

**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE MOLDOVA**

Cu titlu de manuscris

C.Z.U.:338.486:2(478)(043)

**APETRI NICULINA**

**FUNDAMENTAREA ECONOMICĂ A STRATEGIILOR DE  
DEZVOLTARE A TURISMULUI CULTURAL RELIGIOS**

**Specializarea: 521.03- Economie și management (în turism)**

**AUTOREFERATUL**

**tezei de doctor în economie**

**Chișinău, 2017**

**Teza a fost elaborată la catedra ”Turism și Servicii Hoteliere” a Academiei de Studii Economice a Moldovei**

**Conducător științific:**

**Turcov Elena**, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar

**Componența Consiliului Științific Specializat:**

**Paladi Ion, președinte**, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar

**Portărescu Serghei, secretar științific**, doctor în științe economice, conferențiar universitar

**Doga Valeriu**, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar

**Stăvilă Tudor**, doctor habilitat în studiul artelor, profesor cercetător

**Calughin Serghei**, doctor în științe economice

**Referenți oficiali:**

**Crotenco Yuri**, doctor habilitat în științe economice, conferențiar universitar

**Nedelea Mircea Alexandru**, doctor în științe economice, conferențiar universitar, România

Susținerea va avea loc în data de 03.11.2017, ora 15.00 în Ședința Consiliului Științific Specializat D 32.521.03-08 din cadrul Academiei de Studii Economice a Moldovei pe adresa:

MD-2012, mun. Chișinău, Str. Mitropolit Bănulescu Bodoni, Nr.61, Sala Senatului.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la Biblioteca academiei de Studii economice a Moldovei și pe pagina web a Consiliului Național pentru Acreditare și Atestare ([www.cnaa.md](http://www.cnaa.md)).

Autoreferatul a fost expediat în data de 24.02.2017

**Secretar Științific al Consiliului Științific Specializat,**

Doctor în economie, conferențiar universitar

**Portărescu Serghei**

**Conducător științific,**

Doctor habilitat în economie, profesor universitar

**Turcov Elena**

**Autor**

**Apetri Niculina**

## 1. REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

**Actualitatea temei de cercetare.** Dezvoltarea fără precedent și intensificarea circulației turistice la toți indicatorii la nivel mondial, cu directe implicații la nivel național și regional, a determinat necesitatea apariției unui studiu aprofundat în acest domeniu. Demersul științific în acest sens este de a analiza atât cauzele cât și efectele acestui fenomen aflat în ascensiune la început de mileniu trei și fundamentarea strategiilor de dezvoltare a acestuia.

Studiul turismului cultural religios reprezintă o temă de mare actualitate, prin care s-a încercat sublinierea avantajelor practicării acestei forme de turism, punându-se accentul pe aspectele de ordin economic din cadrul agențiilor de turism, altor agenți economici implicați, lăcașelor de cult, altor obiective culturale religioase. Acestea, prin turism, își sporesc astfel vânzările, își diversifică oferta de produse și servicii, reduc riscurile, capătă un plus de imagine, devin cunoscute în rândul clienților, beneficiază de o bună reputație la nivel mondial, pot să-și fidelizeze clienții prin oferte speciale în anumite perioade, în preajma unor sărbători religioase sau în extrasezon.

Clarificarea conceptuală a noțiunii de pelerinaj constă în acceptarea termenului ca atare, acesta însemnând călătorie spirituală sau călătorie în scop religios. Pelerinul este persoana care călătorește către locuri sfinte având o motivație cognitiv spirituală. Pelerinajul include turismul religios. Denumirea de pelerinaj vine de la scriitorul francez, Jean Pelerin. Mișcarea spirituală a fost studiată de-a lungul anilor de economiști, filozofi, sociologi, psihologi, istorici, oameni de afaceri constituindu-se diverse asociații și organizații în acest sens. Cea mai importantă organizație la nivel mondial este Mont Pelerin Society (MPS) înființată de David Harvey în anul 1947. Aceasta are sediul în Elveția și este condusă de președintele Deepak Lal. Pelerinajul este una dintre cele mai vechi forme de turism, practică de toate categoriile sociale încă din cele mai vechi timpuri cu un puternic impact social economic. Incluziunea pelerinajelor în ofertele agențiilor de turism alături de celelalte tipuri de oferte și programe turistice conduce la posibilitatea cuantificării rezultatelor economice. Intensificarea circulației turistice la nivel mondial, criza economică și socială au determinat și la nivel național creșterea numărului de pelerinaje, a numărului de pelerini și implicit a numărului de înnoptări și a încasărilor în rândul agențiilor economice. Apariția în ultimii ani a agențiilor de pelerinaj sau a birourilor de pelerinaj pe lângă mitropolii sau derularea pelerinajelor sub coordonarea acestora, are un impact extrem de pozitiv asupra populației, în special a segmentelor de piață adulte și de vârstă a treia, care preferă tot mai mult acest tip de călătorie, satisfăcându-și nevoile spirituale și culturale. Soluționarea problemelor apărute la nivelul agențiilor de turism prin practicarea pelerinajelor s-a rezolvat astfel, prin înlocuirea acestora cu agențiile de pelerinaje, care oferă programe asistate de preoți, profesori de religie, oameni pregătiți în acest domeniu. Pelerinii își doresc un alt tip de călătorie față de ceilalți turiști, ei au nevoie de liniște, meditație, contemplație, venerație, comunicare sufletească cu Dumnezeu sau persoane îmbogățite duhovnicește.

**Gradul de studiere al temei, definirea subiectului de cercetare.** Turismul ca știință face parte din familia științelor economice, derivate din știința mamă- economia. Turismul ca ramură economică face parte din sectorul terțiar, al serviciilor, care tinde spre o poziție cât mai importantă în economia fiecărei țări, prin considerabila contribuție la PIB-ul național. Preocupările și interesul la nivel național pentru această ramură au crescut odată cu trecerea la economia de piață. S-au înființat tot mai multe facultăți de management în turism, cu posibilități de continuare a cercetării științifice la nivel doctoral și postdoctoral, dar a crescut considerabil și numărul de locuri și s-au diversificat specializările la nivel de studii medii și submedii în învățământul preuniversitar, tocmai pentru a forma buni specialiști în turism. Coordonatele managementului și marketingului în turism sunt studiate și continuă să fie obiect de cercetare și studiu în instituțiile de profil. Problematika turismului cultural religios este mai puțin abordată la nivel doctoral, datorită interferenței aspectelor social și economic, dar și particularității scopului călătoriei. Se impune însă, studiul acestei problematice, ca urmare a dinamicii fără precedent a călătoriilor în scop cultural religios și a apariției agenților economici în număr tot mai mare, care deservește pelerinajele. Creșterea economică la nivel național conduce implicit la creșterea numărului de călătorii, dar și a numărului de turiști/pelerini, a numărului de pelerinaje (pot fi aceleași persoane care alocă o mare parte din bugetul lor călătoriilor în scop cultural religios). Pelerinajele contribuie la creșterea cifrei de afaceri a agențiilor de turism/pelerinaje, determinând încasări tot mai mari în rândul acestora, dar și creșterea economică a zonelor receptoare. Eficiența economică a pelerinajelor este demonstrată și prin apariția unui număr relativ mare de agenții de pelerinaj în toate orașele mari ale țării; acestea își orientează oferta către zonele cu obiective turistice consacrate. Paralel cu pelerinajele creștin ortodoxe a crescut și numărul de pelerini catolici care se orientează, în județul Suceava către Basilica Minor din Cacica, unde serviciile religioase sunt ținute în limba română, polonă, germană, maghiară. Pelerinii care sosesc în zonă sunt atrași de simbioza dintre tradiție și modernism, de armonizarea noului cu vechiul, aici întâlnind de la tradițiile și obiceiurile strămoșești, alimentație tradițională la condiții de cazare foarte moderne, dotări și servicii suplimentare corespunzătoare gradului de confort solicitat. Pelerinii nu provin din aceleași medii, dacă unii sunt săraci, preferă să doarmă pe jos sau pe pături în curtea mănăstirii, țin post și se roagă neconținut, alții vin în automobile luxoase, se cazează la pensiuni cu cel mai înalt grad de confort, consumă cu plăcere mâncăruri tradiționale, vizitează zona impresionată de farmecul locului și de peisaj, își îmbogățesc cultura, contemplă, meditează, se reculeg și uneori fac donații. Pelerinii catolici din țările occidentale sunt impresionați de pictură, arhitectură, viața de obște, liniștea ce domnește zi de zi și unde pare să nu se întâmple nimic. Cea mai importantă destinație a pelerinajelor în județ este M-rea Putna, necropolă voievodală, unde își are mormântul Ștefan cel Mare, cel mai glorios voievod român din toate timpurile. Mănăstirea Putna este cunoscută în țară, dar are mare rezonanță și în străinătate, Ștefan cel Mare fiind supranumit „atletul creștinătății”, ca urmare a apărării creștinismului la granița de est a Europei aproape jumătate de secol și a războaielor drepte pe care le-a câștigat construind apoi câte o biserică. Pe 15 august, în fiecare an, vin la Putna mii de pelerini din toată lumea, la hramul mănăstirii „Adormirea Maicii Domnului”. Atmosfera din

