



Universitatea Tehnică a Moldovei

MANAGEMENTUL TURISMULUI: PROBLEME, REALIZĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI

Student: Bulatovici Cristina
Conducător: profesor, doctor habilitat Litvin Aurelia

Chișinău, 2023

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

Universitatea Tehnică a Moldovei

Programul de master „Administrarea afacerilor în sectorul agroalimentar” 120 cr

Admis la susținere

Șef DEM: conf.uni., dr. Țurcan Rina

_____” _____ 2023

Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități

TEZĂ DE MASTER

Masterand: Bulatovici Cristina (_____)

Conducător: Litvin Aurelia, prof.univ., dr. hab. (_____)

Chișinău, 2023

Adnotare

BULATOVICI Cristina, "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități"

Structura tezei cuprinde: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie din 28 de titluri, 85 pagini text de bază.

Cuvinte-cheie: management, sustenabilitate, inovare, dezvoltare durabilă, promovare.

Domeniul de studiu: aplicarea principiilor și practicilor de gestionare a industriei turismului.

Scopul și obiectivele lucrării: Scopul cercetării este de a dezvolta și fundamenta teoretic metodele de gestionare a organizațiilor din industria turismului, cu accent pe accelerarea dezvoltării acestei industrii și creșterea eficienței afacerilor turistice. Lucrarea "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" are ca obiective principale analiza impactului pandemiei COVID-19 asupra industriei turismului la nivel global și local, identificarea strategiilor dezvoltate pentru a face față noilor provocări, evaluarea activităților de management în diverse sectoare ale industriei turismului și identificarea problemelor și realizărilor acestora, evidențierea rolului crucial al digitalizării în menținerea contactului cu clienții și în crearea unor noi modele de afaceri, promovarea turismului intern și local și diversificarea ofertelor turistice, evaluarea problemelor de coordonare și colaborare între organizațiile din industrie și necesitatea de a investi în formarea și dezvoltarea competențelor profesionale ale managerilor din turism, precum și evidențierea realizărilor remarcabile ale activităților de management, inclusiv dezvoltarea de strategii inovatoare și adaptarea la noile cerințe ale pieței.

Noutatea și originalitatea științifică. Lucrarea se evidențiază prin caracterul său inovator și original în domeniul științific, deoarece abordează într-un mod cuprinzător și contextualizat managementul turismului în Moldova. Prin explorarea metodelor de gestionare inovatoare și propunerea de soluții practice, lucrarea aduce o perspectivă nouă și actuală asupra dezvoltării și eficienței afacerilor turistice în această țară.

Metodele aplicate la realizarea cercetării. Pentru realizarea cercetării autorul a utilizat cercetări teoretice și metodologice la nivel național și internațional din domeniul marketingului și managementului în turism, împreună cu materiale și recomandări provenite din conferințe și simpozioane științifice, au fost examinate documentații normative și legale oficiale privind managementul turismului, date statistice, materiale din organizații internaționale și ale Biroului Național de Statistică, precum și publicații relevante în domeniu.

Adnotation

BULATOVICI Cristina, "Tourism Management: Issues, Achievements, and Opportunities."

The thesis structure includes: introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography of 28 titles, 85 pages of main text.

Keywords: management, sustainability, innovation, sustainable development, promotion.

Field of study: application of principles and practices of managing the tourism industry.

The aim and objectives of the thesis: The aim is to develop and theoretically substantiate management methods for organizations in the tourism industry in Moldova, with a focus on accelerating the development of this industry and increasing the efficiency of tourism businesses. The main objectives of the thesis "Tourism Management: Issues, Achievements, and Opportunities" are to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on the global and local tourism industry, identify strategies developed to address the new challenges, evaluate management activities in various sectors of the tourism industry and identify their problems and achievements, highlight the crucial role of digitization in maintaining customer contact and creating new business models, promote domestic and local tourism and diversify tourism offerings, assess coordination and collaboration issues between organizations in the industry, and emphasize the need to invest in the training and development of professional skills of tourism managers, as well as highlight remarkable achievements in management activities, including the development of innovative strategies and adaptation to new market requirements.

