

PERSPECTIVELE DEZVOLTĂRII TURISMULUI INTERNAȚIONAL

*Amalia GURGUI, manager,
Constanța, România*

În acest articol este prezentat turismul în calitate de ramură economică primordială la nivel mondial, inclusiv prin faptul că oferă locuri de muncă. De asemenea, sunt menționați factorii ce contribuie la dezvoltarea turismului emițător și cel receptor atât în Republica Moldova, Rusia, cât și în alte țări ale lumii.

Cuvinte cheie: *turism, turism receptor, turism emițător, dezvoltare, economie.*

Introducere. În prezent, turismul internațional reprezintă cel mai dinamic sector în dezvoltare al economiei mondiale. Același lucru este valabil și pentru Rusia. În anul 2012, în ciuda recentelor evoluții negative din Africa de Nord și Orientul Mijlociu, este puțin probabil să se reducă cererea globală. Modificări va suporta caracterul destinațiilor și rutelor turistice. Potrivit datelor UNWTO, va continua creșterea numărului de sosiri turistice internaționale, dar mai moderat, ce va constitui, în medie, 4-5%.

În economia globală, turismul este un important creator de locuri de muncă, deoarece oferă peste 75 de milioane de locuri de muncă la nivel mondial. Fiecare al doisprezecelea om activează în sectorul turismului. Turismul internațional oferă locuri de muncă, în primul rând, tinerilor și femeilor atât în zonele urbane, cât și în cele rurale.

O caracteristică importantă, cu preponderență pentru Republica Moldova, constă în faptul, că turismul în economia mondială ocupă primul loc privind crearea locurilor de muncă primare, care asigură studenții cu locuri de muncă. În acest context, este mai ușor și mai simplu, în special pentru tânăra generație, să pătrundă pe piața forței de muncă. Desigur, nu toți cei care își încep cariera în turism o continuă toată viața, dar existența unei astfel de posibilități este foarte necesară. Prin urmare, tânăra generație joacă un rol tot mai important în structura Turismului.

O altă caracteristică a turismului internațional constă în faptul că apar modificări în caracteristicile de vârstă ale turiștilor care călătoresc. Anterior, contingentul principal de consumatori ai serviciilor industriei turismului era reprezentat de către oamenii între 30 și 50 de ani. În prezent, în țările dezvoltate, oamenii, care își permit să călătorească, trăiesc mai mult, se pensionează la un nivel mai sănătos. Treptat crește numărul de turiști/călători cu vârsta de peste 60 și 70 de ani. Cu toate acestea, este evidentă și o altă tendință: prima dată în ultimul deceniu, foarte mulți tineri cu vârsta cuprinsă între 16-18, de asemenea, au devenit turiști activi. Practica mondială atestă faptul, că sunt create companii de turism care se specializează în turism pentru tineret. Atare companii apar în Republica Moldova, Rusia și în alte țări.

THE DEVELOPMENT PROSPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM

*Amalia GURGUI, Manager,
Constanta, Romania*

This paper presents tourism as one of the most important economic sectors worldwide, including by the fact that it provides jobs. Likewise, there are listed the factors that contribute to the development of inbound and outbound tourism in both Moldova, Russia and other countries.

Keywords: *tourism, inbound tourism, outbound tourism, development, economy.*

JEL Classification: *R11, R15, R51, R58*

Introduction. Currently, international tourism is one of the most dynamic and fastest growing sectors of the world economy. The same fact is true regarding Russia. In 2012, despite the recent negative developments in North Africa and the Middle East, is unlikely for the global demand to reduce. Most likely, there will be changes in the nature of tourism destinations and routes. According to UNWTO data, the increase in the number of international tourist arrivals will continue, but at a more moderate level, that will amount in average 4-5%.

In the global economy, tourism is one of the leading providers of jobs as it creates more than 75 million jobs worldwide. Every twelfth man is working in the tourism sector. International tourism provides employment especially among young people and women in both urban and rural areas.

An important feature that should be considered especially in Moldova is that tourism in the global economy is on the first place regarding the creation of primary jobs, which provides work for students. In this context, it is just easier and simpler, especially for the younger generation to enter the labor market. Of course, not all those who are starting their career in tourism, continue it all of their lives, but the existence of this possibility is very necessary. Therefore, the youth play an increasingly important role in the structure of tourism.