curtea mănăstirii este înălțătoare, mii de oameni îngenuncheați, indiferent de funcții, ranguri, averi, stau pioși, se roagă, ascultă slujba ținută de soborul de preoți și înalți oaspeți prelați. Tot pe 14-15 august la hramul de la Cacica sosesc aproximativ 15 000 turiști/pelerini care ascultă și meditează la cuvântul lui Dumnezeu. Pelerinajul constituie și o modalitate de detașare, de uitare a grijilor zilnice, de rugăciune, de reflecție, de liniște. Trebuie remarcată frumusețea portului popular, sătenii îmbrăcați de sărbătoare așteaptă invitați și rude de departe. În curtea mănăstirii toată lumea se salută și își transmite gânduri de bine. Credința nu are nevoie de dovezi, este forța care împlinește rugăciunea, încrederea în Dumnezeu care face minuni și bucură sufletele celor care le așteaptă, restul având doar noroc. Pelerinajul poate fi considerat deasupra tuturor călătoriilor, are cel mai nobil scop, înălțător, turistul pelerin renunță la cele lumești, la bucuriile materiale, înălțându-se spiritual. Voronețul se distinge între celelalte mănăstiri datorită albastrului de Voroneț, care a făcut-o celebră în toată lumea și pentru care vin mii de pelerini de pe tot globul să o vadă, dar și întârzie la rugăciune, admiră, contemplă, meditează fiind impresionati de culorile îmbinate armonios, în celebrele picturi ce reprezintă icoane, sfinți, dar și scene de luptă, scene de muncă, etc. , scena judecății de apoi de pe peretele vestic făcând înconjurul lumii. La acestea se adaugă mănăstirile Moldovița, Sucevița, Hagigadar, Humor, Arbore, Dragomirna, Bogdana, Probota, Slatina, Slătioara, Rîșca, Sf. Ioan, etc. care atrag anual mii de turiști din toată lumea. Autenticul se simte la tot pasul în Bucovina, de la casele din lemn cu arhitectură și motive specifice, porțile cu motive ornamentale, arta populară a ștergarelor și țesăturilor, a olăritului și împletiturilor de nuiele, a ouălor încondeiate care fac tradițiile mai frumoase și nemuritoare. Astfel, managementul cultural religios, cultural artistic la nivel de IMM-uri este susținut, încurajat de politicile naționale și deci identitatea națională nu va dispărea niciodată în ciuda încurajării globalizării, mondializării, a tendințelor de creare a unei culturi și a unei religii unice. Sunt pelerini care deși au vizitat atâtea catedrale celebre, aici în Bucovina au simțit altceva. Acest simțământ se explică prin existența celei mai mari densități de monumente de artă, arhitectură, obiective religioase ortodoxe din lume, Suceava are cea mai mare densitate de biserici și mănăstiri de mare valoare, dintre care 7 sunt monumente UNESCO. Aici se simte, este regăsire, este redescoperire a eu-lui, este liniște și pace sufletească dublate de peisajul geografic deosebit și climatul puternic ozonat. Oamenii îngenuncheați în fața icoanelor nu fac paradă, ci sunt modești și smeriți, femeile cu capul acoperit stau la slujbă în stânga bărbaților și simt duhovnicește, impactul social este extrem de puternic. Faptul că oamenii devin mai buni, mai iertători, mai toleranți, decizi să facă fapte bune, se ajută între ei, își mărturisesc păcatele, dobândesc iertare și putere de a merge înainte. Toate aceste elemente constituie premisele obiectului cercetării științifice în domeniul teoriei și practicii turismului cultural religios.

**Scopul tezei de doctor** este de a fundamenta strategiile de dezvoltare a turismului cultural religios în județul Suceava, de a armoniza interesele instituțiilor cultural religioase cu managementul turistic al agenților economici prestatori de servicii speciale și generale cu al ministerelor de resort. Atingerea scopului tezei de doctor a determinat formularea și soluționarea unor sarcini: studierea fenomenului turistic cultural religios în ansamblu și detaliat în județul Suceava; identificarea particularităților managementului firmelor implicate, în special al

agențiilor de turism și pelerinaje; evaluarea potențialului turistic cultural religios al zonei cu referire și la cel național și internațional; caracterizarea sub aspectul bazei tehnico-materiale a posibilităților de extindere a pelerinajelor; crearea unui mecanism de optimizare a derulării programelor turistice cu caracter cultural religios în scopul unei mai bune gestionări a resurselor specifice, a creșterii eficienței economice; clarificarea conceptuală a pelerinajului; soluționarea problematicei determinante a consolidării acestei forme de turism; analiza impactului social, economic, motivațional al acestui tip de călătorie turistică; stabilirea stadiului actual al cercetării și a zonei de interes; demonstrarea eficienței elaborării unui management strategic la nivelul IMM-urilor, dar și a instituțiilor implicate; plus valoarea dobândită prin acest demers de către toate instituțiile implicate.

**Obiectul de cercetare** îl reprezintă potențialul turistic cultural religios de excepție, sfera serviciilor specifice și generale, agenții economici și instituțiile ce gestionează aceste resurse, segmentele de piață din care provin majoritatea turiștilor/pelerini.

**Baza teoretică și metodologică a cercetării științifice** o constituie teoria economică, a managementului, cadrul normativ și legislativ ce reglementează activitatea organizațiilor din turism, rapoartele statistice și aplicarea lor în scopurile stabilite.

**Principalele metode de cercetare.** În procesul de cercetare s-au utilizat metodele analizei economice și sistematice, analiza tabelară și grafică, metode statistice, comparația, observația, sondajul de opinie, studierea comportamentului pelerinilor la locul de sejur. Cercetările se bazează pe cadrul legislativ și normativ al țării în domeniul reglementărilor turistice, fără a aduce atingere vreunui cult religios.

**Metoda de colectare a datelor pentru teza de doctor** a constat în monitorizarea atentă a materialelor științifice și informative din presa scrisă și electronică, a datelor statistice actualizate.

**Baza informațională a tezei** este constituită din legislația națională în domeniul turismului, actele normativ-legislative ale organizațiilor mondiale din turism, colecții de date statistice, publicații periodice, materiale informative din diferite surse din mass-media, buletine informative ale unor instituții de profil, rapoarte ale agențiilor de turism și a altor agenți economici a Direcției Naționale de Statistică.

**Caracterul novator și originalitatea lucrării.** Gradul de noutate al tezei de doctor constă în semnalarea fenomenului religios ca fiind extrem de important la începutul mileniului trei, precum și analiza acestuia din perspectiva turismului ca generator de efecte economice pe termen lung și cu implicații sociale extrem de benefice. Se disting trei categorii de efecte determinate de dezvoltarea turismului cultural religios: spirituale, sociale și economice. Soluționarea problematicei determinate de călătoriile în scop religios nu se referă doar la conducerea acestora de către ghizi calificați ci și la crearea unei baze tehnico-materiale specifice: hoteluri, pensiuni aflate sub administrarea mănăstirilor, posibilități de servire a mesei în restaurantele proprii, dar și

în incinta mănăstirilor (trapeza). Toate acestea contribuie la rămânerea turiștilor mai mult timp în incinta mănăstirilor, sau în preajma lăcașelor de cult și participarea lor la programul slujbelor religioase, dar și la discuții cu mari duhovnici, închinare și venerație la icoane, sfinți, moaște. Pe lângă mănăstiri sau obiectivele cultural religioase funcționează mici bazare, magazine sau spații comerciale în care se vând obiecte religioase, pe care pelerinii le cumpără cu plăcere pentru a le păstra ca suvenir, dar și ca talisman aducător de bine. De asemenea pot cumpăra suveniruri pe care le oferă celor dragi de acasă. Se comercializează pe lângă lumânări, tămâie, mir, icoane, cărți bisericești, albume, CD-uri, DVD-uri, brelocuri, magneți, etc. Prin participarea la slujbe pelerinii se purifică, se curăță de păcate prin spovedanie, închinare și rugăciune astfel încât, să revină la locul de muncă îmbunătățiți capabili să reia sarcinile de serviciu cu multă ușurință.

Eficiența economică a pelerinajelor este dovedită și prin faptul că, în general, această categorie de turiști nu manifestă pretenții exagerate, nu sunt exigenți față de prestatorii de servicii, sunt cheltuitori și fac donații în sprijinul lăcașelor de cult, dar și cu speranța că li se vor rezolva problemele. Pelerinii ajută pe cei săraci, aflați în nevoie, își asumă sărăcia sperând că vor avea parte de mântuire. Eficiența este dovedită de numărul tot mai mare de agenții de pelerinaj. Impactul social se resimte prin crearea de noi locuri de muncă în turism, dar și în instituțiile cultural religioase. Se construiesc hoteluri, moteluri (Anexa 2) în apropierea mănăstirilor, se pregătesc meniuri tradiționale, se oferă posibilități de participare la programe culturale, astfel încât crește continuu gradul de ocupare a forței de muncă locale. Promovarea zonei este extrem de importantă, fără a investi în mod excesiv în publicitate prin mass-media sau alte modalități, ci doar prin vizitarea zonei și transmiterea directă a mesajelor. Capacitatea de primire a teritoriului este suficientă pentru a suporta un număr tot mai mare de turiști, fără a tulbura activitatea mănăstirilor.

Indicatorii statistici analizați evidențiază o creștere semnificativă, de la an la an a circulației turistice, a numărului de turiști străini, în special catolici. A crescut numărul locurilor de cazare în pensiuni de 2 și 3 stele, dar s-au construit și pensiuni de 4 și 5 stele pentru turismul elitist. A crescut numărul înnoptărilor, de asemenea numărul de zile /turistic și încasarea medie pe turist.

Se constată o creștere ușoară a nivelului de trai a populației din zonă, aceasta fiind antrenată în comercializarea produselor autohtone: țesături, ștergare, ii, covorașe, oale, ouă încondeiate, sculpturi, toate acestea făcând cunoscute tradițiile locale și naționale.