Scientific novelty and originality: The thesis stands out for its innovative and original character in the scientific field as it comprehensively and contextually addresses tourism management in Moldova. By exploring innovative management methods and proposing practical solutions, the thesis brings a new and current perspective on the development and efficiency of tourism businesses in this country.

Research methods applied: The author used theoretical and methodological research at the national and international levels in the fields of marketing and tourism management. Materials and recommendations from conferences, symposiums, and scientific seminars were examined, along with official normative and legal documentation on tourism management, statistical data, materials from international organizations and the National Bureau of Statistics, as well as relevant publications in the field.

Cuprins

Introducere.....	8
1.FUNDAMENTE TEORETICE ALE MANAGEMENTULUI TURISMULUI.....	12
1.1. Turismul-mijloc de dezvoltare a economiei.	12
1.2. Evoluția noțiunii managementului turismului.....	18
1.3. Tipuri de organizații în industria turistică și principalele lor caracteristici.....	23
Concluzii ale capitolului.....	31
2.ANALIZA MANAGEMENTULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA. 32	
2.1. Impactul pandemiei COVID-19 asupra turismului.	32
2.2. Analiza strategiilor de dezvoltare și a suportului infrastructurii de management în domeniul turismului.....	37
2.3. Evaluarea activităților de management a turismului în diverse sectoare: probleme și realizări.	42
Concluzii ale capitolului.....	56
3.METODE DE DEZVOLTARE A MANAGEMENTULUI ÎN DOMEIUL AGRO-ALIMENTAR ÎN REPUBLICA MOLDOVA.	57
3.1. Metode de dezvoltare a competențelor profesionale de management pentru întreprinderile din domeniul turismului rural.....	57
3.2. Recomandări metodologice pentru implementarea noilor forme organizaționale de management în industria turismului.....	61
3.3. Elaborarea unui model de mecanism organizatoric și economic pentru gestionarea unui cluster regional de turism.....	67
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	80
BIBLIOGRAFIE	84

Introducere

În secolul al XXI-lea, turismul a devenit un fenomen social și politic profund, având un impact semnificativ asupra economiei și organizării mondiale a multor țări și regiuni. În ultimii 30 de ani, industria turismului a înregistrat progrese semnificative, conform datelor furnizate de The World Travel and Tourism, cu o creștere de 3,8 ori a numărului de turiști internaționali și o multiplicare de 25 de ori a veniturilor valutare. Contribuția turismului la produsul intern brut mondial este de aproximativ 10,4%, iar la investițiile globale este de 5,8%. Fiecare a 16-a loc de muncă este creată în acest sector, iar turismul reprezintă 12% din cheltuielile globale ale consumatorilor. Printre țările care obțin sume impresionante din impozitarea activității turistice se numără: SUA-1,781 mld. dolari, Japonia-1,576 mld. dolari și țările europene 1,450 mld dolari.[25]

Impactul reformelor structurii guvernamentale din Moldova asupra economiei țării a fost semnificativ. Prin implementarea instituției antreprenorialului, simplificarea formalităților turistice, sporirea numărului de persoane capabile să călătorească în străinătate, politica de reglementare valutară și identificarea unei categorii de populație stabilă, cu venituri medii și ridicate, care poate călători în străinătate, s-a generat un impuls puternic pentru creșterea fluxurilor masive de turiști. Aceste fluxuri au condus la o redistribuire semnificativă a capitalurilor și a priorităților în domeniul turismului, au dus la o revitalizare a industriei turismului și la crearea a mii de organizații în acest sector, generând zeci de mii de locuri de muncă. Totuși, analiza situației pieței turistice din Moldova indică faptul că dezvoltarea turismului în această țară se află doar la început. În comparație cu alte țări, nivelul activității turistice a cetățenilor moldoveni rămâne scăzut din cauza capacității lor reduse de plată. Potrivit Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, aproximativ 23,7% din populația Moldovei călătoresc în străinătate. În prezent, din cauza veniturilor mici, majoritatea cetățenilor moldoveni își petrec concediul acasă, iar un număr semnificativ se orientează către turismul de sine stătător. [26]

