

UNIVERSITATEA AGRARĂ DE STAT DIN MOLDOVA

**Cu titlu de manuscris
C.Z.U.: 338.48 (478-22)**

BOTEZATU Angela

**MANAGEMENTUL PROMOVĂRII TURISMULUI RURAL ÎN
REPUBLICA MOLDOVA**

Specialitatea 521.03 – Economie și management în domeniul de activitate

**Autoreferatul
tezei de doctor în științe economice**

CHIȘINĂU, 2016

Teza a fost elaborată în cadrul catedrei ”Management”

a Universității Agrare de Stat din Moldova

Conducător științific:

BÎZGU Ion, doctor habilitat în economie, profesor universitar
specialitatea 521.03 – *Economie și management în domeniul de activitate*

Referenți oficiali:

BAJURA Tudor, doctor habilitat în economie, profesor cercetător,

ULIAN Galina, doctor habilitat în economie, profesor universitar,

Componența Consiliului Științific Specializat:

TURCOV Elena, *președinte*, doctor habilitat în economie, profesor universitar,

SÂRBU Olga, *secretar științific*, doctor în științe economice, conferențiar universitar,

ȚURCANU Petru, doctor habilitat în economie, profesor universitar,

TIMOFTI Elena, doctor habilitat în economie, profesor universitar,

STRATAN Alexandru, doctor habilitat în economie, profesor universitar,

BURBULEA Rodica, doctor în științe economice, conferențiar universitar,

PALADI Ion, doctor habilitat în economie, profesor universitar.

Susținerea va avea loc la **29 iunie 2016, ora 15.00** în ședința Consiliului Științific Specializat D 60.521.03-06 din cadrul Universității Agrare de Stat din Moldova, pe adresa: mun. Chișinău, str. Mircești 44, Facultatea de Economie, et. 4, bir. 442.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la biblioteca Universității Agrare de Stat din Moldova și pe pagina web a CNAA a Republicii Moldova www.cnaa.md.

Autoreferatul a fost expediat la **25 mai 2016**.

Secretar științific al Consiliului Științific Specializat:

doctor în științe economice,
conferențiar universitar

Sârbu Olga,

Conducător științific:

doctor habilitat în economie,
profesor universitar

Bîzgu Ion,

Autor:

Botezatu Angela

© Botezatu Angela, 2016

REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea temei. Turismul rural – ca formă alternativă de turism – actualmente, atât la noi în țară, în Uniunea Europeană, dar și în multe alte state, se numără printre cele mai dinamice forme de călătorie, constituind avantaje atât pentru turiști, cât și pentru comunitățile-gazdă.

Pentru dezvoltarea cu succes a afacerilor de turism în mediul rural este nevoie de promovarea potențialului natural și antropic din spațiul rural, prin antrenarea mai multor actori economici (agenți economici, organisme publice, societate civilă). Prin urmare, *abordarea unui management optim* al promovării este o condiție indispensabilă pentru eficiența și dezvoltarea durabilă a turismului rural.

Actualitatea temei rezidă în oportunitățile dezvoltării turismului rural în țara noastră. Semnarea acordului de asociere cu Uniunea Europeană și liberalizarea regimului de vize va contribui la dezvoltarea turismului emițător, dar și a turismului receptor.

Elaborarea și dezvoltarea politicilor publice în domeniul turismului - Strategia de Dezvoltare a Turismului "Turism 2020" are ca obiectiv general: *Impulsionarea activității turistice în Republica Moldova prin dezvoltarea turismului intern și receptor*. Strategia abordează turismul rural ca formă activă de turism, care poate aduce beneficii importante comunității rurale și băștinașilor.[22]

Descrierea situației în domeniu și identificarea problemelor cercetării. Deși, conceptul de turism rural este relativ nou pentru Republica Moldova, afacerile de turism rural se inițiază după anul 2000, abordarea acestuia se regăsește atât în Strategia de Dezvoltare a Turismului 2003-2015, cât și în Strategia "Turism 2020".

Inițiatorul deschiderii primelor afaceri turistice rurale este Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural din Republica Moldova (ANTREC - Moldova) fondată la 22 septembrie 2000, unul din scopurile și activitățile de bază ale Asociației vizează *elaborarea strategiilor de dezvoltare durabilă a turismului în raioanele cu potențial turistic major; crearea și extinderea rețelei gospodăriilor turistice rurale din Moldova, organizarea campaniilor de promovare a gospodăriilor din rețea etc.*

Practicarea turismului rural s-a extins din ce în ce mai mult în a doua jumătate a secolului trecut, iar schimbările de atitudine a turiștilor care au decis să-și petreacă vacanța într-un spațiu rural sunt însoțite și de schimbările privind calitatea serviciilor date. Prin urmare, apare necesitatea unei abordări științifice a conceptului de turism rural, managementului turismului rural, de elaborare a unor standarde de calitate, de metodologii de certificare și clasificare, de instrumente de promovare.

Dintre cercetătorii străini care au contribuit la fundamentarea aspectelor științifice ale turismului rural și ale managementului promovării turismului menționăm: P. Nistoreanu, F. Bran, G. Stănciulescu, R. Minciu, N. Neacșu, V. Glăvan, O. Snak, D. Hall, J. W. Kloeze, J. Krippendorf, H.Mair, D.G. Reid.

Lucrările publicate în Republica Moldova în domeniul turismului rural și a managementului turismului reprezintă rezultatele cercetătorilor științifici: Ostrofeț L., Miron V., Tomiță P., Reniță A., Rusu V., Florea S., Platon N.

Scopul și obiectivele lucrării. Scopul tezei rezidă în cercetarea și analiza complexă a turismului rural din Republica Moldova, a politicilor publice în domeniu și formularea unor strategii manageriale de dezvoltare și promovare a turismului rural.

Ținându-se cont de scopul general al tezei, putem formula următoarele **obiective**:

- abordarea critică a conceptului de turism rural în viziunea mai multor autori;

- relevarea aspectelor și particularităților managementului promovării produsului turistic și a mixului promoțional;
- prezentarea politicilor publice în domeniul turismului în Republica Moldova;
- analiza indicatorilor de dezvoltare a turismului și pronosticul acestora pentru perioada 2016-2020, ținându-se cont de trendul și factorii de influență asupra domeniului dat;
- evaluarea eficacității manageriale și a tehnicilor de promovare la Agropensiunea Butuceni;
- studierea percepției și motivațiilor turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural;
- elaborarea unui model managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural ca instrument de administrare a sectorului turistic rural la nivel macroeconomic;
- identificarea și prezentarea căilor și instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

Metodologia cercetării științifice. Sistemul metodologic se axează pe așa metode ca: analiza cantitativă și calitativă a datelor, sinteza, comparația, observația empirică, documentarea științifică, inducția și deducția, descrierea, chestionarea și analiza rezultatelor cercetării, eșantionarea, prelucrarea statistică a datelor, metode de scalare (scala lui Likert, scale nominale, scale interval, diferențiala semantică), metoda grupării și a seriilor cronologice.

Suportul informațional și statistic al lucrării îl constituie actele legislative elaborate pentru acest domeniu, materialele Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, Agenției Turismului, Organizației Mondiale a Turismului, rapoarte financiare ale agențiilor de turism analizate.

Noutatea și originalitatea științifică rezidă în:

- sistematizarea și cronologizarea conceptelor de turism rural și a managementului turismului;
- elucidarea instrumentelor și mijloacelor mixului promoțional al serviciilor turistice din spațiul rural;
- analiza indicatorilor turistici și pronosticul acestora pentru perioada 2016-2020;
- identificarea unor măsuri de îmbunătățire a managementului Agropensiunii Butuceni;
- elaborarea unei cercetări cantitative privind aspectele percepției turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural;
- conturarea profilului consumatorului de servicii turistice rurale;
- prezentarea modelului teoretic managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil;
- propunerea și argumentarea instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

Problema științifică importantă soluționată constă în identificarea particularităților turismului rural și a managementului promovării produsului turistic din Republica Moldova, fapt ce a determinat elaborarea unor căi și instrumente de eficientizare a managementului promovării turismului rural, în vederea creșterii notorietății și atractivității acestuia pentru turiștii interni și externi.

Semnificația teoretică a lucrării constă în analiza complexă și sistematizarea reperelor epistemologice din domeniul turismului rural și al promovării produsului turistic, prezentarea și argumentarea viabilității politicilor publice în domeniul turismului, a proceselor, relațiilor și strategiilor de management în turism și a modalităților de eficientizare a acestuia.

Valoarea aplicativă a lucrării rezidă în aplicarea în practică a instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural, aplicarea modalităților de îmbunătățire a activității manageriale a Agropensiunii Butuceni. Implementarea softului informatic de evidență turistică pentru Agropensiunea Butuceni.

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere: sistematizarea și analiza elementelor managementului promovării produsului turistic; determinarea și prezentarea detaliată a instrumentelor și mijloacelor mixului promoțional al serviciilor turistice din spațiul rural; propunerea măsurilor concrete de perfecționare a managementului Agropensiunii Butuceni; elaborarea unui model teoretic managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil; propunerea unor instrumente de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

Implementarea rezultatelor științifice. Recomandările practice ale autorului privind: elaborarea studiului cantitativ privind percepția și motivațiile turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural; elaborarea fișelor de post; elaborarea chestionarului de feed-back pentru evaluarea sejurului turiștilor; elaborarea unui soft informatic de evidență a turiștilor; elaborarea solicitării de finanțare (grant) a Proiectului ”*Вместе к истокам*” în cadrul Programului ”Susținerea Măsurilor de Promovare a Încrederii” (Programul SCBM), finanțat de Uniunea Europeană și implementat de către PNUD Moldova au fost implementate în practică de către Agropensiunea Butuceni, ANTREC și ETECO.

Publicațiile la tema tezei. Rezultatele cercetărilor științifice efectuate au fost expuse în 9 articole științifice publicate în reviste de specialitate, în cadrul conferințelor științifico-practice, organizate în Republica Moldova și în străinătate cu un volum de 2,84 coli de autor.

Volumul și structura tezei. Teza cuprinde: adnotare în limba română, engleză, rusă, lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie și anexe. Lucrarea este expusă pe 120 de pagini, inclusiv 24 tabele, 29 formule, 27 figuri și 39 anexe. Bibliografia este alcătuită din 142 de surse.

Cuvintele-cheie: agropensiune, cluster turistic, eficiență în turism, managementul turismului, mix promoțional, promovare, potențial turistic, strategia turismului, turism rural.

CONȚINUTUL TEZEI

Capitolul 1 ”**Fundamente teoretico-științifice ale managementului turismului rural**” tratează aspectele teoretice și particularitățile turismului rural, dimensiunile turismului rural și impactul acestuia asupra creșterii economice, evoluția turismului în spațiul rural. Este elucidat conceptul de produs turistic și caracteristicile acestuia, aspecte ce țin de managementul promovării, tehnici și mijloace ale mixului promoțional.

Turismul rural se definește prin ”*valorificarea turistică a spațiilor agrare, a resurselor naturale, a patrimoniului cultural și arhitectural rural, a tradițiilor sătești, a produselor reprezentative pentru identitatea regională, asigurând nevoile*

consumatorilor legate de găzduire, restaurație, activități de petrecere a timpului liber, animație și servicii diverse (adaptate societății moderne), în scopul dezvoltării locale durabile, într-un nou tip de solidaritate între oraș și sat”. [18]

În opinia lui V. Glăvan ”turismul rural include o paletă largă de modalități de cazare, de activități, evenimente, festivități, sporturi și distracții, toate desfășurându-se într-un mediu tipic rural”. [9]

Puiu Nistoreanu consideră turismul rural ”ca un concept care cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală și care are la bază o strânsă legătură cu mediul ambiant, natural și uman”. [13, p. 189]

În accepțiunea Organizației Mondiale a Turismului și a multor organizații europene de turism rural, termenul menționat semnifică ”o formă a turismului care include orice activitate turistică organizată și condusă în spațiul rural de către populația locală, valorificând resursele turistice locale (naturale, cultural-istorice, umane) precum dotările, structurile turistice, inclusiv, pensiunile și fermele agroturistice”.