Analizând circulația turistică spre destinațiile turistice religioase din sursele oferite de agențiile de turism, se constată că a crescut de la an la an circulația turistică spre destinații religioase în țară, dar în același timp și spre destinații din afara țării. Dacă în țară principalele destinații turistice religioase sunt: mănăstirile din Bucovina, Neamț (Agapia, Vărativ, Petru-vodă, Bistrița, Pângărați, Secu, Sihăstria, Sihla, Neamț, etc), bisericile cu turla din lemn din Maramureș (Săpânța- Peri, Bârsana, Rohia, Dragomirești, Rozavlea, Surdești, Desești, Moisei), dar și cele din județul Vâlcea (Cozia, Govora, Dintr-un Lemn, Bistrița, Horezu, Arnota, etc.) și altele: Curtea de Argeș, Tismana, Prislop, Nicula (Cluj), (conform Anexa 16 și Anexa 17), unde se află

icoane făcătoare de minuni, moaște, monumente, dar și obiective turistice cultural religioase aparținând altor religii. Cele mai importante pelerinaje din țară sunt cele de la Nicula din Județul Cluj, pe 15 august, la aceeași dată cu cele de la Putna și Cacica, apoi de la Catedrala Mitropolitană din Iași de Sf. Parascheva, pe 14 octombrie, pe 26-27 octombrie la Patriarhia Română la moaștele Sf. Dimitrie, pe 24 iunie la M-rea Sf. Ioan din Suceava, etc. La acestea se adaugă alte pelerinaje și manifestări religioase la moscheele și lăcașele de cult aparținând altor religii.

La nivel mondial se constată o tendință de unificare a religiilor, demonstrată prin extinderea circulației turistice către toate destinațiile cultural religioase ce aparțin unor religii diferite, prin crearea de mari fluxuri turistice către atracțiile mondiale Mecca, Medina, Piramidele din Egipt, mănăstirile de pe muntele Meteora și muntele Athos, catedrale celebre. Tendința de globalizare este dovedită și de faptul că se circulă tot mai ușor, cu buletinul în statele membre UE, simplificându-se formalitățile vamale, transportul este tot mai rapid prin trenuri și avioane de mare viteză, confort tot mai diversificat în hoteluri de înaltă clasă, meniuri exotice și cât mai diversificate, facilități de preț, oferte speciale, oferte pentru seniori, astfel încât în preajma mănăstirilor, catedralelor vorbindu-se cât mai multe limbi și amestecându-se culturile. Această tendință de globalizare are consecințe asupra tuturor țărilor și culturilor acestora.

Concomitent se resimte un puternic curent naționalist specific fiecărei țări, care să protejeze identitatea națională. Cultura propriei țări este îmbogățită, limba română acceptă și își însușește termeni noi preluați ca atare: management, marketing, job, computer, mouse, travel, chek-in, chek-aut, voucher, etc. Așadar se impune păstrarea tradițiilor, obiceiurilor, culturii, limbii, conservarea siturilor istorice, a monumentelor cultural religioase în scopul menținerii identității naționale. Clasa politică și statul se implică activ și sprijină această formă de turism prin programele implementate la nivel național și regional, de exemplu la Suceava se derulează patru proiecte ale Consiliului Județean în perioada 2012-2016: Paște în Bucovina, Crăciun în Bucovina, Pelerin în Bucovina și Hora în Bucovina cu un puternic impact promoțional.

**Soluționarea problemei științifice** în domeniul supus cercetării constă în stabilirea mecanismelor necesare unei mai bune organizări și gestionării eficiente a resurselor turismului cultural religios. Necesitatea fundamentării unor noi strategii de dezvoltare a turismului cultural religios este justificată de apariția unui număr foarte mare de agenții de pelerinaje și de o cerere crescândă pentru această formă de turism atât în țară cât și spre destinații consacrate ale turismului internațional: Ierusalim, Piramidele din Egipt, Muntele Athos, Mănăstirile Meteora, catedrale celebre. Valorificarea mai bună a resurselor naționale constă în atragerea turiștilor străini, în alinierea la fluxurile internaționale de turiști, în armonizarea intereselor touroperatorilor din turism cu a tuturor instituțiilor implicate. Indiferent de religie, turiștii/pelerini au același comportament, iar trecerea de la o religie la alta este destul de riscantă, producând anumite dezechilibre emoționale. Turiștii/pelerini se regăsesc cel mai bine acolo unde își au rădăcinile, turismul etnic completând foarte bine ofertele turistice și acoperind nevoile cultural spirituale.



**Însemnătatea teoretică și practică a lucrării.** Cercetarea științifică a tezei de doctor constituie premisa continuării cercetării în domeniul managementului turismului, respectiv a turismului cultural religios. Poate fi considerată un puternic semn de întrebare pentru clasa politică, având în vedere tendințele globale economice, respectiv ale turismului cultural religios. Concluziile și sugestiile elaborate în lucrare pot fi folosite în optimizarea proceselor manageriale la nivel de ramură, la elaborarea strategiilor, planurilor și programelor de dezvoltare a turismului național. Studiul permite rezolvarea în ansamblu a problemelor apărute la nivel de management al organizațiilor de turism național, de asemenea permite creșterea competitivității acestora pe piețele turistice naționale și internaționale.

**Implementarea rezultatelor științifice.** Atitudinile și poziția teoretică și practică elaborate și demonstrate în teza de doctor au fost raportate la interesul acordat conferințelor internaționale, naționale științifice și practice ale căror rezultate sunt implementate în: Autoritatea Națională a Turismului, Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Economiei, Centrul de promovare și informare turistică Suceava, agențiilor de turism cu care autorul are parteneriate de colaborare. Rezultatele cercetării de doctor sunt consecința preocupărilor științifice personale, având mai multe cărți, studii, articole științifice, auxiliare didactice, participări personale la simpozioane și conferințe naționale și internaționale. Lucrările și publicațiile mele constituie bibliografie de concurs pentru posturi didactice universitare la ASE București, sunt implementate în învățământul preuniversitar și în domeniul economic. Rezultatele cercetării de doctor sunt reflectate în 7 articole științifice.

**Structura tezei de doctor.** Teza de doctor este prezentată în trei capitole, concluzii la fiecare capitol, concluzii generale și recomandări, bibliografie cu peste 123 de surse și 23 anexe. Expunerea lucrării s-a realizat pe 230 de pagini cuprinzând text de bază, tabele și grafice. **Cuvinte cheie:** management, marketing, agenție de turism, agenție de pelerinaj, structură organizațională, turism cultural religios, fluxuri turistice, indicatori ai circulației turistice, forme de turism, infrastructură turistică, tehnici de promovare, publicitate, circuite turistice, itinerarii cultural religioase, lăcașe de cult.

## **2. CONȚINUTUL TEZEI**

**În Capitolul 1, „Aspecte teoretice privind managementul turismului cultural religios”,** autorul a făcut dovada studiului fundamentelor teoretice și organizaționale de dezvoltare a turismului actual. S-a făcut analiza conceptuală a turismului cultural religios și s-au definit particularitățile pieței studiate. S-au analizat, studiat, aprofundat modele și instrumente tradiționale, dar și inovatoare ale turismului cultural religios. Turismul, ca ramură economică, la nivel mondial a cunoscut un ritm extrem de rapid de dezvoltare și o dinamică fără precedent la toate formele de turism. A contribuit substanțial la creșterea PIB-ului statelor reprezentând peste

50% din venitul brut național și ocupând peste 70% din populația unor țări cu turism dezvoltat precum Spania, Elveția, Franța, Grecia, etc. Atenția acordată acestui domeniu de activitate a început să preocupe specialiștii din diverse țări, astfel încât în ultimul timp sunt tot mai multe conferințe, simpozioane, dezbateri pe această temă. Preocupările pentru turismul cultural religios se înscriu în sfera cercetărilor la nivel mondial, iar potențialul turistic românesc de excepție a atras atenția OMT, care a stabilit ca președinția OMT să fie de ținută de România, în perioada 2012-2016, cu sediul la București. Acest fapt onorează România, dar în același timp obligă toate instituțiile din țară să ia act și să se mobilizeze pentru ca împreună cu agenții economici ce derulează activități specifice în turism să facă eforturi de ridicare a prestigiului țării prin valorile cultural religioase și istorice de care dispune. De asemenea, agențiile de turism trebuie să adapteze oferta la cerințele turiștilor interni și externi, să se alinieze la oferta mondială pentru a ne vizita cât mai mulți turiști. Interesul pentru mănăstirile din Bucovina este în continuă creștere, înregistrând peste 200000 de turiști în primii ani după revoluția din 1989, după statisticile franceze. Turiștii care sosesc în România, respectiv în județul Suceava sunt atrași în primul rând de faima mănăstirilor cu pictură exterioară, dar și de celelalte monumente cultural religioase și istorice, apoi de resursele turistice naturale, de gastronomie, de obiceiuri și tradiții. Pe lângă sosirile de turiști din occident, francezi, italieni, nemți, austrieci sosesc tot mai mulți turiști asiatici, chinezi și japonezi interesați de cultura poporului român. Aceștia rămân tot mai mult în zonă prelungindu-și durata de ședere, respectiv numărul de înnoptări. Agențiile de turism își pot promova oferta în străinătate prin agențiile partener care aliniindu-se la ofertele internaționale. Ambasadele românești din alte țări pot face cunoscute ofertele turistice românești și prin politicile economice naționale pot stabili contacte de afaceri și promova turismul românesc cu principalele sale centre de atracție. Promovarea pe plan extern este extrem de benefică, iar OMT este în mod cert interesat ca România să dețină o poziție privilegiată în rândul țărilor cu turism dezvoltat. Oamenii de afaceri din România, personalități publice au primit cu interes președinția OMT și au văzut în aceasta o oportunitate de extindere pe plan mondial a ofertelor turistice românești, a creșterii interesului economic pentru țara noastră, dar și pentru cetățeni. În prezent cele mai importante atracții ale turismului cultural religios din lume atrag mii de turiști anual. Voronețul s-ar putea alinia marilor catedrale din Paris, Londra sau Roma. Privit ca afacere, turismul cultural religios reprezintă relația dintre turism și suflet, astfel sunt implicați specialiști în turism, sociologi, preoți, psihologi, filozofi care aprofundează studiul fenomenului la nivel mondial. Experții la nivel mondial nu pot stabili exact limita dintre turism și religie, uneori turistul însuși, pelerinul, nu știe cu exactitate factorul determinant pentru care a ales o anumită destinație, de cele mai multe ori fiind un complex de factori.