Turismul intern și de incoming din Moldova întâmpină o serie de probleme care împiedică dezvoltarea sa, cum ar fi serviciile slabe oferite, lipsa unei abordări integrate a țării și a regiunilor sale ca destinații turistice, infrastructura turistică subdezvoltată, în special lipsa hotelurilor de clasă medie, performanțele nesatisfăcătoare ale întreprinderilor de transport, insuficiența bazei normative și legislative și restricționarea publicității destinațiilor turistice moldovenești în străinătate. Aceste probleme necesită sprijin din partea statului, iar autoritățile guvernamentale responsabile de gestionarea turismului trebuie să creeze condiții eficiente pentru activitatea organizațiilor turistice, prin formarea și îmbunătățirea bazei legislative, dezvoltarea

antreprenorialului în turism, consolidarea bazei materiale și tehnice a industriei turismului prin atragerea de investiții naționale și străine, dezvoltarea infrastructurii turistice pentru a asigura competitivitatea țării pe piața internațională și renașterea turismului social. De asemenea, se impune o activitate de publicitate și informare, axată pe promovarea și formarea imaginii Moldovei ca o țară favorabilă turismului.

Din analiza publicațiilor ale tour operatorilor și agențiilor de turism în publicațiile specializate, se poate concluziona că gama de servicii este foarte restrânsă, iar produsele oferite de organizațiile din industria turismului nu sunt semnificativ diferite între ele. Această situație denotă o competiție acerbă între organizațiile turistice din Moldova pentru a atrage clienți. În astfel de circumstanțe, competiția nu se referă doar la prețurile serviciilor turistice sau la noi tipuri de oferte și calitatea lor, ci și la disponibilitatea unei echipe de personal experimentat și calificat în organizație. De aceea, se pune o mai mare importanță pe formarea unei culturi corporative în organizațiile din industria turismului, ca factor esențial de creștere a competitivității, eficienței producției de servicii și managementului.

Industria turismului a fost puternic afectată de pandemia COVID-19, cu probleme precum restricțiile de călătorie, anularea rezervărilor și scăderea veniturilor pentru companii. Cu toate acestea, criza a arătat nevoia de a fi pregătiți pentru astfel de evenimente și de a dezvolta strategii de gestionare a crizelor. În același timp, tehnologia a jucat un rol crucial în transformarea industriei turismului în ultimii ani. Noile aplicații mobile, platformele online și tehnologia blockchain au creat noi oportunități de promovare și gestionare a afacerilor, îmbunătățind experiența turiștilor și permițând dezvoltarea unor modele de afaceri inovatoare.

În rezumat putem accentua ca tema acestei lucrări este foarte actuală deoarece abordează problemele-cheie ale industriei turismului din Moldova, cum ar fi competitivitatea, eficiența producției de servicii și managementul. Aceasta este deosebit de importantă în contextul pandemiei COVID-19 și al schimbărilor tehnologice care au loc în industrie. În plus, lucrarea subliniază importanța formării unei culturi corporative puternice în organizațiile din industria turismului, care poate contribui la creșterea competitivității și eficienței, precum și la gestionarea crizelor.

Această cercetare are ca scop elaborarea fundamentelor teoretice pentru accelerarea dezvoltării industriei turismului în Moldova, prin îmbunătățirea metodelor de gestionare a organizațiilor din acest sector și sporirea eficienței afacerilor turistice.

În acest sens, sunt urmărite următoarele obiective principale:

- Analiza și evaluarea stării actuale a industriei turismului din Moldova, identificarea problemelor de dezvoltare și organizarea managementului acestei industrii.

- Studierea particularităților evoluției pieței turistice în Moldova.
- Analiza și evaluarea impactului pandemiei de COVID-19 asupra industriei turismului, identificarea problemelor majore și a provocărilor cu care se confruntă în această perioadă
- Identificarea factorilor cheie care contribuie la dezvoltarea industriei turismului în contextul soluționării problemelor socio-economice actuale la nivel regional și național.
- Analiza politicilor și strategiilor guvernamentale de dezvoltare a turismului și identificarea posibilităților de îmbunătățire a acestora.
- Identificarea dependenței dintre forme de gestionare a organizațiilor din industria turismului și condițiile specifice de pe piață și propriile lor obiective strategice.
- Elaborarea de recomandări pentru îmbunătățirea gestionării personalului, astfel încât să se îmbunătățească calitatea produselor turistice.

