANT sau Criteriile de gradare pe categorii gestionate de MEC).

Transferul de responsabilitate pe instituții nepregătite

- Obligatoritatea APL de a inventaria patrimoniul turistic și al valorifica
- Registrul patrimoniului turistic trebuie să fie ținut de APC (AT sau MC?)
- Avizarea documentației de urbanism în turism nu este făcută de ANT
- Acreditarea instituțiilor de pregătire a cadrelor pentru turism fără participarea ANT

Facilități neclare pentru investiții

- Listă generală de facilități la investiții
- Prevederi confuze de susținere a investițiilor de stat pentru zone turistice (infrastructura de acces) în lipsa unui concept de distribuție teritorială a acestora
- Obligatoritatea transferului gratis de active (terenuri, imobile, dotări) de la APL la APC
- Statutul incert al rezidentului care investește în ZT

Confuzie în delimitarea și gestionarea zonelor turistice

- Lipsa unui concept de dezvoltare a ZT și distribuție teritorială a acestora
- Confuzie în delimitarea ZT și stațiunilor turistice
- Lipsa de ierarhizare a locațiilor de turism (naționale, regionale, locale, popasuri)
- Statutul neclar al Administrației ZT
- Restricționarea în ZT a unor operațiuni/activități uzuale în turism (ex: subarenda)
- Ignorarea stațiunilor turistice locale

Restricționare declarativă a accesului neautorizat la atracțiile turistice

- Obligațiuni clare pentru protecția naturii și patrimoniului, dar nerespectate și fără consecințe pentru răuintenționați.
- Preocupare exclusivă pentru conservare, dar nu și pentru dezvoltare ne-degradantă a resurselor în scopuri economice/turistice
- Declararea unor scopuri largi de dezvoltare a turismului, dar fără specificarea măsurilor concrete
- Interdicție confuză de pentru turism și odihnă neautorizată
- Interdicții sterile (parcarea auto, campare, aprinderi de ruguri) pentru un fond de resurse abandonate și nemonitorizate.

Redistribuirea forței de muncă contrar regulilor pieței libere

- Obligațiunea de a angaja doar personal brevetat/certificat, în situația când pentru anumite subdomenii în general personal nu se pregătește
- Angajare în câmpul muncii pe criterii ierarhice (criteriile A, B, C, D sau combinații AB, CD) și nu în funcție de specializare (turism intern, receptor, emițător) pentru care să se poată aplica facilități
- Angajarea obligatorie în state a ghidului, nu insoțitor sau manager vizitatori.

Efectele incerte ale "Ghilotinei" pentru turism

Ghilotina 1 (2004-2006)

- Prevederi generale aplicate față de antreprenori din toate ramurile

- S-a exclus patenta pentru cazarea persoanelor în locuințe individuale (2.34-2.36), astfel creindu-se vid în derularea activităților în agropensiuni
- S-a exclus patenta pentru activitatea de turism pe teritoriul R.Moldova, astfel micșorînd posibilitatea ghizilor de turism de a practica meseria pe cont propriu fără a fi angajați de turoperatori.

Ghilotina 2 (2007-2009)

- S-a exclus brevetul de turism, substituit prin certificat
- Lichidat Fondul special pentru promovarea și dezvoltarea turismului (2009)
- Modificări la utilizarea voucherului turistic
- Modificarea condițiilor de licențiere activitate de turism
- Modificate procedurile de clasificare a unităților de primire a turiștilor
- Modificare în domeniul perfecționării cadrelor

Ghilotina 2+ (2009-2011)

- Acțiuni de actualizare a Strategiei de dezvoltare a turismului
- Acțiuni pentru noua redacție a Legii nr.352-XVI din 24 noiembrie 2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova
- Programul de Dezvoltare Strategică al Agenției Turismului

2.2. Elaborare și implementare documente de politici pentru turism

Progrese de etapă (2003-2010)

Turismul moldovenesc are o acoperire bună cu instrumente normative. Acestea au devenit mai clare odată cu actualizarea actelor normative.

Acoperire bună cu instrumente normative-legale de reglementare a sectorului, dar neaplicate

- Legislația turistică elaborată nu este aplicată, chiar dacă dintre țările CSI, în Republica Moldova e cea mai avansată.
- Prevederile de dezvoltare a turismului intern și receptor sunt ineficiente și nu se găsesc în documentele de politici publice la nivel de proiecte concrete și bugete dedicate.
- Prevederile de reglementare a statutului turoperatorilor și agențiilor de turism sunt discriminatorii pentru agențiile mici, lasă loc pentru interpretarea liberă a produselor comercializate pe piață (pachete turistice).
- Statut incert pentru multe unități de cazare care nu sunt monitorizate și nu accept sistemul național de clasificare.
- Clasificarea pe stele nu este aplicată din 2003 la unitățile de alimentație publică.
- Nu este aplicat în totalitate Registrul turismului.
- Zonele turistice sunt confundate cu stațiunile și locațiile de turism, sunt ignorate stațiunile ne-naționale, iar activitatea antreprenorilor aici este excesiv reglementată în lipsa unor facilități substanțiale. Crearea acestora este admisă doar prin transmiterea gratis de active către APC, iar gestionarea lor este pusă pe seama unor structuri fără un cadru de reglementare (Administrația zonei turistice) dar obligator create prin lege organică.
- Comasarea mecanică a funcțiilor de stațiune turistică cu cea de zonă economică liberă nu a dat nici un efect practic la implementare.
- Legea ocolțește regimul de funcționare a altor locații turistice (stațiuni locale, punctele turistice).
- Există un spectru restrâns de facilități: fiscale (scutirea de unele impozite a rezidenților), asumarea obligației de a crea infrastructura de acces și аренда de lungă durată a terenurilor doar în zonele turistice naționale și doar companiilor mari, care sunt obligate să prezinte un

set de documente de fezabilitate scumpe (Plan urbanistic zonal, studiu de fezabilitate tehnică și economică, proiectul construcțiilor ș.a.).

- Delegarea unor atribuții turistice secțiilor raionale de cultură, care nu au nici personal pregătit și nici metodologie clară de sporire a antreprenoriatului, nu este în măsură să impulsioneze turismul în teritoriu, inclusiv în zonele consacrate (Hârjauca, Cahul, Soroca).

2.3 Promovarea investițiilor

Progrese de etapă (2003-2010)

Turismul moldovenesc devine un sector interesant pentru investiții datorită simplificării cadrului regulator în Republica Moldova, politicilor publice de favorizare a industriilor exportatoare de servicii, focusării pe sporirea avantajelor competitive a țării, susținerea proiectelor de vizibilitate pozitivă a țării pe piețele țintă. Donatorii importanți pentru Moldova susțin proiecte de amploare pentru reabilitarea infrastructurii generale rutiere și de acces la servicii calitative.

Cifra de afaceri în sectorul turistic este în creștere și a depășit 2367,6 mln lei în 2010. Investițiile sunt în creștere și au constituit în 2010 în hotelărie 6%, iar la intermediari – 2,2% din cifra de afaceri, sau peste jumătate din valoarea profiturilor. Astfel în ciuda crizei economice și stagnării în sector, antreprenorii investesc susținut în dezvoltarea afacerilor.

Oportunități investiționale în Moldova

Republica Moldova are un climat relativ atractiv pentru investiții:

- Este o democrație parlamentară stabilă
- Dispune de un cadru juridic solid, care este favorabil dezvoltării întreprinderilor private
- Guvernul se angajează să sporească investițiile străine și privatizări
- Are 0% la impozitul corporativ
- Are forță de muncă bine educată și multilingvă
- Firme din 86 de țări au investit în Republica Moldova
- Este o țară de frontieră a Uniunii Europene cu Preferințele Comerciale Autonome care acoperă 12000 de produse
- Se află la intersecția de rute comerciale care conectează Europa de Vest și Comunitatea Statelor Independente (CSI), cu care are acorduri de liber schimb

Moldova a devenit membră a Organizației Mondiale a Comerțului în 2001. Este, de asemenea, un membru în:

- Comunitatea Statelor Independente (CSI),
- Consiliul Europei;
- Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare;
- Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare;
- Fondul Monetar Internațional;
- Asociația Internațională pentru Dezvoltare,
- Corporația Internațională Financiară;
- Pactul de Stabilitate pentru Europa de Sud-Est;
- Acordul Central European de liber schimb;
- Inițiativa Central-Europeană.

Moldova are câteva oportunități de a investi:

- Zone economice libere și parcuri industriale
- Parteneriate public private
- Taxa pe valoare adăugată (4 rate de TVA: 20%, 8%, 6% și 0%; Numai entitățile de TVA înregistrate au dreptul să deducă și să ramburseze TVA-ul)

- Forța de muncă (valoarea salariului minim se aplică pentru întreaga țară, indiferent de industrie, zona economică, forma juridică de organizare, etc. Incepand cu anul 2009, salariul minim pentru angajatii non-guvernamentali este MDL 1100 (€ 68) pe lună.)
- Investiții străine directe din peste 80 țări.

Din septembrie 2009, Banca Europeană de Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a avut un total de 56 de proiecte cu valoarea totală de 551 milioane de euro ce se implementează în Republica Moldova. În 2008, BERD a sprijinit și finanțat construcția unui mall pentru prima dată în Moldova. Ca urmare a recesiunii economice mondiale și scăderea activității de creditare, BERD a alocat 20 milioane de euro pentru Agroindbank, pentru activitatea de creditare în sprijinul întreprinderilor mici și mijlocii. În plus, proiectele de investiții au fost întreprinse în reconstrucția Aeroportului Internațional Chișinău. BERD a acordat un împrumut de 26 milioane de euro față de acest proiect și Banca Europeană de Investiții a oferit o suplimentare de 20 milioane de euro. Această investiție reprezintă o continuare a finanțării în răspuns la rambursarea cu succes a împrumutului BERD acordată pentru prima dată în Moldova în 1998 și este destinat să amelioreze în continuare terminalul aeroportului, precum și creșterea competitivității transport aerian în Republica Moldova.

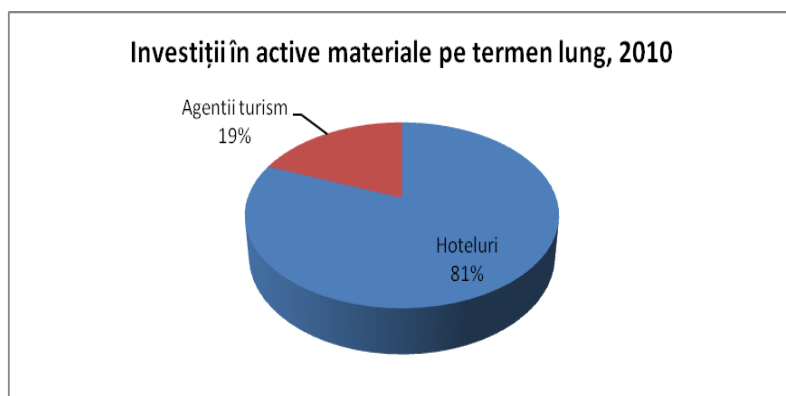
Problemele în domeniul investițiilor pentru turismul moldovenesc

- În ultimul timp autoritățile publice au fost animate de mai multe idei investiționale relevante turismului: „Orașul vinului”, privatizarea Companiei de stat „Moldova-Tur”, crearea zonei turistice naționale la Holercani, Edificarea „Satului Moldovenesc” la Centrul „Buciumul”, edificarea Stadionului olimpic cu infrastructură de găzduire a campionatelor internaționale și a unui număr mare de suporteri și sportivi... Aceste proiecte fie sunt conservate, fie se găsesc la diferite stadii de realizare, pentru unele sectorul privat având un interes sporit.
- Totodată, autoritățile au abandonat mai multe proiecte susținute cu mult elan în trecut, ca de exemplu: „Muzeul satului”, Parcul de distracții „Trei iezi”, etc.
- Numărul limitat de proiecte investiționale în turism denotă lipsa de capacități în administrarea coerentă și transparentă a unui portofoliu de investiții strategice pentru domeniul, care are menirea să dinamizeze economia locală din destinațiile turistice de interes național.
- Chiar dacă unele companii turistice moldovene au investit în locații turistice amplasate în Chișinău, Vadul lui Vodă, Vatra, Glodeni, Rezina, Orhei ș.a., acestea nu au format o cerere consistentă de terenuri și imobile pentru localizarea investițiilor. Mai degrabă aceste inițiative sunt sporadice. Or, peste 500 de locații turistice, care în perioada ex-sovietică erau amenajate cu tabere estivale pentru copii, rămân în mare parte abandonate, iar baza lor materială degradează și se devalorizează în ritmuri rapide.

Starea investițiilor în sectorul turistic

Cifra de afaceri în sectorul turistic depășește 2367,6 mln lei (în creștere cu cca. 20% față de anul precedent). Vânzările înregistrate de hoteluri înregistrează 61% din această cifră, iar agențiilor de turism le revine 39%. Activitatea agențiilor economici cu genul principal de activitate conform CAEM, ediția 2005 H55 "Hoteluri și restaurante" și I633 "Activități ale agențiilor de voiaj și ghizilor" prezintă o pondere a profiturilor de

8-9% în hotelărie și 3-5% la intermediari. Investițiile în active materiale pe termen lung au



constituit în hotelărie 6%, iar la intermediari – 2,2% din cifra de afaceri, sau peste jumătate din valoarea profiturilor. Marea majoritate a cheltuielilor investiționale sunt pentru construcții-montaj. Astfel în ciuda crizei economice și stăgnării în sector, antreprenorii investesc susținut în dezvoltarea afacerilor.

Tabel1 : Principalii indicatori de investiții în turism, 2010, mii lei

	Hotele	Ag. turism	Total	2010/09, %
Cifra de afaceri	1450150	917447	2367597	119,78
Consumuri și cheltuieli operaționale-total	1337780	897097	2234877	121,44
din care:impozite și taxe incluse în cheltuieli	17958	2782	20740	142,68
Investiții în active materiale pe termen lung(investiții noi)-total	86906	20277	107183	124,83
din care: lucrări de construcții-montaj, clădiri noi	45285	14371	59656	128,57
mijloace de transport	4753	2926	7679	77,66
terenuri	3053	628	3681	488,20

Constrângeri pentru investiții în turismul moldovenesc

- Fenomenul sezonier (estival) al exploatării capacităților de cazare existente și infrastructura conexă nesatisfăcătoare reduce atractivitatea investițională a locațiilor turistice.
- Agențiile de turism naționale (principalii formatori și animatori ai fluxurilor de turiști) au un stereotip negativ în societatea moldovenească, inclusiv în calitate de parteneri pentru investitorii strategici.

2.4 Colaborarea internațională

Progrese de etapă (2003-2010)

În ultimii 8 ani Moldova a depus eforturi susținute pentru participarea în cadrul unor parteneriate reprezentative pentru turism. ANT reprezintă țara în 3 Acorduri multilaterale de turism precum și gestionează 22 acorduri bilaterale în domeniul turismului semnate cu țări generatoare de vizitatori. În ultimii 8 ani au fost încheiate 14 acorduri bilaterale, cu alte 46 țări se poartă negocieri pentru acorduri de turism. ANT au promovat cca. 40 propuneri de proiecte în domeniul turismului, în prezent participă la implementarea a 4 proiecte. ANT promovează o participare permanentă la târgurile de turism din România, Rusia, Marea Britanie și Germania.

Colaborare cu organismele internaționale din turism

În prezent Republica Moldova cunoaște un nou val de activizare în plan internațional. Acest fapt încurajează autoritatea națională de turism pentru o mai bună cooperare în cadrul acordurilor multilaterale, în special:

1. Organizația Mondială a Turismului (UNWTO)
2. Comisia interguvernamentală de turism a CSI
3. GUAM

În acest sens reactualizarea proiectelor și angajamentelor anterioare, precum și promovarea noilor inițiative este salutară.

Tabel 2: Evoluția acțiunilor în cadrul Acordurilor multilateral relevante turismului

Entitatea	Intruniri/Acțiuni	Intenții de cooperare pe domenii											
		generale	Susținere Iaristică	resurselor umane	infrastructură	dezvoltare destinatii	trasee comune	strategii	Tehnologii info	Forumuri tematice	Promovare patrimoni	Cofinanțare proiecte	Promovare turism
Comisia Dunăreană de Turism	1. 15-16 oct 2008, Bratislava 2. Sedinta GL "Planificarea spatiaa a zonei tarilor din bazinul dunarean " mai 2010	+						+					
Organizația Mondială a Turismului	1. „UNWTO Ministers’s Summit” IV, Londra; 2. Global Tourism Forum 06-07.03.2011 3. OMT, Madrid, 27.04.2011.	+	+								+		+
ODDE GUAM	1. Reuniunea 7, 21.01.2011, Ucraina 2. Ședința 8, Tokio, 24.02.2011 3. Ședința 9, 13-15.04.2011 Tbilisi, Georgia; 4. Reuniunea 10-a, 05.07.2011; 5. Stagiul în Japonia - Studiu GUAM 2009; 6. Plan acțiuni, Baku, 24-25.07.2010 7. Stagiul în Japonia Studiu GUAM 2010; 8. Stagiul în Japonia 2011. 9. 2 info tururi, 18-29.07.2011; 10. JATA; 26.09.2010 Tokyo, 11. WTF 2010	+	+					+					+
Comunitatea Statelor Independente	1. Reuniunea Șefilor de Guvern, 21 mai 2010; 2. Sedinta Grupului CSI, 14.03.2011; 3. Turism cultural, 14-15.12.2010; 4. Turism Cultural 14.03.2011	+		+				+	+				+
Organizația Cooperării Economice la Marea Neagră	1. Ședința OCEMN în RM, 10.10.2005; 2. IV conferința internațională "Dezvoltarea turismului in regiunea Marii Negre", Gelsenjik, Rusia 2008;	+									+		+

	3. Ședința grupului de lucru a statelor membre OCEMN la nivel de conducători, Atena –15.11.2010,;												
Inițiativa Central Europeana	1. 2008 RM execută președinția ICE; 2. Reuniunea de nivel înalt în domeniul turismului în RM “Turismul și dezvoltarea regională: noi direcții, schimbări și oportunități” 10.10.2008;	+								+			+
ONU	1. Seminar Internațional privind statistica turismului, Chișinău, din 21-24 iunie 2010	+								+			+

Totuși puține inițiative promovate de ANT sunt materializate în proiecte concrete. Un asemenea proiect de amploare este promovat din 2009 în comun cu alte țări GUAM pentru elaborarea traseelor/produselor turistice transfrontaliere și promovarea acestora pe piața niponă. Astfel Republica Moldova este activă în cadrul segmentului: „Moldova-Ucraina pentru niponi”

Colaborare bilaterală în turism

În prezent acorduri bilaterale în domeniul turismului inițiate sau semnate sunt cu 68 de țări. Aceste țări cu care RM cooperează sau intenționează să reglementeze acțiunile comune în turism acoperă jumătate din țările de unde ajung turiștii din Moldova sau reprezintă țări generatoare pentru mai mult de 90% de turiștii străini care ajung în țara noastră.

Perioada ex-URSS

Ca parte succesorul de drept a RSSM, în prezent ANT aplică prevederile a 2 acorduri de cooperare în turism cu o vechime de peste 35 ani.

- Acordul încheiat între Guvernul Republicii Socialiste Cehoslovacia și Guvernul URSS privind colaborarea în domeniul turismului 08.05.1972
- Acordul încheiat între Guvernul Republicii Belgia și Guvernul URSS privind colaborarea în domeniul turismului din 25.06.1975

Aceste Acorduri moștenite necesită a fi reînnoite și actualizate în conformitate cu practicile contemporane și realitățile din relațiile bilaterale recente.

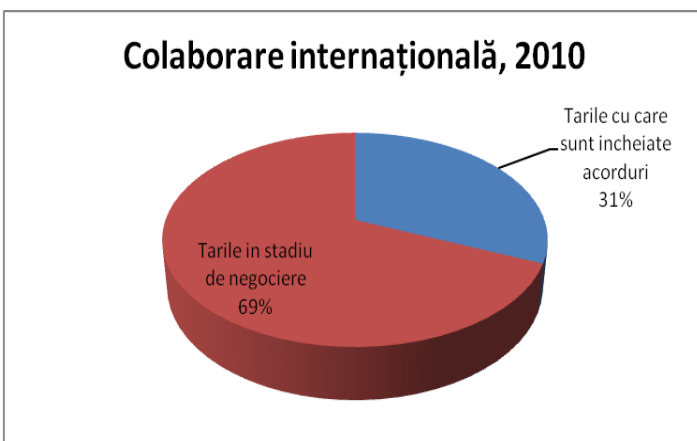
Perioada 1990-1999

Acorduri privind colaborarea în domeniul turismului încheiate între Guvernul Republicii Moldova și Guvernele a 5 țări (a Republicii Turcia - 23.06.1993, Republicii Uzbekistan - 21.11.1995, Republicii Bulgaria - 17.04.1996, Republicii Kirgîzstan - 10.06.1996, Republicii Ungare -27.10.1997).

Acestea sunt primele acorduri speciale în domeniul turismului și reprezintă interesul deosebit pe care îl are Moldova în 3 țări, în care activ merg moldovenii (Turcia, Bulgaria, Ungaria). Totuși trebuie de remarcat că balanța turistică este disproporționată în favoarea acestor țări.

Perioada 2000-2011

Alte acorduri, pe o platformă clară de cooperare au fost încheiate după instituționalizarea Agenției Naționale de turism în 2000. Acorduri privind colaborarea în domeniul turismului au fost încheiate între Guvernul Republicii Moldova și Guvernele a 14 țări (a Republicii Letonia - 06.11.2003, Republicii Azerbaidjan -



06.05.2004, Republicii Albania - 11.06.2004, Republicii Belarus - 06.2004, Statului Israel - 29.11.2004, Republicii Slovacia - 21.12.2004, României - 16.11.2005, Ucrainei - 09.02.2006, Republicii Elene - 18.10.2006, Republicii Croația - 21.10.2006, Republicii Italiene - 07.12.2006, Federației Ruse - 19.03.2007, Republicii Cipru - 13.09.2007, Republicii Portugheză - 11.02.2009). Totodată trebuie să remarcăm întârzierea promovării unor acorduri bilaterale cu unele țări – importante piețe generatoare de turiști pentru Moldova: Romania, Rusia, Ucraina, Bielorusia. La fel este de remarcat lipsa în lista țărilor cu un cadru bilateral de cooperare în turism a unor țări de TOP pentru turismul moldovenesc cum ar fi Germania, Marea Britanie și SUA.

Colaborare internațională bilaterală tinde să acopere jumătate din țările generatoare de turiști

În prezent sunt semnate 22 Acorduri de cooperare în turism, inclusiv 2 în vigoare din perioada ex-URSS (Cehia, Belgia). Cu alte 46 țări se poartă negocieri pentru acorduri de turism.

Moldova își promovează inconsistent propriile proiecte

În raporturile bilaterale în domeniul turismului Republica Moldova formulează un număr de inițiative, dar care au un grad extrem de redus la nivelul proiectelor de turism implementate.

Tabel 3: Intenții și proiecte comune de cooperare bilaterală

Țara	Data semnării Acordului	Proiecte comune	Intenții de cooperare pe domenii												
			generale	investiții	Calitate resurselor umane	infrastructură	dezvoltare destinații	trasee comune	strategii	Tehnologii info	Forumuri tematice	Promovare patrimoniu	Cofinanțare proiecte	Centre info turism	
Azerbaidjan	06.05.2004	Partener proiect GUAM	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Letonia	06.11.2003		+	+	+	+									
România	16.11.2005	PNUD România /Fundatia ADEPT	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Federația Rusă	19.03.2007		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Belarus	06.04.2004		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Cehia	08.05.1972, cu URSS	Demers nr.404 din 20.10.2011	+	+	+	+			+				+		+
Ungaria	27.10.1997		+	+	+	+	+						+		
Cipru	13.09.2007	Demers nr. 259 din 14.07.2011	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Republica Elena	18.10.2006		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
Polonia		14 aprilie 2011, Protocol semnat pt cooperare econ. Program de instruire 2008	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lituania		Concept proiecte 26.08.2011	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Turcia	23.06.1993		+	+	+	+							+		
Croatia	21.10.2006	Demers nr.415 din 26.10.2011	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Estonia		Concept proiecte 26.08.2011	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Japonia		Proiect GUAM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ucraina	09.02.2006		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Belgia	25.06.1975		+	+	+	+							+		
Portugalia	11.02.2009		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Analiza diagnostic a sectorului turistic din R.Moldova pentru anii 2003-2010

			<ul style="list-style-type: none"> • Grup de lucru statelor Membre CSI, 14.03.2010;
Belarus	06.04.2004	1. "Отдых", Minsk	<ul style="list-style-type: none"> • Ședința XIII, 12-14.10.2011
Cehia	08.05.1972, cu URSS		<ul style="list-style-type: none"> • Ședința II din 02.2010 • Inițiat negocieri Acord turism
Ungaria	27.10.1997		<ul style="list-style-type: none"> • inițierea completarea Acordului de turism
Cipru	13.09.2007		<ul style="list-style-type: none"> • Intrevedere, 23.06.2011
China		<ol style="list-style-type: none"> 1. „Shanghai-2010” 9-13.09.2010; 2. “JATA- 2011”- 28.07.2011 	<ul style="list-style-type: none"> •
Georgia	2011		<ul style="list-style-type: none"> • Intrevedere, 14.02.2011
Republica Elena	18.10.2006	1. “Thiloxenia” 2006-2009, or. Thesaloniki;	<ul style="list-style-type: none"> • Forul Cooperarii Asociatiilor Ag. de Turism ale Statelor member OCEMN , 23-24. 2008, Athena;
Polonia		<ol style="list-style-type: none"> 1. “Agrotravel” 2010-11; 2. 17-20.06.2010, ”Saptamina vinului mildovenesc la Varsovia; 	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001 • Seminar Moldova Prezinta, 2004; • Seminar 2009; • Sedinta II interguvernamentala din 05.04.2011;
Marea Britanie		1. WTM-2006-2011	<ul style="list-style-type: none"> •
Germania		1. ITB 2007-11	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001 • Seminar Moldova Prezinta-2004;
Olanda		1. Vakantiebeurs” -2005 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001
Turcia	23.06.1993	<ol style="list-style-type: none"> 1. EMITT-2008; 2. “International Tourism Week-2012”; 	<ul style="list-style-type: none"> •
Finlanda			<ul style="list-style-type: none"> • Vizita delegației finlandeze la Chișinău
Egipt			<ul style="list-style-type: none"> • Cursuri de instruire organizat de Fondul Egiptean pentru cooperare tehnica , 2008, Kairo
Japonia			<ul style="list-style-type: none"> • Stagiul de studiu-2009; • Stagiul de studiu-2010; • Stagiul de studiu-2011;
Suedia		1. EXPO Travel Show, Stockholm; 2007-2008,	<ul style="list-style-type: none"> •
Danemarca		1. „Ferie-2004”	<ul style="list-style-type: none"> •
Spania		1. „Fiera de Madrid” 2004;	<ul style="list-style-type: none"> •
Ucraina	09.02.2006	1. „UIRR-2005”	<ul style="list-style-type: none"> •
Belgia	25.06.1975		<ul style="list-style-type: none"> • Seminar “Moldova Prezintă”-2004;
Portugalia	11.02.2009		<ul style="list-style-type: none"> • Seminar Activitatea structurii hoteliere-2010;
Bulgaria	17.04.1996	1. Expoziție Turism-2009;	<ul style="list-style-type: none"> •

Oportunitățile de promovare prin aplicarea Acordurilor bilaterale

Din acordurile bilaterale cu țări UE (România, Bulgaria) sau asociate UE (Turcia), RM nu valorifică o serie de oportunități, care rezultă direct din prevederile acestora:

Crearea condițiilor necesare ce ar favoriza încheierea și realizarea contractelor de colaborare:

- dezvoltarea sferei de prestare a serviciilor turistice, inclusiv a serviciilor de transport
- crearea infrastructurii hoteliere moderne
- proiectarea, construcția unor obiecte turistice noi, reconstrucția celor existente

Susținerea colaborării bilaterale în turism prin:

- dezvoltarea cooperării între firmele turistice;
- crearea întreprinderilor mixte cu obiect de activitate în domeniul turismului;
- schimbul de specialiști, grupe și delegații de experți în domeniul turismului;
- organizarea expozițiilor comune, congreselor, simpoziunilor, conferințelor de presă, meselor rotunde, seminarelor;
- realizarea programelor muzical-artistice comune;

- acordarea serviciilor de consulting în domeniul serviciilor hoteliere și de restaurante,
- instruirea cadrelor ce activează în acest domeniu etc.

Crearea grupurilor de lucru mixte interdepartamentale pentru:

- examinare a problemelor legate de realizarea acordurilor bilaterale;
- propunere a soluțiilor menite să contribuie la creșterea schimbului de turiști;
- indicare a posibilităților suplimentare de lărgire a colaborării în domeniul turismului;
- examinare a problemelor apărute și elaborare a recomandărilor în activitatea turistică

2.5 Probleme și disfuncționalități ale cadrului legislativ și de reglementare a sectorului

Domenii de intervenție

Efecte, probleme, discrepanțe

Legislația turistică elaborată nu e aplicată

- Se reglementează doar activitatea intermediarilor și a hotelierilor
- Transferul de responsabilitate pe instituții nepregătite
- Este insuficientă armonizarea legislației turistice cu alte prevederi legale în domenii conexe

Prevederi confuze pentru susținerea turismului și cadru regulator aplicat incert

- Acoperire bună cu documente normative de reglementare a sectorului, dar nu sunt pe deplin aplicate
- Împărțirea inechitabilă a intermediarilor cu favorizarea turoperatorilor
- Prevederi care reprimă dezvoltarea turismului intern
- Efectele contradictorii pentru turism ale "Ghilotinei", în special pentru agroturism și turism intern
- Reglementări suplimentare derivate din legislația internațională sau din considerente strict interne
- Proceduri deturnate pe direcții neînțelese pentru raportarea intermediarilor (vaucherul turistic, angajamente suplimentare)
- Restricționare declarativă a accesului neautorizat la atracțiile turistice în mare parte abandonate
- Redistribuirea forței de muncă contrar regulilor pieței libere
- Confuzie în delimitarea și gestionarea zonelor turistice
- Facilități neclare pentru investiții în turism
- Constrângeri pentru investiții în turismul moldovenesc
- Insuficiența facilităților fiscale pentru agenții care investesc în restaurarea și valorificarea monumentelor.

Activitatea investițională nu este susținută pentru turism

- Redistribuirea forței de muncă contrar regulilor pieței libere
- Confuzie în delimitarea și gestionarea zonelor turistice
- Facilități neclare pentru investiții în turism
- Constrângeri pentru investiții în turismul moldovenesc
- Insuficiența facilităților fiscale pentru agenții care investesc în restaurarea și valorificarea monumentelor.

Colaborare internațională: Moldova își promovează inconsistentele propriile proiecte în turism

- Oportunități ratate de promovare a turismului moldovenesc prin aplicarea Acordurilor bilaterale
- Lipsa de progres în armonizarea legislației turistice cu legislația UE în domeniu
- Participare modestă la acțiunile externe de turism.

3. Evoluția performanțelor domeniilor specifice turismului

Progrese de etapă (2003-2010)

Turismul este un sector complex care asigură ospitalitate comercială vizitatorilor țării, valorifică economic non-degradant patrimoniul atractiv important, diversifică economia locală, asigură servicii de recreație populației și vizitatorilor. Turiștii moldoveni asigură într-o măsură tot mai mare dezvoltarea sectorului, iar necesitățile acestora sunt tot mai solicitante din punct de vedere calitativ. Moldovenii reprezintă segmente importante pe piața turistică a unor țări din regiune.

Industria turistică dezorganizată

- Turismul național în cadrul fluxurilor turistice internaționale (euro-regionale) este considerat unul dezorganizat și cu o creștere nesemnificativă a performanțelor la nivel de industrie (3-7% anual).
- Sistemul național de monitorizare a fluxurilor turistice nu permite urmărirea orientării turiștilor spre anumite destinații naționale distincte, dar nici orientarea investițiilor private spre sectorul turistic în teritoriu.
- Dinamica principalilor indicatori turistici din Republica Moldova (numărul de turiști, numărul de excursioniști, numărul de zile-turist, volumul incasărilor în lei, proveniența turiștilor pe țări, motivația călătoriei, mijlocul de transport utilizat, numărul scriptic de angajați) arată o fluctuație influențată puternic de sezonalitate și de conjunctura de pe piața turistică regională.
- La nivelul agențiilor de turism performanțele industriei pentru ultima perioadă denotă o creștere nesemnificativă dar constantă a numărului general de turiști, creșterea numărului de vânzări pentru cetățenii moldoveni pe destinații internaționale, majoritatea spre țările UE sau asociate UE, restrângerea ariei de călătorii a moldovenilor în cadrul CSI, care se rezumă preponderent la destinațiile din Ucraina.
- Turismul intern este practicat de un număr tot mai redus de agenții, moldovenii călătoresc organizat tot mai puțin pe teritoriul național, în chida faptului că la destinație este cel mai frecvent client al unităților de cazare și are un ritm sporit de cheltuieli per sejur în țară.
- Totodată țara rămâne a fi una neatractivă pentru turistul străin de masă, iar cei care vin stau în RM 2-3 zile. Acest fapt a dus la abandonarea ofertelor de turism receptor a multor agenții turistice autohtone.
- Majoritatea unităților de cazare sunt adaptate consumului turistic estival, iar numărul covârșitor din cazările persoanelor străine se înregistrează în orașul Chișinău, provinciei revenindu-i doar cca. 10%. Aceasta, în chida faptului că sectorul hotelier a restabilit numărul de cazări la nivelul anului 1998 după un declin major, a introdus pe piață un nou fond de cazare.
- Un număr important de unități de cazare nu fac parte din sistemul național de calitate ne fiind clasificate.
- Sectorul rămâne a fi unul neatractiv pentru investiții majore, în mod special datorită impedimentelor proprii ramurii turistice: necesitatea investițiilor mari în infrastructura generală și turistică, fluxul mic de călători, activitate dependentă de sezonalitate, gradul mare de degradare a resurselor turistice, lipsa stațiunilor turistice atractive pentru investiții.
- Sistemul de pregătire și perfecționare a cadrelor pentru industria turismului nu reflectă necesitățile de pe piața muncii și nu asigură cadre competente atât pentru meseriile de bază cât și pentru managementul unităților de ospitalitate în Republica Moldova.

Fluxuri turistice dezechilibrate

- În ultimii 8 ani, în ciuda declarației obiectivului de susținere a turismului intern, moldovenii sunt deserviți tot mai puțin de companiile turistice pe teritoriul național, chiar dacă cheltuielile acestora sunt în creștere.
- Turismul organizat emițător depășește de 4-5 ori turismul receptor, iar moldovenii cheltuie mai mult în străinătate decât străinii în țară.
- Pentru călătorii în străinătate (în special țările UE) a turiștilor moldoveni sunt instituite o serie de obstacole (sistem de vize descurajant, necesitatea unor garanții, călătoria copiilor cu propriul pașaport), în ciuda faptului că moldovenii reprezintă segmente importante pe piața turistică a unor țări din regiune.
- Dezechilibrul teritorial al ofertei turistice naționale nu este diminuat prin deservirea echilibrată fluxurilor de călători care intră relativ uniform pe teritoriul național.
- Calitatea serviciilor de ospitalitate moldovenească este monitorizată pentru un număr limitat de antreprenori.

Stațiunile turistice sunt subdezvoltate

- Republica Moldova nu are un sistem funcțional și echilibrat teritorial de stațiuni turistice.
- Locațiile turistice și de odihnă din Republicii Moldova în mare parte au capacități de primire degradate (cu excepția unor hoteluri orășenești restabilite) și înregistrează un număr mic de vizitatori, iar drept consecință au un impact nesemnificativ asupra economiei locale.
- Activitatea locațiilor turistice locale nu este monitorizată, iar baza materială a acestora se degradează.
- Lipsa unei oferte diversificate și bine promovate în teritoriul țării constituie cea mai importantă barieră în calea turiștilor locali și străini prin țară.

3.1. Prestatori de servicii turistice

3.1.1. Tur-operatori și agenții de turism

Progrese de etapă (2003-2010)

Intermediarii de turism din Moldova sunt cei mai mari consolidatori organizați ai fluxurilor de turiști și excursioniști pe traseele naționale și regionale. Activitatea lor este vizibilă prin sporirea continuă a mobilității moldovenilor prin regiune. Numărul companiilor de turism este în creștere, care asigură încasări dinamice pozitive din turismul organizat de ieșire.

Incasările din deservirea turiștilor cu motivație afaceri au o dinamică generală pozitivă, însă sunt expuse mai puternic factorilor externi. Turismul de agrement pentru străini în Moldova a avut la fel o dinamică pozitivă încrezută cu o creștere ușoară de cca. 8,6% anual.

În perioada 2003-2010 moldovenii au cheltuit în străinătate tot mai mult (în medie cu cca. 45% creștere anuală decât anul precedent). În Moldova sumele zilnice a moldovenilor cheltuite prin agenții au crescut anual cu 38,5%. Astfel turistul moldovean este cel mai important client a agențiilor naționale de turism.

Turismul este perceput doar ca domeniu de activitate pentru un segment îngust de întreprinzători

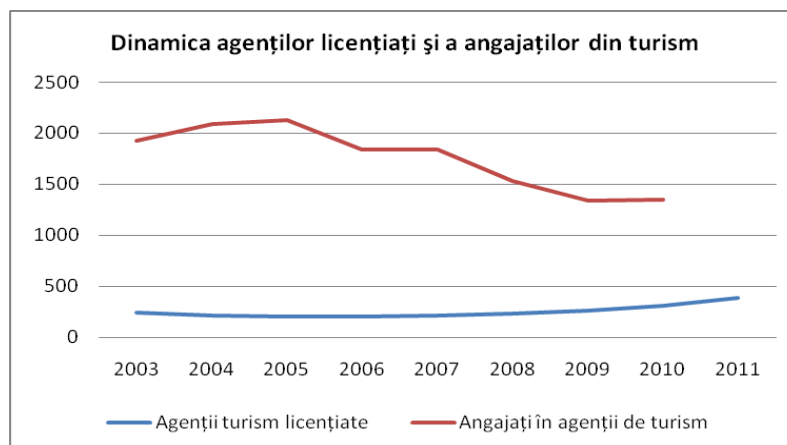
Activitatea de turism în Moldova este licențiată începând cu anul 1993. Sistemul de licențiere este aplicat intermediarilor pe piața turistică: agenții de turism și turoperatorii. Datorită fluxurilor masive de călători în primii ani de independență, pe piață au fost prezente în perioada de pînă la 2000 peste o mie de agenții de turism. Numărul acestora era fluctuant, iar multe agenții erau bănuite de export de forță de muncă în exterior. Odată cu crearea autorității naționale de turism, numărul acestor agenți economici s-a stabilizat la nivelul de cca. 200 agenți licențiați în turism. Iar introducerea contractului unic și a vaucherului turistic, relația dintre agenții economici și turiști s-au reglementat, și fluxurile turistice au devenit pasibile de o monitorizare mai atentă din partea autorităților.

La momentul implementării strategiei turismului (2003) au fost de 238 agenților economici titulari ai licenței de turism, care s-au mărit cu 31,5% (313) în anul 2010, și pînă la 383 - la 1 iunie 2011 (0,4% din totalul persoanelor juridice din RM). Trebuie de menționat că agenții economici active în turism reprezintă cca. 10% din totalul agenților economici, care au trecut în statut și activitatea de turism.

Drept consecință a crizei economice, numărul agențiilor de turism nu s-a micșorat, însă acestea au devenit mai mici ca dimensiune. Agențiile de turism în această perioadă s-au micșorat de la media de 8,1 angajați/agenție (2003) pînă la 4,3

angajați/agenție în 2010. Astfel, numărul angajaților a scăzut de la 1927 la 1346 în această perioadă (0,12% din forța de muncă angajată în țară).

Majoritatea agențiilor economici sunt concentrați în capitală (85,9%), iar în 17 raioane nu activează nici o agenție de turism.



Favorizarea intermediarilor mari pe piața turistică

Legea 352-XVI din 24.11.2006 datorită unor prevederi confuze în terminologia de specialitate, precum și în articolele 11 și 12, a favorizat companiile turistice mari prin oferirea unor drepturi exclusiviste de a comercializa după bunul plac (prin intermediari sau direct) pachete turistice. Totodată, agențiile mici au fost lipsite de dreptul de a forma propriile pachete de vacanță/ calătorii, dreptul de a contracta direct furnizorii de servicii de bază (cazare, transport, servicii agrement), dreptul de a practica direct unele forme de turism (de afaceri/congrese, sportiv și cultural). Astfel agențiile mici au fost forțate:

- fie să se transforme în agenți de vânzare a turoperatorilor (existând doar din adaosurile comerciale negociate 5-10%),
- fie să se reprofileze în turooperatori (suportând cheltuieli suplimentare),
- fie să ignore prevederile legale și să activeze liber în crearea și comercializarea produselor/ pachetelor turistice proprii (asumându-și riscurile în fața controlorilor).

Tabel 5: Analiza comparativă a drepturilor Turoperatorilor și ale Agențiilor de turism în Moldova

Item	Turoperator	Agenție de turism
Agent economic	+	+
Titular de licență pentru activitate turistică specializat în formarea de pachete turistice	+	+
specializat în achiziționarea de pachete turistice de la tur-operatori	Lipsit de dreptul de a achiziționa pachete turistice de la alți turoperatorii, prevedere greu de monitorizat	Lipsită de dreptul de a forma pachete turistice +, transformată de fapt în agent de vânzări a turoperatorilor
comercializarea acestor pachete direct consumatorilor	+, acest drept distorsionează piața, punând prețurile agențiilor în dezavantaj (cu 5-10%)	+
în comercializarea serviciilor proprii		+, confuzie între serviciu separat propriu și câteva servicii proprii combinate într-un pachet (tur, traseu) turistic
rezervarea și comercializarea de bilete pentru diverse mijloace de transport, pentru spectacole și pentru alte manifestări culturale;	+	+
contractarea de servicii turistice de la agenții economici care prestează direct astfel de servicii (unități de cazare, unități de servire a mesei, agenți transportatori, unități de prestare a serviciilor de agrement) și formarea de pachete turistice.	+	Lipsirea de dreptul de a încheia contracte directe cu furnizorii pe piața turistică
organizarea de congrese, conferințe, întruniri sportive și culturale, dacă acestea implică prestarea serviciilor turistice.	+	Lipsirea de dreptul de a practica direct turismul de afaceri, turism sportiv și cultural
comercializarea serviciilor proprii, precum și a serviciilor contractate de la alte agenții de turism licențiate		+
vânzarea serviciilor proprii altor agenții de turism		+
Obligativitatea de a angaja ghid în state	+	
Obligativitate de a deservi anual un număr de turiști în Moldova	100	50
Obligativitatea de a elabora o rută națională	+	

La fel TO au fost obligați să aibă în organigramă poziția de ghid (în lipsa unei școli adecvate de pregătire a ghizilor), deservirea obligatorie a 100 turiști străini (AT – 50 persoane), elaborarea unei rute.

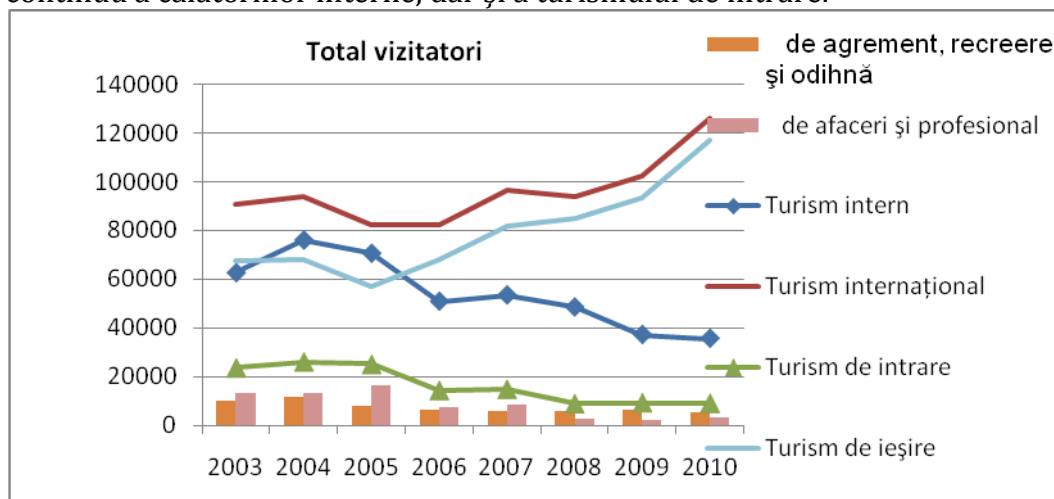
Menționăm că termenul „pachet turistic” este trecut în lege cu o mare rezervă de interpretare, ca fiind pachet de vacanță, pachet de călătorie - o combinație prestabilită a cel puțin două servicii turistice, vândute sau oferite spre vânzare ca un singur produs. Astfel, interpretarea situației este lăsată la latitudinea funcționarului (adeseori neinițiat în turism) din structurile de control să interpreteze ce a vândut agenția de turism propriul serviciu sau propriul pachet (o simplă combinație din două și mai multe servicii). În cazul al doilea urmînd sancționarea.

Aceste restricționări clare în lege, precum și prevederile confuze a termenului de „pachet turistic” **au distorsionat piața turistică** la nivelul segmentului de intermediari.

La modul practic această situație **este distructivă în special pentru turismul intern**, care reprezintă o piață restrînsă unde peste 2/3 din agenți economici nu activează, iar agențiile mici sunt restricționate de a contracta direct serviciile furnizorilor locali (hoteluri, pensiuni, restaurante, ghizi) și de a le comercializa combinate în pachet (tur, traseu) intern. Pentru a depăși situația confuză, teoretic, o agenție de turism locală trebuie să contracteze un alt intermediar pe piață cu licență de turoperator, fapt care scumpește nejustificat prețul pentru produsele turistice locale.

