

TENDINȚE ACTUALE DE DEZVOLTARE A TURISMULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA

CHISTOL Andrei
Ministerul Culturii al Republicii Moldova

BULAT Veronica, dr., conferențiar universitar
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract

TRENDS IN DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Experiential tourism has, in addition to its social relations, also a profound socio-human significance. This effect is exerted both on the tourists and on the population of the visited zoos and is felt in the welfare of the community, in the improvement and education, in the use of free time, in the health of the environment, in the connections between the activities. Through its companion, experiential tourism has a comforting, restorative role, contributing to the restoration of the body's physical fitness, both through general forms of rest, recreation, movement, and specific purposes

Key words: tourism, development project, sustainable development

JEL: M51, P35

Introducere

Republica Moldova continuă să își întărească potențialul turistic oferind tot mai multe oportunități pentru turiști, mai nou a apărut termenul de turism de experiență, care este la mare căutare în rândul vizitatorilor străini, dar și celor locali. Proiectul de Competitivitate din Moldova, finanțat de USAID, Suedia și UK aid, investește în dezvoltarea turismului începând cu anul 2012 pentru a consolida un turism durabil menit să genereze prosperitate economică. Timp de mai mulți ani au fost consolidate huburi turistice în diferite zone ale țării, pe lângă vinării sau monumente naturale și au fost create trasee turistice. În acest fel, vinăriile și pensiunile rurale crează oferte de turism de experiență în care turiștii testează gastronomia nu doar din perspectiva gustului dar și în cadrul atelierelor de gătit, degustă vinul sau participă la procesul de cules sau producție, îmbuteliere a vinului, sau monitorizează păsările prin binocluri, întruât birdwatchingul este o nouă tendință în materie de turism dedicată observării păsărilor. Totodată, turismul de experiență înseamnă activități dinamice și durabile din punct de vedere ecologic, drumeții și interacțiunea cu viața autentică a localnicilor. Pentru a valorifica acest lucru, Proiectul de Competitivitate din Moldova sprijină partenerii locali pentru a dezvolta oferte complexe, care includ ciclism, plimbări cu barca, degustări, participare la activități artistice locale. În harta traseelor turistice este inclus și raionul Rezina unde avem atât monumente arhitecturale, cât și naturale. Turismul de experiență este o tendință la care Moldova trebuie să se alinieze.

Rezultate și discuții

Turismul de experiență reprezintă unii dintre principalii factori motivați ai unor deplasări în scopuri turistice, iar, adesea, pot fi considerate chiar ca fond esența produsului turistic. În absența atracțiilor nu ar mai fi necesare serviciile turistice. Altfel spus, turismul, ca atare, nu ar putea exista

în lipsa atracțiilor. O atracție turistică (sau pentru vizitatori) este o trăsătură distinctă a unei zone, care poate fi un loc de desfășurare a unor activități ori un centru ce are următoarele caracteristici:

a) Își propune să atragă vizitatori/vizitatori de o zi din rândul populației rezidente și din rândul turiștilor și este administrată în acest scop;

b) Asigură o experiență plăcută și distractivă și un mod agreabil de petrecere a timpului liber pentru clienții săi;

c) Este dezvoltată pentru a valorifica acest potențial;

d) Prin modul de administrare, ca atracție, asigură satisfacția clienților săi;

e) Poate să perceapă sau nu o taxă de intrare pentru vizitatori.

În RM, există o mare diversitate a atracțiilor care s-ar înscrie în *turismul de experiență*. În termeni generali, acestea tind să fie unități singulare, locuri sau zone geografice la scară mică, în mod clar definite care sunt accesibile și motivează un număr mare de persoane să se deplaseze de la domiciliul lor, pentru a le vizita, în timpul lor liber, pentru o perioadă scurtă, limitată. Cu toată această mare diversitate a atracțiilor, ele pot fi clasificate în patru mari categorii:

Trăsături (caracteristici) ale mediului natural.

Construcții realizate de oameni, structuri și locuri proiectate și realizate pentru alt scop decât acela de a atrage vizitatori, cum ar fi lăcașurile de cult, dar care atrag un număr important de vizitatori; Construcții realizate de oameni structuri și locuri proiectate cu scopul de a atrage vizitatori și construite astfel încât să răspundă nevoilor acestora, cum sunt, de exemplu, parcurile tematice.