Problema abordată în lucrarea "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" este complexă și vizează identificarea și analizarea principalelor provocări cu care se confruntă industria turismului, precum și a problemelor de management a acesteia. Printre principalele provocări se numără impactul negativ al pandemiei COVID-19 asupra sectorului, dependența excesivă de anumite piețe și vulnerabilitatea la schimbările politice și economice, presiunea asupra resurselor naturale și culturale, creșterea concurenței și a cerințelor clienților, precum și nevoia de a se adapta la noile tehnologii și la schimbările rapide din piață. Prin identificarea și analizarea acestor probleme, lucrarea își propune să ofere soluții și recomandări pentru îmbunătățirea managementului turismului, precum și pentru valorificarea oportunităților de dezvoltare a acestuia.

Baza metodologică a lucrării "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" se bazează pe o abordare sistematică în analiza problemelor de management și pe o analiză economică complexă. Autorul s-a bazat pe cercetări teoretice și metodologice naționale și internaționale în domeniul marketingului și al organizării managementului în industria turismului, precum și pe materiale și recomandări din cadrul conferințelor, simpoziunilor și seminariilor științifice. În lucrare, au fost utilizate documentații normative și legale oficiale referitoare la managementul industriei turismului, date statistice, materialele organizațiilor internaționale și ale Biroului Național de Statistică, precum și publicații relevante în domeniu.

Noutatea lucrării "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" constă în abordarea sistematică și analiza complexă a problemelor de management din industria turismului, explorarea impactului pandemiei COVID-19 și recomandările practice pentru îmbunătățirea managementului și abordarea problemelor identificate.

Lucrarea constă din introducere, trei capitole, concluzii și recomandări. Primul capitol al lucrării "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" este un început esențial pentru a înțelege fundamentele și contextul industriei turismului. În acest capitol sunt prezentate trei subiecte importante: turismul ca mijloc de dezvoltare a economiei, evoluția conceptului de management al turismului și tipurile de organizații din industria turismului și caracteristicile lor. Aceste subiecte oferă o perspectivă generală asupra importanței economice a turismului, istoria și evoluția managementului turismului și structura organizațională a industriei turismului. Împreună, aceste subiecte sunt fundamentale pentru înțelegerea contextului și a principiilor de bază ale managementului turismului.

În al doilea capitol al lucrării "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" este analizat impactul pandemiei COVID-19 asupra industriei turismului, atât la nivel global, cât și local. Sunt prezentate strategiile de dezvoltare și infrastructura de management utilizate în această perioadă, în încercarea de a face față provocărilor și de a încuraja recuperarea industriei. Pe lângă aceasta, sunt evaluate activitățile de management din diverse sectoare ale industriei turismului, atât problemele cu care se confruntă, cât și realizările notabile obținute în această perioadă de adaptare la noile condiții. Acest capitol relevă modul în care industria turismului a fost nevoită să se adapteze la situația actuală și cum a reușit să facă față schimbărilor majore și neașteptate provocate de pandemie.

În al treilea capitol al lucrării sunt prezentate recomandări metodologice pentru implementarea noilor forme organizaționale de management în industria turismului. Aceste recomandări sunt menite să ajute managerii din domeniul turismului să adopte și să integreze noile tehnologii și practici de management, în conformitate cu tendințele actuale din industrie. În plus, capitolul abordează metodele de dezvoltare a competențelor profesionale de management pentru întreprinderile din domeniul turismului rural, oferind informații și instrumente utile pentru îmbunătățirea performanțelor acestora. De asemenea, este prezentat un model de mecanism organizatoric și economic pentru gestionarea unui cluster regional de turism, care poate fi utilizat ca sursă de inspirație și orientare pentru managerii din domeniu. În ansamblu, acest capitol reprezintă un ghid util pentru cei interesați de dezvoltarea și implementarea noilor forme organizaționale de management în industria turismului, precum și pentru cei care doresc să își dezvolte competențele profesionale de management în acest domeniu.

În ansamblu lucrarea "Managementul turismului: probleme, realizări și oportunități" își propune să ofere o perspectivă amplă asupra industriei turismului, evidențiind atât provocările și problemele actuale, cât și oportunitățile și perspectivele de dezvoltare viitoare.