Another feature of international tourism is the changes of the age characteristics of traveling tourists. Previously, the main contingent of consumers in the tourism industry was represented by people between 30 and 50 years old. Currently, in the developed countries, the people who can afford to travel live longer and retire at a healthier level. The number of travelers who are over 60 and 70 years old gradually increases. However, there is another obvious trend: for the first time in the last decade, a huge segment of young people aged 16-18 years also become active tourists. World practice shows that there are created travel companies specialized in tourism for the youth. Such companies appear in Moldova, Russia and other countries.

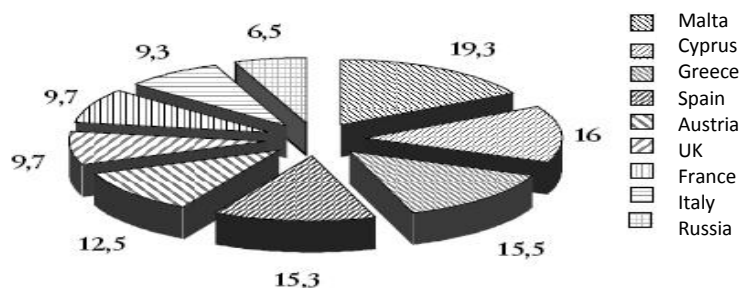


Fig. 1. Veniturile din turism în PIB-ul țării, ținând cont de efectul multiplicator

Fig. 1. Revenues from tourism in the country's GDP, taking into account the multiplier effect

Sursa/Source: WTO UNWTO.

Conform estimărilor Organizației Mondiale a Turismului (OMT UNWTO), pentru ponderea turismului în PIB-ul mondial revine 9,4%, luând în considerare efectul de multiplicare. Potrivit datelor Ministerului Sportului, veniturile din turism în PIB-ul diferitor țări sunt: Grecia – 15,5%, Spania – 15,3%, Austria – 12,5%, iar și în Rusia doar 6,5% (fig. 1). În opinia experților, Rusia folosește potențialul său turistic și de agrement la un nivel de doar 20%, fapt ce explică contribuția mai scăzută a turismului în economia țării în comparație cu țările dezvoltate ale lumii.

Principalele tendințe în dezvoltarea turismului

În Federația Rusă, în anul 2011, potrivit datelor Ministerului de Sport și Turism, turismul emitator a crescut față de anul 2010 cu 38% și a constituit 13,1 milioane de turiști. În anul 2000, călătoriile cetățenilor ruși în scopuri de recreere și odihnă prin intermediul turismului a constituit 4,49 milioane. Comparativ cu anul 2010, numărul de astfel de excursii a crescut de cca 3 ori. Cele mai vizitate țări de către turiștii ruși, în 2011, sunt: Turcia (2,2 milioane), Egipt (1,5 milioane), Italia (362 mii de persoane), Grecia (360 mii de persoane), Spania (355 mii de persoane), Germania (349 mii de persoane), pentru ponderea cărora revine peste 50% din fluxul ieșirilor turistice.

Turismul receptor, în anul 2011, a atins 29,1 milioane de călători, cu 3,2% mai mult decât în 2010. Totuși, în anul 2007, numărul turiștilor interni a fost la același nivel ca și în 2010, iar în anii 2006-2007, adică până la criza financiară și economică, creșterea medie anuală a fluxului de turiști a variat de la 10 până la 15%, iar potrivit estimărilor turismului rusesc, trebuia să atingă, până în 2015, cifra de 46-48 milioane de oameni. Actualmente, aceste previziuni sunt susceptibile, prin urmare vor fi ajustate.

Veniturile din turismul internațional (în miliarde dolari), conform datelor Organizației Mondiale a Turismului (OMT), în anul 2010, în diferite țări au constituit: SUA - 93,9 (1 loc în lume), Spania – 53,2 (locul 2) Franța – 49,4 (locul 3), China – 39,7 (locul 4), India – 11,4 (locul 16), Rusia – 9,3, ocupând doar al 28-lea loc din lume (în 2007 ocupă locul 30, cu un venit de 7,0 miliarde de ruble).