Evenimente speciale.

Termenul de «vizitator», utilizat în acest context, acoperă toate categoriile de vizitatori, atât pe cei localnici, cât și turiștii, incluzând, deopotrivă pe excursioniști (vizitatori de o zi) și pe vizitatorii cazați în zona respectivă (turiști). Între aceste patru categorii sau tipuri de atracții există cel puțin două diferențe importante. Cea mai evidentă este aceea că primele trei categorii sunt, în general, atracții permanente, în timp ce ultima categorie se referă la atracții temporare, având un ciclu de viață limitat, dinainte cunoscut. Cea de a doua diferență importantă este cea dintre primele două tipuri de atracții, pentru care turismul este privit mai degrabă ca pe o amenințare la adresa acestora, și ultimele două tipuri, în cazul cărora, turismul este perceput, în general, ca fiind oportun și aducător de avantaje.

În cazul atracțiilor naturale și al atracțiilor construite de om fără scopul de a atrage turiști, accentul eforturilor de management se referă la măsurile de protejare a acestor atracții de problemele cauzate de vizitatori.

Pe de altă parte, atracțiile construite în scopul atragerii turistilor au ca obiectiv creșterea numărului vizitatorilor și maximizarea impactului economic al turismului. Majoritatea evenimentelor speciale se încadrează în această categorie. Cele mai importante atracții naturale pot fi considerate plajele, peșterile, râurile și lacurile, marile și oceanele, unele stânci și vârfuri ale munților, dar și elemente ale florei și faunei. Dintre atracțiile făcute de om, fără a fi proiectate cu scopul primordial de a atrage vizitatori pot fi enumerate: bisericile, mănăstirile, catedralele, siturile arheologice, monumente istorice, case naționalizate, lacuri de acumulare etc. Din categoria atracțiilor realizate de om cu scopul primordial de a atrage turiști menționăm: parcurile de distracție, parcurile tematice, porturi de agrement, muzee și galerii, muzee în aer liber, cazinouri, centre pentru meșteșuguri populare, ferme funcționale, deschise publicului, Centre expoziționale etc.

Evenimentele speciale care s-ar încadra în turismul de experiență sunt și ele de mai multe categorii: drumeții, gastronomie, tradiții și plimbări cu barca pe râul Nistru, evenimente sportive, culturale, muzicale, folclorice, festivaluri de artă, aniversări istorice, târguri și expoziții, dar și evenimente religioase etc. Termenul de «atracție turistică» este, de fapt, impropriu, având în vedere că majoritatea vizitatorilor pentru aceste atracții nu sunt turiști, în sensul acceptat al definiției acestora, ei fiind, adesea, doar vizitatori de o zi și nu vizitatori cazați, cel puțin pentru o noapte sau sunt chiar locuitori ai localității unde se află atracția. De aceea, mai corect ar fi să vorbim despre atracții pentru vizitatori, decât atracții turistice. Ne interesează, însă, în mod deosebit, acele atracții care sunt vizitate de un număr cât mai mare de turiști axați pe turismul de experiență.

Aceste atracții, fie ele naturale (parcuri, păduri, peisaje, plaja, flora, fauna etc.), fie antropice (situri arheologice, muzee, case memoriale, castele, biserici și mănăstiri, cetăți medievale, teatre, baze sportive etc.), huburi turistice în diferite zone ale RM, de exemplu, pe lângă vinării sau monumente naturale vor fi întotdeauna motivul central pentru care turiștii vizitează o destinație. Lipsa completă a atracțiilor îi va ține departe pe potențialii vizitatori, indiferent cât de bine ar fi puse la punct infrastructura și toate celelalte facilități.