O abordare conceptuală specifică a turismului rural o întâlnim nu numai în lucrările savanților în domeniu, ci, termenul de ”turism rural” are sensuri diferite și în țări diferite. (tabelul 1)

Tabelul 1. Semnificația și particularitățile conceptului de *turism rural* în diverse țări europene

Țara	Accepțiunea turism rural
Republica Moldova	Turismul rural - o formă de turism desfășurată în mediul rural și orientată spre utilizarea resurselor turistice locale (naturale, culturale etc.), cunoașterea mediului rural, activităților specifice acestuia, obiceiurilor și tradițiilor locale, gospodăriilor țărănești și de fermier.
România	Turism rural - sector prioritar al turismului care cuprinde totalitatea activităților, produselor și serviciilor turistice organizate și desfășurate în spațiul rural, preponderent de către populația locală, în strânsă legătură cu mediul înconjurător și activitățile de bază ale localnicilor, prin care sunt valorificate resursele turistice, patrimoniul cultural, tradițiile, structurile turistice și produsele locale.
Ucraina	Turismul rural - orientat spre zonele verzi, utilizându-se conceptul de ”turism verde” care oferă sub marca de ”cuib familial” diverse servicii de cazare în gospodăriile țărănești și masă pentru turiști.
Bulgaria	Turismul rural - caracterizat ca un sejur în mediul rural (casă, camping sau alte tipuri de cazare situate în apropiere de localități rurale), contactul cu localnicii și acces la fermă.
Ungaria	Este utilizat termenul de ” turism la sat ”, indicând că singurele activități și servicii oferite în sate sunt incluse în acest tip de turism, respectiv: cazare la prețuri mici, implicarea în activități agricole sau alte tipuri de activități locale.
Slovenia	Cea mai importantă formă de turism rural este turismul la ferme al diferitor familii, unde oaspeții locuiesc fie cu familia de fermieri, fie în casele de oaspeți, dar vizitează ferma pentru a lua masa sau pentru a explora curtea fermei.
Finlanda	Turismul rural – turism din ariile rurale orientat spre consumator, bazat pe resursele și facilitățile suprafețelor rurale – cultură, natură și peisaje – precum și pe întreprinderile mici și de familie.
Olanda	Turismul rural înseamnă, în special, cazarea la ferme unde majoritatea serviciilor oferite sunt legate de rute cum ar fi: ciclismul, plimbările cu caii.
Austria	Formele de manifestare a turismului rural sunt: <i>pensiunea țărănească</i> (case țărănești cu camere de închiriat) și <i>turismul în hanuri</i> .
Franța	Este prima țară europeană în care a început practicarea turismului rural , ofertele de cazare în mediul rural presupun: ferma de tip han, ferma de sejur, ferma ecvestră, camping, popasurile (gîtes ruraux) din cadrul Federației Naționale ”Gîtes de France”.
Grecia	Turismul rural înseamnă cazare în camere mobilate în stil tradițional, cu mic dejun tradițional – de multe ori preparat din produse realizate în casă.
Spania	Turismul rural presupune vacanțe la ferme, referindu-se la așezările care nu sunt pe coastă.

Sursa: Elaborat de autor în baza Nistoreanu P., Ghereș M., coordonatori. Turism rural, tratat. București: C.H.Beck, 2010

Turismul rural are o importanță economică majoră care derivă din faptul că acesta este considerat: mijloc de diversificare a structurilor economice, mijloc de valorificare a resurselor, creator de locuri de muncă, stimulator al investițiilor etc. În

opinia noastră, turismul rural mai poate fi considerat *promotor al imaginii obiectivelor turistice autohtone atât pe plan intern, cât și extern.*

Managementul promovării produsului turistic rural vizează aspectele ce țin de planificarea activităților de promovare, elaborarea strategiilor promoționale și a bugetului promoțional, coordonarea activităților de promovare a produselor și serviciilor turistice la nivel național, cât și în cadrul pensiunilor turistice, finalizând cu evaluarea eficienței activităților de promovare, în scopul elaborării deciziilor manageriale optime.

Politica de promovare în turismul rural, deși, la prima vedere pare, relativ simplă, în practică, elaborarea mixului promoțional necesită abilități deosebite pentru transformarea turismului rural într-o șansă reală pentru comunitățile locale și zonele în care patrimoniul turistic este slab valorificat.

Turismul este un sector de activitate cu profil complex, un agregat de servicii și activități cu implicații multiple în toate ramurile vieții și, pentru a evolua unitar, coerent, eficient, are nevoie de un cadru instituțional corespunzător. Funcția de coordonare a întregului ansamblu de măsuri de promovare a turismului se realizează prin intermediul organismelor naționale de turism. Acestea sunt menite să coordoneze politica turistică națională, constituind totodată și instrumentul de executare, îndrumare și control al activității turistice naționale. [15, p. 3]

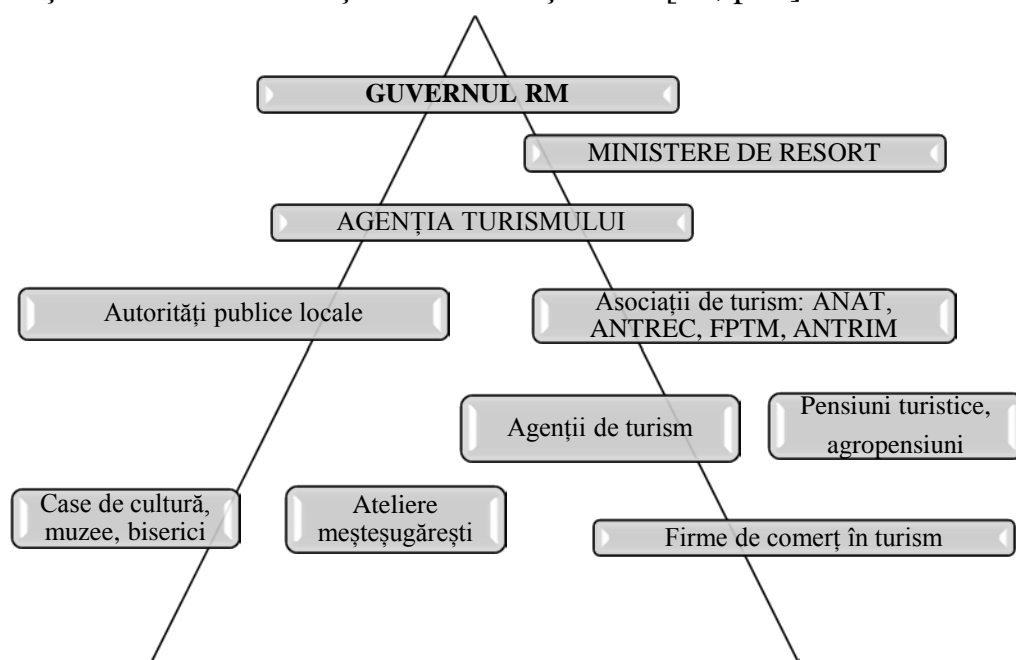


Fig. 1. Structura managementului turismului rural în Republica Moldova
Sursa: Elaborată de autor

Argumentarea relațiilor dintre structurile menționate în figura 1 este determinată de atribuțiile de bază realizate de către Agenția Turismului, dintre care menționăm: inițierea și monitorizarea creării, funcționării și lichidării zonelor turistice; efectuarea, în condițiile legii, reglementarea și controlul calității serviciilor turistice prestate; colaborarea cu diverse asociații și organizații neguvernamentale în probleme ce țin de domeniul turismului (ANTREC, ANAT, FPTM); acordarea de asistență metodologică și informațională agenților economici din industria turismului, asociațiilor obștești din domeniu, precum și autorităților administrației publice locale; organizarea și supravegherea activității editoriale și de publicitate în domeniul

turismului; monitorizarea circulației turistice, reglementează, în colaborare cu autoritățile administrației publice locale, activitatea turistică în teritoriu etc.

Capitolul 2 ”**Particularitățile managementului promovării și dezvoltării turismului rural în Republica Moldova**” demarează cu aspecte ce țin de implicațiile statului în domeniul turismului, este analizat sistemul de politici publice în domeniul promovării turismului și managementului turismului și legislația în vigoare. De asemenea, aici sunt analizați detaliat un șir de indicatori macroeconomici ai turismului, indicatori de eficiență economică, cât și promovarea serviciilor turistice la Agropensiunea Butuceni.

Documentul public fundamental ce relevă domeniile prioritare și direcțiile de dezvoltare a sectorului turistic până în anul 2020 este **Strategia de Dezvoltare a Turismului ”Turism 2020”**. Aceasta este considerată o strategie sectorială în contextul în care în anul 2012 a fost lansată Strategia Națională de Dezvoltare a Republicii Moldova ”Moldova 2020”. Strategia de Dezvoltare a Turismului ”Turism 2020” a fost lansată sub motto-ul: „*Turismul trebuie să devină recolta bănească a Republicii Moldova!*”. [22]

Prin intermediul Strategiei se oferă un nou impuls domeniului turismului, confirmându-i calitatea de sector prioritar al economiei naționale, transformând Republica Moldova într-o destinație atractivă pentru turiștii străini dornici de a descoperi valorile culturale și bogatul potențial natural al țării.

În noua Strategie *turismul rural* este considerat ca formă de turism activă care *poate aduce beneficii direct comunității rurale și băștinașilor*.

Obiectivul general al Strategiei este *Impulsionarea activității turistice în Republica Moldova prin dezvoltarea turismului intern și receptor*. Pentru realizarea scopului, au fost stabilite 5 obiective generale, printre care menționăm:

- *perfecționarea legislației turistice în conformitate cu cerințele pieței turistice, racordate la standardele europene;*

- *valorificarea potențialului turistic național și **promovarea imaginii Republicii Moldova ca destinație turistică;***

- *dezvoltarea regională a turismului;*

- *sporirea nivelului de pregătire a cadrelor de specialitate și a calității serviciilor turistice;*

- *modernizarea tehnologică a industriei turistice prin utilizarea tehnologiilor informaționale.*

În rezultatul impulsionării activității turistice se prognozează o creștere anuală a numărului turiștilor cu 3 % în cadrul turismului receptor și cu 4 % în cadrul turismului intern, fapt ce se atestă în 2015 la capitolul turismul receptor, dar nu și a celui intern.