Conform indicatorilor cheltuielilor internaționale turistice, estimați de OMT, în anul 2011, Republica Moldova a ocupat locul 10 în lume cu cifra de 20,8 miliarde de dolari. Pe primul loc potrivit cheltuielilor turistice în străinătate din anul 2011 a fost Germania (81,2 miliarde dolari), pe locul doi – Statele Unite ale Americii (73,2 miliarde dolari), pe locul trei – Marea Britanie (50,1 miliarde dolari), pe locul patru – China (43,7 miliarde dolari), pe locul cinci – Franța (38,5 miliarde dolari). Prin urmare, pentru dezvoltarea turismului receptor în Rusia

According to estimates of the World Tourism Organization (WTO UNWTO), the share of tourism in the global GDP is 9.4%, taking into account the multiplier effect. According to the Ministry of Sports, the tourism revenues in the GDP of different countries is: Greece – 15.5%, Spain – 15.3%, Austria – 12.5% and in Russia only 6.5% (Fig. 1). According to experts, Russia uses its tourism and recreational potential at a level of only 20%, which explains the lower contribution of tourism to the country's economy compared with the developed countries of the world.

Main tendencies in the development of tourism

In the Russian Federation, in 2011, according to the data of the Ministry of Sports and Tourism, outbound tourism has increased compared to 2010 by 38% and amounted 13.1 million visitors. In 2000, the travels of Russian citizens with the objectives of recreation and leisure through tourism amounted 4.49 million. Compared to 2010, the number of such trips has increased almost 3 times. The most visited countries by Russian tourists in 2011 were Turkey (2.2 million), Egypt (1.5 million), Italy (362 thousand people), Greece (360 thousand people), Spain (355 thousand people), Germany (349 thousand people), which accounted for over 50% of the outbound tourism flow.

Inbound tourism, in 2011, reached 29.1 million travelers, which is 3.2% more than in 2010. However, in 2007 the number of domestic tourists was at the same level as in 2010, and in 2006 – 2007, ie to the financial and economic crisis, the average annual increase in the flow of tourists ranged from 10 to 15% and is according to estimates of the Russian tourism, should reach by 2015 46-48 million people. Actually, these predictions are likely to be adjusted.

Revenues from international tourism (in billion dollars), according to the World Tourism Organization (WTO), in 2010, in different countries reached: U.S. - 93.9 (1st place in the world), Spain – 53.2 (2nd place), France – 49.4 (3rd place), China – 39.7 (4th place), India – 11.4 (16th place), Russia – only 9.3, reaching only the 28th place in the world (in 2007 it was in the 30th place with an income of 7.0 billion rubles).

According to international tourist spendings indicators estimated by the WTO, in 2011, Moldova ranked 10th in the world with the figure of 20.8 billion dollars. In the first place in tourist spending abroad in 2011 was Germany (81.2 billion dollars), second – USA (73.2 billion dollars),

este nevoie de a se concentra, în primul rând, pe aceste cinci țări, a căror populație calătorește activ.

Potrivit sosirilor turiștice internaționale UNWTO, în 2011, Republica Moldova a ocupat locul 14, cu un indicator de 19,4 milioane de sosiri (2007 – locul 10, cu 20,2 milioane de sosiri). Pentru comparație: Franța, în 2011 a avut 76,8 milioane de turiști (primul loc în lume), Statele Unite ale Americii – 54,9 milioane (locul 2), China – 50,9 milioane (locul 3). UNWTO estimează, că până în anul 2020, Rusia va ocupa doar locul nouă în lume privind numărului de vizite turistice.

Cauzele creșterii moderate a fluxului de turiști străini poate fi majorarea permanentă a costului unui pachet de servicii turistice ca urmare a creșterii prețurilor pentru bilete de avion și cele feroviare și alte servicii prestate turiștilor străini, precum și asigurarea necorespunzătoare a securității, încălcările față de turiștii străini din partea colaboratorilor de poliție și cei vamali, formalitățile de acordare a vizelor și altele. Pentru deplasarea prin toate țările din zona Schengen sunt suficiente pașaportul și viza, iar pe teritoriul respectiv cetățenii străini trebuie să se înregistreze la Organele afacerilor interne ale fiecărui oraș, a căror ședere depășește 72 de ore.