| <b>Turism</b>   | <b>Pelerinaje</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-turismul a fost utilizat la începutul anilor 1800 având ca semnificație călătoria în alt scop decât productiv;</li> <li>-termenul de turism provine din limba engleză de la verbul to tour care înseamnă a călători;</li> <li>-turismul presupune regăsirea echilibrului fizic</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-s-au practicat din cele mai vechi timpuri prin deplasarea persoanelor către locurile sfinte;</li> <li>-termenul provine din limba franceză de la Jean Pelerin sau din latinescul peregrinatio care înseamnă a hoinări;</li> <li>-pelerinajul presupune căutarea răspunsurilor</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| și psihic după efort;<br>-turiștii călătoresc pentru cunoaștere agrement și relaxare. | la întrebările existențiale;<br>-pelerinii călătoresc pentru rugăciune și închinare. |
|---|--|

Fig.nr.1 Diferența dintre turism și pelerinaj

Alinierea ofertei românești alături de cea mondială, includerea turismului din România alături de marile circuite internaționale presupune stabilirea următoarelor obiective:

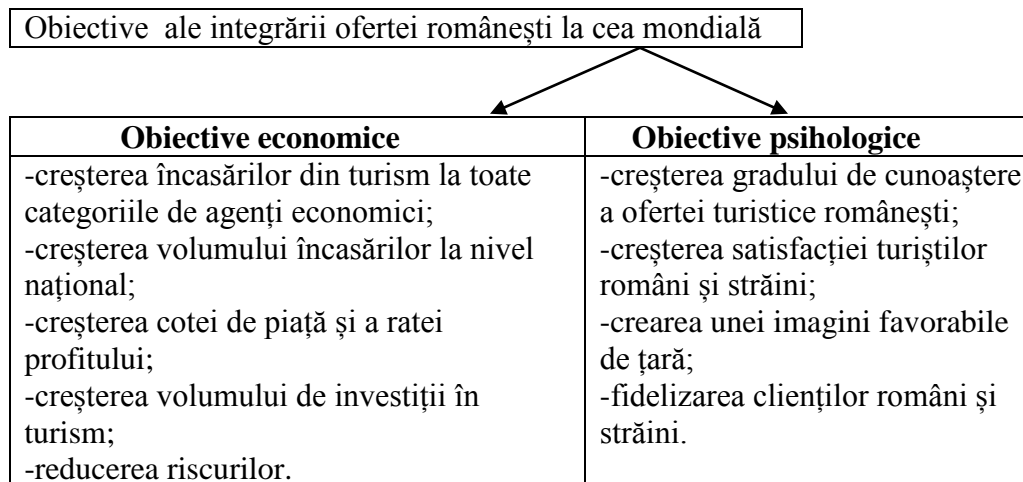


Fig.nr.2 Obiective ale integrării ofertei românești la cea mondială

Integrarea pelerinajelor ca formă de turism de bază în oferta agențiilor de turism se poate realiza prin integrarea ofertei în agențiile de turism sau prin crearea de agenții specializate în pelerinaje. Crearea de oportunități pentru instruirea specialiștilor, astfel încât obiectivele noastre cultural religioase să fie vizitate de cât mai mulți turiști străini, elaborarea unor standarde de calitate a serviciilor. Trebuie să existe posibilitatea evidențierii avantajelor practicării turismului cultural religios, astfel încât să crească rentabilitatea acestei forme de turism și a cererii pentru atragerea altor segmente de piață.

Analiza turismului cultural religios, în contextul economic actual este necesară ca urmare a dezvoltării și dinamismului nevoilor turistice. Aportul tezei de doctorat se înscrie în sfera cercetărilor mondiale în acest sens, iar noutatea științifică este determinată tocmai de complexitatea acestui tip de călătorie. Pelerinajele fiind atât de numeroase la nivel mondial, determină necesitatea studiului științific a acestui fenomen și stabilirea importanței practice a acestora. Turismul este cea mai puternică ramură economică pe plan mondial, în anul 2004, a obținut încasări de peste 623 mld dolari americani. Conform statisticilor OMT, în anul 2008, au fost peste 922 milioane sosiri la nivel internațional, înregistrând o creștere de 1,9% față de 2007. Încasările internaționale din turism au crescut la 944 bilioane dolari americani, adică o creștere reală de 1,8%. Cu aproape o sută de milioane de angajați la nivel mondial, turismul se evidențiază ca cel mai important angajator. Călătoriile transfrontaliere dețin 25- 30% din

comerțul mondial cu servicii. Ca urmare a crizei economice din 2008, ritmul circulației turistice la nivel mondial a scăzut cu 4%, iar în 2009 s-au adăugat și efectele negative ale virusului H1N1, care au determinat o scădere a încasărilor din turism cu 6% și un declin de 880 milioane sosiri la nivel mondial. Țările a căror economie se bazează în cea mai mare parte pe turism, aflate pe primele locuri la nivel mondial sunt: Egipt, Grecia, Liban, Spania, Thailanda sau națiuni insule cum ar fi Fiji, Maldive, Bahamas. Industria serviciilor include transport, transport aerian, croaziere, taxi, servicii de ospitalitate, cazare în hoteluri și stațiuni, divertisment, baze de agrement, teatre, mall-uri, etc. În topul țărilor receptoare de turiști la nivel mondial se află Franța, SUA, Spania, China, Italia, Anglia, Turcia, Germania, Malaezia, Mexic. Încasările din turism la nivel mondial au fost în 2009, conform OMT, 94,2 bilioane dolari în SUA, 53,2 bilioane dolari Spania, 48,7 bilioane dolari Franța, 40,2 bilioane dolari Italia, etc. Cele mai vizitate orașe la nivel mondial au fost: Paris cu 14,8 milioane în 2009, Londra cu 14,1 milioane, Bangkok 10,1 milioane turiști, apoi Singapore, Kuala Lumpur, New York, Dubai, Istanbul, Hong Kong, Shanghai, etc.

**În Capitolul 2, „Abordarea turismului religios”** se face un pas în direcția analizei fenomenului religios și a implicațiilor acestuia la nivel local, național și mondial în domeniul turismului. Religia a avut o însemnătate deosebită asupra oamenilor dintotdeauna fiind un mod de educare, constrângere și învățare permanentă. Turismul cultural religios a atras atenția multor specialiști din diverse domenii, analiza acestuia fiind orientată în direcția economică, culturală, socială a fenomenului. În județul Suceava, circulația turistică s-a intensificat în ultimii ani ca urmare a diversificării ofertei turistice a agențiilor de turism, a promovării zonei, a apariției mai multor pensiuni, a accesului mai rapid, a existenței mai multor mijloace de deplasare rapidă, modernizarea aeroportului Salcea, a promovării intense în țară și peste hotare a zonei. Patrimoniul cultural istoric al județului este reprezentativ la nivelul țării, susținut de evenimente culturale și religioase, festivaluri, concerte, obiceiuri și tradiții. Proiectele europene derulate de susținere și promovare a zonei au ca principal scop atragerea de turiști români și străini, astfel încât încasările obținute să conducă la consolidarea turistică a Bucovinei. Schimburile culturale dintre turiști și localnici constituie repere ale conceperii de noi produse turistice. Conform datelor statistice ale INS și particularizate la nivelul județului Suceava, circulația turistică a crescut în ultimii ani. Turismul cultural religios este o consecință a crizei economice care adâncește nemulțumirile unor categorii sociale. La nivel mondial se constată o creștere a circulației turistice/pelerinajelor, conform datelor din tabelul următor:

Tabel nr.1 Sosiri turiști în structurile de primire din județul Suceava

| <b>Sosiri în<br/>structurile<br/>de cazare<br/>turistică</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total  | 209725      | 194365      | 229519      | 238611      | 241629      | 260684      |
| Hoteluri   | 143240      | 131209      | 149158      | 149170      | 154442      | 169052      |
| Hosteluri  | 4031        | 3699        | 4327        | 5295        | 4747        | 3996        |
| Moteluri   | 2980        | 2209        | 5207        | 3347        | 4410        | 5333        |
| Vile turistice   | 14608       | 10190       | 8339        | 7620        | 6585        | 6987        |
| Cabane<br>turistice  | 1624        | 2229        | 2684        | 3874        | 3601        | 3994        |
| Pensiuni<br>turistice  | 16736       | 20319       | 24530       | 28848       | 30202       | 31568       |
| Pensiuni<br>agroturistice                                    | 24320       | 23206       | 33920       | 38785       | 36067       | 38060       |
| Cămpinguri   | 1246        | 696         | 640         | 749         | 994         | 552         |
| Popasuri<br>turistice  | 394         | 226         | 212         | 130         | 139         | 152         |
| Bungalouri   | 546         | 382         | 455         | 708         | 407         |             |
| Căsuțe tip<br>camping  | -           | -           | 47          | 85          | 35          |             |