În luna aprilie 2015, au fost aprobate 20 de rute turistice naționale. Fișele tehnice ale acestor rute sunt publicate pe site-ul oficial al Agenției Turismului fiind utilizate, cu titlu gratuit de către toate persoanele fizice și juridice. (figura 2)

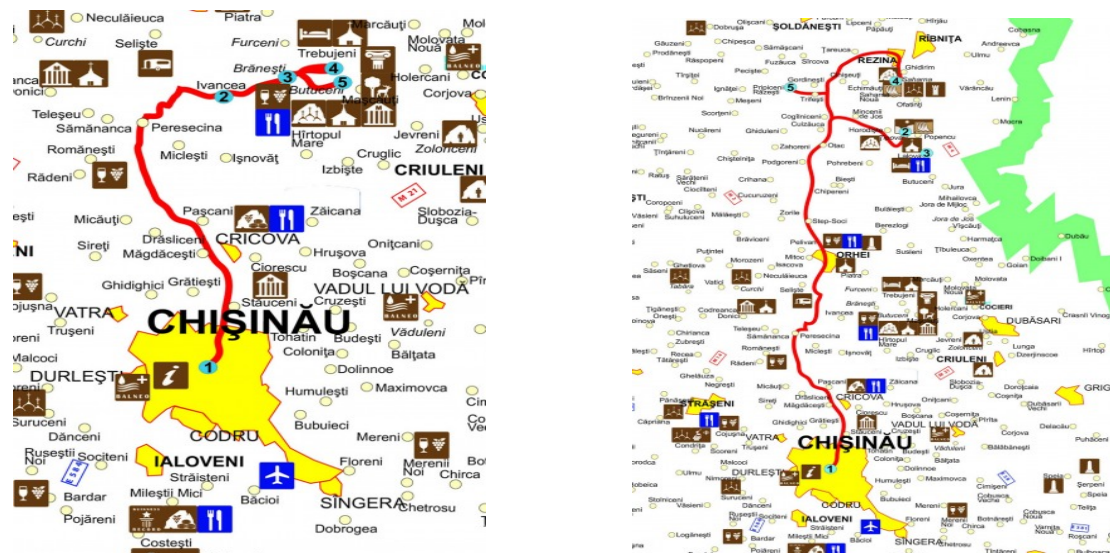


Fig. 2. Traseu turistic național nr. 1 ”Orheiul Vechi – loc de interferență a culturilor multisekulare”; Traseu turistic național nr. 6 ”Mănăstirile misterului și a spiritualității”
 Sursa: <http://www.turism.gov.md/index.php?pag=trasee&opa=view&id=33&l=>

Pentru implementarea politicilor în domeniul turismului în 2013-2015 Agenției Turismului i-au fost alocate surse financiare din bugetul de stat în valoare de peste 4 milioane de lei anual. (figura 3)

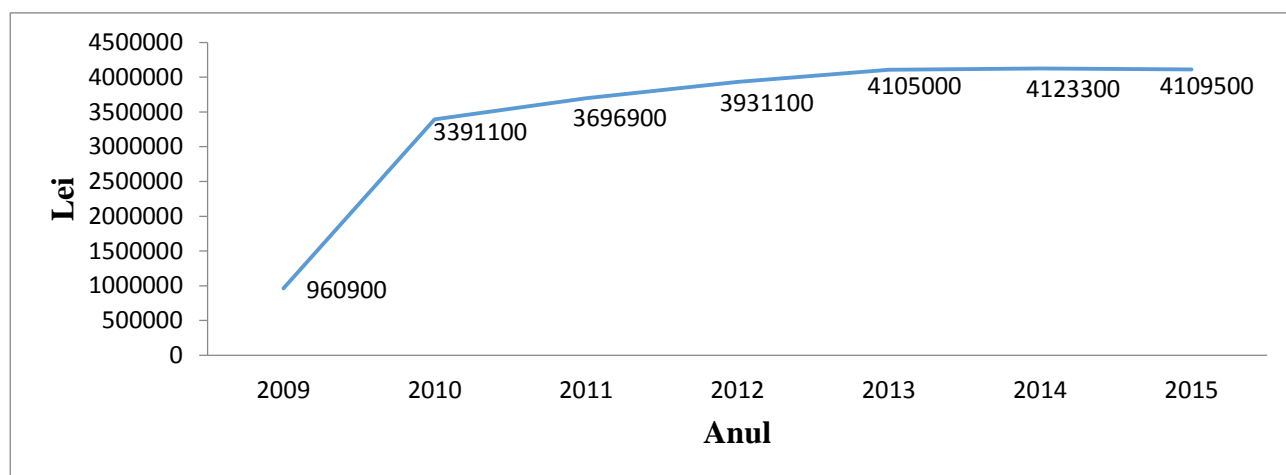


Fig. 3. Evoluția cheltuielilor bugetare alocate Agenției Turismului a Republicii Moldova pentru Dezvoltarea turismului și Politici de management în domeniul turismului
 Sursa: Elaborată de autor în baza Legii Bugetului de Stat, perioada a.a. 2009-2015

Acest fapt este determinat de politica statului în **dezvoltarea și promovarea turismului** atât pe plan intern, cât și pe plan exterior. În același timp, menționăm că o parte semnificativă a cheltuielilor sunt orientate spre acțiunile de promovare a imaginii țării în exterior.

Cu toate acestea ponderea veniturilor din activitatea de turism în PIB la noi în țară, este una ne semnificativă (aproximativ 1%), în timp ce turismul și domeniile conexe în PIB-ul mondial în prima decadă a secolului XXI a constituit circa 10%, se arată într-un raport al OMT.

Numărul sosirilor vizitatorilor străini în țară prin agențiile de turism și turoperatori este într-o ușoară creștere anuală, ceea ce semnifică faptul că Republica Moldova devine atractivă pentru vacanțe, recreere și odihnă pentru turistul străin de

masă. Durata medie de ședere a unui turist nerezident la structurile de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare în anul 2015 a constituit 3,7 zile. Cu toate acestea tot mai puține agenții turistice autohtone oferă servicii de turism receptor.

Tabelul 2. Turiști și excursioniști participanți la turismul intern și internațional, perioada a.a. 2011-2015

Indicatori	Anul					Ritmul de creștere în 2015 față de 2011, %
	2011	2012	2013	2014	2015	
Turiști și excursioniști participanți la turismul intern, <i>persoane</i>	37 764	34 363	34 172	43 045	37 255	98,65
Sosiri ale vizitatorilor străini în țară, <i>dintre care vacanțe, recreere și odihnă, persoane</i>	10 788	12 797	13 150	14 362	15 514	143,80
	5 892	7 025	6 343	8 355	10 097	171,36
Plecări ale vizitatorilor moldoveni în străinătate, <i>persoane</i>	136 095	146 791	157 556	180 646	189 790	139,45

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor BNS

Dezvoltarea și promovarea turismului în mediul rural a condus la punerea în valoare a potențialului antropoc rustic - structurile de cazare pentru turiști. În Republica Moldova cele mai exploatate forme de cazare turistică în spațiul rural sunt pensiunile turistice și agroturistice, taberele de vacanță pentru copii exploatate mai cu seamă în perioada estivală.

Sistemul național de clasificare instituit în 2003 permite activitatea de cazare în 12 categorii de unități. Se investește puțin în structuri de cazare cu confort accesibil (1-2 stele). Cazarea în corturi și rulote este ignorată (0,13% locuri din total), cu mici excepții Telenești, UTAG, Ialoveni, desi, normele metodologice de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei atestă campingurile ca unități de cazare sezoniere. Nu se atestă nici un loc de cazare în corturi și rulote în municipiul Chișinău, se menționează în Raportul de evaluare a implementării Strategiei de Dezvoltare a Turismului în perioada 2003-2012, elaborat de Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova.

În anul 2015 Agenția Turismului a elaborat un studiu privind identificarea zonelor de amenajare a parcurilor pentru rulote.

Conform datelor Biroului Național de Statistică în ultimii ani, se atestă o tendință neuniformă a indicatorilor structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare, inclusiv și pentru cele din mediul rural. Datele BNS reflectă că pensiunile turistice și agroturistice dețin cea mai mică pondere în fondul de cazare, deși, numărul lor în ultimii ani are o tendință de creștere nesemnificativă, de la 15 structuri în 2011, la 26 structuri în 2015.

Unul dintre factorii care stopează deschiderea și dezvoltarea structurilor de cazare în spațiul rural - pensiuni și agropensiuni - rămâne a fi scepticismul antreprenorilor referitor la evoluția unor astfel de afaceri, dar și birocrăția exagerată în deschiderea unei pensiuni. Sezonalitatea fenomenului turistic în spațiul rural conduce la diminuarea numărului de turiști în perioadele reci ale anului, iar de aici și veniturile mici pentru proprietari, care, ulterior, nu le permit întreținerea acestora.

Un trend ascendent are numărul total de înoptări în perioada 2011-2014 – o creștere cu 7,2% (102 107), fapt consemnat prin figura 4.

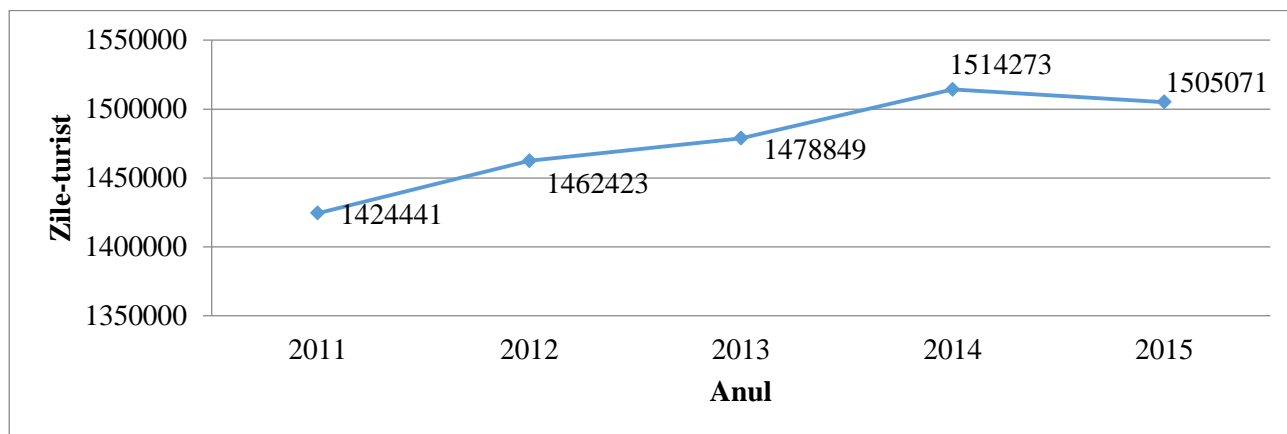


Fig. 4. Evoluția numărului total de înoptări în perioada a.a. 2011-2015

Sursa: Elaborată de autor în baza datelor BNS

În ceea ce privește numărul înoptărilor turiștilor în pensiunile turistice și agroturistice în perioada 2011-2015, se evidențiază o tendință negativă, cifrele descrescând de la 37 317 persoane în 2011 (inclusiv 8 482 străini); la 24 690 în 2015 (inclusiv 5 330 străini). Ponderea mică a înoptărilor turiștilor străini în pensiuni și agropensiuni denotă și faptul că aceștia preferă cazarea în hoteluri sau durata sejurului este una foarte mică. Astfel, din tabelul 3, observăm că cel mai mic număr de înoptări ale turiștilor străini în pensiunile turistice și agroturistice se atestă în 2014 (4 689 persoane), deși numărul acestora s-a majorat în cadrul altor tipuri de structuri de cazare.

Tabelul 3. Numărul înoptărilor turiștilor în structurile de cazare turistică colective în perioada a.a. 2011-2015

(zile-turist)

Indicatori	Anul				
	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1424441	1462423	1478849	1514273	1505071
<i>din care, străini</i>	173893	190766	216115	217930	252936
Pensiuni turistice și agroturistice	37317	36895	34513	24912	24690
<i>din care, străini</i>	8482	15240	15380	4689	5330
Sate de vacanță și alte structuri de odihnă	54109	119797	108529	148580	95459
<i>din care, străini</i>	9318	9013	11859	9128	10140
Tabere de vacanță pentru copii	574362	501690	497866	473251	492160
<i>din care, străini</i>	350	350	460	450	702

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor BNS

Cazarea turiștilor în pensiuni și agropensiuni atestă o scădere considerabilă în perioada 2011-2015, de la 11 701 turiști (2011) la 9 283 în 2015 sau o reducere de circa 21%.(tabelul 4)

Indicele de utilizare netă a capacității de cazare în pensiuni turistice și agropensiuni în 2011 și 2013 a fost de 15,7%, în descreștere cu 3,2 puncte procentuale față de 2010 (18,9%) și cu 13,8 puncte procentuale față de 2008 (29,5%). Acesta continuă să se reducă și în anul 2014 la 14,2%, iar în 2015 acesta atestă cea mai mică valoare din ultimii 10 ani – 10,7%, conform datelor prezentate în tabelul 4.