Piața intermediarilor este instabilă

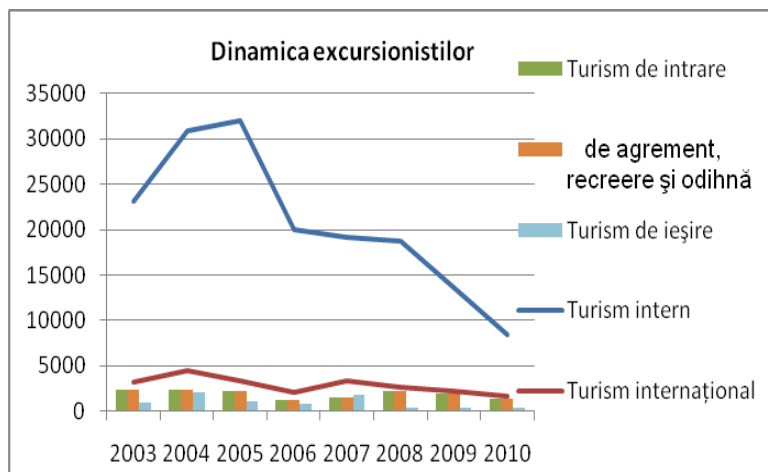
- La nivelul agențiilor de turism performanțele industriei pentru ultima perioadă denotă o creștere nesemnificativă a numărului general de turiști, precum și dominarea plecărilor (în 2/3 din cazuri în țările UE) față de sosirile turistice internaționale.
- Numărul turiștilor moldoveni care pleacă peste hotare prin intermediul agențiilor de turism a crescut de 1,7 ori (67328 pers. în 2003, 117204 în 2010), în timp ce numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în țară a scăzut de 2,6 ori (23598 pers. în 2003, 8956 în 2010).
- Discrepanțe mari dintre fluxuri de intrare și eșire în Moldova, care se accentuează în timp. Turismul organizat emițător depășește de 4-5 ori turismul receptor.
- Declin continuu a călătoriilor interne, dar și a turismului de intrare.



- Dinamica principalilor indicatori turistici (numărul de turiști, numărul de excursioniști, numărul de zile-turist, volumul încasărilor în lei, proveniența turiștilor pe țări, motivația călătoriei, mijlocul de transport utilizat, numărul scriptic de angajați) nu are acoperire națională, nu este analizată teritorial și arată o fluctuație influențată puternic de sezonitate și de conjunctura de pe piața turistică regională.
- Țara rămâne a fi una neatractivă pentru turistul străin de masă, iar cei care vin (cca. 150-200 mii persoane anual) sunt cu motivația afacerilor și stau în RM o perioadă scurtă, 2-3 zile.
- Turismul național în cadrul fluxurilor turistice internaționale (euro-regionale) este considerat unul dezorganizat (datorită incoerenței politicilor publice de susținere a sectorului, valorificării economice slabe a atracțiilor turistice și insuficienței dezvoltării teritoriale a

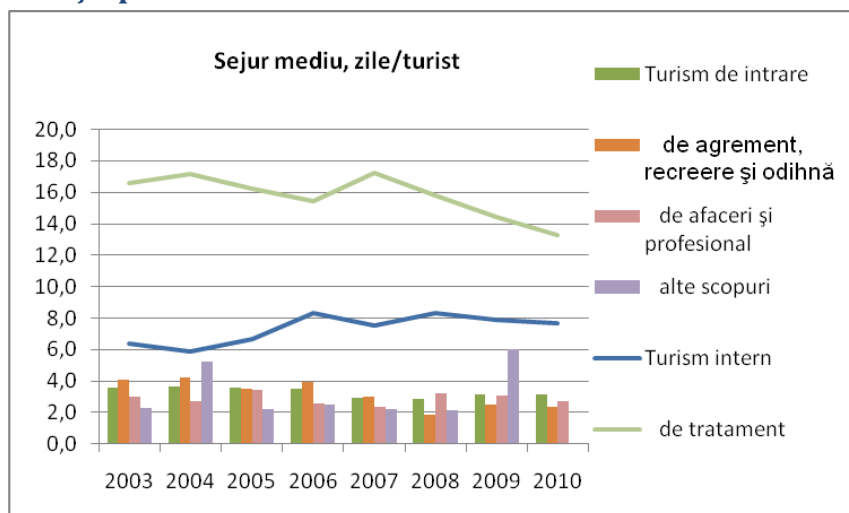
destinațiilor), cu o creștere nesemnificativă a performanțelor la nivel de industrie (6-7% anual).

- Excursiile în Moldova sunt puțin solicitate prin agenții de turism. Segmente importante de clientelă cu motivație de afaceri nu sunt deservite de Ag.turism. În Moldova se înregistrează un deficit acut de ghizi pregătiți.
- Numărul restrâns de călători, piața dezorganizată, managementul defectuos al vizitatorilor, barierele birocratice în derularea afacerii au dus la plecarea de pe piață a multor agenții turistice autohtone, în prezent numărul total al acestora fiind de circa 380.



În Moldova oferta turistică este sub așteptările vizitatorului

- Durata medie de ședere în Moldova este de 2-4 zile pentru vizitatorul străin, 6-8 zile pentru turistul intern și de 13-17 zile pentru tratamentul sanatorial. Practic se diminuează în timp durata de ședere în Moldova indiferent de motivația călătoriei.

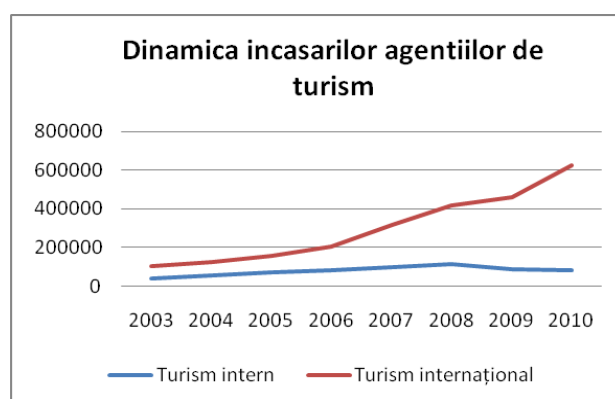


- Pentru călătoriile în străinătate (în special țările UE) a turiștilor moldoveni sunt înlocuite o serie de obstacole

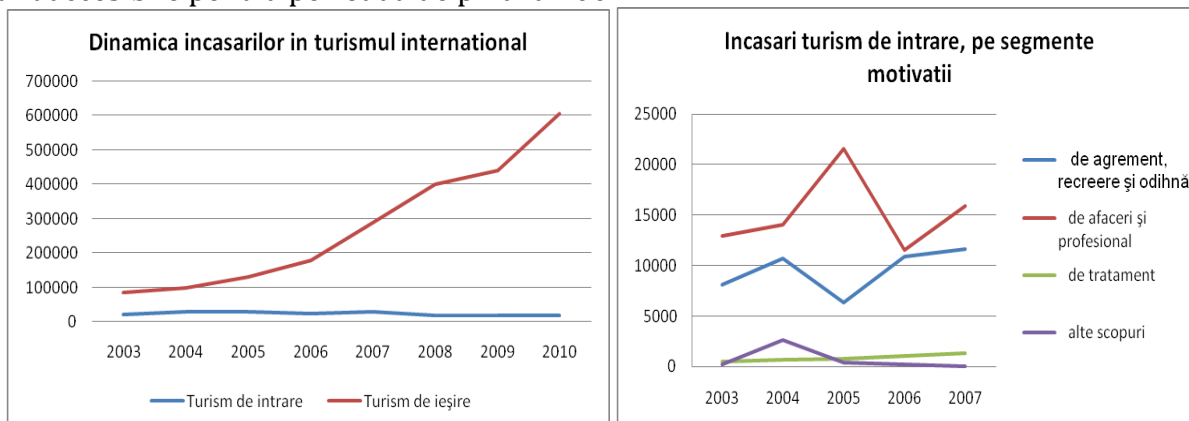
(sistem de vize descurajant, necesitatea unor garanții, călătoria copiilor cu propriul pașaport), în ciuda faptului că moldovenii reprezintă segmente importante pe piața turistică a unor țări din regiune. Totuși, reîntorși în patrie, aceștia influențează calitatea serviciilor în destinațiile turistice locale, dinamizând piața turistică locală și reorganizând traseele în teritoriu.

Incasările din turism sunt dinamice dar disproporționate

- Volumul încasărilor din activitatea de turism a crescut de la 145,6 mln lei în 2003 până la 708 mln lei în 2010.
- În volumul total de încasări din activitatea turistică ponderea majoră o constituie turismul internațional, care este în creștere permanentă, iar cele din turismul intern cresc ușor până în 2008, cu descreștere în perioada de criză.
- Incasările din turismul internațional ponderea majoră o are turismul emițător, care este în creștere permanentă, iar încasările din turismul receptor au o dinamică modestă.
- Incasările din deservirea turiștilor cu motivație afaceri au o dinamică generală pozitivă, însă sunt expuse mai puternic factorilor externi. Turismul de agrement pentru străini în Moldova



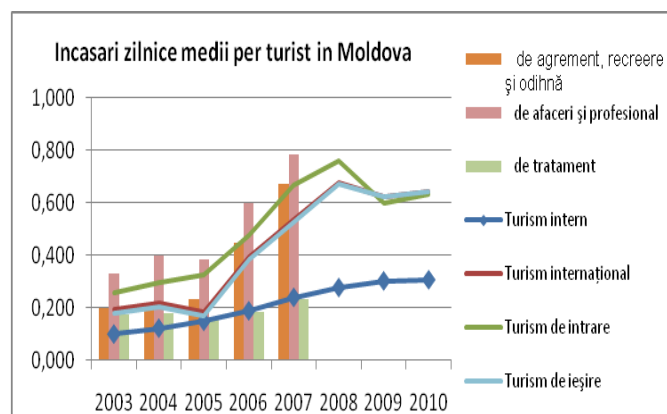
are la fel o dinamică pozitivă încrezută, dar cu o creștere ușoară de cca. 8,6% anual. Datele sunt accesibile pentru perioada de pînă la 2007.



- În prezent agențiile de turism naționale comercializează mai eficient stațiunile balneare din străinătate decât cele din Moldova.

Clienții agențiilor de turism cheltuie mai mult cu o rată anuală de cca.48,3%

- Incasările din deservirea turiștilor sunt în creștere permanentă, inclusiv din turismul intern. Incasările din deservirea străinilor în Moldova sunt comparabile cu incasările de la deservirea moldovenilor în străinătate.
- Analiza calitativă a incasărilor zilnice per turist deservit de agențiile licențiate în turism demonstrează că cheltuielile turiștilor străini în Moldova sunt cele mai consistente și în creștere permanentă cu cca. 30,5% anual (exceptînd perioada crizei). Astfel, piața turistică regională este în creștere, și sporirea numărului de vizitatori deserviți de industria turistică națională rămîne prioritară.
- În perioada 2003-2010 moldovenii au cheltuit în străinătate tot mai mult (în medie cu cca. 45% creștere anuală decât anul precedent). În Moldova sumele zilnice a moldovenilor cheltuite prin agenții au crescut anual cu 38,5%. Astfel turistul moldovean este cel mai important client a agențiilor naționale de turism.



3.1.2. Structuri de primire turistică cu funcții de cazare și servire a mesei

Progrese de etapă (2003-2010)

În RM sunt active 250 de unități de cazare cu un fond de cazare de 28370 locuri. 3/5 sunt structuri de odihnă cu un fond de cazare de 75,5% din total, 116 structuri de cazare activează permanent. Sectorul hotelier a restabilit numărul de cazări la nivelul anului 1998 după un declin major, a angajat mai mult personal, a introdus pe piață un nou fond de cazare, inclusiv în afara municipiului Chișinău. În Chișinău s-a mărit numărul de unități de cazare cu 67,7 %, inclusiv s-a mărit de 3,9 ori num. de hoteluri. 97 săli de conferințe sunt în structuri de cazare în RM, inclusiv 53 în structuri cu confort de 3-5 stele.

Sistemul național de clasificare instituit în 2003 permite activitatea de cazare în 12 categorii de unități.

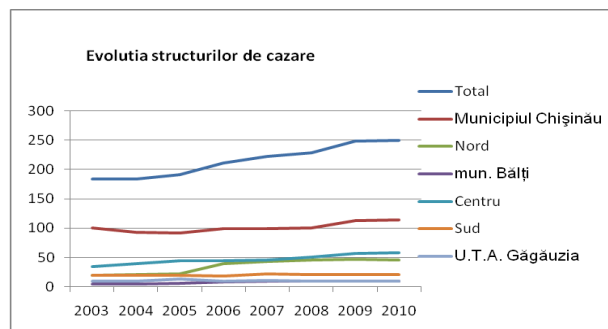
În 10 ani s-a dublat numărul de unități de cazare, inclusiv s-a mărit de 4 ori num. de hoteluri, iar structurile de odihnă au crescut cu 36,2%. S-a investit în ultimii 10 ani de 3 ori mai mult în construcția de structuri de cazare cu regim permanent. Investițiile sunt în special promovate de companii private.

Sistemul național de clasificare aplicat fragmentar

- În Moldova sistemul național de clasificare instituit în 2003 permite activitatea de cazare în 12 categorii de unități, la care se mai adaugă structuri moștenite din ex-URSS (cămăne pentru vizitatori, structuri de întremare).
- Totuși, doar fiecare a cincea unitate de cazare a acceptat sistemul național de clasificare pe stele, instituit în 2003, iar marile lanțuri hoteliere ocolesc ideea localizării afacerii și în Republica Moldova, aceasta datorită costurilor înalte și pieței turistice reduse. Au fost câteva tentative de a localiza operatori hotelieri de talie internațională la Chișinău, dar care s-au compromis în urma privatizărilor ineficiente din sectorul hotelier.
- Majoritatea unităților de cazare sunt adaptate consumului turistic estival, iar numărul covârșitor din cazările persoanelor străine se înregistrează în orașul Chișinău, provinciei revenindu-i doar cca. 10%.
- Sectorul hotelier a restabilit numărul de cazări la nivelul anului 1998 după un declin major, a angajat mai mult personal, a introdus pe piață un nou fond de cazare, inclusiv în afara municipiului Chișinău.
- Sectorul rămâne a fi unul neatractiv pentru investiții majore, în mod special datorită impedimentelor proprii ramurii turistice: necesitatea investițiilor mari în infrastructura generală și turistică, fluxul mic de călători, activitate dependentă de sezonality, gradul mare de degradare a resurselor turistice, lipsa zonelor turistice atractive pentru investiții.

Puține unități de cazare

- 250 de unități de cazare (78 clasificate) în RM cu un fond de cazare de 28370 locuri
- se investește puțin în structuri de cazare cu confort accesibil (de 1-2 stele).



Concentrare excesivă într-o singură destinație

- În Chișinău în 10 ani s-a mărit numărul de unități de cazare cu 67,7 %, inclusiv s-a mărit de 3,9 ori num. de hoteluri,
- În mun. Chișinău structurile de odihnă au crescut cu 25% (!?) în 10 ani.
- Din total 28,6% structuri de odihnă sunt în mun. Chișinău

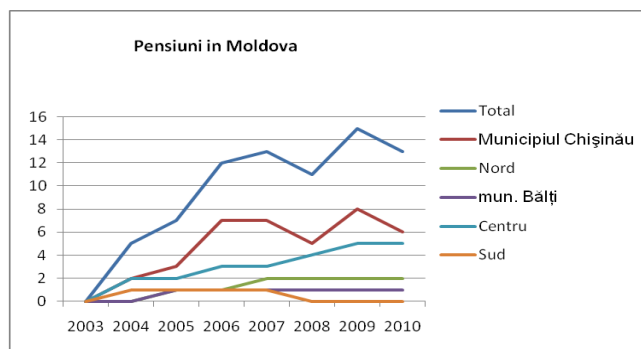
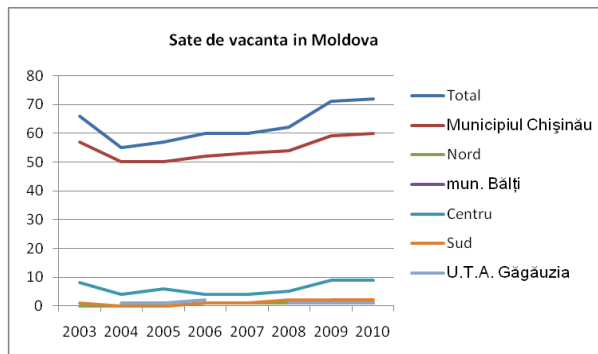
- la 86,4% din unitățile de lux (21 unit de 5 și 4 stele) cu un fond de cazare de 1128 locuri (4% din total) concentrat în Chișinău.

Situație precară a unităților de cazare pentru odihnă

- În RM 3/5 sunt structuri de odihnă cu un fond de cazare de 21416 locuri (75,5% din total).
- Cazarea în corturi și rulote ignorată (0,13% locuri din total), doar telenești, utag, ialoveni,
- nici un loc de cazare în corturi și rulote în mun. Chișinău.

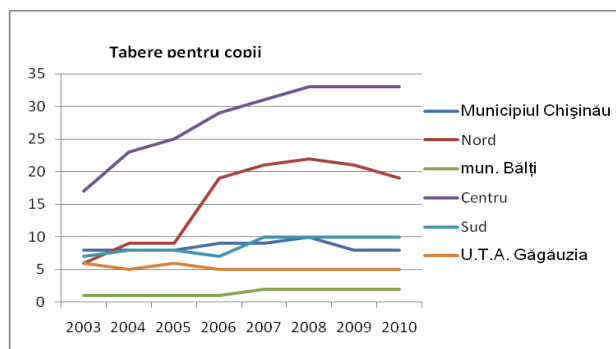
Calitate joasă a ofertei de cazare

- Structura ofertei de cazare în RM: fond cazare în căsuțe (8716 locuri, 30,7% din total); nr. numere cu 1 (3,6%), 2 (12,9%) ș.m.m (12,6%) locuri, fond cazare în apartamente (0,5%),.
- 47% din numere de cazare sunt dotate cu instalații sanitare (baie sau duș), inclusiv 81,7% în hoteluri și doar 18,1% în structuri de odihnă.
- 107 structuri de cazare (42,8%) au restaurante și unități similare, doar 24 structuri de odihnă (16,1%) au restaurante și unități similare.
- Doar 25,2% de unități de cazare de odihnă din mun.Chișinău au restaurante și unități similare.
- 98 structuri de cazare (39,2%) cu regim permanent au restaurante și unități similare, doar 18 structuri de odihnă (7,2%) permanente au restaurante și unități similare. Doar 25,2% de unități de cazare de odihnă din mun.Chișinău au restaurante și unități similare
- 68 piscine/saune, 94 terenuri de sport și 82 terenuri pentru copii (!?) în unitățile de cazare din țară.



Mai puțin de 1/3 din fondul de cazare funcționează anul împrejur

- 116 structuri de cazare cu un fond de 7701 locuri (27,14% din total) activează permanent, inclusiv 20 din 149 (1/13) structuri de odihnă cu un fond de cazare de 5,8%.
- 39 piscine/saune, 20 terenuri de sport și 14 terenuri pentru copii (!?) în unitățile de cazare cu regim permanent din țară.



Jumătate din fondul de cazare a țării este în gestionare publică

- 90 structuri de cazare cu un fond de 14061 locuri (49,56% din total) sunt în proprietate publică, inclusiv 53 structuri cu 9517 locuri (33,5% din total) aparțin primăriilor.
- 15 piscine/saune, 42 terenuri de sport și 41 terenuri pentru copii (!?) în unitățile de cazare proprietate publică din țară.
- Doar 11,22% din numere de cazare în proprietate publică sunt dotate cu instalații sanitare (baie sau duș).

Număr insuficient de spații pentru turismul de afaceri în provincie

- Doar 97 săli de conferințe în structuri de cazare în RM (38,8%), inclusiv 53 (21,2% din toate unitățile de cazare) în structuri cu confort de 3-5 stele, alte 43 au un confort modest (17,2%).
- 66% dintre acestea se găsesc la Chișinău.
- Doar 78 pot fi exploatate permanent.

Totuși se investește în sectorul de cazare

- În 10 ani s-a dublat numărul de unități de cazare, inclusiv s-a mărit de 4 ori num. de hoteluri, iar structurile de odihnă au crescut cu 36,2% (!?). Investițiile sunt în special promovate de companii private. Dar se investește puțin în structuri de cazare cu confort accesibil (de 1-2 stele).
- S-a investit în ultimii 10 ani de 3 ori mai mult în construcția de structuri de cazare cu regim permanent, în cele sezoniere doar de 1,4 ori.

3.1.3. Organizarea activității de excursii. Activitatea ghizilor

Progrese de etapă (2003-2010)

Republica Moldova este o țară mică cu o diversitate mare de obiecte de interes turistic amplasat la distanțe mici de la principalele orașe – centre hoteliere. Excursiile permit vizitatorilor să cunoască direct atracțiile turistice ale diverselor destinații din Moldova. Un număr important din vizitatorii țării din rețeaua organizată de turism procură excursii de la agențiile de turism naționale, iar excursionistul național formează cel mai mare contingent. În 2010 pe traseele excursioniste din țară au călătorit 8370 moldoveni sau 22,9 persoane zilnic.

Excursiile în Republica Moldova rămân produse turistice eficiente și accesibile unui număr mare de clienți. Costul acestora variază de la 6-7 euro/pers în grup pentru o excursie de până la 100 km tur-retur până la 50-60 euro/pers în grup la o degustație de vinuri. Excursiile cele mai solicitate rămân: vinării, Chișinău, mănăstiri, care formează oferta generală pentru turismul intern și internațional de intrare.

Excursiile sunt monitorizate fragmentar

Excursiile sunt considerate călătorii scurte de până la 24 de ore, în timpul cărora vizitatorii cunosc la modul direct atracțiile turistice ale diverselor destinații din Moldova. Consumul excursiilor este monitorizat trimestrial de către Autoritatea națională de turism (în prezent Agenția Turismului, la prezentarea rapoartelor de utilizare a vaucherelor de către companiile licențiate în turism) și Biroul Național Statistic (prelucrarea Formulelor statistice Tur 1). Datele oficiale colectate reflectă în *exclusivitate situația excursiilor organizate de agenții economici licențiați* în turism (turoperatori și agenții de turism), informații despre alți organizatori de călătorii scurte prin Moldova (structuri de cazare, organizatori de evenimente, structuri de servicii delegate, etc.) fiind practic imposibil de obținut din surse oficiale.

Pondere excursioniștilor scade

Fiind o țară mică și cu un grad redus de dotare a drumurilor naționale cu indicatoare turistice, un număr important de vizitatori ai Moldovei procură excursii de la agențiile de turism naționale. Acest număr poate constitui până la 40% din vizitatorii țării din rețeaua organizată de turism. Proportia excursioniștilor este însă diferită la diverși consumatori (interni, externi, cu motivația odihnă sau alte). Sporirea cotei excursioniștilor în turismul de intrare, în special din CSI, este explicată prin micșorarea generală a fluxului de vizitatori organizați. În Moldova se observă o micșorare importantă (aproape de 3 ori) a clientelei servită de operatorii licențiați în turism pe trasee excursioniste. Aceasta pentru că o bună parte din călători pe trasee de scurtă durată s-

au orientat spre alte tipuri de odihnă activă și/sau nu mai apeleză la agenții (au alți organizatori, călătoresc în grupuri mici, utilizează transportul personal).

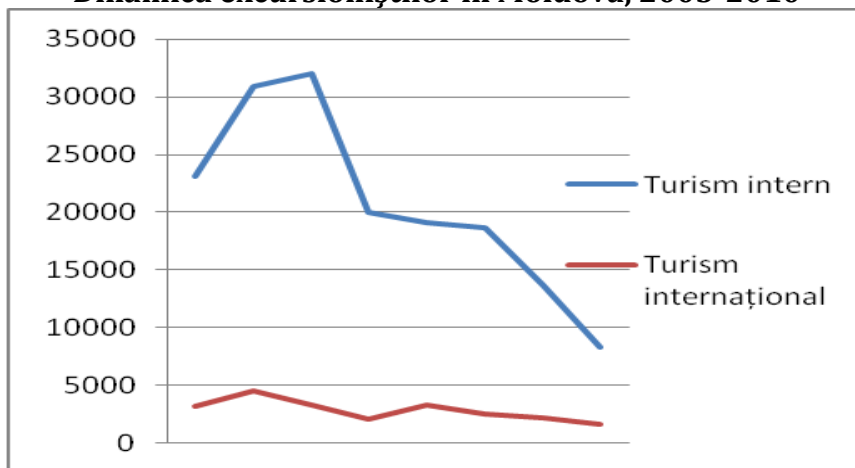
Tabel 6: Raportul excursioniștilor la numărul total de vizitatori organizați în 2003 și 2010, %

Excursii	2003	2010
Turism intern	36,92	23,52
Turism internațional	3,58	1,33
Turism de intrare	10,02	15,35
din care din țările CSI	18,85	29,44
Turism de ieșire	1,32	0,26
din care din țările CSI	2,13	0,49
Total	17,17	6,21

Excursionistul național formează cel mai important contingent, dar care se micșorează

Dinamica excursiilor în ultimii opt ani a înregistrat un declin major atât în interiorul țării cât și la nivelul clientelei internaționale ale agenților de turism din Moldova. Cu excepția anilor 2004 și 2005, numărul de excursioniști s-a diminuat încontinuu, în special din contul moldovenilor în interiorul țării.

Dinamica excursioniștilor în Moldova, 2003-2010



Trebuie de remarcat că, în anii de implementare a strategiei turismului (2003-2010), care are un obiectiv clar de popularizare a călătoriilor în interiorul țării, numărul de excursioniști moldoveni pe traseele naționale s-a diminuat de cca. 3 ori, iar cota străinilor pe trasee scurte în Moldova s-a micșorat cu cca. 42%. Totodată, agențiile de turism au vândut pe piață de 3 ori mai puține excursii de o zi în România și Ucraina în 2010 față de 2003.

Tabel 7: Analiza comparativă a fluxurilor de excursioniști, 2003 și 2010.

Excursioniști	2003	2010	2010/2003, %
Turism intern	23089	8370	36,25
Turism internațional	3256	1677	51,50
Turism de intrare	2365	1375	58,14
din care din țările CSI	1411	662	46,92
Turism de ieșire	891	302	33,89
din care în țările CSI	526	61	11,60
Total	26345	10047	38,14

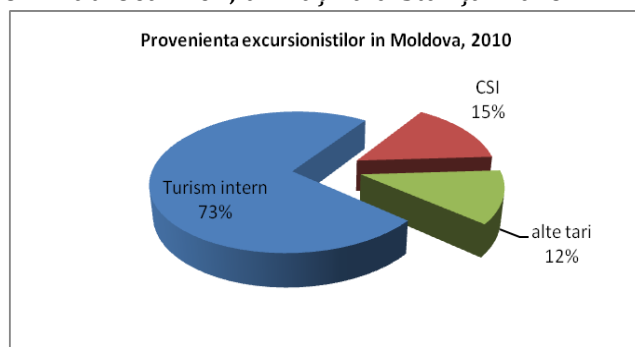
Piața pentru excursii în Moldova este restrânsă

Principalul furnizor de excursioniști pentru Moldova sunt proprii cetățeni, în special elevii și grupurile mici de familisti. În 2010 pe traseele excursioniste din țară au călătorit 8370 moldoveni sau 22,9 persoane zilnic, comparativ cu 63,3 persoane zilnic în 2003.

Cota excirsioniștilor străini în 2010 reprezentat 68% din totalul călătoriilor scurte din turismul internațional. Astfel pe traseele scurte ale Moldovei în 2010 au călătorit 3,8 străini zilnic, comparativ cu 6,5 în 2003.



Pe traseele excursioniste în Moldova în 2010 au predominat localnicii, urmați la distanță mare de cetățenii din CSI și țările UE. Totuși trebuie de remarcat că în țară în 2010 au intrat cca.1,89 mln persoane străine, dintre aceștea doar 0,073% au vizitat Moldova în cadrul organizat de agențiile de turism.



Diversitate redusă de excursii în Moldova

Excursiile în Republica Moldova rămân produse turistice eftine și accesibile unui număr mare de clienți. Costul acestora variază de la 6-7 euro/pers

în grup pentru o excursie de pînă la 100 km tur-retur pînă la 50-60 euro/pers în grup la o degustație de vinuri. Costul depinde de o multitudine de factori variabili (transport, ghidaj, taxe acces obiect, alimentație inclusă). Totodată, diversitatea excursiilor este doar aparentă (cca. 20 trasee), majoritatea agențiilor oferind aceleași produse pe piață. În capitala Chișinău numărul de excursii propuse pe piață s-au redus drastic de la 160 trasee tematice (în 1989) la cîteva variații a turului de oraș propus de cca. 3% din agenții. În pofida faptului că în Chișinău sunt cca. 1000 de monumente de istorie, managerii de turism intern din agenții susțin că în afară de cîteva trasee cunoscute, capitala țării nu permite diversificarea unei oferte excursioniste pentru clienții firmelor turistice.

Alte excursii propuse pe piață sunt o combinație dintre mănăstiri, vinării și unele locuri istorice. Sporadic se propun excursii tematice și speciale.

Controverse în susținerea sectorului excursionist

Excursiile sunt o preocupare permanentă anunțată a agențiilor de turism. Excursiile cele mai solicitate rămân: vinării, Chișinău, mănăstiri, care formează oferta generală pentru turismul intern și internațional de intrare.

Totodată, nu există o strategie de atragere a noilor consumatori de pe piața excursiilor la nici una din agențiile de turism. Iar vânzările excursiilor se fac în mod special prin stimularea turiștilor de a diversifica sejurul în Moldova (pachetul turistic prin Moldova include în mediu 1-2 excursii pe zi).

Managerii de turism intern precizează că principalele probleme în domeniul excursionist național sunt:

- Calitatea proastă a drumurilor și infrastructura turistică slabă în afara Chișinăului.
- Deservirea proastă a clienților de către ghizi și transportatori.
- Vizibilitatea redusă a obiectelor turistice.
- Deficit de ghizi bine instruiți.
- Lipsa de materiale promoționale și promovarea slabă a Moldovei pe piețele internaționale.
- Necunoașterea de către populație a valorii obiectelor din teritoriu.

Atracții turistice suficiente pentru excursii

Republica Moldova este o țară mică cu o diversitate mare de obiecte de interes turistic amplasat la distanțe mici de la principalele orașe – centre hoteliere. Majoritatea managerilor de turism intern din agenții sunt de acord că obiectele turistice din RM permit o diversitate mare de excursii tematice și speciale. Iar ghidul sporește în majoritatea cazurilor percepția de către vizitatori a valorii, originalității și reprezentativității obiectelor de interes turistic.

Cu peste 15 mii de atracții cu valoare antropică și peste 300 locații naturale protejate de stat repartizate relativ uniform pe teritoriul național, Moldova este apreciată de vizitatori doar pe un număr limitat de trasee fără indicatoare. Iar administratorii legali ai resurselor turistice (primării, managerii rezervațiilor și muzeelor) nu desfășoară o afacere din gestionarea lor eficientă. Totodată, în RM nu este dezvoltată piața imobilelor cu resurse turistice.

Operatorii de turism intern susțin că lipsa dotărilor turistice, căilor deteriorate de acces, echiparea proastă cu indicatoare turistice, gradul înalt de uzură a obiectelor turistice sunt factori limitativi pentru includerea acestora în trasee excursioniste. Jumătate din managerii de turism intern consideră potențialul excursionist nevalorificat un venit ratat sigur, însă nesemnificativ. Drept consecință, aceștea nu au un plan de exploatare profitabilă a atracțiilor turistice.

Personal puțin și necalificat pentru managementul vizitatorului în Moldova

Piața resurselor umane în domeniul excursionist este caracterizată de două situații contradictorii:

1. anual în industria turistică vin cca 80-120 de noi absolvenți ai catedrelor specializate în Turism și servicii hoteliere și o bună parte din ei au urmat un curs special "Management al excursiilor".
2. totodată sistemul actual de învățământ nu este eficient pentru dezvoltarea abilităților practice ale studenților specializați în turism. Drept consecință, agențiile mai des apelează la serviciile ghizilor pregătiți până la anul 1990, decât ale proaspeților absolvenți.

Cca. 80 agenți economici de turism de fapt dezvoltă excursiile în cadrul departamentului "Turism intern/ incoming". Personalul reprezentativ domeniului (manageri de excursii, ghid-interpret, manager de destinație) se încadrează în organigramele agențiilor și conform legislației naționale trebuie să fie brevetat.

Brevetul este unicul document oficial care certifică dreptul de practicare a ghidajului pe teritoriul național, totodată această prevedere este trecută cu vederea de angajatori. Drept consecință, piața muncii specifică managementului vizitatorului pe teritoriul Moldovei rămîne a fi una dezorganizată, iar ghizii de turism calificați nu sunt protejați de lege.

Calificarea de ghid obținută incert

Nici una din *instituțiile de învățământ mediu și superior* din Republica Moldova nu formează ghizi de turism. Cursuri de management a vizitatorului lipsesc, iar cunoașterea doar a potențialului turistic național și internațional, ținute sporadic de unele catedre specializate în turism, – nu este suficient pentru calificarea de ghid. Procedura de eliberare a brevetului pentru absolvenții instituțiilor de învățământ superior nu presupune verificarea cunoștințelor și abilităților de ghid de turism.

Sunt puține alternative de obținere a calificării de ghid în Moldova la *Centrele de perfecționare* în turism. Un modul similar a fost promovat la Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului (pe lângă AT) în perioada 2002-2010. În prezent doar ANAT la propriul Centru de perfecționare (ne acreditat în condițiile legii învățământului) promovează cursuri de ghid din 2010. La prezentarea certificatului de absolvire a centrului se eliberează brevetul de ghid.

Instruirea la locul de muncă, deși nu este instituționalizată, este la moment cea mai des utilizată formă de pregătire a ghizilor. Astfel o parte importantă din abilități pot fi obținute de noii angajați prin instructaje la locul de muncă, organizate de personalul mai experimentat sau de ghizii/consultanții atrași. S-a constatat că angajatorii nu formulează așteptări unice față de cunoștințele și abilitățile absolvenților instituțiilor specializate în turism pentru ocuparea poziției de ghid. Acest fapt lasă un câmp mare de manevră angajatorilor în pregătirea personalului pentru ghidaj.

3.2. Transporturi pentru vizitatori

3.2.1. Transport auto

Progrese de etapă (2003-2010)

Republica Moldova este străbătută de importante artere rutiere, care leagă țara de piețele din regiune. Puncte de acces în țară sunt repartizate relativ uniform pe perimetrul frontierei de stat, fapt care avantajează traficul internațional de pasageri. În anul 2010 au intrat în țară cca. 5 mln moldoveni și cca. 1,88 mln cetățeni străini (27,43%).

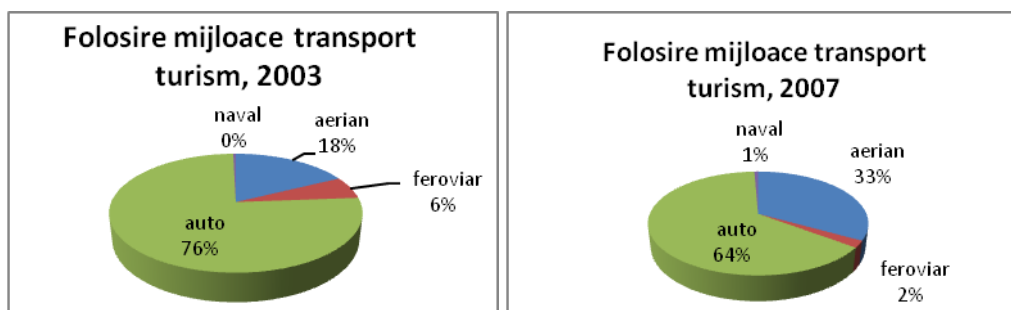
Rețeaua internă de drumuri auto este relativ diversificată. În programul de reconstrucție a drumurilor, reparația acestor artere reprezintă o prioritate, și drept consecință până în 2014 vor fi reparate un număr importante de trasee turistice naționale.

Transportul auto este cel mai des utilizat mijloc de deplasare spre Moldova și pe teritoriul țării. Companiile de turism, dar și alți organizatori de călătorii, preferă în 2/3 transportul auto pe rute internaționale și 100% pe rute interne.

Agențiile de turism au elaborat un sistem de trasee turistice naționale, 7 dintre care sunt parte a unui program național "Drumul vinului", alte 5 au fost detalizate de către ghizii naționali. Majoritatea traseelor funcționale au un grad mare de utilizare a drumurilor naționale, la care sunt conectate până la 10% din drumuri locale (cu segmente de proastă calitate de maxim 2-3 km).

Parte importantă a produsului turistic

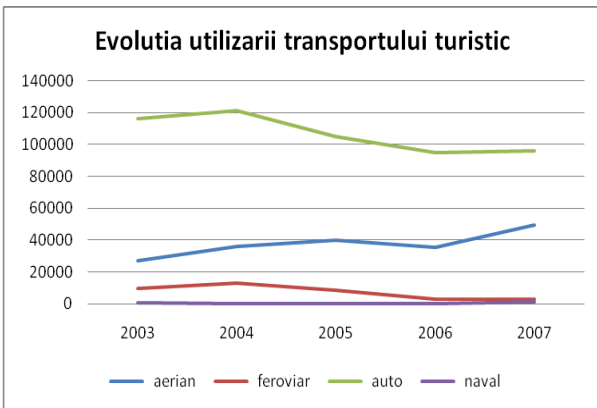
Transportul auto este cel mai des utilizat mijloc de deplasare spre Moldova și pe teritoriul țării. Ponderea transportului auto în valoarea pachetului turistic variază între 10% (călătorii pe distanțe scurte) și 70% (excursii prin țară).



Companiile de turism, dar și alți organizatori de călătorii, preferă în 2/3 transportul auto pe rute internaționale și 100% pe rute interne. Peste 96 mii persoane sau 64% din vizitatorii țării au preferat în 2007 (scădere cu 8% față de 2003) transportul auto pentru acțiuni de turism datorită rețelei rutiere diversificate și accesibilității acestui tip de transport. Totodată trebuie remarcat că companiile de turism substituie treptat transportul auto internațional cu transportul aerian în special pe distanțe medii și mari.

Tabel 8: Evoluția fluxurilor de pasageri și turiști auto, mii persoane

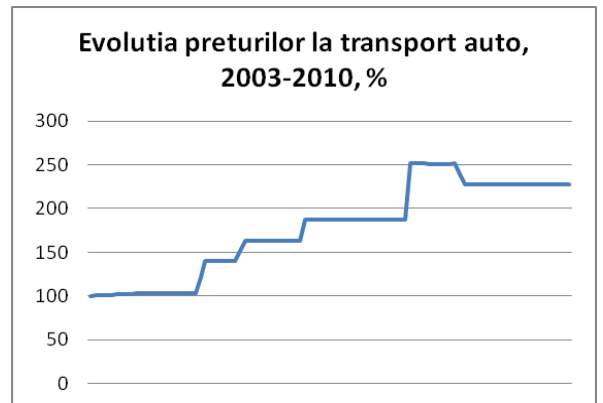
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
pasageri autobuse	93395,7	99295,4	105655,6	109404,6	103183,6	110286,2	105805,8	105965,3
turisti auto	116,3	121,3	104,8	95,0	96,1	-	-	-
%, turisti	0,12	0,12	0,10	0,09	0,09	-	-	-



din turism nu mai furnizează date relevante în acest sens.

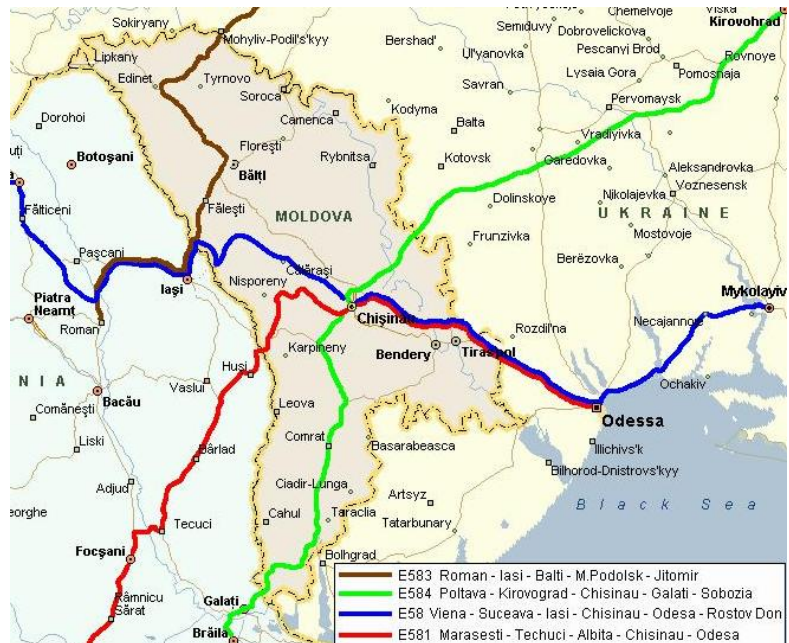
Prețuri în creștere

Prețurile la transportul auto au crescut încontinuu în salturi în perioada 2003-2010 (de cca. 2,3 ori). Acest fapt a dus la diminuarea numărului de excursii, dar și restrângerea ariei de călătorii. Totodată, companiile de turism remarcă prestația proastă a companiilor de transport care furnizează autocare, în ciuda prețurilor în creștere. Insatisfacția privind calitatea se referă la autoparcul învechit, dar în mod special al șoferilor (care nu cunosc rutele necesare, nu sunt politicoși cu oaspeții, nu au o vestimentația corespunzătoare).



Accesibilitatea relativă a țării

Republica Moldova este străbătută de importante artere rutiere, care leagă țara de piețele din regiune. Deși sunt repartizate relativ uniform pe teritoriul național (excepție un perimetru în nord-estul țării), coridoarele de transport internațional converg spre capitala Chișinău. În programul de reconstrucție a drumurilor, reparația acestor artere reprezintă o prioritate, și drept consecință pînă în 2014 Guvernul garantează ca vor fi reparate în totalitate.



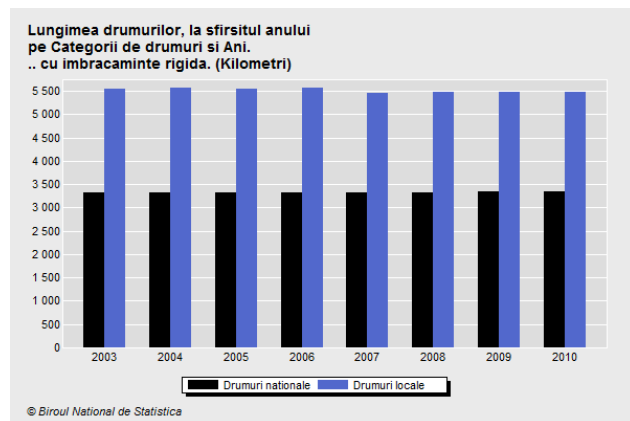
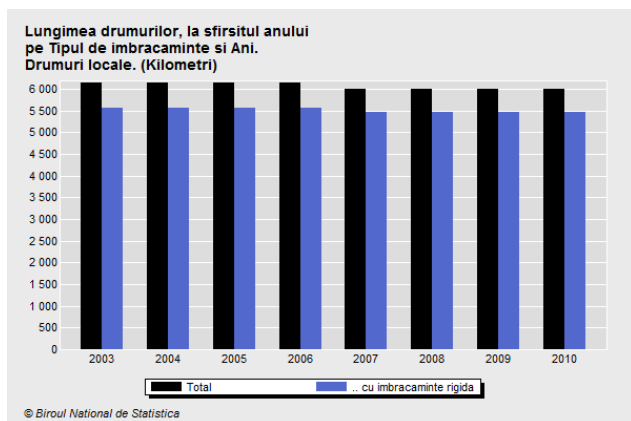
Totuși, 3 din 4 artere internaționale traversează regiunea transnistreană, fapt care introduce unele bariere la transportul de pasageri. De regulă companiile de turism preferă să ocolească regiunea separatistă, și invocă acest motiv pentru lipsa de activitate în deservirea fluxului de tranzit.

Rețeaua internă de drumuri auto este relativ diversificată. Gradul înalt de uzură a drumurilor locale, dar și calitatea joasă a drumurilor naționale reparate crează disconfort în timpul călătoriilor turistice interne. Astfel, companiile de turism își restrâng aria de călătorii pînă la 1,5-2 ore pînă la destinație, și de regulă promovează doar atracțiile care pot fi vizitate pe drumuri

bune. Acest fapt scoate din circuit peste 80% din atracțiile turistice naționale și reduce din vizibilitatea turistică la cca. 30% din raioanele țării.

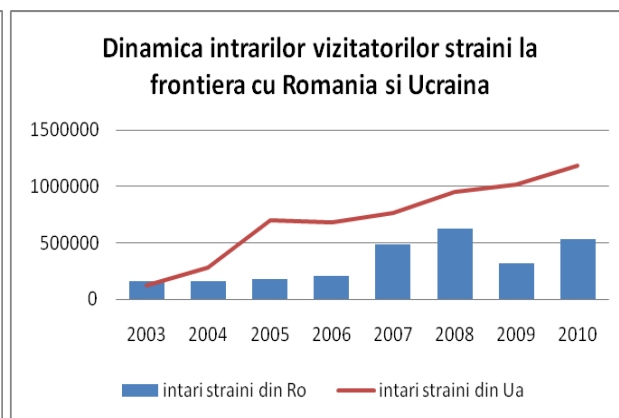
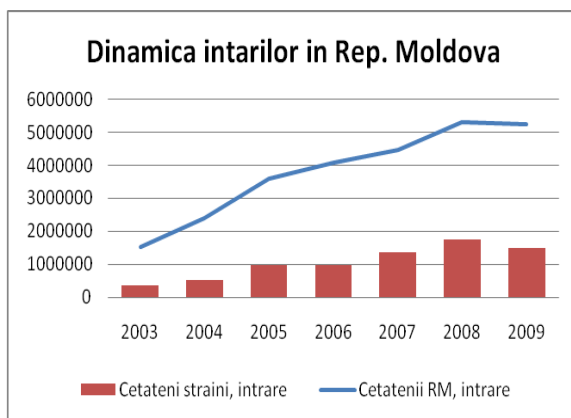
Rețeaua de drumuri locale depășește de cca. 2 ori rețeaua rutieră națională. Această proporție este relativ constantă, iar discrepanțele de calitate a acestora se mărește în fiecare an.

Cca. 90% din drumurile locale au îmbrăcăminte rigidă, care în principiu asigură accesibilitate atracțiilor turistice pe parcursul anului întreg. Nu există un studiu referitor la calitatea drumurilor locale care asigură accesibilitatea atracțiilor turistice de importanță națională.



Puncte de trecere la frontieră asigură un număr considerabil de călători

Puncte de acces în țară sunt repartizate relativ uniform pe perimetrul frontierei de stat, fapt care avantajează traficul internațional de pasageri. În anul 2010 au intrat în țară cca. 5 mln moldoveni și cca. 1,88 mln cetățeni străini (27,43%).



Astfel în țară zilnic intră un flux de cca. 13,7 mii moldoveni și peste 5,16 mii cetățeni străini, respectiv – un număr similar de persoane care ies din țară, iar acest flux crează oportunități reale pentru dezvoltarea infrastructurii de deservire a călătorilor la punctele de intrare în țară. Rata anuală de creștere a fluxului de intrare depășește 40% pentru cetățenii RM și de peste 65% pentru vizitatorii străini.

Segmentul de frontieră de la Prut asigură cca. 1/3 din traficul de intrare a cetățenilor străini. Astfel, în ciuda segmentului de frontieră prin regiunea transnistriană, criza și micșorarea numărului de turiști deserviți din CSI, piața de est rămîne una dinamică și consistentă.