BIBLIOGRAFIE

1. Chașovschi, C., Bordeianu, O., Managementul firmelor de turism, comerț și servicii, 2021, Suceava 5 p.
2. Кабушкин Н.И. Менеджемент туризма, Minsk, 2002, 8 p. ISBN 985-426-134-4.
3. Holloway, J.C., Humphreys, C. The Business of Tourism, Ediția 10, 2016, 6, 7, 25, 107 p. ISBN 978-1-292-06326-3.
4. Pender, L, Sharpley, R, The Management of Tourism. London; Thousand Oak; New Delhi: SAGE Publications, 2005, p.5. ISBN 0-7619-4021-9.
5. Mason, P., Tourism Impacts, Planning and Management. Amsterdam; Boston; London. Butterworth-Heinemann, 2003, 10 p. ISBN 0-7506-5970X.
6. Зорин, И.В., Каверина, Т.П., Квартальное, В.А., Ильина, Е.К., Гаранина, Е.Н., Гаранин, Н.И., Элиарова, Т.С., Менеджмент туризма-Туризм как вид деятельности. Москва. Финансы и статистика. 2005. 89 p. ISBN 5-279-02443-0.
7. Лойко Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Томск 2005. 12-18 p.
8. Кабушкин, Н.И., Бондаренко, Г.А., Менеджемент гостиниц и ресторанов. Минск 2001. ISBN 985-6516-61-7.
9. Гуляев, В.Г., Организация туристической деятельности. Москва. Издательство "Нолидж". 1996.
10. Шемякина, М. С., Корпоративная культура в деятельности предприятия туризма: опыт России и зарубежных стран, *tz. de licență*. 2016. Санкт-Петербург. [online]. Disponibil: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/4030/1/demon_diplom.docx.
11. Алимбекова, М.М., Туризм как отрасль экономики – тема научной статьи по социальной и экономической географии. *Cyberleninka*. 2015 [online]. Disponibil: (cyberleninka.ru).
12. Тарелкина Т. Подбираем менеджеров по-научному. *Турбизнес*.-2002. -№ 9. Disponibil: (cyberleninka.ru).
13. Ваниева Э.А. Усманова Э.А. Влияние управления персоналом на качество услуг туристической фирмы. 2013 [online]. Disponibil: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91688/19Vanieva.pdf?sequence=1>
14. Кальченко, О.М, Економічна безпека підприємств туристичної сфери. Чернігов. 2013 [online]. Disponibil: <http://www.irbis-nbu.gov.ua>.

15. Подводные камни франчайзинга. // Турбизнес.-2001.-№ 14 Disponibil: [Турбизнес \(tourbus.ru\)](http://tourbus.ru)
16. Жукова М.А Интеграционная стратегия как средство достижения конкурентных преимуществ в индустрии туризма. 2002. №4. Disponibil: cyberleninka.ru.
17. Conferința Aiest -1981, Disponibil: <https://www.aiest.org/conference/former-aiest-conferences>.
18. Country policy responses .International Labor Organization. *COVID-19 and the world of work*. Disponibil: [www. ilo.org](http://www.ilo.org).
19. Não paramos estamoson. A resposta de Portugal á COVID-19. Disponibil: <https://covid19estamoson.gov.pt/medidas-excepcionais/#trabalhadores>.
20. A new approach to teleworking Disponibil: www.moel.go.kr
21. Gobierno de España. *Defender a la gente trabajadora*. Disponibil: <https://www.mscbs.gob.es/ssi/covid19/mlaborales/home.htm>.
22. Organizația Mondială a Turismului. *Turismul Internațional și Covid-19*. Disponibil: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.
23. Structurile turistice de cazare. Probleme tendinte si posibilitati de exploatare. Disponibil: idsi.md.
24. Comisia Europeană. Disponibil: <https://ec.europa.eu>.
25. Ministerul Educației și Cercetării a Republicii Moldova. *Strategia de dezvoltare a turismului. Turism "Turism 2020"* Disponibil: www.gov.md.
26. Organizația Mondială a Turismului. Resurse și date statistice. Disponibil: Resources | UNWTO.
27. Biroul Național de Statistică. Disponibil: www.statistica.md.
28. ODIMM. Promovarea sporturilor nautice. Programul „ Femei în afaceri” Disponibil: www.odimm.md.