Unul dintre factorii determinanți ai acestei situații ar fi prețurile mari pentru cazare, cât și opțiunea turiștilor doar de a vizita locurile pitorești din Republica Moldova.

Tabelul 4. Evoluția indicatorilor structurilor de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare (pensiuni și agropensiuni) în perioada a.a. 2011-2015

Indicatori	Anul					Ritmul de creștere în 2015 față de 2011, %
	2011	2012	2013	2014	2015	
Total pensiuni turistice și agropensiuni, <i>unități</i>	15	19	19	24	26	173,3
Pondere pensiuni în totalul structurilor de cazare, %	6,07	7,3	7,1	8,72	10,4	-
Fondul de cazare al pensiunilor, <i>locuri</i>	813	905	867	990	909	111,8
Ponderea fondului de cazare a pensiunilor în total fond de cazare, %	2,95	3,2	3,0	3,46	3,59	-
Turiști cazați în pensiuni, <i>persoane</i>	11701	11570	11526	8208	9283	79,3
Pondere turiștilor cazați în pensiuni din totalul numărului turiștilor cazați în structurile de cazare turistică colective, %	4,71	4,31	4,24	2,90	3,32	-
Indicele de utilizare netă a capacității de cazare, %	15,7	16,6	15,7	14,2	10,7	-

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor BNS

Din cauza caracterului sezonier de manifestare a cererii pentru serviciile turistice rurale, dar și din cauza factorilor economici, acest indice nu poate depăși pragul de 15%. Desigur, ideal ar fi un indice de utilizare de 100%, însă, acest lucru nu se atestă nici chiar în cele mai populare pensiuni turistice și agroturistice din lume.

Analiza evoluției principalilor indicatori turistici din ultimii ani demonstrează următoarele tendințe și probleme:

- statul susține financiar dezvoltarea turismului și implementarea politicilor manageriale la nivel macroeconomic, dar și prin alocarea anuală a circa 4 mln lei Agenției Turismului;

- domeniul turismului atestă un trend pozitiv general (creștere), majorări esențiale atestându-se la compartimentele: venituri financiare, turism emițător și număr înnoptări;

- atractivitatea Republicii Moldova ca destinație turistică pentru turiștii străini, încă, este la nivel scăzut, eforturi considerabile de promovare atestându-se în 2014;

- gradul de concentrare sporit al structurilor de cazare în municipiul Chișinău și zona Centru;

- ponderea turismului în PIB este una nesemnificativă la nivel de 1%;

- valorificarea insuficientă a potențialului turistic și amenajarea neadecvată a destinațiilor turistice;

- reducere accentuată a indicatorilor turistici rurali: turiști cazați în pensiuni, număr de înnoptări, indice de utilizare netă a capacității de cazare, în pofida faptului că numărul structurilor de cazare în spațiul rural a crescut în 2015.

În subcapitolul 2.3 am analizat aspectele ce țin de managementul Agropensiunii Butuceni. Cu o capacitate de cazare de 17 odăi (circa 38 locuri), Agropensiunea activează anul împrejur, cu un flux abundent de turiști în perioada estivală. Odăile sunt confortabile dotate cu paturi sau ”lejănci”, televizoare, climatizoare, grup sanitar, apă caldă, încălzire centrală și la sobe. Acestea oferă cazare *single* sau *double*, în unele odăi fiind disponibile până la 4 locuri. Rezervarea se face în prealabil la telefon sau prin contactul direct cu gazda.

Specificul Agropensiunii constă în faptul că spațiile de cazare sunt dispersate de recepție și restaurant, deoarece ele se întind de-a lungul satului în mai multe case și

ogrăzi. Avantajul acestei dispersări constă în faptul că turiștii de cele mai multe ori se pot identifica cu comunitatea locală/sătenii.

Agropensiunea este clasificată conform Normelor metodologice de clasificare a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei cu 3 stele, fiind gestionată de agentul economic ”TEHNO AB” SRL. Actul de clasificare a fost atribuit de către Agenția Turismului din Republica Moldova în decembrie 2012 pe un termen nelimitat.

Promovarea activităților oferite de către Agropensiunea Butuceni. Notorietatea Agropensiunii Butuceni a crescut mult în ultimii ani, datorită serviciilor de calitate și satisfacției turiștilor.

În luna iunie 2015 la Butuceni s-a organizat primul spectacol de operă în aer liber, pe o scenă improvizată de către proprietarii Agropensiunii Butuceni.

Promovarea la televizor, prin emisiuni televizate – Evantai folcloric, Asfalt de Moldova, filmări de videoclipuri și interviuri, este o modalitate efectivă de atragere a turiștilor. De asemenea, vizitarea Agropensiunii de către personalități remarcabile din diverse domenii sporesc atractivitatea acesteia.

Participarea anuală la diverse expoziții de turism rural de peste hotare (Bulgaria 2013, Israel 2014), dar și din țară (MoldExpo) constituie o bună oportunitate de promovare.

Promovarea prin pagina web creată în 3 limbi: română, rusă, engleză, oferă posibilitatea turiștilor să descopere ospitalitatea gazdei de la Butuceni, frumusețea locurilor, dar și istoria țării în ansamblu.

Turiștilor li se oferă, de asemenea, cărți de vizită și pliante informaționale. Totuși, lipsa bugetului, capacitatea redusă de cazare, concentrarea cererii turistice în lunile de vară și excesul de solicitări în anumite perioade fac ca promovarea să se facă sporadic, inconsecvent și neprofesional. Fidelizarea clienților și dispersarea cererii pe tot parcursul anului este una dintre preocupările administrației Agropensiunii care este în căutare de soluții la acest capitol.

În opinia autorului, pentru perfecționarea cadrului managerial al Agropensiunii Butuceni, e necesar de întreprins anumite măsuri reflectate în tabelul 5.

Tabelul 5. Măsuri de îmbunătățire a managementului Agropensiunii Butuceni

Propuneri	Modalități de realizare/valorificare	Resurse necesare, responsabili
<i>Crearea unei baze de date a turiștilor</i>	Va fi creat un soft computerizat cu datele de identificare a turiștilor, durata sejurului, date de contact	Directorul, Administratorul, Autorul tezei, Vor fi cooptați studenții, specialitatea IT din cadrul instituției de învățământ partener Agropensiunii
<i>Evidența computerizată a activității turistice a Agropensiunii</i>	Datele despre turiștii/excursioniștii care se vor înregistra la recepție și, ulterior, deserviți vor fi obligatoriu introduse în softul creat	Recepționerul
<i>Crearea unei hărți locale orientative pentru turiștii cazați la pensiune, din cauza dispersării spațiului de cazare, agrement, servire a mesei, recepției</i>	Vor fi imprimate circa 50 minihărți, de orientare în teritoriu. Fiecare structură de cazare (casă) va primi o denumire. Pe hartă va fi indicat traseul spre recepție, restaurant, bazin, cât și punctul în care se află turistul la moment	1 specialist designer al hărții, Resurse financiare pentru imprimare –1000 lei
<i>Cartea de oaspeți</i>	Inițierea unei cărți de oaspeți și plasarea acesteia într-un loc vizibil	Administratorul, Resurse financiare - 200 lei
<i>Plasarea comentariilor pe pagina web a Agropensiunii</i>	Pagina va fi actualizată săptămânal	Administratorul site-ului
<i>Sistematizarea activităților pensiunii și crearea conceptului unic al pensiunii</i>	Elaborarea brandului turistic “Agropensiunea Butuceni”	Administratorul, Studenți specialitatea marketing

<i>Elaborarea chestionarelor de feedback (în limba română și engleză) pentru evaluarea sejurului turiștilor</i>	Un model este propus de către autorul tezei	Administratorul, Resurse pentru imprimarea chestionarelor – 2000 lei (400 bucăți*5 lei)
<i>Fidelizarea clienților</i>	Turiștilor periodic li se vor transmite informații despre ofertele Agropensiunii; se pot oferi discount-uri pentru copiii clienților, pentru clienții care revin periodic, pentru grupuri organizate de studenți sau din cadrul diferitor firme, instituții	Softul IT realizat, Recepționarul
<i>Pașaportizarea obiectelor vechi din sala de mese și recepție a Agropensiunii</i>	Se va realiza o inventariere a obiectelor, fiecare obiect va fi însoțit de o descriere	Personalul tehnic
<i>Revizuirea politicii de preț</i>	Elaborarea periodică a unor oferte promoționale de preț care va crește numărul de turiști. Adaptarea acestora la prețurile europene	Aderarea la diverse programe de finanțare, granturi
<i>Eficiențizarea managementului resurselor umane</i>	Elaborarea fișelor de post pentru fiecare angajat. Implementarea unor tehnici de motivare material-spirituală a angajaților	Autorul tezei, Administrația Agropensiunii

Sursa: Elaborat de autor

Capitolul 3 ”**Strategii manageriale de promovare și dezvoltare a turismului rural**” prezintă rezultatele cercetării cantitative ce țin de aspecte ale percepției turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural, tendințele în dezvoltarea turismului rural în condițiile asocierii cu Uniunea Europeană, este descris un model managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural. Sunt tratate aspectele ce țin de calitatea serviciilor turistice în spațiul rural și procesele de management al calității, căile și instrumentele de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

În fundamentarea strategiilor de marketing, managerii pensiunilor turistice rurale vor ține cont de preferințele și doleanțele clienților/turiștilor pentru produsul turistic. Pentru identificarea segmentelor-țintă și a mediului-țintă în scopul promovării serviciilor turistice sunt necesare studii sistematice.

Gradul de satisfacere a trebuințelor și motivația turiștilor în alegerea destinațiilor turistice rurale constituie un feed-back relevant pentru antreprenorul de servicii turistice din spațiul rural.

În **scopul** determinării atitudinii și opiniei turiștilor moldoveni vizavi de ”*sejurul în spațiul rural*”, gradul de satisfacție, cât și al motivației determinante pentru acest tip de turism, în perioada martie-iunie 2013, a fost efectuată o cercetare cantitativă în baza unui sondaj de opinie.

Obiectivele cercetării:

1. Conturarea conceptului și a semnificației turismului rural în opinia celor intervievați;
2. Determinarea ponderii cheltuielilor alocate vacanțelor și agrementului;
3. Identificarea factorilor motivați în alegerea destinațiilor rurale și ieșirilor la natură;
4. Identificarea surselor informaționale în alegerea destinațiilor turistice rurale și a pensiunilor turistice;
5. Determinarea elementelor semnificative în alegerea cazării;
6. Analiza impactului generat de vacanțele rurale pentru creșterea randamentului și productivității muncii persoanelor.

În cadrul cercetării a fost antrenat un număr de 658 *respondenți* de diferite vârste. Pentru relevanța acesteia au fost selectate persoane cu diferite ocupații: lucrători calificați, specialiști în întreprinderi, studenți, antreprenori, profesori, separat au fost analizate răspunsurile unei categorii aparte – funcționari publici, pe care sedentarismul (activitatea în birouri) îi determină să opteze pentru ieșiri în sânul naturii.