Tabel 9: Evoluția fluxurilor de vizitatori străini, inclusiv din țările CSI

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rara crestere anuala, %
total intrări straini frontieră, mii pers	291,0	889,1	1587,6	1716,5	589,76	73,72

total turisti straini deserviti de agentii turism	23598	14239	8710	8956	37,95	-7,76
<i>%, ponderea turisti straini</i>	<i>8,11</i>	<i>1,60</i>	<i>0,55</i>	<i>0,52</i>		
intrare cetățeni străini din CSI la frontiera de est, mii pers	127,9	679,8	956,6	1186,4	927,30	115,91
turisti deserviti de agenții de turism din CSI	7487	3611	3602	2249	30,04	-8,75
<i>%, pondere turisti din CSI în fluxul de intrări străini la frontiera de est</i>	<i>5,85</i>	<i>0,53</i>	<i>0,38</i>	<i>0,19</i>		

Capacitatea de absorbție generală a străinilor intrați în țară de către agențiile de turism naționale este în descreștere (cca.8% anual) și a constituit în ultimii 3 ani mai puțin de 1%.

Rețeaua drumurilor auto pentru un număr limitat de trasee turistice

Agențiile de turism au elaborat un sistem de trasee turistice naționale, 7 dintre care sunt parte a unui program național "Drumul vinului", alte 5 au fost detalizate de către ghizii naționali.

Majoritatea traseelor funcționale au un grad mare de utilizare a drumurilor naționale, la care sunt conectate pînă la 10% din drumuri locale (cu un grad mai mare de deteriorare, incluse în trasee doar dacă asigură de la drum național accesul spre atracții importante, cu segmente de proastă calitate de maxim 2-3 km). Principalele trasee turistice și excursioniste naționale pot fi grupate în următoarele:

- tur de oraș
- circuite muzeale
- trasee viti-vinicole
- vizite a mănăstirilor
- vizite ale rezervațiilor naturale
- vizite în locuri istorice și comemorative
- trasee de recreere în zone de odihnă
- trasee combinate.

Tur de oraș. Investigațiile atestă că cel mai comercializat traseu este "Chișinău. Tur de oraș". Se cunosc mai multe variante de petrecere a acestuia cu un număr variabil de obiecte turistice incluse (de la 7 la 20 obiecte) precum și cu accente pe diferite teme. Agențiile de turism realizează asemenea trasee doar prin Chișinău (unde în perioada sovietică erau peste 100 de trasee tematice) și foarte rar prin Bălți și Soroca. Gradul de acoperire cu drum asfaltat a traseului este de 100%, regimul de exploatare – anul împrerjur.

Circuite muzeale. Tradițional aceste trasee se împart în orășenești și la locurile legate de anumite personalități marcante (sau în variante combinate). În oferta agențiilor de turism naționale sunt 7 circuite muzeale, care includ în afară de Chișinău și 25 de localități rurale, 12 muzee, case muzeale și muzee sub cerul liber, 7 mănăstiri și biserici importante precum și 27 de alte atracții turistice.

Tabel 10: Structura calitativă a circuitelor muzeale turistice în oferta agențiilor de turism naționale

Traseu	Localități incluse	Muzee	Case muzeale	Muzee sub cerul liber	Mănăstiri biserici	Drum asfalt, %	Sezon, zile
"Muzeele Chișinăului"	1	4	1	-	1	100	365
"Chișinăul teatral"	1	1	-	-	-	100	365
"Orheiul Vechi"	6	2	-	1	2	100	365
"La baștina fabulistului A.Donici"	4	-	1	-	1	100	365
"A.Pușkin în Moldova"	7	-	2	-	-	100	365
"La baștina lui A.Mateevici"	11	-	1	-	3	98	365
"Castelul Manuc Bei"	4	1	1	-	-	98	365
Total	26	6	5	1	7		365

Trasee viti-vinicole. Programul național “Drumul vinului în Moldova” instituie un cadru regulatoriu privind activitatea în domeniul turismului viti-vinicol și promovează 7 trasee turistice prin toate regiunile vinicole ale țării. Acestea pornesc din capitală și includ cca 20% din vinării, 6,8% din arii naturale protejate, 25% din mănăstiri și 15,9% din muzee de pe teritoriul Republicii Moldova. În prezent aceste trasee sunt prezente în ofertele turistice în formă parțială și separat, în funcție de preferințele clienților agențiilor de turism și structurilor de cazare naționale.

Tabel 11: Structura calitativă a traseelor turistice incluse în “Drumul vinului din Moldova”

Traseu	Vinării	Arii naturale protejate	Mănăstiri biserici	Muzee, cetăți, mon. Istorice	Centre meșteșu gărești	Drum asphalt, %	Sezon, zile
“Orheiul Vechi”	5	1	10	11	-	100	365
“Codrii Moldovei”	5	5	7	1	3	90	200
“Lăpușna”	5	2	4	5	-	90	200
“Stepa Bugeacului”	6	3	6	6	-	90	200
“Purcari”	6	1	6	8	1	95	365
“Chișinău-Bălți”	5	8	8	7	2	100	365
“Dunărea de jos”	5	2	4	4	2	90	200
Total	36	21	37	40	8		

Vizite a mănăstirilor. Mănăstirile moldovenești sunt printre cele mai solicitate destinații turistice naționale. Valoare turistică au cca. 20 de mănăstiri cu 40 de biserici vechi și schituri rupestre importante, prezente în oferta turistică a agențiilor naționale. 11 dintre complexele monahale sunt amplasate pe teritoriul sau în vecinătatea zonelor naturale protejate, fapt care le sporește atractivitatea și motivează suplimentar călătorii și pelerinii.

Tabel 12: Structura calitativă a vizitelor la mănăstiri incluse în oferta agențiilor de turism naționale

Traseu	Localități incluse	Mănăstiri	Biserici	Schituri rupestre	Arii naturale	Drum asphalt, %	Sezon, zile
Căpriana	5	1	3		1	100	365
Noul Neamț	12	1	5			95	365
Condrița	2	1	2		1	95	365
Saharna	12	1	2	1	1	98	365
Țipova	10	1	1	1	1	98	365
Hârbovăț	9	1	2			100	365
Curchi	7	1	2			100	365
Hârjeuca	8	1	2		1	100	365
Rudi	25	1	2		1	95	365
Vărzărești	10	1	2			95	365
Japca	22	1	2	1	1	95	365
Răciula	7	1	1			100	365
Hâncu	5	1	3		1	100	365
Hirova	10	1	2			95	365
Suruceni	5	1	2			95	365
Călărășeuca	28	1	2		1	95	365
Orheiul Vechi	6	1	1	2	1	100	365
Cosăuți	22	1	1		1	90	365
Tabăra	8	1	2			90	365
“Sf. Teodor Tiron”	1	1	1			100	365
Total	134	20	40	5	11		

Vizite ale rezervațiilor naturale. Fondul ariilor naturale protejate de stat din Moldova este potrivit legislației naționale deschis pentru forme organizate de turism, activități de agrement și odihnă a populației. În realitate, însă, în ofertele turistice sunt prezente doar câteva zone naturale drept destinații finale, iar ca obiecte adăugătoare de vizită în trasee combinate spre mănăstiri și locuri istorice.

Tabel 13: Structura calitativă a vizitelor în zone naturale incluse în oferta agențiilor de turism naționale

Traseu	Localități incluse	Arii naturale	Mănăstiri biserici	Muzee	Drum asfalt, %	Sezon, zile
Grădina botanică Chișinău	1	1	-	-	100	365
Rezervația "Codri"	5	2	-	1	90	200
Landșaftul "Trebujeni"	6	2	2	2	90	200
Parcul "Țaul"	19	2	3	1	98	200
Rezervația "Pădurea Domnească"	18	4	4	1	80	200
Total	27	9	6	5		

Calitatea serviciilor auto

În Republica Moldova este aplicată clasificarea autocarelor pe circuitele turistice și internaționale (Regulamentul privind clasificarea autocarelor după stele, 2002). Astfel autocarele sunt clasificate de la 1-4 stele, iar Regulamentul specifică clar cerințe pentru echiparea tehnică și asigurarea confortului călătorilor la drum. Toate cursele internaționale sunt dotate cu autocare clasificate. Pe traseele interne, alegerea autocarelor pentru excursii nu totdeauna este conformă regulamentului.

Calitatea joasă a semnalizării rutiere

Sub 1% din atracțiile pe trasee turistice sunt dotate cu indicatoare rutiere de informare turistică conform cerințelor Regulamentului circulației rutiere. Nici o autoritate nu este responsabilă de gradul de acoperire a traseelor turistice cu indicatoare.

Indicatoare turistice de generație nouă (pe fundal brun) în Moldova nu sunt aplicate. Acestea oferă o vizibilitate mai mare atracțiilor turistice și sunt obișnuite pentru multe țări UE și țări aspirante.

3.2.2. Transport feroviar

Progrese de etapă (2003-2010)

Republica Moldova este conectată cu principalele orașe din regiune. Recent s-au construit un segment de cale ferată între Cahul și Giurgiulești, astfel parcursul total al CFM constituie 1157 km. Cursele interne circulă zilnic și asigură conectivitatea cu localitățile pe segmente importante. Strategia infrastructurii transportului terestru pe anii 2008-2017 prevede acțiuni de reformare a CFM.

Calea ferată din Moldova reprezintă partea din sistemul feroviar al ex-URSS, care păstrează

ecartamentul vechi și tracțiunea cu locomotive diesel. Astfel este asigurată conectivitatea cu principalele orașe din regiune. Chișinăul este conectat prin traseele internaționale de 10 curse cu Moscova (3 curse), Pșemisli, St. Petersburg, Minsk, Varșovia, București, Rostov, Odesa (recent redeschisă). Cursele tranzit asigură conexiunea cu orașele pe segmentele: Saratov – Varna, Saratov – Sofia, Varna – Rostov (doar în perioada sezonului turistic). La trecerea frontierei de vest, ecartamentul vagoanelor este schimbat (timp de cca. 3 ore) cu cel vest-european.



Cursele interne circulă zilnic și asigură conectivitatea cu localitățile pe segmentele: Chisinau - Bender 2 (3 curse), Chisinau – Ungheni (4 curse), Chisinau – Ocnita, Chisinau – Basarabeasca, Chisinau – Revaca. Un număr limitat din populația Moldovei folosește transportul feroviar.

În perioada 2005-2006 s-au construit un segment de cale ferată între Cahul și Giurgiulești, astfel parcursul total al CFM constituie 1157 km, pe care circulă 411 vagoane nemodernizate, 9% dintre care au fost scoase din uz în ultimii 8 ani.

Tabel 14: Caracteristicile CFM

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03
Linii de cale ferată în exploatare de folosință generală*	1111	1154	1157	1157	104,14
Locomotive diesel (peste 350 CP)	159	154	152	152	95,60
Vagoane de pasageri	452	436	398	411	90,93

Transportul feroviar în Republica Moldova este puțin utilizat în scopuri turistice. Sub 1% din clienții agențiilor de turism au călătorit cu trenul. Rezervările pot fi făcute în special în gări, iar majoritatea agențiilor de turism din Moldova nu prestează servicii de rezervare a biletelor la tren.

Tabel 15: Evoluția călătoriilor cu transportul feroviar al turiștilor, mii persoane

	2003	2005	2007	2010	%, 2010/03	Rata anuală de creștere, %
pasageri pe căile ferate din RM	5281,6	5024,1	5590,5	4963,7	94,0	-0,8
turiști care au utilizat transportul feroviar	9,4	8,2	3,1	-	33,5	-13,3
%, ponderea turiștilor	0,18	0,16	0,06	-		

Cursele interne regulate se efectuează din Chișinău pe traseele feroviare:

1. Chișinău – Ungheni – Bălți, iar de aici spre Ocnita, Lipcani și Rîbnița.

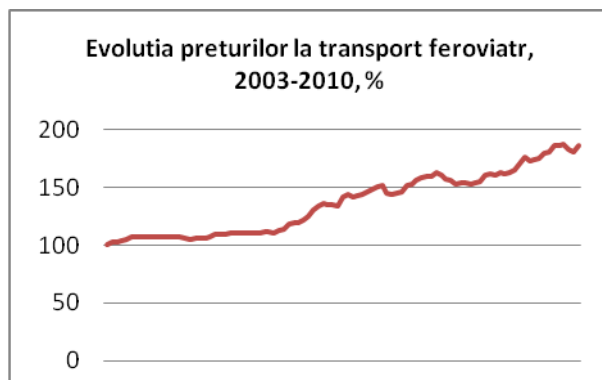
2. Chișinău – Tighina, de unde spre Pervomaisc, Basarabeasca cu Cantemir-Cahul-Giurgiulești și Taraclia-Etulia.

Limitele de viteză pe un traseele interne constiuie 49 km/oră.

Cursele interne ale CFM nu permit dezvoltarea de trasee turistice specializate (ex: circulare tematice), deși acestea în perioada anilor 65 - 85 erau foarte populare sub denumirea de „Trenul prieteniei”, care legau orașele și regiunile din ex-URSS (fluxul de asemenea călători depășea 1,5 mln turiști).

Costul билетelor la tren s-au scumpit de aproape 2 ori în ultimii 8 ani, iar parcul de vagoane și locomotive nu a fost modernizat. Gara Chișinău a fost modernizată în 2006-2007, alte gari fiind doar reparate.

Strategia infrastructurii transportului terestru pe anii 2008-2017 prevede acțiuni de reformare a CFM.



3.2.3. Transport aerian

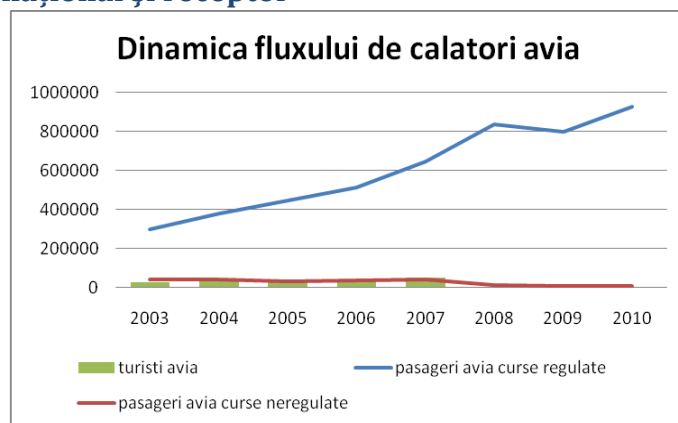
Progrese de etapă (2003-2010)

Transportul avia înregistrează în Republica Moldova în ultimul timp o dinamică susținută cu o rată anuală de creștere de cca. 32%. Aeroportul Internațional Chișinău renovat corespunde standardelor internaționale și deservește o rețea semnificativă de linii aeriene. 15 companii aeriene ale Republicii Moldova și străine prestează servicii de transport pasageri prin curse regulate și charter, asigurând legături directe cu 26 de destinații (creștere cu 23%), iar cu transbordări - cu majoritatea țărilor lumii. Cele mai populare destinații sunt Moscova (26,75%), Istanbul (11,90%), Antalya (5,93%), Viena (5,65%), München (5,55%) și Verona (5,27%). În ultimii 8 ani parcul de aeronave din țară a sporit cu cca. 16% numărul navelor pentru pasageri. Aeroportul Internațional Chișinău și-a elaborat un Master Plan pentru perioada 2010-2030, care include valorificarea mai eficientă a poziției sale, atragerea de noi curse și companii, utilizarea activelor, îmbunătățirea infrastructurii la sol, modernizarea parcului de aeronave.

Componentă în creștere a produsului turistic național și receptor

Transportul avia înregistrează în ultimul timp o dinamică susținută cu o rată anuală de creștere de cca. 32%. Acest lucru se realizează în special din contul curselor regulate, curselor neregulate la comandă referindu-se sub 10% din călătorii.

15 companii aeriene ale Republicii Moldova și străine prestează servicii de transport pasageri prin curse regulate și charter, asigurând legături directe cu 26 de destinații (creștere cu 23%), iar cu transbordări - cu majoritatea țărilor lumii. După o ușoară reducere a numărului de destinații și de curse către țările C.S.I., acestea revin în ultimii ani.



Ponderea transportului avia în valoarea pachetului turistic variază estimativ între 30-60%. Călătorii preferă în 1/3 transportul avia pe rute internaționale. Peste 649 mii persoane sau 0,3% din călătorii țării au preferat transportul avia.

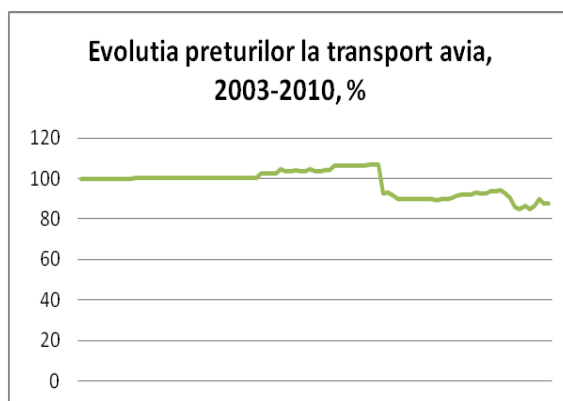
Remarcăm că, companiile de turism naționale sunt active pe segmentul călătoriilor organizate prin curse neregulate. Ponderea turiștilor în totalul călătoriilor pe curse neregulate este una semnificativă. Iar conflictele din 2011 privind reglementarea fluxurilor de călători la cursele neregulate doar accentuează poziția prioritară a companiilor de turism pentru consolidarea acestui flux de călători internaționali.

Tabel 16: Evoluția fluxurilor de călători avia

	2003	2005	2007	2010	%, 2010/03	Rata creștere anuală, %
pasageri avia curse regulate	297488	447593	647361	928761	312,2	39,0
pasageri avia curse neregulate	42001	33192	39860	7465	17,8	-10,3
turisti avia	27136	39852	49676	-	-	-
%, raportul pasagerilor în curse neregulate	12,37	6,90	5,80	0,80	6,4	-11,7
%, raport turisti avia curse nerelugate	64,61	120,07	124,63	-	-	-

Prețuri în ușoară descreștere la serviciile transportului avia

În ultimii ani prețurile la serviciile transportatorilor avia în ansamblu s-au diminuat cu cca. 15%, în ciuda sporirii costurilor la combustibil, deservirea navelor la sol și taxelor. Acest fapt a dus indirect la creșterea fluxului de călători care au preferat transportul avia. Totodată costurile la bilete avia în Republica Moldova sunt mai scumpe decât costurile din regiune, astfel este evidentă migrarea unui număr important de călători avia din țară spre aeroporturile din Odesa și București.



Aeroportul Internațional Chișinău – unica poartă aeriană a țării

Aeroportul Internațional Chisinau renovat corespunde standardelor internationale si deserveste o retea semnificativa de linii aeriene. Aproape în totalitate pasagerii sunt deserviți pe curse regulate (de regulă mai scumpe), curselor comerciale neregulate revenindu-le în 2010 sub 1% din traficul de pasageri.

Tabel 17: Evoluție trafic prin Aeroport Internațional Chisinau

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rara anuală creștere, %
Pasageri total	339489	546633	845926	936226	275,8	34,5
Pasageri curse regulate	297488	511315	834084	928761	312,2	39,0
Pasageri curse neregulate	42001	35318	11842	7465	17,8	-10,3
%, raport pasageri curse regulate	87,63	93,54	98,60	99,20	113,2	14,2
Miscari aeronave curse regulate	7593	8856	11197	12170	160,3	20,0
Miscari aeronave curse neregulate	1640	1192	1174	1071	65,3	-4,3
%, raport miscari aeronave curse regulate	82,24	88,14	90,51	91,91	111,8	14,0
pasageri/cursa regulata	39,18	57,74	74,49	76,32	194,8	24,3
pasageri/cursa neregulata	25,61	29,63	10,09	6,97	27,2	-9,1

Cele mai populare destinații sunt Moscova (26,75%), Istanbul (11,90%), Antalya (5,93%), Viena (5,65%), Munchen (5,55%) și Verona (5,27%).

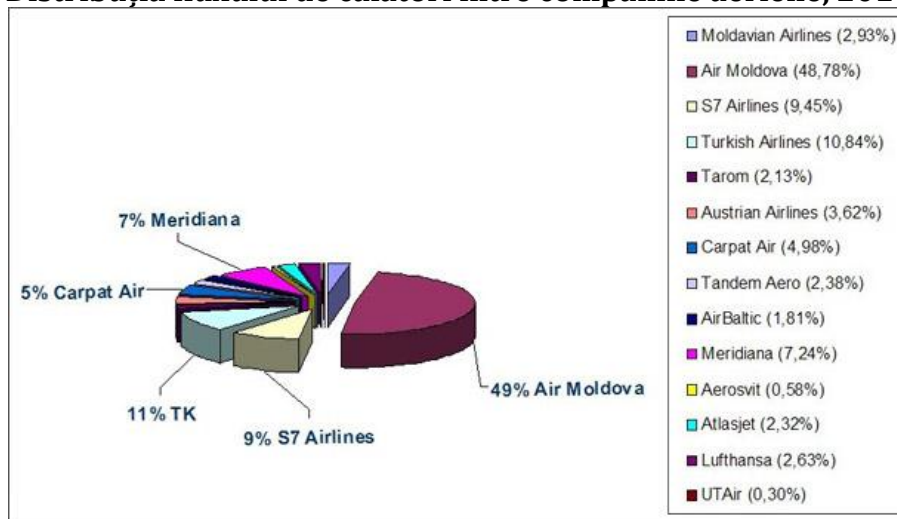
Operatorul național Air Moldova deține cca. 73,1% din destinațiile de zbor, celorlalte companii în mare parte revenindu-le 1-3 destinații. Aceasta micșorează competiția pe piață și drept consecință prețurile la bilete sunt mai scumpe.

Tabel: Destinațiile de zbor din Chișinău

Companie aeriana	Cod	Destinație	% din destinații
Air Moldova	9U	Antalia Atena Bodrum București Varna Viena Kiev Larnaca Lisabona Londra Madrid Milan Moscova Paris Roma Sankt-Petersburg Istanbul Frankfurt Soci	73,08
Moldavian Airlines	2M	Antalia Budapesta Riga Istanbul Timișoara	19,23
Austrian Airlines	OS	Viena	3,85
Carpatair	V3	Budapesta Timișoara	7,69
Airbaltic	BT	Riga	3,85
Turkish Airlines	TK	Antalia Istanbul	7,69
Tandem Aero	TQ	Tel Aviv	3,85
S7 Airlines	S7	Moscova	3,85
Malev	MA	Budapesta	3,85
Tarom	RO	București	3,85
Meridiana	IG	Roma Milan Verona	11,54
Lufthansa	LH	München	3,85
Atlasjet	KK	Antalia	3,85
AeroSvit	VV	Kiev	3,85
Utair	UT	Surgut	3,85

Aproape jumătate din numărul de pasageri în 2010 a fost deservit de Air Moldova, urmată de Turkish Airlines (11%) și S/ Airlines (9%).

Distribuția fluxului de călători între companiile aeriene, 2010



Sursa: www.airport.md

Parcul de aeronave în creștere

În ultimii 8 ani parcul de aeronave din țară a sporit cu cca. 16% numărul navelor pentru pasageri (22), totodată doar 1/3 din navele pentru transportul mărfurilor mai funcționează.

Tabel 18: Evoluția parcului de aeronave în Republica Moldova

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rara anuala crestere, %
Aeronave civile pentru transportul pasagerilor	19	35	23	22	115,79	2,0
Aeronave civile pentru transportul mărfurilor	9	16	3	3	33,33	-8,3

Aeroportul Internațional Chișinău și-a elaborat un Master Plan pentru perioada 2010-2030, care include valorificarea mai eficientă a poziției sale, atragerea de noi curse și companii, utilizarea activelor, îmbunătățirea infrastructurii la sol, modernizarea parcului de aeronave.

3.2.4. Transport fluvial

Progrese de etapă (2003-2010)

Două căi navigabile interne de importanță internațională de categoria E sunt în Republica Moldova pe Nistru și Prut, la fel țara dispune de un sector (430 m) al malului pe fluviul Dunărea. Rîurile care oferă trasee navigabile de cca. 558 km (41,2%) pe Nistru pe segmentul Palanca-Dubăsari-Soroca, iar pe Prut – traseul Giurgiulești – Ungheni. Aici sunt situate porturile: Portul Fluvial Rîbnița; Portul Fluvial Bender; raionul de mărfuri Varnița; Portul Fluvial Ungheni, Portul de pasageri Giurgiulești și alte cheiuri. Complexul portuar Giurgiulești se încadrează în coridorul VII pan-european, coridorul TRACECA și poate fi utilizat nu numai pentru importul și exportul mărfurilor în/din Republica Moldova dar și pentru tranzitul pasagerilor în/din UE și alte state a bazinului Dunărean.

Două coridoare ne utilizate pentru turism naval

În Republica Moldova sunt două căi navigabile interne de importanță internațională de categoria E, clasificate în conformitate cu prevederile Acordului European cu privire la principalele căi navigabile interne de importanță internațională. Totodată, țara dispune de un sector (430 m) al malului pe fluviul Dunărea.

După destrămarea Uniunii Sovietice și conflictul transnistrean, ramura transport naval a suferit foarte mult. Porturile nu funcționau, mijloacele plutitoare au fost distruse și vîndute la fier vechi.

Nistrul (660 km în RM) și Prutul (695 km în RM) sunt rîurile care oferă trasee navigabile de cca. 558 km (41,2%). Astfel pe Nistru traseul navigabil permite deplasarea pe segmentul Palanca-Dubăsari-Soroca, iar pe Prut – traseul Giurgiulești – Ungheni.

Tabel 19: Caracteristici sistemul naval RM

	2003	2005	2007	2010	%, 2010/03
Căi fluviale navigabile de folosință generală	558	558	558	558	100,00
pasageri transportati, mii pers	103,8	134,8	119,2	118,8	114,45
turisti deserviti de agentii de turism	612	2	971		158,66
Nave de pasageri cu autopropulsie	3	3	1	1	33,33

Puține porturi și debarcadere

Pe fluviul Nistru și rîul Prut, sunt situate următoarele porturi: Portul Fluvial Rîbnița; Portul Fluvial Bender; raionul de mărfuri Varnița; Portul Fluvial Ungheni, Portul de pasageri Giurgiulești și alte cheiuri care în secolul 20 se utilizau intensiv pentru transportarea pasagerilor prin intermediul transportului naval.

În prezent, sunt doar cîțiva agenți economici în Republica Moldova care prestează servicii din domeniul transportului naval intern și pe plan internațional. Astfel, în subordinea MTID sunt următoarele organizații din domeniul transportului naval: IP "Căpitănia portului Giurgiulești"; ÎS "Portul Fluvial Ungheni"; ÎS "Registrul Naval" și ÎS "Bacul Molovata". La fel, pe teritoriul țării activează și agenți economici privați ce prestează servicii în domeniul transportului naval intern, cel mai mare din aceștea fiind ÎCS "Danube Logistics" SRL, care este operatorul "Portului Internațional Liber Giurgiulești".

Complexul portuar este compus în prezent din Portul de pasageri Giurgiulești, operatorul căruia este ÎS "Portul Fluvial Ungheni", Portul Internațional Liber Giurgiulești, operat de ÎCS "Danube Logistics" SRL.

Portul de pasageri este compus din următoarele componente principale:

Cheul de acostare Giurgiulești a navelor de pasageri de navigație maritimă, fluvială și de navigație mixtă de tip râu-mare cu lungimea de 120 m, lățimea – 16 m, pescajul – 4,5 m și capacitatea de transportare a pasagerilor – cca. 300 pers/zi;

Clădirea administrativă include sala de așteptare și de perfectare a procedurilor vamale și de frontieră, birourile administrației portuare și locurile permanente de exercitare a serviciilor a autorităților vamale și de frontieră care sunt specializați pentru îndeplinirea atribuțiilor sale în porturi fluvio-maritime.

Complexul portuar Giurgiulești este foarte important deoarece, datorită situației geografice, se încadrează în coridorul VII pan-european, coridorul TRACECA și poate fi utilizat nu numai pentru importul și exportul mărfurilor în/din Republica Moldova dar și pentru tranzitul pasagerilor în/din Uniunea Europeană și alte state a bazinului Dunărean.

3.3. Atracții turistice antropice și naturale

Progrese de etapă (2003-2010)

Atracțiile naționale sunt principalii motivatori pentru călătorii pe teritoriul Moldovei. În Moldova sunt peste 15 mii atracții turistice antropice și peste 300 arii naturale importante. Dezvoltarea obiectelor patrimoniului turistic se asigură prin amenajarea turistică teritorială în conformitate cu documentația de urbanism și amenajare a teritoriului (PATN, 2008).

Suprafețele împădurite reprezintă pentru Moldova un potențial important de atracție a turiștilor (cca.11,6% din teritoriul țării). Cca.45% din total sunt pădurile de recreare și cele destinate conservării naturii și trebuie să servească pentru activități excursioniste, agrement organizat și tratament balnear ca alternative diverselor tipuri de turism neorganizat. Amenajările turistice pentru zonele naționale de agrement aferente bazinelor acvatice (Vadul lui Vodă, Soroca, Vatra, etc.) sunt reglementate clar în Moldova. În țară există un sistem complex de arii naturale sub protecție de stat: 12 categorii de zone naturale protejate (peste 66,5 mii ha), din care fac parte 178 de diverse tipuri de rezervații, 130 monumente ale naturii și 433 arbori seculari.

În Moldova au fost atestate câteva mii de stațiuni preistorice, circa 400 seliști tripoliene (~ 5-6 mii de ani în urmă), circa 50 grădiști fortificate antice, circa 500 seliști medievale timpurii, numeroase cetăți medievale din pământ, 6 cetăți medievale din piatră (în diferite stadii de conservare), peste 1000 monumente de arhitectură protejate, circa 50 mănăstiri ortodoxe. Atracțiile turistice amplasate în localități (mănăstiri, biserici, complexe muzeale, parcuri) beneficiază de drumuri locale de acces relativ întreținute pe parcursul întregului an.

În Moldova sunt activi cca. 20 ghizi profesioniști de turism, care cunosc traseele spre atracțiile naționale, și sunt angajați de cca. 85 agenții de turism din Chișinău și instituțiile de învățământ. Sunt cca. 340 ghizi locali care de regulă sunt angajați ai muzeelor locale și practică la solicitare excursii extramuzeale spre unele atracții specifice locului. În raza de 30 km de la oricare obiect turistic din Moldova poate fi angajat un ghid local.

Atracții turistice slab valorificate în Moldova

Turismul este singura ramură economică ce valorifică non-degradant potențialul natural și patrimoniul istoric, cultural și artistic. În țară sunt peste 15 mii atracții turistice antropice și peste 300 arii naturale importante. Traseele turistice practicate de agenții economici includ sub 1% din numărul total de atracții turistice.

Importanța resurselor turistice, ca dotări factoriale, este justificată în special de caracterul lor original sau unic (cum sunt spre exemplu beciurile vinărilor din Moldova), caz în care posesorul dobândește chiar poziția de "monopol" în cadrul unei anumite specializări/diferențieri (vitivinicole) pe piața internațională. Totodată, Moldova care dispune de resurse turistice importante dar care nu posedă capital suficient, nu poate dezvolta cu mijloace financiare proprii capacitățile de producție turistică, iar resursele sale devin astfel subutilizate (ne amenajate pentru consumul turistic și ne estetice). Aceasta este situația majorității țărilor slab dezvoltate, în care este necesar atragerea de capital, transferul de tehnologie și intensificarea colaborării internaționale.

Evaluarea defectuasă a atracțiilor turistice

Legea turismului pune în responsabilitatea autorității naționale de turism organizarea evidenței și atestarea resurselor turistice, precum și asigurarea valorificării și protejării acestuia în condițiile legii. Totodată, dezvoltarea obiectelor patrimoniului turistic se asigură prin amenajarea turistică teritorială în conformitate cu documentația de urbanism și amenajare a teritoriului (PATN, 2008) pe responsabilitatea MCDR, la care AT nu participă.

Activitatea de turism în teritoriu se reglementează de către autoritatea națională de turism în colaborare cu APL. APL trebuie să inventarieze principalele resurse turistice, să contribuie la protecția și conservarea lor prin respectarea normelor de punere în valoare, delimitează și autorizează teritoriile pentru odihnă și agrement, acțiuni pentru care APL nu are capacități.

Monitoring ne realizat pentru atracții turistice

Evaluarea și monitoringul resurselor turistice presupune un complex de măsuri menite să efectueze un control periodic în spațiu și timp a unui grup bine delimitat de obiective de interes turistic. În linii mari acest complex de măsuri presupune:

- Delimitarea în spațiu a obiectivelor de interes turistic pentru monitorizare;
- Gruparea acestor obiective după principiul geografic sau caracteristici comune în anumite zone turistice clar delimitate de alte zone;
- Aplicarea unui regim de conservare (stabilit prin lege sau hotărâri ale APL) cu măsuri de protecție specifice fiecărui tip de resurse turistice;
- Sporirea valorii obiectivelor incluse în zonele turistice prin programe și studii științifice (istorice, artistice, estetice, ecologice, biologice etc.) și măsuri de promovare activă;
- Sporirea funcționalității pentru activitățile de turism prin:
 - Delimitarea în fiecare zonă turistică a suprafețelor interzise pentru vizite, suprafețelor pentru agrement, locuri pentru construcții ușoare și capitale, trasee locale, inclusiv dotări pentru turismul neorganizat etc.
 - Certificarea obiectivelor din patrimoniul turistic și promovarea acestora în zonă și peste hotarele ei
 - Includerea zonelor turistice în circuite internaționale.
- Crearea unei baze de date a patrimoniului turistic existent în Republica Moldova care trebuie să se caracterizeze prin eficiență și accesibilitate;
- Crearea centrelor de informare turistică în zonele turistice, prin care să se realizeze programele de selectare, analiză primară și transmitere spre stocare a informațiilor necesare monitorizării eficiente a resurselor turistice;

Acest lucru nu se efectuează și nu sunt repartizate clar responsabilitățile.

3.3.1. Patrimoniul natural turistic

Un număr important de terenuri utilizate în diverse activități economice au și funcționalitate turistică, adică formează cadrul formator al peisajelor atractive pentru excursii și trasee scenice, dar sunt și suportul fizic al amplasării bazei materiale ale unităților turistice (hoteluri, sate de vacanță, agropensiuni, stațiuni balneare, etc).

Unele categorii de terenuri (destinate ocrotirii naturii, ocrotirii sănătății, activității recreative, terenurile de valoare istorico-culturală, terenurile zonelor suburbane și ale zonelor verzi; ale fondului silvic; ale fondului apelor) au caracteristicile necesare terenurilor cu funcționalitate turistică prioritară. În mare parte și terenurile agricole prezintă interes turistic prin diversitatea peisajelor, care reprezintă de cele mai dese ori cartea de vizită a mediului rural. Fondul funciar al Republicii Moldova (inclusiv teritoriile din estul țării) constituie cca. 3,38 mln ha și este caracterizat de o pondere însemnată a terenurilor agricole (cca. 75 %). Viile ocupă 4,5% (153 mii ha) și livezie 4,0% (cca. 135 mii ha) din teritoriul țării. Fondul forestier înregistrează în perioada 2003-2010 o ușoară creștere de cca, 2,5% (433,5 mii ha) și această creștere va fi menținută în următorii ani.

Legile și actele normative care reglementează gestionarea terenurilor specifică clar funcționalitatea prioritară pentru turism, odihnă și agrement permanent sau temporar ale unor spații aflate la dispoziția autorităților publice centrale sau locale: (i) terenurile zonelor verzi în raza localităților urbane și rurale, (ii) fondul silvic, (iii) fondului de vânătoare (iv) fondul apelor. Acest fapt crează condiții primare pentru sporirea atracției turistice ale unui număr însemnat de terenuri din Republica Moldova. Estimările arată că ponderea terenurilor amenajate pentru turism este sub 1% din total.

Autoritățile de turism pot monitoriza parțial terenurile cu funcționalitate turistică

Autoritatea națională de turism este obligată prin lege să clasifice toate imobilele (terenuri, spații construite, echipare pentru turism) care servesc pentru cazarea și alimentarea vizitatorilor. Totodată, standardele naționale de clasificare a unităților de primire turistice specifică drept condiții obligatorii de clasificare a campingurilor, taberelor pentru copii și satelor de vacanță existența pe teritoriul lor a spațiilor verzi (inclusiv alei, drumuri interne, zone de liniște, terenuri sportive și de agrement) în proporție de minim 10%. La fel o cotă importantă din suprafață trebuie să fie înverzită și în cazul zonelor de agrement naționale sau agropensiunilor.

Tabel 20: Raportul zonelor verzi obligatorii în cadrul structurilor turistice din Republica Moldova

Tip unitate turistică	Clasificare	Suprafață înverzită
Camping	1*	10%
	2*	15%
	3*	25%
	4*	25%
Sat de vacanță	2*	15%
	3*	25%
Tabără pentru copii	1*	30%
	2*	50%
Agropensiune	1*	-
	2*	x
	3*	x
Zone de agrement aferentă bazinelor acvatice	națională	minim 50 metri în jur

Autoritatea națională de turism nu are atribuții de monitorizare a terenurilor pentru odihnă, agrement și turism expres specificate în legislația națională: (i) terenurile zonelor verzi în raza localităților urbane și rurale, (ii) fondul silvic, (iii) fondului de vânătoare (iv) fondul apelor.

Terenuri pentru agrement ale fondului silvic nemonitorizate de autoritatea de turism

Suprafețele împădurite reprezintă pentru Moldova un potențial important de atracție a turiștilor. Vegetația forestieră constituie un element esențial de creare a peisajelor, sursă relativ eficientă de tratament balneoclimatic, loc de amplasare a diferitor unități de agrement turistic și sportiv. Pădurile fac parte din majoritatea rezervațiilor - importante destinații ecoturistice naționale. Fondul silvic al Republicii Moldova (fără regiunea transnistreană) constituie cca.11,6% din teritoriul țării, inclusiv cca. 10,5% reprezintă suprafața împădurită a țării. "Moldsilva" gestionează cca. 90,2% din fondul forestier național, iar restul terenurilor fondului (9,7%) se află în gestiunea primăriilor și altor deținători funciari.

Pădurile sunt variate dar repartizate extrem de neuniform: zonei de centru îi revin circa 60% (gradul de împădurire fiind de 13,5%), zonei de nord – cca. 26% (cu un grad de împădurire de 7,2%), iar zonei de sud – doar 16% (gradul de împădurire de 6,7%). În prezent compoziția pădurilor din Republica Moldova este formată din specii de foioase (97,8%), inclusiv stejărete – 140,6 mii ha (40,3%), salcâmete – 124,0 mii ha (35,5%), frâsinete – 16,6 mii ha (4,8%), plopișuri – 5,7 mii ha (1,6%) etc., rășinoasele ocupând 2,2% din fondul forestier. Vegetația de pădure include 137 asociații atribuite la 11 formațiuni forestiere. Flora pădurilor țării constituie 1008 specii de plante vasculare, dintre care 60 specii au fost incluse în Cartea Roșie a Republicii Moldova.

Cca.45% din total sunt pădurile de recreare și cele destinate conservării naturii și trebuie să servească pentru activități excursioniste, agrement organizat și tratament balnear ca alternative diverselor tipuri de turism neorganizat. Autoritatea națională de turism nu monitorizează calitatea serviciilor turistice acordate cetățenilor și oaspeților țării în aceste spații.

Terenuri ale fondului apelor parțial monitorizate de autoritatea de turism

Întinderile de apă sunt importante elemente creatoare de peisaje și loc pentru practicarea turismului, natației și diferitor activități sportive nautice. Pe marginea bazinelor acvatice sunt

amplasate plaje, diverse dotări de agrement și turistice. În mare parte dezvoltarea zonelor turistice mari sunt legate de apă. În Republica Moldova resursele de apă sunt limitate la aproximativ 1,32 mlrd.m³, rețeaua hidrografică este formată de 3621 cursuri de apă cu o lungime totală de cca. 16 mii km. Râurile Nistru (630 km) și Prut (695 km) marchează frontiera de stat cu Ucraina și România. În Republica Moldova pe toate râurile și râulețele sunt construite peste 4,7 mii acumulări de apă cu o suprafață de cca. 48 mii ha, dintre care doar 34 se găsesc la balanța Agenției „Apele Moldovei”. Dintre acestea bazinele acvatice curative și de asanare, precum și cele pentru necesități piscicole, vânătorești și ale rezervațiilor naturale sunt importante resurse turistice și de agrement, dar pentru care nu este elaborat nici un program de dezvoltare a turismului. Totodată, codul apelor stabilește un sistem de zone de protecție a apelor ale bazinelor și cursurilor de apă pe întreg teritoriul țării, care însă este valorificat doar sporadic pentru funcții turistice, de agrement, de odihnă. Autoritatea națională de turism poate monitoriza calitatea amenajărilor turistice doar pentru zonele naționale de agrement aferente bazinelor acvatice (Vadul lui Vodă, Soroca, Vatra, etc.), celelalte spații de agrement acvatic dezvoltându-se în lipsa unor standarde de calitate a prestației turistice.

Diversitate mare și repartizare echilibrată teritorial a ariilor naturale

Potențialul natural național este unul din principalele elemente, care atrage și orientează fluxul de turiști și alți vizitatori spre destinațiile din Republica Moldova. Legea nr. 1538-XIII din 25.02.1998 instituie un sistem complex de arii naturale sub protecție de stat: 12 categorii de zone naturale protejate (peste 66,5 mii ha), din care fac parte 178 de diverse tipuri de rezervații, 130 monumente ale naturii și 433 arbori seculari. Opt tipuri dintre ariile protejate corespund clasificării UICN, iar patru categorii sunt de interes național (grădina botanică, grădina dendrologică, monument de arhitectură peisajeră, grădina zoologică). Suprafața ariilor naturale protejate de stat din țară amplasate pe teritoriul fondului forestier gestionat de autoritățile silvice de stat constituie 60,6 mii ha (91,1%). Marea majoritate a zonelor protejate sunt situate în perimetrul localităților sătești, fapt care creează premise pentru dezvoltarea ecoturismului și a turismului rural.

Tabel 21: Ponderea ariilor naturale protejate în RM

Item	Număr	% din totalul FANP
Rezervații științifice	5	1,6
<i>Suprafață, ha</i>	<i>19378</i>	<i>29,2</i>
Rezervații naturale	63	20,5
<i>Suprafață R.naturale, ha</i>	<i>8009</i>	<i>12,0</i>
Rezervații peisajistice	41	13,3
<i>Suprafață R.peisajistice, ha</i>	<i>34200</i>	<i>51,5</i>
Rezervații de resurse	13	4,2
<i>Suprafață R.resurse, ha</i>	<i>523</i>	<i>0,8</i>
Arii cu management multifuncțional	32	10,4
<i>Suprafață AMM, ha</i>	<i>1030,4</i>	<i>1,6</i>
Monumente naturale	130	42,2
<i>Suprafață M.naturii, ha</i>	<i>2906,8</i>	<i>4,4</i>
Parcuri, alei	20	6,5
<i>Suprafață M.arh.peisaj., ha</i>	<i>191,1</i>	<i>0,3</i>
Grădini protejate (botanice, dendrologice, zoologice)	4	1,28
<i>Suprafața Grădini protejate</i>	<i>229</i>	<i>0,35</i>

Toate ariile naturale trebuie, conform regulamentelor proprii, valorificate pentru turism organizat a anumitor subzone clar delimitate: trasee ecoturistice, locuri amenajate pentru observarea naturii, echiparea teritoriului pentru agrement, construcții ușoare/capitale pentru cazarea vizitatorilor.

Rezervațiile științifice: legislația națională încurajează, cu acceptul administrației rezervației, crearea traseelor excursioniste locale, iar în anumite condiții și camparea în structuri speciale a turiștilor. Sunt interzise orice forme de turism neorganizat.

Rezervațiile naturale: legislația națională încurajează organizarea de excursii pentru educația ecologică, odihna, recrearea și turismul în locuri special amenajate, instalarea la hotare a bornelor, panourilor de avertisment, indicatoarelor și interzice manifestările de turism neorganizat, construcții, amenajări, recoltare, campare.

Rezervațiile peisagistice: legislația națională încurajează asigurarea dezvoltării durabile în scopuri recreative, estetice și culturale; instalarea la hotare a panourilor de avertisment, indicatoarelor; Interzis activități neautorizate: intrarea persoanelor, turism neorganizat, agrement neorganizat, campare, fotografierea, filmarea.

Monumentele naturii: în aspect turistic interesează monumentele, care prin valoarea lor pot atrage turiștii ca fiind reprezentative anumitor localități sau zone turistice. Deținătorii sunt obligați să organizeze itinerare turistice pedestre, precum și să instaleze indicatoare, borne, panouri de avertisment.

Ariile cu management multifuncțional: reprezintă suprafețe terestre și/sau acvatice în care, concomitent cu conservarea resurselor de apă și pășunilor, se practică turismul reglementat. Deținătorii trebuie să contribuie la (i) crearea de condiții pentru turism și agrement reglementat; (ii) organizarea de excursii pentru educația ecologică; (iii) instalarea la hotare a panourilor de avertisment, indicatoarelor; (iv) interzicerea activității neautorizate: turism neorganizat, construcții, amenajări.

Fondul ariilor naturale protejate de stat subutilizat pentru turism

Ariile naturale din Moldova sunt gestionate fragmentar de un număr important de deținători, care utilizează terenurile conform diferitor acte normative, dar au și capacitate diferită de a le folosi pentru turism, agrement și odihnă a populației și oaspeților țării. Autoritatea națională de turism nu are capacitate administrativă de a îmbunătăți situația valorificării turistice a FANP, precum și aplicarea standardelor de calitate a ospitalității pentru vizitatorii țării.