A crescut numărul sosirilor de turiști în fiecare an și ca urmare a: progresului tehnic, informatizării, logisticii, internetului, care oferă posibilități rapide de informare și vizualizare a obiectivelor turistice, a locațiilor, a peisajelor și zonelor turistice. Analiza principalilor indicatori ai circulației turistice efectuată în capitolul 2 evidențiază creșterea substanțială a încasărilor de la an la an. Încasările din servicii turistice se datorează în principal serviciilor de cazare. Acestea sunt asigurate în unități de cazare reprezentative de 2 și 3 stele, dar în ultimii ani au apărut tot mai multe unități de 4 și 5 stele, ca urmare a creșterii exigențelor unor categorii de turiști. Ca urmare a atracțiilor turistice cultural religioase din județ, s-au modernizat unitățile de cazare existente și s-au construit unități de cazare noi cu un grad de confort ridicat. În județul Suceava, creșterea circulației turistice, respectiv a numărului de turiști ce sosesc la mănăstiri a crescut ca urmare a structurilor de cazare turistică tot mai numeroase și mai diversificate conform tabelului:

Tabel nr.2 Capacitatea de cazare existentă în structurile de cazare turistică din județul Suceava

| <b>Capacitate<br/>a de cazare</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total                             | 7554        | 8033        | 8835        | 9447        | 9585        | 9650        |
| Hoteluri                          | 3176        | 3354        | 3510        | 3610        | 3926        | 4065        |
| Hosteluri                         | 292         | 266         | 417         | 437         | 239         | 237         |
| Moteluri                          | 111         | 111         | 263         | 262         | 214         | 292         |
| Vile<br>turistice                 | 530         | 572         | 379         | 357         | 283         | 291         |
| Cabane<br>turistice               | 259         | 246         | 332         | 304         | 308         | 258         |
| Pensiuni<br>turistice             | 1102        | 1383        | 1534        | 1665        | 1715        | 1592        |

|                           |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Pensiuni<br>agroturistice | 1738 | 1755 | 1968 | 2384 | 2462 | 2451 |
| Campinguri                | 230  | 230  | 224  | 220  | 220  | 246  |
| Popasuri<br>turistice     | 76   | 76   | 76   | 76   | 76   | 76   |
| Bungalouri                | 40   | 40   | 40   | 40   | 50   | 50   |
| Sate de<br>vacanță        | -    | -    | 82   | 82   | 82   | 82   |
| Căsuțe tip<br>camping     | -    | -    | 10   | 10   | 10   | 10   |

Atât la nivel național cât și la nivel mondial turismul cultural religios este influențat de o serie de factori, conform schemei de mai jos:

| Nr.crt. | Factori de influență a turismului cultural religios                                     |
|---------|---|
|         | <b>a) economici:</b>  |
| 1.      | Crizele economice   |
| 2.      | Degradarea nivelului de trai la anumite categorii sociale                               |
| 3.      | Lipsa locurilor de muncă, inflația, șomajul   |
| 4.      | Nesiguranța locului de muncă și abuzuri ale angajatorilor                               |
| 5.      | Nesiguranța traiului zilnic   |
| 6.      | Cheltuieli tot mai mari cu locuința, întreținerea, impozite, taxe mari și nejustificate |
| 7.      | Servicii tot mai scumpe și de proastă calitate  |
|         | <b>b)sociali:</b>   |
| 8.      | Căutarea răspunsurilor la frământările interioare                                       |
| 9.      | Suferințe fizice și zbucium sufletesc   |
| 10.     | Degradarea mediului social  |
| 11.     | Ingrădirea accesului la decizie   |
| 12.     | Atitudine de sfidare și umilire față de cei ce muncesc.                                 |

Fig.nr.3 Factorii de influență ai turismului cultural religios

S-a realizat o analiză SWOT a turismului cultural religios în județul Suceava, care prezintă ca principale puncte tari existența celor cinci mănăstiri cu pictură exterioară ce impresionează turiștii de mai bine de cinci secole, dar și densitatea cea mai mare de biserici și mănăstiri din țară, unele monumente înregistrate în patrimoniul UNESCO, iar altele doar de interes local, dar apreciate și de turiștii străini. Prezentarea punctelor tari și oportunităților pentru dezvoltarea turismului cultural religios la nivelul județului Suceava permite stabilirea unor direcții de utilizare a acestor resurse turistice și realizarea unui set de programe turistice care să valorifice cât mai bine patrimoniul existent. Punctele slabe și amenințările nu reprezintă decât un factor de determinare în direcția dezvoltării și consolidării turismului. Înființarea Centrelor și punctelor de Informare Turistică nu trebuie să aibă doar un caracter formal, ele trebuie să fie funcționale, de ajutor pentru turiștii din alte localități. Personalul din aceste centre trebuie să fie dinamic, foarte bine pregătit și să cunoască limbi străine pentru a putea oferi turiștilor informațiile necesare.

Amplasarea într-un peisaj deosebit oferă încă odată caracterul de unicitate obiectivelor noastre turistice, astfel încât valoarea cultural istorică și religioasă este dublată de un cadru natural foarte favorabil, care nu a necesitat investiții.

Analiza indicatorilor statistici și a rezultatelor chestionarelor (Anexa 21 și Anexa 22) converg către existența premisei dezvoltării unui turism durabil cultural religios și a fundamentării strategiilor de dezvoltare a acestuia.

Studiul paralelei dintre agențiile de turism și agențiile de pelerinaj oferă câteva repere ce trebuie analizate și puse în practică de agenții economici cu scopul sporirii cifrei de afaceri, a creșterii volumului vânzărilor, a sporirii investițiilor, reducerii riscurilor, a creșterii gradului de cunoaștere a produselor, a creșterii gradului de satisfacție a turiștilor, a fidelizării clienților.

Din cauza concurenței foarte mari între agențiile de turism, acestea tind să-și particularizeze oferta, iar agențiile de pelerinaj se diferențiază în primul rând prin prețul produselor turistice, dar și alegerea prestatorilor de servicii. Ambele tipuri de agenții utilizează tehnici de marketing moderne pentru atragerea de noi segmente de clienți, creează noi produse, le îmbunătățesc pe cele existente. Agențiile de pelerinaj prezintă unele aspecte particulare, ca urmare a structurii diferite a pelerinilor care urmăresc satisfacerea nevoilor de cunoaștere, dar și de soluționare a problemelor sufletești. Din acest motiv pelerinajele sunt conduse de preoți sau profesori de religie, uneori împreună cu agentul de turism care se ocupă de partea contractuală. În tabelul următor sunt prezentate asemănările și deosebirile dintre agențiile de turism și agențiile de pelerinaje:

| ASEMĂNĂRI                              | DEOSEBIRI                                     |
|--|---|
| -sunt organizate de agenții conduse de | -motivația religioasă a turiștilor ce preferă |



|  |  |
|--|--|
| <p>persoane ce dețin Brevet de Turism;<br/>         -au un rol important în diminuarea efectelor crizei economice;<br/>         -contribuie la dezvoltarea economică a localităților de interes;<br/>         -au efecte pozitive pe piața muncii;<br/>         -se creează o puternică imagine de țară.</p> | <p>pelerrinajele;<br/>         - sunt conduse de preoți;<br/>         -pelerrinajele sprijină persoanele defavorizate;<br/>         -serviciile turistice sunt minime în cazul pelerrinajelor și nu de cel mai ridicat confort;<br/>         -pelerrinii își asumă penitența;<br/>         -pelerrinajele nu țin seama de sezonalitate, se organizează în tot timpul anului;<br/>         - se consolidează dialogul ecumenic;<br/>         -se consolidează religia ortodoxă.</p> |
|--|--|

Fig.nr.4 Asemănări și deosebiri între agențiile de turism și agențiile de pelerrinaj

Efectele pozitive și negative determinate de dezvoltarea turismului cultural religios sunt prezentate astfel încât să fie implicați toți factorii de influență urmărindu-se dezvoltarea durabilă a turismului. Tendința de dezvoltare continuă a turismului trebuie ținută sub control și urmăriți factorii ce determină degradarea resurselor, deteriorarea obiectivelor turistice cu valoare de patrimoniu universal, capacitatea de primire a teritoriului, deteriorarea peisajului, ținând seama că supraaglomerarea duce la creșterea temperaturii în incinte, la deteriorarea monumentelor, la degradarea elementelor de atracție. Pentru soluționarea acestor probleme sunt necesare câteva măsuri: crearea condițiilor legislative și guvernamentale pentru atragerea investițiilor autohtone și străine în turism; restaurarea într-un ritm mai rapid a monumentelor de artă, cultură, religioase și istorice; nepermiterea degradării unor obiective cultural religioase și istorice (pictură, sculptură), care au o mare importanță pentru istoria, cultura și religia poporului român, deoarece necesită mari cheltuieli pentru reparații și specialiști în domeniu; modernizarea mai rapidă a infrastructurii generale, drumuri, aeroporturi, mijloace de transport; scoaterea din uz a mijloacelor de transport cu grad avansat de uzură; diversificarea și combinarea transporturilor clasice cu mijloace de transport moderne pe cablu, nave de croazieră maritime și fluviale, trenulețe de agrement, telegondole, etc. integrarea mai bună a ofertei turistice românești în cadrul ofertei turistice internaționale, promovarea mai bună a obiectivelor turistice naționale; eficientizarea programelor de marketing și orientarea acestora spre principalele zone de atracție românești paralel cu creșterea gradului de cunoaștere a unor obiective turistice mai puțin cunoscute sau considerate mai puțin atractive; creșterea gradului de asimilare a personalului școlarizat în domeniul turismului pe diferite trepte, astfel încât să crească eficiența prestațiilor turistice; promovarea mai susținută a ofertelor românești pe piața internațională pentru atragerea a cât mai mulți turiști străini; Oferirea unei game de servicii diversificate și ridicarea continuă a calității acestora cu scopul atragerii și încurajării consumului, formarea riguroasă de specialiști în scopul creșterii gradului de exigență privind calitatea prestațiilor; stabilirea unor obiective clare pe termen mediu și lung de către fiecare agent economic și urmărirea realizării acestora cu consecvență; crearea unei imagini consacrate a României ca destinație turistică de prim rang; încurajarea agenților economici touroperatori să pătrundă pe piețele externe; politici de încurajare și susținere a turismului românesc în străinătate, prin ambasade, participare la târguri și expoziții, alte acțiuni.