Metoda de eșantionare a fost preponderent *aleatorie*, deoarece nu s-a axat pe selecția riguroasă a respondenților, fiecare element al colectivității de cercetare fiind inclus în eșantion. *Reprezentativitatea* eșantionului a fost asigurată de implicarea respondenților de diverse vârste, ocupații, niveluri de venit, cât și turiști/excursionisti în medul rural.

Pentru culegerea și sistematizarea informațiilor primare a fost aplicată **metoda anchetei prin chestionar**.

Activitatea de turism intern este resimțită și pe planul îmbunătățirii stării de sănătate a populației, al diminuării concediilor de boală, contribuind la creșterea productivității muncii și a volumului de producție. Abordarea acestui aspect a fost analizată prin afirmația propusă respondenților:

Afirmația: Odihna în spațiul rural/la natură asigură o doză enormă de energie și ridică productivitatea muncii.

Tabelul 6. Evaluarea răspunsurilor respondenților conform scalei lui Likert

<i>Răspunsuri</i>	Acord total	Acord	Nici/nici	Dezacord	Dezacord total
<i>Niveluri ale scalei</i>	+2	+1	0	-1	-2
<i>Număr respondenți</i>	209	297	83	48	21

Sursa: Elaborat de autor în baza studiului efectuat

$Scor\ global\ de\ opinii = 209 * (+2) + 297 * (+1) + 83 * 0 + 48 * (-1) + 21 * (-2) = 0,98$

Deși, există anumite rezerve, scorul obținut în baza analizei Scalei lui Likert este unul pozitiv (aproape de 1), ceea ce denotă faptul că relaxarea în mediul naturii asigură energie pozitivă și ridică tonusul personal.

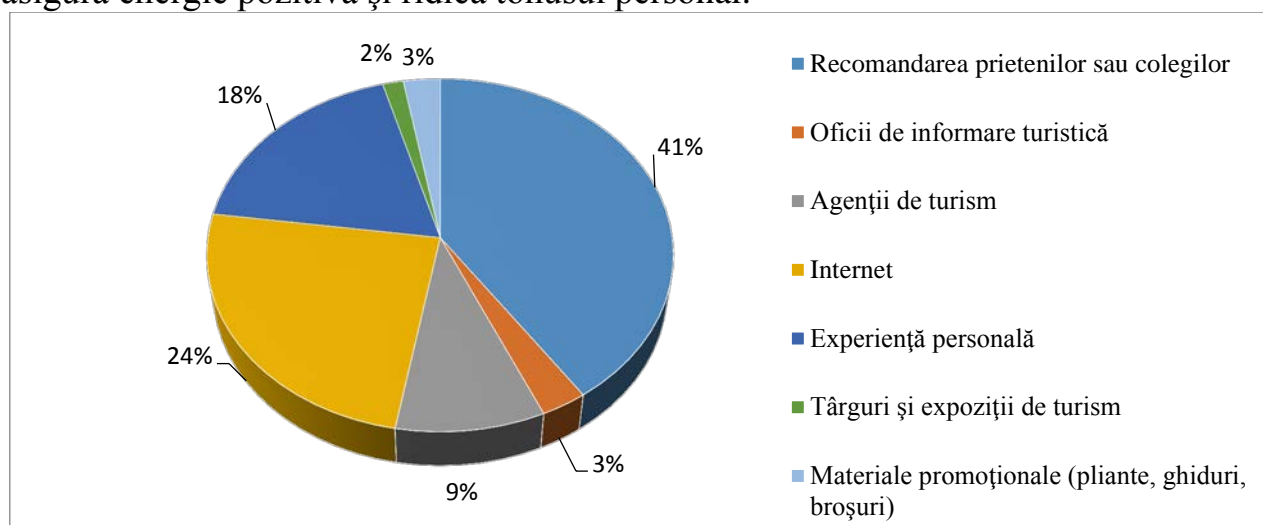


Fig. 5. Surse de informare ale turiștilor pentru destinații turistice și odihnă la natură

Sursa: Elaborat de autor în baza studiului efectuat

Un client bine informat este un client asigurat că va fi deservit la standarde înalte. În opinia respondenților în alegerea destinației pentru odihnă/recreere/excursii trebuie să

te bizui pe recomandarea prietenilor, colegilor (41%), experiența personală (18%) sau internet (24%), după cum arată rezultatele studiului. (figura 5) Aceste date ne conduc la concluzia că afacerea turistică în spațiul rural poate fi promovată prin intermediul clienților pe care pensiunea i-a avut și care au plecat mulțumiți de serviciile oferite.

Fidelizarea clienților este unul din scopurile activităților de marketing desfășurate în cadrul pensiunilor sau altor furnizori de servicii turistice, însă, pentru a reuși trebuie impuse și menținute anumite standarde de calitate, care cu părere de rău nu există în structurile turistice autohtone din mediul rural.

În urma analizei rezultatelor studiului putem contura *portretul turistului* în mediul rural: *a.* Persoană cuprinsă preponderent între 30-40 ani; *b.* Locuitor al mediului urban; *c.* Practică ocupații ce nu prevăd o mare mobilitate (de obicei, persoane de birou); *d.* Alocă o mică sumă din buget pentru vacanțele la țară, orientându-se spre mare, munte, turismul extern; *e.* Nu este dispus să cheltuiască mai mult de 500 lei/zi pentru odihna în spațiul rural cu totul inclus; *f.* Concepe turismul rural ca odihnă la vila proprie sau a rudelor/prietenilor; *g.* Nu obișnuiește să facă rezervări prealabile/este spontan în decizia de a practica vacanța în mediul rural; *h.* Se orientează în alegerea destinației turistice rurale mai mult după recomandarea prietenilor/colegilor; *i.* Optează pentru vizitarea locurilor cultural-istorice și a peisajelor în timpul sejurului; *j.* Nu are frecvență mare de revenire la aceeași pensiune/destinație.

În capitolul 3.2 sunt reflectate tendințele în dezvoltarea turismului rural în condițiile asocierii cu Uniunea Europeană. Astfel, Europa este în topul rezultatelor, unde sosirile internaționale au crescut cu 5% în 2015. Statele Uniunii Europene atestă o creștere de 6% a sosirilor în această perioadă, depășind media regională.

În Republica Moldova, numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în țară conform datelor BNS în 2014 a crescut cu 9,2 %, în raport cu 2013 și această tendință de creștere se păstrează pe parcursul anilor 2010-2014. (tabelul 2)

Analiza trendului turiștilor și excursioniștilor participanți la turismul intern în perioada 2009-2014, determinat prin ajustarea liniară și ajustarea după o parabolă de gradul II atestă o tendință medie anuală de creștere cu circa 308 persoane.

Ținând cont de faptul că teza noastră se axează preponderent pe turismul rural, în continuare vom analiza trendul turiștilor în pensiuni și indicii de utilizare netă a capacității de cazare în pensiuni. În perioada 2009-2014 se atestă un trend negativ, cu o tendință medie anuală uniformă de reducere a turiștilor cazați în pensiuni cu circa 373 persoane. (figura 6)

Această tendință negativă a trendului turiștilor în pensiuni, cât și pronosticul pesimist al acestui indicator, ne-a determinat să analizăm în capitolul 1.3. mai multe tehnici și instrumente de promovare, dar și propunerea anumitor căi de eficientizare a managementului promovării turismului rural.(capitolul 3.3).

În ultimii 5 ani se atestă o descreștere considerabilă și a *indicelui de utilizare netă a capacității de cazare în pensiuni*, sezonabilitatea prestării serviciilor fiind una din cauzele de bază, dar, în același timp, și creșterea fondului de cazare în pensiuni, în contextul descreșterii numărului de turiști cazați în aceste structuri, influențează tendința negativă anuală. (figura 7).

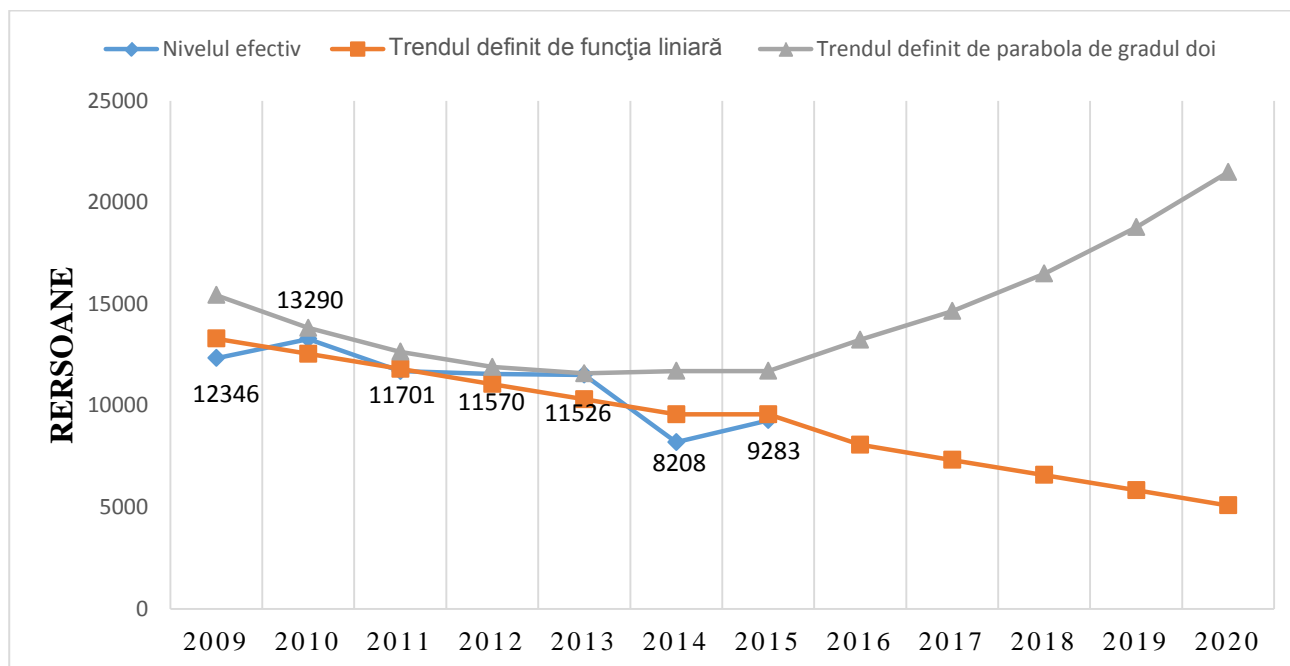


Fig. 6. Dinamica nivelurilor efective și ajustate a turiștilor cazați în pensiuni pentru perioada a.a. 2009-2015 și pronosticul pentru perioada a.a. 2016-2020