Tabel 22: Repartizarea FANP pe categorii de deținători funciari

Deținători funciari a FANP	Suprafața, ha	din total pe categorii, %
Rezervații științifice		
<i>Autoritatea națională de mediu</i>	19378	100
Rezervații naturale		
<i>AS „Moldsilva”</i>	7791	97,3
<i>Autorități publice locale</i>	30	0,4
<i>Întreprinderi agricole</i>	188	2,3
Rezervații peisajistice		
<i>AS „Moldsilva”</i>	30776,4	96,2
<i>Autorități publice locale</i>	214,0	0,7
<i>Întreprinderi agricole</i>	983,6	3,1
Rezervații de resurse		
<i>Agenția de Stat „Moldsilva”</i>	478	91,5
<i>Autorități publice locale</i>	10	1,9
<i>Întreprinderi agricole</i>	22	4,1
<i>Alte</i>	13	2,5
Arii cu management multifuncțional		
<i>Agenția de Stat „Moldsilva”</i>	91,0	8,8
<i>Autorități publice locale</i>	176,0	17,1
<i>Întreprinderi agricole</i>	631,9	61,3
<i>Alte</i>	131,5	12,8
Monumente naturale		
<i>Agenția de Stat „Moldsilva”</i>	585,1	21,3
<i>Autorități publice locale</i>	743,7	27,1
<i>Întreprinderi agricole</i>	1088,6	39,6

	<i>Alte</i>	328,8	12,0
Parcuri, alei			
	<i>Agenția de Stat „Moldsilva”</i>	2,2	1,2
	<i>Autorități publice locale</i>	13,0	6,8
	<i>Întreprinderi agricole</i>	38,3	20,0
	<i>Alte</i>	137,6	72,0
Grădini protejate (botanice, dendrologice, zoologice)			
	<i>Autorități publice locale</i>	103	45
	<i>Altele</i>	126	55

Printre cele mai reprezentative sunt: rezervația peisageră “Trebujeni” (500 ha), rezervația științifică “Codrii” (5172 ha), rezervația științifică “Pădurea Domnească” (6032 ha), rezervația științifică “Prutul de Jos” (1609 ha), rezervația științifică “Plaiul Fagului” (5642 ha), rezervația peisageră “Căpriană-Scoreni” (1762 ha), etc. Doar 5 arii protejate au propria administrație (din 308), dintre acestea marea majoritate nu au un plan de amenajare turistică (PUZ, studiu fezabilitate, alte) a rezervației, de fapt unul din motivele pentru care au fost organizate în 1998. Arealele incluse în fondul ariilor naturale protejate fac obiectul traseelor excursioniste într-o măsură mică. Fluxurile de vizitatori sunt sporadice, orientate pe trasee nemarcate corespunzător, iar spațiile pentru agrement și alimentație sunt sumar amenajate. Totodată, în rezervații sunt puține locuri amenajate pentru agrementul organizat, cunoscute și accesibile populației și oaspeților țării. În ariile naturale protejate nici una dintre structurile de cazare nu sunt clasificate conform legislației naționale.

3.3.2. Patrimoniul cultural turistic

Un număr mare de monumente ale civilizației umane

Savanții atestă că în teritoriul dintre Nistru și Prut s-au perindat mai multe civilizații, culturi și popoare. Sunt 500 de mii de ani de când se atestă aici prezența omului, care pe parcursul evoluțiilor diferite civilizații a lăsat un număr important de mărturii valoroase pentru turism. În Moldova au fost atestate câteva mii de stațiuni preistorice, circa 400 seliști tripoliene (~ 5-6 mii de ani în urmă), circa 50 grădiști fortificate antice, circa 500 seliști medievale timpurii, numeroase cetăți medievale din pământ, 6 cetăți medievale din piatră (în diferite stadii de conservare), peste 1000 monumente de arhitectură protejate, circa 50 mănăstiri ortodoxe, 76 muzee, teatre etc. În perioada ex-sovietică Moldova se poziționa ca “un muzeu sub cerul liber”. Odată cu obținerea independenței Republicii Moldova se reactualizează Registrul obiectelor naționale și locale ocrotite de stat, care în prezent conține cca. 15 mii de obiecte, inclusiv 5698 monumente protejate de stat (40%).

Patrimoniul cultural mobil, inclusiv o importantă parte a patrimoniului istoric și arhiologic, se păstrează în 66 de muzee (5 naționale, 7 filiale și 54 muzee locale), care cuprind în colecțiile lor peste 673 mii piese de patrimoniu și dispun de 20,3 mii m² de spațiu expozițional. O parte din aceste obiecte sunt incluse în circuitul turistic național.

O diversitate mare de monumente valoroase pentru turism

Monumente de arheologie: registrul monumentelor de arheologie din Republica Moldova conține 7368 monumente (stațiunile preistorice, vetrele fostelor sate sau seliștile, cetățuile sau horodiștile, orașele medievale, valuri de pământ, cimitire, movile funerare, comorile). Interes turistic reprezintă toate monumentele de arheologie care conservează vestigii originale bine păstrate și accesibile pentru vizita turiștilor.

- a) Vestigii preistorice. Cele mai vechi atestații ale prezenței omului în Republica Moldova sunt atribuite perioadei paleolitice de 300-500 mii de ani în urmă și reprezintă obiectul de studiu în arheologie. La noi s-au descoperit și au fost cercetate câteva mii de asemenea stațiuni ale oamenilor preistorici fie în peșteri, fie în teren liber. Piesele descoperite în excavațiile arheologice au dat posibilitate savanților să întregească cunoștințele despre modul de viață și concepția despre lumea înconjurătoare a comunităților gentile. Dintre cele mai bine studiate acestea se găsesc la Ciuciulești, Cosăuți, Buzdujeni, Brânzeni, Trinca, Horodiște, Vărativ, Duruitoarea, Butești, Ofatinți, Rașcov ș.a.
- b) Monumente ale antichității. Perioada antică a lăsat o moștenire impresionantă în așezările diferite popoare sedentare sau migratoare. Localitățile acestora fortificate sunt numite *cetățui (grădiști, horodiști)*, celelalte de tip sătesc nefortificate – *seliști*.
 - circa 100 de seliști sunt descrise și luate sub protecție de stat, ca de exemplu la Cărbuna, Vărvăreuca ș.a.
 - în jur de 30 de horodiști sau cetăți din pământ sunt conservate pe teritoriul Moldovei din secolele V-III î.e.n. Ele sunt de 3 tipuri:
 - cetăți de promontoriu, plasate pe malurile abrupte izolat de un val de protecție de restul câmpiei (ex: Rudi, Saharna, Țâpova, Butuceni ș.a.)
 - cetăți inelare – fortificații rotunde pentru o apărare mai efektivă (ex: Lipnic, Mateuți, Glinjeni, Pojăreni, Stolniceni ș.a.)
 - cetăți dreptunghiulare (ex: Hansca).
 - Valurile lui Traian au fost durate în sec. III-V de romani (de Jos) și băștinași (de Sus) pe distanțe de zeci de km între Prut și Nistru sau Prut și lacul Sasâc.

O parte din aceste obiecte fac parte din oferta excursionistă a unor muzee și agenții de turism.

Monumente de istorie: istoriografii clasifică monumentele de istorie în următoarele categorii: (i) monumentele activității de muncă și tehnică, (ii) monumentele orânduirii de stat și ale

mişcărilor social-politice, (iii) monumentele istoriei militare, (iv) monumentele de știință și cultură. Aceste obiecte pot fi incluse în circuitele turistice ca atracții de bază sau suplimentare.

Monumente de arhitectură: arhitectura unei localități sau zone constituie cartea de vizită, care mobilizează vizitatorii spre destinația turistică. Monumentele de arhitectură în dependență de funcționalitatea lor se împart în 9 grupuri. Pentru activități turistice pe teritoriul Republicii Moldova sunt reprezentative următoarele monumente de arhitectură: (i) cetățile medievale, (ii) monumentele de arhitectură locativă, (iii) monumentele de arhitectură civilă, (iv) monumentele de cult și complexe monahale, (v) monumentele economice și construcțiile ingineresti.

1. *Cetăți medievale.* În câteva rânduri pe teritoriul dintre Nistru și Prut s-au înregistrat migrațiuni masive ale diferitor popoare (slavii, bulgarii spre Balcani etc). Populația băștinașă era într-o permanentă stare de alertă datorită incursiunilor jefuitoare ale hoardelor nomade (tătari ș.a.). De aceea o parte din cetățile din pământ geto-dacice antice erau reconstruite și întărite pentru a servi în continuare fortificării localităților. În aceeași manieră erau construite și cetăți din *pământ* noi, iar în cazul în care era necesar de întărit un vad pe Nistru se înălțau fortificații din *piatră*.

- a) fortificațiile din pământ sunt atribuite sec. IX-XIV și în dependență de condițiile reliefului erau la fel ca și în antichitate durate pe promontorii (Mereșăuca, Cunicia ș.a.), inelare (Alcedar, Rudi - "Farfuria turcească", Lucașeuca ș.a.) sau dreptunghiulare (Costești ș.a.)
- b) cetățile din piatră sunt mai durabile în timp, rezistă mai îndelungat la asedii și reprezintă în sine o parte dintr-un complex de apărare a hotarelor Moldovei medievale. S-au păstrat, deși reparate sau reconstruite parțial, la Soroca și Tighina. Altele au fost devastate și distruse complet sau parțial la Orheiul Vechi, Râbnici, Tiraspol și Palanca.

2. *Monumente de arhitectură locativă.* Palatele, conacele, reședințele nobililor basarabeni sunt păstrate în Republica Moldova începând cu sec. XIX. Aceste monumente prezintă interes pentru excursii, deoarece reflectă influența și evoluția diferitor stiluri în teritoriu. În structura caselor de locuit se respectă în linii mari tradiția construcțiilor perfect adaptate la condițiile naturale locale. În interior, pe lângă cămară și tindă, casa tradițională este dotată cu o odaie pentru oaspeți - "Casa Mare". Urmează tipuri de case, care prin poziția, stilul, materialele utilizate în construcție, decor ș.a. sunt reprezentative pentru satele Moldovei:

- a) case rupestre în componența complexelor monahale la Țâpova, Orhei Vechi, Saharna, Japca sau în perimetrul satelor Țâra și Socola. În primul caz în ele locuiau călugării încă prin secolele IX-XIII, iar în sate în peșteri locuiau familiile sărace.
- b) case țărănești tradiționale sunt pretutindeni în satele Moldovei. Cele din zona Orheiului se impun prin decorul bogat din flori de piatră, cele din Codri - prin coloanele decorate frumos din lemn, cele din Sud - prin funcționalitatea lor etc.
- c) case nobiliare construite în sec. XIX-XX cu respectarea anumitor stiluri de arhitectură similar reședințelor rurale ale aristocraților europeni (la Ivancea, Sofia, Brânzeni, Țaul, Dolna, Donici, Ocnița, Hâncești, Cernoleuca ș.a.). Unele asemenea case sunt transformate în muzee, în special în cele, unde s-au născut și au trăit personalități (A. Donici, C. Stamati, Z. Rally, ș.a.).

Pentru activități turistice cognitive sunt cca. 25 asemenea obiecte incluse în trasee excursioniste promovate de muzee și agenții turistice.

3. *Monumente de arhitectură civilă.* Clădiri cu destinație civilă anterioare sec. XIX în Republica Moldova nu sunt. Un număr de edificii din localitățile țării au fost înălțate de comunitate și au o vastă tipologie și menire socială. Cu precădere asemenea obiecte au fost construite în orașe și centre urbane (târguri). Urmează exemple din mediul rural și urban tradiționale.

- a) școli cu tradiție (sătești, de exemplu la Lencăuți, și orașenești - gimnaziile din sec. XIX din Chișinău, Soroca, Râșcani);
- b) spitale (sătești - Stolniceni, orașenești - Chișinău, Soroca);
- c) edificii bancare (sătești - casa Societății de Credit din Cosăuți, orașenești - Chișinău, Banca Orașenească azi Sala cu Orgă);
- d) construcții rutiere de adăpostit, mas și mesit (han, ratoș, făgădău - Chișinău, Soroca);

- e) muzee (în sate unele case nobiliare au fost reorganizate în muzee de etnografie și istorie a ținutului, ca de exemplu la Ivancea, Dolna, Ocnița ș.a., în orașe – Muzeul de etnografie și istorie naturală, “Casa Herța” ș.a.);
- f) teatre (Teatrul Național “M. Eminescu”, Teatrul “Luceafărul”, Teatrul de Operă și Balet etc.);
- g) edificii administrative (primării sătești, Primăria Chișinău, Președinția Republicii Moldova, Parlamentul Republicii Moldova etc.);
- h) gări;
- i) arhitecturale (în sate – forme de arhitectură mică: crucifixe, fântâni bogat decorate etc.);

4. *Monumente de cult și complexe monahale.* Marea majoritate a lăcașelor de cult sunt ortodoxe, însă pe teritoriul actualei Republici Moldova au existat edificii ce au aparținut diferitor confesii religioase. Cel mai vechi este sanctuauul geto-dacic de formă crucială (sec. III – II î.Hr) descoperit în Orheiul Vechi. În perioada dominație otomane au existat și lăcașe musulmane. Însă bisericile și lăcașele de cult creștine au apărut pe teritoriul dintre Nistru și Prut din primele secole ale evului mediu, înainte de întemeierea statul feudal Moldova. Până azi aceste lăcașe s-au păstrat pe exemplul schiturilor rupestre (Țâpova, Saharna, Japca, Orheiul Vechi, atribuite de savanți perioadei dintre secolele IX-XVI).

În Registrul monumentelor ocrotite de stat sunt înscrise 891 edificii ecleziastice.

În localități pe parcursul întregii perioade medievale au existat biserici din lemn (la început asemănătoare caselor țărănești, apoi stilizate potrivit necesităților canonice). Dintre cele circa 30 păstrate până azi 12 sunt protejate ca monumente de arhitectură religioasă în Târnova, Hârbova, Rotunda, Sudarca, Braicău, Călărășăuca, Măcărești, Palanca, Larga ș.a. Mai recente, însă de o diversitate mai mare sunt bisericile din piatră (tip casă țărănească – Pererâta; tip navă – Căușeni, Ocolina, Coșernița; vechi moldovenesti – Rudi, Otaci, Mereșăuca, Orhei; arhitectură rus-bizantină – Catedrala din Chișinău; stilizate – Cuhurești, Ungheni, Soroca; în stilul romantismului național – Bălți; ale altor confesiuni religioase etc.).

S-au conservat aproximativ 40 mănăstiri în Moldova, unele vechi din secolele XV-XVII, ca de exemplu Vărzărești, Căpriană, Țâpova, Saharna, Orhei Vechi, Japca, Călărășăuca, Hâncu, Hârjauca, Hirova, Hârbovăț ș.a.

5. *Monumente economice și construcții inginerești.* În această categorie sunt incluse cartierele istorico-culturale cu menire economică și industriale, fabricile, manufacturile, atelierele, morile, depozitele, oloinițele, etc. Uneori principalele obiecte dintr-o localitate sunt edificiile sau structurile implicate în procese tehnologice curente, care funcționează în economia națională.

Deseori anume aceste monumente sunt ținta vizitatorilor, de exemplu:

- celebrele beciuri sau vinării subterane de la Cricova, Cojușna, Mileștii Mici, Cazaclia (cunoscute drept cele mai mari din lume) ș.a.,
- fabrici cu renume (Bucuria, Floare-Carpet ș.a.) și
- Zonele Economice Libere (Tvardița, Otaci ș.a.).

De remarcat orașelul feroviar Ocnița (1892-93), cartierul industrial de la vinăria Romanesti (anii 80 ai sec. XX), Moara roșie din Chișinău (mijl.sec.XIX), mori de apă (Chiurt, Hrustovaia, Naslavcea, Brânzeni, Berlinți, Bălăsinești, Bobulești, Tețcani, Stroienet), pivnițe și magazii vechi (Soroca, Camenca), poduri boltite (Tețcani, Otaci), etc. În plan local multe structuri economice cu tradiții pot fi amenajate pentru vizite, degustații, documentare etc.

Puține obiecte de patrimoniu valorificate ca atracții turistice

Ministerul culturii operează cu Lista celor mai reprezentative monumente naționale care prezintă 7, 18% din numărul monumentelor ocrotite de stat.

Tabel 23: Cele mai reprezentative monumente naționale ocrotite de stat din Republica Moldova

Categoria	Tipul	Numărul de obiecte	Obiecte în trasee
Monumente de arheologie	• Grote, caverne	2	0
	• Valuri	1	1
	• Situri	7	2
	• Grădiști	2	0

Analiza diagnostic a sectorului turistic din R.Moldova pentru anii 2003-2010

	• Necropole	3	1
Arhitectură religioasă	• Mănăstiri	10	10
	• Biserici de piatră, Catedrale, Paraclisuri	82	31
	• Biserici de lemn	14	2
	• Mănăstiri și schituri rupestre	6	5
Arhitectură fortificată	• Cetăți	2	2
Arhitectură civilă	• Arhitectură peisajeră	5	2
	• Edificii cu menire socio-culturală	30	0
	• Edificii cu menire administrativă	19	10
	• Edificii funcționale	8	0
	• Ansambluri de arhitectură	4	2
	• Edificii cu menire educațională	9	1
	• Case de locuit	25	5
	• Spitale și clinici	5	0
Monumente de istorie	• Plăci memoriale	30	0
	• Semne comemorative, obeliscuri, stele	9	2
	• Monumente funerare	15	0
Sculptură și pictură monumentală	• Statui	13	2
	• Busturi	35	35
	• Mozaicuri	10	0
	• Reliefe	13	0
	• Compoziții monumentale	38	0
	• Statui ecvestre	1	1
	• Picturi murale, fresce	3	1
	• Vitralii	4	0
Arhitectură rurală și industrială	• Mori	4	0
Total genetal		409	115
<i>Ponderea în M. protejate de stat, %</i>		<i>7,18</i>	<i>2,02</i>

O primă evaluare a obiectelor patrimoniului construit în Republica Moldova de către experții OMT în anii 2001-2003 arată că un număr de 115 au o valoare turistică majoră (2,02%).

Monumentele neamenajate sunt ignorate

Cele mai reprezentative obiecte de istorie și cultură sunt incluse voluntar în traseele excursioniste ale agențiile de turism. Acestea trebuie să întrunească obligator câteva condiții: valoare istorică demonstrată, accesibilitate pentru turiști (drum bun cu semnalizare rutieră turistică), echipare a zonei adiacente (indicatoare, panouri info, borne zonare și de hotar, semnalizare pericole, wc public), minim de servicii calitative accesibile în raza de 10 km (ghid local ușor de angajat, unități comerț: produse alimentare, suvenire, unit. alimentație publică). Conform estimărilor ADTM sub 1% din atracții turistice majore întrunesc toate aceste calități.

3.3.3. Accesibilitatea atracțiilor naționale

Atracțiile naționale sunt principalii motivatori pentru călătorii pe teritoriul Moldovei. Gradul acestora de informare, aspectul estetic și accesibilitatea lor crează cea mai puternică impresie privind starea turismului în țară.

Accesibilitate informativă a atracțiilor turistice majore

Autoritatea națională de turism promovează în prezent în română pe pagina oficială web 144 atracții majore din țară (în 2003 pagina oficială promova 35 obiecte): 66 atracții ecoturistice, 7 atracții viti-vinicole cunoscute, 18 monumente sau colecții ale civilizației umane și 53 mănăstiri și biserici ortodoxe reprezentative. Marea majoritate dintre atracții sunt prezentate cu fotografii, iar textul însoțitor conține informație privind localizarea obiectului, valoarea esențială, detalii istorice, uneori date contact și regim de funcționare. Nu sunt făcute link-uri spre alte pagini web care conțin informații relevante despre întreg patrimoniul turistic (inclusiv natural și antropoc local).

Web-ul oficial de turism are un număr limitat de interconectări de pe alte pagini web relevante Republicii Moldova. Vorbitorii de alte limbi nu au acces la această informație într-un limbaj de circulație largă (engleză, rusă, franceză). Logo-ul turistic al Republicii Moldova are o vizibilitate scăzută.

Majoritatea agențiilor de turism active, precum și hotelurile clasificate au pe propriile pagini web liste cu atracții turistice promovate pentru tururi și excursii locale. Acestea conțin poze atractive, texte însoțitoare (valoare, istorie, legende, detalii cognitive) în 3 limbi (româna, engleza, rusa, rar franceza) și de regulă sunt împachetate în oferte și trasee clare. De regulă, paginile agențiilor private nu conțin mai mult de 100 atracții ale Moldovei. De remarcat, textele pentru obiectele identice pe paginile diferitor agenții conțin date diferite, fapt care crează o ușoară stare de confuzie pentru turistul avizat. Web-urile agenților economici sunt comode în căutarea obiectelor, totodată nu conțin detalii pentru autoghidaj. Doar sporadic este utilizată simbolica turistică oficială.

Sistemele de căutare în internet oferă tuturor acces relativ rapid la informații despre atracțiile turistice din Republica Moldova. Cuvintele chei: Republica Moldova, Moldova și Basarabia însoțite de cuvintele „turism”, „trasee”, „atracții”, „patrimoniu”, „obiecte culturale/monumente”, „rezervații”, „vinuri”, etc. precum și denumirea unor destinații (Țipova, Saharna, Soroca, Orhei vechi, Vadul lui Vodă, etc) oferă informație relevantă despre patrimoniul turistic al țării. Trebuie de remarcat că persoanele neavizate pot încurca atracțiile/destinațiile din Republica Moldova și cele din Moldova România.

În Republica Moldova sunt o serie de hărți turistice elaborate de agenții private și ONG-uri pentru promovarea unui număr de atracții majore și itinerarii proprii. Hărțile multicolore ale țării conțin simboluri a cca. 300 atracții localizate și texte scurte pentru până la 100 atracții majore. Doar capitala Chișinău și Bălți au o hartă turistică tirajată a centrului istoric, celelalte destinații fiind ignorate. Unele raioanele (Hîncești, Nisporeni, Orhei, etc) și-au elaborat propriile hărți turistice în cadrul unor proiecte de grant. Doar sporadic este utilizată simbolica turistică oficială.

Fiecare administrație a Autorității naționale de turism de regulă produce câte un set de pliante/cataloge specializate de anumite forme de turism (vinicol, religios, ecologic, alte.) Acestea conțin simbolica de turism, au o ținută luxosă și sunt repartizate direct partenerilor, misiunilor diplomatice, precum și în cadrul întrunirilor oficiale și a expozițiilor de turism. Catalogele conțin informații generale despre țară, atracțiile majore, traseele recomandate, unele contacte. Cataloge coplete specializate pe regiuni turistice sau tipuri întreprinderi nu sunt elaborate atît de autorități cît și de companiile private din turism.

Participari la expozițiile internaționale de turism este forma cea mai uzuală a sporirii vizibilității turistice a Republicii Moldova. De regulă anual autoritățile de turism stabilesc un cadru de participare la câteva expoziții internaționale (România, Rusia, Germania, Marea Britanie, Turcia, etc.), care în linii mari reflectă piețele țintă ale turismului moldovenesc. Promovarea pe piețe noi prin expoziții au loc sporadic sau în cadrul unor proiecte (regiunea scandinavă, regiunea arabă, piața Asiei de Sud-Est, etc.). Conceptul de participare la expozițiile internaționale este simplu: stand unic național, 5-15 agenți activi de turism cu oferte separate, catalog unic a Rep. Moldova repartizat selectiv, degustații vin, componentă etno-folclorică. Sporadic sunt promovate destinații / atracții separate (vinicole, rurale, sanatoriale). Moldova nu promovează un PR activ.

Presă reflectă diferit turismul în Moldova și atracțiile ei. Presă locală reflectă doar evenimentele culturale locale, iar atracțiile turistice raionale - doar în cadrul unor manifestări susținute de proiecte granturi. Presă națională de masă cu mici excepții (ex: Natura) nu are pagini consacrate turismului național, decât doar ca articole comerciale (susținute uneori de proiecte granturi). Subiectele de turism și atracții ale Moldova apar ca rezultat ale unor scandaluri între deținătorii de imobile cu statut de patrimoniu (ex: centrul istoric Chișinău), analiza unor TOP-uri privind atractivitatea Moldovei, reflecții ale ziariștilor despre unele locuri vizitate. În câteva rânduri au fost elaborate și promovate proiecte comerciale pentru reviste de turism (Kruiz, Moldova turistică, Otdyhai, ș.a.) care însă nu au durabilitate financiară. Presă regională foarte rar reflectă realitatea de pe piața turistică a Rep. Moldova.

Accesibilitate redusă pentru autoghidaj prin indicatoare rutiere

Regulamentul circulației rutiere specifică clar un grup de indicatoare turistice toate pe fundal albastru (grup V a) de informare: 5.20, 5.23, 5.24, 5.25, 5.26, 5.32, 5.33, b) de orientare: 5.61.1). Calitatea indicatoare rutiere este menținută de SA „Drumuri” din raioane. Amplasare acestor indicatoare este făcută la solicitarea expresă a APL de nivel 1 pe străzi în cadrul localităților și de APL de nivel 2 pentru traseele intercomunale. Pentru instalarea indicatoarelor de către alți solicitanți se presupune o procedură de durată de coordonare, achitarea costului indicatorului și a manoperei.

Sub 1% din atracțiile pe trasee turistice sunt dotate cu indicatoare rutiere de informare turistică conform cerințelor Regulamentului circulației rutiere. Nici o autoritate nu este responsabilă de gradul de acoperire a traseelor turistice cu indicatoare.

Indicatoare turistice de generație nouă (pe fundal brun) în Moldova nu sunt aplicate. Acestea oferă o vizibilitate mai mare atracțiilor turistice și sunt obișnuite pentru multe țări UE și țări aspirante. Elaborarea și promovarea traseelor turistice comune în lipsa unor standarde comune de vizibilitate turistică este mai dificilă cu România și Bulgaria (alte țări UE), precum și în perspectivă cu Ucraina (în cadrul coridoarelor de transport în jurul Mării Negre).

Accesibilitate fizică redusă din cauza stării drumurilor locale

Programul național de reparație a drumurilor în perioada 2011-2014 are planificate lucrări în special pe principalele artere naționale, și drept consecință - un grad avansat de reconstrucție a drumurilor pe trasee turistice naționale (între 6-70%, în dependență de traseu). Autoritatea națională de turism nu este implicată în monitorizarea calității drumurilor pe traseele turistice naționale reconstruite, în special la capitoul respectarea normelor de amplasare a parcarilor pentru oprirea autocarelor turistice, precum și dotarea suficientă a traseelor cu indicatoare de informare turistică.

Atracțiile turistice amplasate în localități (mănăstiri, biserici, complexe muzeale, parcuri) beneficiază de drumuri locale de acces relativ întreținute pe parcursul întregului an. Acestea

sunt fie cu acoperământ asfaltic sau cu pietriș, dar în majoritatea cazurilor au un grad avansat de deteriorare. Conform exigențelor de elaborare a traseelor turistice cu autocarul, obiectele amplasate la o distanță de peste 500 m. de la parcare autocarului turistic sunt scoase din circuitul vizitatorului. Astfel, organizatorii de excursii reduc substanțial lista obiectelor vizitate în Moldova.

Atracțiile turistice din afara localității cu mici excepții (ex: mănăstiri, complexe memoriale importante) au drumuri proaste de acces (prundiș, pământ). Doar valoarea inedită, competența de argumentare a ghidului și timpul bun de afară pot motiva călătoriile spre obiecte la care poți ajunge (cu auto, în lipsa unei parcări sigure) în maxim 15 minute de la un drum circulabil. Astfel, marea majoritate a siturilor istorice, rezervațiilor naturale, monumentelor sunt scoase din circuitul vizitatorului, dacă acestea nu sunt amplasate în arii accesibile și sigure.

Acces redus la servicii de bază în preajma atracțiilor turistice

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.

- Parking-uri amenajate sumar pentru automobile și autocare doar în preajma atracțiilor majore (mănăstiri, edificii de arhitectură monumentală, rezervații administrate). Totodată parcările nu au spațiile delimitate, iar siguranța automobilelor nu este asigurată. În timpul unor evenimente majore (ex: hramuri ale manastirilor) aglomerația și dezordinea de pe spațiile de parcare descurajează oaspeții străini de a vizita atracțiile.
- Adăposturi pentru agrement au doar unele rezervații și mănăstiri. Acestea sunt făcute din materiale locale, dar fără a lua în calcul confortul câtorva grupuri concomitente de vizitatori. Marea majoritate a obiectelor vizitate nu oferă vizitatorilor adăposturi pentru vremea rea.
- Wc-uri simple oferă vizitatorilor doar atracțiile care au o instituție gestionară (mănăstiri, rezervații științifice, muzee).
- Apeduct/canalizare au doar atracțiile care au o instituție gestionară (mănăstiri, rezervații științifice, muzee).
- Terase și structuri de alimentație sunt rare în imediata apropiere de atracții, de regulă acestea sunt amplasate în localitățile din raza obiectului. Inexistența acestora crează dificultăți vizitatorilor individuali.
- Unități de cazare sunt puține și ne clasificate pe teritoriul unor atracții (plaje, manastiri, rezervații științifice), marea majoritate atracțiilor fiind lipsite de asemenea dotări, chiar dacă drumul de la Chișinău (și alte bazine generatoare de vizitatori) este unul îndelungat.

Subutilizarea serviciilor de ghid

În Moldova sunt activi cca. 20 ghizi profesioniști de turism, care cunosc traseele spre atracțiile naționale, și sunt angajați de cca. 85 agenții de turism din Chișinău și instituțiile de învățământ. Ghizii au trasee proprii recomandate și un număr mediu de cca. 200 obiecte de vizitat, pe care aceștia le promovează în afara orașului Chișinău. Doar turistul organizat este deservit cel mai de ghizii naționali, de regulă pe unul din traseele naționale (5 elaborate de ghizi, 7 trasee pe Drumul Vinului) sau oricare variație a acestora la dorința clientului.

Sunt cca. 340 ghizi locali care de regulă sunt angajați ai muzeelor locale și practică la solicitare excursii extramuzeale spre unele atracții specifice locului. În raza de 30 km de la oricare obiect turistic din Moldova poate fi angajat un ghid local. Aceștia se limitează la atracțiile majore ale raioanelor vecine, iar tematica traseelor este „de cunoaștere a ținutului natal” sau biografice ale unor personalități. Solicitanții cei mai frecvenți sunt elevii, rareori oaspeții localității.

Unele instituții deținătoare de atracții (vinării, mănăstiri, rezervații științifice) au angajați pentru informare a vizitatorilor. Aceștia sunt instruiți fie la cursuri speciale (ex: somelieri, organizare

degustații) fie sunt autodidacți. Aceștea sunt accesibili doar pentru excursii la atracțiile proprii, și pot fi angajați de orice grup de vizitatori în urma unei solicitări coordonate.

3.4. Activitatea cultural-artistică

Evenimente suficiente, dar ne vizitate de oaspeți

În Republica Moldova anual se desfășoară 5 - 7 festivaluri și concursuri internaționale precum și 15 -18 evenimente naționale de amploare la Chișinău. Capitala este atracția culturală a țării, iar perioada evenimentelor este benefică pentru hotelieri și operatorii de tururi prin țară. Iar în perioada Festivalului Vinului este aplicat un regim facilitare de trecere a frontierei pentru oaspeții străini.

Activitatea cultural-artistică este deseori văzută de operatorii pe piața turistică drept un bun motivator pentru atragerea oaspeților în Moldova sau diversificarea sejurului acestora. Totodată, capacitatea joasă de a coopera dintre organizatorii evenimentelor cu caracter etno folcloric și consolidatorii fluxurilor de turiști pe teritoriul național, duc la aceea că majoritatea evenimentelor naționale și mai ales locale nu sunt vizitate de oaspeți (atât organizați de turoperatori, hoteluri, cât și cei veniți de sinestătător). La aceasta se adaugă calendarul ne-transparent și imprevizibil al evenimentelor culturale din țară.

Tabel 24: Lista manifestări culturale de importanță națională care se desfășoară în mun.Chișinău

Manifestarea	Locul desfășurării	Perioada	Organizator	Perioada când se fixează definitiv data desfășurării
Festivalul internațional de muzică „Mărțișor”	Instituțiile teatral-concertistice	01-10 martie	Ministerul Culturii	-
Festivalul internațional al școlilor de teatru și film „Class Fest”	Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice; Teatrul Republican „Luceafărul”	aprilie	Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul-concurs național al formațiilor corale „La izvoare”	m.Chișinău	aprilie (la 3 ani)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul filmului documentar „Cronograf”	Cinematograful „Odeon”	mai	Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul de muzică ușoară „Steaua Chișinăului, Steaua Moldovei”	Teatrul Național „M.Eminescu”	mai	AO „Pasărea Feonix” Traian Vasilcău	decembrie
Festivalul “Bienala Internațională a Teatrului Eugene Ionesco”	Teatrul “Eugene Ionesco”	mai-iunie	Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul internațional de muzică simfonică „Zilele Muzicii Noi”	Filarmonica Națională „Serghei Lunchevici”	iunie	Uniunea compozitorilor și muzicienilor	decembrie
Manifestări culturale și artistice prilejuite de sărbătorirea Zilei Independenței	Piața Marii Adunări Naționale	27 august	Ministerul Culturii	-
Festivalul internațional al Vedetelor de Operă și Balet “Invită Maria Bieșu”	Teatrul Național de Operă și Balet; Sala cu Orgă; Palatul Național	septembrie	Ministerul Culturii	decembrie
Concursul internațional de dirijat simfonic	Filarmonica Națională „Serghei Lunchevici”	septembrie	Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul internațional Ethno jazz	Teatrul Național „M.Eminescu”	septembrie	Formația “Trigon”; Ministerul Culturii	decembrie
Ziua Națională a Vinului; Tîrgul Național al meșterilor populari „Tezaur”	CIE „Moldexpo”, str.Ghiocelor 1	a II-a spt. și dmn. din octombrie	Ministerul Culturii	-
Festivalul național de teatru	Teatrul Național	octombrie	Ministerul Culturii	decembrie

	„M.Eminescu”			
Festivalul internațional de poezie „Grigore Vieru”	Sala cu Orgă; Teatrul Național „M.Eminescu”	octombrie	Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul-concurs național de muzică și dansuri populare “La vatra horelor”	m.Chișinău	octombrie (bienio)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul internațional al violoniștilor „Regina Vioară”	Sala cu Orgă	octombrie - noiembrie	AO „Art Goia Internațional” Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul internațional de muzică ușoară „Două Inimi Gemene”	Teatrul Național „M.Eminescu”; Palatul Național	noiembrie	AO „Două inimi gemene”; Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul de muzică ușoară „Șlagăru anulului”	Palatul Național	noiembrie	AO „Aura”; Ministerul Culturii	decembrie
Festivalul-concurs național al interpreților cîntecului popular „Nicolae Sulac”	Filarmonica Națională „Serghei Lunchevici”; Palatul Național	18-19 decembrie	Ministerul Culturii	decembrie

Evenimentele locale sunt lipsite de vizibilitate turistică

Un număr de 9 evenimente naționale de amploare se desfășoară tradițional în destinațiile raionale unde se desfășoară de regulă concursuri tematice autentice. Pentru a oferi statut de eveniment regional sau internațional, organizatorii de regulă invită oaspeți din alte țări. Totodată în raioanele țării activează 76 teatre de amatori, 3918 formații artistice de amatori, 25 centre de meșteșuguri, 2458 meșteri populari. Acest potențial cultural autentic doar sporadic este valorificat pentru motivarea turiștilor să călătorească prin Moldova. Lipsa de vizibilitate, gradul redus de informare despre agenda culturală locală, calendarul stabilit în pripă crează deficiență operatorilor de turism pentru organizarea tururilor la evenimentele culturale locale. Totodată, nivelul redus de pregătire economică a artiștilor locali nu permite angajarea acestora în evenimente turistice și în cadrul programelor turistice locale.

Tabel 25: Lista manifestări culturale de importanță națională care se desfășoară în raioanele Republicii Moldova

Manifestarea	Locul desfășurării	Perioada	Organizator (contacte)	Perioada cînd se fixează definitiv data desfășurării evenimentului
Festivalul internațional de muzică „Mărtisor”	Casele de cultură	01-10 martie	Secțiile/direcțiile raionale cultură;	-
Festivalul-concurs național al teatrelor de amatori “V.Alecsandri”	or.Călărași	mai (la 3 ani)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul-concurs național al fanfarelor “Fanfara argintie”	or.Soroca	mai (la 3 ani)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul internațional de muzică și dans “Hora de la Prut”	Piața or.Ungheni	mai	Primăria or.Ungheni	decembrie
Festivalul-concurs național al interpreților la instrumente musicale populare “Lăutarii Moldovei”	or.Edineț	Iulie (bienio)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul-concurs național al formațiilor de flueriști “Nistrule cu apă lină”	s.Corjova, r.Criuleni	Iulie (bienio)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul folcloric „La poale de codru”	s.Căpriana, r.Strășeni	august (bienio)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul-concurs național al interpreților cîntecului popular “Maria Drăgan”	s.Bălăurești r.Nisporeni	august (3 ani)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie
Festivalul național al interpreților violoniști „Filip Toderașcu”	or.Ialoveni	octombrie (bienio)	Centrul Național de Creație Populară	decembrie

3.5. Organizarea odihnei și agrementului

Progrese de etapă (2003-2010)

În prezent pe teritoriul Republicii Moldova este instituit un sistem de zone de recreere aferente bazinelor acvatice de importanță națională. Plajele reprezintă forma cea mai des utilizată a zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice. 11,8% din călătorii interni apelează la o agenție pentru organizarea odihnei pe teritoriul național. $\frac{3}{4}$ din fondul de cazare în Moldova este specializat pentru odihna cetățenilor țării și a oaspeților ei. 57% din locuri de cazare sunt concentrate în taberele estivale pentru copii și 18% în baze de odihnă. Numărul în creștere de consumatori în tabere, introducerea în circuitul turistic a noilor capacități, crează oportunități pentru relansarea mai multor destinații turistice.

Oferta destinațiilor de odihnă

Oferta turistică a zonelor de agrement au un caracter local și o motivație de agrement activ, uneori cu elemente de activități sportive. Agrementul în asemenea zone este procurat de turiști direct de la prestatori (deținători de spații de agrement, unități de transport, agenți de închiriere a echipamentului turistic etc.) sau sunt petrecute pe cont propriu, fără intermediul agențiilor de turism. În Republica Moldova locuri amenajate pentru asemenea tip de agrement sunt:

- Taberele estivale pentru copii
- Satele de vacanță, fostele baze de odihnă
- spațiile verzi din orașe, zona suburbană și zone turistice (Chișinău, Bălți, Vadul lui Vodă, Vatra, centrele raionale),
- întinderi de ape în orașe și zone de odihnă (Chișinău, Soroca, Dubăsari, Holercani, Vadul lui Vodă, Vatra, Bender, Tiraspol), dotate sumar cu echipamente pentru plimbări navale și pe ambarcațiuni ușoare, serviciu salvamar, program de deservire a turiștilor.

Sistemul național de zone de agrement și odihnă doar declarat

Zonele de agrement sunt create tradițional în spații înverzite în locuri cu întinderi de apă. Începând cu anii 1960 asemenea zone de agrement erau constituite în majoritatea localităților de pe malul Nistrului și afluenților săi, precum și pe lângă lacurile artificiale.

Potrivit HG nr.737 din 11.06.2002 în prezent pe teritoriul Republicii Moldova este instituit un sistem de zone de recreere aferente bazinelor acvatice de importanță națională:

1. Zona de odihnă Vadul lui Vodă, mun.Chișinău.
2. Zona de odihnă Costești, or. Costești.
3. Zona de odihnă Holercani, rn. Criuleni.
4. Zona de odihnă Vatra, mun. Chișinău.
5. Zona de odihnă Soroca.
6. Zona de odihnă Dubăsari.
7. Zona de odihnă Tiraspol.
8. Zona de odihnă Bender.

Astfel zonele de recreere aferente bazinelor acvatice sunt terenuri folosite pentru odihna populației, sunt amplasate în preajma întinderilor de apă cu cele mai avantajoase elemente naturale – păduri, relief favorabil, lipsa posibilităților alunecărilor de teren și a torentelor mari de apă, viteza cursului apei să nu depășească 0,5 m/sec, malul și fundul bazinului să dispună de relief inofensiv, prezența căilor de acces. Plajele reprezintă forma cea mai des utilizată a zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice.

Regulamentul prevede ca plajele să se conformeze următoarelor cerințe:

- să fie clar delimitată în 5 zone: de odihnă (40 – 60%), de deservire, sportivă (10%), verde (20-40%), sector pentru copii.
- Să respecte standardele naționale în vigoare.
- Să fie prezente un minim de dotări

Situația actuală în acest domeniu este caracterizată de un aflus mare de persoane la odihnă în perioada estivală, dar și de o gestionare insuficient de profitabilă a acestor terenuri și lipsa unei structuri de administrare locală. Acest fapt generează diminuarea atracției pentru investitori în aceste zone și drept rezultat prețuri înalte la servicii turistice cu un nivel calitativ jos. Autoritatea națională de turism are în obligații, potrivit HG nr.737, monitorizarea acestor zone.

Aspectele legate de agrementul cetățenilor pe teritoriul național mult timp au fost ignorate de autoritățile centrale, în mod special datorită caracterului local, ambiguitățile legate de raportarea persoanelor fizice și juridice care gestionează unități ce oferă agrement și odihnă, fragmentarea sistemului național de colectare a datelor statistice.

Odihna moldovenilor în scădere prin agenții în țară

Doar 11,8% din călătorii interni apelează la o agenție pentru organizarea odihnei pe teritoriul național. Fluxurile prin agenții a turiștilor moldoveni din turismul intern arată o dinamică negativă de la 39,45 mii persoane (2003) pînă la 27,22 mii persoane (2010) cu o rată anuală de -3,87%. Sejurul mediu a acestui contingent este de 6-8 zile în mediu, iar încasările zilnice în 2010 au depășit 305,7 lei.

Tabel 26: Performanțele Agențiilor de turism în deservirea turiștilor interni

	2003	2010	%, 2010/03	rata anuală, %
turiști	39452	27224	69,01	-3,87
Numărul de zile-turist	400136	274342	68,56	-3,93
Încasări, mii lei	39771,5	83877,7	210,90	13,86
sejur mediu, pe turist	6,40	7,71	120,47	2,56
incasari medii pe vizitator, mii lei	0,64	2,36	370,56	33,82
incasari medii zilnice pe turist	99,39	305,74	307,60	25,95

Odihna strainilor în scădere prin agenții în Moldova

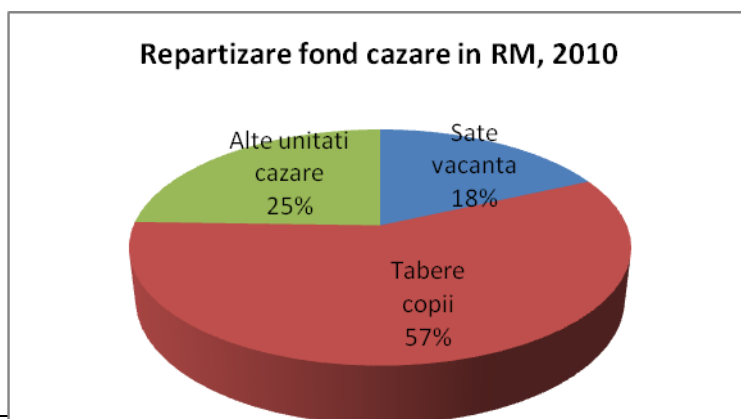
La fel, turiștii străini deserviți de agenții cu motivație agrement și odihnă a fost în scădere de la 9,9 mii la 5,4 mii persoane în ultimii 8 ani (cu 45% mai puțin). Aceștea stau în Moldova 2-4 zile. Dintre clienții străini ai agențiilor cu această motivație cca. 4 mii stau mai mult de o zi.

Tabel 27: Performanțele Agențiilor de turism în deservirea turiștilor străini pentru agrement

	2003	2010	%, 2010/03	rata anuală, %
total vizitatori	9920	5438	54,82	-5,65
<i>turisti</i>	7555	4063	53,78	-5,78
<i>excursionisti</i>	2365	1375	58,14	-5,23
numar de zile-turist	40829	12820	31,40	-8,58
sejur mediu pe vizitator	4,12	2,36	57,28	-5,34

Unitățile de cazare modestă acordă cea mai mare parte din ospitalitate în Moldova

¾ din fondul de cazare în Moldova este specializat pentru odihna cetățenilor țării și aoaspeților ei. Amplasamentul acestora în zone pitorești retrase, cu un minim de infrastructură și personal, crează suficientă motivație pentru cazarea a peste 1/3 din clienții unităților de cazare, din care marea majoritate sunt copii. Astfel, 57% din locuri de cazare sunt concentrate în taberele estivale pentru copii și 18% în



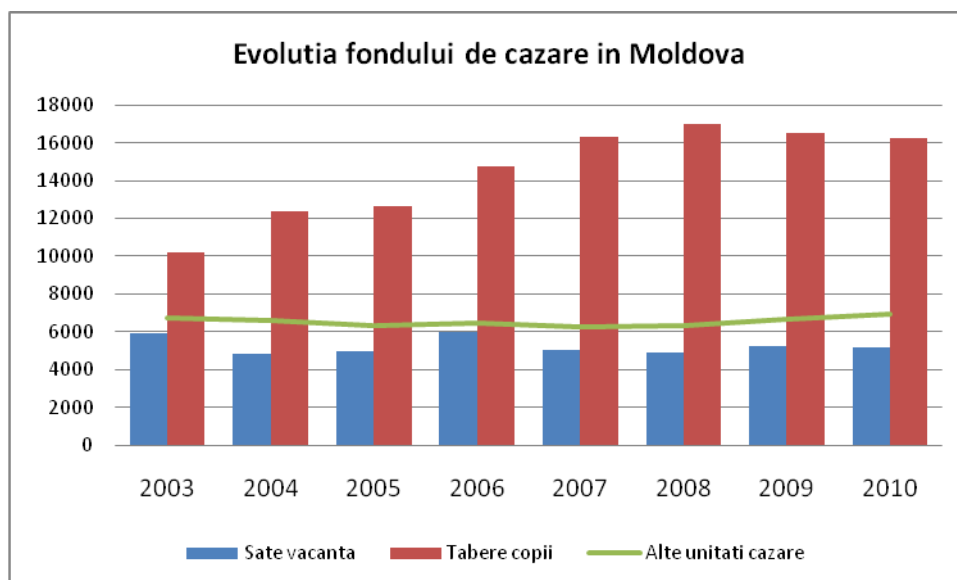
fostele baze de odihnă, redenumite din 2003 în sate de vacanță.

În prezent în Moldova sunt monitorizate 72 din fostele baze de odihnă (doar în Vadul lui Vodă sunt cca.100 unități) și doar 77 tabere pentru copii (în timp ce Direcțiile raionale învățământ raportează un număr de cca.250 unități de agrement al copiilor funcționale), care concentrează peste 75% din locurile de cazare. Calitatea sumară a serviciilor, gradul redus de clasificare a unităților de cazare, eclipsează Moldova ca destinație regională de odihnă, chiar dacă capacitățile acesteia îi permitea în 1989 să deservească cca. 2 mln. vizitatori străini cu motivația odihnă.

Tabel 28: Performanțele sectorului de cazare pentru odihnă și agrement

	2003	2010	%, 2010/03	rata anuală, %
Sate de vacanta	66	72	109,09	1,14
%, pondere sate vacanta	35,87	28,80		
Tabere copii	44	77	175,00	9,38
%, tabere copii	23,91	30,80		
Fond cazare Sate vacanta	5922	5165	87,22	-1,60
%, ponderea fond cazare Sate vacanta	25,91	18,21		
Fond cazare Tabere copii	10177	16251	159,68	7,46
%, ponderea fond cazare tabere copii	44,53	57,28		
Turisti in Sate de vacanta	46974	18386	39,14	-7,61
%, pondere turisti in Sate vacanta	17,45	8,00		
Pers cazate Tabere copii	29355	63350	215,81	14,48
%, pondere pers cazate in Tabere copii	10,90	27,56		

Totuși, numărul în creștere de consumatori în tabere, introducerea în circuitul turistic a noilor capacități, crează oportunități pentru relansarea mai multor destinații turistice abandonate.