În multe cazuri, mâna omului a creat atracții turistice în zone cu o natură deloc seducătoare (de exemplu, stațiunea Las Vegas din Nevada a fost construită în plin deșert). Tot în rândul turismului de experiență intră și o serie de evenimente precum expoziții temporare, festivaluri, serbări populare, competiții sportive etc. Așadar, în ceea ce privește turismul de experiență, este necesar să mai facem o deosebire importantă. Unele zone nu au fost create cu scopul principal de a atrage turiști; aici intră muzeele, casele memoriale, castelele, grădinile botanice, rezervațiile naturale și altele. Pentru aceste atracții nu se pune problema maximizării numărului de vizitatori, ci a menținerii acestui număr într-o limită rezonabilă, deoarece un flux prea mare de vizitatori poate avea efecte negative. Atracțiile din această categorie sunt de regula organizații non-profit, aflate în proprietate publică. Într-o altă categorie se înscriu obiectivele care au fost create special pentru a atrage turiști și vizitatori; ele sunt cel mai adesea organizații cu scop lucrativ în proprietate privată. Ne putem gândi aici la parcurile de distracție sau la facilitățile sportive. Unele dintre acestea, ca de exemplu parcul Eurodisney, au devenit adevărate destinații turistice de sine stătătoare, având gara proprie, hoteluri și restaurante, parcuri, sucursale bancare și alte facilități de acest gen. Politicile de preț și de promovare diferă de la o categorie la alta de obiective turistice. Atracțiile non-profit au de regulă tarife de vizitare mai reduse (unele din ele nu percep nici un fel de tarife), în vreme ce atracțiile orientate spre profit au prețuri mai ridicate.

Turismul de experiență are, pe lângă consecințele economice, și o profundă semnificație socio-umană. Acțiunea sa se exercită atât asupra turiștilor, cât și asupra populației zonelor vizitate și se resimte în planul consumului, instruirii și educației, utilizării timpului liber, calității mediului, legăturilor dintre națiuni. Prin conținutul său, turismul de experiență are un rol reconfortant, reparator, contribuind la refacerea capacității fizice a organismului, atât prin formele generale de odihnă, recreere, mișcare, cât și prin cele specifice, de tratament balneo-medical. Totodată, el se manifestă ca un mijloc activ de educație, de ridicare a nivelului de instruire, de cultură și civilizație al oamenilor; turismul de experiență facilitează accesul la valorile culturale, tradițiile locale, favorizează schimbul de idei, de informații, stimulând lărgirea orizontului cultural, de cunoaștere a turiștilor și populației locale, cu efect asupra formării intelectuale. În consecință, turismul de experiență are o importanță deosebită în satisfacerea nevoilor materiale și spirituale ale oamenilor, influențând pozitiv dimensiunile și structura consumului.

Consumul turistic are o alcătuire eterogenă, fiind reprezentat, în termeni financiari, de cheltuielile făcute de turiști pentru cumpărarea de bunuri și servicii specifice. Deși determinat de o gamă largă de factori, de natură obiectivă și subiectivă, specifică și nespecifică, cât și de particularitățile economiilor locale, turismul de experiență a înregistrat, de-a lungul timpului, o creștere semnificativă - de 2-3 ori pentru majoritatea țărilor europene, în perioada 2000 – 2019 argumentând integrarea turismului de experiență în modul obișnuit de existență al unor categorii sociale tot mai largi.