Sursa: Elaborată de autor

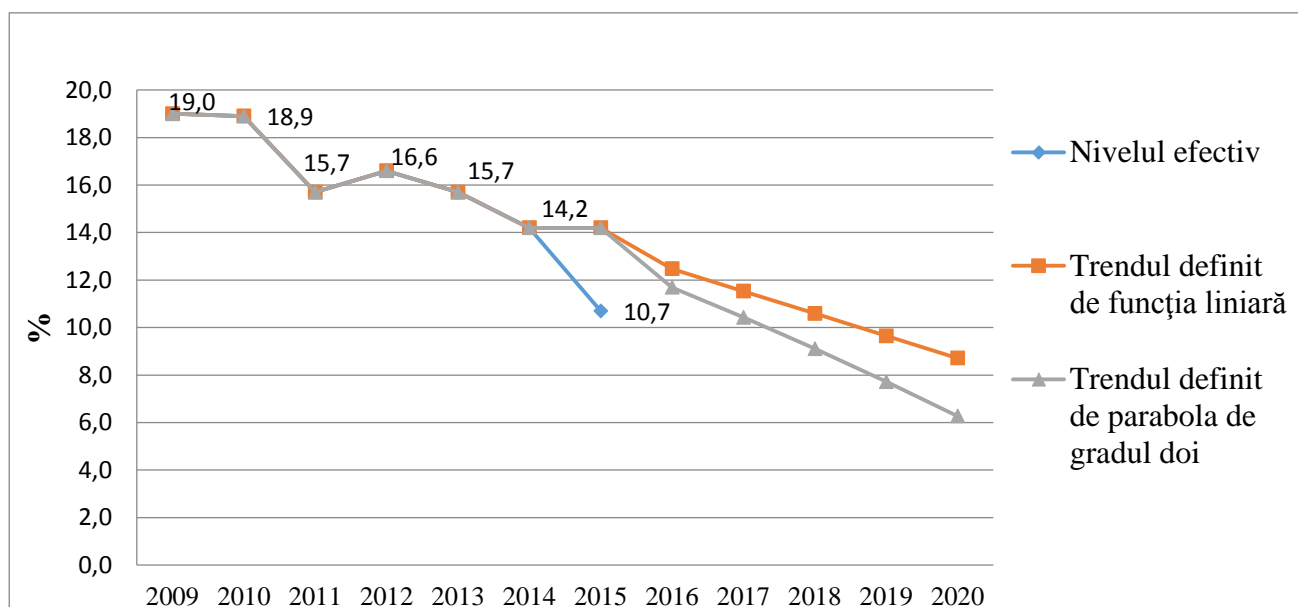


Fig. 7. Dinamica nivelurilor efective și ajustate a indicelui de utilizare netă a capacității de cazare în pensiuni pentru perioada a.a. 2009-2015 și pronosticul pentru perioada a.a. 2016-2020

Sursa: Elaborată de autor

Dacă e să facem o analiză comparativă a particularităților turismului în țările din UE și Republica Moldova, atunci se poate contura un tablou analitic general prezentat în tabelul 8.

Semnarea și ratificarea Acordului de Asociere cu Uniunea Europeană la 27 iunie 2014 de către Republica Moldova, deschide aceste noi oportunități pentru dezvoltarea turismului autohton. Însă, valorificarea șanselor în acest domeniu trebuie să fie susținută și de către actorii economici, comunitatea locală și stat, în general prin politicile publice pe care le adoptă.

Tabelul 8. Aspecte comparative ale turismului în țările UE și Republica Moldova

Indicatori	Țări UE	Republica Moldova
Legislație în domeniul turismului	Există	Există
Legislație în domeniul turismului rural	Reglementat în majoritatea țărilor	Lipsă
Politici și strategii de dezvoltare a turismului	Strategii naționale	Strategia "Turism 2020"
Abordarea dezvoltării durabile a turismului în politicile publice	Abordată în Strategia Uniunii Europene pentru Dezvoltare Durabilă	Nu există o abordare explicită
Contul Satelit de Statistică pentru Turism TSA: RMF 2008	Programul Contului Satelit de Statistică în Turism	Lipsă
Sistem de Management al Calității în Turism (TQM)	Există	Lipsă
Clasificarea pensiunilor și agropensiunilor	Clasificarea se face în funcție de stele, margarete, foi de trifoi, spice	Clasificarea se face în funcție de stele
Omologarea satelor turistice	Există	Lipsă

Sursa: Elaborat de autor în baza informațiilor OMT și a Agenției Turismului din RM

Astfel, în opinia noastră tendințele în dezvoltarea turismului rural în condițiile asocierii cu Uniunea Europeană vizează 3 domenii/direcții strategice:

1. Promovarea unui management eficient în contextul dezvoltării durabile.
2. Promovarea strategiilor de specializare și diferențiere.
3. Promovarea calității serviciilor turistice în spațiul rural.

Analizând și generalizând conceptele de bază manageriale în domeniul turismului rural am elaborat un Model managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil reflectat în figura 8.

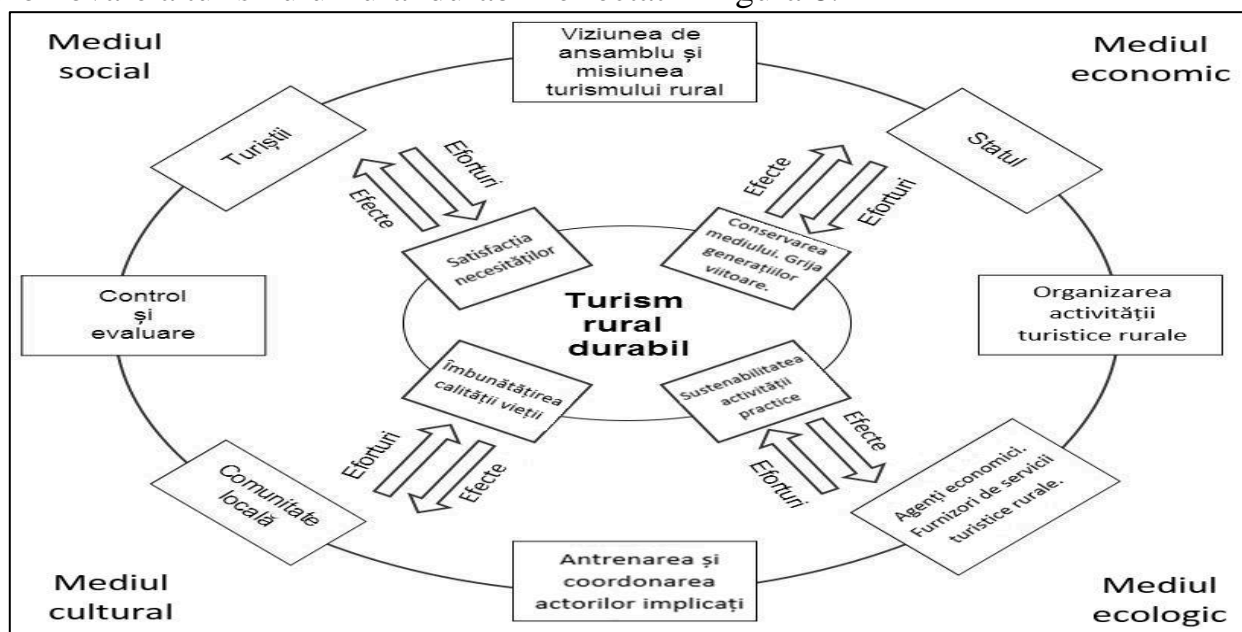


Fig. 8. Model managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil

Sursa: Elaborat de autor

Prioritatea modelului constă în faptul că autorul abordează într-o manieră integrată schematică relațiile dintre actorii economici, dar și sociali implicați în dezvoltarea durabilă a turismului, procesele manageriale de dezvoltare a turismului, dar și dimensiunile dezvoltării durabile care nu trebuie neglijate. În condiții de eficiență acest model este privit din perspectiva eforturilor (cât mai mici) depuse și efectelor (maxime) obținute.

Abordarea integrată a managementului turismului rural prin prisma *modelului managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil*, solicită propunerea unor instrumente concrete de punere în aplicare a acestuia. Astfel, pentru

promovarea turismului rural, cât și pentru eficientizarea aspectelor manageriale considerăm oportun să ne axăm pe conceptul de **cluster în domeniul turismului rural** - concept preluat și adaptat din domeniul economic. (tabelul 9)

Obiectivul principal al clusterului turistic rural cu denumirea potențială *”Turismul rural din Zona Centru”* ar viza creșterea competitivității în acest sector, prin promovarea modelelor de consum turistic durabil, adaptabil la tendințele actuale ale globalizării.

Tabelul 9. Model de cluster în domeniul turismului rural, Zona Centru

Membri pe domenii	Parteneri	Contribuții	Efecte/beneficii
Pensiuni turistice și agroturistice	1. Agropensiunea Butuceni, comuna Butuceni, Orhei 2. Agropensiunea Casa din luncă, comuna Trebujeni, Orhei 3. Pensiunea Casa părintească, satul Palanca, Călărași, 4. Casa olarului, satul Hogiștești, Călărași	Oferă servicii și produse turistice Pun la dispoziție capacitățile de cazare, producție	Creșterea afluxului de turiști
Agenții de turism, turoperatori, hoteluri	1. Agențiile Solei turism, Amadeus Travel 2. Hotel Vila Verde, Manhattan	Dirijează și orientează fluxul de turiști spre zonele rurale Elaborează produsul turistic rural	Creșterea numărului de turiști interni și a turismului receptor Diversificarea ofertei turistice rurale
Instituții de învățământ	1. Universitatea Agrară de Stat din Moldova, specialitatea Turism 2. Colegiul Național de Comerț, specialitatea Turism	Cercetări științifice în domeniu Transfer de know-how	Adaptarea curriculei, Învățare continuă Stagii de practică pentru studenți
Autorități publice	1. Primăria satului Trebujeni 2. Primăria satului Palanca 3. Primăria satului Hogiștești	Diseminare la nivel local și regional Mediere	Dezvoltare economică durabilă
Asociații obștești și nonguvernamentale	1. Asociația obștească „Uniunea Meșterilor Populari din Moldova” 2. ANTREC 3. ANTRIM 4. Asociația Femeilor pentru Protecția Mediului și Dezvoltare Durabilă 5. Complexul muzeal ”Orheiul Vechi”	1. Desfășurarea activităților organizate de valorificarea și dezvoltarea artei populare meșteșugărești 2. Promovarea și dezvoltarea durabilă a RM în sfera socială, ecologică și economică 3. Organizarea campaniilor de promovare a gospodăriilor din rețea 4. Oferirea informațiilor istorico-culturale și promovarea rezervației	1. Încurajarea meșterilor populari creatori de valori culturale populare autentice 2. Cooperare cu alte organizații de peste hotare 3. Schimb de bune practici
Alți membri	1. Turiști și persoane pasionate de turismul rural 2. Persoane din diasporă		
Total	17 membri		

Sursa: Elaborat de autor

Un alt instrument de dezvoltare și promovare a managementului turismului rural poate fi proiectul turistic.

În opinia noastră *proiectul* are un rol semnificativ în dezvoltarea turismului rural și poate fi catalogat ca instrument eficace de dezvoltare durabilă a managementului acestui sector. De asemenea, un management rațional al proiectelor în domeniul turismului rural va duce la creșterea competitivității domeniului și la obținerea unui avantaj competitiv.

Planul strategic de dezvoltare a pensiunii este un alt instrument de valorificare a modelului managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil și al conducerii eficiente atât la nivel macroeconomic, cât și la nivel de entitate economică, în cazul nostru pensiunea turistică în mediul rural.

O pensiune nu poate aborda întreg spectrul de strategii manageriale în planificarea activităților pe termen lung, deoarece acestea trebuie să fie adaptate în funcție de misiunea și obiectivele pensiunii în această perioadă, dar se poate orienta spre strategii de dezvoltare durabilă a activităților turistice practicate.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Cercetările realizate în domeniul turismului rural și al managementului promovării acestuia în Republica Moldova au permis următoarele concluzii:

1. Turismul rural este o alternativă a turismului tradițional, care se desfășoară într-un spațiu rural, valorificând la maximum resursele naturale și antropice, în scopul promovării unor obiective turistice, cât și pentru a obține beneficii pentru turiști și pentru investitori.

2. Managementul promovării produsului turistic rural vizează aspectele ce țin de planificarea activităților de promovare, elaborarea strategiilor promoționale și a bugetului promoțional, coordonarea activităților de promovare a produselor și serviciilor turistice la nivel național, cât și în cadrul pensiunilor turistice, finalizând cu evaluarea eficienței activităților de promovare, în scopul elaborării deciziilor manageriale optime.