**În Capitolul 3, „Direcții în dezvoltarea turismului cultural religios”** s-a pus accentul pe existența elementelor de patrimoniu turistic universal, deosebit de valoroase ale județului Suceava, ca și altele existente la nivel național, care trebuie prin efortul tuturor factorilor implicați să fie aliniate la oferta turistică mondială. Existența celor 37 de mănăstiri în județ din zid de piatră și lemn cu vechime de peste cinci secole, au făcut posibilă dezvoltarea turismului în județ, la nivel național și recunoașterea internațională.

Analiza patrimoniului turistic național reliefează o rețea de obiective turistice deosebit de valoroase, care atestă existența poporului român pe acest teritoriu de mai bine de 2000 de ani. Serviciile turistice prin specificul lor pot contribui la creșterea calității produselor turistice și atragerea unui număr din ce în ce mai mare de turiști. Prin caracteristicile lor, eterogenitate, diversitate, nestocabilitate, dependență de persoana prestatorului, complexitate, variabilitate, intangibilitate, personalizare a serviciului, suprapunere a producției, consumului și comercializării. Serviciile sunt deosebit de importante deoarece nu pot fi înlocuite cu altul identic, au caracter de unicitate, timpul fiind consumat. Un serviciu de cazare sub nivelul așteptărilor nu poate fi înlocuit deoarece timpul s-a scurs, iar nemulțumirea clienților poate produce efecte negative pe termen lung. Timpul liber al potențialilor turiști poate fi o sursă pentru mai multe categorii de prestatori de servicii, dintre acestea se remarcă turismul care reunește un complex de servicii reunite într-un singur produs, produsul turistic. Acesta cuprinde servicii de cazare, alimentație în diverse tipuri de restaurante și forme de servire, mijloace de deplasare cu avionul, telegondola, teleferic, alte forme de transport pe cablu, nave de croazieră, etc., la care se adaugă serviciile comerciale, sportive, schi, alpinism, înot, SPA, shopping, vânatoare și pescuit, sporturi nautice, sporturi extreme, servicii religioase și pelerinaje. Serviciile în domeniul turismului sunt deosebit de importante deoarece completează armonios oferta adăugând plusvaloare, dar în aceeași măsură pot diminua atractivitatea ofertei turistice naturale sau antropice. Frumusețea peisajului determinată de munți, lacuri, elemente de floră și faună, monumente de artă, cultură, istorice și religioase pot deveni destinații irezistibile dacă sunt și servicii de înalt nivel calitativ. În aceeași măsură, se pot crea atracții turistice deosebite prin investiții foarte mari acolo unde nu există resurse naturale sau antropice, cum ar fi Las Vegas, Acapulco, Dubai, Shanghai, etc.

Consumatorii de servicii turistice sunt diferiți, o categorie specială fiind pelerinii care solicită destinații către obiective religioase din țară sau din alte țări nu numai cu scopul cunoașterii, al îmbogățirii cunoștințelor, ci și având o motivație personală extrem de puternică. Profilul turistului pelerin este diferit, el diferențiindu-se atât prin cerere cât și prin comportamentul la locul de consum. Pelerinii se comportă diferit, acceptând condiții modeste de transport, servirea mesei cu meniuri de post, uneori fără masă, se deplasează pe jos, se roagă, se închină la icoane, la sfinte moaște, plătesc slujbe, fac donații, acte caritabile, venerează și preacinstesc pe Maica Domnului și pe Dumnezeu cu speranța că vor găsi rezolvarea problemelor lor. Structura psihologică a pelerinilor este diferită, ține de educația religioasă pe care au primit-o sau au dobândit-o singuri prin mijloace formale și nonformale. Psihanaliștii studiază de asemenea

fenomenul pelerinajelor la nivel mondial, având în vedere că turismul reprezintă cea mai puternică ramură economică cu tendințe de extindere la nivel mondial către destinațiile celebre, dar și căutându-se continuu alte destinații.

Globalizarea produce însemnate efecte în turismul mondial, astfel circulația turistică înregistrează creșteri spectaculoase de la an la an, având consecințe asupra tuturor ramurilor economice. Conform datelor furnizate de OMT, a crescut numărul turiștilor de la an la an. Destinațiile de pelerinaje sunt tot mai solicitate, în detrimentul altor forme de turism cum ar fi cel de congrese, expozițional, etc. Efectele crizei economice la nivel mondial, a virusului H1N1, a gripei Ebola, a conflictelor și războaielor din Orientul Mijlociu, a determinat creșterea numărului de turiști la nivel mondial, în special a pelerinilor, aceste situații producând o serie de efecte sociale asupra populației greu de depășit, îmbolnăviri, diminuarea salariilor, dispariția unor agenți economici cu pierderea locurilor de muncă, recalificări, migrația populației în căutarea locurilor de muncă mai bine plătite, dezmembrarea familiilor, scăderea nivelului de trai a unor categorii sociale, îmbogățirea nejustificată a altor persoane care fac abuzuri la locul de muncă, neîncrederea în instituțiile statului acreditate să rezolve situațiile conflictuale. Aceste situații conduc la acumularea de nemulțumiri și la căutarea sprijinului în divinitate.

Este necesară stabilirea unor direcții strategice la nivel global de dezvoltare a turismului cultural religios, astfel încât să-și rezolve problemele atât participanții la pelerinaje cât și agenții economici prestatori de astfel de servicii, care trebuie să se perfecționeze continuu. În domeniul serviciilor turistice se impun câteva strategii:

| Strategii după poziția față de dinamica și exigențele pieței  | Strategii adaptate la schimbările pieței  |
|---|---|
| -strategia creșterii economice și a exigențelor ridicate;<br>-strategia menținerii cotei de piață și a exigențelor medii;<br>-strategia restrângerii cotei de piață și a exigențelor scăzute. | -strategie orientată spre nevoile clienților;<br>-strategie orientată spre evidențierea produsului turistic;<br>-strategie orientată spre concurență. |

Fig. nr.5 Strategii de piață în domeniul serviciilor turistice

La nivel mondial se constată o creștere fără precedent a circulației turistice, fapt ce conduce la intensificarea circulației rutiere, feroviare, aeriene, fluviale și maritime. Creșterea nivelului de trai în unele țări occidentale prin sporirea veniturilor și a creșterii duratei medii de viață contribuie la intensificarea circulației turistice și la apariția de noi destinații. Se armonizează formele de transport astfel, companiile aeriene oferă avantaje pentru grupuri, grupuri cu afinitate, chartere pentru uz propriu sau chartere specializate, de asemenea se acordă facilități pentru grupuri, copii, seniori, sau pentru plata în avans. Aspectele economice analizate conduc la fundamentarea următoarelor strategii:

| Strategii   | Recomandări  |
|---|--|
| Strategii pentru agențiile de turism și pelerinaje                        | Orientarea ofertelor către toate segmentele de piață   |
| Strategii pentru obiectivele turistice cultural religioase                | Crearea de facilități financiare și materiale care să sporească atractivitatea acestora prin finalizarea restaurărilor și amenajărilor |
| Strategii pentru agenții economici cu activitate turistică                | Diversificarea serviciilor turistice și creșterea rolului calității acestora   |
| Strategii pentru instituțiile de învățământ și formare                    | Susținerea și intensificarea cercetării științifice, colaborarea cu insituții similare din străinătate                                 |
| Strategii pentru instituțiile publice locale, naționale și internaționale | Subvenționarea și sprijinirea de către stat a obiectivelor turistice   |
| Strategii de marketing pentru imagine și publicitate                      | Încurajarea editării materialelor publicitare pentru informarea corectă și crearea unei imagini adecvate turismului național           |