Turismul de experiență poate fi structurat pe două mari componente: consumul intern, efectuat de turiștii autohtoni în propria țară, și consumul internațional sau exterior, cel efectuat într-o altă țară decât cea de reședință. Determinarea cu exactitate a turismului de experiență, mai ales a celui intern, este dificil de realizat, datorită numeroaselor interferențe între acesta și consumul curent de bunuri și servicii. Cu toate acestea, există mai multe modalități de evaluare a acestuia, utilizate în practică turistică internațională. Pentru caracterizarea turismului intern de experiență se utilizează, de regulă, ponderea cheltuielilor pentru servicii în „hoteluri și restaurante” în totalul consumului final. Sunt țări cu mai multă experiență în domeniu și care operează cu o gamă mai largă de indicatori (consumuri legate de sejur, consumuri turistice și paraturistice etc), în funcție de informațiile de care dispun sau care folosesc o metodologie mai elaborată de calcul a consumului turistic. Fluxurile turistice internaționale reprezintă una dintre cele mai dinamice componente ale schimburilor economice internaționale. Ponderea cea mai mare, în circulația turistică internațională, o au fluxurile turistice interne și cele intra-regionale (realizate între țările situate în aceeași regiune turistică). Statisticile internaționale arată că peste trei sferturi dintre voiajele internaționale se desfășoară pe distanțe scurte, cele mai multe dintre acestea fiind realizate în interiorul sau între țările cu economie dezvoltată, din Europa, America de Nord și Asia. Analiza fluxurilor turistice internaționale se realizează utilizând atât indicatori fizici (numărul de sosiri la frontiere), cât și valorici (încasări din turismul internațional). La scară globală, câteva bazine turistice emițătoare domină fluxurile turistice internaționale. Astfel, principalele 10 țări emițătoare de turiști, împărțite între America (SUA și Canada), Europa (Germania, Marea Britanie, Franța, Olanda, Italia, Belgia și Spania) și Asia (Japonia), reprezintă, împreună, peste 40% din bazinele de cerere turistică la nivel mondial. Acestea reprezintă principalele țări bogate ale lumii.

Mai mult de jumătate dintre turiștii internaționali au, de fapt, domiciliul în țări europene, ceilalți provenind de pe continentul american (sub 20%) și din Asia de Sud și Pacific (regiune ce înregistrează cele mai ridicate ritmuri de creștere ale sosirilor de turiști internaționali, în ultimii ani), în timp ce, împreună, Africa și Asia de Sud abia ating 3%.

Țările cu economie dezvoltată reprezintă atât marii emițători de turiști, cât și principalele destinații turistice ale lumii, astfel că ambele „capete” ale fluxurilor turistice mondiale sunt situate, în principal, în Europa și America de Nord.

Răspunzând unor cerințe de ordin social, turismul de experiență se afirmă și ca un important mijloc de utilizare a timpului liber. Prin formele sale, turismul de experiență contribuie deopotrivă la recuperarea capacității fizice a organismului și la lărgirea orizontului de cunoaștere, de informare a călătorului. Corespunzător acestor avantaje, turismul de experiență se regăsește ca principală destinație a timpului liber, atât pentru cel localizat la sfârșitul săptămânii, cât și pentru vacanțe sau concedii de odihnă. Activitatea turistică, înțeleasă ca proces de producție, cu intrări și ieșiri, presupune și exploatarea unei game variate de resurse, între care cele naturale au un rol fundamental. În consecință, turismul exercită influență asupra mediului și componentelor sale.

Concluzie

Turismul are o contribuție însemnată la menținerea și îmbunătățirea calității mediului, se manifestă ca un factor activ al dezvoltării durabile. Tot pe plan socio-cultural, dar și politic, turismul acționează în direcția intensificării și diversificării legăturilor dintre națiuni. Călătoriile, și în mod

deosebit cele internaționale, reprezintă o cale eficientă de contact cu realitățile și popoarele altor locuri, iar rolul lor devine tot mai important pe măsura creșterii circulației turistice, respectiv a numărului persoanelor și țărilor participante la trafic. Turismul contribuie, astfel, la promovarea unei mai bune înțelegeri între popoare aparținând diferitelor culturi și naționalități, la reînvierea tradițiilor, la valorificarea prețioasei moșteniri a culturii universale. Prin ansamblul posibilităților pe care le oferă și condițiilor pe care le reclamă pentru buna sa desfășurare, turismul constituie, de asemenea, un instrument eficient al destinderii internaționale, de consolidare și menținere a păcii în lume.

Bibliografie:

1. Valentina Drogobescu, Managementul prestației turistice, Editura Cartier, Chișinău 2019, p.71
2. Dumitru Botnariu, Economia turismului – studii de caz, Editura Știința, Chișinău 2018, p.38
3. Cristian Valentin Hapenciuc, Cercetarea statistică în turism, Editura Cartier, Chișinău 2019, p.62
4. Liviu Mihăescu, Turism durabil - economie informațională - noi perspective ale dezvoltării economice, Editura Arc, Chișinău 2017, p.19

BULAT Veronica

ID ORCID: 0000-0002-6051-3460, mail: veronica.bulat@usm.md