În registrul operatorilor de turism, la începutul anului 2012 erau incluși 4465 de operatori de turism. Cu toate acestea, dintre aceștia, doar 642 de companii sau 14,4% din numărul total de operatori de turism desfășoară activități în domeniul turismului receptor. Acest lucru denotă, că turism receptor, ca unul din domeniile prioritare ale turismului în Rusia, necesită stimulente suplimentare pentru dezvoltare. Totuși, în ciuda soldului negativ al exporturilor și importurilor de servicii turistice, turismul rus este recunoscut ca fiind unul dintre cele mai dinamice sectoare ale economiei. Potrivit datelor Ministerului Sportului și Turismului, volumul serviciilor turistice cu plată, prestate de către operatorii de turism și agenții de turism, în 2011, a crescut cu 2,1% și a constituit 87,8 miliarde de ruble. Serviciile hotelurilor și alte mijloace de cazare au totalizat 115,4 miliarde de ruble, fiind cu 1% mai mare decât nivelul anului 2010. Prin urmare, trebuie remarcat faptul, că industria ospitalității se dezvoltă treptat și în RM, deși nu la fel de rapid ca și turismul emitator.

De la începutul anilor '90 și până în prezent, principalii factori de dezvoltare activă a turismului emitator rus, comparativ cu cel receptor, sunt: dezvoltarea insuficientă a infrastructurii turistice, uzura morală și fizică considerabilă a bazei materiale existente; discrepanța dintre preț și calitate privind serviciile prestate; deficitul de personal calificat; insuficiența mecanismelor pentru crearea condițiilor favorabile pentru investiții în infrastructura turistică la nivel federal, regional și local; abundența informațiilor negative despre Republica Moldova ca o țară nefavorabilă de promovare a turismului; avansarea slabă a produselor turistice din Rusia pe piața internă și internațională a serviciilor turistice; industria insuficient dezvoltată de divertisment etc.

Printre cauzele principale, care împiedică dezvoltarea turismului receptor, sunt: solvabilitatea redusă a turiștilor în masa, precum și disponibilitatea relativă a odihnei și tratamentului în stațiunile autohtone; costul ridicat pentru călătorie la stațiuni și la alte centre turistice din țară; insuficiența mecanismelor de sprijin pentru dezvoltarea turismului social.

În conformitate cu evaluările centrelor sociologice (Viitorul,

third – United Kingdom (50.1 billion dollars), fourth – China (43.7 billion dollars), the fifth – France (38.5 billion dollars). Therefore, the development of inbound tourism in Russia must focus primarily on these five countries whose population travels extensively.

According to international tourist arrivals by UNWTO, in 2011 Moldova reached the 14th place with 19.4 million arrivals (2007 – 10th place (20.2 million arrivals). For comparison, France, in 2011 had 76.8 million tourists (1st place in the world), the U.S. – 54.9 million (2nd place), China - 50.9 million (3rd place). UNWTO predicts that by 2020, Russia will only be the ninth country in the world based on the number of tourist visits.

The causes for the moderate growth of the flow of foreign tourists can be the permanent rise in the costs of a travel package due to rising prices for air and rail tickets, and other services provided to foreign tourists, as well as inadequate security ensurance, abuse of foreign tourists by police and customs officers, visa obtaining formalities and others. To travel in all the countries of the Schengen zone, a passport and visa is enough, and on the repective territory, the foreign nationals must register in the internal affairs office of each city, if their stay exceeds 72 hours.

In the register of tourism operators, in early 2012, there were included 4.465 tourism operators. However, of these, only 642 companies, or 14.4% of the total number of tourism operators activate in the field of inbound tourism. This shows that inbound tourism, as one of the priority areas of tourism in Russia, require additional incentives for development. However, despite the negative balance of exports and imports of tourism services, Russian tourism is recognized as one of the most dynamic sectors of the economy. According to the data of the Ministry of Sport and Tourism, the amount of paid tourism services rendered by tour operators and travel agencies, in 2011, increased by 2.1% and amounted 87.8 billion rubles. Services of hotels and other accommodation facilities totaled 115.4 billion rubles, being 1% higher than the 2010 level. Therefore, it should be noted that the hospitality industry is gradually developing in Moldova, although not as fast as outbound tourism.

From the early '90s until now, the main factors of active development of the Russian outbound tourism, compared to the inbound one, are: the poor development of the tourism infrastructure, the considerable moral and physical wear of the existing material base; the gap between price and quality of provided services; shortages of qualified personnel; the lack of mechanisms for creating favorable conditions for investment in the tourism infrastructure at a federal, regional and local level; the abundance of negative information about the Moldova as an unfavorable country for tourism promotion; the poor advancement of tourism products from Russia on the domestic and international tourist services market; the underdeveloped entertainment industry etc.