3.6. Informatizarea domeniului

Progrese de etapă (2003-2010)

Web-urile turistice moldovene conțin informații generale despre Moldova, au un caracter complex și sunt accesibile principalilor piețe țintă. Recent se implementează sistemul informatic *E-Turism* care are drept scop restructurarea sistemului informațional în turism, inclusiv extinderea softului existent pentru includerea activităților de promovare, dezvoltare și autorizare, creare și administrare a bazei de date integrale privind destinațiile turistice, circulația turistică, structurile de cazare, elaborarea ghidurilor structurilor și a agențiilor de turism din Moldova, implementarea Contului Satelit în Turism și elaborarea ghidului investitorului în turism și al fondurilor de susținere a ramurei.

Gradul redus de informatizare a turismului

O analiză a web-urilor turistice în RM sugerează următoarele concluzii generale:

- Cca.10% din agenții economici de turism au pagini web actualizate relativ bine accesibile (serverul este în Moldova sau în regiune);
- Majoritatea web-urilor turistice moldovenești sunt solicitate de consumatori din Moldova;
- Scopul site-urilor respective –promovarea unor anumite servicii turistice (în special modalități de cazare, transport), precum și promovarea turismului extern pentru cetățenii Republicii Moldova.
- Servicii informaționale practice, clare și credibile pentru cetățenii străini practic lipsesc.
- Calitatea informației prezentă pe aceste site-uri lasă de dorit, nu poate fi considerată credibilă, din lipsa unui cadru de referințe sau unui sistem de monitorizare a calității, inclusiv pentru serviciile propuse în destinațiile autohtone (cazare, alimentare, ghidaj...).
- Amplasarea acestor site-uri în spațiul informațional Internet și denumirea siteurilor actuale ce promovează turismul în Moldova nu sunt relevante, sunt siteuri de nivelul trei sau în denumire nu au legătura directă cu turismul acest fapt îngreunează mult căutarea informației necesare pentru planificarea unei călătorii.
- Ratingul web-urilor turistice moldovene este jos;
- Informația ce se conține în aceste site-uri preponderent se referă la obiective luxoase și sunt orientate spre consumatorul cu potențial de cumpărare peste media de consum.
- Web-urile turistice moldovene de regulă conțin informații generale despre Moldova, aceasta poartă un caracter enciclopedic și nu este axată pe avantajele competitive ale țării;
- Acestea conțin un număr limitat de teme/trasee excursioniste și puține destinații turistice din Moldova;
- Programarea călătoriei persoanelor prin weburile turistice din Moldova în regim on-line este aproape imposibilă.

Din 2008 este promovat conceptul e-Turism și în Moldova

Sistemul informatic **E-Turism** are drept scop restructurarea sistemului informațional în domeniul turismului, inclusiv extinderea softului existent pentru includerea activităților de promovare, dezvoltare și autorizare, creare și administrare a bazei de date integrale privind destinațiile turistice, circulația turistică, structurile de primire cu funcțiuni de cazare, elaborarea ghidurilor structurilor și a agențiilor de turism din Moldova pe suport magnetic și hârtie, demararea procedurilor de implementare a Contului Satelit în Turism și elaborarea ghidului investitorului în turism și al fondurilor de susținere a ramurei;

Obiectivul general al Sistemului informatic **e-Turism** îl constituie susținerea dezvoltării durabile a turismului în Moldova prin:

- Poziționarea Moldovei în calitate de destinație turistică care oferă atracții turistice și experiențe de călătorie unice, o destinație cu un popor ospitalier și cu servicii competitive cu cele oferite în țările din Europa de Sud-Est;
- Stimularea interesului turiștilor potențiali din străinătate de a vizita Moldova, de a-și petrece vacanțele în zonele turistice din țară. Promovarea produselor turistice care pot să atragă noi segmente de piață și/sau care să determine prelungirea duratei vizitei/vacanței în Moldova și implicit creșterea încasărilor din activitatea de turism;
- Promovarea investițiilor strategice pentru dezvoltarea turismului;
- Menținerea interesului pentru turism ca domeniu atractiv de afaceri.

Obiectivele specifice ce vizează SI e-Turism:

- Crearea unei imagini pozitive a Moldovei ca destinație turistică, prin definirea și promovarea pro-activă a brandului turistic național;
- Dezvoltarea și consolidarea turismului intern prin sprijinirea promovării produselor și destinațiilor turistice specifice și a activităților de marketing specifice;
- Sprijinirea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică și dotarea acestora cu echipament și soft necesar;
- Asigurare informațională pentru parteneriate în elaborarea cadrului strategic de urbanism la nivel național pentru dezvoltarea turismului, incluzând crearea unui sistem instituționalizat de colaborare între specialiștii din turism și urbanism.
- Asistarea în formarea profesională a personalului pentru sectorul turism, hoteluri, restaurante și domeniile conexe turismului, incluzând următoarele obiective: verificarea și actualizarea legislației din domeniu;
- Elaborarea de programe de formare profesională specifice sectorului turismului;
- Îmbunătățirea și eficientizarea sistemului de raportare on-line a agenților economici din turism;
- Îmbunătățirea calității unor produse și forme de turism importante pentru Moldova, inclusiv: vizite de scurtă durată, croaziere pe Nistru, turism rural, turism balnear, turism de afaceri, turism vitivinicol, drumeții și excursii;
- Acțiuni de implementare a sistemelor de calitate a serviciilor oferite vizitatorilor Moldovei și turiștilor interni;
- Întărirea cooperării între principalii actori de pe piața turistică, autoritățile publice centrale și locale pentru dezvoltarea susținută a sectorului turistic;
- Promovarea proiectelor de turism cu impact național și regional;
- Acțiuni de dezvoltare durabilă a turismului, incluzând acțiuni de conștientizare a importanței dezvoltării durabile a turismului, actualizarea sistemului de clasificare a structurilor de primire turistice din Moldova,
- Promovarea conceptului de „etichetă ecologică” în sistemul hotelier din Moldova, elaborarea și implementarea strategiei de ecoturism inclusiv în arii protejate;
- Organizarea de parteneriate internaționale cu efecte promoționale a destinațiilor turistice din Moldova,
- Promovarea resurselor culturale organizare de întâlniri bilaterale și multilaterale la nivelul autorităților publice centrale, autorităților publice locale și ale societății civile din domeniul turismului.

Beneficiarii SI e-Turism

Analiza complexă a sectorului turistic regional și național furnizează date despre principalii beneficiari interesați în efectele economice generate de turism. Principalii actori ai sistemului turistic și beneficiarii rezultatelor dezvoltării acestuia se prezintă în felul următor:

Turistul intern și străin

- Informare
- Motivare

- Orientare și ghidare
- Feed-back

Autoritatea națională de turism

- Promovarea destinației turistice Moldova
- Susținerea sistemului național de turism
- Transparență în luarea deciziilor
- Monitorizarea dinamicii industriei turistice
- Comunicare pro-activă cu beneficiarii SI, inclusiv prin analize și prognoze
- Facilități și bariere în dezvoltarea turismului

Autoritățile Publice locale

- Cooperare cu actorii de pe piața turistică pentru dezvoltarea turismului în comunitate
- Beneficiile pentru rezidenți create în urma investițiilor în promovarea turismului
- Beneficiile pentru rezidenți în urma investițiilor în crearea facilităților pentru vizitatori
- Importanța politicilor de utilități pentru vizitatori
- Valoarea parteneriatelor în domeniu
- Contribuțiile economice anuale în dezvoltarea turismului
- Experiența pozitivă de susținere a turismului.

Managerii și proprietarii afacerilor din domeniu

- Comunicare eficientă cu actorii pe piața turistică
- Informare privind evoluția domeniului turistic
- Cooperare în cadrul parteneriatelor strategice pe piața turistică
- Monitorizarea corectă și transparentă a acțiunilor Autorităților publice în dezvoltarea turismului
- Raportare eficientă și ușoară on-line către autorități
- Valoarea fondurilor guvernamentale pentru promovarea și dezvoltarea turismului
- Valoarea parteneriatelor cu Guvernul și alți asociați
- Extinderea rețelei industriei turismului

Angajații companiilor din turism

- Informare
- Formare profesională
- Acces la analize calitative a sectorului turistic
- Protejarea intereselor profesionale ale angajaților
- Contribuția la dezvoltarea economică a comunității

Beneficiile pentru operatorii din turism și organele de decizie

Organele de decizie și operatorii din turism trebuie să beneficieze de:

- Informații (cantitative/calitative) despre turiștii intrați în țară,
- Informații despre durata sejurului,
- Clasificarea serviciilor turistice în conformitate cu standardele internaționale,
- Informații despre turiști după țara de origine,
- Informații despre motivația călătoriei în Moldova,
- Structura consumului turistic
- Concentrarea fluxului de vizitatori în destinațiile turistice
- Gradul de dispersie a fluxurilor turistice naționale

Sistemul Informatic va asista implementarea Contului Satelit pentru Turism prin reflectarea la timp a agregatelor macroeconomice:

- Cheltuielile Turismului Intern (CTI) - includ acele cheltuieli efectuate de rezidenți și turiștii internaționali (vizitatorii din afara țării);
- Consumul Turismului Intern - (valoarea de mai sus) plus valoarea caselor de vacanță pentru proprietarii acestora, rezidenții ce cazează vizitatorii străini, subvențiile de stat pentru prestarea serviciilor de recreere, etc;

- Valoarea Adaugata Bruta a Turismului Direct - calculul profitului generat;
- PIB-ul (Produsul Intern Brut) Turismului - comparabil cu PIB-ul total.

Subsistemele informatice, care urmează de a fi elaborate și integrate în SI e-Turism:

- Zonele turistice
- Ghidul agentilor de turism,
- Ghidul hotelier,
- Ghidul agentilor de transport,
- Ghidul statiunilor balneoclimaterice,
- Ghid trasee turistice,
- Ghid baze sportive,
- Ghid manastiri si biserici,
- Ghid cetati,
- Ghid tabere de odihna,
- Ghid zone naturale protejate,
- Elaborarea Sistemului Informatic Registrul Turismului
- Sistem de raportare on-line,
- Dinamica indicatorilor turistici, analize, sondaje, expertize
- Sistem de asigurare a rezervărilor on-line
- Sistem informatic tip pentru serviciile de turism teritoriale (punctele de informare turistică),
- Sistem informatic tip pentru unitatile de cazare turisti,
- Sistem informatic tip de evidenta turisti pentru bazele si taberele de odihna,
- Sistem informatic tip de evidenta turisti pentru statiunilor balneoclimaterice,
- Elaborare Interfata de accesare a Portalului Cultural al R. Moldova,
- Elaborare interfata de acces la Sistemul Informatic al Serviciului Graniceri,
- Elaborare interfata de acces la Sistemul Informatic al Departamentului Migratie,

Proiectele Autorității naționale de turism în e-Turism

1. E-Serviciul: Harta digitală a potențialului turistic al Republicii Moldova

<p>Descriere succintă a e-serviciului propus pentru implementare</p> <p>Obiectivul proiectului</p>	<p>Scopul: Proiectul își propune elaborarea unei hărți digitale a potențialului turistic prin amplasarea obiectivelor și a infrastructurii turistice pentru accesibilitatea produselor, traseelor și destinațiilor turistice.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Amplasarea pe harta digitală a atracțiilor/destinațiilor turistice și informația despre acestea. 2. Elaborarea și implementarea sistemului de căutare și crearea pe hartă, după criterii prestabilite, a rutelor turistice individuale. 3. Navigarea virtuală pe rutele turistice 4. Certificarea rutelor turistice 5. Lansarea oficială a SI „Harta electronică a potențialului turistic al Republicii Moldova”
<p>Justificarea e-serviciului</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. După implementarea acestui proiect, fiecare vizitator al noului produs „Harta digitală a potențialului turistic ” va putea accesa acest serviciu și îl va putea folosi ca u un instrument pentru studii și analiză, inclusiv vizualizarea obiectivele de infrastructură turistica și rutele alese virtual, ca mai apoi să decidă ce locuri să viziteze. 2. Digitizarea acestui produs va permite cunoașterea cele mai accesate obiective și rute turistice la nivel statistic. 3. Informația acumulată despre obiectivele din industria turismului va putea fi concentrată într-o singură baza de date pentru a fi aplicată la nivel spațial pe harta digitală pentru utilizatori.

Funcționalitățile e-serviciului	Vizualizarea destinațiilor accesate cel mai des virtual. Comentariile lăsate despre destinațiile vizitate. Sistem de căutare și crearea pe hartă, după criteriile prestabilite, a rutelor turistice individuale
Alte e-servicii care ar interacționa cu e-serviciul propus	1. Sistemul Informațional „Ghidul turistic electronic” 2. Crearea sistemului de raportare statistică a agenților economici din industria turismului.

2. E-Serviciul: Crearea sistemului de raportare statistică a agenților economici din industria turismului

Descriere succintă a e-serviciului propus pentru implementare	Scopul:Proiectul își propune modernizarea bazei de date statistice prin crearea unui sistem de raportare statistică și financiară a agenților economici din industria turismului pe baza modelului electronic care va contribui la eficientizarea coordonării activităților din sfera turismului cu autoritățile publice centrale și locale inclusiv acumularea informație ce ține de evidența circulației turistice pentru modernizarea strategiei de dezvoltare durabilă a turismului cu noi viziuni și bazată pe modele eficiente.
Obiectivul proiectului	1. Elaborarea unui program pentru bază de date unic a evidenței statistice. 2. Elaborarea modelelor electronice de raportare statistică și financiară Pentru agenți de turism și turoperatori a. Raport statistic Tur-1 b. Raport pe vouchere turistice c. Raport financiar Pentru structuri de cazare și servirea mesei a. Nr. 1-A-SC (Capacitatea structurilor de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare) b. Nr. 1-B-SC (Cazarea turiștilor în structurile de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare)
Justificarea e-serviciului	1. În urma implementării acestui proiect, pe baza modelelor electronice a dărilor de seamă care vor contribui la eficientizarea coordonării activității din industria turismului între autoritățile publice centrale și locale – agenți economici – societate. 2. Digitizarea acestui serviciu va permite cunoașterea exactă curentă a turiștilor plecați/sosiți inclusiv zonele receptoare/emițătoare care la momentul de față acest lucru nu este posibil din cauza prezentarea dărilor de seamă pe vouchere turistic trimestrial.
Funcționalitățile e-serviciului	1. Destinațiile frecventate cele mai des. 2. Direcțiile funcționale pentru fiecare agent economic din industria turismului analizate în baza datelor statistice care vor fi publice. 3. Vor fi efectuate diferite topuri a agenților economici din industria turismului în urma criteriilor stabilite pe baza datelor statistice, dar și a opiniei publice.
Alte e-servicii care ar interacționa cu e-serviciul propus	1. Harta digitală a potențialului turistic al Republicii Moldova 2. Sistemul Informațional „Ghidul turistic electronic”

3.7. Resurse umane

3.7.1. Pregătirea de specialitate a cadrelor

Progrese de etapă (2003-2010)

Mai multe instituții de învățământ licențiate pregătesc cadre pentru industria turistică. Perfecționarea cadrelor în turism este asigurat de Centrul National de Perfectionare a Cadrelor din Industria Turismului.

În hotelărie întreprinderile cheltuie mai mult (cu 63% spor anual, exceptând perioada post criză) pentru formare profesionala a angajatilor. Acțiunile din SDT pentru crearea unei Școli de hotelărie rămân valabile în continuare.

Multe instituții care pregătesc doar manageri pentru industria turistică

Instituțiile de învățământ licențiate din Republica Moldova pregătesc cadre pentru industria turistică la Specialitatea „Servicii”, specializarea „Turism și servicii” (ușor modificată în timp de unele instituții). Astfel la Colegiul de Ecologie, Academia de studii economice din Moldova, Universitatea de stat de educație fizică și sport, Universitatea agricolă de stat, Universitatea liberă internațională, Universitatea „Perspectiva”, Universitatea de stat de relații internaționale 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. 800-1000 persoane absolvesc instituțiile de învățământ la specializarea „Turism”. Astfel ponderea mare a disciplinelor generale, aproape lipsa de aptitudini practice și abilități în tehnologia ospitalității, face ca numărul excesiv de absolvenți să încadrat într-o proporție extrem de mică pe piața turistică autohtonă.

Calitatea proastă a absolvenților pentru industria turismului

Prestația proastă a absolvenților instituțiilor superioare de învățământ autohtone este remarcat de majoritatea agențiilor care angajează cu greu forța de muncă necesară de pe piață. Dintre elementele nesatisfăcătoare în prestația absolvenților sunt:

- Nivelul teoretic jos despre activitatea turistică,
- Lipsa de abilități practice pentru comunicarea cu clienții, interpretarea cunoștințelor despre atracțiile țării, elaborarea de trasee, promovarea de produse.
- Cunoștințe slabe despre domeniul turistic național, etc.

Majoritatea programelor de studiu și conținutul materiilor predate nu sunt corelate cu necesitățile pieței turistice, iar profesorii nu au practică în domeniul turistic. Practicumul studentesc este superficial și nu asigură conexiune între materiile studiate peste an și calitatea ospitalității solicitate pe piață.

3.7.2. Perfecționarea cadrelor

Perfecționarea instituționalizată pentru turism

Perfecționarea cadrelor în turism este asigurat de Centrul National de Perfectionare a Cadrelor din Industria Turismului. Conform legislației naționale toți intermediarii pe piață (turoperatori și agenții de turism), dar și structurile de cazare și alimentație (!?) a turiștilor sunt obligați să angajeze doar personal brevetat/certificat. Până în prezent au fost eliberate 1514 brevete/certificate, inclusiv cele reînnoite.

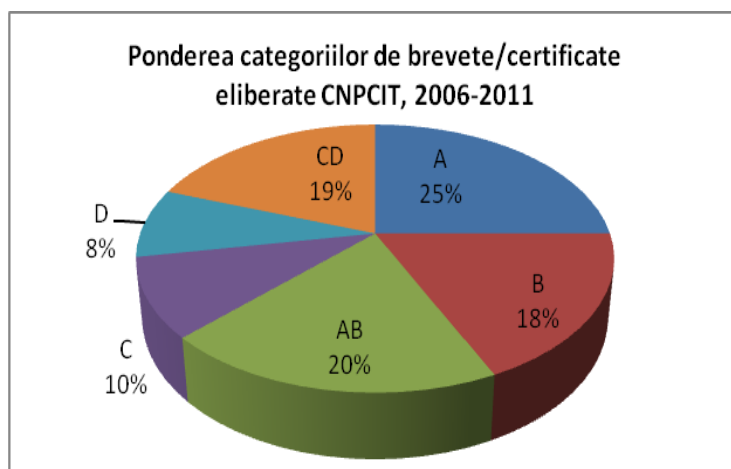
Dezechilibre în perfecționarea cadrelor de turism

CNPCIT acoperă prin modulele sale domenii importante pentru industria turismului: administrarea afacerilor, ghidajul oaspeților, tehnologii informaționale, care la alte instituții de învățământ din țară nu sunt ținute. Totuși unele dintre module nu au continuitate și intensitatea necesară. 4/5 din absolvenții CNPCIT au fost pregătiți pentru intermediarii turistici pe piață pentru angajarea forței de muncă instruită, și doar mai puțin de 18% pentru hotelărie și 0% pentru unitățile de alimentație a turiștilor.

Tabel 29: Distribuția modulelor de instruire pe perioade

	2005-06	2007-11	Total	%
Turoperatori și Ag. Turism			1242	82,03
Administrarea Afacerilor in Turism	270	241	511	33,75
Managementul serviciilor turistice	181	346	527	34,81
director in turism		18	18	1,19
manager in turism		31	31	2,05
Ghid turism	7	47	54	3,57
Tehnologii informatonale in Turism	31		31	2,05
Contabilitatea in turism	70		70	4,62
Structuri cazare			272	17,97
Administrarea Afacerilor in structurile de primire turistică	57	83	140	9,25
Managementul serviciilor în structurile de primire turistică	34	56	90	5,94
director de structura de primire turism		13	13	0,86
manager servicii structura de primire turistica		9	9	0,59
Turism rural	20		20	1,32
TOTAL GENERAL	670	844	1514	

Distribuția brevetelor/certificatelor de perfecționare arată un dezechilibru în favoarea conducătorilor din unitățile turistice și mai puțin pregătirea în meserii de bază cu instruire în tehnologii de prestare a ospitalității la standarde ridicate. Aceasta în situația când anual pe piața muncii intră teoretic un număr de cca. 500 absolvenți ai instituțiilor de învățământ superior cu diplome cu specializarea „Managementul serviciilor turistice”.

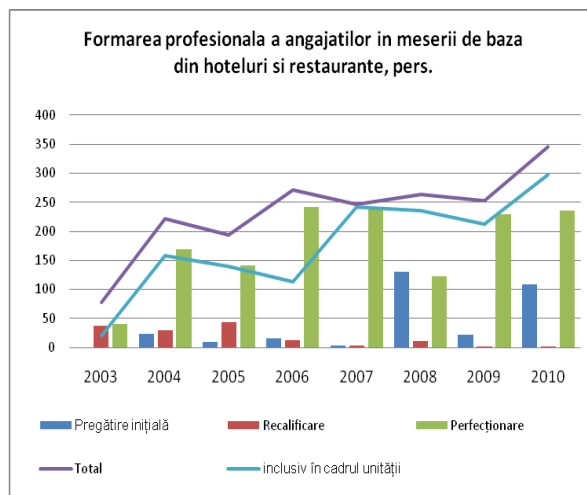


Perfecționarea cadrelor pentru intermediari

Numărul mediu scriptic al angajaților în Agenții de turism și Turoperatori în Moldova a constituit 1346 persoane (2010). Personalul în aceste unități are un procent relativ înalt de deținători de brevete/certificate de perfecționare, deoarece pentru necesitățile Turooperatorilor și a Agențiilor de turism naționale au fost pregătite 1242 persoane în cadrul a 7 module specializate.

Perfecționarea cadrelor pentru HoReCa

În 2010 în hoteluri și restaurante au fost angajate 7482 persoane. Gradul acestora de acoperire cu brevete/certificate CNPCIT este foarte redus – doar



272 persoane pentru unitățile de cazare.

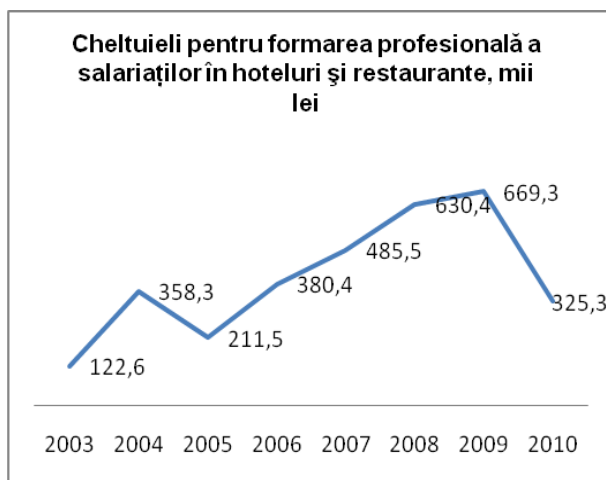
Totodată, interesul pentru instruire în acest subsector este foarte mare și în continuă creștere, inclusiv pentru perfecționare a cadrelor în meserii de bază care este satisfăcut doar parțial (nu se țin multe module pentru hotelărie la alte instituții din țară) și în alte unități de pregătire.

Astfel, acțiunile din SDT pentru crearea unei Școli de hotelărie rămân valabile și în continuare deoarece:

- perfecționarea cadrelor este cea mai solicitată pentru unitățile de cazare
- este o pondere mare a instruirilor la locul de muncă
- recalificarea din alte domenii este neînsemnată
- e grad redus de perfecționare a cadrelor de conducere
- lipsa de juristi pregătiți pentru necesitățile întreprinderilor

Totodată, structura cheltuielilor întreprinderilor din cazare și restaurante indică o capacitate susținută de a finanța perfecționarea cadrelor pentru sporirea calității ospitalității oferite.

Astfel, întreprinderile cheltuie mai mult (cu 63% spor anual, exceptând perioada post criză) pentru formare profesională a angajaților, în care la 100% întreprinderile achită din bugetul propriu, Totuși pregătirea cadrelor nu este motivatoare pentru angajați (sub 0,5% din cheltuieli cu forța de muncă) iar sistemul nu contabilizează alte cheltuieli pentru formare angajați (seminare, ateliere de lucru, vizite de studiu).



3.8. Probleme și disfuncționalități ale domeniilor specifice turismului național

<i>Domenii de intervenție</i>	<i>Efecte, probleme, disfuncționalități</i>
Industria turistică dezorganizată	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta turistică dezechilibrată la nivel teritorial • Stațiunile turistice sunt subdezvoltate • Fluxuri turistice deservite debalansat în diferite destinații • Concentrare excesivă într-o singură destinație • Turismul este perceput doar ca domeniu de activitate pentru un segment îngust de intermediari
Turismul intern și receptor în descreștere continuă	<ul style="list-style-type: none"> • Număr limitat de agenții de turism care realizează produse turistice naționale • Favorizarea intermediarilor mari pe piața turistică • Piața intermediarilor este instabilă • Incasările din turism sunt dinamice dar disproporționate • Nu este monitorizată calitatea serviciilor din activitatea de turism
Ospitalitatea moldovenească este sub așteptările vizitatorului	<ul style="list-style-type: none"> • Ospitalitate moldovenească ne calitativă în unitățile de primire a turiștilor • Puține unități de cazare, în special la destinațiile vizitate • Situație precară a unităților de cazare pentru odihnă • Sistemul național de clasificare este aplicat fragmentar • Calitate joasă a ofertei de cazare în destinații turistice • Jumătate din fondul de cazare a țării este în gestionare publică • Mai puțin de 1/3 din fondul de cazare funcționează anul în prejur • Costuri ne competitive la produsele turistice naționale, condiționate de prețurile înalte la cazare și ale intermediarilor • Puține unități de cazare de categorie modestă (hoteluri de 1-2 stele) la destinație și pe trasee, și care nu corespund standardelor naționale de ospitalitate • Renovarea lentă a hotelurilor
Turism de afaceri în descreștere	<ul style="list-style-type: none"> • Multe săli pentru conferințe nu corespund așteptărilor, dispun de posibilități tehnice și logistice limitate. • Număr insuficient de spații pentru turismul de afaceri în provincie • Insuficiență de materiale publicitare privind localurile destinate organizării conferințelor. • Insuficiență de organizatori profesioniști pentru desfășurarea conferințelor în Republica Moldova. • Lipsa unei Concepții de dezvoltare a activității expoziționale în Republica Moldova. • Dotarea tehnică neadecvată a sălilor expoziționale • Parteneriate public-private puține pentru promovarea expozițională a ofertei turistice naționale peste hotarele țării.
Mai puțini vizitatori cunosc Moldova prin excursii	<ul style="list-style-type: none"> • Ponderea excursioniștilor în totalul vizitatorilor țării scade continuu • Diversitate redusă de excursii în Moldova • Piața pentru excursii în Moldova este restrânsă • Excursionistul național formează cel mai important contingent, dar care nu este deservit în sistemul turistic

Transportul auto - o problemă pentru turism

Transportul feroviar puțin utilizat în scopuri turistice

Transport aerian dinamic dar cu accesibilitate redusă

Transport turistic naval inexistent

Atracții turistice slab valorificate în Moldova

- Personal puțin și necalificat pentru managementul vizitatorului în Moldova
- Calificarea de ghid obținută incert
- Excursiile sunt monitorizate fragmentar
- Controverse în susținerea sectorului excursionist
- Rețeaua rutieră a sigură o accesibilitate relativă a țării
- Rețeaua drumurilor auto este bună pentru un număr limitat de trasee turistice
- O parte a rețelei rutiere se află într-o stare neadecvată, în special drumurile locale pentru acces spre atracțiile turistice.
- Semnalizare rutieră neadecvată vizibilității turistice a traseelor
- Parcul de autocare este învechit.
- Calitatea joasă a ospitalității personalului din transport
- Prețuri ne flexibile și în creștere la transportul auto
- Calea ferată din Moldova reprezintă partea din sistemul feroviar vechi al ex-URSS
- Cursele interne ale CFM nu permit dezvoltarea de trasee turistice specializate
- Tranzitul internațional de pasageri ne valorificat pentru turism
- Aeroportul Internațional Chișinău – unica poartă aeriană a țării
- Prețuri înalte la servicii de transport avia
- Lipsa alternativelor pentru transportul aerian de agrement (helicoptere, mica aviație)
- Două coridoare ne utilizate pentru turism naval
- Puține porturi și debarcadere pentru agrementul acvatic și turism naval
- Puține obiecte de patrimoniu valorificate ca atracții turistice
- Monumentele neamenajate sunt ignorate
- Multe atracții culturale (monumente de arhitectură, monumente istorice, obiecte de artă, teatre, palate de cultură) se află într-o stare avansată de degradare
- Grad redus de semnalizare, vizibilitate turistică și estetică a atracțiilor
- Monitoring ne realizat pentru atracții turistice
- Autoritățile de turism pot monitoriza parțial terenurile cu funcționalitate turistică
- Terenuri pentru agrement ale fondului silvic nemonitorizate de autoritatea de turism
- Terenuri ale fondului apelor parțial monitorizate de autoritatea de turism
- Fondul ariilor naturale protejate de stat subutilizat pentru turism
- Lipsa capacităților de primire pentru vizitatori în zonele cu o deosebită atracție culturală.
- Antreprenariat creativ insuficient în zonele de protecție a monumentelor (buticuri suvenire, artizanat)
- Lipsa birourilor de informare turistică la destinație
- Stare precară a imobilelor istorice și muzeale
- Vizibilitate redusă a traseelor tematice în muzee
- Personalul muzeelor nu este instruit în domeniul

Accesibilitate redusă a atracțiilor turistice pentru autoghidaj în Moldova

Evenimentele culturale artistice sunt neatractive pentru turiști

Agrementul în Moldova este dezorganizat

Gradul redus de informatizare a turismului

Pregătire joasă a cadrelor pentru industria turismului

- managementului vizitatorului
- Accesibilitate redusă pentru autoghidaj prin indicatoare rutiere
 - Accesibilitate fizică redusă din cauza stării drumurilor locale
 - Căile de acces neadecvate spre majoritatea atracțiilor locale, puține locuri destinate parcarilor securizate.
 - Acces redus la servicii de bază în preajma atracțiilor turistice
 - Subutilizarea serviciilor de ghid
 - Evenimente suficiente, dar nu sunt vizitate de turiști
 - Evenimentele locale sunt lipsite de vizibilitate turistică
 - Calendar al evenimentelor ne transparent și neajustat necesităților industriei ospitalității
 - Agrementul neorganizat subminează industria ospitalității în Moldova și degradează mediul natural
 - Sistemul național de zone de agrement și odihnă doar declarat
 - Odihna moldovenilor în scădere prin agenții în țară
 - Odihna strainilor în scădere prin agenții în Moldova
 - Unitățile de cazare modestă acordă cea mai mare parte din ospitalitate în Moldova
 - e-Turism aplicat încet în Moldova
 - Puține proiecte în e-Turism
 - Registrul turismului nu este electronic
 - Formarea în cadrul școlilor polivalente nu ajută la planificarea carierei în industria turismului.
 - Lipsa instituțiilor de pregătire a cadrelor în meseriile de bază pentru industria turismului
 - Nu există o Școală de Hotelărie în Moldova
 - Insuficiența de instruire a personalului de "primă linie" în relațiile cu clienții.
 - Instituțiile de învățământ superior pregătesc doar manageri pentru industria turistică
 - Calitate proastă a absolvenților pentru industria turismului
 - Dezechilibre în perfecționarea cadrelor de turism
 - Insuficiența echipamentului și materiale didactice adecvate pentru industria turismului.
 - Insuficiența bazelor pentru practica de producție în procesul de formare profesională.
 - Insuficiența cadrelor care cunosc limbile de circulație internațională și tehnologiile informaționale.

4.Dezvoltarea turismului intern și receptor

4.1. Repartizarea fluxurilor turistice pe teritoriul național și impactul acestora

Progrese de etapă (2003-2010)

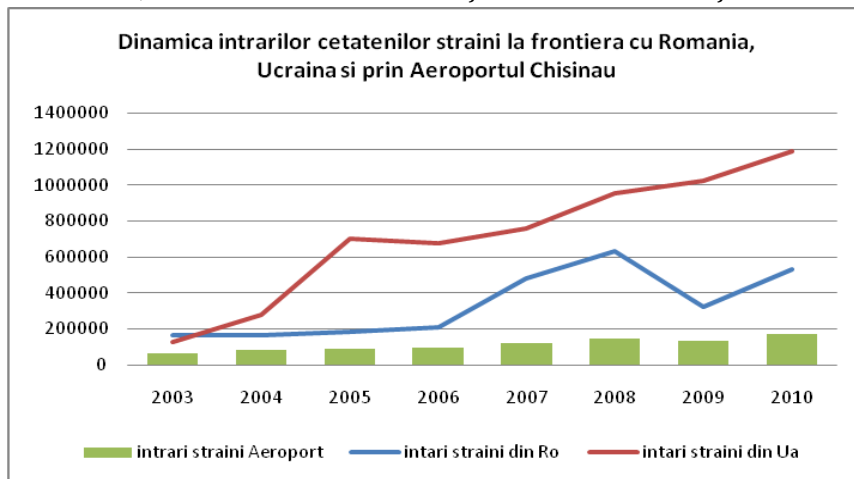
Numărul cetățenilor străini intrați în Moldova în 2010 a crescut pînă la 1886,3 mii persoane, sau de 5,3 ori comparativ cu anul 2003. Rata de creștere anuală a intrărilor străinilor în țară este de 65,9%. Totodată a crescut și mobilitatea cetățenilor moldoveni, astfel în perioada 2003-2010 aceștia au traversat frontiera de stat cu diferite scopuri de 3,3 ori mai intens ajungînd la cca. 5 mln persoane. Repartizarea fluxurilor de vizitatori străini este de cca. 28,1% din Romania și UE, 62,9% din Ucraina și alte țări CSI.

În ultimii 8 ani numărul persoanelor cazate în raioane a crescut cu 49,4%. În raioane sunt 127 unități care au cca.50,8% din întreaga capacitate de cazare a țării. În capitală sunt concentrate marea majoritate a hotelurilor de 3*, 4* și 5* și cca. o jumătate din numărul unităților de cazare estivale, precum și cca.30% din numărul de paturi din structurile sanatoriale.

În ultimii ani au apărut un șir de hotele mici private construite în stilul vilelor urbane, care corespund într-o mare măsură cerințelor de clasificare, și-au creat o clientelă proprie și promovează în prezent pe piața hotelieră a Moldovei oferte competitive. Câteva dintre cele mai mari hotele din Chișinău au fost parțial sau total renovate.

Evoluție spectaculoasă a numărului de oaspeți străini în Moldova

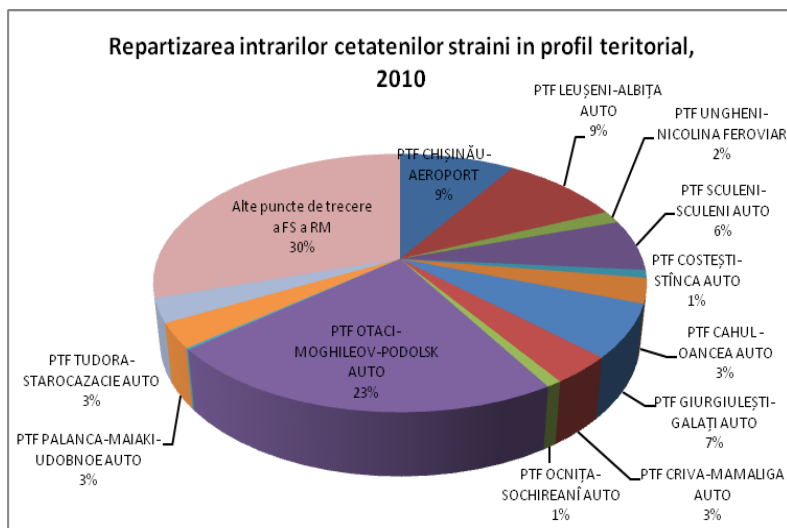
Republica Moldova este intens vizitată de cetățenii țărilor CSI, UE și din alte țări, datorită amplasării favorabile. Astfel, numărul cetățenilor străini intrați în Moldova în 2010 a crescut pînă la 1886,3 mii persoane, sau de 5,3 ori comparativ cu anul 2003. Astfel rata de creștere anuală a intrărilor străinilor în țară este de 65,9%. Totodată a crescut și mobilitatea cetățenilor moldoveni, astfel în perioada 2003-2010 aceștia au traversat frontiera de stat cu diferite scopuri de 3,3 ori mai intens ajungînd la cca. 5 mln persoane (sau în medie fiecare cetățean a RM a ieșit din țară de 1,5 ori în 2010). Acest flux important de călători crează oportunități pentru dezvoltarea infrastructurii de deservire și servicii turistice, iar rolul punctelor de acces în țară crește tot mai mult.



Repartizarea fluxurilor de vizitatori străini este de cca. 28,1% din Romania și UE, 62,9% din Ucraina și alte țări CSI, iar prin Aeroportul Chișinău – cca. 9%. Aceste tendințe se mențin în timp, cu excepția anului de criză 2009, cînd fluxurile prin aeroport și din Vest s-au micșorat simțitor, pentru ca în 2010 situația să se echilibreze. Fluxul de călători din CSI nu a resimțit consecințele crizei din 2009.

Dezechilibru teritorial al fluxului de vizitatori străini

În profil teritorial fluxurile de vizitatori străini se împart dezechilibrat pe teritoriul național și reflectă mai degrabă structura căilor de comunicație ale Moldovei cu țările vecine. Astfel cel mai important flux de vizitatori străini din Est este Otaci (23%), urmat de Criva, Tudora și Palanca (câte 3%), iar din Vest – Leușeni (9%), Giurgiulești (7%) și Sculeni (6%). Nici unul din aceste puncte nu este dotat cu centre de informare turistică.



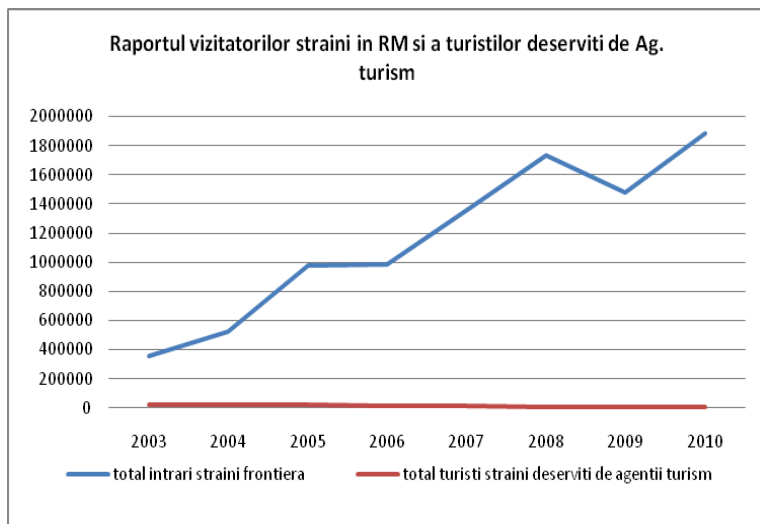
Capacitatea redusă a operatorilor de turism de a deservi oaspeții Moldovei

Companiile de turism licențiate deserveșc un număr de sub 0,5% din fluxul de străini intrați în țară, clienți potențiali pentru consumul turistic pe trasee sau la destinație. Aceasta se produce datorită concentrării companiilor de turism în Chișinău și din insuficiența de dotări turistice în destinațiile conectate la punctele de intrare în țară.

Tabel 30: Evoluția ponderii de turiști străini deserviți de Companii licențiate în turism

	2003	2010	%, 2010/03	rara crestere anuala, %
total intrari straini frontiera, mii pers	357.7	1886,3	527,35	65,92
total turisti straini deserviti de agentii turism, pers	23598	8956	37,95	-7,76
%, ponderea turisti straini deserviți	6,60	0,47		

Spre regret discrepanțele s-au mărit în timp dintre numărul de potențiali consumatori de turism în Moldova și clienții efectiv deserviți de companiile de turism autohtone. Sporirea numărului de turiști străini, prioritate în SDT, nu s-a produs în ciuda faptului că numărul vizitatorilor străini pe teritoriul național a crescut de peste 5 ori în ultimii 8 ani, din cauza lipsei de oferte în destinațiile turistice. ANT nu intervine timp de 8 ani pentru a stimula efectiv antreprenoriatul la destinație.



Oferta industriei ospitalității dezechilibrată teritorial

În prezent baza materială de turism în Republica Moldova este caracterizată de 250 unități hoteliere amplasate în mare parte în orașele țării. Astfel în raioane sunt 127 unități care au cca.50,8% din întreaga capacitate de cazare a țării. Capitalei îi revin 114 unități (inclusiv 31 hoteluri în oraș) cu 45,6% din capacitatea de cazare. Tot aici sunt amplasate mai bine de 360 agenții de turism, iar în suburbii sunt 3 structuri sanatoriale, 68 tabere de odihnă estivală.

În capitală sunt concentrate marea majoritate a hotelurilor de 3*, 4* și 5* și cca. o jumătate din numărul unităților de cazare estivale, precum și cca.30% din numărul de paturi din structurile

sanatoriale. În țară se resimte o insuficiență a motelurilor de-a lungul principalelor artere rutiere, precum și a structurilor de cazare de nivel modest (1*).

Tabel 31: Evoluția și repartizarea geografică a bazei materiale de cazare

	2003	2010	%, 2010/03
Unitati cazare			
total RM	184	250	135,87
mun. Chișinău	101	114	112,87
mun. Bălți	5	9	180,00
raioane	78	127	162,82
Capacitate de cazare, locuri			
total RM	22853	28370	124,14
mun. Chișinău	10615	10109	95,23
mun. Bălți	341	757	221,99
raioane	11897	17504	147,13

Se investește susținut în hotelărie în Moldova: observăm creșterea stabilă a numărului de structuri de cazare – în ultimii 8 ani numărul acestora a crescut cu 35% și cu 1/4 întregul fond de cazare. În 2003 au fost adoptate Normele metodologice de clasificare structurilor de primire cu funcțiune de cazare dar nu toate structurile existente au reușit să fie clasificate (78 unități). Cele mai mari investiții se orientează spre periferie.

După destrămarea sistemului turistic al ex-URSS o bună parte din unitățile de cazare din Republica Moldova s-au închis, li s-a schimbat activitatea sau au fost distruse. Insuficiența de turiști a dus la micșorarea drastică a atracției business-ului hotelier și scăderea rentabilității hotelurilor relativ mari. Coeficientul de utilizare a locurilor disponibile în hotele variază între 20-30%, fapt care a generat reorientarea structurilor hoteliere spre piața asigurărilor cu oficii a întreprinderilor. Aceasta se întâmplă pe un fon general pozitiv de relansare a structurilor de cazare în municipiul Bălți și raioane, unde au fost înregistrată o creștere a fondului de cazare de 122% și respectiv 47% în ultimii 8 ani. În cazul mun. Bălți s-au lansat noi hotele, iar în cazul raioanelor - s-au relansat unele din fostele tabere estivale amplasate în mare parte în localitățile rurale. Totodată, în ultimii ani au apărut un șir de hotele mici private construite în stilul vilelor urbane, care corespund într-o mare măsură cerințelor de clasificare, și-au creat o clientelă proprie și promovează în prezent pe piața hotelieră a Moldovei oferte competitive. Câteva dintre cele mai mari hotele din Chișinău au fost parțial sau total renovate. Astfel este ridicat gradul de confort al camerelor, este lărgită considerabil gama serviciilor oferite clienților. Sunt create condiții pentru buna activitate a oamenilor de afaceri: săli de conferințe dotate cu echipament modern, business-centre cu acces la Internet, fax și calculatoare puse la dispoziția clientului.

Capacitate redusă de a absorbi străini pentru cazare

Pe fonul unor investiții susținute structurile de cazare asigură cu cazare un număr tot mai mic de străini intrați în țară. Astfel dacă în 2003 cca. 17,5% din străinii sosiți în țară se cazau în unitățile de cazare înregistrate, apoi în 2010 doar 3,4%.

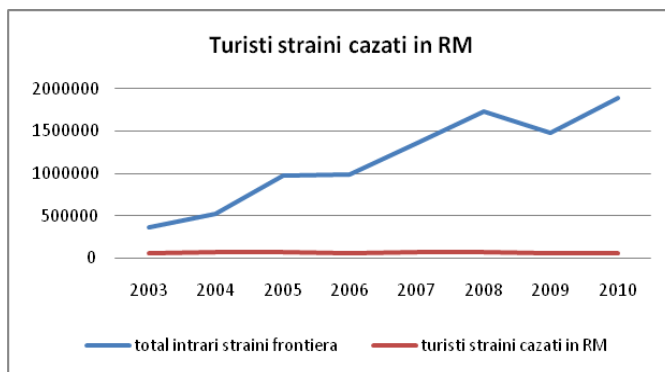
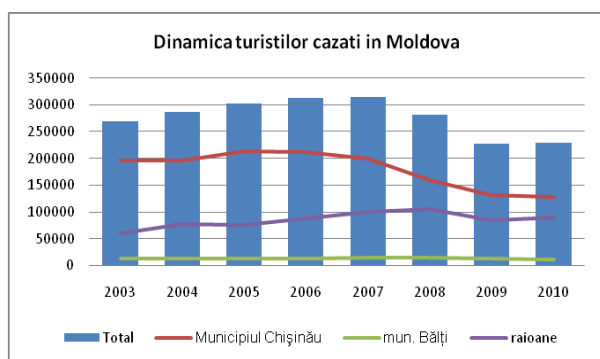
Tabel 32: Evoluția turistilor străini cazați in RM

	2003	2010	%, 2010/03	rara crestere anuala, %
total intrari straini frontiera	357694	1886287	527,35	65,92
turisti straini cazati in RM	62559	63593	101,65	0,21
<i>% ponderea turistilor straini cazati</i>	17,49	3,37		

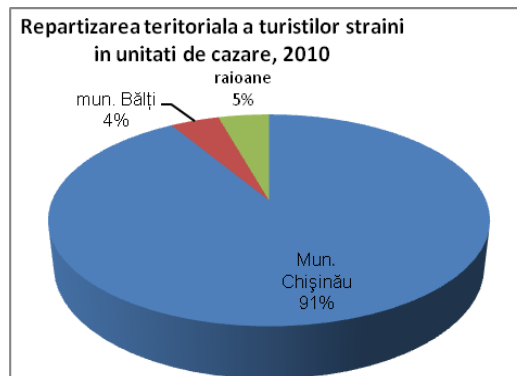
Aceste evoluții se acutizează în timp. **Un număr important de cazări se realizează în sectorul particular, număr nemonitorizat de către ANT dar și calitatea serviciilor oferite pentru 96% din oaspeții Moldovei.**

Dezechilibru teritorial al consumului de ospitalitate

Repartizarea teritorială a fluxului de persoane cazate în Moldova este deretminată de baza materială concentrată neuniform. Astfel 56% sunt cazați în Chișinău (128462 persoane) iar 39% în raioane.