Fig.nr. 6 Strategii economice

Agențiile de turism, dar și cele de pelerinaje oferă programe combinate prin adăugarea altor atracții pe lângă cele consacrate din punct de vedere cultural religios, cum ar fi: shopping, recreere, practicarea unor sporturi, drumetii, degustări, dezbateri, spectacole, festivaluri, tratamente balneare, profilactice, de înfrumusețare. Paralel cu pelerinajele, una dintre cele mai vechi forme de turism și care se dezvoltă continuu, la nivel mondial apar alte forme de turism cum ar fi: turismul subacvatic, scufundări, driving, SPA, croaziere, orașe plutitoare, turism spațial, turism de nișă pentru evaluarea catastrofelor, etc. Tendințele la nivel mondial de creare a unei religii unice coexistă cu cele naționaliste de promovare a valorilor culturale și spirituale ale fiecărei țări. Turismul cultural religios este mai puțin marcat de sezonalitate, iar principalele atracții există și pot fi comercializate tot timpul anului, se impun astfel, stabilirea următoarelor obiective: gestionarea atentă a resurselor având în vedere sensibilitatea consumatorilor de astfel de produse turistice; crearea condițiilor de desfășurare a pelerinajelor în țară și în alte țări prin implicarea tuturor factorilor; invitarea unor personalități din țară și străinătate să participe la programele turistice sau chiar să însoțească pelerinii; ridicarea gradului de competitivitate a agențiilor de turism și pelerinaje implicate, dar și a altor prestatori de servicii; realizarea unor oferte atractive pentru week-end-uri; adaptarea continuă a programelor la particularitățile grupului, dar și particularităților de vârstă; acordarea unei atenții sporite serviciilor suplimentare atât numeric cât și calitativ; clarificarea conceptuală a pelerinajului astfel încât participanții să fie surprinși în mod plăcut de derularea programelor turistice; prin realizarea unei analize atente a turismului cultural religios se impune adaptarea rapidă la schimbările pieței, la dinamica nevoilor, la modificările intervenite în mediul înconjurător; crearea unor site-uri web de către fiecare agent economic, pentru ca fiecare potențial participant să aibă posibilitatea de informare și vizualizare corectă a destinațiilor turistice; implicarea mai activă a Ministerului Turismului cu oferirea de informații de actualitate și diseminarea acestora, de asemenea de sprijinire a unor

destinații turistice; restaurarea obiectivelor cultural religioase cu capital străin și specialiști din străinătate, astfel acestea devin și mai cunoscute; crearea tuturor condițiilor pentru promovarea valorilor noastre în străinătate; realizarea de programe turistice diferențiate pentru turiștii cu potențial financiar ridicat, dar și pentru cei cu venituri scăzute; asigurarea tuturor serviciilor pentru turiștii străini prin prestatori de servicii vorbitori de limbi străine; promovarea bucătăriei regionale și a tradițiilor locale; participarea la târguri, expoziții, seminarii internaționale și formarea unor specialiști de talie internațională; realizarea unor schimburi profesionale, culturale, infotrip-uri în scopul perfecționării ofertei proprii; consolidarea relațiilor diplomatice și economice la nivel internațional cu efecte benefice asupra populației țărilor; asigurarea locurilor de muncă la nivel local prin implicarea locuitorilor în activitățile de susținere a turismului cultural religios; realizarea unor stagii de înaltă pregătire a specialiștilor și a unor seminarii internaționale atât în țară cât și în străinătate; aplicarea unui set de măsuri care să protejeze turiștii în țară și străinătate să nu fie expuși unor acțiuni primejdioase; crearea unui set de măsuri prin care să se poată gestiona mai bine resursele și să se poată controla modul de gestionare a acestora; crearea unui sistem mai bun de evidență a sosirilor de turiști fie la intrarea în țară, fie la unitățile de cazare.

Ansamblul de măsuri propus creează premisele consolidării unui turism durabil, modern, civilizată la nivelul standardelor internaționale. Se poate crea un organism național pentru monitorizarea turismului cultural religios format din specialiști cu înaltă pregătire, care supervizează activitatea în ansamblu.

### **3. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI**

Studiul problematicii turismului cultural religios a permis efectuarea unei analize și oferă posibilitatea enumerării următoarelor concluzii: Sunt prezentate detaliat influențele turismului cultural religios asupra turiștilor, dar și asupra economiei naționale cu implicații în toate sectoarele de activitate. Se face referire și se argumentează faptul că dezvoltarea turismului cultural religios interferează adesea cu alte forme de turism conducând în ansamblu la dezvoltarea tuturor ramurilor economice. Sunt prezentate direcțiile de dezvoltare a turismului cultural religios la nivel mondial, particularizate pe zone geografice.

Implicațiile serviciilor turistice asupra turismului sunt decisive, dar în cazul turismului cultural religios acestea contează într-o mai mică măsură deoarece turiștii care îl preferă și pelerinii nu sunt pretențioși. Prezenta lucrare este un demers în spațiul cunoașterii, un mic pas în direcția analizei fenomenului turistic cultural religios. Tendințele acestei forme de turism la nivel mondial se răsfrâng asupra fiecărei țări în parte și de asemenea sunt resimțite la nivel de zonă sau regiune. Astfel, s-a analizat circulația turistică la

nivelul județului Suceava și s-a constatat o creștere accentuată la toți indicatorii circulației turistice, conform datelor statistice furnizate de Institutul Național de Statistică. Dacă în toată lumea se deplasează tot mai mulți turiști către destinațiile turistice renumite din punct de vedere cultural religios, Mecca, Medina, Ierusalim, Piramidele din Egipt, etc., în județul Suceava turiștii/pelerinii sunt atrași de unicitatea mănăstirilor cu picturi exterioare. În aceeași măsură, ospitalitatea, tradițiile, obiceiurile, portul, alimentele tradiționale, peisajul geografic, aerul puternic ozonat fac din Bucovina o zonă extrem de atractivă. Preocupările statului și ale clasei politice pentru dezvoltarea zonei s-au concretizat în cele patru proiecte ale Consiliului Județean Suceava, derulate pe patru ani 2012-2016: Paște în Bucovina, Crăciun în Bucovina, Pelerin în Bucovina, Hora în Bucovina menite să promoveze zona la nivel național și internațional. S-au construit pensiuni în preajma mănăstirilor: Sucevița, Voroneț, Moldovița, Umor, Dragomirna, care primesc turiști străini și cărora le oferă meniuri tradiționale. Turiștii pot combina turismul cultural religios cu cel gastronomic, rural, ecologic, de cunoaștere, de relaxare, vânat, pescuit, montan. Turismul cultural religios este forma de turism dominantă la nivelul județului Suceava, ofertele tuturor agențiilor de turism din județ (peste 40) având astfel de programe.

În urma studiului efectuat se constată două tendințe: la nivel mondial, o tendință de globalizare, de orientare a turiștilor/pelerinii către destinații binecunoscute, consacrate, recomandările agențiilor fiind către aceste destinații și programe combinate pentru alte segmente de turiști; iar paralel cu această tendință de mondializare, de a se crea o religie unică se depun eforturi de rezistență, de promovare a propriei religii, a culturii fiecărei țări, de atragere a turiștilor către propriile obiective culturale religioase.

Dezvoltarea turistică se concretizează în creșterea și dezvoltarea Bazei Tehnico Materiale de transport, a mijloacelor moderne de transport rutiere, feroviare, pe cablu, navale, aeriene oferind facilități de grup, cu afinitate și fără afinitate, chartere own-use, chartere specializate, la cerere, deasemeni SNCFR oferă reduceri de grup, facilități pentru elevi și studenți, pensionari, etc. Programele agențiilor de turism includ și transporturi combinate atunci când este cazul.

Se constată o diversificare a BTM de cazare, de la hoteluri de 5 stele tot mai luxoase, cu meniuri exotice sau tradiționale, la hosteluri, pensiuni rurale modeste, sau chiar în spațiile de cazare ale mănăstirilor, fără masă sau cu servirea mesei la mănăstiri, cu meniuri în funcție de calendarul creștin ortodox, dietetice.

Turismul cultural religios este în continuă creștere și solicitat de toate segmentele de piață, este în continuă ascensiune și diversificare ca urmare a combinării și cu alte forme de turism.

1. Se recomandă ca pelerinajele să fie efectuate de agenți de turism care au și studii religioase, pentru a oferi informații și sfaturi duhovnicești de care pelerinii au mare nevoie.

2. Ghizii de mănăstire să fie suficienți ca număr pentru a nu aștepta prea mult grupurile, să cunoască limbi străine, să fie răbdători cu unii turiști care nu sunt instruiți asupra comportamentului din incinta mănăstirilor.
3. Programul de vizitare a mănăstirilor se stabilește astfel încât să nu se perturbe activitatea acestora.
4. Să se amplaseze mai multe spații de cazare cu posibilități de servire a mesei în preajma mănăstirilor, astfel încât turiștii pelerini să poată rămâne cât doresc, pentru refacerea capacității fizice și psihice de muncă.
5. Crearea unor centre de asistență socială pe lângă obiectivele cultural religioase consacrate extrem de căutate.
6. Construirea de heliporturi pentru situații de urgență în apropiere de mănăstiri.
7. Amenajarea și modernizarea parcărilor pentru autocare și extinderea celor existente.
8. Modernizarea și administrarea atentă a infrastructurii specifice de primire.
9. Statul trebuie să intervină în promovarea continuă a acestor zone de interes pentru pelerini și să faciliteze accesul prin rețeaua rutieră tot mai modernă și îmbunătățită, să asigure mijloace de transport rapide și moderne, să se preocupe de promovarea zonelor cu obiective turistice cultural religioase, în special în străinătate prin programe ale ambasadelor și consulatelor.
10. Autoritatea Națională pentru Turism trebuie să încurajeze și să susțină activitatea touroperatorilor din turism, să faciliteze derularea programelor turistice cu scop religios, să alinieze oferta românească la cea mondială.
11. Autoritatea Națională pentru Turism trebuie să se preocupe de facilitarea acordurilor între țări, de sprijinire a touroperatorilor români pe piețele turistice din străinătate

## **LISTA LUCRĂRILOR PUBLICATE**

### **LUCRĂRI ȘTIINȚIFICE**

## **Monografii**

1. **N. Apetri, Fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, Editura George Tofan, Suceava, 2015**

## **Articole în diferite reviste științifice**

2. **N. Apetri, Actual Problems in Developing Religios Tourism, Revista Economica, ASEM, nr.4/2014, p. 9-19, ISSN 1810-9136, Categoria B.**
3. **N. Apetri, Aspects of Sustenaible Development of Tourism in Suceava county, Revista de Turism, Editura Universității „Ștefan cel Mare”, Suceava, Categoria B**
4. **N. Apetri, Influence free time for touristic services, Revista Economică, ASEM, Categoria B**