Among the main reasons that hinder the development of inbound tourism, are: the reduced creditworthiness of tourists in mass, and also the relative availability of rest and treatment in local resorts; the high cost to travel to resorts and other tourist centers in the country; the lack of

expert-grup), aproximativ două treimi sau 52-58% din populația țării, pe parcursul perioadei 2005-2011, s-au aflat la domiciliu și nu au peltat nicăeri în timpul concediilor. Numărul persoanelor din Rusia, care pleacă în vacanță în străinătate, în medie, în ultimii șapte ani, rămâne la nivelul de 2-4%. Cu toate acestea, datele pentru Moscova și Sankt-Petersburg sunt diferite față de indicatorii la nivel național: deci, în 2012, vacanța în străinătate au planificat-o 16% din moscoviții și 10% din populația din Sankt-Petersburg.

Ponderea rușilor, care se odihnesc în stațiunile rusești la Marea Neagră, în anii 2005-2011, variază între 6-9% din totalul populației. Același număr de cetățeni își petrec vacanța "într-un alt oraș", iar vacanța în Crimeea o petrec doar 1-2%. Datele privind cheltuielile prevăzute și acceptate de către cetățenii ruși pentru a-și petrece vacanța reflectă faptul, că în ultimii șase ani (2006-2011), acestea au crescut de la 10494 până la 17102 ruble, și constituie peste 400 de euro.

De asemenea, trebuie remarcat și aspectul, că pentru turiștii în masă produsul turistic străin, în comparație cu cel autohton, este mai accesibil în ceea ce privește prețul. În domeniul turismului receptor, cel mai semnificativ crește costul serviciilor în domeniul transportului aerian și terestru, cazarea la hotel, vizitarea muzeelor și expozițiilor.

În general, turismul autohton, atât cel de recetor, cât și emitor, sporește datorită unui grup restrâns al populației, care își poate permite o vacanță plăcută deplină în străinătate sau în Rusia.

Baza materială a industriei turistice

În conformitate cu datele UNWTO, Eurostat, Moldstat Rosstat, numărul mijloacelor colective de cazare a crescut: în anul 2000 au fost 905826, în 2011 – 1238827, cu 27% mai mult decât în anul 2000. În anul 2004, au existat aproximativ 4 mii de hoteluri, iar în 2011 au devenit deja 7410, timp de 6 ani, numărul de hoteluri, practic, s-a dublat. În prezent, în mod activ se construiesc hoteluri noi, inclusiv mici. Tot mai multe lanțuri hoteliere internaționale apar în Moscova, Sankt Petersburg și în alte orașe mari ale țării, de asemenea, apar și brânduri hoteliere autohtone.

Cu toate acestea, numărul stațiunilor balneoclimaterice sanatoriale și a mijloacelor specializate de cazare continuă să scadă. În 2011, numărul stațiunilor a constituit 403429, în timp ce în 2000 au fost 487630, așa dar, în ultimii 9 ani numărul MSE s-a redus cu 842 de centre de sănătate sau cu 17,3%. Din aceste considerente, MSE activează mai complicat în condițiile de piață. Având în vedere orientarea lor socială și contribuția semnificativă pentru sănătatea cetățenilor ruși, guvernul trebuie să acorde mai multă atenție pentru sprijinul acestora la toate nivelurile de guvernare.

În Rusia, practic, toți subiecții au potențial turistic pentru diferite tipuri de turism, dar majoritatea dintre ei nu au infrastructură turistică. În plus, tendința de insuficiență totală a mijloacelor de cazare duce la lipsa concurenței și creșterea substanțială anuală a prețurilor pentru serviciile hoteliere. Astfel, problema creșterii cantitative și calitative a industriei ospitalității, atât în capitală, cât și în toată Rusia, necesită soluții eficiente.

Factorii principali, care împiedică atragerea investițiilor în industria turismului, sunt: lipsa suprafețelor/terenurilor gata de investiții, condițiile nerentabile ale arendei terenului, prezența barierelor administrative, insuficiența mecanismelor privind

support mechanisms for the development of social tourism.