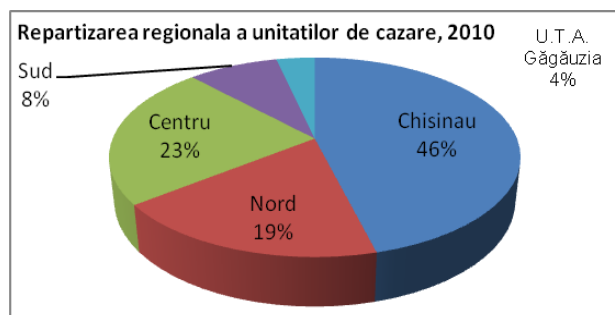
În ultimii 8 ani numărul persoanelor cazate în raioane a crescut cu 49,4%, iar în Chișinău s-a redus cu 34,4%.



La nivelul turiștilor străini remarcăm concentrarea masivă a acestora pentru cazare doar în mun. Chișinău (91%), **consecință a dezechilibrului teritorial al turismului național.**

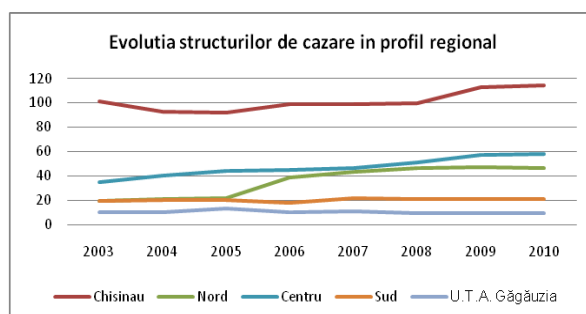
Repartizarea regională neuniformă a fluxurilor turistice

Pe teritoriul național al Republicii Moldova sunt delimitate 6 regiuni de dezvoltare, în care sunt amplasate un număr neproportional de unități turistice. Majoritatea sunt concentrate în municipiul Chișinău și raza acestuia de influență, astfel capitala reprezintă cea mai mare aglomerație turistică și generatorul principal de turiști și persoane de odihnă pentru celelalte zone turistice din țară. Fluxurile turistice la nivelul unităților de cazare este dezechilibrat între capitală și restul țării. Agențiile de turism naționale nu prezintă date statistice privind repartizarea teritorială a călătoriei clienților săi, deaceia monitorizarea teritorială a turiștilor prin structurile intermediare (agenții de turism, turoperatori) pe piața turistică este în prezent imposibilă.



Agențiile de turism naționale nu prezintă

Totodată remarcăm o ușoară creștere a unităților de cazare în regiuni în perioada 2003-2010.



Aceste dezechilibre impune necesitatea dezvoltării a unui sistem de zone/stațiuni turistice naționale și locale echilibrat la nivel teritorial și ajustat unui management competitiv a destinațiilor turistice.

Valorificarea redusă prin trasee de turism a unor teritorii din Republica Moldova

Până în prezent autoritățile naționale de turism nu au fost preocupate de dezvoltarea teritorială a turismului național, iar carcasa turistică era constituită în exclusivitate din traseele turistice ale agențiilor de turism amplasate în Chișinău, sistem care este necompetitiv în plan regional și neperformant la nivel de management. Trebuie de remarcat că, trasee turistice reprezintă direcționarea fluxurilor turistice de către agențiile de turism și nu reprezintă carcasa de organizare a spațiilor cu funcționalitate turistică. Agențiile de turism sunt intermediari pe piața turistică care nu au întotdeauna capacitatea de a orienta circuitele turistice spre toate destinațiile naționale și locale, în plus acestea nu pot influența fluxurile de turiști care călătoresc pe cont propriu.

În al doilea rând, agențiile de turism deserveșc anual un număr de cca. 100-150 mii turiști interni și străini, însă potrivit estimărilor specialiștilor numărul turiștilor neorganizați de agenții este de cca. 10 ori mai mare. Aceștea călătoresc de sinestătător și constituie cea mai importantă piață de consum a serviciilor locațiilor turistice (exemplu Vadul lui Vodă, Vatra ș.a.). Bineînțeles că traseele turistice ale agențiilor din Chișinău nu întotdeauna se suprapun pe destinațiile solicitate de călătorii individuali. Astfel ignorând necesitățile acestora se generează apariția stihnică a locațiilor de agrement și turism neorganizat, prejudiciind mediul natural și construit.

În al treilea rând, traseele turistice reprezintă oferta comercială a agențiilor economice și nu oferta complexă a destinațiilor turistice naționale și locale. Oferta comercială a agențiilor de turism nu poate cuprinde toate cele cca. 300 locații turistice dotate cu echipamente de cazare a călătorilor (tabere pentru copii, baze de odihnă, moteluri, pensiuni, sanatorii, etc.), care de regulă sunt amplasate într-o parte de principalele drumuri naționale preferate de agențiile de turism din Chișinău. De regulă, zonele turistice nu sunt create doar de-a lungul culuarelor de circulație a turiștilor, ci prioritar în locațiile dotate cu resurse turistice. Traseele turistice sunt funcțional subordonate zonelor turistice. Astfel, traseele turistice temporare sau permanente apar între zonele generatoare de turiști spre cele primitoare de turiști.

Deci, **sistemul național de amenajare turistică a teritoriului trebuie să fie axat pe delimitarea unor zone turistice naționale și locale** și nu pe trasee turistice care reprezintă oferta comercială a intermediarilor pe piața turistică amplasați în capitală.

Amplasarea teritorială a zonelor turistice în Republica Moldova

A. Regiunea de dezvoltare Nord

Regiunea de dezvoltare Nord a Republicii Moldova cuprinde 11 raioane și municipiul Bălți cu o suprafață totală de 10 mii km² sau cca.30% din teritoriul național. Populația constituie 967 mii persoane (25 % din populația țării), inclusiv populație urbană 305 mii persoane sau cca.32% din totalul pe regiune. Totodată, aici sunt amplasate 571 localități, inclusiv 551 satești din totalul de 1679 localități din Republica Moldova.

Regiunea este caracterizată de un potențial turistic al 102 arii protejate de stat cu o suprafață totală de cca.16,6 mii ha, 2 plaje de importanță națională (Sorooca, Costești), 20 muzee, 178 edificii eclizeastice de importanță națională și 454 de importanță locală.

Forma eficientă de valorificare a resurselor turistice din regiune



este crearea de zone turistice cu stațiuni de importanță națională și locală, care să diversifice destinațiile turistice prin nordul Republicii Moldova. Asemenea zone turistice potențiale sunt delimitate în număr de opt, două dintre care de importanță națională:

- A.1 Zona turistică Bălți
- A.2 Zona turistică Cobani-Costești
- A.3 Zona turistică Criva
- A.4 Zona turistică Edineț
- A.5 Zona turistică Japca-Camenca
- A.6 Zona turistică Rudi-Naslavcea
- A.7 Zona turistică Soroca
- A.8 Zona turistică Țaul

B. Regiunea de centru

În regiunea de dezvoltare centru a Republicii Moldova sunt incluse 13 raioane, numărul populației depășind 1022 mii persoane sau 26% din totalul pe țară. Din populația regiunii 832 mii pers. trăiesc în 568 de localități satești, iar restul 17% în orașe. Regiunea ocupă un teritoriu de 10636 km² sau cca. 31% din suprafața țării.

În regiune sunt 114 arii naturale de valoare protejate de stat (ANP) cu o suprafață totală de 38,5 mii ha, 20 muzee, 256 edificii de cult de importanță națională și 27 de importanță locală, care îi conferă o atractivitate investițională avantajoasă. Totodată în regiune nu există nici o zonă națională de odihnă. Fondul ariilor naturale în centrul țării ocupă cca 60% din suprafața totală de natură protejată. Acest important potențial natural concentrat la distanțe relativ mici de la centrele orașenești stimulează dezvoltarea turismului de odihnă și tratament.

În același timp un număr mare de populație preferă formele neorganizate de turism în spațiile verzi, fapt explicat de oferta nediversificată a agențiilor de turism pentru turism intern. Caracteristica resurselor turistice determină specializarea a 7 zone de interes turistic:

- B.1 Zona turistică Codrii
- B.2 Zona turistică Criuleni-Holercani
- B.3 Zona turistică Hârjauca
- B.4 Zona turistică Hâncești-Lăpușna-Leușeni
- B.5 Zona turistică Orhei
- B.6 Zona turistică Plaiul Fagului
- B.7 Zona turistică Saharna-Țipova

C. Municipiul Chișinău

Amplasat pe o suprafață de doar 2% din teritoriul național (568 km²), municipiul concentrează peste 18% din populația țării sau 717 mii persoane, din care 90% sunt orașeni. Municipiul Chișinău este una dintre cele mai solicitate destinații turistice din Republica Moldova. Aceasta se explică prin poziția avantajoasă în mijlocul țării, propriul aeroport internațional, nod al căilor rutiere și ferate, numărul relativ mare a locurilor de cazare, cea mai diversificată ofertă turistică națională, patrimoniu variat, dependența relativ mică de fluctuațiile sezoniere, un grad mai înalt de exploatare a resurselor turistice decât media pe țară ș.a. Astfel 46% din totalul capacității de cazare al țării și cca.350 agenții de turism naționale sunt concentrate în municipiul Chișinău, constituind cea mai mare aglomerație turistică a Republicii Moldova.

Chișinăul absoarbe cca. 90% din turiștii străini cazați în unitățile hoteliere. Tot aici se desfășoară cele mai importante evenimente culturale, sportive și activități de congrese în plan național. În suburbii se găsesc 2 zone mari de odihnă – Vadul lui Vodă și Vatra, iar în rază de influență a orașului Chișinău (cca.50 km) – destinațiile turistice de importanță națională Orheiul Vechi, Căpriana, Hâncu, Mileștii Mici, Cojușna, rezervația „Codrii”, etc. Astfel Chișinăul concentrează cea mai mare piață turistică și excursionistă din Republica Moldova.

Orașul Chișinău are o ofertă turistică variată rezultată în urma atracțiilor sale: centru istoric, cultural, economic și administrativ, centru de congrese și întruniri, zonă de odihnă și agrement.

Majoritatea grupurilor de turiști atât individuali cât și grupe organizate care ne vizitează țara, în primul rând vizitează municipiul Chișinău cu multiplele sale obiective turistice. Moștenirea istorică, aranjament stradal, spațiile verzi, corelația dintre clădirile monumentale și construcțiile de rând, spectrul dintre vechea urbă și noile cartiere înălțate în afara vechiului perimetru urban, amplasarea pe coline și raportul acestora cu natura și așezarea istorică, generează o cantitate importantă de imagini superbe și conferă Chișinăului un statut de centru turistic important. Diversitatea atracțiilor turistice determină polifuncționalitatea municipiului ca destinație solicitată pe piața turistică. Astfel în capitală sunt concentrate 4 arii naturale protejate pe o suprafață de 208 ha, 2 zone de odihnă de importanță națională, 9 muzee naționale, 19 biserici reprezentative, etc.

Municipiul Chișinău este bogat în obiecte de patrimoniu antropic amplasate atât în orașul Chișinău (vatra orașului vechi, zona istorică, obiecte izolate), cât și în suburbii (situri arheologice, vetre medievale, complexe subterane, mănăstiri, etc.). Astfel cu cca. o mie de obiecte de cultură și civilizație protejate, municipiul reprezintă *cea mai mare concentrație de obiecte de arhitectură* din țară. În orașul Chișinău în conformitate cu decizia primăriei orașului nr.104/6366 din 18.08.1994 la anexa nr.4 sunt ocrotite 977 monumente amplasate în intravilanul urban. Dintre acestea 236 obiecte și complexe sunt protejate drept monumente de importanță națională și 741 obiecte de patrimoniu locale. Absoluta majoritate a obiectelor de patrimoniu (857 edificii) sunt amplasate în orașul vechi și în zona istorică și constituie în proporție de 89,8% case de locuit și vile urbane. În perimetrul a 65 de străzi cu cca. 4 mii de case construite în diferite perioade 23,85% sunt obiecte de patrimoniu protejate de importanță națională sau locală. Însă doar 5,8% din totalul clădirilor sunt obiecte de patrimoniu național ocrotite de stat, iar fiecare a zecea construcție din lista de obiecte de patrimoniu național și local din Chișinău a fost distrus. În afara zonei istorice a capitalei se găsesc 23 din monumentele de arhitectură. Zone turistice:

C.1 Zona turistică Chișinău

C.2 Zona turistică Vadul lui Vodă

C.3 Zona turistică Vatra

D. Regiunea de dezvoltare Sud

În regiunea de sud a Republicii Moldova sunt incluse 8 raioane, numărul populației este de 525 mii persoane sau 13% din totalul pe țară. Regiunea ocupă peste 7379 km² sau cca. 22% din teritoriul național. Potențialul turistic al regiunii este reprezentat de un număr de 43 arii naturale protejate de stat pe o suprafață totală 5874 ha, datorat reliefului de stepă și gradului redus de împădurire. În localitățile din regiune sunt 10 muzee și 63 edificii ecleziastice de importanță națională și locală. În regiune nu sunt desemnate zone de agrement de importanță națională.

Caracterul dispers al resurselor turistice și starea actuală a acestora determină numărul mic de posibile zone turistice. Acestea sunt încadrate în zona orașului Cahul, precum și de-a lungul Nistrului inferior sau în raionul cu populație majoritară de etnie bulgară.

D.1 Zona turistică Cahul

D.2 Zona turistică Tighina-Căușeni-Talmaz

D.3 Zona turistică Taraclia

E. UTA Gagăuzia

În UTA Gagăuzia a Republicii Moldova sunt incluse 32 localități inclusiv 29 satești cu o populație de 156 mii persoane, în majoritate etnici gagăuzi, sau 4% din populația țării. Gradul de urbanizare este de 37%, iar restul 98 mii persoane din populație trăiește în localități satești. Potențialul turistic al UTAG este reprezentat de un număr de 9 arii naturale protejate de stat pe o suprafață totală 108,6 ha. În localitățile de aici sunt 4 muzee și 3 edificii ecleziastice de importanță națională. În UTAG nu sunt desemnate zone de agrement de importanță națională. Datorită suprafeței mici a regiunii aici este desemnată o singură zonă turistică de perspectivă.

F. Regiunea transnistreană

În regiunea transnistreană a Republicii Moldova sunt incluse raioanele din stânga Nistrului precum și municipiile Tiraspol și Tighina pe o suprafață de 3,4 mii km² sau 10% din teritoriul național. Numărul populației este de 556 mii persoane sau 14% din totalul pe țară. Gradul de urbanizare a populației regiunii este de 65%, care reprezintă peste 360 mii persoane.

Datorită regimului separatist în regiunea transnistreană nu a fost desfășurat inventarierea potențialului turistic și nu este cunoscută o statistică a performanțelor industriei turistice locale. În perioada ex-RSSM în stânga Nistrului au existat mai multe locații turistice vizitate de turiștii orientați în special prin filiera sindicatelor: Tiraspol, Tighina, Dubăsari, Camenca, limanul Cuciurgan ș.a. E propusă o singură zonă turistică care are șanse pentru relansare în primii ani de după reglementarea conflictului transnistrean.

4.2. Dezvoltarea turismului conform tipurilor de turism

4.2.1. Turismul rural

Ofertă redusă de turism rural

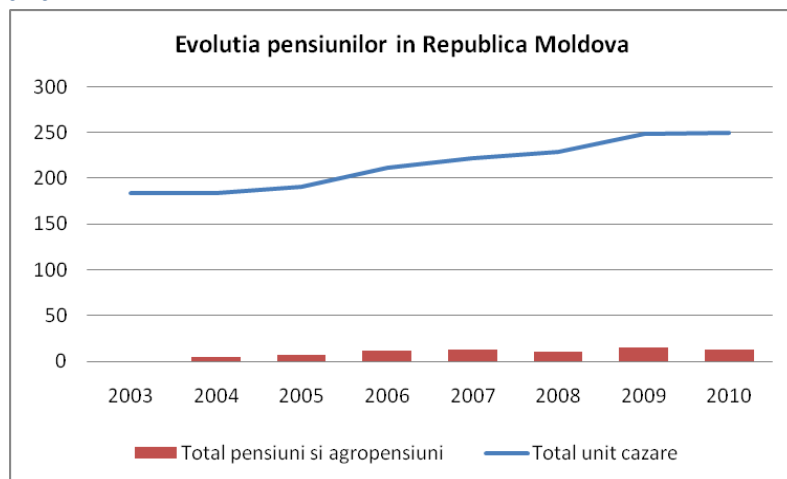
În prezent turismul rural reprezintă cca. 5% din totalul unităților de cazare, care concentrează un fond de cazare sub 3%. În aceste s-au deservit în 2010 un număr de 13,3 mii persoane (5,8% din clienții unităților de cazare).

Tabel 33: Evoluția performanțelor pensiunilor și agropensiunilor în Republica Moldova

	2003	2006	2008	2010
Total pensiuni si agropensiuni	0	12	11	13
%, pondere pensiuni	0,00	5,69	4,80	5,20
Total locuri pensiuni	0	493	704	743
%, pondere fond cazare pensiuni	0,00	1,81	2,49	2,62
Turisti cazati in pensiuni	0	7763	11392	13290
%, persoane cazate in pensiuni	0,00	2,49	4,06	5,78

Monitorizare fragmentară a turismului rural

Datorită diferențelor în structura ofertei agropensiunilor (chirie odăi în locuințele individuale la țară) și formularele de raportare statistică pentru unitățile de cazare (doar persoane juridice care oferă cazare în unități colective de peste 10 locuri), unele unități nu sunt monitorizate, sunt ca și inexistente un timp îndelungat. Aceasta în ciuda obiectivelor clare SDT și PN „Satul moldovenesc” de a dezvolta acest tip de turism. Mai mult Comisia creată prin HG nr. 979 din 12.08.2008 cu privire la impulsivarea dezvoltării turismului în mediul rural (deși valabilă) a produs doar 3 ședințe, fără a aproba vre-un plan de lucru.



Oportunități nevalorificate de peste 10 ani

În Republica Moldova acest gen de afaceri poate avea succes reieșind din următoarele considerente: zonele turistice rurale sunt tot mai solicitate de către orășeni și turiști străini; călătoriile în raza de 30-50 km de la orașe devin competitive comparativ cu deplasările la distanțe lungi în străinătate; costul serviciilor prestate în agropensiuni sunt mai mici decât în alte unități de cazare; afacerea poate fi inițiată relativ simplu și ieftin; oferta agropensiunilor de regulă este complexă și localizată „sub același acoperiș” ceea ce o face foarte atractivă pentru beneficiari.

Investiția pentru lansarea afacerii nu este mare, deoarece se solicită în principal doar cheltuieli ce țin de amenajarea casei, în funcție de Normele metodologice și criteriile de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei, pentru obținerea statutului de agropensiune. La fel sunt solicitate și investițiile pentru pregătirea personalului, amenajarea teritoriului adiacent gospodăriei, publicitate și promovarea serviciilor.

4.2.2. Turismul ecologic

Oportunități mari valorificate insuficient

Turismul ecologic în Republica Moldova se reduce la 2 forme de călătorii: excursii în zone naturale (nu neapărat în arii naturale protejate) și agrement cu sejur scurt în rezervații naturale. Fondul ariilor naturale protejate de stat din Moldova este potrivit legislației naționale deschis pentru forme organizate de turism, activități de agrement și odihnă a populației. În realitate, însă, în ofertele turistice sunt prezente doar câteva zone naturale drept destinații finale, iar ca obiecte adăugătoare de vizită în trasee combinate spre mănăstiri și locuri istorice.

Tabel 34: Structura calitativă a vizitelor în zone naturale incluse în oferta agențiilor de turism naționale

Traseu	Localități incluse	Arii naturale	Mănăstiri biserici	Muzee	Alte	Total
Grădina botanică Chișinău	1	1	-	-	-	1
Rezervația "Codri"	5	2	-	1	-	2
Landşaftul "Trebujeni"	6	2	2	2	10	16
Parcul "Țaul"	19	2	3	1	-	6
Rezervația "Pădurea Domnească", "Suta de movile"	18	4	4	1	1	10
Total	27	9	6	5	11	31

Fondul ariilor naturale protejate de stat deschis parțial pentru turism

Arealele incluse în fondul ariilor naturale protejate fac obiectul traseelor excursioniste într-o măsură mică. Fluxurile de vizitatori sunt sporadice, orientate pe trasee nemarcate corespunzător, iar spațiile pentru agrement și alimentație sunt sumar amenajate. Printre cele mai reprezentative sunt: rezervația peisageră "Trebujeni", rezervația științifică "Codrii", rezervația științifică "Pădurea Domnească", rezervația științifică "Prutul de Jos", rezervația științifică "Plaiul Fagului", rezervație peisageră "Suta de movile", rezervația peisageră "Grădina Turcească", rezervația peisageră "Căpriana-Scoreni", etc.

Rezervațiile științifice

Din cele relatate anterior, rezervațiile științifice reprezintă teritorii pe care se efectuează prioritar protecția mediului, efectuarea de cercetări științifice, educarea și instruirea ecologică a populației, dar în același timp sunt niște atracții motivatoare substanțiale pentru circulația turistică. Acestea au statut de instituție de cercetări științifice și activează în baza unui regulament special.

Tabel 35: Practicare ecoturism în rezervație științifică

Tip Arii naturale protejate	Activități de turism, agrement și recreație	Reglementări în zone de protecție
Rezervații științifice	<ul style="list-style-type: none"> • Accesul persoanelor se face în baza unui permis; • Admise: activități ce nu contravin sarcinilor rezervației, aprobate de consiliul ei științific; • Interzis: orice formă de odihnă a populației, deplasarea prin locuri neamenajate, aprinderea rugurilor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului de 1000-1500 m; • Se admite organizarea unor zone de recreație reglementată.

Rezervațiile naturale

Rezervații naturale sunt spații naturale valorificate intens în turismul internațional. Acestea constituie valoroase resurse naturale din punct de vedere științific și sunt destinate păstrării și restabilirii unui sau mai multor componente ale naturii pentru menținerea echilibrului ecologic. Se administrează în scopul conservării biodiversității prin ameliorarea condițiilor de habitat și asigurarea integrității și continuității speciilor floristice și faunistice.

Tabel 36: Practicare ecoturism în rezervație naturală

Tip Arii naturale protejate	Activități de turism, agrement și recreație	Reglementări în zone de protecție
Rezervații naturale	<ul style="list-style-type: none"> • Organizarea de excursii pentru educația ecologică; • Instalarea la hotare a bornelor, panourilor de avertisment, indicatoarelor; • Interzis activități neautorizate: turism, agrement, construcții, amenajări, recoltare, campare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului de 700-1000 m; • Se admite organizarea unor zone de recreație reglementată.

Rezervațiile peisagistice

Reprezintă teritorii naturale delimitate cu scopul armonizării relațiilor dintre om și natură, conservării peisajelor geografice pentru generația actuală și generațiile viitoare. În Republica Moldova sunt 41 de rezervații peisagiste, cea mai mare fiind "Pădurea din Hîncești" cu o suprafață comparabilă cu rezervația "Codrii".

Tabel 37: Practicare ecoturism în rezervație peisajistică

Tip Arii naturale protejate	Activități de turism, agrement și recreație	Reglementări în zone de protecție
Rezervații peisagistice	<ul style="list-style-type: none"> • Asigurarea dezvoltării durabile în scopuri recreative, estetice și culturale; • Obligativitatea angajaților și vizitatorilor de a reduce impactul antropic asupra mediului; • Instalarea la hotare a panourilor de avertisment, indicatoarelor; • Prevenire efectelor negative ale activității economice; • Interzis activități neautorizate: intrarea persoanelor, turism, agrement, construcții, amenajări, campare, fotografierea, filmarea. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului de 700-1000 m; • Terenurile din zona de protecție rămân la dispoziția deținătorilor pentru activități economice tradiționale nonpoluante; • Interzis: staționarea autovehiculelor în zone nepermise;

Ariile cu management multifuncțional

Ariile cu management multifuncțional reprezintă suprafețe terestre și/sau acvatică în care, concomitent cu conservarea resurselor de apă și pășunilor, se practică turismul reglementat. Sub această denumire se subînțelege sectoare reprezentative cu diversă vegetație tipică anumitor zone geografice ale Moldovei.

Tabel 38: Practicare ecoturism în Arii cu management multifuncțional

Tip Arii naturale protejate	Activități de turism, agrement și recreație	Reglementări în zone de protecție
Arii cu management multifuncțional	<ul style="list-style-type: none"> • Crearea de condiții pentru turism și agrement reglementat; • Organizarea de excursii pentru educația ecologică; • Instalarea la hotare a panourilor de avertisment, indicatoarelor; • Interzis activități neautorizate: turism, agrement, construcții, amenajări. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului de 700-1000 m; • Se admite organizarea unor zone de recreație reglementată.

Monumentele naturii și de arhitectură peisageră

Monumentele naturale sunt de regulă obiecte izolate interesante pentru vizitele turistice, dar care sunt repartizate dispers pe întreg teritoriul Republicii Moldova. Sub protecție de stat sunt luate circa 130 de obiecte. Proveniența acestora poate fi diferită: de la stânci și peșteri la izvoare și plante separate aparte.

Monumente de arhitectură peisajeră au valoare istorică, culturală, științifică, estetică, economică, și recreativă, reprezintă mărturii ale evoluției peisajere și dezvoltării spirituale și sociale, fac parte din patrimoniul cultural și natural și sunt înscrise în Registrul monumentelor Republicii Moldova ocrotite de stat.

Tabel 39: Practicare ecoturism în locuri cu monumente ale naturii

Tip Arie naturale protejate	Activități de turism, agrement și recreație	Reglementări în zone de protecție
Monumente de arhitectură peisageră	<ul style="list-style-type: none"> • Crearea modelelor scenice atractive sau unice d.p.d.v. estetic în scopuri recreative; 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului de 100-150 m; • Se admit activități economice ce nu sunt în detrimentul monumentului; • Interzis: staționarea autovehicolelor în locuri nepermise.
Monumente ale naturii	<ul style="list-style-type: none"> • Itinerare turistice pedestre; • Instalarea de indicatoare, borne, panouri de avertisment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de protecție obligatorie în jurul obiectului (geologice, paleontologice, hidrografice, zoologice, botanice, mixte) de 500-1000 m, în jurul arborilor seculari de 30-50 m; • Se admite organizarea unor zone de recreație reglementată.

4.2.3. Turismul de sănătate

Sistem moștenit din ex-URSS dar solicitat

Serviciile structurilor de întremare (sanatorii) sunt specifice ca structură a ofertei și ca durată de consum. Republica Moldova a moștenit din perioada ex-URSS un sistem sanatorial rigid, dezechilibrat teritorial și cu o baza materială de cazare la standarde învechite. Astfel, în 8 ani 1/3 din unitățile sanatoriale s-au reprofilat sau închis, iar fondul general de cazare (chiar dacă au avut loc unitar extinderi și reparații capitale) s-a redus cu 22%. Trebuie de remarcat că din 2003 nici o unitate sanatorială nu și-a ajustat blocurile pentru cazare la sistemul național de clasificare, chiar dacă pe parcurs au avut lor reparații capitale și reînnoirea mobilierului și dotărilor pentru confortul persoanelor cazate.

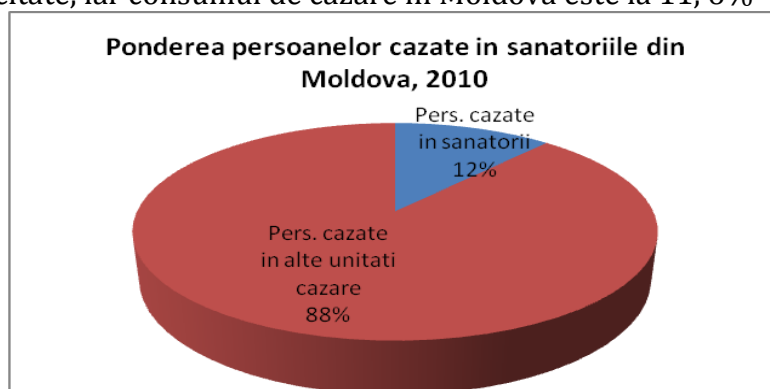
Tabel 40: Evoluția sectorului sanatorial

	2003	2010	%, 2010/03	rata anuala, %
Sanatorii	9	6	66,67	-4,17
Fond cazare sanatorii	2089	1842	88,18	-1,48
%, fond cazare sanatorial	9,14	6,49		
Pers. cazate in sanatorii	32083	26769	83,44	-2,07
%, persoane cazate sanatorii	11,91	11,64		

Totuși serviciile sanatoriale rămân solicitate, iar consumul de cazare în Moldova este la 11,6% orientat în 6 sanatorii: Vadul lui Vodă, Chișinău, Dubăsari, Cahul, Călărași.

Unitățile similare din regiunea transnistreană nu sunt monitorizate.

Autoritatea națională de turism nu monitorizează calitatea ospitalității oferită turiștilor în unitățile de cazare ale sanatoriilor, deși potrivit legislației au asemenea atribuții.



4.2.4. Turismul vitivinicol

Turismul vitivinicol în Moldova captează constant interesul vizitatorilor diferitor zone, în special cele care produc vinuri, dispun de dotări necesare pentru practicarea degustațiilor de vinuri și struguri sau pentru tratamente. Astfel, antreprenorii-viticultori din diferite centre vinicole au descoperit o nouă oportunitate de extindere a afacerii de bază prin deservirea turiștilor. Motivația principală a călătoriilor în asemenea centre este formată din combinația reușită a calității vinului, unicitatea podgoriilor, atmosfera dionysiană de la vinării și nu în ultimul rând personalul ospitalier și bine instruit.

Republica Moldova este printre primele 10 țări exportatoare de vin în lume, cu aproximativ 3,1% din exportul mondial de vinuri și 2,3% din podgoriile mapamondului. Fiecare al patrulea dolar câștigat din exporturile țării se datorează vinului, ceea ce constituie aproximativ 9% din PIB, iar în structura veniturilor bugetului consolidat al țării – cca. 15%. Producția a cca 180 întreprinderi vinicole moldovenești este comercializată pe piețele a 28 de țări ale lumii (Federația Rusă, Bielarusia, Ucraina, SUA, Canada, Germania, Marea Britanie dețin mai mult de 95% din exporturile de produse alcoolice).

Se crează impresia că automat Republica Moldova trebuie să fie printre primele destinații turistice vinicole ale lumii. Totuși, faptul că deții o podgorie, gestionezi un ciclu tehnologic de prelucrare a stugurilor, ai un beci în calitate de depozit, de unde comercializezi vinul vrac pe pițele tradiționale, nu motivează suficient turiștii să viziteze o vinărie de la noi din țară. Trebuie de remarcat că, piața de consum a vinurilor moldovenești nu este aceeași cu piața turismului vitivinicol.

Oportunități de care beneficiază Republica Moldova în turismul vitivinicol

1. Teritoriul țării noastre este mic, dar care e clar divizat în 4 zone vitivinicole (Codru, Purcari, Sudică și Nordică), unde sunt 107 mii ha de plantații vitivinicole, iar în sectorul gospodăriilor casnice cca. 44 mii ha de plantații de viță de vie. Pe podgoriile din diferite zone geografice se obțin vinuri distincte, în special din soiuri europene, nord-americane și autohtone comercializate sub mărci cunoscute. Mai puțin însă aceste vinuri sunt asociate cu anumite podgorii de valoare, care pot fi percepute ca destinații turistice vitivinicole (și nu doar ca niște teritorii pentru materii prime în industria vinului), cum ar fi alte similare (Champagne, Bordeaux, Heres, Tokay, Masandra, Cotnari, Kolhida, Napa Valley, ș.a.) care vorbesc despre sine independent de țara de proveniență.

2. Calitatea vinurilor moldovenești este binecunoscută și apreciată la diferite concursuri ale vinificatorilor lumii. Distincțiile și medaliile obținute reprezintă o mândrie practic pentru fiecare a treia întreprindere vinicolă din Moldova. Adevărat că acest lucru poate fi relevant doar pentru cca. 39% din vinurile moldovenești care sunt exportate îmbuteliat. În rest vinurile exportate vrac nu sunt purtătoare de imagine și nu sunt asociate cu vinării concrete din Moldova. Calitatea este un bun motivator în turismul vitivinicol atunci când e asociată cu o podgorie concretă și o gospodărie apreciată.

3. În Moldova există 180 de întreprinderi vitivinicole, care exportă 95% din toată producția vinicolă a țării. Acestea sunt cei care operează pe piețele străine, promovează imaginea generală a țării noastre ca regiune unde se produc vinuri de calitate, lansează noi parteneriate cu agenții economici din străinătate, angajează cca. 25% din salariații industriei prelucrătoare, investesc în noi plantații și tehnologii. Dar din acestea cca. 29 pot primi și deservi turiști, însă de facto văd sens economic în această activitate doar câteva întreprinderi (Cricova, Mileștii Mici, Cojușna). O estimare simplă evidențiază: dacă venitul din vânzările din deservirea turiștilor ar atinge min. 5% din cifra de afaceri (o cotă acceptabilă), ar ajunge la cifra de 50 – 75 mii USD pentru întreprindere. Astfel degustația promovată la prețurile accesibile de 10 USD pentru o persoană, o întreprindere trebuie să deservească 20-30 de turiști zilnic. Această cifră este mare pentru o întreprindere industrială, care are ca activitate de bază producerea și comercializarea vinurilor după anumite tehnologii și standarte. Pe când deservirea turiștilor necesită despărțirea în timp

și spațiu a circuitului vizitatorilor cu majoritatea circuitelor tehnologice, personal calificat, iar în situația unui deficit de resurse financiare amenajarea unui spațiu standartizat de degustații este problematică. Deaceia majoritatea managerilor întreprinderilor viticole sunt mai puțin entuziasmați de extinderea afacerii spre turismul vitivinicol. Pentru comparație: în Bordeaux doar 5% din vinării practică deservirea turiștilor, iar cifra medie de vizitatori la o vinărie este de cca. 270 persoane anual. În deservirea turiștilor activează vinăriile consacrate și nu oricare, așa – ca printre altele.

4. În Moldova diversitatea mărcilor de vin în ultima perioadă nu poate să nu bucure, specialiștii moldoveni le promovează activ pe piețele străine prin branding, consalting în centrele de somelieri, rețele de magazine specializate, pagini web etc. Două zone vitivinicole din patru sunt identificate ca condiții de producere a vinului cu Bordeaux (sudul Moldovei) și Roussillon-Languedoc (sud-estul Moldovei, Purcari) și această analogie este promovată activ printre vinificatori. Acestea însă sunt tehnici de marketing eficiente pentru cumpărătorii de vinuri, și mai puțin pentru persoane motivate să călătorească pe trasee vitivinicole, cum sunt membrii cluburilor viticole, gurmanzii, vinificatori străini..., care constituie o altă piață. Iar acești cunoscători de vinuri necesită un ghidaj profesionist (și corect, pentru că există o competiție acerbă printre vinificatorii autohtoni) prin Moldova, care totuși deține 15 vinoteci cu colecții importante, “orașe subterane”, 9 centre de producere a vinului spumant, 10 centre de producere a divinurilor și brandy, 6 centre de producere a vinurilor aromatizate, balsamurilor și heresului, 4 centre de tratare cu vinuri și struguri. Promovarea acestora pe piețele turistice necesită “ambalarea lor în noi produse turistice”.

Acestea nu sunt toate oportunitățile dezvoltării turismului vitivinicol în Moldova. Totuși, ele trebuie analizate mai puțin superficial și euforic. Condițiile economiei de piață impune rigori severe de lansare a produselor turismului vitivinicol. Asemenea produse, care s-au lansat cu succes pe piețele turistice internaționale, pot fi și în Moldova: zone turistice viticole (vinării, muzee, centre de degustație și asistență informativă, vinoteci), sate viticole (după modelul satelor de vacanță), trasee viticole (locale, naționale, practicarea activităților agricole), evenimente vitivinicole (festivaluri de vin, participarea la evenimente locale, spectacole tematice, concursuri) etc. Unele au o prezență recentă și pe piața turistică a Moldovei (Festivalul vinului, trasee naționale promovate de agențiile de turism etc.).

Programul național “Drumul vinului în Moldova” instituie un cadru regulatoriu privind activitatea în domeniul turismului viti-vinicol și promovează 7 trasee turistice prin toate regiunile viticole ale țării. Acestea pornesc din capitală și includ cca. 20% din vinării, 6,8% din arii naturale protejate, 25% din mănăstiri și 15,9% din muzee de pe teritoriul Republicii Moldova. În prezent aceste trasee sunt prezente în ofertele turistice în formă parțială și separat, în funcție de preferințele clienților agențiilor de turism și structurilor de cazare naționale.

Tabel 41: Structura traseelor turistice incluse în “Drumul vinului din Moldova”

Traseu	Vinării	Arii naturale protejate	Mănăstiri biserici	Muzee, cetăți, mon. Istorice	Centre meșteșu gărești	Stațiuni balneo	Total
“Orheiul Vechi”	5	1	10	11	-	-	27
“Codrii Moldovei”	5	5	7	1	3	1	22
“Lăpușna”	5	2	4	5	-	-	16
“Stepa Bugeacului”	6	3	6	6	-	-	21
“Purcari”	6	1	6	8	1	-	22
“Chișinău-Bălți”	5	8	8	7	2	-	30
“Dunărea de jos”	5	2	4	4	2	1	13
Total	36	21	37	40	8	2	144

Agențiile de turism din țară asigură pentru cca. 18% din clienții străini degustații la vinăriile din Moldova. În ultimii 3 ani acestea au asigurat o creștere a degustațiilor cu 14%, astfel

după o descreștere din 2009 ca rezultat al crizei mondiale, consumul degustațiilor s-a restabilit și a crescut.

Tabel 42: Fluxul clienții străini ale agențiilor de turism la întreprinderi vitivinicole în Moldova

	2008	2009	2010	%, 2010/08	rata anuală, %
Turism de intrare	6538	7263	7581	115,95	5,32
Vizitatori degustații	1176	798	1339	113,86	4,62
%, ponderea degustații	17,99	10,99	17,66		

Problemele specifice turismului vitivinicol sunt: reorientarea potențialului de marketing spre piețele turistice, formarea unei viziuni și strategii clare de atragere a fluxurilor turistice naționale și internaționale, crearea unui sistem atractiv de deservire a turiștilor la întreprindere, utilizarea potențialului gospodăriilor producătoare de struguri, elaborarea planurilor de afaceri eficiente pentru extinderea afacerilor vitivinicole în domeniul turismului.

4.2.5. Turismul religios

Mănăstirile moldovenești sunt printre cele mai solicitate destinații turistice naționale din mediul rural. Valoare turistică au cca. 20 de mănăstiri cu 40 de biserici vechi și schituri rupestre importante, prezente în oferta turistică a agențiilor naționale. 11 dintre complexele monahale sunt amplasate pe teritoriul sau în vecinătatea zonelor naturale protejete, fapt care le sporește atractivitatea și motivează suplimentar călătorii și pelerinii. Totodată însoțitorii sau ghizii locali au o pregătire sumară în managementul vizitatorului și nu cunosc suficient atracțiile turistice din zonă.

Tabel 43: Structura calitativă a vizitelor la mănăstiri incluse în oferta agențiilor de turism naționale

Traseu	Localități incluse	Mănăstiri	Biserici	Schituri rupestre	Muzee Bibliotecă	Arii naturale	Total
Căpriană	5	1	3		1	1	6
Noul Neamț	12	1	5		1		7
Condrița	2	1	2			1	4
Saharna	12	1	2	1		1	5
Țipova	10	1	1	1		1	4
Hârbovăț	9	1	2				3
Curchi	7	1	2				3
Hârjeuca	8	1	2			1	4
Rudi	25	1	2		1	1	5
Vărzărești	10	1	2		1		4
Jașca	22	1	2	1	1	1	6
Răciula	7	1	1				2
Hâncu	5	1	3			1	5
Hirova	10	1	2				3
Suruceni	5	1	2				3
Călărășeuca	28	1	2			1	4
Orheiul Vechi	6	1	1	2	2	1	7
Cosăuți	22	1	1			1	3
Tabăra	8	1	2				3
"Sf. Teodor Tiron"	1	1	1				2
Total	134	20	40	5	5	11	81

4.2.6. Alte forme de turism

Turism de vânătoare

O atracție turistică importantă este fondul de vânătoare al Republicii Moldova, care este delimitat în 80 de suprafețe din componența a 16 întreprinderi silvice de stat, inclusiv în 56 de

ocoluri silvice. În prezent fondul ocupă 234,2 mii ha, inclusiv 132,8 mii ha păduri (56,7%) și 101,4 mii ha terenuri (43,3%) în rază de 500 metri în jurul pădurilor (grădini, vii, pășuni, pârlăoagă, terenuri degradate). Suprafața ocupată de păduri ale fondului de vânătoare alcătuiește cca. 38% din totalul terenurilor împădurite din țară (fără regiunea transnistreană) sau de două ori mai mult decât suprafața împădurită a ariilor naturale protejate de stat. Cele mai mari teritorii ale fondurilor de vânătoare se găsesc pe domeniile gestionate de ÎSS Chișinău, Edineț și Orhei.

Tabel 44: Structura Fondului de vânătoare din Republica Moldova

Întreprinderi silvice de stat	Nr. ocoluri silvice	Nr. fonduri de vânătoare
ÎSS Călărași	5	5
ÎSS Chișinău	5	5
ÎSS Comrat	4	6
ÎSS Edineț	5	11
ÎSS Glodeni	5	10
ÎSS Hâncești-Silva	3	1
ÎSS Iargara	3	3
ÎSS Manta	1	3
ÎSS Nisporeni	2	3
ÎSS Orhei	5	5
ÎSS Răzeni	2	2
ÎSS Silva-Sud	4	4
ÎSS Soroca	2	6
ÎSS Șoldănești	3	4
ÎSS Telenești	3	3
ÎSS Tighina	4	9

Activitatea de vânătoare pe teritoriul Moldovei este reglementată de un regulament special al Asociației Naționale a Vânătorilor și Pescarilor, legislația ecologică națională, normativele de vânătoare în vigoare.

Nu există o statistică referitoare la numărul de turiști care practică turismul de vânătoare.

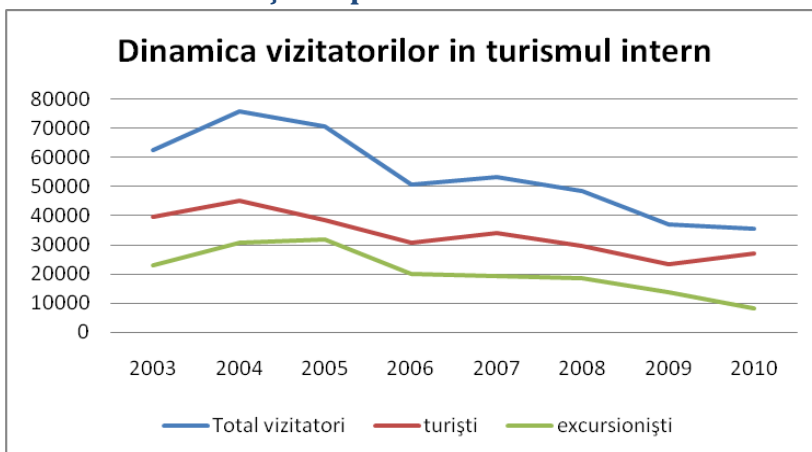
4.3. Evoluția pieței turismului intern

Progrese de etapă (2003-2010)

Strategia de dezvoltare a ramurii are obiectivul de bază promovarea turismului intern. Turistul moldovean călătorește prin țară 6-8 zile în mediu, datorită ponderii mari a unităților estivale de cazare pentru copii. Valoarea încasărilor în turismul intern au crescut de 2,2 ori de la 39,77 mln lei (2003) la 83,88 mln lei. Incasările zilnice ale agențiilor de turism per turist intern au crescut de 3 ori – de la sub 100 lei/zi la peste 306 lei/zi. Astfel, turistul național în destinații naționale este un client sigur și cu potențial mare de creștere.

Turismul intern ca număr de turiști este într-o descreștere permanentă din 2004 cu o rată anuală -5,4%. Strategia de dezvoltare a ramurii are obiectivul de bază promovarea turismului intern, iar acțiunile implementate în 8 ani nu au asigurat aceasta.

Mai mult numărul turiștilor interni organizați de agenții s-a micșorat cu 43%, iar numărul de excursioniști moldoveni deserviți pe trasee naționale în 2010 a fost de doar cca. 1/3 din numărul acestora din 2003.

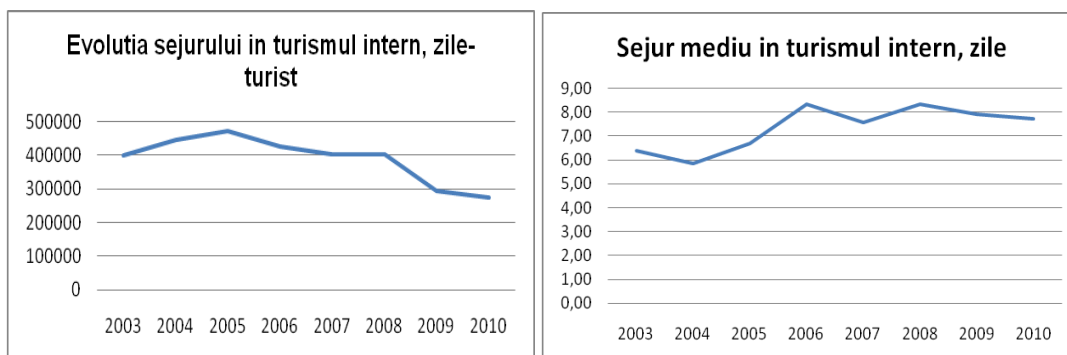


Tabel 45: Indicii pieței turismul intern organizat de agenții de turism

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rata anuala, %
Total vizitatori	62541	50820	48456	35594	56,91	-5,39
turiști	39452	30812	29767	27224	69,01	-3,87
excursioniști	23089	20008	18689	8370	36,25	-7,97
Numărul de zile-turist	400136	424262	403385	274342	68,56	-3,93
Încasări, mii lei	39771,5	79620,3	111464,2	83877,7	210,90	13,86
sejur mediu, zile	6,40	8,35	8,32	7,71	120,47	2,56
incasari medii/vizitator, mii lei	0,64	1,57	2,30	2,36	370,56	33,82
incasari medii zilnice pe turist	99,39	187,67	276,32	305,74	307,60	25,95

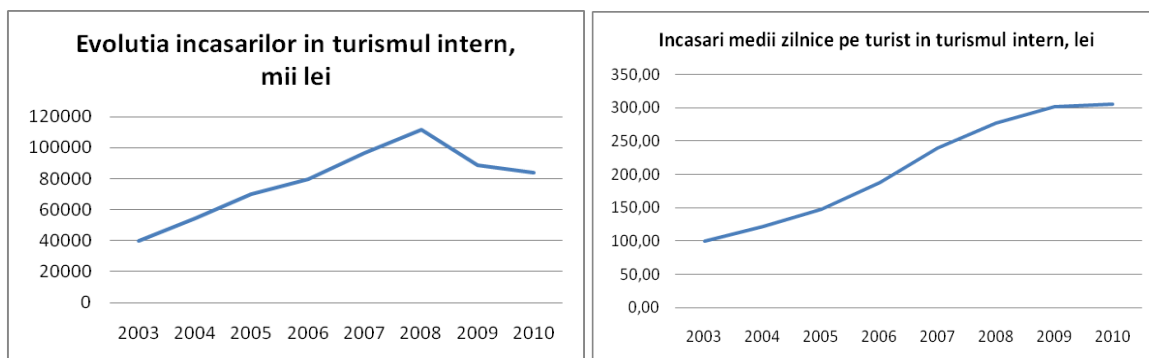
Incasări în creștere din turismul intern

Totodată pe fonul general de scădere al sejurului în turismul intern cu 37% în ultimii 8 ani, valoarea încasărilor au crescut de 2,2 ori de la 39,77 mln lei (2003) la 83,88 mln lei.