3. Politica de promovare în turismul rural, deși, la prima vedere pare, relativ simplă, în practică, elaborarea mixului promoțional necesită abilități deosebite pentru transformarea turismului rural într-o șansă reală pentru comunitățile locale și zonele în care patrimoniul turistic este slab valorificat.

4. Documentul public fundamental ce relevă domeniile prioritare și direcțiile de dezvoltare a sectorului turistic până în anul 2020 este Strategia de Dezvoltare a Turismului "Turism 2020". Obiectivul general al Strategiei este impulsivarea activității turistice în Republica Moldova prin dezvoltarea turismului intern și receptor.

5. Domeniul turismului atestă un trend pozitiv general (creștere), majorări esențiale atestându-se la compartimentele: venituri, turiști și excursioniști participanți la turismul intern, turism emițător și număr înnopțări, creșterea numărului de pensiuni turistice (26 structuri cu funcțiuni de cazare în 2015). Cu toate acestea Republica Moldova rămâne o țară puțin cunoscută atât pentru turiștii străini, cât și interni.

6. Ponderea veniturilor din turism în PIB la noi în țară, este una nesemnificativă (aproximativ 1%), în timp ce turismul și domeniile conexe în PIB-ul mondial în prima decadă a secolului XXI a constituit circa 10%. La nivel european acest indicator variază între 5-25%.

7. Managementul promovării Agropensiunii Butuceni este susținut de calitatea serviciilor oferite, de notorietatea Pensiunii Agroturistice pe piața internă, dar și internațională.

8. În urma cercetării cantitative efectuate am determinat că conceptul de turism în mediul rural/produsul turistic rural este unul vag și neidentificat în opinia respondenților, iar principalele motivații în alegerea destinațiilor turistice constituie evadarea la natură, odihna și recreerea.

9. Asigurarea calității serviciilor turistice în spațiul rural se realizează la nivel formal prin certificarea și clasificarea structurilor de primire turistică. În același timp, pentru turistul rural ospitalitatea gazdei poate fi un criteriu al calității care, în opinia noastră, este greu de comensurat.

10. Promovarea activă a turismului rural atât pe piața autohtonă, cât și pe piața externă, cu preponderență pe piața europeană, constituie un instrument efektiv de atragere a turiștilor în spațiul rural și impulsivarea acestui sector de activitate.

11. Pronosticul pesimist al indicatorilor turistici pentru perioada 2016-2020, solicită identificarea unor căi și instrumente manageriale de promovare a obiectivelor și structurilor de cazare în mediul rural.

Concluziile formulate elucidează **problema științifică soluționată, care constă în identificarea particularităților turismului rural și a managementului promovării produsului turistic din Republica Moldova, fapt ce a determinat elaborarea unor căi și instrumente de eficientizare a managementului promovării turismului rural, în vederea creșterii notorietății și atractivității acestuia pentru turiștii interni și internaționali, iar recomandările** elaborate vin să completeze gradul de soluționare a problemei prin:

1. Crearea unui compartiment specializat în cadrul Agenției Turismului, inclus în organigrama acestuia în subordinea Direcției Politici, Dezvoltare turistică și Marketing, denumit *Turism intern* atribuțiile căruia ar viza: evaluarea patrimoniului național natural și antropic în scopul valorificării și transformării acestuia în obiective turistice; promovarea unor destinații turistice ”în umbră” sau slab valorificate; cartografierea și certificarea tuturor structurilor turistice aflate în mediul rural; organizarea unor evenimente culturale care ar promova turismul rural la destinații; identificarea și mobilizarea fondurilor prin parteneriate public-private și prin proiecte; prin crearea clusterelor turistice rurale.

2. Crearea unui produs turistic rural autohton și a unui brand turistic în mediul rural, inteligibil și recognoscibil atât pentru turiștii autohtoni, cât și pentru cei străini. Produsul dat va fi omologat și certificat de către Agenția Turismului și promovat pe plan național și internațional, atât prin activitățile organizate în cadrul Agenției Turismului, cât și de către asociațiile din domeniul turismului (ANTREC, ANTRIM, FPTM). Elaborarea unei sigle unice de identificare a pensiunilor și agropensiunilor autohtone.

3. Implementarea măsurilor de îmbunătățire a managementului Agropensiunii Butuceni care vizează: crearea softurilor computerizate de evidență a turiștilor cazați în aceste structuri de cazare; perfecționarea continuă a managementului agropensiunii prin instruire sistematică obligatorie, cel puțin o dată în an; revizuirea politicii de preț și adoptarea uneia flexibile în extrasezon, ținând cont de categoria de turiști (individuali sau grupuri), țara de origine a acestora; frecvența și rata de revenire la aceeași pensiune; aderarea la un cluster turistic menționat în capitolul 3.3 al tezei prin inițierea și dezvoltarea unei cooperări armonioase cu diverși actori interesați în dezvoltarea turismului rural; evaluarea permanentă a atitudinii, doleanțelor și cerințelor clienților în scopul satisfacerii acestora la un nivel înalt, prin chestionarul de evaluare propus de autor.

4. Valorificarea modelului managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil, prioritatea căruia constă în faptul că autorul abordează într-o manieră integrată schematică relațiile dintre actorii economici, dar și sociali implicați în dezvoltarea și promovarea turismului, procesele manageriale de dezvoltare a turismului, dar și dimensiunile dezvoltării durabile care nu trebuie neglijate. În condiții de eficiență acest model este privit din perspectiva eforturilor (cât mai mici) depuse și efectelor (maxime) obținute.

5. Inițierea și dezvoltarea proiectelor turistice în mediul rural atât de către autoritățile publice locale, cât și de către Agenția Turismului, prin cooptarea partenerilor străini, dar și a agenților economici din spațiul rural. În viziunea noastră exemple de proiecte public-private ar fi: proiectul "Satul moldovenesc-sat turistic"; proiectul "Împreună spre origini"; proiectul "Turismul rural – o punte între ambele maluri ale Nistrului"; proiectul "Weekend la iarbă" etc.

6. Crearea unui cluster în domeniul turismului rural. Ca exemplu, propunem un cluster cu denumirea: "Turismul rural din Zona Centru". Scopul clusterului este administrarea și valorificarea factorilor naturali și antropici prin turismul rural dezvoltând diverse proiecte și programe de management turistic strategic durabil, pentru afirmarea și promovarea destinațiilor turistice rurale din Zona Centru.

Unele recomandări propuse au fost analizate și recunoscute ca relevante în cadrul Asociației Naționale de Turism Rural, Ecologic și Cultural, Organizației Nonguvernamentale "ETECO", cât și în cadrul Agropensiunii Butuceni, fapt atestat prin Certificatele de implementare.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova, nr. 352-XVI din 24.11.2006. În: Monitorul Oficial nr.14-17/40 din 02.02.2007
2. Norme metodologice și criterii de clasificare a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei. Hotărârea Guvernului nr.643 din 27.05.2003. În: Monitorul Oficial nr. 99-103 din 06.06.2003
3. Botezatu A. Managementul structurilor de cazare turistică rurală: similitudini în spațiul european. În: Conferința Internațională Științifico-Practică "Creșterea economică în condițiile internaționalizării", ediția a VI-a. Chișinău: IEFS, 20-21 octombrie, 2011. p. 285-289. ISBN 978-9975-4176-79
4. Botezatu A. Strategii și tehnici de promovare a turismului rural sustenabil. În: Revista Economica. Nr. 1 (83), martie 2013. Chișinău: ASEM. p. 40-46. ISSN 1810-9136
5. Botezatu A. Analiza diagnostic a eficienței economice a turismului rural în contextul dezvoltării durabile. În: Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători. Ediția a XI-a, Chișinău: ASEM. 25-26 aprilie, 2013. p. 199-202. ISBN 978997575659-4
6. Botezatu A. Touristic pension`s management in the rural areas. În: Scientific Papers Series Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development. Vol 15, Issue 1, 2015. p. 51-58. ISSN 2284-7995
7. Bran F. Turism rural: model european. București: Economică, 1997. 176 p.
8. Florea S. Potențialul turistic al Republicii Moldova. Chișinău: Labirint, 2005. 293 p.
9. Glăvan V. Turism rural. Agroturism. Turism durabil. Ecoturism. București: Editura Economică, 2003. 216 p.
10. Glăvan V., Platon N., Rusu V. Managementul turismului rural în Republica Moldova: probleme, realități și perspective. Chișinău: Bons-Offices, 2004. 144 p.
11. Glăvan V. Dezvoltarea turistică durabilă a spațiului rural – o necesitate în perspectiva integrării europene. Conferința Științifico-Practică "Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii". Vol. I. Chișinău: ASEM. 2008
12. Miron V., Tomiță P. Managementul resurselor turistice din Republica Moldova. Chișinău: UASM, 2007. 167 p.
13. Nistoreanu P., Ghereș M., coordonatori. Turism rural, tratat. București: C.H.Beck, 2010. 280 p.
14. Ostrofeț L. Dezvoltarea turismului eco-rural aplicat în Republica Moldova. Chișinău: 2010. 184 p.
15. Platon N. Managementul serviciilor turistice. Chișinău: Asociația Națională a Agențiilor de Turism, 2010. 156 p.

16. Sîrbu O. Implicațiile turismului în economia Republicii Moldova. În: Conferința științifică internațională „Strategii de dezvoltare socio-economică a societății în condițiile globalizării”. Chișinău: ULIM, 2012 p. 169-175
17. Stănciulescu G., Micu C. Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație. București: Editura C. H. Beck, 2012. 424 p.
18. Talabă I., Haller A. P., Talpas J., coordonatori. Turismul rural românesc, Actualitate și perspective. Vol. II. Iași: Perfomantica, 2008. 210 p.
19. Turcov E., Coordonarea turismului. Chișinău: ASEM, 2006. 209 p.
20. Timofti E. Rural tourism in the European Union. EPISTEME, Warsaw, Poland, nr. 23/2015, s. 5-10
21. Kloetze J. W. Rural Tourism: A Gender Approach. 6th World Leisure Congress "Leisure and Human Development". Bilbao, 3-7, July 2000. Wageningen: Department of Environmental Sciences/Centre for Recreation and Tourism Studies, Wageningen UR, 19 p. Disponibil: <http://edepot.wur.nl/18047> (vizitat 10.02.2011)
22. Strategia de Dezvoltare a Turismului "Turism 2020", Hotărârea Guvernului nr. 338 din 19.05.2014. În: Monitorul Oficial nr. 127-133, art nr. 370 din 23.05.2014.

PUBLICAȚII LA TEMA TEZEI

▪ **Articole în reviste din străinătate recunoscute**

1. Botezatu A. Tourist motivation for rural destinations. În: Scientific Papers Series Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development. Vol 14, Issue 1, USAMV, București, 2014, p. 49-52, 0,31 c.a. ISSN 2284-7995.
2. Botezatu A. Pensions management in the rural areas. În: Scientific Papers Series Management, Economic, Engineering in Agriculture and Rural Development. Vol 15, Issue 1, USAMV, București, 2015, p. 51-58, 0,56 c.a. ISSN 2284-7995.

▪ **Articole în reviste din Registrul Național al revistelor de profil, categoria B**

3. Botezatu A. Valorificarea potențialului turistic al satului moldovenesc. În: Economica, ASEM, Chișinău, 2011, nr. 1(75), p. 41-45, 0,25 c.a. ISSN 1810-9136.
4. Botezatu A. Strategii și tehnici de promovare a turismului rural sustenabil. În: Economica. ASEM, Chișinău, 2013, nr. 1 (83), p. 40-46, 0,43 c.a. ISSN 1810-9136.