According to assessments of sociological centers (Viitorul, expert-group), about two-thirds or 52-58% of the country's population, during the period 2005-2011 have been at home and did not leave anywhere during the holidays. The number of people in Russia, who go on holiday abroad, on average, over the past seven years, remains at the level of 2-4%. However, data for Moscow and St. Petersburg are different from national indicators: therefore, in 2012, 16% of the Moscow population has planned holidays abroad and 10% of the population of St. Petersburg.

The share of Russians, who are resting in the Russian Black Sea resorts in the years 2005-2011, range between 6-9% of the total population. The same number of people vacationing "in another city", and spend vacation in Crimea only 1-2%. Expenditure data provided and accepted by Russian citizens to spend on their holidays reflects the fact that in the last six years (2006-2011), this sum increased from 10494 to 17102 rubles, which is over 400 euros.

It should also be noted the fact that mass mass tourists the foreign tourism product, compared to the domestic one, is more accessible in terms of price. In the inbound tourism sector, the most significant increases remain in the cost of air and land transport services, hotel accommodation, visits to museums and exhibitions.

In general, domestic tourism, both inbound and outbound increases due to a small group of people who can afford a nice complete holiday abroad or in Russia.

The material basis of the tourism industry

According to UNWTO, Eurostat, Moldstat, Rosstat data, the number of means of collective accommodation increased: in 2000 were 905.826, in 2011 – 1.238.827, 27% more than in 2000. In 2004, there were approximately 4000 hotels and in 2011 have already become 7410, during 6 years, the number of hotels practically doubled. Currently, new hotels are actively built, including small ones. More and more international hotel chains appear in Moscow, St. Petersburg and other cities of the country, also appear domestic hotel brands.

However, the number of sanatorial spas and specialized accommodation continues to decline. In 2011, the number of resorts was 403.429, while in 2000 there were 487.630, therefore, in the last nine years the number of ESM decreased by 842 health centers or by 17.3%. Therefore, ESM operates more complicated in market conditions. Given their social orientation and significant contribution to the health of Russian citizens, the government should pay more attention to their support at all levels of government.

In Russia, virtually all subjects have tourism potential for different types of tourism, but most of them do not have the tourist infrastructure. In addition, the trend of overall insufficient means of accommodation and lack of competition leads to a substantial annual price increase for hotel services. Thus the problem of quantitative and qualitative growth of the hospitality industry, both in the capital and throughout Russia, requires effective solutions.

The main factors that hinder attracting investments in the tourism industry are the lack of surfaces/land ready for investments, unprofitable conditions of land lease, the

sprîjinul dezvoltării turismului de afaceri, inclusiv lipsa unui sistem „fereastră unică”, precum și alte beneficii în ceea ce privește impozitul, vama și altele, prezente în țările dezvoltate și în curs de dezvoltare. Deci, simpla înregistrare a terenului pentru un hotel necesită adesea un număr foarte mare de aprobări și se prelungește timp de doi sau trei ani.

Pe lângă problemele menționate, prezintă importanță deosebită adoptarea planurilor generale de dezvoltare atât pentru teritoriile sanatoriale, precum și a altor centre și orașe turistice, ținând cont de strategiile de dezvoltare, tendințele globale în dezvoltarea industriei turismului. Principalii factori, care determină viitorul industriei turismului, ar trebui să includă atât condițiile politice, cât și socio-economice de dezvoltare a țării, concurența la nivel ramural și internațional, mijloacele de transport aerian și alte modalități, tehnologiile informaționale și inovaționale, atât în industria propriu zisă a turismului, cât și în industriile conexe etc.

Concluzii. Prin urmare, în ciuda tendințelor pozitive în dezvoltarea turismului, un potențial turistic imens din țara noastră nu este încă solicitat, deoarece în turismul din R.Moldova, CSI, Rusia rămân o mulțime de probleme de soluționat. Cele mai multe dintre acestea posedă un caracter complex, iar rezolvarea lor depinde de toți participanții de pe piața turistică: structurile de stat, businessul turistic, organizațiile publice, comunitățile științifice. Nivelul serviciilor și dezvoltării infrastructurii afacerilor turistice autohtone este inferior față de cel străin. Cetățenii RM călătoresc la un nivel redus în propria lor țară. De asemenea, Republica Moldova pierde și în competiția internațională de atragere a turiștilor. Cu toate acestea, practica mondială atestă faptul, că în cazul convergenței intereselor majorității, problemele turistice, chiar dacă nu imediat, dar, totuși, își găsesc soluția.