Valoarea maximal a încasărilor în turismul intern a fost în 2008 când a depășit 111,46 mln lei, în anii de criză ulterioari descrescând cu ¼.

Turistul moldovean călătorește prin țară 6-8 zile în mediu, aceasta datorită ponderii mari a unităților estivale de cazare pentru copii.



În turismul intern moldovenii au avut o evoluție spectaculoasă de 3,7 ori de cheltuieli în ultimii ani (rata anuală de creștere de 33,8%) pentru o călătorie – de la 640 lei (2003) la 2360 lei în 2010. Încasările zilnice ale agențiilor de turism per turist intern au crescut de 3 ori – de la sub 100 lei/zi la peste 306 lei/zi. Astfel, turistul național în destinații naționale este un client sigur și cu potențial mare de creștere.

4.4. Evoluția pieței turismului receptor

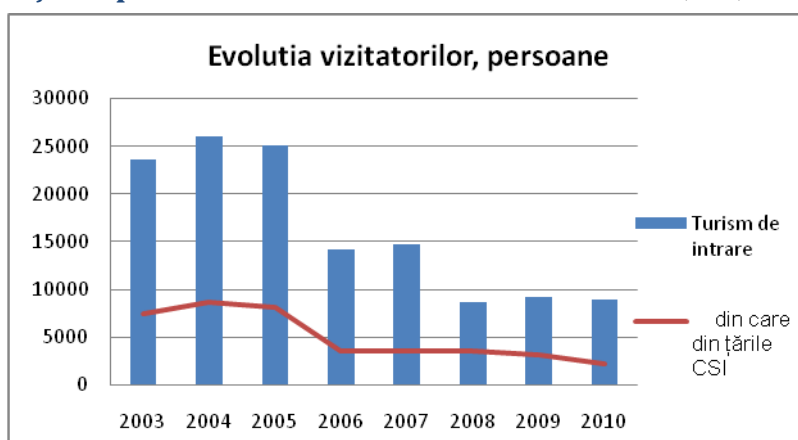
Progrese de etapă (2003-2010)

Strategia de dezvoltare a turismului promovează acțiuni pentru încurajarea turismului internațional de intrare. În turismul receptor străinii cheltuie prin agenții de cca. 2,2 ori mai mult în 2010 decât în 2003, iar după criza din 2009 consumul s-a restabilit relativ repede. Turistul străin în destinații naționale este un client sigur și cu potențial de creștere. Motivația călătoriilor străinilor s-a modificat calitativ prin creșterea ponderii călătoriilor de agrement, tratament și vizitare a vinărilor în Moldova. Evoluția cea mai spectaculară a avut-o vizitele pentru tratament, care s-au mărit de 2,9 ori cu o rată anuală de creștere de 23,7%.

Proveniența turiștilor străini este la 1/3 din CSI, iar 2/3 din țările UE și SUA, ponderea cărora a crescut în 8 ani pînă la 3/4. România, Rusia, Ucraina, Turcia și SUA furnizează stabil o cotă de cca. 50 - 65% de clienți pentru oferta turistică națională.

Turismul receptor este într-o descreștere permanentă din 2004 cu o rată anuală -7,8%, atît

de pe piața tradițională din CSI cît și din UE și alte țări. Strategia de dezvoltare a turismului promovează acțiuni pentru încurajarea turismului internațional de intrare, totuși eforturile depuse în 8 ani nu au asigurat atingerea acestui obiectiv major.



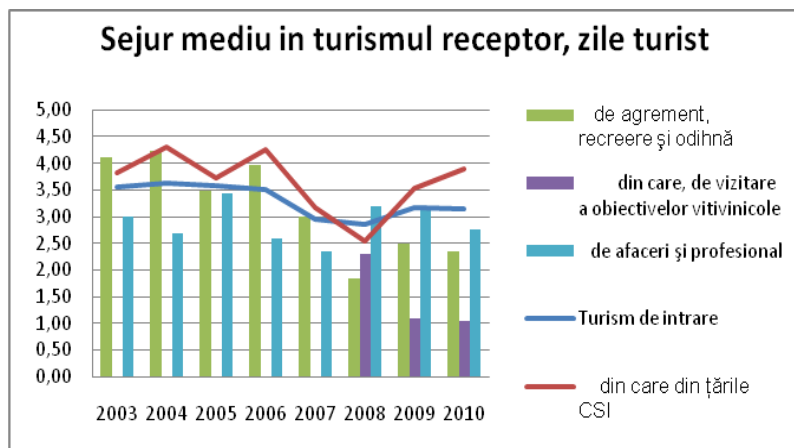
Totodată, numărul turiștilor străini intrați în RM și organizați de

agenții s-a micșorat cu 74%, iar numărul de excursioniști străini deserviți pe trasee naționale în 2010 a fost de doar cca. 3/5 din numărul acestora din 2003.

Tabel 46: Indicii pieței turismului receptor organizat de agenții de turism

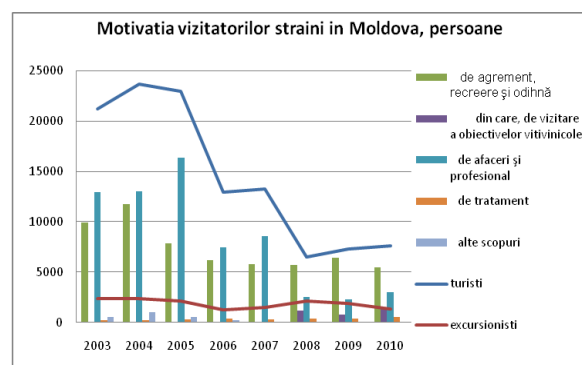
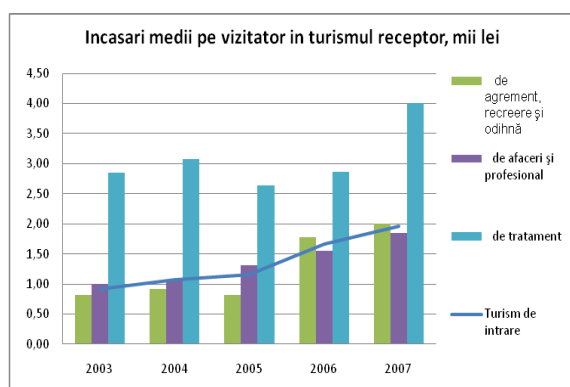
	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rara anuala, %
Total vizitatori	23598	14239	8710	8956	37,95	-7,76
din care din țările CSI	7487	3611	3602	2249	30,04	-8,75
<i>Tip vizitator</i>						
turisti	21233	12956	6538	7581	35,70	-8,04
excursionisti	2365	1283	2172	1375	58,14	-5,23
<i>Motivații</i>						
de agrement, recreere și odihnă	9920	6170	5682	5438	54,82	-5,65
din care, de vizitare a obiectivelor vitivinicole			1176	1339		
de afaceri și profesional	12975	7444	2541	2971	22,90	-9,64
de tratament	189	376	394	547	289,42	23,68
sejur mediu, zile turist	3,57	3,52	2,87	3,15	88,39	-1,45
incasari medii pe vizitator, mii lei	0,92	1,67	2,18	1,99	215,85	14,48

Numărul de zile-turist a avut o evoluție negativă de la 84,2 mii la 28,2 miicazări (33,55%) în ultimii 8 ani cu o rată anuală de -8,3%. Totodată pe fonul general de scădere al sejurului în turismul receptor vizitatorul străin a preferat să stea în Moldova 3-4 zile. Trebuie de remarcat că vizitatorii străini motivați de recreație și agrement stau mai puțin decât persoanele care călătoresc pentru afaceri. Turiștii străini care vin pentru tratament stau în Moldova între 15 și 17 zile, sejur prelungit datorită ofertei specifice structurilor sanatoriale autohtone.



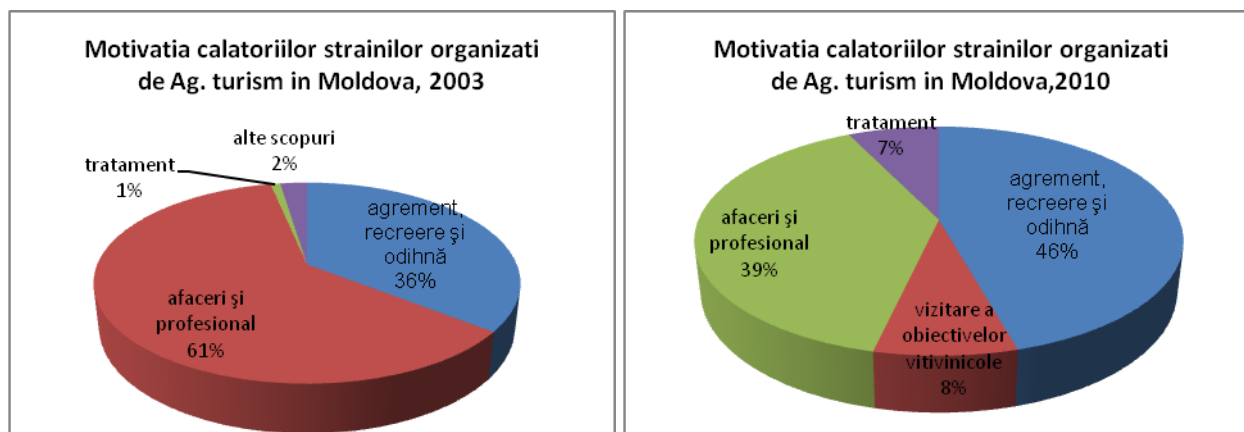
Evoluția încasărilor totale în turismul receptor a fost în descreștere cu cca. 18% (-2,26% anual) de la 21794,6 mii lei în 2003 la 17853,9 mii le în 2010 organizat de agenții de turism. În turismul receptor străinii cheltuie prin agenții de cca. 2,2 ori mai mult în 2010 decât în 2003, iar după criza din 2009 consumul s-a restabilit relativ repede. Astfel de la un consum mediu de 920 lei s-a ajuns la cca. 2000 pe turist.

Turistul străin în destinații naționale este un client sigur și cu potențial de creștere.



Motivația călătorilor străinilor în Moldova este diversă, dar dezechilibrată. După 2004 au descrescut fluxurile turistice pe toate tipurile de motivații. Între 2003 și 2007 au predominat vizitatorii străini cu motivație afaceri, după care să se reducă drastic (de peste 5 ori) numărul acestor clienți deserviți de agențiile de turism. Evoluții negative mai puțin spectaculare au fost clienții străini pentru odihnă și excursioniști.

Motivația călătorilor străinilor s-a modificat calitativ prin creșterea ponderii călătorilor de agrement, tratament și vizitare a vinăriilor în Moldova. Totodata, ponderea vizitelor de afaceri organiate de Ag. Turism au descrescut cu 22% din contul apariției pe piață a unou organizatori specializați de evenimente.

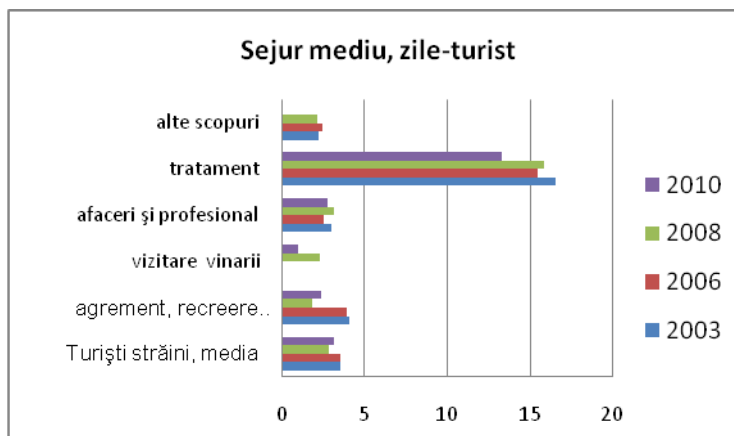


Evoluția cea mai spectaculară a avut-o vizitele pentru tratament, care s-au mărit de 2,9 ori cu o rată anuală de creștere de 23,7%.

Tabel 47: Dinamica călătorilor străini organizați cu diverse motivații

	2003	2010	%, 2010/03	rara anuala, %
agrement, recreere și odihnă	7555	4063	53,78	-5,78
afaceri și profesional	12975	2971	22,90	-9,64
tratament	189	547	289,42	23,68

Turiștii străini în Moldova stau perioade diferite în funcție de motivații, respectiv pentru tratament 13-17 zile iar pentru afaceri 2-3 zile. Aceste cote de sejur sunt relativ stabile pentru o perioadă îndelungată de timp, fapt care denotă o stagnare a diversității ofertei turistice naționale.

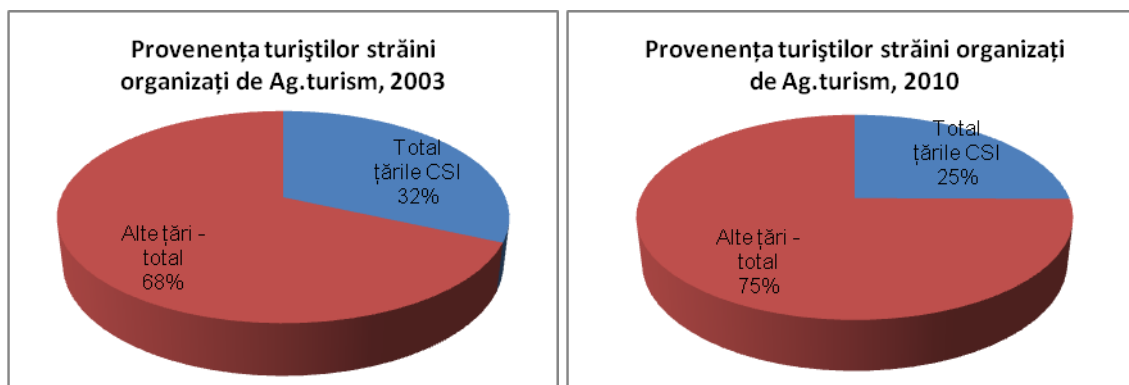


Pe fonul general de descreștere a vizitatorilor străini organizați în Moldova, remarcăm că odihna în Moldova este mai scurtă cu 42,7%, iar cele de afaceri - cu 8,6% pentru perioada 2003-2010.

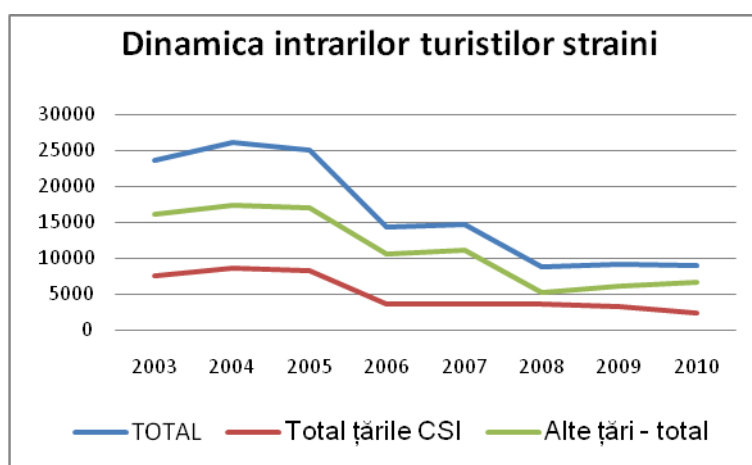
Tabel 48: Sejur mediu în Moldova, pe motivații, în zile-turist

	2003	2010	%, 2010/03
agrement, recreere și odihnă	4,12	2,36	57,28
afaceri și profesional	3,01	2,75	91,34
tratament	16,58	13,26	79,97

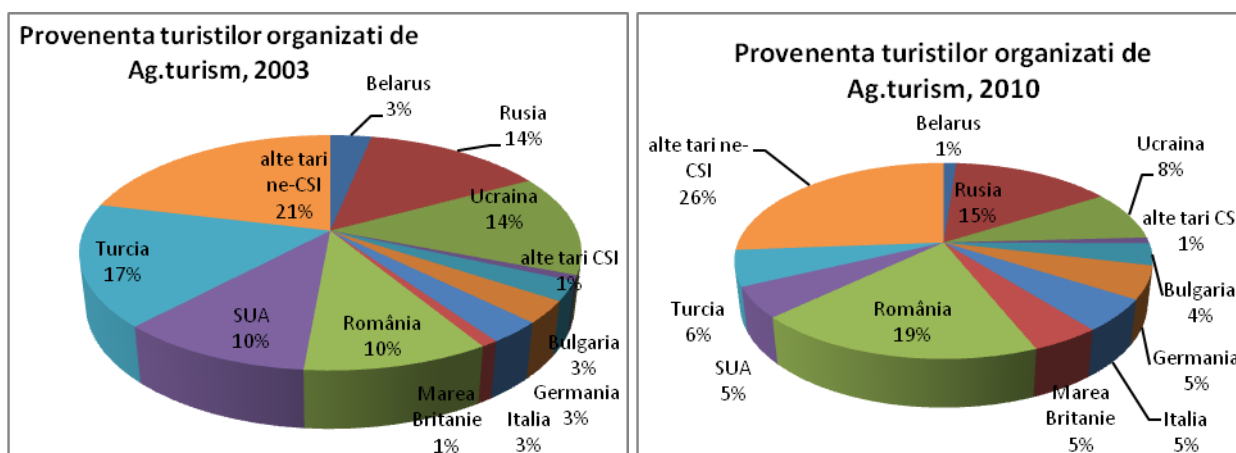
Proveniența turiștilor străini este la 1/3 din CSI, iar 2/3 din țările UE și SUA, ponderea cărora a crescut în 8 ani pînă la 3/4.



Dinamica fluxului de vizitatori organizați de pe principalele piețe este într-o descreștere continuă. Astfel fluxul de vizitatori străini din CSI s-a micșorat în 2010 pînă la 1/3 din numărul de clienți deserviți de agenții în 2003 (-8,75% anual). Și fluxul de vizitatori din țările ne-CSI a descrescut în 8 ani cu 58,4% (-7,3% anual).



Primele 10 țări au reprezentat cca.78% (2003) și 73% (2010) din piața turiștilor străini pentru companiile de turism naționale. Dintre acestea Romania, Rusia, Ucraina, Turcia și SUA furnizează stabil o cotă de cca. 50 - 65% de clienți pentru oferta turistică națională.



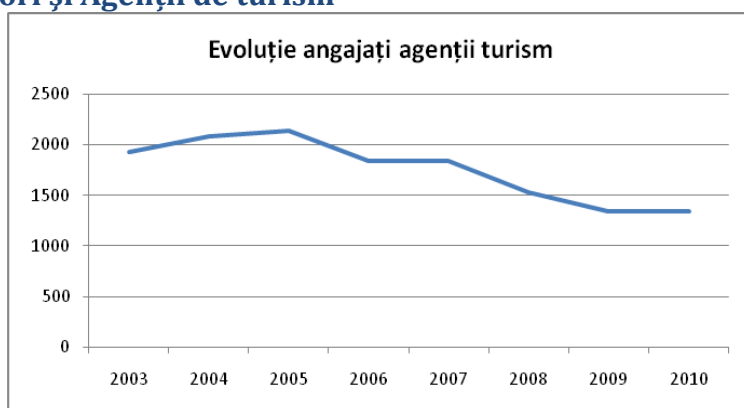
4.5. Forța de muncă în turismul național

Tendențe generale negative

Rata ocupării în Republica Moldova s-a diminuat pe durata perioadei de observații, ritmul scăderii fiind dintre cele mai înalte din Europa. În prezent, rata de ocupare a forței de muncă constituie 47,1% din totalul populației cu vârstă aptă de muncă. Rata de ocupare a forței de muncă a scăzut în toate segmentele de vârstă (cu excepția intervalului 55-64 ani) și a afectat în egală măsură locuitorii din mediul urban și rural, bărbați și femei. Ca o consecință a creșterii economice concentrate în orașe, rata de ocupare a forței de muncă în mediul urban este mult mai mare decât cea din mediul rural. Un număr total de peste 350 mii persoane au părăsit sectorul agricol, dintre care mulți s-au orientat fie către sectoarele de comerț sau construcții, fie că au emigrat. O creștere medie cu 1% a ratei ocupării în sectorul serviciilor se asociază cu o creștere de 6,6% a valorii adăugate.

Forța de muncă angajată de Turoperatori și Agenții de turism

Numărul mediu scriptic al angajaților în Agenții de turism și Turoperatori în Moldova a constituit 1346 persoane (2010) mai puțin cu 1/3 decât în 2003, descrescând în medie cu -3,77% anual. Numărul agențiilor de turism a crescut pînă la 383, dar acestea au devenit mai mici ca dimensiune în ultimii 8 ani. Agențiile de turism în această perioadă s-au micșorat de la media de 8,1 angajați/agenție (2003) pînă la 4,3 angajați/agenție în 2010. Astfel, numărul angajaților a scăzut în această perioadă și a ajuns la 0,12% din forța de muncă angajată în țară.



Creșterea poverilor pe salariat

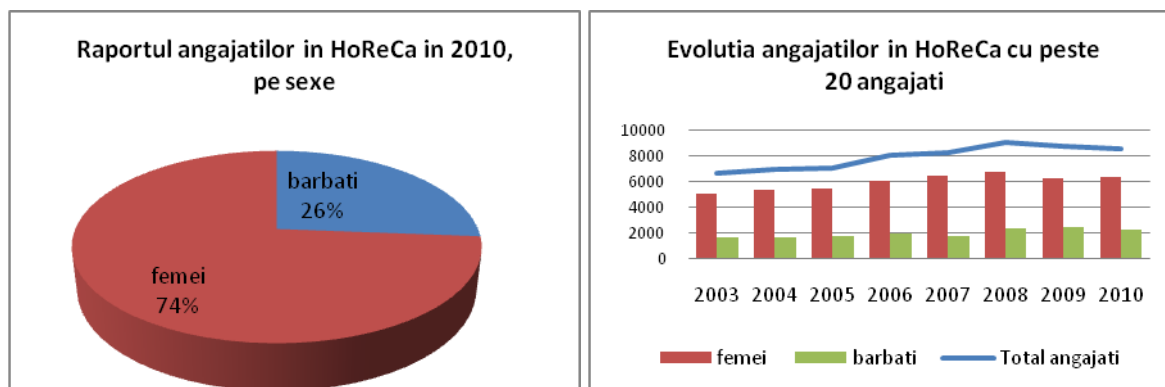
Odată cu micșorarea numărului de angajați pe piața intermediarilor de turism, au crescut poverile de serviciu per salariat. Astfel după 8 ani, un salariat deservește în mediu 120 clienți pe an, în creștere cu 51%, totodată asigurând un spor al incasărilor de 7 ori mai mari decât în 2003. Acest lucru duce la creșterea responsabilității materiale a salariaților pentru managementul clienților firmelor de turism.

Tabel 49: Evoluția performanțelor angajaților agențiilor de turism

	2003	2006	2008	2010	%, 2010/03	rata anuală, %
Angajati agentii	1927	1840	1531	1346	69,85	-3,77
turisti pe angajat	79,64	72,22	92,91	120,17	150,90	6,36
incasari medii pe angajat, mii lei	75,56	153,37	345,92	526,06	696,20	74,52

Forța de muncă angajată de HoReCa

Numărul total al angajați în 2010 în hoteluri și restaurante a fost de 8558 persoane, iar media scriptică de 7482 persoane. Astfel în ultimii 8 ani numărul angajaților a sporit cu 28,11%, fără însă a schimba proporția de 3 femei:1 barbat angajați.



Rata medie de creștere a numărului de angajați a constituit în această perioadă de 3,5% anual. În 8 ani salariile în sistemul HoReCa din Moldova au crescut de 2,8 ori. Totodată a crescut și costul unei ore de muncă de 3,6 ori.

Tabel 50: Performanțele forței de muncă în HoReCa din Moldova

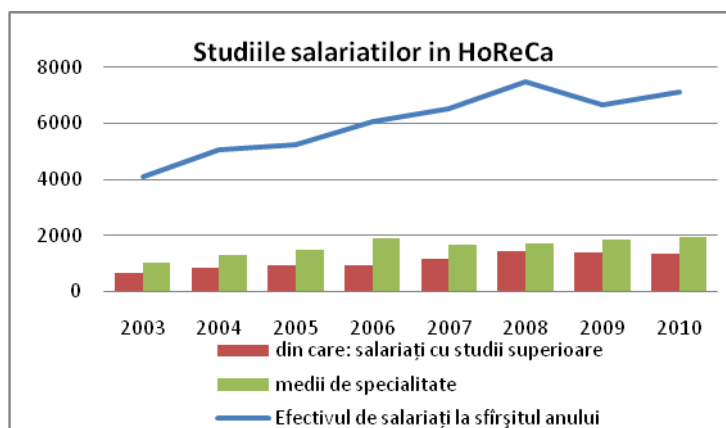
An	salariu lunar, lei	ora-om muncite	cost ora-om	zile munca	cost zi munca
2003	827,39	1843,77	5,39	230,47	43,08
2010	2314,98	1428,27	19,45	178,53	155,60
%, 2010/2003	279,79	77,46	361,19	77,46	361,19

Totuși a scăzut simțitor gradul de antrenare a angajaților, astfel numărul de ore lucrate au scăzut cu 32%, micșorându-se și zilele de muncă de la 230,5 în mediu în 2003 la 178,5 în 2010.

Tabel 51: Caracteristica personalului HoReCa, profil studii

	2003	2010
Efectivul de salariați la sfârșitul anului	4114	7120
din care: salariați cu studii superioare	638	1350
medii de specialitate	1036	1965
salariați care își fac studiile în instituțiile de învățământ secundar profesional, mediu de specialitate, superior sau postuniversitar		684
<i>salariați fara studii speciale</i>	2440	3121
<i>%, salariatilor fara studii speciale</i>	59,31	43,83

Hotelurile și restaurantele au angajat în 2010 cca. 1350 persoane cu studii superioare și 1965 pers. cu studii medii, în creștere de cca. 2 ori. Totuși ponderea rămîne foarte înaltă a persoanelor care nu au studii speciale în ospitalitate pe parcursul ultimilor 8 ani.



4.6. Probleme și disfuncționalități ale turismului intern și receptor

<i>Domenii de intervenții</i>	<i>Efecte, probleme, dezechilibre</i>
Oferta turismul moldovenesc este debalansată față de oaspetele din țară	<ul style="list-style-type: none"> • Dezechilibru teritorial al fluxului de vizitatori străini • Oferta de cazare dezechilibrată teritorial • Capacitate redusă de a absorbi străini pentru cazare în destinații • Dezechilibru teritorial al consumului de ospitalitate • Repartizarea regională neuniformă a fluxurilor turistice • Valorificarea redusă doar prin trasee de scurt sejur a majorității destinațiilor • Capacitatea redusă a operatorilor de turism de a absorbi oaspeții Moldovei
Ofertă redusă de turism rural	<ul style="list-style-type: none"> • Capacități de cazare reduse în pensiuni • Afaceri de turism rural derulate semilegal • Monitorizare fragmentară a turismului rural • Oportunități nevalorificate de peste 10 ani • Lipsa unei pregătiri adecvate a populației pentru oferirea de ospitalitate calitativă vizitatorilor. • Cunoștințe reduse despre valoarea patrimoniului turistic deținut de comunitatea rurală. • Insuficiența de investiții în infrastructura rurală. • Acces redus la informații despre evenimente locale • Lipsa facilităților turistice în apropierea atracțiilor rurale • Starea nesatisfăcătoare a căilor de acces spre obiectivele turistice amplasate în localitățile rurale.
Turism ecologic aproape inexistent în Moldova	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunități mari valorificate insuficient doar prin excursii sporadice • Fondul ariilor naturale protejate de stat deschis parțial pentru turism • Interesul scăzut pentru promovarea activităților ecoturistice. • Majoritatea ariilor naturale protejate nu sunt administrate sau sunt abandonate • Administrațiile rezervațiilor nu aplică managementul destinațiilor ecoturistice. • Nivelul scăzut a infrastructurii rutiere în zonele de interes ecoturistic. • Lipsa unui program de promovare și educație ecoturistică. • Practicarea turismului "sălbatic" în fondul ariilor naturale protejate compromite activitatea de ecoturism.
Ofertă rigidă și insuficientă de turism balnear	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem sanatorial moștenit din ex-URSS dar solicitat • Lipsa de progres în administrarea turismului balneoclimateric. • Dezechilibrare teritorială a serviciilor sanatoriale • Ne aplicarea sistemului național de clasificare • Spațiile de cazare nu corespund exigențelor naționale de calitate • Edificiile și infrastructura aferentă nu sînt modernizate. • Dotările, utilajul medical și mobilierul sînt învechite. • Capacități reduse de deservire a clienților • Ofertă redusă pentru agrement adițional. • Lipsesc posibilitățile pentru o alimentație diversificată conform exigențelor turiștilor.

**Programul național
“Drumul vinului în
Moldova” neadministrat**

- Personalul nu posedă limbi de circulație internațională.
- Lipsa materialelor promoționale calitative în limbi străine.
- Lipsa de capacitate pentru administrarea PN „Drumul vinului”
- Ne aplicarea normativelor pentru destinațiile vinicole, spațiile de degustații și pentru traseele din circuitul turiștilor pe întreg parcursul său.
-
- Probleme în reorientarea potențialului de marketing spre piețele turistice,
- Lipsa unei viziuni și strategii clare de atragere a fluxurilor turistice naționale și internaționale,
- Lipsa unui sistem atractiv de deservire a turiștilor (organizați și individuali) la mai multe vinării repartizate echilibrat în țară
- Flexibilitate redusă în agenda de lucru și la formarea pachetelor turistice pentru diferite categorii de vizitatori
- Subutilizarea potențialului gospodăriilor producătoare de struguri,
- Lipsa de proiecte în extinderea afacerilor vitivinicole în domeniul turismului.
- Amenajarea teritoriului vinăriilor necesită îmbunătățiri esențiale
- Abandonarea proiectului „Orașul vinului”
- Prestația personalului nu este de înaltă calificare pentru ghidaj specific.
- Calitatea îndoielnică a serviciilor de alimentație.
- Puține activități de marketing turistic, nu există materiale promoționale în limbi străine.
- Puține magazine specializate în destinațiile vinicole.
- Număr redus de obiecte religioase atractive pentru turistul străin
- Obiecte de pelerinaj insuficient amenajate pentru vizite
- Însoțitorii sau ghizii locali au o pregătire sumară în managementul vizitatorului și nu cunosc bine atracțiile turistice din zonă
- Turismul intern ca număr de turiști este într-o descreștere permanentă
- Turismul receptor este într-o descreștere permanentă
- Evoluția incasărilor totale în turismul receptor a fost în descreștere
- Motivația călătoriilor străinilor în Moldova este diversă, dar neasigurată cu ofertă adecvată la destinație
- Proveniența turiștilor străini este la 1/3 din CSI, iar 2/3 din țările UE și SUA
- Tendințe generale negative în angajarea forței de muncă pentru industria ospitalității
- Mai puțină forța de muncă angajată de Turoperatori și Agenții de turism
- Creșterea poverilor pe salariat
- a scăzut simțitor gradul de antrenare a angajaților în hoteluri
- ponderea foarte înaltă a persoanelor care nu au studii speciale în ospitalitate

**Turism de pelerinaj
subdezvoltat**

**Piața turismului intern
și receptor în
descreștere continuă**

**Probleme majore în
angajarea personalului
pentru industria
turistică**

5. Promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică

5.1. Circuitul informațional turistic: surse publice și private

Progrese de etapă (2003-2010)

Republica Moldova devine cunoscută ca destinație turistică mai înainte ca turistul să ajungă în țară. Sursele info cele mai accesibile sunt pagini web, participări la expoziții regionale specializate și publicații dedicate. Standurile industriei turistice moldovenesti sunt prezente permanent sau sporadic la importante expoziții regionale.

Banii publici sunt planificați și alocați în Bugetul de stat pentru Agenția Turismului prin programul „Dezvoltarea turismului”. În anul 2010 au fost alocate surse în proporție de 7,9 lei publici per turist atras în destinațiile naționale.

Surse publice insuficiente pentru promovarea sectorului

Surse publice sunt planificate și alocate în Bugetul de stat pentru Agenția Turismului (205) prin programul „Dezvoltarea turismului” (66) cu un singur subprogram (02) fără specificare clară pe cheltuieli pentru dezvoltarea destinațiilor naționale și asigurarea vizibilității turistice externe a țării. Astfel, aceste surse sunt repartizare de ANP pentru salarizare personal, menținerea oficiilor, alte cheltuieli de management, iar suma restantă este utilizată pentru acțiuni de vizibilitate turistică a țării.

Tabel 52: Utilizarea surselor publice pentru vizibilitate turistică, restante după deducerea salariilor

Anul	Bugetul total, mii lei	Cheltuieli pentru dezvoltarea sectorului	Nr. Vizitatori in Moldova	Cheltuieli publice per turist, lei
2010	3291,1	2166,53	274443	7,89

Astfel diferitele acțiuni de dezvoltare a sectorului se reduc din motivul insuficienței alocațiilor pentru necesitățile turismului. 7,9 lei publici per turist atras în destinațiile naționale este insuficient și ne competitiv în plan regional.

Instrumente puține pentru atragerea turiștilor în țară

Republica Moldova devine cunoscută ca destinație turistică mai înainte ca turistul să ajungă în țară. Sursele info cele mai accesibile sunt pagini web găsite prin motoarele de căutare în baza cuvintelor chei, articole în ziare și reviste despre țară, impresii ale altor persoane. Aceste informații sunt deseori parțiale, subiective și uneori contradictorii.

Dintre sursele sigure de informații sunt web-ul oficial de turism al autorității naționale, ale altor companii de turism (în special dacă utilizează logo-ul turistic la țării), precum și datorită contactului direct cu reprezentanții țării la expozițiile specializate de turism sau acțiuni speciale de vizibilitate a țării (ex: Festivalul vinului în extern, „Seara moldovenilor”, acțiunile comune cu ambasadele RM, etc.). Acestea sunt rare, fără un buget dedicat unui mai bun contact informațional cu turistul potențial al țării.

Agenția turismului promovează în prezent în română pe pagina oficială web trasee prin țară cu 144 atracții majore din țară: 7 trasee pe Drumul vinului, 66 atracții ecoturistice, 7 atracții vitivinicole cunoscute, 18 monumente sau colecții ale civilizației umane și 53 mănăstiri și biserici ortodoxe reprezentative. Marea majoritate dintre destinații sunt prezentate cu fotografii, iar textul însoțitor conține informație privind localizarea obiectului, valoarea esențială, detalii istorice, uneori date contact și regim de funcționare.

Web-ul oficial de turism are un număr limitat de interconectări de pe alte pagini web relevante Republicii Moldova. Vorbitorii de alte limbi nu au acces la această informație într-un limbaj de

circulație largă (engleză, rusă, franceză). Logo-ul turistic al Republicii Moldova are o vizibilitate scăzută.

Sistemele de căutare în internet oferă tuturor acces relativ rapid la informații despre atracțiile turistice din Republica Moldova. Cuvintele cheie: Republica Moldova, Moldova și Basarabia însoțite de cuvintele „turism”, „trasee”, „atracții”, „patrimoniul”, „obiecte culturale/monumente”, „rezervații”, „vinuri”, etc. precum și denumirea unor destinații (Țipova, Saharna, Soroca, Orhei vechi, Vadul lui Vodă, etc) oferă informație relevantă despre patrimoniul turistic al țării.

În Republica Moldova sunt o serie de hărți turistice elaborate de agenții private și ONG-uri pentru promovarea unui număr de atracții majore și itinerarii proprii. Hărțile multicolore ale țării conțin simboluri a cca. 300 atracții localizate și texte scurte pentru până la 100 atracții majore. Doar capitala Chișinău și Bălți au o hartă turistică tirajată a centrului istoric, celelalte destinații fiind ignorate. Unele raioanele (Hîncești, Nisporeni, Orhei, etc) și-au elaborat propriile hărți turistice în cadrul unor proiecte de grant. Doar sporadic este utilizată simbolică turistică oficială.

Fiecare administrație a Autorității naționale de turism de regulă produce câte un set de pliante/cataloge specializate de anumite forme de turism (vinicol, religios, ecologic, alte.) Acestea conțin simbolică de turism, au o ținută luxosă și sunt repartizate direct partenerilor, misiunilor diplomatice, precum și în cadrul întrunirilor oficiale și a expozițiilor de turism. Catalogele conțin informații generale despre țară, atracțiile majore, traseele recomandate, unele contacte. Cataloge complete specializate pe regiuni turistice sau tipuri întreprinderi nu sunt elaborate atât de autorități cât și de companiile private din turism.

Participari la expozițiile internaționale de turism este forma cea mai uzuală a sporirii vizibilității turistice a Republicii Moldova. De regulă anual autoritățile de turism stabilesc un cadru de participare la câteva expoziții internaționale (Romania, Rusia, Germania, Marea Britanie, Turcia, etc.), care în linii mari reflectă piețele țintă ale turismului moldovenesc. Promovarea pe piețe noi prin expoziții au loc sporadic sau în cadrul unor proiecte (regiunea scandinavă, regiunea arabă, piața Asiei de Sud-Est, etc.). Conceptul de participare la expozițiile internaționale este simplu: stand unic național, 5-15 agenți activi de turism cu oferte separate, catalog unic a Rep. Moldova repartizat selectiv, degustații vin, componentă etno-folclorică. Sporadic sunt promovate destinații / atracții separate (vinicole, rurale, sanatoriale). Moldova nu promovează un PR activ.

Surse private orientate doar pentru publicitate comercială

Publicitatea comercială de imagine sau de produs este cea mai des utilizată formă de promovare turistică în Republica Moldova. Astfel destinațiile din țară sunt promovate împreună (dar mai general) cu destinațiile externe vândute de agenții.

Majoritatea agențiilor de turism active, precum și hotelurile clasificate au pe propriile pagini web programe de călătorii prin țară și liste cu atracții turistice promovate pentru tururi și excursii locale. Acestea conțin poze atractive, texte însoțitoare (valoare, istorie, legende, detalii cognitive) în 3 limbi (româna, engleza, rusa, rar franceza) și de regulă sunt împachetate în oferte și trasee clare. De regulă, paginile agențiilor private nu conțin mai mult de 100 atracții ale Moldovei. De remarcat, textele pentru obiectele identice pe paginile diferitor agenții conțin date diferite, fapt care crează o ușoară stare de confuzie pentru turistul avizat. Web-urile agențiilor economice sunt comode în căutarea obiectelor, totodată nu conțin detalii pentru autoghidaj. Doar sporadic este utilizată simbolică turistică oficială.

Sub 1% din cifra de afaceri pentru publicitatea comercială turistică a Moldovei

Estimativ sub 1% din cifra de afaceri a antreprenorilor din turism este cheltuit pentru publicitate comercială a destinațiilor naționale. Trebuie de remarcat că angajamentele contractuale cu turooperatorii externe conțin clauze clare referitor la modul de reflectare a destinațiilor și

produselor externe, în timp ce asemeni clauze lipsesc și pentru destinațiile interne, chiar dacă acestea sunt administrate (vinării, mănăstiri, rezervații, primării).

Trebuie de remarcat că participarea la standul turistic oficial al Republicii Moldova la diverse expoziții specializate a agenților economici este sporadică, fără un angajament clar de a cofinanța un program de vizibilitate externă a țării.

5.2. Menținerea interesului cetățeanului pentru turism și călătorii

Angajamente în politicile publice nerealizate

Mai multe documente de politici publice în turism au anunțat susținerea dezvoltării turismului intern și receptor în Republica Moldova. Spre exemplu Programele naționale „Satul Moldovenesc” și „Drumul vinului” au determinat și bugetate acțiuni de mediatizare a turismului pentru sporirea călătorilor interni și străini spre destinațiile rurale și vinicole din țară. Acestea însă au fost nerealizate aproape în totalitate.

Presa reflectă diferit turismul în Moldova și atracțiile ei.

Presa locală reflectă doar evenimentele culturale locale, iar atracțiile turistice raionale - doar în cadrul unor manifestări susținute de proiecte granturi. Presa națională de masă cu mici excepții (ex: Natura) nu are pagini consacrate turismului național, decât doar ca articole comerciale (susținute uneori de proiecte granturi). Subiectele de turism și atracții ale Moldova apar ca rezultat ale unor scandaluri între deținătorii de imobile cu statut de patrimoniu (ex: centrul istoric Chișinău), analiza unor TOP-uri privind atractivitatea Moldovei, reflecții ale ziaristilor despre unele locuri vizitate. În câteva rânduri au fost elaborate și promovate proiecte comerciale pentru reviste de turism (Kruiz, Moldova turistică, Otdyhai, ș.a.) care însă nu au durabilitate financiară. Presa regională foarte rar reflectă realitatea de pe piața turistică a Rep. Moldova. De remarcat este gradul mare de dedicație și durabilitatea în timp a emisiunii radio „Meridian turistic” (Radio Moldova) care promovează aproape în exclusivitate subiecte la zi despre situația din turismul național, precum și descrierea destinațiilor pitorești din țară.

5.3. Marketingul produselor turistice naționale în țară și peste hotare.

Activitatea expozițională

Republica Moldova nu practică un marketing activ de țară

O bună parte din acțiunile de vizibilitate externă sunt promovate de MIEPO în parteneriat cu instituțiile sectoriale pentru expoziții și alte evenimente tematice (turismul este în tematica unor evenimente). Totodată, remarcăm că ne este aplicat un PR pentru turismul moldovenesc și destinațiile din țară.

Lipsa de concept în acțiunile internaționale

Prezența la evenimentele internaționale specializate (târguri, expoziții, festivaluri, etc) de regulă are un concept, materiale distributive pentru un auditoriu țintă și personal instruit corespunzător. Acest lucru se realizează sporadic pentru acțiunile de vizibilitate turistică a țării. Suportul ambasadelor Republicii Moldova în exterior ține de suportul logistic, asigurarea unor contacte cu potențiali parteneri și distribuirea unor materiale info pregătite în țară. Cooperarea dintre ANT și ambasadatele naționale în exterior nu au un concept axat pe proiecte concrete pentru activizarea ofertelor destinațiilor din Moldova pe piețele țintă.

Participare inconsistentă la expozițiile permanente și sporadice

Cea mai importantă prestație expozițională a industriei turistice este organizată o dată pe an la CEI Moldexpo „Tourism.Lisure.Hotels” (anterior „Turism, Sport, Odihnă”) la care participă sub 200 de participanți naționali individuali sau corporativi și câteva zeci de reprezentanți străini atât din țările vizitate intens de moldoveni (Romania, Bulgaria, Turcia, Ucraina ș.a.) precum și destinații exotice (Tailanda, India ș.a.). Deseori se participă cu stand separat al industriei la alte evenimente de amploare „Fabricat în Moldova”, „Festivalul vinului”, „Ziua independenței”, ș.a. Standul unic al industriei turismului moldovenesc nu este elaborat, iar la fiecare eveniment acesta este constituit dintr-o sumă de oferte grafic oformate a diferitor participanți din industrie.

Participările la expoziții specializate externe periodice (TTR Romania, MITT și Intourmarket Rusia, WTM Marea Britanie, ITB Germania, EMITT Turcia) acoperă doar parțial arealul de unde provin turiștii din primele 10 țări generatoare de turiști. Participările externe sporadice ținesc revenirea pe piețele tradiționale (Ucraina, Bielorusia) precum și atragerea piețelor noi (Olanda, Grecia, Țările scandinave, Japonia, China). Doar la unele acțiuni externe standul industriei turistice moldovenești are un concept și un design competitiv. În toate cazurile, însă, este de remarcat insuficiența materialului distributiv și confuzia mesajului despre Republica Moldova ca destinație internațională.

Mai mult, datorită unei prestații separate a produselor turistice naționale pe diferite companii intermediare concurente, imaginea țării este aproape inexistentă la nivelul percepției unor destinații naționale competitive în plan regional.

Puține infotur-uri prin țară.

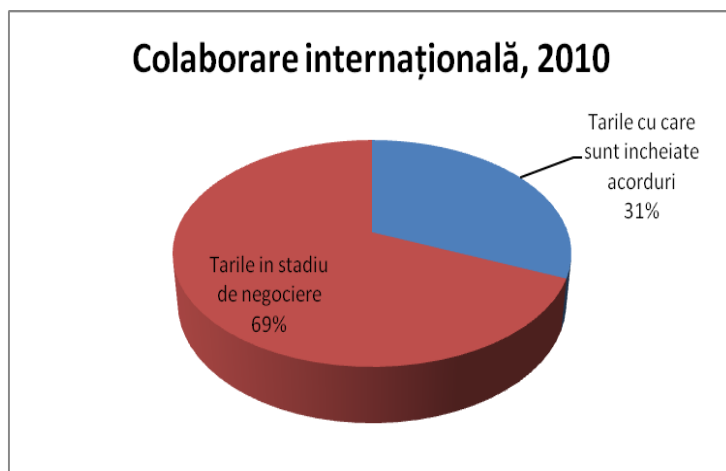
Practica infotur-urilor prin Republica Moldova este aproape inexistentă, cu excepția unor participări ocazionale tematice sau în urma implemetării anumitor proiecte de asistență internațională. Ziaristii, reprezentanții FIJET sau alți formatori de opinie practic nu au călătorit pe traseele țării. Rareori reprezentanții turoperatorilor străini și unii experți călătoresc spre un număr limitat de destinații naționale cu partenerii din țară. Nu există un program de susținere a acestor manifestări eficiente de promovare a destinațiilor din țară.