## **Articole în culegeri științifice**

5. **N. Apetri, Turismul cultural religios în Bucovina, Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, Editura ASEM, Chișinău, 10-12 aprilie, 2009, pg.45-54,**
6. **N. Apetri, Evaluări/proponeri privind impactul turismului asupra mediului cultural religios, Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, Editura ASEM, Chișinău, 2009, pg.243-251**
7. **N. Apetri, The role and Importance of Advertising in travel and pilgrimage tour agencies, Scientific, Symposium of Young researches, Chișinău, aprilie, 2014, pg.257-260**

## **Materiale/ teze la forurile științifice**

8. **N. Apetri, Turismul religios-factor de stimulare a relațiilor internaționale, Conferința Internațională de Comunicări Științifice, „Turismul între dezvoltarea regională și criza economică globală”, Sucevița, 22-23 mai 2009, cotată CNCSIS, categoria B+, cod 447**
9. **N. Apetri, E. Turcov, Aspects of sustainable development of tourism in Suceava county, Ecoforum Journal, Suceava, 2015, pag.95-99**

## **10. LUCRĂRI ȘTIINȚIFICO-METODICE ȘI DIDACTICE**



- **N. Apetri**, Rolul interdisciplinarității în predarea disciplinelor economice- Simpozionul Interjudețean „Dimitru Rusu-mentor în învățământul economic ieșean”, Editura PIM Iași, 17 mai 2014, pg.82-85
- **N. Apetri**, Analiza SWOT a turismului în jud. Suceava, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, editura Mecatrin, Brașov, 2014, ISSN 2344-696X, pg. 103-109
- **N. Apetri**, Aportul Economic pentru protecția patrimoniului turistic, Revista Educațională Națională, „Repere Didactice Moderne”, Editura Mecatrin, Brașov, 2014, ISSN 2344-696X, pg. 89-103.
- **N. Apetri**, Strategii de dezvoltare a turismului cultural religios în județul Suceava, ”Repere Didactice Moderne”, Editura Mecatrin Brașov, ISSN 2344-6966, pag.51-62.

TOTAL coli de autor: 8,06

## ADNOTARE

**Apetri Niculina,**

**“Fundamentarea economică a strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios”  
Teză de doctor în economie. Chișinău, 2017**

**Structura tezei :** introducere, 3 capitole, concluzii și recomandări, bibliografie, anexe, 123 pagini text de bază, 27 figuri, 16 tabele. Rezultatele sunt publicate în 9 lucrări științifice.

**Cuvinte cheie:** management, strategie, agenție de turism, agenție de pelerinaje, canale de distribuție, strategie, competitivitate, globalizare.

**Domeniu de studiu:** Economie și Management în ramură. (Managementul turismului cultural religios).

**Scopul și obiectivele lucrării:** Scopul lucrării: fundamentarea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, de armonizare a intereselor instituțiilor cultural religioase cu managementul turistic al agenților economici prestatori de servicii speciale și generale. În conformitate cu scopul nominalizat se conturează următoarele obiective: determinarea interdependențelor dintre turismul cultural religios și alte forme de turism; prezentarea elementelor definitorii și a conjuncturii ce favorizează consolidarea turismului cultural religios; elucidarea efectelor călătoriilor în scop cultural religios asupra agenților economici din turism, dar și a instituțiilor cultural religioase; stabilirea strategiilor de dezvoltare a turismului cultural religios; determinarea direcțiilor de dezvoltare a turismului cultural religios, la nivel de județ, dar și la nivel național; realizarea analizei SWOT la nivelul județului privind turismul cultural religios; determinarea direcțiilor de eficientizare a activității agențiilor de turism specializate și prestatorilor de servicii în domeniul de referință.

**Noutatea și originalitatea științifică:** constă în: abordarea dintr-o perspectivă interdisciplinară a pelerinajelor atât sub aspect economic cât și social; necesitatea fundamentării noilor forme de turism și integrarea acestora în oferta agențiilor de turism specializate;

**Importanța teoretică și valoarea aplicativă:** Rezultatele lucrării sunt susținute de valoarea constatărilor, concluziilor și recomandărilor, care pot fi utile: cercetătorilor în domeniul turismului cultural religios, cadrelor didactice din învățământul superior, la redactarea lucrărilor științifico didactice, studenților la studierea dimensiunilor fenomenului cultural-religios, agențiilor de turism ce practică această formă de turism, instituțiilor de analiză statistică și prognoză, fiind aplicate la stabilirea noilor direcții de dezvoltare a turismului.

**Implementarea rezultatelor științifice.** Conceptele și rezultatele lucrării prezentate în mai multe expuneri, conferințe, simpozioane, și publicate în reviste de specialitate au fost considerate extrem de eficiente. Sunt implementate în conținuturi didactice, dar și în strategiile de dezvoltare a agențiilor de turism, în stabilirea direcțiilor de dezvoltare a zonei nord est și a țării.

- analiza circulației turistice în județul Suceava, respectiv în centrele cu un turism cultural religios intens.
- determinarea direcțiilor de dezvoltarea a turismului cultural religios, la nivel de județ, dar și la nivel național.
- realizarea analizei SWOT la nivelul județului privind turismul cultural religios.
- determinarea direcțiilor de eficientizare a activității agențiilor de turism specializate și prestatorilor de servicii în domeniul de referință.

## ANNOTATION

**Apetri Niculina**

**" The economic foundation of the development strategies for the cultural religious tourism ". PhD in Economics Thesis, Chişinău, 2017.**

**Structure of the thesis:** introduction, 3 chapters, conclusions and recommendations, bibliography, appendices, 123 pages of basic text, 27 figures, 16 tables. The obtained results are published in 9 scientific papers.

**Keywords:** management, strategy, managerial communication, travel agency, travel agency that offer pilgrimage tours, distribution channels, strategy, competitiveness, globalization.

**Field of study:** Economics and Management in the branch. (Management of the religious cultural tourism).

**Goals and objectives:** The goal of this thesis: complex study of religious cultural tourism impact on the population and outline of the directions in the development of religious cultural tourism. Outline of the frustrating aspects and identification of the causes that determined the shaping of this form of tourism and improvement of the activity of specialized travel agencies.

In accordance with the set-up goal, the following objectives are outlined:

- determination of inter-dependencies between religious cultural tourism and other forms of tourism
- presentation of defining elements and conditions promoting the increase of religious cultural tourism.
- clarification of the effects of religious cultural travels both on the travel agencies and on the religious cultural institutions.
- determination of the directions in the development of religious cultural tourism at the county and national level.
- SWOT analysis on the religious cultural tourism at the county level.
- determination of the directions in increasing the efficiency of the specialised travel agencies and service providers in the reference field.

**Scientific novelty and originality:** it consists in the approach of pilgrimages from an interdisciplinary perspective both economically and socially.



## АННОТАЦИЯ

**Апетри Никулина**

«экономическое обоснование стратегий развития религиозного культурного туризма».

Диссертация доктора экономических наук. Кишинев, 2017 год.

**Структура диссертации:** введение, 3 главы, выводы и рекомендации, библиография, приложения, 123 страниц основного текста, 27 рисунков, 16 таблиц. Полученные результаты опубликованы в 9 научных работах.

**Ключевые слова:** управление, культурный туризм, религиозный туризм, управленческие коммуникации, современные тенденции, туристическое агентство, агентство паломничества, каналы распределения, стратегия, конкурентоспособность.

**Область исследования:** Экономика и Менеджмент в отрасли. (Менеджмент религиозного культурного туризма).

**Цель и задачи диссертации:** Цель работы: комплексное исследование воздействия религиозного культурного туризма на население и определение направлений развития религиозного культурного туризма. В соответствии с целью, были выделены следующие задачи: определить взаимосвязь между экономическими операторами в сфере туризма и религиозными культурными учреждениями в процессе планирования культурных и религиозных путешествий; анализ туристического оборота в уезде Сучава и в центрах с интенсивным религиозным культурным туризмом; определение направлений развития религиозного культурного туризма, на уровне уезда, а также на национальном уровне; проведение SWOT-анализа религиозного культурного туризма на уровне уезда; определение направлений для повышения эффективности работы специализированных туристических агентств и поставщиков услуг в области религиозного культурного туризма.

**Новизна и оригинальность исследования:** включает в себя междисциплинарный подход при обосновании религиозного и культурного туризма, а также новых форм туризма и их интеграцию в туристское предложение специализированных туристических агентств, определение и анализ психологического профиля потенциального туриста и паломника, разработка планов развития религиозного культурного туризма, анализ религиозного культурного туризма на уровне уезда. **Теоретическая значимость и**

**прикладная ценность:** Результаты работы поддерживаются выводами, заключениями и рекомендациями, которые могут быть полезны: исследователям в области культурного религиозного туризма, преподавателям в системе высшего образования, работникам специализированных туристических агентств. **Внедрение научных результатов.** Исследования и результаты работы, были представлены на конференциях, симпозиумах и опубликованы в специализированных журналах где были определены как весьма актуальные и полезные.

**APETRI NICULINA**

**FUNDAMENTAREA ECONOMICĂ A STRATEGIILOR DE DEZVOLTARE A TURISMULUI  
CULTURAL RELIGIOS**

**SPECIALITATEA: 521.03. ECONOMIE ȘI MANAGEMENT (ÎN TURISM)**

**AUTOREFERATUL**

**Tezei de doctor în economie**

**Aprobat spre tipar: 11.01.2017 ASEM Chișinău**

**Hârtie ofset. Tipar ofset**

**Coli de tipar: 2,0**

**Formatul 60\*84 1/16**

**Tiraj 30 ex.**

**Comanda nr. 30**

**Editura**