▪ **Materiale la conferințe internaționale (peste hotare)**

5. Bîzgu I., Botezatu A. National and international organizations contributions to sustainable tourism development. În: Materialele Conferinței Internaționale Științifico-practice a tinerilor cercetători: Методология, методы и инструментарий финансово-экономической и организационно-правовой регуляции воспроизводительных процессов, за инновационно инвестиционной моделью, Academia de Finanțe din Bucovina, Cernăuți, 2011, p. 360-363, 0,21 c.a. ISBN 978-617-7096-24-4.
6. Botezatu A. Priorities and challenges of sustainable development of rural tourism. În: Materialele Conferinței Internaționale Științifico-practice a tinerilor cercetători: Организационно-экономическое, финансово-учетное и институционально-правовое обеспечение инновационного развития субъектов хозяйствования и территориальных обществ, Academia de Finanțe din Bucovina, Cernăuți, 2011, p. 28-30, 0,16 c.a. ISBN 978-617-7096-24-4
7. Botezatu A. Speleotourism – alternative form of tourism. În: Materialele Conferinței Internaționale Științifico-practice a tinerilor cercetători: Особенности эффективного управления предприятиями в условиях глобальных вызовов. Academia de Finanțe din Bucovina, Cernăuți, 2013, p. 319-322, 0,20 c.a. ISBN 978-617-7096-24-4

▪ **Materiale la conferințe internaționale în republică**

8. Botezatu A. Managementul structurilor de cazare turistică rurală: similitudini în spațiul european. În: Materialele Conferinței Internaționale Științifico-Practice: Creșterea economică în condițiile internaționalizării, ediția a VI-a, IEFS, 20-21 octombrie, 2011, p. 285-289, 0,34 c.a. ISBN 978-9975-4176-79

▪ **Materiale la conferințe naționale**

9. Botezatu A. Analiza diagnostic a eficienței economice a turismului rural în contextul dezvoltării durabile. În: Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători. Ediția a XI-a, Vol. I, ASEM, 25-26 aprilie, 2013, p.199-202, 0,38 c.a. ISBN 978997575659-4.

ADNOTARE

Numele și prenumele autorului: BOTEZATU Angela

Titlul tezei: Managementul promovării turismului rural în Republica Moldova

Gradul științific solicitat: teză de doctor în științe economice

Localitatea: Chișinău, **Anul perfectării tezei:** 2016

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie din 142 titluri, 39 anexe, 120 pagini text de bază, 27 figuri, 24 tabele și 29 formule. Rezultatele obținute sunt publicate în 9 lucrări științifice.

Cuvinte-cheie: agropensiune, cluster turistic, eficiență în turism, managementul turismului, mix promoțional, promovare, potențial turistic, strategia turismului, turism rural.

Domeniul de studiu: 521.03 - Economie și management în domeniul de activitate.

Scopul tezei rezidă în cercetarea și analiza complexă a turismului rural din Republica Moldova, a politicilor publice în domeniu și formularea unor strategii manageriale de dezvoltare și promovare a turismului rural.

Obiectivele cercetării vizează: abordarea critică a conceptului de turism rural în viziunea mai multor autori; relevarea aspectelor și particularităților managementului promovării produsului turistic și a mixului promoțional; prezentarea politicilor publice în domeniul turismului în Republica Moldova; analiza indicatorilor de dezvoltare a turismului și pronosticul acestora pentru perioada 2016-2020, ținându-se cont de trendul și factorii de influență asupra domeniului dat; evaluarea eficacității manageriale și a tehnicilor de promovare la Agropensiunea Butuceni; studierea percepției și motivațiilor turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural; elaborarea unui model managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural ca instrument de administrare a sectorului turistic rural la nivel macroeconomic; identificarea și prezentarea căilor și instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

Noutatea și originalitatea științifică a tezei rezidă în: sistematizarea și cronologizarea conceptelor de turism rural și a managementului turismului; elucidarea instrumentelor și mijloacelor mixului promoțional al serviciilor turistice din spațiul rural; analiza indicatorilor turistici și pronosticul acestora pentru perioada 2016-2020; identificarea unor măsuri de îmbunătățire a managementului Agropensiunii Butuceni; elaborarea unei cercetări cantitative privind aspectele percepției turiștilor cu privire la serviciile de turism din spațiul rural; conturarea profilului consumatorului de servicii turistice rurale; prezentarea modelului teoretic managerial-strategic de dezvoltare și promovare a turismului rural durabil; propunerea și argumentarea instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural.

Problema științifică soluționată constă în identificarea particularităților turismului rural și a managementului promovării produsului turistic din Republica Moldova, fapt ce a determinat elaborarea unor căi și instrumente de eficientizare a managementului promovării turismului rural, în vederea creșterii notorietății și atractivității acestuia pentru turiștii interni și internaționali.

Semnificația teoretică a lucrării constă în analiza complexă și sistematizarea reperelor epistemologice din domeniul turismului rural și al promovării produsului turistic, prezentarea și argumentarea viabilității politicilor publice în domeniul turismului, a proceselor, relațiilor și strategiilor de management în turism și a modalităților de eficientizare a acestuia. **Valoarea aplicativă a lucrării** rezidă în aplicarea în practică a instrumentelor de eficientizare a managementului promovării turismului rural, aplicarea modalităților de îmbunătățire a activității manageriale a Agropensiunii Butuceni. Implementarea softului informatic de evidență turistică pentru Agropensiunea Butuceni.

Implementarea rezultatelor științifice: rezultatele cercetării au fost prezentate și discutate în cadrul conferințelor științifice și simpoziunilor, publicate în reviste științifice de profil. Recomandările științifico-practice au fost propuse spre implementare Agropensiunii Butuceni și coordonate în cadrul ANTREC și ETECO.

АННОТАЦИЯ

Имя, фамилия: Ботезату Анжела

Название диссертации: Менеджмент продвижения сельского туризма в Республике Молдова

Соискание ученой степени: Кандидат экономических наук

Место защиты: Мун. Кишинэу. **Год представления диссертации:** 2016

Структура диссертации: введение, три главы, общие выводы и рекомендации, библиография из 142 названий, 120 страниц основного текста, 39 приложений, 27 рисунков, 24 таблицы, 29 формул. Результаты исследования опубликованы в 9 научных работах.

Ключевые слова: сельский туризм, туристический потенциал, стратегия туризма, менеджмент туризма, пансион В&В, эффективность, промо-микс, продвижение, кластер.

Область исследования: Специальность 521. 03 - Экономика и менеджмент в сфере деятельности

Цель работы: заключается в исследовании и комплексном анализе сельского туризма в Молдове, государственной политике в области туризма и разработки стратегий развития и продвижения сельского туризма.

Задачи исследования: критический подход к концепции сельского туризма по мнению ряда авторов; выявление аспектов и особенностей управления и продвижения туристического продукта и промо-микса; анализ государственной политики в области туризма в Молдове; анализ показателей развития туризма и их прогноз на период 2016-2020 гг, с учетом тенденций и факторов, влияющих на данный сектор; оценка эффективности управления и методов продвижения в Агропансионате Бутучены; исследование восприятия и мотивации туристов о туристических услугах в сельской местности; разработка модели стратегического менеджмента развития и продвижения сельского туризма в качестве инструмента для управления макроэкономического сельского туристического сектора; определение и отражение путей и инструментов для оптимизации менеджмента продвижения сельского туризма.

Новизна и оригинальность работы заключается: в систематизации концепций сельского туризма и управления туризмом; выяснении рекламных инструментов и средств продвижения туристических услуг в сельской местности; анализе показателей туризма и их прогноз на период 2016-2020 гг; определении мер по совершенствованию управления Агропансионата Бутучены; разработке количественного исследования по вопросам восприятия туристов о туристических услугах в сельской местности; определении потребительского профиля сельского туриста; разработке теоретической модели стратегического управления и продвижения сельского туризма; предложении и обосновании эффективных инструментов и способов управления и продвижения сельского туризма.

Научная проблема заключается в определении особенностей управления сельского туризма и продвижении туристического продукта Республики Молдова, которое повлекло за собой разработку способов и инструментов оптимизации управления сельского туризма, в целях повышения уровня его привлекательности для отечественных и зарубежных туристов.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы заключается в комплексном анализе и систематизации гносеологических концепций сельского туризма и продвижения туристического продукта Республики Молдова.

Внедрение научных результатов: результаты исследования были обсуждены на научных конференциях и симпозиумах; были предложены для реализации Агропансионата Бутучены и координированны в рамках ЭТЕКО и ANTRECa.

ANNOTATION

Surname, first name of the author: BOTEZATU Angela

Title of the thesis: Management promotion of rural tourism in the Republic of Moldova

Academic degree required: PhD thesis in Economics science

Locality: Chişinău. **Year of thesis finalization:** 2016

Investigation field: 521.03 - Economics and management in the field

Thesis structure: introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, 142 bibliographical titles, 120 basic text pages, 27 figures, 29 formula, 24 tables. The results of the thesis are published in 9 scientific papers.

Key words: advertising, agripension, cluster, efficiency, promotional mix, rural tourism, tourism strategy, tourism management.

The purpose of the reasearch resides in research and complex analysis of rural tourism in Republic of Moldova, the public policies and formulating strategies for development and promotion of rural tourism.

Research objectives: critical approach of the concept of rural tourism in the view of several authors; revealing aspects and particularities management and promotion of tourist product promotional mix; presentation of public policies on tourism in Moldova; analysis of indicators of tourism development and the forecast for the period 2016-2020, taking into account the trends and factors influencing the given range; evaluation of management effectiveness and promotion techniques at the Agripension Butuceni; studying perceptions and motivations of tourists about tourism services in rural areas; developing a management and strategic model of development and promotion of rural tourism as a tool for managing macroeconomic rural tourism sector; identifying and presenting ways and tools to streamline the management of rural tourism promotion.

Scientifical novelty and originality of this thesis: systematization of the rural tourism concepts and tourism management; elucidating the promotional mix instruments and means of tourism services in rural areas; analysis of indicators tour and the forecast for the period 2016-2020; identifying measures to improve the management Agripension Butuceni; developing a quantitative research on tourists' perception issues regarding tourism services in rural areas; shaping consumer profile of rural tourism services; theoretical model presenting managerial and strategic development and promotion of sustainable rural tourism; proposal and rationale efficient management tools to promote rural tourism.

The important solved scientific problem consists in identifying features of rural tourism and promoting tourist product management in Moldova, which prompted the development of ways and tools to streamline the management to promote rural tourism in order to increase awareness and its attractiveness for domestic and foreign tourists.

The theoretical significance of the work consists in: epistemological complex analysis and systematization of rural tourism and tourism product promotion, presentation and argumentation of viability of public policies on tourism, processes, relationships and tourism management strategies and ways to streamline it.

Applicative value of the work resides in the practical application of management tools to streamline the promotion of rural tourism, ways to improve application management activity of Agropension Butuceni. Computer software implementation record for the Agripension Butuceni tourism.

Implementation of scientific results: research results were presented and discussed at scientific conferences and symposiums, published in scientific journals in the field. Scientific and practical recommendations were proposed for implementation to the Agropension Butuceni and coordinated within ETECO and ANTREC.

BOTEZATU Angela

**MANAGEMENTUL PROMOVĂRII TURISMULUI RURAL ÎN
REPUBLICA MOLDOVA**

Specialitatea 521.03 – Economie și management în domeniul de activitate

Autoreferatul tezei de doctor în științe economice

Aprobat spre tipar: 23 mai 2016
Hârtie ofset. Tipar ofset
Coli de tipar:1,0

Formatul hârtiei 60x84 1/16
Tirajul - 50 de exemplare
Comanda nr. 50

SRL "PRINT-CARO"

Str. Astr. N. Donici, 14, tel. 0-22-85-33-86