5.4. Acțiuni în cadrul acordurilor de colaborare în domeniul turismului

Colaborare internațională bilaterală tinde să acopere jumătate din țările generatoare de turiști

În prezent acorduri bilaterale în domeniul turismului inițiate sau semnate sunt cu 68 de țări. Aceste țări cu care RM cooperează sau intenționează să reglementeze acțiunile comune în turism acoperă jumătate din țările de unde ajung turiștii în Moldova sau reprezintă țări generatoare pentru mai mult de 90% de turiștii străini care ajung în Moldova.

În prezent sunt semnate 22 Acorduri de cooperare în turism, inclusiv 2 în vigoare din perioada ex-URSS (Cehia, Belgia). Cu alte 46 țări se poartă negocieri pentru acorduri de turism.



Moldova își promovează inconsistent propriile proiecte

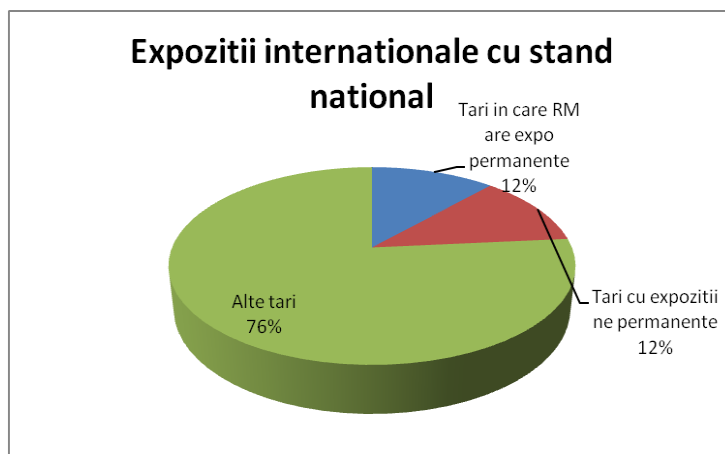
În raporturile bilaterale în domeniul turismului Republica Moldova formulează un număr de inițiative, dar care au un grad extrem de redus la nivelul proiectelor de turism implementate. Astfel din 40 propuneri de proiecte propuse de APC în domeniul turismului, partenerii participă la 4 proiecte (doar în calitate de partener), și o serie de acțiuni comune (participări expoziții, seminare tematice, vizite de studiu). Multe intenții, care se conțin formulate general în Acordurile bilaterale de cooperare în turism și în corespondența dintre parteneri, nu sunt focusate pe domenii clare și nu ajung la faza de proiect sau acțiuni specifice de durată. Trebuie de remarcat o perioadă îndelungată aproape lipsa de activitate în Grupurile de lucru mixte pe probleme concrete (vize, protecția cetăținilor moldoveni în străinătate, condițiile noi de operare pe piață). Aceste inițiative aproape în exclusivitate sunt preluate de către misiunile diplomatice străine, care conlucrează la direct cu agenții moldoveni pe piață.

Participare modestă la expozițiile specializate de turism

Standurile industriei turistice moldovenești sunt prezente permanent sau sporadic la importante expoziții regionale.

Astfel participare permanentă este asigurată la târgurile de turism din România, Rusia, Marea Britanie și Germania. Totodată participarea Republicii Moldova la expozițiile de pe piețele țantă (Ucraina, Bielorusia, Bulgaria, Italia) este asigurată sporadic și fără mesaje/ materiale promo pentru

aceste piețe. Participările la expoziții în țările terțe (Polonia, Olanda, Țările scandinave, Japonia) deși au un potențial relativ mare de dezvoltare sunt costisitoare și o prezență nepregătită (conceptual și logistic) cu stand național aproape că nu este justificată.



Tabel 53: Participari la actiuni externe (întruniri și expoziții)

Țara	Data semnării Acordului	Expo/promo	Comisii interguvernamentale generale
Azerbaidjan	06.05.2004		<ul style="list-style-type: none"> • Ședința II, 22.02.2007; • Reuniunea GUAM, 2010;
Letonia	06.11.2003		<ul style="list-style-type: none"> • 18.07.2008 ciclu de lectii publice în RM "Agricultura ecologica" "Turism rural"; • Ședința GL 26.08.2011
România	16.11.2005	2. TTR 2008-2011	<ul style="list-style-type: none"> • Vizita de lucru in România privind dezvoltarea turismului rural;13-19.11.2008, • Reuniunea Ministrilor Turismului a tarilor ICE;15 octombrie 2009 Bucuresti, • Sesiunea V, 24 -25.05.2010
Federația Rusă	19.03.2007	3. MITT-2004-2011 4. Intourmarket-2007-2010;	<ul style="list-style-type: none"> • Ședința XII sedinta comuna a grupurilor de lucru la Kursk Krasnodar 10.10.2008, • 6-13.11. 2008 V Forum „Servicii hoteliere profitabile”; • Grup de lucru statelor Membre CSI, 14.03.2010;
Belarus	06.04.2004	1.“Отдых”, Minsk	<ul style="list-style-type: none"> • Ședința XIII, 12-14.10.2011
Cehia	08.05.1972, cu URSS		<ul style="list-style-type: none"> • Ședință II din 02.2010 • Inițiat negocieri Acord turism
Ungaria	27.10.1997		<ul style="list-style-type: none"> • inițierea completarea Acordului de turism
Cipru	13.09.2007		<ul style="list-style-type: none"> • Intrevedere, 23.06.2011
China		3. „Shanghai-2010” 9-13.09.2010; 4. “JATA- 2011”- 28.07.2011	<ul style="list-style-type: none"> •
Georgia	2011		<ul style="list-style-type: none"> • Intrevedere, 14.02.2011
Republica Elena	18.10.2006	2. “Thiloxenia” 2006-2009, or. Thesaloniki;	<ul style="list-style-type: none"> • Forul Cooperarii Asociatiilor Ag. de Turism ale Statelor member OCEMN , 23-24. 2008, Athena;
Polonia		3. “Agrotravel” 2010-11; 4. 17-20.06.2010, ”Saptamina vinului mildovenesc la Varsovia;	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001 • Seminar Moldova Prezinta, 2004; • Seminar 2009; • Sedinta II interguvernamentala din 05.04.2011;
Marea Britanie		2. WTM-2006-2011	<ul style="list-style-type: none"> •
Germania		2. ITB 2007-11	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001

			<ul style="list-style-type: none"> • Seminar Moldova Prezinta-2004;
Olanda		2. Vakantiebeurs” -2005 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> • HGRM nr.225 din 22.03.2001
Turcia	23.06.1993	3. EMITT-2008; 4. “International Tourism Week-2012”;	<ul style="list-style-type: none"> •
Finlanda			<ul style="list-style-type: none"> • Vizita delegației finlandeze la Chișinău
Egipt			<ul style="list-style-type: none"> • Cursuri de instruire organizat de Fondul Egiptean pentru cooperare tehnica , 2008, Kairo
Japonia			<ul style="list-style-type: none"> • Stagiu de studiu-2009; • Stagiu de studiu-2010; • Stagiu de studiu-2011;
Suedia		5. EXPO Travel Show, Stokholm; 2007-2008,	<ul style="list-style-type: none"> •
Danemarca		1. „Ferie-2004”	<ul style="list-style-type: none"> •
Spania		1. „Fiera de Madrid” 2004;	<ul style="list-style-type: none"> •
Ucraina	09.02.2006	1. „UIRR-2005”	<ul style="list-style-type: none"> •
Belgia	25.06.1975		<ul style="list-style-type: none"> • Seminar “Moldova Prezintă”-2004;
Portugalia	11.02.2009		<ul style="list-style-type: none"> • Seminar Activitatea structurii hoteliere-2010;
Bulgaria	17.04.1996	1. Expoziție Turism-2009;	<ul style="list-style-type: none"> •

Oportunitățile de promovare prin aplicarea Acordurilor bilaterale

Din acordurile bilaterale cu țări UE (România, Bulgaria) sau asociate UE (Turcia), RM nu valorifică o serie de oportunități, care rezultă direct din prevederile acestora:

Crearea condițiilor necesare ce ar favoriza încheierea și realizarea contractelor de colaborare:

- dezvoltarea sferei de prestare a serviciilor turistice, inclusiv a serviciilor de transport
- crearea infrastructurii hoteliere moderne
- proiectarea, construcția unor obiecte turistice noi, reconstrucția celor existente

Susținerea colaborării bilaterale în turism prin:

- dezvoltarea cooperării între firmele turistice;
- crearea întreprinderilor mixte cu obiect de activitate în domeniul turismului;
- schimbul de specialiști, grupe și delegații de experți în domeniul turismului;
- organizarea expozițiilor comune, congreselor, simpoziunilor, conferințelor de presă, meselor rotunde, seminarelor;
- realizarea programelor muzical-artistice comune;
- acordarea serviciilor de consulting în domeniul serviciilor hoteliere și de restaurante,
- instruirea cadrelor ce activează în acest domeniu etc.

Crearea grupurilor de lucru mixte interdepartamentale pentru:

- examinare a problemelor legate de realizarea acordurilor bilaterale;
- propunere a soluțiilor menite să contribuie la creșterea schimbului de turiști;
- indicare a posibilităților suplimentare de largire a colaborării în domeniul turismului;
- examinare a problemelor apărute și elaborare a recomandărilor în activitatea turistică

5.5. Promovarea turismului în programe de cooperare regionale, transfrontaliere și transnaționale

Programe de susținere a activităților de turism în cooperare transfrontalieră și transnațională 2007-2013

Începând cu anul 2007, Uniunea Europeană a lansat un șir de programe de cooperare transfrontalieră în cadrul noului Instrument European de Parteneriat și Vecinătate (ENPI) 2007-2013. Prin intermediul acestui Instrument European se realizează finanțarea programelor comune, ai căror beneficiari vor deveni regiunile eligibile ale statelor-membre și ale țărilor partenere care au hotărâre comună cu UE, inclusiv Republica Moldova cu tot teritoriul ei.

În cadrul acestor programe sunt posibilități semnificative de a colabora cu statele vecine Republicii Moldova în diverse domenii de avantaj reciproc, cum ar fi spre exemplu turismul transfrontalier, evenimente tradiționale comune și protecția patrimoniului țării.

Pentru Republica Moldova este eligibilă participarea în următoarele programe de cooperare transfrontalieră și transnațională, finanțate din cadrul Instrumentului European de Parteneriat și Vecinătate:

- Programul Operațional Comun România – Ucraina – Republica Moldova 2007-2013
- Programul Operațional Comun pentru Bazinul Mării Negre 2007-2013
- Programul de Cooperare Transnațională pentru Europa de Sud-Est 2007-2013.

1. Programul de Cooperare Transnațională pentru Europa de Sud-Est: perioada 2007-2013

Aria de acoperire: Programul acoperă 16 state din Europa de Sud-Est aflată în diferite raporturi juridice cu statele UE:

- trei state-membre: Austria, Grecia și Italia (Regiunile: Lombardia, Bolzano / Bozen, Trento, Veneto, Friuli-Venezia-Giulia, Emilia Romagna, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata);
- cinci state-membre noi: Bulgaria, Ungaria, România, Slovenia, Slovacia;
- un stat candidat: Croația;
- un stat cu statut de candidat cu care nu au fost demarate negocierile: Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei;
- patru state potențial candidate: Albania, Bosnia, Muntenegru și Serbia;
- două state cu care UE are relații speciale: Moldova și Ucraina (regiunile: Cernăuți, Ivano-Frankivsk, Zakarpatie, Odesa).



Obiectivul strategic general al programului: Crearea de parteneriate transnaționale în domenii de importanță strategică în scopul îmbunătățirii procesului de integrare teritorială, economică și socială și al sprijinirii coeziunii, stabilității și competitivității.

Prioritățile și axele de intervenție relevante turismului:

Prioritatea 4. Dezvoltarea sinergiilor transnaționale ale zonelor cu potențial

- Abordarea problemelor cruciale care afectează metropolele și așezările regionale
- Promovarea unui model echilibrat de dezvoltare a ariilor de creștere durabilă (inclusiv turism – red. VM)
- Promovarea și utilizarea valorilor culturale pentru dezvoltare (inclusiv turism- red. VM).

Bugetul programului: Bugetul FEDR (Fondul European pentru Dezvoltare și Restructurare, unic pentru statele-membre pe o perioadă de 7 ani și constituie **245.111.974** mil. Euro).

2. Programul Operațional Comun România – Ucraina – Republica Moldova: perioada 2007-2013

Aria de acoperire: programul este succesorul programelor de vecinătate bilaterale Romania-Moldova și Romania-Ucraina, aria de acoperire fiind:

- România, județele: Botoșani, Galați, Iași, Suceava, Tulcea și Vaslui.
- Republica Moldova: întregul teritoriu.
- Ucraina, regiunile: Odesa și Cernăuți.

Regiuni adiacente:

- Pentru România: județul Brăila.
- Pentru Ucraina: regiunile Ivano-Frankivsk, 10 raioane ale regiunii Khmelnytsk și 12 raioane ale regiunii Ternopol.

Obiectivul programului: Programul își propune ca în contextul unor granițe sigure să stimuleze potențialul de dezvoltare a zonei de frontieră, prin favorizarea contactelor între parteneri de pe ambele părți ale graniței, în scopul îmbunătățirii situației economico-sociale și a mediului înconjurător.

Prioritățile și măsurile programului relevante turismului

Prioritatea 1: Către o economie mai competitivă a zonei de frontieră prin:

1.2. Inițiative transfrontaliere în domeniul transportului, infrastructurii de frontieră și rețelelor de energie.

Rezultatele activităților finanțate: Infrastructura economică/socială, lucrări de reabilitare a infrastructurii de transport, seminare, instruirii, conferințe, noi destinații turistice, atracții turistice reabilitate etc.

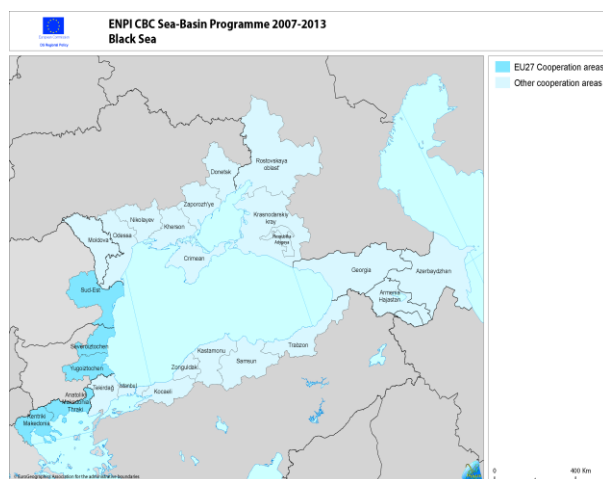
Buget total comun pentru trei state participante constituie 126 mil. Euro pentru o perioadă de 7 ani. Statele participante în program trebuie să asigure 10% din finanțare, la nivel de proiecte (sursele pot fi: buget de stat și buget beneficiari).



3. Programul Operațional pentru Bazinul Mării Negre 2007-2013

Aria de acoperire a programului:

- România: Regiunea Sud-Est
- Bulgaria: Severoiztochen, Yugoiztochen
- Grecia: Kentriki Makedonia, Anatoliki Makedonia Thraki
- Turcia: Istanbul, Tekirdağ, Kocaeli, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Trabzon
- Rusia: Regiunea Rostov, Ținutul Krasnodar, Republica Adygea
- Ucraina: Regiunile Odesa, Nykolaev, Herson, Sevastopol, Zaporojie și Donețk, Sevastopol, Republica Crimeea
- Moldova, Georgia, Armenia, Azerbaigean: întregul teritoriu.



Obiectivul global al programului este de a sprijini dezvoltarea economică și socială susținută în regiunile din bazinul Mării Negre, bazată pe parteneriate regionale solide și strânsă cooperare. Prioritățile programului se concentrează pe nevoile, identificate în comun de către statele partenere, având, prin urmare, un impact transfrontalier. Prin acest program se finanțează

acțiuni din domeniul promovării activităților economice, protecției mediului, seminare, cursuri de formare, conferințe, workshop-uri, **crearea de rețele pentru promovarea turismului (networks)** etc.

Bugetul total al programului pentru 7 ani este de 18.862.000 euro (17.035.000 euro ENPI și 1.557.000 euro cofinanțare națională).

Moldovenii sunt relativ activi în proiecte transfrontaliere, dar mai puțin în cele de turism

La licitațiile de proiecte transfrontaliere partenerii eligibili din Republica Moldova sunt suficient de activi, astfel reușind să promoveze un număr impresionant de aplicații, în special din parte APL și ONG-urilor. Totodată trebuie de remarcat nivelul jos de promovare a proiectelor de turism în totalul aplicațiilor (sub 10%), aceasta datorită faptului că turismul nu este văzut ca prioritate de dezvoltare locală, pentru care APL să se angajeze să cofinanțeze acțiunile în proporție de minim 10%.

Tabel 54: Distribuția geografică a propunerilor de proiecte de turism prezentate în cadrul PV România-Moldova 2004-2006

	Promovarea turismului	Total
Chișinău	1	22
Cahul	1	8
Hâncești	1	7
Nisporeni	1	1
Ungheni	1	4
Total	5	64

Totodată, proiectele de turism care au fost duse până la sfârșit și au avut un efect multiplicator și pentru alte raioane, inițial au fost concentrate în centru (Hîncești, Nisporeni). Astfel aceste 2 raioane au devansat stațiunile consacrate (Vadul lui Vodă, Vatra, Cahul, Soroca, Costești, Bălți) multe dintre care nu au promovat proiectele proprii de restabilire a atractivității turistice de altă data.

Tabel 55: Proiecte contractate în cadrul Programului de Vecinătate România-Moldova 2004-2006

Titlul proiectului	Obiectivul proiectului	Beneficiarul
Dezvoltarea traseelor turistice în zona transfrontaliera Nisporeni-Prut	Intensificarea cooperării transfrontaliere dintre comunitățile regionale în domeniul promovării turismului în zona de frontieră și în creșterea nivelului de eficiență de utilizare a patrimoniului turistic local și regional.	Consiliul raional Nisporeni
„Dezvoltarea capacității investiționale în zona turistică Hîncești-Vaslui”	Crearea oportunităților pentru investiții în sectorul turism în regiunile de frontieră localizate în regiunea traseului Hîncești-Leușeni	Consiliul raional Hîncești

5.6. Probleme și disfuncționalități ale acțiunilor de promovare

<i>Domenii de intervenții</i>	<i>Efecte, probleme, disparități</i>
<p>Moldova rămîne o destinație necunoscută în regiune dar și pentru propriii cetățeni</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Puține acțiuni de promovare turistică a țării și destinațiilor ei • Surse publice insuficiente pentru promovarea turismului • Instrumente puține aplicate pentru atragerea turiștilor în Moldova de pe piața regională și piețele țintă • Sub 1% din cifra de afaceri pentru publicitatea comercială turistică • Surse private orientate doar pentru publicitate comercială • Puține infotur-uri prin țară • Presa reflectă diferit turismul în Moldova și atracțiile ei • Participare modestă la expozițiile specializate de turism •
<p>Lipsa de viziune în promovarea imaginii turistice a țării</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lipsa conceptului pentru vizibilitatea turistică a țării • Angajamente în politicile publice nerealizate • Participare inconsistentă la expozițiile permanente și sporadice • Insuficiența ghidurilor tematice: structuri de cazare, restaurante, activități și evenimente culturale, muzee, atracții turistice, vânătoare, excursii, itinerare etc. • Insuficiența de informație turistică despre Republica Moldova în țările generatoare de turism • Lipsa unor Birouri de informare pentru turiști. • Insuficiența programelor de mediatizare a Moldovei
<p>Puține proiecte de vizibilitate externă</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lipsa de concept în acțiunile internaționale • Moldova își promovează inconsistent propriile proiecte • Moldovenii sunt relativ activi în proiecte transfrontaliere, dar mai puțin în cele de turism • Oportunitățile de promovare prin aplicarea Acordurilor bilaterale • Misiunile diplomatice, reprezentanțele comercial-economice ale țării în străinătate sînt slab echipate cu materiale promo turistică
<p>Moldova nu practică un marketing activ de țară</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promovarea insuficientă a Republicii Moldova ca destinație turistică și a logo-ului turistic al țării. • Lipsa de resurse bugetare creează dificultăți în implementarea eficientă a acțiunilor de marketing de țară. • Producerea și distribuți materialelor promoționale este slab dezvoltată. • Nu este implementat unui program de marketing periodic de durată. • Insuficiente alocații pentru activitățile de marketing.

6. Analiza factorilor de influență: interni și externi

Analiza factorilor interni de influență

ANT este autoritatea națională care poartă responsabilitate pentru realizarea politicilor de dezvoltare a turismului prevăzute în SND, CCTM, Acțiunile RM-UE, Programele guvernamentale, în documentele de politici sectoriale, în legislația adoptată recent. În virtutea acestor atribuții ANT colaborează cu peste o sută de actori sociali guvernamentali, regionali și locali. Analiza factorilor interni care influențează mult activitatea ANT sunt structurați potrivit caracterului impactului pe care îl produc:

Politic: Colegiul AT

Tehnologic: Consiliul Consultativ de Turism, Grupuri de lucru tematice

Personal: Angajații ANT

Impactul factorilor interni

Factor	Impact pe termen scurt și mediu	Linia de conduită a ANT
Politic		
Colegiul AT	Programarea activităților AT	Amplificarea acțiunilor comune interministeriale pentru proiecte de dezvoltare a sectorului. Preluarea unor practici de gestionare a acțiunilor de amploare pentru turism. Promovarea mai insistentă a proiectelor ANT Cofinanțarea unor proiecte naționale.
	Decizii referitor la dezvoltarea turismului	
	Control direct al activității ANT	
	Deține influențe pârghii administrative	
	Cooperare cu alte ministere	
Tehnologic		
Consiliul Consultativ de Turism	Analize competente pentru situații concrete în dezvoltarea turismului	Furnizarea de analize de fundamentare a deciziilor politice. Cadru competent de participare/implicare în proiectele reciproce cu ANT
	Formularea de soluții alternative pentru problemele din sector	
	Inițiative suplimentate pentru dezvoltarea turismului	
Grupuri de lucru tematice	Analize înguste pentru situații concrete de dezvoltare a unor proiecte/produse de management a turismului	Implicarea pro-activă în ajustarea cadrului normativ și legislativ în domeniul turismului. Pregătirea unor concluzii profesionale tematice.
	Crearea/ajustarea/promovarea cadrului juridic și normativ pentru turism	
	Inițiative în turism	
Angajații ANT	Executare profesionistă a obligațiilor de serviciu	Ne admiterea marginalizării angajaților. Promovarea spiritului de echipă și echității sociale, motivarea în evoluția profesională.
	Presiuni pentru implementarea unor anumite politici de salarizare și angajare	
	Control	

Analiza factorilor externi de influență

Analiza mediului extern evidențiază oportunitățile și amenințările, factorii și părțile interesate care pot influența dezvoltarea în mod pozitiv sau negativ evoluția sectorului turistic, precum și Autoritatea Națională de Turism, factori care afectează misiunea, politica, prioritățile, cerințele externe, costurile ș.a. ce țin de rolul și funcționarea autorității.

Analiza factorilor externi care influențează mult activitatea ANT sunt structurați potrivit caracterului impactului pe care îl produc:

Politic: Guvernul, Președinția, Parlament, Partide politice, APL, APL transnistrene, ONG-uri

Economic: Ministerul Finanțelor, Ministerul Economiei, MIEPO, Instituții subordonate, Operatori de turism, Prestatori de servicii pentru călători, Investitori, Donatori

Social: Instituții subordonate, Grupuri de presiune, Consumatori

Tehnologic: IT actori, TV, radio, presa

Juridic: Normative/proceduri

Conjunctural: Ambasadele Republicii Moldova, Ambasadele țărilor generatoare de turiști la Chișinău

De mediu: MERN, Ministerul Culturii, Deținători de patrimoniu natural și cultural și alte resurse turistice

Impactul factorilor externi

Factor	Impact pe termen scurt și mediu	Linia de conduită a ANT
Politic		
Guvernul	Reforma APC impune rigori și riscuri suplimentare	Promovarea mai insistentă a proiectelor ANT Cooperare și acorduri, în conformitate cu prevederile actelor legislative și normative. Cofinanțarea unor proiecte naționale.
	Subordonare directă Guvernului	
	Control direct a ANT	
	Deține cele mai influente pârghii administrative	
	Cooperare cu alte ministere	
Președinția	Inițiative suplimentate cu resurse financiare dar și cu rigori suplimentare	Invitații și propuneri de participare/implicare în proiectele ANT
	Monitorizare atentă a ANT	
Parlament	Control prin comisia specializată a ANT	Implicarea pro-activă în ajustarea cadrului legislativ în domeniul turismului. Furnizarea de analize de fundamentare a deciziilor politice.
	Crearea/ajustarea/promovarea cadrului juridic și normativ pentru turism	
	Inițiative în turism	
Partide politice	Inițiative legislative	Ne admiterea marginalizării turismului. Promovarea turismului ca platformă de dezvoltare a societății, valorificarea patrimoniului Moldovei, asigurarea calității ospitalității moldovenești.
	Presiuni pentru implementarea unor anumite politici publice	
	Control	
APL	Conlucrare pentru implementarea proiectelor din domeniu în teritoriu	Delimitarea competențelor în domeniul turismului în teritoriu. Determinarea mecanismelor de cofinanțare a acțiunilor turistice. Informarea activă reciprocă.
	Conlucrare pentru gestionarea și dezvoltarea turism în teritoriu	
	Finanțează din bugetul local acțiuni de cultură și amenajare turistică a teritoriului	
APL transnistrene	Platformă comună pentru integrarea țării prin turism	Integrarea țării prin turism.
ONG-uri	Implementarea unor proiecte în dezvoltarea turismului	Promovarea activă a proiectelor ANT prin societatea civilă. Mediatizarea permanentă despre proiectele în turism.
	Comunicare pentru informarea privind situația din cultură și turism	
	Cofinanțarea unor proiecte naționale	

Economic		
Ministerul Finanțelor	Decizii privind alocarea resurselor bugetare pentru turism	Implementarea cu succes a CCTM. Ajustarea în comun a metodologiei de finanțare a turismului din surse bugetare și atrase.
	Cotă redusă de finanțare a turismului	
	Control asupra gestionării resurselor financiare	
Ministerul Economiei și Comerțului	Coordonarea proiectelor de diversificare a economiei naționale și locale	Promovarea în comun a proiectelor de turism în interiorul și exteriorul țării. Susținerea antreprenorilor din turism.
	Control asupra agenților economici din turism	
MIEPO	Susținerea acțiunilor de atragere a investițiilor în turism	Promovarea în comun a proiectelor de vizibilitate turistică și atragerea de investiții pentru dezvoltarea turismului.
	Organizarea și finanțarea unor acțiuni externe de vizibilitate turistică	
Instituții subordonate	Finanțare din bugetul de stat prin ANT	Întărirea capacităților de implementare a politicilor ANT. Invitații și propuneri de participare/implicare și implementarea de proiecte.
	Solicitare de asistență metodologică și resurse bugetare	
	Raportare către ANT	
Operatori de turism	Solicitare de asistență și informare	Informarea activă reciprocă. Invitații și propuneri de participare/implicare și implementarea de proiecte. Cofinanțarea proiectelor ANT în interiorul și exteriorul țării. Determinarea schemelor de cofinanțare a acțiunilor turistice.
	Parcurgerea procedurilor de brevetare/certificare a personalului și clasificare a unităților turistice	
	Colaborare prin Consiliul consultativ de turism și ONG-urile profesionale	
	Contribuții la Contul de mijloace speciale pentru dezvoltarea turismului	
	Cofinanțarea unor expoziții pentru promovarea imaginii RM în exterior	
Prestatori de servicii pentru călători	Coordonarea programelor de dezvoltare compatibile turismului	Determinarea mecanismelor de cofinanțare a acțiunilor turistice în teritoriu. participare/implicare în proiecte. Cofinanțarea proiectelor ANT.
	Cofinanțarea unor acțiuni de dezvoltare	
	Implementarea unor programe de amenajare turistică	
	Comunicare interactivă	
Investitori	Proiecte investiționale	Invitații și propuneri de participare/implicare și implementarea de proiecte investiționale în turism.
	Cofinanțarea unor necesități ale ANT sau din domeniu	
	Promovarea activă a intereselor unor grupuri	
Donatorii	Proiecte de grant pentru infrastructură și soft	Invitații și propuneri de participare/implicare și implementarea de proiecte de grant pentru infrastructură și soft în turism.
	Cofinanțarea unor necesități ale ANT sau din domeniu	
Social		
Instituții subordonate	Reprezintă profesioniști din domeniu	Perfecționarea mecanismelor de cofinanțare a acțiunilor turistice. participare/implicare în proiecte. Extinderea ariei de implicare (Registrul turismului,
	Pregătesc și perfecționează cadre în industrie	

	Dezvoltă și promovează valorile turistice naționale	Birouri de informare turistică, Programe de vizibilitate turistică la expoziții, etc.)
Grupuri de presiune	Probleme diverse	Informarea activă reciprocă.
	Discrepanța socială și profesională mare și accesul diferit la servicii de turism	
Turiștii	Reprezintă publicul consumator de servicii de turism	Perfecționarea continuă a serviciilor prestate, asigurarea unei protecții reale a intereselor clienților. Optimizarea și implementarea noilor servicii de turism prestate cetățeanului și oaspetelui țării. Asigurarea accesului și participării la consumul turistic.
	Probleme de calitate a ospitalității moldovenești și de prestație a serviciilor turistice	
Tehnologic		
IT actori	Circuitul lent al informațiilor de serviciu în ANT	Implementarea tehnologiilor moderne de prestare a serviciilor.
	Ațiuni puține de informare despre ANT	
TV, radio, presa	Proiecte de reflectare a știrilor din turism	Mediatizarea permanentă despre proiectele din turism. Informarea pro-activă despre acțiunile ANT. Perfecționarea instrumentelor Public Relations
	Oferă spațiu pentru dialogul inter-cultural și promovarea unor destinații turistice	
	Oferă cadrul de comunicare cu oaspeții țării	
Juridic		
Normative/proceduri	Proceduri consumatoare de mult timp	Oprimizarea proceselor de lucru a documentelor în ANT și cu corespondenții. Promovarea perfecționării cadrului legal în cultură și turism.
	Cadrul normativ juridic este uneori greoi și inaplicabil	
Conjunctural		
Ambasadele Republicii Moldova	Ațiuni de vizibilitate externă a Republicii Moldova	Proiecte comune pentru sporirea vizibilității turistice a destinațiilor din Moldova
Ambasadele țărilor generatoare de turiști la Chișinău	Ațiuni de cooperare în cadrul Acordurilor bilaterale	Contribuții și proiecte comune pentru transfer de bune practici, consolidarea parteneriatelor în turism, sporirea vizibilității turistice a destinațiilor din Moldova și atragerea investitorilor străini
De mediu		
MERN	Partener în probleme de protejare și valorificare turistică a patrimoniului natural național	Invitații și propuneri de participare/ implicare și implementarea de proiecte. Optimizarea conlucrării în comisiile specializate.
	Participare comună în comisii de lucru	
Ministerul Culturii	Partener în probleme de protejare și valorificare turistică a patrimoniului cultural național	Invitații și propuneri de participare/ implicare și implementarea de proiecte. Optimizarea conlucrării în comisiile specializate.
	Participare comună în comisii de lucru	
Deținători de patrimoniu cultural, natural și de resurse turistice	Comunicare redusă, lipsa unor metodologii de valorificare a patrimoniului deținut	Invitații și propuneri de participare/ implicare și implementarea de proiecte de valorificare a patrimoniului. Informare reciprocă.
	Nu se valorifică turistic zona de protecție a monumentelor naturale, de cultură și istorie	

Mediul de finanțare este dispersat și nu contribuie la dezvoltarea echilibrată a turismului. În prezent sunt puține proiecte de cofinanțare a necesităților de turism prin parteneriate public-private durabile. Totodată, fundamentul legislativ normativ și practica antreprenorială nu favorizează finanțarea susținută a proiectelor naționale de turism. Nu există un Fond pentru

dezvoltarea durabilă a turismului pentru proiecte naționale de anvergură. Donatorii internaționali sunt rezervați în a finanța turismul, deși majoritatea promovează măsuri pentru dezvoltarea acestui domenii. Totodată, ANT are puțină experiență de a atrage surse extrabugetare pentru sectoarele din turism. Aceste fapte reprezintă piedici în implementarea politicilor ANT.

Problemele prioritare care necesită soluționare în raportul cu actorii externi și interni la nivelul ANT sunt:

- Elaborarea unei linii de conduită cu actorii și factorii de influență prioritari;
- Ajustarea politicilor ANT la maximizarea efectelor de cooperare cu acești actori;
- Elaborarea strategiilor și planurilor de acțiuni concrete (pe termeni diferiți) comune cu actorii importanți.

7. Eficiența sistemului actual de monitorizare a turismului național

7.1. Indicatori statistici și de performanță ai turismului național

Autoritatea Națională pentru Statistică este responsabilă aproape în totalitate pentru implementarea compartimentului 5.14 „Statistica și investigații” a Strategiei de dezvoltare durabilă a turismului (2003-2015).

Astfel prin sistemul de indicatori de performanță a ramurii, precum și Rapoartele trimestriale, BNS a fost în această perioadă practic unica autoritate centrală care informa opinia publică, investitorii, antreprenorii din turism despre evoluțiile din domeniu.

Principalii indicatori sectoriali monitorizați sunt:

A. Indicatori statistici relevanți pentru sectorul intermediarilor turistici și sectorul de cazare:

1. Turism intern (numărul vizitatorilor, turiști-excursioniști, numărul de zile-turist, Încasări, mii lei) în profil teritorial,
2. Turism internațional de intrare și ieșire (sosiri numărul vizitatorilor, turiști-excursioniști, numărul de zile-turist, scopul călătoriei, încasări, mii lei),
3. Numărul agenților economici licențiați în turism și numărul personalului angajat în profil teritorial
4. Numărul agenților economici ce prestează servicii de cazare, numărul de locuri de cazare, încasările totale, inclusiv încasări din servicii de cazare, numărul personalului angajat, în profil teritorial
5. Numărul turiștilor cazați în structurile de cazare turistică colective, pe tipuri de structuri și categorii de confort, în profil teritorial
6. Numărul înnoptărilor în structurile de cazare turistică colective pe tipuri de structuri și categorii de confort, în profil teritorial
7. Numărul turiștilor cazați în structurile de cazare turistică colective, pe țări de origine
8. Numărul turiștilor nerezidenți cazați în structurile de cazare turistică colective, pe tipuri de structuri și categorii de confort, în profil teritorial
9. Numărul înnoptărilor turiștilor nerezidenți în structurile de cazare turistică colective pe tipuri de structuri și categorii de confort, în profil teritorial
10. Numărul înnoptărilor în structurile de cazare turistică colective, pe țări de origine
11. Număr de luni de funcționare a unităților de cazare (sezoniere pe categorii) pe an,
12. Gradul de ocupare a unităților de cazare (camere, locuri)
13. Număr de călătorii vândute (cu sau fara pachet turistic) de Agențiile de turism (turism intern, turism de ieșire, turism de intrare)

B. Indicatori relevanți turismului și consumului de agrement, recreație a gospodăriilor casnice

C. Indicatori migrație

14. Sosiri vizitatori străini
15. Proveniența vizitatorilor străini în RM
16. Repartizarea fluxurilor de vizitatori pe puncte vamale.

D. Indicatori Forța de muncă în turism

17. Număr angajați unități de cazare (pe tipuri), agenții de turism, unități de agrement;

18. Număr locuri de muncă pe unități de cazare (pe tipuri), agenții de turism, unități de agrement (ocupare deplină/parțială);
19. Număr de ore muncă efectiv lucrate în unități de cazare (pe tipuri), agenții de turism, unități de agrement;
20. Ocuparea forței de muncă pe studii în profil teritorial

Imbunatatiri pentru formulare Cazare si Ag. Turism, propuse:

- Reintroducerea indicatorilor de utilizare a transportului de către turiști, monitorizat până în 2007
- Reintroducerea indicatorilor de incasări pe motivații, monitorizat până în 2007
- Reintroducerea indicatorului privind profitul brut, monitorizat până în 2007
- Revederea formularelor pentru analiza calitativă a cazarii, prin adăugarea indicatorilor referitor la numărul de locuri în săli de conferințe, număr de locuri în sălă de restaurant, număr de persoane deservite de restaurant ul din componența structurii de cazare.
- Modificarea indicatorilor referitor la serviciile suplimentare cazării (duș/saună) prin alți indicatori de calitate relevanți nivelului de confort clasificat conform normativelor naționale de clasificare a unităților de cazare (din 180 indici, de ales cei mai reprezentativi).

Imbunatatire pentru Rapoarte Statistice trimestriale și anuale, propuse:

- Raportarea numărului de vizitatori deserviți de intermediari și structurile de cazare la fluxul de zitatatori străini care intră în țară prin puncte de trecere a frontierei.
- Raportarea Incasărilor pe intermediari și structuri de cazare în raport cu beneficiile acestora, precum și valoarea investițiilor în active.
- Prezentarea datelor în profil regional.
- Utilizarea în fiecare raport a tuturor indicatorilor comparabili.
- Reflectarea în Rapoarte a creștrilor prețurilor pentru Turism, Transport și Cazare.

Elaborare de sondaje specifice, propuse:

- Evoluția numărului de persoane deservite de Intreprinderile vitivinicole la degustații (pe teritoriul intreprinderii, în afara intreprinerii)
- Evoluția cantitativă și calitativă a ofertei sălilor de degustații

7.2. Recomandări pentru implementarea Conturilor Satelit de Turism în Moldova

Datorită complexității analizei propuse pentru cercetarea stării sectorului turistic național **se recomandă:**

1. Analiza indicatorilor care sunt colectați de BNS prin agregarea acestora conform metodologiei statisticii turistice 2008 (ca platformă de implementare a Conturilor Satelit de Turism în Moldova),
2. Elaborarea unui studiu referitor la gradul de acoperire națională cu date relevante sectorului turistic conform Conturilor Satelit de Turism, gradul de fragmentare a datelor din turism și sectoarele conexe, corelarea surselor și interoperabilitatea acestora, discrepanțe cu CAEN, limitarea în agregarea teritoriala a datelor, etc.
3. Acoperirea unei arii de investigații mai largi a turismului prin descrierea activităților de recreare și agrement (și nu doar activitatea unităților de cazare și a intermediarilor pe piața (agenții de turism și turoperatori)),
4. Lichidarea incompatibilității termenilor utilizați în CAEM (diviziunea 55 și 56) și CSPM (diviziunea 55) și în legislația turistică (Sistemul național de clasificare a structurilor de

primire turistice cu funcțiuni de cazare și de alimentație), fapt care duce la eronarea atribuirii datelor primare și greșeli majore la reflectarea performanțelor sectorului turistic,

5. Descrierea capacităților de antrenare a forței de muncă în industria specifică turismului (CAEM diviziunile 55, 56, 79, 82.3, 91.02-04, 93.02),
6. Descrierea valorii investițiilor în industria turistică pe destinații (CAEM diviziunile 55, 56, 79, 82.3, 91.02-04, 93.02),
7. Îmbunătățirea metodologiei de prognoză a evoluțiilor pe piața turistică.
8. Elaborarea de sondaje pentru evaluarea impactului sezonier asupra turismului național
9. Desfășurarea unui studiu detaliat pe o regiune pilot (ex: mun. Chișinău) avînd la bază indicatorii BNS existenți comparabili și compatibili cu metodologia Conturilor Satelit de Turism.

8. Analiza SWOT a turismului național

<i>Puncte forte (S)</i>	<i>Puncte slabe (W)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Domeniul turismului este administrat de o Agenție centrală de specialitate subordonată direct Guvernului • Există cadrul legal și de reglementare a turismului • Există documente relevante de politici: Strategia de dezvoltare durabilă a turismului, Programe Naționale <i>Drumul vinului și Satul moldovenesc</i>, Program de impulsioneare a turismului rural, etc. • Funcționează Colegiul AT și Consiliul Consultativ pentru Turism pe lângă AT • Funcționează Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului • Turistul moldovean susține funcționalitatea industriei turistice a țării. • Atracții suficiente pentru o ofertă turistică variată • Potențial sporit al culturii populare și tradiționale (folclor, tradiții, artizanat...) • Există normative de calitate pentru ospitalitatea moldovenească la destinație 	<ul style="list-style-type: none"> • Moldova rămâne o destinație apreciată de un număr limitat de turiști străini • Cadrul legislativ insuficient aplicat și armonizat • Capacități insuficiente pentru gestionarea sectorului turistic • Necesitatea reformării managementului sectorului turistic • Comunicare redusă dintre AT, APC și APL, ONG, etc pentru soluționarea în comun a problemelor din sector • Cooperarea la nivel scăzut cu specialiștii responsabili de turism din teritoriu • Dezechilibre teritoriale în administrarea și promovarea ofertei turismului național • Debalansarea calității ospitalității moldovenești în diferite destinații • Grad redus de specializare a ofertei turismului național • Moldova rămâne încă necunoscută pentru europeni • Puțini vizitatori cunosc Moldova prin excursii • Personal ne pregătit pentru ospitalitate moldovenească calitativă • Insuficiența de acțiuni pentru vizibilitatea turistică a țării în interior și exterior • Turiștii moldoveni sunt marginalizați pe piața UE • Lipsa de ambiție pentru competitivitatea regională a turismului național • Insuficiența resurselor financiare pentru promovarea domeniului: expoziții, materiale promoționale, susținere financiară a proiectelor din domeniu, etc • Resurse financiare limitate pentru dezvoltarea ramurii • Pondere redusă a finanțărilor nebugetare și pe proiecte • Infrastructură insuficient dezvoltată pentru servicii de turism • Migrarea mare a cadrelor calificate • Patrimoniul cultural este degradat • Slabă experiență a AT de participare în proiecte • Structură a AT neechilibrată pe atribuții • Indicii de performanță erodați • O cooperare redusă cu partenerii strategici, inclusiv în teritoriu • Lipsa de informație pentru antrenarea în acțiuni complementare (proiecte, instruirii) • Delegarea atribuțiilor spre APL defectuoasă • AT nu gestionează informația strategică despre sistemul turismului
<i>Oportunități (O)</i>	<i>Amenințări (T)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Moldova este membru al organismelor internaționale reprezentative (Organizația Mondială a Turismului, Comisia Dunăreană pentru Turism, GUAM, etc.) • Proximitate geografică față de UE și piețe mari de consum • Activizarea legăturilor tradiționale cu alte țări • Mărirea consumului de servicii turistice ca rezultat al creșterii calității și competitivității serviciilor 	<ul style="list-style-type: none"> • Riscuri legate de insuficiența de capacitate administrativă • Insuficiența, de cadre bine pregătite • Riscuri de conjunctură politică • Decalajul teritorial și accesul diferit la servicii de turism • Evoluție modestă sau lipsa de progres substanțial în domeniul turismului

<ul style="list-style-type: none"> • Creșterea potențialului de consum în țară și regiune • Există strategii și programe de dezvoltare a turismului în diferite raioane • Există interes major pentru domeniul turismului din partea societății civile • Cooperare cu Asociații de specialitate • Există 22 Acorduri de colaborare bilaterale în domeniul turismului • Programe de asistență exterioară pentru acțiuni de turism • Moldova participă la proiecte de cooperare transfrontalieră și bilaterală cu țările din regiune • Deschiderea portului Giurgiulești și valorificarea accesului la piața țărilor cu potențial mare de consum • Crearea unei baze normative atractivă pentru investiții în turism • Implementarea mai largă a tehnologiilor informaționale oferă posibilități vaste de promovare a potențialului turistic al țării • Sporirea cooperării pentru valorificarea monumentelor culturii • Programe de atragere a investițiilor, asistenței financiare pentru turism • Dezvoltarea unor centre regionale de creștere economică și socială și direcționarea eforturilor investiționale pentru infrastructura regională de turism • Sporirea motivației financiare a angajaților din turism 	<ul style="list-style-type: none"> • Impact nesemnificativ al turismului în dezvoltarea social-economică a societății • Desfășurarea lentă a reformelor în turism • AT este văzut ca un sponsor și administrator al turismului, care însă nu are o pondere mare la nivel național • Imagine ștearsă a RM ca destinație turistică • Migrarea mare și îndelungată a populației și riscurile demografice • Eficiență redusă de utilizare a resurselor bugetare pentru turism
---	---

9. Analiza scenariilor de dezvoltare a turismului: optimist, realist, pesimist

Scenarii de dezvoltarea a sectorului turistic în perioada 2012-2015

<i>Scenariu</i>	<i>precondiții</i>	<i>Spor vizitatori turism intern și receptor</i>	<i>Spor incasări</i>
pesimist	<ul style="list-style-type: none"> • ANT va fi fără continuitate instituțională • Concentrarea industriei turistice în Chișinău • Destinații turistice subdezvoltate • Comunicare redusă între sectorul public și privat pe probleme de turism 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel redus de absorbție a vizitatorilor de industria turistică • Scădere a numărului de vizitatori • Discrepanțe mari pe fluxuri de turiști în țară și în exterior • Specializare mai focusată pe deservirea turistului moldovean pe exterior 	<ul style="list-style-type: none"> • Spor nesemnificativ din turismul intern și receptor • Mărirea discrepanței incasărilor și balanței turistice
realist	<ul style="list-style-type: none"> • Îmbunătățirea managementului ramurei turistice • Peste 50% din unitățile de cazare clasificate • Aplicarea normativelor de calitate a ospitalității moldovenești • Dezvoltarea destinațiilor de alternativă • Promovarea brand-ului turistic al țării 	<ul style="list-style-type: none"> • Creștere cu cca. 3-4,5% din contul reabsorbție a fluxurilor de vizitatori de către industria turistică • Creșterea pînă la 15% a turiștilor străini cazați în provincie 	<ul style="list-style-type: none"> • Dublarea în 4 ani a incasărilor din turism și cazare • Dublarea surselor publice pentru promovarea turismului
optimist	<ul style="list-style-type: none"> • Destinații turistice administrate eficient • 70% structuri de cazare clasificate • Rețea de reprezentanțe teritoriale ale ANT • Rețea de birouri de infoturism • Utilizarea surselor publice preponderent pentru cofinanțarea proiectelor public private de promovare a turismului 	<ul style="list-style-type: none"> • Creștere cu cca. 7-8% de turiști din contul piețelor regionale • Creșterea pînă la 25% a turiștilor străini cazați în provincie 	<ul style="list-style-type: none"> • Triplarea în 4 ani a incasărilor din turism și cazare • 50% din buget alocat cofinanțării de proiecte de dezvoltare a turismului

Anexe