Pentru crearea industriei turistice competitivă în Republica Moldova este esențială o politică de stat clară și evidentă în acest domeniu, bazată pe acte legislative-normative relevante, care conțin obiective și sarcini strategice, mecanisme formate și instrumente de soluționare a acestora, selectare a personalului calificat pentru realizarea lor și altele. Este important să se efectueze planificarea strategică de dezvoltare a turismului în conformitate cu principiile de dezvoltare durabilă și tendințele industriei mondiale a turismului; asigurarea investițiilor pe termen lung în acest sector și asigurarea climatului investițional favorabil adecvat; crearea noilor direcții de dezvoltare a turismului; pregătirea personalului înalt calificat la toate nivelurile, cu un număr suficient pentru domeniul respectiv; promovarea turismului autohton pe piața internă și cea internațională.

administrative barriers, the lack of mechanisms for supporting the development of business tourism, including the lack of a "single window", and other benefits in terms of taxes, customs and others present in the developed and developing world. So, the simple registration of a land for a hotel often requires a large number of approvals and extends for two or three years.

In addition to the problems mentioned, the adoption of a general development plan is of special importance both for the sanatorium territories, as well as for other cities and tourist centers, taking into account development strategies, global trends in the development of the tourism industry. The main factors that determine the future of the tourism industry should include both political, and socio-economic development conditions of the country, the competition at the branch level and international level, air transport options and other ways, information and innovative technologies, both in the actual tourism industry and in related industries etc.

Conclusions. Therefore, despite the positive trends in tourism development, a huge tourism potential in our country is not yet requested because tourism in Moldova, CIS and Russia remain a lot of problems to solve. Most of them have a complex character, and their resolution depends on all participants in the tourist market: state structures, business tourism, public organizations, and scientific communities. Service levels and infrastructure development of local tourism businesses is lower than the foreign one. Moldovan citizens traveling at a low level in their own country. The Republic of Moldova loses in international competition to attract tourists. However, global practice attests that in case of convergence of the majority interest problems, the tourism problems, even if not immediately, but still will find a solution.

To create a competitive tourism industry in Moldova a clear and obvious state policy is essential in this filed, based on relevant legislative acts, which include objectives and strategic tasks, created mechanisms and tools to solve them, selecting qualified personnel for their realization, and others. It is important to conduct strategic planning for tourism development in accordance with the principles of sustainable development and global tourism industry trends, ensuring long-term investments in this sector and ensuring adequate and favorable investment climate, creating new directions for tourism development, training of highly skilled personnel at all levels, with a sufficient number for the respective field, promoting domestic tourism in the country and internationally.

Referințe bibliografice/ References:

1. CROTENCO, I., GRIBINCEA, A. Moldova și dezvoltarea turismului internațional. In: Idei și valori perene în științele socio-umane: sesiunea științifică, 8-10 septembrie 2006. Ediția XXI. Zilele Academice Iașene. Iași, 2006, p. 93.
2. GRIBINCEA, A. Dezvoltarea turismului și creșterea economică. In: Anuar științific IRIM. Chișinău, 2005, vol. 3, pp. 173-178. ISSN 1857-1840.
3. GRIBINCEA, A. Semnificația tratatului de la Maastricht în dezvoltarea turismului. In: Dezvoltarea turismului la începutul sec. XXI: conferința științifico-practică internațională, 27 septembrie 2006. Chișinău: ULIM, 2007, pp. 12-15. ISBN 978-9975-70-178-5.
4. PALNIȚCHI, E., GRIBINCEA, A. Activitatea promoțională în turism. In: Studii Economice. 2009, nr. 1-2, pp. 336-342
5. POPA, M., GRIBINCEA, A. Aportul turismului la reducerea subdezvoltării. In: Turismul rural românesc: actualitate și perspective. Iași: Performantica, 2008, pp. 169-172.
6. POPA, M., GRIBINCEA, A. Avantajele electronicii în serviciul industriei turistice. In: Dezvoltarea turismului la începutul sec. XXI: conferință științifico-practică internațională, 27 septembrie 2006. Chișinău: ULIM, 2007, pp. 95-101. ISBN 978-9975-70-178-5.
7. POPA, M., GRIBINCEA, A. Impactul turismului asupra dezvoltării economice. In: Economie și sociologie. 2005, nr. 3, pp. 162-169.

Recomandat spre publicare: 11.09.2013